



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



الميدان: العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

الفرع: علوم اقتصادية

التخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بعنوان:

الشمول المالي ودوره في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك التجارية
دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية مجمع الاستغلال ميله

المشرف	اعداد الطلبة	
الدكتور: محمد هبول	بن مخلوف زين الدين	1
	بن لشهب عبد الهادي	2

لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	اسم ولقب الأستاذ(ة)
رئيسا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله	بعلي حسني
مشرفا ومقررا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله	محمد هبول
ممتحنا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله	قاسمي مريم

السنة الجامعية 2023/2022



شكر وتقدير

أول من يشكر ويحمد أناء الليل وأطراف النهار
هو العلي القهار
الأول والآخر والظاهر والباطن الذي أغرقنا بنعمه
التي لا تعد ولا تحصى أمن علينا برزقه الذي لا يفنا وأنار
دربنا فله جزيل الحمد والثناء العظيم الله الحمد كله
والشكر كله أن وفقنا وألهمنا الصبر على المشاق
التي واجهتنا لأنجاز هذا العمل المتواضع.
والشكر موصول إلى كل معلم أفادنا بعلمه من أولى
المراحل الدراسية حتى هذه اللحظة، كما نلرفع كلمة شكر
إلى الدكتور "محمد هبول"
الذي ساعدنا في إنجاز بحثنا
وشكر أيضا أستاذة التربص الميداني الذين
لم يبخلوا علينا بنصائحهم وإرشاداتهم.
كما نشكر كل من مد لنا يد العون من قريب أو بعيد
ونشكر كل أساتذة وعمال قسم العلوم الاقتصادية.
وفي الأخير لا يسعنا إلا أن ندعو الله عز وجل أن يرزقنا
السداد والرشاد والعفاف والغنى
وأن يجعلنا هداة مهتدين.

اهداء

الحمد الكثير والشكر الجزيل للمولى الكريم الذي أنار قلبي وعقلي ، والصلاة والسلام على رسول الله سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

أهدي هذا العمل المتواضع إلى من قال فيهما الله عز وجل " واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا " سورة الإسراء الآية 24. إلى من علمني أن النجاح لا يأتي إلا بالصبر والإصرار ، أعز إنسانة على قلبي ورفيقة دربي وسندي في الحياة أُمي الغالية.

إلى روح أبي الطاهرة والذي أسأل الله عز وجل أن يتغمده برحمته الواسعة ويدخله الفردوس الأعلى ، فأطلب من كل من طالع هذا العمل أن يدعو له بالرحمة والمغفرة.

إلى إخوتي لمين ، حمزة وأنيس.

إلى زوجتي الغالية حفظها الله وأبنائي : ألاء ، ساجد عبد الفتاح ، يحي رسيم. إلى كل عائلتي وأصدقائي وزملائي وكل من ساعدني في إنجاز هذا العمل وخاصة الأستاذ هبول محمد.

عبد الهادي

اهداء

إلى صاحب السيرة العطرة والفكر المستنير، فلقد كان له
الفضل الأول في بلوغي التعليم العالي أعظم رجل في
حياتي و قدوتي (والدي الحبيب) أطال الله في عمره .

إلى من وضعتني على طريق الحياة وجعلتني ربط
الجاهل، ورعتني حتى صرت كبيرا أحب امرأة على قلبي
(أمي الغالية) أطال الله في عمرها .

إلى إخوتي، من كان لهم بالغ الأثر في كثير من العقبات
والصعاب، إلى جميع أساتذتي الكرام، ممن لم يتوانوا في
مد يد العون لي .

إلى أختي الغالية و العزيزة على قلبي حفصها الله و
يوفقها في شهادة البكالوريا .

إلى أستاذنا البشوش الذي أشرف علينا في انجاز هذا
العمل (محمد هبول)

إلى أصدقائي و كل زملائي

أهدي إليكم بحثي و أتمنى أن أحوز على رضاكم

زين الدين

المُلخَص

تهدف الدراسة إلى الكشف عن دور الشمول المالي في تحقيق الميزة التنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (مجمع الاستغلال ميلة)، و لبلوغ هذا الهدف تم الاعتماد على المنهج الوصفي و التحليلي و الاستبانة التي تم توزيعها على عينة من زبائن وكالات بنك الفلاحة و التنمية الريفية بدر -ميلة-بلغ عددها 57 استبانة قابلة للتحليل، حيث تمت معالجة البيانات من خلال برنامج (SPSSV 21) ثم اختبار الفرضيات.

وقد خلصت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($0.05 \geq \alpha$) للشمول المالي ومختلف ابعاده الاربعة (الوصول، الاستخدام، الجودة، التنوع) على الميزة التنافسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (مجمع الاستغلال ميلة).

في الاخير اوصت الدراسة، بضرورة اهتمام البنك بعرض الخدمات المصرفية التي تتلاءم مع قيم المجتمع الجزائري والواقع الإقتصادي والإقتصادي لهم، والتي من شأنها تحسين تنافسية البنك واستقطاب عدد اكبر من الزبائن.

الكلمات المفتاحية: الشمول المالي، الميزة التنافسية، الخدمات المصرفية، البنوك التجارية

Abstract:

The study aims to reveal the role of financial inclusion in achieving the competitive advantage of the Bank of Agriculture and Rural Development (the Exploitation Complex Mila), and to achieve this goal, the descriptive and analytical approach was relied on and the questionnaire distributed to a sample of clients of the agencies of the Bank of Agriculture and Rural Development Badr - Mila - there were 57 questionnaires that could be analyzed, where the data were processed through the program (SPSSv 21) and then the hypotheses were tested.

The study concluded that there is a statistically significant effect at the level ($\alpha \leq 0.05$) of financial inclusion and its various four dimensions (access, use, quality, diversity) on the competitive advantage in the Bank of Agriculture and Rural Development (Milah Exploitation Complex).

Finally, the study recommended that the bank should be interested in offering banking services that are compatible with the values of Algerian society and their social and economic reality, which would improve the bank's competitiveness and attract a larger number of customers.

Keywords:

Access to financial services, uses of financial services, quality of financial services .Creativity, excellence, Diversity of financial services, cost, quality

فهرس المحتويات

قائمة المحتويات	
	شكر وتقدير
	إهداء
	الملخص
	قائمة المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
أ	مقدمة
الفصل الأول: الإطار النظري للشمول المالي والميزة التنافسية	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: البنوك التجارية و الشمول المالي
3	المطلب الأول: مفهوم البنوك التجارية و خصائصها
6	المطلب الثاني: وظائف البنوك التجارية وأهدافها
13	المطلب الثالث: مفهوم الشمول المالي ، مبادئه وخصائصه
16	المطلب الرابع: أبعاد الشمول المالي ، أهدافه وأهميته
25	المبحث الثاني: أساسيات حول الميزة التنافسية للبنوك
25	المطلب الأول: مفهوم الميزة التنافسية للبنوك و أنواعها
28	المطلب الثاني: محددات و عوامل بناء الميزة التنافسية
30	المطلب الثالث: شروط و مؤشرات قياس الميزة التنافسية
31	المطلب الرابع: الأسس العامة لبناء الميزة التنافسية ومعوقاتهما
34	المبحث الثالث: علاقة الشمول المالي بالميزة التنافسية
34	المطلب الأول: مؤشرات المحددة للعلاقة بين الشمول المالي و الميزة التنافسية
36	المطلب الثاني: تأثير الشمول المالي على الميزة التنافسية البنكية

39	المطلب الثالث: الربط بين أبعاد الشمول المالي وأبعاد الميزة التنافسية
40	خلاصة الفصل
الفصل الثاني:دراسة ميدانية بنك الفلاحة والتنمية الريفية-ميلة-	
42	تمهيد
43	المبحث الأول: تقديم بنك الفلاحة و التنمية الريفيةBADR
43	المطلب الأول:نشأة و تعريف بنك الفلاحة و التنمية الريفيةBADR
46	المطلب الثاني: بنك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية ميلة (مجمع الاستغلال)
49	المطلب الثالث: الخدمات التي يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية
53	المبحث الثاني: الطريقة والإجراءات
53	المطلب الأول: مجتمع الدراسة وعينتها
53	المطلب الثاني: أداة الدراسة وأدوات المعالجة الإحصائية المستخدمة
55	المطلب الثالث: صدق أداة الدراسة وثباتها
57	المبحث الثالث: تحليل النتائج واختبار الفرضيات
57	المطلب الأول: وصف المتغيرات الديمغرافية والمهنية لأفراد عينة الدراسة
62	المطلب الثاني: التحليل الإحصائي لعبارات الإستبيان
68	المطلب الثالث: إختبار فرضيات الدراسة
75	خلاصة الفصل الثاني
77	خاتمة
80	قائمة المراجع
	الملاحق

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
1-01	أبعاد و مؤشرات الشمول المالي	21
2-01	وكالات بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية ميله	46
2-02	معامل ثبات الإتساق الداخلي لأبعاد الإستبانة (مقياس ألفا كرونباخ).	55
2-03	توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا للمتغيرات الديمغرافية والمهنية.	57
2-04	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومستوى الأهمية لبعء الوصول إلى الخدمات البنكية.	62
2-05	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومستوى الأهمية لبعء إستخدام الخدمات المالية.	63
2-06	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومستوى الأهمية لبعء جودة الخدمات المالية.	64
2-07	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومستوى الأهمية لبعء تنوع الخدمات المصرفية.	65
2-08	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومستوى الأهمية لأبعاد الميزة التنافسية.	66
2-09	اختبار التوزيع الطبيعي (كولمجروف-سميرنوف) (1-Samphe k-s)	68
2-10	معامل التحديد لأثر الشمول المالي على الميزة التنافسية	71
2-11	معامل التحديد لأثر بعء الوصول إلى الخدمات البنكية على الميزة التنافسية	71
2-12	معامل التحديد لأثر بعء إستخدام الخدمات المالية على الميزة التنافسية	72
2-13	معامل التحديد لأثر بعء جودة الخدمات المالية على الميزة التنافسية	73
2-14	معامل التحديد لأثر بعء تنوع الخدمات المصرفية على الميزة التنافسية	74

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
17	أبعاد الشمول المالي	1-01
30	محددات الميزة التنافسية	1-02
32	الأسس العامة لبناء الميزة التنافسية	1-03
48	الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية ولاية ميله	2-01
59	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	2-02
59	توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر	2-03
60	توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي	2-04
60	توزيع أفراد العينة حسب متغير نوع المهنة	2-05
61	توزيع أفراد العينة حسب متغير مستوى الدخل	2-06
61	توزيع أفراد العينة حسب متغير مستوى مدة التعامل مع البنك	2-07
69	يوضح التوزيع الطبيعي لمحور الشمول المالي	2-08
70	يوضح التوزيع الطبيعي لمحور الميزة التنافسية	2-09

المقدمة

يحظى الشمول المالي في الآونة الأخيرة باهتمام متزايد من قبل صانعي القرار في مختلف دول العالم لذا حرصت سلطة النقد والمعاهد المصرفية والبنوك على ترسيخ مبادئه في مختلف المجتمعات ، فالشمول المالي ليس مسؤولية الجهاز المصرفي فقط وإنما يتطلب تعاون جهات ومؤسسات متعددة داخل الدولة من أجل وضع إستراتيجيات عامة على مستوى الإقتصاد ككل ، ومن هنا قامت الكثير من المؤسسات التنظيمية والرقابية بوضع سياسات واليات لتعزيز الشمول المالي ويرتكز توسيع قاعدة انتشار الشمول المالي في الدول على أساسين هما: توسيع وصول الأفراد للخدمات المالية ، وتعزيز زيادة استخدام الأفراد لحساباتهم المالية وخدمات مرتبطة بها ، حيث أصبحت قضية الشمول المالي في دول العالم ذات أولوية في جداول أعمال المؤسسات ، وكان هناك دور كبير للتكنولوجيا الرقمية في تحقيق أهداف واليات الشمول المالي ، وذلك من خلال تقديم خدمات مالية متنوعة بطريقة مستدامة ، كما يعتبر تطوير الخدمات المصرفية والاهتمام بجودتها وأبعادها أمرا ضروريا للزيادة من القدرة التنافسية للمصارف ، لذلك تعتبر الميزة التنافسية أحد التحديات التي تواجه المؤسسات المصرفية على المستوى المحلي والدولي.

ولكي يتمكن البنك من البقاء والنمو في أسواق المنافسة عليه إيجاد الأساليب والعمليات الضرورية وتمكينه من تقديم كل ما هو جديد ومميز من الخدمات ليحقق له التفوق على منافسيه ، على ضوء ذلك تتحصر مشكلة بحثنا في الكشف والتعرف عن مدى مساهمة أبعاد الشمول المالي في تعزيز الميزة التنافسية.

وعلى ضوء ما سبق نطرح الإشكالية الرئيسية التالية:

هل هناك أثر للشمول المالي في تعزيز الميزة التنافسية على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية -

مجمع الإستغلال - ميلة -

وحتى نتمكن من الإجابة على هذا التساؤل نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعده الوصول إلى الخدمات البنكية على الميزة التنافسية بينك الفلاحة و التنمية الريفية -مجمع الإستغلال - ميلة.
- هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعده إستخدام الخدمات المالية على الميزة التنافسية بينك الفلاحة و التنمية الريفية -مجمع الإستغلال - ميلة.
- هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعده جودة الخدمات المالية على الميزة التنافسية بينك الفلاحة و التنمية الريفية -مجمع الإستغلال - ميلة.
- هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعده تنوع الخدمات المصرفية على الميزة التنافسية بينك الفلاحة و التنمية الريفية -مجمع الإستغلال - ميلة.

*فرضيات الدراسة:

-الفرضية الرئيسية:

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد الشمول المالي في تعزيز الميزة التنافسية على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجمع الإستغلال- ميلة.

-الفرضيات الفرعية:

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعد الوصول إلى الخدمات البنكية على الميزة التنافسية ببنك الفلاحة و التنمية الريفية -مجمع الإستغلال- ميلة.

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعد إستخدام الخدمات المالية على الميزة التنافسية ببنك الفلاحة و التنمية الريفية -مجمع الإستغلال- ميلة.

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعد جودة الخدمات المالية على الميزة التنافسية ببنك الفلاحة و التنمية الريفية -مجمع الإستغلال- ميلة.

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعد تنوع الخدمات المصرفية على الميزة التنافسية ببنك الفلاحة و التنمية الريفية -مجمع الإستغلال- ميلة.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من كونها تتناول قطاعا هاما في الإقتصاد الجزائري ، وإبراز مقدرته التنافسية في مجال الشمول المالي للمساعدة في إتخاذ الإجراءات اللازمة لتحسين القدرة التنافسية للمؤسسات المصرفية ، كما أن تعزيز مستويات الشمول المالي وتوسيع إنتشار ، الوصول واستخدام الخدمات المالية وجد كأحد العوامل التي تعزز الإبتكار ومبادرات الأعمال ، وتدعم أنشطة المؤسسات المالية وتعزز دورها في الإقتصاد ككل.

من ناحية أخرى تشكل هذه الدراسة إطارا مرجعيا هاما للدراسات المستقبلية لنتناول مختلف الموضوعات ذات الصلة بالدراسة الحالية.

أهداف الدراسة:

- تحديد مستوى استجابة العينة المبحوثة نحو أبعاد الشمول المالي في تعزيز الميزة التنافسية في بنك الفلاحة و التنمية الريفية -مجمع الإستغلال- ميلة.

- بيان تأثير أبعاد الشمول المالي على الميزة التنافسية بوكالات بنك الفلاحة والتنمية الريفية ولاية ميلة.

- تحديد أي بعد من أبعاد الشمول المالي الأكثر تأثيرا في الميزة التنافسية بالبنوك التجارية الجزائرية.

اسباب اختيار الموضوع:

- هناك جملة من الدوافع كانت سببا في اختيارنا لهذا الموضوع من أهمها:
- حداثة الموضوع سواء ما تعلق بالشمول المالي أو الميزة التنافسية.
- طبيعة الموضوع الذي يدخل أساسا في صلب تخصصنا.
- قلة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع.
- الميل الشخصي للموضوع كمجال للبحث.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: دراسة حدة بوتبينة ، أبعاد الشمول المالي ودورها في تحقيق الميزة التنافسية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور أبعاد الشمول المالي في تحقيق الميزة التنافسية من خلال إجراء بحث إستطلاعي لأراء عينة من عملاء المصارف التجارية الجزائرية البالغ عددها 20 مصرفا ، وبيان العلاقة بين أبعاده والميزة التنافسية ، اعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي ، إذ اعتمدت الإستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات والمعلومات عن أفراد العينة البالغ عددها 377 فردا ، أظهر البحث عدة نتائج أهمها وجود علاقة تأثير قوية بين أبعاد الشمول المالي والميزة التنافسية بالمصارف التجارية الجزائرية ، وأن بعد جودة الخدمات المالية يأتي في المرتبة الأولى من حيث الأهمية والتأثير في الميزة التنافسية ، حيث فسر ما نسبته 69 من التأثير الكلي على الميزة التنافسية.

الدراسة الثانية: دراسة رواد نافذ عليوة: أثر تطور الشمول المالي على مستوى الميزة التنافسية المصرفية.

هدفت هذه الدراسة إلى قياس تطور الشمول المالي وبيان أثره على مستوى الميزة التنافسية للبنوك المدرجة في بورصة فلسطين بالإضافة إلى تحليل وتقييم أثر الشمول المالي في تعزيز الميزة التنافسية المصرفية في بورصة فلسطين ، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري من الدراسة ، كما أظهرت النتائج بأنه لا يوجد أثر ذو دلالة عند مستوى دلالة (0,05) لمؤشرات الشمول المالي على مستوى الميزة التنافسية المصرفية وتوصلت الدراسة إلى عدة توصيات أهمها : ضرورة تعزيز المفاهيم بمؤشراته المختلفة لدى المجتمع الفلسطيني من خلال التوعية لشرح مفهوم الشمول المالي وأبعاده وأن على إدارات البنوك العمل على توظيف أدوات بحيث تتكيف وتستجيب بشكل سريع للظروف البيئية من خلال تحقيق رغبات الزبائن بأساليب تقنية متطورة.

الدراسة الثالثة: دراسة صورية شنبي ، السعيد بن لخضر : أهمية الشمول المالي في تحقيق التنمية.

هدفت هذه الدراسة إلى تقديم مفاهيم أساسية حول الشمول المالي أهميته وأهدافه ودوره في التنمية ، حيث مع التطور الهائل في التكنولوجيا وظهور العديد من الخدمات المبتكرة التي ساهمت في تنظيم وإدارة عمليات

القطاعات المصرفية ، وتسهيل الوصول إلى الخدمات المالية واستخدامها كما تم التعرف على السياسات والمجهودات الدولية المبذولة في هذا المجال ، كما اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي لوصف وتحليل ما ورد في الدراسات والمراجع المرتبطة بموضوع البحث ، حيث توصلت إلى وجود علاقة طردية بين مستويات الشمول المالي ومستويات النمو الإقتصادي ، كذلك استنتجت أن أهمية تعزيز الشمول المالي والوصول إلى الخدمات المالية سينعكس إيجابا على البيئة الإقتصادية والسياسية على حد سواء.

الدراسة الرابعة: دراسة زناتي لمين : دور إدارة المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على إدارة المعرفة وأهميتها وعلاقتها بالميزة التنافسية وتأثيرها عليها حيث مست هذه الدراسة الجانب التطبيقي للموضوع من خلال دراسة ميدانية بمؤسسة راد ماد بحاسي مسعود ، استندت الدراسة على المنهج الوصفي واعتمدت على استبيان أخذ 40 عينة من عمال المؤسسة حيث تم تحليل النتائج ببرنامج SPSS إضافة إلى مجموعة من الأساليب الإحصائية ، تمثلت نتائج الدراسة في أن مؤسسة راد ماد بحاسي مسعود قد تبنت إدارة المعرفة لوجود مستوى عالي من المعرفة لدى موظفيها ، الشيء الذي ساعد نوعا ما في خلق الميزة التنافسية رغم وجود عوامل أخرى أكثر تأثيرا هي التي أدت إلى تحقيقها.

منهج الدراسة:

تم الإعتماد في هذه الدراسة على منهجين رئيسيين هما المنهج الوصفي والمنهج التحليلي

- المنهج الوصفي: اعتمدنا عليه في الجانب النظري بهدف وصف مختلف أبعاد الموضوع ، وللإجابة أيضا على الإشكالية المطروحة وإثبات صحة الفرضيات.
- المنهج التحليلي: استخدمناه في تحليل أهم البيانات والجداول الإحصائية والتوصل إلى النتائج والإقتراحات وذلك فيما يخص الجانب التطبيقي.

حدود الدراسة:

- الحدود المكانية:

كانت الدراسة الميدانية بوكالات بنك الفلاحة والتنمية الريفية ولاية مبله.

- الحدود الزمانية:

لقد مر البحث الميداني بمرحلتين هما : جمع البيانات وتوزيع الإستمارات ، حيث تم ذلك في شهر ماي

2023.

هيكل الدراسة:

تم تخصيص فصلين لدراسة الشمول المالي و دوره في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك التجارية .

الفصل الأول: الإطار النظري للشمول المالي و الميزة التنافسية

المبحث الأول: البنوك التجارية و الشمول المالي

المطلب الأول: مفهوم البنوك التجارية وخصائصها

المطلب الثاني: وظائف البنوك التجارية وأهدافها

المطلب الثالث: مفهوم الشمول المالي ، مبادئه وخصائصه

المطلب الرابع: أبعاد الشمول المالي ، أهدافه وأهميته

المبحث الثاني: أساسيات حول الميزة التنافسية للبنوك

المطلب الأول: مفهوم الميزة التنافسية للبنوك و أنواعها

المطلب الثاني: محددات و عوامل بناء الميزة التنافسية

المطلب الثالث: شروط و مؤشرات قياس الميزة التنافسية

المطلب الرابع: الأسس العامة لبناء الميزة التنافسية ومعوقاتهما

المبحث الثالث: علاقة الشمول المالي بالميزة التنافسية

المطلب الأول: مؤشرات المحددة للعلاقة بين الشمول المالي و الميزة التنافسية

المطلب الثاني : تأثير الشمول المالي على الميزة التنافسية البنكية

المطلب الثالث: الربط بين أبعاد الشمول المالي وأبعاد الميزة التنافسية

الفصل الثاني: دراسة ميدانية بنك الفلاحة و التنمية الريفية مجمع الاستغلال ميلة

المبحث الأول: تقديم بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR

المطلب الأول: نشأة و تعريف بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR

المطلب الثاني: بنك الفلاحة و التنمية الريفية بولاية ميلة (مجمع الاستغلال)

المطلب الثالث: الخدمات التي يقدمها بنك الفلاحة و التنمية الريفية

المبحث الثاني: الطريقة والإجراءات

المطلب الأول: مجتمع الدراسة وعينتها

المطلب الثاني: أداة الدراسة وأدوات المعالجة الإحصائية المستخدمة

المطلب الثالث: صدق أداة الدراسة وثباتها

المبحث الثالث: تحليل النتائج واختبار الفرضيات

المطلب الأول: وصف المتغيرات الديمغرافية والمهنية لأفراد عينة الدراسة

المطلب الثاني : التحليل الإحصائي لعبارات الإستبيان

المطلب الثالث: إختبار فرضيات الدراسة

الصعوبات المواجهة:

لأجل إنجاز الموضوع بشكل جيد واجهنا العديد من الصعوبات أهمها :

- محدودية المراجع محليا و أجنبيا .
- الصعوبات في الجانب التطبيقي خاصة الاستبيان.
- نقص الدراسات السابقة حول هذا الموضوع.

الفصل الأول:

الإطار النظري للشمول
المالي والميزة التنافسية

تمهيد:

إن الانفتاح الاقتصادي العالمي من خلال تطور العلاقات التجارية ما بين الدول، أدى إلى خلق جو من المنافسة ما يبرر وجود جهود إضافية لهاته الدول التي تهدف للحفاظ على حصصها بالسوق والتحسين من قدراتها التنافسية .

فالبنوك وعلى اختلاف أنواعها تعمل في السوق تنافسية وهي بذلك تحاول أن تحصل على أكبر قدر ممكن في هذه السوق من خلال تحقيق الربحية وضمان الاستمرارية في النشاط، إضافة إلى مستوى معين من الجودة والنوعية في الخدمات البنكية، فيحاول كل بنك من خلال مجموعة من الآليات والمهارات المهنية أن يسيطر على مركز تنافسي هام بالنسبة للبنوك الأخرى المنافسة، وذلك بتسليطه الضوء على العميل، وجذبه وكسب ثقته والمحافظة عليه من خلال الاهتمام بتحسين وتعزيز تطبيق الشمول المالي في محاولة لإيصال الخدمات المالية لكافة الفئات و الأماكن مما يزيد من فرص إتاحة الادخار والاستثمار للجميع. وسيتم التطرق في هذا الفصل وعبر ثلاث مباحث إلى أهم المسائل المتعلقة بالشمول المالي و دوره في تعزيز التنافسية البنكية في البنوك التجارية، فتناولنا فيه:

✓ المبحث الأول: الإطار النظري للبنوك التجارية و الشمول المالي.

✓ المبحث الثاني: أساسيات حول الميزة التنافسية.

✓ المبحث الثالث: إلى العلاقة بين الشمول المالي و الميزة التنافسية.

المبحث الأول : البنوك التجارية و الشمول المالي

يحرص القطاع المصرفي على التنوع الدائم في تشكيلة الخدمات المصرفية التي يقدمها، حيث بدأ في البحث عن أدوات مالية جديدة تلبي احتياجات جميع المواطنين باختلاف خصائصهم، وبالأخص سكان الريف وذوي الدخل المنخفضة، والعاملين في الاقتصاد غير الرسمي وذلك للوصول إلى مستوى معيشة مناسب لهم، وتعرف هذه السياسة بالشمول المالي وقد تعددت مفاهيم هذا الأخير بتعدد الرؤى، وعليه سيتم التعرض في هذا المبحث إلى مفهوم البنوك التجارية و أهم خصائصها وماهية الشمول المالي مبادئه وخصائصه، أبعاده، لننتهي بتحديد أهميته وأهدافه.

المطلب الأول :مفهوم البنوك التجارية وخصائصها

سننظر من خلال هذا المطلب إلى تحديد نشأة البنوك التجارية، ومختلف تعريفاتها وخصائصها .

الفرع الأول : مفهوم البنوك التجارية

1- نشأة البنوك التجارية:

إن حاجة الإنسان إلى إيجاد جهات أمنية لحفظ ممتلكاته وثرواته دفعته إلى التفكير في إقامة مؤسسات خاصة لهذه الغاية، حيث يرتبط ظهور البنوك التجارية تاريخيا بتطور نشاط الصيرفة و الصاغة في القرون الوسطى بأوربا و إيطاليا تحديدا فهم أول من طرق هذا الباب فلقد كان التجار و رجال الأعمال يودعون أعمالهم لدى هؤلاء الصيرفة بقصد حفظها مقابل إيصالات يحررها الصيرفة (حفظ حقوق أصحاب الودائع). إن عنصرى هذا التعامل يرتكزان على ثقة المودعين باستعادة ودائعهم متى شاءوا من جهة و ربحية الصيرفة من جهة أخرى ، و هذان المحوران أساس عملية الائتمان .

و هكذا نشأت الوظيفة الكلاسيكية الأولى للمصارف و هي إيداع الأموال ¹.

ثم أصبحت شهادات الإيداع تنتقل بين أيدي الناس وتنتقل ملكية الأموال المودعة إلى حامل شهادة الإيداع و بهذا أنشأت الوظيفة الكلاسيكية الثانية و هي عملية استخدام الشيكات للسحب على الودائع.

و كان المودع إذا أراد أن يسترجع ذهبه يعطي الصائغ الإيصال و يأخذ الذهب ، ومع مرور الوقت أصبح الناس يقبلون الإيصال فيما بينهم كوسيلة للتبادل ويبقى الذهب في الخزائن لدى الصائغ و قد تنبه الصائغ إلى هذه الحقيقة فصار يقرض مما لديه من الذهب مقابل فائدة و هكذا أنشأت الوظيفة الكلاسيكية الثالثة للمصارف و الأقراص.

و أهم ما يميز البنوك التجارية في الوقت الحاضر هو أن البنوك الحالية تقدم قروض تفوق قيمتها بكثير قيمة الأموال المودعة لديهم و يطلق على هذه العملية خلق الودائع.

¹اضياء مجيد ،اقتصاديات النقود والبنوك، الدار الجامعية مؤسسة شباب الجامعة ص : 273-274.

و قيام الصاغة بهذه الأعمال لم يأت طفرة بل كان نتيجة لتطوير استغرقت زمن طويل و أكبه ازدياد كبير في ثقة جمهور المتعاملين مع الصائع حول مؤسسته إلى النواة الأولى للمصرف التجاري و لعلى أول مصرف قام كان بالبندقية عام 1157م ثم توالى إلى ظهور المصارف بعد ذلك بنك أمستردام عام 1609 ثم بنك إنجلترا عام 1694م و بنك فرنسا عام 1800م¹.

2- تعريف البنوك التجارية

البنوك التجارية هي تلك البنوك التي رخص لها بتعاطي الأعمال المصرفية و التي تشمل تقديم الخدمات المصرفية لاسيما قبول الودائع بأنواعها المختلفة تحت الطلب و توفير لأجل و خاضعة لإشهار و استعمالها مع المواد الأخرى للبنك في الاستثمار كلياً أو جزئياً بالإقراض أو بأية طريقة أخرى يسمح لها القانون (المادة الثانية من قانون البنوك)

إن البنوك التجارية و يطلق عليها أحيانا بنوك الودائع Deposit Banks تلك التي تتعامل بالائتمان (المباشر و غير المباشر) و أهم ما يميزها قبولها للودائع تحت الطلب Demand Deposits و الحسابات الجارية Current Accounts و ينتج عن ذلك ما يسمى بخلق النقود Money Creations².

إن مجرد قبول الودائع أمر تشترك فيه أنواع مختلفة من المصارف فالمصرف المركزي يقبل الودائع من المصارف التجارية ، كما تقبل بعض المصارف (المختلفة) المتخصصة الودائع من المواطنين ولكن أهم ما يميز المصارف التجارية هو قبولها للحسابات الجارية مما يجعلها على استعداد لدفع هذه الودائع إلى أصحابها وقتما شاءوا دون ماطلة أو إلحاح بينما لا تتعامل المصارف الأخرى بمثل هذه النوع من الودائع إنما بودائع لأجل Time Deposits أو الخاضعة لإشهار Subject To Notice بحيث يشترط فترة على إشعار البنك بالسحب و بما أن السحب من الحسابات الجارية يتم بشيكات يحررها المودع يمكن القول بأن أهم ما يميز البنوك التجارية عن غيرها قبول الديون التي عليها (للمودع) في تسوية الديون التي للآخرين (على المودع).

إن عملية إعطاء تعريف شامل للبنوك التجارية ليست سهلة و ذلك بإشراك بعض المنشآت المالية في أداة واحدة و أكثر من الخدمات التي تؤديها المصارف فهناك من يعتبر البنك التجاري هو تلك المؤسسة التي تقوم بمبادلة النقود الحاضرة بالودائع المصرفية و مبادلة النقود المصرفية بالودائع الحاضرة كما أن البنك التجاري يقوم بمبادلة الودائع بالكمبيالات و السندات الحكومية و التعهدات المضمونة من المؤسسات التجارية.

¹ طاهر فاضل البياتي ، المصارف و النظرية النقدية ، جامعة العلوم التطبيقية الاكاديمية العربية للعلوم المالية و المصرفية ، ص 142.

² خالد أمين عبد الله، العمليات المصرفية ، الطرق المحاسبية الحديثة ، دار وائل للنشر ، ط 1 ، 2014 ، ص 35 .

التعريف الأول: يمكن تعريف البنك التجاري بأنه المنشأة أو المؤسسة المالية التي تقبل الودائع من الأفراد و الهيئات (الأشخاص المعنويين) تحت الطلب أو الأجل ثم تستخدم هذه الودائع في فتح الحسابات و تقديم القروض الائتمانية بقصد الربح.¹

التعريف الثاني : هي المؤسسات التي تقوم بقبول الودائع تدفع عند الطلب أو الآجال المحددة و تزاول عمليات التمويل الداخلي والخارجي و خدمته بما يحقق أهداف خطته التنموية و دعم الاقتصاد القومي و تباشر عمليات التنمية و الادخار والاستثمار المالي في الداخل و الخارج بما في ذلك تلك المساهمة في إنشاء المشروعات و ما يستلزم من عمليات مصرفية تجارية و مالية وفقا للأوضاع التي يقرها البنك المركزي.²

التعريف الثالث : يعرف قانون النقد و القرض في مادته (114) البنوك التجارية على أنها أشخاص معنوية مهمتها الأساسية و العادية إجراء العمليات الموضحة في المواد 110 إلى 113 من هذا القانون بحيث تتضمن هذه المواد ومن الأعمال التي كلفت بها البنوك فهي تتحصر فيما يلي:

- توفير وسائل الدفع اللازمة ووضعها تحت تصرف الزبائن و السهر على إدارتها.

- العمل على جمع الودائع والمدخرات من الجمهور والقيام بمنح القروض.³

ومن خلال التعاريف السابقة يمكننا القول أن البنوك التجارية هي مؤسسات مالية تتمثل وظيفتها الرئيسية في تلقي الأموال من الجمهور في شكل ودائع بأنواعها أو ما يمثلها وتقوم بتوظيفها على شكل قروض مقدمة للأشخاص طبيعيين أو معنويين.

الفرع الثاني: خصائص البنوك التجارية

تتمثل خصائص البنوك التجارية فيما يلي:

1- تأتي البنوك التجارية في الدرجة الثانية من حيث التسلسل الرئاسي للجهاز المصرفي بعد البنك المركزي، حيث يباشر هذا الأخير رقابة من جانب واحد لما له من أدوات ووسائل وتقنيات يهدف من خلالها إلى التحكم في نشاط البنوك بما يتوافق وطبيعة اقتصاد البلد.

2- تكمن أهمية البنوك التجارية بصفقتها الحجر الأساس للنظام المصرفي في الدور الهام الذي تلعبه في التأثير على العرض الكلي للنقود ، فهي لا تقبل ودائع الأفراد فقط ولكن تقوم بخلقها أيضا.

¹ سليمان بوندياب، اقتصاديات النقود والبنوك والمؤسسات الجامعية، دار الدراسات لنشر والتوزيع بيروت 1996 ص18.

² سليمان بوندياب، مرجع سبق ذكره، ص19.

³ قانون النقد و القرض 90-10.

3- يمثل البنك المركزي التطبيق الصحيح والدقيق لمبدأ وحدة البنك ، أي بنك مركزي واحد لكل دولة، فالبنوك التجارية تتعدد وتتوسع بقدر اتساع السوق النقدي والنشاط الاقتصادي.

4- تتماثل وحدات النقد القانونية من حيث مصدرها ' البنك المركزي ' ، وتتعدد من المصدر بالنسبة للنقود اختلاف البنوك التجارية ' الكتابية '.

5- البنوك التجارية هي مؤسسات رأسمالية ، هدفها الأساسي تحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح وبأقل تكلفة وذلك من خلال تقديمها خدمات مصرفية وخلقتها لنقود الودائع ، وهي بذلك تؤثر في السياسة الاقتصادية للدولة.

6- إن تقسيم البنوك إلى بنوك تجارية وغير تجارية ولا يرجع بصفة جوهرية إلى عامل التخصص ، إنما يرجع لعوامل متصلة بالتطور الاقتصادي والبيئة الاقتصادية ، والفرق بينهما يتمثل في مقدرة البنوك التجارية وحدها على البنوك التجارية عن غيرها من خلق النقود واستخدام وسائل الدفع ، وهذه الخاصية الأساسية التي تميز الوسطاء الماليين في سوق النقد.

7- هي مؤسسات مالية تتعامل بالأموال أخذًا وعطاءً ، أي تأخذ الأموال من عند الجمهور في شكل ودائع وتقوم بمنحها في شكل قروض.

المطلب الثاني: وظائف البنوك التجارية وأهدافها

للبنوك التجارية عدة وظائف تقوم بها والتي من خلالها تسعى إلى تحقيق أهدافها.

الفرع الأول: وظائف البنوك التجارية

تقوم البنوك التجارية بتقديم نوعين من الوظائف منها التقليدية وأخرى حديثة وهي كالآتي:

1- الوظائف التقليدية: وتتمثل فيما يلي:

-قبول الودائع: تعتبر الودائع أهم مصادر التمويل للبنوك التجارية ، وهي تحرص دائماً على تنميتها ، كما تشجع هذه البنوك الأفراد على الإبداع لديها ، وإن كان ليست كل الودائع تحصل على فوائد.

أنواع الودائع :

الودائع تحت الطلب أو الودائع الجارية:

تتميز الودائع تحت الطلب بخصائص تميزها عن غيرها من الودائع. و كما يدل اسمها، فهذه الودائع هي دائماً تحت تصرف أصحابها ، يمكنهم اللجوء إلى سحبها كلياً أو جزئياً متى شاءوا ، و دون إشعار مسبق . فالوديعة ، وإن كانت بحوزة البنك ، فهي تحت التصرف المطلق لصاحبها . ولا يحق للبنك أن يفرض قيوداً أو شروطاً أمام صاحبها أثناء السحب، ولا يجوز له أن يتحجج بأي حجة كانت من شأنها أن

تشكل عراقيل أمام المودعين في استعمال هذه الودائع.

ومقابل هذه الخاصية، لا يمكن لأصحاب هذا النوع من الودائع الاستفادة من فوائد. وهم لا يستطيعون أن يرضوا ذلك على البنوك نظراً للطبيعة الجارية للوديعة، على الرغم من أن البنك بإمكانه استعمال هذه الودائع في منح القروض، ولا شيء يمنعه من ذلك سوى ما يتوقعه من عمليات سحب. وهناك من الأنظمة المالية ما يمنع صراحة إعطاء فوائد على الودائع. ويسمح مثل هذا الأمر للبنوك باستعمال موارد مالية غير مكلفة، الأمر الذي يسمح بالتوسع في القروض نظراً لتكلفته المنخفضة نسبياً.

وتؤكد الوقائع على أهمية هذا النوع من الودائع، بحيث تشكل المصدر الأساسي للسيولة في النشاط المصرفي، إذ تكون الجزء الأكبر من موارده الخارجية، أما في المصارف الإسلامية فيكون التركيز على الوديعة الاستثمارية، لذلك لا يدفع المصرف الإسلامي أية أرباح عن المبالغ المودعة في الودائع تحت الطلب، ولا يدفع العملاء أية مصاريف إدارية لهذا الحساب.

الودائع لأجل:

هي تلك الودائع التي يضعها أصحابها في البنوك لفترة معينة، ولا يمكن لهم سحبها إلا بعد انقضاء هذه الفترة و تقديم إخطار للبنك بتاريخ السحب. فالوقت يعتبر إذا عاملاً تصنف على أساسه هذه الودائع، وتميزه عن غيرها. فهي ليست وداًع جارية تماماً بحكم العقوبات والشروط التي تعترض صاحبها أثناء عمليات السحب بالإضافة إلى أنها تبقى بحوزة البنك لفترة ما تكون محل اتفاق بين الطرفين. وهي كذلك ليست وداًع ادخارية بالمعنى الدقيق لهذا المفهوم، نظراً لأن بقاءها بالبنك لا يكون في العادة لفترات طويلة.

وعلى هذا الأساس، تعتبر الودائع لأجل من التوظيفات السائلة قصيرة الأجل. فهي تجمع بين خاصيتي التوظيف و السيولة. فخاصية التوظيف تعطي لصاحبها الحق في الحصول على عائد في شكل فائدة، بينما خاصية السيولة تعني أن المدة التي تبقى فيها الوديعة في البنك ليست بالطويلة، بالإضافة إلى وجود إمكانية سحبها في أي وقت ولكن بعد استيفاء بعض الشروط الضرورية مثل الإخطار المسبق و احتمال تحمل فائدة سلبية على أساس المبلغ المسحوب.

ويعتبر هذا النوع من الودائع من بين العناصر الأساسية، مثلما هو الشأن في الودائع الجارية، التي تمكن البنك من إنشاء نقود الودائع. ويكفي البنك أن يحصل على وديعة من هذا النوع لكي يوسع من قدراته الإقراضية بشكل أكبر من الوديعة ذاتها.

وتأتي أهمية هذا النوع من الودائع من كونها توفر استقراراً أكبر لعمليات المصرف التجاري، إذ بإمكانه التصرف باطمئنان في أموال هذه الودائع.

أما المصارف الإسلامية فتستثمر الودائع الاستثمارية مع رأسمالها المعدّ لذلك في المشروعات الإنتاجية المختلفة، سواء بطريق مباشر أو بطريق تمويل مشروعات الغير على أساس عقد المضاربة الشرعية أو المشاركات بأنواعها المختلفة، بحيث تتشارك الودائع الاستثمارية في ناتج أعمال المصرف الإسلامي غنماً أو غرماً.

ملاحظة :

إن نسبة الفائدة . كحافز للادخار التي تعرضها البنوك لقاء الودائع لأجل هي أعلى من الفائدة على ودائع التوفير الجارية. والسبب هو أن ارتباط ودائع الأجل بمواعيد محددة معروفة مسبقاً يعطي البنك الحرية في إعادة استخدامها (بأن يقرضها للغير) وبالتالي فهو مستعد لأن يكافئ على هذه الحرية بزيادة الفائدة على إيداعها لديه، في حين أن ودائع التوفير الجارية لا تعطي نفس الحرية للبنك باعتبارها جارية أي مستحقة الطلب في أي وقت.

الودائع الادخارية:

تعتبر هذه الودائع بمثابة عملية توفير وادخار حقيقية نظراً لمدة إيداعها في البنوك والعائد المنتظر منها . فهذه الودائع تبقى لفترات طويلة في البنك ، لا يمكن لصاحبها أن يسحبها مهما كانت الظروف . وهو يواجه عراقيل عديدة أولها ضرورة انقضاء مدة الإيداع.

كما أن أصحاب هذه الودائع يحصلون على فوائد معتبرة تعتبر عوائد توظيف حقيقية للأموال ، وتعكس الطبيعة الادخارية لهذه الودائع . ومقابل هذه التكلفة التي تعتبر مرتفعة نسبياً بالنسبة للبنك مقارنة بما يدفعه مقابل الودائع لأجل مثلاً ، فإنه يضمن بقاء هذه الأموال بحوزته لفترات طويلة ، الأمر الذي يفتح أمامه المجال لاستعمالها في منح القروض ذات الأجل الطويل

والملاحظ أن الودائع الادخارية، ولأجل أقل تجانسا من الودائع الجارية ، فهي متعددة ومتنوعة و تأخذ أشكالاً عديدة . والعامل المشترك بينها هو حصولها على عائدة . يتمثل في سعر الفائدة . و الأخير تتوقف قيمته على عدة عوامل من أهمها مستوى السوق النقدي ، وسياسة البنك المركزي و سعر الخصم ، السياسة الحكومية ، حجم السيولة ، حالة الأسواق الخارجية ، مدة الوديعة ، حجم الوديعة ، شخصية المودع ، تقلبات العملة ومعدلات التضخم.

ومن أهم صور هذه الودائع دفاتر التوفير والادخار وهي أكثر صور الودائع الادخارية انتشاراً في البنوك التجارية. و يقوم بها الأفراد دون الشركات والمؤسسات. وطبيعة هذه الودائع تجمع بين الحساب الجاري والعائد

في نفس الوقت فلا يوجد لها أجل محدد. وعملي فإن عملية الإيداع هنا متكررة. وتضاف العمليات الإيداعية التالية إلى قيمة الوديعة الأصلية . كما يمكن أن تكرر أيضا طلبات السحب. إذ يمكن سحب الوديعة أو جزء منها عند طلب المودع.

وهناك صورة أخرى لتلك الودائع تتمثل في شهادات الإيداع أو شهادات متنوعة ذات طبيعة ادخارية. وهي عبارة عن سندات تصدرها البنوك التجارية لأجل معين أو غير معين. ويحصل عليها عادة الأفراد والمشروعات، لما تحققه من عائد مجز .

ولا يمكن لمالكي هذه الشهادات أن يسحبوا أموالهم، أي استبدال الشهادات بقيمتها النقدية، قبل فترة زمنية معينة. وهي تصدر بقيمة محددة و إجمالية . وبعض نوعيات هذه الشهادات تقبل المفاوضة و البيع في السوق النقدية.

وتؤكد الوقائع أن المصرف الربوي لا يعتمد على هذا النوع من الودائع، بينما المصرف الإسلامي يعطيها أهمية كبرى، وذلك بهدف ضبط الإسراف والتبذير والإنفاق، ولهذا لا يعطي عليها أرباحاً، إنما يقتطع من كل وديعة ادخارية نسبة معينة ويحتفظ بها كسائلٍ نقديٍّ لمواجهة السحب منها ولا يدخلها في مجال المضاربة والاستثمار.

الودائع الائتمانية:

يختلف هذا النوع من الودائع عن بقية الأنواع الأخرى. فهو النوع الوحيد الذي لا يكون نتيجة إيداع حقيقي، بل هو ناشئ عن مجرد فتح حسابات ائتمانية، و القيام بعمليات الإقراض. فحينما يقوم صاحب وديعة حقيقية بتحرير شيك لفائدة شخص ما دون أن يقوم هذا الشخص بسحب فعلي للنقود، فإن البنك يقوم بتسجيل هذه العمليات محاسيباً، بحيث يجعل حساب المسحوب عليه مديناً وحساب المستفيد دائناً. إن هذا التحويل بين الحسابين يعتبر بالنسبة للبنك وديعة، ليست فعلية على كل حال، ولكنها تسمح بالتوسع في القرض دون أن يدفع نقوداً حقيقية. إذا فالودائع الائتمانية هي عبارة عن ودائع كتابية، أي ناتجة عن مجرد تسجيل محاسبي لحركات الأموال داخل البنك. وما تجدر الإشارة إليه، أن الودائع الائتمانية تزيد كلما قلت الأموال المسحوبة فعلاً من البنك، وتنقص مع زيادتها.

والجدير بالذكر أن الودائع الائتمانية هي الوجه الآخر للقروض الائتمانية . فعندما يمنح البنك قرضاً إلى شخص معين دون أن يسحبه، فمعنى ذلك أنه يمنح لهذا الشخص قدرة شرائية تمكنه من تسوية المعاملات عن طريق استعمال الشيكات ، حيث تحول الأموال كتابياً إلى حساب المستفيد الجديد ، و تعتبر عملية التحويل هذه ودائع جديدة ، ائتمانية بالطبع، و هذا ما يعطي في المحصلة النهائية بعادل ما بين القروض الائتمانية و الودائع الائتمانية . وتبعاً لذلك نقول أن البنك قد خلق عملة جديدة ، هي نقود الودائع.

الآلية الثانية: قبول فكرة الأعداد الكبيرة أي توقع وجود تدفق مستمر من إيداعات العملاء يزيد من مسحوبات الودائع في كل لحظة زمنية ، بما يوفر للبنوك احتياطات نقدية تعمل على توظيفها واستخدامها والاستفادة منها في النشاط الاقتصادي.

- **منح الائتمان:** فالائتمان يعني تسبيق مال لاستثماره في الإنتاج والاستهلاك وهو يقوم على عنصرين هما: الثقة والمدة ، والبنوك التجارية هي عنصر هام في الائتمان فتقوم بمنح القروض سواء كانت قروض طويلة الأجل أو قصيرة الأجل ، من الممكن أن يقوم البنك بمنحها مقابل ضمان وذلك للتجار والمنتجين ، وهنا يقوم البنك بدور الوسيط بين المدخرين والمقترضين ، وبالتالي توجيه الموارد الاقتصادية للمجتمع وهكذا تلعب دورا هاما في تحديد النشاط الكلي للمجتمع.¹

2- الوظائف الحديثة: وتتمثل فيما يلي:

- **تقديم خدمات استشارية:** لوحظ مؤخرا أن البنوك أصبحت تشترك في إعداد الدراسات المالية المطلوبة للمتعاملين معها لدى إنشاء مشروع ، ويتم على أساس هذه الدراسات تحديد الحجم الأمثل للتمويل المطلوب وكذلك طريقة السداد ومدى انفاقها مع سياسة المشروع في الشراء والإنتاج والبيع والتحصيل ، فمسألة تحديد الحجم الأمثل للأموال اللازمة للمشروع مسألة هامة لتحديد كمية الأموال التي يحتاجها المشروع بحيث لا يترتب عليها نقص في سيولة المشروع وتؤثر على تطوره وعلى قدرته على الوفاء بالتزامه ، ولا يترتب عليها إفراط في هذه السيولة و تشكل أي أعباء على المشروع.

- **عمليات الصرف الأجنبي:** من الواضح أن مبادلة عملة بعملة أخرى يقتضي وجود نسبة لمبادلة تكمن في العملة ، أو ثمن لهذه العملة مقارنة بتلك ، ويسمى هذا الثمن بسعر صرف العملة ، وهو أهم عملية في بيع وشراء العملات الأجنبية أو ما يعرف بالتعامل لأرصدة أجنبية.

- **تمويل عمليات التجارة الخارجية:** لعبت البنوك التجارية دورا رئيسيا في عملية تسوية المدفوعات الخارجية بين المستوردين والمصدرين من خلال فتح الاعتماد المستندي أو التحويلات العادية.

- **تحصيل الشيكات:** تعمل البنوك على تحصيل الشيكات الواردة إليها من عملائها عن طريق عملية التحويل من خلال غرفة المقاصة ، حيث يعتبر الشيك وسيلة لتحريك نقود الودائع أي الحساب الجاري لدى البنوك التجارية سواء بالزيادة أو النقصان.

- **تحصيل الأوراق التجارية وخصمها:** الأوراق التجارية هي أدوات الائتمان قصيرة الأجل من أهمها الكمبيالة ، السند الأدني ، أدونات الخزينة ، ويقوم البنك التجاري بتحصيل مستحقات عملائه من الأوراق التجارية من مصادرها المختلفة كما يدفع ديون إلى مستحقيها سواء داخل البلد أو خارجه ، وقد يحدث أن يقع حاملوا الأوراق

¹ عبد الغفار حتفي، الأسواق و المؤسسات المالية، الدار الجامعية الإسكندرية، 2000، ص24

التجارية في أزمة سيولة ، مما يضطرهم إلى اللجوء للبنوك قصد خصمها مقابل عمولة تعتبر بمثابة المقابل الذي تتحصل عليه البنوك التجارية نتيجة تحويل الأخطار إليها أو لحساب عملائها.

-إدارة محافظ الاستثمار : تعمل البنوك التجارية على شراء وبيع الأوراق المالية وكذلك متابعة الأسهم والسندات من خلال تطور الأسعار وغيرها.

-إصدار البطاقات الائتمانية : وتعتبر من أشهر الخدمات البنكية الحديثة التي تقدمها البنوك التجارية خاصة في الدول المتقدمة ، وينتج عن تقديم هذه الخدمة للمستفيدين منها تحويل المستحقات المالية من شخص إلى آخر ومنح أو الحصول على الائتمان¹.

-القيام بعمليات التوريق: تتمثل عمليات التوريق في تحويل الديون أو الأصول المالية غير السائلة مثل القروض المصرفية إلى مساهمات في شكل أوراق مالية قابلة للتداول في أسواق مالية قابلة للتداول في أسواق رأس المال ، وذلك ببيع الدين إلى مؤسسة مختصة في إصدار الأوراق المالية ، ويلجأ البنك إلى هذه العملية عند احتياجه إلى السيولة النقدية بغرض التوسع في نشاطه التمويلي ، أو سداد بعض الالتزامات المالية.²

الفرع الثاني: أهداف البنوك التجارية

تهدف البنوك التجارية إلى مايلي:

1-الربحية: يتكون الجانب الأكبر من مصاريف البنك من تكاليف ثابتة وهي الفوائد المدفوعة على الودائع لذا يقال أن البنوك التجارية تعد من أكثر المؤسسات المالية تعرضا لأثار الرفع المالي ، هذا يعني أن الزيادة في إيرادات البنك بنسبة معينة يترتب عنها زيادة في الأرباح بنسبة أكبر ، وعلى العكس في ذلك فإذا انخفضت الإيرادات بنسبة معينة فهذا يترتب عنها انخفاض في الأرباح بنسبة أكبر ، وهذا يقتضي من إدارة البنك ضرورة السعي لزيادة الإيرادات وتجنب حدوث الانخفاض فيها وذلك بغية تحقيق عائد ملائم لملاكه ، لكن رغم تلبية البنك لالتزاماته بدفع فوائد على الودائع سواء حقق أرباحا أم لا ، إلا أن الاعتماد على أموال الودائع بدلا من أموال الملاك لتمويل عملياته يحقق هامش فائدة يتمثل في الفرق بين الفوائد المدفوعة على الودائع والأرباح المتولدة عن استثمار تلك الودائع وهذا يحقق للبنك هدفه المطلوب.

2-السيولة: سيولة البنك تعني قدرته على مواجهة سحبات المودعين ومواجهة طلب العملاء على القروض، حيث تمثل الودائع التي تستحق عند الطلب الجانب الأكبر من موارد البنك المالية لذا ينبغي عليه أن يكون مستعدا للوفاء في أي لحظة ، وتعد هذه الخاصية من أهم الخصائص التي يتميز بها البنك عن المؤسسات المالية الأخرى ففي الوقت الذي لا يستطيع فيه البنك تسديد التزاماته اتجاه المودعين أو تأجيل سداد ما عليه

¹ عبد الغفار حقيقي، مرجع سبق ذكره، 2000، ص 25

² خالد أمين عبد الله، العمليات المصرفية و الطرق المحاسبية الحديثة ، دار وائل للنشر ، ط 1 ، 2014 ، ص 35 .

لبعض الوقت ، هذا سيؤدي إلى زعزعت ثقة المودعين بالبنك ويدفعهم إلى سحب أموالهم من هذا البنك ، مما قد يعرضهم لخطر الإفلاس ، كما نجد أن السيولة العامة في البنوك التجارية تتأثر بدرجة ثبات الودائع فيها وتركيبها وسهولة عمليات الإقراض والإستثمارات الأخرى ، فضلا عن تأثيرات السياسة النقدية والوعي المصرفي والادخاري ، ويعتمد تحقيق أقصى قدر من السيولة في البنوك التجارية على عدة عوامل من أهمها مايلي:

-مدى استقرار الودائع: نلاحظ مثلا أن ودائع التوفير تتمتع بثبات نسبي نظرا لعددتها الكبير وطبيعتها المتصفة بالتزايد عاما بعد عام مما يطمئن البنك من ناحيتها ، وكذلك بالنسبة للودائع بإخطار مسبق والودائع لأجل ، إذ من الممكن القول بأنه كلما كانت نسبة الودائع لأجل على إجمالي الودائع كبيرة كلما شعرت إدارة البنك التجاري بالارتياح بدرجة أكبر.

-قصر مدة التسهيلات الائتمانية: كلما قصر مدة التسهيلات التي يمنحها البنك التجاري كلما زادت السيولة لإدارة البنك ما يعني أن الأموال الممنوحة ستعود بسرعة ، كما أن القروض الطويلة الأجل لا توحى بالاطمئنان لأن الظروف الاقتصادية قد تتغير على المدى الطويل.

3-الأمان: يتسم رأسمال البنك التجاري بالصغر ، إذ لا تزيد نسبته عن صافي الأصول 10% وهذا يعني صغر حافة الأمان بالنسبة للمودعين الذين يعتمد البنك على أموالهم كمصدر للاستثمار ، فالبنك لا يستطيع أن يستوعب خسارة تزيد عن قيمة رأس المال ، إذا زادت الخسارة فقد تلتهم جزء من أموال المودعين ، والنتيجة هي إعلان إفلاس البنك ، وبالتالي فإن تحقيق أكبر قدر من الأمان للمودعين يعتبر كأحد الأهداف الهامة للبنك التجاري.

ومن خلال ما سبق نرى أن هناك تعارض بين أهداف البنك الثلاثة السابقة ، فعلى سبيل المثال عند تحقيق البنك التجاري لسيولة عالية من خلال احتفاظه بأموال داخل خزائنه فهذا معارض لهدف الربحية ، فالأموال الراكدة لدى البنك لا تولد أية أرباح للبنك وفي الوقت نفسه هو مطالب بتسديد الفوائد لأصحاب الودائع ، كذلك في حالة توجيه البنك للأموال المودعة الموجودة عنده نحو الإستثمارات التي تدر عوائد كبيرة هذا يحقق هدف الربح لكن في نفس الوقت نجده يتعارض مع هدف الأمان ، فالمعروف أن الإستثمارات التي تكون درجة الربحية المتوقعة فيها عالية تكون درجة المخاطرة فيها مرتفعة مما قد يعرض البنك إلى خسائر.

المطلب الثالث : مفهوم الشمول المالي ، مبادئه وخصائصه

الشمول المالي هو مصطلح يصل بسهولة اليوم إلى كل الساسة وصانعي القرار، والمجتمع المدني، وهو مصطلح تستخدمه المؤسسات والمنظمات لإضفاء المصدقية على المبادرات التي تهتم بإدماج المهمشين ماليًا، وضمان النمو الشامل¹، ومن خلال هذا المطلب سوف يتم التطرق إلى مختلف تعريفات الشمول المالي مبادئه وخصائصه.

الفرع الأول: تعريف الشمول المالي

لا يوجد تعريف مقبول عالميًا للشمول المالي، ويختلف تركيز هذا الأخير باختلاف البلدان والجغرافيا تبعًا لمستوى التنمية الاجتماعية والاقتصادية والمالية والهيكل والخصائص في المؤسسات المالية، والخصائص الاجتماعية والاقتصادية للقطاعات المستبعدة ماليًا وكذلك سياق اعتراف السلطات والحكومات بالمشكلة، ويمكن قياس إمكانية الحصول على الخدمات المالية في شكل إمكانية الوصول إلى مؤسسات معينة مثل البنوك والتعاونيات وشركات التمويل غير المصرفي والاتحادات الائتمانية ومؤسسات التمويل الصغير وشركات التأمين²، ويستخدم الشمول المالي في أغلب الأحيان للإشارة إلى إمكانية وصول الناس إلى الخدمات المالية الرئيسية.³

وعرفه البنك الدولي بأن الأفراد والمؤسسات لديها إمكانية استعمال المنتجات المالية بوفرة وسهولة تتناسب مع احتياجاتهم من معاملات، دفعات، ادخار وتأمينات مقدمة بطريقة مسؤولة ومناسبة وعرفته كل من منظمتي (OECD) والشبكة الدولية للتنقيف المالي (INEF) بأنه العملية التي يتم من خلالها تعزيز الوصول إلى مجموعة واسعة من الخدمات المالية الرسمية والخاضعة للرقابة بالسعر المعقول والشكل الكافي، وتوسيع نطاق استخدام هذه المنتجات من قبل شرائح المجتمع المختلفة من خلال تطبيق مناهج مبتكرة تضم التوعية والتنقيف المالي، وذلك بهدف تعزيز الرفاهية المالية والاندماج الاجتماعي والاقتصادي.⁴

مما سبق نستخلص أن الشمول المالي هو عبارة عن تقديم خدمات مالية بتكاليف ميسورة لأكثر عدد من الفئات المحرومة والمنخفضة الدخل وذلك بغرض توفير فرص عادلة لكل فرد للاستفادة من القنوات المالية الرسمية من أجل حياة أفضل ومعيشة أفضل ودخل أفضل.⁵

¹Deepak B. Phatak, K.C Chakrabarty, **Financial Inclusion, academic foundation**, new delhy, India, 2009, p 17

²S.V Shinde, **Financial Inclusion in India**, laxmi book publication, solapur, India, 2014, p 10.

³Rajiv Prabhakar, **Financial Inclusion critique and alternatives**, the policy press, an amprint of Bristol university of press, Great Britain, 2021, p 08.

⁴لعلاوي نوارى حماني عبد الرؤوف، **مساهمة الدفع الإلكتروني في تعزيز الشمول المالي والوقاية من جائحة كورونا في الجزائر**، مجلة المشكاة في الاقتصاد والتنمية والقانون المجلد 05 العدد 12، جامعة عين تيموشنت الجزائر، 2020، ص 47.

⁵فضيل البشير ضيف، **واقع وتحديات الشمول المالي في الجزائر**، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، المجلد 06، العدد 01، جامعة زيان

-تطور مصطلح الشمول المالي:

ظهر مصطلح الشمول لأول مرة في عام 1993 في دراسة بريطانية حول الخدمات المالية بجنوب شرق بريطانيا تناولت أثر إغلاق فرع أحد البنوك على وصول سكان المنطقة فعلياً للخدمات المصرفية، وفي سنة 1999 استخدم مصطلح الشمول المالي لأول مرة بشكل أوسع لوصف محددات وصول الأفراد إلى الخدمات المالية المتوفرة، وازداد الاهتمام الدولي بالشمول المالي بعد الأزمة المالية العالمية عام 2008، وتمثل ذلك في التزام الحكومات المختلفة بتحقيق الشمول المالي من خلال تنفيذ سياسات تهدف إلى تعزيز وتسهيل وصول كافة فئات المجتمع إلى الخدمات المالية وتمكينهم من استخدامها بالشكل الصحيح، ذلك بالإضافة إلى حث مزودي الخدمات المالية على توفير خدمات متنوعة ومبتكرة بتكلفة منخفضة¹، وتبنت مجموعة العشرين هدف الشمول المالي كأحد المحاور الرئيسية في أجندة التنمية الاقتصادية والمالية واعتبر البنك الدولي تعميم الخدمات المالية وتسهيل وصول جميع فئات المجتمع إليها ركيزة أساسية من أجل محاربة الفقر المدقع وتعزيز الرخاء المشترك، وفي سنة 2010 تعهد أكثر من 55 بلداً على تحقيق الشمول المالي، وقام أكثر من 30 بلداً بإطلاق أو إعداد إستراتيجية وطنية بهذا الشأن²، وفي عام 2013 أطلقت مجموعة البنك الدولي البرنامج العالمي للاستفادة من روح الابتكار من خلال مع تركيز إضافي على أنظمة الدفع ومدفوعات التجزئة المشتركة، وعملت العديد من الحكومات على إصدار سياسات وتشريعات تتناسب مع المخاطر المتعلقة بالخدمات المالية المبتكرة، بحيث تكون مبنية على أسس سد الفجوة والشمولية في التشريعات الحالية، ويذكر أن هناك عدد من الدول قامت بتطوير وتنفيذ إستراتيجيات وطنية للشمول المالي في العالم، ومن أوائل هذه الدول المملكة المتحدة وماليزيا، وتسعى حالياً العديد من دول العالم الثالث والدول المتقدمة إلى تطوير إستراتيجيات وطنية للشمول المالي، حيث برزت أهميتها بعد انتهاء الأزمة المالية العالمية³.

عاشور الجلفة، الجزائر، 2020، ص 473

¹ بوقرة كريمة وآخرون، واقع الشمول المالي وتحدياته الأردن والجزائر نموذجا - مجلة اقتصاد المال والأعمال المجلد 04، العدد 02، جامعة ميلة الجزائر، 2020، ص 145

² حسيني جازية، تعميم الخدمات المالية الرقمية لدعم الشمول المالي في الدول العربية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، المجلد 16، العدد 23، جامعة حسبية بن بوعلی الشلف الجزائر، 2020، ص 99.

³ رفيقة صباغ، سليمة غزوي، الشمول المالي في العالم العربي... واقع وآفاق، مجلة أبعاد اقتصادية، المجلد 10 العدد 02، جامعة محمد بوقرة، بومرداس الجزائر 2020 ص 515

الفرع الثاني: مبادئ الشمول المالي حسب مجموعة العشرين (G20)

إيماناً من عدد من المؤسسات الدولية بأهمية الشمول المالي، بدأ الاهتمام بعد الأزمة المالية العالمية الأخيرة بالعمل على إيجاد معايير دولية يمكن إتباعها، وذلك للعمل على تعزيز الشمول المالي، فعلى سبيل المثال قامت مجموعة العشرين (G20) عام 2010 بإصدار ما يعرف بالمبادئ المبتكرة للشمول المالي التي تتلخص فيما يلي:¹

1. القيادة: ضرورة الالتزام الحكومي بتوسيع قاعدة الشمول المالي، للحد من الفقر.
2. التنوع: تبني سياسات وطرق لتحفيز التنافس في السوق، وتقديم خدمات مالية متنوعة.
3. الابتكار : تشجيع الابتكارات التقنية والمؤسسية كوسيلة لتوسيع فرص النفاذ إلى الخدمات المالية، ويتضمن ذلك تحسين البنية التحتية.
4. الحماية: إيجاد طرق شاملة لحماية المستهلك المالي، بحيث تكون حماية هذا الأخير مبنية على توجيهات حكومية واضحة ومشاركة فعالة من مزودي الخدمات المالية والعملاء.
- 5 التمكين: زيادة التثقيف المالي والمعرفة المالية للعملاء.
6. التعاون: إيجاد بنية مؤسسية تشاركية بمسؤوليات والتنسيق مع مختلف الجهات الحكومية.
7. المعرفة: إجراء الدراسات الكافية وبناء قواعد للمعلومات لقياس النفاذ إلى الخدمات المالية.
8. النسبية: التوازن ما بين التوسع في الخدمات المالية والمخاطر.
9. الإطار المرجعي: الأخذ بعين الاعتبار عند وضع الإرشادات للشمول المالي، أفضل التجارب العالمية وكذلك تطبيق الإرشادات الخاصة بمكافحة غسل الأموال وتمويل الإرهاب بصورة ديناميكية، ووجود تعليمات وإرشادات للعمل المالي الإلكتروني.

الفرع الثالث: خصائص الشمول المالي

يهتم الشمول المالي بتقديم الخدمات المالية باستخدام الطرق السهلة والبسيطة، وبأقل التكاليف مثل الدفع عن طريق الهاتف المحمول، فعلى مدى العقود القليلة الماضية ظهرت أنماط مختلفة من مقدمي الخدمات المالية تتيح إمكانيات جديدة للفقراء غير المتعاملين مع البنوك، وتشتمل هذه الجهات على منظمات غير حكومية، وجمعيات تعاونية، ومؤسسات لتنمية المجتمعات المحلية وبنوك تجارية وحكومية، وشركات تأمين وشركات بطاقات الائتمان ومقدمي الخدمات السلوكية واللاسلكية والتحول البرقي، ومكاتب البريد، وغيرها من

¹يسر برنيه رامي عبيد، الشمول المالي في الدول العربية الجهود والسياسات والتجارب، صندوق النقد العربي، أبوظبي دولة الإمارات، 2019،

الأنشطة التي تتيح الوصول إلى منافذ البيع، وفي كثير من الحالات أصبحت نماذج الأعمال ومقدمي الخدمات الجديدة حيوية وفاعلة بفضل الابتكارات التقنية ومنها انتشار استخدام الهواتف المحمولة في أرجاء العالم، وهو ما يعزز انتشار فكرة الشمول المالي.

كما يساعد الشمول المالي أيضا تمكين النساء من أسباب القوة الاقتصادية وزيادة الاستثمارات المنتجة والاستهلاك، ورفع الإنتاجية والدخول، وزيادة الإنفاق لأغراض الصحة الوقائية، كما يساهم في إتاحة التمويل للشركات الصغيرة والمتوسطة بهدف دعم النمو الاقتصادي.¹

المطلب الرابع : أبعاد الشمول المالي ، أهدافه وأهميته

للشمول المالي عدة أبعاد و أهداف سنتناولها في هذا المطلب كما نتناول الأهمية التي يمتاز بها الشمول المالي.

الفرع الأول: أبعاد الشمول المالي

تأخذ مؤشرات قياس الشمول المالي أهمية خاصة في كثير من بلدان العالم لأنها تعبر عن تطور القطاع المالي والمصرفي الذي يستقطب كافة شرائح المجتمع وشمولهم بالخدمات المالية والمصرفية، حيث تعتمد مؤشرات القياس على طبيعة البيانات المتوفرة ودقتها وطبيعة النظام المالي ودرجة تطوره المتمثلة بجانب العرض والطلب على الخدمات المالية، حيث اتفق قادة مجموعة العشرين (G20) مع توصية التحالف العالمي من أجل الشمول المالي (GPII) لدعم جهود بيانات الشمول المالي العالمي والوطني، على مجموعة أساسية من مؤشرات قياس الشمول المالي، وهذه المؤشرات تتناول قياس ثلاثة أبعاد رئيسية:²

1. الوصول إلى الخدمات المالية.

2 استخدام الخدمات المالية.

3 جودة الخدمات المالية.

¹فضيل البشير ضيف،مرجع سبق ذكره،ص477

²بن موسى محمد، مرجع سابق، ص 04.

الشكل رقم(01-1): أبعاد الشمول المالي



المصدر : من إعداد الطالبين

وعليه ينبغي أن تقاس هذه الأبعاد بمؤشرات، تضمن إمكانية تطبيقها وقياسها وقابليتها للمقارنة وتوفيقا يلي وصف وافٍ لكل من الأبعاد السابقة:

1/ الوصول للخدمات المالية (Access dimension):

يشير إلى القدرة على استخدام الخدمات المالية من المؤسسات الرسمية، حيث يتطلب تحديد مستويات الوصول إلى تحديد وتحليل العوائق المحتملة لفتح واستخدام حساب مصرفي مثل التكلفة والقرب من نقاط الخدمات المصرفية، ويمكن الحصول على بيانات تتعلق بإمكانية الوصول للخدمات المالية من خلال المعلومات التي تقدمها المؤسسات المالية.

وتكمن مؤشرات قياس بعد الوصول إلى الخدمات المالية في النقاط التالية:

- عدد نقاط الوصول لكل 10000 من البالغين على المستوى الوطني مجزأً حسب نوع الوحدة الإدارية.
- عدد أجهزة الصراف الآلي لكل 1000 كيلو متر مربع.
- حسابات النفوذ الإلكترونية.

- مدى الترابط بين نقاط تقديم الخدمة.

- النسبة المئوية لإجمالي السكان الذين يعيشون في الوحدات الإدارية بنقطة وصول واحدة على الأقل.¹

2/ استخدام الخدمات المالية (Usage dimension)

يشير إلى مدى استخدام العملاء للخدمات المالية المقدمة بواسطة مؤسسات القطاع المصرفي،

وتحديد مدى استخدام الخدمات المالية يتطلب جمع بيانات حول مدى انتظام وتواتر الاستخدام عبر فترة زمنية معينة.

ومن بين مؤشرات قياسه:

- نسبة البالغين الذين لديهم نوع واحد على الأقل كحساب وديعة منتظم.

- نسبة البالغين الذين لديهم نوع واحد على الأقل كحساب ائتمان منتظم.

- عدد حملة بوليصة التأمين لكل 1000 من البالغين.

- عدد معاملات التجزئة غير النقدية للفرد الواحد.

- عدد معاملات الدفع عبر الهاتف.

- نسبة البالغين الذين يستخدمون حساب بنكي بشكل دائم ومتواتر.

- نسبة المحتفظين بحساب بنكي خلال سنة مضت.

- نسبة البالغين الذين يتلقون تحويلات مالية محلية أو دولية.

- نسبة الشركات المتوسطة أو الصغيرة التي لديها حسابات رسمية مالية.

- عدد الشركات الصغيرة والمتوسطة التي لديها حسابات ودائع.

- عدد الشركات الصغيرة والمتوسطة التي لديها قروض قائمة².

3 / جودة الخدمات المالية: (Quality)

تعتبر عملية وضع مؤشرات لقياس بعد الجودة هو تحدي في حد ذاته حيث أنه على مدى 15 سنة الماضية انتقل مفهوم الشمول المالي إلى جدول أعمال الدول النامية فبعد الجودة ليس بعدا واضحا ومباشرا حيث يوجد

¹أصورية شني السعيد بلخضر، أهمية الشمول المالي في تحقيق التنمية، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبة، المجلد 03، العدد 02،

جامعة المسيلة الجزائر 2019، ص 109

²بهناس العباس رسول حميدك أسس ومتطلبات إستراتيجية تعزيز الشمول المالي مع الإشارة إلى التجربة الأردنية، مجلة معارف، المجلد 14، العدد 02

جامعة البويرة، الجزائر 2019ص216

العديد من العوامل التي تؤثر عليه مثل تكلفة الخدمات وعي المستهلك، فعالية آلية التعويض بالإضافة إلى خدمات حماية المستهلك والكفالة المالية، وشفافية المنافسة في السوق بالإضافة إلى عوامل غير ملموسة مثل ثقة المستهلك.

وفيما يلي مؤشرات قياس بعد الجودة التي تم توضيحها كالتالي:

- **القدرة على تحمل التكاليف (Affordability):** يقاس هذا المؤشر بمدى تكلفة الاحتفاظ بالحساب البنكي وخاصة لذوي الدخل المنخفض، وذلك من خلال:

- معرفة متوسط التكلفة الشهرية للحصول على حساب أساسي بناء على الحد الأدنى الرسمي للأجور.
- متوسط الرسوم السنوية للاحتفاظ بحساب جاري أساسي.
- متوسط تكلفة تحويلات الائتمان.
- نسبة العملاء الذين أفادوا بأن رسوم المعاملات المالية غالية الثمن.

- **الشفافية (Transparency):** يلعب الوصول إلى المعلومات دورا حاسما في الشمول المالي حيث يجب على مقدمي الخدمات المالية أن يضمنوا حصول جميع العملاء على معلومات ذات صلة بالخدمات المالية لتمكينهم من اتخاذ قرارات سليمة بشأن استخدامها، لذا يجب على مقدمي الخدمات المالية أيضا التأكد من سلامة ووضوح هذه المعلومات حيث يجب أن تكون سهلة وبسيطة اللغة، ويمكن قياسها من خلال المؤشرات التالية:

- نسبة العملاء الذين أفادوا أنهم يتلقون معلومات واضحة وكافية حول الخدمات المالية في بداية انعقاد القرض المالي.
- وجود نموذج وصف محدد للخدمات المالية المقدمة.

- **الراحة والسهولة (Convenience):** يقيس هذا المؤشر وجهة نظر العملاء حول سهولة الوصول والراحة في استخدام الخدمات المالية، وذلك من خلال المؤشرات التالية:

- الأفراد الذين لا يشعرون بالراحة بمتوسط الوقت الذين يقضونه أثناء الانتظار في الطابور في فروع المؤسسات المالية.
- متوسط الوقت الذي يقضيه العملاء في الاصطفاف في فروع المؤسسات المالية والبنوك.

- **حماية المستهلك (Consumer protection):** ينظر هذا المؤشر في القوانين والأنظمة المصممة لضمان حقوق المستهلك وحمايتها ومنع الشركات من الحصول على مزايا غير عادلة عن طريق الاحتيال والممارسات غير العادلة، وذلك من خلال:

- مدى وجود قانون أو لائحة معايير للشكاوي والتعامل بين المستخدمين والمؤسسة المالية.
 - مدى وجود إمكانية للجوء إلى العدالة مثل وجود أمين مظالم مالية لحل المشاكل المتعلقة بالخدمات المالية من 03 إلى 06 أشهر الأخيرة وتم حلها في غضون شهرين على الأقل.
 - نسبة العملاء الذين لديهم ودائع تم تغطيتها بواسطة صندوق تأمين الودائع.
- التثقيف المالي (Financial Education):** يقيس هذا المؤشر المعارف الأساسية المالية وقدرة المستخدمين على التخطيط وموازنة دخلهم، وذلك من خلال:
- حساب النسبة المئوية للبالغين الذين يعرفون المصطلحات المالية الأساسية مثل المعدل المخاطرة، التضخم والتنويع.
 - النسبة المئوية للبالغين الذين يستطيعون إعداد ميزانية لهم كل شهر.
- المديونية (السلوك المالي) (Indebtedness):** تعتبر المديونية سمة هامة للتعامل في النظام المالي، ومن الضروري معرفة كيف يتأخر المقترضين بالسداد ضمن فترة زمنية معينة، وذلك من خلال:
- نسبة المقترضين الذين يتأخرون أكثر من 30 يوم عن سداد القرض.
- كيفية حل الأزمات المالية من قبل الزبائن إما بالاقتراض من الأصدقاء الأقارب، بيع الأصول، أو قرض بنكي.
- العوائق الائتمانية (Barriers):** الشمول المالي لا يشمل فقط استخدام الخدمات المالية ولكنه يمنح أيضا العملاء القدرة على اختيار الخدمات والمنتجات المالية ضمن مجموعة من الخيارات، وذلك من خلال:¹
- نسبة الوحدات الإدارية في المناطق الحضرية على الأقل بثلاثة فروع مالية رسمية للمؤسسات.
 - نسبة الشركات الصغيرة والمتوسطة المطلوب منها توفير ضمانات على آخر قرض مصرفي.
 - مدى وجود عوائق أو نقص في المعلومات حول أسواق الائتمان.
- ويوضح الجدول التالي أبعاد الشمول المالي ومؤشرات قياس كل بعد:

¹بطاهر بختة، عقون عبد الله **الشمول المالي وسبل تعزيزه في اقتصاديات الدول**، ورقة بحثية مقدمة ضمن الملتقى الوطني الأول حول تعزيز الشمول المالي في الجزائر آلية لدعم التنمية المستدامة يومي 27 و 28 نوفمبر 2018، المركز الجامعي لخمس مليانة، الجزائر، ص 05.

الجدول رقم 01: أبعاد و مؤشرات الشمول المالي:

مؤشرات قياسه	البعد
<ul style="list-style-type: none"> - عدد نقاط الوصول لكل 10000 من البالغين على المستوى الوطني مجزأة - حسب نوع الوحدة الإدارية. - عدد أجهزة الصراف الآلي لكل 1000 كيلو متر مربع. - حسابات النفوذ الالكترونية. - مدى الترابط بين نقاط تقديم الخدمة. - النسبة المئوية لإجمالي السكان الذين يعيشون في الوحدات الإدارية بنقطة وصول واحدة على الأقل. 	<p>الوصول إلى الخدمات المالية</p>
<ul style="list-style-type: none"> - نسبة البالغين الذين لديهم نوع واحد على الأقل كحساب وديعة منتظم. نسبة البالغين الذين لديهم نوع واحد على الأقل كحساب ائتمان منتظم. - عدد حملة بوليصة التأمين لكل 1000 من البالغين. - عدد معاملات التجزئة غير النقدية للفرد الواحد. - عدد معاملات الدفع عبر الهاتف. - نسبة البالغين الذين يستخدمون حساب بنكي بشكل دائم ومتواتر . نسبة المحتفظين بحساب بنكي خلال سنة مضت. - نسبة البالغين الذين يتلقون تحويلات مالية محلية أو دولية. - نسبة الشركات المتوسطة أو الصغيرة التي لديها حسابات رسمية مالية. - عدد الشركات الصغيرة و المتوسطة التي لديها حسابات ودائع. - عدد الشركات الصغيرة و المتوسطة التي لديها قروض قائمة. 	<p>استخدام الخدمات المالية</p>

<p>القدرة على تحمل التكاليف:</p> <ul style="list-style-type: none"> - معرفة متوسط التكلفة الشهرية للحصول على حساب أساسي بناء على الحد الأدنى الرسمي للأجور. - متوسط الرسوم السنوية للاحتفاظ بحساب جاري أساسي. - متوسط تكلفة تحويلات الائتمان - نسبة العملاء الذين أفادوا بأن رسوم المعاملات المالية عالية الثمن. <p>الشفافية:</p> <ul style="list-style-type: none"> - نسبة العملاء الذين أفادوا أنهم يتلقون معلومات واضحة وكافية حول الخدمات المالية في بداية انعقاد القرض المالي. - وجود نموذج وصف محدد للخدمات المالية المقدمة. <p>الراحة والسهولة</p> <ul style="list-style-type: none"> - نسبة الأفراد الذين لا يشعرون بالراحة بمتوسط الوقت الذين يقضونه أثناء الانتظار في الطابور في فروع المؤسسات المالية. - متوسط الوقت الذي يقضيه العملاء في الاصطفاف في فروع المؤسسات المالية والبنوك. <p>حماية المستهلك:</p> <ul style="list-style-type: none"> - مدى وجود قانون أو لائحة معايير للشكاوي والتعامل بين المستخدمين والمؤسسة المالية. - مدى وجود إمكانية للجوء إلى العدالة مثل وجود أمين مظالم مالية لحل المشاكل المتعلقة بالخدمات المالية من 03 إلى 06 أشهر الأخيرة وتم حلها في غضون شهرين على الأقل. - نسبة العملاء الذين لديهم ودائع تم تغطيتها بواسطة صندوق تأمين الودائع. <p>التثقيف المالي:</p> <ul style="list-style-type: none"> - حساب النسبة المئوية للبالغين الذين يعرفون المصطلحات المالية - الأساسية مثل المعدل المخاطرة، التضخم والتوزيع. - النسبة المئوية للبالغين الذين يستطيعون إعداد ميزانية لهم كل شهر. <p>لمديونية (السلوك المالي):</p> <ul style="list-style-type: none"> - نسبة المقترضين الذين يتأخرون أكثر من 30 يوم عن سداد القرض. - كيفية حل الأزمات المالية من قبل الزبائن إما بالاقتراض من الأصدقاء، الأقارب، بيع الأصول، أو قرض بنكي. 	<p>جودة الخدمات المالية</p>
--	-----------------------------

العوائق الائتمانية
- نسبة الوحدات الإدارية في المناطق الحضرية على الأقل بثلاثة فروع مالية رسمية للمؤسسات.
- نسبة الشركات الصغيرة والمتوسطة المطلوب منها توفير ضمانات على آخر قرض مصرفي.
- مدى وجود عوائق أو نقص في المعلومات حول أسواق الائتمان. ¹

الفرع الثاني: أهداف الشمول المالي

نظرا للاهتمام العالمي بتوسيع نطاق الشمول المالي وخلق التحالفات بين الهيئات والمؤسسات المالية العالمية للتنسيق والعمل ضمن آليات مشتركة وموحدة، وتنامي المنافع المتأتية من الشمول المالي، ترى المجموعة الاستشارية لمساعدة الفقراء (البنك الدولي) أن بناء نظام مالي شامل هو الطريق الوحيد للوصول إلى الفقراء ومحدودي الدخل وذلك لتحقيق أهداف الشمول المالي المتمثلة في:²

1. تعزيز وصول واستخدام كافة فئات المجتمع إلى الخدمات والمجتمعات المالية، وذلك من خلال توحيد جهود كافة الجهات المشاركة لتعريف المواطنين بأهمية الخدمات المالية وكيفية الحصول عليها، والاستفادة منها لتحسين ظروفهم الاجتماعية والاقتصادية، وتحقيق الاستقرار المالي والاجتماعي.
2. نشر الوعي والتثقيف المالي بالطرق المثلى من خلال تعاون كافة الأطراف المشاركة بالإستراتيجية.
3. تعزيز حماية حقوق مستهلكي الخدمات المالية من خلال إعداد السياسات والتعليمات، بالخصوص
4. تلك التي تتعلق بتعرف المتعاملين مع المؤسسات المالية الحالية بحقوقه وواجباته.
5. تسهيل الوصول إلى مصادر التمويل بهدف تحسين الظروف المعيشية للمواطنين.³
6. تعزيز فرص التنافس بين المؤسسات المالية من خلال العمل على تنوع منتجاتها والاهتمام بجودتها لجذب أكبر عدد من العملاء والمعاملات، بالتالي تقنين القنوات غير الرسمية.⁴

¹ حنين محمد بدر، دور الشمول المالي لدى المصارف الوطنية في تحقيق المسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء، مذكرة ماجستير منشورة في إدارة الأعمال كلية التجارة، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين، 2017، ص 14-15-16.

² رقيقة صباغ، سليمة غزوي، مرجع سبق ذكره، ص 517.

³ بن موسى محمد، قمان عمر واقع الشمول المالي في العالم العربي في ضوء المؤشر العالمي للشمول المالي خلال الفترة 2011-2017 مع التركيز على الجزائر، مجلة الإصلاحات الاقتصادية والاندماج في الاقتصاد العالمي، المجلد 13 العدد 03 المدرسة العليا للتجارة، الجزائر، 2019، ص 04

⁴ رامي يوسف عباد، أثر الخدمات المالية الإسلامية على الشمول المالي في الدول العربية صندوق النقد العربي، أبوظبي_دولة الإمارات العربية المتحدة، 2019.

7. تحسين معدلات الأداء المصرفي (السيولة والربحية وجودة الأصول وكفاية رأس المال) من خلال التغلغل في الأسواق المحلية والدولية وتقديم العديد من المنتجات والخدمات المالية.
8. خفض مستويات الفقر وتحقيق الرخاء والرفاهية الاجتماعية.
9. تمكين الشركات الصغيرة جداً من الاستثمار والتوسع.
10. تعزيز مشاريع العمل الحر والنمو الاقتصادي.

الفرع الثالث: أهمية الشمول المالي

يعتبر الشمول المالي أداة فعالة ذات أولوية عالية تساعد في الجوانب الاجتماعية والتنمية الاقتصادية والإستراتيجية للدول، خاصة الدول التي لا تزال نامية إذ تتجلى أهمية الشمول المالي بثلاث محاور رئيسية¹:

1. المحور الاجتماعي: حيث إن تعزيز الشمول المالي يساعد في الحد من الفقر والاستبعاد المالي وزيادة الوعي بين الناس بكيفية الاستفادة من مدخراتهم، كما وأنه يؤثر في الجانب الاجتماعي من حيث الاهتمام الأكبر بالفقراء ومحدودي الدخل مع إيلاء اهتمام خاص للمرأة، والوصول إلى الأفراد والمشروعات الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر، وأيضاً يحقق المصلحة العامة التي تتعلق بخلق فرص عمل ما يساهم في الحد من البطالة وبالتالي خفض معدلات الفقر، وتحسين توزيع الدخل، ورفع مستوى المعيشة وتحقيق النمو الاقتصادي.

2. المحور الاقتصادي : هناك علاقة وثيقة بين الشمول المالي والاستقرار المالي والنمو الاقتصادي، فمن الصعب تصور استمرار الاستقرار المالي بينما لا تزال هناك نسبة كبيرة من المؤسسات مستبعدة مالياً من النظام الاقتصادي، علاوة على ذلك فإن الشمول المالي يعزز التنافس بين المؤسسات المالية من خلال العمل على تنويع منتجاتها والاهتمام بجودتها لاجتذاب أكبر عدد من العملاء والمعاملات وتقنين بعض القنوات غير الرسمية.

3. المحور الاستراتيجي: حيث عمدت العديد من الدول بإدراج الشمول المالي كهدف من أهدافها الإستراتيجية القوية المتمثلة في كيفية الموازنة بين الشمول المالي كهدف استراتيجي وبين الأهداف الثلاثة التالية :

1.3. الاستقرار المالي: ويعرفه البنك المركزي الأوروبي بأنه النظام المالي الذي يتضمن الوسطاء الماليين والأسواق والبنية التحتية للأسواق والذي بدوره قادر على تحمل الصدمات وتحمل الإختلالات المالية، مما يخفف من احتمالية حدوث معوقات تحول دون إتمام عملية الوساطة المالية ويضعف إلى حد كبير من تخصيص المدخرات لفرص استثمارية مربحة

¹حنين محمد بدر، مرجع سابق، ص 20-24.

2.3. النزاهة المالية: تشجع المعايير الدولية على أهمية النزاهة المالية من خلال مكافحة غسل الأموال وتمويل الإرهاب وتساند مكافحة الجريمة وإذا تم التنفيذ الصحيح لهذه المعايير وفي إطار نزاهة مالية فإن ذلك سيشمل فئة كبيرة من ذوي الدخل المنخفضة بالخدمات المالية الرسمية والعكس صحيح فيما إذا لم تكتمل البيانات وامتنعت المصارف عن التعامل مع المستفيدين فإن ذلك سيجعلهم يلجئون إلى إتياع الخدمات المالية غير الرسمية، مما سيشكل عائقاً على التقدم الاجتماعي والاقتصادي.

3.3. الحماية المالية للمستهلك (Protection and the Linkages to Stability Integrity and Inclusion): وهو ما يطلق عليه نظرية تسعى الحماية المالية للمستهلك إلى خلق التوازن في العلاقة بين مقدمي الخدمات المالية والمستهلكين، وضمان حصول العميل على معاملة عادلة وشفافة بالإضافة إلى حصوله على الخدمات والمنتجات المالية بكل يسر وسهولة وبتكلفة مناسبة وجودة عالية.

المبحث الثاني: أساسيات حول الميزة التنافسية للبنوك

في ظل المنافسة المحلية والعالمية برز مصطلح الميزة التنافسية والذي يعني قدرة المؤسسة على إيجاد مكانة لها في السوق والحفاظ عليها لأطول فترة ممكنة . ويعد بقاء واستمرار المؤسسات في الأسواق من أهم الأهداف التي تصبو إليها هذه الأخيرة، ولتحقيق ذلك تسعى لبناء وامتلاك مزايا تنافسية، الأمر الذي يتوقف على تصميم استراتيجيات تتوقف مع ما تقتضيه ظروف المؤسسة في البيئة المتغيرة، و سنتطرق في هذا المبحث إلى مفهوم الميزة التنافسية وأنواعها و أبعادها و مصادرها وأيضاً أهميتها.

المطلب الأول: مفهوم الميزة التنافسية للبنوك و أنواعها

نتطرق في هذا المطلب إلى مفاهيم متعلقة بالميزة التنافسية للبنوك و أنواعها

الفرع الأول: مفهوم الميزة التنافسية البنكية

نظراً للأهمية التي يكتسبها مفهوم الميزة التنافسية سنعرض عدة تعاريف لتوضيح هذا المفهوم من عدة زوايا، فالميزة التنافسية هي: مجال تتمتع فيه المنظمة بقدرة أعلى من منافسيها في استغلال الفرص الخارجية أو الحد من اثر التهديدات، و تتبع الميزة التنافسية من قدرة المنظمة على استغلال مواردها المالية أو البشرية، فقد تتعلق بالجودة أو التكنولوجيا أو القدرة على خفض التكلفة أو الكفاءة التسويقية أو الابتكار و التطوير أو وفرة الموارد المالية، أو تمييز الفكر الإداري، أو امتلاك موارد بشرية مؤهلة و الميزة التنافسية تعني قدرة المنظمة على خلق قيمة أفضل لزيائنها و أرباح مجزية لنفسها .

و يرى "porter" أن الميزة التنافسية تنشأ من القيمة التي باستطاعة المؤسسة أن تخلقها لعملائها، بحيث يمكن أن تأخذ شكل أسعار اقل بالنسبة للأسعار التنافسية بمنافع متساوية و منافع منفردة في المنتج.

و يشير مفهوم الميزة التنافسية إلى قدرة المنظمة على صياغة و تطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمنظمات الأخرى العاملة في نفس النشاط، حيث تعتمد الميزة التنافسية على OWS نتائج فحص وتحليل كل نقاط القوة و الضعف الداخلية إضافة للفرص و التهديدات المحيطة السائدة في بيئة المؤسسة مقارنة بمنافسيها في السوق.¹

وكذلك تعرف الميزة التنافسية على أنها ما يميز المؤسسة و منتجاتها بشكل ايجابي عن منافسيها في نظر الزبائن و هو ما يعني أن شعور العميل و إدراكه القيمة المضافة التي تحققها منتجات المؤسسة يعتبر شرط للميزة، كما تعرف أيضا على أنها كل ما تختص به المؤسسة دون غيرها و بما يعطي قيمة (أو يختلف عما يقدمه مضافة إلى العملاء بشكل يزيد أو يختلف عما يقدمه المنافسون في السوق، فالميزة التنافسية تتمثل في تميز الشركة على منافسيها بمركز فريد يتيح لها تقديم منتج متميز أو أكثر بأسلوب ناجح و ربحية أفضل ، و عرفت أيضا على أنها قدرة المنظمة على صياغة تطبيقا لاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمنظمات الأخرى العاملة في نفس النشاط.²

ومن خلال التعاريف السابقة يمكننا القول أن الميزة التنافسية هي تعبير عما تقوم به المؤسسة بكفاءة وفعالية من اجل تحقيق التفوق و السبق على منافسيها، بحيث يؤدي ذلك إلى تحسين أدائها من جهة، و خلق قيمة من نظر عملائها من جهة أخرى، حيث يمكن تحقيق الميزة التنافسية من خلال موقع تشغيلي فريد أو مختلف، أو من خلال أثار الشراكة أو العلاقات مع العملاء أو من خلال التميز المكاني أو بيئة الخدمات أو تكنولوجيا المعلومات.

الفرع الثاني : أنواع الميزة التنافسية

حدد بورتز Porter نوعين من المزايا التنافسية هي ميزة التكلفة الأقل وميزة التميز حيث إختيار المؤسسة لنوع الميزة يتأثر بعدة عوامل مثل: جاذبية قطاع النشاط، حدة المنافسة وطبيعتها، وتنوع وتطور حاجات العملاء، ...

1-ميزة التكلفة الأقل:

يمكن لمؤسسة ما أن تحوز ميزة التكلفة الأقل، إذا كانت تكاليفها المتركمة بالأنشطة المنتجة للقيمة أقل من نظيرتها لدى المنافسين وللحيازة عليها يتم الاستناد إلى مراقبة عوامل تطور التكاليف، حيث أن التحكم الجيد في هذه العوامل مقارنة بالمنافسين يكسب المؤسسة ميزة التكلفة الأقل، ومن بين هذه العوامل مراقبة

¹بلال زوبوش، التحليل الإستراتيجي للتكاليف لدعم الميزة التنافسية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2011،ص79.

²حسين عجلان حسن إستراتيجيات الإدارة المعرفية في منظمات الأعمال، الطبعة الأولى، الإثراء للنشر، عمان، الأردن، 2008،ص63.

التعلم، بحيث أن التعلم هو نتيجة للجهود المتواصلة والمبذولة من قبل الإطارات والمستخدمين على حد سواء، لذلك يجب ألا يتم التركيز على تكاليف اليد العاملة فحسب، بل يجب أن يتعداه إلى تكاليف النفايات والأنشطة الأخرى المنتجة للقيمة، فالمسيرون مطالبون بتحسين التعلم وتحديد أهدافه، وليتم ذلك يجب مقارنة درجة التعلم بين التجهيزات والمناطق ثم مقابلتها بالمعايير المعمول بها في القطاع¹.

2-ميزة التميز:

تشير هذه الميزة إلى قدرة المؤسسة على تقديم منتج متميز فريد وذو قيمة من وجهة نظر المستهلك حيث قد ينشأ ذلك التميز من الجودة المرتفعة أو خدمات ما البيع.

ويمكن إحصاء ثلاث طرق تتحقق من خلالها ميزة التميز وهي الجودة، التحديث والاستجابة للعميل، فمن خلال تركيز المؤسسة على سد الفجوة بين الخصائص المدركة من قبل العميل والقيمة المتوقعة من المنتج، وجملة الخصائص والقيم الممكن تحقيقها فعلا تتحقق إستراتيجية التمييز من الجودة، كما يعتبر التحديث عاملا مهما بالنسبة للمنتجات التي تتميز بالتعقيد الفني، وبالتالي فإن قدرة المؤسسة على مجارة التغيرات التكنولوجية من جهة وأذواق المستهلكين من جهة أخرى يحقق لمنتجاتها صفة التميز.

أما تحقيق التميز من خلال الاستجابة المتفوقة للعملاء فنكون من خلال خدمات ما بعد البيع، الصيانة وغيرها من الممارسات التي توليها اهتماما بالغا للمعرفة المسبقة والدقيقة لحاجات ورغبات العملاء والعمل على تلبيةها بصورة فريدة².

¹ أمل حبار محمد، تصميم المنتج وتأثيره في الميزة التنافسية المجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد 17، العدد 68، جامعة كربلاء، العراق، 2017، ص115-116.

² سعديّة مزيان تفعيل الابتكار التسويقي كألية لتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية، مذكرة ماجستير في علوم التسويق، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2013، ص69.

المطلب الثاني : محددات و عوامل بناء الميزة التنافسية

يرى مايكل بورتر من خلال دراسة 10 دول أن المنظمات التي تتمكن من اكتساب ميزة تنافسية و تستمر في المحافظة عليها في ظل المنافسة الدولية التي تواصل التحسين والابتكار و التطوير، و تنقسم محددات الميزة التنافسية كما صاغها porter إلى محددات رئيسية و أخرى مساعدة.

1- المحددات الرئيسية:

أ- ظروف عوامل الإنتاج:

يعد مفهوم عوامل الإنتاج من منظور "porter" أكثر شمولاً من المفهوم التقليدي المتداول، لأنه يتضمن بالإضافة إلى العوامل التقليدية المتمثلة في الموارد البشرية و الطبيعية و رأس مال، عوامل أخرى من شأنها أن تشكل بدورها عوامل مساندة لوسائل الإنتاج و يدخل في ذلك الهياكل القاعدية و نظم الاتصالات و مراكز البحث.¹

أما المقصود بظروف عوامل الإنتاج فيعني مدى وفرتها و ملاءمتها و سهولة وصول المؤسسات إليها فبقدر ما تتوفر هذه العوامل و تنخفض تكلفتها و تزداد فعاليتها و كفاءتها بقدر ما تكون محفزة للميزة التنافسية للمؤسسة.

ب- ظروف الطلب:

يتعلق هذا المحدد بهيكل الطلب حجمه نموه و الآلية التي يتم بها و هو الأمر الذي يعكس حجم الابتكارات الاختراعات والتطورات التي تقدمها المنظمات الوطنية لتطوير منتجاتها بما يلاءم حجم الطلب المحلي.

ت - ظروف الصناعات المرتبطة والمساندة:

و يقصد بالصناعات المرتبطة تلك الصناعات التي تشترك معا في التقنيات، المدخلات، قنوات التوزيع و العملاء، أو تلك الصناعات المنتجة لموارد مكملة لهذه الصناعة، بينما الصناعات المساندة هي التي تقدم الدعم للصناعة بالمدخلات اللازمة للإنتاج للصناعات المرتبطة و المساندة دور هام في قدرة الصناعة على المنافسة الدولية، وهذا يعني أن تكون للدولة صناعات ذات مستوى عالمي تكون مرتبطة و مساندة لبعضها البعض، الأمر الذي يساهم في إثراء الميزة التنافسية للدولة في أنشطة أو صناعات محددة أو في أجزائها .

ث - إستراتيجية هيكل و تنافسية المؤسسة:

بقدر ما يكون الوضع الاستراتيجي و التنافسي للمؤسسة جيدا بقدر ما تكون ذات قدرة تنافسية عالية، و بالعكس ستكون عرضة لفقدان تميزها و قدرتها على المنافسة و إخلاء المجال السوقي للمتنافسين و هذا الوضع

¹ سامية لحول، التسويق و المزايا التنافسية (دراسة حالة مجمع صيدال لصناعة الدواء في الجزائر)، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة باتنة 2007/2008، ص 71.

الاستراتيجي و التنافسي يبقى محكوما بهيكل المؤسسة و مختلف التفاعلات التنظيمية من جهة و بدرجة المنافسة و تأثيرات مختلف قوى المنافسة كعامل خارجي من جهة أخرى.

2- المحددات المساعدة:

أ- دور الحكومة:

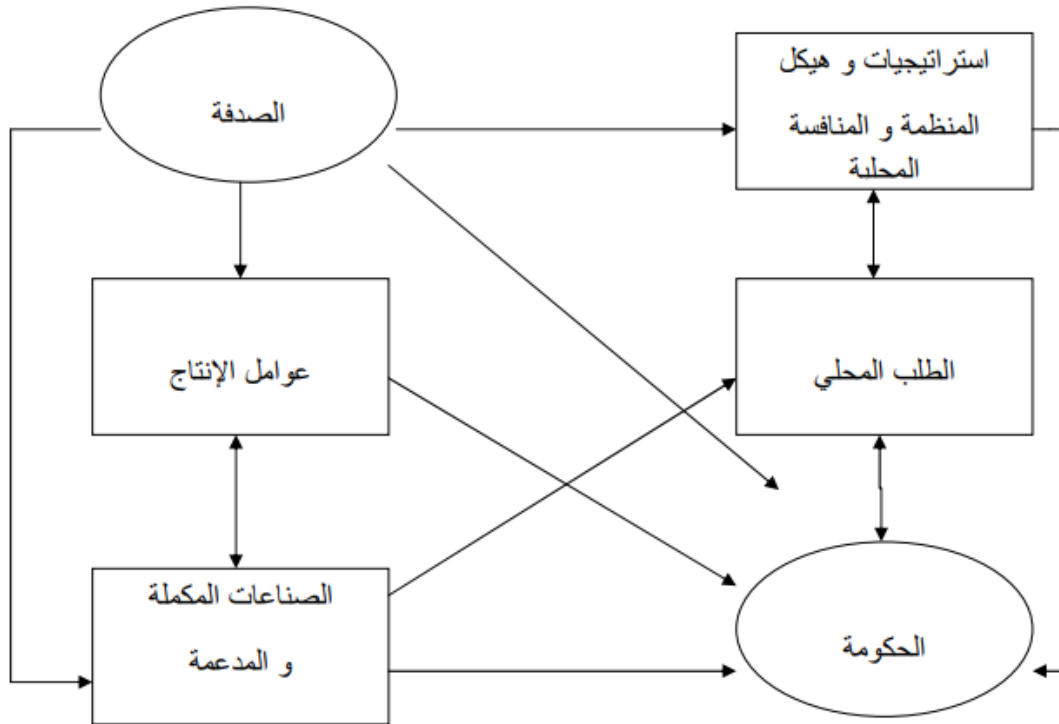
بالرغم أن porter لم يعتبر الحكومة احد المحددات الرئيسية إلا انه أشار إلى دورها الفعال باعتبارها من المحددات المساعدة في خلق الميزة التنافسية الدولية من خلال التأثير بصورة ايجابية أو سلبية على باقيالمحددات الأخرى.

ب - دور الصدفة:

تلعب الأحداث العفوية أو التلقائية التي تحدث بمحض الصدفة دورا هاما في تنافسية و نجاح كثير من الصناعات بالرغم من ضآلة أثرها ، حيث أنها في الغالب تقع خارج إطار قوة المؤسسات و قوة الدولة وسيطرتها، و تأتي أهمية الصدفة فيها ينتج عنها من خلق فجوات أو ثغرات تسمح بحدوث تغييرات في الوضع التنافسي¹.

¹ عبد الغاني بوزناق، مساهمة الإبداع التكنولوجي في تعزيز تنافسية المؤسسة الصناعية، دراسة حالة مؤسسة كوندور بيرج بوعرييج، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير (غير منشورة)، في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد صناعي جامعة بسكرة 2012/2013، ص 62.

الشكل رقم (02-1): محددات الميزة التنافسية



المصدر: سامية لحول، ص71

المطلب الثالث : شروط و مؤشرات قياس الميزة التنافسية

للميزة التنافسية شروط ولديها مؤشرات لقياسها سنتطرق لها في هذا المطلب.

الفرع الأول : شروط الميزة التنافسية

حتى تثبت الميزة التنافسية فعاليتها يجب أن تتوفر على الشروط التالية:

- التفوق على المنافسين.
- تحقيق أسبقية في مجال النشاط.
- ضمان استمراريته عبر الزمن فلا تكون محدودة بفترة زمنية مناسبة أو حادثة.
- خلق صعوبة للمنافسين فيتعذر عليهم تقليدها ويصعب عليهم إلغاؤها.¹

الفرع الثاني: مؤشرات قياس الميزة التنافسية:

¹سناء شعبي، إستراتيجية العناقد الصناعية ودورها في رفع القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة العربي

بن مهدي أم البواقي، 2011/2012، ص 45-46

يمكن أن تقاس التنافسية من خلال عدة مؤشرات يتم في ضوءها الحكم في مدى نزعة المنظمات نحو التنافسية أو عدمها فقد أشار (oughton) إلى أربعة مؤشرات للتنافسية على مستوى المنظمة وهي:

1- الربحية: وتشمل الربحية مؤشرا كافيا على التنافسية الحالية فإذا كانت ربحية المنظمة التي تريد البقاء في السوق ينبغي أن تمتد إلى مدة من الزمن، وأن القيمة الآلية للأرباح المنظمة تتعلق بالقيمة السوقية لها حيث أن نسبة القيمة السوقية للديون ورؤوس الأموال الخاصة للمنظمة على كلف استبدال موجوداتها تسمى مؤشر (Tobin) والتي هي نسبية، وإذا كانت هذه النسبة أصغر من واحدة فإن المنظمة ليست تنافسية.

2- كلفة الصنع: بالقياس كلفة الصنع للمنافسين تمثل مؤشرا كافيا عن التنافسية في نشاط متجانس مالم يكن تدني الكلفة على حساب الربحية المستقبلية للمنظمة ويمكن لكلفة وحدة العمل أن تمثل بديلا جيدا عن كلفة الصنع المتوسطة فعندها تكون كلف العمل تشكل النسبة الأكبر من الكلفة الإجمالية وخاصة في المنظمات التي يكون منتجها الأساسي المعرفة نفسها.

3- الإنتاجية: وتعتبر عن الفاعلية التي تحول بها المنظمة مجموعة عوامل الإنتاج إلى منتجات أو خدمات وهذا يمكن مقارنة الإنتاجية الكلية أو نموها لعدة منظمات ويمكن أن يعود نموها إلى التغيرات الثقافية أو اقتصاديات الحجم إذ تفسر الإنتاجية الضعيفة على أنها إدارة الفاعلية.

4- الحصة السوقية: وتعني الاستحواذ أو الحصول على جزء هام من السوق الداخلية والخارجية فالحصة تترجم المزايا في الإنتاجية أو الكلفة لكن الربحية تعتمد على الحصة السوقية فكلما كانت حصة المنظمة من السوق أكبر كانت المنظمة أكثر ربحية مع افتراض ثبات العوامل الأخرى.

المطلب الرابع: الأسس العامة لبناء الميزة التنافسية ومعوقاتها

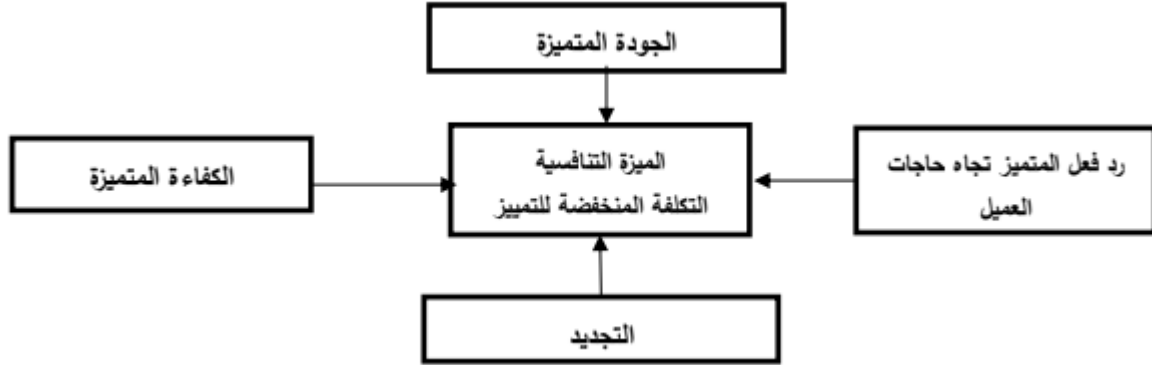
يوجد أربعة عوامل تدخل في بناء الميزة التنافسية كما توجد أيضا معوقات تعيق بناء الميزة التنافسية.

الفرع الأول: الأسس العامة لبناء الميزة التنافسية:

يوجد أربعة عوامل تدخل في بناء الميزة التنافسية، وهي الكفاءة، الجودة، التجديد، والاستجابة لحاجات

العميل :

الشكل (03-1): الأسس العامة لبناء الميزة التنافسية



المصدر: شارلزهل، جاريت جونز، ص 196

- **الكفاءة Efficiency**: ما الشركة إلا أداة لتحويل المدخلات إلى مخرجات والمدخلات هي عوامل أساسية للإنتاج مثل العمالة والأرض ورأس المال والإدارة والمهارة التكنولوجية أما المخرجات فهي عبارة عن السلع والخدمات التي تنتجها الشركة، إن أبسط قياس للكفاءة يتمثل في مقدار المدخلات المطلوبة للإنتاج مخرجات معينة وذلك أن:

$$1 \text{ (الكفاءة = المدخلات - المخرجات)}$$

وكلما كانت الشركة أكثر كفاءة كلما قل مقدار المدخلات المطلوبة لإنتاج مخرجات معينة.

- **الجودة Quality**: إن المنتجات ذات الجودة هي السلع والخدمات التي يمكن الاعتماد عليها والثقة بها لإنجاز الوظائف المصممة لأدائها، وهذا المفهوم ينطبق على مجالات كثيرة سواء كانت سيارات أو ملابس على سبيل المثال. ويعتبر تأثير الجودة العالية للمنتج على المزايا التنافسية تأثيراً مضاعفاً.

- **التجديد Innovation**: يمكن تعريف التجديد على أنه الشيء الجديد أو الحديث يتعلق بطريقة إدارة الشركة أو المنتجات وعمليات الإنتاج ونظم الإدارة والهياكل التنظيمية والاستراتيجيات التي تعتمدها الشركة.

¹امل جواد كاظم، أثر القيادة في تحقيق الميزة التنافسية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 50 بغداد، 2017، ص 13-14.

- الاستجابة لحاجات العميل **Customer Responsiveness**: لتحقيق هذا العامل بشكل متفوق، يتعين على الشركة أن تكون قادرة على أداء المهام بشكل أفضل من المنافسين في تحديد وإشباع احتياجات عملائها، وعندئذ سيتولى المستهلكون قيمة أكبر لمنتجاتها مما يؤدي إلى خلق التميز القائم على المزايا التنافسية. إن عملية تحسين جودة المنتج يجب أن تتماشى مع تحقيق الاستجابة لحاجات العميل، كما في حالة تطوير منتجات جديدة بها سمات تفتقر إليها المنتجات المتواجدة بمعنى آخر تحقيق وانجاز الجودة المتفوقة والتجديد كجانب تكاملي لتحقيق الاستجابة للعميل.

الفرع الثاني: معوقات اكتساب الميزة التنافسية

إن اكتساب المنظمة للميزة التنافسية في بيئتها لن يكون بالأمر السهل، طبعاً فقد تواجه المنظمة عدة صعوبات من بينها ما يلي:

1- المعوقات الداخلية

وتعبر عن مختلف العقبات الداخلية التي تواجه المنظمة في بيئتها داخل الدولة الواحدة والتي نوجزها كما يلي:¹

- غياب القيادة الإدارية الناجحة مما يعيق التنمية الإدارية وقد يظهر العجز هنا غياب الكفاءة القادرة على تنمية مهارات العاملين.
- عدم وجود رقابة ايجابية تسمح بالقضاء على الانحرافات داخل المنظمة.
- غياب الشفافية عند إزالة السلوكيات السلبية من أفراد داخل المنظمة.
- عدم قدرة المنظمة على توفير المعلومات الضرورية والسريعة المساعدة في عملية اتخاذ القرار.
- عدم مسايرة التطورات الحديثة.

ب. المعوقات الخارجية

- وهي التي تتعلق بمختلف العقبات الخارجية التي تنتج من خارج نطاق المنظمة التي نجد من بينها مايلي:
- الأسواق العالمية والتكتلات الإقليمية، التي تضع عقبات وحواجز الدخول.
 - وجود منظمات متحالفة وضوابط تخدم المنظمات الأجنبية على حساب الوطنية.

¹رياض بن علي الجوادي، **الكفايات الأساسية لمدرس القرن 21 ودورها في تعميق الميزة التنافسية للمؤسسة والنظام التربوي** الطبعة الأولى، دار التجديد للطباعة والنشر، عمان، الأردن 2018، ص 18، 19.

- تحول التنافس مع السلع والخدمات إلى التنافس المعروض.
- تحول المعايير الخاصة بالمواصفات من محلية إلى دولية.
- عدم الالتزام بالمواصفات الدولية للجودة.
- عدم الاهتمام بالبحوث والتطوير¹.

المبحث الثالث : علاقة الشمول المالي بالميزة التنافسية

المطلب الأول : مؤشرات المحددة للعلاقة بين الشمول المالي و الميزة التنافسية

يتمحور الجدل في الأدبيات الاقتصادية حول دور الشمول المالي في دعم الميزة التنافسية البنكية. ففي حين وجدت بعض الدراسات علاقة طردية ما بين المنافسة المصرفية ومستويات الشمول المالي، أشارت دراسات أخرى إلى أن ارتفاع حدة المنافسة قد لا تؤدي بالضرورة إلى زيادة مستويات الشمول المالي، بل بالعكس قد تؤدي إلى زيادة مستويات المخاطر المالية مع اندفاع المؤسسات المالية إلى الدخول في أوجه للإقراض تتسم بقدر أكبر من المخاطر وهو ما قد ينتج عنه مخاطر بالنسبة للاستقرار المالي وتحديات تتعلق بقدرة المزيد من الأفراد والشركات على النفاذ للتمويل.

إضافة لهذين التيارين ترى مجموعة أخرى من الدراسات أهمية عدد آخر من العوامل التي يتحدد بناء عليها طبيعة العلاقة ما بين المنافسة المصرفية والشمول المالي، من بينها على سبيل المثال مستوى تقدم البنية التحتية المالية، والتطور المالي، ومدى توفر المعلومات الائتمانية، كمجموعة أخرى مهمة من التحديات التي تلعب دوراً في تحديد طبيعة العلاقة ما بين المتغيرين.

سيتمرق هذا الجزء إلى محددات المنافسة المصرفية والمقاربة بينها وبين مستويات الشمول المالي سواءً بالاستناد إلى مؤشرات هيكل السوق أو سلوك السوق، بما يشمل التركيز على المؤشرات التالية:

1. مؤشرات تنوع هيكل القطاع المصرفي.
- 2 مؤشرات التركيز المصرفي.
3. مؤشرات سلوك السوق.
- 4 مؤشرات أخرى لمحددات العلاقة بين المنافسة المصرفية والشمول المالي.

¹شوالي نور الهدى، مساهمة إدارة الموارد البشرية في خلق الميزة التنافسية بالمؤسسة الجزائرية، مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2018/2017، ص 93-94

1 مؤشرات تنوع هيكل القطاع المصرفي

ساهمت الإصلاحات العديدة التي تم تبنيها في الدول العربية في المزيد من انفتاح القطاع المصرفي وجذبه للعديد من المستثمرين المحليين والأجانب، وهو ما ساعد على انخفاض مستويات التركيز المصرفي خلال العقود الثلاثة الماضية، وساعد على المزيد من تنوع هيكل القطاع المصرفي في الدول العربية بدرجة تتفاوت من دولة إلى أخرى. البيانات المتاحة من واقع قاعدة بيانات التنمية المالية للبنك الدولي تشير إلى انخفاض نصيب أكبر خمسة بنوك من إجمالي الأصول المصرفية إلى ما دون مستوى 70 في المائة في تسع دول عربية، بما يعني مستويات أفضل من المنافسة المصرفية مقارنة بغيرها من الدول العربية.

2 مؤشرات التركيز المصرفي

بالرجوع إلى بعض الدول وباستخدام مؤشرات التركيز المصرفي ممثلة في حصة أكبر ثلاثة وخمسة وعشرة أكبر بنوك من إجمالي الودائع والتسهيلات المصرفية التي تم الحصول عليها، يتضح انخفاض مؤشر التركيز ممثلاً بحصة أكبر ثلاثة بنوك من إجمالي الودائع المصرفية في أربع دول ممثلة في كل من فلسطين، والكويت، ولبنان، والمغرب ما بين عامي 2010 و 2019 بما يعني تحرك هيكل السوق المصرفية نحو مستويات أعلى من المنافسة المصرفية خلال تلك الفترة، وهو ما يعكس في جانب كبير منه الإصلاحات التي تبنتها السلطات الإشرافية لتقليل مستويات التركيز المصرفي ودعم المنافسة.

3 مؤشرات سلوك السوق

تتسم الأسواق التنافسية باتجاه البنوك إلى التنافس فيما بينها لتقديم الخدمات المصرفية لعملائها من البنوك والشركات وتسعى في سبيل ذلك إلى خفض كلفة المعاملات المصرفية إلى المستوى الذي يقترب من مستويات التكلفة الحدية وهو ما يعمل في مجمله على جذب عدد أكبر من العملاء إلى هذه البنوك في إطار ما يُعرف بسلوك السوق (MarketBehavior). ينتج عن ذلك انخفاض صافي هامش الفائدة الذي يمثل الفارق بين سعر الفائدة الدائنة الذي يحصل عليه البنك من العملاء المقترضين وسعر الفائدة المدينة الذي يدفعه البنك لعملائه المقرضين.

كما سبق الإشارة في الجزء الخاص بالأدبيات الاقتصادية، يعتبر مؤشر صافي هامش سعر الفائدة من أهم المؤشرات التي تعبر عن مستويات المنافسة في السوق المصرفية. فكلما انخفض صافي هامش الفائدة كلما دل ذلك على مستويات أكبر من المنافسة وبالتالي تحسن الشمول المالي أي علاقة عكسية ما بين صافي هامش الفائدة والشمول المالي والعكس صحيح. لا يمنع ذلك بالطبع من وجود عدد من المحددات الأخرى التي تتحكم في سلوك التسعير في السوق المصرفية ومن بينها على سبيل المثال توجهات السلطات الرقابية إلى

حث البنوك على تبني ممارسات للتسعير العادل للخدمات المصرفية وغيرها من العوامل الأخرى التي تتحدد على أساسها قرارات التسعير بالبنوك¹.

4 محددات أخرى للعلاقة بين المنافسة المصرفية والشمول المالي

أشار التحليل السابق إلى أن مستويات المنافسة المصرفية الأعلى ممثلةً في انخفاض مستويات التركيز المصرفي وانخفاض صافي هامش أسعار الفائدة رافقها ارتفاع في مستويات الشمول المالي للأفراد والشركات. رغم ذلك وبحسب الأدبيات السابق الإشارة إليها، فإن العلاقة ما بين المتغيرين قد لا تكون مباشرة وإنما تمر عبر مجموعة أخرى من المحددات التي تلعب دوراً في العلاقة الطردية ما بين الشمول المالي والمنافسة المصرفية ومن بينها:²

- البنية التحتية للقطاع المالي ومستوى تطور القطاع المالي.
- مدى توفر المعلومات الائتمانية.
- ومستوى التثقيف المالي.
- وبيئة الأعمال.

المطلب الثاني : تأثير الشمول المالي على الميزة التنافسية البنكية

1 البنية التحتية للقطاع المصرفي

يحتاج الشمول المالي إلى بنية تحتية معززة له، ذلك بما يشمل أنظمة دفع كفؤة وشبكة من فروع المؤسسات المالية والصرافات الآلية ووحدات الدفع المنتشرة في كافة أنحاء البلاد. كما يشمل ذلك أيضاً بنية رقمية مساندة لنشر الخدمات المالية في الأماكن النائية من خلال الأنظمة التقنية التي تساعد المواطنين على النفاذ للخدمات المالية عبر الإنترنت والموبايل.

هناك عدد من المؤشرات التي تقيس مستوى انتشار البنية التحتية للقطاع المصرفي بما يسمح بنفاذ عدد أكبر من المواطنين للخدمات المصرفية ومن بينها عدد فروع البنوك الإجمالي، وتوزيع هذه الفروع داخل وخارج العاصمة وكذلك مدى انتشار أجهزة الصراف الآلي ونقاط البيع.³

¹Akhil Damodaran, **Financial Inclusion: Issues and Challenges**, AKGEC INTERNATIONAL JOURNAL OF TECHNOLOGY, Vol. 4, No. 2, 2016.

²Ajay Garg, **Financial Inclusion, viable opportunities in India**, Chhayadeep Offset press, Faridabad, india, 2011, p 04.

³عبد القادر بريش، جودة الخدمة البنكية مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا جامعة شلف، العدد 3، 2005، ص 236-264

2 مدى تطور القطاع المالي

يتسم القطاع المالي في العديد من الدول العربية بهيمنة القطاع المصرفي ومحدودية دور المؤسسات المالية الأخرى ومن أهمها سوق الأوراق المالية وشركات التأمين وعدد من المؤسسات المالية التي تلعب دوراً مهماً في تيسير فرص نفاذ الأفراد غير المشمولين مالياً إلى خدمات مالية أكثر ملائمة لاحتياجاتهم. يأتي على رأس هذه المؤسسات مكاتب البريد والبنوك الزراعية وجمعيات الادخار.

تساهم تنمية دور المؤسسات المالية غير المصرفية في اتساع نطاق تغطية وشمولية الخدمات المالية وتنوعها بما يلاءم احتياجات قطاع عريض من المستهلكين. كما أن بعض هذه المؤسسات، مثل مكاتب الادخار على سبيل المثال تتسم بنطاق تمثيل جغرافي واسع النطاق، وهو ما يمكن أن يعول عليه لزيادة الشمول المالي كما هو الحال في بعض الدول العربية مثل مصر وتونس.

إضافة إلى ما سبق، فإن تواجد سوق كفئة للأوراق المالية يساهم في دعم فرص وصول الشركات إلى تمويل داعم لأنشطتها ومشاركة شريحة أكبر من المستثمرين في رأس مال هذه الشركات وبالتالي فرص أوسع نطاقاً للنمو الاقتصادي والشمول المالي.

3 توفر المتطلبات الأساسية الداعمة للشمول المالي

يعتمد نجاح جهود الشمول المالي على توفر عدد من المقومات الرئيسة من بينها توفر أنظمة كفؤة للدفع، ونظم للاستعلام الائتماني، ونظم الإقراض المضمون، وسجلات الأصول، حيث تساعد هذه الأنظمة على زيادة مستويات نفاذ الأفراد والمشروعات للتمويل والخدمات المصرفية وتذلل التحديات التي تواجه الحكومات والمؤسسات المالية في الوصول بهذه الخدمات للفئات غير المشمولة حيث تتيح للمؤسسات المالية على وجه الخصوص التغلب على تحديات عدم تماثل المعلومات (Information Asymmetry) التي تؤدي إلى إجمام البنوك عن توفير التمويل للقطاعات التي لا تتوفر لديها ضمانات بنكية وسجل ائتماني ممتد زمنياً، يمكن الوثوق به وهو ما يؤدي في النهاية إلى الإقصاء المالي.

في هذا الإطار، تبدو الحاجة ملحة لتعزيز الجهود المبذولة في الدول العربية لتوفير الدعائم الكفيلة بتطوير نظم الدفع، والاستعلام الائتماني، والإقراض المضمون لتقديم مجموعة من التدخلات الداعمة للشمول المالي. فعلى سبيل المثال، ورغم انتشار أنظمة الاستعلام الائتماني في عدد كبير من الدول العربية، إلا أن نطاق شمولية هذه الأنظمة للفئات المستهدفة لا يزال محدوداً حيث لا تتعد نسبة السجلات الائتمانية الخاصة على سبيل المثال بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة سوى 6 في المائة من إجمالي السجلات الائتمانية المتوفرة في عدد من الدول العربية. من جانب آخر، تعتبر نظم الإقراض المضمون وسجلات الأصول داعماً رئيساً لتوجيه التمويل للفئات غير المشمولة مالياً.

4 مستوى التثقيف المالي

يعتبر التثقيف المالي أحد العناصر الداعمة للشمول المالي في ضوء أهميته في زيادة مستويات النفاذ الآمن للخدمات المالية من قبل الفئات المستهدفة. وفق نتائج استبيان متخصص تجريه مؤسسة "ستاندر أند بورز" عن التثقيف المالي شمل أكثر من 150 ألف شخص في 140 دولة، اتضح أن مستويات الإلمام بالثقافة المالية يصل إلى أكثر من 50 في المائة في البلدان المتقدمة، في حين تنخفض النسبة إلى 37 في المائة في البلدان النامية.

بناءً عليه، يتزايد اهتمام الحكومات بصياغة استراتيجيات وطنية للتثقيف المالي. وفقاً لبيانات منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية كان لدى 34 دولة استراتيجيات لمحو الأمية المالية، فيما تبذل 25 دولة أخرى جهودها لتبني هذه الاستراتيجيات وتسعى 5 دول أخرى للتخطيط لذلك. وهو ما ساعد على تضاعف عدد استراتيجيات التثقيف المالي المتبناة عالمياً خلال السنوات الخمس الأخيرة 30

في هذا السياق، يعتبر عدد من المصارف المركزية أن مستوى التثقيف المالي في الدول العربية لا يُمكن أن يوصف بأكثر من كونه جيد، الأمر الذي يستوجب بذل المزيد من الجهود من قبل الجهات المعنية لتعزيز وعي الجمهور المالي من خلال تنفيذ البرامج والخطط الوطنية الهادفة إلى زيادة مستويات التثقيف المالي.

5 بيئة الأعمال

تلعب بيئة الأعمال المتطورة دوراً كبيراً في زيادة مستويات الشمول المالي، حيث تساعد بيئات الأعمال المرنة التي لا تفرض قيوداً على ممارسة الأعمال على زيادة كل من جانبي الطلب والعرض الخاص بالخدمات المالية وتشجع المزيد من المؤسسات المالية على تقديم خدماتها لجمهور عريض من المستفيدين. كما أن سهولة بيئات الأعمال تساعد على تأسيس المزيد من المشروعات وبالتالي زيادة مستويات الطلب على الخدمات المالية.

ترتيب الدول العربية في مؤشر مناخ الأعمال الصادر عن البنك الدولي لعام 2019، يبرز تأخر ترتيب عدد من الدول العربية وتسجيل غالبيتها لمرتبة تفوق 60 على مستوى العالم، وهو ما يؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على مستوى تطور وانتشار الخدمات المالية في بعض هذه الدول، حيث ترتبط مستويات الشمول المالي عكسياً بمرتبة الدولة في مؤشر ممارسة الأعمال. فكلما سجلت الدولة مرتبة منخفضة على مستوى العالم في مؤشر سهولة أداء الأعمال فإن ذلك يرتبط بمستوى أقل من الشمول المالي (علاقة عكسية). على مستوى الدول المشمولة في الاستبيان شهدت الدول التي سجلت مرتبة متقدمة في مؤشر أداء الأعمال مستويات أعلى من الشمول المالي بالنسبة للمشروعات، ذلك بما يشمل البحرين، والسعودية، والكويت.

المطلب الثالث: الربط بين أبعاد الشمول المالي وأبعاد الميزة التنافسية

يمكن الربط بين أبعاد الشمول المالي والميزة التنافسية كالآتي:

- 1- إن بعد وصول الخدمات الخاصة بالشمول المالي لكافة أفراد المجتمع يعني تحقيق العدالة ومنع احتكار الخدمة على فئة معينة من المجتمع وهو ما يتوافق مع بعدي الاستجابة للعملاء والكفاءة في اختيار الموظفين الذين يحسنون التعامل مع العملاء.
- 2- استخدام الخدمات الخاصة بالبعد الثاني للشمول المالي يرتبط بكل من بعد تخفيض التكلفة وبعد الإبداع حيث أن استخدام الخدمات يتضمن استفادة كافة فئات المجتمع من التكنولوجيا المقدمة من المؤسسات وأيضاً إتاحة استخدام تلك التكنولوجيا لكافة فئات المجتمع ، وأيضاً توفير الخدمات الأساسية والضرورية بالرسوم المصرفية المناسبة والتي تتلاءم مع جميع أفراد المجتمع.
- 3- جودة الخدمات وهو البعد الثالث للشمول المالي يتوافق مع بعدي الاستجابة للعملاء والتميز في تقديم الخدمة الذي ينادي بضرورة تحسين جودة المنتجات والخدمات المقدمة للمجتمع ككل بما يضمن رضا كافة الفئات.
- 4- إن أبعاد الشمول المالي الثلاثة تتفق مع أبعاد الميزة التنافسية حيث أنها تحاول توصيل الخدمة لكل الأفراد وخاصة الفئات الأقل استخداماً بأقل تكلفة ممكنة ومساعدتهم في المشاركة في النظام المالي وبالجودة المناسبة بما يحقق ميزة تنافسية مميزة للمصرف.¹

¹سلوى حسين رشدي اسماعيل حسين ، دور الشمول المالي في تعزيز الميزة التنافسية المصرفية ، المجلد الثالث عشر ، العدد الثاني ، جامعة الملك خالد السعودية ، أبريل 2022 ، ص 126.

خلاصة الفصل:

أصبح الشمول المالي محور اهتمام العديد من الحكومات والجهات المالية الرقابية في أغلب دول العالم وكذلك وكالات التنمية الدولية خاصة في العقد الأخير بعد أزمة 2008 العالمية وذلك نظرا لأهميته على مستوى استقرار النظام المالي دعم النمو الاقتصادي دعم الشرائح الفقيرة في المجتمع، دعم العدالة والمنافسة، بالإضافة إلى دعم الاستقرار الاجتماعي من خلال زيادة الاهتمام بالتنمية المالية وبالتالي يعتبر الاستقرار المالي والشمول المالي وجهان لعملة واحدة. ومن هنا ازدادت أهمية البنوك التجارية والمؤسسات المصرفية للدور الذي تلعبه من خلال التحسين والتطوير المستمر لجودة الخدمات والمنتجات المالية التي تحقق ميزة تنافسية لضمان مكانتها وإستمراريتها. وهو يعتبر من بين أولوياتها من أجل التميز المستدام مما يزيد من قدرتها التنافسية.

الفصل الثاني:

دراسة ميدانية بينك الفلاحة

والتنمية الريفية-ميلة-

تمهيد:

إن التطور الاقتصادي لأي بلد مرتبط بتطور مؤسساته بمختلف أنواعها من بينها المصارف، والتي تمثل أهم القطاعات الحيوية حيث تعتبر الخدمة التي يقدمها هذا الأخير عاملاً أساسياً في تطوير نشاطاته وبالتالي وجب عليها مواكبة التطورات التكنولوجية الراهنة، ولإثبات الدور الذي يلعبه الشمول المالي في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك التجارية، اخترنا بنك الفلاحة والتنمية الريفية الذي يحتل المراكز الأولى في ترتيب البنوك التجارية، وعليه سنحاول من خلال هذا الفصل إسقاط كل ما درسناه في الجانب النظري في هذه الدراسة التي تتطرق إلى الشمول المالي والدور الذي يلعبه على الميزة التنافسية على الجانب التطبيقي وذلك من خلال إجراء دراسة ميدانية في مصرف الفلاحة والتنمية الريفية لوكالة ميلة.

حيث قسمنا هذا الفصل كما يلي:

- ✓ المبحث الأول: تقديم بنك الفلاحة و التنمية الريفيةBADR.
- ✓ المبحث الثاني: الطريقة والإجراءات.
- ✓ المبحث الثالث: تحليل النتائج واختبار الفرضيات.

المبحث الأول : تقديم بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR:

يسعى بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى التأقلم مع التغيرات التي تشهدها الساحة البنكية الجزائرية نتيجة انفتاح هذه الأخيرة على الأسواق البنكية العالمية، ومن أجل تحقيق ذلك فإن مسؤولي بنك الفلاحة والتنمية الريفية بذلوا مجهودات كبيرة بغية مواجهة المنافسة التي فرضها اقتصاد السوق والحفاظ على مكانة البنك في السوق البنكية الجزائرية كبنك رائد في مجال العمل المصرفي، سواء بالانتشار الجغرافي المميز عبر كافة التراب الوطني أو عن طريق توسيع وتنويع مجال تدخله.

ومن أجل الحصول على أكبر حصة في السوق البنكية، وضع بنك الفلاحة والتنمية الريفية إستراتيجية شاملة لمواجهة التطورات التي يشهدها المحيط البنكي واستجابة لاحتياجات وتطلعات العملاء.

المطلب الأول : نشأة و تعريف بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR :

سنتطرق في هذا المطلب إلى العوامل التي أدت إلى إنشاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية ومراحل تطور هذا البنك عبر الفترات الزمنية.

الفرع الأول: نشأة وتطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية¹ BADR

تم إنشاء البنك المركزي الجزائري حاليا يدعى ببنك الجزائر بعد 06 أشهر من إعلان الاستقلالية، وفي عام 1963 تم إنشاء صندوق الجزائر للتنمية حاليا البنك الجزائري للتنمية، وفي عام 1964 الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، وفي سنة 1966 تم السيطرة على القطاع المصرفي الجزائري التجاري الذي كان تحت السيطرة الأجنبية، مما أدت هذه العملية إلى إعطاء الدولة ضرورة لإقامة وتنمية الاقتصاد الوطني، والتي من خلالها تقرر لإنشاء البنك الوطني الجزائري بموجب قانون 66178 الصادر في 03 يونيو 1966 والذي أوكل إليه بصورة عامة أملا لأخذ الاقتصاد المخطط على عاتقه، فقد كان منذ إنشائه مكلفا بتمويل عدة قطاعات اقتصادية والمتمثلة في: القطاع الزراعي، قطاع التجارة الخارجية، بالإضافة إلى مختلف قطاعات الاقتصاد الزراعي.

ونظرا للأهمية الإستراتيجية للفلاحة الجزائرية وللضرورة الأساسية لكفالة الحاجيات الوطنية والمنتجات الغذائية فإن كل الفلاحة تكتسي أهمية كبرى وتطورها يعتبر أحد الأعمال الهامة للدولة وللاقتصاد الفلاحي.

تميز بنك الفلاحة والتنمية الريفية بمشاكل شديدة التعقيد والمواجهة، وبعد عدة سنوات من تأسيس البنك المركزي الجزائري تقرر إعادة تنظيم وهيكله هذا البنك .

وبموجب المرسوم 82-106 الصادر في 07 جمادى الأولى عام 1402 الموافق ل 13/03/1982 تم إنشاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية، حيث نشر هذا القرار في الجريدة الرسمية رقم 11 في 16/06/1982 وتم تحديد قانونه الأساسي. وقد ظهر هذا البنك في تلك الفترة بالذات لسببين:

¹ معلومات مقدمة من المديرية العامة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميلة.

- رغبة هذا البنك في تدعيم قطاع الفلاحة بهدف زيادة مردوبيته، وبالتالي المساهمة في تحقيق الأمن الغذائي للبلاد، رفع المستوى المعيشي وتحسين ظروف حياة سكان الأرياف.
- الاقتصادية وإلحاق الاقتصاد أدى إلى نشوء هذا النوع من البنوك من أجل رفع حصة المنتجات الزراعية في مجال الإنتاج الوطني، إعادة تنظيم جهاز للإنتاج الفلاحي، تنمية الرعي ببناء السدود وحفر الآبار، زيادة في مساحة الأراضي الصالحة للزراعة مع استصلاح الأراضي جديدة ولتحقيق هذا الهدف فإنه من الضروري وضع تخطيط فلاحي حقيقي وهيئة مالية مستقلة بذاتها، وقادرة على تمويل نشاطات هذا القطاع.

الفرع الثاني: تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

ويعرف كما يلي¹:

يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية من بين البنوك التجارية الجزائرية، حيث يتخذ شكل شركة ذات أسهم تعود ملكيته للقطاع العمومي، أسس هذا البنك في إطار سياسة إعادة الهيكلة التي تبنتها الدولة بعد إعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري بموجب مرسوم رقم 10682 المؤرخ في 13 مارس 1982 وذلك بهدف تطوير القطاع الفلاحي وترقية العالم الريفي، ولقد أوكلت له مهمة تمويل هياكل ونشاطات القطاع الفلاحي الصناعي، الري، الصيد البحري والحرف التقليدية في الأرياف.

تحول بنك الفلاحة والتنمية الريفية في إطار الإصلاحات الاقتصادية بعد عام 1988 إلى شركة مساهمة ذات رأس مال قدره 22 مليار دينار جزائري، مقسم إلى 2200 سهم بقيمة 1000000 دج للسهم الواحد، ولكن بعد صدور قانون النقد والقرض في 14 أبريل 1990 الذي منح استقلالية أكبر للبنوك وألغى من خلاله نظام التخصص، أصبح بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك يباشر مهامه كبنك تجاري والمتمثلة في منح القروض وتشجيع عملية الادخار بنوعيتها ، أما حاليا فيقدر رأس ماله بحوالي 33 مليار دينار جزائري موزع على 3300 سهم بقيمة اسمية قدرها 1000000 دج لكل سهم مكتتبه كلها من طرف الدولة.

وحتى يتسنى لهذا المصرف القيام بمهامه على أحسن وجه، ورث من البنك الوطني الجزائري 18 مديرية جهوية و 140 وكالة ، وفي يناير من سنة 1985 كان له 29 مديرية جهوية و 173 وكالة وفي سوق يتميز بالمنافسة القوية أصبح يشق طريقه بحوالي 300 وكالة ومؤطرة بحوالي 7000 عامل ما بين إطار وموظف، ويهدف اكتساب ميزة تنافسية تؤهله لمنافسة البنوك الخاصة والأجنبية التي تزاول نشاطها في السوق البنكية الجزائرية قام بتنويع منتجاته وخدماته المتضمنة أبعاد الجودة الشاملة.

¹ معلومات مقدمة من المديرية العامة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميلة.

الفرع الثالث: مكانة بنك الفلاحة والتنمية الريفية في المحيط البنكي الجزائري:

- يحتل بنك الفلاحة والتنمية الريفية موقعا متميزا ضمن الهيكل البنكي الجزائري، فهو يعتبر كأكبر بنك تجاري في البلد نظرا لما يشهده من تحولات هيكلية وعملية هامة منذ نشأته والتي يمكن إيجازها فيما يلي:¹
- يتمتع بنك الفلاحة والتنمية الريفية منذ نشأته في 1982 بكافة الصلاحيات والوظائف المتعارف عليها عالميا.
 - يمتاز بكثافة شبكته وأهمية تشكيلته البشرية، حيث صنف من طرف مجلة قاموس البنوك (bankers Almanach) في سنة 2001 في المركز الأول في ترتيب البنوك الجزائرية وهو بنك يحتل المركز 668 في الترتيب العالمي من بين 4100 بنك مصنف، كما صنف في سنة 2002 في المراتب العشرة الأوائل للبنوك الإفريقية.
 - يعمل في كافة القطاعات الاقتصادية، كما يمول كافة المؤسسات على اختلاف نشاطها وطبيعتها القانونية.
 - استعمال السوفيت منذ 1991.
 - استعمال الإعلام الآلي في جميع عمليات التجارة الخارجية.
 - تمثل التجارة الخارجية %30 من حجم معاملاته.
 - أول بنك جزائري يستعمل مفهوم البنك الجالس مع خدمات مشخصة.
 - القيام بالعمليات البنكية في الوقت الحقيقي وعن بعد (Télétransmission).
 - تعميم استعمال الإعلام الآلي على كل الشبكة بفضل برمجيات خاصة ملك للبنك مصمم من طرف مهندسي المؤسسة.

¹معلومات مقدمة من المديرية العامة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميلة.

المطلب الثاني: بنك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية ميلة (مجمع الاستغلال):

في هذا المطلب سنحاول التعرف على بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية ميلة وكذا هيكله التنظيمي وفي الأخير سنحاول التطرق إلى المهام التي يقوم بها البنك وذلك من خلال ما يلي¹: (معلومات مقدمة من المديرية العامة للبنك)

الفرع الأول: التعريف ببنك الفلاحة والتنمية الريفية ولاية ميلة (مجمع الاستغلال):

يعتبر مجمع بنك الفلاحة والتنمية الريفية مركز استغلال أنشئ سنة 2003 ويضم ويشرف على تسيير تسعة وكالات حاليا موزعة عبر تراب الولاية بعد أن كان تابعا لمجمع قسنطينة للاستغلال قبل سنة 2003 وهو يشكل وحدة ربط بين الوكالات المحلية للاستغلال من جهة والمديريات المركزية من جهة أخرى.

ويكمن الدور الرئيسي للمجمع فيما يلي:

- يعتبر وسيط بين المديرية العامة للبنك بدر بالجزائر العاصمة والوكالات المحلية للإستغلال.
- يقدم الدعم التطبيقي واللوجيستيكي للوكالات التي يشرف عليها.
- يقوم بعملية التنسيق بين مختلف الوكالات.
- الرقابة والمتابعة لضمان تطبيق القوانين والتعليمات التي تحكم العمل البنكي على مستوى الوكالة التابعة له.

كما أن المجمع الجهوي للإستغلال لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بميلة أصبح يشرف على 9 وكالات موزعة عبر دوائر الولاية كما يلي:

الجدول رقم (01-2): وكالات بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية ميلة

الرقم	الوكالات	رمزها
01	وكالة ميلة	834
02	وكالة فرجيوة	673
03	وكالة شلغوم العيد	833
04	وكالة القرارم قووقة	837
05	وكالة وادي العثمانية	840
06	وكالة التلاغمة	841
07	وكالة وادي النجاء	842
08	وكالة تاجنانت	843
09	وكالة الرواشد	835

المصدر: (www.badr-bank.dz)

¹ معلومات مقدمة من المديرية العامة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميلة.

يعتبر هذا المجمع الجهوي للإستغلال كوسيط بين الإدارة العامة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية الجزائر العاصمة وبين الوكالات التسعة المتواجدة في دوائر ولاية ميلة، باعتبار هذه الأخيرة(الوكالات) مركزا للريح حيث يشكل المجمع الجهوي للإستغلال مع وكالاته التسعة وحدة استغلال .

الفرع الثاني: مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية ميلة¹:

يقوم البنك بالمهام التالية:

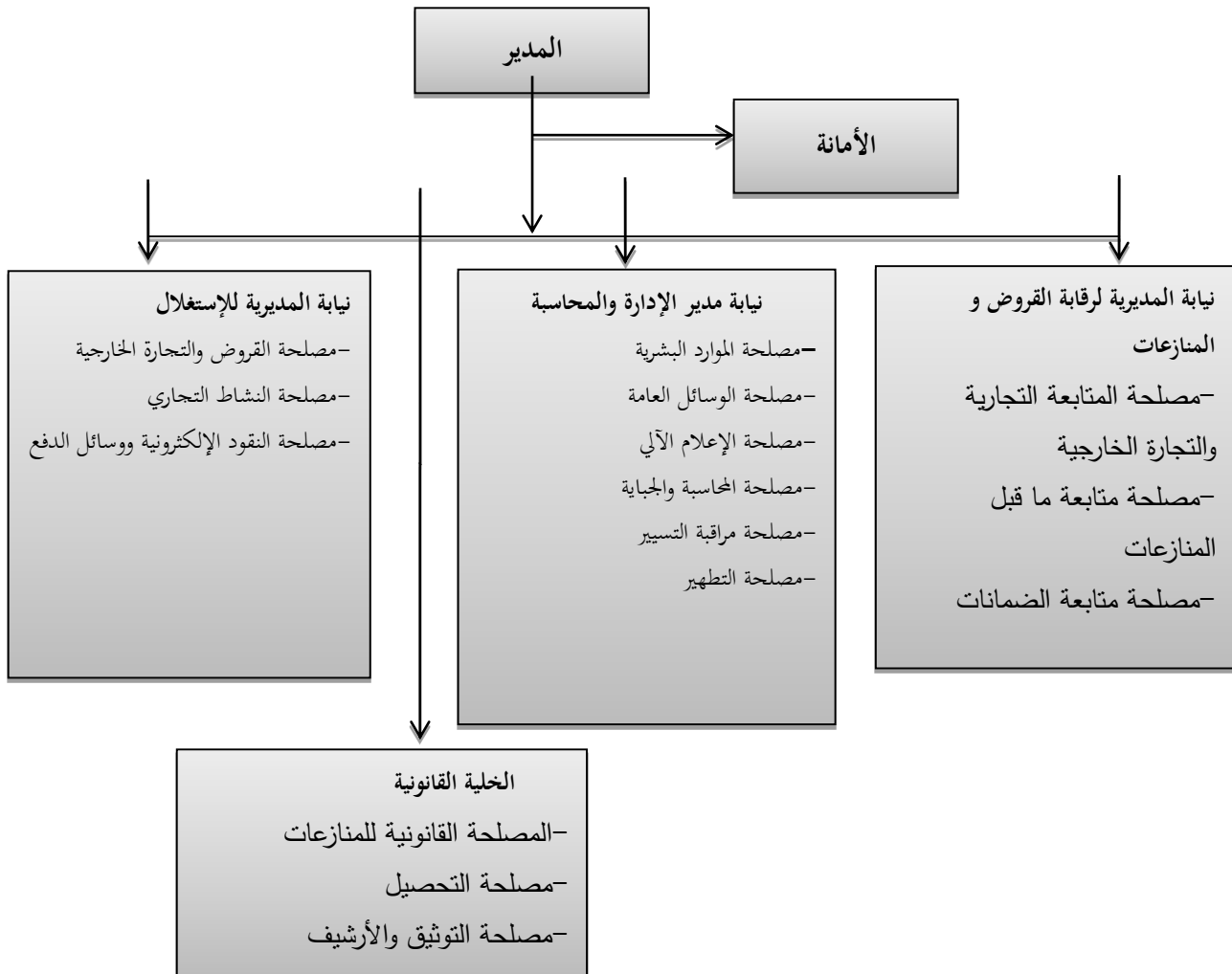
- النهوض بالقطاع الفلاحي وترقية النشاطات الفلاحية والقيام بمختلف العمليات المصرفية والإعتمادات المالية ومنح القروض;
- فتح الحساب بكل أنواعها للأشخاص العادية والمعنوية وأهم هذه الحسابات (الحسابات الجارية، حسابات التوفير دون توفير، وحسابات الشيك وغيرها).
- النهوض بالقطاع الفلاحي وترقية النشاطات الفلاحية والحرفية والقيام بمختلف العمليات المصرفية والإعتمادات المالية ومنح القروض.
- تنظيم جميع العمليات المصرفية في إطارها القانوني.
- العمل على استقرار وتطوير العلاقات التجارية مع الزبائن.
- خصم وتحصيل الأوراق التجارية.
- قبول الودائع من الشركات والأشخاص (الأجلة والفورية).
- يقوم بجميع عمليات الدفع ويتلقاها نقدا بواسطة الصكوك.
- إقراض الجماعات المحلي.
- يؤدي مختلف العمليات المصرفية كالقروض القصيرة الأجل والمتوسطة وكذلك قروض الخزينة العمومية والتسبيقات على السندات العمومية.
- تمويل العمليات الخارجية.
- يقوم بقبول العمليات كالإستيراد والتصدير.

¹ www.badr-bank.dz

الفرع الثالث: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية ميلة¹:

الشكل التالي يوضح الهيكل التنظيمي للمجمع الجهوي للإستغلال لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بميلة:

الشكل رقم(01-2): الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية ولاية ميلة



المصدر: معلومات من المديرية العامة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية ميلة.

¹ معلومات مقدمة من المديرية العامة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميلة.

المطلب الثالث: الخدمات التي يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

إن بنك الفلاحة والتنمية الريفية يضع تحت تصرف زبائنه مجموعة متنوعة من الخدمات التي يمكن أن تلبي توقعاتهم، وهي تقدم لفئات مختلفة من الناس والمؤسسات، وأهم هذه الخدمات هي:¹

1/ دفتر التوفير بدر (L.E.B): Livretd' épargne badr

وهو منتج يمكن للراغبين من إيداع أموالهم الفائضة مقابل فائدة يحددها البنك أو بدون فائدة حسب رغبة المدخرين، ويمكن لحاملي الدفتر القيام بعمليات دفع وسحب أموالهم من جميع الوكالات التابعة للبنك :



2/ دفتر توفير الأشبال (L.E.J): Livretd' épargne junior

وهو دفتر يفتح للشباب الذين لا تتجاوز أعمارهم 19 سنة من طرف ممثليهم الشرعيين لتدريبهم على الإدخار من خلال الدفع في صورة نقدية أو عن طريق تحويلات أوتوماتيكية حيث يستفيد الشاب صاحب الدفتر ذو الأقدمية التي تزيد عن خمسة سنوات، عند بلوغه السن القانونية من قروض مصرفية تصل إلى مليونين دينار جزائري.



¹ www.badr-bank.dz

3/ بطاقة بدر: Cart Badr¹

وهي بطاقة موجهة لزبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية، حيث تمكن من القيام بعمليات الدفع والسحب للأوراق النقدية عبر الموزعات الآلية للأوراق النقدية، كما تمكن أصحابها أيضا من القيام بعمليات السحب من الموزعات الآلية للبنوك الأخرى، وقد تم استبدال هذه البطاقة ببطاقة ما بين البنوك.



4/ بطاقة ما بين البنوك (cib) La carte inter bancaire

هي منتج بنكي بدأ العمل به في سنة 2001، وهي بطاقة تسمح لعملاء البنك بسحب مقدار محدد من المال من الموزعات الآلية التابعة للبنك أو من الموزعات الآلية التابعة للبنوك التي وقعت على إصدارها هذه البطاقة، أي أنها أداة للسحب والدفع ينظر إليها كوسيلة لتحسين خدمة العملاء لهذا فإن تطوير البطاقة يتوقف على عنصرين هما: التجار الذين يقبلون الدفع عن طريق البطاقة البنكية، والأفراد الحاملين للبطاقة.



5/ الإيداعات لأجل: Les dépôts à terme²

تسهل على الأشخاص إيداع أموالهم الفائضة عن حاجاتهم إلى آجال محددة بنسبة فوائد متغيرة من طرف البنك، وقد حدد المبلغ الأدنى للإيداع بـ 10000 دج لمدة لا تقل عن ثلاثة أشهر، أما بالنسبة لعمليات الإيداع بالعملة الصعبة فقد حدد المبلغ الأدنى بـ 762,24 أورو أو ما يعادلها من العملات الأخرى لمدة لا تقل عن ثلاثة أشهر.

¹معلومات مقدمة من المديرية العامة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميلة.

²معلومات مقدمة من المديرية العامة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميلة.

DÉPOT
À TERME



6/أذونات الصندوق: Les bonk de caisse:

عبارة عن تفويض لأجل وبعائد موجه للأشخاص المعنويين والطبيعيين ويمكن أن يكون إسمياً (باسم المكتتب) أو لحامله ويتأثر بمعدل الفائدة وكذا بالضريبة على الدخل الإجمالي IRG والرسم على القيمة المضافة TVA.



7/حساب بالعملة: Les comptes devises

منتج يسمح بجعل نقود المدخرين بالعملة الصعبة متاحة في كل وقت مقابل عائد حسب الشروط العامة للبنك ;



8/ بطاقة بدر "توفير"¹ TAWFIR

هي بطاقة تسمح لزبائن البنك بالإستفادة من خدمة تحويل أموالهم من حساباتهم الخاصة إلى دفاتر الإيداع، عن طريق الموزعات الآلية للنقود دون التنقل إلى وكالات البنك، كما تسمح البطاقة بإجراء عمليات السحب وتحويل الأموال من حساب إلى آخر على مدار 24 ساعة وخلال أيام العطل.

¹معلومات مقدمة من المديرية العامة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميلة.



9/ خدمات أخرى:¹

- وللاستجابة لإحتياجات السوق فإن بنك الفلاحة والتنمية الريفية لديه خدمات متنوعة أيضا نذكر منها:
- فتح مختلف الحسابات للزبائن وتخليص الصكوك بأمر الآخرين.
- التحويلات المصرفية.
- التحصيلات المتعلقة بالدفع والتحصيل فيما يخص التعاملات الخارجية.
- خدمة كراء الخزائن الحديدية.
- خدمات الفحص السلبي **télétraitement** والتي تسمح بخدمة أحسن الزبائن بإستعمال شبكة الفحص السلبي في تنفيذ العمليات التحويلية المصرفية في الوقت الحقيقي.
- خدمات التأمين المصرفي.
- خدمات السوق المالي.
- خدمات البنك الإلكتروني.

¹معلومات مقدمة من المديرية العامة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميلة.

المبحث الثاني: الطريقة والإجراءات:

يهدف هذا البحث إلى إظهار دور الشمول المالي في تعزيز الميزة التنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجمع الإستغلال- ميلة ، ولتحقيق هذه الدراسة اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي عبر استخدام العديد من الطرق والمعالجات الإحصائية ذات العلاقة بموضوع الدراسة ، وكذا استعراض مختلف النتائج المتحصل عليها من أفراد العينة إضافة إلى اختيار فرضيات الدراسة للحكم على صحتها.

المطلب الأول: مجتمع الدراسة وعينتها:

سنتطرق من خلال هذا المطلب إلى مجتمع الدراسة التي قمنا بها وكذا عينتها.

حيث تم اختيار بنك الفلاحة والتنمية لريفية -مجمع الاستغلال-ميلة ، كميدان لدراسة الحالة ، حيث يتألف مجتمع الدراسة من مجموعة من الزبائن بهذا البنك.

أما فيما يتعلق بعينة الدراسة فتم اختيار عينة عشوائية من زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية بلغ عددها 57 فرد ، حيث قمنا بتوزيع 57 استمارة وتم استرداد 57 استمارة وبهذا يكون عدد الاستمارات الصالحة للتحليل 57 استمارة أي بنسبة 100%.

المطلب الثاني: أداة الدراسة وأدوات المعالجة الإحصائية المستخدمة:

من خلال هذا المطلب سنتطرق إلى أدوات الدراسة بالإضافة إلى الأدوات المستخدمة فيها:

الفرع الأول: أدوات الدراسة:

بغية تحقيق هدف الدراسة تم الإعتماد على مصدرين أساسيين للحصول على البيانات والمعلومات القابلة للوصف والتحليل.

أولاً: المصادر الثانوية: المتمثلة في الكتب والمجلات والرسائل الجامعية والمقالات والملتقيات التي تناولت موضوع الدراسة بشكل مباشر وغير مباشر ، وكذلك البحث والمطالعة في مواقع الانترنت المختلفة ، وذلك للوقوف على الأسس العلمية الحديثة المرتبطة بالدراسة موضوع البحث والتي ساعدت في بناء الإطار النظري للدراسة.

ثانياً: المصادر الأولية: المتمثلة في الإستبيانات ، وذلك بغرض توفير المعلومات المتعلقة بالدراسة وقد صمم الإستبيان بعد الأخذ بأراء مجموعة من المحكمين في مجال موضوع الدراسة التي استهدفت الحصول على البيانات الأولية لاستكمال الجانب التطبيقي للدراسة ، وتضمن الإستبيان 3 مجالات وهي:

- **المجال الأول:** خاص بالمعلومات الشخصية والوظيفة المتعلقة بأفراد العينة وهي: الجنس ، العمر ، المؤهل العلمي ، نوع المهنة ، مستوى الدخل ، مدة التعامل مع البنك.

- المجال الثاني: وهو متعلق بأبعاد الشمول المالي في البنك ويتضمن :
 - البعد الأول: الوصول إلى الخدمات البنكية ويتكون من 05 فقرات.
 - البعد الثاني: استخدام الخدمات المالية ويتكون من 05 فقرات.
 - البعد الثالث: جودة الخدمات المالية ويتكون من 07 فقرات.
 - البعد الرابع: تنوع الخدمات المصرفية ويتكون من 05 فقرات.
 - المجال الثالث: وهو عبارة عن أبعاد الميزة التنافسية ويتكون من 17 فقرة.
- وقد تم استخدام مقياس ليكارت الخماسي حسب الجدول التالي:

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

وبهذا تكون المقياس بشكله النهائي من 39 فقرة.

الفرع الثاني: أدوات المعالجة الإحصائية المستخدمة:

للإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها تم اللجوء إلى استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- التكرار والنسب المئوية.
 - معامل ألفا كرونباخ cranbach alpha للتأكد من درجة ثبات المقياس المستخدم.
 - المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية بهدف الإجابة عن أسئلة الدراسة ومعرفة الأهمية النسبية لكل فقرة من أبعاد الدراسة.
 - اختبار t لعينة واحدة وذلك للتحقق من معنوي الفقرة.
 - تحليل الإنحدار المتعدد والبسيط لمعرفة العلاقة والتأثير بين متغيرات الدراسة.
 - مستوى الأهمية والذي تم احتسابه وفقا للمعادلة التالية:
- مدى التطبيق = (العلاقة القصوى - العلاقة الدنيا) / 3
- مدى التطبيق = $3 / (1-5) = 1,33$.
- وبناء على ذلك تكون:
- * الأهمية المنخفضة: من 1 إلى 2,33.
 - * الأهمية المتوسطة: من 2,34 إلى 3,66.

*الأهمية المرتفعة: من 3,67 فأكثر .

المطلب الثالث: صدق أداة الدراسة وثباتها:

ويتم ذلك من خلال الصدق الظاهري وثبات أداة الدراسة.

الفرع الأول: الصدق الظاهري:

للتحقق من الصدق الظاهري للإستبيان تم عرضه على مجموعة من المحكمين تألفت من 3 أساتذة من أعضاء الهيئة التدريسية بالمركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف بميلة ، متخصصين في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، وأسماء هؤلاء المحكمين مذكورة في الملحق رقم 02.

وتم الإستجابة لأراء المحكمين وإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء الإقتراحات المقدمة وبذلك خرج الإستبيان بصورته النهائية (الملحق رقم 01).

الفرع الثاني: ثبات أداة الدراسة:

تم اختيار مدى الإتساق الداخلي لفقرات الإستبيان ، حيث تم تقييم تماسك المقياس بحساب cranbach alpha ، والذي يشير إلى قوة التماسك بين فقرات الإستبيان ، وللتحقق من ثبات أداة الدراسة بهذه الطريقة طبقت معادلة cranbach alpha على أفراد العينة ، وعلى الرغم من عدم وجود قواعد قياسية بخصوص القيم المناسبة لـ cranbach alpha لكن من الناحية التطبيقية يعد $0.60 \leq \alpha$ معقولا ، والجدول رقم (02-02) يبين نتائج أداة الثبات لهته الدراسة:

الجدول رقم (02-02) : معامل ثبات الإتساق الداخلي لأبعاد الإستبانة (مقياس ألفا كرونباخ)

محاور الإستبيان	البعد	عدد الفقرات	قيمة ألفا كرونباخ
1	أبعاد الشمول المالي	22	0,850
1 - 1	الوصول إلى الخدمات البنكية	05	0,745
2 - 1	استخدام الخدمات المالية	05	0,648
3 - 1	جودة الخدمات المالية	07	0,766
4 - 1	تنوع الخدمات المصرفية	05	0,663
2	الميزة التنافسية	17	0,909
	الإستبيان ككل	39	0,926

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج مخرجات SPSS V21.

تدل مؤشرات ألفا كرونباخ أعلاه على تمتع أداة لدراسة بصورة عامة بمعامل ثبات مقبول وبقدرتها على تحقيق أغراض الدراسة حيث أن معاملات الثبات ألفا كرونباخ لجميع أبعاد الدراسة كانت أكبر من (0,6) ، حيث تراوحت قيمته ما بين (0,648) و (0,909) ، في حين بلغ معامل ثبات الأداة ككل (0,926) وهو أعلى من (0,6).

المبحث الثالث: تحليل النتائج واختبار الفرضيات:

المطلب الأول: وصف المتغيرات الديمغرافية والمهنية لأفراد عينة الدراسة:

يوضح الجدول الآتي المتغيرات الديمغرافية والمهنية لأفراد عينة الدراسة.

الجدول رقم (03-2) : توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا للمتغيرات الديمغرافية والمهنية.

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسب المئوية
1	الجنس	ذكر	35	61,4
		أنثى	22	38,6
2	العمر	من 20 إلى 30 سنة	12	21,1
		من 31 إلى 40 سنة	23	40,4
		من 41 إلى 59 سنة	13	22,8
		من 60 سنة فأكثر	09	15,8
3	المؤهل العلمي	أولي	5	8,8
		إبتدائي	2	3,5
		متوسط	8	14
		ثانوي	16	28,1
		جامعي فما فوق	26	45,6
4	نوع المهنة	طالب	5	8,8
		موظف	29	50,9
		عامل حر	11	19,3
		متقاعد	12	21,1
5	مستوى الدخل	أقل من 20000 دج	8	14
		20000-39000 دج	7	12,3
		40000-69000 دج	18	31,6
		70000-99000 دج	19	33,3
		100000 دج وأكثر	5	8,8
6	مدة التعامل مع البنك	أقل من 5 سنوات	17	29,8

21,1	12	5 - 10 سنوات	
29,8	17	11 - 15 سنة	
10,5	6	16 - 20 سنة	
8,8	5	21 سنة وأكثر	

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج مخرجات SPSS V21.

يشير الجدول (03-2) إلى نتائج التحليل الوصفي للمتغيرات الديمغرافية والمهنية لأفراد عينات الدراسة ، حيث اتضح أن 61,4 % هم من الذكور وهي الأكبر من نسبة الإناث التي بلغت 38,6 % ، أما بالنسبة للعمر فإن أكبر نسبة من العينة هي ممن يتراوح أعمارهم من 31 إلى 40 سنة نسبة 40,4 % ، أما فيما يخص الفئة الأقل فهي من 60 سنة فأكثر بنسبة 15,8 % ، أما بالنسبة للفئة من 20 إلى 30 سنة فهي 21,1 % والفئة من 41 إلى 59 سنة فنسبتها 22,8 % .

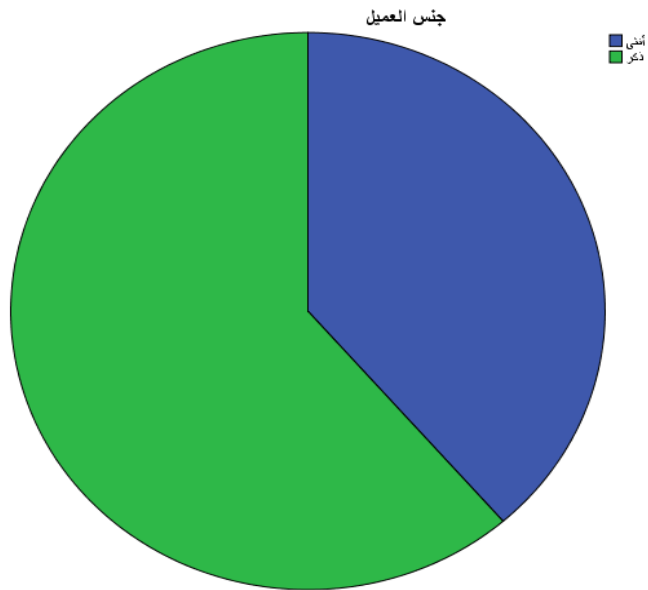
فيما يخص المؤهل العلمي بينت النتائج أن نسبة مستوى جامعي فما فوق هي الأعلى بـ 45,6 % ، والنسبة الأقل هي مستوى ابتدائي بـ 3,5 % ، أما بالنسبة للمستوى الأولي فهي 8,8 % ، مستوى المتوسط 14 % ، مستوى الثانوي 16 % .

وفيما يتعلق بالمهنة فقد أظهرت النتائج أن نسبة 50,9 % من الموظفين ، 21,1 % متقاعدين ، 19,3 % أعمال حرة و 8,8 % طلاب.

بالنسبة لمستوى الدخل فإن نسبة 33,3 % يتراوح دخلهم ما بين 70000 و 99000 دج ، 31,6 % ما بين 40000 و 69000 دج ، 14 % أقل من 20000 دج ، 12,3 % ما بين 20000 و 39000 دج ، 8,8 % دخلهم 100000 دج وأكثر.

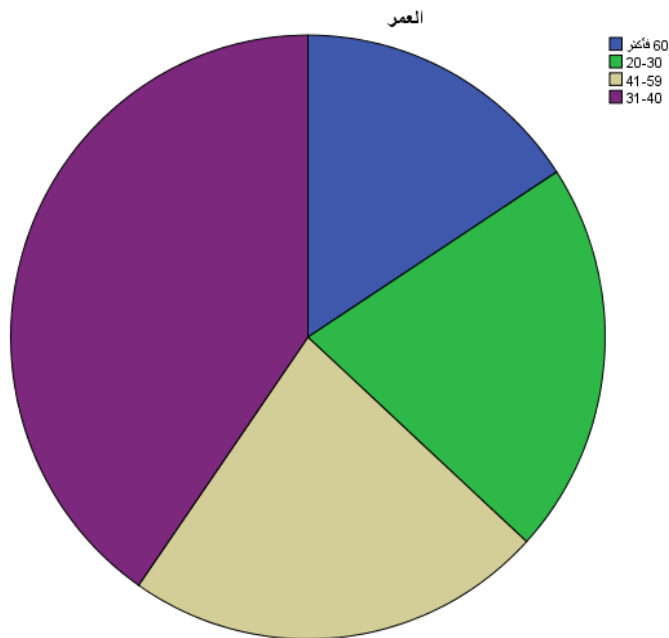
أما ما تعلق بمدة التعامل مع البنك فإن نسبة 29,8 % كان تعاملهم مع البنك أقل من 5 سنوات وكذا نفس النسبة لفئة ما بين 11 و 15 سنة ، نسبة 21,1 % ما بين 5 و 10 سنوات ، 10,5 % ما بين 16 و 20 سنة ، 8,8 % مدة تعاملهم مع البنك 21 سنة وأكثر.

الشكل رقم(02-2): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.



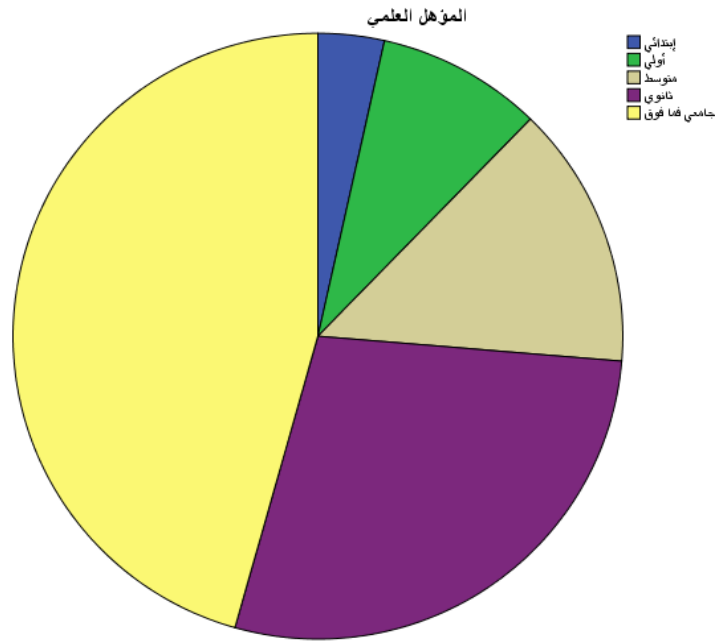
المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج مخرجات SPSS V21.

الشكل رقم(03-2): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر.



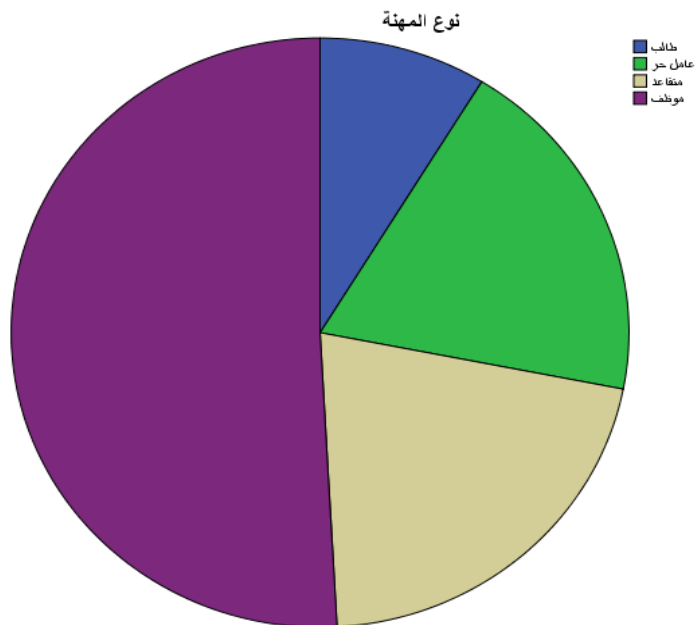
المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج مخرجات SPSS V21.

الشكل رقم(04-2): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي.



المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج مخرجات SPSS V21.

الشكل رقم(05-2): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير نوع المهنة.



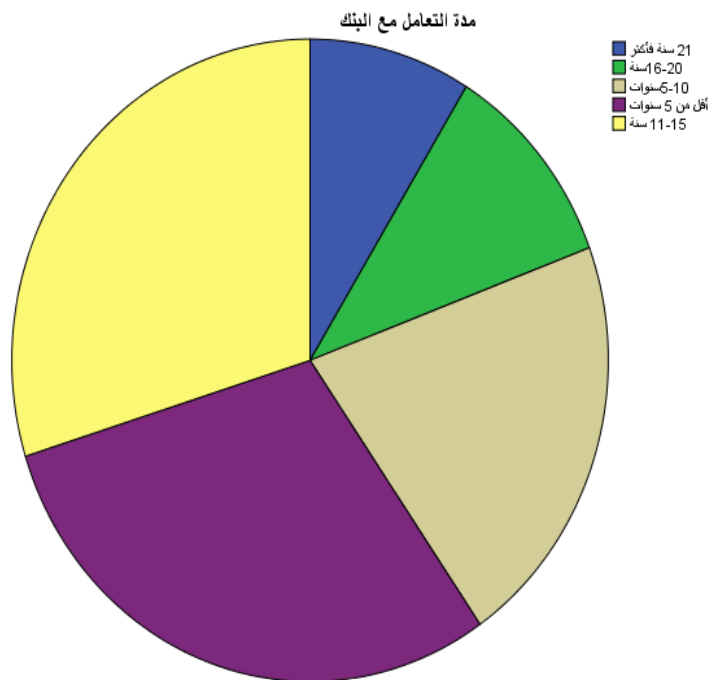
المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج مخرجات SPSS V21.

الشكل رقم(06-2): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير مستوى الدخل.



المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج مخرجات SPSS V21.

الشكل رقم(07-2): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير مدة التعامل مع البنك.



المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج مخرجات SPSS V21.

المطلب الثاني: التحليل الإحصائي لعبارات الإستبيان:

سننظر في المطلب إلى التحليل الإحصائي لنتائج استجابة أفراد عينة الدراسة للمتغيرات التي اعتمدنا عليها من خلال عرض المؤشرات الإحصائية الأولية لإجاباتهم من خلال المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل متغيرات الدراسة.

الفرع الأول: تحليل عبارات الشمول المالي:

لوصف مستوى أهمية الشمول المالي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية لجأنا إلى استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتحقق من معنوية الفقرة وأهميتها.

أولاً: تحليل عبارات الوصول إلى الخدمات البنكية:

الجدول رقم (04-2): يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومستوى الأهمية لبعد الوصول إلى الخدمات البنكية.

الرقم	عبارات الوصول إلى الخدمات البنكية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
1	توجد فروع كافية للبنك تسمح بالوصول للخدمات المالية.	4	0,845	2	مرتفعة
2	توجد صرافات آلية تسمح بالوصول للخدمة.	3,74	0,955	4	مرتفعة
3	يقوم البنك بتسوية معاملتك التي تتم بين الوكالات التابعة له.	3,98	0,694	3	مرتفعة
4	للبنك موقع الكتروني يعرض فيه كل خدماته.	3,61	0,901	5	متوسطة
5	التواصل مع موظفي البنك سهل و بسيط من أجل الحصول على الخدمة.	4,11	0,748	1	مرتفعة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام	3,88	0,586	/	مرتفعة

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج مخرجات SPSS V21.

يشير الجدول رقم (04-2) إلى إجابات أفراد عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بسهولة الوصول إلى الخدمات البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية لهذه العبارات بين (3,61 و 4,11) بمتوسط مقداره (3,88) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى المرتفع لأهمية الوصول إلى الخدمات البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ، حيث جاءت في المرتبة الأولى عبارة " التواصل مع موظفي البنك سهل و بسيط من أجل الحصول على الخدمة " بمتوسط حسابي قدره 4,11 وهو أعلى من

المتوسط الحسابي العام البالغ (3,88) وانحراف معياري (0,748) ، فيما حصلت الفقرة رقم 4 " للبنك موقع الكتروني يعرض فيه كل خدماته " على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي هو (3,61) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3,88) وانحراف معياري (0,901) .

ويبين الجدول أيضا التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول الوصول إلى الخدمات البنكية بفقراته ، وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول الوصول إلى الخدمات البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ، ويشير الجدول أيضا للتقارب في قيم المتوسطات الحسابية ، وبشكل عام فإن نظرة أفراد العينة إلى الوصول للخدمات البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية كان مرتفعا ، مما يعني أن استجابة أفراد العينة لهذا البعد في بنك الفلاحة والتنمية الريفية كان جيدا.

ثانيا: تحليل عبارات استخدام الخدمات المالية:

الجدول رقم (05-2) : يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومستوى الأهمية لبعده استخدام الخدمات المالية.

الرقم	عبارات استخدام الخدمات المالية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
1	أستطيع استخدام الموقع الالكتروني للبنك	3,47	1,002	3	متوسطة
2	تؤثر الرسوم البنكية على استخدامي للخدمات المصرفية	3,74	1,027	1	مرتفعة
3	يسهل البنك فتح حسابات بنكية تستخدم في التحويلات المالية الدولية .	3,72	0,940	2	مرتفعة
4	يعتمد البنك على آلية الدفع عبر الهاتف	2,89	1,319	5	متوسطة
5	يستخدم البنك أجهزة نقاط البيع مما يسهل تنظيم عمليات البيع و الشراء للعملاء.	3,21	1,098	4	متوسطة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام	3,40	0,698	/	متوسطة

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج مخرجات SPSS V21.

يشير الجدول رقم (05-2) إلى إجابات أفراد عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بسهولة استخدام الخدمات المالية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية لهذه العبارات بين (2,89 و 3,74) بمتوسط مقداره (3,40) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى المتوسط لأهمية استخدام الخدمات المالية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ، حيث جاءت في المرتبة الأولى عبارة " تؤثر الرسوم البنكية على استخدامي للخدمات المصرفية " بمتوسط حسابي قدره 3,74 وهو أعلى من المتوسط الحسابي

العام البالغ (3,40) وانحراف معياري (1,027) ، فيما حصلت الفقرة رقم 4 " للبنك موقع الكتروني يعرض فيه كل خدماته " على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي هو (2,89) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3,40) وانحراف معياري (1,319) .

ويبين الجدول أيضا التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول إستخدام الخدمات المالية بفقراته ، وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول إستخدام الخدمات المالية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ، ويشير الجدول أيضا للتقارب في قيم المتوسطات الحسابية ، وبشكل عام فإن نظرة أفراد العينة إلى إستخدام الخدمات المالية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية كان متوسطا ، مما يعني أن استجابة أفراد العينة لهذا البعد في بنك الفلاحة والتنمية الريفية كان غير جيد.

ثالثا: تحليل عبارات جودة الخدمات المالية:

الجدول رقم (06-2) : يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومستوى الأهمية لبعد جودة الخدمات المالية.

الرقم	عبارات جودة الخدمات المالية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
1	يهتم البنك بتقديم معلومات واضحة حول نوعية حسابات الودائع و القروض .	4,09	0,739	1	مرتفعة
2	يتوفر البنك على شبابيك حديثة تشعر العملاء بالراحة أثناء الانتظار في الطابور .	3,58	1,224	5	متوسطة
3	للبنك أرضية رقمية لتلقي مختلف شكاوي العملاء	3,35	1,009	7	متوسطة
4	موظفي البنك يمتلكون ثقافة مالية في الخدمات المقدمة.	3,86	0,789	2	مرتفعة
5	يقدم البنك مزايا للمقترضين الذين يتأخرون عن سداد ديونهم.	3,70	0,801	4	مرتفعة
6	تنطوي خدمات البنك على تكاليف معقولة	3,54	0,888	6	متوسطة
7	يحرص البنك على توجيه الزبون في اتخاذ القرار .	3,79	0,881	3	مرتفعة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام	3,70	0,591	/	مرتفعة

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج مخرجات SPSS V21.

يشير الجدول رقم (06-2) إلى إجابات أفراد عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بجودة الخدمات المالية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية لهذه العبارات بين (3,35 و 4,09) بمتوسط مقدراه (3,70) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى المرتفع لجودة الخدمات المالية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ، حيث جاءت في المرتبة الأولى عبارة " يهتم البنك بتقديم معلومات واضحة حول نوعية حسابات الودائع و القروض" بمتوسط حسابي قدره 4,09 وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3,70) وانحراف معياري (0,739) ، فيما حصلت الفقرة رقم 3 " للبنك أرضية رقمية لتلقي مختلف شكاوي العملاء " على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي هو (3,35) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3,70) وانحراف معياري (1,009) .

ويبين الجدول أيضا التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول جودة الخدمات المالية بفقراته ، وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول جودة الخدمات المالية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ، ويشير الجدول أيضا للتقارب في قيم المتوسطات الحسابية ، وبشكل عام فإن نظرة أفراد العينة إلى جودة الخدمات المالية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية كان مرتفعا ، مما يعني أن استجابة أفراد العينة لهذا البعد في بنك الفلاحة والتنمية الريفية كان عاليا.

رابعا: تحليل عبارات تنوع الخدمات المصرفية:

الجدول رقم (07-2): يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومستوى الأهمية لبعد تنوع الخدمات المصرفية.

الرقم	عبارات تنوع الخدمات المصرفية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
1	يقدم البنك خدمات إضافية لعملائه الذين يحتفظون بحساب بنكي خلال فترة زمنية طويلة.	3,61	0,987	3	متوسطة
2	يحرص البنك على تقديم عدة أنواع من الحسابات البنكية لمختلف عملائه	3,89	0,772	1	مرتفعة
3	تلبى الخدمات المتاحة لدى البنك كل احتياجاتي.	3,67	0,913	2	مرتفعة
4	خدمات البنك خدمات تقليدية و لم يتم تطويرها.	3,05	1,342	5	متوسطة
5	الخدمات المصرفية المقترحة ليست متاحة دوما.	3,30	1,017	4	متوسطة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام	3,50	0,575	/	متوسطة

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج مخرجات SPSS V21.

يشير الجدول رقم (07-2) إلى إجابات أفراد عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بتنوع الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية لهذه العبارات بين (3,05 و 3,89) بمتوسط مقداره (3,50) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى المتوسط لتنوع الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ، حيث جاءت في المرتبة الأولى عبارة " يحرص البنك على تقديم عدة أنواع من الحسابات البنكية لمختلف عملائه " بمتوسط حسابي قدره (3,89) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3,50) وانحراف معياري (0,772) ، فيما حصلت الفقرة رقم 4 " خدمات البنك خدمات تقليدية و لم يتم تطويرها " على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي هو (3,05) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3,50) وانحراف معياري (1,342).

ويبين الجدول أيضا التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول تنوع الخدمات المصرفية بفقراته ، وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول تنوع الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ، ويشير الجدول أيضا للتقارب في قيم المتوسطات الحسابية ، وبشكل عام فإن نظرة أفراد العينة إلى تنوع الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية كان متوسطا ، مما يعني أن استجابة أفراد العينة لهذا البعد في بنك الفلاحة والتنمية الريفية كان مقبولا.

الفرع الثاني: تحليل عبارات أبعاد الميزة التنافسية

الجدول رقم (08-2): يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومستوى الأهمية لأبعاد الميزة التنافسية.

الرقم	عبارات أبعاد الميزة التنافسية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
1	يلتزم البنك بتقديم الخدمة في الوقت المحدد والمواصفات المطلوبة	3,74	0,813	4	مرتفعة
2	يعمل البنك على تقليل فترة انتظار زبائنه من خلال تبسيط إجراءات العمل	3,82	0,848	2	مرتفعة
3	يتوافر البنك على خدمات فريدة تجعل العميل وفيها له	3,70	0,906	5	مرتفعة
4	يقابل طلب العميل باستجابة سريعة مباشرة أو عن طريق التطبيق أو الموقع.	3,35	0,834	12	متوسطة

متوسطة	9	0,997	3,60	5 الاعتماد على بطاقات الدفع الالكتروني تضمن لمستخدمها ميزة الحصول على التسهيلات الائتمانية التي يوفرها البنك
متوسطة	11	1,098	3,39	6 تعد تكلفة رسوم خدمات البنك مقبولة وتتناسب تكاليف الخدمة المقدمة مع جودتها.
متوسطة	16	1,002	3,18	7 عمولة البنك مقابل الخدمات أقل من البنوك الأخرى
متوسطة	14	0,955	3,26	8 عمولة البنك مقابل السحب الآلي منخفضة مقارنة بالبنوك الأخرى.
متوسطة	7	0,896	3,65	9 تكلفة الحصول على بطاقات الدفع الالكتروني منخفضة مقارنة بالبنوك الأخرى.
مرتفعة	3	0,743	3,81	10 تتصف الخدمات المقدمة من قبل البنك بالجيدة.
متوسطة	10	0,984	3,49	11 يعمل البنك على التجديد والتنوع و الابتكار في الخدمة التي يقدمها للعميل.
متوسطة	17	1.160	2,89	12 يهتم بأفكار الزبائن ويأخذ بأرائهم ومقترحاتهم التي من شأنها أن تطور الخدمة.
متوسطة	15	1,123	3.25	13 يوفر البنك تسهيلات للحصول على الخدمات الالكترونية الجديدة في ظل الأزمات وانتشار الأوبئة.
متوسطة	13	1,098	3,28	14 يقوم البنك بمعالجة شكاوى العملاء في أجال قريبة.
مرتفعة	1	0,718	3,95	15 أثق في موظفي البنك نظرا لكفاءتهم.
متوسطة	8	0.834	3.65	16 يقدم البنك خدمات مميزة مقارنة بباقي البنوك.
مرتفعة	6	1,017	3,70	17 أجد معاملة خاصة واهتمام من طرف البنك.
متوسطة	/	0,608	3,51	المتوسط الحسابي و الإنحراف المعياري العام

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج مخرجات SPSS V21.

يشير الجدول رقم (08-2) إلى إجابات أفراد عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالميزة التنافسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية لهذه العبارات بين (2,89 و 3,95) بمتوسط مقدراه (3,51) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى المتوسط للميزة التنافسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ، حيث جاءت في المرتبة الأولى عبارة " أثق في موظفي البنك نظرا لكفاءتهم " بمتوسط حسابي قدره (3,95) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3,51) وانحراف معياري (0,718) ، فيما حصلت الفقرة رقم 12 " يهتم بأفكار الزبائن ويأخذ بأرائهم ومقترحاتهم التي من شأنها أن تطور الخدمة " على المرتبة

الأخيرة بمتوسط حسابي هو (2,89) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3,51) وانحراف معياري (1.160) .

ويبين الجدول أيضا التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول أبعاد الميزة التنافسية بفقراته ، وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول الميزة التنافسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ، ويشير الجدول أيضا للتقارب في قيم المتوسطات الحسابية ، وبشكل عام فإن نظرة أفراد العينة إلى الميزة التنافسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية كان متوسطا ، مما يعني أن استجابة أفراد العينة لهذا البعد في بنك الفلاحة والتنمية الريفية كان ضعيفا.

المطلب الثالث: إختبار فرضيات الدراسة

ويتضمن هذا المطلب إختبار التوزيع الطبيعي بالإضافة إلى مناقشة فرضيات الدراسة.

الفرع الأول: إختبار التوزيع الطبيعي

للتأكد من أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا ، تم استخدام إختبار (1-Samphe k-s) كولمجروف-سميرنوف ، هو إختبار ضروري في حالة إختبار الفرضيات لأن معظم الإختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعيا حيث تكون البيانات تتبع التوزيع الطبيعي حسب هذا الإختبار إذا كانت مستوى المعنوية لكل محاور الدراسة أكبر من (Sig ≥ 0.05) .

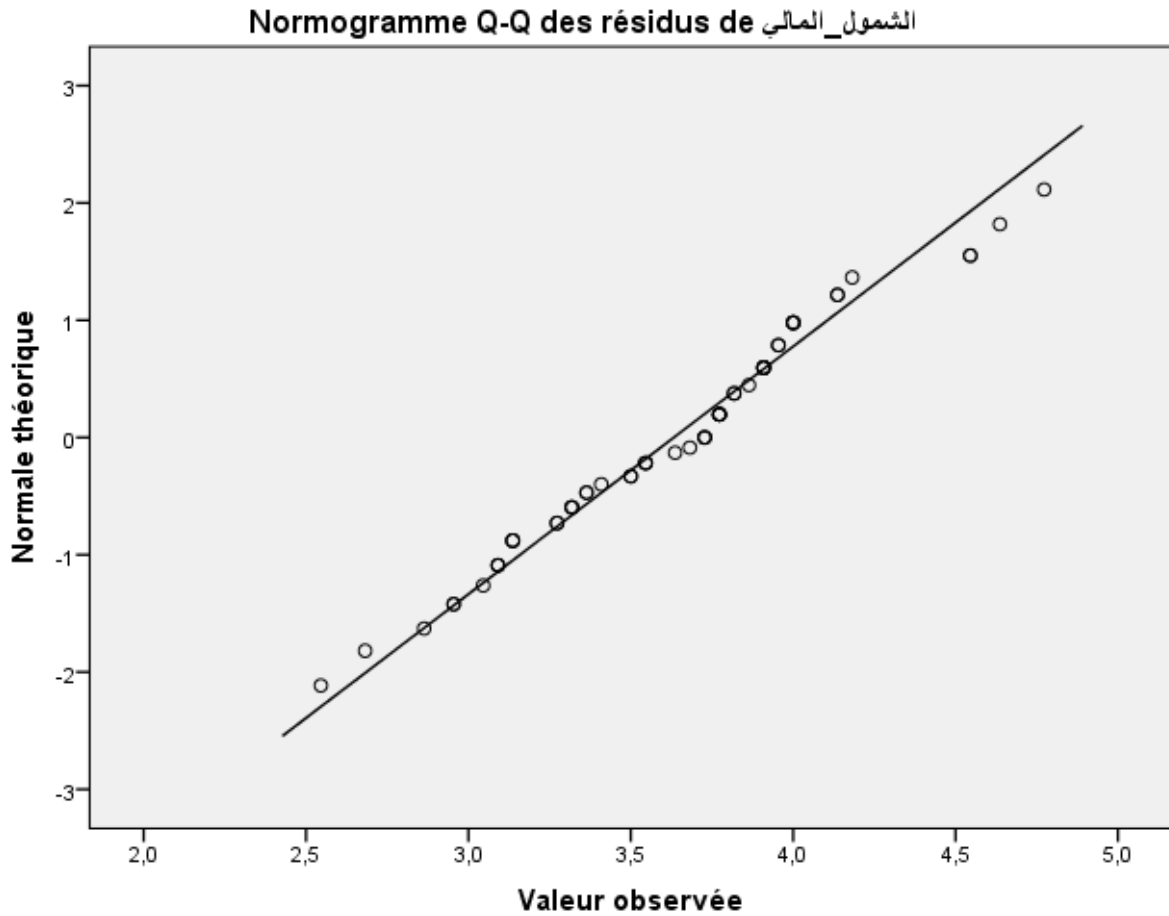
الجدول رقم (09-2): إختبار التوزيع الطبيعي (كولمجروف-سميرنوف) (1-Samphe k-s).

المحاور	عنوان المحور	عدد العبارات	قيمة الإختبار z	م. المعنوية (sig)
الأول	الشمول المالي	22	0,106	0,173
الثاني	الميزة التنافسية	17	0,084	0,200

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج مخرجات SPSS V21.

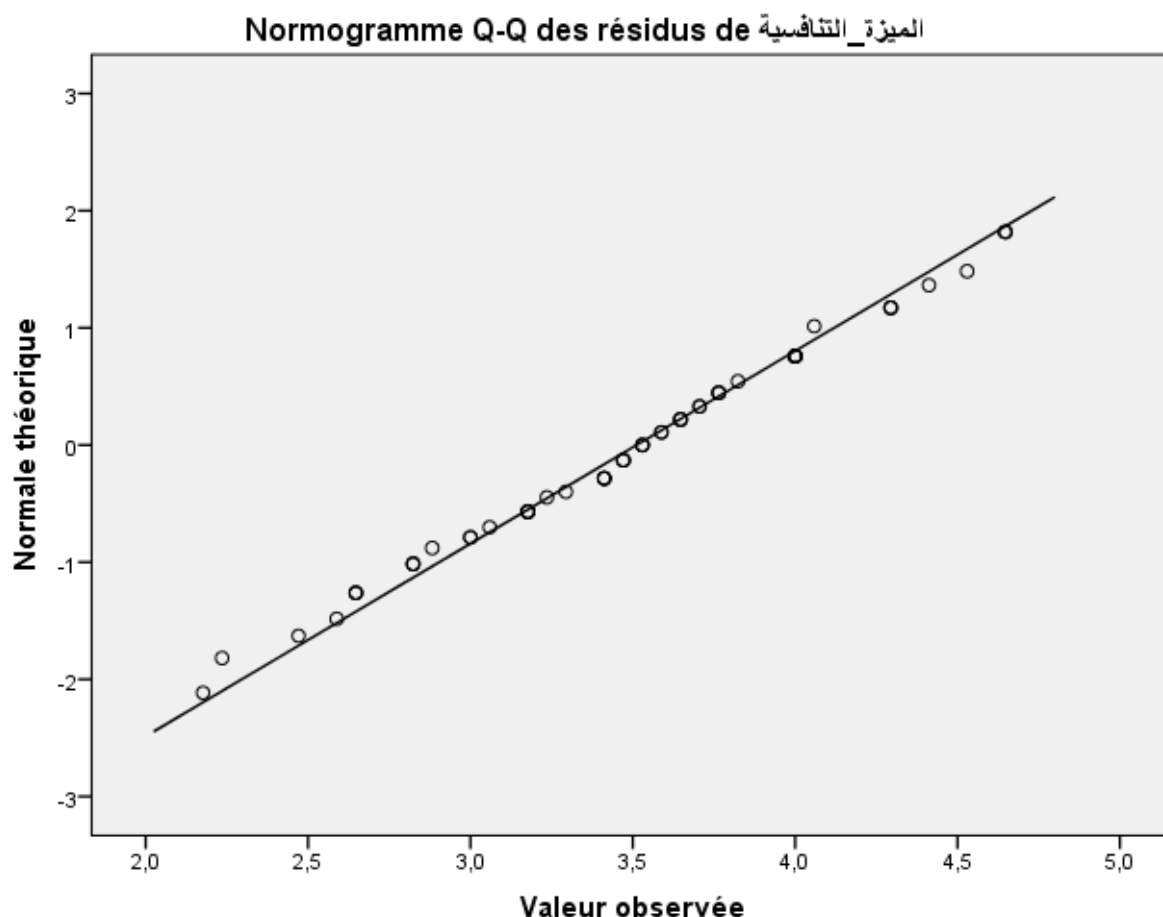
يتضح من خلال نتائج الجدول (09-2) أن مستوى المعنوية لكلا المحورين أكبر من (Sig ≥ 0.05) مما يعني أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

الشكل رقم(08-2): يوضح التوزيع الطبيعي لمحور الشمول المالي.



المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج مخرجات SPSS V21.

الشكل رقم(09-2): يوضح التوزيع الطبيعي لمحور الميزة التنافسية.



المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج مخرجات SPSS V21.

الفرع الثاني: مناقشة إختبار فرضيات الدراسة

1-إختبار الفرضية الفرعية:

-إختبار الفرضية الأولى:

*الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند المستوى (Sig \leq 0.05) لبعد الوصول إلى الخدمات البنكية على الميزة التنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجمع الإستغلال- ميلة.

*الفرضية البديلة H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند المستوى ($Sig \leq 0.05$) لبعد الوصول إلى الخدمات البنكية على الميزة التنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجمع الإستغلال- ميلة.

جدول رقم (11-2): يوضح معامل التحديد لأثر بعد الوصول إلى الخدمات البنكية على الميزة التنافسية.

البعد	R	R ²	T	B معامل الإنحدار	Sig
الوصول إلى الخدمات البنكية	0,583	0,339	5,316	0,604	0,000

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج مخرجات SPSS V21.

يتضح من الجدول أعلاه أن هناك علاقة تأثير ذو دلالة إحصائية لبعد الوصول إلى الخدمات البنكية على الميزة التنافسية ، حيث أن t المحسوبة بلغت 5,316 وهي تفوق قيمتها الجدولية ، وذات دلالة إحصائية عند ($Sig \leq 0.05$) حيث أن ($Sig = 0,000$).

كما أن علاقة الارتباط بين المتغير المستقل والتابع هي علاقة طردية بدرجة متوسطة ($R=0,583$) ، ويشير معامل التحديد أن ما نسبته 34% من المتغيرات الحاصلة ترجع إلى الوصول للخدمات البنكية وباقي النسبة إلى عوامل أخرى ، كما أن التغير في المتغير المستقل بوحدة واحدة يؤدي إلى تغير أكبر منه في المتغير التابع وذلك بقيمة ($B= 60,2$) ، وعليه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الوصول إلى الخدمات البنكية على الميزة التنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجمع الإستغلال- ميلة.

-إختبار الفرضية الثانية:

*الفرضية الصفرية H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند المستوى ($Sig \leq 0.05$) لبعد إستخدام الخدمات المالية على الميزة التنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجمع الإستغلال- ميلة.

*الفرضية البديلة H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند المستوى ($Sig \leq 0.05$) لبعد إستخدام الخدمات المالية على الميزة التنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجمع الإستغلال- ميلة.

جدول رقم (12-2): يوضح معامل التحديد لأثر بعد إستخدام الخدمات المالية على الميزة التنافسية.

البعد	R	R ²	T	B معامل الإنحدار	Sig
إستخدام الخدمات المالية	0,510	0,261	4,402	0,444	0,000

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج مخرجات SPSS V21.

يتضح من الجدول أعلاه أن هناك علاقة تأثير ذو دلالة إحصائية لبعدها استخدام الخدمات المالية على الميزة التنافسية ، حيث أن t المحسوبة بلغت 4,402 وهي تفوق قيمتها الجدولية ، وذات دلالة إحصائية عند $(Sig \leq 0.05)$ حيث أن $(Sig = 0,000)$.

كما أن علاقة الارتباط بين المتغير المستقل والتابع هي علاقة طردية بدرجة متوسطة $(R=0,510)$ ، ويشير معامل التحديد أن ما نسبته 26% من المتغيرات الحاصلة ترجع إلى استخدام الخدمات المالية وباقي النسبة إلى عوامل أخرى ، كما أن التغير في المتغير المستقل بوحدة واحدة يؤدي إلى تغير أكبر منه في المتغير التابع وذلك بقيمة $(B= 44,4)$ ، وعليه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعدها استخدام الخدمات المالية على الميزة التنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجمع الإستغلال- ميلة.

-إختبار الفرضية الثالثة:

*الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند المستوى $(Sig \leq 0.05)$ لبعدها جودة الخدمات المالية على الميزة التنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجمع الإستغلال- ميلة.

*الفرضية البديلة H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند المستوى $(Sig \leq 0.05)$ لبعدها جودة الخدمات المالية على الميزة التنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجمع الإستغلال- ميلة.

جدول رقم (13-2): يوضح معامل التحديد لأثر بعد جودة الخدمات المالية على الميزة التنافسية.

البعدها	R	R ²	T	B معامل الإنحدار	Sig
جودة الخدمات المالية	0,741	0,549	8,183	0,762	0,000

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج مخرجات SPSS V21.

يتضح من الجدول أعلاه أن هناك علاقة تأثير ذو دلالة إحصائية لبعدها جودة الخدمات المالية على الميزة التنافسية ، حيث أن t المحسوبة بلغت 4,402 وهي تفوق قيمتها الجدولية ، وذات دلالة إحصائية عند $(Sig \leq 0.05)$ حيث أن $(Sig = 0,000)$.

كما أن علاقة الارتباط بين المتغير المستقل والتابع هي علاقة طردية بدرجة متوسطة $(R=0,741)$ ، ويشير معامل التحديد أن ما نسبته 55% من المتغيرات الحاصلة ترجع إلى جودة الخدمات المالية وباقي النسبة إلى عوامل أخرى ، كما أن التغير في المتغير المستقل بوحدة واحدة يؤدي إلى تغير أكبر منه في المتغير التابع وذلك بقيمة $(B= 76,2)$ ، وعليه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعدها جودة الخدمات المالية على الميزة التنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجمع الإستغلال- ميلة.

-إختبار الفرضية الرابعة:

*الفرضية الصفرية H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند المستوى (Sig≤ 0.05) لبعدها تنوع الخدمات المصرفية على الميزة التنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجمع الإستغلال-ميلة.

*الفرضية البديلة H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند المستوى (Sig≤ 0.05) لبعدها تنوع الخدمات المصرفية على الميزة التنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجمع الإستغلال-ميلة.

جدول رقم (14-2): يوضح معامل التحديد لأثر بعد تنوع الخدمات المصرفية على الميزة التنافسية.

Sig	B معامل الإنحدار	T	R ²	R	البعدها
0,045	0,281	2,049	0,071	0,266	تنوع الخدمات المصرفية

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج مخرجات SPSS V21.

ينتضح من الجدول أعلاه أن هناك علاقة تأثير ذو دلالة إحصائية لبعدها تنوع الخدمات المصرفية على الميزة التنافسية ، حيث أن t المحسوبة بلغت 2,049 وهي تفوق قيمتها الجدولية ، وذات دلالة إحصائية عند (Sig≤ 0.05) حيث أن (Sig=0,045).

كما أن علاقة الارتباط بين المتغير المستقل والتابع هي علاقة طردية بدرجة متوسطة (R=0,266) ، ويشير معامل التحديد أن ما نسبته 7% من المتغيرات الحاصلة ترجع إلى تنوع الخدمات المصرفية وباقي النسبة إلى عوامل أخرى ، كما أن التغير في المتغير المستقل بوحدة واحدة يؤدي إلى تغير أكبر منه في المتغير التابع وذلك بقيمة (B= 28,1) ، وعليه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعدها تنوع الخدمات المصرفية على الميزة التنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجمع الإستغلال-ميلة.

2-إختبار الفرضية الرئيسية:

تنص الفرضية الرئيسية على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الشمول المالي والميزة التنافسية لدى عينة من بنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجمع الإستغلال- ميلة.

وجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لأبعاد الشمول المالي على الميزة التنافسية وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية التي تنص على أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الشمول المالي والميزة التنافسية لدى عينة من بنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجمع الإستغلال- ميلة عند مستوى الدلالة ($Sig \leq 0.05$).

*الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند المستوى ($Sig \geq 0.05$) لأبعاد الشمول المالي على الميزة التنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجمع الإستغلال- ميلة.

*الفرضية البديلة H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند المستوى ($Sig \leq 0.05$) لأبعاد الشمول المالي على الميزة التنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجمع الإستغلال- ميلة.

جدول رقم: (10-2) يوضح معامل التحديد لأثر الشمول المالي على الميزة التنافسية.

البعد	R	R ²	T	B معامل الإنحدار	Sig
الوصول إلى الخدمات البنكية	0,704	0,495	7,345	0,904	0,000

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج مخرجات SPSS V21.

يتضح من الجدول أعلاه أن هناك علاقة تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد الشمول المالي على الميزة التنافسية ، حيث أن t المحسوبة بلغت 7,345 وهي تفوق قيمتها الجدولية ، وذات دلالة إحصائية عند ($Sig \leq 0.05$) حيث أن ($Sig = 0,000$).

كما أن علاقة الارتباط بين المتغير المستقل والتابع هي علاقة طردية بدرجة متوسطة ($R=0,704$) ، ويشير معامل التحدي أن ما نسبته 49,5% من المتغيرات الحاصلة ترجع إلى أبعاد الشمول المالي وباقي النسبة إلى عوامل أخرى ، كما أن التغير في المتغير المستقل بوحدة واحدة يؤدي إلى تغير أكبر منه في المتغير التابع وذلك بقيمة ($B= 90,4$) ، وعليه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الوصول إلى الخدمات البنكية على الميزة التنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجمع الإستغلال- ميلة.

خلاصة الفصل الثاني:

تناولنا في هذا الفصل دراسة ميدانية لدور الشمول المالي في تعزيز الميزة التنافسية في بنك بدر - مجمع الإستغلال - ميلة ، بالإعتماد على مختلف مؤشرات الشمول المالي والميزة التنافسية ، إلى جانب تحليل الإستبيان وكذا اختبار الفرضيات التي تؤكد وجود أثر ذو دلالة إحصائية لدور الشمول المالي (الوصول إلى الخدمات البنكية ، استخدام الخدمات المالية ، جودة الخدمات المالية ، تنوع الخدمات المصرفية) في تعزيز الميزة التنافسية بالبنك بدرجة متفاوتة من بعد لأخر .

ويمكن أن نستخلص أهم النتائج في هذا الفصل كما يلي:

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) للشمول المالي في تعزيز الميزة التنافسية على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية - مجمع الإستغلال - ميلة.
- يوجد تأثير لبعده الوصول إلى الخدمات البنكية على الميزة التنافسية على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية - مجمع الإستغلال - ميلة.
- يوجد تأثير لبعده استخدام الخدمات المالية على الميزة التنافسية على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية - مجمع الإستغلال - ميلة.
- يوجد تأثير لبعده جودة الخدمات المالية على الميزة التنافسية على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية - مجمع الإستغلال - ميلة.
- يوجد تأثير لبعده تنوع الخدمات المصرفية على الميزة التنافسية على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية - مجمع الإستغلال - ميلة.

خاتمة

الخاتمة:

من خلال دراستنا لموضوع الشمول المالي ودوره في تعزيز الميزة التنافسية ، اتضح لنا أنه ضرورة حتمية للنهوض بالقطاع المالي وذلك عن طريق تطور النظام المصرفي ، فالشمول المالي هو السبيل الوحيد لضمان الوصول المنتجات والخدمات المالية المناسبة لجميع قطاعات المجتمع ، بما في ذلك الفئات الضعيفة ذات الدخل المنخفض وبأسعار معقولة وعادلة.

وفي هذا السياق بحثت هذه الدراسة في معالجة إشكالية تمحورت حول مدى مساهمة الشمول المالي في تعزيز الميزة التنافسية للبنوك ، وهو ما سيمناها مستقبلا تحسنا في الأداء ، واكتساب مهارة أو خاصية يتميز بها البنك عن غيره من البنوك الأخرى. ولإجابة على الإشكالية والفرضيات الفرعية ، تناولنا صورة واضحة عن واقع الشمول المالي في وكالات بنك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية ميلة ، والدور الذي تلعبه أبعاده في تعزيز الميزة التنافسية عن طريق توزيع الإئتمانيات على زبائن البنك محل الدراسة ، والذي أظهر وجود لبنة أولى للشمول المالي وهذا راجع إلى إدراك البنك ضرورة تقديم خدمات مستحدثة وبتكلفة أقل من أجل جلب الزبائن ومنافسة باقي البنوك الأخرى.

النتائج المتعلقة بالجانب النظري:

- إن الإهتمام بالشمول المالي وأبعاده يؤدي حتما إلى زيادة الميزة التنافسية بين البنوك.
- ضرورة النهوض بالقطاع المالي وذلك عن طريق تطوير النظام المصرفي.
- الشمول المالي هو السبيل الوحيد لضمان وصول المنتجات والخدمات المالية المناسبة لجميع أفراد المجتمع ، بما في ذلك الفئات الضعيفة ذات الدخل المنخفض وبأسعار معقولة وعادلة.
- تعمل البنوك التجارية والمؤسسات المصرفية على ضمان مكانتها واستمراريتها من خلال التحسين والتطوير المستمر لجودة الخدمات والمنتجات المالية.

النتائج المتعلقة بالجانب التطبيقي:

- جاء بعد جودة الخدمات المالية في المرتبة الأولى من حيث قوة الارتباط بالميزة التنافسية.
- هناك أثر للشمول المالي على الميزة التنافسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجموع الإستغلال-ميلة.
- هناك أثر لبعد الوصول إلى الخدمات البنكية على الميزة التنافسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجموع الإستغلال-ميلة ، وبالتالي تم قبول الفرضية الفرعية الأولى.
- هناك أثر لبعد استخدام الخدمات المالية على الميزة التنافسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجموع الإستغلال-ميلة ، وبالتالي تم قبول الفرضية الفرعية الثانية.

- هناك أثر لبعد جودة الخدمات المالية على الميزة التنافسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجمع الإستغلال-ميلة ، وبالتالي تم قبول الفرضية الفرعية الثالثة.
- هناك أثر لبعد تنوع الخدمات المصرفية على الميزة التنافسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجمع الإستغلال-ميلة ، وبالتالي تم قبول الفرضية الفرعية الرابعة.

الإقتراحات والتوصيات:

- عمل دورات للتوعية بأهمية الشمول المالي وأبعاده الثلاثة وماله من تأثير في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك وعمالهم.
- الإشراف على ورشات عمل توعية للزبائن للتعامل مع الخدمات المصرفية المختلفة.
- تنويع الخدمات المصرفية بشكل أكثر مما يجعل الزبون يختار الخدمة التي تناسبه.
- العمل أكثر على إيصال مستجدات البنوك وخدماتها المالية من خلال إعلام الزبائن بشكل دوري بها مع توضيح آلية استخدام هذه المنتجات المالية لتحقيق أكثر استفادة منها سعيا لشمول مالي أكثر.
- عرض الخدمات المصرفية التي تتناسب وتتلاءم مع قيم المجتمع الجزائري والواقع الإجتماعي والإقتصادي.
- ضرورة توفر البنية التحتية وتوفير التطور التقني والتكنولوجي الذي يوفر معلومات وافية عن الشمول المالي.
- توفير الإستقرار الإقتصادي والسياسي والحفاظ على حياة المستثمرين الأجانب وتوفير مناخ استثماري جيد يساهم في جذب الإستثمارات الأجنبية المباشرة للزيادة من حدة الشمول المالي.
- منح الحوافز المالية والمعنوية من الدولة للتشجيع على المساهمة في تفعيل الشمول المالي.

أفاق الدراسة:

أثناء دراستنا لهذا الموضوع صادفتنا العديد من الإشكاليات التي من شأنها أن تكون محل بحث مستقبلي وهي كالتالي:

- دور الشمول المالي في خلق ميزة تنافسية من وجهة نظر عمال البنوك.
- أثر تنوع الخدمات المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية بالبنوك التجارية.
- دراسة تأثير الإبداع والإبتكار في تحقيق الميزة التنافسية بالبنوك التجارية.
- دور الدكاء الاصطناعي و التحول الرقمي في الميزة التنافسية بالبنوك التجارية.

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

الكتب:

1. حسن عجلان حسن، استراتيجيات الإدارة المعرفية في منظمات الأعمال، الطبعة الأولى، الإثراء للنشر، عمان، الأردن، 2008.
2. خالد أمين عبد الله ، إسماعيل إبراهيم الطراد، إدارة العمليات المصرفية (المحلية و الدولية) ، دار وائل للنشر ، عمان ، الاردن ، الطبعة الأولى .
3. خالد أمين عبد الله، العمليات المصرفية ، الطرق المحاسبية الحديثة ، دار وائل للنشر ، ط 1 ، 2014 .
4. رفاعي رفاعي ومحمد سيد أحمد عبد المتعال، الإدارة الإستراتيجية، دار المريخ للنشر، السعودية، 2007
5. رياض بن علي الجوادي، الكفايات الأساسية لمدرس القرن 21 ودورها في تعميق الميزة التنافسية للمؤسسة والنظام التربوي الطبعة الأولى، دار التجديد للطباعة والنشر، عمان، الأردن 2018.
6. سليمان بوزياب ، اقتصاديات النقود والبنوك المؤسسات الجامعية الدراسات لنشر والتوزيع بيروت 1996 .
7. شارلز ،هل جاريت جونس، الإدارة الاستراتيجية مدخل متكامل الطبعة ،الإنجليزية ترجمة رفاعي محمد رفاعي ومحمد سيد أحمد عبد المتعال، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية، الرياض، 2001.
8. طاهر محسن الغالبي ، وائل محمد إدريس، الإدارة الإستراتيجية ، دار وائل للنشر ، الأردن ، الطبعة الأولى ، 2007 .

الوسائل العلمية:

1. بلال زويوش، التحليل الإستراتيجي للتكاليف لدعم الميزة التنافسية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2011.
2. حنين محمد بدر، دور الشمول المالي لدى المصارف الوطنية في تحقيق المسؤولية الاجتماعية اتجاه العملاء مذكرة ماجستير منشورة في إدارة الأعمال كلية التجارة، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين، 2017.
3. سامية لحلول، التسويق و المزايا التنافسية (دراسة حالة مجمع صيدال لصناعة الدواء في الجزائر)، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة باتنة 2007/2008

4. سعدية مزيان، تفعيل الابتكار التسويقي كآلية لتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2013.
5. سناء شعبي، استراتيجية العناقد الصناعية ودورها في رفع القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2011/2012.
6. شوالي نور، الهدى مساهمة ادارة الموارد البشرية في خلق الميزة التنافسية بالمؤسسة الجزائرية مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2018/2017.
7. عبد الغاني بوزناق، مساهمة الإبداع التكنولوجي في تعزيز تنافسية المؤسسة الصناعية، دراسة حالة مؤسسة كوندور بيرج بوعرييج، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير (غير منشورة)، في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد صناعي جامعة بسكرة 2012/2013.

الملتقيات:

1. زيدان محمد، متطلبات اندماج البنوك الجزائرية في الاقتصاد العالمي، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية، واقع و تحديات، جامعة شلف، 2004.
2. بظاهر بختة، عقون عبد الله، الشمول المالي وسبل تعزيزه في اقتصاديات الدول، ورقة بحثية مقدمة ضمن الملتقى الوطني الأول حول تعزيز الشمول المالي في الجزائر آلية لدعم التنمية المستدامة يومي 27 و 28 نوفمبر 2018، المركز الجامعي لخميس مليانة، الجزائر.

الجرائد والمجلات:

1. امل جواد كاظم، أثر القيادة في تحقيق الميزة التنافسية مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 50 بغداد، 2017.
2. أمل حبار محمد، تصميم المنتج وتأثيره في الميزة التنافسية المجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد 17، العدد 68، جامعة كربلاء، العراق، 2017.
3. أيمن بوزانة وفاء، حمدوش، واقع تأثير تفعيل سياسة الشمول المالي على تعزيز الاستقرار المالي للنظم المصرفية العربية، مجلة دراسات العدد الاقتصادي، المجلد 12، العدد 01 جامعة عمر ثليجي، الأغواط، الجزائر 2021 .
4. بن موسى محمد، قمان عمر، واقع الشمول المالي في العالم العربي في ضوء المؤشر العالمي للشمول المالي خلال الفترة 2011-2017 مع التركيز على الجزائر، مجلة الإصلاحات الاقتصادية والاندماج في الاقتصاد العالمي، المجلد 13 العدد 03 المدرسة العليا للتجارة، الجزائر، 2019.

5. بهناس العباس رسول حميد، أسس ومتطلبات إستراتيجية تعزيز الشمول المالي مع الإشارة إلى التجربة الأردنية، مجلة معارف، المجلد 14، العدد 02 جامعة البويرة، الجزائر 2019.
6. بوقرة كريمة ، وآخرون، واقع الشمول المالي وتحدياته الأردن والجزائر نموذجا - مجلة اقتصاد المال والأعمال المجلد 04، العدد 02، جامعة ميلية الجزائر، 2020.
7. حسيني جازية، تعميم الخدمات المالية الرقمية لدعم الشمول المالي في الدول العربية مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، المجلد 16، العدد 23، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف الجزائر، 2020.
8. رفيقة صباغ، سليمة غرزي، الشمول المالي في العالم العربي.. واقع وآفاق، مجلة أبعاد اقتصادية، المجلد 10 العدد 02، جامعة محمد بوقرة، بومرداس الجزائر 2020 .
9. سلوى حسين رشدي اسماعيل حسين ، دور الشمول المالي في تعزيز الميزة التنافسية المصرفية ، المجلد الثالث عشر ، العدد الثاني ، جامعة الملك خالد السعودية ، أبريل 2022.
10. عبد الغفار حتفي، الأسواق و المؤسسات المالية، الدار الجامعية الإسكندرية، 2000.
11. عبد القادر بربيش، جودة الخدمة البنكية مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا جامعة شلف، العدد 3، 2005
12. فضيل البشير ضيف، واقع وتحديات الشمول المالي في الجزائر، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، المجلد 06، العدد 01، جامعة زيانعاشور الجلفة، الجزائر، 2020.
9. لعلاوي نواري حماني عبد الرؤوف، مساهمة الدفع الإلكتروني في تعزيز الشمول المالي والوقاية من جائحة كورونا في الجزائر، مجلة المشكاة في الاقتصاد والتنمية والقانون المجلد 05 العدد 12، جامعة عين تيموشنت الجزائر، 2020.
10. محمد موسى علي شحاتة، نموذج محاسبي مقترح للقياس والإفصاح عن معلومات ابتكارات التكنولوجيا المالية كمرتكز لتعزيز الشمول المالي وأثره على معدلات الأداء المصرفي، مجلة البحوث المحاسبية، المجلد 02، العدد 01 جامعة طنطا، مصر، 2019.
13. نبيل بهوري، الشمول المالي كأداة تحقيق الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي ومتطلبات تحقيقه، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 10، العدد 01 خميس مليانة الجزائر 2019.
14. رامي يوسف عباد، أثر الخدمات المالية الإسلامية على الشمول المالي في الدول العربية صندوق النقد العربي، أبوظبي_ دولة الإمارات العربية المتحدة، 2019.
11. ضياء مجيد ، اقتصاديات النقود والبنوك، الدار الجامعية مؤسسة شباب الجامعة.

15. طاهر فاضل البياتي ، المصارف و النظرية النقدية ، جامعة العلوم التطبيقية الاكاديمية العربية
للعلوم المالية و المصرفية

-المراجع الأجنبية:

1. Ajay Garg, Financial Inclusion, viable opportunities in India, Chhayadeep Offset press, Faridabad, india, 2011.
2. AkhilDamodaran, Financial Inclusion: Issues and Challenges, AKGEC INTERNATIONAL JOURNAL OF TECHNOLOGY, Vol. 4, No. 2, 2016.
3. Deepak B. Phatak, K.C Chakrabarty, Financial Inclusion, academic foundation, new delhy, India, 2009.
4. Rajiv Prabhakar, Financial Inclusion critique and alternatives, the policy press, an amprint of Bristol universityof press, Great Britain, 2021.
5. S.V Shinde, Financial Inclusion in India, laxmi book publication, solapur, India, 2014.

الملاحق

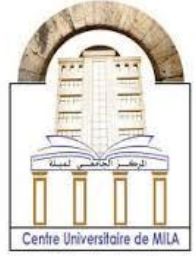
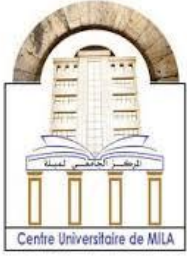
الملحق رقم 01: استمارة الاستبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف

معهد العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير



تخصص: اقتصاد نقدي و

قسم : العلوم الاقتصادية

بنكي

استبيان

أخي الكريم، أختي الكريمة، تحية طيبة وبعد:

نضع بين يديك استمارة خاصة بدراسة : الشمول المالي ودوره في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك التجارية - دراسة حالة عملاء بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR مجمع الاستغلال -وكالة ميله- ، نرجو منك الإجابة على الأسئلة الواردة فيها بهدف اعتمادها كمصدر للبيانات اللازمة لإعداد بحث علمي كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي - المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف- ميله -، لذا أرجو التكرم بقراءة العبارات بدقة والإجابة عنها بموضوعية علماً بأن هذه البيانات لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي. وستكون دقة إجاباتك ومساهمتك عوناً كبيراً لي في التوصل إلى نتائج موضوعية وعملية ولا داعي لتثبيت الاسم أو التوقيع على الاستمارة.

وفي الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير لتعاونكم ومشاركتم في إنجاز وإتمام هذه المذكرة.

تحت اشراف: من اعداد الطلبة :

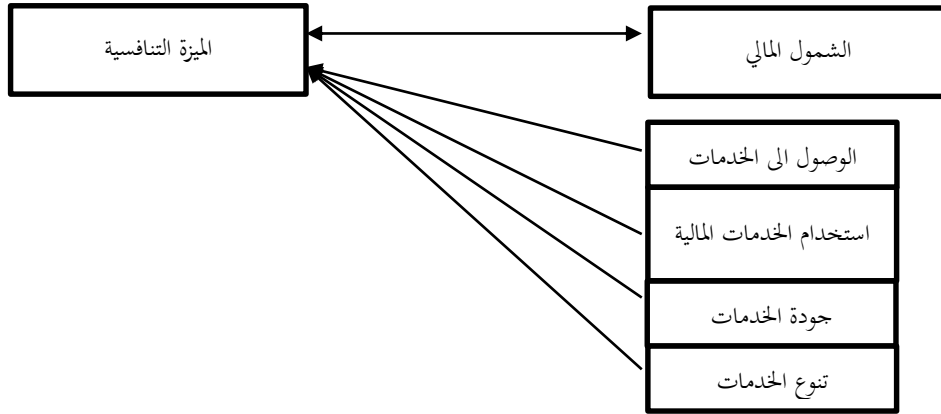
- د/ هبول محمد- بن مخلوف زين الدين

- لجنة التحكيم:-بن لشهب عبد الهادي

- مشري فريد

- ضيف روفية

- دوفي قرمية



أولاً: البيانات الشخصية

الرجاء الإجابة على الأسئلة التالية بوضع علامة (X) في المكان المقابل للإجابة المناسبة أو ملاء الفراغ بكتابة الإجابة المناسبة.

1. الجنس: ذكر أنثى

2. العمر:

20-30 سنة 31-40 سنة 41-59 سنة 60 سنة فأكثر

3. المؤهل العلمي:

اولي ابتدائي متوسط ثانوي جامعي فما فوق

4. نوع المهنة:

طالب موظف عامل حر متقاعد

5. مستوى الدخل:

أقل من 20,000 دج 20,000 دج - 39,000 دج 40,000 دج - 69,000 دج

70,000 دج - 99,000 دج 100,000 دج و أكثر

6. مدة التعامل مع البنك

أقل من 5 سنوات 5-10 سنوات 11-15 سنة 16-20 سنة 21 سنة أو أكثر

ثانياً : بيانات الدراسة

الرقم	الفقرات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
-------	---------	---------------	-------	-------	--------------	-------------------

المحور الأول: أبعاد الشمول المالي

أولاً : الوصول إلى الخدمات البنكية

01	توجد فروع كافية للبنك تسمح بالوصول للخدمات المالية.					
02	توجد صرافات آلية تسمح بالوصول للخدمة.					
03	يقوم البنك بتسوية معاملتك التي تتم بين الوكالات التابعة له.					
04	للبنك موقع إلكتروني يعرض فيه كل خدماته.					
05	التواصل مع موظفي البنك سهل و بسيط من أجل الحصول على الخدمة.					

ثانياً : استخدام الخدمات المالية

06	أستطيع استخدام الموقع الإلكتروني للبنك					
07	تؤثر الرسوم البنكية على استخدامي للخدمات المصرفية					
08	يسهل البنك فتح حسابات بنكية تستخدم في التحويلات المالية الدولية .					
09	يعتمد البنك على آلية الدفع عبر الهاتف					
10	يستخدم البنك أجهزة نقاط البيع مما يسهل تنظيم عمليات البيع و الشراء للعملاء.					

ثالثاً: جودة الخدمات المالية

11	يهتم البنك بتقديم معلومات واضحة حول نوعية حسابات الودائع و القروض.					
12	يتوفر البنك على شبابيك حديثة تشعر العملاء بالراحة أثناء الانتظار في الطابور.					
13	للبنك أرضية رقمية لتلقي مختلف شكاوي العملاء					
14	موظفي البنك يمتلكون ثقافة مالية في الخدمات المقدمة.					
15	يقدم البنك مزايا للمقترضين الذين يتأخرون عن سداد ديونهم.					
16	تتطوي خدمات البنك على تكاليف معقولة					

					17	يحرص البنك على توجيه الزبون في اتخاذ القرار.
--	--	--	--	--	----	--

رابعاً: تنوع الخدمات المصرفية

					18	يقدم البنك خدمات إضافية لعملائه الذين يحتفظون بحساب بنكي خلال فترة زمنية طويلة.
					19	يحرص البنك على تقديم عدة أنواع من الحسابات البنكية لمختلف عملائه
					20	تلبى الخدمات المتاحة لدى البنك كل احتياجاته.
					21	خدمات البنك تقليدية و لم يتم تطويرها.
					22	الخدمات المصرفية المقترحة ليست متاحة دوماً.

المحور الثاني : أبعاد الميزة التنافسية

					يلتزم البنك بتقديم الخدمة في الوقت المحدد والمواصفات المطلوبة	23
					يعمل البنك على تقليل فترة انتظار زبائنه من خلال تبسيط إجراءات العمل	24
					يتوافر البنك على خدمات فريدة تجعل العميل وفيها له	25
					يقابل طلب العميل باستجابة سريعة مباشرة أو عن طريق التطبيق أو الموقع.	26
					الاعتماد على بطاقات الدفع الإلكتروني تضمن لمستخدمها ميزة الحصول على التسهيلات الائتمانية التي يوفرها البنك	27
					تعد تكلفة رسوم خدمات البنك مقبولة وتتناسب تكاليف الخدمة المقدمة مع جودتها.	28
					عمولة البنك مقابل الخدمات أقل من البنوك الأخرى.	29
					عمولة البنك مقابل السحب الآلي منخفضة مقارنة بالبنوك الأخرى.	30
					تكلفة الحصول على بطاقات الدفع الإلكتروني منخفضة مقارنة بالبنوك الأخرى.	31
					تتصف الخدمات المقدمة من قبل البنك بالجيدة.	32
					يعمل البنك على التجديد والتنوع والابتكار في الخدمة التي يقدمها للعميل.	33
					يهتم بأفكار الزبائن ويأخذ بأرائهم ومقترحاتهم التي من شأنها أن تطور الخدمة.	34
					يوفر البنك تسهيلات للحصول على الخدمات الإلكترونية الجديدة في ظل الازمات وانتشار الأوبئة.	35
					يقوم البنك بمعالجة شكاوى العملاء في اجال قريبة.	36
					أثق في موظفي البنك نظرا لكفاءتهم.	37

					يقدم البنك خدمات مميزة مقارنة بباقي البنوك.	38
					أجد معاملة خاصة واهتمام من طرف البنك.	39

الملحق رقم (02): قائمة الاساتذة محكمي الاستبيان

الاسم و اللقب	الرتبة	الجامعة
مشري فريد	أستاذ محاضر أ-	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف ميله
دوفي قرمية	أستاذ محاضر أ-	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف ميله
ضيف روفية	أستاذ محاضر أ-	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف ميله

الملحق رقم (03): معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الإستبيان لكل الأبعاد

البعد الأول: الوصول إلى الخدمات البنكية. البعد الثاني: إستخدام الخدمات المالية.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,648	5

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,745	5

البعد الثالث: جودة الخدمات المالية. البعد الرابع: تنوع الخدمات المصرفية.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,636	5

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,766	7

المحور الأول: أبعاد الشمول المالي. المحور الثاني: الميزة التنافسية.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,909	17

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,844	23

كل محاور الإستبيان.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,926	39

الملحق رقم (04): وصف الخصائص الشخصية والمهنية لأفراد عينة الدراسةخصائص أفراد عينة الدراسة من حيث الجنس

جنس العميل

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ذكر	35	61,4	61,4	61,4
أنثى	22	38,6	38,6	100,0
Total	57	100,0	100,0	

خصائص أفراد عينة الدراسة من حيث العمر

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
20-30	12	21,1	21,1	21,1
31-40	23	40,4	40,4	61,4
41-59	13	22,8	22,8	84,2
60 فأكثر	9	15,8	15,8	100,0
Total	57	100,0	100,0	

خصائص أفراد عينة الدراسة من حيث المؤهل العلمي

المؤهل العلمي				
	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أولي	5	8,8	8,8	8,8
إبتدائي	2	3,5	3,5	12,3
متوسط	8	14,0	14,0	26,3
ثانوي	16	28,1	28,1	54,4
فما فوق جامعي	26	45,6	45,6	100,0
Total	57	100,0	100,0	

خصائص أفراد عينة الدراسة من حيث نوع المهنة

نوع المهنة				
	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
طالب	5	8,8	8,8	8,8
موظف	29	50,9	50,9	59,6
عامل حر	11	19,3	19,3	78,9
متقاعد	12	21,1	21,1	100,0
Total	57	100,0	100,0	

خصائص أفراد عينة الدراسة من حيث الدخل

مستوى الدخل				
	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دج 20000 من أقل	8	14,0	14,0	14,0
دج 20000-39000	7	12,3	12,3	26,3
دج 40000-69000	18	31,6	31,6	57,9
دج 70000-99000	19	33,3	33,3	91,2
فأكثر 100000 دج	5	8,8	8,8	100,0
Total	57	100,0	100,0	

خصائص أفراد عينة الدراسة من حيث مدة التعامل مع البنك

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
سنوات 5 من أقل	17	29,8	29,8	29,8
5-10 سنوات	12	21,1	21,1	50,9
11-15 سنة	17	29,8	29,8	80,7
16-20 سنة	6	10,5	10,5	91,2
سنة فأكثر 21	5	8,8	8,8	100,0
Total	57	100,0	100,0	

الملحق رقم (05): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعد الوصول إلى الخدمات البنكية

Statistiques

	توجد فروع كافية تسمح للخدمات للبنك المالية	توجد صرافات آلية تسمح بالوصول للخدمة	يقوم البنك بتسوية معاملاته التي تتم بين الوكالات التابعة له.	البنك موقع الكتروني يعرض فيه كل خدماته.	التواصل مع موظفي البنك سهل و بسيط من أجل الحصول على الخدمة.	للخدمات _ الوصول
N	57	57	57	57	57	57
Manquante	0	0	0	0	0	0
Moyenne	4,00	3,74	3,98	3,61	4,11	3,8877
Ecart-type	,845	,955	,694	,901	,748	,58678

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعد استخدام الخدمات المالية

Statistiques

	أستطيع استخدام الموقع الالكتروني للبنك	تؤثر الرسوم البنكية على استخدامي للخدمات المصرفية	يسهل البنك فتح حسابات بنكية تستخدم في التحويلات المالية الدولية	يعتمد البنك على آلية الدفع عبر الهاتف	يستخدم البنك أجهزة نقاط البيع مما يسهل تنظيم عمليات البيع و الشراء للعملاء	استخدام_الخدمات
N	57	57	57	57	57	57
Manquante	0	0	0	0	0	0
Moyenne	3,47	3,74	3,72	2,89	3,21	3,4070
Ecart-type	1,002	1,027	,940	1,319	1,098	,69894

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعء جودة الخدمات المالية

Statistiques

	يهتم البنك بتقديم معلومات واضحة حول نوعية حسابات الودائع و القروض	يتوفر البنك على شبابيك حديثة تشعر العملاء بالراحة أثناء الانتظار في الطابور	للبنك أرضية رقمية لتلقي مختلف شكاوي العملاء	موظفي البنك يمتلكون ثقافة مالية في الخدمات المقدمة	يقدم البنك مزايا للمقترضين الذين يتأخرون عن سداد ديونهم	تنطوي خدمات البنك على تكاليف معقولة	يحرص البنك على توجيه الزبون في اتخاذ القرار	جودة_الخ دمات
N	Valide 57	57	57	57	57	57	57	57
	Manquante 0	0	0	0	0	0	0	0
	Moyenne 4,09	3,58	3,35	3,86	3,70	3,54	3,79	3,7018
	Ecart-type ,739	1,224	1,009	,789	,801	,888	,881	,59166

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعء تنوع إلى الخدمات المصرفية

Statistiques

	يقدم البنك خدمات إضافية لعملائه الذين يحتفظون بحساب بنكي خلال فترة زمنية طويلة	يحرص البنك على تقديم عدة أنواع من الحسابات البنكية لمختلف عملائه	تلبى الخدمات المتاحة لدى البنك كل احتياجاتي	خدمات البنك خدمات تقليدية و لم يتم تطويرها	الخدمات المصرفية المقترحة ليست متاحة دوما.	تنوع_الخدمات
N	Valide 57	57	57	57	57	57
	Manquante 0	0	0	0	0	0
	Moyenne 3,61	3,89	3,67	3,05	3,30	3,5053
	Ecart-type ,978	,772	,913	1,342	1,017	,57583

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للميزة التنافسية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
	1	1,8	1,8	1,8
	1	1,8	1,8	3,5
	1	1,8	1,8	5,3
	1	1,8	1,8	7,0
	3	5,3	5,3	12,3
	3	5,3	5,3	17,5
	1	1,8	1,8	19,3
	2	3,5	3,5	22,8
	1	1,8	1,8	24,6
	4	7,0	7,0	31,6
	1	1,8	1,8	33,3
	1	1,8	1,8	35,1
	4	7,0	7,0	42,1
Valide	3	5,3	5,3	47,4
	3	5,3	5,3	52,6
	2	3,5	3,5	56,1
	3	5,3	5,3	61,4
	2	3,5	3,5	64,9
	3	5,3	5,3	70,2
	1	1,8	1,8	71,9
	7	12,3	12,3	84,2
	1	1,8	1,8	86,0
	3	5,3	5,3	91,2
	1	1,8	1,8	93,0
	1	1,8	1,8	94,7
	3	5,3	5,3	100,0
Total	57	100,0	100,0	

الملحق رقم (06): اختبار التوزيع الطبيعي

Tests de normalité

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistique	ddl	Signification	Statistique	ddl	Signification
المالي _ الشمول	,106	57	,173	,979	57	,430
التنافسية _ الميزة	,084	57	,200*	,982	57	,533

*. Il s'agit d'une borne inférieure de la signification réelle.

a. Correction de signification de Lilliefors

الملحق رقم (07): نتائج تحليل الإنحدار البسيط لتأثير الشمول المالي على الميزة التنافسية

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,704 ^a	,495	,486	,43595

a.المالي _ الشمول Valeurs prédites : (constantes),

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	10,253	1	10,253	53,945	,000 ^b
1 Résidu	10,453	55	,190		
Total	20,706	56			

a. Variable dépendante : الميزة التنافسية _ الميزة

b.المالي _ الشمول Valeurs prédites : (constantes),

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	,229	,451		,508	,614
1 المالي _ الشمول	,904	,123	,704	7,345	,000

a. Variable dépendante : الميزة التنافسية _ الميزة

الملحق رقم (08): نتائج تحليل الانحدار البسيط لتأثير بعد الوصول إلى الخدمات البنكية على الميزة التنافسية

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,583 ^a	,339	,327	,49869

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.	
1	Régression	7,028	1	7,028	28,259	,000 ^b
	Résidu	13,678	55	,249		
	Total	20,706	56			

a. Variable dépendante : الميزة التنافسية_ الميزة

b. Valeurs prédites : (constantes), للخدمات_ الوصول

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.		
	A	Erreur standard	Bêta				
1	(Constante)	1,165	,446		2,609	,012	
	للخدمات_ الوصول	,604	,114		,583	5,316	,000

a. Variable dépendante : الميزة التنافسية_ الميزة

الملحق رقم (09): نتائج تحليل الانحدار البسيط لتأثير بعد استخدام الخدمات المالية على

الميزة التنافسية

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,510 ^a	,261	,247	,52762

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	5,395	1	5,395	19,378	,000 ^b
1 Résidu	15,311	55	,278		
Total	20,706	56			

a. Variable dépendante : الميزة التنافسية _ الميزة

b. Valeurs prédites : (constantes), الخدمات _ استخدام

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	1,999	,351		5,700	,000
1 الخدمات _ استخدام	,444	,101	,510	4,402	,000

a. Variable dépendante : الميزة التنافسية _ الميزة

الملحق رقم (10): نتائج تحليل الانحدار البسيط لتأثير بعد جودة الخدمات المالية على

الميزة التنافسية

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,741 ^a	,549	,541	,41202

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	11,369	1	11,369	66,969	,000 ^b
1 Résidu	9,337	55	,170		
Total	20,706	56			

a. Variable dépendante : الميزة التنافسية_ الميزة

b. Valeurs prédites : (constantes), الخدمات_ جودة

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	,693	,349		1,987	,052
1 الخدمات_ جودة	,762	,093	,741	8,183	,000

a. Variable dépendante : الميزة التنافسية_ الميزة

الملحق رقم (11): نتائج تحليل الانحدار البسيط لتأثير بعد تنوع الخدمات المصرفية على

الميزة التنافسية

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,266 ^a	,071	,054	,59140

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	1,469	1	1,469	4,200	,045 ^b
1 Résidu	19,237	55	,350		
Total	20,706	56			

a. Variable dépendante : الميزة التنافسية_ الميزة

b. Valeurs prédites : (constantes), الخدمات_ تنوع

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	2,526	,487		5,182	,000
1 الخدمات_ تنوع	,281	,137	,266	2,049	,045

a. Variable dépendante : الميزة التنافسية_ الميزة