



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة د. مولاي الطاهر-سعيدة-



كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر

تخصص مالية وبنوك

الخدمات البنكية - دراسة مقارنة-

تطبيق على بنك CPA و BDL

إشراف الأستاذ:

➤ رزين عكاشة

إعداد الطالبتين :

➤ قنوري روميضاء

➤ دلباز ربيعة

لجنة المناقشة:

د. رزين عكاشة..... مشرفاً

د. عتيق الشيخ..... رئيساً

د. نذري عز الدين..... ممتحناً

السنة الجامعية: 2020/2019

الإهداء

إلى أعز مخلوقين في هذا الوجود على قلبي ، إلى
من لهما الفضل في تربيتي وتعليمي ، إلى من
دعاني إلى الأمام ومنحاني القدرة على

المواصلة :

أمي الحبيبة وأبي الغالي

إلى من تمنوا لي الخير دائماً إخوتي الأعزاء
إلى من تذوقت معهم أجمل اللحظات صديقاتي ،
ورفيات دربي ، وفقهم الله

إلى الذين زرعوا العلم في قلبي وحثوني

على انتهال العلم من منبعه أساتذتي

الكرام إلى كل طالب علم نمتني له

النجاح إلى كل من وسعهم قلبي

ولم تسعهم مذكرتي ...

شكر وتقدير

الشكر والتقدير

أول الشكر على الله الواحد القهار صاحب الفضل
والإكرام أكرمنا بنعمته الإسلامية ويس لنا سيد
العلم، فلما الشكر حتى يرضى ولما الشكر بعد
الرضا والصلاة والسلام على المصطفى صلى الله
وسلم تسليماً كثيراً .

ثم كامل الشكر والتقدير لأستاذي "الدكتور مرزوق
عكاشة"، لتفضله بالإشراف على هذا العمل، ولما
قدمه من جهود فاضلة ومقترحات وملاحظات قيمة
طيلة فترة إنجاز هذه الدراسة، كما أحي في رحابة الصدر
وطول النفس معنا، فجزاه الله خير .

تحية شكر وتقدير إلى كافة أساتذة كلية العلوم لاقتصادية
والتجارية وعلوم التسيير لما قدموه لنا من علم ومعرفة .

شكر الكرم

الملخص :

تعتبر جودة الخدمة البنكية من المداخل الحديثة في الإدارة وذلك نظرا لتأثيرها على رضا الزبائن و بالتالي تحقيق الرضا لديهم، حيث أصبح إرضاء الزبون مرهون بجودة الخدمة البنكية المقدمة له ،ومن خلال دراستنا لهذا الموضوع الذي تناولناه من جزأين نظري و تطبيقي، ثم تسليط الضوء في الجزء الاول على الإطار المفاهيمي للبنوك ولجودة الخدمة البنكية ، حيث تم التوصل إلى أنه لا يوجد اختلاف كبير بين البنكين في استقطاب الزبون، أما الجزء التطبيقي حاولنا من خلاله قياس أثر أبعاد جودة الخدمة البنكية على رضا الزبون لبعض الوكالات البنكية بسعيدة محل الدراسة، وتمت معالجة تلك البيانات باستخدام برنامج spss واستعمال أدوات التحليل الإحصائي و بالتالي توصلنا على أنه لا يوجد اختلاف كبير في استقطاب الزبون لكلا البنكين محل الدراسة وكلاهما يوفر خدمات بنفس التقبل للزبائن.

الكلمات المفتاحية:

خدمات بنكية ، استقطاب الزبائن ، بنوك جزائرية

:Résumé

La qualité du service bancaire est considérée comme l'une des entrées modernes de l'administration en raison de son impact sur la satisfaction des clients et ainsi la réalisation de leur satisfaction, car la satisfaction du client est devenue dépendante de la qualité du service bancaire qui lui est fourni, et à travers notre étude de ce sujet, nous avons traité deux parties théoriques et pratiques, puis éclairé en partie Le premier concerne le cadre conceptuel des banques et la qualité du service bancaire, car il a été conclu qu'il n'y a pas de différence significative entre les deux banques pour attirer les clients.

Quant à la partie pratique, nous avons tenté à travers elle de mesurer l'impact des dimensions de la qualité du service bancaire sur la

satisfaction client pour certaines agences bancaires à Saeed, objet de l'étude, et ces données ont été traitées à l'aide du programme spss et de l'utilisation d'outils d'analyse statistique, et ainsi nous avons conclu qu'il n'y avait pas de différence significative dans l'attrait du client pour les deux banques étudiées, les deux étant Fournit des services tout aussi réceptifs aux clients.

les mots clés:

Services bancaires, attirer les clients, banques algériennes

Summary:

The quality of banking service is considered one of the modern entrances in management due to its impact on customer satisfaction and thus achieving their satisfaction, as customer satisfaction has become dependent on the quality of the banking service provided to him, and through our study of this topic we dealt with two parts theoretical and applied, then shed light in part The first is on the conceptual framework of banks and the quality of banking service, as it was concluded that there is no significant difference between the two banks in attracting customers. As for the application part, we tried through it to measure the impact of the dimensions of the quality of banking service on customer satisfaction for some banking agencies in Saeed, the subject of the study, and these data were processed using the spss program and the use of statistical analysis tools. Provides equally receptive services to clients.

key words:

Banking services, attracting clients, Algerian banks

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان
55	جدول 1: درجات مقياس ليكارت الخماسي
55	الجدول 2: معامل ألفا كرونباخ
55	الجدول 3: توزيع أفراد العينة حسب المؤهلات الشخصية
58	الجدول 4: يوضح نتائج دلالة فروق الجنس
59	الجدول 5: يوضح نتائج دلالة فروق العمر
61	الجدول 6: يوضح نتائج دلالة فروق الحالة الاجتماعية
62	الجدول 7: يوضح نتائج دلالة فروق نوع العمل
63	الجدول 8: يوضح نتائج دلالة فروق المستوى الوظيفي
64	الجدول 9: نتائج اختبار الانحدار البسيط متغير الملموسية و استقطاب الزبون
65	الجدول 10: نموذج تحليل التباين ANOVA متغير الملموسية و استقطاب الزبون
65	الجدول 11: نتائج اختبار الانحدار البسيط متغير الاعتمادية واستقطاب الزبون
66	الجدول 12: نموذج تحليل التباين ANOVA متغير الاعتمادية واستقطاب الزبون
66	الجدول 13: نتائج اختبار الانحدار البسيط بين متغير الاستجابة واستقطاب الزبون
67	الجدول 14: نموذج تحليل التباين ANOVA بين متغير الاستجابة واستقطاب الزبون
67	الجدول 15: نتائج اختبار الانحدار البسيط متغير الامان واستقطاب الزبون

قائمة الجداول

68	الجدول16: نموذج تحليل التباين ANOVA متغير الامان واستقطاب الزبون
68	الجدول17: نتائج اختبار الانحدار البسيط متغير التعاطف واستقطاب الزبون
69	الجدول18: نموذج تحليل التباين ANOVA متغير التعاطف واستقطاب الزبون

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان
28	الشكل 01: عبد الرحمان بل الحفصي محاضرات في اقتصاد المصرف جامعة سطيف 1989
49	الشكل 02: يوضح الهيكل التنظيمي لبنك CPA (وكالة سعيدة)
51	الشكل 03: مخطط يمثل الهيكل التنظيمي للبنك من إعداد الطلبة اعتمادا على معلومات مقدمة.
54	الشكل 04: مخطط يمثل محاور المعتمدة في الدراسة الإحصائية

قائمة الملاحق :

الصفحة	العنوان	الرقم
	نموذج عن استمارة مقدمة للعملاء	01

الفهرس

فهرس المحتويات :

.....	التشكر و الإهداء
.....	الملخص
.....	قائمة الجداول
.....	قائمة الأشكال
.....	قائمة الملاحق.....
.....	فهرس المحتويات.....
2 المقدمة

الفصل الأول : مدخل للبنوك

9 تمهيد
10 المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للبنوك.....
10 المطلب الأول: تعريف البنوك.....
10 المطلب الثاني: نشأة البنوك و تطورها التاريخي.....
14 المطلب الثالث: أهمية البنوك و أهدافها.....
15 المبحث الثاني: أشكال البنوك.....
15 المطلب الأول: البنك المركزي.....
22 المطلب الثاني: البنك التجاري.....
25 المطلب الثالث: البنوك المتخصصة.....

28	المبحث الثالث: تطور نظام المصرفي الجزائري و أهم الإصلاحات التي عرفها.....
28	المطلب الأول: مدخل تطور النظام المصرفي الجزائري.....
31	المطلب الثاني: دوافع الإصلاحات المصرفية بالجزائر.....
32	المطلب الثالث: أهم الإصلاحات المصرفية بالجزائر.....
33	المبحث الرابع: مفاهيم أساسية حول الخدمات المصرفية.....
33	المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية و أنواعها.....
37	المطلب الثاني: خصائص و مميزات الخدمات المصرفية.....
40	المطلب الثالث: تصنيف الخدمات المصرفية و عوامل نجاحها.....
43	المطلب الرابع: أبعاد و مستويات جودة الخدمات المصرفية.....
46	خلاصة الفصل.....

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

47	تمهيد.....
48	المبحث الأول: لمحة عن بنك القرض الشعبي الجزائري CPA وكالة سعيدة.....
48	المطلب الأول: عرض عام حول بنك القرض الشعبي الجزائري CPA.....
49	المطلب الثاني: بنك القرض الشعبي الجزائري CPA(وكالة سعيدة)ومهامه.....
51	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لبنك CPA(وكالة سعيدة).....
51	المبحث الثاني:لمحة عن بنك التنمية المحليةBDLوكالة سعيدة.....
52	المطلب الأول: عرض عام حول بنك التنمية المحليةBDLوكالة سعيدة.....

52	المطلب الثاني: تعريف بنك التنمية المحلية BDL وكالة سعيدة.....
53	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لبنك التنمية المحلية BDL وكالة سعيدة.....
55	المبحث الثالث: المنهج المستخدم للدراسة.....
55	المطلب الأول: أدوات الدراسة الإحصائية المستعملة.....
59	المطلب الثاني: تحليل البيانات
60	المطلب الثالث: تحليل البيانات الشخصية
66	المطلب الرابع: إختبار الفرضيات
77	خلاصة الفصل.....
80	الخاتمة.....

قائمة المصادر و المراجع

الملاحق

مقدمة

إن القطاع البنكي يعد من أهم القطاعات الخدمائية في النظام الاقتصادي والمالي للدولة حيث أنه يساهم بسنبة كبيرة في إشباع الحاجيات المالية والائتمانية للأفراد من خلال جمع مدخراتهم والمؤسسات من خلال مختلف الودائع، وفي المقابل يقوم بتحويل تلك الودائع إلى قروض من خلال مجموعة من عمليات التمويل المختلفة، بالإضافة إلى هذا النشاط الرئيسي فإن المصرف يقوم بتأدية عدد كبير من الأنشطة الثانوية الأخرى، ومع تنامي التطور التقني في الصناعة المصرفية وفي استخدام الوسائل الإلكترونية، حيث تعقدت وتتنوعت العمليات التي تقوم بها المصارف في سوق مما أدت إلى ظهور تحديات تنافسية كبيرة بين البنوك، وذلك بالعمل على التكيف مع هذه التطورات ومواجهة أثارها السلبية والاستفادة من المكاسب التي تحققها.

أصبح تطوير الخدمات المصرفية ومواكبة التطورات التكنولوجية المتلاحقة وتحقيق رغبات العملاء أحد المداخل الرئيسية لزيادة وتطوير الخدمة المصرفية، وبهذا يعتبر الزبائن مركز اهتمام المصارف، بحيث أن الزبائن لا يمكنهم الحكم على جودة الخدمات قبل الاستفادة منها، فهي تستقي منهم المواصفات التي تحولها إلى معايير تنتج وفقها خدمات حديثة ومتطورة، فكل خدمة خالية من هذه المعايير مآلها الفشل لأنها لا تحمل مواصفات الجودة في نظر متلقيها ولهذا تتسابق المصارف إلى الظفر بأكبر عدد مع بذل الجهد في الحفاظ على الزبائن الحاليين.

نظرا للدور الذي تقوم به البنوك في الأنظمة الاقتصادية الذي يعتبر من أهم الأسس التي تستند عليها باختلاف الأزمنة والأمكنة، كما تعد فعالية هذا النظام وسلامته أداة لتحقيق النمو الاقتصادي المستديم، وقد أثبتت التجارب العلمية والعملية أن نجاح الإصلاحات الاقتصادية وقدرة الاقتصاد الوطني على التصدي للصدمات والأزمات غير المتوقعة مرتبطة على درجة كبيرة بإصلاحات النظام البنكي نظرا لمساهمته في رفع كفاءة الاقتصاد وتحقيق الاستقرار الذي يأتي في قمة الأهداف التنموية للسياسات الاقتصادية في جميع الدول

وفي صدد دراستنا لهذا الموضوع يمكن طرح الإشكالية التالية:

1- إشكالية الدراسة:

ما مدى تأثير جودة الخدمات المصرفية لبنك CPA وBDL في استقطاب الزبائن ؟

وللإجابة على الإشكالية المطروحة تم وضع الأسئلة الفرعية التالية:

مقدمة

- ماهي العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية واستقطاب الزبون؟
- ماهي المتغيرات التي تؤثر على استقطاب الزبائن في بنوك محل الدراسة CPA و BDL؟
- هل لجودة الخدمات المصرفية تأثير على رضا الزبون؟

2-فرضيات الدراسة:

لمعالجة هذا الموضوع والإجابة على التساؤلات السابقة نقدم الفرضية التالية:

- تؤثر جودة الخدمات في استقطاب الزبائن لدى بنك CPA و BDL
- إن المؤهلات الشخصية لها دور كبير في استقطاب الزبائن لدى بنك CPA و BDL

3-أهداف الدراسة: وتهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:

- ✓ تحديد المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمة المصرفية.
- ✓ اختبار العلاقة بين جودة الخدمات التي تقدمها البنوك محل الدراسة.
- ✓ معرفة مستوى جودة الخدمات التي تقدمها البنوك محل الدراسة.
- ✓ التوصل إلى بعض النتائج وتقديم اقتراحات من الممكن أن تساهم في تطوير جودة الخدمة المصرفية.
- ✓ التعرف على وجهة نظر العملاء حول الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك مع محاولة وضع تصور لإطار العلاقة بين الجودة والزبون.
- ✓ التعرف على دور جودة الخدمات المصرفية في كسب زبائن للبنوك التجارية في بنك CAP و BDL فرع سعيدة.

4-أهمية الدراسة: تكمن أهمية هذه الدراسة في :

- جودة الخدمة المصرفية المقدمة للعملاء باعتبارها أحد الركائز الأساسية التي تساعد المصرف على تحسين ربحيته من خلال تحسين خدماته.
- انضمام الجزائر إلى منظمة العالمية للتجارة يلزمها تدعيم قدراتها التنافسية لمواجهة هذه التحديات، مما يفرض عليها أخذ السبق نحو الجودة في الخدمات.
- تقديم حلول العلمية للبنك عينة الدراسة من أجل تحسين مستوى جودة خدماتها وكسب رضا زبائنها.
- أهمية جودة الخدمات في تحقيق البنوك لأهدافها في البقاء والنمو، والتي تتحقق فقط عندما تولى إدارات البنوك اهتمامها للتعرف على حاجات ورغبات عملائها والعمل على تلبيتها.
- العبير عن مستوى جودة الخدمات التي يقدمها البنك محل الدراسة لزبائنه، ومدى توافقها مع رغباتهم وحاجاتهم وذلك لاكتساب ميزة تنافسية عن غيرها من البنوك.

5-مبررات إختيار الموضوع : أسباب اختيارنا لهذا الموضوع تمثلت في :

- ❖ رغبنا في الإطلاع عن هذا الموضوع أكثر .
 - ❖ أهمية الموضوع في عصرنا الراهن واعتبار الجودة والاستقطاب الزبون عنصران مهمان لمواجهة التغيرات الكبيرة والسريعة.
 - ❖ لفت إنتباه البنوك لأهمية جودة الخدمات في كسب زبائن.
 - ❖ البحث في طرق كمية ونوعية لقياس جودة الخدمات المصرفية من جهة نظر العميل، وخاصة وأنه يجد صعوبة أكبر في تقييم جودة الخدمة مقارنة بالسلع المادية.
- 6- حدود الدراسة : تمثلت فيما يلي :

- ❖ الحدود الزمنية: خلال السنة الدراسية 2021-2020
- ❖ الحدود المكانية: بنك الوطني عام في بنك القرض الشعبي الجزائري CPA وبنك الوطني للتنمية المحلية BDL فرع سعيدة.
- ❖ الحدود الموضوعية: تمثلت في موضوع أثر الخدمة المصرفية في إكتساب ميزة تنافسية في البنك.
- ❖ الحدود البشرية: عينة عشوائية مكونة من عملاء البنك

7- منهج الدراسة والأدوات البحث المستعملة: في الجانب النظري تم استخدام الأسلوب الوصفي التحليلي، أما فيما يتعلق بالجانب التطبيقي فقد تم الإعتماد على البنك باستخدام المنهج الإحصائي والاستدلالي باستعمال برنامج SPSS وتحليل آراء عملاء بنك CPA و BDL . أما أداة جمع البيانات التي اعتمدها في دراستنا هذه فتمثلت في استمارة أسئلة موجهة لعملاء البنك تم الإجابة عنها.

8- فصول الدراسة: بهدف الدراسة ومعالجة الموضوع من مختلف جوانبه ولإجابة على الإشكاليات قمنا بتقسيم هذا البحث إلى فصلين.

الفصل الأول: جاء بعنوان "مدخل للبنوك" وذلك في محاولة منا لإعطاء صورة واضحة وشاملة عن البنوك وتعرف على نشاتها وأشكالها وتطرقنا أيضا إلى تطور النظام المصرفي الجزائري وأهم الإصلاحات التي عرفها.

الفصل الثاني:تضمن دراسة ميدانية في القرض الشعبي الجزائري حاولنا من خلاله إسقاط الجانب النظري على الجانب التطبيقي.

وخاتمة عامة للموضوع بما فيها من نتائج وتوصيات.

9- الصعوبات التي واجهتنا أثناء الدراسة:

مقدمة

لقد واجهتنا مشاكل وصعوبات عديدة عند إعداد هذا البحث سواء تعلق بالجانب النظري أو عند الدراسة الميدانية ومن أهمها ما يلي :

- ❖ اتساع الموضوع وتشعبه خاصة فيما يتعلق بالجودة.
- ❖ صعوبة إيجاد بنك للقيام بدراسة الميدانية.
- ❖ عدم استعداد الأفراد المجتمع للمساهمة في الإجابة على الإستبيان نظرا لتخوفهم.

10-دراسات سابقة:

-الدراسة التي قام بها "بطاهر علي" بتاريخ 2005/2006 بعنوان "إصلاحات النظام المصرفي الجزائري وآثارها على تعبئة المدخرات وتمويل التنمية" والذي توصل من خلالها إلى:

- أهمية الاعتماد على نظام المصرفي في تمويل التنمية.
- الإصلاح الاقتصادي ضرورة لنجاح الإصلاح المالي.
- الإصلاح المالي خطوة رئيسية في الإصلاح الاقتصادي.
- استمرار محدودية النظام المصرفي في أداء وظيفة الأساسية كوسيط مالي.

-دراسة « Lzah mohd tahir and nor mazlina service quality GAP « abu Bakr » between customres satisfactions of commercail banks of malaysia.2007

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك التجارية في ماليزيا (الساحل الشرقي في ماليزيا) ، بالإضافة إلى تقييم مستوى رضا العملاء عنها ، واستخدام الباحثان لهذا الغرض نموذج جودة الخدمة ، ولقد أظهرت نتائج الدراسة أن جودة الخدمات المقدمة فعليا من طرف هذه البنوك كان أقل من توقعات العملاء ، أما فيما يخص أهمية أبعاد جودة الخدمة فقد احتل بعد الاستجابة قائمة اهتمام العملاء بينما احتل بعد التعاطف الترتيب الأخيرة ، كما بينت النتائج أن الرضا العملاء عن جودة الخدمات المقدمة إليهم كان ضعيفا.

مقدمة

U Bilgin Z.and Shemwell D J « Service quality in the دراسة- banking (1997) sector in an emerging economy.a consumer yavas ،survey »

لقد تمت الدراسة على المنطقة الشمالية الغربية من تركيا حيث تم توزيع (200) استبيان وتم إعادة (150) منها .

وقد خلصت الدراسة إلى أن أي نجاح لبرنامج مطبق من البنوك حول جودة الخدمة يمكن قياسه فقط بواسطة خلق زبائن راضين جدد والإحتفاظ بهم كذلك فإن على الموظفين المسؤولين عن تقديم الخدمة الاهتمام برغبات الزبائن بالإضافة إلى رغبات الموظفين الذين يقدمون هذه الخدمة.

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي للبنوك

تمهيد:

تعتبر البنوك في أي اقتصاد العمود الفقري و الركيزة الأولى لتحقيق توجهه و سيره و تحقيق أهدافه ومن ثم فنجاحها ضرورة ملحة ،وتطورها شرطا أوليا ،إذ أنها تساهم في تعبئة المدخرات و جعلها تحت تصرف الأعوان الاقتصاديين بغية استغلالها بأكثر إنتاجية ،مما يؤدي الو وضع قطار التنمية على الطريق الملائم .

فهدف جودة الخدمات المصرفية هو مساعدة المؤسسات المالية و البنكية على التأقلم مع تحديات المعتمدة ،وبناءا على هذا يستوجب على البنوك أن تفتتح بأهمية الزبائن و درجة الرضا المطلوبة من طرفهم و المحافظة عليهم و إنتاج ما يمكن بيعه حسب حاجاتهم و رغباتهم.

المبحث الأول: ماهية البنوك

تعتبر البنوك ذات أهمية بالغة لأي اقتصاد كان، فهي من الركائز الأساسية للاقتصاد الحديث، وكذلك العصب المحرك، هذه الأهمية لم تكسبها من فراغ وإنما من خلال النشاطات والأدوار التي تقوم بها، حيث تسمح لهذا الاقتصاد وعلى اختلاف أنماط بالتطور والرقى .

استمد هذا الموضوع أهمية كونه يدرس واقعا اقتصاديا يمارس يوميا، وذلك لارتباطه الوثيق بالحياة العملية الأمر الذي جعله محل اهتمام العام والخاص. (هذلول، 2005)

المطلب الأول : تعريف البنوك

تعددت التعاريف الخاصة بالبنوك أو المصارف، ولعل أوسعها انتشارا واستخداما هو الذي يرى بأنها المؤسسات التي تتعامل أو تتاجر بالائتمان أو الديون. (خلف، 2006، صفحة 235)

وترجع كلمة بنك (Bank) إلى كلمة إيطالية الأصل وهي (Banco) ومعناها مقعد أو بالمعنى الدارج تعني مصطبة وكان يقصد بالمصطبة التي يجلس عليها الصرافون لتحويل العملة ثم تطور المعنى فيما بعد لكي يقصد بكلمة ؛ المنضدة التي يتم فوقها عد وتبادل العملات ثم أصبحت في النهاية تعني المكان الذي يوجد فيه تلك المنضد وتجر فيه المتاجرة بالنقود. (المغربي، 2016، صفحة 75)

أما المشرع الجزائري عرف البنك وفق قانون النقد والقرض على أن "البنك هو شخصية اعتبارية تمتن بصفة دائمة كل وظائف البنوك من استقبال الودائع ، منح القروض وتوفير وسائل الدفع وتسييرها"(الجزائري)

المطلب الثاني: نشأة البنوك وتطورها التاريخي

تعود البدايات الأولى للعمليات المصرفية إلى عهد بابل بالعراق في الألف الرابع قبل الميلاد، أما الإغريق عرفوا قبل الميلاد بأربعة قرون بدايات العمليات المصرفية مثل تبادل العملات وحفظ الودائع ومنح القروض. أما فكرة ممارسة التجارة بالنقود فقد بدأت في العصور الوسطى بظهور الصراف الذي يكتسب دخله من مبادلة العملات المحلية والأجنبية. وقد ظهرت البنوك بشكلها الحالي في الفترة الأخيرة من القرون الوسطى القرن الثالث والرابع عشر بعد ازدهار التجارة في المدن الإيطالية على إثر الحروب الصليبية مدينة جنوه

ولقد كان النظام النقدي السائد في تلك الفترة هو النظام النقدي السلعي (المعدني) وما يشمل عليه من مسكوكات ذهبية وفضية متداولة. ومن أبرز عيوب هذا النظام هو إمكانية سرقة النقود عندما كان يتم تخزينها ونقلها من مكان لآخر ، وقد كان التفكير في حفظ النقود في مكان أمين سببا في ظهور فكرة البنوك .

ظهور الصيرافة أو صاغة الذهب:

وبسبب الخوف من خطر السرقة فقد تعارف الأفراد على حفظ المعادن الثمينة والعملات المعدنية لدى أحد التجار أو المشتغلين بتجارة النقود أو بصاغة الذهب.

حيث حتمت عليهم الضرورة إقامة وسائل منيعة وخزائن قوية لحفظ الذهب والعملات المعدنية مقابل أتعاب يتقاضونها من أصحاب الودائع (عمولة). كما كان الصيرافة أو الصاغة بدورهم يسلموا أصحاب الودائع إيصالات عبارة عن شهادات أو وثائق إيداع ورقية تمثل قيمة المبالغ المودعة تثبت أن العملات لا معدنية الثمينة مودعة لدى التاجر أو الصانع الفلاني بحيث تستخدم كوسيلة للدفع. فأصبح الصيرافة يقدمون خدمات جديدة للتجار وللناس عموما تتمثل في قبول الودائع للمحافظة عليها من الضياع مقابل شهادات اسمية تمنح لهم ، ثم أصبحت تلك الشهادات تتداول بين الناس من شخص لآخر (نقل الحق في قيمتها) بحضور الطرفين ، وفيما بعد بمجرد التظهير . (المغربي، نقود والبنوك ، 2016، صفحة 71)

وقد أدى ازدهار التجارة وتداول وثائق الإيداع المعنوية باسم صاحبها، في بادئ الأمر واستخدامها كوسيط للتبادل بدلا من العملات المعدنية واعتياد الأفراد على استخدام تلك الوثائق الممثلة لثرواتهم المودعة لدى الصيرافة محل النقود، إلى تراكم أرصدة نقدية ذهبية كبيرة لدى الصيرافة.

لكن حتى هذه اللحظة فإن مجموع قيم الوثائق التي أصدرها الصاغة (الصيرافة) والتي في حوزة الأفراد تعادل تماما مجموع المبالغ المودعة (الأرصدة النقدية من المعادن) لدى الصيرافة وهذا ما يعرف باسم الغطاء الكامل، (أي أن الأرصدة النقدية من المعادن تغطي بالكامل كل الوثائق الورقية التي حوزتهم إلى عملات معدنية (نقود) سيجدون من العملات المعدنية لدى الصيرافة ما يطي تلك الوثائق .

وبمرور الوقت اكتشف الصاغة أن كل الأفراد لن يقوموا بتحويل كل الوثائق الورقية التي حوزتهم إلى عملات معدنية في آن واحد مما جعل الصيارفة يفكرون استغلال تلك العملات المعدنية المعطلة (أي ليس عليها سحب من قبل المودعين) في عمل القروض.

كانت الخطوة الهامة في تطور البنوك عندما اكتشف الصاغة أنهم لا يحتاجون للاحتفاظ في خزائهم بكل العملة المعدنية المودعة لديهم. فقد اكتشف الصياغة أن الذهب لا مودع لديهم لا يتم إلا سحب جزء صغير منهم من قبل لا مودعين، ثم أنه غالباً ما تكون اليومية مساوية تقريباً للودائع اليومية الجديدة. إلا أنه في بعض الأيام قد تكون المسحوبات أكثر من الودائع، ومن ثم إذا استطاع الصائغ أن يتوقع الكمية التي تزيد فيها المسحوبات عن الودائع، فإنه لن يحتاج للاحتفاظ في خزائنه من العملات المعدنية إلا ببعض العملات كاحتياطي لمواجهة الطوارئ من المسحوبات اليومية فقط. مما ترتب عليه قيام الصاغة بعملية إقراض الأفراد من أموال المودعين العاطلة لدهم وليس من أموال الصيارفة الخاصة. (المرجع السابق ص72)

وبمرور الوقت أدى اغتيال استخدام الأفراد ووثائق الإيداع كوسيط للتبادل بدلا من العملات المعدنية إلى توسع الصيارفة في عملية الإقراض بشكل كبير وشجع على ذلك أيضا هو اقتصار الصاغة عند تقديم القروض على كتابة ووثائق إيداع لهذه القروض أي أن القرض يكون في صورة ووثائق يصدها الصراف إلى الشخص المقترض وليس في صورة عملات (لأنها أصبحت الأكثر قبولا في التعامل من العملات المعدنية) ، و ثم أصبحت كل العملات المعدنية التي تحت يد الصاغة وفي خزائهم كاحتياطي لمقابلة المسحوبات من العملات المعدنية الذهبية والفضية. وهذه العملية كانت تسمى بخلق الائتمان أو خلق نقود الائتمان وهي ما تعرف اليوم في جهاز المصرفي بعملية خلق النقود لا وودائع أو خلق النقود المصرفية والتي تقوم بها البنوك التجارية ، مع فارق بسيط هو أن الشيكات المصرفية حلت محل ووثائق الإيداع والنقود الورقية حلت محل العملات المعدنية .

وبذلك أصبحت مجموعة قيم ووثائق الإيداع المتداولة بين الأفراد تتجاوز مجموع قيم العملات المعدنية الثمينة التي يحتفظ بها الصاغة. وبصيغة أخرى فإن إجمالي قيم العملات المعدنية الاحتياطية التي تحت يد الصاغة وفي خزائهم لمقابلة المسحوبات الذهبية والفضية لم تكن تمثل إلا جزء من إجمالي قيم ووثائق الإيداع التي أصدرها الصيارفة لعملائهم. وبذلك فقد

ولد مفهوم الاحتياطي المصرفي الجزئي أو الغطاء الجزئي وقد تحول الصاغة من مجرد حراس للمعادن الثمينة إلى بنوك.

وبرغم من هذه الممارسات التي يقوم بها الصاغة أو الصيارفة كانت تتم في بداية الأمر في الخفاء، إلا أنها أصبحت معلنة فيما بعد. عندئذ، أصبح الأفراد مقتنعين تماما إن هناك مزايا ومنافع متبادلة في ظل نظام الاحتياطي الجزئي. فقد كانت البنوك توفر خدمات الأمان والملائمة وخدمات المحاسبة والتسجيل وتحويل النقود بتكلفة ضئيلة أو بدون تكلفة أحيانا. وفي مقابل ذلك، يسمح للبنوك باستخدام ودائع الأفراد كاحتياطات تمكنها من القيام بأنشطة الإقراض.

ظهور بنك الدولة أو البنك المركزي:

ثم تطورت تجارة النقود وعملت على زيادة معدل التراكم الرأس مالي من العمليات المالية الإضافية وما ترتب على ذلك من اتساع حجم الأعمال المتعلقة بتجارة نقود من إقراض وإيداع والتحويل بين العملات المختلفة زادت الثقة في وثائق الإيداع وبدأ الصيارفة في إصدار وثائق الإيداع غير الاسمية (أي لحاملها). وقد دفع هذا التطور عض الوحدات المصرفية إلى إصدار حجم كبير من الأوراق النقدية فاقت قيمتها حجم الأرصدة الذهبية المودعة لديهم أو المملوكة بشكل أدى إلى إفلاس عدد منها. مما دعى بعض المفكرين إلى أهمية تكوين وحدات حكومية ملتزمة بقبول الودائع وحمايتها. وكان الهدف العاجل لمثل هذه الدعاوي هو إنشاء مؤسسات قادرة على تمويل التنمية الرأس مالية المزدهرة والناهضة. ومن هنا ظهر بنك الدولة أو البنوك المركزية.

ثم بدأت مرحلة جديدة في تطور البنوك عندما استوجب التطور المصرفي انفراد بنك الدولة (البنك المركزي) لعملية إصدار النقود وبوظائف أخرى مميزة وذلك بهدف تمكين الدولة من الإشراف على السياسات النقدية وتوجيهها. (المرجع السابق ص 73 74)

هكذا تطورت الممارسة المالية من صراف إلى بيت صرافة ثم إلى البنك، وأقدم بنك حمل هذا الاسم في التاريخ هو بنك برشلونة 1401، وأما أقدم بنك حكومي فقد تأسس في البندقية فينيسيا عام 1587 باسم (devialtaBancadellapiaza).

وأخذت البنوك تتوسع هي الأخرى في القرن التاسع عشر وتأخذ شكل شركات المساهمة، وذلك بمجيء الثورة الصناعية ودخول عصر الإنتاج الكبير

الذي يحتاج على تسيير أموال كبيرة. وبعد بلوغ الرأسمالية مرحلته الاحتكارية في أواخر القرن التاسع عشر بدأت حركة تركيز البنوك بواسطة الاندماج أو بطريقة الشراكة القابضة ومنه نشأت البنوك بفعل الحاجة لتسهيل المعاملات وهكذا واكبت نشوء الرأس مالية وساهمت كثيرا في تطورها.

المطلب الثالث: أهمية البنوك وأهدافها

أولا: أهداف البنوك

يهدف النشاط المالي في البنك إلى تعظيم ثروة ملاك المشروع أو بمعنى آخر تعظيم قيمة السهم في السوق الأوراق المالية بما يؤدي لتعظيم ثروة أصحاب حق الملكية وتعظيم الثروة هذا يتأتى عن طريق تعظيم الإيرادات أو تخفيض المصروفات أو كلاهما معا. (الصيرفي، 2007، صفحة 14)

ثانيا: أهمية البنوك

- نظرا لتنوع استثمارات المصارف فإنها توزع المخاطر مما يجعل في إمكان الدخول في مشاريع ذات مخاطر عالية.
- بدون المصارف تكون المخاطرة أكبر لاقتصار المشاركة على مشروع واحد.
- يمكن للمصارف نظرا لكبر حجم الأرصدة أن تدخل في مشاريع طويلة الأجل.
- إن وساطة البنوك تزيد من السيول الاقتصاد بتقديم أصول قريبة من النقود تدر عائدا مما يقلل الطلب على النقود.
- بتقديم أصول مالية متنوعة المخاطر وعائد مختلف وشروط مختلفة للمستثمرين فإنها تستوعب جميع الرغبات وتستجيب لها.
- تشجيع الأسواق الأولية التي تستثمر وتصدر الأصول المالية التي يحجم عنها الأفراد خوفا من المخاطرة. (الجيلاني، صفحة 10)

المبحث الثاني: أشكال البنوك.

المطلب الأول: البنك المركزي

يمكن تعريف البنك المركزي (central Bank) بأنه عبارة عن مؤسسة مالية تقف على قمة الجهاز المصرفي في الدولة، ولا يهدف البنك المركزي إلى تحقيق الربح مثل البنوك التجارية، بل يهدف على تحقيق المصلحة الاقتصادية العامة للمجتمع، وذلك من خلال استخدامه للسياسة النقدية، وبالتالي فإن البنك المركزي يهدف إلى زيادة مستوى الناتج القومي والارتفاع بمعدل النمو فيه، فضلا عن الارتفاع بمستوى التوظيف، هذا بالإضافة إلى تحقيق الاستقرار المالي والنقدي للمجتمع. (الكافي، 2016، صفحة 95)

وفي تعريف آخر البنك المركزي هو مؤسسة نقدية حكومية تهيمن على النظام النقدي والمصرفي في البلد، ويقع على عاتقها مسؤولية إصدار العملة ومراقبة الجهاز المصرفي، وتوجيه الائتمان لزيادة النمو الاقتصادي والمحافظة على الاستقرار النقدي عن طريق توفير الكميات النقدية المناسبة داخل الاقتصاد وربطها بحاجات النشاط الاقتصادي. (يوسف، 2015، صفحة 76)

وظائف البنك المركزي:

يقوم البنك المركزي أساسية لعل أهمها أنه أولا: بنك الإصدار، فهو يكثر الإصدار النقدي، ثانيا: إنه بنك الحكومة، ثالثا: بنك المركزي هو بنك البنوك أو المقرض الأخير، رابعا: البنك المركزي هو المشرف على السياسة الائتمانية. وسوف نتناول كل وظيفة من هذه الوظائف على حدة.

أولا: بنك الإصدار

كان يطلق على البنك المركزي حتى القرن العشرين بنك الإصدار، حيث تفضل الدولة الحديثة منح سلطة الإصدار إلى مؤسسة نقدية واحدة هي البنك المركزي عن أن تقوم نفسها بمزاولة هذه السلطة أو منحها لعدد من المؤسسات النقدية وذلك لأسباب التالية:

- 1- توحيد جهة الإصدار يؤدي إلى توحيد أوراق البنكنوت. وبالتالي تسهيل التعامل وزيادة الثقة في النقود الورقية. المصدرة من جهة غير حكومية (مستقلة).
- 2- توحيد جهة الإصدار يؤدي إلى قدرة هذه الجهة في التحكم في الائتمان ذلك عن طريق التحكم في حجم النقود المصدرة.

3- توحيد جهة الإصدار في مؤسسة نقدية واحدة يساعد الحكومة على المشاركة في الأرباح المتولدة عن نشاط الإصدار وكذلك الحصول على قروض بطريقة سهلة.

وهذا وتمارس الدولة إشرافها ورقابتها على عملية الإصدار البنك المركزي للنقود الورقية عن طريق قيود قانونية لتنظيم هذه العملية وترتبط هذه القيود أساسا بضرورة توافر غطاء نقدي معين للنقود الورقية المصدرة والهدف المشروع من ذلك إلى توافر نوع من التلقائية والمرونة في الإصدار. فكلما زاد ما لدى البنك من الغطاء النقدي المطلوب، زادت النقود المصدرة والعكس صحيح. ومن ثم تتناسب النقود المعروضة مع مستوى النشاط الاقتصادي القومي، كما يهدف المشرع أيضا من شرط الغطاء النقدي إلى تقييد سلطة البنك في الإصدار وبالتالي حماية الاقتصاد القومي من خطر الإفراط في الإصدار. (حميد وموسى، 2018)

نظم الغطاء النقدي العالمي:

1. الغطاء النقدي الذهبي الكامل:

في ظل هذا النظام يتكون الغطاء من الذهب بالكامل ، ومن ثم تحدد مقدرة البنك على الإصدار بما لديه من ذهب أو بمعنى آخر يبلغ الغطاء الذهبي 100% من النقود المصدرة ، وهذا النظام يتسم بالجمود وعدم تناسبه مع احتياجات التعامل الاقتصادي من النقود . فإذا لم تتوفر كميات كافية من الذهب لا يستطيع البنك أن يصدر النقود المطلوبة ولقد تركت معظم الدول هذا النظام.

2. الغطاء النقدي الذهبي الجزئي:

في ظل هذا النظام يضع المشرع حدا أقصى للنقود الورقية المصدرة المغطاة بسندات حكومية وما زاد عن الحد يغطي بالكامل بالذهب، ويتميز هذا النظام بشيء من الجمود فيما يتصل بعملية الإصدار التي تزيد عما لدى البنك من سندات حكومية إذ لكي يقوم البنك بالإصدار لابد من توافر كميات من الذهب تعادل تماما قيمة النقود المصدرة .

3. الغطاء النقدي الذهبي النسبي :

في ظل هذا النظام يحدد المشرع نسبة معينة من النقود المصدرة تغطي بالذهب ويغطي الباقي بأدونات الخزائنة والسندات الحكومية وغيرها من الأوراق المالية وفي هذا النظام مرونة أكثر من النظام السابق. إلا أنه يتعرض لعيب يتلخص في أن التغير فيما لدى البنك من أرصدة ذهبية سيؤدي على تغير ضامن في النقود المصدرة مما قد ليتناسب ومتطلبات النشاط الاقتصادي من النقود.

4. الحد الأقصى للإصدار:

في ظل هذا النظام يضع المشرع حدا أقصى للنقود المصدرة دون إلزام بوجود أي غطاء ذهبي لهذه النقود والعيب هنا في احتمال عدم تناسب الكمية المصدرة من النقود وفقا لهذا الحد من مستوى النشاط الاقتصادي السائد. ولا يمكن زيادتها إلا بتغير القانون. وهذا النظام يتصف بالجمود النسبي ومن ناحية أخرى قد يضع المشرع حدا أكبر من احتياجات الاقتصاد القومي للنقود مما يعرض النشاط الاقتصادي لخطر التضخم.

5. غطاء النقدي الذهبي النسبي - الجزئي:

في ظل هذا النظام يحدد المشرع نسبة معينة النقود المصدرة وودائع البنك المركزي تغطي بالذهب ويترك الجزء الباقي ليغطي بأصول يحددها البنك نفسه ويعد هذا النظام خطوة في طريق فكرة الغطاء الكامل، ويتميز بقدر أكبر من المرونة بالمقارنة بالنظام الثابت وإن كان يعاني من نفس العيب الذي يتعرض له النظام المذكور.

6. الإصدار غير المقيد:

في ظل هذا النظام يصبح للبنك المركزي مطلق الحرية في عملية الإصدار ولا يخضع لأية قيود خاصة بالغطاء. ومن ثم كيف البنك عملية الإصدار تبعا لمستوى النشاط الاقتصادي، واحتياجات هذا النشاط إلى نقود، وبالطبع يتميز هذا النظام بأقصى درجات المرونة، وإن كان في نفس الوقت يتميز بالخطورة لأنه يعرض الاقتصاد القومي للتضخم. ويتأسس هذا النظام على وظيفة البنك المركزي في التحكم في حجم الائتمان وبالتالي في مستوى النشاط الاقتصادي.

(يامن ح.، 2011، الصفحات 132-135)

ثانياً: بنك الحكومة

تأتي هذه الوظيفة انطلاقاً من مهمة البنك المركزي الأولى وهي وظيفة الإصدار النقدي ومن أبرز المهام التي يؤديها البنك المركزي للحكومة.

* إدارة وتنظيم حسابات المؤسسات والمشاريع الحكومية والاحتفاظ بالودائع التابعة لهذه المؤسسات.

* تقديم قروض استثنائية في أوقات الحروب.

* يقوم البنك المركزي بتنفيذ السياسة النقدية التي تتبناها الدولة وتقديم المشورة للحكومة في رسم السياسة المالية والاقتصادية للدولة.

* يوكل إلى البنك المركزي من قبل الدولة القيام بالرقابة على الصرف الأجنبي والتحويل الخارجي.

* إمداد الحكومة باحتياجاتها من العملة الأجنبية.

وكذلك يقع على عائق البنوك المركزية مسؤولية إدارة الدين العام للدولة الداخلي والخارجي من خلال إدارة الموجودات المالية التابعة للحكومة داخل السوق المالية وتحصيل قيمها وتسديد الفوائد المترتبة عليها، وكذلك إدارة مسؤولية القروض الخارجية وتسديد أقساطها وفوائدها والمفاضلة بين القروض الداخلية والخارجية

ومن خلال هذه الوظيفة تقوم البنوك المركزية بالتنسيق بين السياستين المالية والنقدية على مستوى الاقتصاد الوطني. (حميد وموسى، 2018، الصفحات 27-28)

ثالثاً: بنك البنوك

يحتل البنك المركزي أهمية خاصة للبنوك التجارية، فهي تلتزم بإيداع نسبة معينة من أموالها السائلة لديه، كما أنه تلجأ إليه عند حاجتها إلى النقود القانونية، وهو الذي ينظم تسوية الالتزامات التي تنشأ بين البنوك التجارية المختلفة (عمليات المقاصة).

أولاً: الاحتفاظ بودائع البنوك التجارية: جرى العمل على أن تحتفظ البنوك التجارية لدى البنك المركزي بجزء من أرصدها النقدية السائلة وهذا الجزء يتم تحديده أما عن طريق العرف أو عن طريق القانون .

ثانياً: إقراض البنوك التجارية : والمقصود بهذه الوظيفة هو ووقوف البنك المركزي مستعداً على الدوام لمد يد العون للسوق الائتماني في حالات الضيق المالي أو عند الضرورة بوضعه ما يلزم من الأرصدة النقدية الحاضرة تحت تصرف البنوك التجارية . وفي هذا الصدد يفرق بين عمليات الائتمان العادية وعمليات الائتمان الاستثنائية.

وبالنسبة إلى عمليات الائتمان العادية : يتخذ الائتمان الذي يمنحه البنك المركزي للبنوك التجارية شكلاً من اثنين : أما الخصم وإعادة الخصم وإما الإقراض بضمانات. وغالباً ما تفضل البنوك التجارية الحصول على حاجاتها عن طريق الاقتراض المباشر وذلك لبساطة إجراءاته وسرعة إنائها . وفي كافة الأحوال يستطيع البنك التجاري الحصول على الائتمان الممنوح له من البنك المركزي أما في شكل أوراق نقدية ، لمواجهة طلبات السحب النقدي ، وأما في شكل زيادة في حسابه أو رصيده لدى البنك المركزي لغرض إعادة تكوين احتياطه أو لمواجهة حساباته المدينة في غرفة المقاصة . ويتحصل المغزى الحقيقي في حصول البنوك التجارية على هذا النوع من الائتمان في تقوية مركزها من حيث السيولة وفي إسباغ قدر أكبر من المرونة على جهاز الائتمان في المجتمع ، غير أنه ينبغي ألا يساء استخدام هذه الإمكانية لزيادة سيولة البنوك التجارية التي يوفرها البنك المركزي بوضع موارده في متناول البنوك فقده ماله من سلطة على أرصدة البنوك التجارية وبالتالي على خلق الائتمان ذلك أن للبنك أن يفرض على ما يقدمه من تسهيلات عن طريق الإقراض أو إعادة الخصم أسعار الفائدة التي تتراءى له بما يحول دون استعمال البنوك لهذه التسهيلات بما لا يتفق مع الصالح العام.

ويقصد بعمليات الائتمان الاستثنائية قيام البنك المركزي بمنح الائتمان إلى البنوك التجارية في أوقات المالية ، ويعتبر قيام البنك المركزي بهذه الوظيفة ، والتي تعرف بوظيفة المقرض الأخير ، شرطاً ضرورياً لنجاح مساعيه في تدعيم السياسة النقدية والائتمانية . وللبنك المركزي أن يحدد الشروط التي يتدخل على أساسها لإقراض البنوك التجارية في مثل هذه الأحوال . فإذا كان قيام البنك المركزي بمساعدة البنوك التجارية في أزمته وإمدادها بالنقود التي تواجه بها طلبات السحب النقدي الاستثنائية بعد لاشك واجباً أساسياً من واجباته ، فإن هذا لا يعني أن لهذه البنوك حقاً في طلب هذا الائتمان الاستثنائي من البنك المركزي بلا حدود ومهما كانت الظروف .

ثالثا : تسوية عمليات المقاصة بين البنوك : والمقاصة هي أسلوب خاص أي تصفية الشيكات التي تتلقاها البنوك من عملائها بقصد تحصيلها لحسابهم من البنوك الأخرى والقيام بتسوية الأرصدة المختلفة عن هذه العملية بطريق نقل الحساب على دفاتره بين حسابات البنوك وهو يقوم بذلك المهام إلى تسهيل تسوية المدفوعات بين مختلف أجزاء النظام المصرفي فحسب ، وإنما يؤدي إلى الاقتصاد في استعمال النقود في تسوية العمليات المصرفية أيضا .(كامل، 2006، الصفحات 134-135)

رابعا :التحكم في حجم الائتمان والرقابة عليه بتنفيذ سياسة نقدية :

إن وظيفة التحكم في حجم الائتمان والرقابة عليه هي من أهم الوظائف التي قوم بها البنك المركزي والتي تتطوي على العديد من الوظائف الأخرى عندما ينفذ السياسة النقدية بأدواتها المختلفة حيث تتطوي هذه السياسة على ثلاثة أدوات كمية رئيسية تتحول إلى ثلاث وظائف فرعية تصب في وظيفة التحكم في حجم الائتمان والرقابة عليه ، فهناك وظيفة المحافظة على الاحتياطي النقدي والذي تمتلكه البنوك التجارية وتودعه لدى البنك المركزي حيث أنه بزيادة أو تخفيض نسبة الاحتياطي القانوني يستطيع البنك المركزي التحكم والرقابة على الائتمان وكذلك وظيفة إعادة خصم الأوراق التجارية حيث إنه بزيادة نسبة إعادة الخصم أو تخفيضها يستطيع البنك المركزي أن يتحكم ويراق بالائتمان بالزيادة أو النقصان ، كذلك عند استخدام أداة السوق المفتوحة ، فتتحول إلى وظيفة السوق المفتوحة ، حيث يستطيع البنك المركزي أن يتحكم في الائتمان بشراء وبيع الأوراق المالية الحكومية ، وهكذا يلاحظ أنه عندما يستخدم البنك المركزي أدوات السياسة النقدية في شكل وظائف فرعية فهو يقوم بوظيفة التحكم ومراقبة الائتمان إلى جانب مجموعة أخرى من الأدوات النوعية الكيفية التي تدعم تلك الوظيفة وتؤكددها.

ويجب أن نذكر أن وظيفة التحكم في الائتمان والرقابة عليه يقصد به تحكم البنك المركزي في حجم كمية النقود المصرفية التي تستطيع البنوك التجارية أن تخلفها وحتى يتمشى حجم الائتمان في الاقتصاد القومي مع مستوى النشاط الاقتصادي المرغوب فيه منها لإحداث تضخم نقدي أو حدوث كساد.

مع الإشارة إلى أن هناك بالإضافة إلى ذلك مجموعة من الأدوات النوعية أو الكيفية تستخدم لتلافي العيوب التي تتولد عند ممارسة الأدوات الكمية الرئيسية السابقة والمتمثلة في تغيير نسبة الاحتياطي القانوني وسعر إعادة الخصم وممارسة وظيفة السوق المفتوحة.

والهدف من استخدام الأدوات النوعية الكيفية عموماً هو إحداث تغييرات هيكلية في هيكل الائتمان وبالتالي المعروض النقدي مثل توفير الائتمان المصرفي لمجال معين من الاستثمار.

ويجب ملاحظة أن مدى نجاح الأدوات النوعية الكيفية التي يستخدمها البنك المركزي ومدى تأثيرها على توجيه الائتمان المصرفي إنما يتوقف على الجدية ومراقبة استخدام القروض في المجالات المخصصة لها . وبذلك قد يلجأ البنك المركزي أحياناً في استخدام الوسائل المباشرة فيما يعرف بالرقابة المباشرة لتعزيز الأدوات الكمية والكيفية ولضمان فعاليتها وأحياناً أخرى يمكن للبنك المركزي أن يستخدم الرقابة المباشرة كبديل للأدوات الأخرى حسب الظروف الاقتصادية السائدة ومدى الحاجة لتدخل البنك في شؤون الائتمان .

والرقابة المباشرة على الائتمان قد تتخذ شكل الإقناع الأدبي والتأثير الأدبي بحكم مكانة البنك المركزي لدى البنوك الأخرى ، ويعتمد البنك المركزي في ذلك على مدى قدرته على إقناع البنوك التجارية بطبيعة الأوضاع الاقتصادية السائدة وتقديم النصائح لها ومطالبتها بجدية تنفيذ مذل هذه التوجيهات ، كما أن تصرفات البنك المركزي كمرشد في مجال الائتمان يجب أن تترجمها البنوك التجارية وتعتبرها من الناحية الأدبية ، تحرض على الأخذ بها ويهتدي بها .

ومن ناحية أخرى يأتي أسلوب التعليمات الصريحة في مجال الرقابة المباشرة على الائتمان ، من خلال إصدار قرارات الملزمة والأوامر المباشرة للبنوك التجارية ، ويجب ألا تتجاهل البنوك التجارية مثل هذه التعليمات وإلا تعرضت لبعض أنواع العقوبات التي يخول القانون البنك المركزي لفرضها وتتخذ مثل هذه التعليمات صوراً متنوعة حسب الظروف الاقتصادية السائدة لتحديد حداً أقصى للفروض الواجب منحها ، أو إلزام البنوك بتوجيه جزء من مواردها لاستثمارات معينة طوعية أو تعليمات أخرى يراها البنك ضرورية لتحقيق عملية التوجيه الائتمان وسلام النظام النقدي المحلي في الاقتصاد القومي .

وعموماً فإن قدرة البنوك المركزية على تحقيق أهدافها من الرقابة على الائتمان المصرفي يتوقف على العوامل التالية :

- الصلاحيات الممنوحة للبنك التجاري ومدى سيطرته على البنوك التجارية .
- درجة اعتماد البنوك التجارية على البنك المركزي كملجأ ومقرض أخير .
- نوع العمليات الائتمانية والإقراضية التي تقوم بها البنوك التجارية .

- مدى فعالية الأدوات الكمية للسياسة النقدية. (الحميد، 2013، الصفحات 361-363)

خصائص البنك المركزي :

* مؤسسة مستقلة بذاتها ،مكانتها على هرم الجهاز البنكي تعمل بلا هوادة لصالح الدولة ولبس للصالح الخاص.

* هوالمسؤول بشكل منفرد على صياغة السياسة النقدية الرشيدة وعلى إدارة شؤون النقد والائتمان بما يستجيب لقرارات وسياسات الحكومة التي ترغب هذه الأخيرة في تنفيذها وضمان نجاحها .

* هوالمسؤول على رقابة عمل مختلف البنوك التجارية والمؤسسات المالية التي تنضوي تحت لواء الجهاز البنكي .

* مبدأ الوحدة أي وجود بنك مركزي واحد .(فارس، 2013، صفحة 38)

المطلب الثاني: البنوك التجارية

يختلف هدف البنك المركزي على هدف البنوك التجارية أوالمشروعات الخاصة من حيث تحقيق الربح ، فيجب أن يكون هدفه تحقيق مصلحة الاقتصاد القومي .

إن الشكل الأول والبداي للبنوك التجارية هوالصراف الذي يبتعامل ببيع وشراء

العملات الأجنبية ومبادلتها بعملات وطنية حيث كان سابقا التعامل يتم بالنقود المعدنية التي تتطلب التأكد من وزنها وعيارها .

أولا : مفهوم البنوك التجارية

البنك التجاري هو بنك عام النشاط وغير متخصص حيث يتلقى الإيداعات ويمنح القروض لكافة الأفراد والمؤسسات مختلفة الأنشطة الاقتصادية والتجارية ، ويقوم نشاط البنك في الأساس على التمويل قصير الأجل ، وتشهد البنوك التجارية مرونة كبيرة في هذا المجال إذ لم تعد وظائفها تقف عند حد الوظائف النقدية أوالتمويلية التقليدية ، بل تقوم بعدد من الأنشطة التي تدر عليها عائدا كبيرا .(يامن ح.، 2011، صفحة 104)

يعتبر البنك التجاري نوعاً من أنواع المؤسسات المالية التي يركز نشاطها في قبول الودائع ومنح الائتمان ، والبنك التجاري بهذا المفهوم يعتبر وسيطاً بين أولئك الذين لديهم أموال فائضة ، وبين أولئك الذين يحتاجون لتلك الأموال . وعلى الرغم من أن البنوك التجارية لا تعتبر الوسيط الوحيد في هذا المضمار . إلا أنها تتسم بصفات معينة تميزها عن غيرها من الوسطاء (جلدة، 2009).

ثانياً : وظائف البنك التجاري

تقوم البنوك التجارية إلى جانب وظيفتها الرئيسية في خلق النقود - الودائع بثلاث وظائف أساسية هي قبول الودائع ومنح الائتمان وخصم الأوراق التجارية هذا فضلاً عن العديد من الخدمات المرتبطة بتلك الوظائف وأهمها ما يلي:

* قيام البنك التجاري بتحصيل مستحقات عملائه من مصادرها المختلفة سواء تعلقت هذه المستحقات بشيكات أو بكمبيالات أو بسندات اذنية مسحوبة لصاحبها أو باسمهم أو بسندات أو أسهم يمتلكونها أو غير ذلك، وكذلك بدفعه ديونهم لمستحقيها، وذلك كله في داخل الدولة أو في خارجها .

* قيام البنك بتجميع مدخرات عملائه في شراء أصول ذات سيولة مرتفعة أو استثمارها ، وذلك بواسطة إدارة متخصصة في البنك تعرف عادة بإدارة الاستثمار .

* استبدال البنك للعملات الأجنبية بعملة وطنية ، وبالعكس .

* تأجير البنك خزائن صغيرة لعملائه يحتفظون فيها بمنقولاتهم الثمينة من مجوهرات وأوراق هامة ونقود .

* إصدار النقود لخطابات ضمان لمصلحة عملائه يتعهد فيها بسداد مبالغ معينة ملتزمين بدفعها إذ لم يقوموا بسدادها . وهنا لا يقدم البنك لأية أموال ، وإنما وعد أو كفالة لعمله .

* قيام البنك بالتعامل في الأوراق المالية على اختلاف أنواعها سواء لمصلحة عملائه أم لمصلحته هو نفسه . (حامد، 2003، الصفحات 94 - 95)

ثالثا : خصائص البنك التجاري

- للبنوك التجارية مجموعة من الخصائص التي تميزها عن بقية البنوك والمؤسسات المالية الأخرى ، ومن أهم العناصر التي تصنع هذا الفرق ما يلي :
- * أنها أكثر المؤسسات المصرفية انتشارا ، من حيث العدد والحجم .
 - * تقبل الودائع الجارية (تحت الطلب) من جميع فئات المجتمع .
 - * أدى قبول الودائع الجارية إلى انتشار استخدام الشيكات، مما قل من استخدام النقود.
 - * تساهم في تجميع المدخرات الصغيرة والكبيرة في المجتمع ، فتلبي رغبات الفئات كافة ، من حيث أهداف الادخار ، فتقبل جميع أنواع الودائع .
 - * تعمل باستمرار على أنواع مختلفة من الودائع ، ضمن أنواع الودائع المختلفة .
 - * يمثل رأس المال لديها نسبة بسيطة من إجمالي مواردها .
 - * لا يستطيع البنك استثمار الودائع لديه بالكامل .
 - * تمنح القروض قصيرة الأجل ، لغايات التجارة أو الاستعمال الشخصي ، على نحو خاص .
 - * تساهم مساهمة كبيرة في إيجاد النقود ، عن طريق قيامها بقبول الودائع ، ومنح الائتمان .
- (جبر، 2008، صفحة 43)

المطلب الثالث: البنوك المتخصصة

تؤدي البنوك المتخصصة دورا هاما في خدمة التنمية الاقتصادية في شتى القطاعات ، وهي بذلك تمارس نوعا من التخصص لاتجاه قطاع اقتصادي معين تركز فيه نشاطها التمويلي والخدمي بغرض زيادة معدلات النمو الاقتصادي.

أولا : مفهوم البنوك المتخصصة

هي مؤسسات مالية ومصرفية تتعامل بأدوات الائتمان المختلفة في السوقين النقدي والمالي من خلال القيام بمهمة الوساطة المالية بين أنواع محددة من المقرضين والمقترضين .(هذلول، 2005، صفحة 171)

وفي تعريف آخر تعرف على أنها مؤسسات مالية التي يغلب على نشاطها القيام بالعمليات المصرفية التي تخدم نوعا محددًا من النشاط الاقتصادي، وذلك وفقا للقرارات الصادرة بتأسيسها، والتي لا يكون قبول الودائع تحت الطلب من أنشطتها الأساسية ومن ناحية أخرى يمثل الإقراض متوسط وطويل الأجل جانبا هاما من الاستخدامات التي تضع فيها هذه البنوك مواردها. (المطايعة، 2014، صفحة 195)

ثانيا: أشكال البنوك المتخصصة

تختلف أشكال ووظائف البنوك المتخصصة باختلاف القطاع الاقتصادي الذي تخدمه هذه البنوك وهوما توضحه الفقرات التالية: (عطية، 2003/2002، الصفحات 17-18)

أولاً: البنوك الصناعية: تعتبر هذه البنوك مؤسسات مالية متخصصة في التمويل الصناعي عن طريق منح قروض طويلة ومتوسطة وقصيرة الأجل، إلى جانب قيامها بالوظائف التالية :

- تأمين الموارد اللازمة للعمليات الجارية في المشروعات الصناعية بما ينطوي عليه من موارد خام وأجور وخلافه.
- تأمين الموارد اللازمة للعمليات الرأسمالية في المشروعات الصناعية كما في حالات التوسعات والتجديدات وإضافة خطوط إنتاجية جديدة.
- تأمين الموارد اللازمة لتأسيس وإنشاء المشروعات الصناعية الجديدة بما ينطوي عليه ذلك من دراسات الجدوى ومباني والآلات وتجهيزات وخلافه.

ثانيا: البنوك الزراعية: تعتبر هذه البنوك مؤسسات مالية مختصة في التمويل الزراعي بمختلف صورته عن طريق منح القروض والسلف النقدية والعينية سواء لأجل قصيرة او متوسطة أو طويلة وتمتد وظائفها لتشمل:

- 1- تمويل العمليات الجارية للمشروعات الزراعية القائمة عن طريق منح السلف النقدية والعينية للمزارعين لمساعدتهم على أعباء عملهم.
- 2- تمويل العمليات الرأسمالية للمشروعات الزراعية التي تسعى إلى زيادة طاقتها الإنتاجية عن طريق توسع نطاق أنشطتها.
- 3- تمويل عمليات استصلاح الأراضي الجديد بما يحقق هدف التوسع الأفقي.
- 4- تمويل عمليات التوسع الرأسي لتحسين نوعية وإنتاجية المحاصيل الزراعية وغيرها.

ثالثاً: البنوك العقارية : تعتبر هذه البنوك مؤسسات مالية متخصصة في أنشطة التمويل العقاري عن طريق منح الائتمان طويل الأجل عادة للمستثمرين في مجالات الأراضي والعقارات المدنية والتشييد ، إضافة إلى دخولها كمستثمر في عملية البناء والتشييد باعتبار ان ذلك يكون له مردود

اقتصادي يتجسد في الدخل العائد على هذه البنوك والمتمثل في الفرق بين أسعار بيع الوحدات المبنية وتكاليف تشييدها ، وأخر اجتماعي يتجسد في إسهامها في توفير عدد كبير من الوحدات المبنية سواء لأغراض السكن ، أو لأغراض أخرى مما يلي احتياجات فئات جديدة من الأفراد ذوي المستويات الاقتصادية متفاوتة.

رابعاً: البنوك التجارية: تعتبر هذه البنوك مؤسسات مالية متخصصة في تمويل التجارة الخارجية والمعاملات الدولية كالاستيراد والتصدير، وما يرتبط بها من أنشطة مصرفية أخرى كخطابات الضمان والاعتمادات المستندية والكمبيالات المقبولة والظهرة، وعقود الصرف الآجلة ، ويتم ذلك عن طريق منح تسهيلات ائتمانية .

خامساً: بنوك الاستثمار الأعمال: تختلف تسمية هذه البنوك من بلد إلى آخر، ففي أمريكا تسمى بنوك الاستثمار، أما في بريطانيا تسمى بنوك التجارة ، وفي فرنسا تسمى بنوك الأعمال ، وقد يطلق عليها بنوك التنمية .

وبنوك الاستثمار والأعمال هي عبارة عن مؤسسات مالية متخصصة تقوم بدور الوسيط بين بائعي الأوراق المالية الجديدة والمستثمرين فيها لذلك فهي من المؤسسات السوق الأولية بالإضافة إلى أنها من المؤسسات السوق النقدية (عملات أجنبية فورية) عندما تقوم بعمل الصرافين .

ويتعامل هذا النوع من البنوك المتخصصة مع فرص الاستثمار المتوسطة الأجل والطويلة الأجل وتعتمد هذه البنوك على موارد مستقرة نسبياً مثل راس المال والاقتراض طويل الأجل والودائع الادخارية طويلة الأجل .

وتقوم هذه البنوك بوظائف مهمة منها: القيام بتسويق إصدارات الأوراق المالية الجديدة (أسهم، والسندات... الخ) وذلك من خلال نشاطها كمؤسسات سوق أولية . التعرف على فرص الاستثمار والإجراءات المتعلقة بجداولها الاقتصادية والترويج لهاة الإشراف على تأسيسها وتقديم الاقتراحات ذات العلاقة بتهيئة البيئة الاستثمارية الملائمة في المجتمع.

دراسة جدوى إصدارات الأوراق المالية الجديدة وتقديم الاستشارة في النواحي المالية والقانونية اللازمة لذلك المساعدة في دراسة جدوى عمليات الاندماج وإعادة التنظيم وإنشاء الشركات التابعة ودراسات الجوانب القانونية ذات العلاقة. القيام بأعمال صرافة العملات وخاصة لكبار

المتعاملين ولمحفظة البنك الخاصة من خلال غرفة التعامل الموجودة فيه والمزودة بأحدث وسائل الاتصال الإلكتروني.

ثالثا : خصائص البنوك المتخصصة

تتفرد البنوك المتخصصة بمجموعة الخصائص التالية : (حنفي، 2007، صفحة 93)

1- لا تتلقى ودائع من الأفراد، وإنما تعتمد على رؤوس أموالها، وما تصدره من سندات تستحق الدفع بعد آجال طويلة وما تعتمد من قروض طويلة الأجل تحصل عليها من البنك المركزي والبنوك التجارية قد تكون أهدافها هذه اجتماعية، لذلك قد تعاونها الدولة وتمنحها القروض بسعر فائدة مميز .

2- لا تقتصر نشاط هذه البنوك على عمليات الإقراض فقط، بل قد تقوم بالاستثمار المباشر، إما عن طريق إنشاء مشروعات جديدة أو المساهمة في رؤوس أموال المشروعات وتقديم الخبرات الفنية في مجال تخصص البنك.

المبحث الثالث: تطور نظام المصرفي الجزائري وأهم الإصلاحات التي عرفها

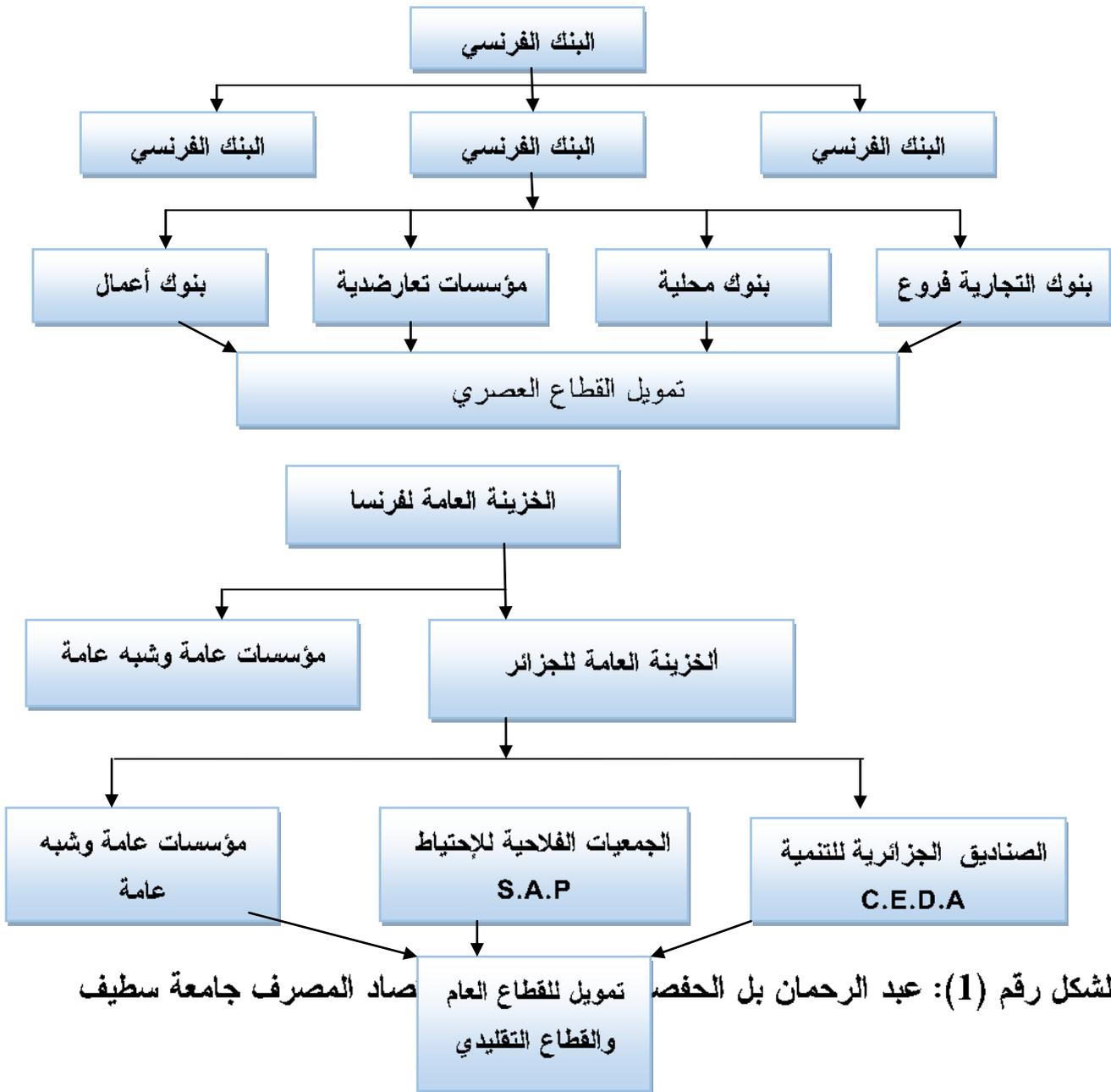
المطلب الأول: مدخل تطور النظام المصرفي الجزائري

شهد القطاع المصرفي الجزائري العديد من الإصلاحات بداية من السنوات السبعينيات وإلى غاية السنوات الأخيرة حيث هدفت في مجملها إلى مسايرة ومواكبة المستجدات والمتغيرات الاقتصادية التي شهدتها النظام الاقتصادي الوطني، ومختلف التأثيرات الاقتصادية العالمية، فعكست بذلك التوجه الاقتصادي المنتهج كل مرحلة قسمناها إلى:

مرحلة الأولى قبل الاستقلال:

لم تكن الهياكل المصرفية الموجودة في الوقت الاستعمار إلا امتدادا وتوسعا للهياكل الفرنسية والأجنبية عموما ، لهذا تم خلق نظام للتداول بالفرنك الفرنسي الذي لم يؤكد رسميا إلا في سنة 1849، لينشئ بعدها معهد الإصدار اسم "بنك الجزائر" في 4 أوت 1851 وكان يهدف إلى تمويل وتنمية جميع الأنشطة الاقتصادية وتسهيل عملية التجارة التبادل بين الفرنسيين والمستعمرين المقيمين في الجزائر لكنه عرف أزمة شديدة في فترة ما بين 1880 و1900 بسبب المبالغة في منح القروض، فتغير اسمه ليتحول إلى "البنك الجزائري التونسي" في 8

جانفي 1904 ثم عاد اسمه من جديد "بنك الجزائر" بعد حصول تونس على استقلالها في عام 1958، واستمر في أشغاله حتى 31 ديسمبر 1962 أين حل محله "البنك المركزي الجزائري" بعد استعادة البلاد لسيادتها. (بوزيدي، 2003، صفحة 3)



الشكل رقم (1): عبد الرحمان بل الحفص: تمويل للقطاع العام والقطاع التقليدي صاد المصرف جامعة سطيف

مرحلة الثانية بعد الاستقلال:

بعد الاستقلال مباشرة، بذلت السلطات ال (حميد وموسى، 2018) جزائرية كل ما في وسعها لاسترجاع كامل حقوق سيادتها بما في ذلك حقها في إصدار النقد وإنشاء عمله وطنية فباشرت بإنشاء البنك المركزي سنة 1962، والدينار الجزائري سنة 1964 (حميدات، 1996، صفحة 125)، وتأميم بنوكها عام 1966، وكان البنك في هذه الفترة يهتم بتأمين التمويل للقطاعات غير

زراعية بقروض الاستغلال بينما كانت القطاعات الزراعية تمول مباشرة من طرف البنك المركزي، كما عرفت هذه الفترة تأسيس معظم الجهاز المصرفي الجزائري بصفة عامة كما يلي:

- البنك الجزائري (BCA) في 13 ديسمبر 1962 (قانون، 13/12/1962، صفحة 62/144):

هو أول مؤسسة نقدية تم تأسيسها في الجزائر المستقلة بموجب قانون رقم 144/62 وقد ورث اختصاصات بنك الجزائر الذي تأسس في عهد الاستعمار، كما أوكلت إليه جميع مهام البنوك المركزية من إصدار نقدي، إعادة الخصم، بنك البنوك، المراقبة على الائتمان والمسؤولية عن السياسة النقدية.

- الصندوق الوطني للتنمية (CAD): تأسس بموجب قانون 165/63 الصادر بـ 1963/05/07 وتم تحويل اسمه إلى البنك الجزائري للتنمية (BAD) سنة 1972، أوكلت له مهام تعبئة الادخار المتوسط والطويل الأجل ومنح القروض متوسطة وطويلة الأجل لتمويل عمليات التراكم.

- الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط (CNEP): تأسس في 10-08-1964 بموجب القانون رقم 227/64 أوكلت له مهام جمع الادخارات الصغيرة للعائلات والأفراد وتمويل البناء، الجماعات المحلية وبعض العمليات ذات المنفعة العامة الوطنية وإبتداءا من 1971 أصبح كبنك وطني للسكن.

- البنك الوطني الجزائري (BNA): تأسس في 13/06/1966 وهو أول بنك تجاري بالنسبة للجزائر المستقلة عوض البنوك التالية: القرض العقاري للجزائر وتونس، القرض الصناعي والتجاري، البنك الوطني للتجارة والصناعة في إفريقيا، بنك باريس وهولندا.

- القرض الشعبي الجزائري (CPA): تأسس في 14/05/1966 هو ثاني بنك تجاري تأسس على إنقراض كل من القرض الشعبي للجزائر وهران قسنطينة وعنابة، وصندوق المركزي الجزائري للقرض الشعبي، ثم إندمجت فيه بعد ذلك ثلاثة بنوك أجنبية أخرى (شركة مرسيليا للقرض، المؤسسة الفرنسية للقرض، البنك المختلط الجزائر ومصر) (دحمان، 2003، صفحة 75)

- البنك الخارجي الجزائري (BEN): تأسس في 01 أكتوبر 1967 بموجب أمر 204/67 وهو ثالث وآخر بنك تم تأسيسه ضمن قرارات تأسيس القطاع البنكي، فقد تم إنشاؤه على انقراض

خمسة بنوك أجنبية القرض اليوناني ، الشركة العامة ، قرض الشمال ، البنك التجاري وقد تخصص في تمويل العملية التجارية الخارجية ، فهو يقوم بمنح قروض الإستيراد كما يقوم بتأمين المصدرين الجزائريين وتقديم الدعم لهم.

المرحلة الثالثة بين 1986-1990:

وفيها تم تأسيس المخطط الوطني للقرض والذي حدد حجم القروض الخارجية التي يمكن رصدها، مستوى تدخل البنك المركزي في تمويل الاستثمار، وكذا مديونية الدولة وطرق تمويلها.

المرحلة الرابعة بعد 1990:

وفيها تم إنشاء قانون النقد والقرض 90-10 المؤرخ في 14/04/1990 والذي أعاد تعريف هيكل النظام المصرفي الجزائري.

مع اتجاه الجزائر نحو اقتصاد السوق تغيرت متطلبات الزبائن، بالإضافة الى ظهور مجموعة من البنوك الخاصة والمختلطة، وذلك من اجل تجميع الادخارات وتمويل الإنفاق الدولي الى غيرها من النشاطات.

المطلب الثاني: دوافع الإصلاحات المصرفية بالجزائر

إن المبررات التي أدت إلى الإصلاح في الجزائري متعددة ومتنوعة نعرض منها:

أ- الدوافع النقدية:

فلقد أصبحت الحاجة ملحة وضرورية لإجراء مراجعة جذرية للنصوص القانونية التي تحكم النشاط المصرفي في الجزائر عل الوجه الذي يتناسب مع التطورات الحاصلة على الصعيد الداخلي والخارجي بما يسمح للبنك من أداء دورها بفعالية وبما يسمح للسلطات النقدية بصرامة وأكثر استقلالية.

ب- الدوافع الاقتصادية:

تعتبر البنوك مؤسسات تقوم بوظيفة الوساطة المالية وتلعب دورا هاما في تمويل التنمية، ونظرا لحساسية هذا الدور فإن أي إصلاح اقتصادي لا يكتمل ما لم يواكبه إصلاح في الجهاز

المصرفي والمالي. بما يسمح من تمكين البنوك من أداء دورها كاملا في تجميع الموارد وتخصيصها نحو المشاريع والأنشطة الاقتصادية بفعالية، ومن المعلوم أنه كلما زادت كفاءة القطاع المصرفي وتحسين دوره في مجال الوساطة المالية كلما انعكس لك ايجابيا لي الوضع الاقتصادي بشكل عام.

ت- الدوافع تقنية:

ترتبط هذه الدوافع بالتطورات النقدية التي حدثت في جال تكنولوجيا الإعلام وتوظيفها ف مجال الصناعة المصرفية والتوسع في استخدام وسائل الدفع الالكترونية وتحديث وعصرنه أنظمة الدفع الربط الشبكي بين البنوك وإدخال أنظمة المقاصة الالكترونية.(القادر، 2010، صفحة 57)

المطلب الثالث: أهم الإصلاحات المصرفية بالجزائر

من أهم الإصلاحات التي مرت على النظام المصرفي هو إصلاح قانون النقد بحيث حمل هذا القانون أفكارا جديدة فيما يتعلق بتنظيم النظام البنكي وأدائه، كما أن مبادئ التي يقوم عليها والميكانيزمات العمل التي يعتمدها تترجم إلى حد كبير الصورة التي سوف يكون عليها هذا النظام في المستقبل، تظهر هذه المبادئ في :

✓ **الفصل بين الدائرة النقدية والدائرة الحقيقية:** يعني ذلك أن القرارات النقدية لم تعد تتخذ على أساس كمي من طرف هيئة التخطيط، بل أصبحت تتخذ على أساس الأهداف النقدية التي تحددها السلطة النقدية وبناء على الوضع النقدي السائد والذي يتم تقديرها من طرف هذه السلطة ذاتها.

✓ **الفصل بين الدائرة المالية والدائرة النقدية:** وهذا في أن الخزينة لم تعد حرة في اللجوء إلى القرض(تمويل البنك المركزي للخزينة)، الأمر الذي أدى إلى وجود نوع من التداخل بين صلاحيات الخزينة وبين صلاحيات البنك المركزي كسلطة نقدية.

✓ **الفصل بين الدائرة النقدية والدائرة القرض:** وذلك يعني إبعاد الخزينة عن منح القروض للاقتصاد ل يبقى دورها يقتصر على تمويل الاستثمارات الإستراتيجية المخططة من طرف الدولة وبصدور هذا القانون أصبح النظام البنكي هوالمسؤول عن منح القروض في إطار مهامه التقليدية.

✓ **إنشاء سلطة نقدية وحيدة ومستقلة:** كانت السلطة النقدية قبل صدور هذا القانون مشتتة بين وزارة المالية، الخزينة والبنك المركزي وقد ألغى القانون التعدد في السلطة النقدية وكان ذلك بإنشاء سلطة نقدية وحيدة ومستقلة و تم وضعها في الدائرة النقدية وبالضبط في هيئة جديدة أسماها مجلس النقد والقرض وقد جعل هذا القانون هذه السلطة النقدية:

- **وحيدة:** حتى يضمن إنسجام السياسة النقدية.
- **مستقلة:** حتى يضمن تنفيذ هذه السياسة من أجل تحقيق الأهداف النقدية.
- **موجودة في الدائرة النقدية:** لكي يضمن التحكم في تسيير النقد وتفاذي التعارض بين الأهداف .

وقد عمل قانون النقد والقرض على :

- رد الإعتبار لبنك الجزائر بإعتباره بنك البنوك وبنك الدولة.
- إنشاء مجلس النقد والقرض وذلك من اجل الفصل بين السلطة النقدية عن السلطة التنفيذية.
- فتح المجال البنكي للقطاع الخاص والأجنبي، وتشجيع الاستثمارات الأجنبية، خلق نظام بنكي فعال قادر على استقطاب وتوجيه الموارد.
- إنشاء لجنة مصرفية مسؤولة عن حراسة ومراقبة مؤسسات القرض.
- وضع حد نهائي لكل تدخل إداري في القطاع المالي.

السعي إلى تخفيض خدمات الديون، وإدخال منتجات مالية جديدة. (لطرش، 2003، صفحة 201)

المبحث الرابع: مفاهيم أساسية حول الخدمات المصرفية

تعتبر الخدمات المصرفية أهم الخدمات المالية التي يسعى البنك من خلالها إلى امتلاك أكبر حصة ممكنة في السوق المصرفي حيث أنها تتميز بخصائص مميزات تميزها عن السلع المادية، مما يجعلها أهم عنصر يساهم في تحديد المعالم الرئيسية لإدارة البنك والاستراتيجيات المعتمدة في تسييره، قصد إشباع رغبات زبائنه والاحتفاظ بهم وتحقيق الخاصة بالمر دودية والتطور من جهة أخرى واهتمامه بمسايرة التطورات التكنولوجية.

المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية وأنواعها

أولاً: مفهوم الخدمات المصرفية

يعرفها ستانتون " بأنها نشاطات غير ملموسة أو محسوسة تحقق منفعة للعميل أو الزبون، والتي لا ترتبط بالضرورة ببيع سلعة أو خدمة أخرى" (العلاق، 2002، صفحة 129)

كما يمكن القول بأن الخدمات المصرفية هي عبارة عن تصرفات وأنشطة غير ملموسة من طرف إلى طرف آخر وهي عن كل ما يقدمه المصرف إلى عميله من منافع ولا يترتب عنها نقل لملكية أي شيء كما تعتبر مصدر لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية الحالية والمستقبلية

وهي في نفس الوقت مصدر من مصادر أرباح البنك من خلال العلاقة التبادلية بين العميل والبنك. (المالك، 2015، صفحة 5)

ثانيا : أنواع الخدمات المصرفية

تتمثل الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك في: الجانب الأكبر من النشاط المصرفي لذا فإنه من الصعوبة بما كان حصرها جميعا نظرا إلى أنها متنوعة ومتعددة ، ودائمة التجديد بسبب التطورات المستمرة نتيجة استخدام الوسائل التكنولوجية في تقديمها وتسعى البنوك دائما إلى تعزيز الجهود من أجل تقديم أحسن وأفضل خدمة مصرفية للزبائن ، وعموما فالبنوك لديها نوعين من الخدمات المصرفية :

- الخدمات المصرفية التقليدية أو الكلاسيكية

- الخدمات المصرفية الحديثة

1/الخدمات المصرفية الكلاسيكية: تمثل الوظيفة الأساسية للبنوك التجارية في خلق النقود التي تعرف بالنقود البنكية، وعليه فإن الخدمات التقليدية هي تلك التي كانت ولا تزال تقدمها البنوك سواء تعلق الأمر بالسحب، الدفع، الائتمان، التحويل.....الخ.

1-1 قبول الودائع: وهي ودائع نقدية يودعها الزبون لدى البنك لمدة معينة وبفائدة محددة مع الأخذ بعين الاعتبار حق أصحابها في السحب عليها في الحال، وبواسطة دفاتر شيكات تعطلا لهم. وهي بمثابة تعهد من البنك لصاحبها أو لأي شخص بعينه لينوب عنه، ونجد فيها:

***الودائع لأجل:** مبالغ مالية، الغاية من وراء إيداعها الحصول على فوائدها إما سحبها من البنك فلا يجوز إلا بعد انقضاء المدة المتفق عليها، وهي لا تقبل إلا إذا تجاوزت قيمتها الحد الأدنى الذي عادة ما يقرره البنك

* **الودائع تحت الطلب:** أو الحساب الجاري، يعرف بأنه ديون متقابلة بين العميل والبنك، وهي وديعة تحت الطلب في أي وقت، لذا لا يدفع عنها سعر الفائدة فيحصل البنك بدل ذلك على عمولة نتيجة فتحه تلك الحسابات في سجلاته من أجل تسهيل المعاملات المالية والتجارية للأفراد.

* **ودائع التوفير :** وسيلة لتجميع المدخرات ، الميزة فيها أن كافة البنوك تقوم بقبولها، أكان ذلك نظير فائدة أم بدونها حسب رغبة المودع ، تكون في غالب الأمر كثيرة العدد ومحدودة

الأرصدة تفتح حساباتها للأشخاص الطبيعيين والاعتباريين (جمعيات ، نوادي، اتحاديات) بعد أن يكون البنك قد اشترط مبلغنا معيناً كحد أدنى لإيداع .

1-2 القروض والتسهيلات الائتمانية: القروض (Créditum) والمشتقة من الفعل اللاتيني (Credre) والذي يقصد به وضع الثقة (halima)، 1997، (p. 55). والتي تمنحها البنوك التجارية للأفراد في المجالين الصناعي والتجاري لتزويدهم بما يحتاجونه من أموال.... أما التسهيلات فمنها ما هونقدي مثل : السلف وخصم الكمبيالات ومنها ما هو غير نقدي مثل : فتح الإعتمادات المستندية .

وأما القروض فتختلف حسب الضمان الذي يطلبه البنك ، فمنها ما هو بضمان المستندات ويكون بأجال قصيرة ، وغالبا ما يوجه لشراء البضائع والآلات ، ميزته السيولة العالية .ومنها ما هو بضمان الأوراق المالية والتجارية ، حيث تقبل هذه الأوراق كضمان لقاء إقراض مالكيها ، ولتجنب مخاطر تقلب في أسعار تلك الأوراق ، يمنح البنك مبالغ مالية ومساوية لقيمة الأوراق المقدمة والتي قد تكون إما أسهما أو سندات .

بالإضافة إلى ما سبق هناك خدمات بنكية تقليدية أخرى تقدمها البنوك التجارية يوميا لزبائنها مقابل الحصول على عمولات ، نذكر منها :

- صرف الشيكات المسحوبة على البنك بالعملة المحلية والأجنبية .
- تحصيل الشيكات لصالح زبائن البنك .
- إجراء عمليات التحويل نزولا عند أوامر الزبائن بالداخل والخارج .
- إصدار الشيكات وفتح الحسابات بالعملة المحلية والأجنبية .
- إصدار الشهادات التي تثبت القيام بالعمليات المالية مع الزبائن . (العزیز، الصفحات 63-64)

2-الخدمات المصرفية الحديثة : نظرا للتطور الذي مس أسلوب ومجال نشاط البنوك التجارية في السنوات الأخيرة ، تعددت وتنوعت الخدمات المقدمة من طرف البنوك ، وبالتالي أسلوب تقديمها للعملاء الذين تخدمهم وهذا راجع لأسباب عدة نذكر منها :

- التزايد المستمر في أعداد العملاء وتنوع احتياجاتهم .

- الاستفادة من التطور الحاصل في مجال المعلومات والحسابات الآلية .
- توسيع نشاط البنوك ليمس كافة شرائح المجتمع بعد أن كان يقتصر على التعامل مع الطبقة الميسورة .
- بناء على ما سبق شرعت البنوك في السعي لرفع أعمالها من جهة ولضبط وترشيد مصروفاتها وأعبائها من جهة ثانية ولمحاولة كسب فئات جديدة من العملاء من جهة ثالثة ولتحقيق كل ذلك وجب ابتكار خدمات جديدة وحديثة تقدم للمتعاملين ، تقوم فيها بالشارة إلى بعض منها .
- 2-1: نظام التحويل الأوتوماتيكي للأموال :** كان أول ظهور في و.م.أ عام 1978 طبقاً لمبادئه فإن أي عجز في رصيد الحسابات الجاري يمكن تغطيته بصفة تلقائية من حساب التوفير، الميزة فيه أن العميل يتقاضى فائدة على حساب التوفير ، وهو نظام يهدف إلى تسير وتعجيل المدفوعات والتسويات بين البنوك ، ويكفل لها من زاوية أخرى تقديم أفضل الخدمات للعملاء ويمنحها ميزة تنافسية في الأسواق المالية على المستوى العالمي .
- 2-2.البطاقات الائتمانية (النقود البلاستيكية):**تعتبر من أشهر الخدمات التي استحدثتها المصاريف والبدل العصري للنقود ، مبدؤها قائم على منح بطاقات بلاستيكية تحمل معلومات تتعلق بالمتعامل يستطيع بموجبها الحصول على خدمات في العديد من المحلات المتفقه من البنك على قبول منح الائتمان لحاملها، وتتمتع هذه البطاقات بالميزات التالية :
 - ضمان البنك لجزء كبير من الأفراد المستفيدين من البطاقة كمتعاملين دائمين معه .
 - توفر عنصر الأمان ، حيث لا يتم استخدامها إلا من طرف صاحبها .
 - تعتبر وسيلة سداد مرنة وسهلة ودقيقة في نفس الوقت.
 تعتبر وسيلة دفع دولية في مختلف دول العالم، مما يوفر عناء حمل النقود وهي ثلاث أنواع :
 - بطاقات الائتمان، بطاقات الخصم الشهري وبطاقات الخصم الفوري .
- 2-3.خدمات نقطة البيع :** حيث توضع على مستوى المحلات التجارية محطات بيانات متصلة بشبكة الحسابات لمصرف أو أكثر ، يتيح تسديد الفواتير الشراء الكترونياً ، تتميز بانخفاض تكلفة المعاملات بالنسبة للبنوك لان النقد لا يدخل في معادلة التكلفة ، مما يوفر على العملاء حمل كميات كبيرة من النقود ، ويتيح للتجار إيداع حصيلة مبيعاتهم مباشرة في حساباتهم المصرفية .

2-4. البطاقة الذكية : ابتكرت عام 1974، تؤخذ كبطاقة ائتمان أوسحب ، تحتوي على رقائق الكترونية غرضها تخزين المعلومات ، الملفت في هذه البطاقات أنها تدوم حتى عشر سنوات ولها قدرة عالية على التخزين تزيد عن تلك المتوفرة في بطاقة الائتمان العادية ب200مرة ، تتمتع بوسائل تأمين جيدة تحت إمكانية تعرضها

للغش والتزوير وبتخفيض تكلفة التخزين فيها (العزير، صفحة 65).

2-5. خدمات التأمين :تتيح هذه الخدمة ايداع أشياء شخصية (أشياء قديمة ، سندات ...) والاستفادة من الحماية التي توفرها الغرفة المحصنة في المصرف (Beguin & Bernard ، 2010، p. 167) .

بحيث تقدمها بعض البنوك العالمية لعملائها ، إما من خلال إدارة متخصصة أو شركات التأمين التابعة للمصرف أو العاملة في أسواق المال ، وتشمل هذه الخدمة :

- التأمين على الحياة: حالة القروض الشخصية.

- التأمين على العقارات والسيارات: حالة القروض التسهيلات الائتمانية وقروض الإسكان.

- التأمين ضد الحرائق والسرقه والخسارة المالية الطارئة: حالة الشركات ورجال الأعمال من زاوية أخرى إلى جانب الأشكال العامة من الأنشطة التي تتناولها الخدمات المالية . (بوطي، 2012-2013، الصفحات 19-20)

2-6. خدمات متعلقة في استثمار الأوراق المالية: تتمثل في الاستثمار في الأوراق المالية ، إدارة محافظ الأوراق المالية لصالح الزبائن ، تنفيذ أوامر البورصة للعملاء المساهمة في رؤوس أموال المشاريع الاستثمارية ، تقديم الاستثمارات المالية ، دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع لصالح العملاء (j.simon، 1994، les banques ، p. 67) .

المطلب الثاني : خصائص ومميزات الخدمات المصرفية

أولا : خصائص الخدمات المصرفية

تتصف الخدمة المصرفية بمجموعة من الخصائص بالرغم من الاختلاف على الخصائص المميزة للخدمات نظرا لطبيعة الخدمات المصرفية وتعددتها وتنوعها وخضوعها لتغيرات مستمرة وسنعرض فيما يلي خصائص الخدمات حسب لأراء بعض الكتاب المتخصصين في مجال تسويق الخدمات المصرفية، ومن أهم هذه الخصائص:

- 1- غير ملموسة: معنى ذلك أن الخدمة المصرفية ليس لها تجسيد مادي وبناءا على ذلك لا يمكن نقلها أو تخزينها أو تعبئتها أو فحصها قبل الشراء فمن الناحية العملية إن إشباع واستهلاك الخدمة تحدث في نفس الوقت لذلك يصعب معاينتها .
 - 2- تعدد وتنوع الخدمات المصرفية: إن الخدمات التي تقدم من قبل البنوك كثيرة ومتنوعة لتلبية مختلف احتياجات الزبائن خاصة الاحتياجات التمويلية والائتمانية باختلاف أنواعهم وتواجدهم الجغرافي.
 - 3- إشباع رغبات الزبون: يتعين أن تكون هذه الخدمات التي يقدمها البنك للزبائن خدمات كاملة الإشباع أي ترضي الزبون تماما ولا تدع له مجالا للبحث عن خدمات بنك آخر فالعلاقة بين البنك والزبون علاقة دائمة ومستمرة قائمة على تعظيم الإشباع لدى الزبون .
 - 4- صعوبة التميز في الخدمة المصرفية: الخدمة المصرفية لا تختلف إلا في حدود ضعيفة جدا ولهذا فإنها تتصف بقدر كبير من التشابه والنمطية مثلا الخدمات المصرفية التي تكاد أن تكون نمطية في بنوك مختلفة: الحساب الجاري، القروض.
 - 5- صعوبة تقييم الخدمات المصرفية: ترجع هذه الخدمات المصرفية غير ملموسة، يصعب لمس الخصائص المادية والمنفعية لها ولعدم قدرة البنك على تقديم عرض ملموس للخدمة المصرفية فإن الزبون لا يستطيع تقييم شراءه للخدمة المصرفية قبل الحصول عليها وهذا يؤثر على برنامج الترويج والتوزيع للخدمة المصرفية.
 - 6- الاعتماد على الودائع: تعتمد المصارف على الودائع في تأدية جميع خدماتها المصرفية وهي تمثل المصدر الأساسي لتمويل المصارف وتحقيق أرباحه .
 - 7- الانتشار الجغرافي:
- أي امتلاك شبكة فروع في أي بنك ذو حجم ومجال واسع بحيث ينتشر جغرافيا بشكل يتلاءم ورغبات واحتياجات الزبائن إلى الخدمات والمنتجات المصرفية. وكل هذا من أجل تحقيق المنفعة المكانية للعميل وبشكل فعال سواء على المستوى المحلي حيث يمارس نشاطه أو على المستوى الدولي حيث يحتاج إلى من يساعده على اختراق السوق الدولية والتصدير إليها بفعالية كبيرة.

8- التوازن بين النمو والمخاطر: بمعنى أن أي عمل مصرفي موضوعي يتصف بالضرورة إيجاد توازن بين توسع نشاطه ودرجة المخاطر التي يتحملها المصرف، باعتبار إن المصرف مؤسسة تمارس نشاطها في ظل سيادة ثقة تامة ومتبادلة بين الزبون والمصرف، إذ من أولى مسؤوليات المصرف أن يجري نوعا من التوازن بين توسع النشاط المصرفي وبين أعباء هذا التوسع.

9- تكامل الخدمة المصرفية في ذاتها: بمعنى الخدمة المصرفية غير قابلة للتجزئة أو التقسيم أو الانفصال، ومن المعروف إن الخدمة المصرفية تنتهي عند تقديمها في كل مرة تقدم فيها حيث لا يمكن تخزين الخدمة والمهارة في التعامل مع الزبائن.

10- صعوبة تحديد السوق المصرفية بدقة: وخاصة الدول النامية لعدم استقرار الأوضاع الاقتصادية والسياسية من جهة والقصور الواضع في الأنشطة التسويقية للبنك من جهة ثانية. (الله، 2009/2008، صفحة 31)

ثانيا: مميزات الخدمات المصرفية

إن للخدمات المصرفية مواصفات خاصة تجعلها تختلف عن غيرها من الخدمات الأخرى، وهذا ما سنحاول إبرازه فيما يلي:

1- تنوع وتعدد الخدمات المقدمة: يحرص كل بنك على تقديم تشكيلة واسعة من الخدمات المصرفية بحيث يكون لكل خدمة خصوصيتها وفئة من العملاء ذوي خصائص ورغبات معينة الأمر الذي يلقي على عاتق موظفي البنك بدل مجهودان في سبيل التعرف على هذه الخصائص والرغبات ومحاولة الاستجابة لها وتحقيقها للعميل في الوقت والمكان الملائمين وبالسعر المناسب والجودة المطلوبة.

2- تشابه ما تقدمه البنوك من خدمات: إن الخدمات التي يقدمها أي بنك، يقدر أي من البنوك الأخرى الكثيرة تقديمها، وهذه أول مشكلة تسويقية تعترض أي بنك، مما يدفع به للعمل جاهدا لتحقيق التميز عن منافسيه من البنوك بمستوى خدمات تتصف بالجودة العالية.

3- شدة المنافسة بين البنوك: تتم المنافسة بين البنوك من أجل الانفراد بتقديم خدمات متميزة للزبائن وجلب أكبر عدد منهم، الأمر الذي يزيد من صعوبة مهمة للبنك في المحافظة على مستوى معين من المنافسة، نظرا للظروف البيئية المتغيرة التي ينشط فيها البنك.

4- أهمية عنصر الثقة في البنك: مما لا شك فيه أن التعامل في الأموال، هو تعامل على مستوى عال من الحساسية، وعليه فإن خسارة البنك في إحدى العمليات المالية قد تولد تخوفا لدى الزبائن. وتحولهم إلى بنوك أخرى توفر لهم الأمان أكثر زيادة على ذلك فإن عدم قدرة البنك على تحقيق الإيرادات والأرباح المناسبة، قد يؤدي إلى اهتزاز صورة البنك ونقص الثقة لدى الزبائن الذين يتعاملون معه.

5- الاعتماد على التوزيع المباشر: ليس في مقدور البنك إنتاج الخدمة مركزيا وتوزيعها عبر قنوات التوزيع كما هو الحال من السلع المادية، بل انه يقدم خدماته مباشرة بواسطة فروع المنتشرة من اجل تلبية رغبات الزبائن، حيث يكون قريب منهم ونظرا لأهمية الناحية الشخصية في تقديم الخدمة يلجأ البنك إلى استخدام الطرق الحديثة في تقديم بعض الخدمات.

6- ارتباط نشاط البنك بالسياسة الاقتصادية والنقدية للدولة: إن العلاقة الوثيقة التي ترتبط بين الجهاز المصرفي والنشاط الاقتصادي، تجعل كل منها يؤثر ويتأثر بالآخر، فعلى أساس الحالة الاقتصادية للدولة يقوم البنك المركزي باتخاذ القرارات، ويستعمل من الناحية الأخرى جملة من الأدوات النقدية والائتمانية بهدف التأثير على النواحي الاقتصادية وفقا للأهداف المسطرة، ومن خلال ذلك تتأثر البنوك بهذه القرارات والأدوات ويظهر ذلك من خلال طبيعة المنتجات والخدمات المصرفية التي تقدمها فيما بعد. (زيدان، 2004/2005، صفحة 67)

المطلب الثالث: تصنيف الخدمات المصرفية وعوامل نجاحها

أولا: تصنيف الخدمات المصرفية

هناك الكثير من التصنيفات ولكن سيتم التطرق إلى هذا التصنيف باعتباره الأكثر استعمالا ووضوحا لذلك فإن الخدمات المصرفية يمكن تصنيفها كما يلي:

1- خدمات ميسرة : هي الخدمات التي تكون في متناول الزبون متى احتاجها وليلاقي أي مشكلة في الحصول عليها لكونها ميسرة ومتاحة وسهلة المنال كخدمات السحب والإيداع واستخدام البطاقات الذكية البنكية وذلك الاستخدام من خلال الأجهزة والمعدات المتوفرة في البنك وخارجه وحتى الاتصال بالهاتف أو من خلال الأجهزة الالكترونية المتاحة والمنتشرة في أماكن مختلفة من المنطقة أو التراب الوطني مثلا وغالبا ما تكون أجورها منخفضة نسبيا أوإنها تقدم مجانا أي دون أي مقابل اد تلجأ البنوك إلى تقديمها للزبائن بصورة عديدة ومختلفة طمعا

في إرضاء هؤلاء الزبائن ، ويلاحظ أنها تتكرر باستمرار يوميا ، أسبوعيا ، وقت الحاجة تبعا لشكلها ونوعها .

2-خدمات تسوق : غالبا ما يبذل الزبون جهدا في سبيل الحصول على هذه الخدمات والتي قد تتكرر استخدامها إلا بفترات زمنية متباعدة نسبيا أوقد يكون استخدامها وقت الحاجة أوفي مواسم معينة أوفي حالات معروفة قد يبذل الزبون جهدا للحصول على قرض وفق مواصفات وشروط معينة ومعروفة أوإن الخدمة لا تقدم إلا في ووقتها ولا تتاح في أي كان فالقروض لا تمنح على نحو عشوائي دون شروط معينة وإنما يتطلب الأمر توافر جوانب معينة تمكن من تحقيق القرض كالقدرة على الإيفاء والضمان بعد القرض وغيرها من الاعتبارات الأخرى .

3-خدمات خاصة : هذه الخدمات قد لا تقدم إلا بشكل خاص للمستفيدين منها ولها خصوصية معينة ينفرد بها بنك عن آخر فبعض البنوك لا تقبل الودائع أوفتح حسابات لديها إلا من خلال تحميل الزبون مقابل هذه الخدمة أوتكون الخدمات المقدمة مقترنة أساسا بتوصية من الزبون وعلى وعلى نحو مفهوم قروض استثمارية أوإدارة استثمارات ، إذ يتم تصميم الخدمة وفق رغبة الزبون وحاجته لها على النحو الذي يراه مناسبا لعمله أونشاطه .

كما يوجد تصنيف آخر للخدمات المصرفية حيث هذا التصنيف يعتمد على عدة مؤشرات هي:

*** عرض السوق: ينقسم إلى:**

أ- فيما إذا كانت الخدمة المصرفية تتميز بعرض أولي.

ب- فيما إذا كان للخدمة المصرفية دور إسنادي.

ج- عندما تكون الخدمات مع مساندة السلعة المادية هنا دور السائد مثل الخدمات المصرفية.

*** عرض الخدمات وفقا للحاجات السوقية:**

حيث تتنوع على أساس إما اعتمادها على الأفراد كما تتنوع الخدمات التي تعتمد على الأفراد حسب أدائها من قبل العمال الماهرين أو غير ماهرين من قبل المحترفين.

*** مدى مشاركة المستفيدين في عملية إنتاج الخدمة:**

حيث تطلب بعض الخدمات حضور الزبون كي تؤدي الخدمة بينما لا تتطلب خدمات أخرى وجود زبائن .

*التقسيم وفقا لتقسيم الخدمة :

إن هذا التقسيم يثير مسألة تقييم الخدمة المصرفية من جهة نظر الزبون حيث أن هذا التقييم يختلف بين الخدمات .

* تصنيفات أخرى:

بسبب التداخل والتنوع الذي تم استعراضه فإن مزيدا من الفهم لطبيعة الخدمات يمكن أن يتبع ما يلي :

- من حيث نوع الحاجة: حيث تتباين الخدمات إذا كانت تحقق حاجة شخصية أو حاجات الأعمال أو غيرهما

- من حيث أهداف مجهزي الخدمات: حيث يختلف مجهزو الخدمات من أهدافهم (الربحية ولا ربحية) أو من حيث الملكية (خاصة / عامة). (الله، 2009/2008، صفحة 32)

ثانيا : عوامل تقدم الخدمات المصرفية :

لكي تستطيع البنوك التي تقدم الخدمات المصرفية الخاصة ان تتجح في هذا الميدان لدا على هذه البنوك أن تأخذ بعين الاعتبار عدد من العوامل ومن أهمها :

1- السرية في التعامل: وبالتالي شعور الزبون بالمزيد من الأمان الأمر الذي يساعد على ضمان ولاء الزبون للبنك وعدم خروجه من قائمة الزبائن الكبار له .

2- ضرورة فهم طبيعة الزبون وتوقعاته وتوفير راحة التعامل من خلال المسؤول عن قسم الخدمات المصرفية.

3- ضرورة توفير إطارات مؤهلة ومحترفة وذو خبرة متنوعة وعميقة وتستطيع أن توفر حولا شاملة ومنفصلة تناسب احتياجات الزبون من حيث الوقت، المكان، السعر، الطريقة المناسبة والسرعة وبالذقة اللازمة .

4- ضرورة توفير البنك لفريق من المحليين على الصعيدين الجزئي والكلّي وذلك لإبقاء الزبائن على معرفة بإحداث المستجدات المالية على المستويين المحلي والعالمي.

5- ضرورة توفير مسؤول واحد لكل زبون وذلك لتأمين إقامة العلاقات على درجة عالية من الخصوصية ومعرفة وثيقة بمقدم الخدمة ومدير العلاقات وبالتالي ضمان استمرارية العلاقة بين هذا المسؤول والزبون .

6- ضرورة تزويد هذه الطبقة من الزبائن وعلى مدار 24 ساعة بكشوف الحسابات وتقارير أداء المحافظ الاستثمارية وبحوث الأسواق المالية والنصائح الاستشارية.

7- ضرورة أفراد البنوك فروعاً خاصة لزبائن الصيرافة الخاصة كما وأنه لا بد من الفصل بين الخدمات المصرفية الخاصة وباقي الخدمات المصرفية التقليدية والتي تقدمها البنوك الشاملة مثلاً سيتي بنك يلجأ مؤخراً إلى تركيز المزيد من أنشطته في مجال الخدمات المصرفية الخاصة مثلاً.

8- وجود سياسة استثمارية واضحة ومفهومة لدى البنك: وعلى هذا الأساس يجب أن تركز الأهداف الرئيسية للبنك في بناء علاقات طويلة المدى محوراً للثقة المتبادلة وفهم الأحداث المالية الحالية والمستقبلية للزبائن وتوفير الخدمة المبنية على المعرفة وفقاً لاحتياجات وأهداف ومتطلبات الزبون . (الله، 2008/2009، صفحة 33)

المطلب الرابع : أبعاد و مستويات جودة الخدمات البنكية

أولاً تعريف جودة الخدمة:

تعد جودة الخدمة سلاحاً تنافسياً مهماً، تستخدمه معظم المؤسسات لجذب الزبائن وتحقيق التمايز و الريادة في السوق، حيث تعرف على أنها: إلتقاء إحتياجات و متطلبات الزبائن و إرتباط مستوى الخدمة المراد تسليمه بالتوقعات الموضوعية من قبل هؤلاء الزبائن (الصرن، صفحة 14) ،هنا يتبين لنا ان الذي يتحكم على جودة الخدمة هو المستفيد الفعلي منها ،و هذا من خلال مقارنة بين توقعاته و بين الأداء الفعلي للخدمة التي يحصل عليها ،ولقد تعددت التعاريف الخاصة بالجودة ،فقد عرفها Jambart وCaby بأنها: قدرة المنتج على اشباع حاجات الزبائن

وقد عرفتھا الجمعية الأمريكية للجودة (A S Q) بانھا : المجموع الكلي للخصائص و المزايا التي تؤثر في مقدرة سلعة أو خدمة معينة على تلبية حاجات معينة، و أنها اشياء مختلفة تتفق مع محيط الأفراد ،وبذلك تعني الجودة خلو المنتج من الأخطاء ،وأن مفتاح النجاح لأي مؤسسة مهما كان نوعها أو طبيعة نشاطها هو تقديم منتجات ذات جودة عالية سواء كانت سلعة أو خدمة وما يرتبط بهما من إرضاء للعملاء ،وتعد معيار لدرجة نطاق الاداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبائن لهذه الخدمة أو انها الفرق بين توقعات الزبائن للخدمة و إدراكاتهم للأداء الفعلي لها ،هذا ما بينه الشكل الموالي .

ثانيا: أبعاد جودة الخدمات البنكية:

هناك اتفاق بين الباحثين في مجال التسويق الخدمي حول الأبعاد المعتمدة في تحديد جودة الخدمة و سنعرض الأبعاد الأساسية كما يلي:

- 1- الملموسية: و تمثل الجوانب الملموسة و المتعلقة بالخدمة مثل التجهيزات اللازمة لتقديم الخدمة، كالمبنى و التقنيات الحديثة المستخدمة و مظهر و تنظيم المواصلات.
- 2- الاعتمادية: وهي القدرة على التعامل مع الشكاوي و الاقتراحات و المبادرة في تقديم الخدمة بصدر رحب.
- 3- الاستجابة: هي القدرة على التعامل مع الشكاوي و الاقتراحات و المبادرة في تقديم الخدمة بصدر الرحب.
- 4- الأمان: هو الاطمئنان بأن الخدمة تخلو من الخطأ أو الخطر أو الشك شاملا الاطمئنان النفسي و المادي.
- 5- التعاطف: هو إبداء روح الصداقة و الحرص على الزبون و إشعاره بأهمية و الرغبة في تقديم الخدمة حسب حاجاته.

6- الكفاءة أو القدرة: و تعكس المهارة و القدرة على أداء الخدمة و التي تستمد من توافر المعلومات و الإلمام بظروف وطبيعة العمل و امتلاك كافة المهارات الضرورية لتحقيق الأداء السليم للخدمة.

ثالثاً: مستويات جودة الخدمة: لجودة الخدمة المقدمة للزبائن مستويات متباينة إلا أنه يمكن تمييز خمسة مستويات لجودة الخدمة:

* الجودة التي يتوقعها الزبائن: وتمثل في جودة التي يرى الزبائن وجوب توفرها.

* الجودة المدركة: من إدراك البنك و ترى أنها مناسبة.

* الجودة الفعلية: و هي الجودة التي تؤدي بها الخدمة فعلاً.

* الجودة القياسية: و هي تلك الجودة التي تحدد بالمواصفات النوعية للخدمة.

* الجودة المروجة للزبائن: وهي الجودة التي وعد بها الزبائن من خلال الحملات الترويجية.

إن جودة الخدمة تتعلق بقدرة البنك على ملاقة توقعات الزبون أو التفوق عليها، و يمكن

ملاحظة جودة الخدمة من خلال قياس الأداء. (المبيريك، 2006 ص 246-247)

خلاصة الفصل :

لقد ازدادت أهمية تطوير و تحسين الخدمات المصرفية من طرف المصارف , و ذلك باستعمال سياسات و مناهج مختلفة و ازدادت تنافسية المصارف على تقديم خدماتها الى زبائنها قصد تلبية رغباتهم على إختلاف إشكالهم , مما جعل المصارف مهتمة في اداء وظائفها و إيصال الخدمات الى زبائنها .

الفصل الثاني

الدراسة الميدانية

تمهيد:

بعد استعراضنا للإطار النظري لموضوع الخدمات البنكية ، سنتناول من خلال هذا الفصل الجانب التطبيقي لهذا الموضوع و ذلك بالتطبيق على عملاء بنك القرض الشعبي الجزائري وبنك التنمية المحلية ولاية- سعيدة - و من أجل ذلك فقد قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين، المبحث الأول عبارة عن تقديم للبنكين، أما المبحث الثاني فقد قدمنا فيه المنهج المستخدم في الدراسة الميدانية، ثم بينا منهجية الدراسة الميدانية، أدوات جمع البيانات وأدوات التحليل الإحصائي المستخدمة، كما قمنا بالتحقق من صدق وثبات أداة الدراسة، ثم تحليل البيانات المحصلة وعرض نتائجها.

المبحث الأول: بنك القرض الشعبي الجزائري CPA (وكالة سعيدة)

المطلب الأول: عرض عام حول بنك القرض الشعبي الجزائري CPA (وكالة سعيدة)

تكون البنك الجزائري ما بعد الاستقلال من مجموعة من البنوك الأجنبية، وفي ديسمبر 1962 تأسس البنك الجزائري، وحتى 1966 ظهر بنكين جزائريين عموميين:

البنك الوطني الجزائري BNA.

بنك القرض الشعبي الجزائري CPA.

- البنك الشعبي التجاري والصناعي الجزائري.
- البنك الشعبي التجاري والصناعي لوهراڤ.
- البنك الشعبي التجاري والصناعي لقسنطينة.
- البنك التجاري والصناعي لعنابة.

وبهذا تم تأسيس القرض الشعبي الجزائري بقرار رقم 66/366 الموافق لـ 1996/11/29 الصادر في الجريدة الرسمية برأس مال يقدر ب حوالي 15 مليون دينار، وهو عبارة عن إدماج البنوك التالية:

- البنك الشعبي التجاري والصناعي الجزائري.
- البنك الشعبي التجاري والصناعي لوهراڤ.
- البنك الشعبي التجاري والصناعي لقسنطينة.
- البنك الشعبي التجاري والصناعي لعنابة.

إلى جانب هذه البنوك تم إدماج 3 بنوك وذلك ابتداء من 1967 وهي:

-البنك الشعبي التجاري والصناعي لعنابة.

إلى جانب هذه البنوك تم إدماج 3 بنوك وذلك ابتداء من 1967 وهي:

- SMC شركة مرسيليا للإقراض 1968.

- CFCB التعاونية الفرنسية للإقراض والبنوك في 1972.

– BMAM البنك المختلط الجزائري مصر .

والقرض الشعبي الجزائري مثل البنك الوطني الجزائري يقوم بجمع الودائع باعتباره بنك تجاري، ويقوم بمنح القروض القصيرة وابتداءً من 1971 أصبح يقوم بمنح القروض متوسطة الأجل أيضاً، وتبعاً لمبدأ التخصص البنكي فقد تكفل القرض الشعبي الجزائري بمنح القروض للقطاع الحرفي والفنادق والقطاع السياحي بصفة عامة، وكذلك قطاع الصيد والتعاونيات غير الفلاحية والمهن الحرة و من هنا فإن القرض الشعبي الجزائري يمارس جميع العمليات البنكية كبقية البنوك الجزائرية بالإضافة إلى تمويل القطاع العام و الخاص .

و في عام 1988 أصبح القرض الشعبي الجزائري مؤسسة عمومية اقتصادية ذات أسهم تملكها الدولة كلياً، أما في سنة 1996 بمرسوم القانوني الخاص بإدارة الأموال التجارية، وضعت الدولة العمومية تحت سلطة وزارة المالية و بعد استوفاء القرض الشعبي الجزائري على كل الشروط المنصوص عليها في قانون النقد و القرض رقم 10/90 الصادر في 14/10/1990 تحصل على الموافقة من طرف المجلس و أبح بها ثاني بنك معتمد في الجزائر . قبل تقديم بنك وكالة سعيدة نعلم قرائنا أن مقر البنك الأم متواجد ب 20 شارع العقيد عمروش الجزائر العاصمة، وشعاره "بنك في استماعكم"، ويضم 133 وكالة بنكية موزعة على المستوى الوطني، يشرف عليها 15 مجموعة استغلال، تمثل شبكة للقرض الشعبي الجزائري. ومن ضمن هذه المجموعات، مجموعة الاستغلال تلمسان، هذه الأخيرة تشرف على 80 وكالات موجودة في غرب البلاد، ومن بين هذه الوكالات وكالة سعيدة والتي ستكون محل دراستنا التطبيقية.

المطلب الثاني: بنك القرض الشعبي الجزائري CPA (وكالة سعيدة) ومهامه

أولاً : تقديم بنك القرض الشعبي الجزائري CPA(وكالة سعيدة)

تأسست وكالة القرض الشعبي الجزائري سنة 1979، و هي واحدة من بين الثمان وكالات التابعة للمديرية الجهوية بتلمسان، تحتل الوكالة موقعا استراتيجيا في وسط المدينة ب 26 شارع أحمد مدغري مدينة سعيدة، و فيها يتم الاتصال بالزبائن و تلبية طلباتهم ، فهي تعتبر كمنفذ توزيع نفس الخدمات التي يقدمها جميع البنوك الأخرى ، فهي بنك إيداع يتلقى الودائع و يسلم القروض بنسب فائدة متغيرة و بأنواعها المختلفة قصيرة و متوسطة الأجل .

تتوفر الوكالة على 17 حاسب متصل بنظام معلوماتي يعالج المعلومات بسرعة ، و تم تحديثه مؤخرا و يسمى V7 كما تتوفر الوكالة على حاسبين للأوراق النقدية و كاشفة للأوراق المزورة مما يؤدي إلى التقليل من وقت انتظار العميل و بالتالي تحسين الخدمات . كما توظف الوكالة 18 موظف يتوزعون بين إطارات وأعوان تحكيم وأعوان تنفيذ.

ثانيا: المهام الأساسية للقرض الشعبي الجزائري CPA (فرع سعيدة):

تبعاً للقوانين والتشريعات الجزائرية وباعتبار القرض الشعبي الجزائري من بين البنوك الجزائرية فهو يقوم بمعالجة مختلف العمليات المتعلقة بالقرض والصرف من خلال:

- استقبال الودائع وجمع رؤوس الأموال على أشكال مختلفة الحسابات الجارية، حسابات الأرصدة، سندات الصندوق و دفاتر الادخار.....الخ.

- يساعد القرض الشعبي الجزائري الدولة وكذلك الجمعيات و الأجهزة العمومية لتطبيق كل عمليات الإقراض بغرض تسهيل نشاط زبائنه فأقرض الشعبي سيخضع للتشريع البنكي والتجاري.

وتتمثل مهامه في تنمية وترقية القطاعات التالية:

- قطاع البناء والأشغال العمومية والسكن.

- قطاع الصحة والأدوية.

- السياحة والفندقة.

- المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

ومن أهم القروض التي يمنحها البنك ما يلي :

- قروض عقارية .

- قروض الاستثمار

- قروض الاستهلاك

- قروض بتعهد (كفالة - الضمان الاحتياطي)

- قروض الدولة الخاصة (CNAC-ENJEM-ENSEJ)

المبحث الثاني: بنك التنمية المحلية BDL (وكالة سعيدة)

المطلب الأول: عرض عام حول بنك التنمية المحلية BDL (وكالة سعيدة)

هو عبارة عن مؤسسة مالية عمومية تأسست بتاريخ 20 أبريل 1982 حسب المرسوم رقم 85/85 برأس مال قدره 500 مليون دينار جزائري ومقره الأصلي 50 نهج قاسي عمار سطاوالي الجزائر. ومن أهم الوظائف الأساسية التي يقوم بها:

- يقوم البنك بتحقيق مشاريع عن طريق تمويل الاستثمار أو تمويل الاستغلال.

- القيام بعمليات التجارة الدولية عن طريق الهاتف أو الانترنت دون تنقل E-banking بنك عن بعد وهي الشراكة بين بنك التنمية المحلية والنقابة الوطنية للصيادلة **Snapo** - خدمة حيث من خلال هذه الخدمة يتمكن الصيادلة المنضمون تحت غطاء المقابلة والاستفادة من خدمات ومنتجات تجارية لبنك التنمية المحلية مع تسعيرة محفزة وكذا تكفل جد مناسب.

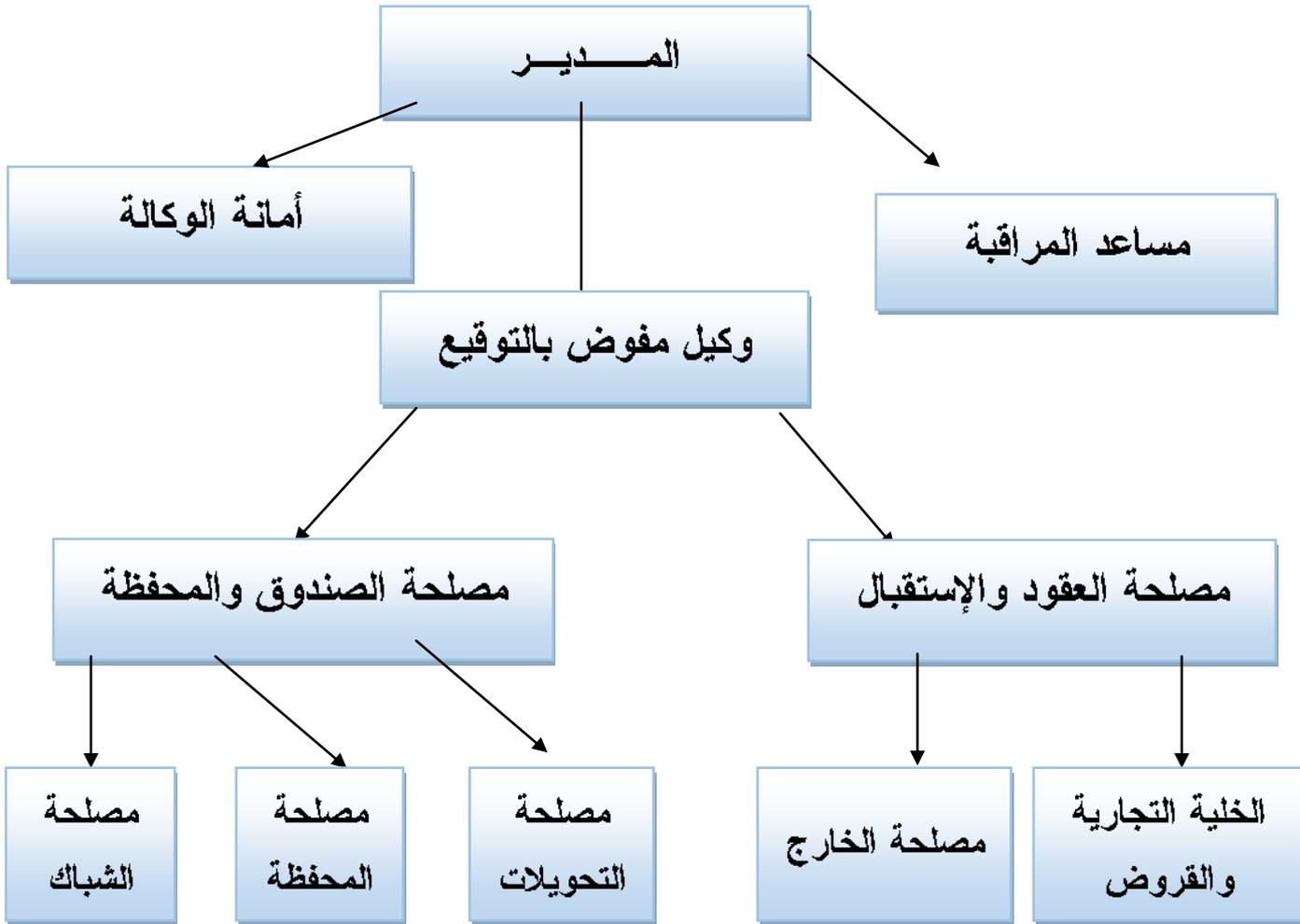
يضم بنك التنمية المحلية:

153 وكالة موزعة عبر الولايات منها 05 مكلفة بالقرض الرهنوي و16 مديرية جهوية للاستغلال.

المطلب الثاني: تعريف بنك التنمية المحلية BDL (وكالة سعيدة)

تأسس بنك التنمية المحلية لوكالة سعيدة في 1995 و موقعه الرئيسي حيث يحمل الرقم التسلسلي و يضم مجمل موظفيه الإداريين 15 موظف بغض النظر عن الموظفين الذين يتمتعون بوظائف استثنائية.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لبنك التنمية المحلية BDL ووظائفه وكالة سعيدة BDL



الشكل رقم(3) : مخطط يمثل الهيكل التنظيمي للبنك من إعداد الطلبة اعتمادا على معلومات مقدمة.

في عام 2018 قام بنك التنمية المحلية بتعزيز تشكيلات خدمات وبطاقات دفع وسحب موجه لأصحاب المهن الحرة والمهنيين فيما يسعى لتسهيل المعاملات المالية لأصحاب الشركات بما يتيح لهم أداء معاملاتهم البنكية والمتمثلة في بطاقة CIB من كلاسيكية وذهبية إلى نوع جديد CIB CORPORAT GOLD وهذه البطاقات يتم استعمالها في كل من الآلات DAB/GAB/TPV

كما يمنح البنك بطاقات أخرى مثل بطاقة Master وهي بطاقات دولية تمكن الزبون من التحصل على أمواله بالعملة الصعبة على مستوى خارج الوطن ونجد منها بطاقتين:

- Master platinum: سقف السحب لهذه البطاقة 1500 أورو أي أن الزبون يمكنه السحب ما قيمته 1500 أورو أسبوعيا على مستوى خارج الوطن مقابل دفع ما قيمته 800 أورو.
- Master Titanium : سقف الدفع لهذه البطاقة هو 5000 أورو أسبوعيا مقابل سقف السحب 1000 أورو أسبوعيا خارج الوطن.

المبحث الثالث: المنهجية المتبعة

المطلب الأول: أدوات الدراسة الإحصائية المستعملة.

منهجية الدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على وصف خصائص عينة الدراسة ومتغيراتها إضافة إلى دراسة الارتباط بين المتغيرات حيث يخدمنا هذا المنهج في جمع البيانات الخاصة عن العمال ثم تحليلها بالاستعانة ببرنامج SPSS

ويعرف المنهج الوصفي التحليلي على أنه "ذلك المنهج الذي يقوم على وصف ظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسباب هذه الظاهرة و العوامل التي تتحكم فيها و استخلاص النتائج لتعميمها و يتم ذلك وفق خطة بحثية معينة و ذلك من خلال تجميع البيانات و تنظيمها و تحليلها و يشمل هذا المنهج أكثر من طريقة منها طريقة المسح أو الحصر طريقة دراسة حالة"

أولاً: حالة دراسة الخدمات البنكية واستقطاب الزبون لكلا البنكين CPA و BDL

مجتمع الدراسة:

تم تطبيق هذه الدراسة على بنك CPA و BDL

عينة الدراسة:

لقد اعتمدنا في دراستنا على عينة عشوائية من الزبائن عددها 30 CPA و 30 في BDL

وأجريت هذه الدراسة على عينة عددها 60 زبون

وتعتبر العينة العشوائية هي العينة الأكثر تعبيراً وتعرف على أنها العينات التي يكون فيها لكل عنصر من مجتمع الدراسة فرصة محددة ليكون إحدى مفردات العينة ويتم اختيار العينة العشوائية بأنواعها المختلفة عندما يكون مجتمع الدراسة محدود ومعروف من حيث الحدود الجغرافية والعديدية ويتم الاختيار بطريقة غير انتقائية وإنما بشكل عشوائي.

أداة الدراسة:

استندت الدراسة على الاستبيان في جمع بيانات الدراسة الملائمة للإجابة عن التساؤلات بالإضافة إلى المعلومات المتحصل عليها من خلال الملاحظة والمقابلة

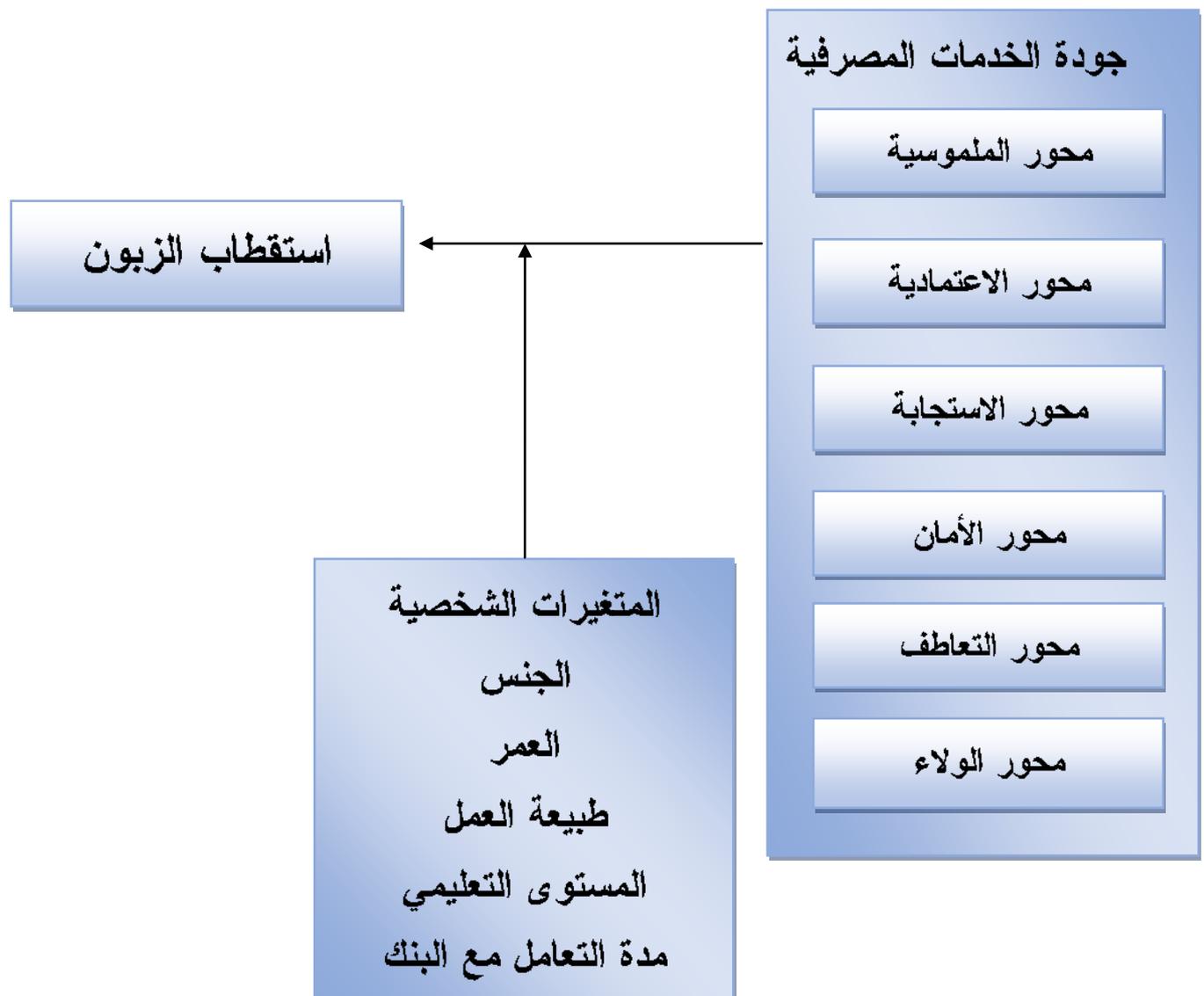
لقد تم توزيع 60 استمارة على عينة الدراسة وتم استرداد 55 كلها أي بنسبة 91% وهي مكونة من جزأين:

الجزء الأول:

و يشتمل على البيانات الشخصية و تمثلت في: الجنس، السن، المستوى التعليمي، طبيعة العمل، مدة العمل مع البنك.

الجزء الثاني:

يمثل محاور الدراسة حيث تحتوي 30 عبارة موزعة على المحاور كما يلي:



الشكل رقم (4): مخطط يمثل محاور المعتمدة في الدراسة الإحصائية

ولقد تم استخدام مقياس ليكارت الخماسي لقياس درجة إجابات المستجوبين على عبارات الاستبيان وهي موضحة كما يلي:

الجدول رقم (01): درجات مقياس ليكارت الخماسي

الإجابة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

المطلب الثاني: تحليل البيانات

الجدول رقم (02): معامل ألفا كرونباخ

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.861	30

المصدر: من إعداد الطالبتين باعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن قيمة ألفا كرونباخ لجميع عبارات الاستبيان بلغت 0.861 هي قيمة ثبات عالية مما يجعلها صالحة للدراسة.

الجدول رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب المؤهلات الشخصية

الجنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ذكر	32	58.2	58.2	58.2
انثى	23	41.8	41.8	100.0
Total	55	100.0	100.0	

العمر

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
25-34	6	10.9	10.9	10.9
35-44	27	49.1	49.1	60.0
45-54	6	10.9	10.9	70.9
اكثر من 55	16	29.1	29.1	100.0
Total	55	100.0	100.0	

المستوى التعليمي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
متوسط	6	10.9	10.9	10.9
ثانوي	15	27.3	27.3	38.2
جامعي	18	32.7	32.7	70.9
دراسات عليا	16	29.1	29.1	100.0
Total	55	100.0	100.0	

طبيعة العمل

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
موظف قطاع عام	31	56.4	56.4	56.4
اعمال حرة	5	9.1	9.1	65.5
تاجر	7	12.7	12.7	78.2
متقاعد	12	21.8	21.8	100.0
Total	55	100.0	100.0	

مدة تعامل البنك

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
سنة 5 - سنوات	13	23.6	23.6	23.6
اكثر 5 سنوات	42	76.4	76.4	100.0
Total	55	100.0	100.0	

التحليل:

من النتائج اعلاه نشاهد توزيع عينة البحث من حيث الجنس والعمر والمستوى التعليمي طبيعة العمل ومنه التعامل مع البنك كما نلاحظ من خلال الجدول رقم أن عدد الذكور قدر ب 32 بنسبة 58.2% وعدد الإناث 23 أي ما يعادل 41.8% فيتضح لنا أن فئة الذكور المستجوبين تفوق فئة الإناث .

Corrélations

		استقطاب_الزبون	الاعتمادية	الاستجابة	الملموسية	الامان	التعاطف
استقطاب_الزبون	Corrélation de Pearson	1	.782**	.723**	.638**	.647**	.737**
	Sig. (bilatérale)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
الاعتمادية	Corrélation de Pearson	.782**	1	.614**	.812**	.650**	.864**
	Sig. (bilatérale)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
الاستجابة	Corrélation de Pearson	.723**	.614**	1	.684**	.704**	.680**
	Sig. (bilatérale)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
الملموسية	Corrélation de Pearson	.638**	.812**	.684**	1	.616**	.808**
	Sig. (bilatérale)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
الامان	Corrélation de Pearson	.647**	.650**	.704**	.616**	1	.526**
	Sig. (bilatérale)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60
التعاطف	Corrélation de Pearson	.737**	.864**	.680**	.808**	.526**	1
	Sig. (bilatérale)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

ارتباط بين استقطاب الزبون والاعتمادية بلغ 78% وهو ارتباط ذو اهمية في الدراسة كذلك الارتباط بين استقطاب الزبون والتعاطف والاستجابة يقدر على التوالي بـ 73% و 72% هو يعتبر ارتباط ذو اهمية في الدراسة.

المطلب الثالث: تحليل البيانات الشخصية

الفرضية الأولى:

H0 لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استقطاب الزبون تعود إلى متغير الجنس

H1 توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استقطاب الزبون تعود إلى متغير الجنس

الجدول رقم(04): يوضح نتائج دلالة فروق الجنس

Statistiques de groupe

الجنس	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne	
استقطاب_الزبون	ذكر	32	3.8516	.26835	.04744
	انثى	23	4.1087	.60690	.12655

Test d'échantillons indépendants

	Test de Levene sur l'égalité des variances		Test-t pour égalité des moyennes						
	F	Sig.	T	Ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Différence écart-type	Intervalle de confiance 95% de la différence	
								Inférieure	Supérieure
Hypothèse de variances égales	20.347	.000	-	53	.038	-.2571	.12072	-.49926	-.01500
Hypothèse de variances inégales			-	28.222	.067	-.2571	.13515	-.53387	-.01961

يشير الجدول الأول أعلاه إلى أن الوسط الحسابي لإجابات الذكور فيما يتعلق باستقطاب الزبون كان 3.8516 وبانحراف معياري 0.26835، أما الوسط الحسابي للإناث فقد بلغ 4.1087 وبانحراف معياري 0.60690 أي أن الوسط الحسابي للإناث كان أعلى من الوسط الحسابي للذكور. ولكن، هل هذه الفروق ذو دلالة إحصائية.

بالنظر إلى اختبار Levene s Test for Equality Variances في الجدول الثاني نستنتج أن المجتمعين متجانسين حيث أن مستوى الدلالة 20.347 أعلى من مستوى الدلالة المعتمد للدراسة 0.05، وبناء عليه نستخدم الإحصاءات أمام Equal variances Assumed و التي تبين أن قيمة t تبلغ 2.130 و أن مستوى الدلالة المحسوب 0.038 و الذي هو أقل من 0.05. مستوى الدلالة المعتمد و بناء عليه ، نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة التي تنص على أن هناك فروق دالة إحصائية في استقطاب الزبون تعود إلى متغير الجنس.

الفرضية الثانية:

H0 لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استقطاب الزبون تعود إلى متغير العمر

H1 توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استقطاب الزبون تعود إلى متغير العمر

الجدول رقم(05): يوضح نتائج دلالة فروق العمر

Descriptives

استقطاب_الزبون

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard	Intervalle de confiance à 95% pour la moyenne		Minimum	Maximum
					Borne inférieure	Borne supérieure		
25-34	6	3.8333	.20412	.08333	3.6191	4.0475	3.50	4.00
35-44	27	3.7870	.40847	.07861	3.6255	3.9486	3.25	4.50
45-54	6	4.5417	.24580	.10035	4.2837	4.7996	4.25	5.00
أكثر من 55	16	4.0781	.46295	.11574	3.8314	4.3248	3.50	5.00
Total	55	3.9591	.45584	.06146	3.8359	4.0823	3.25	5.00

ANOVA à 1 facteur

استقطاب_الزبون

	Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	3.157	3	1.052	6.657	.001
Intra-groupes	8.063	51	.158		
Total	11.220	54			

تشير المخرجات أعلاه إلى الوسط الحسابي لإجابات كل فئة من فئات العمر على عبارات الاستبيان حيث كان أعلى وسط حسابي للفئة العمري من 45-54 سنة فأكثر و نلاحظ ان مستوى الدلالة 0.001 و هو أصغر من 0.05 و بالتالي فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة و التي تنص بوجد فروق ذات دلالة إحصائية في استقطاب الزبون تعود إلى متغير العمر

الفرضية الثالثة:

H0 لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استقطاب الزبون تعود إلى متغير المستوى

التعليمي

H1 توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استقطاب الزبون تعود إلى متغير المستوى التعليمي

الجدول رقم (06): يوضح نتائج دلالة فروق الحالة الاجتماعية

Descriptives

استقطاب_الزبون

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard	Intervalle de confiance à 95% pour la moyenne		Minimum	Maximum
					Borne inférieure	Borne supérieure		
متوسط	6	4.5833	.37639	.15366	4.1883	4.9783	4.00	5.00
ثانوي	15	3.8000	.30178	.07792	3.6329	3.9671	3.25	4.25
جامعي	18	3.6667	.35355	.08333	3.4908	3.8425	3.25	4.25
دراسات عليا	16	4.2031	.35612	.08903	4.0134	4.3929	3.75	5.00
Total	55	3.9591	.45584	.06146	3.8359	4.0823	3.25	5.00

ANOVA à 1 facteur

استقطاب_الزبون

	Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	5.210	3	1.737	14.735	.000
Intra-groupes	6.011	51	.118		
Total	11.220	54			

تشير المخرجات أعلاه إلى الوسط الحسابي لإجابات كل فئة من فئات المستوى التعليمي على عبارات الاستبيان حيث كان أعلى وسط حسابي للفئة ذات التعليم المتوسط و نلاحظ ان قيمة sig قد بلغت 0.000 وهي اصغر من 0.05 و بالتالي فاننا نقبل الفرضية البديلة و التي تنص بأنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في استقطاب الزبون تعود لمتغير المستوى التعليمي.

الفرضية الرابعة:

H0 لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استقطاب الزبون تعود إلى متغير طبيعة العمل

H1 توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استقطاب الزبون تعود إلى متغير طبيعة العمل

الجدول رقم(07): يوضح نتائج دلالة فروق نوع العمل

Descriptives

استقطاب_الزبون

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard	Intervalle de confiance à 95% pour la moyenne		Minimum	Maximum
					Borne inférieure	Borne supérieure		
موظف قطاع عام	31	3.8226	.35469	.06370	3.6925	3.9527	3.25	4.25
اعمال حرة	5	3.5500	.27386	.12247	3.2100	3.8900	3.25	4.00
تاجر	7	3.8214	.18898	.07143	3.6466	3.9962	3.50	4.00
متقاعد	12	4.5625	.30386	.08772	4.3694	4.7556	4.00	5.00
Total	55	3.9591	.45584	.06146	3.8359	4.0823	3.25	5.00

ANOVA à 1 facteur

استقطاب_الزبون

	Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	5.916	3	1.972	18.962	.000
Intra-groupes	5.304	51	.104		
Total	11.220	54			

تشير المخرجات أعلاه إلى الوسط الحسابي لإجابات كل فئة من فئات طبيعة العمل على عبارات الاستبيان ان أعلى وسط حسابي للمتقاعدين حيث بلغ 4.5625 و نلاحظ ان قيمة sig قد بلغت 0.000 و هو اصغر من 0.05 و بالتالي فاننا نقبل H1 توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استقطاب الزبون تعود إلى متغير طبيعة العمل
الفرضية الخامسة:

H0 لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استقطاب الزبون تعود إلى متغير مدة التعامل مع البنك

H1 توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استقطاب الزبون تعود إلى متغير مدة التعامل مع البنك

الجدول (08) يوضح نتائج دلالة فروق المستوى الوظيفي

Descriptives

استقطاب_الزبون

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard	Intervalle de confiance à 95% pour la moyenne		Minimum	Maximum
					Borne inférieure	Borne supérieure		
سنة - سنوات	13	4.1538	.42743	.11855	3.8956	4.4121	3.50	5.00
اكثر 5 سنوات	42	3.8988	.45216	.06977	3.7579	4.0397	3.25	5.00
Total	55	3.9591	.45584	.06146	3.8359	4.0823	3.25	5.00

ANOVA à 1 facteur

استقطاب_الزبون

	Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	,646	1	,646	3,236	,078
Intra-groupes	10.575	53	,200		
Total	11.220	54			

تشير المخرجات أعلاه إلى أعلى وسط حسابي لمدة التعامل مع البنك بين 1سنة الى 5 ونلاحظ ان قيمة F قد بلغت 5.026 كما أن مستوى الدلالة المستخرج قد بلغ 0.078 و هو اكبر من 0.05 و بالتالي فإننا نقبل الفرضية الصفرية H_0 لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استقطاب الزبون تعود إلى متغير مدة التعامل مع البنك

المطلب الرابع: اختبار الفرضيات

الفرضية الرئيسية الأولى:

 H_0 لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين متغير الملموسية و استقطاب الزبون H_1 يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين متغير الملموسية و استقطاب الزبون

الجدول رقم (09): نتائج اختبار الانحدار البسيط متغير الملموسية و استقطاب الزبون

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,836 ^a	,698	,693	,25265

الملموسية. Valeurs prédites : (constantes),

الجدول رقم (10): نموذج تحليل التباين ANOVA متغير الملموسية و استقطاب الزبون

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	.572	.308		1.862	.068
الملموسية	.870	.079	.836	11.081	.000

a. Variable dépendante :

التحليل

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن قيمة معامل الارتباط 0.836 كما أن معامل التحديد 0.698 مما يعني أن المتغير المستقل استطاع ان يفسر 69% من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع. من جدول تحليل التباين ANOVA فان مستوى الدلالة المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمدة ولهذا فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة والتي مفادها أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين متغير الملموسية و متغير استقطاب الزبون. بما أن المتغير المستقل هو متغير الملموسية (x) والمتغير التابع هو استقطاب الزبون (Y) فتكون معادلة الانحدار على الشكل التالي:

$$x870Y=0.572+0.$$

الفرضية الرئيسية الأولى:

H0 لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين متغير الاعتمادية واستقطاب الزبون

H1 يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين متغير الاعتمادية واستقطاب الزبون

الجدول رقم (11): نتائج اختبار الانحدار البسيط متغير الاعتمادية واستقطاب الزبون

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.783 ^a	.613	.605	.28637

a. Valeurs prédites : (constantes), الاعتمادية

الجدول رقم (12): نموذج تحليل التباين ANOVA متغير الاعتمادية واستقطاب الزبون

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	1.509	.270		5.582	.000
1 الاعتمادية	.573	.063	.783	9.155	.000

a. Variable dépendante :

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن قيمة معامل الارتباط 0.783 كما أن معامل التحديد 0.61 مما يعني أن المتغير المستقل استطاع ان يفسر 61% من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع.

من جدول تحليل التباين ANOVA فان مستوى الدلالة المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمدة و لهذا فإننا نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة و التي مفادها أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين متغير الاعتمادية و متغير استقطاب الزبون.

بما أن المتغير المستقل هو متغير الاعتمادية (x) و المتغير التابع هو استقطاب الزبون (Y) فتكون معادلة الانحدار على الشكل التالي:

$$x0.573+1.509Y=$$

الفرضية الرئيسية الأولى:

H0 لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين متغير الاستجابة واستقطاب الزبون

H1 يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين متغير الاستجابة واستقطاب الزبون

الجدول رقم (13): نتائج اختبار الانحدار البسيط بين متغير الاستجابة واستقطاب الزبون

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.630 ^a	.397	.386	.35729

الاستجابة. Valeurs prédites : (constantes),

الجدول رقم (14): نموذج تحليل التباين ANOVA بين متغير الاستجابة واستقطاب الزبون

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	2.283	.288	7.930	.000
	الاستجابة	.420	.071	.630	5.907

a. Variable dépendante :

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن قيمة معامل الارتباط 0.630 كما أن معامل التحديد 0.397 مما يعني أن المتغير المستقل استطاع ان يفسر 39% من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع.

من جدول تحليل التباين ANOVA فان مستوى الدلالة المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمدة و لهذا فإننا نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة و التي مفادها أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين متغير الاستجابة و متغير استقطاب الزبون.

بما أن المتغير المستقل هو متغير الاستجابة (x) و المتغير التابع هو استقطاب الزبون (Y) فنكون معادلة الانحدار على الشكل التالي :

$$x0.420+2.283Y=$$

الفرضية الرئيسية الأولى:

H0 لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين متغير الامان واستقطاب الزبون

H1 يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين متغير الامان واستقطاب الزبون

الجدول رقم (15): نتائج اختبار الانحدار البسيط متغير الامان واستقطاب الزبون

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.501 ^a	.251	.237	.39815

a. Valeurs prédites : (constantes), الامان

الجدول رقم (16): نموذج تحليل التباين ANOVA متغير الامان واستقطاب الزبون

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	2.050	.456		4.497	.000
الامان	.438	.104	.501	4.217	.000

a. Variable dépendante :

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن قيمة معامل الارتباط 0.501 كما أن معامل التحديد 0.251 مما يعني أن المتغير المستقل استطاع ان يفسر 39% من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع.

من جدول تحليل التباين ANOVA فان مستوى الدلالة المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمدة و لهذا فإننا نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة و التي مفادها أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين متغير الامان و متغير استقطاب الزبون.

بما أن المتغير المستقل هو متغير الامان (x) و المتغير التابع هو استقطاب الزبون (Y) فتكون معادلة الانحدار على الشكل التالي :

$$x0.438+2.050Y=$$

الفرضية الرئيسية الأولى:

H0 لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين متغير التعاطف واستقطاب الزبون

H1 يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين متغير التعاطف واستقطاب الزبون

الجدول رقم (17): نتائج اختبار الاحدار البسيط متغير التعاطف واستقطاب الزبون

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.915 ^a	.838	.835	.18541

a. Valeurs prédites : (constantes), التعاطف

الجدول رقم (18): نموذج تحليل التباين ANOVA متغير التعاطف واستقطاب الزبون

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	1.142	.172		6.633	.000
1 التعاطف	.699	.042	.915	16.535	.000

a. Variable dépendante :

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن قيمة معامل الارتباط 0.915 كما أن معامل التحديد 0.838 مما يعني أن المتغير المستقل استطاع ان يفسر 83% من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع.

من جدول تحليل التباين ANOVA فان مستوى الدلالة المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمدة و لهذا فإننا نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة و التي مفادها أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين متغير التعاطف و متغير استقطاب الزبون.

بما أن المتغير المستقل هو متغير التعاطف (x) و المتغير التابع هو استقطاب الزبون (Y) فتكون معادلة الانحدار على الشكل التالي :

$$x0.699+1.142Y=$$

ثانيا: حالة دراسة مقارنة للخدمات البنكية واستقطاب الزبون بين البنكين CPA و BDL

دراسة مقارنة بين بنكي CPA و BDL

اولا دراسة حالة بنك CPA

العينة 27 مستجوب

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.957	30

الارتباط

Corrélations

	استقطاب_الزبون	الخدمة
استقطاب_الزبون	Corrélacion de Pearson	1
	Sig. (bilatérale)	.703**
	N	27
الخدمة	Corrélacion de Pearson	1
	Sig. (bilatérale)	.703**
	N	27

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الانحدار

Variables introduites/supprimées^a

Modèle	Variables introduites	Variables supprimées	Méthode
1	.الخدمة ^b		Entrée

a. Variable dépendante : استقطاب_الزبون

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.703 ^a	.494	.473	.46482

a.الخدمة. Valeurs prédites : (constantes),

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.	
1	Régression	5.265	1	5.265	24.369	.000 ^b
	Résidu	5.402	25	.216		
	Total	10.667	26			

a. Variable dépendante : استقطاب_الزبون

b.الخدمة. Valeurs prédites : (constantes),

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	.434	.717	.606	.550
	.الخدمة	.828	.168	.703	4.936

a. Variable dépendante : استقطاب_الزبون

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن قيمة معامل الارتباط 0.703 كما أن معامل التحديد 0.494 مما يعني أن المتغير المستقل استطاع ان يفسر 49% من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع.

من جدول تحليل التباين ANOVA فان مستوى الدلالة المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمدة ولهذا فإننا نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة والتي مفادها أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الخدمة ومتغير استقطاب الزبون.

بما أن المتغير المستقل هو الخدمة (x) و المتغير التابع هو استقطاب الزبون (Y) فتكون معادلة الانحدار على الشكل التالي :

$$x0.828+0.434Y=$$

ثانيا دراسة حالة بنك BDL

العينة 28 مستجوب

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.960	30

الارتباط

Corrélations

	استقطاب_الزبون	الجودة
Corrélation de Pearson	1	.719**
Sig. (bilatérale)		.000
N	28	28
Corrélation de Pearson	.719**	1
Sig. (bilatérale)	.000	
N	28	28

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الانحدار

Variables introduites/supprimées^a

Modèle	Variables introduites	Variables supprimées	Méthode
--------	-----------------------	----------------------	---------

1	. الجودة ^b	Entrée
---	-----------------------	--------

a. Variable dépendante : استقطاب_الزبون

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.719 ^a	.517	.498	.44031

a. Valeurs prédites : (constantes), الجودة

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.	
1	Régression	5.388	1	5.388	27.791	.000 ^b
	Résidu	5.041	26	.194		
	Total	10.429	27			

a. Variable dépendante : استقطاب_الزبون

b. Valeurs prédites : (constantes), الجودة

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	
	A	Erreur standard	Bêta			
1	(Constante)	.193	.700		.276	.785
	الجودة	.862	.164	.719	5.272	.000

a. Variable dépendante : استقطاب_الزبون

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن قيمة معامل الارتباط 0.719 كما أن معامل التحديد 0.517 مما يعني أن المتغير المستقل استطاع ان يفسر 51% من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع.

من جدول تحليل التباين ANOVA فان مستوى الدلالة المعنوية 0.000 وهو أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمدة و لهذا فإننا نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة و التي مفادها أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين و متغير الجودة استقطاب الزبون.

بما أن المتغير المستقل هو الخدمة (x) و المتغير التابع هو استقطاب الزبون (Y) فتكون معادلة الانحدار على الشكل التالي :

$$x0.862+193Y=$$

في الاخير

يجب وضع جدول مقارنة بين bdl cpa

الاختبار	CPA	BDL	ملاحظات
ألفا كرونباخ	0.957	0.960	كلاهما جيد
الارتباط	0.703	0.719	كلاهما قوي
تأثير الانحدار	49%	51 %	تأثير مقبول

ملاحظات

- لا يوجد اختلاف كبير في استقطاب الزبون لكلا البنكين.

كلا بنكين يوفر خدمات بنفس التقبل للزبائن وخاصة لمتغير الاعتمادية والتعاطف والاستجابة.

خاتمة الفصل :

تطرقنا في الفصل التطبيقي إلى دراسة ميدانية في الوكالات البنكية CPA وBDL بسعيدة من خلال التعريف بالوكالات و التطرق إلى الخدمات التي تقدمها كل وكالة و تم أيضا دراسة تأثير جودة الخدمة البنكية على رضا الزبون من ناحية كل من المعايير (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف، الولاء) من خلال إعداد استبيان و معالجة بياناته عن طريق برنامج spss.

وفي الأخير توصلنا على أنه لا يوجد اختلاف كبير في استقطاب الزبون لكلا البنكين. وكلاهما يوفر خدمات بنفس التقبل للزبائن وخاصة لمتغير الاعتمادية والتعاطف والاستجابة.

الخاتمة

إن البنوك تسعى جاهدة إلى تطوير خدمات مصرفية من خلال إدخالها تقنيات حديثة يضمن لها تقدمها بجودة عالية، و دقة و سرعة في الأداء ،حيث تعتبر الجودة في الخدمات مرتكزا أساسيا تسعى لبلوغه في ظل اقتصاد السوق ،و تعتمد على هذا السعي من خلال التعرف على تقييم العملاء لمستوى جودة توقعه ،و الهدف من ذلك تحقيق استقرار البنك و المحافظة على مكانته المصرفية و للإجابة على إشكالية البحث المتمثلة في " ما مدى تأثير جودة الخدمات المصرفية لبنك CPA و BDL في استقطاب زبائنها" حيث تمت معالجة هذه الإشكالية من خلال فصلين ، فصل نظري تناولنا فيه مختلف المفاهيم و الأدبيات التي كتبت حول البنوك و الخدمات المصرفية. و الفصل تطبيقي الذي كان في شكل دراسة حالة لبنكين CPA و BDL أين تم معالجة إشكالية هذا البحث و من خلال الدراسة الميدانية في البنكين توصلنا إلى نتائج التالية:

- تعتبر جودة الخدمة مصدر مهم من مصادر المحافظة على الزبائن الحاليين للمؤسسة البنكية بالإضافة إلى زبائن جدد ، أما الرضا فهو عبارة عن حالة نفسية أو شعور عاطفي ينتاب الزبون نتيجة المقارنة بين أداء الخدمات و التوقعات .
- السرعة في أداء العمليات و إجراءات بنكية مما يحقق رضا الزبائن في الوكالة .
- قيام إدارة البنوك على مدار فترات زمنية مختلفة بتقييم جودة الخدمات التي تعرضها، وذلك لتحديد اتجاهات ومواقف العملاء نحو الخدمات المقدمة والتعرف على توقعات ومحاولة تحقيقها لرفع وتنمية الشعور بالرضا لديهم وكسب ولائهم و استمرايتهم في التعامل معها.
- تعتبر الجودة ميزة تنافسية تستخدم كإستراتيجية من بين الإستراتيجيات التي تحقق رضا الزبون .
- يؤثر المظهر الخارجي للوكالة على نظرة الزبون الجديد حول أداء الوكالة سواء بالإيجاب أو السلب .

في ضوء النتائج المتوصل إليها ارتأينا أن نقوم بتقديم مجموعة من الاقتراحات و التوصيات التي نراها مناسبة :

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيرات جودة الخدمة البنكية و رضا الزبون .
- قيام العمال بالرد على شكاوي الزبائن و أن تكون فترة الانتظار سريعة و قصيرة لتقديم الخدمة .
- يجب أن تستجيب الخدمات المصرفية المقدمة من قبل الأجهزة المصرفية إلى التطور الحاصل في النشاط الاقتصادي و المجتمع ككل أين تجد تطورها الطبيعي ، هذا للتمكن من القيام بالدور الذي وجدت من أجله ألا و هو الاستجابة لمتطلبات و تفعيل النشاط لارتقاء المجتمع.
- تنويع الخدمات البنكية و الاهتمام بجودة الخدمات و الوصول إلى إرضاء رغبات الزبائن .
- تطوير إجراءات تقديم الخدمات حتى تكون سهلة و مبسطة غير معقدة .
- منح بطاقات الائتمان لزبائنها لزيادة تعامل الزبائن معهم.
- توفير تسهيلات القروض من خلال بطاقات الكترونية مما يزيد ولاء زبائن البنك .

آفاق الدراسة :

و في الأخير يمكن اقتراح بعض المواضيع التي لها صلة بموضوع البحث و التي من الممكن أن عناوين بحوث مستقبلية و التي تجلت أهمها فيما يلي :

- 1- ما هو أثر جودة الخدمات على ولاء الزبون .
- 2- ما هي العلاقة بين جودة الخدمات و الرضا.
- 3- دور جودة الخدمات المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة .



قائمة المصادر و المراجع

قائمة المصادر والمراجع :

الكتب :

- أحمد صلاح عطية، محاسبة الاستثمار والتمويل في البنوك التجارية، مصر، 2002.
- أسامة كامل، النقود والبنوك، البحرين، 2006.
- أطرش طاهر، تقنيات بنكية ، القاهرة، 2003.
- بشير عباس العلق، تكنولوجيا المعلومات في الأعمال، الأردن، 2002.
- بوزيدي سعيد، الإصلاحات المصرفية الجزائرية في ظل اقتصاد السوق، الجزائر، 2003.
- جبر هشام، إدارة المصارف، مصر، 2008.
- جلدة سامر، البنوك التجارية والتسويق المصرفي، عمان، 2009.
- حامد عبد الغني، النقود والبنوك، البحرين، 2003.
- حسين محمد سمحان، إسماعيل يونس يامن، اقتصاديات النقود والمصادر، الأردن، 2011.
- حميد موسى، البنوك المركزية والتوازن الاقتصادي، الأردن، 2018.
- حميدات محمود، مدخل تحليل النقدي، الجزائر، 1996.
- خلف الله، فليح حسن، النقود والبنوك، عمان، 2006.
- عبد الرحمن بل حفصي، محاضرات في اقتصاد المصرف، سطيف، 1989.
- عبد الغفار حنفي، إدارة المصارف، مصر، 2007.
- عبد المطلب عبد الحميد، السياسة النقدية واستقلالية البنك المركزي، الإسكندرية، 2013.
- فارس فضيل، التقنيات البنكية، الجزائر العاصمة، 2013.
- كمال فاتح المطايعة، الاستثمار في المصارف، الإسكندرية، 2014.
- محمد الصيرفي، إدارة المصارف، الإسكندرية، 2007.
- محمد حلمي جيلاني، إدارة البنوك، السعودية، 2002.
- محمد عبد العزيز، النقود والبنوك والعلاقات الاقتصادية والدولية، مصر، 2001.

- محمد فاتح محمود بشير المغربي، النقود والبنوك، الأردن، 2006.
- محمود عزة اللحام، مصطفى يوسف الكافي، النقود والمصارف، الأردن، 2016.
- **مذكرات:**
- بريش عبد القادر التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة والتنافسية للبنوك الجزائرية، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2010.
- بن دحمان عبد الفتاح، السياسة النقدية ومدى فعاليتها في إدارة الطب أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2003.
- بوطي كمال، دور جودة الخدمات المصرفية في تحسين تنافسية البنوك، شهادة ماستر، جامعة بسكرة، 2012.
- زيدان محمد دور التسويق في القطاع المصرفي، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2004.
- سليمة عبد الله، دور تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية في تفعيل النشاط البنكي، رسالة ماجستير جامعة باتنا، 2008.
- عليوش عبد المالك، أهمية الاتصال التسويقي لتحسين الخدمة المصرفية، شهادة ماستر ، جامعة بسكرة، 2015
- رعد حسن الصرن ، طريقة جديدة لدراسة الخدمات في القطاع البنكي ، دراسة مقارنة بين بعض البنوك السورية و الأردنية ، رسالة دكتوراه ، جامعة دمشق ص 14.
- **قوانين و مراسيم تنظيمية :**
- **المشروع الجزائري قانون النقد و القرض : بنوك الجزائر**
- **ملتقيات دولية :**
- وفاء ناصر الميبريك ، جودة الخدمات البنكية النسائية ، ملتقى دولي حول التسويق في الوطن العربي ، الشارقة الإمارات العربية المتحدة ، 15 أكتوبر 2006 ، ص 246-247
- **مصادر أجنبية:**

Amor ben halima, Pratique des technique bancaire, édition :
Dahlab ,Alger.

Jean- Marc Béguim & Arnand Bernard, l'essentiel des techniques
bancairs, édition d'organisation Eyrole , Paris, France,2 em
tiraje,2010.

Cloud J.Simon, les banques, edition : la découverte,
Paris,France,1994

الملاحق

أخي الكريم ، أختي الكريمة

بعد التحية :

في إطار قيامنا بدراسة حول موضوع "الخدمات البنكية " من وجهة نظر العملاء وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على شهادة ماستر مالية و بنوك _جامعة سعيدة_ نرجو منكم التكرم بالإجابة على محتويات الاستبيان بما يتفق مع وجهة نظرك. علماً بأن بيانات الدراسة لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي وستعامل بالسرية التامة ونشكركم على مساهمتكم في تحسين جودة الخدمة المصرفية من خلال الإجابة على هذا الاستبيان.

نرجو من سيادتك الإجابة على الأسئلة المرفقة بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة:

المعلومات الشخصية:

<input type="checkbox"/>	الذكر	<input type="checkbox"/>	أنثى	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	34-25	<input type="checkbox"/>	44-35	<input type="checkbox"/>	54-45
<input type="checkbox"/>	55 فأكثر				
<input type="checkbox"/>	المستوى التعليمي : ابتدائي	<input type="checkbox"/>	متوسط	<input type="checkbox"/>	ثانوي
<input type="checkbox"/>	جامعي	<input type="checkbox"/>	دراسات العليا		
<input type="checkbox"/>	طبيعة العمل : موظف في قطاع عام	<input type="checkbox"/>	موظف في قاع خاص		
<input type="checkbox"/>	أعمال حرة	<input type="checkbox"/>	تاجر	<input type="checkbox"/>	متقاعد

مدة التعامل مع البنك : أقل من سنة ما بين سنة و 5 سنوات

أكثر من 5 سنوات

الجزء الثاني : لقياس جودة الخدمة المصرفية و أثرها في استقطاب الزبون .
الرجاء بيان درجة تقويم جودة الخدمة المصرفية المقدمة لكم فعلى من طرف
البنك وذلك بوضع الإشارة (X) في واحدة من الخانات المدرجة أمام كل عبارة.

الرقم	العبارة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
محور المؤسسة						
1	المظهر العام للبنك يجب أن يتلاءم مع طبيعة الخدمة المقدمة					
2	تميز العاملين بحسن المظهر و الأناقة					
3	يتوافر لدى البنك معدات تساير العصر و التكنولوجيا الحديثة					
4	يستجيب الموظفون على استفساراتك فوراً					
5	تكامل التصميم الداخلي بين المصالح					
محور الاعتمادية						
6	يقدم الموظفون خدمات بشكل الصحيح و الدقيق					
7	يمكن الاعتماد على موظفي البنك					

					البنك يعلم الزبائن بالخدمات الجديدة	8
					يتعاطف البنك مع العميل عند مواجهته مشكلة ما و يقوم بطمأنته على إمكانية حلها	9
محور الاستجابة						
					تشعر أن الموظفين يفهمون طلبك بسهولة	10
					أن لا يكون موظفو البنك مشغولون لدرجة تمنعهم من تلبية طلباتك	11
					يستجيب الموظفون لاحتياجاتك الطارئة	12
					يقوم البنك بتقديم بعض الامتيازات للزبائن الأوفياء	13
محور الأمان						
					يحتفظ البنك بأنظمة التسجيل و توثيق دقيقة	14
					الشعور بالأمان عند التعامل مع البنك	15
					لديك ثقة دائمة في عمليات البنك	16
					يقدم البنك كشوفات واضحة و دقيقة	17
محور التعاطف						
					يهتم مقدمون الخدمات في البنك بتقديم النصائح و الارشادات لزبون	18
					يتفهم موظفو البنك احتياجاتك	19

					20	المقابلة بابتسامة كلما طلب الزبون خدمة من الموظف
					21	يحرص البنك أن يوظف موظفين يتمتعون بقدرة على منح العملاء اهتماما شخصيا
محور الولاء						
					22	تفضل التعامل مع هذا البنك دون غيره من البنوك
					23	تتصح الآخرين بالتعامل مع هذا البنك
					24	تفكر في التعامل مع بنك آخر احسن من هذا البنك
					25	تشعر بولاء كبير لهذا البنك
محور استقطاب الزبون						
					26	يفي البنك بوعوده في أداء الاعمال
					27	أوقات عمل البنك ملائمة للعملاء
					28	تحضون باستقبال جيد من طرف موظفي البنك
					29	يضع البنك مصلحة العملاء في مقدمة اهتمامه
					30	وجود استعداد دائم لدى العاملين لمساعدة العملاء