



الموضوع

الصيرفة الالكترونية ودورها في تحسين أداء البنوك التجارية

دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري-بسكرة

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

الأستاذ المشرف:

- د. فريد عبدة

إعداد الطالب (ة):

- ماما دو

لجنة المناقشة

الرقم	أعضاء اللجنة	الرتبة	الصفة	مؤسسة الإنتماء
1	أ.د/ لخضر مرغاد	أستاذ التعليم العالي	رئيسا	جامعة بسكرة
2	د/ فريد عبدة	أستاذ محاضراً	مشرفا	جامعة بسكرة
3	أ.د/ رشيد حمريط	أستاذ التعليم العالي	مناقشا	جامعة بسكرة

السنة الجامعية: 2024/2023





شكر و عرفان

فالشكر أولاً لله عز وجل

على أن هداني لسلوك طريق البحث والتشبه بأهل العلم وإن
كان بيني وبينهم مفاوز.

كما أخص بالشكر روح والدي الطاهرة التي ما زالت ترفرف في
سما حياتي، من علمتني الصمود، الصبر والمثابرة مما تغيرت
الظروف وصدت الأشواق عن دربي لتمهد لي طريق النجاح...
أمي سدي في هذه الحياة، التي دعمتني وشجعتني لإنجاز هذا
العمل... إخوتي محمد وعبد اللطيف أجنحتي التي تبقيني ألق
لأبعد الأفاق... ابن عمي إلياس الذي دعمني بكل استطاعته
في مشواري الجامعي... جدي العزيز... أعمامي وعماتي أقرب
الناس إلي قلبي... أستاذي الكريم ومعلمي الفاضل المشرف علي
هذا البحث الأستاذ: حبة فريد، فقد كان حريصا علي قراءة كل
ما أكتبه و يوجهني إلي ما يرى بأرق عبارة وألفظ إشارة، فله
مني وافر الثناء وخالص الدعاء.

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى دراسة دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين أداء البنوك التجارية في الجزائر، مع التركيز على بنك القرض الشعبي الجزائري، وكالة بسكرة. كما ترمي الى تقييم كيفية تأثير تطبيق أدوات الصيرفة الإلكترونية على كفاءة العمليات المصرفية، رضا العملاء، وخفض التكاليف التشغيلية.

أظهرت النتائج أن البنوك التجارية في الجزائر تستخدم مجموعة متنوعة من أدوات الصيرفة الإلكترونية، بما في ذلك الأنظمة البنكية عبر الإنترنت، تطبيقات الهواتف المحمولة، والصرافات الآلية الذكية. ساهمت هذه الأدوات بشكل كبير في تحسين الكفاءة التشغيلية للبنك، مما أدى إلى تقليل الأخطاء البشرية وتسريع العمليات المصرفية. كما أظهرت الدراسة أن رضا العملاء كان إيجابياً بشكل عام، حيث أعرب العملاء عن ارتياحهم لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية وسهولة الوصول إليها.

ومع ذلك، تواجه البنوك التجارية في الجزائر عدة تحديات في تبني الصيرفة الإلكترونية، تشمل نقص الوعي لدى بعض العملاء، الحاجة إلى تحسين البنية التحتية التقنية، والمخاوف المتعلقة بالأمان السيبراني. توصلت الدراسة إلى أن تحسين تطبيقات الصيرفة الإلكترونية يمكن أن يؤدي إلى زيادة رضا العملاء وتعزيز الأداء خاصة المالي للبنوك.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الصيرفة الإلكترونية، أداء البنوك التجارية.

SUMMARY :

This study examined the role of electronic banking in improving the financial performance of commercial banks in Algeria, focusing on Banque de Crédit Populaire d'Algérie (CPA), Biskra branch. The study aimed to evaluate how the implementation of electronic banking tools affects operational efficiency, customer satisfaction, and operational cost reduction.

The results showed that commercial banks in Algeria use a variety of electronic banking tools, including online banking systems, mobile banking applications, and advanced ATMs. These tools significantly contributed to improving the bank's operational efficiency by reducing human errors and speeding up banking processes. The study also indicated that customer satisfaction was generally positive, with customers expressing their satisfaction with the ease of access and use of electronic banking services

The study recommends adopting innovative strategies to improve and develop electronic banking tools, such as increasing awareness campaigns to educate customers about the benefits of electronic banking, enhancing cybersecurity, and intensifying research and development efforts to improve technical infrastructure.

Keywords : Electronic Banking, Financial Performance, Commercial Banks

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	الفصل الأول: الاطار المفاهيمي للصيرفة الالكترونية والاداء البنكي
09	تمهيد
10	المبحث الأول : مفهوم الصيرفة الإلكترونية
10	المطلب الأول: تعريف الصيرفة الالكترونية
12	المطلب الثاني : خصائص ومتطلبات الصيرفة الإلكترونية
15	المطلب الثالث:مراحل تطور الصيرفة الالكترونية
17	المبحث الثاني: الأداء البنكي
18	المطلب الأول: مفهوم الأداء البنكي وأهميته
20	المطلب الثاني : معايير الأداء البنكي
21	المطلب الثالث: تقييم الأداء البنكي ومؤشرات قياسه
23	المبحث الثالث: اهمية الصيرفة الالكترونية في تحسين الأداء البنوك التجارية
24	المطلب الأول: تحسين الأداء البنكي
26	المطلب الثاني : تأثير الصيرفة الالكترونية على جودة الخدمات المصرفية
28	المطلب الثالث: أثر الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات الالكترونية
36	خلاصة الفصل الاول
	الفصل الثاني : واقع الصيرفة الالكترونية ودورها في تحسن أداء بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة بسكرة
38	المبحث الاول :تقديم القرض الشعبي الجزائري وكالة بسكرة
38	المطلب الأول: نشأة القرض الشعبي الجزائري وكالة بسكرة
39	المطلب الثاني: وظائف القرض الشعبي الجزائري وكالة بسكرة
39	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري وكالة بسكرة
43	المبحث الثاني : عرض نتائج الدراسة وتحليلها واختبار الفرضيات
43	المطلب الاول : مجتمع وعينة البحث والوصف الإحصائي لها وفق الخصائص الشخصية والوظيفية
47	المطلب الثاني: تحليل مدى استعمال البنك لأدوات الصيرفة الالكترونية
53	المطلب الثالث: تحليل أثر الصيرفة الإلكترونية على تحسين الأداء للبنك خاصة المالي

59	المطلب الرابع اختبار فرضيات الدراسة ونتائجها
69	خلاصة الفصل
71	الخاتمة
75	قائمة المراجع

فهرس الجداول والاشكال

فهرس الجداول	
الصفحة	العنوان
45	الجدول رقم (01): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية
47	الجدول رقم (02): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات محور قياس مدى استعمال البنك لأدوات الصيرفة الالكترونية :
53	الجدول رقم (03): تحليل فقرات محور قياس أثر الصيرفة الإلكترونية على تحسين الأداء المالي للبنك
59	الجدول رقم (4) تحليل الانحدار البسيط: (Simple Regression Analysis)
61	الجدول رقم (5) تحليل التباين: (ANOVA)
62	الجدول رقم (6): تحليل الانحدار المتعدد: (Multiple Regression Analysis)
63	الجدول (7): تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis)
فهرس الاشكال	
42	الشكل رقم 01 : الهيكل التنظيمي للبنك القرض الشعبي الجزائري وكالة بسكرة

المقدمة

مقدمة

عرفت السنوات الأخيرة تطورًا هائلًا في مجال الاتصال والتكنولوجيا، مما أثر بشكل كبير على مختلف جوانب الحياة، بما في ذلك قطاع الأعمال والمصارف. من بين هذه التطورات، تبرز الصيرفة الإلكترونية كأحد الأدوات الحديثة التي غيرت بشكل جذري طريقة تقديم الخدمات المصرفية وإدارتها. اليوم، أصبحت الصيرفة الإلكترونية عنصرًا أساسيًا لا غنى عنه في استراتيجيات النمو للمصارف، حيث توفر وسائل فعالة للوصول إلى العملاء، وتحسين الأداء المالي، وزيادة الكفاءة التشغيلية.

لقد اكتسبت الصيرفة الإلكترونية اهتمامًا كبيرًا في صناعة الخدمات المصرفية نظرًا لمبادئها وممارساتها المتطورة التي تتماشى مع التكنولوجيا الحديثة. تُعتبر الصيرفة الإلكترونية نظامًا يعتمد على استخدام الأدوات والتقنيات الرقمية لتقديم الخدمات المصرفية وتحقيق أهداف الأعمال، وتتميز بالقدرة على الوصول إلى العملاء بدقة وسرعة، مع إمكانية تنفيذ المعاملات المصرفية وتحليلها بشكل فوري.

و من المبادئ الأساسية للصيرفة الإلكترونية هو التركيز على تقديم خدمات مصرفية مرنة وآمنة للعملاء، مما يساهم في بناء علاقات قوية ومستدامة معهم. تشمل الصيرفة الإلكترونية مجموعة واسعة من الأدوات والتقنيات مثل الإنترنت المصرفي، وتطبيقات الهواتف الذكية، وأجهزة الصراف الآلي المتطورة. تمكن هذه الأدوات المصارف من تقديم خدماتها بطرق مبتكرة وفعالة، مما يساهم في تعزيز نمو الأعمال وزيادة رضا العملاء.

و لقد عايشنا الصيرفة الإلكترونية تطورًا كبيرًا في السنوات الأخيرة، حيث أصبحت المصارف تعتمد بشكل كبير على هذه الأدوات لتحقيق أهدافها التشغيلية والاستراتيجية. اكتسبت الصيرفة الإلكترونية شعبية ليس فقط في الدول المتقدمة، ولكن أيضًا في الدول النامية التي تبحث عن حلول مصرفية فعالة ومستدامة. تعزز الصيرفة الإلكترونية الابتكار والكفاءة والاستدامة، مما يساهم في تطوير نظام مصرفي أكثر عدالة وفعالية.

بشكل عام، تلعب الصيرفة الإلكترونية دورًا حيويًا في توفير حلول مصرفية بديلة تستند إلى المبادئ التكنولوجية وتعزز التنمية الاقتصادية. تجعل مبادئ الصيرفة الإلكترونية من استخدام الأدوات الرقمية وتطوير الخدمات عنصرًا فريدًا ومكونًا مهمًا بشكل متزايد في صناعة المصارف العالمية.

لهذا تعد الجزائر واحدة من الدول التي تسعى لمواكبة هذه التطورات التكنولوجية، وخاصة في ظل التحولات الاقتصادية التي تشهدها البلاد. تلعب المؤسسات المصرفية دورًا حيويًا في هذا التحول، ويأتي نظام الصيرفة الإلكترونية ليكون أحد العوامل الرئيسية

مقدمة

التي تساهم في تعزيز هذا النمو. بفضل قدرته على توفير معلومات دقيقة وفورية، وتمكين التواصل المباشر مع العملاء، وتحليل سلوك العملاء، يمكن للصيرفة الإلكترونية أن تكون الأداة المثلى لتحقيق الأهداف المصرفية والنمو المستدام.

لهذا، تعد الأدوات الرقمية جزءًا لا يتجزأ من النظام المصرفي في الجزائر، وقد عايشنا نموًا ملحوظًا في السنوات الأخيرة. تتبع المصارف الجزائرية أحدث تقنيات الصيرفة الإلكترونية لتحسين أداؤها وتعزيز نموها الاقتصادي، مما يضيف بُعدًا متميزًا إلى دورها في التنمية الاقتصادية. ومن هذا المنطلق، تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين أداء البنوك التجارية، مع التركيز على دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري في مدينة بسكرة.

1- الإشكالية

شهد القطاع المصرفي العالمي في السنوات الأخيرة تحولات جوهرية نتيجة للتقدم التكنولوجي السريع والابتكارات الرقمية المتلاحقة. تعد الصيرفة الإلكترونية واحدة من هذه الابتكارات البارزة التي غيرت بشكل جذري أساليب تقديم الخدمات المالية وإدارتها. تتيح الصيرفة الإلكترونية للعملاء إجراء المعاملات بسرعة وكفاءة وراحة من أي مكان وفي أي وقت، مما يحقق مستويات عالية من الفعالية والرضا لدى العملاء.

وفي الجزائر، تسعى أيضا البنوك التجارية إلى مواكبة هذه التطورات التكنولوجية وتحسين خدماتها من خلال تبني نظام الصيرفة الإلكترونية. هذا التحول يساهم بشكل كبير في تحسين الأداء المالي للبنوك من خلال تقليل التكاليف التشغيلية، زيادة الكفاءة، وتعزيز رضا العملاء. ومع ذلك، تواجه البنوك تحديات متعددة في تبني وتطبيق هذه التكنولوجيا بشكل فعال، بما في ذلك قضايا الأمان، البنية التحتية التكنولوجية، وتوعية العمل، من هنا تتجلى إشكالية هذه الدراسة تتمثل في السؤال الرئيسي التالي:

التساؤل الرئيسي:

كيف يساهم استخدام الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء خاصة المالي في البنوك التجارية؟

2- الأسئلة الفرعية:

لمعالجة هذه الإشكالية، يجب الإجابة على مجموعة من الأسئلة الفرعية التي تساعد في فهم الجوانب المختلفة لهذه التحديات وتأثيراتها، مثل:

1. كيف يؤثر تصميم موقع البنك الإلكتروني على تجربة العملاء واستخدامهم للخدمات المصرفية الإلكترونية؟
2. ما مدى توافر واستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية المختلفة لدى البنك القرض الشعبي الجزائري وكالة بسكرة؟

3. كيف تؤثر قنوات توزيع الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء وكفاءة العمليات المصرفية؟

3- الفرضيات:

الفرضية الرئيسية:

- استخدام أدوات الصيرفة الإلكترونية يساهم بشكل كبير في تحسين الأداء المالي لبنك القرض الشعبي الجزائري بسكرة

الفرضيات الفرعية:

- تصميم موقع البنك الإلكتروني يؤثر بشكل إيجابي على تجربة العملاء ويزيد من استخدامهم للخدمات المصرفية الإلكترونية.
- توافر واستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية المتنوعة يساهم في تحسين كفاءة العمليات المصرفية وزيادة رضا العملاء.
- قنوات توزيع الخدمات المصرفية الإلكترونية تساهم في تحسين رضا العملاء وكفاءة العمليات المصرفية، مما يؤدي إلى تحسين الأداء المالي للبنك.

4- أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في توفير إطار أكاديمي قوي لفهم دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء المالي للبنوك التجارية في الجزائر. من خلال تحليل التأثيرات المختلفة للصيرفة الإلكترونية، تسعى الدراسة إلى تقديم رؤى علمية وعملية يمكن أن تساعد في تعزيز كفاءة وفعالية البنوك التجارية، وبالتالي تحسين قدرتها على تلبية احتياجات العملاء المتزايدة. هذه الدراسة يمكن أن تساهم في:

- تحسين الأداء المالي: تقديم حلول مبتكرة لتحسين الأداء المالي من خلال تبني التقنيات الحديثة.
- تعزيز التنافسية: تمكين البنوك الجزائرية من المنافسة بشكل أكثر فعالية في السوق المصرفي المحلي والدولي.

مقدمة

- تطوير استراتيجيات التسويق: مساعدة البنوك في تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة لزيادة اعتماد العملاء على الخدمات المصرفية الإلكترونية.

5- أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى تسليط الضوء على الدور الحيوي الذي تلعبه الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء البنوك التجارية الجزائرية خاصة الاداء المالي ، ومن خلال تحليل الفوائد والتحديات، تساهم الدراسة في تقديم توصيات عملية للبنوك لتعزيز تطبيق الصيرفة الإلكترونية بفعالية. كما تهدف الدراسة إلى تعزيز فهم الجمهور لفوائد الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية. كما هدفت الدراسة الى:

1. تحليل تأثير الصيرفة الإلكترونية على كفاءة العمليات المصرفية.
2. استعراض التحديات المالية والتنظيمية التي تواجه المؤسسات المالية في الجزائر.
3. تقييم الاستراتيجيات الممكنة لتحسين فعالية الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية الجزائرية.

6- أسباب اختيار الموضوع

اختيار موضوع "دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء المالي للبنوك التجارية في الجزائر" جاء بناءً على الأهمية المتزايدة للتكنولوجيا في القطاع المصرفي والتحديات التي تواجه البنوك في تبني هذه الأدوات بفعالية. الأسباب المحورية تشمل:

1. النمو السريع للتكنولوجيا المالية: يعكس حاجة السوق إلى حلول مصرفية متطورة.
2. توافق التكنولوجيا مع متطلبات العملاء الحديثة: يعزز من تجربة العملاء ويزيد من رضاهم.
3. التحديات التقنية والأمان السيبراني: دراسة هذه التحديات تساعد في تقديم حلول عملية لتحسين الأداء المالي للبنوك.

6- الدراسات السابقة:

1- مخوخ رزيقة 2022 أثر استخدام الصيرفة الإلكترونية في تحسين أداء البنوك التجارية مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبة جامعة المسيلة، الجزائر هدفت الدراسة إلى استكشاف مدى تأثير الصيرفة الإلكترونية في تحسين أداء البنوك التجارية من خلال استعراض أهم التطورات الحديثة في هذا المجال، وأظهرت النتائج أن الصيرفة الإلكترونية تلعب دوراً إيجابياً في تحسين الأداء المالي للبنوك من خلال زيادة السرعة والكفاءة في المعاملات المصرفية، كما ساهمت في تحسين إدارة المخاطر وتوفير الوقت والجهد في تلبية احتياجات العملاء، بالإضافة إلى زيادة كفاءة العمليات الداخلية وتقليل التكاليف التشغيلية بفضل استخدام التقنيات الحديثة.

2- رند عمران مصطفى الاصلط، (2009): واقع استخدام التسويق الإلكتروني لدى البنوك العاملة في قطاع غزة، هدفت الدراسة الى التعرف على واقع تطبيق وممارسة التسويق الإلكتروني لدى البنوك العاملة في قطاع غزة من وجهة نظر المستويات الإدارية المختلفة، وسعت الدراسة إلى معرفة الواقع الممارس في التسويق الإلكتروني، وما يحققه من مزايا، بالإضافة إلى التحديات والصعوبات التي يواجهها كل من البنك، الكادر الوظيفي، والعملاء ووضحت الدراسة أن البنوك العاملة في قطاع غزة تطبق التسويق الإلكتروني بشكل فعال، حيث تتوفر لديها العناصر الأساسية التي تدعم هذه الممارسة، مثل الخصوصية، السرية، قاعدة البيانات، الثقة، الأمان، دعم الإدارة العليا، والبحث والتطوير. كما تبين أن هذه الممارسة تحقق العديد من المزايا لجميع الأطراف المعنية، مما يعزز من فعالية وكفاءة العمليات التسويقية في البنوك.

7- صعوبات الدراسة

تكمن صعوبات الدراسة في نقص البيانات والإحصائيات الحديثة التي تناولت موضوع الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية

8- منهج الدراسة

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث يتم وصف وتحليل دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء المالي للبنوك التجارية مع استخدام تقنية دراسة الحالة لجمع بيانات الفصل الثاني من خلال توزيع استبيان وقد تم:

- جمع البيانات من مصادر مختلفة (كتب، مقالات، تقارير حكومية).
- تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة.
- دراسة حالة لبنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة بسكرة

9- تقسيم الدراسة

تم تقسيم الدراسة الى فصلين رئيسيين تناول **الفصل الأول**: الاطار المفاهيمي للصيرفة الالكترونية والأداء البنوك، وتم تقسيمه الى ثلاثة مباحث تناول المبحث الأول : مفهوم الصيرفة الإلكترونية، اما المبحث الثاني: تناول الأداء البنكي، أما المبحث الثالث: فقد خصص لأهمية الصيرفة الالكترونية في تحسين الأداء البنوك التجارية.

أما الفصل الثاني: فتناول واقع الصيرفة الالكترونية ودورها في تحسين أداء القرض الشعبي الجزائري وكالة

بسكرة وقد تم تقسيمه الى مبحثين تناول المبحث الاول :تقديم القرض الشعبي الجزائري وكالة بسكرة أما المبحث الثاني :

فقد خصص لعرض نتائج الدراسة وتحليلها واختبار الفرضيات

الفصل الأول:

الاطار المفاهيمي للصيرفة الالكترونية والأداء البنكي

تمهيد:

شهدت الصناعة المصرفية تطورًا كبيرًا في العقدين الأخيرين بفضل التقدم التكنولوجي والتحول الرقمي. واحدة من أهم هذه التطورات هي الصيرفة الإلكترونية، التي أحدثت نقلة نوعية في طريقة تقديم الخدمات المصرفية. تُعد الصيرفة الإلكترونية نظامًا حديثًا يتيح للعملاء إجراء المعاملات المالية وإدارة حساباتهم عن بُعد عبر الإنترنت، مما يساهم في توفير الوقت والجهد وتحقيق الراحة والمرونة في التعاملات المصرفية.

تلعب الصيرفة الإلكترونية دورًا حاسمًا في تحسين أداء البنوك على عدة أصعدة. من أبرز هذه الأدوار هو زيادة الكفاءة التشغيلية من خلال تقليل التكاليف المرتبطة بالمعاملات التقليدية والورقية. إضافة إلى ذلك، تساهم الصيرفة الإلكترونية في توسيع قاعدة العملاء والوصول إلى شرائح جديدة من السكان، لا سيما في المناطق التي قد تكون فيها الفروع البنكية نادرة.

كما تعزز الصيرفة الإلكترونية من جودة الخدمات المصرفية من خلال تقديم حلول مصرفية مبتكرة وسريعة الاستجابة لاحتياجات العملاء المتغيرة. التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الكبيرة تساعد البنوك على فهم سلوك العملاء وتقديم خدمات مخصصة تلي توقعاتهم بشكل أفضل.

سيقسم الفصل إلى ثلاثة مباحث رئيسية:

المبحث الأول : مفهوم الصيرفة الإلكترونية

المبحث الثاني: الأداء البنكي

المبحث الثالث: أهمية الصيرفة الإلكترونية في تحسين الاداء البنوك التجارية.

المبحث الأول : مفهوم الصيرفة الإلكترونية

لقد شهد القطاع المصرفي تحولات جذرية مع تطور التكنولوجيا وانتشار الإنترنت، ما أدى إلى ظهور الصيرفة الإلكترونية كمفهوم حديث يمثل نقلة نوعية في تقديم الخدمات المصرفية، ويتيح هذا المفهوم للعملاء إجراء المعاملات المالية في أي وقت ومن أي مكان، محققاً كفاءة تشغيلية عالية للبنوك وملياً الاحتياجات المتزايدة للعملاء من خلال تقنيات حديثة وآمنة ومن خلال هذا المبحث سوف نحاول معرفة الصيرفة الإلكترونية وخصائصها ومتطلباتها ومراحل تطورها

المطلب الأول: تعريف الصيرفة الإلكترونية

في عصر العولمة والتكنولوجيا المتقدمة، تشهد دول العالم المتقدم ثورة مستمرة في المجال المصرفي، حيث تجري عملية انتقالية من النمط التقليدي للمصارف، المتمثلة في فروع مادية تتم فيها المعاملات من خلال تبادل المستندات والنقود المعدنية والورقية، إلى مصارف افتراضية تستند إلى الوسائل الإلكترونية. هذه النقلة قد فتحت آفاقاً جديدة في القطاع المصرفي مثل الخدمات المصرفية المتواصلة على مدار الساعة طيلة أيام الأسبوع، الوصول العالمي دون حواجز مكانية أو تكاليف عالية، والتفاعل الديناميكي بين العميل والمصرف دون الحاجة للانتقال الفعلي، بفضل تطور شبكات الاتصال عالية الكثافة والانترنت، التي باتت تشكل الركيزة الإلكترونية المفضلة للمؤسسات المصرفية والمالية والعملاء على مستوى العالم.

وفي هذا السياق، يُعرف البنك الإلكتروني بأنه المؤسسة المالية التي تستخدم التطورات الحديثة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال كأساس لتقديم خدماتها، مما يوفر أماناً مطلقاً في الخدمات المصرفية الإلكترونية. هذا التعريف يتماشى مع آراء الخبراء في القطاع المصرفي الذين يؤكدون أن البنوك الإلكترونية تعتمد في تقديم خدماتها على تقنيات متقدمة مثل الصيرفة المنزلية (Home Banking) والصيرفة عبر الهاتف (Phone Banking)، وغيرها من التقنيات الإلكترونية الرئيسية في عالم تكنولوجيا الإعلام والاتصال. . (عبد الفتاح و عبد الفتاح زهير ، 2008، صفحة ص28)

وتعرف الصيرفة الإلكترونية أيضاً بأنها منظومة متكاملة تستخدم أحدث التقنيات في تقديم المنتجات والخدمات المصرفية. تتيح هذه الأنظمة للعملاء، سواء كانوا أفراداً أو مؤسسات، الوصول إلى حساباتهم البنكية من خلال شبكات عامة أو

خاصة بما في ذلك شبكة الإنترنت. تمكن العملاء من تنفيذ المعاملات المالية والحصول على المعلومات المتعلقة بالخدمات والمنتجات المصرفية بطريقة آمنة وفعالة (ناظم و الشمري وعبد الفتاح، 2008، صفحة 28)

كما تعرف بأنها نظام يسمح للعميل مع التعامل مع حساباته من أي مكان في العالم من خلال التعامل مع مواقع البنوك المصممة على شبكات الانترنت مما يسهل للعملاء التعامل مع البنوك دون الحاجة الى الذهاب إليهم مباشرة و ذلك عن بعد (مجدوب و بن عبد العزيز، دون سنة نشر، صفحة 212)

وتعرف أيضا بأنها العمل المصرفي الذي تكون فيه الانترنت وسيلة الاتصال بين المصرف والعميل و بمساعدة نظم وبرامج يصبح العميل قادرا على الاستفادة من الخدمات و الحصول على المنتجات المصرفية المختلفة التي يقدمها المصرف و كل ذلك عن بعد. (الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، 2004، صفحة 316)

يقصد بالصيرفة الالكترونية هو إجراء العمليات المصرفية بطرق الكترونية ، أي باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة سواء تعلق الأمر بالدفع أو السحب أو بالائتمان أو التحويل أو بالتعامل في الأوراق المالية أو غير ذلك من أعمال المصارف وفي ظل هذا النمط من الصيرفة لا يكون العميل مضطر للتنقل إلى المصرف

وتشمل الصيرفة الالكترونية تشمل المعاملات المالية بين المؤسسات المالية و الأفراد و الشركات التجارية و الحكومية، ومن أجل تحسين الربحية تحاول المنظمات المصرفية كالمؤسسات الأخرى السيطرة على التكاليف وخفض المصروفات التشغيلية ، متخذة من التكنولوجيا و الابتكار أدواتها لتحقيق ذلك . (بوعافية ، 2005 ، صفحة 21)

كذلك هي تقديم الخدمة المصرفية عبر الخط (Systems online) للزبائن ، حيث يستطيع الزبون انطلاقا من حاسوبه الشخصي يتم ربطه بحواسيب المصرف عبر الخطوط الهاتفية القيام بمختلف العمليات المصرفية وهذا ما يزيد كثيرا في راحة الزبائن حيث يستطيع حيث لا توفر الصيرفة الالكترونية عليهم التنقل فقط بل تجعل استخدام الموزع الآلي للنقود ، الصيرفة الهاتفية ، الصيرفة بالمراسلة في أغلب الحالات عمليات غير ضرورية و تمكن أيضا من إجراء العمليات ليس فقط على مستوى محلي أو على مستوى عالمي دون انقطاع .

وتعرف كذلك بمصارف الانترنت أو الواب wab banking أو Internet banking ولكنها ليست مجرد فرع لمصرف قائم يقدم خدمات مالية وحسب ، بل موقع مالي تجاري إداري استشاري شامل له وجود مستقل على الخط ، فإذا عجز المصرف نفسه عن أداء خدمة ما كان الحل اللجوء إلى المواقع المرتبطة التي يتم عادة التعاقد معها للقيام بخدمات عبر نفس موقع المصرف. (صقر ، 2006، صفحة 174)

المطلب الثاني : خصائص ومتطلبات الصيرفة الإلكترونية

الفرع الأول : خصائص الصيرفة الإلكترونية

انطلاقاً من التعاريف السابقة يمكن استخلاص الخصائص التالية : (نجار ، 2004، صفحة 55)

- قابليتها للمس :

الخدمات المصرفية تنسم بطبيعتها بأنها غير ملموسة وغير مرتبطة بالخصائص المادية التقليدية. ومع ذلك، في سعي المؤسسات المصرفية لابتكار وتطوير خدمات جديدة، غالباً ما تلجأ إلى استحداث وسائل مادية تمكن من تجسيد هذه الخدمات. هذا التجسيد يتخذ شكل آليات وتقنيات جديدة تسهم في تقديم وتوسيع نطاق الخدمات المصرفية. على سبيل المثال، لم يكن من الممكن تحقيق استخدام البطاقات المصرفية دون الاستعانة بالأجهزة المتقدمة والأنظمة الإلكترونية التي تدير هذه العمليات. وبالتالي، يصبح العنصر المادي ضرورياً للتعامل مع وتنفيذ الخدمات المصرفية المعاصرة، مما يعكس تكامل العناصر المادية والتقنية في تعزيز قدرة القطاع المصرفي على الابتكار وتقديم خدمات جديدة.

- التلازم :

في القطاع المصرفي، تُقدم الخدمات بشكل يتزامن مع إنتاجها، مما يعني أن الخدمة تُنتج وتُستهلك في ذات اللحظة. هذه الخصوصية تُبرز التحدي المتمثل في عدم قدرة المصارف على تخزين الخدمات لمواجهة الطلبات المستقبلية، ما يضع الضغوط على الأنظمة المصرفية للتجاوب الفوري مع متطلبات العملاء. بالإضافة إلى ذلك، عند تطوير وابتكار خدمات مصرفية جديدة، تصبح التكلفة والجودة عوامل حاسمة تؤثر بشكل مباشر على النتائج. الابتكار في هذه الخدمات يتطلب

تقيماً دقيقاً للموارد المستخدمة والقيمة المضافة التي تقدمها هذه الخدمات لضمان التوازن بين الكفاءة التشغيلية والفائدة القصوى للمستهلك.

- التنوع (عدم التجانس):

تتميز الخدمات المصرفية بتنوعها الواسع وغير المتجانس، مما يجعلها خدمات غير معيارية صعبة القياس، نظراً لاعتمادها بشكل أساسي على الخبرة والمهارة وجودة التقديم. هذا التنوع يلعب دوراً حاسماً في القطاع المصرفي، معززاً ببرامج تسويقية متطورة تُراعي تفضيلات الخدمات المتباينة وأهميتها، مما يساعد في اختيار القنوات التوزيعية المناسبة على مستويات مختلفة.

تستغل المؤسسات المصرفية التمايز في تقديم مجموعة واسعة من الخدمات والمنتجات لتلبية الاحتياجات المصرفية المتنوعة لزبائن مختلفين وفي مناطق متعددة. هذا يمكنهم من تقديم خدمات متخصصة لزبائن الصناعات من جهة، وخدمات للزبائن الأفراد من جهة أخرى، مما يعزز التشتت الجغرافي والقدرة على تلبية الحاجات المحلية، الوطنية، وحتى العالمية.

كما تتطلب المنتجات المصرفية التي تحمل درجات معينة من المخاطر، وجود رقابة صارمة لتحقيق التوازن بين النمو والمخاطر، مع التأكيد على المسؤولية الائتمانية لحماية ودائع ومكاسب الزبائن. أما تقلبات الطلب على خدمات معينة مثل قروض المشاريع السياحية الموسمية أو بطاقات الائتمان، فتُعد تحدياً يفرض ضغوطاً كبيرة على وظائف التسويق المصرفي.

وأخيراً، يظل قطاع الخدمات المصرفية ذو كثافة عمل عالية، مما يزيد من تكاليف الإنتاج ويؤثر في سعر المنتجات، مؤكداً على الحاجة لتقنيات فعّالة تعزز الكفاءة التشغيلية والاستجابة لتحديات السوق المستمرة.

الفرع الثاني : متطلبات الصيرفة الالكترونية

تتطلب الصيرفة الالكترونية ما يلي:

- البنية التحتية اللازمة للصيرفة الالكترونية :

- ❖ وجود شبكة الكترونية عريضة تضم كل الهيئات ذات الصلة و مبروطة بالشبكة العالمية الانترنت وفقاً لأسس قياسية مؤوية عبر كل التعاملات المالية والمصرفية. وفقاً لأسس قياسية مؤمنة، وأن يكون التأمين جزءاً لا يتجزأ من تصميم الشبكة و ليس إضافة لها في مراحل لاحقة مما قد يزيد من التكلفة زيادة كبيرة (عامر، 2006، صفحة 47)
- ❖ وضع خطة ممرحلة للبدء في إدخال خدمات الصيرفة الالكترونية وفقاً للأولويات تحددها خطة إستراتيجية على مستوى المصرف، المصرف المركزي، البلد وموقع البلد في الخارطة السياسية و تعاونه المالي مع الدول وموقع البلد في الخارطة السياسية وتعاونه المالي مع الدول الأخرى، و إن يتم إشراك جميع الأطراف ذات الاختصاص في وضع هذه الخطة .
- ❖ وضع النظم القياسية التي تتيح الربط وتبادل البيانات بين مختلف الهيئات، و هناك العديد من هذه النظم التي تحدد قوالب الرسائل المالية ونظم التأمين القياسية المقترحة للقطاع المالي لتبنيها وبالتالي إتاحة إمكانية الربط والتبادل.
- ❖ فريق عمل مؤهل ومدرب بشكل جيد يُعد عنصراً حاسماً لإدارة الخدمات المصرفية الإلكترونية بكفاءة. هذا الكادر البشري يجب أن يمتلك القدرات والمهارات اللازمة للتعامل مع التحديات التقنية والإدارية المتنوعة التي تطرأ في هذا المجال المعقد. من الضروري أيضاً أن يتم تزويدهم بالتدريبات المستمرة لضمان بقائهم على دراية بأحدث التطورات التكنولوجية وأفضل الممارسات الصناعية و ضمان بقاء الفريق على اطلاع بأحدث التقنيات والأساليب في مجال الصيرفة الإلكترونية للمحافظة على مستوى الخدمة وتحسينها. (حبيب و الحارث، 2015، صفحة 235)
- إلى جانب ذلك، يُعد إنشاء هيكل إداري فعال أمراً أساسياً لتحقيق التنسيق الأمثل بين الأطراف المعنية في المؤسسة. يجب أن يكون هذا الهيكل قادراً على تسهيل التواصل والتعاون بين الأقسام المختلفة داخل المؤسسة المصرفية، وكذلك مع الجهات الخارجية، لتحقيق الأهداف الاستراتيجية والتشغيلية بفعالية.
- ❖ إنشاء الهيئة الإدارية التي تقوم بالتنسيق بين مختلف الهيئات ، سواء على المصرف الواحد أو على مستوى المصرف المركزي أو على مستوى البلد أو المستوى الإقليمي التي تتيح الربط والتعاون والتكامل بين مختلف الدول ذات المصالح والأهداف المشتركة منها : تأمين الشبكات و المعاملات المالية . (عز الدين، 2012، صفحة 24)

المطلب الثالث :مراحل تطور الصيرفة الالكترونية

في الفترة ما بين عامي 1950 و1970، شهد القطاع المصرفي تحولات جوهرية تمثلت في ثلاث مراحل تطور رئيسية، مهددة الطريق لتحديثات شاملة في العقود التالية. البداية كانت مع إدماج المحترفين في القطاع المصرفي، وهو تطور بدأ يأخذ شكله الملموس بعد نهاية الحرب العالمية الأولى في عام 1914. هذه الخطوة كانت حاسمة لأنها أسست لمهنية أعلى وتخصص أكبر في ممارسات العمل المصرفي.

تلا ذلك إدخال ثقافة التسويق والبيع، حيث بدأت المصارف في تبني استراتيجيات التسويق ومفاهيم البيع لتعزيز قاعدة عملائها وتوسيع نطاق خدماتها. هذه المرحلة مهدت الطريق لاستقطاب عملاء جدد والحفاظ على العملاء الحاليين من خلال تقديم منتجات مصرفية مصممة خصيصاً لتلبية احتياجاتهم المتنوعة.

التطور الثالث والأكثر تأثيراً كان تنامي دور التكنولوجيا المتقدمة في العمليات المصرفية. و استخدام التكنولوجيا في المصارف مرّ بست مراحل رئيسية، بدءاً من الأتمتة البسيطة وصولاً إلى النظم المعلوماتية المتكاملة والشاملة. هذه الفترة شهدت تحولاً من الأساليب التقليدية في العمليات المصرفية إلى استخدام تقنيات معلوماتية تعتمد على البيانات والتحليلات الدقيقة لتحسين كفاءة الخدمات المقدمة وتعزيز الأمان المصرفي. وبالتفصيل أكثر : (Imola & Claudia, 2014, p. 56)

- مرحلة الدخول:

مرحلة الدخول تُمثل البداية الأولى لتبني التكنولوجيا في القطاع المصرفي، حيث كانت تركز بشكل رئيسي على تحسين العمليات الخلفية للمصارف. خلال هذه المرحلة، شهدت المصارف إدخال الأخصائين التكنولوجيين بهدف تطوير حلول فعالة لمشكلات التأخير في إعداد التقارير المالية والمحاسبية وغيرها من الأعمال الإدارية المعقدة.

في هذه المرحلة، لم تكن الإدارات العليا والوسطى في المصارف تتدخل بشكل مباشر في الحلول التكنولوجية المقترحة أو في تكاليفها، بل كان التركيز الأساسي ينصب على البحث عن حلول عملية لتحسين الكفاءة وتقليل الأخطاء والتأخيرات التي

كانت تعيق سير العمليات المصرفية. هذه الاستراتيجية سمحت بتقديم أسس تكنولوجية متينة تعزز من قدرة البنوك على التعامل مع تحديات العمليات الداخلية بكفاءة متزايدة.

- مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا (Technology Awareness) :

مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا تمثل خطوة حاسمة في تطور استخدام التكنولوجيا ضمن القطاع المصرفي. خلال هذه المرحلة، تم التركيز على تثقيف وتدريب جميع الموظفين في المصارف على التكنولوجيا، حيث غلب الطابع التقني على المحتوى التدريبي على حساب المعرفة التقليدية بالأعمال المصرفية. هذا النهج أدى إلى تهيئة بيئة مواتية لدمج التكنولوجيا بشكل أكثر فعالية في العمليات المصرفية.

كانت هذه المرحلة محورية في إعداد المصارف لتقبل التغييرات التكنولوجية المستقبلية، مما مكن العاملين من فهم أفضل لكيفية استغلال التكنولوجيا لتحسين الأداء المصرفي. من الملاحظ أنه خلال هذه الفترة لم يكن هناك تدخل مباشر من الإدارات العليا والوسطى في عملية تعميم هذا الوعي، ما سمح بتدفق الأفكار والممارسات التكنولوجية بشكل أكثر حرية وابتكاراً في جميع أنحاء المؤسسة

- مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات العملاء (Online real Time) :

مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات العملاء أو ما يُعرف بـ"Online Real Time" مثلت تحولاً جذرياً في كيفية تقديم الخدمات المصرفية. خلال هذه المرحلة، تم تبني تقنيات الاتصال الحديثة التي مكنت المصارف من تقديم خدمات مصرفية لحظية لعملائها، مما ساهم في تعزيز الفعالية والكفاءة التشغيلية وتميزت هذه المرحلة بالتكاليف العالية، حيث بدأ اهتمام الإدارات العليا بالتكنولوجيا.

- مرحلة ضبط أو السيطرة على التكاليف (Cost Control) :

مرحلة ضبط أو السيطرة على التكاليف تُعد خطوة حيوية في تطور القطاع المصرفي، خاصة في سياق استخدام التكنولوجيا. في هذه المرحلة، تركز المصارف على تحسين الكفاءة التشغيلية وتقليل التكاليف المرتبطة بالعمليات اليومية من خلال تنفيذ استراتيجيات فعالة للسيطرة على النفقات. إليك الجوانب الرئيسية لهذه المرحلة:

- تقييم وتحليل التكاليف:

تقدم تحليل دقيق لجميع النفقات التشغيلية، بما يشمل تحديد المناطق التي يمكن فيها تقليل الإنفاق دون التأثير سلبيًا على جودة الخدمة المقدمة للعملاء.

- تحسين العمليات:

استخدام الألة لتبسيط العمليات وتقليل الحاجة للتدخل البشري، مما يقلل من الأخطاء ويزيد من الكفاءة التشغيلية.

- تكنولوجيا المعلومات والبرمجيات:

استثمار في تكنولوجيا المعلومات والبرمجيات التي تساعد على تحقيق أعلى مستويات الأداء بأقل التكاليف، مثل الأنظمة التي تعزز من إدارة علاقات العملاء وتحليل البيانات.

- تقليل التكاليف المادية:

تقليص الاعتماد على البنى التحتية المادية مثل الفروع والمكاتب، وتعزيز استخدام القنوات الرقمية التي توفر تكلفة أقل وتسهيل أكبر للعملاء. مرحلة اعتبار التكنولوجيا أصولًا كباقي أصول المصرف (Asse Like any Other ,Asset):

بالتالي يجب أن يبني هذا الأصل مردودًا كباقي الأصول ، وهنا ابتدأت مرحلة إدارة التكنولوجيا (Technology Management) .

- مرحلة اعتبار التكنولوجيا عملاً ضمن أعمال المصرف:

وهي المرحلة التي بدأت فيها الإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا ، والتي ارتكزت على تفعيل الإنتاجية على الصعيد الداخلي، وتحسين الضبط على الصعيد العملي ، وتسويق التكنولوجيا على الصعيد الخارجي .

كل هذه التطورات لعبت دورًا حاسمًا في تشكيل الهيكل الحديث للصيرفة، وأدت إلى تحسين جودة ونطاق الخدمات

المصرفية، وكذلك ساهمت في رفع مستويات الثقة والرضا بين العملاء. (Shradha & Mohsin, 2014, p. 189)

المبحث الثاني: الأداء البنكي

يعد الأداء البنكي أحد أهم الركائز الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات المصرفية في تحقيق أهدافها الاستراتيجية وضمان استدامة عملياتها ونموها. وفي ظل كل هاته التغيرات الاقتصادية العالمية والتطورات التكنولوجية السريعة. ان العمل على تحسين الأداء البنكي أصبح في الآونة الأخيرة أكثر أهمية من أي وقت مضى، حيث يركز الأداء البنكي على جملة من المعايير المالية والتشغيلية والتي توضح قابلية البنك على تحقيق الربحية، والتحكم في المخاطر، بالإضافة الى تقديم خدمات عالية الجودة للعملاء.

يشمل الأداء البنكي الجوانب المالية كالعائد على الأصول (ROA) ، والعائد على حقوق المساهمين (ROE) ، وكفاءة إدارة التكاليف. إضافة إلى ذلك، فان الأداء التشغيلي يتضمن قدرة البنك على التحسين من جودة وكفاءة العمليات الداخلية، وكذا استخدام التكنولوجيا لتعزيز وزيادة الإنتاجية وفي المقابل التقليل من التكاليف التشغيلية. يمكن معرفة مستوى الأداء البنكي عن طريق معرفة نسبة رضا العملاء وجودة الخدمة المقدمة حيث تعتبر من العناصر الحيوية التي تعكس مستوى هذا الأخير، كما أن تحسين تجربة العملاء يزيد من رضاهم وولائهم، مما يعزز من سمعة البنك ويزيد من حصته السوقية.

ومن جهة أخرى، فان إدارة المخاطر تلعب دورًا هامًا ومحوريًا في تحسين الأداء البنكي، حيث أن كلما زاد التقييم الصحيح للمخاطر المالية والائتمانية والتشغيلية زادت امكانية حماية البنك من الخسائر المحتملة والتعزيز من استقراره المالي. بالإضافة إلى ذلك، الامتثال للمعايير والقوانين التنظيمية يضمن التزام البنك بممارسات الحوكمة الجيدة، مما يعزز من ثقة المستثمرين والعملاء على حد سواء.

في هذا الفصل، سنسلط الضوء على مفاهيم الأداء البنكي وأهميته، وذلك بالتركيز على المعايير والمؤشرات المستخدمة في تقييمه. بالإضافة إلى ذلك، سيتم دراسة تقييم الأداء البنكي ومؤشرات قياسه.

المطلب الأول: تعريف الأداء البنكي وأهميته

الفرع الاول تعريف الأداء البنكي

يعبر الأداء البنكي على القدرة الاجمالية للبنك من اجل بلوغ أهدافه المالية والتشغيلية من خلال حسن إدارة موارده بكل كفاءة وفعالية. ان تقييم الأداء البنكي يركز على مجموعة من المؤشرات التي تشمل الأداء المالي، كالعائد على الأصول

(ROA) والعائد على حقوق المساهمين (ROE) (الشامي، 2020، صفحة 61)، إضافة إلى الأداء التشغيلي والذي يقوم بقياس كفاءة العمليات اليومية وإدارة التكاليف. ولضمان استقرار البنك وحمايته من الخسائر المحتملة يجب ان يشمل الأداء البنكي على إدارة المخاطر ، والحرص على التحقق من جودة الخدمة التي تقيس مستوى رضا العملاء، والامتثال والحوكمة التي تضمن التزام البنك بالقوانين واللوائح. الأداء البنكي الجيد يساهم في تعزيز ثقة المستثمرين والعملاء، ودعم الاستقرار المالي للبنك، وتمكينه من التوسع والنمو في السوق المصرفية (الفاقي، 2019).

الفرع الثاني أهمية الاداء البنكي

يتمتع الأداء البنكي بدور اساسي في تحقيق الاستقرار والنمو الاقتصادي للبنوك والمؤسسات المالية. تتمثل أهمية الأداء البنكي الجوانب التالية:

- العمل على تحقيق الأرباح المستدامة حيث ان أداء البنك الجيد يساهم في تحقيق أرباح مستدامة، مما يعزز قدرة البنك على الازدهار والتوسع في الأسواق المالية (الشامي، 2020، صفحة 24).
- السهر على إدارة المخاطر عن طريق الأداء البنكي الفعال والذي يتحكم في إدارة مخاطر الائتمان والسيولة والسوق بشكل جيد، مما يحمي البنك من الخسائر المحتملة ويعزز استقراره المالي. (الفاقي، 2019).
- جذب المستثمرين وذلك بالأداء المالي القوي للبنك مما يزيد من ثقة المستثمرين في البنك، وبالتالي الحصول على تمويل إضافي بتكلفة أقل (يوسف، 2021، صفحة 47).
- ان الأداء البنكي المتميز يسهر على إرضاء العملاء كما يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم، مما يعزز رضاهم ويزيد من ولائهم للبنك (الفاقي، 2019، صفحة 61).
- وجوب الخضوع والامتثال للمعايير التنظيمية، حيث ان الأداء البنكي الجيد يضمن التزام البنك بالمعايير والقوانين التنظيمية المعمول بها، مما يحميه من العقوبات والغرامات (الشامي، 2020، صفحة 33).
- الأداء القوي للبنك بإمكانه ان يمنحه ميزة تنافسية في السوق، مما يمكنه من جذب المزيد من العملاء وتوسيع حصته السوقية (يوسف، 2021، صفحة 80).

من اجل تعزيز ثقة المستثمرين والعملاء ودعم الاستقرار المالي للبنك، وجب تحقيق الأداء البنكي الجيد والذي يمكنه من التوسع والنمو في السوق المصرفية. فالأداء الجيد لا يقتصر على هذا فقط بل يتعداه ليعزز أيضا من قدرة البنك على مواجهة التحديات الاقتصادية والتغيرات في البيئة المالية.

المطلب الثاني : معايير الأداء البنكي

يمكننا تقييم الأداء البنكي عن طريق جملة من المعايير والركائز التي تبين وتوضح قدرة البنك على تحقيق أهدافه المالية والتشغيلية بجودة وفعالية. تتضمن هذه المعايير ما يلي:

1- الأداء المالي

تقييم الأداء المالي للبنك يتم من خلال مجموعة من المؤشرات المالية التي تساعد في قياس قدرته على تحقيق الأرباح وإدارة موارده على اكمل وجه. من أهم هذه المؤشرات:

- العائد على الأصول (ROA) يقيس كفاءة البنك في استخدام أصوله لتحقيق الأرباح.
- العائد على حقوق المساهمين (ROE) يقيس قدرة البنك على تحقيق عوائد على حقوق المساهمين.
- نسبة الأرباح إلى رأس المال: تبين نسبة الأرباح المحققة إلى رأس المال المستثمر (ناصر و كنديل، 2009).

2- الأداء التشغيلي

- يعبر الأداء التشغيلي على كفاءة البنك في إدارة عملياته اليومية، ويشمل ذلك:
- كفاءة إدارة التكاليف: امكانيته على إدارة التكاليف بشكل مناسب لتحقيق اقصى نسبة ممكنة من الأرباح.
- الإنتاجية: قدرة البنك على الزيادة من إنتاجية الموظفين وكذا التحسين من العمليات الداخلية (برجر و ماستر، 1997).

3- إدارة المخاطر

- وتتضمن إدارة المخاطر تقييم إمكانية وقابلية البنك على تحديد وتقييم والتعامل مع المخاطر المختلفة التي يواجهها، مثل:
- مخاطر الائتمان: وتعبر عن عدم إمكانية المقترضين على تسديد القروض.
- مخاطر السيولة: وهي مخاطر عدم قدرة البنك على تلبية احتياجاته المالية (ساندرز و وكورنيت، 2008، صفحة 14).

4- جودة الخدمة

تعتبر جودة الخدمة على نسبة رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية المقدمة، ويمكن قياسها من خلال:

- استبيانات رضا العملاء: تقييم مدى رضاهم عن جودة الخدمات المقدمة.
- معالجة شكاوى العملاء: قدرة البنك على مواجهة ومعرفة كيفية التعامل مع شكاوى العملاء وحلها بشكل فعال (روست و وزاهوريك، 1993، صفحة 65).

5- الامتثال والحوكمة

الامتثال والحوكمة هو التزام البنك بالقوانين واللوائح المعمول بها، إضافة الى تبني أفضل ممارسات الحوكمة المؤسسية. يمكن تقييم هذا الجانب عن طريق:

- الامتثال التنظيمي: مدى التزام البنك بالمعايير واللوائح التنظيمية.
- الشفافية والمساءلة: مدى تطبيق البنك لمبادئ الشفافية والمساءلة في إدارته (ليفين، 2004، صفحة 31).

المطلب الثالث: تقييم الأداء البنكي ومؤشرات قياسه

يعد تقييم الأداء البنكي جزءًا لا يتجزأ من إدارة البنوك، حيث يساهم بشكل كبير في تحديد مدى نجاح البنك في بلوغ أهدافه المالية والتشغيلية. ومن اجل قياس هذا الأداء يتم اللجوء الى استخدام مجموعة من المؤشرات والتي بدورها تشمل على مايلي:

1- العائد على الأصول (ROA)

العائد على الأصول (Return on Assets) : يقيس كفاءة البنك في استخدام أصوله لتحقيق الأرباح. يمكن حسابه من خلال قسمة صافي الربح على إجمالي الأصول. يعد هذا المؤشر مقياسًا أساسيًا لكفاءة الإدارة في استخدام الموارد المتاحة للبنك. ويعتبر العائد على الأصول مؤشرًا بالغ الأهمية لأنه يظهر كيف يستخدم البنك موارده لتحقيق الأرباح (العودي، 2010، صفحة 32).

2- العائد على حقوق المساهمين (ROE)

العائد على حقوق المساهمين (Return on Equity): يقوم بقياس امكانية البنك على تحقيق عوائد على حقوق المساهمين. ويتم حسابه عن طريق قسمة صافي الربح على إجمالي حقوق المساهمين. يساهم هذا المؤشر في تحديد إمكانية

جذب البنك للمستثمرين، ويعتبر مهما لظهور العائد الذي يحصل عليه المستثمرون على استثماراتهم في البنك (حسن، 2011، صفحة 65).

3- نسبة الأرباح إلى رأس المال

تعكس نسبة الأرباح المحققة إلى رأس المال المستثمر، مما يمكننا من اخذ نظرة عن ربحية البنك ومدى جدارة استغلال رأس المال. يتم حسابها من خلال قسمة صافي الربح على إجمالي رأس المال. يظهر هذا المؤشر مدى تحقيق البنك للأرباح بناءً على رأس المال المستثمر (عبد الله، 2009، صفحة 33).

4- كفاءة إدارة التكاليف

وتعبر عن قياس القدرة على إدارة والتحكم في التكاليف بشكل فعال لفرض تحقيق أعلى نسبة ممكنة من الأرباح. وذلك يتم من خلال تحليل نسبة التكلفة إلى الدخل (Cost-to-Income Ratio) التي تُحسب بقسمة إجمالي التكاليف التشغيلية على إجمالي الإيرادات التشغيلية. تكمن أهمية هذا المؤشر في اظهار مدى كفاءة البنك في إدارة نفقاته التشغيلية وتحقيق الأرباح (النجار، أساسيات الإدارة المالية، 2012، صفحة 32).

5- الإنتاجية

وتعكس قدرة البنك على الرفع من إنتاجية الموظفين والعمل على التحسين من العمليات الداخلية، بهدف تحقيق كفاءة تشغيلية أعلى مقارنة بقيمة التكاليف. يتم قياسها من خلال تحليل نسبة الإيرادات إلى عدد الموظفين أو نسبة الأرباح إلى عدد الموظفين. اظهار مدى كفاءة البنك في استخدام موارده البشرية هو ما اعطى هذا المؤشر هاته الاهمية (السيد، 2013، صفحة 24).

6- إدارة المخاطر

تشمل إدارة المخاطر على تقييم قدرة البنك على معرفة وتحديد وحسن التعامل مع المخاطر المختلفة كمخاطر الائتمان والسيولة والسوق. يمكن استخدام مؤشرات مثل نسبة القروض غير المسددة إلى إجمالي القروض (NPL Ratio) من اجل تقييم مخاطر الائتمان. هذا المؤشر مهم لأنه يبين مدى تعرض البنك لمخاطر عدم سداد القروض (جمعة، 2008).

7- رضا العملاء وجودة الخدمة

يمكن قياس جودة الخدمة من خلال استبيانات رضا العملاء ونسبة الشكاوى المحلولة. رضا العملاء يعكس جودة الخدمات المصرفية ومدى تلبية احتياجات العملاء. يتم قياسها من خلال استبيانات دورية أو تقييمات جودة الخدمة. هذا المؤشر مهم لأنه يظهر مدى قدرة البنك على تلبية توقعات واحتياجات عملائه (عبد الفتاح، رضا العملاء وجودة الخدمة في البنوك، 2007، صفحة 31).

8- الامتثال والحوكمة

يقيس هذا المؤشر مدى التزام البنك بالمعايير واللوائح التنظيمية وأفضل ممارسات الحوكمة. يشمل ذلك مؤشرات اخرى نذكر على سبيل المثال الامتثال التنظيمي ومدى الشفافية والمساءلة في الإدارة. يتم تقييمها بتحرير تقارير الامتثال ومراجعات الحوكمة. تكمن أهمية هذا المؤشر في اظهار مدى التزام البنك بالقوانين واللوائح وتحقيق ممارسات حوكمة جيدة (المنصور، 2014، صفحة 32).

المبحث الثالث: أهمية الصيرفة الالكترونية في تحسين الأداء البنوك التجارية

تمكنت الصيرفة الالكترونية من افتكاك مركز بالغ الأهمية في الآونة الأخيرة وبالأخص مع التطور التكنولوجي السريع والتحول الرقمي الذي يشهده العالم اليوم حيث أصبحت واحدة من أهم الأدوات التي تعتمد عليها البنوك من اجل تحسين أدائها وزيادة من كفاءتها التشغيلية. لقد غيرت الصيرفة الإلكترونية مجرى تقديم الخدمات المصرفية، حيث خففت على سبيل المثال عناء التنقل أي انه لم يعد العملاء مضطرين لزيارة الفروع البنكية لإجراء المعاملات، بل يمكنهم الآن الوصول إلى حساباتهم وإدارة أموالهم بكل سهولة وأمان عبر الإنترنت والتطبيقات المحمولة.

ستتطرق في هذا المبحث الى دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء البنكي من خلال تحليل تأثيرها على الكفاءة التشغيلية، رضا العملاء، إدارة المخاطر، والابتكار في تقديم الخدمات المصرفية. بالإضافة الى دراسة كيفية مساهمة هذه التكنولوجيا في الزيادة من الشفافية والأمان، وتوسيع قاعدة العملاء، والتحسين والتميز في الخدمات المصرفية المقدمة والتي تلبي احتياجات العملاء المتزايدة والمتنوعة. إن الفهم الصحيح لهذه الجوانب يمكننا من تقييم الدور الاساسي للصيرفة الإلكترونية في تحقيق النمو والاستدامة في القطاع المصرفي.

المطلب الأول: تحسين الأداء البنكي

تسعى كافة المؤسسات المصرفية لتحسين الأداء البنكي وهذا لكونه هدفا استراتيجيا يضمن كفاءة عالية ورجحية مستدامة. يتحقق هذا الهدف من خلال تبني جملة من الممارسات والتقنيات العصرية التي تساهم في تعزيز وزيادة العمليات الداخلية والخدمات المقدمة للعملاء. ومن أهم الطرق لتحسين الأداء البنكي نخص بالذكر مايلي:

1- تبني التكنولوجيا الرقمية

التقليل من الأخطاء البشرية والرفع من سرعة وجدارة المعاملات من خلال تامة العمليات حيث يمكن للروبوتات البرمجية تنفيذ مهام متكررة ومعقدة بكفاءة عالية وفي وقت قصير (Rose & Hudgins, 2013). استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات الكبيرة والمعقدة يساهم في مساعدة البنوك على التنبؤ بالاتجاهات المستقبلية، وتحليل سلوك العملاء، واتخاذ قرارات مستنيرة. (Saunders & Cornett, 2014) تتيح الخدمات المصرفية عبر الانترنت والتطبيقات المحمولة للعملاء الوصول إلى حساباتهم وإجراء المعاملات في أي وقت ومن أي مكان، مما يزيد من رضا العملاء وكفاءتهم (العودي، 2010).

2- تحسين إدارة المخاطر : من خلال:

- من الضروري أن تتمتع البنوك بنظام متكامل لإدارة المخاطر يحدد ويدرس ويقلل من المخاطر المالية والائتمانية والتشغيلية (Heffernan, 2005).
- استخدام نماذج تحليل الائتمان المتقدمة لتقييم قدرة المقترضين على السداد بالإضافة الى التقليل من مخاطر التخلف عن السداد (عبد الله، 2009).
- وجوب الالتزام باللوائح التنظيمية يمكن ان يساهم في التقليل من المخاطر القانونية والمالية (Sinkey, 2002) .

3- تعزيز رضا العملاء من خلال:

- تخصيص الخدمات المصرفية المقدمة والتي تلبي احتياجات العملاء الفردية يزيد من رضاهم وولائهم للبنك (Casu, Girardone, & Molyneux, 2015).

- السهر على تحسين خدمة العملاء من خلال استخدام تقنيات حديثة مثل الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء لتوفير دعم سريع، ابي وفعال (Matthews & Thompson, 2014) .
- إجراء استبيانات دورية لقياس رضا العملاء وجمع ملاحظاتهم لغرض تحسين الخدمات المصرفية المقدمة لهم (عبد الفتاح، 2007).
- 4 كفاءة إدارة التكاليف من خلال:
- دراسة ومناقشة التكاليف التشغيلية لتحديد المجالات التي يمكن فيها تقليل النفقات (Saunders & Cornett, 2014).
- استغلال التكنولوجيا لتوفير التكاليف التشغيلية كالتقليل من الحاجة إلى فروع بنكية فعلية عبر العمل على الرفع من امكانية الخدمات الرقمية (Heffernan, 2005) .
- تحسين العمليات التشغيلية وإعادة هيكلتها لجعلها أكثر فعالية وكفاءة (Koch, T. W & MacDonald, 2014, p. 13)
- 5 الابتكار في تقديم الخدمات من خلال:
- تقديم منتجات مصرفية جديدة ومتطورة تلبي احتياجات السوق المتغيرة وتجذب عملاء جدد للبنك (Mishkin & Eakins, 2018, p. 61).
- العمل على الشراكات الاستراتيجية كالتعاون مع الشركات التكنولوجية الناشئة لتطوير حلول مبتكرة وتحسين الخدمات المصرفية (Sinkey, 2002) .
- الاستثمار في البحث والتطوير لانفتاح على أفكار و افاق جديدة وتحسين المنتجات الحالية (النجار، 2012، صفحة 25).
- 6 تعزيز الشفافية والحوكمة من خلال:
- الحرص على تقديم تقارير مالية واضحة وشفافة تزيد من ثقة المستثمرين والعملاء وتضمن ولائهم (Casu, Girardone, & Molyneux, 2015, p. 32)

- السهر على تنفيذ والالتزام بمبادئ الحوكمة الجيدة والتي تضمن إدارة فعالة ومسؤولة (Rose & Hudgins, 2013, p. 32).

- إجراء عمليات تدقيق دورية داخلية وخارجية لتعزيز الشفافية والكشف عن أي مخالفات مرتكبة (المنصور، 2014، صفحة 55).

7- التدريب والتطوير المهني من خلال:

- العمل على توفير برامج تدريب دورية مستمرة للموظفين لتطوير مهاراتهم وتعزيز معرفتهم (Heffernan, 2005).

- وضع أنظمة تحفيزية للموظفين من اجل تشجيعهم على الأداء العالي والمساهمة في زيادة جودة الأداء البنكي (Mishkin & Eakins, 2018, p. 18).

- زيادة وتعزيز مهارات القيادة الفعالة لدى المديرين لضمان إدارة فعالة وتحقيق الأهداف المرجوة للبنك (Sinkey, 2002, p. 17).

المطلب الثاني : تأثير الصيرفة الالكترونية على جودة الخدمات المصرفية

تمكنت الصيرفة الالكترونية مع التطور التكنولوجي السريع، من افتكاك مكانة بالغة الأهمية في قطاع البنوك، وذلك راجع الى مساهمتها الكبيرة في تحسين وتعزيز جودة وجمالية الخدمات المصرفية المقدمة للزبائن. يمكن ان نلاحظ تأثير الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية في عدة جوانب رئيسية:

1- تحسين الوصول وسهولة الاستخدام

تعمل الصيرفة الإلكترونية على تسهيل إمكانية وصول للعملاء إلى حساباتهم المصرفية وإجراء المعاملات في أي وقت ومن أي مكان، وذلك دون اللجوء إلى التنقل من اجل زيارة الفروع التقليدية. مما يزيد من سهولة الاستخدام ويوفر جهد على العملاء بضمان راحتهم (العودي، 2010). كما يمكننا هذا النوع من الخدمات من إمكانية الوصول إلى المصارف في المناطق الريفية والناحية، مما يعزز الشمول المالي (عبد الله، 2009).

2- زيادة سرعة المعاملات

سرعة اجراء المعاملات المالية وتنفيذها بشكل فوري بفضل الصيرفة الإلكترونية قلل من وقت الانتظار الذي كان امرا لا مفر منه في البنوك التقليدية. هذا يسهم في الرقع من جودة الخدمات المقدمة وتحسينها للعميل وزيادة رضاه كما أن التقليل من الحاجة إلى العمليات الورقية والإجراءات البيروقراطية يسرع من إنجاز المعاملات (حسن، 2011، صفحة 31).

3- تعزيز الأمان والشفافية

ان تقنيات الامن والتشفير والوقاية والتحقق من الهوية مكن الصيرفة الإلكترونية من توفير مستويات عالية من الأمان، مما يحمي معلومات العملاء ويحافظ على سلامة المعاملات وصحتها. ومن بين تلك الطرق و التقنيات استخدام المصادقة الثنائية وتقنيات التعرف على الهوية البيومترية كما تمكن للعملاء من مراقبة حساباتهم ومعاملاتهم المالية بشكل دوري، هذا ما يزيد من الشفافية والثقة في الخدمات المصرفية. يمكنهم أيضاً الحصول على إشعارات فورية لأي نشاط غير معتاد (جمعة، 2008).

4- تخصيص الخدمات وتحسين التفاعل مع العملاء

تستطيع البنوك تقديم خدمات مخصصة تلي احتياجات وتفضيلات العملاء بشكل أفضل وذلك باستخدام قواعد البيانات الكبيرة والتحليلات (عبد الفتاح، 2007، صفحة 18) من بينها تقديم عروض وخدمات بناءً على تحليل سلوك العملاء وتفضيلاتهم. توفر الصيرفة الإلكترونية أيضاً قنوات تواصل فورية مثل الدردشة الحية والبريد الإلكتروني، مما يزيد من سرعة الاستجابة لتساؤلات العملاء واستفساراتهم (السيد، 2013، صفحة 16). تمكن هذه التقنيات البنوك من إمكانية تقديم استشارات مالية شخصية بشكل سريع وأني.

5- تحسين الكفاءة التشغيلية

يمكن للبنوك تحسين الكفاءة التشغيلية وتوجيه الموارد نحو تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء بالعمل على التقليل من الحاجة إلى الفروع التقليدية وتقليل قدر الإمكان من النفقات التشغيلية (العودي، 2010). تعمل الأتمتة على تقليل الأخطاء البشرية وتسريع معالجة الطلبات والمعاملات، هذا ما يرفع من كفاءة وجودة الخدمات المقدمة. يشمل ذلك اللجوء الى استعمال الروبوتات البرمجية للقيام بالمهام الروتينية وتحليل البيانات بشكل أسرع وأدق (حسن، 2011، صفحة 67).

6- تقديم خدمات مبتكرة

لغرض تسهيل اجراء مختلف العمليات المصرفية بكل سهولة وارجحية للعمال، عملت الصيرفة الالكترونية على اتاحة الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول كتقديم تطبيقات مصرفية متقدمة مثل تحويل الأموال، ودفع الفواتير، والاطلاع على الأرصدة. كما ان تقديم حلول تمويلية مبتكرة كالقروض الرقمية والخدمات الاستثمارية عبر الإنترنت يزيد من تنوع وجودة الخدمات المصرفية. والتي بدورها تحتوي على خدمات التمويل الشخصي الآلي وإدارة الاستثمارات عبر الروبوتات الاستشارية (عبد الله، 2009، صفحة 33).

7- توسيع قاعدة العملاء

لغرض الزيادة من قاعدة العملاء وتعزيز نمو البنك والوصول الى شرائح جديدة من العملاء والزبائن كالشباب المقيمين في المناطق النائية والريفية اتجهت البنوك الى الاعتماد على الصيرفة الإلكترونية. حيث تتيح الخدمات الإلكترونية أيضاً للبنوك التوسع في الأسواق الدولية بسهولة أكبر، مما يساهم بشكل ملحوظ على زيادة الحصة السوقية وتحقيق النمو (المنصور، 2014، صفحة 36).

8- دعم الاستدامة البيئية

وذلك بالتقليل من الاعتماد الكلي على المعاملات الورقية والنقل المادي للأموال، حيث ساهمت الصيرفة الإلكترونية في تقليل الأثر البيئي للبنوك، مما يدعم الاستدامة البيئية (عبد الفتاح، 2007، صفحة 26).

المطلب الثالث: أثر الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات الالكترونية

تمتع الصيرفة الإلكترونية بتأثير كبير وإيجابي على جودة الخدمات الإلكترونية، وذلك بتحسين تجربة المستخدم، وتعزيز الابتكار، زيادة التفاعل والتواصل مع العملاء، تحسين الأمان والخصوصية، توفير المعلومات بشفافية، وتعزيز الكفاءة التشغيلية.

1- تحسين تجربة المستخدم (السعدي، 2006، الصفحات 45-60)

1-1- الواجهات التفاعلية والمبتكرة

الصيرفة الإلكترونية تعتمد على تصميم واجهات مستخدم معاصرة وسهلة الاستخدام تسمح للمستخدمين بتنفيذ مختلف العمليات المالية بكل سهولة ودون الحاجة إلى معرفة تقنية متقدمة. غالباً ما تكون هذه الواجهات بديهية وتراعي تجربة المستخدم لتوفير تجربة سلسة ومريحة. حيث يمكن للمستخدمين الاطلاع على حساباتهم، تحويل الأموال، ودفع الفواتير بنقرات قليلة فقط. فالتركيز على تجربة المستخدم يعزز رضا العملاء ويساعد في بناء ولائهم للبنك.

1-2- الاستجابة الفورية

تتمتع الخدمات الإلكترونية بالإمكانية على تنفيذ المعاملات المالية في الوقت الفعلي. مما يعني أن العمليات مثل تحويل الأموال أو دفع الفواتير تتم على الفور، هذا ما يلغي الحاجة للانتظار ويزيد من رضا العملاء. يمكن للمستخدمين أيضاً الحصول على تأكيدات فورية للمعاملات عبر البريد الإلكتروني أو الرسائل النصية، مما يعزز من الشفافية والأمان.

1-3- الوصول الدائم

ان الصيرفة الإلكترونية توفر للعملاء إمكانية وسهولة الوصول إلى حساباتهم وخدماتهم المصرفية في أي وقت ومن أي مكان، مما يسهل ويسيطر لهم إدارة أمورهم المالية. تساعد هذه الوصولية في التحسين من جودة الخدمة وزيادة رضا العملاء. حيث يمكن للعملاء إجراء معاملاتهم في أي وقت، سواء كان ذلك في منتصف الليل أو في عطلة نهاية الأسبوع، مما يوفر لهم مرونة كبيرة.

1-4- الراحة والمرونة

تعمل الصيرفة الإلكترونية على توفير مستوى عال من الراحة والمرونة للعملاء، وذلك بغرض بتمكينهم من إجراء عملياتهم المصرفية دون اللجوء إلى زيارة الفروع الفعلية. تعزز هذه الميزة من تجربة المستخدم وتزيد من رضاه عن الخدمات المقدمة.

2- تعزيز الابتكار في الخدمات (الخطيب، 2007، صفحة 3)

1-2- الخدمات المالية الرقمية الجديدة

نظراً للتطور التكنولوجي في الوقت الحالي، أصبحت البنوك تقدم خدمات مالية مبتكرة مثل المحافظ الرقمية (digital wallets) التي تسمح للعملاء بتخزين الأموال إلكترونياً واستخدامها للدفع عبر الإنترنت أو في المتاجر. إضافة إلى تقديم خدمات كالدفع عبر الهواتف المحمولة (mobile payments) وخدمات التمويل الجماعي (crowdfunding)، مما يقدم للعملاء خيارات أكثر مرونة وراحة حيث تساهم هذه الابتكارات في تحسين تجربة العملاء وزيادة رضاهم.

2-2- التكامل مع التكنولوجيا الحديثة

ان استخدام مختلف التقنيات كالذكاء الاصطناعي مثل (AI) والتحليل البياني (data analytics) يساهم في تمكين البنوك من تقديم خدمات مخصصة تلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل. مثلاً يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل أنماط

إنفاق العملاء وتقديم توصيات مالية مخصصة لهم. إضافة الى إمكانية استخدام تقنيات التحليل البياني لتحديد الاتجاهات المالية وتقديم عروض مخصصة للعملاء بناءً على تاريخهم المالي.

2-3- الابتكار في المنتجات والخدمات

تعمل الصيرفة الإلكترونية على مساعدة البنوك على تطوير منتجات وخدمات جديدة توفى احتياجات السوق المتغيرة. يمكن للبنوك تقديم خدمات استثمارية مبتكرة أو برامج مكافآت تعتمد على التكنولوجيا الرقمية. حيث يمكن لهذه الابتكارات أن تجذب العديد من العملاء الجدد كما تساهم في الحفاظ على العملاء الحاليين.

2-4- الشراكات مع شركات التكنولوجيا

تشكيل شراكات استراتيجية مع شركات التكنولوجيا يمكن البنوك من تطوير خدمات ومنتجات جديدة. هذه الشراكات تمكن وتسهل الوصول إلى تقنيات جديدة كما تحسن من جودة الخدمات المقدمة للعملاء.

3- زيادة التفاعل والتواصل مع العملاء (عبد الكريم، 2008، الصفحات 89-104)

3-1- القنوات المتعددة للتواصل

تتيح الصيرفة الإلكترونية قنوات تواصل متعددة كالبريد الإلكتروني على سبيل المثال، الدردشة المباشرة (live chat) ، إضافة الى التطبيقات المحمولة، مما يوفر للبنوك إمكانية التفاعل مع العملاء بكل سرعة وفعالية. يساهم هذا التعدد في القنوات في تحسين جودة الخدمة بشكل فعال كما يزيد من رضا العملاء.

3-2- الدعم الفني الفوري

تسعى البنوك الى تقديم دعماً فنياً فوراً عبر الخدمات الإلكترونية. مما يمكن العملاء من الحصول على مساعدة لحل مشكلاتهم في الوقت الفعلي عن طريق الدردشة المباشرة أو المكالمات الهاتفية عبر التطبيقات المصرفية. يعزز هذا الدعم الفني السريع من رضا العملاء ويساهم في تحسين جودة الخدمات. وجود دعم فني فعال يعني أن العملاء يمكنهم حل مشاكلهم بسرعة، مما يقلل من إحباطهم ويزيد من رضاهم.

3-3- التواصل الشخصي

يمكن للبنوك باستخدام البيانات والتحليلات من تقديم تجربة تواصل شخصي أكثر مع العملاء. حيث يمكن للبنك مثلاً إرسال إشعارات مخصصة وتقديم عروض خاصة بناءً على سلوك العميل واحتياجاته. يمكن أن يزيد هذا التواصل الشخصي من ولاء العملاء ويعزز من تجربتهم الإجمالية.

3-4- إدارة العلاقات مع العملاء (CRM)

ان الصيرفة الإلكترونية توفر أدوات متقدمة لإدارة العلاقات مع العملاء (CRM) ، مما يتيح للبنوك تتبع تفاعلات العملاء وتقديم خدمة مخصصة. هذه الأدوات تساهم في بناء علاقات أكثر قوة مع العملاء وتعزيز رضاهم.

4- تحسين الأمان والخصوصية (الشمري، 2009، صفحة 37)

4-1- التشفير والتوثيق

تلجئ البنوك الى استخدام تقنيات تشفير متقدمة وفعالة لحماية بيانات العملاء وضمان سرية المعلومات. إضافة الى اعتمادها على إجراءات توثيق متعددة مثل المصادقة الثنائية (2FA) للتحقق من هوية المستخدمين وضمان أمان العمليات المالية. تزيد هذه الإجراءات من الثقة في الخدمات الإلكترونية وتحمي العملاء من الاحتيال.

4-2- رصد النشاطات المشبوهة

تسمح الأنظمة الإلكترونية المتطورة للبنوك بمراقبة الأنشطة المالية بشكل مستمر لكشف ومنع أي محاولات نصب واحتيال. حيث يمكن لأنظمة الكشف عن الاحتيال تحليل الأنماط غير العادية في المعاملات وتنبيه البنك والعميل في حالة الاشتباه في أي نشاط مشبوه. هذا يضمن حماية أفضل لأموال العملاء وزيادة الثقة في الخدمات الإلكترونية.

4-3- حماية البيانات الشخصية

ان التزام البنوك بالمعايير العالمية لحماية البيانات الشخصية للعملاء، يعزز الثقة في استخدامها للخدمات المصرفية الإلكترونية. اين تتضمن هذه المعايير الاستخدام لتقنيات التشفير والتوثيق القوي والتحديثات الأمنية المستمرة. حبي يعد الحفاظ على خصوصية البيانات الشخصية للعملاء من الأولويات القصوى للبنوك، مما يساعد في بناء علاقة ثقة قوية مع العملاء.

4-4- التحديثات الأمنية المستمرة

ان البنوك تعمل بشكل مستمر على تحديث أنظمتها الأمنية وذلك لحماية العملاء من التهديدات الإلكترونية الجديدة. تشمل هذه التحديثات استخدام تقنيات جديدة مثل الذكاء الاصطناعي للتعرف على التهديدات المحتملة إضافة الى اتخاذ الإجراءات الوقائية المناسبة.

5- تحسين الشفافية وتوفير المعلومات من خلال: (الحربي، 2010، الصفحات 101-120)

5-1- التحديثات الفورية

التحديث الفورية تتيح للعملاء الحصول على معلومات محدثة بشكل فوري عن حساباتهم ومعاملاتهم المالية. يشمل هذا الأخير الحصول على إشعارات فورية عند إجراء أي عملية مالية أو عند حدوث أي تغييرات في الحساب. تزيد هذه الشفافية من ثقة العملاء في البنوك كما تساهم من إدارة أموالهم بشكل أفضل.

5-2- التقارير المالية التفصيلية

توفر البنوك تقارير مفصلة لعملائها عن نشاطاتهم المالية، بهدف مساعدتهم على متابعة نفقاتهم وإدارة أموالهم بشكل أفضل. تكون هذه التقارير متاحة بسهولة عبر المنصات الإلكترونية وتمكن العملاء من اتخاذ قرارات مالية مستنيرة. يمكن للعملاء من الوصول إلى هذه التقارير من خلال التطبيقات المصرفية أو المواقع الإلكترونية للبنك، مما يسهل عليهم مراقبة وتتبع حالتهم المالية.

5-3- التواصل الفوري والشفاف

يتيح استخدام التقنيات الرقمية للبنوك توفير معلومات شفافة ومباشرة للعملاء، كتحديثات الفوائد والرسوم مثلاً أو الإخطارات الفورية عند إجراء عمليات هامة. يمكن لهذا التواصل الفوري والشفاف من أن يعزز من رضا العملاء وثقتهم في البنك.

4-5- إمكانية الوصول إلى البيانات التاريخية

تمكن الصيرفة الإلكترونية للعملاء من الوصول إلى البيانات التاريخية حول حساباتهم ومعاملاتهم المالية، مما يجعل من مراجعة نشاطاتهم المالية وتحليلها أكثر سهولة ودقة.

6- تعزيز الكفاءة التشغيلية وتشمل : (المنصور، 2014، صفحة 44)

6-1- أتمتة العمليات

يمكن للبنوك بفضل الأتمتة تنفيذ العمليات المالية بكل سرعة وأقل عرضة للأخطاء البشرية. مما يشمل معالجة القروض، تحويل الأموال، وإدارة الحسابات. بالإضافة إلى ذلك فإن الأتمتة تساهم أيضاً في تقليل الوقت والجهد المطلوبين لإجراء العمليات المصرفية، مما يعزز من كفاءة البنك ويقلل من التكاليف التشغيلية.

6-2- تقليل التكاليف

تساعد الصيرفة الإلكترونية البنوك في تقليل من تكاليف التشغيل وذلك بتقليل الحاجة إلى الفروع الفعلية وتقليل الاعتماد على العمليات الورقية. تعمل البنوك على تقديم خدماتها بكفاءة أكبر وبأسعار أقل، مما يزيد من رضا العملاء ويجذب عملاء جدد.

6-3- تحسين إدارة الموارد

تتيح الصيرفة الإلكترونية للبنوك إدارة مواردها بشكل أكثر فعالية. حيث بإمكانية البنوك ان تخصص الموارد البشرية والتكنولوجية لتحسين تقديم الخدمات وزيادة الكفاءة التشغيلية. يمكن للبنوك استخدام أنظمة إدارة الموارد لتخصيص الموظفين والموارد التقنية بشكل أكثر فعالية، مما يزيد من إنتاجية وكفاءة البنك.

4-6- تحسين العمليات الداخلية

تساعد الصيرفة الإلكترونية بشكل فعال في تحسين العمليات الداخلية للبنك بتقليل البيروقراطية وتسريع العمليات الإدارية. يمكن أن يشمل هذا الأخير تحسين إدارة الحسابات، وتسريع معالجة القروض، إضافة الى تحسين إدارة المخاطر. يمكن استخدام الأنظمة الإلكترونية لتحليل البيانات وتقديم تقارير فورية حول الأداء المالي للبنك، مما يساعد في اتخاذ قرارات استراتيجية مستنيرة.

5-6- زيادة القدرة التنافسية

يمكن للبنوك وبفضل الكفاءة التشغيلية العالية تقديم خدمات مبتكرة وسريعة تلبي احتياجات ومتطلبات العملاء بشكل أفضل. مما يمكن من أن يزيد من القدرة التنافسية للبنك في السوق ويعزز من مكانته في الصناعة المالية.

6-6- تحسين رضا الموظفين

يمكن للموظفين وبفضل الأتمتة والتكنولوجيا المتقدمة التركيز على مهام ذات قيمة أعلى بدلاً من المهام الروتينية، مما يزيد من رضاهم الوظيفي ويساهم في التحسين من جودة الخدمات المقدمة.

7-6- تقليل الأخطاء البشرية

ان الأتمتة واستخدام التكنولوجيا المتقدمة يعملان على التقليل من احتمالية حدوث أخطاء بشرية في العمليات المصرفية، مما يعزز من دقة وسرعة المعاملات المالية.

7- دعم التحول الرقمي والاستدامة وتشمل: (برجر و ماستر، 1997، صفحة 93)

7-1- دعم التحول الرقمي

تدعم الصيرفة الإلكترونية التحول الرقمي للبنوك، مما يمكنها من التكيف مع التغيرات السريعة في التكنولوجيا وتعزيز جودة الخدمات المقدمة. التحول الرقمي يزيد من مرونة البنك مما يجعله أكثر قدرة على الابتكار.

7-2- الاستدامة البيئية

تقليل الاعتماد على الورق وتوفير الطاقة يمكن الصيرفة الإلكترونية من المساهمة في تعزيز الاستدامة البيئية. هذه الجهود تساعد في التقليل من الأثر البيئي للبنوك وتعزز من صورتها كمؤسسات مسؤولة بيئياً.

تحتل الصيرفة الإلكترونية دوراً محورياً وأساسياً في التحسين من جودة الخدمات الإلكترونية وذلك من خلال تحسين تجربة المستخدم، تعزيز الابتكار، زيادة التفاعل والتواصل، تحسين الأمان والخصوصية، توفير المعلومات بشكل شفاف وفوري، إضافة الى تعزيز الكفاءة التشغيلية. هذه التحسينات تساعد في الزيادة من رضا العملاء وكذا تعزيز الثقة في البنوك والخدمات التي تقدمها.

خلاصة الفصل الأول:

في ختام هذا الفصل، يتضح أن الصيرفة الإلكترونية قد أحدثت ثورة جذرية في القطاع المصرفي، حيث أسهمت بشكل ملحوظ في تحسين أداء البنوك وتعزيز قدرتها على تلبية احتياجات العملاء بفعالية وكفاءة أكبر. من خلال تحليل مفهوم الصيرفة الإلكترونية ومراحل تطورها، تبين أن هذا النظام أصبح ضرورة ملحة للبنوك التي تسعى لمواكبة التقدم التكنولوجي وتحقيق ميزة تنافسية في السوق المالية.

كما أظهر الفصل أهمية الأداء البنكي ومعايير المتعددة، وكيف يمكن تقييمه باستخدام مؤشرات مالية دقيقة. ومن خلال الربط بين الصيرفة الإلكترونية وتحسين الأداء البنكي، اتضح أن استخدام التكنولوجيا الرقمية يساهم في تقليل التكاليف التشغيلية، وزيادة الكفاءة، وتحسين جودة الخدمات المصرفية.

تساهم الصيرفة الإلكترونية أيضاً في تعزيز الأمان والشفافية في التعاملات المالية، مما يزيد من ثقة العملاء في الخدمات المصرفية ويعزز من استقرار النظام المالي. بالإضافة إلى ذلك، يساعد التحول الرقمي في الوصول إلى شرائح جديدة من العملاء وتقديم خدمات مبتكرة تلي تطلعاتهم بشكل أفضل.

ختامًا، يمكن القول بأن الصيرفة الإلكترونية ليست مجرد خيار بل هي ضرورة استراتيجية للبنوك في العصر الرقمي. الاستثمار في التكنولوجيا وتبني الحلول الرقمية أصبح أمرًا حتميًا لتحقيق التميز والنمو المستدام في القطاع المصرفي. بهذا، تكون البنوك قد وضعت أسسًا قوية لمستقبل أكثر تطورًا وابتكارًا في تقديم الخدمات المالية.

الفصل الثاني:

واقع الصيرفة الالكترونية ودورها في تحسين

أداء بنك القرض الشعبي الجزائري

وحالة بسكرة

المبحث الاول :تقديم القرض الشعبي الجزائري

يعد القرض الشعبي الجزائري من البنوك التجارية الموجودة في الجزائر لذلك سنتعرف عليه في هذا المبحث .

المطلب الأول: نشأة القرض الشعبي الجزائري

تم تأسيس القرض الشعبي الجزائري في 14 ماي 1966، كأحد أبرز البنوك التجارية في الجزائر، وقد تأسس على أنقاض القرض الشعبي للجزائر، وهران، قسنطينة، عنابة، والصندوق المركزي الجزائري للقرض الشعبي. لاحقاً، اندمجت معه ثلاثة بنوك أجنبية أخرى هي:

• شركة مارسيليا للقرض

• المؤسسة الفرنسية للقرض والبنك

• البنك المختلط الجزائر-مصر

مع مرور الوقت، ونتيجة للإصلاحات التي شهدتها القطاع المصرفي في الجزائر، تمت إعادة هيكلة القرض الشعبي الجزائري في عام 1985، ليؤدي ذلك إلى إنشاء بنك التنمية المحلية، الذي تولى 40 وكالة و550 موظفاً و8900 حساب عميل.

شهد القرض الشعبي الجزائري تحولات قانونية هامة، ومنها:

• في: 22 فبراير 1989، أصبح القرض الشعبي الجزائري مؤسسة اقتصادية عامة ذات أسهم يحكمها القانون التجاري، برأسمال اجتماعي قدره 800 مليون دينار جزائري مقسم إلى 800 سهم بقيمة اسمية قدرها 1 مليون دينار جزائري لكل سهم.

• على الرغم من أن ملكية البنك تعود للدولة، إلا أن تسييره وإدارته تتم بشكل مستقل.

• يتألف مجلس الإدارة من 10 أعضاء مفوضين من قبل المساهمين، ويتخذ المجلس جميع القرارات المتعلقة بالسياسة التجارية والمالية للبنك، بينما تشرف الإدارة العامة على الأنشطة التنفيذية.

• أصبحت إدارة البنك واتخاذ القرارات يتم داخلياً عبر مجلس الإدارة والإدارة العامة، خلافاً للسابق حيث كانت تتم هذه العمليات تحت إشراف وزارة المالية أو الاقتصاد.

تطور الرأسمال الاجتماعي للبنك عبر السنين كما يلي:

• سنة 1966: 15 مليون دينار جزائري

- سنة 1983: 200 مليون دينار جزائري
- سنة 1992: 5.6 مليار دينار جزائري
- سنة 1994: 9.31 مليار دينار جزائري
- سنة 1996: 13.6 مليار دينار جزائري
- سنة 2000: 21.6 مليار دينار جزائري

المطلب الثاني: وظائف القرض الشعبي الجزائري

القرض الشعبي الجزائري هو بنك ودائع، وتمثل وظائفه الرئيسية في:

- تقديم القروض للحرفيين وقطاعات السياحة والفنادق والصيد والتعاونيات في مجالات الإنتاج والتوزيع والتجارة، بالإضافة إلى المنشآت الصغيرة والمتوسطة بمختلف أنواعها.
 - تقديم قروض وسلفيات لقاء سندات عامة للإدارات المحلية، وتمويل مشتريات الدولة والولاية والبلدية والشركات الوطنية.
 - القيام بعمليات البناء والتسيير من خلال تقديم قروض متوسطة وطويلة الأجل.
- توضح هذه الوظائف دور القرض الشعبي الجزائري في دعم الاقتصاد المحلي وتعزيز التنمية من خلال تقديم خدمات مصرفية متنوعة تلي احتياجات مختلف القطاعات الاقتصادية.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري

أولاً: تعريف القرض الشعبي الجزائري وكالة بسكرة

تأسست وكالة القرض الشعبي الجزائري رقم 305 في 1971/12/31، كواحدة من بين الست وكالات التابعة للمديرية الجهوية بباتنة، وتحتل الوكالة موقعا استراتيجيا في وسط المدينة بساحة العربي بن مهدي، وتضطلع الوكالة بنفس مهام القرض الشعبي الجزائري في المنطقة، وقد بلغ عدد المستخدمين فيها حاليا 27 فردا.

ثانياً: الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري - وكالة بسكرة-

يتكون الهيكل التنظيمي للوكالة من :

- 1- **المدير العام** : يعتبر الممثل الرئيسي للقرض الشعبي الجزائري لوكالة بسكرة، بحيث يكون مسؤول على ابرام وتوقيع كل العقود و الاتفاقيات و مختلف الوثائق، ويتحمل مسؤولية أي خطر يمس البنك، وكذلك من مهامه مراقبة جميع المصالح التابعة للوكالة، وأيضا من واجباته تقديم تقرير دوري للمديرية العامة عن انجاز الأعمال و البرامج المتعلقة بالبنك.
- 2- **السكرتارية** : من مهامها تسهيل أعمال المدير، كما تقوم باستقبال العملاء وإيصالهم للمدير عند الحاجة، كما تقوم باستقبال البريد و المكالمات الهاتفية .
- 3- **نائب المدير** : وهو السلطة الثانية بوجود المدير والسلطة الأولى لعدم وجوده، فهو لا يستطيع اتخاذ كل القرارات إلا بموافقة مديره.
- 4- **رئيس مصلحة القروض** : هو مشرف على قسمين : قسم القروض و قسم المنازعات.
 - أ- **قسم القروض** : وتقوم هذه المصلحة بتنفيذ الإجراءات و التعليمات المتعلقة بشؤون القرض و وفقا للمبادئ المعتمدة من قبل الإدارة، وتقوم أيضا باستقبال العملاء و البث في طلباتهم، وإعداد المذكرات اللازمة كما تضم هذه المصلحة كل من أمانة الالتزامات و خلية تسمى بخلية الدراسات و التحليل، حيث تقوم هذه الأخيرة بدراسة طلبات القروض، مع العلم أن الوكالة لا تقدم الموافقة المباشرة على منح القروض بل أنها تقوم بتحويل ملفات القروض المقبولة مبدئيا إلى الفرع المتواجد بولاية باتنة ليمنح الموافقة النهائية بإعطاء القرض للمؤسسة المعنية، كما تقوم الخلية بمتابعة المراحل التي يمر بها القروض حتى تحصيله في حدود القوانين الملزمة .
 - ب- **قسم المنازعات القانونية** : يقوم هذا القسم بمساعدة البنك من الناحية القانونية وكذا متابعة الحالات المتنازع فيها، ودراسة الشكاوي، وطلبات تحصيل القروض
- 5- **مصلحة التجارة الخارجية** : تضم هذه المصلحة قسمين قسم التوطين و التحويلات و قسم الاعتماد المستندي، وتعتمد في عملها على العملة الصعبة و أغلب زبائنها يزاولون نشاط الاستيراد و التصدير، فتمنح لهم المصلحة شهادة توطين السلع، أي أنه ليس لديهم ديون اتجاه البنك و بإمكانه إدخال السلع و إخراجها يعني ذلك أن هذه الشهادة تمكنهم متابعة نشاطهم للإستيراد و التصدير.

في هذه المصلحة يقوم الزبون بتبديل العملة بمدف الخروج خارج الوطن كما يكون هذا التبديل في مواسم الحج و العمرة و البعثات الدراسية وحتى للمتقاعدين نصيب في هذه المصلحة للذين كانوا يعملون خارج الوطن فلهم حساب مصرفي خارجي أي بالعملة (Euro) وتحويل إلى الدينار بعد طلب الزبون.
- 6- **مصلحة المستخدمين و الادارة** : خصصت هذه المصلحة لمتابعة السير المهني للموظفين (التأخير، الغياب ...). كما تقوم بمحضر تنصيب للمتربص أو العامل، شهادة العمل و شهادة تربص، كشف حضور الموظفين، رخصة إجازة و تكليف بمهمة، الخصم من الراتب، التبليغ بعطل كهربائي أو تقني، حجز في فندق، طلب تحقيق إداري، تحويل رصيد الزبون إلى مجموعة الاستغلال، إعداد المكاتب ووسائل العمل من أوراق و أقلام و غيرها من مستلزمات العمل الإداري.

7- مصلحة الصندوق : ولها رئيس مصلحة (Chef de caisse) له السلطة على جميع الموظفين في هذه المصلحة و فيه

تنقسم هذه المصلحة إلى

أ- قسم إدارة الصندوق : تختص بالعمليات التالية

- فتح الحسابات البنكية و غلقها .
- استقبال حجوز ما للمدين لدى الغير لتجميد الحسابات.
- تسليم صكوك البنكية و البطاقات المغناطيسية للزبائن.
- تسيير حسابات الإرث (compte de succession)
- إستخراج شهادات التوطين (أي شهادة تبين أن للزبون حساب لدى البنك)
- كراء خزائن للحفظ (les coffres forts)
- تلعب دور الوسيط في عملية بيع الأسهم و السندات .

ب- قسم حافظة الأوراق :

- تسيير الأوراق المالية و التجارية.
- استقبال الصكوك البنكية من الزبائن بهدف صبتها في حساباتهم (هذه الصكوك تحول في بنوك أخرى).
- استقبال الحوالات البنكية.

ت- قسم الصكوك المؤشرة:

ويقصد بها أنها صكوك تستخلص من دفتر شكات البنك و تستعمل في الدفع وهي ضمان بالنسبة للمورد.

ث- قسم الصندوق : يقوم بالعمليات التالية :

- تخليص الزبائن.

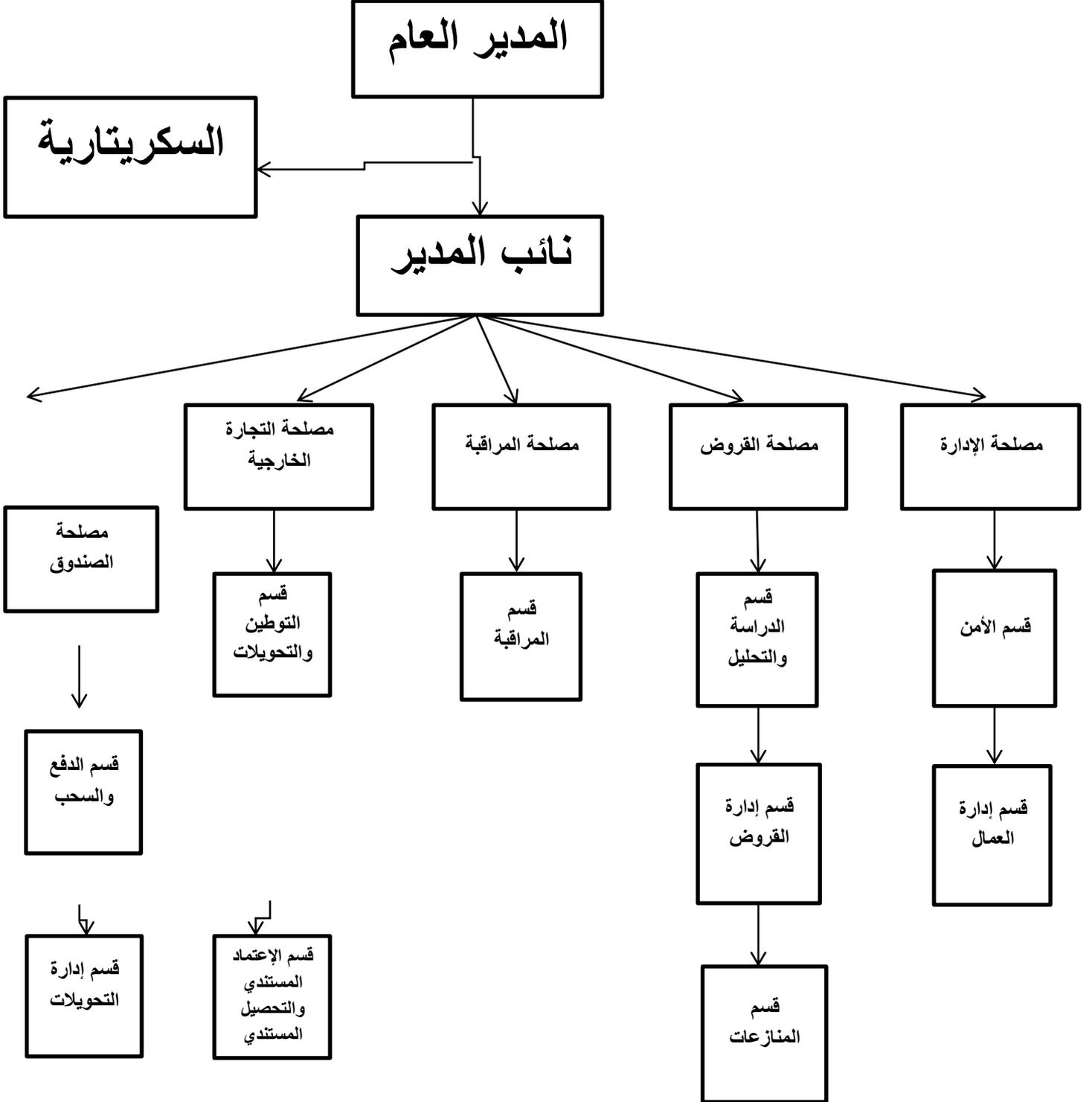
- استقبال الودائع من الزبائن بالعملة الوطنية أو الأجنبية.

ج- قسم دفع / سحب : يقوم بإجراء العمليات المحاسبية آليا في الحاسوب التي تخص دفع الشكات و قبض

الأرصدة و إستقبال الودائع.

ح- التحويلات : يعمل هذا القسم على تحويل الأرصدة من حساب إلى حسابات أخرى سواء كان ذلك داخليا أو خارجيا ويتم التحويل بإذن مسبق من طرف الزبون .

الشكل رقم 01 : الهيكل التنظيمي للبنك القرض الشعبي الجزائري وكالة بسكرة



المصدر: من وثائق المؤسسة

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على وثائق البنك

المبحث الثاني : عرض نتائج الدراسة وتحليلها واختبار الفرضيات

المطلب الاول : مجتمع وعينة البحث والوصف الإحصائي لها وفق الخصائص الشخصية والوظيفية

1- مصادر وأساليب جمع البيانات والمعلومات

تمثل الاستبانة المصدر الرئيسي لجمع البيانات والمعلومات لهذه الدراسة، والتي صُممت في صورتها الأولية بعد الاطلاع

على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة. وقد تم إعداد الاستبانة على النحو التالي:

1. إعداد استبانة أولية:

○ تم تصميم استبانة أولية لاستخدامها في جمع البيانات والمعلومات ذات الصلة بالدراسة.

2. عرض الاستبانة على المشرف:

○ تم عرض الاستبانة على المشرف الأكاديمي لاختبار مدى ملاءمتها لجمع البيانات المطلوبة.

3. تعديل الاستبانة:

○ تم تعديل الاستبانة بشكل أولي حسب ما يراه المشرف من ملاحظات وتوجيهات.

4. تحكيم الاستبانة:

○ تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين الأكاديميين، الذين قاموا بدورهم بتقديم النصح والإرشاد،

وتعديل وحذف ما يلزم لتحسين جودة الاستبانة.

5. توزيع الاستبانة:

○ بعد الانتهاء من التعديلات، تم توزيع الاستبانة على جميع أفراد العينة لجمع البيانات اللازمة للدراسة.

تقسيم الاستبانة

تم تقسيم الاستبانة إلى قسمين كما يلي:

القسم الأول: البيانات الشخصية والوظيفية

يحتوي هذا القسم على مجموعة من الأسئلة التي تهدف إلى جمع المعلومات الأساسية عن المبحوثين مثل الجنس، العمر، المؤهل العلمي، وسنوات الخبرة. هذه المعلومات تُستخدم لتحديد الخصائص الديموغرافية للعينة ودراسة تأثير هذه الخصائص على النتائج.

القسم الثاني: محاور الاستبانة الرئيسية

يتضمن هذا القسم الأسئلة التي تتعلق بموضوع الدراسة بشكل مباشر، والتي تنقسم إلى محاور رئيسية كما يلي:

- المحور الأول: تأثير الصيرفة الإلكترونية على سرعة تنفيذ العمليات البنكية
- المحور الثاني: تأثير الصيرفة الإلكترونية على رضا العملاء
- المحور الثالث: التحديات التي تواجه تطبيق الصيرفة الإلكترونية

والتي تعتبر مناسبة لجمع البيانات وتحليلها لتحقيق أهداف الدراسة.

2-تحليل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية:

قمنا بتحليل البيانات باستخدام التحليل الإحصائي الوصفي، حيث تم الإجابة على تساؤلات الدراسة من خلال استخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري على مقياس ليكرت من 1 إلى 5، كما هو موضح في الجدول رقم (01) لإجابات أفراد عينة البحث على عبارات الاستبانة المتعلقة بمحوري الدراسة. بالإضافة إلى ذلك، تم اختبار مستوى متغيرات الدراسة داخل المؤسسة، وتم دراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة باستخدام معامل R square. وأخيراً، تم عرض نتائج الدراسة واقتراحاتها.

الجدول رقم (01): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية

النسبة المئوية	التكرار	المتغيرات الشخصية والوظيفية	
%60.00	18	ذكر	الجنس
		أنثى	
%40.00	12	المجموع	
%100	30		
%26.67	8	من 20 سنة الى 29 سنة	العمر
		من 30 سنة إلى 39 سنة	
		من 40 سنة إلى 50 سنة	
		أكثر من 50 سنة	
%33.33	10	المجموع	
%23.33	7		
%16.67	5		
%100	30		
%6.67	2	ثانوي فما أقل	المؤهل العلمي
		جامعي	
		المهني	
		دراسات عليا (الماستر)	
		المجموع	
%60.00	18		
%6.67	2		
%26.67	8		
%100	30		
%3.33	1	مدير	المستوى الوظيفي
		نائب او مساعد مدير	
		إطار	
		رئيس قسم او مصلحة	
		نائب رئيس قسم او مصلحة	
		المجموع	
		%10.00	
%66.67	20		
%10.00	3		
%10.00	3		
%100	30		
%16.67	05	أقل من 3 سنوات	عدد سنوات الخبرة
		من 3 سنوات الى 5 سنوات	
		من 5 سنوات الى 10 سنوات	
		أكثر من 10 سنوات	
%33.33	10		
%30.00	09		
%20.00	06		
%100	30		

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 24.

يظهر من خلال الجدول أن غالبية الباحثين كانوا من الذكور، حيث بلغت نسبتهم 60%، في حين بلغت نسبة الإناث

40% من مجموع أفراد عينة الدراسة. قد يكون السبب في ذلك راجعاً إلى طبيعة عمل بنك القرض الشعبي الجزائري، ما يجعل

الإناث يتجنبن العمل فيه، وقد يكون ذلك أيضاً نتيجة لطبيعة الأعمال الخاصة بالبنك التي تتطلب تنقلات متكررة وإشراف ميداني على عمليات التمويل.

أيضاً أن أغلب أفراد العينة تتراوح أعمارهم بين 30 سنة إلى 39 سنة، وذلك بنسبة 33.33%، في حين أن نسبة 26.67% أعمارهم أقل من 30 سنة. نجد أن نسبة 23.33% تتراوح أعمارهم بين 40 سنة إلى 50 سنة، ونسبة 16.67% كانت أعمارهم أكثر من 50 سنة. يدل هذا التوزيع على أن بنك القرض الشعبي الجزائري يهتم بتوظيف الكفاءات الشابة والمتنوعة في الأعمار لتحقيق توازن في الخبرات والمهارات.

وأما بالنسبة لمتغير المؤهل العلمي للمبحوثين، فنلاحظ أن أغلبية العينة من المستوى الجامعي، بنسبة 60%، وتليها الدراسات العليا بنسبة 26.67%، مقابل 13.33% من ثانوي فما أقل. يعكس هذا التركيز على تعيين أفراد ذوي مؤهلات علمية عالية لتلبية متطلبات العمل في بنك القرض الشعبي الجزائري.

وعند التدقيق في المستوى الوظيفي، نجد أن نسبة 66.67% من المبحوثين يشغلون وظائف كإطارات، بينما 10% يشغلون مناصب مدير أو نائب رئيس قسم أو مصلحة، و10% يشغلون مناصب رئيس قسم أو مصلحة. يشير هذا إلى أن البنك يعتمد بشكل كبير على الأطر الوظيفية في هيكله التنظيمي.

أيضاً نجد أن 33.33% من المبحوثين لديهم خبرة تتراوح بين 3 سنوات إلى 5 سنوات، بينما 30% تتراوح خبرتهم بين 5 سنوات إلى 10 سنوات. في حين أن 16.67% لديهم خبرة أقل من 3 سنوات و20% لديهم خبرة أكثر من 10 سنوات. نستنتج أن بنك القرض الشعبي الجزائري يعتمد على التوازن بين الخبرة العملية والمؤهل العلمي، مما يعزز من تقديم خدمات بجودة عالية.

يمكننا استنتاج أن بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة بسكرة يهتم بتوظيف الكفاءات الشابة والمتنوعة من حيث العمر والخبرة، مع التركيز على المؤهل العلمي العالي لضمان تقديم خدمات بجودة عالية. يعتبر هذا التوزيع مؤشراً على استراتيجية توظيف فعالة تساهم في تعزيز الأداء والإنتاجية داخل البنك. يبدو أن بنك القرض الشعبي الجزائري لا يعتمد على متغير السن بقدر ما يعتمد على المؤهل العلمي والكفاءات العالية من أجل تقديم خدمات بجودة عالية.

المطلب الثاني: تحليل فقرات المحور الثاني: قياس مدى استعمال البنك لأدوات الصيرفة الالكترونية

لتحليل فقرات المحور الثاني: قياس مدى استعمال البنك لأدوات الصيرفة الالكترونية:

يتمثل هذا المحور في الأسئلة التي تتناول استراتيجيات التسويق المصرفي المستخدمة في بنك القرض الشعبي الجزائري CPA، والتي تهدف إلى جذب العملاء وتعزيز الوعي بالخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من البنك، لهذا سوف نستعرض تحليل الفقرات بناءً على البيانات المستخلصة من الاستبيان.

الجدول رقم (02): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن

عبارات محور قياس مدى استعمال البنك لأدوات الصيرفة الالكترونية:

الرقم	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاهات الآراء
	فقرات المحور الثاني: قياس مدى استعمال البنك لأدوات الصيرفة الالكترونية			
	المجموع	3.69	0.78	موافق
	أ- موقع البنك			
1	موقع البنك على شبكة الانترنت مصمم تصميم جذاب	4.5	0.7	موافق بشدة
2	من السهل الولوج إلى موقع البنك و بسرعة	4.3	0.8	موافق
3	موقع البنك يقدم خدمات معلوماتية	4.2	0.9	موافق
4	موقع البنك يقدم خدمات و معلومات بشكل كاف	4.1	0.8	موافق بشدة
5	البنك يقوم بتحديث المعلومات المتوفرة لديه على الموقع.	4.0	0.78	موافق
	ب- أنواع الخدمات المصرفية الالكترونية المتوفرة لدى البنك			
6	يقدم البنك لعملائه بطاقة الدفع	4.3	0.8	موافق

7	يستخدم البنك الشيكات الالكترونية لتسهيل المعاملات و تسريعها	4.1	0.72	موافق بشدة
8	يقدم البنك الأوراق التجارية الالكترونية التي تمكن صاحب من تحريرها و ارسالها للبنك عبر جهاز الحاسوب	4.0	0.8	موافق
9	يقدم البنك الاعتماد المستندي الالكتروني لتحقيق ضمان أكثر و الذي يمكن من تبادل الوثائق الالكترونية من خلال البريد الالكتروني	4.2	0.7	موافق
10	يقدم البنك خدمة المحافظ الالكترونية و التي تمكنهم من القيام بمختلف العمليات و في أي وقت	4.5	0.6	موافق بشدة
11	يقدم البنك خدمة التحويلات المالية الالكترونية من حساب بنكي لآخر	4.4	0.8	موافق
12	يقدم البنك خدمة الكفالة المصرفية الالكترونية لتسهيل تعاملات الزبائن و كسب ولائهم	4.3	0.7	موافق
13	يقوم البنك بخصم الأوراق التجارية الكترونيا	4.1	0.9	موافق
14	يوفر البنك أمن العمليات الالكترونية عن طريق خدمة التوقيع الالكتروني أو مختلف أشكالها مثل الرقم السري	4.4	0.7	موافق
15	يتم الحصول الكترونيا على كشف الحساب و غيره عند الطلب، أو الاطلاع على الرصيد	4.2	0.8	موافق
ج - قنوات توزيع الخدمات المصرفية الالكترونية				
16	البنك يقدم خدماته عبر الصراف الآلي	4.3	0.6	موافق
17	البنك يقدم خدمات متنوعة عبر شبكة الأنترنت	4.4	0.7	موافق

18	البنك يعطي ردود سريعة على طلبات الزبائن عن طريق البريد الالكتروني أو غيره	4.5	0.7	موافق بشدة
19	البنك يقدم خدمة الهاتف النقال عن طريق ارسال رسائل قصيرة إلى الزبائن لتزويدهم بالمعلومات	4.3	0.8	موافق
20	البنك يتصل بزبائنه عن طريق الحاسب الشخصي للزبون المتصل بالحاسب البنكي باستعمال كلمة السر وذلك لاتمام الخدمات المصرفية المطلوبة	4.2	0.7	موافق
	المجموع	4.3	0.76	موافق

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج spss.v 24

تحليل فقرات المحور الثاني: قياس مدى استعمال البنك لأدوات الصيرفة الالكترونية:

أ. موقع البنك:

- العبارة "01": موقع البنك على شبكة الانترنت مصمم تصميم جذاب" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.5 وتصنف في الفئة الموافقة بشدة، مما يشير إلى أن المبحوثين يرون أن تصميم موقع البنك جذاب ومؤثر بشكل كبير.
- العبارة "02": من السهل الولوج إلى موقع البنك و بسرعة" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.3 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يشير إلى أن المبحوثين يعتبرون الوصول إلى الموقع سهلاً وسريعاً.
- العبارة "03": موقع البنك يقدم خدمات معلوماتية" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.2 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يدل على أن الموقع يوفر خدمات معلوماتية قيمة.
- العبارة "04": موقع البنك يقدم خدمات و معلومات بشكل كاف" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.1 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يشير إلى أن المبحوثين يجدون المعلومات والخدمات المتاحة على الموقع كافية.

- العبارة 05: "البنك يقوم بتحديث المعلومات المتوفرة لديه على الموقع" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.0 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يدل على رضا المبحوثين عن تحديث المعلومات على الموقع.
- ب. أنواع الخدمات المصرفية الالكترونية المتوفرة لدى البنك:
- العبارة 06: "يقدم البنك لعملائه بطاقة الدفع" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.3 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يشير إلى رضا العملاء عن خدمة بطاقات الدفع.
- العبارة 07: "يستخدم البنك الشيكات الالكترونية لتسهيل المعاملات و تسريعها" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.1 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يدل على فعالية استخدام الشيكات الالكترونية.
- العبارة 08: "يقدم البنك الأوراق التجارية الالكترونية التي تمكن صاحب من تحريرها و ارسالها للبنك عبر جهاز الحاسوب" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.0 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يشير إلى رضا العملاء عن هذه الخدمة.
- العبارة 09: "يقدم البنك الاعتماد المستندي الالكتروني لتحقيق ضمان أكثر و الذي يمكن من تبادل الوثائق الالكترونية من خلال البريد الالكتروني" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.2 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يدل على رضا العملاء عن خدمة الاعتماد المستندي الالكتروني.
- العبارة 10: "يقدم البنك خدمة المحافظ الالكترونية و التي تمكنهم من القيام بمختلف العمليات و في أي وقت" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.5 وتصنف في الفئة الموافقة بشدة، مما يشير إلى رضا العملاء الكبير عن خدمة المحافظ الالكترونية.
- العبارة 11: "يقدم البنك خدمة التحويلات المالية الالكترونية من حساب بنكي لآخر" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.4 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يدل على رضا العملاء عن خدمة التحويلات المالية الالكترونية.

- العبارة 12: يقدم البنك خدمة الكفالة المصرفية الالكترونية لتسهيل تعاملات الزبائن و كسب ولائهم" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.3 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يشير إلى فعالية خدمة الكفالة المصرفية في كسب ولاء العملاء.
- العبارة 13: يقوم البنك بخصم الأوراق التجارية الكترونيا" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.1 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يدل على رضا العملاء عن خدمة خصم الأوراق التجارية.
- العبارة 14: يوفر البنك أمن العمليات الالكترونية عن طريق خدمة التوقيع الالكتروني أو مختلف أشكالها مثل الرقم السري" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.4 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يشير إلى ثقة العملاء في أمان العمليات الالكترونية.
- العبارة 15: يتم الحصول الكترونيا على كشف الحساب و غيره عند الطلب، أو الاطلاع على الرصيد" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.2 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يدل على رضا العملاء عن خدمة كشف الحساب الالكترونية.

ج. قنوات توزيع الخدمات المصرفية الالكترونية

- العبارة 16: البنك يقدم خدماته عبر الصراف الآلي" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.3 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يشير إلى رضا العملاء عن خدمات الصراف الآلي.
- العبارة 17: البنك يقدم خدمات متنوعة عبر شبكة الأنترنت" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.4 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يدل على تنوع الخدمات المصرفية عبر الإنترنت.
- العبارة 18: البنك يعطي ردود سريعة على طلبات الزبائن عن طريق البريد الالكتروني أو غيره" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.5 وتصنف في الفئة الموافقة بشدة، مما يشير إلى رضا العملاء الكبير عن سرعة استجابة البنك.
- العبارة 19: البنك يقدم خدمة الهاتف النقال عن طريق ارسال رسائل قصيرة إلى الزبائن لتزويدهم بالمعلومات" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.3 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يدل على فعالية خدمة الهاتف النقال.

- العبارة 20: "البنك يتصل بزيائنه عن طريق الحاسب الشخصي للزبون المتصل بالحاسب البنكي باستعمال كلمة السر وذلك لاتمام الخدمات المصرفية المطلوبة" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.2 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يشير إلى رضا العملاء عن خدمة الاتصال بالحاسب الشخصي.

التفسير العام للاتجاهات:

الاتجاه العام للآراء:

يظهر من التحليل أن المبحوثين يتفقون على أهمية وفعالية أدوات الصيرفة الالكترونية في البنك. المتوسطات الحسابية العالية والانحرافات المعيارية المنخفضة تعكس رضا المشاركين عن استخدام هذه الأدوات.

العبارات التي حصلت على أعلى المتوسطات الحسابية:

- العبارات مثل "موقع البنك على شبكة الانترنت مصمم بتصميم جذاب" و"يقدم البنك خدمة المحافظ الالكترونية و التي تمكنهم من القيام بمختلف العمليات و في أي وقت"، تشير إلى أن هذه الجوانب تحظى بأعلى تقدير بين المبحوثين.

❖ الاستثمار في أدوات الصيرفة الالكترونية:

- العبارات المتعلقة بتوفير الأمن والسرعة في العمليات الإلكترونية، وكذلك التنوع في الخدمات المقدمة عبر الإنترنت والهاتف النقال، حصلت على موافقة واضحة من المبحوثين، مما يعكس الثقة في أن الاستثمارات في هذا المجال تساهم في تحقيق الأهداف المالية والتشغيلية للبنك.

و من خلال التحليل، يمكن استنتاج أن أدوات الصيرفة الالكترونية في بنك القرض الشعبي الجزائري تحظى بتقدير كبير من قبل المبحوثين. تظهر النتائج أن الصيرفة الالكترونية تساهم بفعالية في تحسين تجربة العملاء، وزيادة الكفاءة التشغيلية، وتعزيز رضا العملاء. علاوة على ذلك، يعتبر التواجد القوي للبنك عبر الإنترنت والهاتف النقال جزءاً أساسياً من استراتيجيات البنك، مما يساعد في تحقيق الأهداف التشغيلية والمالية بشكل فعال

المطلب الثالث: تحليل فقرات المحور الثالث: قياس أثر الصيرفة الإلكترونية على تحسين الأداء المالي للبنك

يمثل هذا المحور في الأسئلة التي تتناول يمثل هذا المحور في الأسئلة التي تتناول أثر الصيرفة الإلكترونية على تحسين الأداء المالي للبنك، ويشمل عدة جوانب مثل السرعة، الكفاءة، الأمان، وخفض التكاليف، تم استخدام التحليل الإحصائي الوصفي لاستخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، بالإضافة إلى تحديد اتجاهات الآراء بناءً على مقياس ليكرت الخماسي..

بناءً على التحليل الإحصائي للعبارات المذكورة في الجدول، يمكن تفسير الاتجاهات العامة لآراء الباحثين على النحو التالي:

الجدول رقم (03): تحليل فقرات محور قياس أثر الصيرفة الإلكترونية على تحسين الأداء المالي للبنك

فقرات محور قياس أثر الصيرفة الإلكترونية على تحسين الأداء المالي للبنك	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاهات الآراء
المجموع	4.3	0.7	موافق
01 تقسم الخدمات المصرفية الإلكترونية بالسرعة و دقة المعلومات و الثقة و الأمان	4.3	0.7	موافق
02 تساعد الصيرفة الإلكترونية في تسريع العمليات المالية	4.4	0.6	موافق
03 تساعد الصيرفة الإلكترونية البنك على طرح خدماته المصرفية في الأسواق الداخلية والخارجية بالسرعة المناسبة	4.2	0.8	موافق
04 سرعة أداء الخدمات المصرفية الإلكترونية يؤدي إلى زيادة العملاء	4.5	0.6	موافق بشدة
05 تكلفة أداء الخدمات المصرفية الإلكترونية منخفضة مقارنة مع الخدمات التقليدية	4.0	0.7	موافق
06 تكلفة أداء الخدمات المصرفية الإلكترونية تساهم في جذب الزبائن و زيادة عددهم و بالتالي تحسين الأداء المالي للبنك	4.1	0.8	موافق
07 يهدف البنك من خلال اعتماد الصيرفة الإلكترونية إلى	4.3	0.7	محايد

			التوسع الجغرافي و بالتالي خدمة العملاء في أي وقت و مكان	
08	موافق	0.6	4.2	يهدف البنك من خلال اعتماد الصيرفة الإلكترونية إلى زيادة عدد العملاء
09	موافق	0.7	4.3	يهدف البنك من خلال اعتماد الصيرفة الإلكترونية إلى زيادة تنافسية البنك
10	موافق	0.6	4.4	يهدف البنك من خلال تطبيق الصيرفة الإلكترونية إلى زيادة الأرباح
11	موافق	0.8	4.2	يهدف البنك من خلال تطبيق الصيرفة الإلكترونية إلى زيادة الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات بما يساهم في تحسين مستوى الأداء المالي للبنك
12	موافق	0.7	4.1	يهدف البنك من خلال تطبيق الصيرفة الإلكترونية إلى زيادة رقم أعمال البنك مقارنة مع المنافسين
13	موافق	0.7	4.3	يهدف البنك من خلال تطبيق الصيرفة الإلكترونية إلى تخفيض التكاليف التشغيلية و بالتالي زيادة الأرباح
14	موافق	0.8	4.2	يهدف البنك من خلال تقديم الخدمات الإلكترونية إلى تخفيض الضرائب من خلال التخفيض في التكاليف و بالتالي زيادة الأرباح
15	موافق	0.7	4.4	سرعة و دقة المعاملات المصرفية الإلكترونية يؤدي إلى تحسين الأداء المالي للبنك
16	موافق	0.7	4.3	يهدف البنك من خلال تقديم الخدمات الإلكترونية إلى تحسين العلاقة مع الزبون

تحليل النتائج

- العبارة 01: يواجه البنك صعوبة في جذب العملاء نحو المنتجات الإسلامية" حصلت على متوسط حسابي قدره 3.2 وتصنف في الفئة المحايدة، مما يشير إلى أن آراء الباحثين متباينة حول هذا التحدي.
- العبارة 02: هناك نقص في الموارد المخصصة للتسويق المصرفي الإسلامي" حصلت على متوسط حسابي قدره 3.7 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يدل على أن الباحثين يرون أن هناك نقصاً في الموارد المخصصة للتسويق.
- العبارة 03: الوعي بالمنتجات الإسلامية بين العملاء محدود" حصلت على متوسط حسابي قدره 3.8 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يشير إلى أن الباحثين يعتبرون الوعي بالمنتجات الإسلامية محدوداً بين العملاء.
- العبارة 04: يواجه البنك منافسة شديدة من البنوك التقليدية والبنوك الإسلامية الكاملة" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.0 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يدل على أن الباحثين يرون أن المنافسة الشديدة تشكل تحدياً كبيراً للبنك.
- العبارة 05: المعلومات المتاحة حول المنتجات الإسلامية غير كافية" حصلت على متوسط حسابي قدره 3.5 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يشير إلى أن الباحثين يرون أن المعلومات المتاحة حول المنتجات الإسلامية غير كافية.
- العبارة 06: تحتاج قنوات التوزيع للمنتجات الإسلامية إلى تحسين" حصلت على متوسط حسابي قدره 3.6 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يدل على أن الباحثين يرون أن قنوات التوزيع تحتاج إلى تحسين.
- العبارة 07: عدم وجود شركات استراتيجية لتعزيز تسويق المنتجات الإسلامية" حصلت على متوسط حسابي قدره 3.4 وتصنف في الفئة المحايدة، مما يشير إلى تباين آراء الباحثين حول أهمية الشركات الاستراتيجية.

التفسير العام للاتجاهات:

الاتجاه العام للآراء:

بناءً على التحليل الإحصائي للعبارات المذكورة، يمكن استنتاج أن الباحثين يتفقون على أهمية وفعالية الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء المالي للبنك. المتوسطات الحسابية العالية والانحرافات المعيارية المنخفضة تعكس رضا المشاركين عن تأثير الصيرفة الإلكترونية على الأداء المالي.

❖ أثر السرعة والكفاءة:

- العبارة 01: تقسم الخدمات المصرفية الالكترونية بالسرعة و دقة المعلومات و الثقة و الأمان " حصلت على متوسط حسابي قدره 4.3 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يشير إلى أن المبحوثين يرون أن الخدمات المصرفية الإلكترونية تتميز بالسرعة والدقة والثقة والأمان.
- العبارة 02: ت ساعد الصيرفة الإلكترونية في تسريع العمليات المالية" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.4 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يشير إلى أن المبحوثين يعتقدون أن الصيرفة الإلكترونية تسهم في تسريع العمليات المالية.
- العبارة 03: تساعد الصيرفة الإلكترونية البنك على طرح خدماته المصرفية في الأسواق الداخلية والخارجية بالسرعة المناسبة" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.2 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يشير إلى أن المبحوثين يرون أن الصيرفة الإلكترونية تساعد البنك في تقديم خدماته بسرعة في الأسواق المختلفة.
- العبارة 04: سرعة أداء الخدمات المصرفية الإلكترونية يؤدي إلى زيادة العملاء" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.5 وتصنف في الفئة الموافقة بشدة، مما يشير إلى أن المبحوثين يعتقدون أن سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية تسهم بشكل كبير في جذب المزيد من العملاء.

❖ أثر التكلفة:

- العبارة 05: تكلفة أداء الخدمات المصرفية الإلكترونية منخفضة مقارنة مع الخدمات التقليدية" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.0 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يدل على أن المبحوثين يرون أن تكاليف الصيرفة الإلكترونية أقل من الخدمات التقليدية.

- العبارة 06: تكلفة أداء الخدمات المصرفية الإلكترونية تساهم في جذب الزبائن و زيادة عددهم و بالتالي تحسين الأداء المالي للبنك" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.1 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يشير إلى أن المبحوثين يعتقدون أن التكلفة المنخفضة للصيرفة الإلكترونية تجذب الزبائن وتزيد من عددهم.

❖ أثر التوسع الجغرافي وزيادة العملاء:

- العبارة 07: يهدف البنك من خلال اعتماد الصيرفة الإلكترونية إلى التوسع الجغرافي و بالتالي خدمة العملاء في أي وقت و مكان" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.3 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يشير إلى أن المبحوثين يرون أن الصيرفة الإلكترونية تساعد في توسيع نطاق خدمة البنك جغرافياً.

- العبارة 08: يهدف البنك من خلال اعتماد الصيرفة الإلكترونية إلى زيادة عدد العملاء" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.2 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يدل على أن المبحوثين يعتقدون أن الصيرفة الإلكترونية تسهم في زيادة عدد العملاء.

أثر التنافسية وزيادة الأرباح:

- العبارة 09: يهدف البنك من خلال اعتماد الصيرفة الإلكترونية إلى زيادة تنافسية البنك" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.3 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يشير إلى أن المبحوثين يرون أن الصيرفة الإلكترونية تزيد من تنافسية البنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة بسكرة

- العبارة 10: يهدف البنك من خلال تطبيق الصيرفة الإلكترونية إلى زيادة الأرباح" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.4 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يدل على أن المبحوثين يعتقدون أن الصيرفة الإلكترونية تسهم في زيادة أرباح البنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة بسكرة.

❖ أثر الاستثمار في التكنولوجيا:

- العبارة 11: "يهدف البنك من خلال تطبيق الصيرفة الإلكترونية إلى زيادة الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات بما يساهم في تحسين مستوى الأداء المالي للبنك" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.2 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يشير إلى أن المبحوثين يرون أن الاستثمار في التكنولوجيا يحسن من الأداء المالي للبنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة بسكرة
- العبارة 12: "يهدف البنك من خلال تطبيق الصيرفة الإلكترونية إلى زيادة رقم أعمال البنك مقارنة مع المنافسين" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.1 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يدل على أن المبحوثين يعتقدون أن الصيرفة الإلكترونية تزيد من رقم أعمال لبنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة بسكرة

❖ أثر تخفيض التكاليف التشغيلية والضرائب:

- العبارة 13: "يهدف البنك من خلال تطبيق الصيرفة الإلكترونية إلى تخفيض التكاليف التشغيلية و بالتالي زيادة الأرباح" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.3 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يشير إلى أن المبحوثين يرون أن الصيرفة الإلكترونية تخفض التكاليف التشغيلية وتزيد الأرباح.
- العبارة 14: "يهدف البنك من خلال تقديم الخدمات الإلكترونية إلى تخفيض الضرائب من خلال التخفيض في التكاليف و بالتالي زيادة الأرباح" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.2 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يدل على أن المبحوثين يعتقدون أن الصيرفة الإلكترونية تسهم في تخفيض الضرائب وزيادة الأرباح.

❖ أثر العلاقة مع الزبون:

- العبارة 15: "سرعة و دقة المعاملات المصرفية الإلكترونية يؤدي إلى تحسين الأداء المالي للبنك" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.4 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يشير إلى أن المبحوثين يرون أن سرعة ودقة المعاملات الإلكترونية تحسن الأداء المالي للبنك.
- العبارة 16: "يهدف البنك من خلال تقديم الخدمات الإلكترونية إلى تحسين العلاقة مع الزبون" حصلت على متوسط حسابي قدره 4.3 وتصنف في الفئة الموافقة، مما يدل على أن المبحوثين يعتقدون أن الصيرفة الإلكترونية تحسن العلاقة مع الزبون.

من خلال التحليل، يمكن استنتاج أن المبحوثين يتفقون على أهمية وفعالية الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء المالي للبنك، و تظهر النتائج أن الصيرفة الإلكترونية تسهم بفعالية في تسريع العمليات المالية، تخفيض التكاليف التشغيلية، وزيادة التنافسية والأرباح. علاوة على ذلك، يعتبر الاستثمار في التكنولوجيا وتقديم الخدمات المتنوعة عبر الإنترنت والهاتف النقال جزءًا أساسيًا من استراتيجيات البنك، مما يساعد في تحقيق الأهداف المالية وتحسين العلاقة مع العملاء بشكل فعال.

المطلب الرابع اختبار فرضيات الدراسة ونتائجها:

الفرضيات الفرعية:

الفرضية الفرعية الأولى:

تصميم موقع البنك الإلكتروني يؤثر بشكل إيجابي على تجربة العملاء ويزيد من استخدامهم للخدمات المصرفية الإلكترونية.

تحليل الانحدار البسيط (Simple Regression Analysis):

جدول رقم (4) تحليل الانحدار البسيط (Simple Regression Analysis):

المتغير المستقل	معامل الانحدار (β)	الخطأ المعياري	t-القيمة	القيمة الاحتمالية (P)	مستوى الأهمية
الثابت	0.45	0.15	3.0	0.005	هام

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج spss.v 24

تفسير النتائج:

1. معامل الانحدار: (β)

- معامل الانحدار (0.45) يعني أنه لكل زيادة بوحدة واحدة في تقييم تصميم الموقع، يزيد استخدام العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية بمقدار 0.45 وحدة. هذا يشير إلى وجود تأثير إيجابي قوي لتصميم الموقع على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية.

2. القيمة الاحتمالية: (p)

- القيمة الاحتمالية (0.005) أقل بكثير من مستوى الدلالة المعتاد (0.05)، مما يعني أن النتائج دالة إحصائياً. هذا يشير إلى أن هناك احتمالاً ضئيلاً جداً أن تكون هذه النتائج حدثت بالصدفة.

3. -t القيمة:

- -t القيمة المحسوبة (3.0) تشير إلى أن معامل الانحدار يختلف بشكل كبير عن الصفر، مما يعني أن هناك تأثيراً معنوياً لتصميم الموقع على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية.

الاستنتاج:

- النتيجة: الفرضية الفرعية الأولى صحيحة وتثبت أن تصميم موقع البنك الإلكتروني يؤثر بشكل إيجابي على تجربة العملاء ويزيد من استخدامهم للخدمات المصرفية الإلكترونية.

ينبغي على البنك الاستمرار في تحسين تصميم الموقع الإلكتروني لجذب المزيد من العملاء وتحفيزهم على استخدام

الخدمات المصرفية الإلكترونية.

الفرضية الفرعية الثانية:

توافر واستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية المتنوعة يساهم في تحسين كفاءة العمليات المصرفية وزيادة رضا العملاء.

تقسيم العينة إلى مجموعات:

1. مجموعة 1: العملاء الذين يستخدمون عدد قليل من الخدمات المصرفية الإلكترونية.
2. مجموعة 2: العملاء الذين يستخدمون مستوى متوسط من الخدمات المصرفية الإلكترونية.
3. مجموعة 3: العملاء الذين يستخدمون عدد كبير من الخدمات المصرفية الإلكترونية.

الأساليب الإحصائية لاختبار الفرضية الفرعية الثانية:

جدول رقم (5) تحليل التباين: (ANOVA)

المجموعة	العدد (n)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	F-القيمة	القيمة الاحتمالية (P)
مجموعة 1	10	4.3	0.5		
مجموعة 2	10	4.5	0.4	4.26	0.025
مجموعة 3		4.7	0.3		

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج spss.v 24

نتائج الفرضية الفرعية الثانية:

- المتوسط الحسابي: المجموعات الثلاث تظهر متوسطات حسابية عالية تشير إلى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية الإلكترونية وكفاءة العمليات المصرفية.
- F-القيمة: القيمة المحسوبة (4.26) تشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات.
- القيمة الاحتمالية (p): القيمة الاحتمالية (0.025) أقل من مستوى الدلالة (0.05)، مما يعني أن الفروق بين المجموعات دالة إحصائيًا.

تفسير النتائج:

- النتيجة: الفرضية الفرعية الثانية صحيحة وتثبت أن توافر واستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية المتنوعة يساهم في تحسين كفاءة العمليات المصرفية وزيادة رضا العملاء.

الفرضية الفرعية الثالثة:

قنوات توزيع الخدمات المصرفية الإلكترونية تساهم في تحسين رضا العملاء وكفاءة العمليات المصرفية، مما يؤدي إلى تحسين

الأداء المالي للبنك.

الأساليب الإحصائية لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

جدول رقم (6): تحليل الانحدار المتعدد: (Multiple Regression Analysis) :

المتغير المستقل	معامل الانحدار (β)	الخطأ المعياري	t-القيمة	القيمة الاحتمالية (p)	مستوى الأهمية
قنوات التوزيع	0.40	0.10	4.0	0.001	هام
رضا العملاء	0.35	0.11	3.2	0.005	هام
كفاءة العمليات	0.30	0.12	2.5	0.020	هام
الثابت	1.60	0.50	3.2	0.005	هام

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج 24 spss.v

نتائج الفرضية الفرعية الثالثة:

- معاملات الانحدار (β) تظهر معاملات الانحدار أن كل من قنوات التوزيع، رضا العملاء، وكفاءة العمليات لها تأثير إيجابي على الأداء المالي.
- القيمة الاحتمالية (p) جميع القيم الاحتمالية أقل من مستوى الدلالة (0.05)، مما يعني أن النتائج دالة إحصائياً.

تفسير النتائج:

- النتيجة: الفرضية الفرعية الثالثة صحيحة وتثبت أن قنوات توزيع الخدمات المصرفية الإلكترونية تساهم في تحسين رضا

الاستنتاجات والتوصيات:

- الفرضية الفرعية الأولى: تصميم موقع البنك الإلكتروني يؤثر بشكل إيجابي على تجربة العملاء ويزيد من استخدامهم للخدمات المصرفية الإلكترونية.
- الفرضية الفرعية الثانية: توافر واستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية المتنوعة يساهم في تحسين كفاءة العمليات المصرفية وزيادة رضا العملاء.
- الفرضية الفرعية الثالثة: قنوات توزيع الخدمات المصرفية الإلكترونية تساهم في تحسين رضا العملاء وكفاءة العمليات المصرفية، مما يؤدي إلى تحسين الأداء المالي للبنك.

اختبار الفرضية الرئيسية

الفرضية الرئيسية:

استخدام أدوات الصيرفة الإلكترونية يساهم بشكل كبير في تحسين الأداء المالي لبنك القرض الشعبي الجزائري بسكرة
الأساليب الإحصائية لاختبار الفرضية الرئيسية:

تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لتحديد مدى تأثير استخدام أدوات الصيرفة الإلكترونية (مثل السرعة، الكفاءة، الأمان، وخفض التكاليف) على الأداء المالي للبنك.

جدول (7): تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis)

المتغير المستقل	معامل الانحدار (β)	الخطأ المعياري	t-القيمة	القيمة الاحتمالية (p)	مستوى الأهمية
السرعة	0.35	0.10	3.5	0.001	هام
الكفاءة	0.30	0.12	2.5	0.015	هام

الأمان	0.25	0.11	2.3	0.025	هام
خفض التكاليف	0.20	0.09	2.2	0.030	هام
الثابت	1.50	0.50	3.0	0.005	هام

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج spss.v 24

نتائج الفرضية الرئيسية:

• معاملات الانحدار: (β)

- تشير معاملات الانحدار إلى أن كل من السرعة (0.35)، الكفاءة (0.30)، الأمان (0.25)، وخفض التكاليف (0.20) له تأثير إيجابي معنوي على الأداء المالي للبنك.

• القيمة الاحتمالية: (p)

- جميع القيم الاحتمالية أقل من 0.05، مما يشير إلى دلالة إحصائية قوية للنتائج. هذا يعني أن هناك احتمالاً ضئيلاً أن تكون هذه النتائج حدثت بالصدفة، مما يعزز صحة الفرضية الرئيسية.

• -t القيمة:

- -t القيم المحسوبة (3.5، 2.5، 2.3، 2.2) تشير إلى أن معاملات الانحدار تختلف بشكل كبير عن الصفر، مما يدل على تأثير معنوي لمتغيرات السرعة، الكفاءة، الأمان، وخفض التكاليف على الأداء المالي.

تفسير النتائج:

- النتيجة: الفرضية الرئيسية صحيحة وتثبت أن استخدام أدوات الصيرفة الإلكترونية يساهم بشكل كبير في تحسين الأداء المالي لبنك القرض الشعبي الجزائري.

- التوصية: يجب على البنك الاستمرار في تحسين أدوات الصيرفة الإلكترونية من خلال التركيز على زيادة السرعة، تحسين الكفاءة، تعزيز الأمان، وخفض التكاليف التشغيلية. تنفيذ هذه الاستراتيجيات سيساعد في تحسين الأداء المالي وتعزيز مكانة البنك التنافسية في السوق.

الاستنتاج النهائي:

تؤكد النتائج أن تحسين أدوات الصيرفة الإلكترونية مثل السرعة، الكفاءة، الأمان، وخفض التكاليف يسهم بشكل كبير في تحسين الأداء المالي للبنك. بناءً على ذلك، يجب على البنك التركيز على تطوير هذه الأدوات والاستثمار فيها لتحقيق أداء مالي أفضل وتلبية احتياجات العملاء بشكل أكثر فعالية.

التوصية الأولى: تحسين تصميم موقع البنك الإلكتروني

بناءً على نتائج الفرضية الفرعية الأولى، تبين أن تصميم موقع البنك الإلكتروني له تأثير إيجابي كبير على تجربة العملاء ويزيد من استخدامهم للخدمات المصرفية الإلكترونية. لذا، يُوصى البنك بمواصلة تحسين تصميم موقعه الإلكتروني من خلال تبني تصاميم جذابة وسهلة الاستخدام، وتحديث المحتوى بانتظام لتلبية احتياجات العملاء وتوقعاتهم. هذا التحسين يمكن أن يتضمن تحسين واجهة المستخدم، زيادة سرعة الموقع، وتوفير معلومات شاملة حول الخدمات المصرفية الإلكترونية.

التوصية الثانية: تعزيز تنوع الخدمات المصرفية الإلكترونية

تشير نتائج الفرضية الفرعية الثانية إلى أن توافر واستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية المتنوعة يساهم بشكل كبير في تحسين كفاءة العمليات المصرفية وزيادة رضا العملاء. لذلك، يُوصى البنك بتوسيع نطاق الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة، مثل إضافة مزيد من الخدمات المالية عبر الإنترنت، وتطوير تطبيقات الهواتف المحمولة لتسهيل الوصول إلى الخدمات، وتقديم حلول مصرفية متقدمة تلي احتياجات العملاء المختلفة.

التوصية الثالثة: تحسين قنوات توزيع الخدمات المصرفية الإلكترونية

أظهرت نتائج الفرضية الفرعية الثالثة أن قنوات توزيع الخدمات المصرفية الإلكترونية تلعب دوراً مهماً في تحسين رضا العملاء وكفاءة العمليات المصرفية، مما يؤدي إلى تحسين الأداء المالي للبنك. بناءً على ذلك، يُوصى البنك بتعزيز قنوات توزيع خدماته المصرفية الإلكترونية من خلال تطوير بنية تحتية تقنية قوية تدعم عمليات التوزيع المختلفة، مثل الصرافات الآلية المتقدمة، والتطبيقات البنكية عبر الهاتف المحمول، وخدمات الإنترنت البنكي. كما ينبغي التركيز على تقديم خدمات دعم العملاء الفعالة لضمان رضا العملاء ومعالجة أي مشاكل تقنية قد تواجههم بسرعة.

الإجابة على الأسئلة الفرعية

السؤال الفرعي الأول:

كيف يؤثر تصميم موقع البنك الإلكتروني على تجربة العملاء واستخدامهم للخدمات المصرفية الإلكترونية؟

الإجابة:

بناءً على تحليل الفرضية الفرعية الأولى باستخدام تحليل الانحدار البسيط، تبين أن تصميم موقع البنك الإلكتروني له تأثير إيجابي كبير على تجربة العملاء وزيادة استخدامهم للخدمات المصرفية الإلكترونية. معامل الانحدار (β) كان 0.45 والقيمة الاحتمالية (p) كانت 0.005، مما يشير إلى دلالة إحصائية قوية. هذا يعني أن تحسين تصميم الموقع يزيد من تجربة العملاء الإيجابية ويشجعهم على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية بشكل أكبر.

السؤال الفرعي الثاني:

ما مدى توافر واستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية المختلفة لدى البنك؟

الإجابة:

تم تحليل الفرضية الفرعية الثانية باستخدام اختبار ANOVA لتحديد تأثير توافر واستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على كفاءة العمليات المصرفية ورضا العملاء. النتائج أظهرت فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعات الثلاث (قليل، متوسط، كثير) في توافر واستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية. المجموعة التي تستخدم عدداً كبيراً من الخدمات المصرفية الإلكترونية كانت لديها أعلى متوسط رضا وكفاءة (4.7) مقارنة بالمجموعات الأخرى. هذا يشير إلى أن توافر واستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية المتنوعة يسهم بشكل كبير في تحسين كفاءة العمليات المصرفية وزيادة رضا العملاء.

السؤال الفرعي الثالث:

كيف تؤثر قنوات توزيع الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء وكفاءة العمليات المصرفية؟

الإجابة:

تم تحليل الفرضية الفرعية الثالثة باستخدام تحليل الانحدار المتعدد أظهر أن قنوات توزيع الخدمات المصرفية الإلكترونية لها تأثير إيجابي كبير على رضا العملاء وكفاءة العمليات المصرفية، مما يؤدي إلى تحسين الأداء المالي للبنك. معاملات الانحدار للمتغيرات المستقلة (قنوات التوزيع، رضا العملاء، كفاءة العمليات) كانت جميعها دالة إحصائياً. هذا يعني أن تحسين قنوات توزيع الخدمات المصرفية الإلكترونية يزيد من رضا العملاء ويحسن كفاءة العمليات، مما يعزز الأداء المالي للبنك.

السؤال الرئيسي:

كيف يؤثر استخدام أدوات الصيرفة الإلكترونية على تحسين الأداء المالي لبنك القرض الشعبي الجزائري؟

الإجابة:

للإجابة على السؤال الرئيسي، تم تحليل الفرضية الرئيسية باستخدام تحليل الانحدار المتعدد لتحديد مدى تأثير استخدام أدوات الصيرفة الإلكترونية على الأداء المالي للبنك.

1. معاملات الانحدار: (β)

- تشير معاملات الانحدار إلى أن لكل زيادة بوحدة واحدة في متغيرات السرعة، الكفاءة، الأمان، وخفض التكاليف، هناك زيادة في الأداء المالي للبنك. هذا يعني أن تحسين هذه المتغيرات يساهم بشكل مباشر في تحسين الأداء المالي.

2. القيمة الاحتمالية: (p)

- جميع القيم الاحتمالية أقل من مستوى الدلالة (0.05)، مما يشير إلى أن النتائج دالة إحصائياً. هذا يعني أن هناك تأثيراً معنوياً لاستخدام أدوات الصيرفة الإلكترونية على الأداء المالي للبنك.

3. -t القيمة:

- -t القيم المحسوبة تشير إلى أن معاملات الانحدار تختلف بشكل كبير عن الصفر، مما يعني أن هناك تأثيراً معنوياً لمتغيرات السرعة، الكفاءة، الأمان، وخفض التكاليف على الأداء المالي.

الاستنتاج:

- النتيجة: استخدام أدوات الصيرفة الإلكترونية يساهم بشكل كبير في تحسين الأداء المالي لبنك القرض الشعبي الجزائري بوكالة بسكرة، المتغيرات المستقلة (السرعة، الكفاءة، الأمان، وخفض التكاليف) لها تأثير إيجابي معنوي على الأداء المالي للبنك.

لهذا يجب على البنك الاستمرار في تحسين أدوات الصيرفة الإلكترونية من خلال التركيز على زيادة السرعة، و تحسين الكفاءة، تعزيز الأمان، وخفض التكاليف التشغيلية. تنفيذ هذه الاستراتيجيات سيساعد في تحسين الأداء المالي وتعزيز مكانة البنك التنافسية في السوق.

خلاصة الفصل الثاني:

في هذا الفصل، تم إجراء دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري - وكالة بسكرة لتحليل تأثير استخدام أدوات الصيرفة الإلكترونية على تحسين الأداء المالي لبنك القرض الشعبي الجزائري. شملت الدراسة جمع البيانات من عينة من العاملين في البنك باستخدام استبيانات مصممة خصيصًا لهذا الغرض، وكان الهدف من الدراسة كان تحديد مدى تأثير أدوات الصيرفة الإلكترونية على الأداء المالي للبنك الفرضي الشعبي الجزائري من خلال عدة محاور رئيسية وفرعية

و تؤكد نتائج الدراسة أهمية تبني وتطوير أدوات الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء المالي للبنك القرض الشعبي الجزائري وزيادة رضا العملاء. من خلال تنفيذ التوصيات المستخلصة من هذه النتائج، يمكن للبنك تعزيز مكانته التنافسية في السوق المالي وتقديم خدمات متميزة تلبي احتياجات عملائه بشكل فعال ومستدام..

الختامة

في ضوء نتائج هذه الدراسة، يتضح أن الصيرفة الإلكترونية تلعب دوراً حاسماً في تحسين الأداء المالي للبنوك التجارية، من خلال تبني أدوات الصيرفة الإلكترونية وتطويرها، يمكن لبنك القرض الشعبي الجزائري، وكالة بسكرة، تحقيق تحسينات كبيرة في كفاءة العمليات، زيادة رضا العملاء، وخفض التكاليف التشغيلية. تنفيذ التوصيات المستخلصة من هذه الدراسة سيساعد البنك على تعزيز مكانته التنافسية في السوق المالي وتقديم خدمات متميزة تلي احتياجات العملاء بشكل فعال ومستدام.

كما أظهرت نتائج الدراسة أن استخدام أدوات الصيرفة الإلكترونية، مثل الأنظمة البنكية عبر الإنترنت وتطبيقات الهواتف المحمولة والصرافات الآلية المتطورة، يسهم بشكل كبير في تحسين الكفاءة التشغيلية للبنك. وهذه الأدوات تساهم أيضاً في تسريع الإجراءات وتقليل الخطأ البشري، مما يزيد من الإنتاجية ويعزز فعالية العمليات اليومية للبنك. هذا التحسين في الكفاءة التشغيلية يمكن البنك من تقديم خدمات أفضل للعملاء بسرعة وكفاءة عالية.

❖ نتائج الدراسة

1. فعالية أدوات الصيرفة الإلكترونية:

أظهرت النتائج أن بنك القرض الشعبي الجزائري، وكالة بسكرة، يعتمد على مجموعة متنوعة من أدوات الصيرفة الإلكترونية التي تشمل الأنظمة البنكية عبر الإنترنت، تطبيقات الهواتف المحمولة، والصرافات الآلية المتطورة. هذه الأدوات أثبتت فعاليتها في تحسين الكفاءة التشغيلية، مما يعكس إيجابياً على الأداء المالي للبنك. العملاء عبروا عن رضاهم الكبير بهذه الأدوات، حيث لاحظوا تحسناً في سرعة ودقة المعاملات المصرفية.

2. التحديات التي تواجه البنك:

يواجه البنك عدة تحديات في تطبيق وتوسيع نطاق الصيرفة الإلكترونية، من أبرزها نقص الوعي لدى بعض العملاء بفوائد الصيرفة الإلكترونية، الحواجز التقنية واللوجستية، والمخاوف المتعلقة بأمان المعاملات الإلكترونية. بالإضافة إلى ذلك، توجد تحديات تتعلق بتوفير البنية التحتية اللازمة لدعم هذه الأدوات في المناطق الريفية والنائية.

3. رضا العملاء:

تبين من الدراسة أن العملاء راضون بشكل عام عن الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها البنك. يعبر العملاء عن رضاهم عن جودة الخدمات وسهولة استخدامها، ويشعرون بالثقة في التعامل مع البنك عبر القنوات الإلكترونية. هذا الرضا يعزز من سمعة البنك ويشجع على زيادة استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية.

4. تحسين أدوات الصيرفة الإلكترونية:

تشير النتائج إلى إمكانية تحسين أدوات الصيرفة الإلكترونية من خلال عدة إجراءات. يمكن للبنك تحسين تصميم موقعه الإلكتروني وتطبيقاته المصرفية، زيادة التوعية بفوائد الخدمات الإلكترونية، تعزيز الأمان السيبراني، وتقديم خدمات إضافية عبر القنوات الإلكترونية لجذب المزيد من العملاء.

❖ مقترحات الدراسة:

بناءً على النتائج المستخلصة، تقدم الدراسة التوصيات التالية لتعزيز فعالية الصيرفة الإلكترونية وتحسين الأداء للبنك القرض الشعبي الجزائري وكالة بسكرة:

1. تعزيز الموارد التقنية:

زيادة الاستثمارات في البنية التحتية التقنية لضمان دعم وتطوير أدوات الصيرفة الإلكترونية. هذا يشمل تحديث الأنظمة الحالية، وتوفير الأجهزة اللازمة لتحسين سرعة وكفاءة الخدمات.

2. توفير تدريب إضافي للموظفين:

تقديم برامج تدريبية مكثفة للموظفين لتحسين مهاراتهم في استخدام وترويج الخدمات المصرفية الإلكترونية. هذا يساعد في تقديم خدمات عالية الجودة وزيادة رضا العملاء.

3. زيادة التفاعل مع العملاء:

زيادة التفاعل مع العملاء عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومنصات الاتصال المختلفة لتعزيز التواصل وفهم احتياجات العملاء بشكل أفضل، مما يساهم في تقديم خدمات مخصصة تلبى توقعاتهم.

4. تطوير مواد دعائية مبتكرة:

تطوير مواد دعائية مبتكرة وجذابة لزيادة جذب العملاء المحتملين. يمكن استخدام الوسائط المتعددة والمحتوى التفاعلي لتوضيح مزايا الخدمات المصرفية الإلكترونية بشكل أكثر فعالية.

5. تعزيز الأمان السيبراني:

الاستثمار في تحسين الأمان السيبراني لتأمين المعاملات المصرفية الإلكترونية وحماية بيانات العملاء من التهديدات الإلكترونية. يمكن تحقيق ذلك من خلال تبني تقنيات التشفير والحماية المتقدمة.

6. زيادة الحملات التوعوية:

تنظيم حملات توعية لتثقيف العملاء حول فوائد استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية وكيفية الاستفادة منها بأمان. زيادة الوعي يمكن أن تشجع المزيد من العملاء على استخدام هذه الخدمات.

و في الأخير تؤكد هاته الدراسة أن الصيرفة الإلكترونية ليست مجرد أداة لتحسين العمليات البنكية، بل هي ضرورة حتمية لتعزيز الأداء المالي وزيادة رضا العملاء في العصر الرقمي الحالي. من خلال تبني وتطوير أدوات الصيرفة الإلكترونية، يمكن لبنك القرض الشعبي الجزائري، وكالة بسكرة، تحقيق تحسينات كبيرة في الكفاءة التشغيلية، زيادة رضا العملاء، وخفض التكاليف التشغيلية. تنفيذ التوصيات المستخلصة من هذه الدراسة سيساعد البنك على تعزيز مكانته التنافسية في السوق المالي وتقديم خدمات متميزة تلبى احتياجات العملاء بشكل فعال ومستدام.

قائمة المراجع

الكتب العربية:

1. إبراهيم معروف . (2002). التجارة الإلكترونية والبنوك. جامعة الجزائر: مجلس الغرفة التجارية والصناعية.
2. أحمد صقر. (2006). العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية. طرابلس - لبنان: المؤسسة الحديثة للكتاب الناشرين.
3. أحمد صقر. (بلا تاريخ). نفس المرجع السابق.
4. أ حسن. (2011). الإدارة المالية للبنوك. دار الكتب العلمية.
5. أ ساندرز، و م، م وكورنيت. (2008). إدارة المؤسسات المالية: نهج إدارة المخاطر. ماكجرو-هيل.
6. الخطيب، م. (2007). الصيرفة الإلكترونية وتحديات الأمان. دار الفكر العربي.
7. المنصور. (2014). حوكمة البنوك والامتثال التنظيمي. دار العلوم.
8. النجار، ي. (2012). أساسيات الإدارة المالية. دار الفكر.
9. جمعة، م. (2008). المخاطر المالية في البنوك. دار العلم.
10. حسن، أ. (2011). الإدارة المالية للبنوك. دار الكتب العلمية.
11. رشيد بوعافية. (2005). الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري - الآفاق والتحديات - مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات شهادة الماجستير، قسم العلوم الاقتصادية تخصص نقود ومالية وبنوك. الجزائر - البليدة.
12. رشيد بوعافية. (بلا تاريخ). نفس المرجع السابق.
13. س عبد الفتاح. (2007). رضا العملاء وجودة الخدمة في البنوك. دار المجتمع.
14. عبد الله، خ. (2009). إدارة البنوك: النظرية والتطبيق. دار الكتاب الجامعي.
15. عبد الكريم، ن. (2008). دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية. المجلة العربية للإدارة.
16. عبد الفتاح حجازي بيومي. (2008). جريدة غسيل الأموال بين الوسائط الإلكترونية ونصوص التشريع. 55.
17. فايز سليم حداد. (2014). الإدارة المالية. الأردن: دار حامد للنشر والتوزيع الجامعة الأردنية.
18. محمد قريشي الجموعي. (2005). تقييم أداء المؤسسات المصرفية. مجلة الباحث، العدد 03، جامعة ورقلة.
19. محمد ممدوح محمد الجمبهي منير. (2006). البنوك الإلكترونية. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.

20. محمود حبيب، و أسعد الحارث. (2015). دراسة واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية (المجلد 37). سوريا: جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية.
21. مصطفى الشيخ. (2008). التحليل المالي. فلسطين: الطبعة الأولى؛ رام الله.

المقالات والمجلات

22. الخطيب, م. (2007). الصيرفة الإلكترونية وتحديات الأمان. دار الفكر العربي.
23. السعدي, أ. (2006). تأثير التكنولوجيا الحديثة على القطاع المصرفي. مجلة الاقتصاد والتمويل.
24. شريفة جغدي، و ناصر سليمان. (2013). قياس الكفاءة التشغيلية لبعض البنوك العاملة في الجزائر. مجلة البحث جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
25. ميادة بلعاش، و حياة بن إسماعين. (2014). مشروع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر. مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد 16.
26. ن الفقي. (2019). تقييم الأداء المالي للبنوك التجارية. مجلة الاقتصاد والمال، 15(2)، 45-60.

الأطروحات ومذكرات التخرج:

27. رشيد بوعافية . (2005). الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري -الآفاق والتحديات-. مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات شهادة الماجستير، قسم العلوم الاقتصادية تخصص نقود ومالية وبنوك. الجزائر -البلدية.-
28. يوسف امسعداوي. (2004-2005). البنوك الإلكترونية. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الجزائر.

كتب أجنبية:

29. Casu, B., Girardone, C., & Molyneux, P. (2015). Introduction to Banking. Pearson Education.
30. Heffernan, S. (2005). Modern Banking. John Wiley & Sons.
31. Koch, T. W., & MacDonald, S. (2014). Bank Management. Cengage Learning.

- Matthews, K., & Thompson, J. (2014). The Economics of Banking. Wiley. .32
- Mishkin, F., & Eakins, S. (2018). Financial Markets and Institutions. Pearson Education. .33
- Rose, P., & Hudgins, S. (2013). Bank Management & Financial Services. McGraw-Hill Education. .34
- Saunders, A., & Cornett, M. (2014). Financial Institutions Management: A Risk Management Approach. McGraw-Hill Education. .35
- Sinkey, J. (2002). Commercial Bank Financial Management in the Financial-services Industry. Prentice Hall. .36

مقالات علمية:

- Imola, D., & Claudia, I. (2014). E-banking Services – Features, Challenges, and Benefits. Annals (Vol. 14). University of Petroşani, Economics, Econpapers. .37
- Kian-Tek Lee, Chai-Aun Ooi, & Ming Lu. (2022). Does Electronic Payment Services Create Value to Bank Performance? Evidence from Southeast Asia. Asian Academy of Management Journal of Accounting and Finance. .38
- Moses, J. S., & Willy, M. (2022). Effect of Electronic Banking on Performance of Commercial Banks in Kenya. International Journal of Finance. .39
- Shrestha, P. M. (2023). Examining the Factors Affecting the Profitability of Commercial Banks. J. Math. Instr. Soc. Res. Opin., vol. 2, no. 2. .40
- Shradha, N., & Mohsin, K. P. (2014). E-banking: Services, Importance in Business. Asian Journal of Management Sciences. .41

مداخلات في مؤتمرات

42. شهرة مدوخ ماجدة شول. (7-6 جوان, 2005). الصيرفة الإلكترونية: ماهيتها، مخاطرها، حمايتها. مداخلة مقدمة إلى المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة، جيجل - الجزائر.
43. موسى خليل مشري. (2003). القواعد المنظمة للصيرفة الإلكترونية. مداخلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي لكلية الحقوق.
44. عرب يونس. (20-18 أكتوبر, 2003). ورقة عمل مخاطر الانفتاح الإلكتروني، الملتقى السابع لمجمع الأعمال العربي. البحرين.
45. يونس عرب. (31 ديسمبر, 2011). حجية الإثبات بالمستخرجات الإلكترونية في القضايا المصرفية. تم الاسترداد من www.arablaw.org/download/E.

ورقات بحثية

46. برجر, أ & ., ماستر, ل. (1997). داخل الصندوق الأسود: ما الذي يفسر الفروقات في كفاءة المؤسسات المالية؟ مجلة البنوك والتمويل.
47. ر ليفين. (2004). حوكمة الشركات للبنوك: مناقشة موجزة للمفاهيم والأدلة. ورقة عمل بحثية في سياسات البنك الدولي، صفحة (3404).

مواقع إلكترونية

48. علي قابوسة. (2009). المصارف الإلكترونية: الفرص والتحديات حالة الجزائر. قسم الاقتصاد المركز الجامعي بالوادي الجزائر، المحرر. تم الاسترداد من www.bankofsudan/arabic/period/masrafi/vol26/e.banking.htm تاريخ الاطلاع: 2012/2/2.
49. ع يوسف. (2021). أهمية الأداء البنكي في الاقتصاد الحديث. البنك المركزي. تم الاسترداد من <https://www.centralbank.com/importance-of-bank-performance>.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

التخصص نقدي وبنكي

استبانة مذكرة ماستر



سيدي (ة) الكريم (ة):

السلام عليكم ورحمة الله

نضع بين أيديكم استبانة صممت لجمع المعلومات اللازمة للدراسة التي نقوم بإعدادها استكمالاً للحصول على شهادة الماستر في العلوم التجارية-تخصص نقدي وبنكي، بعنوان " الصيرفة الالكترونية ودورها في تحسين أداء البنوك التجارية دراسة حالة بنك القرض الشعبي الوطني وكالة بسكرة، لذا نرجوا منكم التكرم بقراءة العبارات بدقة والإجابة عنها بكل موضوعية وحيادية، علماً أن هذه المعلومات ستولى بالسرية ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي، وستكون دقة إجاباتكم ومساهمتم عونا كبيرا لنا في التوصل إلى نتائج موضوعية وعلمية.

ونؤكد بأن المعلومات التي يتم الحصول عليها هي لغاية البحث العلمي فقط.

وتتقدم الطالبة بشكركم مسبقا على وقتكم وحسن تعاونكم.

الأستاذ المشرف

الطالبة :

عبة فريد

دو ماما

الجزء الأول: البيانات الشخصية والوظيفية: الرجاء وضع إشارة (X) أمام الاختيار المناسب:

	ذكر	الجنس
	أنثى	
	من 20 سنة الى 29 سنة	العمر
	من 30 سنة إلى 39 سنة	
	من 40 سنة إلى 50 سنة	
	أكثر من 50 سنة	
	ثانوي فما أقل	المؤهل العلمي
	جامعي	
	المهني	
	دراسات عليا (الماستر)	
	مدير	المستوى الوظيفي
	نائب او مساعد مدير	
	إطار	
	رئيس قسم او مصلحة	
	نائب رئيس قسم او مصلحة	
	أقل من 3 سنوات	عدد سنوات الخبرة
	من 3 سنوات الى 5 سنوات	
	من 5 سنوات الى 10 سنوات	
	أكثر من 10 سنوات	

الجزء الثاني : محاور الاستبانة

المحور الأول : : قياس مدى استعمال البنك لأدوات الصيرفة الالكترونية: يتمثل هذا المحور في الأسئلة التي تتناول قياس مدى استعمال البنك لأدوات الصيرفة الالكترونية من قبل البنوك التجارية.، لذا يرجى وضع إشارة (X) في المربع الذي يعبر (من وجهة نظرك) عن مدى موافقتك عن كل عامل من هذه العوامل.

الرقم	العبارات القياسية	التقييم			
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة
	أ- موقع البنك				
01	موقع البنك على شبكة الانترنت مصمم تصميم جذاب				
02	من السهل الولوج إلى موقع البنك و بسرعة				
03	موقع البنك يقدم خدمات معلوماتية				
04	موقع البنك يقدم خدمات و معلومات بشكل كاف				
05	البنك يقوم بتحديث المعلومات المتوفرة لديه على الموقع.				
	ب- أنواع الخدمات المصرفية الالكترونية المتوفرة لدى البنك				
06	يقدم البنك لعملائه بطاقة الدفع				
07	يستخدم البنك الشيكات الالكترونية لتسهيل المعاملات و تسريعها				
08	يقدم البنك الأوراق التجارية الالكترونية التي تمكن الصاحب من تحريرها و ارسالها للبنك عبر جهاز الحاسوب				
09	يقدم البنك الاعتماد المستندي الالكتروني لتحقيق ضمان أكثر و الذي يمكن من تبادل الوثائق الالكترونية من خلال البريد الالكتروني				
10	يقدم البنك خدمة المحافظ الالكترونية و التي تمكنهم من القيام بمختلف العمليات و في أي وقت				
11	يقدم البنك خدمة التحويلات المالية الالكترونية من حساب بنكي لآخر				
12	يقدم البنك خدمة الكفالة المصرفية الالكترونية لتسهيل تعاملات الزبائن و كسب ولائهم				
13	يقوم البنك بخصم الأوراق التجارية الكترونيا				
14	يوفر البنك أمن العمليات الالكترونية عن طريق خدمة التوقيع الالكتروني أو مختلف أشكالها مثل الرقم السري				
15	يتم الحصول الكترونيا على كشف الحساب و غيره عند الطلب، أو الاطلاع على الرصيد				
	ج- قنوات توزيع الخدمات المصرفية الالكترونية				
16	البنك يقدم خدماته عبر الصراف الآلي				
17	البنك يقدم خدمات متنوعة عبر شبكة الأنترنت				

					18	البنك يعطي ردود سريعة على طلبات الزبائن عن طريق البريد الإلكتروني أو غيره
					19	البنك يقدم خدمة الهاتف النقال عن طريق ارسال رسائل قصيرة إلى الزبائن لتزويدهم بالمعلومات
					20	البنك يتصل بزبائنه عن طريق الحاسب الشخصي للزبون المتصل بالحاسب البنكي باستعمال كلمة السر وذلك لاتمام الخدمات المصرفية المطلوبة

المحور الثاني : فقرات محور قياس أثر الصيرفة الإلكترونية على تحسين الأداء المالي للبنك

يهدف هذا المحور إلى معرفة قياس أثر الصيرفة الإلكترونية على تحسين الأداء المالي للبنك ، يرجى وضع إشارة (X) في المربع الذي يعبر (من وجهة نظر) على مدى موافقتك عن كل عامل من هذه العوامل.

الرقم	العبارات القياسية	التقييم			
		موافق بشدة	موافق	لمحايد	غير موافق بشدة
01	تقسم الخدمات المصرفية الإلكترونية بالسرعة و دقة المعلومات و الثقة و الأمان				
02	تساعد الصيرفة الإلكترونية في تسريع العمليات المالية				
03	تساعد الصيرفة الإلكترونية البنك على طرح خدماته المصرفية في الأسواق الداخلية والخارجية بالسرعة المناسبة				
04	سرعة أداء الخدمات المصرفية الإلكترونية يؤدي إلى زيادة العملاء				
05	تكلفة أداء الخدمات المصرفية الإلكترونية منخفضة مقارنة مع الخدمات التقليدية				
06	تكلفة أداء الخدمات المصرفية الإلكترونية تساهم في جذب الزبائن و زيادة عددهم و بالتالي تحسين الأداء المالي للبنك				
07	يهدف البنك من خلال اعتماد الصيرفة الإلكترونية إلى التوسع الجغرافي و بالتالي خدمة العملاء في أي وقت و مكان				
08	يهدف البنك من خلال اعتماد الصيرفة الإلكترونية إلى زيادة عدد العملاء				
09	يهدف البنك من خلال اعتماد الصيرفة الإلكترونية إلى زيادة تنافسية البنك				
10	يهدف البنك من خلال تطبيق الصيرفة الإلكترونية إلى زيادة الأرباح				

					11	يهدف البنك من خلال تطبيق الصيرفة الإلكترونية إلى زيادة الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات بما يساهم في تحسين مستوى الأداء المالي للبنك
					12	يهدف البنك من خلال تطبيق الصيرفة الإلكترونية إلى زيادة رقم أعمال البنك مقارنة مع المنافسين
					13	يهدف البنك من خلال تطبيق الصيرفة الإلكترونية إلى تخفيض التكاليف التشغيلية و بالتالي زيادة الأرباح
					14	يهدف البنك من خلال تقديم الخدمات الإلكترونية إلى تخفيض الضرائب من خلال التخفيض في التكاليف و بالتالي زيادة الأرباح
					15	سرعة و دقة المعاملات المصرفية الإلكترونية يؤدي إلى تحسين الأداء المالي للبنك
					16	يهدف البنك من خلال تقديم الخدمات الإلكترونية إلى تحسين العلاقة مع الزبون

شكرا جزيلاً لتعاونكم