

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 08 ماي 1945 - قالمة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر
فرع: علوم مالية
تخصص: مالية المؤسسات

الموضوع:

دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تطوير الأداء
المالي للبنوك

دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - قالمة

تحت إشراف الأستاذ:
د/ بلكبير بومدين

من إعداد الطالبان:
• ريحان سعاد
• براهيمية ليلي

السنة الجامعية: 2013/2014

شكر وتقدير

قال الله تعالى: "ولأن شكرتم لأزيدنكم" صدق الله العظيم.

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "من غدا يريد العلم ليعلمه الله فتح الله له بابا إلى الجنة وفرشت له الملائكة أكتافها وصلت عليه ملائكة السموات وحيتان البحر" صدق رسول الله.

أولا وقبل كل شيء الفضل والشكر لله الواحد القهار العزيز الغفار، المنة لك وحدك إلهي إذ وفقتنا لإنهاء عملنا.

يسعدنا ونحن نكمل هذا العمل المتواضع بأن نتقدم بأسمى عبارات الشكر والعرفان إلى الأستاذ المشرف "د/بلكبير بومدين" على المجهودات والمساعدات التي قدمها لنا من معلومات وتوجيهات.

كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من ساعدنا وقدم لنا يد العون خلال الدراسة الميدانية.

كما لا ننسى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد.

سعاد * ليلى

فهرس المحتويات

الفهرس

شكر وتقدير

محتويات الفهرس

قائمة الأشكال والجداول

المقدمة العامة أ

الفصل الأول: الخدمات المصرفية الإلكترونية 2-

25

تمهيد

2.....

المبحث الأول: ماهية الخدمات المصرفية الإلكترونية

3.....

المطلب الأول: مفهوم الخدمة المصرفية

3.....

أولاً: مفهوم الخدمة 3

ثانياً: مفهوم الخدمة المصرفية 3

3

المطلب الثاني: تطور ومفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية

3.....

أولاً: نشأة وتطور الخدمات المصرفية الإلكترونية

3.....

ثانياً: مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية

4.....

المطلب الثالث: خصائص الخدمات المصرفية الإلكترونية وأهميتها

4.....

أولاً: خصائص الخدمات المصرفية الإلكترونية

4.....

ثانياً: أهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية

5.....

المطلب الرابع: جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية

6.....

أولاً: مفهوم جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية

6.....

ثانياً: أساليب قياس جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية

7.....

المبحث الثاني: أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية

10.....

المطلب الأول: النقود الإلكترونية 10

أولاً: مفهوم النقود الإلكترونية و مميزاتها	10.....
ثانياً: أنواع النقود الإلكترونية	12
ثالثاً: مزايا و عيوب النقود الإلكترونية
المطلب الثاني: البطاقات البنكية والتحويلات الإلكترونية	12
أولاً: البطاقات البنكية (النقود البلاستيكية)	14
ثانياً: التحويلات المالية الإلكترونية	14.....
المطلب الثالث: الأوراق التجارية الإلكترونية	16
أولاً: الاعتماد الإلكتروني	17.....
ثانياً: الشيك الإلكتروني	17.....
ثالثاً: الكمبيالة الإلكترونية	19.....
المبحث الثالث: قنوات توزيع الخدمات المصرفية الإلكترونية	20.....
المطلب الأول: مفهوم قنوات التوزيع الإلكترونية	20.....
المطلب الثاني: أهم قنوات التوزيع الإلكترونية	20.....
أولاً: آلات الصرف الآلي Automated Teller Machines	20
ثانياً: المصارف المنزلية (Home Banks)	21.....
ثالثاً: نقاط البيع الإلكترونية (Electronic Points of Sale)	22.....
رابعاً: الهاتف المصرفي (Phone Bank)	22
خامساً: الهاتف الجوال	22
سادساً: الانترنت المصرفي	22
سابعاً: التلفزيون الرقمي (Digital Television)	23.....
المطلب الثالث: مزايا ومخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية	23.....
أولاً: المزايا	23
ثانياً: المخاطر	23.....

25..... خلاصة الفصل

49-27..... الفصل الثاني: الأداء المالي للبنوك

27 تمهيد

28 المبحث الأول: ماهية الأداء المالي

الأداء حول أساسيات الأول: المطلب

28.....

28..... أولاً: مفهوم الأداء

28 ثانياً: أنواع الأداء

..... المطلب الثاني: مفهوم وأهمية الأداء المالي

30

30..... أولاً: مفهوم الأداء المالي

30..... ثانياً: أهمية الأداء المالي

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على الأداء المالي

30.....

..... أولاً: العوامل الداخلية (العوامل المنظمة)

31

..... ثانياً: العوامل الخارجية (العوامل البيئية)

31

31 المبحث الثاني: تقييم الأداء المالي

المطلب الأول: مفهوم وأهمية تقييم الأداء المالي

32.....

32..... أولاً: مفهوم تقييم الأداء المالي

32 ثانياً: أهمية تقييم الأداء المالي

المطلب الثاني: الأسس العامة وأهداف تقييم الأداء المالي

33.....

..... أولاً: الأسس العامة لتقييم الأداء المالي

33.....

33 ثانياً: أهداف تقييم الأداء المالي

المطلب الثالث: مراحل تقييم الأداء المالي و مجالاته

34.....

..... أولاً: مراحل تقييم الأداء المالي

34

..... ثانياً: مجالات تقييم الأداء البنكي

37.....

..... المبحث الثالث: أساليب تقييم الأداء المالي للبنوك

38

المطلب الأول: تقييم الأداء المالي باستخدام المؤشرات المالية
38.....

المطلب الثاني: تقييم الأداء المالي للبنوك حسب نموذج العائد على حقوق الملكية
42..... (ROE)

المطلب الثالث: تقييم الأداء المالي للبنوك وفق نموذج القيمة الاقتصادية
47

49 خلاصة الفصل

الفصل الثالث: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة قالمه-
89-51.....

51 تمهيد

52 المبحث الأول: تقديم ميدان الدراسة
المطلب الأول: نشأة وتطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية

52 أولاً: نشأته

52..... ثانياً: تطوره
المطلب الثاني: أهداف ومهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية

53..... أولاً: أهدافه

54 ثانياً: مهامه
المطلب الثالث: التنظيم على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية

55 أولاً: التنظيم المركزي

55 ثانياً: التنظيم اللامركزي
المبحث الثاني: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية

57 المطلب الأول: خدمة البنك الإلكتروني

57..... أولاً: خدمة طلب دفتر الشيكات

..... ثانياً: خدمة طلب تغيير الرقم السري

58 ثالثاً: خدمة البريد الإلكتروني
المطلب الثاني: البطاقات البنكية الإلكترونية

59..... أولاً: بطاقة CIB لبنك الفلاحة والتنمية الريفية

59 ثانياً: بطاقة CIB GOLD لبنك الفلاحة والتنمية الريفية

59.....

ثالثا: بطاقة CBR لبنك الفلاحة والتنمية الريفية

59

رابعا: بطاقة التوفير TAWFIR 59
المطلب الثالث: خدمة المقاصة عن بعد وخدمة الصراف الآلي

60

أولا: نظام المقاصة عن بعد 60

ثانيا: خدمة الصراف الآلي 60

المبحث الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية والمعالجة الإحصائية

60

المطلب الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة

60.....

أولا: تحديد مجتمع الدراسة واختيار حجم العينة

60.....

ثانيا: أدوات جمع المعلومات 61

ثالثا: نموذج الدراسة 63

رابعا: الأدوات الإحصائية المستعملة

63

المطلب الثاني: دراسة وتحليل البيانات

63

أولا: دراسة وتحليل البيانات الخاصة بالموظفين

64

ثانيا: دراسة وتحليل البيانات الخاصة بالعملاء

73

المطلب الثالث: اختبار الفرضيات 81

أولا: اختبار الفرضية الأولى 81

ثانيا: اختبار الفرضية الثانية 83

المطلب الرابع: النتائج والتوصيات

85

أولا: نتائج اختبار الفرضيات 85

ثانيا: نتائج الدراسة 85

ثالثا: الاقتراحات 87

89 خلاصة الفصل

92-91 الخاتمة العامة

97-94 قائمة المراجع

الملاحق

الملاحق

المقدمة العامة

مقدمة عامة

يشهد العالم في السنوات الأخيرة تغيرات وتطورات كبيرة بشكل سريع ومتناهي في سوق المعلوماتية والاتصالات وتقنياتها، وقد أخذت هذه التقنيات ترتبط بالأنشطة والمجالات الاقتصادية على تنوعها، وقد كان القطاع المصرفي من أبرز القطاعات التي تأثرت بثورة المعلومات والاتصالات، حيث أصبح استخدام التكنولوجيا الحديثة عنصرا ملازما له لما توفره من فعالية في العمل وسرعة في الانجاز، ووفرة في المعلومات عن الزبائن والأسواق

وكذلك من أجل خلق منتجات خدمية إلكترونية ذات درجة عالية من التطور التكنولوجي لأن الخدمة المصرفية تتوقف أساسا على مدى جودتها وتحقيقها لأكبر إلتباع ممكن لمتلقيها وأعلى مستوى من الرضى لديه من جهة ومن جهة أخرى مدى مساهمة هذه الخدمات المصرفية الإللكترونية في تحسين وتطوير الأداء المالي للبنوك.

إشكالية البحث

باعتبار أن توفير الخدمات المصرفية الإللكترونية أصبحت ضرورة حتمية لدى البنوك، وذلك لمواكبة التطورات التكنولوجية في الصناعة المصرفية قصد تحقيق أهدافها العديدة والتي منها تعزيز مركزها المالي، ومن هنا تظهر إشكالية البحث التي تتمحور حول التساؤل الجوهرى التالي:

ما هو أثر الخدمات المصرفية الإللكترونية في تطوير الأداء المالي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية؟

إن هذا التساؤل يؤدي إلى طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

- ماهي أنواع الخدمات المصرفية الإللكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية؟
- ماهي طرق قياس الأداء المالي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية ؟
- هل يوجد فجوات في الخدمات المصرفية الإللكترونية من وجهة نظر الموظفين وزبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية؟
- ما هي أهم قنوات التوزيع المتوفرة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية؟

فرضيات البحث

من أجل تحليل إشكالية موضوع الدراسة يتطلب اختبار صحة الفرضيات التالية:

- 1- هناك اختلاف بين الموظفين والعملاء حول تقييم جودة الخدمات المصرفية الإللكترونية.
- 2- هناك أثرا إيجابيا للخدمات المصرفية الإللكترونية في تطوير الأداء المالي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية.

أهمية البحث

تبرز أهمية هذا الموضوع في معرفة مدى تطوير الخدمات المصرفية الإللكترونية في البنك، و التعرف على قنوات وأساليب توزيع هذه الخدمات وكذلك تقييم جودتها حسب معايير الجودة هذا من جهة، ومن جهة أخرى لما للخدمات المصرفية الإللكترونية من أهمية كبيرة في تطوير الأداء المالي للبنك من خلق وتسريع العمليات المالية وتقليل المخاطر المالية والمشاكل التي يواجهها البنك وكذلك زيادة أرباحه.

أهداف البحث

من خلال البحث نسعى للتوصل إلى مجموعة من الأهداف، من بينها:

- 1- التعرف على مدى توفر الخدمات المصرفية الإللكترونية المتواجدة في البنك.
- 2- التعرف على أهم قنوات توزيع الخدمات المصرفية الإللكترونية.
- 3- إبراز معايير جودة الخدمات المصرفية الإللكترونية المقدمة.
- 4- إبراز دور الخدمات المصرفية الإللكترونية في تطوير الأداء المالي للبنك.

منهجية البحث

من أجل الإحاطة بجوانب الدراسة والإجابة عن الإشكالية المطروحة وإثبات صحة الفرضيات، اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي قصد الإلمام بمختلف جوانب الموضوع

وفهم كل مكوناته وتحليل كل أبعاده كما اعتمدنا في الجانب الميداني ثم الاعتماد على منهج دراسة حالة، من خلال استبيان وجه لكل من موظفي وعملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

الدراسات السابقة

1- أمارة محمد يحي عاصي، تقييم الأداء المالي للمصارف الإسلامية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير، قسم إدارة الأعمال، جامعة الأردن، والتي تهدف إلى تحديد العوامل المؤثرة على أداء البنك وكذلك تحديد طبيعة العلاقة بين هيكل الموارد، هيكل الاستخدامات، درجة توظيف الموارد وبين الأداء المالي للبنك، وأخيراً توصل إلى مجموعة من التوصيات أهمها الاهتمام باستخدام الموازنة كأداة للتخطيط في مجال النقدية.

2- سليمة عبد الله، دور تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية في تفعيل النشاط البنكي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، دفعة 2008-2009، والتي تهدف إلى إبراز أهمية تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين مردودية البنك ورفع حصتها السوقية واحتلالها مكانة مميزة في السوق المصرفي، كما حاولت الباحثة التعرف على مدى استخدام البنوك الجزائرية للأساليب الحديثة لتقديم خدماتها ومدى ملائمتها لحاجات عملائها، وفي الأخير توصلت إلى أن تبني تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية بكل أبعاده واستخدام الأساليب التكنولوجية الحديثة والمعلوماتية من شأنه رفع وزيادة القدرات التنافسية للبنك كما وجدت أن البنوك الجزائرية لا تتبنى المفهوم الحديث للتسويق وذلك بسبب ضعف المنافسة في السوق الجزائرية.

3- هاني حزاع رتيمة، غسان الطالب، تحسين الخدمات المصرفية الإلكترونية ودورها في تطوير الميزة التنافسية للبنوك الإسلامية الأردنية في إقليم الشمال، مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية، مجلد 11، العدد 2، 2001، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، الأردن، أراد الباحثان من هذه الدراسة تبيان دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في دعم أداء وبقاء واستمرار المصارف الإسلامية. كما هدفا للوقوف على طبيعة العلاقة بين مستوى الخدمات الإلكترونية المقدمة من البنوك الإسلامية وأداء هذه الأخيرة، وتوصلاً في الأخير إلى مجموعة من النتائج أهمها أن استخدام الأنظمة الإلكترونية والتغلب على مصاعب استخدامها يؤدي إلى رفع مستوى الأداء في البنوك، وكذلك حجم التعامل في الخدمات المصرفية الإلكترونية من شأنه أيضاً رفع مستوى الأداء.

محتويات البحث

من أجل الإلمام بالموضوع قسم البحث إلى ثلاثة فصول أساسية، وهي:

الفصل الأول كان تحت عنوان الخدمات المصرفية الإلكترونية، قسمناه إلى ثلاث مباحث تطرقنا فيها إلى ماهية الخدمات المصرفية الإلكترونية، أنواعها وقنوات توزيعها. أما الفصل الثاني فتضمن الأداء المالي للبنوك، وذلك من خلال التعرض لماهية الأداء وأساليب تقييمه.

وفي الفصل الثالث كانت دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية – وكالة قالمة – حيث ارتأينا بتقديم هذا البنك لنلقي الضوء على الخدمات المصرفية الإلكترونية وجودتها به.

صعوبات البحث

- ككل بحث يسعى للوصول إلى الحقائق في الميدان، وتماشيا مع المحيط صادفتنا عدة عراقيل تمكنا من تخطي البعض منها، لكن هناك ما لم نتمكن من تجاوزها.
- قلة المراجع حول الخدمات المصرفية الإلكترونية.
 - صعوبة الحصول على المعلومات المتعلقة بالدراسة الميدانية، خاصة في مجال الأداء المالي.

الخاتمة العامة

خاتمة عامة

لقد انعكس التطور التكنولوجي على تطور الأنشطة الاقتصادية عامة و الصناعة المصرفية خاصة و ما انبثق عنها من خدمات، حيث أصبح تطوير الخدمات المصرفية يعد واحدا من الاتجاهات المهمة والحديثة التي شهدت توسعا كبيرا في السنوات الأخيرة في مختلف المجتمعات، بسبب تزايد دورها الكبير في الحياة المعاصرة خاصة بعد تكاملها مع المنتجات المادية في تحقيق المنافع المطلوبة.

ومن خلال دراسة موضوع البحث تبين أن الخدمات المصرفية الإلكترونية أصبحت ضرورة اقتضتها تطورات تكنولوجية المعلومات والاتصالات الحديثة، حيث تهدف هذه الأخيرة إلى تفعيل العمل المصرفي الإلكتروني حسب حاجة العملاء بحيث توفر بيئة مرنة تمكن البنك من التعامل مع عملائها كيفما وأينما وعندما يشاءون، وهذا ما يؤدي إلى تنوع الخدمات المصرفية الإلكترونية وزيادة قنوات توزيعها، كما ينعكس أيضا على رفع جودة الخدمات المقدمة وهذا بدوره يسمح بتطوير الأداء المالي للبنك، و الذي يسمح له بتحقيق نتائج تتطابق مع الخطط والأهداف الموضوع مسبقا بالاستغلال الأمثل للموارد المتاحة تحت تصرفه، وبالتالي فإن تحسين الأداء يسمح للبنوك بزيادة عوائدها والتخفيف من المخاطر التي تواجهها، وهذا ما يغذي الخدمات المقدمة ويطورها.

أما الدراسة الميدانية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية والذي يعتبر من أبرز البنوك الجزائرية، والذي كان الهدف منها التعرف على مختلف الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها البنوك الجزائرية ومدى مساهمتها في تطوير الأداء المالي لهذه البنوك. واعتمادا على تقييم كل من العملاء والموظفين تبين أنه يقدم خدمات إلكترونية محدودة وذلك باتفاق آراء كل من طرفي التقييم، كما توصلنا إلى أن قنوات توزيع الخدمات المصرفية الإلكترونية المعتمدة في البنك تعتبر ضعيفة نوعا ما وهذا ما انعكس على جودة الخدمات المصرفية

الإلكترونية المقدمة، حيث كان تقييم كل من العملاء والموظفين سلبي في بعض مظاهر الجودة.

ومن هنا نستنتج عدم وجود فجوة بين تقييم العملاء والموظفين لجودة الخدمات المقدمة في البنك حيث كانت درجة تقييم متوسطة لكليهما إلى جانب ذلك أثبتنا دور هذه الخدمات في تحسين وتطوير الأداء المالي في البنك.

وقد يرجع ذلك إلى نقص الوعي لدى العملاء و الموظفين فيما يخص العمل المصرفي الإلكتروني الذين يحتاجون إلى وقت كبير ليرتقي إلى مستوى الثقافة الإلكترونية اللازمة، فما زالت المفاهيم التقليدية لدى العملاء مترسخة ومفهوم استخدام النقود الورقية هو وسيلة الدفع الرئيسة في معظم المعاملات البنكية، فالبينة الثقافية في الجزائر لها أثر كبير أفقد القطاع المصرفي الجزائري جزء هام من حجم السيولة المتطورة.

لذلك يمكن القول أن البنوك الجزائرية ملزمة بدراسة تطور الثقافة التكنولوجية الموجودة عند عملائه

وتفهم مدى قبول هؤلاء للخدمات الإلكترونية قبل وضع إستراتيجية في هذا المجال، إضافة إلى تطوير وتنويع خدماتها الإلكترونية وتحديثها باستمرار حسب حاجات العملاء لما لها انعكاس على تحقيق الأهداف المالية للبنك.

أفاق البحث:

لقد تبين لنا من خلال الخوض في هذا البحث بأن هناك جوانب هامة جديرة بالدراسة

والبحث نقترحها لأن تكون إشكاليات لمواضيع بحث في المستقبل مثل:

- دور جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين الأداء المالي للبنك.
- مدى تقبل الزبون الجزائري للخدمات المصرفية الإلكترونية.

تمهيد:

إن ظهور عصر الخدمة الإلكترونية كان نتيجة التوسع الهائل والسريع في اقتصاد المعلومات، والشبكات الإلكترونية التي أعطت دفعا لمنظمات الأعمال عامة، والبنوك على وجه الخصوص للتمركز أكثر في السوق، مما توجب على البنوك ضرورة التحول ببناء بنية تحتية تكنولوجية وتشريعية مع توفير خدمات إلكترونية وقنوات لتوزيعها تمكنهم من الوصول إلى العملاء، وتقديم لهم خدمات شخصية مفصلة على مقاساتهم وبمستويات من الجودة تتناسب وإدراكاتهم وتوقعاتهم أحيانا.

وقد تناولنا في هذا الفصل ثلاث مباحث مقسمة كما يلي:

المبحث الأول: ماهية الخدمات المصرفية الإلكترونية.

المبحث الثاني: أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية.

المبحث الثالث: قنوات توزيع الخدمات المصرفية الإلكترونية.

المبحث الأول: ماهية الخدمات المصرفية الإلكترونية

تشكل الصناعة المصرفية أحد أهم مؤشرات التطور الاقتصادي الذي وصلت إليه المجتمعات البشرية نظرا لإسهامها الواسع في توفير متطلبات الاستثمار والتنمية، إذ يمكن قياس مستوى التقدم والتطور الاقتصادي لأي مجتمع بمدى كفاءة نظامه المصرفي ونوع خدماته المصرفية.

المطلب الأول: مفهوم الخدمة المصرفية

أولاً: مفهوم الخدمة

هناك على وجه العموم اتفاق بين الباحثين في تعريف مفهوم الخدمة، فقد عرفها أغلب الباحثين على أنها "نشاط يرافقه عدد من العناصر غير الملموسة والتي تتضمن بعض التفاعل مع الزبائن أو مع خاصية الحياة (الامتلاك) وليس نتيجة لانتقالها للمالك" (1).

ثانياً: مفهوم الخدمة المصرفية

توجد العديد من التعاريف الخاصة بالخدمة المصرفية، لذلك سنحاول التعرض لأهمها:

تم تعريف الخدمة المصرفية على أنها:

"مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة والمقدمة من قبل المصرف، والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمها المنفعية والتي تشكل مصدر لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، وفي الوقت ذاته تشكل مصدر لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين" (2).

كما عرفها أيضاً أنها: "تمثل نشاط أو عمل يحصل عليه المستفيد من خلال الأفراد أو المكنن التي تقدم من خلال وأن مستوى الإشباع بالوعي لمستفيد يرتبط بمستوى أداء الأفراد والمكنن أو ذلك لعدم ملموسية هذا النشاط أو العمل وأن هذه الخدمات قد يرتبط تقديمها بمنتهج أو قد لا يرتبط" (3).

المطلب الثاني: تطور ومفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية

أولاً: نشأة وتطور الخدمات المصرفية الإلكترونية

إن ظهور الخدمات الإلكترونية هو نتيجة التغيرات المالية بفعل الصيرفة الإلكترونية أو مصارف الأنترنت ومهما كانت درجة الحداثة على المستويات الجزئية فإن عالم الوساطة المالية عرف تحولاً نوعياً غير من أبعاد استراتيجيات المصارف في السنوات الأخيرة، وكان ذلك نتيجة منطوية لثورة التكنولوجيا الجديدة في الاعلام والاتصال وعولمة الأسواق المالية والمصرفية، حيث ظهرت الصيرفة الإلكترونية بظهور النقد الإلكتروني حيث تزوج النقد الإلكتروني بتقنيات المعلومات، غير أن استخدام البطاقات بدل النقد الائتماني في الواقع ظهر

(1)- عوض الحداد، استراتيجيات التسويق المصرفي والخدمات المصرفية، دار الكتاب الحديث، عمان، 2006، ص 47.

(2)- تيسير العجامة، التسويق المصرفي، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 32.

(3)- محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2001، ص 63.

بفرنسا، فمثلاً استخدام بطاقة كوتونية في الهاتف، وفي الولايات المتحدة الأمريكية تم استخدام البطاقة المعدنية

التي تستعمل في تعريف الزبون على مستوى البريد، ومع ذلك كان لا بد من الانتظار حتى الخمسينات من

القرن الماضي حيث يشهد العالم تحولاً في هذه البطاقات (1).

حيث طرحت شركة American Express في عام 1958 بطاقة بلاستيكية والتي انتشرت على نطاق دولي في الستينات من القرن الماضي.

وفي سنة 1968 أصدرت مجموعة شركات تتكون من ثمانية مصارف كبيرة بطاقة (Americard Bank) والتي تحولت فيما بعد إلى شركة Visa المشهورة عالمياً، بالإضافة إلى إصدار البطاقة الزرقاء (Carte Bleue) في فرنسا من قبل ستة مصارف فرنسية. وبفضل الثورة الإلكترونية تم تزويد البطاقات بمسارات مغناطيسية في البلدان المتقدمة، حيث أصبحت البطاقات تحتوي على ذاكرة، ويمكن تجزئة القيمة المخزنة فيها لإجراء عمليات الدفع، وقد أثارت ثورة الأنترنت وتطور التجارة الإلكترونية تحولاً كبيراً في مجالات الصيرفة الإلكترونية بظهور الخدمات المصرفية عبر شبكة الأنترنت وظهور خدمات إلكترونية جديدة.

ثانياً: مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية

يقصد بالخدمات المصرفية الإلكترونية تقديم البنوك الخدمات المصرفية التقليدية أو المبتكرة من خلال شبكات الاتصال الإلكترونية، تقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقاً لشروط العضوية التي تحددها البنوك، وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة لاتصال العملاء بها⁽²⁾.

وتهدف هذه العملية إلى إتاحة المعلومات عن الخدمات التي يؤديها المصرف عبر الشبكة، وكذلك حصول العملاء على خدمات مثل التعرف على معاملاتهم وأرصدتهم، إضافة إلى طلب العملاء تنفيذ عمليات مصرفية مثل تحويل الأموال إلى غير ذلك من الأعمال الأخرى.

كما عرفت "هي تلك الخدمات التي ظهرت تدعيماً للخدمات التقليدية التي تقدمها المصارف ومؤسسات الائتمان، وذلك عبر شبكة الأنترنت"⁽³⁾. من خلال ما سبق يمكننا أن نستنتج أن "الخدمة المصرفية الإلكترونية في إطارها الواسع هي تنطوي على تقديم الخدمات المصرفية التقليدية عبر وسائل وشبكات إلكترونية".

المطلب الثالث: خصائص الخدمات المصرفية الإلكترونية وأهميتها

أولاً: خصائص الخدمات المصرفية الإلكترونية

تبرز خصائص هذه الخدمات فيما يلي⁽⁴⁾:

- (1)- رابع عرابية، دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، العدد 08، جامعة الشلف، 2012، ص 14.
- (2)- المرجع نفسه، ص 14.
- (3)- وسيم محمد الحداد، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 194.
- (4)- نادر عبد العزيز شافي، المصارف والنقود الإلكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2007، ص ص 155-156.

- المساهمة في ارتفاع حدة التنافس في تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية خاصة في ظل الارتفاع المتزايد لحجم نوعية تلك الخدمات.
- المساهمة في نجاح التطور المتسارع في تكنولوجيا الاتصالات وأجهزة الكمبيوتر والبرامج المعلوماتية.
- اتصاف هذه الخدمات بالمرونة والسهولة والسرعة مما يتيح توسيع دائرة التعامل بها داخل المؤسسات المصرفية والمالية أو غيرها، ومما يؤمن الحماية والتكامل بين المعلومات والخدمات المصرفية الإلكترونية.
- سهولة التواصل بين الداخل والخارج من خلال شبكة الاتصالات التكنولوجية المتطورة، مما يسمح بتخطي العقبات الجغرافية والزمنية في إنجاز الصفقات المصرفية والتجارية والمالية بشكل عام.

- أنها خدمات تتم عن بعد بدون وجود شخصي مباشر بين أطراف العلاقة المصرفية، فهي خدمات عبر الحدود لا تعرف قيودا جغرافية.
- خفض تكاليف التشغيل بالبنوك وتكاليف إنجاز عمليات التجزئة محليا ودوليا.
- زيادة كفاءة أداء البنوك.
- الاستفادة من المعلومات الجمة، المجمة والمخزنة على شبكة الأنترنت العالمية، مما يؤدي إلى تسهيل وتوسيع الاستثمارات في الداخل والخارج على حد سواء.
- تؤمن للمصارف وسائل جديدة للإعلان عن خدماتها وإمداد العملاء بالمعلومات عن أرصدتهم، ودفع الكمبيالات وإدارة الأرصدة وتحويل الأموال إلكترونيا.

ثانيا: أهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية

تتمثل أهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية فيما يلي (1):

1- الأهمية على المستوى الاستراتيجي:

- تطوير الهيكل التنظيمي للبنك وعلاقته بالمؤسسات والأسواق المالية.
- تحسين المركز التنافسي للبنك باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في أنشطة الاستثمار والبورصة.
- تنظيم الدفعات: يكفل الاتفاق على اقتطاع وتسديد قيمة التحويلات المالية، تنظيم عمليات الدفع دون أي ريبية في إمكان السداد في الوقت المحدد.
- السلامة والأمن.
- تحسين العلاقة بين الزبائن والتجار: إذ يتم تناقل المعلومات فيما بينهم بشكل وذلك بتخفيض الوقت المبذول لتأمين التواصل بين الطرفين.
- تحقيق دورة تجارية في وقت أقل.
- إمكانية تطبيق النظم الخاصة بالإنتاج الموقوف.
- زيادة كفاءة العمليات الإنتاجية والتجارية.

(1)- مسيودي كريمة، بولحية سليمة، دور العمليات المصرفية الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر، قسم علوم التسيير، تخصص مالية المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قلمة، دفعة 2010-2011، ص ص 52-53.

- إمكانية كسب عملاء جدد والاحتفاظ بالعملاء الحاليين.
- زيادة القدرة التنافسية للشركة وبالأخص في مواجهة المؤسسات الجديدة الداخلة حديثا إلى الأسواق.
- إمكانية خلق تجمعات اقتصادية متكاملة تحقق حد أدنى من حجم الأموال.
- توفير المعلومات للمستثمرين والمقترضين والموزعين لتحسين القرارات وترشيدها.

2- الأهمية على المستوى العملي المباشر:

- تيسير العمل.
- تخفيض المصاريف الإدارية الجارية: إذ يقلل هذا النظام الجهد المبذول في التعامل مع الوثائق وأعمال البريد، إضافة إلى تخفيض النفقة على إدارة الوثائق، ويشمل خفض التكاليف ما يلي:

- تكاليف استخدام الورق وتكاليف البريد.
- تقليل فترة بقاء المخزون.
- تقليل تكلفة عمليات الحاسب الآلي (إدخال، طباعة، مراجعة...).

- تحسين التدفقات النقدية للشركة، البنك...
 - ضمان وتأكيد المعاملات من خلال ما تسميه النظم.
 - زيادة معاملات الأمان وتقليل الأخطاء.
- توفير الوقت: إذ يتيح هذا النظام نقل المعلومات بشكل أسرع مما كان عليه سابقاً.
- تحسين التدفق النقدي: رفع انجاز التحويلات المالية إلكترونياً وموثوقية التدفق النقدي، وسرعة تناقل النقد.
- تحسين الإدارة الداخلية: وذلك بالتقليل من الأعمال الورقية، والحد من إزعاج رنين الهاتف.
- تقليل العمال الورقية: يتمثل ذلك في التقليل من الاعتمادات الورقية، الشيكات التقليدية وغيرها من المعاملات.

المطلب الرابع: جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية أولاً: مفهوم جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية

تعرف على أنها: "مجموعة من المتطلبات الخدمية الواجب التقاؤها من خلال استخدام شبكة الانترنت أثناء عملية نقل التدفق، ويشير التدفق هنا إلى تيار الخدمة المتدفق من المصدر إلى المكان المقصود، بحيث يتوافق مع جودة الخدمة"⁽¹⁾.

كما عرفت على أنها: "الفهم أو الإدراك للخدمة من وجهات نظر مختلفة سواء قبل أو بعد تقديمها على شبكة الانترنت، ويمكن أن تفهم على أنها تقييم كفاءة وفعالية السوق، الشراء والتسليم للمنتجات والخدمات المصرفية عبر الانترنت".

(1)- رعد حسن الصرن، أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنت وجودة الخدمات المصرفية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، العدد 9، فيفري 2005، ص 25.

ثانياً: أساليب قياس جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية

لقد توصل مجموعة من الباحثين إلى تحديد نموذجين لتقييم الجودة في مجال الخدمات يعتمدان بشكل أساسي على مجموعة من المؤشرات التقييمية القابلة للتكييف أو التعديل حسب نوع الخدمة المدروسة، كما أجريت العديد من الدراسات بغرض التحقق من ثبات ومصداقية كل نموذج في تقييم الجودة، ويتمثلان في:

1- نموذج الفجوة:

يسمى نموذج (SERVEQUAL)*، وظهر خلال الثمانينات نتيجة الدراسات التي قام بها (PARASURMEN, ZEITHMAL AND BERRY) وتقييم الجودة حسب هذا النموذج يعني: "تحديد الفجوة بين توقعات العملاء حسب مستوى الخدمة وإدراكاتهم للأداء الفعلي لها".

حيث أنه هناك خمسة فجوات تتمثل في (1):

- الفجوة الأولى: تمثل بين الخدمة المتوقعة وإدراكات الإدارة لتوقعات العملاء، حيث تنتج عن عجز الإدارة لمعرفة احتياجات العميل ورغباته وتوقعاته.
- الفجوة الثانية: تمثل بين إدراكات الإدارة لتوقعات العملاء وتحديد درجة دقة المواصفات الخاصة بالخدمة، وتنتج عن عدم تطابق هذه المواصفات مع إدراك الإدارة لتوقعات العملاء.

- الفجوة الثالثة: تمثل بين أداء الخدمة ومواصفاتها، فإذا تمكنت المصارف من وضع مواصفات الخدمة وفقا لتوقعات العملاء فإن هناك إمكانية حدوث انحراف عند التسليم بسبب مستوى مهارة القائمين على أدائها.
- الفجوة الرابعة: تمثل بين أداء الخدمة والاتصال الخارجي (الخدمة المروجة) وتعني أن الوعود المعطاة من خلال الاتصال الترويجي لا تتطابق مع الأداء الفعلي للخدمة.
- الفجوة الخامسة: تمثل بين الخدمة المدركة والخدمة المتوقعة، وتتعلق بالفرق بين توقعات العملاء وادراكاتهم للخدمة المقدمة بالفعل، وتكون محصلة لجميع الفجوات السابقة بحيث يتم على أساسها الحكم على جودة أداء المصرف ككل.

* SERVEQUAL تعني جودة الخدمة مكونة من عبارتين: SERVICE تعني الخدمة و QUALITE تعني الجودة.
(1)- محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، مرجع سبق ذكره، ص ص 100-102.

2- نموذج الاتجاه:

يعرف باسم (SERVPERF)*، ظهر سنة 1992 نتيجة الدراسات التي قام بها (Taylor et Cranin)، وتعتبر الجودة في إطار هذا النموذج مفهوما اتجاها يربط بادراك العملاء للأداء الفعلي للخدمة المقدمة.

يقوم نموذج (SERVPERF) على أساس رفض فكرة الفجوة في تقييم جودة الخدمة، ويرتكز على تقييم الأداء الفعلي للخدمة أي التركيز على جانب الادراكات الخاصة في العميل فقط، ذلك لأن جودة الخدمة يتم التعبير عنها كنوع من الاتجاهات، فرضا أن العميل حسب هذا النموذج يعتبر عاملا وسيطا بين الادراكات السابقة لجودة الخدمة والأداء الحالي، فمن هذا الإطار تمت عملية تقسيم جودة الخدمة من طرف العميل (1).

وحسب نموذج الاتجاه كأسلوب لتقييم جودة الخدمة في المصارف يتضمن الأفكار التالية:

- إن الأداء الحالي للخدمة يحدد بشكل كبير تقييم العميل لجودة الخدمة المقدمة فعليا من المصرف.

- ارتباط الرضا بتقييم العملاء لجودة الخدمة أساسه الخبرة السابقة في التعامل مع المصارف أي أن التقييم عملية تراكمية طويلة الأجل (نسبيا).

تعتبر المؤشرات المحددة لمستوى الجودة (الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الأمان، والملموسية) ركيزة أساسية لتقييم مستوى الخدمة المصرفية وفق (SERVPERF).

ومع ظهور شبكة الانترنت والتطور التكنولوجي تطورت جودة الخدمات من التقليدية إلى الإلكترونية نتيجة توجه العديد من المصارف إلى عرض خدماتهم على مواقع الانترنت مما دفع العديد من الباحثين إلى إيجاد أدوات قياس تتماشى وهذا التطور، وتتمثل فيما يلي (2):

- الجودة على الخط (WEBQUAL): يمثل الاستبيان على الخط (الاستبيان الإلكتروني) الذي يقدم للعملاء لتقييم جودة المواقع على شبكة الانترنت وفقا لتطوراتها، وهذا الاستبيان ينجز من قبل العملاء (يجيب على تساؤلات في الاستبيان) وتقييم العملاء النوعي يحول إلى مقاييس كمية تعتبر مفيدة لإدارة عملية صنع القرار.

(WEBQUAL) يسمح بإجراء مقارنات بين بيئة التجارة الإلكترونية في نفس الميدان ومع مرور الوقت، وقد تم تطبيقه في العديد من المجالات منها: مواقع الجامعة على الشبكة، مواقع البيع بالمزاد العلني، موقع بيع الكتب على الشبكة. كما يعتبر نتاج جزئي لتقييم جودة المعلومة وانتشارها في بيئة التجارة، إن وسيلة (WEBQUAL) أصبحت سلوك متكرر تتجز وتعدل حسب متغيرات كل ميدان في التجارة الإلكترونية.

* SERVPERF يعني أداء الخدمة تتكون من العبارتين: SERVICE تعني الخدمة و PERFORMANCE تعني الأداء.

(1)- فضيلة شيروف، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير، قسم علوم التجارة، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، دفعة 2009-2010، ص ص 35-36.

(2)- فضيلة شيروف، مرجع سبق ذكره، ص ص 54-55.

- E-SERVQUAL: هو نموذج مفاهيمي لجودة الخدمة في محيط الجدار الإلكتروني وهي قائمة على هيكل جودة الخدمات التقليدية خارج الخط المسماة SERVQUAL وهي مشتقة من البحوث الاستكشافية حول مجموعات التعديل ومرحلتين من مجموعة المعلومة التجريبية والتحليلية.

وهذا النموذج ينتج سبعة خصائص لجودة الخدمة (الكفاءة، الاعتمادية، الإنجاز، السرية، الاستجابة، التعويض، الاتصال المباشر) كل هذه الخصائص تمثل مقاييس يستعملها العملاء لتقييم الخدمات على الخط.

على سبيل المثال خاصية الاستجابة تقيس قدرة الإجابة على أسئلة العملاء، الأداء السريع، تحديث النظام والقوانين، ويمكن استعمال E-SERVQUAL كهيكلي لمديري التسويق لتقييم جودة الخدمات في محيط الجدار الإلكتروني.

- E-SEQUAL: هو هيكل لجودة الخدمة التي تعتبر أساس تجربة وإدماج علاقات العملاء الإلكترونية واستراتيجيات للتصميم الفعال وتطوير محيط الجدار الإلكتروني.

يمكن أن يوفر توجيهات وإرشادات للتجارة الإلكترونية فيما يتعلق بتكامل الواجهة وإنهاء الإجراءات التجارية وعبر مختلف نقاط التماس العملاء مثل: الهاتف، الفاكس، البريد الإلكتروني، ويمكن تطبيقه كوسيلة لتوجيه مصممي WEB ومختصي التسويق لطريقة استخدام تتماشى مع الشروط الأساسية لإدماج توقعات العملاء لتحقيق جودة الخدمة وقابلية الاستعمال في تصميم محيط الجدار الإلكتروني.

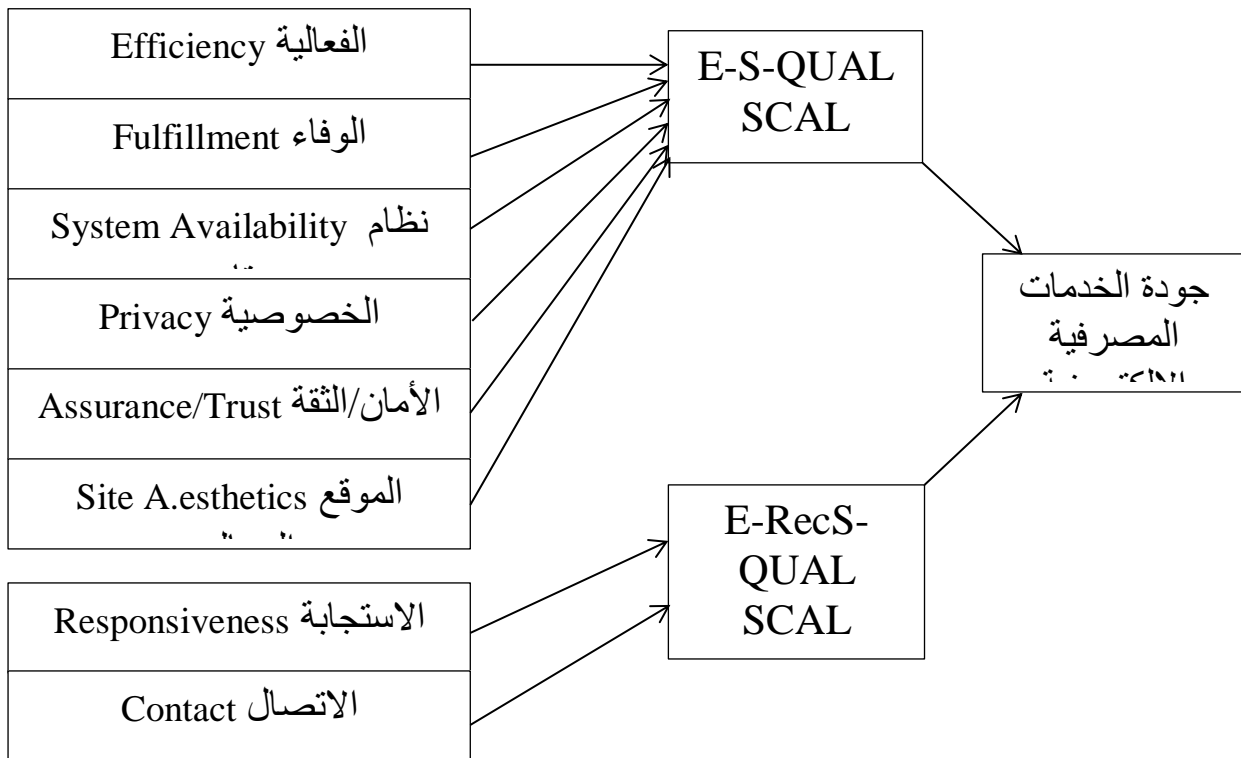
- E-S-QUAL: عرفها كل من (PARASURMEN, ZEITHMAL, MALHETRA, VALARIE, ARVIND) على أنها مشتقة لقياس جودة الخدمة المقدمة على الخط، ومن المعلومات التجريبية المجمع اكتشفت وضعيتين مختلفتين وضروريتين لقياس جودة الخدمة الإلكترونية.

الوضعية الأولى (E-S-QUAL) تضم أربعة أبعاد لها اثنان وعشرون صفة، وهي: الكفاءة، الوفاء، توافر النظام والخصوصية.

أما الوضعية الثانية (E-RecS-QUAL) تكون مع العملاء الذين ليس لهم لقاء روتيني مع الموقع، وتضم ثلاثة أبعاد لهم إحدى عشر صفة، وهي: الاستجابة، التعويض والاتصال.

E-S-QUAL هي أداة مماثلة لـ SERVQUAL وضعت خصيصا لقياس جودة الخدمات عبر الانترنت، وقد تم تطويرها عام 2000 واختبارها وتنقيحها عام 2002 وهذا ما نوضحه في الشكل التالي:

الشكل (1-1): نموذج لقياس جودة الخدمات المصرفية عبر الإنترنت



Source: Model for Measuring the Quality of Online Banking Services (Adapted from Parasurman et Al, 2000 and 2002). Voir Vasya Kenova et Al, P20.

المبحث الثاني: أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية

إن التقدم التكنولوجي في عالم الانترنت و الإقبال المتزايد للأفراد و المشروعات على الحاسب الآلي و المعلوماتية كان وراء ميلاد المعاملات و التجارة الإلكترونية عن بعد، و البحث عن سبل تسوية تلك المعاملات أدى إلى ظهور وسائل دفع الكترونية و سوف نعرض أهمها:

المطلب الأول: النقود الإلكترونية

تعتبر النقود الإلكترونية نقود غير ملموسة، تأخذ صورة وحدات إلكترونية تخزن في مكان امن على الأسطوانة الصلبة للكمبيوتر الخاص بالعميل، و تكون متاحة للتبادل الفوري في عمليات الشراء و البيع و التحويل.

أولاً: مفهوم النقود الإلكترونية و مميزاتها

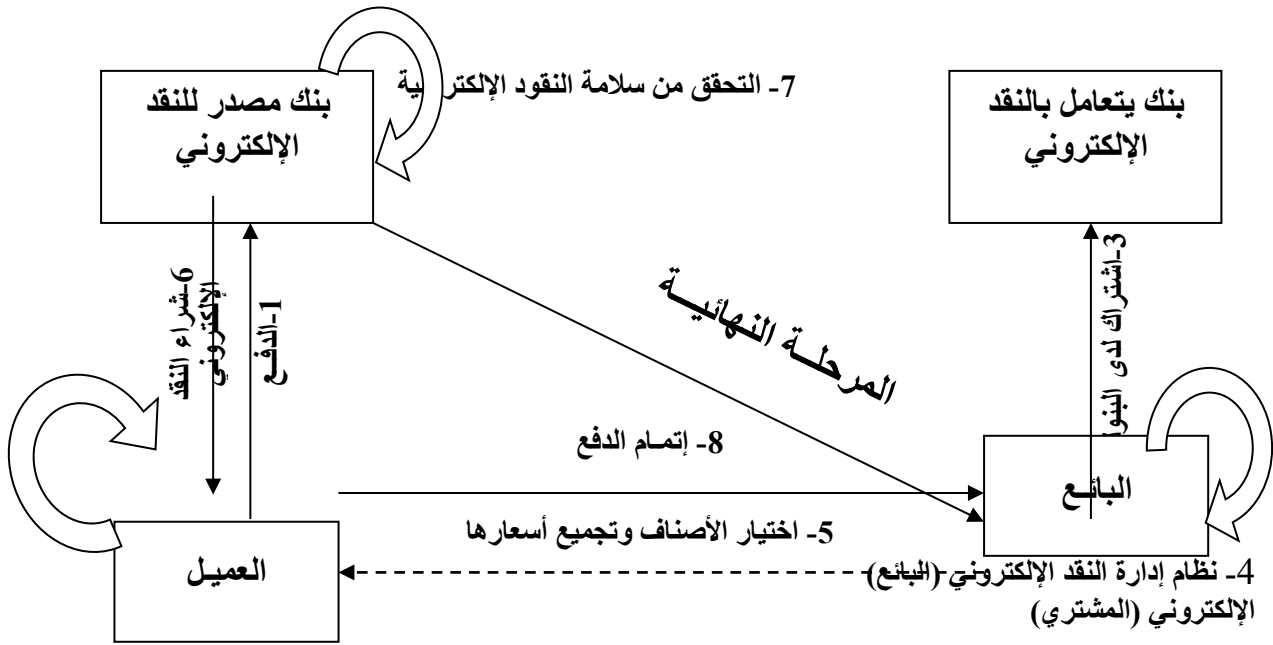
النقود الإلكترونية عبارة عن مستودع للقيمة النقدية، يحتفظ به في شكل رقمي، و يجب أن تكون قابلة للنقل و التداول و الاستيفاء و للتقسيم و الصمود أمام التزييف⁽¹⁾.

(1)- نادر عبد العزيز شافي، مرجع سبق ذكره، ص 84.

وقد عرفها البنك المركزي الأوروبي بأنها: "مخزون إلكتروني لقيمة نقدية على وسيلة تقنية يستخدم بصورة شائعة للقيام بمدفوعات لمتعهدين غير من أصدرها، دون الحاجة إلى وجود حساب بنكي عند إجراء الصفقة و تستخدم كأداة محمولة مدفوعة مقدما"⁽¹⁾. و تتميز النقود الإلكترونية بالخصائص التالية⁽²⁾:

- إمكانية تحويل القيمة إلى طرف آخر بواسطة تحويل المعلومات الرقمية و هذا يعكس إمكانية استخدام شهادة النقود الرقمية عدة مرات.
- التحويل يتم بواسطة الشبكات العالمية (الانترنت) أو شبكات الاتصال اللاسلكية.
- النقد الإلكتروني يتميز بقابلية للتجزئة و هذا لإجراء العمليات صغيرة القيمة.
- يمكن استخدام النقود في أي وقت وفي أي مكان.

الشكل (1-2): دورة استخدام النقد الإلكتروني وإجراءاتها



المصدر: رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 1999، ص 66.

(1)- محمد إبراهيم محمود الشافعي، الآثار النقدية والاقتصادية والمالية للنقود الإلكترونية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003، ص 07.

(2)- يوسف بن عاتي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 90.

ثانياً: أنواع النقود الإلكترونية

هناك عدة تقسيمات للنقود الإلكترونية من بينها ما يلي:

1- من حيث متابعتها و الرقابة عليها: تقسم النقود الإلكترونية من حيث متابعتها و الرقابة عليها إلى (1):

أ- نقود إلكترونية قابلة للتعرف عليها: و تتميز باحتوائها على معلومات عن الشخص الذي قام بسحب النقود من المصرف في بداية التعامل ثم الاستمرار كما هو الشأن بالنسبة لبطاقة الائتمان في متابعة حركة النقود داخل النظام الإلكتروني وحتى يتم تدميرها في نهاية المطاف.

ب- نقود إلكترونية غير اسمية: تستخدم تماما كالأوراق النقدية من حيث كونها مثبتة الصلة بمن يتعامل بها، فلا تترك من ورائها أثرا يدل على هوية من انتقلت منه أو إليه.

2- حسب أسلوب التعامل بها: تقسم وفقا لهذا الأسلوب كما يلي (2):

أ- نقود إلكترونية ناشئة عن طريق الشبكة: وهي نقود رقمية تتم في بداية سحبها من مصرف أو مؤسسة مالية أخرى، و تخزينها في أداة معدنية داخلية توضع في جهاز الحاسوب الشخصي وبالضغط على الفأرة الخاصة لهذا الجهاز ترسل النقود الرقمية عبر الانترنت إلى المستفيد.

ب- نقود إلكترونية خارج الشبكة: هنا تتم التعاملات دون الحاجة للاتصال مباشرة بالمصدر فهي تتخذ عادة صورة بطاقة يحوزها المستهلك وتتضمن مؤشرا يظهر به التغيرات التي تطرأ على قيمتها المخزنة بعد إجراء كل تعامل نقدي وهي تثير قدرا أكبر من المشاكل خاصة فيما يتعلق بالأمان من مخاطر الصرف المزدوج.

ثالثا: مزايا و عيوب النقود الإلكترونية

1- مزايا النقود الإلكترونية: هناك العديد من المزايا لاستخدام النقود الإلكترونية، أهمها ما يلي:

أ- انتشار الخدمات المصرفية عالميا:

إن استخدام النقود الإلكترونية يسهل إتمام العمليات المالية والتجارية عبر الانترنت عموما، والعمليات المصرفية الإلكترونية خصوصا، كما تساهم في انتشار وشيوع هذه العمليات، هذا بالإضافة إلى إتاحة فرصة التعامل بالعديد من العملات مع إمكانية التحويل بينها بصورة فورية، دون وجود أية عقبات جغرافية أو زمنية (3).

(1)- جلال عايد الشورى، وسائل الدفع الإلكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 59.

(2)- زبير عياش، سميرة مناصرة، دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين الأداء البنكي، الملتقى الدولي حول نماذج خدمات الصيرفة الإلكترونية الناشئة، جامعة ام البواقي، الجزائر، 2-3 ديسمبر 2013، ص 07.

(3)- زهير بشناق، العمليات المالية والمصرفية الإلكترونية، اتحاد المصارف العربية، بيروت، 2006، ص 254.

ب- انخفاض الكلفة:

يعتبر الباحثون أن سرعة تبني المستهلكين لأنظمة النقود الإلكترونية تتوقف على قلة كلفتها، حيث يساهم استعمال هذه النقود في خفض كلفة المنتجات والخدمات، ومن أهم أهداف النقود الإلكترونية هو تخفيض الكلفة وتقديم الخدمات للعملاء بأقل تكلفة ممكنة وبأعلى نوعية، ويشير الباحثون في القطاع المصرفي أن كلفة تقديم الخدمة عبر القنوات التقليدية هي أعلى بستة أضعاف أو أكثر من كلفة تقديم ذات الخدمة عبر القنوات الإلكترونية الحديثة (1).

ج- سهولة الاستخدام وسرعة التعامل:

تسمح النقود الإلكترونية بإتمام العمليات المطلوبة بطريقة أسهل وبسرعة أكبر لأنها تعطي للشخص حرية الوصول إلى مصرفه عند الحاجة وفي الوقت الذي يناسبه.

فالنقود الإلكترونية تسمح بإتمام المبادلات المالية عبر تحويل القيمة النقدية المخزنة إلكترونياً إلى جهاز إلكتروني آخر دون الحاجة إلى طلب الإذن لإتمامها ودون إشراك الحسابات المصرفية المدينة والدائنة، كما هي الحال عند استخدام وسائل الدفع الإلكترونية الأخرى بالبطاقة الائتمانية أو التحويلات التقليدية (2).

د- السرية والخصوصية:

يستطيع المشتري أن يقوم بالعديد من عمليات الشراء والبيع والتحويل المالي بواسطة النقود الإلكترونية، دون أن يكون ملزماً بتقديم أية معلومات خاصة يفرضها التعامل المصرفي التقليدي، وهذا ما أدى إلى سرعة تبني المستهلكين لأنظمة النقود الإلكترونية نتيجة عدم كشفها عن هوية الأشخاص والأشياء، لكن الميزة تسمح بالتهرب الضريبي كما تثير مخاوف استخدام هذه السرية والخصوصية في أنشطة إجرامية (3).

2- عيوب النقود الإلكترونية: تواجه النقود الإلكترونية نفس المخاطر التي يمكن أن تواجهها النقود التقليدية عموماً، غير أن هناك بعض المخاطر الخاصة ومنها (4).

- تعطل أجهزة الكمبيوتر أو الأنظمة الإلكترونية التي تقوم بحفظ وتشغيل وتحويل النقود الإلكترونية، سواء كان التعطيل تلقائياً أو بفعل أعمال إجرامية، كإرسال فيروسات تخريبية عبر شبكة الانترنت.
- استخراج نسخ مزيفة عن النقود الإلكترونية، بعد معرفة تفاصيل النقود الأصلية بصورة غير مشروعة.
- سرقة هذه النقود عبر الدخول غير المشروع إلى أجهزة أو أنظمة الحساب الشخصي المحفوظ على أجهزة الكمبيوتر عن طريق ما يعرف بفك التشفير غير المشروع.

(1)- أحمد سفر، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2006، ص 177.

(2)- إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2008، ص 75.

(3)- أحمد سفر، مرجع سبق ذكره، ص 178.

(4)- نادر عبد العزيز شافي، مرجع سبق ذكره، ص 89.

وتعتبر الأنظمة المشفرة خط الدفاع الأول، ومن أهم إجراءات الأمان لهذه النقود فهي تعتمد على معادلات رياضية تسمى "خوارزميات" ومفاتيح خاصة تستخدم في حفظ وتشغيل النقود الإلكترونية ونقل الوسائل المتعلقة بها بطريقة تجعل قراءتها غير ممكنة، إلا من الأشخاص الذين يملكون مفاتيح حل الرموز الخاصة بها.

المطلب الثاني: البطاقات البنكية والتحويلات الإلكترونية

أولاً: البطاقات البنكية (النقود البلاستيكية)

تعتمد بطاقات الدفع الإلكترونية على نظام معلومات متكامل، وتعتبر طريقة حديثة من طرق الدفع التي يتعامل بها الناس وتلقى قبولا دولياً من أجل تحقيق السرعة في أداء معاملاتهم.

1- مفهوم البطاقة البنكية:

تعد البطاقة البنكية في وقتنا المعاصر من أهم وسائل الدفع والبدائل العصري للنقود، حيث يوجد أكثر من تعريف لها.

فعرها المشرع الفرنسي على أنها: "كل بطاقة تسمح لحاملها بسحب أو بنقل الأموال، ولا يمكن أن تصدر إلا من طرف هيئة قرض أو مؤسسة مالية أو مصلحة مرخص لها بوضع وإصدار البطاقات كالمصارف، الخزينة العامة ومصالح البريد"⁽¹⁾.

كما تعرف البطاقات البنكية على أنها: "عبارة عن بطاقة بلاستيكية ومغناطيسية يصدرها البنك لصالح عملائه بدلا من حمل النقود"⁽²⁾.

ومما سبق يمكن إعطاء تعريف شامل للبطاقة البنكية وهي: "أداة مصرفية للوفاء بالالتزامات تصدرها مؤسسات مالية لشخص عادي أو اعتباري تمكنه من إجراء سحب نقدي من البنوك أو شراء سلع أو خدمات من التجار، مع التزامه بالسداد للبنك المصدر بالشروط والقواعد المحددة بالعقد المبرم بينهما"⁽³⁾.

وللبطاقات البنكية عدة تسميات، فهناك من يطلق عليها بالبطاقة البلاستيكية على أساس أنها تصنع من مادة البلاستيك، بينها يسميها الآخرون ببطاقات الدفع الإلكترونية وذلك لاعتمادها على الأجهزة الإلكترونية في الحصول على التفويض أو إجراء التسويات المالية.

تصدر البطاقات البنكية من طرف مجموعة من المنظمات العالمية والمؤسسات المالية والتجارية، نذكر منها⁽⁴⁾:

- فيزا Visa International: تعد أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية، يعود تاريخ إنشائها إلى عام 1958 عندما أصدر بنك أمريكا البطاقات الزرقاء والبيضاء والذهبية.

(1)- محمد أمين الرومي، التعاقد الإلكتروني عبر الانترنت، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص 106.

(2)- محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007، ص 106.

(3)- ثناء علي القباني، نادر شعبان إبراهيم السواح، النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك التجارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص ص16-17.

(4)- يوسف بن عاتي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 82.

- ماستر كارد Master Card International: هي ثاني أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية، مقرها في الولايات المتحدة الأمريكية، بطاقتها مقبولة لدى أكثر من 9,4 مليون محل تجاري، استخدمت لتسوية معاملات بلغت أكثر من 200 مليون دولار.

- أمريكيان اكسبرس American Express: هي من المؤسسات المالية الكبرى التي تصدر بطاقات ائتمانية مباشرة دون ترخيص إصدارها لأي مصرف، وأهم البطاقات الصادرة عنها:

● اكسبرس الخضراء: تمنح للعملاء ذوي الملاءة المالية العالية.

● اكسبرس الذهبية: تمتاز بتسهيلات غير محددة السقف الائتماني، تمنح للعملاء ذوي الملاءة المالية العالية.

● اكسبرس الماسية: تصدر لحاملها بعد التأكد من الملاءة المالية، وليس بالضرورة أن يفتح حاملها حساب لديها.

- ديتير كلوب Diter Club: من مؤسسات البطاقات الائتمانية الرائدة عالميا، رغم صغر عدد حملة بطاقتها، إلا أنها حققت أرباح وصلت إلى 16 مليون دولار، تصدر بطاقات متنوعة مثل:

- بطاقات الصرف البنكي لكافة العملاء.
 - بطاقات الأعمال التجارية لرجال الأعمال.
 - بطاقات التعاون مع الشركات الكبرى مثل شركات الطيران.
- 2- أنواع البطاقات البنكية: يوجد العديد من البطاقات البلاستيكية، نذكر أهمها فيما يلي:
- أ- بطاقات الدفع (Payments Cards): وهي بطاقات بلاستيكية تستخدم لأغراض الدفع، حيث يوجد ثلاثة أنواع منها، وهي (1):
- البطاقات الائتمانية: هي عبارة عن بطاقات تمنح لحاملها سقف ائتماني محدد للسحب وتكون هذه البطاقة عادة برسوم سنوية للإصدار، وفائدة على الرصيد غير المدفوع.
 - البطاقات الوفائية: وهي البطاقات التي تعطى بسقف محدد، ويقوم العميل بالعادة بدفع قيمة المطالبة كاملة خلال فترة ما بين 30 إلى 45 يوما، ويوجد عادة عليها رسوم سنوية، ومن أهم مصدريها شركة American Express.
 - البطاقات المدينة: وفيها يتم خصم قيمة فاتورة الشراء مباشرة من حساب العميل، ومن أهم الشركات المصدرة لها شركة Visa وشركة Master Card.
- ب- بطاقات الائتمان الوهمية (Pseudo Credit Cards) (2): وهي من الابتكارات الجديدة، تمثل نظام دفع إلكتروني إذ تعطي الجهة المصدرة للبطاقة رقم خاص يمكن استخدامه بدلا من أرقام البطاقات الاعتيادية، فالمستخدم يعطي رقم عملية بدلا من رقم بطاقة.

(1)- رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 1999، ص 49.

(2)- ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص 47.

- ج- المحافظ الإلكترونية (Electronic Wallets) (1): هي عبارة عن برنامج يقوم المستخدم بتنصيبه على حاسوبه الشخصي، ويتم تخزين المعلومات الشخصية وأرقام البطاقة الائتمانية في هذا البرنامج، وعندما يقوم المستخدم بعملية الشراء يضغط كبسة واحدة على هذا البرنامج ليتم تعبئة المعلومات المطلوبة آليا بدلا من قيام العميل بتعبئة نموذج الشراء في كل عملية، ومن الشركات المصدرة: Visa وMaster Card.
- د- البطاقات الذكية (Smart Cards) (2): وهي من الاختراعات التي دعمت نظام الدفع الإلكتروني، وتتمثل في بطاقة دفع بلاستيكية تتميز بوجود قرص رقيق محفور على البطاقة قدر على التحكم والمحافظة على البيانات المخزنة من أي شطب أو إضافة، وهذه البيانات يمكن قراءتها من خلال القارئ عندما تمرر البطاقة عليه، ويوجد نوعان منها هما:
- بطاقة الاتصال المباشر: حيث تحتوي على صفيحة معدنية ذهبية قطرها نصف إنش تقع في المقدمة، عندما تمرر البطاقة على القارئ يحدث اتصال إلكتروني، ويتم تمرير البيانات من خلال القرص.
 - بطاقة الاتصال غير المباشر: وفي هذا النوع إضافة إلى وجود قرص محفور على البطاقة، يوجد هوائي محفور أيضا بحيث تمرر المعلومات من وإلى البطاقة عن طريق الهوائي إلى هوائي آخر مربوط بقارئ البطاقة أو أي أداة أخرى، ويستخدم هذا النوع من البطاقات في التطبيقات التي تحتاج إلى معالجة سريعة مثل: الدفع في الحافلات أو القطارات أو غيرها...

ثانيا: التحويلات المالية الإلكترونية

يعتبر تحويل الأموال من أهم الوسائل التي تسمح لعملاء البنوك بالوفاء بديونهم دون استخدام النقود، وقد أصبح بالإمكان تحويل الأموال مع ظهور أنظمة التحويل المالي الإلكتروني.

1- تعريف التحويل الإلكتروني

هو عملية يتم بموجبها نقل مبلغ معين من حساب إلى آخر عن طريق تقييده في الجانب المدين للأمر والجانب الدائن للمستفيد سواء تم هذا التحويل بين حسابين مختلفين في البنك أو في بنكين مختلفين (3).

ويهدف نظام التحويل الإلكتروني للأموال إلى تسهيل وتعجيل المدفوعات والتسويات بين البنوك بما يكفل تقديم خدمات أفضل للعملاء، كما يعطي للبنوك ميزة تنافسية في الأسواق العالمية، ويتيح لها إمكانية التسوية الفورية من دفع وتلقي الأموال عبر حساباتها الجارية لدى البنوك المركزية وتوفير دفع فوري لعملائها.

- (1)- مسبودي كريمة، بولحية سليمة، مرجع سبق ذكره، ص 57.
- (2)- محمد نور سناء، جودت خلف، التجارة الإلكترونية، الطبعة الثانية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 245.
- (3)- محمود محمد أبو فروة، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الانترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 56.

2- إجراءات عملية التحويل المالي الإلكتروني

تنفذ عملية التحويل المالي الإلكتروني بتوقيع العميل نموذج معتمد لصالح الجهة المستفيدة، وإتمام هذه العملية يميز حالتين التاليتين (1).

أ- وجود وسيط: يقوم العميل بإرسال تحويل مالي عن طريق المودم إلى الوسيط الذي يجمع التحويلات المالية ويقوم بما يلي:

- إرسال التحويلات المالية إلى المقاصة المالية الآلية، والتي ترسل نموذج التحويل المالي الإلكتروني إلى بنك العميل.

- يقارن بنك العميل التحويل المالي برصيد العميل وتنتج حالتين:

● حالة تغطية الرصيد لقيمة التحويل المالي حيث يتم اقتطاع التحويل منه وتحويله إلى حساب المستفيد سواء البنك أو التاجر في وقت السداد المحدد.

● حالة عدم تغطية الرصيد لقيمة التحويل المالي حيث يتم إرسال إشعار بعدم كفاية الرصيد إلى الوسيط الذي يقوم بدوره بإعادة الإشعار إلى العميل.

ب- عدم وجود وسيط: في هذه الحالة يستلزم على التاجر أن يملك البرمجيات الخاصة التي تسمح بإجراء هذه العملية، وتتم الإجراءات التالية:

- يقوم العميل باعتماد نموذج الدفع مرفقا بشيك مصادق لصالح التاجر.

- يقوم التاجر بإرسال الاعتماد إلى دار المقاصة الآلية.

- دار المقاصة الآلية ترسل الاعتماد إلى البنك لاقتطاع المبلغ من حساب العميل في الوقت المحدد وتحويله إلى حساب التاجر.

وفي هذه الحالة لا توجد حاجة للتحقق من كفاية رصيد العميل لأن الشيك المصادق عليه يضمن ذلك.

المطلب الثالث: الأوراق التجارية الإلكترونية

أصبح استخدام الوسائل الإلكترونية تطبيقاً عاماً في المعاملات المتداولة خاصة بين البنوك، فالمتعامل بالأوراق التجارية الإلكترونية يعد جزءاً مهماً بالنسبة للعلاقات والمعاملات الجارية، وسنتطرق لأهم الأوراق فيما يلي:

أولاً: الاعتماد المستندي الإلكتروني

1- تعريف الاعتماد المستندي الإلكتروني

يمكن تعريفه بأنه العملية التي يتم من خلالها تبادل الوثائق والمستندات إلكترونياً عن طريق البريد الإلكتروني (E-mail)، أي أن المستند الإلكتروني لن يكون ورقياً ولكن عبر الشاشات ويعرف بالسجل

(1)- زبير عياش، سميرة مناصرة، مرجع سبق ذكره، ص 10.

الإلكتروني، والذي يحقق للمتعاملين بالتجارة وللمصارف صدق المعلومات وصدق منشأها (1).

2- القواعد الخاصة بالاعتماد المستندي الإلكتروني: يمكن إيجاز قواعد الاعتماد المستندي الإلكتروني كما يلي (2):

- يخضع الاعتماد المستندي الإلكتروني لنفس القواعد العامة (UCP)* سواء بنظام السويفت (SWIFT) أو (E-mail)، غير أنه يجب الإشارة إلى أن مصطلح القواعد العامة الإلكترونية يرمز له بالمصطلح (E-USP)، وبالتالي فإذا فتح الاعتماد المستندي على أساس أنه يخضع للقواعد العامة الإلكترونية فإنه أيضاً يخضع للقواعد العامة، أما إذا فتح على أساس أنه يخضع للـ (UCP) فإنه لن يخضع للقواعد العامة الإلكترونية إذا كان يقبل تقديم المستندات الإلكترونية.
- إن القواعد الإلكترونية لا تعمل بشكل منفصل عن القواعد الورقية وعندما يقال أن الاعتماد المستندي الإلكتروني يخضع للقواعد الإلكترونية يعني أنه يخضع للقواعد الإلكترونية العامة.
- إذا ورد في الاعتماد تقديم مستندات إلكترونية ورقية فعلى الاعتماد المذكور أن يشير في أن واحد إلى مكان التقديم الإلكتروني ومكان تقديم المستندات الورقية، وهذا ما تضمنته المادة (E5N) من القواعد الخاصة بالاعتماد المستندي الإلكتروني.
- استلام المستند الإلكتروني: فيما يخص استلام المستند الإلكتروني، يجب الإشارة إلى ما يلي:

- إن طبيعة المستند الإلكتروني تسمح بالتقديم الجزأً للمستندات الإلكترونية، بحيث تتجمع تبعاً لدى المصرف المعين أو المعزز غير أنه حرصاً على وقت التقديم النهائي فإن القواعد العامة في مادتها (E5E) تفرض على المستفيد بأن يعلم المصرف بأي وسيلة متوفرة بأن عدد (نصاب) المستندات قد اكتمل، وعندها يبدأ عداد الزمن بالنسبة إلى المصرف في فحص المستندات والـ < ي يبدأ من اليوم التالي لاستلام المصرف إشعار من المستفيد بأن عدد المستندات قد اكتمل.
- ينبغي على المستفيد في حالة تقديم مستندات إلكترونية التزاماً غير قابل للإلغاء بإشعار المصرف باكتمال جميع المستندات وأي طريقة أخرى لا تغير من هذا الالتزام، أي أن استلام المستند الإلكتروني لا يعني أبداً قبولاً أو رفضاً تلقائياً للمستفيد، وهذا ما تضمنته المادة (E3BU) من القانون.

- إذا كان المستند الوارد إلكترونياً عليه عبارة (HYPERLINK) يمكن الضغط عليها بالماوس، حيث يمكن للمصرف الوقوف على تاريخ المستند وما أضيف عليه في كل مرحلة، والترابط المنطقي يجب أن يكون مسموحاً بالدخول عليه وإلا أعتبر مخالفة...

(1)- محمود أحمد الشراوي، مفهوم الأعمال المصرفية الإلكترونية وأهم تطبيقاتها، مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، المجلد الأول، دبي، 10-12 ماي 2003، ص 21.
(2)- فهمي سعيد محمد قاسم، نظم المعلومات وتكنولوجيا الاتصال في تحسين الخدمات المصرفية، مذكرة تخرج لنيل شهادة دكتوراه، قسم علوم التسيير، تخصص علوم مالية وتجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة عنابة، دفعة 2010-2011، ص 115.

* يعني المصطلح: ("UCP" The Uniform Customs and Practice for Documentary Credit) القواعد والأعراف الموحدة الخاصة بالاعتمادات المستندية والصادرة من غرفة التجارة الدولية.

- يعتبر المستند الإلكتروني أصل دون الحاجة إلى ذكر كلمة أصل وفقاً للمادة (E8).
- في المستندات الورقية يمثل تاريخ الإصدار عنصراً مهماً وهو يعرف من المستند نفسه، أما في المستندات الإلكترونية فالوضع يصبح ملزماً أكثر لأن تاريخ إصدار الاعتماد ليس بالضرورة تاريخ إرسال المستند الإلكتروني أو تاريخ الاستلام أو تاريخ الإنشاء، من أجل ذلك فإن المادة (E9) وضعت قاعدة تفرض على المصارف تحديد تاريخ الإصدار.
- إن المستند الإلكتروني يمثل مستنداً مضموناً أكثر من المستند الورقي لأنه لا يمكن التأكد من أن المستندات الورقية المقدمة صحيحة وليست مزورة.

ثانياً: الشيك الإلكتروني

1- تعريف الشيك الإلكتروني:

تم تعريف الشيك الإلكتروني على أنه "رسالة موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله) ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنت ليقوم البنك أولاً بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك وبعد ذلك يقوم بإعادته إلكترونياً إلى مستلم الشيك ليكون دليلاً على أنه قد تم صرف الشيك فعلاً"⁽¹⁾.

وتقوم فكرة الشيك الإلكتروني على وجود وسيط لإتمام عملية الدفع والمتمثل في جهة التخليص (Clearing House) وغالباً ما يكون البنك، حيث يتم فتح حساب وتحديد التوقيع الإلكتروني للعميل، يقوم المشتري مثلاً بتحرير الشيك مزيلاً بتوقيعه الإلكتروني ويرسله بالبريد الإلكتروني المؤمن إلى البائع الذي يوقعه كمستفيد إلكترونياً ثم يقوم بإرساله إلى البنك الذي يتولى مراجعته ويخطر كل من الطرفين بتمام إجراء المعاملة المالية، أي خصم الرصيد من المشتري (الطرف الأول) وإضافته لحساب البائع.

2- أنظمة الشيكات الإلكترونية: هناك نظامان يتم الاعتماد عليهما في الشيكات الإلكترونية هما:⁽²⁾

- نظام FSTC*: هو نظام معتمد من قبل اتحاد مالي لمجموعة كبيرة من البنوك والهيئات المصرفية الأمريكية، وهو يوفر للمستهلك إمكانية الاختيار بين مجموعة من وسائل الدفع الإلكتروني أهمها الشيك الإلكتروني القياسي (Chèque Electronique Stand)، الشيك الإلكتروني المؤكد (Chèque Electronique Certifié) وآلات الصرف الإلكتروني (ATM) وذلك باستعمال دفتر الشيكات الإلكتروني الذي يرصد كل المعاملات على مستوى نفس الحساب البنكي.

- نظام Cyber Cach: هو عبارة عن نظام دفع يعتمد على الشيكات الإلكترونية لشركة Cyber Cach الأمريكية، تتعامل به مجموعة من البنوك والمؤسسات التجارية المشتركة بهذا النظام، ومن سلبياته لا يوفر للمستهلك إمكانية الاختيار بين مجموعة من وسائل الدفع الإلكترونية كالنظام الأول.

- (1)- منير الجنيهي، ممدوح الجنيهي، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص ص 49-50.
- (2)- عبد المجيد قدي، نوبا حديد، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على المؤسسة، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، جامعة ورقلة، الجزائر، 15-16-17 مارس 2004، ص 5.

* Financial Services Technology Corporation.

ثالثا: الكمبيالة الإلكترونية

بداية يشار إلى أن الكمبيالة بصورتها الإلكترونية لا تختلف من حيث المحتوى عن الكمبيالة الورقية، وبالتالي فإن كافة البيانات التي يتطلب إدراجها في الكمبيالة الورقية لا يجوز إغفال أي منها عند إصدار الكمبيالة الإلكترونية، فيكمن الفرق بين النوعين من حيث طريقة إصدار كل منهما، بعبارة أخرى يقوم الساحب بتحرير الكمبيالة ثم يرسلها بعد ذلك إلى المصرف الذي يتعامل معه عبر جهاز الحاسوب وقبل موعد استحقاق الكمبيالة بوقت محدد، يقوم مصرف الساحب بإرسال هذه الكمبيالة إلى جهة المسحوب عليه والمحددة في الكمبيالة، وإذا كان هناك أكثر من كمبيالة فإنه يتم تقسيم الكمبيالات وفرزها بصورة إلكترونية بطبيعة الحال وذلك قبل إرسالها إلى المسحوب عليه، وعند هذا الأخير يتم تحديد الكمبيالات مستحقة الدفع من قبله وبعد أن يتأكد من توافر كافة المتطلبات اللازمة لسداد قيمة الكمبيالات، يقوم برد الكمبيالة إلكترونيا إلى المصرف الذي كان قد أرسلها له من قبل موقعا عليها بقبول تسديدها، ويتم السداد عن طريق التحويل الإلكتروني حيث تقيد قيمة الكمبيالة في الجانب الدائن لحساب المستفيد في المصرف الذي يحدده، تقيد في ذات الوقت نفس هذه القيمة في الجانب المدين لحساب الساحب (1).

المبحث الثالث: قنوات توزيع الخدمات المصرفية الإلكترونية

مع التطورات التكنولوجية ظهرت قنوات وأساليب عديدة يتم من خلالها تسهيل استخدام وتوزيع الخدمات المصرفية الإلكترونية، ويمكن التعرض لها من حيث المفهوم والأنواع كما يلي:

المطلب الأول: مفهوم قنوات التوزيع الإلكترونية

ويقصد بها: "مجموعة من الأدوات التي تقدم من خلالها الخدمة المصرفية الإلكترونية بشكل كامل، من بداية اختيار الخدمة من قبل العميل، مروراً بإجراءات تخليصها وانتهاءً بأدائها بشكل إلكتروني كامل" (2).

كما عرفت على أنها منافذ تقدم خدمات مصرفية متنوعة دون توقف وبدون عمالة بشرية.

المطلب الثاني: أهم قنوات التوزيع الإلكترونية

تعددت وتنوعت قنوات التوزيع الإلكترونية، حيث تتمثل في:

أولاً: آلات الصرف الآلي Automated Teller Machines (3)

وهي عبارة عن ماكينات خاصة مجهزة بتقنية مصممة لتقديم خدمات مصرفية آلية لعملاء المصارف، وتطورت ماكينة الصراف الآلي من مجرد ماكينة للسحب النقدي إلى نموذج مصرف كامل يقدم معظم

الخدمات المصرفية التقليدية مثل التوريد والاستعلام و سداد الفواتير وغيرها من الخدمات الأخرى، ويتميز الصراف الآلي بإمكانية إتاحة خدماته من أماكن بعيدة وطيلة اليوم دون التقيد بزمن محدد كذلك انخفاض التكاليف مقارنة بالخدمة التقليدية.

- (1)- محمد أمين الرومي، المستند الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص 65.
- (2)- طارق طه، إدارة البنوك في بيئة العولمة والانترنت، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007، ص ص 266-267.
- (3)- Monique Zollinger, Marketing et Stratégie de la Banque, 3^{ème} édition, Dunod, Paris, 1999, P 98.

وتتلخص آلية عمل الصراف الآلي على وجود اتصال بين الحاسب الرئيسي للمصرف وآلة الصرف الآلي بحيث يمكن استقبال بيانات العميل كرقم حسابه، رمز الخدمة المطلوبة ورمز التعريف الشخصي... وذلك بمجرد قيامه بإدخال بطاقة التشغيل لتقوم الآلة بإعطاء استجابات فورية تتمثل في الخدمات المصرفية المطلوبة كالسحب النقدي، الإيداع النقدي، طلب كشف حساب بيان الأرصدة. وبدورها تنقسم آلات الصراف الآلي إلى ثلاثة أنواع معروفة حاليا هي:

1- آلات الصرف بعيدة المدى (Remote ATM)

وتتواجد في مناطق جغرافية متباعدة عن مبنى المصرف، بحيث تعكس تلك الأماكن فرص تسويقية محتملة للتوزيع المصرفي نظرا لوجود تجمعات من العملاء الحاليين والمحتملين فيها ومن أمثلة ذلك (النوادي الرياضية، المطارات، السكك الحديدية، الفنادق الكبرى).

2- آلات الصرف الداخلية (Internal ATM)

وتتواجد داخل صالات التعامل بميادين المصارف والغرض منها امتصاص الطلب الزائد عن طاقة منافذ الصرف والإيداع في أوقات الذروة بغرض تخفيض صفوف الانتظار أمم الصراف البشري، توفر هذه النوعية من الآلات الملائمة الأدائية للخدمة المقدمة للعميل.

3- آلات الصرف خارج المبنى (Off Premises ATM)

وتتواجد حول المبنى الخارجي للمصرف بغرض توفير خدمات مصرفية بعد ساعات العمل الرسمية، أي توفير الملائمة الزمنية للخدمة.

ثانيا: المصارف المنزلية (Home Banks)⁽¹⁾

يعتمد نظام المصارف المنزلية على ما يعرف بعملية تحويل وإعادة تحويل البيانات، حيث يتم ربط الحاسب الآلي للمصرف بالحاسب الشخصي الموجود بمنزل العملاء من خلال وسائط اتصال، ويعمل الحاسب الشخصي كمحطة طرفية يتم عن طريقها تقديم الخدمة.

ويتم حاليا توظيف شبكة الانترنت في تقديم خدمات المصارف المنزلية، وهي الظاهرة التي يطلق عليها المصارف المنزلية بالانترنت فبدلا من تقديم الخدمة المصرفية إلى العميل عن طريق الاتصال المباشر بين الحاسب الآلي للمصرف والحاسب الآلي للعميل يتم توسط شبكة الانترنت.

(1)- المرجع نفسه، ص 279.

ثالثاً: نقاط البيع الإلكترونية (Electronic Points of Sale)⁽¹⁾

يتشابه هذا النظام مع المصارف المنزلية في اعتماده على شبكة اتصالات الحاسبات الآلية وعمليات التحويل وإعادته، أما وجه الاختلاف بينهما فيتمثل في أن عملية الاتصال في نظام الوحدات الطرفية تتم بين الحاسب الآلي للمصرف وبين المحطة الطرفية الموجودة داخل المتاجر الكبرى والأسواق المركزية بدلاً من الحاسبات الشخصية الموجودة داخل منازل العملاء.

رابعاً: الهاتف المصرفي (Phone Bank)⁽²⁾

وهي نوع من القنوات التي تقدم للعملاء خدمات على مدار الأربع وعشرون ساعة طوال اليوم، ويستطيع العميل فيها أن يطلب من البنك تحويل مبلغ من المال مقابل السلعة أو الخدمة التي اشتراها عبر الإنترنت إلى البائع ويتم ذلك بعد التأكد من شخصية العميل عن طريق إدخال الرقم السري الخاص بالعميل والمعطى له من قبل البنك، والتعرف كذلك على رقم هاتف العميل والتي يجري الاتصال به من خلال أرقام هاتفه المعروفة لدى البنك من قبل.

خامساً: الهاتف الجوال⁽³⁾

يتجه العالم أكثر فأكثر إلى استخدام الهاتف الجوال، حيث يمكن تقديم العديد من الخدمات للعميل عبر هاتفه، وتشبه هذه الخدمات تلك التي تقدم عبر الهاتف ولكنها تمتاز عنها بأنها يمكن أن تكون عبر بيانات ونص مكتوب، حيث يتم من خلالها الوصول إلى حساباتهم المصرفية وإجراء معاملاتهم ببسر وأمان وفي أي مكان.

سادساً: الإنترنت المصرفي⁽⁴⁾

حقق انتشار الإنترنت واستخدامه للبنوك إمكانية إتاحة خدمات المصرف، ومن ثم اتجهت البنوك نحو التوسع في إنشاء مقر لها على الإنترنت بدلاً من إنشاء مباني جديدة لها حتى يستطيع العميل أن يصل إلى الفرع الإلكتروني بطريق أسهل ويوفر البنك على الإنترنت خدمات مثل:

- شكل بسيط من أشكال النشرات الإلكترونية الإعلامية عن الخدمات المصرفية.
- امداد العملاء بطريقة التأكد من أرصدهم لدى المصرف.
- تقديم طريقة دفع العملاء للكيبالات المسحوبة عليهم إلكترونياً.
- كيفية إدارة المحافظ المالية للعملاء.
- طريقة تحويل الأموال بين حسابات العملاء المختلفة.

(1)- ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، الصيرفة الإلكترونية، دار وائل للنشر، عمان، 2008، ص 31.

(2)- كمال ملوج وآخرون، إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، جامعة المدية، جامعة بجاية، 26-27 أبريل 2011، ص 04.

(3)- يوسف بن عاتي وآخرون، دور الخدمة المصرفية في تطوير نشاط البنوك التجارية الجزائرية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر، تخصص إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قالم، 2011، ص 93.

(4)- كمال ملوج وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 05.

سابعاً: التلفزيون الرقمي (Digital Television)⁽¹⁾

وهو عبارة عن ربط عبر الأقمار الصناعية بين جهاز التلفزيون بالمنزل وبين الحاسب البنكي، بالتالي يمكن الدخول من خلال رقم سري إلى حاسب البنك أو شبكة الانترنت وتنفيذ العمليات المطلوبة، حيث يعد هذا التلفزيون من أحدث القنوات التي تم ابتكارها والتي تمكن المصارف من التفاعل مع العملاء في مواقعهم خصوصاً في المنزل مع ربوات البيوت، لاسيما في حالة عدم توفر جهاز حاسب، ووجدت هذه التقنية رواجاً خصوصاً في بريطانيا والسويد وفرنسا.

المطلب الثالث: مزايا ومخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية

يصاحب تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية مزايا ومخاطر متعددة تتمثل فيما يلي:

أولاً: المزايا: هناك مزايا تحقق للأطراف المتعاملة بهذه الوسائل، تتمثل في (2).

1- بالنسبة لحاملها:

- تحقق له سهولة ويسر الاستخدام.
- تحقق له الأمان بدلاً من حمل النقود الورقية لتفادي السرقة والضياع.
- لحاملها فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترات محددة.

2- بالنسبة للتاجر:

- تعد أقوى ضمان لحقوق البائع.
- تساهم في زيادة المبيعات.
- كما أنها أزاحت عبء متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق البنك والشركات المصدرة.

3- بالنسبة لمصدرها:

- تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات المالية، فقد حقق City Bank أرباحاً من حملة البطاقات الائتمانية عام 1999 بلغت 1 بليون دولار.
- تعتبر البطاقات التي يمنحها البنك إشهار في حد ذاتها لأنها تحمل اسم البنك حيثما استعملها حاملها.

ثانياً: المخاطر: تعددت هذه المخاطر وتتمثل في (3):

1- مخاطر التشغيل: تتمثل مخاطر التشغيل في:

- أ- عدم التأمين الكافي للنظم: حيث تنشأ هذه المخاطر عن إمكانية اختراق غير المرخص لهم لنظم حسابات البنك بهدف التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء واستغلالها سواء تم ذلك من خارج البنك أو من العاملين به بما يستلزم توفر إجراءات كافية لكشف وإعاقة ذلك الاختراق.

(1)- ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص 32.

(2)- حازم نعيم الصمادي، المسؤولية في العمليات المصرفية، دار وائل للنشر، عمان، 2003، ص 24.

(3)- وسيم محمد الحداد، مرجع سبق ذكره، ص ص 199-201.

ب- عدم ملائمة تصميم النظم أو انجاز العمل أو أعمال الصيانة: وتنشأ من إخفاق النظم أو عدم كفاءتها (مثل بطء الأداء) لمواجهة متطلبات المستخدمين وعدم السرعة في حل هذه المشاكل المتعلقة بالنظم والصيانة الخاصة بها، وخاصة إذ زاد الاعتماد على مصادر خارج البنوك لتقديم الدعم الفني بشأن البنية الأساسية اللازمة.

2- إساءة الاستخدام من قبل العملاء:

ويرد ذلك نتيجة عدم إحاطة العملاء بإجراءات التأمين الوقائية أو بسماحهم الدخول إلى حسابات عملاء آخرين أو القيام بعمليات غسل الأموال باستخدام معلوماتهم الشخصية أو قيامهم بعدم إتباع إجراءات التأمين الواجبة.

3- مخاطر السمعة:

تنشأ مخاطر السمعة في حالة توفر رأي عام سلبي تجاه البنك الأمر الذي قد يمتد إلى التأثير على بنوك أخرى، نتيجة لعدم مقدرة البنك على إدارة نظمه بكفاءة أو حدوث اختراق مؤثر لها.

4- مخاطر قانونية:

تقع هذه المخاطر في حالة انتهاك القوانين أو القواعد أو الضوابط المقررة خاصة تلك المتعلقة بمكافحة عمليات غسل الأموال، أو نتيجة عدم التحديد الواضح للحقوق والالتزامات القانونية الناتجة عن الخدمات المصرفية الإلكترونية ومن ذلك عدم وضوح مدى توفر قواعد لحماية المستهلكين في بعض الدول أو لعدم المعرفة القانونية لبعض الاتفاقيات المبرمة باستخدام الوساطة الإلكترونية.

5- مخاطر أخرى:

يرتبط أداء الخدمات المصرفية الإلكترونية بالمخاطر الخاصة بالعمليات المصرفية التقليدية ومن ذلك مخاطر الائتمان والسيولة وسعر العائد ومخاطر السوق مع احتمال زيادة حدتها، فعلى سبيل المثال فإن استخدام قنوات غير تقليدية للاتصال بالعملاء وامتداد نشاط منح الائتمان إلى عملاء عبر الحدود قد يزيد من احتمالات إخفاق بعض العملاء في سداد التزاماتهم.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تطرقنا له من أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية وأهم التكنولوجيات القائمة عليها لجذب الزبائن والتي أتاحت لهم التعبير إلكترونياً عن أولوياتهم واحتياجاتهم مما سمح للبنك التجاوب معهم واستحداث خدمات جديدة، لذلك من الضروري أن تمتلك البنوك الراغبة في العمل إلكترونياً المعرفة والقدرة على وضع استراتيجيات شاملة وتطبيقها بصورة دقيقة والتميز بجودة خدماتها لتحقيق الأهداف المرجوة.

تمهيد:

إن غاية المصرف وأهدافه الرئيسية في ظل اقتصاد السوق، هي تحقيق الربحية وضمان استمراره في ممارسة نشاطه، إضافة إلى مستوى معين من النمو والاستقرار، وكذلك توفير الأموال اللازمة لمواجهة الالتزامات وممارسة النشاط.

ولتحقيق ذلك يجب تحديد المسار الواجب إتباعه والذي يضمن تعبئة فعالة ودائمة لكافة الطاقات والموارد المتاحة وصولاً إلى ترسيخ التسيير الحسن والفعالية المستمرة التي تؤدي للوصول إلى غاية البنك، من بين الأدوات والوسائل المعتمدة في هذا المجال، هي وضع معايير لقياس وتقييم الأداء.

وقد تعرضنا في هذا الفصل ثلاث مباحث مقسمة كالآتي:

المبحث الأول: ماهية الأداء المالي.

المبحث الثاني: تقييم الأداء المالي.

المبحث الثالث: أساليب تقييم الأداء المالي للبنوك.

المبحث الأول: ماهية الأداء المالي

إن التطرق إلى الأداء بدراسة نظرية يعد مطلباً ضرورياً للإحاطة بجميع جوانبه، وسيتم التطرق في هذا المبحث إلى ثلاث عناصر أساسية هي: أساسيات حول الأداء، ومفهوم وأهمية الأداء المالي، والعوامل المؤثرة عليه.

المطلب الأول: أساسيات حول الأداء

قبل التطرق إلى الأداء المالي وأهميته نرى من الضروري أولاً تحديد مفهوم الأداء.

أولاً: مفهوم الأداء

لا يعتبر مصطلح الأداء حديثاً بل توجد عدة دراسات وأبحاث من الناحيتين النظرية والتطبيقية، التي كانت تهدف إلى تدقيق مفهومه، إلا أنه لا يوجد اتفاق عام حول تعريفه، فهناك من يعتبرها مرادفاً لعدة مصطلحات أخرى كالإنتاجية، الفعالية، الكفاءة، ويبرر الاختلاف حول مفهومه من اختلاف المعايير والمقاييس وتنوع أهداف واتجاهات الباحثين في دراستهم للأداء، وللوصول إلى التعريف الذي يناسب موضوع البحث، سوف نقوم بعرض عدد من المفاهيم:

- إن أصل كلمة أداء ينحدر من اللغة اللاتينية "Performare" التي تعني إعطاء، وبعدها اشتقت اللغة الإنجليزية منها كلمة "Performance" والتي كانت تدل على جدول الاختبارات التي يقوم بها حصان السباق (1).
- الأداء هو نتيجة سواء كانت جيدة أو سيئة لعمل معين، وعادة ما يمثل أداء المؤسسة بنتائجها المالية المحددة من طرف المحاسبة.
- "إن الأداء هو المعيار الأساسي لتقييم المؤسسة، وهو عنصر معقد يعكس العوامل المستعملة من طرف متخذ القرار لتقديم عمل المنظمة" (2).
- مما سبق نستنتج التعريف التالي: "أداء المؤسسة يتمثل في قدرتها على تحقيق النتائج التي تتطابق مع الخطط والأهداف المرسومة بالاستغلال الأمثل للموارد الموضوعة تحت تصرفها، إذن الأداء هو الكفاءة والفعالية معاً."

ثانياً: أنواع الأداء

بعد التعرض إلى مفهوم الأداء نتطرق إلى أنواع الأداء، وهي كالاتي (3):

1- حسب معيار المصدر: يمكن تقسيم الأداء حسب هذا المعيار إلى:

- الأداء الداخلي: كذلك يطلق عليه اسم أداء الوحدة، أي أنه ينتج بفضل ما تملكه المؤسسة من الموارد، فهو أداء متأتي من مواردها الضرورية لسير نشاطها من موارد بشرية، موارد مالية، موارد مادية.
- الأداء الخارجي: هو الأداء الناتج عن التغييرات التي تحدث في المحيط الخارجي للمؤسسة.

(1)- منيرة الكسري، التحويل المالي والموازات التقديرية كأداة لتقييم الأداء المالي للمؤسسة، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير، قسم علوم اقتصادية، تخصص استراتيجيات مالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قلمة، دفعة 2010، ص ص 18-19.

(2)- سامح عبد المطلب عامر، إدارة الأداء، دار الفكر، عمان، 2011، ص 112.

(3)- منيرة الكسري، مرجع سبق ذكره، ص 24.

2- حسب معيار الشمولية: حسب هذا المعيار يقسم الأداء إلى:

- الأداء الكلي: يتمثل الأداء الكلي في المؤسسة بالنتائج التي ساهمت جميع عناصر المؤسسة أو الأنظمة التحتية في تكوينها، فالتعرض للأداء الكلي للمؤسسة يعني الحديث عن قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها الرئيسية بأدنى التكاليف الممكنة.
- الأداء الجزئي: على خلاف الأداء الكلي، فإن الأداء الجزئي هو قدرة النظام التحتي على تحقيق أهدافه بأدنى التكاليف الممكنة، فالنظام التحتي يسعى إلى تحقيق أهدافه الخاصة به لا أهداف الأنظمة الأخرى.

- 3- حسب المعيار الوظيفي:** ينقسم الأداء في هذه الحالة حسب الوظائف المسندة إلى المؤسسة التي يمكن حصرها في الوظائف الخمسة التالية:
- أداء الوظيفة المالية: الأداء المالي يتجسد في قدرة المؤسسة على تحقيق التوازن المالي وتوفير السيولة اللازمة لتسديد ما عليها ، وتحقيق معدل مردودية جيدة وتكاليف منخفضة.
 - أداء وظيفة الإنتاج: يتحقق الأداء الإنتاجي للمؤسسة عندما تتمكن من تحقيق معدلات مرتفعة للإنتاجية مقارنة بمثيلاتها أو نسبة القطاع الذي تنتمي إليه ، وإنتاج منتجات بجودة عالية وبتكاليف منخفضة تسمح لها مزاحمة منافسيها.
 - أداء وظيفة الأفراد: إن ضمان استخدام موارد المؤسسة بفعالية لا يتم إلا عن طريق الأفراد وتحقيق فعالية المورد البشري لا تكون إلا إذا كان الشخص المناسب في المكان المناسب وفي الوقت المناسب لإنجاز عمله.
 - أداء وظيفة التمويل: يتمثل أدائها في القدرة على تحقيق درجة عالية من الاستقلالية عن الموردين والحصول على المواد بجودة عالية وفي الأجل المحددة.
 - أداء وظيفة البحث والتطوير: يمكن دراسة أداء وظيفة البحث والتطوير بدراسة المؤشرات التالية:
- الجو الملائم للاختراع الابتكار والتجديد، وتيرة التجديد مقارنة بالمنافسين، نسبة وسرعة تحويل الابتكارات إلى المؤسسة، التنوع وقدرة المؤسسة على إرسال منتوجات جديدة، درجة التحديث ومواكبة التطور.
- أداء وظيفة التسويق: يتمثل في قدرة وظيفة التسويق على بلوغ أهدافها بأقل التكاليف الممكنة، هذا الأداء يمكن معرفته من خلال مجموعة من المؤشرات المتعلقة بوظيفة التسويق.
- 4- حسب معيار الطبيعة:** تبعا لهذا المعيار تقسم المؤسسة أهدافها إلى أهداف تتمثل في:
- الأداء الاقتصادي: يعتبر الأداء الاقتصادي المهمة الأساسية التي تسعى المؤسسة إلى بلوغها، ويتمثل في الفوائد الاقتصادية التي تجنيها المؤسسة.
 - الأداء الاجتماعي: الأهداف الاجتماعية التي ترسمها المؤسسة أثناء عملية التخطيط.
 - الأداء التكنولوجي: يكون للمؤسسة أداء تكنولوجي عندما تكون قد حددت أثناء عملية التخطيط أهدافا تكنولوجية كالسيطرة على مجال تكنولوجي معين.
 - الأداء السياسي: يتجسد الأداء السياسي في بلوغ المؤسسة أهدافها السياسية.
- المطلب الثاني: مفهوم وأهمية الأداء المالي**
- أولا: مفهوم الأداء المالي**
- توجد العديد من التعاريف الخاصة بالأداء المالي، لذلك سنحاول التعرض لأهمها:
- تم تعريف الأداء المالي على أنه: "أداة تحفيز لاتخاذ القرارات الاستثمارية وتوجيهها اتجاه المؤسسات الناجحة، فهي تعمل على تحفيز المستثمرين للتوجه إلى الشركة أو الأسهم التي تشير معاييرها المالية على التقدم والنجاح عن غيرها"⁽¹⁾.
- كما عرف أيضا أنه "تشخيص الصحة المالية للمؤسسة، لمعرفة مدى قدرتها على إنشاء قيمة ومجابهة المستقبل من خلال الاعتماد على الميزانيات وجدول حساب النتائج والجدول الملحق، ولا جدوى من ذلك إن لم يأخذ الطرف الاقتصادي والقطاع الصناعي الذي تنتمي إليه المؤسسة النشطة في الدراسة"⁽²⁾.

ومما سبق نستنتج أن: "الأداء المالي هو نجاح المؤسسة في استغلال كل الموارد المتاحة لديها من موارد مادية ومعنوية أفضل استغلال وتحقيق الأهداف المسطرة من طرف الإدارة."

ثانياً: أهمية الأداء المالي: تتمثل أهميته فيما يلي (3):

إن الأداء المالي بشكل عام يهدف إلى تقويم أداء المؤسسات وتفحص سلوكها ومراقبة أوضاعها وتقييم مستويات أدائها وفعاليتها وتوجيهه نحو الاتجاه الصحيح والمطلوب من خلال تحديد المعوقات وتبيان أسبابها واقتراح إجراءاتها التصحيحية وترشيد الاستخدامات العامة للمؤسسات واستثماراتها وفقاً للأهداف العامة للمؤسسات والمساهمة في اتخاذ القرارات السليمة للحفاظ على الاستمرارية والبقاء والمنافسة.

حيث أن الأداء المالي يمكن أن يحقق للمستثمرين الأهداف التالية:

- يمكن المستثمر من متابعة ومعرفة نشاط المؤسسة وطبيعته، وكما يساعد على متابعة الظروف الاقتصادية والمالية المحيطة، وتقدير مدى تأثير أدوات الأداء المالي من ربحية وسيولة ونشاط ومديونية وتوزيعات على سعر السهم.
- يساعد المستثمر في إجراء عملية التحليل والمقارنة وتفسير البيانات وفهم التفاعل بين البيانات المالية لاتخاذ القرار الملائم لأوضاع المؤسسات.

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على الأداء المالي

يتأثر الأداء المالي في البنوك بعدة عوامل منها ما هو داخلي ومنها ما هو خارجي، وفيما يأتي أهم هذه العوامل (4):

(1)- محمد محمود الخطيب، الأداء المالي وأثره على عوائد أسهم الشركات، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 45.

(2)- إبراهيم عبد الحليم عبادة، مؤشرات الأداء في البنوك الإسلامية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 161.

(3)- السعيد فرحات جمعة، الأداء المالي لمنظمات الأعمال، دار المريخ للنشر، الرياض، 2000، ص 41.

(4)- محمد أمارة، يحي عاصي، تقييم الأداء المالي للمصارف الإسلامية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجيستر، تخصص إدارة أعمال، كلية الاقتصاد، جامعة الأردن، دفعة 2008، ص ص 175-176.

أولاً: العوامل الداخلية (العوامل المنظرية): تتمثل في:

1- حجم الأعمال:

إن حجم الموارد التي يمتلكها البنك وطبيعة تراكيبها وحركتها تمثل عوامل هامة، وذات تأثير كبير في تحديد كفاءة وإنتاجية الأنشطة المصرفية، فكلما ازداد حجم هذه الموارد وانخفضت التكاليف الإجمالية لها وقلت كمية المسحوبات منها، ساعد ذلك على رفع الطاقة التشغيلية المتاحة في المصرف، الأمر الذي يسهم في تحسين إنتاجية المصرف وربحيته.

2- التكنولوجيا المستخدمة:

وهي الأساليب المستخدمة في انجاز العمل المصرفي ودرجة الأتمة في هذا العمل، فكلما ازداد استخدام التكنولوجيا وارتفعت درجة الأتمة في العمل المصرفي، كلما أدى ذلك إلى رفع جودة الخدمات المصرفية وتخفيض التكلفة وزيادة الربحية.

3- الكفاءة الإدارية:

وهي كفاءة الإدارة في اتخاذ القرارات ومدى قدرتها على تحقيق الانسجام في العلاقات داخل البنك، وتطوير عمليات التعاون والعمل الجماعي ومدى قدرتها على رفع

فريق العمل للتعامل مع الأطراف الخارجية بأسلوب يعكس الجودة في الخدمات المصرفية وسمعة حسنة في البنك.

ثانياً: العوامل الخارجية (العوامل البيئية): وتقسم إلى:

- 1- **البيئة القانونية والسياسية:** أي الظروف السياسية للبلد الذي يقيم فيه المصرف والقوانين الناظمة للعمل المصرفي في هذا البلد.
- 2- **البيئة الاقتصادية:** وتشمل طبيعة النظام الاقتصادي والموارد المتاحة في البلد الذي يقيم فيه البنك والقوانين الناظمة للعمل المصرفي في هذا البلد.
- 3- **البيئة الاجتماعية:** وهي العادات والتقاليد والمعتقدات التي يؤمن بها الأفراد، ومستوى الوعي والثقافة التي تؤثر في قرارات الأفراد الخاصة بالتعامل مع طبيعة الأنشطة المصرفية والخدمات التي تقدمها المصارف.

المبحث الثاني: تقييم الأداء المالي

مهما كان متاحاً للبنك من موارد بمختلف أنواعها، فلا يمكن له استغلالها إلا عن طريق إدارة رشيدة ومتطورة، ولا تستطيع هذه الإدارة معرفة ما حقته من نتائج وما ضيعته من فرص، ومن أجل تحديد خططها المستقبلية إلا عن طريق تقييم أدائها خاصة في الأداء المالي.

المطلب الأول: مفهوم وأهمية تقييم الأداء المالي

أولاً: مفهوم تقييم الأداء المالي

تشير عملية تقييم الأداء المالي إلى تقييم نشاط البنك في ظل ما توصل إليه من نتائج في نهاية فترة مالية معينة، وهو يهتم أولاً بالتحقق من بلوغ الأهداف المحددة والمخططة، و ثانياً بقياس كفاءة البنك في استخدام الموارد المتاحة سواء كانت موارد بشرية أو رأسمالية (1).

كما يعتبر تقييم الأداء المالي مرحلة من مراحل العملية الإدارية، نحاول فيها مقارنة الأداء الفعلي باستخدام مؤشرات محددة، وذلك من أجل الوقوف على النقص أو القصور في الأداء المالي، وبالتالي اتخاذ القرارات اللازمة أو المناسبة لتصحيح ذلك النقص، وغالباً ما تستخدم المقارنة بين ما هو قائم أو محقق فعلاً وبينما هو مستهدف خلال فترة زمنية معينة في العادة سنة (2).

و مما سبق ذكره فإن عملية تقييم الأداء المالي للبنك تعني تقديم حكم له قيمة على إدارة الموارد المادية و المالية المتاحة للبنك، وذلك لخدمة رغبات أطرافه المختلفة، أي يعتبر تقييم الأداء المالي للبنك قياساً للنتائج المحققة أو المنتظرة في ضوء معايير محددة سلفاً (3).

ثانياً: أهمية تقييم الأداء المالي

يعتبر تقييم الأداء أداة رئيسية لازمة وهامة، و يظهر ذلك فيما يلي (4):

- عن طريق تصحيح و تعديل الاستراتيجية والخطة و ترشيد استخدام الموارد المتاحة.

- يحتاج أي بنك إلى إعداد نظام لتقييم أداء ما، حتى يكشف نقاط القوة و الضعف لديه، و ذلك بهدف قياس حالة التقدم أو التأخر، إذ أن الأداء الجيد يصبح شرطاً أساسياً لتأمين بقاء البنك في بيئة تنافسية.
- يمثل الحصول على مستويات أداء مرتفعة، فالنجاح في انجاز أهداف طموحة يحقق الإشباع المطلوب ويقوي دافعية البنك و أطرافها، هذه الدافعية تؤدي بدورها إلى زيادة الفاعلية إلى مستوى النجاح المطلوب.
- أصبح البنك الرائد في الأداء هو الذي يستطيع نمذجة مستقبله مع تحديد أهداف واضحة وواقعية في ظل توزيع موارده في المجال والزمان المؤديان مقدماً إلى تدني عدم تأكد بيئته، كل ذلك بفضل طرق التحليل و القرارات السليمة.

- (1)- نادبة بودربالة، أثر استراتيجية الشراكة على الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر، قسم علوم التسيير، تخصص مالية المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قلمة، دفعة 2011-2012، ص 40.
- (2)- كاظم جاسم العيساوي، دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات، الطبعة الثانية، دار المناهج للنشر، عمان، 2005، ص 248.
- (3)- سعيد فرحات جمعة، مرجع سبق ذكره، ص 30.

(4)- Michel Gervais, Contrôle de Gestion, Edition Economica, Paris, 1997, p 104.

المطلب الثاني: الأسس العامة و أهداف تقييم الأداء المالي

أولاً: الأسس العامة لتقييم الأداء المالي

- الأسس التي يجب أن تعتمد عليها عملية الأداء المالي يمكن إيجازها فيما يلي (1):
- وجود نظام إعلامي: بما أن الشرط الأساسي و الأولي للقيام بعملية التقييم يتمثل في توفير المعلومات، و لهذا فوجود نظام يسمح بتدقيق المعلومات التي تمكن من القيام بعملية تقييم كما يجب، فعلى أساس المعلومات المتحصل عليها تتوقف عملية التحليل و من ثم اتخاذ القرارات الصحيحة.
- تحديد الأهداف بدقة: إن فعالية تقييم الأداء المالي للبنوك تعتمد على التحديد الدقيق للأهداف، فهذه الأخيرة هي التي تحدد معايير الأداء المراد تحقيقها وعلى أساسها تقوم بعملية المقارنة التي تساعد في الحكم الصحيح على الأعمال المنجزة.
- وجود خطط عن أداء الأعمال: التخطيط هو احد أساليب تحقيق الأهداف، ولكي يكون أكثر كفاءة يجب أن تجزأ الخطة العامة إلى خطط تفصيلية توضح عمل كل قسم من أقسام الإدارة المالية.
- تعيين مؤشرات قياس الأداء المالي: وهذا شيء مهم إذ لا بد من تحديد الأدوات التي تفي بالغرض أكثر من غيرها، فمن غير المعقول استخدام كل الطرق، وإنه دون وجود مؤشر يصعب القيام بعملية القياس فهي بمثابة وسائل الإنتاج في العملية الإنتاجية.
- وجود أنظمة مساعدة للرقابة: مثل التدقيق المالي و المحاسبي، وهذا يعطي طابع الصحة والوقاية للمعلومات المستعملة للقيام بالتقييم، فينعكس ذلك على النتائج وبالتالي تتخذ القرارات على أساس علمي و متين.
- وزيادة على هذه الأسس فإنه يجب الأخذ بعين الاعتبار ظروف البنك الداخلية والخارجية التي تمكن من الوصول إلى الأهداف المرجوة من القيام بعملية تقييم الأداء المالي.

ثانياً: أهداف تقييم الأداء المالي

يمكن تلخيص أهداف الأداء المالي فيما يلي (2):

- معرفة المركز المالي للبنك: هذا الأخير يوضح إمكانية الإدارة في اتخاذ بعض الإجراءات لتحقيق الأهداف المرجوة، زيادة على هذا فإن كان هدف الموقف المالي سيئاً فإنه يكشف وجود مشكلة في أسلوب العمل لا بد من تصحيحها.
- السماح بمعرفة وضعية البنك من حيث:
 - السيولة أي قدرة البنك على الوفاء بالالتزامات قصيرة الأجل.
 - الكفاءة، استخدام رأس مال العامل بحيث لا يكون أكثر أو أقل من اللازم.

(1)- حدة كعواش، حياة بهاليل، أثر برامج التأهيل على الأداء المالي للمؤسسة، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر، قسم علوم التسيير، تخصص مالية المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قلمة، دفعة 2012-2013، ص ص 58-57.

(2)- نادية بودربالة، مرجع سبق ذكره، ص 42.

- ملائمة هيكل التمويل أي ملائمة الالتزامات طويلة الأجل في ظل ظروف البنك.
- قدرة البنك على تحقيق أرباح كافية و قدرة على تغطية فوائد الأموال المقترضة.
- كفاءة البنك في استخدام أصوله.
- قدرة البنك على تحقيق نتائج بأقل التكاليف.
- قدرة البنك على تحقيق فائض مالي يسمح لها بالتمويل ذاتيا لإنجاز بعض المشاريع.
- البحث عن الخطأ و الانحرافات و بالتحديد عن أسبابها و المسؤولين عنها.
- إذا كان الهدف البحث عن الخطأ فإن النتيجة ترمى على تفادي الأخطاء قبل حدوثها و ذلك الأخذ بالنتائج التي تفسر عنها عملية تقييم الأداء عند تحديد الأهداف المستقبلية.
- تحديد أداء كفاءة البنك في استخدام موارده المالية، و ذلك بتخصيص المورد المناسب(الأموال الخاصة) في الاستخدام المناسب(الأصول الثابتة أو المتداولة).

المطلب الثالث: مراحل تقييم الأداء المالي و مجالاته

أولاً: مراحل تقييم الأداء المالي

يمكن حصر مراحل تقييم الأداء المالي في أربعة مراحل أساسية مكتملة لبعضها البعض و غياب واحدة منها تعرقل العملية ككل و هي كالتالي:

1- جمع المعلومات الضرورية(1):

تعد المعلومات مورداً من الموارد الأساسية في عملية التسيير بمختلف مستوياته، فلا يمكن أن يوجد تخطيط و لا يمكن أن تكون هناك رقابة دون معلومات، فالمعلومات شيء ضروري في التسيير و لكن توفر المعلومات ليس بالشيء الكافي بل يجب على البنك أن يتحصل عليها بالجودة العالية و في الأوقات المناسبة، فالمعلومات فضلاً عن أهميتها في تقييم الأداء فهي تعد بمختلف أنواعها من الوسائل التي يلجأ إليها البنك لتحسين أدائه، و الحصول على مزايا تنافسية و تحقيق التنافسية المستدامة له.

فعملية التقييم هذه تتطلب مجموعة من المعلومات يمكن إرجاعها إلى ثلاث مصادر

وهي:

أ- الملاحظة الشخصية:

تعد الملاحظة الشخصية منهاجاً يتمثل في نزول الملاحظين إلى ميدان الأنشطة و ملاحظة ما يجري فيه، و تعتبر من أقدم وسائل معرفة ما يحدث في البنك و هذه الطريقة

تحتوي على بعض العيوب ، كعدم قدرتها على تقديم معلومات كمية و دقيقة فضلا عن الوقت الكثير الذي تحتاجه.

ب- التقارير الشفوية:

تعتبر هذه الأخيرة وسيلة لقياس أداء البنوك و تتمثل في سلسلة المحادثات و اللقاءات التي تتم بين الرئيس و مرؤوسيه و كمثال على هذا النوع من المعلومات هو اللقاء اليومي بين الباعة و رئيسهم المباشر والذي

(1)- مجيد الكرخي، تقويم الأداء باستخدام النسب المالية، دار المناهج للنشر و التوزيع، الأردن، 2007، ص 39. فيه يتعرض إلى أهم الانجازات و المشاكل المعترضة لعملهم، و يجب على المسيرين طرح الأسئلة في الأوقات المناسبة للحصول على المعلومات الصحيحة و الدقيقة، وهذا المصدر من المعلومات أحسن من الملاحظة الشخصية.

ج- التقارير الكتابية:

تقدم التقارير الكتابية معلومات و معطيات كاملة عادة في شكل إحصاءات مفصلة، كلها تشكل سجل دائم لإجراء مختلف الدراسات.

أما عن أنواع التقارير الكتابية فالبعض منها وصفي و البعض الآخر إحصائي و من زاوية يعد البعض منها جزئي أي تغطي مجالات محدودة و البعض الآخر يغطي مجمل نشاط البنك و من أمثلة هذا النوع كثيرة نذكر منها الميزانية، جدول حسابات النتائج و غيرها. وبصفة عامة تعتبر كل من الملاحظة الشخصية و التقارير الشفوية و التقارير الكتابية مصادر للمعلومات مكملة لبعضها البعض في إجراء عملية التقييم و الرقابة.

2- قياس الأداء الفعلي⁽¹⁾:

هي المرحلة الثانية من عملية التقييم، من خلالها يتمكن البنك من قياس كفاءتها و فعاليتها، و يتمثل قياس الأداء في العملية التي تزود مسؤولي البنك بقيم رقمية فيما يخص أدائه بناء على معايير الفعالية و الكفاءة فقياس الأداء و تقييمه مرهون باختيار المعايير و المؤشرات التي تعكس فعلا الأداء المراد تقييمه، ففي هذا المقام تشير إلى وجود فرق بين المعيار و المؤشر، فالأول يعني الأساس أو الركيزة التي تستند إليها عملية تقييم الأداء أما المؤشر فهو أداة لقياس و تفسير المعيار، أي أن المعيار يتم قياسه و تغييره من خلال مجموعة من المؤشرات.

أ- مؤشرات قياس الأداء:

المؤشر هو أداة لقياس الأداء يكون عادة في شكل رقمي يسمح لمسؤولي البنك مقارنة نتائجه بالمعايير المرجعية، و المؤشر الجيد الذي يسمح بان تكون عملية قياس الأداء فعالة و جيدة يجب أن يتوفر فيه مجموعة من الخصائص:

- معنوية المؤشر: و يقصد بها أن المعلومة التي يقدمها المؤشر تعكس بكيفية دقيقة الظاهرة أو النتيجة التي ترغب في ملاحظتها.
- الوضوح: وضح المؤشر يعني بسهولة فهمه من طرف الجميع، فالشخص الذي يقرأ المؤشر يعرف ماذا يعنيه بالضبط و ما لا يعنيه.
- سرعة الحصول على المؤشر: هذا ليضمن للبنك القيام بالتصحيات اللازمة و في الوقت المناسب.

- الشمولية: تعني أن المؤشرات تغطي جميع الجوانب و من المستحسن اعتماد البنك على بعض المؤشرات الشاملة التي تسمح بتقديم صورة إجمالية عن نشاط البنك و مثال على ذلك بعض مؤشرات الأداء المالي كالقيمة الاقتصادية المضافة.

(1)- حدة كعواش، حياة بهاليل، مرجع سبق ذكره، ص ص 60-61.

ب- أنواع المؤشرات: هناك العديد من المؤشرات تختلف حسب زاوية النظر أو المعيار المعتمد و سنحاول تقديم مجموعة منها:

- المؤشرات الشخصية و المؤشرات الموضوعية: المؤشرات الشخصية هي التي ترتبط أو ترجع إلى تصورات و تقييمات الأفراد الذين هم في علاقة مع البنك، أما المؤشرات الموضوعية هي التي يمكن أن تولد تناقض لدى الأطراف المعنية، أي أنها تؤدي إلى نفس النتيجة مهما كان المقيم.
- المؤشرات النوعية و المؤشرات الكمية: المؤشرات النوعية هي التي يصعب قياسها في أغلب الحالات، أما المؤشرات الكمية فتسهل عملية حسابها و هي على نوعين:
 - المؤشرات المالية (النقدية): وهذا النوع يعبر عنه في شكل تكاليف و موازنات و هي تصلح للمستوى العلوي للتنظيم (الإطارات، الوظائف، المصالح).
 - المؤشرات العينية: والتي يتم الحصول عليها بسرعة تتلاءم مع المستوى التشغيلي الذي يبحث عن التأقلم بسرعة.

3- مقارنة الأداء الفعلي بمستويات الأداء المرغوب فيه:

بعد أن تكون المؤسسة قد انتهت من مرحلة قياس الأداء الفعلي، تشرع في المرحلة الموالية و المتمثلة في مقارنة أداءها المحقق بالأداء المرغوب وبصفة عامة تحدد العناصر التالية كمراجع لمقارنة الأداء و هي كالآتي (1):

أ- الزمن: حسب هذا المرجع فإن المسؤولين يقومون بمقارنة قيم المؤشرات الحالية بقيم نفس المؤشرات في فترات سابقة، وتدعى هذه المقارنة بالمقارنة الأفقية و تمكن من دراسة التغيرات الحاصلة و متابعة تطورات المؤشر.

ب- أداء الوحدات الأخرى: يمكن اعتبار أداء الوحدات الأخرى مرجعا مهما في عملية المقارنة و حسب هذا المرجع تقوم المؤسسة بمقارنة قيم مؤشراتنا بنظيراتها في المؤسسة الأخرى بشرط تقارب أو تجانس النشاط أو مقارنتها بقيم مؤشرات القطاع، هذا النوع يسمح للمؤسسة بمعرفة مكانتها بالنسبة للمنافسين.

ج- الأهداف: تقوم المؤسسة في بعض الحالات بمقارنة أداءها بالأهداف المخططة لتحديد نسبة انجاز أهدافها.

د- المعايير: هي وحدات تستخدم كمرجع للمقارنة كالتكلفة المعيارية للمادة الأولية و اليد العاملة التي تقارن بالاستهلاكات الفعلية و من ثم تحديد الانحرافات و دراستها، هذا الأسلوب من المقارنة يسمح بمعرفة كفاءة و فعالية المؤسسة.

4- دراسة الانحرافات وإصدار الحكم (2):

إن عملية المقارنة تفصح عن ثلاث نقاط هي: انحراف موجب، انحراف سلبي، انحراف معدوم، فالأول في صالح المؤسسة كارتفاع الأرباح، ارتفاع حصة السوق، انخفاض التكاليف... أما الانحراف الثاني فهو ضد

(1)- Michel Gervais, op.cit, p 616.

(2)- محمد جمال الكفافي، الاستثمار في الموارد البشرية، الدار الثقافية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 237.
المؤسسة كإستهلاك المواد الأولية بكميات تفوق المعيارية، انخفاض الإنتاجية، أما الانحراف الثالث فليس له تأثير على نتائج المؤسسة.

وفي الحقيقة فعلية التحليل يمكن المؤسسة من معرفة مصدر أداءها، هل هو داخلي أو خارجي، فالحكم الجيد على الأداء يجب أن يكون مبني على تحليل الأداء أو الظاهرة إلى غاية الوصول إلى أبعد مؤثراته.

ثانياً: مجالات تقييم الأداء البنكي

تمثل عمليات تقييم الأداء البنكي السياسات التي تتخذها البنوك لتقدير مدى تحقيق الإدارات المختلفة و مراكز المسؤولية للأهداف المرسومة و الوقوف على الانحرافات و تحديد أسبابها و آليات التصحيح المناسبة، و الحيلولة دون وقوعها مستقبلاً، و تشمل عمليات تقييم الأداء في البنوك المجالات الآتية (1):

1- تقييم أداء البنك كوسيط مالي: ويشمل هذا المجال تقييم نشاط البنك و كفاءته في تجميع الموارد و استخداماتها أي انه يتضمن ما يأتي:

أ- تقييم كفاءة البنك في تجميع الأموال و يتم من خلال ما يلي:

- مدى قيام البنك بدعم موارده الذاتية خلال السنة.
- مدى مساهمة البنك في تجميع مدخرات الأفراد.

ب- تقييم كفاءة البنك في استخدام الأموال و يتم من خلال ما يلي:

- مدى التغير في البنود التي تمثل الاستخدامات و توظيف الأموال في البنك.
- نسبة كل نوع من الأنشطة المصرفية إلى مجموع أنشطة البنك.

ج- مدى كفاءة البنك في تحقيق الأهداف الأساسية من خلال استخدام و توظيف الأموال و هي:

- تحقيق أكبر عائد ممكن.
- المحافظة على السيولة و سلامة المركز المالي للبنك.
- تخفيض حجم المخاطر إلى أدنى حد ممكن.

2- تقييم أداء البنك كوحدة إنتاجية: ويتناول التقييم في هذا المجال نشاط البنك كنشاط إنتاجي يحقق عائداً من خلال العمليات و الأنشطة التي يمارسها، و هذا التقييم يضم المعايير الآتية:

- مدى كفاءة البنك في تأدية أنشطته المتعلقة بمكونات العملية الإنتاجية .
- مدى كفاءة البنك في استخدام مدخلاته، ويشمل هذا الجانب نسبة المخرجات لمختلف أنواع المدخلات.
- معدلات الاستثمار المباشر و الاستثمار في المشروعات الإنتاجية.
- مدى مساهمة البنك في توليد المدخرات.

(1)- محمد أمارة، يحي عاصي، مرجع سبق ذكره، ص ص 173-174.

3- تقييم أداء البنك من حيث الرقابة على العاملين و مراجعة الأعمال:

إن طبيعة العمل البنكي تقتضي السرعة في العمليات الأمر الذي يتطلب تفويض السلطة للمستويات الدنيا من العاملين، لذا تعتبر الرقابة خط دفاع أساسياً تستخدمه إدارة البنك في توجيه العاملين بالاتجاه الذي يحقق السياسات المصرفية التي تتبناها، لذا تلجأ الإدارة إلى إتباع العديد من الإجراءات الوقائية للوقوف دون وقوع جرائم الاختلاس أو التقصير.

وتقوم البنوك أيضا بإعداد كتيبات تتضمن خطوات العمل لمختلف العمليات، حيث تتضمن هذه الكتيبات وصفا للإجراءات التي تتبع في كل عملية من عمليات البنك لتكون بذلك معايير للمراجعة الداخلية في البنك، ومن ثم تصبح أدوات لتقييم أداء العاملين وعمليات مراجعة الأعمال في البنك.

المبحث الثالث: أساليب تقييم الأداء المالي للبنوك

لقياس وتقييم الأداء المالي في البنوك تستعمل مجموعة من المؤشرات والأدوات وذلك من أجل التأكد من أن الأداء الفعلي يتم وفقا للخطط الموضوعة والمرسومة.

المطلب الأول: تقييم الأداء المالي باستخدام المؤشرات المالية:

المؤشرات المالية هي نسب تعبر عن علاقة رياضية بين متغيرين لها مدلول وتفسير هي أداة تحليل توفر للمحلل في معظم الأحوال مفاتيح الاستدلال والمعرفة، وتحليلها وتفسيرها بشكل سليم يدفع المحلل إلى المجالات التي تحتاج إلى المزيد من البحث والاستقصاء بناء على ما تقدم ذكره فإننا نستطيع أن نصنف المعايير والمؤشرات المالية التي يستند عليها في تقييم كفاءة الأداء المصرفي إلى مجموعتين هما:

المجموعة الأولى⁽¹⁾:

وتشمل المعايير والمؤشرات التي تستند على كيفية الإنجاز والطريقة المتبعة في تنفيذ توجيهات الإدارة والتي تهدف للوصول إلى تقديم أفضل الخدمات المصرفية والتي من ورائها يمكن تحقيق الأهداف المسطرة، بكلمة أخرى إن هذه المعايير تتعلق بسلوكية العاملين وأسلوب التعامل مع الزبائن ومحاولة إرضائهم، ونذكر منها ما يلي:

- حسن الاستقبال وأسلوب التعامل مع الزبائن.
- سرعة الخدمة المقدمة إلى الزبائن.
- مدى وفاء الزبائن إلى المصرف الذي يتعاملون معه.
- استقرار العاملين في المصرف وارتباطهم به.
- قناعة العاملين بالمركز الوظيفي الذي يشغلونه والمسؤوليات المسندة لهم.

إن هذه المؤشرات مترابطة ومتداخلة لا يمكن فصلها، حيث عندما تكون هناك قناعة لدى العامل بمركزه الوظيفي وشعوره بالارتياح لكونه حاصل على حقوقه، فإن ذلك يخلق لديه الرغبة في العمل ويتمسك

(1)- صالح خالص، تقييم كفاءة الأداء في القطاع المصرفي، ملتقى دولي حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحوليات الاقتصادية، واقع وتحديات، جامعة الشلف، الجزائر، 14-15 ديسمبر 2004، ص 389.

بالمؤسسة التي يعمل بها، أي يؤدي هذا إلى استقراره فيها.

لذا فالمؤشرات لها دورا وأثر مباشر على معايير المجموعة الثانية وهي التي نطلق عليها المعايير الرقمية للنتائج المحققة من ممارسة الوظائف المصرفية والتي تسعى إلى تحقيق أهداف المصرف.

المجموعة الثانية:

تمثل المعايير الرقمية لنتائج ممارسة الوظائف المصرفية، حيث توضح لنا هذه المعايير والمؤشرات رقميا ما تم تحقيقه نتيجة لممارسة العاملين لوظائفهم في إطار تحقق الأهداف، وهي تشمل على ما يلي:

1- مؤشرات تحقيق الأرباح والربحية: باعتبار أن الربحية هي الغاية التي يسعى إلى تحقيقها المصرف، هناك جملة من المعايير التي يمكن الاستناد عليها في تقييم ذلك، ونذكر أهمها⁽¹⁾:

- **معدل العائد إلى الأموال الخاصة:** إن هذا المعدل يوضحه ما درته الأموال الخاصة خلال السنة المالية من عوائد، إن الأموال الخاصة يقصد بها ما قدمه مالكي المصرف لتمويل أصوله، إن هذا المعدل يعبر عنه بالمعادلة التالية:

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

- **معدل العائد إلى المتاحة للتوظيف:** إن الأموال المتاحة للتوظيف هي حقوق الملكية مضاف لها الودائع، ويتم احتساب معدل العائد لهذه الأموال، وذلك بنسب النتيجة السنوية الصافية إلى مجموع هذه الأموال كما يلي:

$$\text{معدل العائد إلى الأموال المتاحة} = \frac{\text{النتيجة السنوية الصافية}}{\text{حقوق الملكية} + \text{الودائع}}$$

هذه النسبة تخص بالدرجة الأولى المستثمرين وأصحاب الودائع، وهي توضح لنا ربحية الأموال المتاحة للتوظيف، وكلما كانت هذه النسبة مرتفعة كلما كان ذلك إيجابياً.

- **معدل العائد إلى إجمالي الأصول (ROA):** يحتسب هذا المعدل بقسمة النتيجة السنوية الصافية على مجموع الأصول، انطلاقاً من كون المصرف قد استخدم لتحقيق هذه النتيجة جميع أصوله وليس جزء منها، ويحدد وفق العلاقة التالية:

$$\text{معدل العائد إلى إجمالي الأصول} = \frac{\text{النتيجة السنوية الصافية}}{\text{مجموع الأصول}}$$

- **هامش الربح (PM):** يحتسب هذا المعدل بقسمة النتيجة السنوية الصافية على إجمالي الإيرادات، تقيس هذه النسبة صافي الدخل المحقق من كل وحدة من إجمالي الإيرادات كما تبين قدرة البنك على الرقابة والسيطرة على النفقات وتخفيض الضرائب.

(1)- إبراهيم عبد الحليم عبادة، مرجع سبق ذكره، ص ص 179-180.

$$\text{هامش الربح (PM)} = \frac{\text{النتيجة السنوية الصافية}}{\text{إجمالي الإيرادات}}$$

- **النسبة الصافية لفوائد الأصول المتاحة للتوظيف:** لغرض الوصول إلى تحديد النسبة الصافية لفوائد الأصول المتاحة للتوظيف، فإنه يجب تحديد الفرق ما بين الفوائد المستعملة والفوائد المدفوعة وقسمة المحصلة على الأموال المتاحة للتوظيف كما يلي:

$$\text{نسبة فوائد الأصول المتاحة للتوظيف} = \frac{\text{الفوائد المستلمة} - \text{الفوائد المدفوعة}}{\text{الأموال المتاحة}}$$

- **نسبة الأرباح الموزعة إلى الملاك:** يتم توزيع الأرباح المتحققة إلى مالكي المصرف كنسب محددة ولغرض قياس كفاءة تحقيق الأرباح، فإنه تتم المقارنة ما بين النسب الموزعة على المالكين والمبالغ التي استثمروها إلى حقوق الملكية، ويعبر ذلك كما يلي:

$$\text{نسبة الأرباح الموزعة إلى الملاك} = \frac{\text{أرباح السهم}}{\text{حقوق الملكية}}$$

2- مؤشرات تحقيق النمو (1):

إن هذه المجموعة من المؤشرات تهدف إلى قياس مقدار النمو الحاصل في الأصول التي يمتلكها المصرف وحقوق الملكية خلال فترة زمنية معينة، ومن بين هذه المؤشرات ما يلي:

- **معدل نمو الأصول:** يتم استخراج هذا المعدل وذلك بمقارنة قيمة الأصول التي يمتلكها المصرف خلال السنة الأخيرة (قيد الدراسة) مع السنة (أو السنوات) التي تسبقها وإن الفرق ينسب إلى مجموع الأصول، وذلك كما يأتي:
مقدار نمو الأصول لسنة معينة = مجموع الأصول في تلك السنة – مجموع الأصول في السنة السابقة.

$$\text{مقدار نمو الأصول} = \frac{\text{مقدار نمو الأصول}}{\text{مجموع الأصول}} \times 100\%$$

إن هذا المعدل يمكن أن يكون موجبا أو سالبا، إذا كان هناك زيادة أو تناقص في قيمة الأصول.

- **معدل الرفع:** يتم قياس هذا المعدل بإيجاد العلاقة ما بين مجموع أصول المصرف في سنة معينة منسوب إلى حقوق الملكية، ويعبر عنه بالعلاقة التالية:

$$\text{معدل الرفع المالي (مضاعف حق الملكية)} = \frac{\text{مجموع الأصول}}{\text{حقوق الملكية (الأموال الخاصة)}}$$

وتبين نسبة الرفع المالي مدى اعتماد البنك على أمواله الخاصة في تمويل أصوله، وبالتالي مدى المخاطرة بأموال الغير في استثماراته.

(1)- حمزة محمود الزبيدي، التحليل المالي، دار الوراق، عمان، 2004، ص 139.

- **معدل الاحتفاظ بحق الملكية:** يحتسب هذا المعدل وذلك بإيجاد العلاقة ما بين حقوق الملكية (الأموال الخاصة) للسنة الأخيرة منسوبة إلى النتيجة السنوية الصافية بعد استبعاد الأرباح الموزعة على المساهمين:

$$\text{معدل الاحتفاظ بحق الملكية} = \frac{\text{حقوق الملكية (الأموال الخاصة)}}{\text{النتيجة السنوية الصافية - الأرباح الموزعة}}$$

3- مؤشرات قياس الأمان:

هناك جملة من المقاييس والمؤشرات التي يستعملها المصرف لغرض قياس الأمان وامكانيته على مواجهة الالتزامات، نعرض أهمها (1):

- **قابلية المصرف على رد الودائع:** يتم قياس قابلية البنك على رد الودائع إلى أصحابها، وذلك عن طريق احتساب وتحديد العلاقة ما بين حقوق الملكية (الأموال الخاصة) وإجمالي الودائع لديه، وذلك كما يلي: قابلية المصرف على رد الودائع = $100\% \times \frac{\text{حقوق الملكية (الأموال الخاصة)}}{\text{إجمالي الودائع}}$

ولغرض تقييم هذه القابلية والحكم عليها يتم مقارنتها مع المصارف التجارية

الأخرى.

- **معدل حقوق الملكية للأصول الخطرة:** يقصد بالأصول الخطرة الأصول الغير سائلة، حيث يتم احتسابها كما يلي: الأصول الخطرة = مجموع الأصول – الأصول السابقة. وتشمل القروض الممنوحة بكافة أنواعها، الأوراق المالية، الأصول الثابتة، وباقي الأصول الأخرى الغير سائلة.

سميت بالأصول الخطرة وذلك لأنها لا تتحول إلى نقدية إلا بعد بيعها، وإن عملية بيعها غالباً ما تصاحبها خسائر، كما أن القروض والأصول الأخرى تحتاج لوقت قد يطول لكي تتحول إلى نقدية.

يتم احتساب العلاقة ما بين حقوق الملكية والأصول الخطرة كما يلي:

$$\text{معدل حقوق الملكية للأصول الخطرة} = \frac{\text{حقوق الملكية (الأموال الخاصة)}}{\text{مجموع الأصول - الأصول السائلة}}$$

ويمكن استخراجها كنسبة مئوية، وذلك بترجيح النتيجة بـ 100%.

- هامش الأمان في مقابلة مخاطر الاستثمار في الأوراق المالية: إن هامش العلاقة توضح قابلية المصرف على مواجهة المخاطر التي تنجم عن هبوط قيمة استثمارية في الأوراق المالية.

ويتم تحديدها بنسب حقوق الملكية إلى جميع الاستثمارات في الأوراق المالية كما يلي:

$$\text{هامش الأمان في مقابلة مخاطر الاستثمار} = \frac{\text{حقوق الملكية (الأموال الخاصة)}}{\text{مجموع الاستثمارات في الأوراق المالية}}$$

(1)- المرجع نفسه، ص 140.

4- مؤشرات قياس السيولة:

إن هذه المؤشرات تهدف إلى قياس مقدار توفر السيولة اللازمة في المصرف، والتي تضمن مواجهة الالتزامات التي يمكن أن تستحق خلال فترة زمنية معينة، ومن أهم هذه المؤشرات ما يلي (1):

- النسبة المئوية للسيولة النقدية إلى إجمالي الودائع: يمكن قياس السيولة عن طريق احتساب النسبة المئوية للنقدية إلى مجموع الودائع (الجارية والغير جارية) كما يلي:

$$\text{نسبة السيولة إلى إجمالي الودائع} = \frac{\text{السيولة النقدية}}{\text{إجمالي الودائع}} \times 100\%$$

- النسبة المئوية للسيولة النقدية إلى مجموع الودائع الجارية: يتم استخراج هذه النسبة عن طريق قسمة السيولة النقدية على مجموع الودائع الجارية وترجيح النتيجة المتحصل عليها بـ 100، كما يلي:

$$\text{النسبة المئوية للسيولة النقدية إلى مجموع الودائع الجارية} = \frac{\text{السيولة النقدية}}{\text{مجموع الودائع الجارية}} \times 100\%$$

- النسبة المئوية للودائع الجارية إلى مجموع الودائع: إن هذه النسبة تعكس مقدار الودائع الجارية من مجموع الودائع لدى المصرف، وتحسب كما يلي:

$$\text{النسبة المئوية للودائع الجارية إلى مجموع الودائع} = \frac{\text{الودائع الجارية}}{\text{مجموع الودائع}} \times 100\%$$

- نسبة الودائع الجارية إلى حقوق الملكية: تحسب هذه النسبة عن طريق قسمة مقدار الودائع الجارية إلى حقوق الملكية (الأموال الخاصة) مرجحة بـ 100 كما يلي:

$$\%100 \times \frac{\text{الودائع الجارية}}{\text{حقوق الملكية}}$$

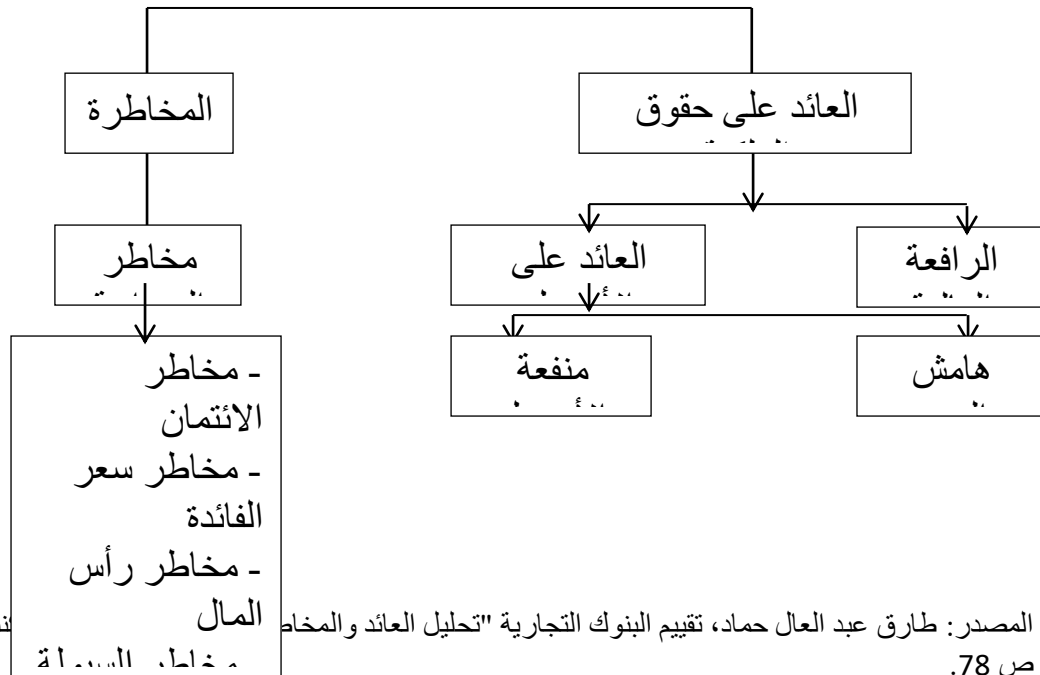
المطلب الثاني: تقييم الأداء المالي للبنوك حسب نموذج العائد على حقوق الملكية (ROE)

- نموذج العائد على حقوق الملكية (ROE)

لكي تتمكن البنوك من تقييم أدائها عمل دافيد كول على استنتاج نموذج العائد على حقوق الملكية سنة 1972، والذي يوضح العلاقة المتبادلة بين الربحية والمخاطرة، انطلاقاً من اعتماده على القوائم المالية المتمثلة في قائمة المركز المالي (الميزانية) وقائمة الدخل (جدول النتائج)، وبالاعتماد على مؤشرات العائد والمخاطرة يمكن تلخيص هذا النموذج في الشكل التالي:

(1)- حمزة محمود الزبيدي ، إدارة الائتمان المصرفي والتحليل الائتماني، دار الوراق للنشر، عمان، 2008، ص 275.

الشكل (2-1): نموذج العائد على حقوق الملكية
الأداء الكلي للبنك



وفيما يلي عرض لمختلف بنود مكونات القوائم المالية وأهم المؤشرات التي يعتمد عليها البنك في تقييم الأداء من خلال نموذج العائد على حقوق الملكية (1):
القوائم المالية للبنك: تقوم البنوك بتسهيل تدفق الأموال من المدخرين (الوحدات التي يوجد لديها فائض في الأموال) إلى المقترضين (الوحدات التي تعاني وجود عجز مرحلي للأموال)، وتعكس الخصائص المالية للبنوك قيود التشغيل التي تفرضها الحكومة والخصائص الخاصة للأسواق التي تخدمها، ويمكن أن نميز في هذا الشأن ثلاث خصائص هي:

- تمتلك البنوك حجم منخفض من الأصول الثابتة، لأن وظيفتها في الأصل مالية ولذلك تنخفض التكاليف الثابتة في البنك، وكذلك نفقات التشغيل.

- يتم دفع العديد من التزامات البنك عند الطلب ويكون العديد منها قصير الأجل، ولهذا فإن المودعين يمكنهم إعادة التفاوض بخصوص معدلات الفائدة على الودائع، وكلما تغيرت هذه المعدلات في السوق وهكذا يتقلب مصروف الفوائد مع التغيرات قصيرة الأجل في معدلات الفائدة السوقية، ويؤدي ذلك إلى مشكلات كبيرة عند تخصيص وتسعير الأصول.

(1)- طارق عبد العال حماد، تقييم أداء البنوك التجارية "تحليل العائد والمخاطرة"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص 51.

- تعمل البنوك بحقوق ملكية منخفضة مقارنة بالشركات غير المالية، وهو ما يؤدي إلى زيادة الرفع المالي وتقلب المكاسب.
وتؤدي كل خاصية من الخصائص السابقة إلى مشاكل ومخاطر خاصة تواجه إدارة البنك، إذا فمن وسائل التحليل التي يعتمد عليها البنك في عملية تقييم الأداء، الميزانية وجدول حسابات النتائج (قائمة الدخل).
فالميزانية تتكون من جانبين أصول وخصوم، حيث يشكل الجانب الأول استخدامات الأموال، أما الثاني يمثل مصادر الأموال التي تعتبر التزامات على البنك للغير، في حين أن جدول حسابات النتائج بين إيرادات ومصاريف البنك المترتبة عن عملياته المصرفية.

جدول (2-1): ميزانية البنك التجاري

الأصول (الاستخدامات)	الخصوم (الموارد)
1- أرصدة نقدية حاضرة: - نقود حاضرة في خزينة البنك التجاري. - أرصدة. - أرصدة سائلة أخرى.	1- رأس المال المدفوع.
2- جوات مخصصة: - أدونات الخزينة. - أوراق تجارية.	2- الاحتياط القانوني.
3- مستحق على البنوك.	3- شيكات وحوالات واعتمادات دورية مستحقة الدفع.
4- أوراق مالية واستثمارات: - سندات حكومية. - أوراق مالية أخرى.	4- مستحق للبنوك.
5- قروض وسلفيات: - قروض مقابل ضمانات.	5- الودائع: - ودائع حكومية وخاصة. - ودائع جارية. - ودائع لأجل. - ودائع بإخطار. - ودائع التوفير.
مجموع الأصول	مجموع الخصوم

الجدول (2-2): حسابات النتائج للبنك

المبالغ		البيان
دائن	مدين	
		(1) إيرادات الفوائد
		- الفوائد والأتعاب على القروض. - الفوائد على الودائع المستحقة لدى البنك. - الفوائد على الأوراق المالية. - الدخل من التأخير.
		(2) مصروفات الفوائد.
		- الفوائد على الودائع. - الفوائد على الأموال المقترضة.
		(3) صافي دخل الفوائد = (1)-(2)
		(-) مخصص خسائر القروض.
		(4) = صافي دخل الفوائد بعد خصم المخصصات.
		(5) الإيرادات الأخرى بخلاف الفوائد.
		- أنشطة الائتمان. - أعباء خدمة الودائع. - مكاسب الأوراق المالية.
		(6) المصروفات الأخرى بخلاف الفوائد
		(7) صافي الدخل قبل الضريبة = (3)+(4)-(5)
		(8) (-) ضرائب الدخل والتعديلات المحاسبية.
		(9) صافي دخل البنك.

المصدر: ضياء محمد، اقتصاديات النقود والبنوك، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2005، ص 280.

بالنسبة لمؤشرات الربحية لهذا النموذج فقد تم ذكرها سابقا، أما فيما يخص مؤشرات المخاطرة فهي مرتبطة بربحية البنك ويمكن حصر تلك المخاطر في خمسة أنواع، هي كالآتي:

المقاييس	العلاقة	المدلول
مخاطر السيولة ⁽¹⁾	- إجمالي حقوق الملكية إلى إجمالي الأصول. - للودائع الأساسية إلى إجمالي	- يشير المقياس إلى مقارنة أو نسبة السيولة النقدية المطلوبة لمقابلة المسحوبات

<p>من الودائع، وزيادة في القروض عن الأوضاع الحالية أو المصادر المحتملة للنقدية، سواء من حيث بيع أو تصفية أصل يمتلكه البنك أو الحصول على أموال إضافية من الغير.</p>	<p>الأصول. - الخصوم المتقلبة إلى إجمالي الأصول. - الأوراق المالية قصيرة الأجل إلى إجمالي الأصول. - صافية القروض والإيجارات إلى إجمالي الأصول.</p>	
<p>- يبين مدى حساسية التدفقات النقدية التي تطرأ على مستوى معدلات الفائدة.</p>	<p>- الأصول الحساسة اتجاه الفائدة إلى إجمالي الأصول. - الخصوم الحساسة اتجاه الفائدة إلى إجمالي الأصول. - الأصول الحساسة اتجاه الفائدة. - الخصوم الحساسة اتجاه الفائدة.</p>	<p>مخاطر معدل الفائدة(2)</p>
<p>- توضح المخاطر الناجمة عن فقدان كل أو جزء الفوائد المستحقة أو أصل الدين أو هما معاً، سواء بالنسبة للاستثمار في الأوراق المالية أو القروض وفقاً للاتفاقات والعقود المبرمة.</p>	<p>- مخصصات خسائر القروض إلى إجمالي القروض والإيجارات. - القروض قصيرة الأجل إلى إجمالي الأصول. - صافي أعباء القروض إلى إجمالي القروض والإيجارات. - احتياطي الخسائر إلى القروض غير المستحقة. - الأوراق المالية خلال السنة إلى إجمالي الأصول.</p>	<p>مخاطر الائتمان(3)</p>

(1)- عبد الغفار حنفي، عبد السلام أبو قحف، الإدارة الحديثة في البنوك التجارية، المكتب العربي الحديث، 1993، ص 285-286.

(2)- المرجع نفسه، ص 286.

(3)- طارق عبد العال حماد، مرجع سبق ذكره، ص 73.

<p>- تشير الدرجة التي يمكن بها انخفاض قيمة الأصول قبل أن يلحق الضرر بالدائنين والمودعين، أي درجة تغطية حقوق الملكية للأصول ذات المخاطر. - تفسر مدى قدرة البنك على مواجهة مخاطر الاستثمار بكافة أنواعها وعلى مدى كفاية</p>	<p>- إجمالي حقوق الملكية إلى إجمالي الأصول. - إجمالي رأس المال إلى الأصول الخطرة. - توزيعات الأرباح النقدية إلى صافي الدخل. - الأموال الخاصة (حقوق الملكية) إلى إجمالي الأصول الخطرة.</p>	<p>مخاطر رأس المال(1)</p>
---	---	---------------------------

رأس المال المملوك (حقوق الملكية) لمقابلة خسائر الاستثمار دون المساس بالودائع.		
- تشير إلى كفاءة إدارة التكلفة عند أداء الأنشطة في البنك.	- إجمالي الأصول إلى عدد العمال. - مصروفات العمالة إلى عدد العمال.	مخاطر التشغيل ⁽²⁾

المصدر: طارق عبد العال حماد، مرجع سبق ذكره، ص 73.

المطلب الثالث: تقييم الأداء المالي للبنوك وفق نموذج القيمة الاقتصادية

نتيجة للتطورات الحاصلة في مجال الصناعات المصرفية أصبح نموذج العائد على حقوق الملكية لا يظهر حقيقة المركز المالي للبنوك بشكل دقيق، وعلى هذا الأساس كان لزاماً على المسيرين البحث عن أساليب قياس جديدة لصنع القرار وتقييم الأداء، كاستخدام نموذج القيمة الاقتصادية المضافة.

1- مفهوم القيمة الاقتصادية المضافة (E.V.A) (Economic Value Added):

تعتبر القيمة الاقتصادية المضافة مقياساً مميزاً للأداء، تقيس ما إذا كان الدخل الصافي يفوق تكلفة رأس مال المنشأة، ومن أهم مميزاتها⁽³⁾:

- لها أقوى ارتباط مع تكوين القيمة السوقية لأي مقياس من الربحية، وذلك باعتبار القيمة الاقتصادية المضافة مقياس أكثر دقة من مقياس الربحية.
- كما يمكن استخدامها كأساس لجميع عمليات صنع القرارات، ووضع الاستراتيجيات المالية على

(1)- محمد صالح الحناوي، عبد الفتاح عبد السلام، المؤسسات المالية، الدار الجامعية، 1998، ص ص 318-319.

(2)- المرجع نفسه، ص 320.

(3)- يحي غني النجار، تقييم المشروعات تحليل معايير ومؤشرات دراسات الجدوى وتقييم كفاءة الأداء، دار دجلة، عمان، 2010، ص 510.

أساس النتائج الدقيقة المتحصل عليها باستخدام مقياس القيمة الاقتصادية المضافة.

- كما ينتج عن استخدام القيمة الاقتصادية المضافة برامج تحفيز العاملين والتي تتميز بالعدالة والاعتماد

على الإنتاجية من خلال الاستفادة من معلومات الأداء كأساس للأجور حيث يمكن للمدراء أن يحفزوا القادرين على المنافسة.

2- معادلة القيمة الاقتصادية المضافة:

تعطى معادلة القيمة الاقتصادية المضافة بالعلاقة التالية:

القيمة = النتيجة الاقتصادية - تكلفة الأموال

- تكلفة الأموال المقصود بها تكلفة جميع ما لدى المنشأة من موارد، أي تكلفة الأموال الخاصة وتكلفة الديون وأموال الغير، مع الأخذ بعين الاعتبار ارتباط الديون بمعدل الاقتناء في السوق وهو سعر الفائدة، أما الأموال الخاصة فإنها تأخذ مرجعياً بمعدل التوزيعات العادية عليها، والهدف النهائي من ذلك هو زيادة قيمة السهم ومن ثم قيمة إضافية للمساهمين.

• بمعنى آخر زيادة النتيجة الاقتصادية على التكلفة الكلية وبالتالي خلق قيمة للملاك، والقيمة الاقتصادية المضافة تمثل الفرق بين نتيجة الاستغلال وتكلفة الأموال، وتعطى بالعلاقة الآتية (1):

$EVA = (+ \text{ النتيجة الاستغلالية بعد الضريبة } (RE) - (\text{أموال الاستثمار} \times \text{التكلفة المتوسطة المرجحة للأموال } (CE \cdot WACC))$
 EVA: القيمة الاقتصادية المضافة أو التدفقات النقدية (في شكل سيولة) بعد جميع التحويلات الممكنة والحسومات.

RE (Résultat d'Exploitation): نتيجة الاستغلال، وهي نفسها النتيجة الاقتصادية.
 CE (Capitaux Engagés): تمثل رأس المال المعبأ، والذي يتكون من أموال الخاصة + أقساط الإصدار، كقيمة خاصة متراكمة، مؤونات وشبه أموال خاصة مع ديون مالية صافية من سلفيات الخزينة.

WACC: التكلفة المتوسطة المرجحة للأموال.
 وانطلاق من تحديدنا للتدفقات النقدية للقيمة الاقتصادية المضافة EVA، يمكن تحديد القيمة السوقية المضافة MVA (Market Value)، أخذين بعين الاعتبار عنصر التكلفة حيث:

$MVA = \text{القيمة السوقية } (Market Value) - \text{مجموع الأموال } (Total Capital)$

(1)- المرجع نفسه، ص 151.

خلاصة الفصل:

إن عملية التقييم تستند على المعايير والمؤشرات التي توضح مدى نجاح المصرف في تحقيق الأهداف المرجوة من ممارسة هذه الوظيفة أو ذلك النشاط.
 إن اعتماد قياس وتقييم الأداء من قبل إدارة المصرف يتيح لها إمكانية تحديد الانحرافات وتحديد أسبابها وكيفية معالجتها ورسم السياسات المناسبة للارتفاع وتحسين مستوى الأداء، على العكس في حالة عدم ممارسة تقييم كفاءة الأداء من قبل المصرف في ظل الظروف السائدة في اقتصاد السوق والمتمثلة بالمنافسة وعدم الاستقرار والتقلبات والأزمات قد يؤدي إلى إفلاس هذه المؤسسة، لذلك تعتبر كفاءة الأداء من الأدوات التي يستند عليها في عملية صياغة واتخاذ القرارات السليمة والصائبة التي تضمن نجاح المصرف في ممارسته لنشاطه.

قائمة الأشكال والجداول

1- الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
10	نموذج لقياس جودة الخدمات المصرفية عبر الإنترنت.	(1-1)
11	دورة استخدام النقد الإلكتروني وإجراءاتها.	(2-1)
43	نموذج العائد على حقوق الملكية.	(1-2)
56	الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية.	(1-3)
57	خدمة البنك الإلكتروني	(2-3)

57	خدمة طلب دفتر الشيك	(3-3)
58	خدمة طلب تغيير الرقم السري	(4-3)
58	خدمة البريد الإلكتروني	(5-3)

2- الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
44	ميزانية البنك التجاري.	(1-2)
45	حسابات النتائج للبنك.	(2-2)
60	عدد حاملي البطاقات سنة 2013 لبنك الفلاحة والتنمية الريفية	(1-3)
61	الاستبيانات الموزعة و المستردة	(2-3)
64	توزيع مفردات العينة حسب متغير السن	(3-3)
64	توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس	(4-3)
65	توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي	(5-3)
65	توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى الوظيفي	(6-3)
66	توزيع مفردات العينة حسب متغير عدد سنوات الخبرة	(7-3)
67-66	تقييم الموظفين لأنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية المتوفرة لدى البنك	(8-3)
68	تقييم معيار تصميم الموقع الإلكتروني للبنك	(9-3)
69	تقييم معيار الاعتمادية في جودة الخدمة	(10-3)
70-69	تقييم معيار الاستجابة في جودة الخدمة المقدمة	(11-3)
70	تقييم جودة الخدمة من ناحية معيار الأمان	(12-3)
71	تقييم معيار التعاطف في جودة الخدمة	(13-3)
72	تقييم مدى توفر قنوات توزيع الخدمات الإلكترونية للبنك	(14-3)
73	توزيع أفراد العينة حسب السن	(15-3)
73	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	(16-3)
74	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	(17-3)
74	توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة	(18-3)
75	توزيع أفراد العينة حسب مدة التعامل مع البنك	(19-3)
76-75	تقييم العملاء لأنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية المتوفرة لدى البنك	(20-3)
77-76	تقييم معيار تصميم الموقع الإلكتروني للبنك	(21-3)
77	تقييم معيار الاعتمادية في جودة الخدمة المصرفية الاعتمادية	(22-3)
78	تقييم معيار الاستجابة في جودة الخدمة المقدمة	(23-3)
79	تقييم جودة الخدمة من ناحية معيار الأمان	(24-3)

80	تقييم معيار التعاطف في جودة الخدمة	(25-3)
81-80	تقييم مدى توفر قنوات توزيع الخدمات الإلكترونية للبنك	(26-3)
82	تقييم معايير جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية من طرف الموظفين	(27-3)
83-82	تقييم معايير جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية من طرف العملاء	(28-3)
84	تقييم الموظفين لتأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على الأداء المالي في البنك	(29-3)

قائمة المراجع

I- الكتب:

1- باللغة العربية:

- 1- أبو فروة محمود محمد، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الانترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 2- الجنيهي منير، الجنيهي ممدوح ، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006.
- 3- الحداد عوض، استراتيجيات التسويق المصرفي والخدمات المصرفية، دار الكتاب الحديث، عمان، 2006.
- 4- الحداد وسيم محمد، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 5- الحناوي محمد صالح، عبد السلام عبد الفتاح ، المؤسسات المالية، الدار الجامعية، 1998.
- 6- الخطيب محمد محمود، الأداء المالي وأثره على عوائد أسهم الشركات، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 7- الرومي محمد أمين، التعاقد الإلكتروني عبر الانترنت، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2004.
- 8- الرومي محمد أمين، المستند الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007.
- 9- الزبيدي حمزة محمود، إدارة الائتمان المصرفي والتحليل الائتماني، دار الوراق للنشر، عمان، 2008.
- 10- الزبيدي حمزة محمود، التحليل المالي، دار الوراق، عمان، 2004.
- 11- الشافعي محمد إبراهيم محمود، الآثار النقدية والاقتصادية والمالية للنقود الإلكترونية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003.
- 12- الشمري ناظم محمد نوري، العبد اللات عبد الفتاح زهير، الصيرفة الإلكترونية، دار وائل للنشر، عمان، 2008.
- 13- الشوري جلال عايد، وسائل الدفع الإلكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2008.

- 14- الصمادي حازم نعيم، المسؤولية في العمليات المصرفية، دار وائل للنشر، عمان، 2003.
- 15- الصميدعي محمود جاسم، عثمان يوسف ردينة ، التسويق المصرفي، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2001.
- 16- العجارمة تيسير، التسويق المصرفي، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
- 17- العيساوي كاظم جاسم، دراسات الجدوى الاقتصادية وتقييم المشروعات، الطبعة الثانية، دار المناهج للنشر، عمان، 2005.
- 18- القباني ثناء علي، السواح نادر شعبان إبراهيم ، النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك التجارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006.
- 19- الكرخي مجيد ، تقويم الأداء باستخدام النسب المالية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
- 20- الكفافي محمد جمال ، الاستثمار في الموارد البشرية، الدار الثقافية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
- 21- النجار يحي غني، تقييم المشروعات تحليل معايير ومؤشرات دراسات الجدوى وتقييم كفاءة الأداء، دار دجلة، عمان، 2010.
- 22- بختي إبراهيم، التجارة الإلكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2008.
- 23- بشنق زهير، العمليات المالية والمصرفية الإلكترونية، اتحاد المصارف العربية، بيروت، 2006.
- 24- جمعة السعيد فرحات، الأداء المالي لمنظمات الأعمال، دار المريخ للنشر، الرياض، 2000.
- 25- حماد طارق عبد العال، تقييم أداء البنوك التجارية "تحليل العائد والمخاطرة"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003.
- 26- حنفي عبد الغفار، عبد السلام أبو قحف، الإدارة الحديثة في البنوك التجارية، المكتب العربي الحديث، بدون بلد، 1993.
- 27- رضوان رأفت، عالم التجارة الإلكترونية، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 1999.
- 28- سناء محمد نور، خلف جودت ، التجارة الإلكترونية، الطبعة الثانية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 29- سفر أحمد، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2006.
- 30- شافي نادر عبد العزيز، المصارف والنقود الإلكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2007.
- 31- طه طارق، إدارة البنوك في بيئة العولمة والانترنت، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007.
- 32- عامر سامح عبد المطلب، إدارة الأداء، دار الفكر، عمان، 2011.
- 33- عبادة إبراهيم عبد الحليم، مؤشرات الأداء في البنوك الإسلامية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2008.

- 34- محمد ضياء، اقتصاديات النقود والبنوك، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2005.
35- منصور محمد حسين، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007.
2- باللغة الأجنبية:

- 1- Gervais Michel, Contrôle de Gestion, Edition Economica, Paris, 1997.
2- Zollinger Monique, Marketing et Stratégie de la Banque, 3^{eme} édition, Dunod, Paris, 1999.

II- المذكرات:

- 1- أمارة محمد، يحي عاصي، تقييم الأداء المالي للمصارف الإسلامية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، كلية الاقتصاد، جامعة الأردن، دفعة 2008.
2- الكسري منيرة، التحويل المالي والموازات التقديرية كأداة لتقييم الأداء المالي للمؤسسة، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير، قسم علوم اقتصادية، تخصص استراتيجية مالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قلمة، دفعة 2010.
3- بن عاتي يوسف وآخرون، دور الخدمة المصرفية في تطوير نشاط البنوك التجارية الجزائرية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر، تخصص إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قلمة، 2011.
4- بودربالة نادية، أثر إستراتيجية الشراكة على الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر، قسم علوم التسيير، تخصص مالية المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قلمة، دفعة 2011-2012.
5- شيروف فضيلة، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير، قسم علوم التجارة، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، دفعة 2009-2010.
6- كعواش حدة، حياة بهاليل، أثر برامج التأهيل على الأداء المالي للمؤسسة، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر، قسم علوم التسيير، تخصص مالية المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قلمة، دفعة 2012-2013.
7- قاسم فهمي سعيد محمد، نظم المعلومات وتكنولوجيا الاتصال في تحسين الخدمات المصرفية، مذكرة تخرج لنيل شهادة دكتوراه، قسم علوم التسيير، تخصص علوم مالية وتجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة عنابة، دفعة 2010-2011.
8- مسيوودي كريمة، بولحية سليمة، دور العمليات المصرفية الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر، قسم علوم التسيير، تخصص مالية المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قلمة، دفعة 2010-2011.

III- الملتقيات والمجلات:

- 1- الشرقاوي محمود أحمد، مفهوم الأعمال المصرفية الإلكترونية وأهم تطبيقاتها، مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، المجلد الأول، دبي، 10-12 ماي 2003.
2- الصرن رعد حسن، أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنت وجودة الخدمات المصرفية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، العدد 9، فيفري 2005.

3- خالص صالح، تقييم كفاءة الأداء في القطاع المصرفي، ملتقى دولي حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية، واقع وتحديات، جامعة الشلف، الجزائر، 14-15 ديسمبر 2004.

4- قدي عبد المجيد، نوبا حديد، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على المؤسسة، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، جامعة ورقلة، الجزائر، 15-16-17 مارس 2004.

5- عرابة رابح، دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 08، جامعة الشلف، 2012.

6- عياش زبير، مناصرة سميرة، دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين الأداء البنكي، الملتقى الدولي حول نماذج خدمات الصيرفة الإلكترونية الناشئة، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2-3 ديسمبر 2013.

7- ملوج كمال وآخرون، إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، جامعة المدية، جامعة بجاية، 26-27 أبريل 2011.

VI- مواقع الانترنت:

1- BADR Banque, Badr Info, N°01, Mars 2002.

2- BADR Banque, Badr Info, N°02, Avril 2002.

3- BADR Banque, Badr Info, N°28, Janvier 2006.

4- BADR Banque, Badr Info, N°33, Mars 2007.

5- <http://ebanking.badr.dz/fr>

6- <http://ebanking.badr.dz/pqrt/fr/dcizeb.htm?po=home.tnt>

7- <http://mail.badr.bank.net/webmail>

الملاحق



جامعة 08 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير

استمارة خاصة بالموظفين

تحية طيبة وبعد،

تقوم الباحثتان بإعداد دراسة ميدانية حول موضوع: "دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تطوير الأداء المالي للبنوك"، يرجى منكم التكرم بالإجابة على الأسئلة التالية بنمغن، وهذا بوضع إشارة (X) في الخانة التي تتفق مع واقع البنك الذي تعملون فيه، علما أن إجاباتكم تبقى سرية ولغاية البحث العلمي فقط، لذلك لا نطلب منكم ذكر الاسم أو اللقب أو العنوان.

* الأستاذ المشرف: د/ بل كبير بومدين

* الباحثتان:

- ريجان سعاد

- براهيمية ليلي

القسم الأول: معلومات عامة

1- السن:

2- الجنس: أنثى ذكر

3- المستوى التعليمي:

ابتدائي متوسط ثانوي إليمي إراسي عليا

4- المستوى الوظيفي:

مدير نائب أو مساعد مدير رئيس قسم نائب رئيس قسم إطار

أو مصلحة أو مصلحة

5- عدد سنوات الخبرة:

بطاقة الدفع: هو عبارة عن بطاقة بلاستيكية ومغناطيسية يصدرها البنك لصالح عملائه بدلا من حمل النقود. الشيكات الإلكترونية: هي عبارة عن صورة أو نسخة إلكترونية للشيك الورقي، ويتضمن نفس المعلومات ونفس الإطار القانوني الموجود في تلك الشيكات، ويمتاز بأنه أسرع وأرخص وأكثر أمانا. المحافظ الإلكترونية: هي عبارة عن برنامج يقوم المستخدم بتنصيبه على حاسوبه الشخصي، ويتم تخزين المعلومات الشخصية وأرقام البطاقات الائتمانية في هذا البرنامج.

التحويلات المالية الإلكترونية: هو عملية يتم بموجبها نقل مبلغ معين من حساب إلى آخر، سواء يتم هذا التحويل بين حسابين مختلفين في نفس البنك أو في بنكين مختلفين.
 الكميالة الإلكترونية: هي صك معالج إلكترونيًا، متفق عليه مسبقًا وفقًا لشكل معين، يتضمن أمرًا من الساحب عن طريق مصرفه إلى بنك المسحوب عليه، يدفع مبلغًا معينًا في تاريخ معين أو بمجرد الإطلاع لأمر المستفيد.
 الاعتماد المستندي الإلكتروني: وهو العملية التي يتم من خلالها تبادل الوثائق والمستندات إلكترونيًا من خلال البريد الإلكتروني.
 التكاليف التشغيلية: هي تلك التي تنفق من أجل تشغيل المشروع وتشمل الأجور، المرتبات، المكافآت، تكاليف الصيانة والإيجارات.

القسم الثاني: أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية المتوفرة لدى البنك

الرقم	الأسئلة	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جدا
01	من ضمن الخدمات التي يقدمها البنك لعملائه بطاقة الدفع.					
02	يستخدم البنك الشيكات الإلكترونية لتسهيل وتسريع عمليات الدفع والمحاسبة.					
03	يقدم البنك خدمة المحافظ الإلكترونية لعملائه والتي تمكنهم من القيام بمختلف العمليات وفي أي مكان.					
04	يقوم البنك بعملية التحويلات المالية الإلكترونية من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر.					
05	يوفر البنك لعملائه الكميالة الإلكترونية، التي تمكن الساحب من تحرير الكميالة ويرسلها إلى المصرف عبر جهاز الحاسوب.					
06	يوفر البنك الاعتماد المستندي الإلكتروني لتحقيق ضمان أكثر، والذي يمكن من تبادل الوثائق الإلكترونية من خلال البريد الإلكتروني.					

القسم الثالث: تقييم جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة في البنك الذي تعملون فيه

الرقم	الأسئلة	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جدا
	تصميم الموقع					
01	يتميز الموقع الإلكتروني للبنك بسهولة التصفح.					
02	يتميز الموقع الإلكتروني للبنك بتصميم					

					جذاب.	
					اللغة المستخدمة في الموقع الإلكتروني للبنك واضحة ومفهومة.	03
					يتم تحديث الموقع الإلكتروني للبنك بشكل مستمر.	04
					يتوفر على الموقع الإلكتروني للبنك معلومات وخدمات بشكل كاف.	05
الاعتمادية						
					يقدم العاملون في البنك الخدمات الإلكترونية بطريقة صحيحة من أول مرة.	01
					هناك التزام بتقديم الخدمات الإلكترونية في المواعيد المتفق عليها.	02
					يتمتع مقدمي الخدمة بالمهارات والكفاءات العالية.	03
					يحتفظ البنك بمعلومات دقيقة عن زبائنه.	04
الاستجابة						
					يستجيب البنك لشكاوي واستفسارات الزبائن.	01
					يظهر مقدمي الخدمات الإلكترونية اهتماما صادقا في حل المشاكل التي تواجه الزبائن في البنك.	02
					يزود مقدمي الخدمات الإلكترونية الزبائن بالمعلومات الكافية عن الخدمة المقدمة.	03
					يهتم مقدمي الخدمات الإلكترونية باقتراحات الزبائن.	04
الأمان						
					يشعر الزبائن بأمان عند طلبهم للخدمات المصرفية الإلكترونية.	01
					يوفر البنك كل الإجراءات الأمنية مثل طاقم حراسة قوي، يعتمد على برامج إلكترونية للأمن والأمان.	02
					لا يسيء البنك استخدام المعلومات الشخصية للعملاء من خلال الخدمات الإلكترونية.	03
التعاطف						
					يولي العاملون عناية شخصية بالعملاء.	01
					يولي البنك اهتماما فرديا بالعملاء.	02

					يضع البنك مصلحة الزبون في مقدمة اهتماماته.	03
					يوفر البنك ساعات عمل ملائمة لظروف الزبون.	04
					يعرف العاملون بالبنك احتياجات الزبائن ويسعون لتحقيقها.	05

القسم الرابع: تقييم قنوات توزيع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنك الذي تعملون فيه

الرقم	الأسئلة	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جدا
01	يقدم البنك خدمات عبر الصراف الآلي.					
02	يتعامل البنك مع زبائنه عبر شبكة الانترنت.					
03	يقدم البنك خدماته عبر الهاتف المصرفي والتي تمكن الزبون من تحويل مبلغ مالي مقابل سلعة أو خدمة اشتراها عبر الانترنت إلى البائع.					
04	يقوم البنك بإرسال رسائل قصيرة إلى الزبون لتزويده بالمعلومات (الهاتف الجوال).					
05	يوفر البنك آلات تنتشر في المؤسسات التجارية بأنواعها تمكن الزبون باستخدام بطاقات لأداء مدفوعاتهم من خلال الخصم من حسابه إلكترونيا (نقاط البيع الإلكترونية).					
06	يتصل البنك بزبائنه عن طريق الحاسب الشخصي للزبون المتصل بالحاسب البنكي، من خلال كلمة سر وذلك لإتمام الخدمات المصرفية المطلوبة (الصيرفة المنزلية).					
07	يتصل البنك مع زبائنه عبر التلفزيون الرقمي وهو عبارة عن تلفزيون المنزل مرتبط بالحاسب المصرفي عبر الأقمار الصناعية لأداء الخدمات المطلوبة.					

القسم الخامس: تقييم الأداء المالي للبنك الذي تعملون فيه

الرقم	الأسئلة	موافق	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق
-------	---------	-------	-------	-------	-----------	-----------

موافق جدا	موافق		جدا		
					01 تمنح الخدمات المصرفية الإلكترونية للبنك القدرة على طرح منتجاته في الأسواق الداخلية والخارجية بالسرعة المناسبة.
					02 يعمل البنك على خفض التكاليف التشغيلية من خلال الخدمات المصرفية الإلكترونية.
					03 يؤدي استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى زيادة أرباح البنك.
					04 تساعد الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى تراكم المعلومات والمعرفة المالية.
					05 تساعد الخدمات المصرفية الإلكترونية في تسريع العمليات المالية.
					06 يساعد تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية في زيادة الاستثمارات في تكنولوجيا المعلومات بما يساهم في تحسين مستوى الأداء المالي للبنك.
					07 يؤدي تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى تقليل المخاطر المالية والمشاكل التي يواجهها البنك.
					08 يؤدي تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية مساعداً البنك في الرقابة والسيطرة على النفقات وتخفيض الضرائب.
					09 تساهم الخدمات المصرفية الإلكترونية في زيادة رقم أعمال البنك بالمقارنة مع أهم المنافسين.



جامعة 08 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير
استمارة خاصة بالعملاء

تحية طيبة وبعد،

تقوم الباحثتان بإعداد دراسة ميدانية حول موضوع: "دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تطوير الأداء المالي للبنوك"، يرجى منكم التكرم بالإجابة على الأسئلة التالية بتمعن، وهذا بوضع إشارة (X) في الخانة التي تتفق مع واقع البنك الذي تعملون فيه، علما أن إجاباتكم تبقى سرية ولغاية البحث العلمي فقط، لذلك لا نطلب منكم ذكر الاسم أو اللقب أو العنوان.

* الأستاذ المشرف: د/ بل كبير بومدين

* الباحثتان:

- ريحان سعاد

- براهيمية ليلي

القسم الأول: معلومات عامة

1- السن:

2- الجنس: أنثى ذكر

3- المستوى التعليمي:

ابتدائي متوسط ثانوي جامعي دراسات عليا

4- الوظيفة:

قطاع الصناعات القطاع التجاري قطاع الفلاحة قطاع الخدمات

قطاع التعليم

5- مدة التعامل مع البنك:

لأقل من سنة ما بين سنة-5 سنوات ما بين 5-10 سنوات لأكثر من 10 سنوات

بطاقة الدفع: هو عبارة عن بطاقة بلاستيكية ومغناطيسية يصدرها البنك لصالح عملائه بدلا من حمل النقود.

الشيكات الإلكترونية: هي عبارة عن صورة أو نسخة إلكترونية للشيك الورقي، ويتضمن نفس المعلومات ونفس الإطار القانوني الموجود في تلك الشيكات، ويمتاز بأنه أسرع وأرخص وأكثر أمانا.

المحافظ الإلكترونية: هي عبارة عن برنامج يقوم المستخدم بتنصيبه على حاسوبه الشخصي، ويتم تخزين المعلومات الشخصية وأرقام البطاقات الائتمانية في هذا البرنامج.

التحويلات المالية الإلكترونية: هو عملية يتم بموجبها نقل مبلغ معين من حساب إلى آخر، سواء يتم هذا التحويل بين حسابين مختلفين في نفس البنك أو في بنكين مختلفين.

الكمبيالة الإلكترونية: هي صك معالج إلكترونيا، منفق عليه مسبقا وفقا لشكل معين، يتضمن أمرا من الساحب عن طريق مصرفه إلى بنك المسحوب عليه، يدفع مبلغا معينا في تاريخ معين أو بمجرد الاطلاع لأمر المستفيد.

الاعتماد المستندي الإلكتروني: وهو العملية التي يتم من خلالها تبادل الوثائق والمستندات إلكترونيا من خلال البريد الإلكتروني.

التكاليف التشغيلية: هي تلك التي تتفق من أجل تشغيل المشروع وتشمل الأجور، المرتبات، المكافآت، تكاليف الصيانة والإيجارات.

القسم الثاني: أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية المتوفرة لدى البنك

الرقم	الأسئلة	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جدا
01	من ضمن الخدمات التي يقدمها البنك لعملائه بطاقة الدفع.					
02	يستخدم البنك الشيكات الإلكترونية لتسهيل وتسريع عمليات الدفع والمحاسبة.					
03	يقدم البنك خدمة المحافظ الإلكترونية لعملائه والتي تمكنهم من القيام بمختلف العمليات وفي أي مكان.					
04	يقوم البنك بعملية التحويلات المالية الإلكترونية من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر.					
05	يوفر البنك لعملائه الكمبيالة الإلكترونية، التي تمكن الساحب من تحرير الكمبيالة ويرسلها إلى المصرف عبر جهاز الحاسوب.					
06	يوفر البنك الاعتماد المستندي الإلكتروني لتحقيق ضمان أكثر والذي يمكن من تبادل الوثائق الإلكترونية من خلال البريد الإلكتروني.					

القسم الثالث: تقييم جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة

الرقم	الأسئلة	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جدا
	تصميم الموقع					
01	يتميز الموقع الإلكتروني للبنك بسهولة التصفح.					
02	يتميز الموقع الإلكتروني للبنك بتصميم جذاب.					
03	اللغة المستخدمة في الموقع الإلكتروني للبنك واضحة ومفهومة.					
04	يتم تحديث الموقع الإلكتروني للبنك بشكل مستمر.					
05	يتوفر على الموقع الإلكتروني للبنك معلومات وخدمات بشكل كاف.					
	الاعتمادية					
01	يقدم العاملون في البنك الخدمات الإلكترونية					

					بطريقة صحيحة من أول مرة.
					02 هناك التزام بتقديم الخدمات الإلكترونية في المواعيد المتفق عليها.
					03 يتمتع مقدمي الخدمة بالمهارات والكفاءات العالية.
					04 يحتفظ البنك بمعلومات دقيقة عن زبائنه.
الاستجابة					
					01 يستجيب البنك لشكاوي واستفسارات الزبائن.
					02 يظهر مقدمي الخدمات الإلكترونية اهتماما صادقا في حل المشاكل التي تواجه الزبائن في البنك.
					03 يزود مقدمي الخدمات الإلكترونية الزبائن بالمعلومات الكافية عن الخدمة المقدمة.
					04 يهتم مقدمي الخدمات الإلكترونية باقتراحات الزبائن.
الأمان					
					01 يشعر الزبائن بأمان عند طلبهم للخدمات المصرفية الإلكترونية.
					02 يوفر البنك كل الإجراءات الأمنية مثل طاقم حراسة قوي، يعتمد على برامج إلكترونية للأمن والأمان.
					03 لا يسيء البنك استخدام المعلومات الشخصية للعملاء من خلال الخدمات الإلكترونية.
التعاطف					
					01 يولي العاملون عناية شخصية بالعملاء.
					02 يولي البنك اهتماما فرديا بالعملاء.
					03 يضع البنك مصلحة الزبون في مقدمة اهتماماته.
					04 يوفر البنك ساعات عمل ملائمة لظروف الزبون.
					05 يعرف العاملون بالبنك احتياجات الزبائن ويسعون لتحقيقها.

القسم الرابع: تقييم قنوات توزيع الخدمات المصرفية الإلكترونية

الرقم	الأسئلة	موافق	موافق	محايد	غير	غير
-------	---------	-------	-------	-------	-----	-----

موافق جدا	موافق		جدا			
					يقدم البنك خدمات عبر الصراف الآلي.	01
					يتعامل البنك مع زبائنه عبر شبكة الانترنت.	02
					يقدم البنك خدماته عبر الهاتف المصرفي والتي تمكن الزبون من تحويل مبلغ مالي مقابل سلعة أو خدمة اشترهاها عبر الانترنت إلى البائع.	03
					يقوم البنك بإرسال رسائل قصيرة إلى الزبون لتزويده بالمعلومات (الهاتف الجوال).	04
					يوفر البنك آلات تنتشر في المؤسسات التجارية بأنواعها تمكن الزبون باستخدام بطاقات لأداء مدفوعاتهم من خلال الخصم من حسابه إلكترونيا (نقاط البيع الإلكترونية).	05
					يتصل البنك بزبائنه عن طريق الحاسب الشخصي للزبون المتصل بالحاسب البنكي، من خلال كلمة سر وذلك لإتمام الخدمات المصرفية المطلوبة (الصيرفة المنزلية).	06
					يتصل البنك مع زبائنه عبر التلفزيون الرقمي وهو عبارة عن تلفزيون المنزل مرتبط بالحاسب المصرفي عبر الأقمار الصناعية لأداء الخدمات المطلوبة.	07

ملخص الدراسة:

إن الهدف من معالجة موضوع دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تطوير الأداء المالي للبنك، هو تقديم إطار نظري يحدد مختلف المفاهيم المتعلقة بالخدمات المصرفية الإلكترونية باعتبارها من أهم افرازات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتي مكنت البنوك من تغطية رغبات عملائها بسرعة وفعالية وخدمة أسواقها المستهدفة بكل كفاءة، بالإضافة إلى التعرف على قنوات توزيعها وكيفية بلوغ الجودة في تقديم الخدمات باعتبارها الإلكترونية. كما حاولنا التطرق إلى درجة مساهمة هذا النوع من الخدمات في تحقيق الأهداف المالية للبنك من خلال تسريع العمليات المالية ومساعدته على طرح منتجاته في الأسواق الداخلية والخارجية بالسرعة المناسبة كما يمتد تأثير الخدمات إلى السيطرة على مختلف التكاليف التشغيلية وبالتالي تحسين الأداء المالي في البنك .

وحاولنا في الدراسة الميدانية بينك الفلاحة والتنمية الريفية تحليل مدى تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية في رفع مستوى الأداء المالي، حيث تطرقنا إلى واقع هذه الخدمات في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة- كما حاولنا التعرف على وجهة نظر كل من العملاء والموظفين حول تنوع الخدمات الإلكترونية المقدمة وجودتها. وفي الأخير توصلنا أن تنوع الخدمات المصرفية الإلكترونية وتعدد قنوات توزيعها وكذا ارتفاع مستوى جودتها له أثر إيجابي على تطوير الأداء المالي للبنك. الكلمات المفتاحية : الخدمة المصرفية، الخدمة المصرفية الإلكترونية، جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية الأداء المالي.

Study summary:

The objective of studying the issue of the role of banking electronic services to the development of bank performance, is to provide a theoretical framework that defines various concepts about banking e-services as one of the most important aspects of the revolution of communication and information technology, which made banks able to meet their customers' wants rapidly and effectively, and to serve their targeted markets efficiently, In addition to know their distribution channels and how to reach quality in providing electronic services. As we attempted to find out the contribution of this type of services to achieve bank's financial objectives through accelerating financial operations and products introduction in external and internal markets.

In the empirical study of Rural Development and Agriculture Bank (BADR), we tried to analyse the extent of the impact of banking e-services on the level of financial performance, where we dealt with the reality of such services in BADR - Guelma Agency-, as we tried to indentify the point of view of both customers and employees of the bank about the diversity and quality of provided electronic services.

In the end, we concluded that banking e-services diversity and their multi-channel distribution, as well as their high quality have a positive impact on developing bank's financial performance.

Key-words: Banking service, Banking electronic service, Banking e-services quality, financial performance.