

واقع الأداء التنافسي في الصناعة المصرفية الجزائرية للفترة (2012-2021)

The reality of competitive performance in the Algerian banking industry for the period (2012-2021)

صالح مفتاح¹، رقية زروق²

¹ جامعة بسكرة (الجزائر)

² جامعة بسكرة (الجزائر)

تاريخ النشر: 31-03-2024

تاريخ القبول: 27-01-2024

تاريخ الاستلام: 01-04-2023

ملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع الأداء التنافسي في الصناعة المصرفية الجزائرية، بالتعرف على تنافسية المؤسسات المصرفية الجزائرية وأدائها التنافسي خلال الفترة (2012-2021) من خلال التطرق إلى مؤشرات الأداء التنافسي والتي تتمحور حول قياس الأداء المتعلق بالربحية ومؤشر يتعلق بالأداء السوقي مقارنة بالمنافسين مثل الحصة السوقية، ومؤشرات تتعلق بالابتكار كعدد المنتجات والخدمات الجديدة المقدمة، والأداء المتعلق بقيادة التكلفة مثل القدرة على تقديم منتجات وخدمات بأسعار تنافسية، وتوصلت الدراسة إلى محدودية ممارسة المنافسة في القطاع المصرفي الجزائري مما يستدعي توفير أكبر قدر ممكن من شروط المنافسة، على اعتبار ان تشجيع سيطرة البنوك العمومية على الصناعة المصرفية في الجزائر سيبقي على ضعف استخدام موارد تلك البنوك العمومية مقارنة بالبنوك الخاصة، وهذا ما جعل البنوك الخاصة احسن أداء من البنوك العمومية، وكذا ضرورة تطوير التكنولوجيا المستخدمة في تقديم الخدمات المصرفية، والتي بإمكانها العمل على تحسين هيكل تكاليف البنوك.

الكلمات المفتاحية: أداء، تنافسية، حصة سوقية، أداء تنافسي، صناعة مصرفية

تصنيف JEL: E58; P24

Abstract:

The study aimed to identify the reality of competitive performance in the Algerian banking industry, by identifying the competitiveness of Algerian banking institutions and their competitive performance during the period (2012-2021) by addressing competitive performance indicators, which revolve around measuring performance related to profitability and an indicator related to market performance compared to competitors such as market share, and indicators related to innovation such as the number of new products and services provided, and performance related to cost leadership such as the ability to provide products and services at competitive prices. Practicing competition in the Algerian banking sector, which requires providing the largest possible amount of competition conditions, considering that encouraging public banks to control the banking industry in Algeria will maintain the weak use of the resources of these public banks compared to private banks, and this is what made private banks better performing than public banks, as well as the need to develop the technology used in providing banking services, which can work to improve the structure of banks' costs.

Keywords: performance, competitiveness, market share, competitive performance, banking industry

Jel Classification Codes: E58; P24

1. مقدمة

نظرا لأهمية الدور الذي تلعبه الصناعة المصرفية داخل الاقتصاديات المختلفة ومن أجل تحليل هذه الصناعة أردنا التطرق إلى واقع الأداء التنافسي فيها، وحسب مؤشرات الأداء تعتبر المؤسسات المصرفية العمومية هي الرائدة على المستوى الوطني في السوق المصرفي الجزائري، إلا أنه بعد الإصلاحات المصرفية التي مست القطاع المصرفي الجزائري والذي تمخض عنه انفتاح تنافسي بين المتعاملين في الصناعة المصرفية سواء بين البنوك العامة والخاصة أو بين المحلية والأجنبية، وفي ظل هذه المنافسة يعتبر الأداء التنافسي العامل الأكثر اسهاما في تحقيق هدف المؤسسة الرئيسي ألا وهو البقاء والاستمرارية.

حيث نال موضوع الأداء التنافسي في الأونة الأخيرة اهتماما كبيرا من المؤسسات التي ترغب في تحقيق أعلى الأرباح من خلال تقديم المنتجات والعمل على اكتساب ميزة تنافسية بعد أن اتضح أنها تعبر عن العوامل الرئيسية كنجاح المؤسسة وضمان بقائها واستمرارها ومواكبة المنافسة التي تتميز بها الأسواق اليوم، ويتطلب تحقيق الأداء التنافسي الجهد والوقت وتوفير الموارد اللازمة لذلك. والمؤسسة التي ترغب في النجاح وتحقيق الاداء التنافسي لا بد ان تعمل على اساليب واجراءات وسياسات عمل جديدة تتوافق مع ذلك، وتقوم على التحول الشامل والتدريجي للاساليب والعمليات واستبدالها باساليب وعمليات جديدة .

ومن خلال تركيز الجهود على الاداء التنافسي والتحسين المستمر لذلك، جاء استعمال مؤشرات الأداء التنافسي (الربحية، الحصة السوقية، بناء الميزة التنافسية...) وتوظيفها في مساعدة البنوك على الكشف على مواطن القوة وأسباب التفوق والتعرف على نقاط الضعف ومكان الخلل المؤدية إلى تحديد المركز التنافسي، ومما سبق يمكن طرح الاشكالية التالية:

- ماهو واقع الأداء التنافسي في الصناعة المصرفية الجزائرية؟

الفرضيات

وللاجابة على هذه الاشكالية تم وضع الفرضية الرئيسية التالية:

- تحسن الأداء التنافسي في الصناعة المصرفية في الجزائر خلال الفترة المدروسة من خلال مؤشرات الربحية، الحصة السوقية، بناء الميزة التنافسية.

والتي نقسمها الى فرضيات فرعية هي:

- سيطرة البنوك العمومية على النظام المصرفي الجزائري.
- معدل ربحية البنوك العمومية (معدل العائد على حق الملكية والعائد على الأصول) أكبر منه في البنوك الخاصة.
- الحصة السوقية للبنوك تؤثر ايجابا على مؤشرات ادائها بحيث تساهم في تحسين الأداء التنافسي.
- تساهم التكنولوجيا الجيدة على تحسين هيكل تكاليف البنوك.

هدف الدراسة

ويظهر في: - التعرف على واقع الأداء التنافسي في القطاع المصرفي في الجزائر.
- إظهار مدى أهمية الأداء التنافسي بالنسبة للمؤسسات المصرفية باستخدام مداخل ومؤشرات الأداء.

منهجية الدراسة

وقد تم تقسيم الدراسة إلى جزئين، جزء نظري نتناول فيه كل ما يتعلق بالإطار المفاهيمي للدراسة متبعين في ذلك المنهج الوصفي، وجزء تطبيقي (منهج دراسة حالة) يتمثل في إسقاط الجزء النظري على السوق المصرفي في الجزائر خلال الفترة 2012-2021

2. الإطار النظري للدراسة

1.2. مفاهيم التنافسية في الصناعة المصرفية

1.1.2 مفهوم الصناعة المصرفية

يقصد بالصناعة "وحدة النشاط داخل القطاع الصناعي، ولذلك فهي تضم كل الوحدات الإنتاجية التي تقوم بإنتاج سلع متقاربة أو تستخدم نفس المادة الخام أو نفس طريقة الصنع".¹

ويتشابه هذا المفهوم مع مفهوم آخر يعرف الصناعة على أنها: "مجموعة من الشركات (البنك في حالتنا) تقدم منتجات أو خدمات يمكن أن تمثل بدائل بعضها البعض، وهذه البدائل عبارة عن منتجات أو خدمات تؤدي إلى إشباع الحاجات الأساسية لنفس الزبون".² وفي ضوء ما تقدم فالصناعة المصرفية هي مجموعة المؤسسات المصرفية التي تقوم بأداء وظيفتي قبول الودائع وتقديم القروض للأفراد والمنظمات كوظيفية أساسية، وذلك من خلال القيام بإحدهما أو كليهما، والتي تنشط في نفس البيئة المصرفية.

2.1.2 مفهوم التنافسية

تعرف التنافسية : بأنها درجة نجاح المؤسسة في تحقيق هدفها بالمحافظة على مواقعها التنافسية وبناء مواقع تنافسية أعمق بينها وبين مثيلاتها من المؤسسات من خلال تقليل نسبة الخطأ والعيوب بالانتاج، وزيادة الحصة السوقية وزيادة الانتاجية والاهتمام بالابتكار ونمو المبيعات. ويختلف مفهوم التنافسية باختلاف محل الحديث فيما اذا كان عن مؤسسة أو قطاع أو دولة، فالتنافسية على صعيد المؤسسة تعني الاستمرار ثم كسب حصة أكبر من السوق المحلي والدولي وهي تختلف عن الحديث عن تنافسية القطاع الذي يمثل مجموعة من المؤسسات العاملة في صناعة معينة، أما تنافسية دولة فهي تسعى لتحقيق معدل مرتفع ومستدام لدخل الفرد فيها.³

2.2 الأداء مفاهيم نظرية

1.2.2 مفهوم الأداء: عرف Samsonowa الأداء بأنه " قدرة المنظمة على تحقيق الأهداف المتوقعة، ولتحقيق الكفاءة الأعلى من المحتمل أن يكون هنالك إنفاق أكثر".⁴

2.2.2 مفهوم تقييم الأداء: تحصل البنوك التجارية على مواردها المالية من مصادرها، وتقوم بتوزيعها على استخداماتها بشكل منظم يضمن لها أكبر عائد، هذا الأخير يختلف من بنك إلى آخر نتيجة لعدة اعتبارات منها اختلاف العمليات المصرفية وكذا السياسات والإستراتيجيات المتبعة، أي أن هناك بنوكا ذات أداء مرتفع وأخرى منخفضة الأداء، وعلى هذا الأساس فتقييم الأداء هو "مقارنة الأداء الفعلي (الإنجازات التي تمت) بالمعايير الموضوعية مسبقا والقيام بعملية تحليل الانحرافات إن وجدت بين الأداء الفعلي والمعايير الموضوعية، وبالتالي يشكل تقييم الأداء الحلقة الأخيرة في العملية الإدارية"⁵

3.2.2 مراحل تقييم الأداء في البنوك

تتطلب عملية تقييم الأداء في البنوك مراحل معينة يمكن توضيحها في ما يلي:⁶

المرحلة 1: هي مرحلة جمع البيانات و المعلومات الإحصائية التي تتطلبها عملية تقييم الأداء في البنوك، لحساب النسب أو المؤشرات المستخدمة في التقييم، و تشمل هذه البيانات و الإحصاءات بيانات لعدة سنوات و لمختلف النشاطات التي يمارسها البنك.

المرحلة 2: مرحلة تحليل البيانات و المعلومات الإحصائية و دراستها و بيان مدى دقتها و صلاحيتها

حساب النسب أو المؤشرات اللازمة لعملية تقييم الأداء في البنك.

المرحلة 3: هي مرحلة إجراء عملية التقييم باستخدام النسب أو المؤشرات بالاعتماد على البيانات المتاحة لمختلف النشاطات و العمليات التي يشتمل عليها أداء البنك.

المرحلة 4: مرحلة تقييم نتائج التقييم و بيان مدى نجاح أو إخفاق أداء البنك، مع حصر وتحديد الانحرافات التي حصلت في أداء البنك، و من ثم تفسير الأسباب التي أدت إلى تلك الانحرافات، ووضع الحلول اللازمة لمعالجة تلك الانحرافات لضمان تحقيق أداء أمثل للبنك.

4.2.2. أنواع الأداء

يمكن تقسيم الأداء إلى ثلاثة أنواع أساسية هي الأداء الاجتماعي الاقتصادي، الأداء الاستراتيجي والأداء التنافسي.

● **الأداء الاجتماعي الاقتصادي:** يشمل هذا النوع الأداء الاقتصادي، الأداء الاجتماعي والأداء التنظيمي.

– **الأداء الاقتصادي:** يعرف الأداء الاقتصادي بأنه قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها، ويتكون من النتائج الفورية على المدى القصير، وخلق القدرات على المدى الطويل، ويعتبر المعيار الأساسي في تقييم أداء المؤسسات.

– **الأداء الاجتماعي:** يعتمد على خلق التعاون بين مختلف المؤسسات في مختلف الميادين، كتبادل الخبرات التقنية، الاستثمارات والبحوث من جانب، وكذا مساهمة المؤسسة في بعض أوجه النشاط الاجتماعي والثقافي وتطوير المجتمعات المحيطة بها من جانب آخر، ومن ثم تحقيق المسؤولية الاجتماعية.

– **الأداء التنظيمي:** إن الأداء التنظيمي يساعد في الكشف عن مدى قدرة المؤسسة على مواجهة المحددات البيئية ودرجة ملائمة الإجراءات الاستراتيجية لأهدافها ومواردها، فهو انعكاس لكيفية استخدام المؤسسة لمواردها المادية والبشرية واستثمارها بالصورة التي تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها، أو هو محصلة لكافة العمليات التي تقوم بها المؤسسة، وأي خلل فيها لا بد أن يؤثر الأداء الذي يعد مرآة المؤسسة.

● **الأداء الاستراتيجي:** هو انعكاس لتحقيق أهداف طويلة الأمد، أهداف البقاء، التكيف والنمو. ومن بين المقاييس المناسبة التي تعكس الأداء الاستراتيجي للمؤسسات نجد الجودة، التكلفة وسرعة تسليم المنتج.

● **الأداء التنافسي:** لقد أضاف **M. Porter (1891)** الجانب التنافسي للأداء، حيث يمكن الحكم على المؤسسة الناجحة وفقا لما إذا كان سيتم الحصول على قواعد لعبة المنافسة في القطاع.

3.2. مدخل للأداء التنافسي في الصناعة المصرفية

يخضع مفهوم الأداء بأهمية كبرى في تسيير المؤسسات والاهتمام المتزايد من قبل الباحثين والمفكرين والممارسين في مجال الإدارة والتسيير، ويعتبر الأداء التنافسي العامل الأكثر اسهاما في تحقيق هدف المؤسسة الرئيسي ألا وهو البقاء والاستمرارية.

1.3.2. مفهوم الأداء التنافسي: أعطيت تعاريف عدة للأداء التنافسي من بينها نذكر:

– الممارسة المتأصلة في إدارة المؤسسة وتحقيق النتائج التي تركز جميعها على مجموعة تتكون من تسعة مفاهيم جوهرية، تتمثل تلك المفاهيم الجوهرية للتميز في التوجه بالنتائج وبالعمل والقيادة وثبات الهدف والإدارة من خلال العمليات والحقائق وتطوير تضمين الأفراد والتعلم المستمر والابتكار والتحسين التنافسي وتطوير المشاركة والمسؤولية اتجاه المجتمع.⁷

– توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من المستعملة من قبل المنافسة حيث بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا.⁸

– الأداء التنافسي لمؤسسة أو قطاع ما يرتبط بقدرة ذلك القطاع أو تلك المؤسسة في التحريك المستمر للعناصر الانتاجية نحو النشاطات الأكثر كفاءة وذلك من خلال تبني التقنيات الحديثة في الانتاج واستخدام تلك العناصر بشكل كفاء وفعال وهذا يرتبط بدرجة كبيرة بالقدرة التنظيمية للمؤسسات الانتاجية في انتقاء العناصر المناسبة من حيث الكلفة والكفاءة واسانداها بمهام فاعلة يتم التنسيق بينها بأسلوب يؤدي في النهاية إلى رفع أدائها مقابل منافسيها الفعليين والمحتملين في الأسواق المحلية والعالمية.⁹

وبالتالي يركز الأداء التنافسي على منطلق أن تحقق المؤسسة لأي نتيجة أو بلوغها لأي هدف يعتمد على شدة المنافسة بين المؤسسات والخصائص التنافسية للقطاع الذي تنتمي اليه المؤسسة، وضمن نفس المنطق يمكن القول أن المؤسسة لا يمكنها اغتنام أي فرصة إلا اذا كانت على اطلاع جيد بظروف وخصائص المنافسة في قطاعها، وعلى معرفة تامة بقدراتها مما يسمح لها برفع تنافسيته.¹⁰

2.3.2. محددات الأداء التنافسي:

للأداء التنافسي مجموعة من المحددات نذكر منها:¹¹

- النمو في انتاجية العمل: تمتلك المؤسسات التي تحقق معدلات نمو أعلى نسبيا في انتاجية العمل، الفرصة الأكبر في تحسين أدائها التنافسي، وهذا يعتمد على كفاءة عنصر رأس المال البشري من حيث الخبرة والقدرة على استيعاب الوسائل الحديثة للانتاج، وكذلك على كثافة رأس المال المادي المستخدم في العملية الانتاجية.

- متوسط حجم المؤسسة الانتاجية: من الممكن لبعض المؤسسات الإنتاجية أن تحقق بعض المزايا التنافسية في الأسواق العالمية بسبب وفورات الحجم، والتي قد تنشأ نتيجة الاستثمارات الضخمة التي تقوم بها المؤسسة في المدى الطويل سواء في رأس المال المادي أو البشري، وهذا ما يؤدي إلى تناقص متوسط التكلفة عند زيادة حجم الانتاج.

- الانفاق على الاضافات والتحسينات: إن زيادة الانفاق لتحسين جودة السلع المنتجة أو لتحسين وسائل الانتاج بهدف تخفيض التكاليف، يكسب المؤسسة قدرة أكبر على المنافسة من حيث الجودة أو السعر، حيث أن مثل هذه الانفاقات تعمل على زيادة انتاجية عناصر الانتاج، وبالتالي تتمكن المؤسسة من المحافظة أو زيادة حصتها السوقية في الأسواق المحلية أو العالمية.

- درجة المعالجة التصنيعية: تمتاز الاقتصاديات الصغيرة بضعف نسبي في درجة التكامل العمودي ما بين الصناعات المحلية مقارنة بالاقتصاديات الكبيرة، ويمكن ارجاع السبب في ذلك إلى ضعف القاعدة الانتاجية الصناعية من حيث التنوع في خطوطها الانتاجية ونوعية منتجاتها، ولذلك فإن الصناعات التي تحقق أداء تنافسيا غالبا ما تلجأ إلى الاستفادة من مدخلات الانتاج المستوردة.

- دور الاستثمار الأجنبي: يلعب الاستثمار الأجنبي دورا هاما في توسيع القاعدة الانتاجية لمؤسسات البلد المضيف، وهي بذلك تساهم في خلق المزيد من القيم المضافة وفرص العمل، إضافة لذلك فإن الاستثمار الأجنبي يساهم في نقل التقنيات الحديثة في الانتاج والإدارة مما يحسن من المستوى العام للكفاءة الانتاجية في البلد المضيف من خلال التأثير الايجابي

3.3.2. أهداف الأداء التنافسي:

يمكن ابراز اهداف وفوائد الأداء التنافسي فيما يلي:¹²

- إيجاد ثقافة تركز بقوة على العملاء وتحسين الثقة
- تحسين المشاركة والمسؤولية وكذا معنويات وارضاء العاملين
- تحسين نوعية المخرجات وتدريب الموظفين على أسلوب العمليات
- تعلم اتخاذ القرارات استنادا على الحقائق وترتيب وتحليل المشاكل والسيطرة عليها
- الحفاظ على الزبائن وخلق بيئة تدعم وتحافظ على التحسين المستمر
- زيادة الكفاءة وتحقيق الأهداف الرئيسية للمؤسسة
- متابعة وتطوير أدوات قياس أداء العمليات.

4.2. مؤشرات الأداء التنافسي

يشتمل الأداء التنافسي على مؤشرات مالية وغير مالية، وتتمحور تلك المؤشرات حول قياس الأداء المتعلق بالربحية مثل: نسبة الربح ومعدل نمو الإيرادات، ومؤشر يتعلق بالأداء السوقي مقارنة بالمنافسين مثل الحصة السوقية، ومؤشرات تتعلق باستراتيجيات التنافس والنمو للمؤسسة مثل الأداء المتعلق بالابتكار كعدد المنتجات والخدمات الجديدة المقدمة، والأداء المتعلق بقيادة التكلفة مثل القدرة على تقديم منتجات وخدمات بأسعار تنافسية.¹³

1.4.2. مؤشر الربحية: يمثل الربحية الاختيار النهائي لنشاط المؤسسة والذي يعكس مدى حيوية خط المنتجات والمقدرة على تحقيق مستويات أعلى من الأداء التنافسي في الانتاج والمبيعات، وفيما يلي معدلات قياس الربحية:¹⁴

● **معدل العائد على حق الملكية ROE**

يعتبر العائد على حقوق الملكية هو المعيار الأساسي للحكم على كفاءة البنك في مجال تعظيم ربحيته، ويعود السبب في ذلك إلى أن معدل العائد على حقوق الملكية يقيس مقدار ربحية ملاك البنك وبالتالي يعتبر هذا المقياس أداة مناسبة للحكم على قدرة إدارة البنك على تحقيق الهدف الرئيسي له، والمتمثل بتعظيم ثروة الملاك.¹⁵ وذلك كما يلي:

$$\text{العائد على حق الملكية} = \frac{\text{صافي الدخل}}{\text{إجمالي حقوق الملكية}}$$

وكلما ارتفع هذا العائد كلما كان الأمر أفضل، لأن هذا يعني أن البنك يمكنه توزيع المزيد من الأرباح على المساهمين وإضافة المزيد من الأرباح المحتجزة وذلك في الحالات التي تزيد فيها الأرباح.

● **معدل العائد على الأصول ROA:**

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

ويرتبط معدل العائد على حق الملكية بالعائد على الأصول من خلال مضاعف حق الملكية (EM) حيث أن هذا الأخير يكون ناتج قسمة إجمالي الأصول على إجمالي حقوق الملكية، أي:

$$\text{العائد على حق الملكية} = \text{العائد على الأصول} * \text{مضاعف حق الملكية}$$

ويطلق على مضاعف حق الملكية بالرفع المالي.

● **هامش الربح:** يقيس هامش الربح قدرة البنك على الرقابة والتحكم في مصاريفه وتخفيض ضرائبه، وكلما كبر هامش الربح كلما دل ذلك على كفاءة البنك ومقدرته على تقليص مصروفاته وضرائبه، وذلك على اعتبار أن:

$$\text{صافي الدخل} = \text{إجمالي الإيرادات} - (\text{المصروفات} + \text{الضرائب})$$

$$\text{هامش الربح} = \frac{\text{صافي الربح}}{\text{إجمالي الإيرادات}}$$

2.4.2. مؤشر الحصة السوقية

يعتبر هدف تحقيق الحصة السوقية في ظل ظروف المنافسة السائدة هام جدا بالنسبة للمؤسسات المصرفية التي تسعى دائما إلى زيادة رقم مبيعاتها في السوق عبر تحسين خدماتها ومنتجاتها وذلك من أجل الحصول على مزايا تنافسية أخرى، وتحاول البنوك دائما كسب نصيب أكبر عبر تحسين قدراتها وإمكاناتها وطاقاتها الإبداعية لخلق خدمات جديدة تميزها عن بقية البنوك.

- مفهوم الحصة السوقية:

تعرف الحصة السوقية بأنها النسبة المئوية لمبيعات المؤسسة مقارنة بمبيعات السوق الكلي، ومن جهة أخرى يمكن التعبير عن الحصة السوقية بمقدار نصيب المؤسسة من السوق، إذ تعكس الحصة السوقية صورة دقيقة عما تقوم به المؤسسة من أعمال، وتعتبر الحصة السوقية عن قدرة المؤسسة وكفاءتها في السيطرة على السوق من خلال الاستخدام الأمثل لمواردها المتاحة لزيادة حجم المبيعات في السوق وعلى حساب المنافسين¹⁶

-أنواع الحصص السوقية: تشير الحصة السوقية للمؤسسة إلى تلك النسبة التي تمتلكها من السوق الذي تنشط على مستواه، وهناك عدة أنواع منها:

الحصة السوقية المطلقة: يتم حسابها بالنسبة للسوق الكلي المرجعي للمنتج المعني وهي على نوعين:

الحصة السوقية بالحجم = عدد الوحدات المباعة من منتج ما / عدد الوحدات الكلية المباعة في السوق.

الحصة السوقية بالقيمة = رقم الأعمال من منتج ما / قيمة المبيعات الإجمالية في سوق المنتج المعنية

الحصة السوقية المخدومة: تحسب الحصة السوقية للمؤسسة كنسبة من السوق المستهدف كما يلي:

الحصة السوقية المخدومة = مبيعات المؤسسة من منتج ما / المبيعات الكلية للسوق المستهدف.

الحصة السوقية النسبية: يتم مقارنة الحصة السوقية للمؤسسة مع باقي حصص المنافسين، ونجد

-الحصة السوقية النسبية مقارنة مع عدد من المنافسين في السوق وهي حاصل قسمة الحصة السوقية للمؤسسة المعنية على الحصة السوقية لأهم منافسيها؛

-الحصة السوقية النسبية بالمقارنة بالمنظمة القائدة وهي حاصل قسمة الحصة السوقية للمؤسسة المعنية على الحصة السوقية للمؤسسة القائدة أو التي تأتي بعد المؤسسة المعنية في الترتيب.

كلما زادت الحصة السوقية للمؤسسة مقارنة بمنافسيها عبر ذلك عن زيادة تنافسياتها، ولكن الحصة السوقية المرتفعة قد لا تعني دائما تحقيق الأرباح العالية أو تحسن الأداء، وهو ما يستدعي تحليلها لمعرفة نقاط القوة والضعف في المؤسسة ومنافسيها، وعادة ما تكون المؤسسات الداخلة إلى السوق أولا هي التي تستحوذ على أكبر الحصص.¹⁷

3.4.2. مؤشر الابداع التكنولوجي

يرى **Bellon Bertrand** "أن الإبداع هو الدخول إلى السوق بمنتج جديد أو فيه خصائص جديدة وهو أيضا إدخال عمليات إنتاجية أو تنظيمية جديدة في المؤسسة، وهذه الأشكال الثلاثة للإبداع مترابطة مع بعضها البعض وإحداها تؤدي بالضرورة إلى الأخرى، ويرى أيضا أن المؤسسات لا تبعد فقط من أجل الإبداع، لكن للاستجابة للمتطلبات الجديدة للمنافسة، أي كنتيجة للمنافسة من أجل السيطرة عليها ومهما كان الإبداع فهو مقبول أو غير مقبول تبعا للمركز المالي والتنافسي للمؤسسة.¹⁸

ويرى **Gary Barnet** أن الإبداع هو "عملية تطبيق الابتكار والتي يجب أن تحقق تحسينات ملموسة على المنتج أو الخدمة¹⁹.

بحيث لا يمكن تطوير النتائج الاقتصادية للمؤسسة المصرفية دون خلق أو إبداع منتجات أو خدمات جديدة أو إدخال تنظيمات جديدة.

4.4.2. التحكم في التكاليف: يعد تخفيض التكاليف عن كاهل المؤسسة عنصرا هاما في تحسين مردوديتها، كما يعطيها القدرة على تنافسية عالية الأداء تجاه المنافسين، وتعتبر استراتيجية التكلفة احدى الاستراتيجيات التي تنتهجها المؤسسة في اطار محيطها التنافسي في سبيل تحقيق ميزة تنافسية، والتي بموجبها يتم توجيه كافة الجهود نحو هدف أساسي وهو تخفيض التكاليف.

3. الأداء التنافسي في الصناعة المصرفية الجزائرية

1.3. هيكل الصناعة المصرفية الجزائرية

لقد تطور هيكل الصناعة المصرفية في الجزائر من خلال الإجراءات والإصلاحات التي قامت بها السلطات المحلية من الستينات إلى غاية السنوات الراهنة، حيث شهدت الساحة المصرفية الجزائرية انفتاحا كبيرا على الاستثمار الأجنبي للبنوك والمؤسسات المالية غير المصرفية نتيجة تحرير القطاع المصرفي بعد إصلاحات سنة 1990، النظام المصرفي الجزائري إلى غاية 2023/01/05 وصل إلى عشرون (20) مصرفا وثمانية (08) مؤسسة مالية بعد ضم البنك الوطني للاسكان ليحل محل الصندوق الوطني للاسكان.²⁰

جدول رقم (1): المصارف والمؤسسات المالية النشطة

المصارف والمؤسسات المالية المعتمدة إلى غاية 2023/01/05	
قائمة المؤسسات المالية المعتمدة	قائمة البنوك المعتمدة
- شركة إعادة التمويل الرهني	- بنك الجزائر الخارجي
- الشركة المالية للاستثمار والمساهمة والتوظيف	- البنك الوطني الجزائري
- الشركة العربية للايجار المالي	- القرض الشعبي الجزائري
- المغاربية للايجار المالي - الجزائر-	- بنك التنمية المحلية
- الصندوق الوطني للتعاضدية الفلاحية - مؤسسة مالية-	- بنك الفلاحة والتنمية الريفية
- الشركة الوطنية للايجار المالي - شركة ذات أسهم-	- الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط (بنك)
- ايجار ليزينغ الجزائر - شركة ذات أسهم-	- بنك البركة الجزائري
- الجزائر ايجار - شركة ذات أسهم-	- سيتي بنك - الجزائر
	- المؤسسة العربية المصرفية - الجزائر
	- تتيكسيس - الجزائر
	- سوسيتي جنرال - الجزائر
	- البنك العربي - الجزائر (فرع بنك)
	- بي.ن.بي باريباس
	- ترست بنك - الجزائر
	- بنك الاسكان للتجارة والتمويل الجزائر
	- بنك الخليج الجزائر
	- فرنسا بنك - الجزائر
	- اتش.اس.بي.سي الجزائر (فرع بنك)
	- مصرف السلام - الجزائر
	- البنك الوطني للاسكان

المصدر: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 03، بتاريخ 17 جانفي 2023، ص35.

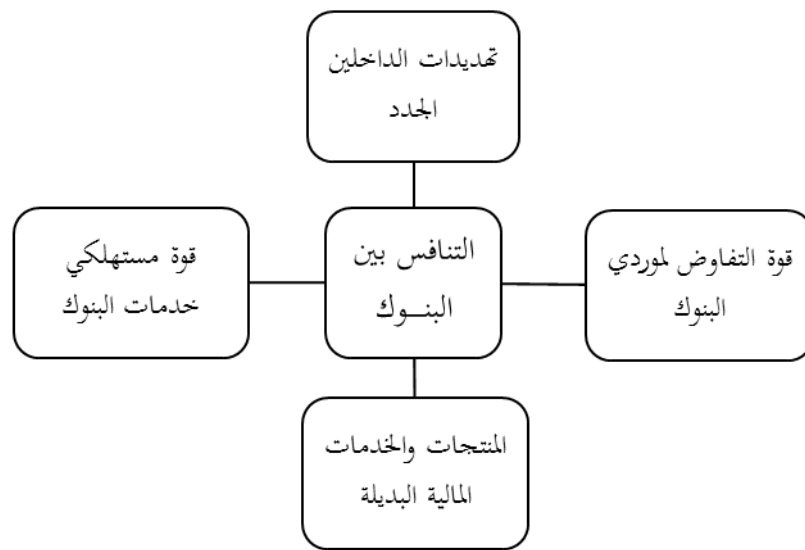
لا يزال حجم القطاع المصرفي، بالنظر إلى إجمالي أصوله، مهيمنا ومسيطر عليه من طرف المصارف العمومية التي يمثل إجمالي أصولها أكثر من 87٪ من إجمالي أصول القطاع المصرفي إذ يتميز عام 2021 بتغير ملحوظ وعودة الأصول السائلة إلى المستوى المطلوب، حيث شهد القطاع المصرفي الجزائري زيادة جد معتبرة في أصوله السائلة مدعومة أساسا بزيادة الأصول السائلة للمصارف العمومية، وهذه النسبة الجد مرتفعة تدل وتؤكد على مدى محدودية ممارسة المنافسة في القطاع المصرفي الجزائري، وبالتالي فإن الصناعة المصرفية في الجزائر تميزت بهيكل

احتكار القلة بمعنى قلة من المؤسسات تحتكر السوق المصرفي الجزائري وهي البنوك العمومية التجارية، لكن هناك منافسة قوية بين هذه البنوك العمومية .

2.3. التنافسية في الصناعة المصرفية الجزائرية

من الضروري تطبيق نموذج بورتر للقوى التنافسية للوقوف على طبيعة وأبعاد هذه الصناعة المتنامية، فمن خلال تشخيص القوى التنافسية الرئيسية في الصناعة المصرفية يصبح بالإمكان تقييم الأوضاع التنافسية الحالية والمستقبلية للبنك، ويرى بورتر أن المنافسة في الصناعة المصرفية تتألف من خمس قوى تنافسية رئيسية يوضحها الشكل التالي:²¹

شكل رقم (01): قوى التنافس الخمس المطبقة في الصناعة المصرفية الجزائرية



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على Porter, M.E. *L'avantage concurrentiel*, traduit par philippe de laverne, dunod, paris, 1999, p15. .

سنحاول مناقشة هذه القوى فيما يلي:

1.2.3..تهديدات الداخلين الجدد: عندما تكون عوائق الدخول ضعيفة فإن تهديدات الدخول من قبل اللاعبين الجدد يكون قويا، وعليه فكلما كان من الصعب على البنوك التي ترغب في الدخول للقطاع المصرفي الجزائري دل ذلك على قوة الموقف التنافسي للمؤسسة المصرفية القائمة، وفي الوقت الراهن فإن عوائق الدخول إلى الصناعة المصرفية موجودة بدليل العوائق (حواجز قانونية و تشريعية) التي يضعها بنك الجزائر، مما يعني أن الموقف التنافسي للبنوك الجزائرية كبيرا، إضافة إلى اقتصاديات الحجم الكبير للصناعة المصرفية و صعوبة الحصول على اعتماد ممنوح من طرف السلطة من أجل ممارسة العمل المصرفي، مما يقلل من عدد المنافسين في السوق المصرفية، ويحصر السوق المصرفية في سوق احتكار القلة.

2.2.3.تهديدات المنتجات والخدمات المالية البديلة: غالبا ما تتأخر البنوك الجزائرية في ملاحظة التطورات التكنولوجية التي تسمح لمنتجات الصناعات الأخرى بالاستبدال من قبل العملاء، بمعنى أن عملاء البنك قد يستبدلون منتجاته وخدماته بمنتجات صناعات أخرى بديلة، ويحصل ذلك عندما تكون هذه المنتجات البديلة أفضل من المنتجات القائمة من حيث سرعة تقديمها أو من حيث جودتها، ففي

الصناعة المصرفية الجزائرية حصل تنوع كبير في عدد وجودة المنتجات والخدمات التي تعرضها البنوك المنافسة، وهذه جميعها تمثل فرص تفاعل جديدة قادرة على تهديد منتجات الصناعة القائمة.

3.2.3. قوة التفاوض لموردي البنوك: وهم الذين يوفر خدمات التي تحتاجها البنوك لإشباع حاجات العملاء، وغالبا ما يكون عددهم قليل أو تكاليف الحصول على الخدمات كبير، وبالتالي يشكل هؤلاء الموردين تهديدا كبيرا للبنوك الجزائرية والعملاء، ولا تمتلك البنوك في الجزائر حرية واسعة للمناورة طالما أن البنك المركزي هو المحدد الرئيسي لسعر الفائدة وتحديد نسبة الاحتياطي القانوني.

4.2.3. قوة مستهلكي خدمات البنوك: هم عملاء البنوك، فقوتهم التفاوضية تظهر عندما يكون عددهم كبير أو عندما يستهلكون بكميات كبيرة، وفي ظل وجود تمايز خدمي بين البنوك الجزائرية كبير بسبب التخصص الذي تتميز به هذه البنوك كبنك الفلاحة والتنمية الريفية الذي يقدم خدمات للقطاع الفلاحي مما يصعب على العملاء أصحاب الأنشطة الفلاحية وأصحاب الأراضي من التحول أو الانتقال بسهولة وبكلفة قليلة إلى بنوك أخرى، فلا يوجد أمام هؤلاء العملاء سوى التعامل مع هذا البنك، وعليه فإن العملاء يمتلكون قوة ضعيفة، ويكون الحصول على العملاء أمر سهل في حالة العميل الذي لا يتوفر على معلومات جيدة عن خدمات باقي البنوك المنافسة، فقد يحصل على خدمات من بنك معين بسعر أكبر وقد لا تكون الأفضل مقارنة مع خدمات البنوك الأخرى.

5.2.3. دور الدولة: إضافة إلى القوى السابقة، هناك قوة سادسة تتمثل في دور الدولة، والتي لم يشر إليها بورتر بل اعتبرها تدخل ضمينا مع القوى الخمسة المحددة التي ذكرها. ففي الجزائر، تتدخل الدولة في تنافسية البنوك بشكل أو بآخر لاسيما عن طريق الضوابط القانونية والتشريعية التي تضعها الدولة والخاصة بالقطاع المصرفي، والتي تعتبر أحد أهم العوائق أمام الداخلين المحتملين للقطاع، وهو ما يقلل من تزايد عدد المنافسين في القطاع، ويبقى السوق في دائرة احتكار القلة.

تؤثر هذه القوى الخمس لبورتر على تنافسية البنوك في الجزائر، لكن يبقى هذا التأثير محدود نوعا ما نظرا لخصوصية القطاع المصرفي وطبيعة المنافسة والسياسة الحمائية الحذرة التي تحكم نشاطاته²².

3.3. مؤشرات الأداء التنافسي في الصناعة المصرفية في الجزائر

بعد التطرق إلى الأداء التنافسي وبعض مؤشرات في الجانب النظري، نحاول تقييم الأداء التنافسي في القطاع المصرفي من خلال دراسة بعض مؤشرات، حيث نتناول أولا مؤشر الربحية من خلال معدل العائد على حق الملكية ثم معدل عائد أصول هذه البنوك، ثم مؤشر الحصة السوقية ومؤشر الابتداء ومن ثم مؤشر التكاليف.

1.3.3. مؤشر ربحية القطاع المصرفي: والذي يتم قياسه من خلال معدل العائد على حق الملكية والعائد على الأصول كما يلي:

- **معدل العائد على حق الملكية:** لم تعرف مردودية الأموال الذاتية بالبنوك الجزائرية نفس الاتجاه خلال الفترة (2012-2021)

بين البنوك العمومية والبنوك الخاصة وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (2): معدل العائد على حق الملكية بالبنوك العمومية والخاصة خلال (2012-2021)

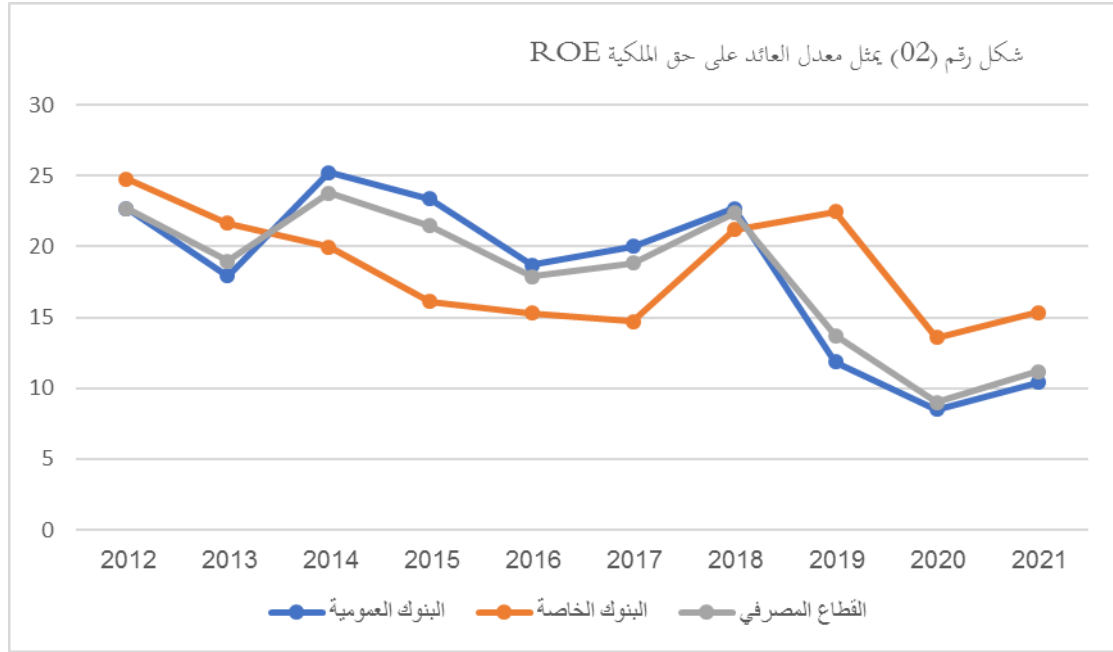
الوحدة: %

2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	
10.4	8.48	11.85	22.68	19.99	18.69	23.37	25.22	17.93	22.69	البنوك العمومية ROE
15.36	13.59	22.45	21.21	14.69	15.28	16.10	19.97	21.64	24.75	البنوك الخاصة ROE

11.18	9.01	13.69	22.38	18.84	17.89	21.48	23.75	18.97	22.67	قطاع المصرفي ROE
-------	------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	---------------------

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات التقارير السنوية لبنك الجزائر للفترة 2015-2021.

ويمكن تمثيل العائد على حق الملكية للبنوك العمومية والخاصة خلال الفترة (2012-2021) وفق الشكل التالي:



يتبين من الجدول والمنحنى أعلاه، أن معدل مردودية الأموال الذاتية (ROE) عرف تذبذباً بالنسبة للبنوك العمومية من سنة 2012 إلى 2021 ينخفض ثم يرتفع وصل ذروته في سنة 2014. في حين انخفض هذا المعدل بالبنوك الخاصة من 24.75 % سنة 2012 إلى 14.69 % سنة 2017 ليرتفع إلى 22.45 % سنة 2019 وهو ما يفسر سيطرة البنوك العمومية على معظم مؤشرات النظام المصرفي على حساب البنوك الخاصة.

كما انخفض العائد على حق الملكية من 22.38 في 2018 إلى 13.69 في 2019 تحت التأثير المزدوج لانخفاض النتائج الصافية وارتفاع في رؤوس الأموال الخاصة. ومن ناحية أخرى بالنسبة للمصارف الخاصة انتقلت مردودية الأموال الخاصة من 21.21 في 2018 إلى 22.45 في 2019 ومع ذلك أدى انخفاض النتائج الصافية المحققة لهذه المصارف إلى انخفاض معدل العائد على الأصول من 3.38 في 2018 إلى 3.15 في 2019. يرتبط التراجع في مردودية الأموال الخاصة للمصارف العمومية إلى ارتفاع الأموال الخاصة مقارنة بالنتائج، أما بالنسبة للاستقرار النسبي للعائد على الأصول فهو ناتج عن تزايد الأصول بالنسبة للمصارف العمومية بالتالي تزايد نتائجها، وتدني الأصول بالنسبة للمصارف الخاصة وبالتالي انخفاض نتائجها.

- **مردودية الأصول** يقيس هذا المعدل مدى كفاءة إدارة البنك في توليد أرباح من موجوداته، وقد بينت دراسة أجريت على البنوك الأمريكية أن البنوك الأحسن أداءاً هي التي ولدت عائداً على الأصول لا يقل عن 1.5²³. موضحاً في الجدول التالي:

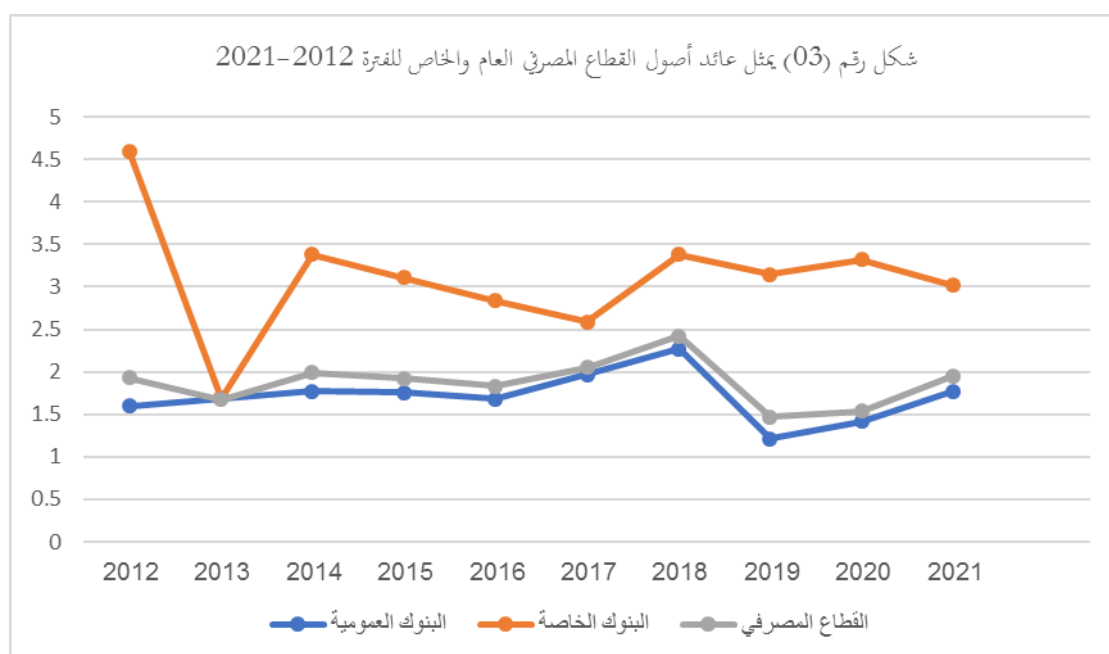
2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	--

1.77	1.42	1.21	2.27	1.97	1.68	1.76	1.77	1.69	1.60	لبنوك العمومية ROA
3.02	3.32	3.15	3.38	2.59	2.84	3.11	3.38	1.69	4.60	البنوك الخاصة ROA
1.95	1.54	1.47	2.42	2.05	1.83	1.92	1.99	1.67	1.93	القطاع المصرفي ROA

جدول رقم (3): عائد أصول البنوك العمومية والخاصة خلال الفترة (2012-2021). الوحدة %

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات التقارير السنوية لبنك الجزائر للفترة 2015-2020.

ويمكن تمثيل عائد أصول البنوك العمومية والخاصة خلال الفترة (2012-2021) وفق الشكل التالي:



من خلال الجدولين نلاحظ أن كل من مؤشر العائد على الأصول والعائد على حق الملكية مرتفع في البنوك الخاصة مقارنة بالبنوك العمومية رغم ارتفاع حجم أصول البنوك العمومية في الجزائر مقارنة بحجم أصول البنوك الخاصة، بحيث يفسر ارتفاع هذين المؤشرين في البنوك الخاصة عنه في البنوك العمومية هو أن صغر حجم الأصول في البنوك الخاصة قد يسهل عملية التحكم في البنك واحتواء المخاطر بعكس البنوك العمومية، مما يشير إلى كفاءة البنوك الخاصة في استغلال واستثمار موجوداته لتوليد الأرباح. حيث عرف مؤشر العائد على الأصول للبنوك المقاس بنسبة الناتج/مجموع متوسط الأصول ارتفاعا في 2018 مقارنة بـ 2017 سواء لدى البنوك العمومية أو البنوك الخاصة، فقد ارتفع ليسجل على التوالي، 3.38% في 2018 مقابل 2.59% في 2017 بالنسبة للبنوك الخاصة، وإلى 2.27% في 2018 مقابل 1.97% في 2017 بالنسبة للبنوك العمومية.

وتبعاً للأزمة الصحية Covid-19 وتدابير التخفيف التي اتخذها بنك الجزائر لمواجهة واحتواء تداعياتها الناتجة عن الأزمة الصحية العالمية التي مست العالم بأسره لاحظت المصارف ارتفاع متوسط رؤوس أموالها بمعدل يتجاوز 62 ما بين 2019 و2020. كما أن تحسن الناتج

الناتج الصافي للقطاع المصرفي بـ6.7 في 2020 سمح للعائد على الأصول للانتقال من 1.47 في 2019 إلى 1.54 في 2020. ويبقى القطاع المصرفي أقل مردودية في 2020 مقارنة بالسنة الماضية بالنظر إلى مستوى متوسط رؤوس الأموال التي تملكها المصارف مع تسجيل معدل عائد على رأس المال 9.01 في 2020 أقل من السنة الماضية.

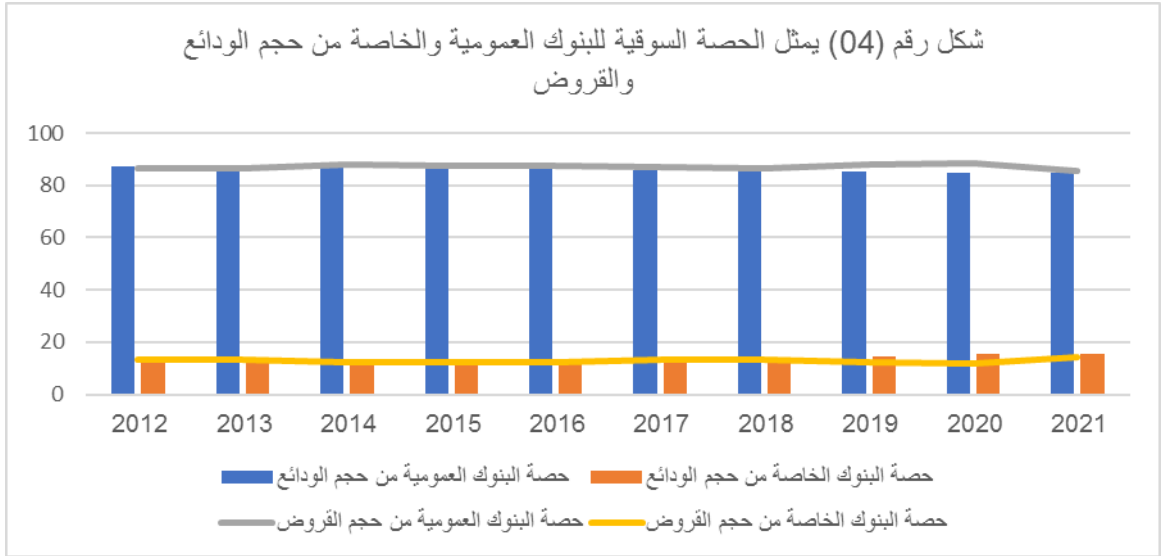
2.3.3. مؤشر الحصة السوقية

سمح قانون النقد والقرض للبنوك الأجنبية بإنشاء بنوك خاصة في الجزائر، في إطار فتح الاقتصاد الوطني على الاستثمار الأجنبي، وهذا في ظل الدخول في اقتصاد السوق وبالتالي فهو أول قانون في الجزائر يشجع على المنافسة بين البنوك وذلك بزيادة عدد البنوك الجزائرية العامة والخاصة والأجنبية.²⁴ والجدول التالي يوضح تطور الحصص السوقية للقطاع المصرفي العام والخاص في الجزائر للفترة (2012-2021).
جدول رقم (4): تطور الحصص السوقية للقطاع المصرفي العام والخاص في الجزائر للفترة: (2012-2021). الوحدة: %

السنوات	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
حصة البنوك العمومية من حجم الودائع %	87.1	86.6	87.74	88.30	87.06	85.81	86.24	85.32	84.71	84.61
حصة البنوك العمومية من حجم القروض %	86.7	86.5	87.84	87.51	87.58	86.78	86.59	87.93	88.30	85.53
حصة البنوك الخاصة من حجم الودائع %	12.9	13.4	12.26	11.70	12.94	14.19	13.76	14.68	15.29	15.39
حصة البنوك الخاصة من حجم القروض %	13.3	13.5	12.16	12.49	12.42	13.22	13.41	12.07	11.70	14.47

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات التقارير السنوية لبنك الجزائر (2015-2020).

من خلال ملاحظة بيانات الجدول السابقة نلاحظ أن الصناعة المصرفية في الجزائر تعتبر صناعة عالية التركيز وذلك حسب كل المؤشرات المعروفة في حساب التركيز مما يجعل هيكل السوق قريب إلى احتكار قلة (وهذا يؤكد ما ذكرناه سابقا)، وهذا التركيز الذي تمارسه البنوك العمومية يؤثر سلبا على المنافسة ويؤثر على البنوك الخاصة التي تبقى بعيدة عن المنافسة في السوق الجزائري بدليل حصتها السوقية الضعيفة مقارنة بالبنوك العمومية. ويمكن تمثيل الحصة السوقية للبنوك العمومية والخاصة وفق الشكل التالي:



من اعداد الباحثين بالاعتماد على البيانات الواردة في الجدول رقم (4)

يتضح من النسب السابقة والشكل السابق عدم التكافؤ الكبير بين القطاع المصرفي العام والخاص واحتكار شبه مطلق للبنوك العمومية للساحة المصرفية، هذه الأخيرة التي لا نجد لها أثر في الفترة الحالية في جداول تصنيف أحسن المؤسسات المصرفية في العالم، ولا حتى في الجداول التي تُعنى بمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، وتغيب البنوك الجزائرية على التصنيف العربي والدولي لكون أغلبها بنوك عمومية ذات طابع محلي ليس لها امتداد أو فروع دولية كما أن رأسمالها ضعيف مقارنة بنظيراتها في العالم، حيث يقدر أكبر رأسمال بمائة مليار دينار وذلك نظرا لعدم قدرتها على استيعاب سيولة كبيرة بسبب قدراتها التسييرية المحدودة، وتجد البنوك الجزائرية نفسها بعيدة عن قائمة أفضل البنوك على المستوى العالمي أو حتى على المستوى الإقليمي، وذلك لابتعادها عن المعايير التي تعتمد عليها مؤسسات التصنيف المالي والمصرفي من معدلات النمو في الأصول والربحية والعلاقات الإستراتيجية، الأسعار التنافسية والمنتجات المبتكرة.²⁵

3.3.3. مؤشر الابداع التكنولوجي

تم تحقيق تقدم كبير في مجال تطوير المؤسسات المصرفية وساهمت التكنولوجيا الجديدة في مجال ارسال البيانات والتقدم في مجال الاعلام الآلي في تغيير جذري في اجراءات الدفع والتسوية، حيث تميزت سنة 2018، بتطورات تكنولوجية أثرت على أنظمة المعلومات لدى عدة مصارف وعلى الخدمات المصرفية المعروضة على الزبائن لاسيما من خلال وضع منتجات وخدمات مصرفية متاحة عن بعد. وخلال سنة 2019، قام 15 مصرفا من أصل عشرين 20 باطلاق أو اكمال اطلاق منتج أو عدة منتجات مصرفية جديدة، كما أنه لم تؤثر أزمة كوفيد19 على ديناميكية عرض منتجات وخدمات مصرفية جديدة من طرف المصارف، حيث أنه تم تقديم 17 ملفا يخص منتجات وخدمات جديدة لطلب الترخيص بطرحها، طبقا لأحكام النظام رقم 20-01 في 15 مارس 2020 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالشروط البنكية المطبقة على العمليات المصرفية.²⁶

لقد عملت المصارف الجزائرية على ادخال العديد من التقنيات المصرفية لمواكبة التطورات الحاصلة في الصناعة المصرفية، فمثلا في استخدام شبكة الانترنت لتطبيق العمليات المصرفية نجد معظم المصارف الجزائرية تملك مواقع عبر الانترنت إلا أن الغرض من هذه المواقع لا يتعدى استخدامها كأداة تعريفية وتسويقية للمصرف وليس كأداة فعلية للقيام بالعمليات المصرفية المتداولة بين العملاء والمصارف. وبالرغم من هذا تبقى الابتكارات المالية في البنوك الجزائرية في بداية الطريق لافتقار القطاع البنكي لبيئة ابداعية لائقة تساهم في تطوير الصناعة المصرفية.

4.3.3. مؤشر التكاليف

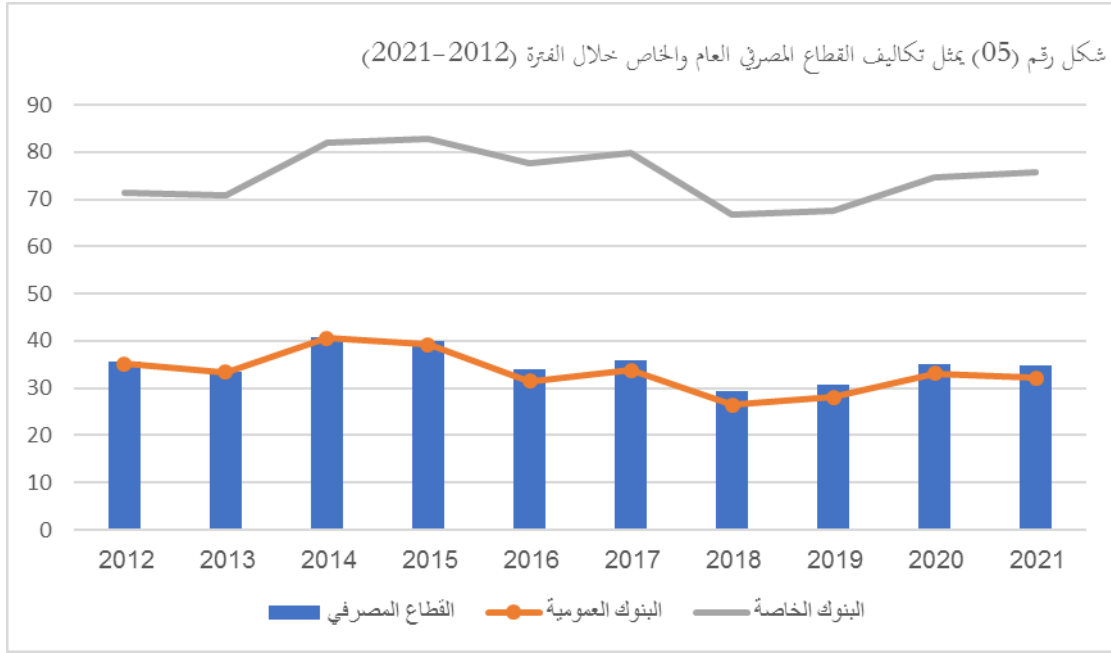
هامش الفائدة والتي تقيس مدى مساهمة صافي أرباح البنك من الفوائد من إجمالي دخله الخام أي مدى مساهمة النشاط الرئيسي للبنوك المتمثل في عملية الاقراض في خلق الأرباح وتشهد هذه النسبة ارتفاعا ملحوظا في البنوك العمومية.

جدول رقم (5): تكاليف القطاع المصرفي العام والخاص خلال الفترة (2012-2021). الوحدة: %

2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	
32.14	33.08	28.1	26.39	33.75	31.43	39.24	40.58	33.4	35.2	البنوك العمومية
78.48	75.79	81.7	80.79	72.72	72.32	65.76	66.68	72.15	78.10	المصاريف خارج الفائدة/الدخل الخام هامش الفائدة/الدخل الخام
43.59	41.46	39.5	40.49	46.16	46.27	43.43	41.29	37.4	36.1	البنوك الخاصة
79.30	75.34	68.2	71.14	74.25	73.38	71.51	69.12	72.15	41.6	المصاريف خارج الفائدة/الدخل الخام هامش الفائدة/الدخل الخام
34.87	35.0	30.8	29.34	35.99	34.08	40.01	40.73	33.48	35.64	القطاع المصرفي
78.68	75.7	78.5	78.78	73.00	72.51	66.81	67.19	68.17	64.23	المصاريف خارج الفائدة/الدخل الخام هامش الفائدة/الدخل الخام

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات التقارير السنوية لبنك الجزائر للفترة 2015-2021.

ويمكن تمثيل تكاليف القطاع العام والخاص وفق الشكل التالي:



تحسنت معدلات الاعباء خارج الفوائد في البنوك العمومية من 40.58% في 2014 إلى 26.39% في 2018، في حين تدهور هذا المعدل في البنوك الخاصة مرورا من 41.29% في 2014 إلى 46.16% في 2017 ليعاود الانخفاض إلى 40.49% في سنة 2018 وخلال سنة 2019 انخفض الناتج الصافي للقطاع المصرفي الجزائري بنسبة 33.6% مقارنة بسنة 2018 نجم هذا التراجع عن الارتفاع المعتبر لتكلفة الخطر من ناحية ومن ناحية اخرى عن انخفاض هامش الفائدة الذي تراجع ب 3.6% في 2019. عرفت الهوامش والتكاليف المصرفية تحسنا واضحا في سنة 2018، حيث حقق هامش الفائدة قفزة ب 5.8 في 2018 منتقلا من 73% في 2017 إلى 78.8% في 2018 أما بالنسبة للأعباء المصرفية خارج الفوائد فقد عرف انخفاضا بنسبة 11.7% في 2018 محسنا بالتالي معدل التكاليف الذي انتقل من 36% في 2017 إلى 29.3% في 2018.

4. الخلاصة

تواجه معظم مؤسسات القطاع المالي في الوقت الحاضر ضغوطا من المنافسة الشديدة محليا وعالميا، بالإضافة إلى الضغوط المتزايدة من العملاء والمتمثلة في التعدد والتنوع الشديدين في احتياجات هؤلاء العملاء، والتطور في طبيعة ونوع الخدمات التي تقدمها . وبالتالي فإن المنشآت بحاجة إلى نظم ومؤشرات أداء تساعد في تقييم أداء المؤسسة بشكل متكامل كمعدلات الربحية، معدلات النمو، والحصة السوقية، والابتكار الأفضل مقارنة بالمنافسين. بناء على ما سبق توصلنا الى النتائج التالية وتؤكدنا من صحة فرضيات الدراسة من عدمها:

1- لا يزال حجم القطاع المصرفي، بالنظر إلى إجمالي أصوله، مهيمنا ومسيطرًا عليه من طرف المصارف العمومية التي يمثل إجمالي أصولها أكثر من 87 ٪ من إجمالي أصول القطاع المصرفي، وهذا يؤكد على محدودية ممارسة المنافسة في القطاع المصرفي الجزائري، وبالتالي فإن الصناعة المصرفية في الجزائر تميزت بهيكل احتكار القلة بمعنى قلة من المؤسسات تحتكر السوق المصرفي الجزائري وهي البنوك العمومية .
(وهذا يثبت تحقق الفرضية الأولى)

2- مؤشرات معدل العائد على متوسط إجمالي الاصول، ومعدل العائد على متوسط إجمالي حقوق الملكية كانت في البنوك الخاصة أحسن من البنوك العمومية، وهذا ما جعل البنوك الخاصة وفق هذا المؤشر احسن أداء من البنوك العمومية، والسبب في ذلك يمكن رده الى الحجم الكبير لإجمالي الاصول وإجمالي حقوق الملكية في البنوك العمومية، وبالتالي فان هذا يعبر عن ضعف في استخدام اصول البنوك العمومية مقارنة بالبنوك الخاصة. (وهذا يثبت عدم تحقق الفرضية الثانية)

3- الحصة السوقية للبنوك تؤثر ايجابا على مؤشرات ادائها، حيث انه كلما زادت الحصة للبنك فان هذا يكون نتيجة زيادة القروض الممنوحة، وبالتالي فان هذا يعني زيادة في الارباح الناتجة عن تلك القروض، مما يؤدي الى تحسين مؤشرات أداء تلك البنوك، (وهذا يثبت تحقق الفرضية الثالثة)

4- خصوصيات العملية الانتاجية في البنوك، حيث انه من الصعب تحديد مدخلات ومخرجات البنوك، نتيجة وجود العديد من المقاربات المفسرة لها، مما نتج عنه صعوبة تقييم مستوى التكاليف الخاصة بها وكذا ضعف الابداع التكنولوجي نتيجة العديد من العوائق خاصة منها القانونية ونقص الوعي لدى الزبائن بالإضافة الى القيود التي يفرضها البنك المركزي. (وهذا يثبت عدم تحقق الفرضية الرابعة)

التوصيات

في بيئة الاعمال التنافسية وزيادة حدة المنافسة بين منشآت الاعمال في مختلف القطاعات الاقتصادية فقد اصبح لزاما على المنشآت اتباع ادوات مالية وادارية حديثة وفعالة تمكنها من اكتساب المزايا التنافسية والاحتفاظ بها لأطول فترة ممكنة، فعلى ضوء النتائج التي تم التوصل اليها، يمكن أن نقدم جملة التوصيات التالية:

1- تشجيع المنافسة داخل الصناعة المصرفية في الجزائر بتعديل القوانين والتشريعات المنظمة ومن خلال العمل على توفير أكبر قدر ممكن من شروط المنافسة التامة، على اعتبار ان تشجيع سيطرة البنوك العمومية على الصناعة المصرفية في الجزائر سيبقي على ضعف استخدام موارد تلك البنوك العمومية.

2- تطوير التكنولوجيا المستخدمة في تقديم الخدمات المصرفية، خاصة ما تعلق بالبنية التحتية، حيث ان التكنولوجيا الجيدة بإمكانها العمل على تحسين هيكل تكاليف البنوك، وبالتالي فان هذا قد يسمح لها من تحسين وفورات الحجم للبنوك، وبالتالي فان هذا سيفتح المجال امام البنوك على توسيع حجم نشاطها، عبر تقديم حجم أكبر من المنتجات من وجهة، ومن جهة اخرى عبر تنويع سلة المنتجات التي تقدمها تلك البنوك.

الاحالات والمراجع

- 1 : أحمد سعيد باخرمة، "اقتصاديات الصناعة"، دار زهران للنشر والتوزيع، السعودية، 1994، ص3.
- 2 : علاء فرحان طالب، فاضل راضي الغزالي، "إدارة التحديات الإستراتيجية في البنوك"، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص ص36،37.
- 3: عبد الحكيم عبد الله النسور، "الأداء التنافسي لشركات صناعة الادوية في ظل الانفتاح الاقتصادي"، اطروحة دكتوراه، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، سوريا، 2009، ص ص 15،16.
- 4 : أحمد سعيد باخرمة، مرجع سابق، ص ص221، 222.
- 5 : زهير ثابت، "تقييم أداء الشركات والأفراد"، دار قباء، مصر، 2001، ص15.
- 6 : حمود مزنان فهد، "أثر السياسات الاقتصادية في أداء المصارف التجارية"، دار صفاء للطباعة و النشر و التوزيع، عمان الأردن، 2009 ، ص 33
- 7 : Sana safá. "letude de linfluence de choix strategique sur la performance des entreprise impliquees dans une offre publique dachat et dechange". Le revue arabique de sciences economiques et administratifs. Universite rohe el kods. Liban.n02. 2006. P: 165.
- 8 : وائل محمد صبحي ادريس، سلسلة ادارة الاداء الاستراتيجي، دار وائل للنشر، الاردن، 2009، ص40.
- 9 : عدنان فضل أبو الهيجاء، "الأداء التنافسي للصناعات التحويلية الأردنية في الأسواق العربية والعالمية"، دار المنظومة، الاردن، سنة النشر غير موجودة، ص08.
- 10 : ريعة أحمد الصغير، "تقييم أداء المؤسسات الصناعية باستخدام بطاقة الأداء المتوازن"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية العلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة قسنطينة 2، 2013/2014، ص13.
- 11 : عدنان فضل أبو الهيجاء، مرجع سابق، ص ص 15،16.
- 12 : فيصل عبد الرؤوف الدحلة، تكنولوجيا الأداء البشري، دار المكتبة الوطنية للنشر، الأردن، 2001، ص124.
- 13 : داليدا محمد عادل الدوياتي، "أثر التكامل بين القياس المتوازن للأداء وإدارة المخاطر الاستراتيجية على الأداء التنافسي للبنوك دراسة تجريبية"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية جامعة الدول العربية، مصر، 2017، ص16.
- 14 : كرومي آسية، تقييم أداء البنوك التجارية باستخدام نموذج Dupont المعدل لعينة من البنوك الجزائرية الخاصة، مجلة الابتكار والتسويق، المجلد9، العدد2، جامعة بشار، 2022، ص36.
- 15 : مروان غانم، "تقييم الأداء المالي للمصارف التجارية الأردنية (1978-1998)"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة آل بيت، الأردن، 2000، ص30.
- 16 : نهي أحمد أبو طه، أثر الاضطراب البيئي على علاقة التوجه الاستراتيجي بالأداء التسويقي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2012/2013، ص26.

17 : شرون رقية، "تقييم الأداء المالي للبنوك التجارية من خلال تحليل العائد والمخاطر دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري(1995-2004)", رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، 2007/2006، ص ص28،29.

18 : Bellon Bertrand, **l'innovation créatrice**, Edition ARTE et Economica, Paris France, mars 2002,p 03

19 : Gary Barnett, Eamonn Kennedy, **ovun innovation, research director ovun**, December 2006. p04.

20 : الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 03، بتاريخ 17 جانفي 2023، ص35.

21 : Porter, M.E. **L'avantage concurrentiel**, traduit par philippe de lavergne, dunod, paris, 1999, p15.

22 : حيمر مريم، "التحالفات الاستراتيجية كمدخل لتحسين أداء المؤسسة الصناعية دراسة حالة مجموعة من البنوك ومؤسسات التأمين"، أطروحة دكتوراه، كلية الاقتصاد، جامعة بسكرة، الجزائر، 2022/2021، ص162.

23 : كرومي آسية، مرجع سابق، ص45.

24 : محمود حميدات، "مدخل للتحليل النقدي"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1996، ص137.

25 : اتحاد المصارف العربية، 2020 .

25 : التقارير السنوية لبنك الجزائر من 2015-2021 (التطور الاقتصادي والنقدي للجزائر).