

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي
الميدان : علوم اقتصادية، علوم التسيير و علوم تجارية
الشعبة : علوم إقتصادية
التخصص : مالية و بنوك
بعنوان :

تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية دراسة حالة بنك الخليج الجزائر AGB خلال الفترة 2011-2016

من إعداد الطالب : طواهر رضا
نوقشت و أجازت علنا بتاريخ: 2018/05/16

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الدكتورة : ليلي مقدم (/أستاذ محاضر - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسة
الدكتور: مُجد حسان بن مالك (/ أستاذ محاضر أ - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا ومقررا
الدكتور: مُجد منير بن عبد الهادي (/ أستاذ محاضر أ - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

السنة الجامعية : 2017/2018

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي
الميدان : علوم اقتصادية، علوم التسيير و علوم تجارية
الشعبة : علوم إقتصادية
التخصص : مالية و بنوك
بعنوان :

تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية دراسة حالة بنك الخليج الجزائر AGB خلال الفترة 2011-2016

من إعداد الطالب : طواهر رضا
نوقشت و أجزت علنا بتاريخ: 16/05/2018

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الدكتورة: ليلي مقدم (/ أستاذ محاضر - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسة
الدكتور: مُجّد حسان بن مالك (/ أستاذ محاضر - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا ومقررا
الدكتور مُجّد منير بن عبد الهادي (/ أستاذ محاضر أ - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

السنة الجامعية : 2017/2018

الإهداء

أهدي هذا العمل إلى من قال فيهما الرحمان

﴿وأخفض لهما جناح الذل من الرحمة، وقل ربّي أرحمهما كما ربياني صغيراً﴾

سورة الإسراء الآية رقم -24-

صدق الله العظيم

إلى رمز الأمل ، أعز ما أملك في هذا الوجود

...أمي بارك الله في عمرها ورعاها لمن تحب...

إلى الذي رباني حتى بلغت إلى هذا المستوى...أبي حفظه الله .

إلى دعمي في الحياة وأعز ما أملك إلى كل إخوتي وأخواتي

إلى كل الصديقات و الأصدقاء....

إلى كل من ساعدني من قريب أو من بعيد في إنجاز هذا العمل المتواضع

رضا

الشكر

لك الحمد ربنا يا من مننت علينا بنعمة العلم، و يسرت لنا سبله، و أعتتنا على تحصيله، و علمتنا ما لم نعلم.

الصلاة و السلام على خير المعلمين مُحَمَّد سيد الخلق و على آله و صحبه أجمعين.

قال الله تعالى ﴿لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ﴾ سورة إبراهيم الآية رقم 7

بداية أتقدم بخالص شكري و تقديري إلى الأستاذ المشرف الدكتور: "بن مالك مُحَمَّد حسان" على عظيم مجهوداته التي بذلها لأجل مساعدتي وكذا نصائحه و التوجيهاته السديدة المفيدة .

كما أوجه شكري و عرفاني إلى كل من قدم لي يد المساعدة و أخص بالذكر زملائي.

بالإضافة إلى جميع من ساندني في مشواري الدراسي

وما أجمل من أن نتذكر كل من كانوا لنا يد سند والعون في مشوار حياتنا سواء كانوا أساتذة، موظفين، عائلة، أو أصدقاء. فلهم من الفضل في النجاح الذي توصلنا اليه و لولاهم ولولا تشجيعهم لنا ما استطعنا أن نستمر في طريق الكفاح و النجاح في طلب العلم والمعرفة .

الملخص

تهدف الدراسة إلى محاولة الوقوف على حالة الخدمات المصرفية الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري، كما تهدف إلى معرفة مدى تأثير هذه الخدمات على ربحية البنوك التجارية الجزائرية وقد تم اختيار بنك الخليج الجزائر، مستعملين في ذلك المنهج الوصفي للجانب النظري والمنهج التجريبي في الجانب التطبيقي و تم الاعتماد على أدوات التحليل الإحصائي منها تحليل الانحدار البسيط كما تم استخدام برنامج (Excel) وبرنامج (Eviews9). وقد خلصت الدراسة إلى وجود علاقة عكسية بين حجم استخدام أجهزة الصراف الألي والعائد على المبيعات وبين قيمة التحويلات المالية الالكترونية والعائد على الأصول و بين خدمة الرسائل القصيرة SMS والعائد على حقوق الملكية.

الكلمات الدالة : خدمات مصرفية الكترونية، تقييم أداء المؤسسات المصرفية، مؤشرات الربحية

Summary

The aim of the study is to try to determine the status of e-banking services in the Algerian banking system and to determine the impact of these services on the performance of the Algerian commercial banks. Algeria Gulf Bank was selected using the descriptive approach of the theoretical side and the experimental approach in the applied side. On the statistical analysis tools, including the simple regression analysis was also used the program (Excel) and the program (Eviews9). The study concluded that there is an inverse relationship between the volume of ATM usage and the return on sales, the value of electronic remittances and return on assets, and between the SMS service and the return on equity.

Key words: banking services, performance assessment of banking institutions, profitability indicators

III	الإهداء
IV	الشكر
V	ملخص
VI	قائمة المحتويات
VII	قائمة الجداول
VIII	قائمة الأشكال البيانية
أ	المقدمة
1	الفصل الأول: الربحية والخدمات المصرفية (الإطار النظري والدراسات السابقة)
3	المبحث الأول: الربحية والخدمات المصرفية
14	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
21	الفصل الثاني: الدراسة الميدانية - دراسة الحالة: بنك الخليج الجزائر
23	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة
30	المبحث الثاني: عرض ومناقشة النتائج
38	الخاتمة
40	المراجع
44	الملاحق
58	الفهرس

رقم الجدول	اسم الجدول	الصفحة
(1-1)	مؤشرات ونسب الربحية في البنوك التجارية	13
(2-1)	معدل العائد على المبيعات لبنك الخليج خلال الفترة 2016-2011	28
(2-2)	معدل العائد على الأصول للبنك الخليج خلال الفترة 2016-2011	28
(2-3)	معدل العائد على الحقوق الملكية للبنك الخليج خلال الفترة 2016-2011	29
(2-4)	الخدمات المصرفية الإلكترونية للبنك الخليج خلال الفترة 2016-2011	30
(2-5)	نتائج البرنامج الاحصائي العلاقة بين حجم الإستخدام أجهزة الصراف والعائد على المبيعات	31
(2-6)	العلاقة بين قيمة التحويلات المالية والعائد على الأصول	31
(2-7)	العلاقة بين الرسائل القصيرة SMS والعائد على حقوق الملكية	32

رقم الشكل	اسم الشكل	الصفحة
(1-2)	(Durbin et Watson) تمثيل نتيجة إختبار لمناطق الرفض والقبول	34

الصفحة	اسم الملحق	رقم الملحق
45	جانب الأصول لبنك الخليج الجزائر لسنة 2011	الملحق رقم 1
46	جانب الخصوم لبنك الخليج الجزائر لسنة 2011	الملحق رقم 2
47	جانب الأصول لبنك الخليج الجزائر لسنتي 2012-2013	الملحق رقم 3
48	جانب الخصوم لبنك الخليج الجزائر لسنتي 2012-2013	الملحق رقم 4
49	جانب الأصول لبنك الخليج الجزائر لسنتي 2014-2015	الملحق رقم 5
50	جانب الخصوم لبنك الخليج الجزائر لسنتي 2014-2015	الملحق رقم 6
51	جانب الأصول لبنك الخليج الجزائر لسنة 2016	الملحق رقم 7
52	جانب الخصوم لبنك الخليج الجزائر لسنة 2016	الملحق رقم 8
53	جدول حسابات النتائج لبنك الخليج لسنة 2011	الملحق رقم 9
54	جدول حسابات النتائج لبنك الخليج لسنتي 2012-2013	الملحق رقم 10
55	جدول حسابات النتائج لبنك الخليج لسنة 2014-2015	الملحق رقم 11
56	جدول حسابات النتائج لبنك الخليج لسنة 2016	الملحق رقم 12
57	الجدول الإحصائي DW	الملحق رقم 13

مقدمة

توطئة

لقد عرف عالم الأعمال المصرفية تحولا علميا من أبعاد وأهداف استراتيجيات المصارف في العقود القليلة الأخيرة وكان ذلك نتيجة منطقية لثورة التكنولوجيات الجديدة في الاعلام والاتصال وعمولة الأسواق المالية والمصرفية، ولعل هذا ما أدى بالمؤسسات المصرفية خاصة والمالية عامة بالاتجاه نحو تقديم نوع جديد من الخدمات يتماشى مع ما أصبحت تتسم به سوق الصيرفة. ومن هنا يرى البعض أن على المصارف أن تطور من أدائها تماشيا مع الظروف المحيطة بها بما يجسد هذا التطور في الصيرفة الالكترونية. وقد فرض دخول الانترنت على العمل التجاري وبروز ظاهرة التجارة الالكترونية والنمو المتسارع للاقتصاد العالمي على البنوك أن تستغل هذه الخدمة لتقديم خدمات الصيرفة الالكترونية.

لذلك اهتم العديد من الباحثين بدراسة الجوانب المختلفة للخدمات المصرفية من حيث مفهومها ومحدداتها و أبعادها وطرق قياسها.

كما عملت البنوك في إطار سياسة تقريب الخدمة من العميل إلى إدخال قنوات الاتصال المختلفة في تقديم خدماتها وكذا التقنيات الالكترونية وهذا للتأقلم مع الاقتصاد الرقمي والذي يعمل في بيئة الكترونية لذا أصبح من الواجب على هذه البنوك أن تسيرا جنبا إلى جنب مع التقدم والتسارع التكنولوجي من أجل تطور أدائها و أعمالها والمحافظة على قدرتها في الأسواق العالمية فيمكن للفرد القيام بالعديد من العمليات المصرفية وإدارة حسابه بكل سهولة ويسر بفضل تطور الخدمات المصرفية الالكترونية. التي تتناسب مع احتياجاته ورغباته في كافة الأوقات .

أ- طرح الإشكالية

و بناء على ما سبق يمكن صياغة الإشكالية الرئيسية التالية :

مامدى تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على تعظيم ربحية البنك الخليج الجزائر ؟

وبالتالي تتفرع عنها أسئلة فرعية تتمحور أساسا حول النقاط التالية :

- هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم إستخدام أجهزة الصراف الألي والعائد على المبيعات ؟
- هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين قيمة التحويلات المالية الالكترونية والعائد على الأصول ؟
- هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين خدمة الرسائل القصيرة SMS والعائد على حقوق الملكية ؟

ب - فرضيات البحث

في ضوء الإشكالية العامة للدراسة والأسئلة الجزئية، تم صياغة الفرضيات التالية :

- وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين حجم إستخدام أجهزة الصراف الألي والعائد على المبيعات ؛
- وجود علاقة عكسية بين قيمة التحويلات المالية الالكترونية والعائد على الأصول ؛
- وجود علاقة عكسية بين خدمة الرسائل القصيرة SMS والعائد على حقوق الملكية .

ت - مبررات اختيار الموضوع

- استمرارية ظهور الابتكارات المتعلقة بالخدمات المصرفية؛
- حداثة الموضوع وخاصة في الجزائر .

ث - أهداف البحث

- أبرز أهمية تطوير الخدمة المصرفية في المصارف الجزائرية؛
- بروز أهمية الخدمات المصرفية الالكترونية ومدى تأثيرها على أداء البنوك وضرورة الاهتمام بتطويرها؛
- معرفة انعكاس الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنك .

ج - حدود البحث

تم تحديد هذه الدراسة بمجموعة حدود نوجزها فيما يلي :

- الحدود المكانية : الدراسة تمس قطاع البنوك التجارية الجزائرية وللتشخيص اخترنا البنك الخليج الجزائر ؛
- الحدود الزمنية : من سنة 2011 إلى 2016.

ح - منهج البحث :

قصد الإحاطة بمختلف جوانب الموضوع و الإجابة على إشكالية البحث و اختبار صحة الفرضيات تقوم الدراسة على استخدام المنهج الوصفي و المنهج التحليلي لعرض و تحليل مختلف أبعاد الموضوع، و سنستخدم أسلوب دراسة الحالة في الجانب التطبيقي.

خ- هيكل البحث

للإجابة على إشكالية البحث المطروحة واختبار الفرضيات، إرتأينا تقسيم بحثنا إلى فصلين، سبقتهم مقدمة وتعقبه خاتمة، تتضمن ملخصا عاما عن البحث متبوع بأهم النتائج، حيث يمثل الفصل الأول الجانب النظري أما الفصل الثاني الجانب التطبيقي، ويمكن استعراض هيكل البحث كما يلي :

نتناول في الفصل الأول لأداء والخدمات المصرفية، الإطار النظري والدراسات السابقة، حيث يضم مبحثين الأول بعنوان الربحية والخدمات المصرفية، والذي من خلاله سيتم تسليط الضوء على المفاهيم الأساسية للخدمات المصرفية الالكترونية وربحية البنوك التجارية الجزائرية أما المبحث الثاني بعنوان الدراسات السابقة، الذي سنستعرض فيه موجز لأهم الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع وأوجه الاختلاف والتشابه بينها وبين الموضوع محل الدراسة.

أما الفصل الثاني سوف نتطرق فيه إلى الدراسة الميدانية دراسة حالة البنك الخليج الجزائر، الذي يضم مبحثين، حيث نبين الطريقة المتبعة والأدوات المستخدمة في المبحث الأول وسيتناول المبحث الثاني مناقشة المعطيات والنتائج المتوصل إليها وفي الأخير خاتمة البحث التي تحوي النتائج وأهم التوصيات.

د- صعوبات البحث

- صعوبة الحصول على المعلومات من البنك؛
- صعوبة الحصول على الدراسات والإحصائيات بالترتيب السنوي التي لها علاقة بالموضوع؛
- عدم تجاوب المؤسسات الرسمية وخاصة المصارف عند طلبنا لبعض المعلومات والإحصائيات.

الفصل الأول:

للربحية والخدمات المصرفية: الإطار النظري

والدراسات السابقة

تمهيد

تعتبر الخدمات المصرفية العامل الاساسي في تطوير نشاط البنوك إذ أنها تؤدي دورا هاما في تعزيز قدراته من خلال تأثيرها على تفضيلات العملاء، كما عرفت الخدمات المصرفية تطبيق نظم ووسائل جديدة مع بداية الانتقال إلى عصر المعرفة والمعلومات، كالسماح لعملاء بإجراء عمليات الشراء والبيع من خلال شبكة المعلومات الدولية.

فلهذا سنحاول في هذا الفصل عرض لمفهوم الخدمة المصرفية خصائصها جودتها، تصنيفها و عوامل نجاحها .

كما أننا سنتطرق إلى مفهوم الخدمة المصرفية الالكترونية، أنواعها ، متطلباتها وأهميتها وكذلك تقديم مفهوم لتقييم الربحية المصرفية وسائل تعظيم الربحية في البنوك و نموذج لي معايير قياس الربحية البنوك التجارية، بالإضافة لعرض موجز لبعض الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع محل الدراسة.

المبحث الأول : الربحية و الخدمات المصرفية

المطلب الأول : ماهية الخدمات المصرفية

الفرع الأول : مفهوم الخدمات المصرفية

إن مفهوم الخدمة المصرفية لا يتعد أو يختلف كثيرا عن مفهوم الخدمة بشكل عام، فالخدمة المصرفية لا ترى بالعين المجردة ، و لكن يمكن ملاحظة نتائجها بعد وضوح الحقائق عنها، و بالتالي فان أثر و نتيجة الخدمة تكون ظاهرة و واضحة بمرور الوقت، و باعتبار أن العمل المصرفي يندرج ضمن الأنشطة الخدمية التي يتمثل عملها الرئيسي في قبول الودائع البنكية ثم منحها على شكل قروض ، إضافة لتقديم خدمات مالية أخرى، فيمكننا ذكر بعض التعريفات للخدمة المصرفية¹ :

عرفها بعض الباحثين الاقتصاديين بأنها "تلك التي تتضمن كل الأنشطة الاقتصادية التي مخرجاتها ليست منتجات مادية ,و هي بشكل عام تستهلك في وقت إنتاجها و تقدم قيمة مضافة ,و هي بشكل أساسي غير ملموسة لمشتريها النهائي." كما عرفها البعض على أنها " عبارة عن مجموعة من الأنشطة و المنافع غير الملموسة التي يعرضها المصرف للبيع وتتضمن الحسابات الجارية والتوفير لأجل والتحويلات والقروض بأنواعها وتبديل العملات".²

و بشكل عام يمكن تعريف الخدمة المصرفية على أنها " مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون النفعي الكائن في العناصر الملموسة وغير الملموسة والمقدمة من قبل البنك والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمتها النفعية والتي تشكل مصدراً لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية وفي الوقت ذاته مصدراً لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين.

¹ أسماء كرجلي، البقطة التكنولوجية كأداة لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، دراسة مرجعية مقارنة للبنوك العاملة بالبويرة، شهادة ماجستير، تخصص تسويق، جامعة بومرداس، الجزائر، 2014، ص 22

² تيسير العجامة" تيسير،التسويق المصرفي"، دار الحامد للنشر والتوزيع (2004)، عمان، ص15، نقلا عن : حلوز وفاء تدعيم جودة الخدمة البنكية و تقييمها من خلال رضی العميل أطروحة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة دكتوراه فرع نقود وبنوك 2014 ص13

الفرع الثاني : خصائص جودة الخدمات المصرفية

أولاً: خصائص الخدمات المصرفية¹

تتضمن الخدمات المصرفية جملة من الخصائص التي تجعلها مختلفة على السلع المادية وحسب معظم الدراسات القائمة حول هذا الموضوع ، نجد مجموعة كبيرة من خصائص تتعرض لاهمها فيما يلي:

- غير ملموسة: تعتبر هذه الميزة من أهم العناصر التي نستعملها للتفريق بين المنتج المادي و الخدمة المصرفية.
- التلازمية و التكامل في الانتاج و التوزيع: و تعني درجة الإرتباط بين الخدمة المصرفية و الشخص الذي يتولى تقديمها حيث يتم انتاج و توزيع الخدمة في نفس البنك و أحد فروعها، و لأن الخدمة البنكية تنتج و توزع في آن واحد ينصب اهتمام الادارة على توفيرها في المكان و الزمان المناسبين.
- صعوبة التمييز: مما يلاحظ في الخدمات المصرفية على العموم ، كونها غير نمطية و لا تخضع لمعيار واحد محدد فهي نادرا ما تتجانس فيما بينها وهذا يعود إلى ظروف العمل المادية و الاجتماعية المحيطة بالخدمة.
- الإفتقار الى هوية خاصة: تسعى البنوك الى بناء و ترسيخ هويتها في ذهن العميل من خلال التميز في تقديم هذه الخدمات عن البنوك الاخرى.
- صعوبة السحب و الاسترجاع: الخدمة المصرفية التي تقدم للعميل غير قابلة للإستدعاء مرة أخرى بعد تقديمها وبمجرد أن تصنع الخدمة و تقدم للعميل فإنها تستهلك في اللحظة نفسها ،وعادة لا يكون هناك فرصة لإضافة أية تعديلات إليها أو سحب أي جزء منها.

¹ أحمد عريقات وأخرون ، " تسويق الخدمات المصرفية" ، الطبعة 1 ، دار اثناء للنشر و التوزيع 2012 الاردن، ص 58

ثانيا: أبعاد جودة الخدمات المصرفية¹

إن مفهوم جودة الخدمة المصرفية يكمن في مدركات العملاء ويشكل في ضوء توقعاتهم عندما يكون مفهوم رضا الزبون محلا للتطبيق ، ولهذا فإن جودة الخدمة يجب أن تقاس بمقاييس العملاء وتعبّر عنها وذلك من أجل تحقيق النجاح والاستقرار وتقديمها على أعلى مستوى ، ويحدد الإداريون عشرة أبعاد لقياس جودة الخدمة المصرفية ، حيث يتفق الباحثون في إدارة العمليات والتسويق على دمج تلك الأبعاد في خمس ابعاد رئيسية يعتمدها الزبون في تقييم جودة الخدمة المصرفية ونذكر منها مايلي :

أ- **الإعتمادية** : وتعني الأداء ، او الموثوقية ، أي الإلتزام بتقديم الخدمة حسب الموعد المحدد ، إذ يتم هنا الإلتزام بالموعد حسب ما هو مقرر ومتفق عليه ، وتعرف الإعتمادية بأنها درجة التزام المصرف بالموعد تجاه الزبون.

ب- **الإستجابة** : وتشير إلى رغبة و استعداد العاملين بالبنك في تقديم الخدمة ومساعدة الزبائن والرد على استفساراتهم والسرعة في أداء الخدمة، والاستجابة الفورية لطلب العميل .

ت- **الثقة والتوكيد** : تسعى جميع المنظمات المصرفية لكسب قناعة الزبون وذلك بقدره المصرف على كسب ثقة الزبون بالمعلومات ولطف القائمين على تقديم الخدمة ، وقدرتهم على استلهاهم الثقة بأنها المصدقية والأمان المميزة التي يعتقد بها الزبون في المصرف ويميل هذا البعد إلى اهمية واضحة للخدمات التي يدركها الزبون.²

ث- **التعاطف** : يشير إلى الأدب والمودة من خلال الإتصال الشخصي بالزبون ، فمقدم الخدمة المصرف يضع سياسات عامة لتوطيد العالقة بين الزبون والموظفين ، والعلاقات الشخصية تحصل عن طريق التعامل باستمرار بين مقدم الخدمة وطالباها ، وبخاصة في المصارف التي تتعامل مع عدد قليل من الزبائن وتقدم لهم الخدمة باستمرار.

ج- **الملموسية** : وتعني الدليل المادي للخدمة ويتم التعرف على الملموسية بسهولة من خلال الزي الرسمي لموظفي المصرف ، وتوفير المكان المناسب للموظفين حتى يتمكنوا من تقديم خدمة جيدة للزبون في الوقت اللازم ، وغالبا ما تعتمد المصارف على بعد الملموسية لبناء العلاقات جيدة مع الزبائن.

¹ أحمد عريقات و آخرون مرجع سبق ذكره ص 77

² أ. عبد الجليل طواهر، أ جمال الهواري ، محاولة قياس رضا الزبون على جودة الخدمات الإلكترونية باستعمال مقياس NetQual دراسة حالة موقع ويب مؤسسة بريد الجزائر ،

مجلة أداء المؤسسات الجزائرية - العدد 02 / 2012 ص 98

الفرع الثالث :أنواع الخدمات المصرفية و عوامل نجاحها

أولا :أنواع الخدمات المصرفية :

هناك الكثير من الانواع للخدمة المصرفية نذكر منها بإختصار هذه التصنيفات باعتبارها الأكثر استعمال ووضوحا:¹

- أ- خدمات مصرفية ميسرة (ملائمة): كالحسابات الجارية و التوفير؛
- ب- خدمات تسويقية معمرة : كالقروض بمختلف أنواعها؛
- ت- خدمات مصرفية خاصة: يستخدمها العميل لأغراض و منافع ذاتية كالتمويل العقاري.

ثانيا : عوامل نجاح و تقدم الخدمات المصرفية :²

لكي تستطيع البنوك التي تقدم الخدمات المصرفية الخاصة أو العامة ان تنجح في هذا الميدان يتوجب عليها أن تأخذ بعين الاعتبار عدد من العوامل نذكر بعض منها بإختصار :

- أ- **السرية في التعامل:** وبالتالي شعور الزبون بالمزيد من الامان وضرورة فهم طبيعة الزبون و توقعاته و توفير راحة التعامل من خلال المسؤول عن قسم الخدمات المصرفية ، وكذلك تزويد هذه الطبقة من الزبائن و على مدار 24 ساعة بكشوف الحسابات و النصائح الإستشارية وتشكيل سياسة استثمارية واضحة و مفهومة لدى البنك .
- ب- **الوعي المصرفي :** فالبيئة الثقافية تعتبر هي المحرك الرئيسي للزبون فضلا عن قيام البنك بدور المرشد للتعريف زبائنه بتطور وتنوع خدماته المصرفية ولي نجاح العلاقة بين العميل والبنك يستوجب من هذا الأخير فهم احتياجات العملاء والتعامل معه بطريقة تلي حاجيته ، الامر الذي يجعل الزبون او العميل أكثر تردداً إلى البنك .
- ت- **المحافظة على زبائن البنك:** هي الإستراتيجية السليمة للمحافظة عليهم وبتالي زيادة ربحية البنك .

¹ سليمة عبد الله ، دور تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية في تفعيل النشاط البنكي، دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص تسويق، جامعة الحاج لخضر - باتنة، الجزائر، 2009/2008، ص 9

² ساطع صعيدي شامخ، العوامل المؤثرة في قرارات تسعير الخدمات في المصارف العاملة قطاع غزة "دراسة ميدانية"، مذكرة الإستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في المحاسبة والتمويل، الجامعة السليمانية غزة، 2008، ص 55.

المطلب الثاني : الخدمات المصرفية الإلكترونيةالفرع الأول : مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية

تختلف التسميات حول مفهوم المصارف الإلكترونية ولكنها تصب في مفهوم واحد هو المصارف التي تعمل عن طريق شبكة المعلومات الدولية (الانترنت).

ويطلق عليها عدة مسميات مثل المصارف الإلكترونية، مصارف الانترنت، المصارف الإلكترونية عن بعد، المصرف المنزلي، المصرف على الخط، المصارف الخدمية الذاتية أو مصارف الويب، وعلى اختلاف المسميات فجميعها تشير إلى قيام العميل بإدارة حساباته أو إنجاز أعماله المتصلة بالمصرف عبر شبكة الانترنت سواء كان في المنزل أو المكتب وفي أي مكان وفي أي وقت يرغبه ويعبر عنها "بالخدمة المالية عن بعد".¹

وبالتالي يمكن للعميل أن يتصل بالمصرف مباشرة بالاشتراك العام، عبر شبكة المعلومات الدولية وإجراءاته لمختلف التعاملات على أساس أن يزود المصرف جهاز الحاسوب الشخصي للزبون بحزمة البرمجيات الشخصية.

إذا فعمليات المصارف الإلكترونية هي إجراءات الكترونية تتم عبر شبكة المعلومات الدولية ومن أهم أشكالها المصارف الافتراضية، التي تولدت لها مواقع الكترونية على الشبكة من أجل تقديم خدمات نفس خدمات المصرف لكي يقوم بالعمليات المصرفية العادية مثل السحب والدفع والتحويل دون انتقال الزبون إليها.²

¹ معطى سيد أحمد، واقع وتأثير التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية، شهادة ماجستير، تخصص حوكت الشركات، جامعة تلمسان، ص20

² احمد سفر، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان 2006، ص157

الفرع الثاني : أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية

إن أبرز ما تقدمه الصيرفة الإلكترونية لمختلف الأعوان الاقتصاديين هو إتاحة وسائل الدفع الإلكترونية من خلال نظام الدفع الإلكتروني، الذي يشير عموماً إلى شبكات الاتصالات بمختلف أنواعها والتي تتضمن تبادل مختلف وسائل الدفع الإلكتروني وقنوات التوزيع الإلكتروني لأداء مختلف الصفقات والعمليات التجارية. فيمكن تقسيم الخدمات إلى قنوات التوزيع ووسائل الدفع الإلكتروني¹ :

أولاً: قنوات التوزيع الإلكتروني² :

أ- خدمة الصراف الآلي Automatic Teller Machine

وهي أكثر الخدمات الإلكترونية إنتشاراً ، حيث توفرها البنوك في معظم فروعها بهدف تخفيض ضغط العمل وتجنب الإجراءات الإدارية وتلبية الحاجات العملاء المالية بعد أوقات العمل وخلال العطل ، حيث توضع على جدران الخارجية للبنك أو في الأماكن العامة .

ب- خدمة الهاتف المصرفي Phone Banking

تمنح هذي الخدمة للعميل حق الإتصال الهاتفي بالبنك من خلال حاسوب مرتبط بالحاسوب المركزي للبنك ويطلب العميل العملية او الخدمة التي يريدونها دون اللجوء الشخصي للبنك . فالعميل في هذه الحالة يستفيد من :

- خدمات الاستعلام عن حالة الرصيد و متابعة كل التحويلات التي تمت على حسابه؛
- استقباله لرسائل الكترونية تعلمه عن حالات الطوارئ المتعلقة بأرصده؛
- الحصول على كشف دوري تاريخي لكل التعاملات والعمليات المصرفية التي حدثت.

ت- مراكز الإتصال Call Centers

تحدد البنوك أرقام هاتفية مخصصة لهذه المراكز التي بواسطتها تمكن للعميل من التواصل مع البنك والتحدث مع الموظف المسئول وبعدها الحصول على الخدمة المطلوبة .

ث- خدمة الرسائل القصيرة SMS:

وهي تقنية جديدة تسمح للعميل بمتابعة كافة العمليات المصرفية التي تمت على حسابه الشخصي أولاً بأول من خلال إستلامه رسالة نصية من البنك على هاتفه النقال ومن اهم الرسائل : تحويل الراتب ، الإيداع النقدي ، السحب النقدي التحويل بين الحسابات .. الخ.

¹ وهيبه عبد الرحيم ، احلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالالكترونية ، دراسة حالة الجزائري مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير أكاديمي ، فرع نقود ومالية ، جامعة الجزائر ، 2006/2005 ص: 30 .

² بختي إبراهيم محاضرة في مقياس الصيرفة الإلكترونية مستوى الثانية ماستر إختصاص مالية وبنوك سنة 2018/2017 ص14

ج- خدمة نقطة البيع Point of sale service¹ :

يتم إستخدام جهاز للدفع الألي متصل بشبكة إلكترونية مع البنوك يتم فيه التحويل إلكترونيا للنقود من حساب العميل (المشترى) إلى حساب التاجر بإستخدام بطاقة العميل المصرفية حيث يستخدمه العميل عند دفع قيمة الخدمات والسلع التي يحصل عليها لدى محلات التجارية والمطاعم وغيرها من المرافق التجارية .

ح- الخدمة المصرفية عبر شبكة الأنترنت On-line Banking :

تسمح هذه الخدمة المريحة الآمنة للعملاء من خلال موقع البنك على الأنترنت على التعامل والاستعلام عن حساباتهم من اجهزتهم الشخصية في المنازل أو المتاجر أو المكاتب، و ذلك بواسطة رقم سري خاص لكل منهم، حيث يزود المصرف دوريا (كل ساعة مثلا) عنوانه على الأنترنت نسخا من البيانات لديه إذ يمكن العميل من التعامل من المعلومات الخاصة وبالتالي يمكن للعملاء التحكم في اموالهم مع توفر الإجراءات الحماية والأمان في عملية التصفح والبحث وكذلك طباعة لأية معاملة .

ثانيا : وسائل الدفع الإلكتروني

أ - التحويل الإلكتروني

هو عملية التحويل للأموال بين حسابين بنكين او محفظتين مائيتين عن طريق إستعمال GAB أو عن طريق الهاتف أو موبايل مثل تحويل الرصيد من موبليس racimo

ب - البطاقة البنكية²

هي بطاقة سحب بداخلها رقاقة مغناطيسية تحتوي على المعلومات الخاصة والرقم السري وتستخدم في :

أ - تسديد المشتريات والخدمات عند البائع عن طريق القارئ النهائي (خدمة نقطة البيع)

ب - السحب من موزعات الآلية والدفع عن طريق الأنترنت

ج - النقود الإلكترونية(الرقمية) :

هي قيمة نقدية مخزنة إلكترونيا أو رقمياً عند إستقبال الاموال وتتميز ببعض الخصائص نذكر منها :

الإطلاع على الرصيد والإيداع عن طريق الشيك نقداً، تحويل بنكي ، التحويل من حساب إلى حساب والسحب بمختلف أنواعه.

ومن إيجابياتها : سهولة وسرعة في التحويل من شخص لأخر، أقل تكلفة وآمنة .

ولا تعتبر النقود الإلكترونية نقد إفتراضيا لأن النقدا الإفتراضي يتداول فقط عبر شبكة الأنترنت .

¹ بختي إبراهيم ، مرجع سبق ذكره ص 17

² سليمان ناصر ، التقنيات البنكية وعمليات الإئتمان ، ديوان المطبوعات الجامعية 2012-2012 ، سنة 2012 ، ص 21.

الفرع الثالث : متطلبات وأهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية

أولاً: متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية :

- أ- البنية التحتية: الأنترنت، الألياف البصرية، البرامج، الشبكات... الخ؛
- ب- التخصص الإستراتيجي : تبني قومية وجود خدمات انترنت سريعة ويمكن الاعتماد عليها وبأقل تكلفه؛
- ت- إنتشار الوعي الإلكتروني : تثقيف العملاء وتدريبهم علي استخدام الانترنت؛
- د- الرقابة والتأمين : تأمين موقع البنك ضد المخربين والقرصنة (الهكرز)؛
- هـ- وجود مواقع الكترونية: خاصة بالبنوك BANK WEB SITE ومصمم بصوره تلي احتياجات العملاء.¹

ثانياً: أهمية الخدمات الإلكترونية²

- إن قيام البنوك بتسوية أنشطتها وخدماتها المالية عبر الإنترنت يحقق فوائد كثيرة نذكر أهمها:
- أ- تخفيض كثير من التكاليف علي عاتق البنك ؛
- ب- حرية الاختيار حيث تزود الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات و الخدمات ؛
- ت- التكامل مع العمل فالإنترنت توفر خدمة التوصيل للمنازل إلي جانب كونها سوقاً تجارياً متكاملة ؛
- ث- تلقائية التعامل فلا حاجة لوجود علاقة عمل مسبقاً لإجراء حركة تجارية و بدء تعامل جديد ؛
- ج- تؤدي إلى تسيير التعامل بين المصارف، وبناء علاقات مباشرة ؛
- ح- توفير المزيد من فرص العمل والاستثمار وهو ما يساعد على النجاح والبقاء في السوق المصرفية؛
- خ- يلزم البنوك الصغيرة ضرورة الارتقاء إلى مستوى هذه التحديات ؛
- د- اختصار المسافات الجغرافية ورفع الحواجز التقليدية ؛

¹ ربحم حسين، هوارى معراج، المصرفية الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، ملتقى المنظومة المصرفية والتحولت الإقتصادية، جامعة الشلف، 2004، ص: 320

² منصورى الزين، وسائل وأنظمة الدفع والسداد الإلكتروني مداخله في الملتقى الدولي الرابع حول : عوامل الانتشار وشروط النجاح وسائل الدفع الإلكتروني - ، جامعة البلدة يومي : 26-27 أبريل 2011 ص: 7.

المطلب الثالث : ربحية البنوك التجارية : المفاهيم والمؤشرات

الفرع الأول : مفهوم ربحية البنوك التجارية:

أولاً: لابد من التفريق بين مفهومي الربح والربحية:

- أ- الربح : فالربح هو عبارة عن الفرق بين الإيرادات والمصروفات، أي هي عبارة عن الفرق بين الإيرادات التي حققتها البنوك التجارية المتمثلة في الفوائد والعمولات المقبوضة على الخدمات المصرفية المقدمة للزبائن.¹
- ب- الربحية : يمكن تعريف الربحية بأنها "عبارة عن العلاقة بين الأرباح التي تحققها المنشأة والاستثمارات التي ساهمت في تحقيق هذه الأرباح والربحية تعتبر هدفاً للمؤسسة ومقياساً للحكم على كفاءتها على مستوى الوحدة الكلية أو الوحدات الجزئية، حيث يمكن قياس الربحية من خلال العلاقة بين الأرباح والاستثمارات (الموجودات) التي ساهمت في تحقيقها، أو من خلال العلاقة بين الأرباح وحقوق الملكية... الخ،² كما تعمل البنوك التجارية على تحقيق هدفها المتمثل في الربحية من خلال قرارين هما:
- خ- قرار الاستثمار: هو مجموع القرارات المتعلقة بكيفية استخدام البنوك التجارية للموارد المتاحة لها لاقتناء مختلف أنواع موجوداتها، ويظهر أثر قرار الاستثمار في الربحية من خلال التوزيع الأمثل للموارد المتاحة للمؤسسة؛
- د- قرار التمويل: هو القرار المتعلق بكيفية إظهار المصادر التي سيتم الحصول منها على الأموال اللازمة للبنوك التجارية، لتمويل الاستثمار في موجوداتها، وينعكس أثر القرار التمويلي على الربحية من خلال ترتيب مصادر الأموال من ودائع وحقوق المساهمين والديون بشكل يمكن أصحاب المشروع من الحصول على أكبر عائد ممكن.³

¹ د. مقيح صبري ، محددات الربحية في البنوك التجارية دراسة تطبيقية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR جزائري ، مجلة الحقيقة العدد 31 ص 382.

² نجاة موسى، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على ربحية البنوك التجارية، مذكرة ماستر، جامعة ورقلة 2011، ص 67 .

³ ابو زعيتر، العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية العاملة في فلسطين، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية غزة ، 2006 ، ص 3 .

الفرع الثاني: مؤشرات الربحية في البنوك التجارية :

تقيس مؤشرات الربحية مدى كفاءة إدارة البنك في تحقيق الربح على المبيعات والموجودات وعلى حقوق الملكية (المساهمين)، لذا نجد أن نسب الربحية هي مجال اهتمام المساهمين لأنها تمثل العائد على أموالهم المستثمرة في البنك، وهذه الربحية تتحول إلى مزايا للمودعين حيث تزيد من ثقتهم في البنك، كذلك فإن المقرضين يجدون منفعتهم إذا كانت نتائج أعمال البنك مرضية وعادة ما تقاس قدرة البنوك على تحقيق أرباح بمجموعة من المؤشرات نذكر منها¹:

أولاً: معدل العائد على الاستثمار (Return on Investment)

يقيس هذا المعدل الفعالية الكلية للبنك في تحقيق الربح من خلال الإستثمارات والأصول المتاحة لديها. وكلما زاد هذا المعدل كلما كانت الربحية أكبر. وهذا المعدل مؤشر على الربحية الكلية للبنك ويحسب كالتالي :

يتكون إجمالي الاستثمار من (رأس المال العامل + إجمالي الأصول طويلة الأجل) ، أو من (مجموع حقوق الملكية + القروض طويلة الأجل)².

$$\text{العائد على الاستثمار} = \text{صافي الربح} \div \text{إجمالي الاستثمار}$$

ثانياً: معدل العائد على المبيعات (هامش الربح) (Profit Margin)

ويقيس هذا المؤشر صافي الدخل المحقق لكل وحدة نقدية من إجمالي الإيرادات كما يقوم هامش بقياس قدرة البنك على الرقابة والسيطرة على النفقات وتخفيض الضرائب ، وذلك لأن صافي الدخل يساوي إجمالي الإيرادات مطروح منها المصروفات والضرائب وتحسب كالتالي :

$$\text{العائد على المبيعات (هامش الربح)} = \text{صافي الدخل} \div \text{إجمالي الإيرادات}$$

ثالثاً: معدل العائد على إجمالي الأصول (Return on Total Assets)

وتعبر هذه النسبة عن قدرة البنك على استخدام أصوله في توليد الربح ، وكلما ارتفعت هذه النسبة كلما دل ذلك على كفاءة البنك في استغلال أصولها ، ويتم استخدام متوسط إجمالي الأصول عند حساب هذه النسبة (أصول أول المدة + أصول آخر المدة) ، ويجب مقارنة هذه النسبة مع متوسط النسب المحققة في كل القطاع وتحسب العلاقة كالتالي³:

$$\text{العائد على إجمالي الأصول} = \text{صافي الربح} \div \text{إجمالي الأصول}$$

¹ الرشدان، إيمان أحمد -محددات الربحية في المصارف التجارية الأردنية -رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، عمان، 2002، ص30

² د.تحتان مورا +شروقي زيد الدين العوامل المؤثرة على ربحية البنوك التجارية دراسة تطبيقية على عينة من البنوك التجارية العاملة في الجزائر خلال الفترة 2005-2011 المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية العدد- 01 : افريل 2014 ص 37.

³ عاشوري صورية، دور نظام التقييم المصرفي في دعم الرقابة على البنوك التجارية دراسة حالة البنك الوطني الجزائري BNA، مذكرة ماجستير، جامعة فرحات عباس،

سطيف، 2، ص 62

رابعاً: معامل الرفع المالي EM¹:

يعمل لصالح البنك حينما تكون الأرباح إيجابية، وفي نفس الوقت مقياس للمخاطرة لأنه يعكس حجم الأصول التي يمكن للبنك خسارتها قبل أن يصل البنك إلى مرحلة العجز عن الوفاء بالتزاماته وتحسب العلاقة كالتالي :

$$\text{معامل الرفع المالية} = \text{إجمالي الأصول} \div \text{حقوق}$$

خامساً: معدل العائد على حقوق الملكية (Return on Equity)²:

وتعبر هذه النسبة عن العائد الذي يحققه الملاك على استثمار أموالهم بالشركة ، وهي تعتبر من أهم نسب الربحية المستخدمة حيث أنه بناء على هذه النسبة قد يقرر الملاك الاستمرار في النشاط أو تحويل الأموال إلى استثمارات أخرى تحقق عائداً مناسباً وتحسب العلاقة كالتالي :

$$\text{معدل العائد على الحقوق الملكية} = \text{صافي الدخل} \div \text{حقوق الملكية}$$

سادساً: معدل منفعة الأصول AU:

وتسمى استعمال الأصول، حيث يدل هذا المؤشر على الاستغلال أو الاستعمال الأفضل للأصول، أي إنتاجية الأصول وتحسب العلاقة كالتالي :

$$\text{معدل منفعة الأصول} = \text{إجمالي الإيرادات} \div \text{إجمالي الأصول}$$

الجدول رقم(1-1) : يوضح الجدول مؤشرات ونسب الربحية في البنوك التجارية.

المؤشرات	النسب
العائد على الإستثمار ROI	صافي الربح ÷ إجمالي الإستثمار
العائد على المبيعات (هامش الربح PM)	صافي الدخل ÷ إجمالي الإيرادات
العائد على الأصول ROA	صافي الدخل ÷ إجمالي الأصول
معامل الرفع المالي EM	إجمالي الأصول ÷ حقوق الملكية
العائد على حقوق الملكية ROE	صافي الدخل ÷ حقوق الملكية
معدل منفعة الأصول AU	إجمالي الإيرادات ÷ إجمالي الأصول

المصدر: من إعداد الطالب

¹ محمد سعيد أنور سلطان، إدارة البنوك، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2005، ص 273

² د.تمتاز مورايد +شروقي زيد الدين ، مرجع سبق ذكره ص49

الفرع الثالث : وسائل تعظيم الربحية

توجد طرق متعددة لتحسين ربحية البنوك نذكر منها :¹

- أ- البحث عن فرص جديدة وخدمات جديدة يقدمها البنك في قطاعات وانشطة جديدة أو في المناطق جغرافية جديدة أو لعملاء جدد أو خدمات جديدة للعملاء الحاليين ؛
- ب- رفع اسعار بعض الخدمات المصرفية التي تسمح التشريعات المصرفية بزيادتها ، فمن المعروف ان معظم الفوائد والعمولات موحدة بين البنوك ، إلا ان الممارسين غالباً ما يجدون لزيادة الإيرادات من هذا الدخل ولا سيما ان أسعار الفائدة لها حد أدنى وحد أعلى ، ويتوقف السعر على الظروف العميل والعملية ؛
- ت- الإنتفاع الكامل بالاموال والأصول المتاحة تحت تصرف البنك ، حيث أن بعض المهتمين لتحسين الربحية غالباً ما يركزون فقط على تريد الإنفاق ، ولكننا نوجه الإنتباه إلى ان تحسين الربحية يمكن أن يتم من خلال عدة مداخل كزيادة الفرص الجديدة ، زيادة فئات فوائد والعمولات ، وإستخدام الأصول المتوفرة على أفضل إستخدام ؛
- ث- الضغط على النفقات في أي مجال من مجالات ولاسيما في مجال المصروفات العامة ، وهي التي تكون مجالاً للإنفاق دون رقابة .

¹ **Their Impact on Bank's Electronic Credit Cards Usage and** Mahmoud Akeel Salamen Al-Mehsen

Equity model Interdisciplinary journal of contemporary research **Profitability The Rate of Return on owners**
P831 ،Novembre 2012 VOL 4, NO 7 in business

المبحث الثاني : الأدبيات التطبيقية

المطلب الأول: المطلب الأول: الأبحاث والدراسات العلمية السابقة باللغة العربية و باللغة الأجنبية

1: دراسة : مزريق عاشور و معموري صورية: البحث في الأصل مداخلة في جامعة الشلف ، والذي جاءت بعنوان : عصرنة القطاع المالي والمصرفي و واقع الخدمات البنكية الإلكترونية بالجزائر:

حيث شهدت المداخلة على أن التقدم التكنولوجي من أهم المتغيرات التي ساهمت في إحداث تحول جذري في أنماط العمل المصرفي في عصر العولمة المالية، ولعل أهم ما أصبح يميز هذه الأعمال في هذا العصر هو تفاقم دور التكنولوجيا المصرفية، والسعي الحثيث نحو تحقيق الاستفادة القصوى من فوائد تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، من أجل ترقية وتطوير وسائل تقديم الخدمة المصرفية، بما يتوافق والإيقاع المتسارع للصناعة المصرفية في القرن الواحد والعشرين. حيث اهتمت البنوك اهتماما كبيرا بتكثيف الاستفادة من أحدث تقنيات المعلومات والاتصالات والحاسب الآلية، وتطويرها بكفاءة عالية بغية ابتكار خدمات مصرفية مستحدثة وتطوير أساليب تقديمها. وسعيها منها لمواكبة التطورات في هذا النوع من الصناعة، عملت البنوك الجزائرية على عصرنة قطاعها المالي والمصرفي، وهو موضوع كثر عنه الحديث ، و زاد الاهتمام به في الجزائر في السنوات الأخيرة. ونعني به إدخال تكنولوجيات الإعلام والاتصال في النشاط المالي والمصرفي وظهور خدمات بنكية إلكترونية نتيجة لعصرنة كل من أنظمة الدفع والسحب، الائتمان، التحويلات المالية، الخدمات المصرفية مثل (كشوف الحسابات)، التنظيم الداخلي للمصرف وبالرغم من هذه الجهود المبذولة إلا ان الفجوة التكنولوجية ما تزال كبيرة بين البنوك الجزائرية ونظرائها من البنوك الأجنبية عربية كانت أو غربية حيث ينحصر نطاق تعاملها على بعض البطاقات البنكية والذي مازال في البداية رغم العدد الهائل من البرامج المعدة .

2: دراسة : دراجي أم الخير 2014 – 2015 البحث في أصل مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي

علوم اقتصادية علوم التسيير ، جامعة ورقلة والذي جاء بعنوان : أثر عصرنة الخدمات المصرفية على الأداء البنكي حيث تهدف الدراسة إلى محاولة الوقوف على حالة الخدمات المصرفية الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري، كما تهدف إلى معرفة مدى تأثير هذه الخدمات على أداء البنوك التجارية الجزائرية وكما جاء على تفسير الباحثة أن البنوك تسعى جاهدة إلى تطوير خدماتها المصرفية من خلال ادخالها تقنيات وخدمات حديثة تضمن لها تقدمها بجودة عالية ودقة وسرعة في الأداء كما أنها تحقق رضا المتعاملين وتحويل رضاهم إلى ولاء، والهدف من ذلك تحقيق استقرار البنك والمحافظة على مكانته المصرفية في ظل التغيرات الاقتصادية المستمرة من عولمة وانفتاح اقتصادي. ومن خلال هذه البحث سعت الباحثة إلى بعض الإقتراحات والتوصيات :

- الاهتمام بتطوير التجارة الالكترونية؛
- تقوية شبكة المعلومات المصرفية الالكترونية الجزائرية؛
- زيادة توعية العملاء بأهمية الخدمات المصرفية الالكترونية؛
- القيام بدورات تكوينية مكثفة لموظفي البنوك في مجال الخدمات الالكترونية .

3 : دراسة : عرابة رابح 2012 دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 2012/08:

حيث هدفت هذه الدراسة إلى إبراز الدور الذي تلعبه تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية كاتجاه حديث لتطوير وعصرنه المصارف الجزائرية وقد توصل الباحث في دراسته إلى أن البنوك الجزائرية تعاني من نقص في الخدمات المصرفية الإلكترونية.

4: دراسة الخبير الإقتصادي عبد الهادي مسعودي مجلة عدد15/ 2015 والتي كانت بعنوان: العوامل المؤثرة على تبني الصيرفة الإلكترونية من وجهة نظر الإدارة البنكية، حالة عينة من البنوك التجارية النشطة بالجزائر :

حيث عاجلت هذه الدراسة تحليل آراء عينة من موظفي البنوك التجارية ، لتحديد مشكلة تبني وإقبال الزبائن على خدمات الصيرفة الإلكترونية بالجزائر ، من خلال سبع أبعاد رئيسية ، وأوضحت الدراسة أن الأعطال والأخطاء التقنية بالإضافة إلى ممارسات والتطبيقات غير جيدة للتعاملات الإلكترونية من اهم العوامل المؤثرة على تبني الصيرفة الإلكترونية بالجزائر ، وأوصلت الدراسة بتعزيز توجهات الإدارة البنكية بشأن الإستثمار بالنظم التكنولوجية بالبنوك وخلق ثقافات مصرفية تعتمد على التقنيات والوسائط الإلكترونية .

5: دراسة الدكتور: محمد جموعي قريشي 2004 :

حيث تناولت هذه الدراسة كيفية استخدام البيانات والمعطيات المالية في تقييم أداء البنوك وتوضيح العلاقة المتبادلة بين ربحية البنك ومخاطره ثم مقارنة أداء هذه البنوك. وقد استخدم الباحث نموذج العائد على حق الملكية حيث حاول من خلاله المقارنة بين أداء البنوك محل الدراسة من حيث العائد أو المردودية والكفاءة ومراقبة التكاليف وإنتاجية أصول كل بنك والمخاطر التي يواجهها، واعتمد الباحث منهج المقارنة في دراسته وقد توصل إلى النتائج التالية :

- يعتبر بنك البركة أكثر ربحية من البنوك الأخرى وهذا ما بينته مؤشرات الربحية؛
- بنك البركة أكثر تحكما ومراقبة وتدنية لتكاليف نشاطه مقارنة بالبنوك الأخرى.
- بنك البركة أقل مخاطرة مقارنة بالبنوك الأخرى؛
- بيانات مؤشر إنتاجية الأصول متقاربة بين البنوك محل الدراسة.

6 : دراسة : د/تحتان موراد و أ /شروقي زين الدين 2014

العوامل المؤثرة على ربحية البنوك التجارية- دراسة تطبيقية على عينة من البنوك التجارية العاملة في الجزائر خلال الفترة 2005-2011 ، هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر العوامل الداخلية (السيولة، القروض، المديونية، حقوق الملكية، حجم البنوك، مصاريف الاستغلال العامة) على ربحية البنوك التجارية العاملة في الجزائر مقاسة بمعدل العائد على إجمالي الموجودات ROS ولتطبيق ذلك طبقا للباحثين نماذج (Panel Data) على عينة مكونة من خمسة بنوك تجارية عاملة في الجزائر خلال الفترة 2005 ، 2011 وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها :

تعتبر البنوك التجارية الخاصة أكثر كفاءة في تحقيق الأرباح مقارنة بالبنوك العمومية.

لا توجد علاقة ارتباط معنوية إحصائية بين نسبة حقوق الملكية إلى إجمالي الأصول، حجم البنك (إجمالي الأصول) ومعدل العائد على إجمالي الموجودات.

7: دراسة الطالبة : فيروز قطاف اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة علوم الإقتصادية جامعة بسكرة 2010-2011
مقدمة تحت عنوان: تقييم جودة خدمات المصرفية ودراسة أثرها على رضا العميل البنكي دراسة حالة بنك BADR ولاية بسكرة .

ركزت هذه الدراسة على عملية تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر العميل من خلال الأبعاد الخمسة المكونة لجودة الخدمة وهي : الملموسية ، الإعتمادية الإستجابية ، التعاطف والامان ودراسة علاقة الجودة برضا العميل المصرفي ، أي البحث عن أبعاد الجودة التي تحقق للعميل أكبر قدر بغية تحسين واقع تقديم الخدمات المصرفية .

8 : دراسة : 2006Ahmad Zakaria Siam مقدمة تحت عنوان **Role of the Electronic Banking Services on the Profits of Jordanian Banks**

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة آثار الأعمال المصرفية الإلكترونية على ربحية المصرف، كما تمثلت عينة الدراسة في المصارف العاملة في دولة الأردن، وقد تمت هذه الدراسة بالاعتماد على توزيع استبيان.

وتم التوصل إلى أن للخدمة المصرفية الإلكترونية تأثير سلبي على ربحية البنوك في الآجال القصيرة وهذا نتيجة لاستثمار رأس المال في البنية الأساسية وكذلك تدريب الموظفين في المصارف، وسيكون إيجابيا في الآجال الطويلة.

9 : دراسة : Mohammad Khurram Manzoor و Sana Haider Sumra مقدمة تحت عنوان

A Study of :The Impact of E-Banking on the Profitability of Banks

، Banks2011. Pakistani

قام الباحثان بدراسة تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية المصارف - دراسة من البنوك الباكستانية - هذه الدراسة غطت 12 مصرفاً في مختلف أنحاء باكستان وناقشت هذه الأخيرة أثر الصيرفة الإلكترونية على ربحية المصارف، والدافع الأساسي من المصارف لاعتماد الخدمات المصرفية الإلكترونية، وأخيراً تأهيل العمال لتقديم خدمات مصرفية إلكترونية، وتمت الدراسة بإجراء مقابلة مع مدراء المصارف، وخلصت الدراسة إلى أن الخدمات المصرفية الإلكترونية زادت من ربحية المصارف بل ومكنت المصارف من تغطية التكاليف وتحقيق أرباح حتى في المدى القصير، وأكد مديرو الخدمات المصرفية الإلكترونية أن المصارف تتحمل تكاليف كبيرة لتنفيذ الخدمات المصرفية الإلكترونية والبنية التحتية لها من أجل تدريب موظفيها وخلق البنية من شأنها أن تزيد من جودة الخدمة وقد تم تغطية تكاليف التنفيذ بشكل جيد من قبل المصارف في غضون أشهر قليلة بالإضافة إلى تحقيق أرباح. وظهر المديرون أن هناك موقفاً إيجابياً تجاه الأعمال المصرفية الإلكترونية في تحسين ربحية البنوك وكشفت أن المصارف في سنة 2013 سوف تعتمد كلياً على الخدمات المصرفية الإلكترونية.

10: دراسة Husni Ali Kharawish و Noor Mousa Al-Sa'di مقدمة تحت عنوان:

Impact of E-Banking on Bank Profitability: Evidence from Jordan

قام الباحثان بدراسة أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية المصرف - خلال الفترة (2009-2000) وتهدف هذه الدراسة إلى اختبار تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها المصارف على الإنترنت على ربحية هذه المصارف خلال الفترة (2009-2000). تتألف عينة الدراسة من جميع المصارف خادمت المنازل في الأردن تنقسم إلى 3 مجموعات المصارف التي لا تقدم هذه الخدمة عبر الإنترنت، المصارف التي تقدم هذه الخدمات، أوائل المصارف التي قدمت هذه الخدمات. و استخدم الباحث نسب لاختبار تأثير على الربحية، وهذه النسب هي العائد على الأصول، العائد على حقوق المساهمين ومقاييس الربحية. وتستخدم نسب أخرى كمتغيرات المستقلة وهي : الحصة السوقية، نسبة النفقات العامة، الودائع/الأصول، وقروض/الأصول. يتم استخدام تحليل الانحدار لاختبار تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على الربح. وأظهرت نتائج التحليل الوارد أعلاه ما يلي :

- بالنسبة للمصارف التي لا تطبق الخدمات المصرفية الإلكترونية من خلال شبكة الإنترنت، ليس له تأثير كبير على العائد على حقوق المساهمين، ولكنها هامة من حيث العائد على الأصول.
- بالنسبة للمصارف التي طبقت الخدمات المصرفية الإلكترونية لأقل من سنتين ، ليس هناك تأثير كبير على العائد على الأصول والعائد على حقوق المساهمين.
- بالنسبة للمصارف الأوائل التي طبقت الخدمات المصرفية الإلكترونية، هناك تأثير كبير على الربحية خلال الفترة 2000-2009.

المطلب الثاني : علاقة الدراسات السابقة بالدراسة الحالية

من خلال استعراض الدراسات السابقة تبين أنها التفتت نحو مناقشة مشكلات محددة ذات علاقة جزئية بموضوع هذه الدراسة، وهي تشكل أساسا جيدا لاستفادة الباحث من النتائج التي توصلت إليها، و لهذه الدراسات السابقة أوجه تشابه واختلاف مع موضوع هذه الدراسة سنلخصها فيما يلي :

- نلاحظ أن تشابه الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة في أنها استخدمت الأسلوب الوصفي التحليلي لمنهج الدراسة؛
- من بين الدراسات السابقة من اهتمت بتقييم الربحية والأداء المصرفي وكذا دراسة وتقدير الأرباح التي سيحققها في المستقبل؛
- كما تم الاعتماد في هذه الدراسة على أسلوب الانحدار مما نلاحظ في الدراسات السابقة التي استخدمت الاستبيان؛
- من بين الدراسات السابقة من اهتمت باثر الصيرفة الالكترونية على ربحية المصارف وكذا دراسة وتقدير الأرباح التي سيحققها في المستقبل؛
- و لاشك أن الدراسة الحالية قد استفادت من الدراسات السابقة في التعرف على أهم محاور الخدمات المصرفية الالكترونية والإطلاع على المجالات والنماذج الخاصة بهذه الخدمات وفي بناء أداة الدراسة.

خلاصة الفصل

تناولنا في هذا الفصل جانب الأدبيات النظرية و التطبيقية حيث تم التطرق في المبحث الأول لمفهوم الخدمة المصرفية خصائصها جودتها، تصنيفها و عوامل نجاحها وكذلك إلى مفهوم الخدمة المصرفية الالكترونية، أنواعها ، متطلباتها وأهميتها وكذلك تقديم مفهوم لتقييم الربحية المصرفية ، وسائل تعظيم الربحية في البنوك و نموذج لي معايير قياس الربحية البنوك التجارية.

أما المبحث الثاني فتم فيه عرض للدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع دراستنا، حيث تطرقنا لأهم جوانب الدراسة والمتمثلة في دراسة الحالة وطريقة المعالجة كما ذكرنا أهم النتائج المتوصل إليها ثم أوجه الاختلاف والشبه.

الفصل الثاني:

الدراسة الميدانية – دراسة الحالة: بنك الخليج الجزائر
خلال الفترة 2011-2016

تمهيد

بعد أن تطرقنا في الفصل الأول إلى المفاهيم المتعلقة بالخدمات المصرفية، الخدمات المصرفية الإلكترونية و لتقييم الربحية المصرفية ، وسائل تعظيم الربحية في البنوك و نموذج لي معايير قياس ربحية البنوك التجارية ، وكذلك الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع. سنحاول في هذا الفصل تطبيق الجانب النظري في الواقع العملي من خلال دراستنا للبنك الخليج الجزائر .

سنحاول في هذا الفصل دراسة تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنك الخليج الجزائر حيث تعتبر الدراسة الميدانية مجالا لجمع المعطيات من الواقع الاجتماعي المراد دراسته.

ولإمام أكثر بالجانب التطبيقي ارتأينا أن نتناول من خلال هذا الفصل كل من اختيار مجتمع الدراسة والعينة، طريقة جمع وتلخيص المعطيات و المتغيرات، الأدوات المستخدمة، كما سيتم عرض و تحليل و مناقشة نتائج الدراسة.

المبحث الأول : الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة

تتمحور الدراسة الميدانية بشكل أساسي على دراسة وتحليل نموذج الربحية في البنك . بحيث سنتطرق في هذا المبحث إلى تحديد مجتمع الدراسة و عينتها، طريقة جمع البيانات و تلخيص المعطيات المجمعة، ثم تحديد المتغيرات مما يعطي للبحث قيمة علمية ، وذلك في المطلب الأول أما فيما يتعلق بالمطلب الثاني سنتطرق إلى تحديد الأدوات المستخدمة في الدراسة، ومن خلالها يتسنى لنا إثبات أو نفي فرضيات ومن ثم إستنتاج نتائج نهائية للبحث.

المطلب الأول : اختيار مجتمع الدراسة و تحديد متغيرات الدراسة :**الفرع الأول : اختيار عينة الدراسة**

تتمثل مجتمع الدراسة من القطاع المصرفي الجزائري، حيث قيدت الدراسة بما هو متوفر من بيانات ومعلومات عن البنوك التجارية الجزائرية. واخترنا منها عينة من بنك الخليج الجزائر

أولا: نبذة عن البنك الخليج الجزائر¹

تأسس بنك الخليج الجزائر في 15 ديسمبر 2003 بموجب القانون الجزائري وهو عضو من أبرز أعضاء مجموعة أعمال في الشرق الأوسط كيبكو (الشركة الكويتية للمشاريع)، برأس مال قدره 10مليار دينار جزائري ، يملكها ثلاثة بنوك ذات سمعة دولية مرموقة وهي Borgan Bank بقيمة % 60 وبنك تونس العالمي ب % 30 وبنك الأردن الكويتي ب % 10 ، وبنك الخليج الجزائر بنك تجاري بدأ عمله في 2004 يمارس عمله الآن لتغيرات والتقلبات. في بيئة اقتصادية وبنكية مهمته الرئيسية تتمثل في المساهمة في التنمية الاقتصادية في الجزائر ، كما يقدم منتجات وخدمات مالية متطورة على نطاق واسع وبشكل مستمر للشركات والأفراد، يقدم بنك الخليج الجزائر خدمات مصرفية تقليدية وكذا خدمات تتوافق مع متطلبات الشريعة الإسلامية (المراجعة ، الإيجار) ، و لديه شبكة تتكون من 58 وكالة على مستوى الوطن .

إستراتيجية بنك الخليج الجزائر

تركز إستراتيجية هذا البنك على خمسة مجالات

- إدارة الجودة الشاملة : حيث يندرج ضمنها كافة الإجراءات المتخذة من طرف البنك من أجل تحقيق جودة الخدمة.
- المصرفية مع العملاء الداخليين والخارجيين.
- توسيع شبكة الوكالة : جعل الوكالات أقرب للعملاء مع تقديم منتجات بمزايا وخدمات مصممة عالميا.
- توسيع عروض المنتجات والخدمات بهدف تلبية توقعات الجميع.
- تركيز إدارة الموارد البشرية على الأداء : من خلال تحفيز العمال حسب النتيجة المحققة.

¹ www.agb.dz 2017/03/18,11:20

- السعي إلى اكتساب حصص في السوق : من خلال النمو والتوسع في اكتساب حصص في السوق والمشاركة في تنمية الاقتصاد الجزائري.

ثانيا : واقع استخدام الخدمات المصرفية بطرق إلكترونية في البنك محل الدراسة

إن حجم المعلومات المتبادلة في البنك يتضاعف بسرعة هائلة، ومع تزايد حاجة المستعملين للمعلومة المناسبة في الوقت المناسب وعلى الشكل المناسب جاءت عدة برامج تقنية لحل هذه المشاكل وتحسين نوعية الخدمات المقدمة إلى الزبائن بالإضافة إلى تحسين إنتاجية العاملين في البنك ، وأهم هذه البرامج النظام البنكي العالمي (SGB) و هو نظام متعدد اللغات و العملات يمكن من الربط بين مختلف وحدات البنك مع النظم الأخرى في داخل و الخارج و يقوم بعمليات إضافية و هي :

- فتح الحسابات؛
- إدارة حسابات العملاء؛
- إدارة التوقعات المقدمة؛
- إدارة حسابات المستخدمين؛
- إدارة الشيكات؛
- إدارة مختلف العمليات.

الفرع الثاني : أساليب جمع البيانات وتلخيص المعطيات

أولاً: طريقة جمع المعلومات والبيانات

بغرض تنفيذ أهداف الدراسة، واختبار فرضيات تم جمع المعطيات اللازمة لها عن طريق ما يلي :

أ- المصادر الثانوية : حيث تم معالجة الجزء النظري للدراسة من خلال الاعتماد على الكتب الأبحاث والمقالات والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة.

ب- المصادر الأولية : لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة، تم الاعتماد على جمع المعطيات الأولية من خلال:

1 - المقابلة : لقد اخترنا أسلوب المقابلة الشخصية من أجل الحصول على القوائم والتقارير المالية، وتمثل في الميزانية وجدول حسابات النتائج للبنك محل الدراسة.

2 - الملاحظة : وقد استخدمنا أسلوب الملاحظة كذلك، إلى جانب المقابلة الشخصية وذلك من خلال الزيارات التي قمنا بها في مختلف مصالح المؤسسة محل الدراسة.

ثانيا : تلخيص المعطيات

تنطلق هذه الدراسة من جمع المعطيات الخاصة بمؤشرات تقييم ربحية البنك للمؤسسة محل الدراسة وتمثل هذه المعطيات تحديدا في البيانات الموجودة في الميزانية وجدول حسابات النتائج في الفترة (2011-2016). إضافة إلى المعلومات التي تلقيناها من طرف البنك الخليج الجزائر .

أولا: المتغيرات التابعة (المفسرة)

ربحية البنك : ممثلا في العائد على المبيعات والعائد على حقوق الملكية والعائد على الأصول باعتبارهم أحد مؤشرات الربحية .

ثانيا: المتغيرات المستقلة (التفسيرية)

الخدمات المصرفية الالكترونية : حيث توجد عدة أنواع للخدمات المصرفية الالكترونية والتي اخترنا منها البطاقات البنكية؛ الشبكات الالكترونية؛ التحويلات المالية الالكترونية

الفرع الثالث : الأساليب الإحصائية المستخدمة

بغرض التوصل إلى هدف هذه الدراسة والتحقق من فرضياتها تم استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة للقيام بتحليل البيانات المالية التي تم جمعها حيث قام الباحث بحساب النسب المالية المتعلقة بالربحية ، كما تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط لتوضيح أثر المتغير التابع والمتمثل في الأداء المالي لبنك الخليج الجزائر ومدى تأثيره بالمتغير المستقل والمتمثل في خدمات المصرفية الإلكترونية ، وذلك باستخدام برنامج التحليل الإحصائي Eviews 9 حيث تم تطبيق الاختبارات التالية:

- اختبار (F) للتعرف على معنوية النموذج ككل.

- معامل التحديد (R^2) لتوضيح القوة التفسيرية للنموذج بصورة إجمالية

- اختبار الارتباط الذاتي للأخطاء " إحصائية (Durbin et Watson)

أولا: تقديم مختصر للبرامج المستخدمة:

أ- MICROSOFT OFFICE EXCEL

تعريفه:

وهو أحد البرامج الموفرة ضمن حزمة أوفيس وهو مخصص للعمليات الحسابية حيث أنه عبارة عن أوراق افتراضية يمكن إضافة معادلات حسابية عليها ومن ثم إضافة الأرقام ويقوم البرنامج بالعمليات الحسابية بشكل آلي كما يتم من خلاله ترجمة الأرقام والدوال الرياضية إلى أشكال بيانية.

ب- تقديم مختصر لبرنامج Eviews :

- برنامج متقدم في التحليل القياسي وبناء وتقدير النماذج الاقتصادية ويعتبر نسخة مطورة من البرنامج السابق وقد تم تصميمه للتعامل مع المشاكل الإحصائية الناتجة عن تقدير نماذج الانحدار كالاتباط الذاتي (TSP) واختلاف التباين .

المعادلة المتعلقة ببيان تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على مؤشر الربحية في بنك الخليج الجزائر

Y : متغير تابع ويشير إلى مؤشر الربحية والتي اخترنا منها ثلاثة مؤشرات .

β_0 : وتعني الثابت .

β_1 : معاملات المتغيرات المستقلة.

SP: يشير إلى الخدمات المصرفية الإلكترونية .

$$Y = \beta_0 + \beta_1 SP$$

المطلب الثاني: جمع و قياس متغيرات الدراسة

الفرع الأول: حساب مؤشرات الربحية لبنك الخليج الجزائر خلال الفترة 2011-2016

من خلال القوائم المالية الخاصة ببنك الخليج الجزائر سيتم حساب النسب المالية المتعلقة بربحية البنك خلال الفترة 2011-2016

أولا : . معدل العائد على المبيعات (هامش الربح) (Profit Margin)

الجدول التالي يوضح معدل العائد على المبيعات - هامش الربح - خلال السنوات 2011-2016 بالنسبة لبنك الخليج

الجزائر و الذي يحسب بالعلاقة التالية :

$$\text{العائد على المبيعات} = \text{صافي الدخل} \div \text{إجمالي الإيرادات}$$

جدول رقم (1-2) : معدل العائد على المبيعات لبنك الخليج الجزائر خلال السنوات 2011- 2016

السنوات	صافي الدخل	إجمالي الإيرادات	معدل العائد على المبيعات PM
2011	2591296	7 113 187	%36.42
2012	3 999 080	10631792	%37.61
2013	5 035 072	11667856	%43.15
2014	4 010 423	11853353	%33.83
2015	3 628 435	12338269	%29.41
2016	2 631 793	118 959 61	%22.12

المصدر : من إعداد الطالب اعتمادا على القوائم المالية للبنك محل الدراسة

ثانيا :معدل العائد على الأصول (Return On Assets (ROA)

الجدول التالي يوضح معدل العائد على الأصول خلال السنوات 2011-2016 بالنسبة لبنك الخليج الجزائر و الذي يحسب بالعلاقة التالية :

$$\text{العائد على الأصول} = \text{صافي الدخل} / \text{إجمالي الأصول}$$

جدول رقم (2-2) : معدل العائد على الأصول لبنك الخليج الجزائر خلال السنوات 2011- 2016

السنوات	صافي الدخل	إجمالي الأصول	معدل العائد على الأصول ROA
2011	2591296	75211482	%3.45
2012	3 999 080	105 239 265	%3.80
2013	5 035 072	138 962 534	%3.62
2014	4 010 423	176 819 450	%2.27
2015	3 628 435	177 377 511	%2.05
2016	2 631 793	189382415	% 1.38

المصدر : من إعداد الطالب اعتمادا على القوائم المالية للبنك محل الدراسة

من خلال الجدول يلاحظ أن معدل العائد على الأصول في انخفاض مستمر وذلك نتيجة للتذبذب صافي الدخل مع ارتفاع لإجمالي الأصول هذا راجع إلى توزيعات الأرباح والزيادة في الاحتياطات.

ثالثا: معدل العائد على حقوق الملكية (Return On Equity (ROE)

الجدول التالي يوضح معدل العائد على حقوق الملكية خلال السنوات 2011-2016 بالنسبة لبنك الخليج الجزائر و الذي يحسب بالعلاقة التالية :

$$\text{العائد على حقوق الملكية} = \text{صافي الدخل} / \text{حقوق الملكية}$$

جدول رقم (3-2) : معدل العائد على حقوق الملكية لبنك الخليج الجزائر خلال السنوات 2011-2016

السنوات	صافي الدخل	حقوق الملكية	معدل العائد على حقوق الملكية ROE
2011	2591296	13481096	19 %
2012	3 999 080	15695198	25 %
2013	5 035 072	18940661	27 %
2014	4 010 423	20376577	20 %
2015	3 628 435	22952772	16 %
2016	2 631 793	24703413	10 %

المصدر : من إعداد الطالب اعتمادا على القوائم المالية للبنك محل الدراسة

يلاحظ من خلال الجدول أن نسبة العائد على حقوق الملكية 19 % سنة 2011 ثم إرتفعت إلى 25% و 27 % سنة 2012، 2013 و يرجع السبب في ذلك إلى ارتفاع قيمة حقوق الملكية إلا أنها إنخفضت تدريجيا إلى 20% و 16% و 10% ، سنة 2014، 2015، 2016 على التوالي .

الفرع الثاني: الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك محل الدراسة خلال السنوات 2011-2016

جدول رقم (4-2) : الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك محل الدراسة خلال السنوات 2011-2016

2016	2015	2014	2013	2012	2011	البيان
973855	806002	741103	519928	402644	241900	الصراف الألي
31401	25219	22311	21426	210729	209147	الرسائل القصيرة SMS
13883	12320	11432	11792	10984	10599	التحويلات المالية الإلكترونية

المصدر : من إعداد الطالب اعتمادا على التقارير المالية للبنك محل الدراسة

المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

سنتناول في هذا المبحث عرض كافة نتائج الدراسة بالإضافة إلى تحليل هذه النتائج واختبار مدى صحة الفرضيات الرئيسية والفرضيات الفرعية لهذه الدراسة

المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة

سنقوم فيما يلي بعرض كل النتائج المستخلصة من هذه الدراسة وذلك وفقا لمخرجات برنامج Eviews9

جدول رقم (5-2) : يوضح العلاقة بين حجم إستخدام أجهزة الصراف الألي والعائد على المبيعات

Dependent Variable: PM
Method: Least Squares
Date: 04/06/18 Time: 16:12
Sample: 2011 2016
Included observations: 6

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.463891	0.055804	8.312849	0.0011
SA	-2.06E-07	8.42E-08	-2.443795	0.0709
R-squared	0.598882	Mean dependent var		0.337567
Adjusted R-squared	0.498603	S.D. dependent var		0.072731
S.E. of regression	0.051500	Akaike info criterion		-2.833264
Sum squared resid	0.010609	Schwarz criterion		-2.902677
Log likelihood	10.49979	Hannan-Quinn criter.		-3.111132
F-statistic	5.972132	Durbin-Watson stat		1.229726
Prob(F-statistic)	0.070918			

جدول رقم (6-2) : يوضح العلاقة بين قيمة التحويلات المالية الالكترونية والعائد على الأصول

Dependent Variable: ROA
Method: Least Squares
Date: 04/08/18 Time: 19:01
Sample: 2011 2016
Included observations: 6

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.132736	0.031508	4.212753	0.0136
TM	-8.74E-06	2.65E-06	-3.296709	0.0300
R-squared	0.730971	Mean dependent var		0.029283
Adjusted R-squared	0.663714	S.D. dependent var		0.011963
S.E. of regression	0.006937	Akaike info criterion		-6.842557
Sum squared resid	0.000193	Schwarz criterion		-6.911971
Log likelihood	22.52767	Hannan-Quinn criter.		-7.120425
F-statistic	10.86829	Durbin-Watson stat		1.046903
Prob(F-statistic)	0.030026			

جدول رقم (7-2) : علاقة بين خدمة الرسائل القصيرة SMS بين والعائد على الحقوق الملكية

Dependent Variable: ROE
Method: Least Squares
Date: 04/06/18 Time: 16:14
Sample: 2011 2016
Included observations: 6

Variable	Coefficient	Std. Error
C	0.179041	0.037976
SMS	1.84E-07	3.09E-07
R-squared	0.081562	Mean dependent var
Adjusted R-squared	-0.148048	S.D. dependent var
S.E. of regression	0.065963	Akaike info criterion
Sum squared resid	0.017404	Schwarz criterion
Log likelihood	9.014742	Hannan-Quinn criter.
F-statistic	0.355218	Durbin-Watson stat
Prob(F-statistic)	0.583262	

المطلب الثاني : تحليل ومناقشة النتائج

1- تحليل ومناقشة ربحية البنك

يظهر من خلال الجدول (2-1) أن نتائج مؤشر العائد على المبيعات تسجل ارتفاعا خلال السنوات 2011؛ 2012؛ 2013

ثم تنخفض خلا السنوات 2014؛ 2015؛ 2016 و يعود هذا الانخفاض الى انخفاض صافي الدخل

كما يظهر من خلال الجدول (2-2) أن معدل العائد على الأصول في انخفاض مستمر وذلك نتيجة للتذبذب صافي الدخل مع ارتفاع لإجمالي الأصول هذا راجع إلى توزيعات الأرباح والزيادة في الاحتياطات.

كما يظهر خلال جدول رقم (2-3) : تظهر نتائج مؤشرات العائد على حقوق الملكية في تذبذب حيث حققت أعلى نسبة لها سنة 2013 بمعدل 27% وأقل نسبة سنة 2016 بمعدل 10% وهي أقل نسبة.

2- تقييم نتائج النموذج

أ - جدول رقم (5-2) : علاقة حجم إستخدام أجهزة الصراف الألي و العائد على المبيعات .

المعنوية الجزئية : معنوية المعالم المقدرة من خلال مخرجات برنامج Eviews نلاحظ أن القيمة الاحتمالية (prop) تساوي $0.05 > 0.0011$

ومنه نرفض الفرض القائل $H_0 : \beta_1 = 0$ أي توجد علاقة طردية

ونقبل الفرض القائل $H_1 : \beta_1 \neq 0$ لا توجد علاقة طردية

أي أن β_1 تختلف معنويا عن الصفر بمستوى دلالة 5% وبالتالي هناك علاقة ذات دلالة بين المتغير المستقل x_1 والمتغير التابع y أي أن القيم المقدرة لديها معنوية إحصائية.

المعنوية الكلية :

معامل التحديد " قوة ارتباط النموذج "

يعتبر متغير حجم إستخدام أجهزة الصراف الألي حسب النموذج المقدر والذي يفسر لنا 59.88% من المتغيرات الإجمالية للمتغير y العائد على المبيعات ، أما النسبة المتبقية ترجع إلى المتغيرات المفسرة الأخرى.

Prob (F-statistic)

نلاحظ أيضا أن القيمة الاحتمالية المرفقة (Prob (F-statistic) اقل تماما من مستوى المعنوية 5%، انه توجد على الأقل معلمة تختلف عن الصفر بمعنى أن للنموذج معنوية إحصائية كلية يصلح لتمثيل علاقة عند مستوى المعنوية.

اختبار الارتباط الذاتي للأخطاء " إحصائية (Durbin Watson)

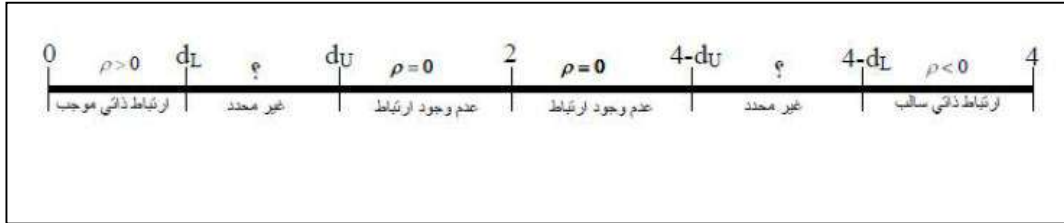
من خلال مخرجات برنامج (Eviews) الذي استعنا به في دراستنا نستخرج قيمة (DW) حيث تساوي 1.229726 وبالرجوع إلى الجدول الإحصائي (DW) في الملحق رقم (13) نستخرج قيمة كل من الحدين الأعلى والأدنى ل d (dl-du) حيث لدينا : n (عدد المشاهدات) = 06

K (عدد المتغيرات) = 1

ومنه $dl = 0.610$ ، $du = 1.400$

ومن خلال المعطيات أعلاه والتي قمنا باستخراجها من النموذج الأول والذي يبين حجم إستخدام أجهزة الصراف الألي و العائد على المبيعات أي المتغير المستقل والمتغير التابع على التوالي، وبالرجوع إلى الجدول الإحصائي (DW) نحدد القيمة المراد البحث عنها من خلال الجدول.

الشكل رقم (2-1) : تمثيل نتيجة اختبار لمناطق القبول والرفض (DURBIN et WATSON)



بالاعتماد على الشكل رقم (2-1): نلاحظ أن قيمة dw تقع ضمن المجال $[2 - du]$ أي عدم وجود ارتباط ذاتي للأخطاء وهذا يدل على أن النموذج جيد، ومن خلال الاختبارات الإحصائية التي أجريت يمكن القول أن النموذج المقدر مقبول إحصائياً.

ب - الجدول رقم (2-6) يوضح العلاقة بين قيمة التحويلات المالية الالكترونية والعائد على الأصول

المعنوية الجزئية : معنوية المعالم المقدرة من خلال مخرجات برنامج Eviews9 نلاحظ أن القيمة الاحتمالية (prop) تساوي $0.05 > 0.0136$

ومنه نرفض الفرض القائل $H_0 : \beta_1 = 0$ أي توجد علاقة طردية

ونقبل الفرض القائل $H_1 : \beta_1 \neq 0$ لا توجد علاقة طردية

أي أن β_1 تختلف معنوياً عن الصفر بمستوى دلالة 5% وبالتالي هناك علاقة ذات دلالة بين المتغير المستقل x_2 والمتغير التابع y أي أن القيم المقدرة لديها معنوية إحصائية.

المعنوية الكلية :

معامل التحديد " قوة ارتباط النموذج "

يعتبر متغير التحويلات المالية الالكترونية حسب النموذج المقدر والذي يفسر لنا 73.09% من التغيرات الإجمالية للمتغير y العائد على الأصول ، أما النسبة المتبقية ترجع إلى المتغيرات المفسرة الأخرى.

Prob (F-statistic)

نلاحظ أيضاً أن القيمة الاحتمالية المرفقة **Prob (F-statistic)** أقل تماماً من مستوى المعنوية 5%، انه توجد على الأقل معلمة تختلف عن الصفر بمعنى أن للنموذج معنوية إحصائية كلية يصلح لتمثيل علاقة عند مستوى المعنوية.

اختبار الارتباط الذاتي للأخطاء " إحصائية (Durbin Watson)

من خلال مخرجات برنامج (Eviews) الذي استعنا به في دراستنا نستخرج قيمة (DW) حيث تساوي 1.046903 وبالرجوع إلى الجدول الإحصائي (dw) في الملحق رقم (13) نستخرج قيمة كل من الحدين الأعلى والأدنى ل d (dl-du) حيث لدينا n : (عدد المشاهدات) = 06

K (عدد المتغيرات) = 1

ومنه dl = 0.610 ، du = 1.400

بالاعتماد على الشكل السابق نلاحظ أن قيمة dw تقع ضمن المجال [2 - du] أي عدم وجود ارتباط ذاتي للأخطاء وهذا يدل على أن النموذج جيد، ومن خلال الاختبارات الإحصائية التي أجريت يمكن القول أن النموذج المقدر مقبول إحصائياً.

ج- الجدول رقم (7-2) علاقة الرسائل القصير sms والعائد على حقوق الملكية

المعنوية الجزئية

معنوية المعالم المقدرة من خلال مخرجات برنامج Eviews نلاحظ أن القيمة الاحتمالية (prop) تساوي 0.0092 < 0.05

ومنه نرفض الفرض القائل $H_0 : \beta_1 = 0$ أي توجد علاقة طردية

ونقبل الفرض القائل $H_1 : \beta_1 \neq 0$ لا توجد علاقة طردية

أي أن β_1 تختلف معنوياً عن الصفر بمستوى دلالة 5% وبالتالي هناك علاقة ذات دلالة بين المتغير المستقل x3 والمتغير التابع y أي أن القيم المقدرة لديها معنوية إحصائية.

المعنوية الكلية

معامل التحديد " قوة ارتباط النموذج "

يعتبر متغير الرسائل القصيرة SMS حسب النموذج المقدر والذي 8.15 % يفسر لنا من التغيرات الإجمالية للمتغير y العائد على حقوق الملكية، أما النسبة المتبقية ترجع إلى المتغيرات المفسرة الأخرى.

Prob (F-statistic)

لاحظنا أيضاً أن القيمة الاحتمالية المرفقة (Prob (F-statistic) أقل تماماً من مستوى المعنوية 5%، انه توجد على الأقل معلومة تختلف عن الصفر بمعنى أن للنموذج معنوية إحصائية كلية يصلح لتمثيل علاقة عند مستوى المعنوية.

اختبار الارتباط الذاتي للأخطاء " إحصائية (Durbin Watson)

من خلال مخرجات برنامج (Eviews) الذي استعنا به في دراستنا نستخرج قيمة (DW) حيث تساوي 0.969682

وبالرجوع إلى الجدول الإحصائي (dw) في الملحق رقم (13) نستخرج قيمة كل من الحدين الأعلى والأدنى ل (dI-du) حيث لدينا : n = (عدد المشاهدات) = 06

K = (عدد المتغيرات) = 1

ومنه 0.610 = dI ، 1.400 = du

بالاعتماد دوماً على نفس الشكل نلاحظ أن قيمة dw تقع ضمن المجال [2 - 4du] أي عدم وجود ارتباط ذاتي للأخطاء وهذا يدل على أن النموذج جيد، ومن خلال الاختبارات الإحصائية التي أجريت يمكن القول أن النموذج المقدر مقبول إحصائياً.

مما سبق نستنتج أن الاختبارات السابقة للنماذج الثلاثة والمتعلقة بتحليل العلاقة بين كل من حجم إستخدام أجهزة الصراف الألي والتحويلات المالية الالكترونية والرسائل القصيرة ومتغير الدراسة وهو العائد على حقوق الملكية والعائد على المبيعات ، نستنتج أن النموذج الثاني والذي يمثل العلاقة بين المتغيرين أي المتغير المستقل 2x وهو التحويلات المالية الالكترونية والمتغير التابع (y) العائد على الأصول هو الأفضل من بين النماذج الأخرى وهو يصلح لتمثيل العلاقة عند مستوى معنوية أقل من 5% أي بدرجة ثقة 95% وهذا يدل على أن النموذج صالح لتمثيل العلاقة المذكورة، وأن قيمة معامل التحديد R² قد بلغ 73.09% من التغيرات الحاصلة في العائد على حقوق الملكية أما النسبة المتبقية 26.91% فتراجع لعوامل أخرى، وهذا ما يثبت أن العلاقة عكسية بين عدد التحويلات المالية الإلكترونية و العائد على الأصول.

أما النموذج الذي يأتي في المرتبة الثانية وهو النموذج الأول والذي يمثل العلاقة بين المتغيرين حجم إستخدام الصراف الألي والعائد على المبيعات وهو يصلح لتمثيل العلاقة عند مستوى معنوية أقل من 5% أي بدرجة ثقة 95%، إن قيمة معامل التحديد R² قد بلغت 59.82% من التغيرات الحاصلة في العائد على المبيعات وهي نسبة شبه ضعيفة مقارنة بالنموذج الثاني وأما القيمة المتبقية فتقدر بنسبة 40.12% فتعود لعوامل أخرى، ومنه يمكن القول أن العلاقة عكسية بين حجم إستخدام الصراف الألي والعائد على المبيعات

ثم يليه النموذج الأخير والذي يوضح العلاقة بين الرسائل القصيرة SMS والعائد على حقوق الملكية حيث بلغ معامل التحديد 8.15% وأما البقية المتبقية 91.85% ترجع لعوامل أخرى، أي ليس لها دلالة إحصائية أي هناك علاقة عكسية بين الرسائل القصيرة SMS والعائد على حقوق الملكية

خلاصة الفصل

تم استخدام في تقييم البنك مؤشرات الربحية، وكذلك استعملنا في قياس تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على العائد على حقوق الملكية والعائد على الأصول والعائد على المبيعات للبنك محل الدراسة نموذج الانحدار البسيط مستخدمين في ذلك برنامج Eviews9 وذلك تقدير العلاقة. يمكن تلخيص أهم النتائج المتوصل إليها :

- توجد علاقة عكسية بين المتغير المستقل حجم إستخدام أجهزة الصراف الألي والمتغير التابع اعائد على المبيعات ؛
- توجد علاقة عكسية بين المتغير المستقل التحويلات المالية الالكترونية و المتغير التابع العائد على الأصول ؛
- توجد علاقة عكسية بين المتغير المستقل الرسائل القصيرة SMS و المتغير التابع العائد على حقوق الملكية .



يعرف الاقتصاد العالمي تحولات أفرزتها معطيات مختلفة، أهمها التطورات التكنولوجية مما انعكس إيجاباً على الاقتصاد العالمي فظهرت أفكار اقتصادية تعكس هذه التطورات كما تسمح بتجديدها وقد امتدت هذه الأفكار إلى النظام المصرفي والتي تم استغلالها كبديل للخدمات البنكية التقليدية التي لم تعد ملائمة للعصر وتطوراته فكان من الضروري إيجاد خدمات حديثة تلائم متطلبات العصر.

وتسعى البنوك جاهدة إلى تطوير خدماتها المصرفية من خلال ادخالها تقنيات وخدمات حديثة تضمن لها تقديمها بجودة عالية ودقة وسرعة في الأداء كما أنها تحقق رضا المتعاملين وتحول رضاهم إلى ولاء، والهدف من ذلك تحقيق استقرار البنك والمحافظة على مكانته المصرفية في ظل التغيرات الاقتصادية المستمرة من عولمة وانفتاح اقتصادي. ومن خلال هذه الخاتمة سنعرض نتائج البحث وتوصياته وفي الأخير أفق الدراسة.

نتائج البحث واختبار الفرضيات

بخصوص الفرضية الأولى : وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين حجم إستخدام أجهزة الصراف الألي والعائد على المبيعات ، من خلال النموذج الأول الذي يفسر العلاقة بين حجم إستخدام أجهزة الصراف الألي والعائد على المبيعات وبالتالي عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين أي وجود علاقة عكسية بين المتغيرين وهذا ما ينفي الفرضية الأولى.

بخصوص الفرضية الثانية : وجود علاقة عكسية بين التحويلات المالية الالكترونية والعائد على الأصول من خلال النموذج الثاني الذي يفسر العلاقة بين التحويلات المالية الالكترونية والعائد على الأصول يتضح وجود علاقة عكسية بين المتغيرين وهذا ما يثبت الفرضية الثانية.

بخصوص الفرضية الثالثة : توجد علاقة عكسية بين الرسائل القصيرة SMS والعائد على حقوق الملكية، من خلال النموذج الثالث الذي يفسر العلاقة بين التحويلات المالية الالكترونية والعائد على حقوق الملكية يتضح وجود علاقة عكسية بين المتغيرين وهذا ما يثبت الفرضية الثالثة.

الاقتراحات والتوصيات

- الاهتمام بتطوير التجارة الالكترونية؛
- تقوية شبكة المعلومات المصرفية الالكترونية الجزائرية؛
- زيادة توعية العملاء بأهمية الخدمات المصرفية الالكترونية؛
- القيام بدورات تكوينية مكثفة لموظفي البنوك في مجال الخدمات الالكترونية .



المراجع

قائمة المراجع

أولا باللغة العربية

أ- الكتب:

- 1- العجارمة تيسير، تيسير التسويق المصرفي، دار حامد للنشر والتوزيع، 2004.
- 2- انور سلطان مُجد سعيد، ادارة البنوك، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2005.
- 3- سفر احمد، العمل المصرفي الالكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2006.
- 4- عرفيات احمد وآخرون، تسويق الخدمات المصرفية، الطبعو الاولى، دار اثراء للنشر والتوزيع، الاردن، 2012.
- 5- ناصر سليمان، التقنيات البنكية وعمليات الائتمان، ديوان المطبوعات الجامعية، 2012.

ب: المذكرات الاطروحات:

- 1- ابو زعيتر، العوامل المؤثرة على ربحية المصارف التجارية العاملة في فلسطين، رسالة ماجستير، الجامعة الاسلامية، غزة، 2006.
- 2- الرشدان يمن أحمد، محددات الربحية في المصارف التجارية الاردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة ال البيت، عمان، 2002.
- 3- دراجي أم الخير، اثر عصرة الخدمات المصرفية على الاداء البنكي، مذكرة ماستر اكاديمي علوم اقتصادية علوم التسيير، جامعة ورقلة 2014/2015.
- 4- عبد الرحيم وهيب، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالالكترونية، دراسة حالة الجزائرية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير اكاديمي، فرع نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2006/2005.
- 5- عبد الله سليمة، دور تسويق الخدمات المصرفية في تفعيل النشاط البنكي، دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري ن مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تسويق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2008/2009.
- 6- عاشوري صورية، دور نظام التقييم المصرفي في دعم الرقابة على البنوك التجارية، دراسة حالة البنك الوطني الجزائري، مذكرة ماجستير، جامعة فرحات عباس، سطيف.

- 7- كرغلي اسماء ، اليقضة التكنولوجية كاداة لزيادة القدرة التنافسية للبنوك ،دراسة مرجعية مقارنة للبنوك العاملة بالبوية ، شهادة ماجيستير ، تخصص تسويق، جامعة بومرداس ن الجزائر ، 2014.
- 8-معطي سيد احمد ، واقع وتأثير التكنولوجيا الجديدة للاعلام والاتصال على أنشطة البنوك التجارية ،مذكرة ماجيستير ،تخصص حوكتت الشركات ، جامعة تلمسان ،.2014
- 9- موسى نجة ، اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على ربحية البنوك التجارية ، مذكرة ماستر ، جامعة ورقلة 2011.

ث: الملتقيات و المجلات :

- 1- بختي ابراهيم ، محاضرة في مقياس الصيرفة الالكترونية ، مستوى الثانية ماستر ،اختصاص مالية وبنوك ،2018./2017
- 2- تھتان مراد،شروقي زيد الدين ، العوامل المؤثرة على ربحية البنوك التجارية دراسة تطبيقية على عينة من البنوك التجارية العاملة في الجزائر خلال الفترة 2005/2011 ، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية ، العدد الاول :افريل .2014
- 3-حسين رحيم ،هوارى معراج ، الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية ، ملتقى المنظومة المصرفية والتحويلات الاقتصادية ، جامعة شلف ،.2004
- 4- طواهر عبد الجليل ، الهوارى جمال ، محاولة قياس رضا الزبون على جودة الخدمات الالكترونية باستعمال مقياس دراسة حالة موقع ويب مؤسسة بريد الجزائر ،مجلة اداء المؤسسات الجزائرية ، العدد 02 ./2012
- 5- عرابة رابح ، دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الالكترونية مجلة الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية ، العدد 2012./08
- 6-منصوري الزين ،وسائل وانظمة الدفع والسداد الالكتروني ، مداخلة في الملتقى الدولي الرابع حول: عوامل الانتشار وشروط النجاح وسائل الدفع الالكتروني ، جامعة البليلة يومي: 26-27 افريل ،.2011
- 7- مسعودي عبد الهادي ،العوامل المؤثرة على تبني الصيرفة الالكترونية من وجهة نظر الادارة البنكية ، حالة عينة من البنوك التجارية النشطة بالجزائر ، مجلة، العدد15 ، 2015.

ثانيا: باللغة الاجنبية :

- 1- Ahmad Zakaria siam , american journal of applied sciences , banks Role of the electronic banking services on the profits of jordanian
- 2- Christine Ennew & Nigel waite, financial services marketing, an interntionl guid to principles and pratice , boston , buterworth- heinemann, 2007.
- 3- Monique Zollinger, eric lamarque, marketing et stratege de la banque, (paris:4 èdtion, èdtion dunod,2006.
- 4- Sana Haider Sumra , Mohammed khurram Manzoor, the Impact of e-banking on the profitability of banks pakistani banks ,2011.
- 5- Husni Ali Kharawish& Noor Mousa Al-sadi, lampact of E-banking on bank profitability , evidence from jordan.

ثالثا : المواقع الالكترونية

- 1- WWW.agb . dz 18/03/2017; 11:20.

الملاحق

الملحق رقم (01)

Etats Financiers

Bilan arrêté
au 31/12/2011

Actif au 31/12/2011

		En milliers DA	
NOTE	RUBRIQUE	31/12/2011	31/12/2010
2. A 1	Caisses, Banques Centrales, Centres des Chèques Postaux, Trésor Public	21 013 680	25 806 751
	Actifs financiers détenus à des fins de transaction		
	Actifs financiers détenus disponibles à la vente		
2.A 2	Créances sur les Institutions Financières	21 163	102 882
2. A 3	Créances sur la Clientèle	44 622 412	26 412 155
	Actif détenue jusqu'à l'échéance		
2. A 4	Impot courant Actif	658 704	513 008
	Impot différé Actif		
2. A 5	Autres actifs	5 854 505	1 681 445
2. A 6	Comptes de régularisation	160 302	165 900
2. A 7	Participation dans les filiales les co-entreprise ou les entités associées	15 675	15 675
	Immeubles de placement		07
2. A 8	Immobilisations corporelles	2 830 037	2 583 160
2. A 9	Immobilisations incorporelles	35 004	27 787
	Ecart d'aquisition		
	Total actif	75 211 482	57 308 763

الملحق رقم (02)

Etats Financiers

Bilan arrêté
au 31/12/2011

rapport

11

Passif au 31/12/2011

			En milliers DA
NOTE	RUBRIQUE	31/12/2011	31/12/2010
	Banque centrale, CCP		
2.P1	Dettes envers les institutions financières	235 163	334 822
2.P2	Dettes envers la clientèle	43 726 586	32 617 304
2.P3	Dettes représentées par des titres	6 263 544	5 568 889
2.P4	Impôt courant Passif	1 120 793	713 389
	Impôts Différés Passif		
2.P5	Autres Passifs	8 864 210	4 784 667
2.P6	Comptes de régularisation	545 944	166 356
2.P7	Provisions pour risques et charges	61 016	34 146
	Subventions d'équipement autres subventions d'investissements		
2.P8	Provisions pour Risques Bancaires Généraux	913 129	694 395
	Dettes subordonnées		
2.P9	Capital Social	10 000 000	10 000 000
	Primes liées au capital		
	Réserves légales		166 795 276.67
	Ecart d'évaluation		
2.P10	Ecart de réévaluation	268 348	166 795
2.P11	Report à nouveau	621 452	196 946
	Résultat de l'exercice	2 591 296	2 031 054
	Total Passif	75 211 482	57 308 763

الملحق رقم (03)

ANNEXE N° 1 du bilan au 31/12/2013

Milliers de DA

ACTIF	31/12/2013	31/12/2012
1 Caisse, Banques Centrales, Centres des Chèques Postaux, Trésor Public	46 775 312	31 721 782
2 Actifs financiers détenus à des fins de transaction		
3 Actifs financiers détenus disponibles à la vente		
4 Prêts et créances sur les institutions financières	24 376	18 351
5 Prêts et créances sur la clientèle	81 240 932	64 949 392
6 Actif détenue jusqu'à l'échéance		
7 Impôt courant actif	1 407 058	882 001
8 Impôt différé actif	89 485	48 593
9 Autres actifs	124 306	133 628
10 Comptes de régularisation	2 228 363	3 166 571
11 Participation dans les filiales les co-entreprise ou les entités associées	15 675	15 675
12 Immeubles de placement		
13 Immobilisations corporelles	6 915 727	4 205 129
14 Immobilisations incorporelles	141 300	98 143
15 Ecart d'acquisition		
TOTAL ACTIF	138 962 534	105 239 265

الملحق رقم (04)

ANNEXE N° 1 du BILAN au 31/12/2013

Milliers de DA

	PASSIF	31/12/2013	31/12/2012
1	Banque centrale, CCP		
2	Dettes envers les institutions financières	32 024	135 816
3	Dettes envers la clientèle	91 645 524	65 459 325
4	Dettes représentées par un titre	12 793 331	10 304 827
5	Impôts courants Passif	1 873 911	1 796 690
6	Impôts Différés Passif		
7	Autres Passifs	7 450 637	5 766 180
8	Comptes de régularisation	4 754 711	4 365 969
9	Provisions pour risques et charges	272 340	279 725
10	Subventions d'équipement autres subventions d'investissements		
11	Fonds pour Risques Bancaires Généraux	1 199 395	1 435 535
12	Capital	10 000 000	10 000 000
13	Primes liées au Capital		
14	Réserves	597 867	397 913
15	Ecart d'évaluation		
16	Ecart de réévaluation		
17	Report à nouveau	3 307 722	1 298 205
18	Résultat de l'exercice	5 035 072	3 999 080
	TOTAL PASSIF	138 962 534	105 239 265

الملحق رقم (05)

ANNEXE N° 1 du bilan au 31/12/2015

Milliers de DA

ACTIF	Note	31/12/2015	31/12/2014
1 Caisse, Banques Centrales, Centres des Chèques Postaux, Trésor Public	2.A.1	49 344 833	60 230 137
2 Actifs financiers détenus à des fins de transaction			
3 Actifs financiers détenus disponibles à la vente			
4 Prêts et créances sur les institutions financières	2.A.2	9 141 893	83 740
5 Prêts et créances sur la clientèle	2.A.3	104 883 046	101 162 236
6 Actif détenue jusqu'à l'échéance			
7 Impôt courant actif	2.A.4	1 273 345	1 577 683
8 Impôt différé actif	2.A.5	147 638	100 359
9 Autres actifs	2.A.6	36 144	152 829
10 Comptes de régularisation	2.A.7	650 500	3 524 031
11 Participation dans les filiales les co-entreprise ou les entités associées	2.A.8	15 675	15 675
12 Immeubles de placement			
13 Immobilisations corporelles	2.A.9	11 698 836	9 820 065
14 Immobilisations incorporelles	2.A.10	185 601	152 695
15 Ecart d'aquisition			
TOTAL ACTIF		177 377 511	176 819 451

الملحق رقم (06)

ANNEXE N° 1 du bilan au 31/12/2015

Milliers de DA

PASSIF	Note	31/12/2015	31/12/2014
1 Banque centrale, CCP			
2 Dettes envers les institutions financières	2.P.1	-	2 170
3 Dettes envers la clientèle	2.P.2	125 339 056	122 863 971
4 Dettes représentées par un titre	2.P.2	11 947 410	12 955 879
5 Impôts courants Passif	2.P.3	1 707 388	1 686 029
6 Impôts Différés Passif			
7 Autres Passifs	2.P.4	8 486 515	9 529 897
8 Comptes de régularisation	2.A.5	5 207 981	7 634 497
9 Provisions pour risques et charges	2.A.6	340 929	368 307
10 Subventions d'équipement autres subventions d'investissements			
11 Fonds pour Risques Bancaires Généraux	2.A.7	1 395 460	1 402 123
12 Dettes subordonnées			
13 Capital	2.A.8	10 000 000	10 000 000
14 Primes liées au Capital			
15 Réserves	2.A.9	849 620	849 620
16 Ecart d'évaluation			
17 Ecart de réévaluation			
18 Report à nouveau	2.A.10	8 324 337	5 516 534
19 Résultat de l'exercice		3 628 435	4 010 423
TOTAL PASSIF		177 377 511	176 819 451

الملحق رقم (07)

Etats Financiers

Bilan arrêté
au 31/12/2011

11

Annexe N° 2 Compte de résultats

En milliers DA

NOTE	RUBRIQUE	31/12/2011	31/12/2010
4.R1	Intérêts et produits assimilés	2 706 119	1 993 200
4.R2	Intérêts et charges assimilés	- 609 960	- 421 856
4.R3	Commissions	4 341 264	3 182 121
4.R4	* Charges/Commissions	- 181 007	- 146 175
	Gains ou pertes nets sur actifs financiers détenus à des fins de transaction		
	Gains ou pertes nets sur actifs financiers disponible à la vente	65 804	37 362
4.R6	Charges des autres activités	-1 287	-311
	PRODUIT NET BANCAIRE	6 320 933	4 644 341
	Charges générales d'exploitation	- 1 840 790	-1 569 871
	Dotations aux Amortis / immobilisations	- 177 595	-73 587
4.R8	RESULTAT BRUT D'EXPLOITATION	4 302 548	3 000 883
4.R9	Dotations aux provisions et pertes de valeurs sur créances irrécouvrables	- 1 515 002	-978 873
4.R10	Reprise de provision, de perte de valeur et récupération sur créances amorties	741 283	722 434
	RESULTAT D'EXPLOITATION	3 528 829	2 744 443
	Gains ou pertes nets sur autres actifs		
	Eléments extraordinaires Prouits		
	Eléments extraordinaires Charges		
	RESULTAT AVANT IMPÔT	3 528 829	2 744 443
	Impôts sur les résultats et assimilés	937 533	713 389
4.R11	RESULTAT NET DE L'EXERCICE	2 591 296	2 031 054

الملحق رقم (08)

ANNEXE N° 2 COMPTE DE RESULTATS

Milliers DA

	ENGAGEMENTS	31/12/2013	31/12/2012
1	Intérêts et produits assimilés	5 632 742	4 195 108
2	Intérêts et charges assimilés	- 1 051 914	- 781 927
3	Commissions	6 009 646	6 377 520
4	Charges/Commissions	- 95 624	- 286 914
5	Gains ou pertes nets sur actifs financiers détenus à des fins de transaction		
6	Gains ou pertes nets sur actifs financiers disponible à la vente		
7	Produits des autres activités	25 468	59 164
8	Charges des autres activités		
9	PRODUIT NET BANCAIRE	10 520 317	9 562 951
10	Charges générales d'exploitation	- 3 206 837	- 2 684 028
11	Dotations aux Amortis / immobilisations	- 373 561	- 246 976
12	RESULTAT BRUT D'EXPLOITATION	6 939 919	6 631 947
13	Dotations aux provisions et pertes de valeurs sur créances irrécouvrables	- 1 036 210	- 2 735 998
14	Reprise de provision, de perte de valeur et récupération sur créances amorties	684 983	1 611 799
15	RESULTAT D'EXPLOITATION	6 588 692	5 507 748
16	Gains ou pertes nets sur autres actifs		
17	Eléments extraordinaires Produits		
18	Eléments extraordinaires Charges		
19	RÉSULTAT AVANT IMPÔT	6 588 692	5 507 748
20	Impôts sur les résultats et assimilés	- 1 553 619	- 1 508 668
21	RÉSULTAT NET DE L'EXERCICE	5 035 072	3 999 080

الملحق رقم (09)

ANNEXE N°2 COMPTE DE RESULTATS

Milliers DA

ENGAGEMENTS	Note	31/12/2015	31/12/2014
1 Intérêts et produits assimilés	4.R.1	10 025 265	7 401 970
2 Intérêts et charges assimilés	4.R.2	- 1 274 825	- 1 200 424
3 Commissions	4.R.1	2 227 118	4 446 515
4 Charges/Commissions	4.R.2	- 163 666	- 73 335
5 Gains ou pertes nets sur actifs financiers détenus à des fins de transaction			
6 Gains ou pertes nets sur actifs financiers disponible à la vente			
7 Produits des autres activités	4.R.1	85 886	4 868
8 Charges des autres activités			
9 PRODUIT NET BANCAIRE	4.R.3	10 899 778	10 579 594
10 Charges générales d'exploitation	4.R.4	- 4 804 771	- 3 930 724
11 Dotations aux Amortis / immobilisations	4.R.5	- 889 621	- 560 426
12 RESULTAT BRUT D'EXPLOITATION		5 205 385	6 088 444
13 Dotations aux provisions et pertes de valeurs sur créances irrécouvrables	4.R.6	- 501 213	- 902 610
14 Reprise de provision, de perte de valeur et récupération sur créances amorties	4.R.6	201 292	180 495
15 RESULTAT D'EXPLOITATION		4 905 464	5 366 329
16 Gains ou pertes nets sur autres actifs	4.R.7	9 413	
17 Eléments extraordinaires Produits			10 657
18 Eléments extraordinaires Charges			- 17 682
19 RÉSULTAT AVANT IMPÔT		4 914 877	5 359 304
20 Impôts sur les résultats et assimilés		- 1 286 442	- 1 348 881
21 RÉSULTAT NET DE L'EXERCICE	4.R.8	3 628 435	4 010 423

الملحق رقم (10)



Etats financiers 2016

ANNEXE N° 1 du bilan au 31/12/2016

Milliers de DA

ACTIF	Note	31/12/2016	31/12/2015
1 Caisse, Banques Centrales, Centres des Chèques Postaux, Trésor Public	2.A.1	29 544 542	49 344 833
2 Actifs financiers détenus à des fins de transactions			
3 Actifs financiers détenus disponibles à la vente			
4 Prêts et créances sur les Institutions Financières	2.A.2	18 351 676	9 141 893
5 Prêts et créances sur la Clientèle	2.A.3	117 870 551	104 883 046
6 Actif détenue jusqu'à l'échéance	2.A.4	5 131 507	
7 Impôt courant Actif	2.A.5	1 372 832	1 273 345
8 Impôt différé Actif	2.A.6	164 383	147 638
9 Autres actifs	2.A.7	32 957	36 144
10 Comptes de régularisation	2.A.8	708 244	650 500
11 Participation dans les filiales les co-entreprise ou les entités associées	2.A.9	15 675	15 675
12 Immeubles de placement			
13 Immobilisations corporelles	2.A.10	15 989 552	11 698 836
14 Immobilisations incorporelles	2.A.11	200 495	185 601
15 Ecart d'aquisition			
TOTAL ACTIF		189 382 415	177 377 511

الملحق رقم (11)

ANNEXE N° 1 du bilan au 31/12/2016

PASSIF	Note	Milliers de DA	
		31/12/2016	31/12/2015
1 Banque Centrale, CCP		-	-
2 Dettes envers les institutions Financières	2.P.1	-	-
3 Dettes envers la clientèle	2.P.2	136 255 900	125 339 056
4 Dettes représentées par un titre	2.P.2	11 574 456	11 947 410
5 Impôts courants Passif	2.P.3	1 330 377	1 707 388
6 Impôts Différés Passif			
7 Autres Passifs	2.P.4	8 675 252	8 486 515
8 Comptes de régularisation	2.P.5	4 886 720	5 207 981
9 Provisions pour risques et charges	2.P.6	406 055	340 929
10 Subventions d'équipement autres subventions d'investissements			
11 Fonds pour Risques Bancaires Généraux	2.P.7	1 550 243	1 395 460
12 Dettes subordonnées			
13 Capital	2.P.8	10 000 000	10 000 000
14 Primes liées au Capital			
15 Réserves	2.P.9	1 000 000	1 000 000
16 Ecart d'évaluation			
17 Ecart de réévaluation			
18 Report à nouveau	2.P.10	11 071 620	8 324 337
19 Résultat de l'exercice	2.P.11	2 631 793	3 628 435
TOTAL PASSIF		189 382 415	177 377 511

الملحق رقم (12)

ANNEXE N°2 COMPTE DE RESULTATS

Milliers de DA

ENGAGEMENTS	Note	31/12/2016	31/12/2015
1 Intérêts et produits assimilés	4.R.1	9 469 204	10 025 265
2 Intérêts et charges assimilés	4.R.2	-1 373 411	-1 274 825
3 Commissions	4.R.1	2 383 515	2 227 118
4 Charges/Commissions	4.R.2	-119 164	-163 666
5 Gains ou pertes nets sur actifs financiers détenus à des fins de transaction		-	-
6 Gains ou pertes nets sur actifs financiers disponible à la vente		-	-
7 Produits des autres activités	4.R.1	43 242	85 886
8 Charges des autres activités		-	-
9 PRODUIT NET BANCAIRE	4.R.3	10 403 387	10 899 778
10 Charges générales d'exploitation	4.R.4	-4 993 743	-4 804 771
11 Dotations aux Amortis / immobilisations	4.R.5	-1 029 994	-889 621
12 RÉSULTAT BRUT D'EXPLOITATION		4 379 650	5 205 385
13 Dotations aux provisions et pertes de valeurs sur créances irrécouvrables	4.R.6	-722 235	-501 213
14 Reprises de provisions, de pertes de valeurs et récupérations sur créances amorties	4.R.6	3 815	201 292
15 RÉSULTAT D'EXPLOITATION		3 661 230	4 905 464
16 Gains ou pertes nets sur autres actifs		5 833	9 413
17 Eléments extraordinaires Prouits	4.R.7	-	-
18 Eléments extraordinaires Charges	4.R.8	-	-
19 RÉSULTAT AVANT IMPÔT		3 667 064	4 914 877
20 Impôts sur les résultats et assimilés		-1 035 271	-1 286 442
21 RÉSULTAT NET DE L'EXERCICE	4.R.9	2 631 793	3 628 435

الملحق رقم (13)

DURBIN-WATSON d'STATIC: SIGNIFICANCE POINTS OF d_L AND d_U AT 0.05 LEVEL OF SIGNIFICANCE

n	k'=1		k'=2		k'=3		k'=4		k'=5		k'=6		k'=7		k'=8		k'=9		k'=10	
	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U
6	0.810	1.400																		
7	0.700	1.336	0.467	1.066																
8	0.5763	1.332	0.659	1.777	0.380	2.287														
9	0.824	1.320	0.629	1.699	0.485	2.129	0.296	2.500												
10	0.879	1.320	0.697	1.641	0.525	2.018	0.378	2.414	0.243	2.822										
11	0.927	1.324	0.656	1.604	0.626	1.928	0.444	2.283	0.316	2.645	0.203	3.005								
12	0.971	1.331	0.812	1.579	0.690	1.864	0.512	2.177	0.378	2.506	0.268	2.832	0.171	3.148						
13	1.010	1.340	0.861	1.562	0.715	1.818	0.574	2.094	0.448	2.390	0.328	2.692	0.230	2.985	0.147	3.288				
14	1.045	1.350	0.905	1.551	0.767	1.770	0.632	2.030	0.505	2.295	0.380	2.572	0.280	2.949	0.200	3.111	0.127	3.360		
15	1.077	1.361	0.946	1.543	0.814	1.730	0.685	1.977	0.562	2.220	0.447	2.472	0.343	2.727	0.251	2.975	0.175	3.216	0.111	3.438
16	1.106	1.371	0.982	1.539	0.857	1.728	0.734	1.935	0.615	2.157	0.502	2.388	0.380	2.624	0.304	2.860	0.222	3.090	0.155	3.504
17	1.133	1.381	1.015	1.538	0.897	1.710	0.779	1.900	0.664	2.104	0.554	2.318	0.451	2.537	0.358	2.757	0.272	2.975	0.198	3.584
18	1.158	1.391	1.048	1.533	0.933	1.695	0.820	1.872	0.710	2.060	0.603	2.257	0.502	2.461	0.407	2.667	0.301	2.873	0.244	3.673
19	1.180	1.401	1.074	1.536	0.967	1.685	0.859	1.848	0.752	2.023	0.649	2.206	0.549	2.394	0.450	2.589	0.309	2.783	0.260	3.764
20	1.201	1.411	1.100	1.537	0.998	1.676	0.894	1.828	0.792	1.991	0.692	2.162	0.588	2.339	0.502	2.521	0.418	2.704	0.338	3.856
21	1.221	1.420	1.125	1.536	1.028	1.669	0.927	1.812	0.829	1.954	0.732	2.124	0.637	2.280	0.547	2.460	0.451	2.633	0.360	3.950
22	1.239	1.428	1.147	1.541	1.053	1.664	0.958	1.797	0.863	1.940	0.769	2.080	0.677	2.245	0.588	2.407	0.504	2.571	0.424	4.044
23	1.257	1.437	1.168	1.543	1.070	1.660	0.988	1.785	0.895	1.920	0.804	2.061	0.715	2.208	0.628	2.360	0.545	2.514	0.465	4.140
24	1.273	1.445	1.186	1.546	1.101	1.656	1.013	1.775	0.925	1.902	0.837	2.036	0.751	2.174	0.666	2.318	0.584	2.464	0.506	4.238
25	1.288	1.454	1.206	1.550	1.123	1.654	1.038	1.767	0.953	1.886	0.868	2.012	0.784	2.144	0.702	2.280	0.621	2.419	0.544	4.338
26	1.302	1.461	1.224	1.553	1.143	1.652	1.062	1.759	0.979	1.873	0.897	1.992	0.815	2.117	0.735	2.248	0.657	2.379	0.581	4.438
27	1.315	1.468	1.240	1.556	1.162	1.651	1.084	1.753	1.004	1.861	0.925	1.974	0.845	2.093	0.767	2.216	0.691	2.342	0.616	4.538
28	1.328	1.476	1.255	1.560	1.181	1.650	1.104	1.747	1.028	1.850	0.951	1.956	0.874	2.071	0.798	2.188	0.723	2.309	0.650	4.638
29	1.341	1.483	1.270	1.563	1.198	1.650	1.124	1.743	1.050	1.841	0.975	1.944	0.900	2.052	0.826	2.164	0.753	2.278	0.682	4.738
30	1.352	1.489	1.284	1.567	1.214	1.650	1.143	1.739	1.071	1.833	0.998	1.931	0.926	2.034	0.854	2.141	0.782	2.251	0.712	4.838
31	1.363	1.495	1.297	1.570	1.229	1.650	1.160	1.730	1.090	1.825	1.020	1.920	0.950	2.018	0.879	2.123	0.810	2.226	0.741	4.938
32	1.373	1.502	1.309	1.574	1.244	1.650	1.177	1.732	1.100	1.818	1.041	1.909	0.972	2.004	0.904	2.102	0.838	2.203	0.769	5.038
33	1.383	1.508	1.321	1.577	1.259	1.651	1.193	1.730	1.127	1.813	1.061	1.900	0.994	1.991	0.927	2.085	0.851	2.181	0.795	5.138
34	1.393	1.514	1.333	1.580	1.271	1.652	1.206	1.726	1.144	1.808	1.080	1.891	1.015	1.979	0.950	2.066	0.885	2.162	0.821	5.238
35	1.402	1.519	1.343	1.584	1.283	1.653	1.222	1.728	1.159	1.803	1.097	1.884	1.034	1.967	0.971	2.054	0.908	2.144	0.845	5.338
36	1.411	1.525	1.354	1.587	1.295	1.654	1.236	1.724	1.175	1.799	1.114	1.877	1.053	1.957	0.991	2.041	0.930	2.127	0.868	5.438
37	1.419	1.530	1.364	1.590	1.307	1.655	1.249	1.723	1.190	1.795	1.131	1.870	1.071	1.948	1.011	2.028	0.951	2.112	0.891	5.538
38	1.427	1.535	1.373	1.594	1.318	1.656	1.261	1.722	1.204	1.792	1.146	1.864	1.088	1.939	1.029	2.017	0.970	2.098	0.912	5.638
39	1.435	1.540	1.382	1.597	1.328	1.658	1.273	1.722	1.218	1.789	1.161	1.859	1.104	1.932	1.047	2.007	0.989	2.085	0.932	5.738
40	1.442	1.544	1.391	1.600	1.336	1.659	1.285	1.721	1.230	1.786	1.175	1.854	1.120	1.924	1.064	1.997	1.008	2.072	0.952	5.838
45	1.475	1.568	1.430	1.615	1.383	1.680	1.326	1.720	1.287	1.776	1.238	1.853	1.180	1.905	1.139	1.956	1.089	2.022	1.036	6.038
50	1.503	1.585	1.462	1.628	1.421	1.674	1.376	1.721	1.335	1.771	1.291	1.822	1.248	1.875	1.201	1.930	1.156	1.985	1.110	6.238
55	1.528	1.601	1.490	1.641	1.452	1.681	1.414	1.724	1.374	1.768	1.334	1.814	1.294	1.861	1.253	1.909	1.212	1.950	1.170	6.438

الفهرس

III	الإهداء
IV	الشكر
V	ملخص
VI	قائمة المحتويات
VII	قائمة الجداول والأشكال
VIII	قائمة الملاحق
أ	المقدمة
الفصل الأول: الربحية والخدمات المصرفية (الإطار النظري والدراسات السابقة)	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: الربحية والخدمات المصرفية
3	المطلب الأول: ماهية الخدمات المصرفية
3	الفرع الأول: مفهوم الخدمات المصرفية
4	الفرع الثاني: خصائص جودة الخدمات المصرفية
6	الفرع الثالث: أنواع الخدمات المصرفية والعوامل نجاحها
7	المطلب الثاني: الخدمات المصرفية الإلكترونية
7	الفرع الأول: مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية
8	الفرع الثاني: أنواع خدمات المصرفية الإلكترونية
10	الفرع الثالث: متطلبات وأهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية
11	المطلب الثالث: ربحية البنوك التجارية المفاهيم والمؤشرات

10	الفرع الأول: مفهوم ربحية البنوك التجارية
12	الفرع الثاني: مؤشرات الربحية في بنوك التجارية
14	الفرع الثالث: وسائل تعظيم الربحية
15	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
14	المطلب الأول: الأبحاث والدراسات العلمية السابقة باللغة العربية و باللغة الأجنبية
20	المطلب الثاني: علاقة الدراسات السابقة بالدراسة الحالية
21	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: دراسة حالة بنك الخليج الجزائر AGB خلال الفترة 2011-2016	
23	تمهيد
24	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة
24	المطلب الأول: اختيار مجتمع الدراسة وتحديد متغيرات الدراسة
24	الفرع الأول: اختيار عينة الدراسة
25	الفرع الثاني: أساليب جمع المعلومات وتلخيص المعطيات
26	الفرع الثالث: الأساليب الإحصائية المستخدمة
26	المطلب الثاني: جمع وقياس متغيرات الدراسة
27	الفرع الأول: حساب مؤشرات الربحية لبنك الخليج الجزائر خلال الفترة 2011-2016
30	الفرع الثاني: الخدمات المصرفية الإلكترونية لبنك الخليج الجزائر خلال الفترة 2011-2016
31	المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة واختبار الفرضيات
31	المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة

32	المطلب الثاني: تحليل ومناقشة نتائج
37	خلاصة الفصل
38	الخاتمة
40	المراجع
44	الملاحق
59	الفهرس