

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة



ميدان: العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير
تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

كلية: العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير
قسم: علوم إقتصادية

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي
تحت عنوان:

الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمات البنكية

دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية **BDAR** وكالة - المسيلة-

تحت إشراف:

قريد مصطفى

من إعداد:

منصوري نسرين

يوسف حسينة

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
غري حمزة	أستاذ محاضر أ	جامعة محمد بوضياف المسيلة	رئيسا
قريد مصطفى	أستاذ محاضر أ	جامعة محمد بوضياف المسيلة	مشرفا ومقررا
واضح فواز	أستاذ محاضر أ	جامعة محمد بوضياف المسيلة	مناقشا

السنة الجامعية : 2020-2021



شكر وتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

قال الله تعالى: "وإذا تَأَذَّنَ ربكم لئن شكرتم لأزيدنكم ولئن كفرتم إن عذابي لشديد"

سورة إبراهيم الآية -07-

الحمد لله على آلائه أن سهل لي ووفقي وأهداني بالصبر لإتمام عملي هذا أشكر الأستاذ المشرف "قريد

مصطفى" قبوله الاشراف على هذا العمل، وعلى ما قدمه لي من جهد ونصيحة.

والشكر موصول إلى كل اساتذتي بالقسم وعلى كل ما قدموه لنا خلال مشوارنا الدراسي بالجامعة.

إلى موظفي البنك محل الدراسة وعمالته على تعاونهم معنا

إلى السادة أعضاء لجنة المناقشة المحترمين لقبولهم مناقشة هذا العمل

إهداء

إلى من سار معي منذ بداية الطريق حتى هذه اللحظة وكان دافعا لي لكل نجاح إلى من
بذل كل غالٍ ونفيس ليسعدني في هذه الحياة إلى مصدر الأمان وراحة البال "أبي العزيز"
إلى نبع الحنان وروح القلب إلى من صبرت وكافحت معي في هذه الحياة إلى أعظم وأجمل
إنسانة في الحياة "أمي الغالية"

إلى من هم أحن من النسيم على ذاتي وأعز من أحبيهم قلبي وأكثر من عشقهم
فؤادي إلى إخوتي وأخواتي وأولادهم.
إلى عائلتي الصغيرة التي وجدت بها بعد أهلي إلى زهرات المستقبل وبسمات الأمل إلى صديقاتي
كل واحدة باسمها .

إلى كل زميلاتي وزملائي في الدراسة.
إلى كل الذين أحببتهم واحترمتهم وحملت لهم في قلبي ذكرى جميلة لا تنسى .
إلى كل الذين لم تسعهم ورقتي ووسعهم قلبي .

نسرين منصوري

إهداء

بسم الله والحمد لله لذي أنار دربي ويسر أمري وجعلني من الذين يهتدون بهديه ويتبعون

سيرة نبيه الكريم عليه أفضل الصلاة وأزكى التسليم، أهدي هذا العمل المتواضع:

إلى التي على بساط الأوجاع ولدتني، وبأيادي الآلام ربتي وبعيون التعب رعتني وبصدر

المشقات حميتني إلى أغلى إنسانة وأجمل ابتسامة إلى من كان دعاءها سر نجاحي إليك

أمي الغالية

إلى من كلفه الله بالهبة والوقار إلى من علمتني العطاء دون انتظار إلى من أحمل اسمه بكل

افتخار إليك أبي الغالي

إلى من أرى التفاؤل بعينه والسادة بضحكته والاطمئنان بوجوده إلى أخي الوحيد محمد وزوجته

وأولاده: أسامة، هيثم، وسيف.

إلى من هو سندي الثاني في الحياة زوجي قرة عيني

قمره جمال

إلى ساكنات الروح والأضلع إلى ندى القلب والدمع إلى من شاركوني أمومة والذتي وأبوة

والدي إلى أخواتي الحبيبات: رشيدة، وهيبة، وزوجها إسماعيل، فضيلة، نبيلة وزوجها عبد القادر، حنان

وزوجها ياسين، وسيلة وزوجها وليد.

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البريئة إلى كناكيت البيت: علاء، يوسف، أسامة، أمينة، مروان، حسام،

هيثم، هديل، يحيى، هشام، سيف.

إلى رفيقة دربي ورفيقتي في العمل صديقتي منصوري نسرين.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات:

الصفحة	العنوان
	شكر وتقدير
	إهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول وأشكال
أ - و	مقدمة عامة
الفصل الأول الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية	
08	تمهيد
09	المبحث الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية
09	المطلب الأول: مفهوم البنوك ونشأتها:
11	المطلب الثاني: الصيرفة الإلكترونية مفهومها وتطورها التاريخي وأنواعها.
17	المطلب الثالث: أهمية المصارف الإلكترونية وعوامل نجاحها ومتطلباتها.
21	المطلب الرابع: خصائص المصارف الإلكترونية ومزاياها وعيوبها.
26	المبحث الثاني: عموميات حول جودة الخدمات المصرفية.
26	المطلب الأول: تعريف وخصائص الخدمة المصرفية.
32	المطلب الثاني: تعريف جودة الخدمات المصرفية ومستوياتها وأبعادها
37	المطلب الثالث: نماذج قياس جودة الخدمات المصرفية.
44	المطلب الرابع: انعكاسات الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية.
48	خلاصة الفصل
الفصل الثاني الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة	
50	تمهيد
51	المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية.
51	المطلب الأول: المنهج العلمي المعتمد في الدراسة.
52	المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة.
54	المطلب الثالث: أداة الدراسة الميدانية والإحصائية المستخدمة.
63	المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة.
63	المطلب الأول: تحليل البيانات الشخصية.

66	المطلب الثاني: اختبار التوزيع الطبيعي.
67	المطلب الثالث: تحليل عبارات الاستبيان واختبار الفرضيات.
87	خلاصة الفصل
90	خاتمة
95	قائمة المراجع
101	قائمة الملاحق
	ملخص الدراسة

قائمة الجداول والأشكال

قائمة الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
01	أبعاد جودة الخدمات المصرفية.	34
02	عينة الدراسة لمجموعة من فروع بنك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية المسيلة	54
03	يبن دراجات مقياس رنسيس ليكارت (RensisLikert) الخماسي.	55
04	الاتساق الداخلي لعبارات محور الصيرفة الالكترونية.	57
05	يوضح الاتساق الداخلي لعبارات محور جودة الخدمات المصرفية في البنك.	58
06	يبين نتائج اختبار ألفا كرو نباخ لمحاور الدراسة.	60
07	Guttman Split-Half Coefficienttt لقياس ثبات الاستبانة.	60
08	المحك المعتمد في الدراسة للاستبيان.	61
09	توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	63
10	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.	64
11	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوي التعليمي.	65
12	توزيع أفراد العينة وفقا لعدد سنوات الخبرة.	65
13	يوضح نتائج اختبار Shapiro-Wilk	66
14	العبارات المتعلقة بمحور الصيرفة الالكترونية.	67
15	العبارات المتعلقة ببعد الاعتمادية.	70
16	العبارات المتعلقة ببعد الاستجابة.	71
17	العبارات المتعلقة ببعد الملموسية.	73
18	العبارات المتعلقة ببعد الثقة/الامان.	74
19	يوضح نتائج اختبار أنوفا (معنوية النموذج).	76
20	يبين نتائج اختبار الفرضية الرئيسية (معنوية معالم النموذج).	76
21	يوضح نتائج اختبار أنوفا (معنوية النموذج).	78
22	يبين نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى (معنوية معالم النموذج).	79
23	يوضح نتائج اختبار أنوفا (معنوية النموذج).	80
24	يبين نتائج اختبار الفرضية الثانية (معنوية معالم النموذج).	81

82	يوضح نتائج اختبار أنوفا (معنوية النموذج).	25
83	يبين نتائج اختبار الفرضية الخامسة (معنوية معالم النموذج).	26
85	يوضح نتائج اختبار أنوفا (معنوية النموذج).	27
85	يبين نتائج اختبار الفرضية الثالثة (معنوية معالم النموذج).	28

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
10	البنك وسيط مالي	01
13	تطور المؤسسة البنكية	02
33	مفهوم جودة الخدمة المصرفية	03
37	طرق قياس جودة الخدمات المصرفية	04
41	نموذج جودة الخدمة	05
62	يبين المجالات التي تنتمي إليها قيم الارتباط	06

حقائق

مقدمة عامة:

يشهد العالم الآن العديد من التغيرات الحديثة على الصعيد الدولي وأهم هذه المتغيرات الصيرفة الإلكترونية، حيث مع تزايد عمليات التجارة الإلكترونية أصبح الاحتياج كبير لنوعية جديدة من البنوك، وتتجاوز نمط الأداء الاعتيادي ولا تقتيد بمكان معين أو وقت محدد وكنتيجة للنمو المتسارع لتكنولوجيا المعلومات، جاءت البنوك الالكترونية التي ساهمت وبشكل فعال في تقديم خدمات متنوعة وبتكاليف منخفضة مختصرة للجهد والوقت، فالبنوك الالكترونية بمعناها الواسع ليست مجرد فرع لبنك قائم يقدم خدمات مالية فحسب بل موقعا ماليا إداريا تجاريا شاملا، له وجود مستقل على الخط يتم التعاقد معه للقيام بخدمات أو تسوية المعاملات وإتمام الصفقات على مواقع الإلكترونية، وإبتكار تقنيات حديثة تساهم في تحسين وتطوير الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك وهو ما يمثل أهم تحدي في ميدان البنوك الالكترونية.

ومن خلال هذا المنطلق تعد جودة الخدمات المصرفية عنصرا فعالا للنجاح في الأعمال المصرفية إلى جانب بروز فكرة البنوك الإلكترونية، والتي أدت إلى زيادة حدة المنافسة بين المصارف التقليدية التي تبحث عن دور لها وبين المصارف الالكترونية التي نمت في إطار التراكم المعرفي والتطور التكنولوجي وما تبعه من تطور في تكنولوجيا المعلومات والاتصال سمح بربط عدة شبكات محلية ودولية.

لكن التكنولوجيا وما تتضمنه من آلات، شبكات إتصال، شبكة أنترنت، الحاسوب ومختلف الأنظمة، ما هي في الحقيقة إلا مجموعة من الأدوات التي يكن إستخدامها في إنجاز أي عملية مصرفية، فالغاية الأساسية أبعد من أن تكون تقنية يستخدمها المصرف بشكل آلي فهو يهدف إلى تحسين وتطوير الخدمات المصرفية التي تؤدي بدورها إلى تحقيق رضا العملاء.

1. إشكالية البحث:

من خلال هذا التقديم يمكننا حصر إشكالية بحثنا في هذا التساؤل الجوهرى التالي:

- إلى أى مدى تساهم الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية؟

وبناء على الإشكالية المطروحة سالفًا، ومن أجل الإلمام بموضوع البحث تم طرح التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما المقصود بالصيرفة الإلكترونية وكيف نشأت؟

- ماذا نعني بجودة الخدمات البنكية وما خصائصها؟

2. فرضيات البحث:

للإجابة على إشكالية البحث تم صياغة الفرضية الأساسية التالية:

يؤدي تبني الصيرفة الإلكترونية في العمل المصرفي إلى تحسين جودة الخدمات البنكية.

ويمكن طرح الفرضيات الفرعية التالية:

1. يؤدي تبني الصيرفة الإلكترونية في العمل المصرفي إلى تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال بعد الاعتمادية.

2. يؤدي تبني الصيرفة الإلكترونية في العمل المصرفي إلى تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال بعد الاستجابة.

3. يؤدي تبني الصيرفة الإلكترونية في العمل المصرفي إلى تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال بعد الملموسية.

3. أسباب إختيار الموضوع:

هناك مجموعة من الأسباب التي أدت إلى اختيار الموضوع وهي:

- المكانة الهامة للصيرفة الالكترونية في الحياة العامة.
- الدور الكبير والمتزايد للصيرفة الالكترونية وجودة الخدمات البنكية.
- ارتباط الموضوع بتخصص اقتصاد نقدي وبنكي.

4. أهداف البحث:

تتمثل أهداف البحث في ما يلي:

- إعطاء لمحة على الصيرفة الالكترونية وعن جودة الخدمة بصفة عامة والخدمة المصرفية بصفة خاصة.
- إكتشاف الدور الذي تلعبه الصيرفة الالكترونية في تحقيق جودة الخدمات البنكية.
- معرفة مدى تطور أنظمة الدفع الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة المسيلة.

5. أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث في توضيح عمل البنوك من خلال تطبيق الصيرفة الالكترونية واستعمال أنظمة ووسائل الدفع الحديثة من أجل تقديم مختلف خدمات البنك بأقل تكلفة واستقطاب عدد كبير من العملاء.

6. الدراسات السابقة:

هناك مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت موضوع البحث من جوانب مختلفة وهي:

- 1- دراسة شيروف فضيلة 2010 الموسومة بـ " أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية -دراسة حالة بعض المصارف في الجزائر- مذكرة مقدمة لنيل

شهادة الماجستير تخصص تسويق من جامعة منتور قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية.

وتهدف هذه الدراسة إلى:

- إبراز التسويق الإلكتروني في تسهيل المعاملات الإلكترونية بأقل جهد ووقت لتحقيق الجودة.
- إبراز تصور جودة الخدمات المصرفية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المصرفي يرفع من كفاءة واداء الخدمات.
- أهم النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة هي:
- التأخر في تطبيق تقنيات الصيرفة الإلكترونية في المصارف الجزائرية وإقتصارها على فئة قليلة من الزبائن.
- نقص الوعي بأهمية العمل المصرفي الإلكتروني ويحتاج إلى وقت كبير ليرتقي إلى مستوى الشفافية الإلكترونية اللازمة.

وما يختلف في هذه الدراسة عن الدراسات الحالية ما يلي:

- معالجة ميدانية بإستخدام المقابلة في بعض البنوك الجزائرية.
- فترة الدراسة كانت 2009-2010.
- 2- دراسة سميرة براجح " دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز القدرات التنافسية للبنوك"، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي تخصص بنوك، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 2014 / 2015، تتجلى أهداف هذه الدراسة في تسليط الضوء على أهمية الصيرفة الإلكترونية في البنوك والتعرف على أهم معايير القدرة التنافسية وأهميتها، وكذا معرفة وفهم أهم المتطلبات لتحسين قدرة المنافسة للبنك، بالإضافة إلى معرفة

انعكاس الخدمات المصرفية على الأداء البنكي، أما نتائج الدراسة التي توصلت إليها الباحثة تكمن في ضرورة الاسراع في تزويد البنوك بأدوات ووسائل تكنولوجية أكثر حداثة، السماح بإرسال الأموال عن طريق البطاقات البنكية للأشخاص الطبيعيين.

7. الإطار الزمني والمكاني:

- الإطار المكاني: أي البعد المكاني لهذا البحث، ويتمثل في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة المسيلة.

- الإطار الزمني: ثم ذلك البحث وتوزيع الاستبيان وجمعه خلال السداسي الثاني من السنة الجامعية 2020-2021.

- الإطار البشري: موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة المسيلة.

8. المنهج المستخدم:

من أجل الإجابة عن الاشكالية المطروحة وإختبار الفرضيات سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي بالنظر إلى طبيعة الموضوع، وهذا بإستعراض لدور الصيرفة الإلكترونية في مجال العمل المصرفي والعلاقة بينهما وفي الجانب التطبيقي سيتم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع المعلومات ثم القيام بتحليلها بإستخدام برنامج الحزم الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS إصدار 22 والتوصل إلى النتائج والتوصيات.

9. مرجعية الدراسة:

إعتمد في الدراسة على مختلف الوسائل منها الكتب، المجلات، الملتقيات، بالإضافة إلى رسائل الماجستير وأطروحات الدكتوراه.

10. صعوبات البحث: من الصعوبات التي واجهتنا في هذا البحث:

- صعوبة إسترجاع الاستبيانات وعد تجاوبهم معنا عن طلبنا لبعض المعلومات والاحصائيات إلى جانب وجود تناقضات كبيرة في الاجابات.
- ولعل أكبر صعوبة تمثلت في ضيق الوقت للحصول على جميع المعلومات الخاصة بالموضوع بشكل أفضل.

11. هيكل البحث: لدراسة الموضوع والإلمام بمختلف جوانبه، تم تقسيم هذا البحث إلى:

مقدمة عامة، وفصلين رئيسيين الفصل الأول يغطي الإطار النظري للدراسة والفصل الثاني يتضمن الدراسة التطبيقية، وخاتمة تتضمن نتائج الدراسة والتوصيات والاقتراحات وآفاق البحث.

الفصل الأول

الإطار النظري للصيرفة الالكترونية

المبحث الأول: ماهية الصيرفة الالكترونية

المبحث الثاني: عموميات حول جودة الخدمات البنكية

تمهيد:

نظرا للأهمية الكبيرة التي تلعبها المصارف على اختلاف أنواعها في الدول النامية سواء من الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية، فقد تم رصد العديد من الظواهر والتطورات المتلاحقة التي خلقت بها الساحتان العالمية والمحلية في مجال إنجاز الأعمال والمعاملات المصرفية، كان من أهمها التطورات التكنولوجية الهائلة في عالم الخدمات المصرفية وتتمثل الخدمات المصرفية جزءا أكبر من نشاط المصارف بصفة عامة والمصارف التجارية بصفة خاصة وتتميز التغييرات الكبيرة التي تشهدها الساحة المصرفية والاستثمارية الدولية بشدة التعقيد والمنافسة والانفتاح الكبير في الأسواق والتكتلات الاقتصادية، وتطور متسارع في عولمة وتحرير الأسواق المالية، والتغيير في طبيعة العمل المالي والتكنولوجيا المستخدمة، وأدوات وسائل التمويل، والعمليات المصرفية مما تجعل المؤسسات المصرفية وتواجه إنعكاسات وتحديات كبيرة.

ومن خلال هذا ولإلمام بالموضوع قسم الفصل إلى مبحثين:

المبحث الأول: ماهية الصيرفة الالكترونية

المبحث الثاني: عموميات حول جودة الخدمات البنكية.

المبحث الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية.

إن التطور الحاصل في مجال الصيرفة والدخول في عصر العولمة، وازدياد عمليات التجارة الإلكترونية أصبح من الضروري وجود بنوك غير تقليدية للتعامل مع هذا النوع من التجارة من خلال نشأة فكرة البنوك الإلكترونية.

المطلب الأول: مفهوم البنوك ونشأتها:

1- مفهوم البنوك:

هناك عدة تعاريف للبنك حيث يعرف بأنها "الوسيط الذي يقوم بقبول الودائع ومنح القروض وتقديم مجال أوسع من خدمات اي مؤسسة مالية أخرى"¹، كما تعرف البنوك على أنها: " البنوك هي مؤسسات مالية تقبل الودائع وتمنح القروض وينطوي تحت هذا المصطلح منشآت متعددة كالمصارف التجارية ومؤسسات الإقراض والإدخار، ومصارف منح الائتمانات، كما أنها تلعب دور الوساطة المالية من خلال تفاعلها مع الفرد بصورة مستمرة ومذكورة".

وتعرف أيضا بأنها: "مكان التقاء عارضي وطالبي الأموال ليعاد إقراضها إلى من يستطيع ويرغب في الاستفادة منها ويفيد بها المجتمع من خلال عملية الاستثمار"²

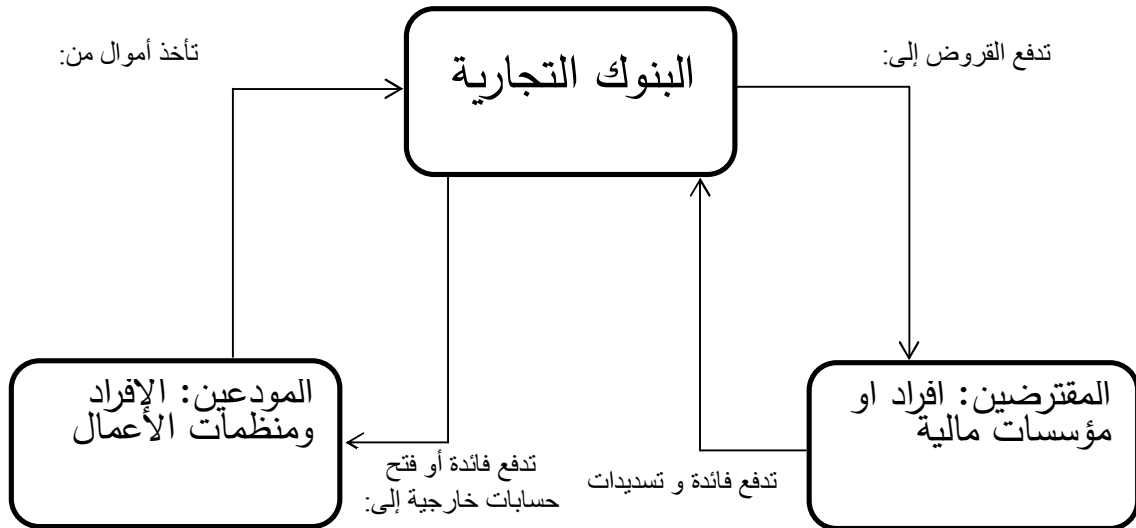
من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن البنك عبارة عن مؤسسة مالية ووسيط مالي وتاجر في الأموال بين المستثمرين والمحولين وأصحاب المشاريع ويتوسط بين المقرضين والمقترضين، ويقوم بجمع الودائع وقبولها ثم إعادة إقراضها بغية توظيف المال وإمداد المشاريع الاقتصادية بمصادر والتمويل.

¹ - محمد الصيرفي، إدارة المصارف، ط1، دار الوفاء للطباعة والنشر، الاسكندرية، مصر، 2006، ص7.

² - رعد حسن الصرن، عولمة جودة الخدمات المصرفية، دار التواصل العربي، دمشق، سوريا، 2007، ص8.

البنك شركة ينطوي عملها على الاستلام الودائع المختلفة والقيام بالعمل المصرفي اللازم والنشاط التجاري والمالي والاقتصادي ويهدف من خلال هذا العمل إلى دعم المركز المالي والحصول على أرباح في كل عملية مالية يقوم بها.

الشكل رقم 1: البنك وسيط مالي.



المصدر: أحمد سويلم إدارة البنوك وبورصات الأوراق المالية، الشركة العربية للنشر والتوزيع، بدون سنة النشر، ص 85.

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن البنك يقوم بدور وسيط مالي حيث يقدم القروض إلى المؤسسات المالية أو الأفراد، حيث يقوم هذان الأخيران بتسديد القروض بالإضافة إلى الفائدة التي يأخذها البنك.

كما يقوم أيضا بأخذ أموال من الأفراد ومنظمات الأعمال لإيداعها لديه في حسابات جارية يقوم بفتحها خصيصا للإيداعات، وتدفع عليها فوائد.

المطلب الثاني: الصيرفة لإلكترونية مفهومها وتطورها التاريخي وأنواعها.

1- مفهوم الصيرفة الإلكترونية:

هناك العديد من المصطلحات التي تطلق على البنوك المتطورة مثل البنوك الإلكترونية electronic banking أو بنوك الأنترنت internet banking أو البنوك الإلكترونية عن بعد remote electronic banking أو البنك المنزلي home banking أو البنوك الخدمية الذاتية self service banking أو البنك على الخط only banking أو بنوك الويب web banking.¹

وعلى اختلاف المصطلحات فجميعها تشير إلى قيام العمل بإدارة حساباته أو انجاز أعماله المتصلة بالبنك عبر شبكة الأنترنت سواء كان في المنزل أو المكتب أو أي مكان آخر ويعبر عنها "بالخدمة المالية عن بعد".

2- نشأة وتطور البنوك:

يرجع بعض المؤرخين ظهور البنوك إلى البابليين وقانون حمورابي الشهير، ليمتد هذا الظهور إلى الحضارة الاغريقية ثم الرومانية، ويتمثل نشاط البنوك في مجموعة من الأعمال البنكية أهمها الودائع ومنح القروض بفوائد².

كما يروى في العهد الإسلامي الأول أنه كانت ثمة أنشطة مصرفية معروفة على غرار قبول الودائع وتحويل الأموال وتمويل التجارة على أساس المضاربة، فضلا عن القروض الحسنة قبول الودائع وتحويل الأموال وتمويل التجارة على أساس المضاربة، فضلا عن

¹ - خبابة عبد الله، الاقتصاد المصرفي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2008، ص91.

² - رحيم حسين، الاقتصاد المصرفي، مفاهيم تحاليل تقلبات، ط1، دار الدين للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص10-12.

القروض الوسطى(القرن13-14)، وقد كانت البداية في إيطاليا مع بيوت الصرف إذا كانت روما تعد مركز تجاريا هاما قبل أن ينتشر هذا النشاط في مناطق أوروبا وخارجها.

وبفعل تنامي عمليات الإيداع وتراكم الودائع مع ملاحظة أن طلبات أقل بكثير من الأرصدة المودعة، وعمد الصيارفة إلى إقراض جزء من تلك الودائع مقابل فائدة، كما أصبحوا يسمحون بسحب مبالغ تفوق الرصيد المودع، وهو ما أصبح يعرف بالسحب على المكشوف، ومن هنا انبثقت وظيفة جديدة في مجال الصيرفة وهي وظيفة الائتمانية.

وبسبب هذا التطور ظهرت الاضطرابات والفوضى وتفاقت عمليات الاحتيال والتلاعب بالمسكوكات فتم انشاء أول بنك تجاري في برشلونة سنة 1401م، ثم أنشئ بنك حكومي في البندقية(فينيسيا) سنة 1587م، ولم يكن الغرض من انشاء هذه المصارف تجاريا بل حماية الأفراد من ظلم الصيارفة وبسط الثقة في مجال المبادلات، وبعدها أنشئ بنك فرنسا المركزي سنة 1800م، وبنك السويد سنة 1868م، وبنك انجلترا عام1894م.

ومنذ خمسينيات القرن الماضي بدأ القطاع البنكي يشهد نموا متسارعا لم يسبق له مثيل على مستوى الرسملة أو على مستوى الانتشار الجغرافي، حتى أصبح هذا القطاع يمثل الإطار الأساسي لحركة رؤوس الأموال بمختلف آجالها في أغلب اقتصاديات العالم وهي التي تعرف باقتصاديات الاستدانة.

غير أن هذا التطور في التكنولوجيا وفي الأدوات المالية وبرز النقد الإلكتروني العشرينيتين الأخيرتين أدى إلى اضمحلال نسبي في الدور التقليدي للبنوك في الاقتصاد، كوسيط مالي وكموفر للسيولة، وكان على هذه البنوك التأقلم مع هذا الواقع الجديد بتغيير نمط عملها والابداع في خدماتها وأنشطتها.¹

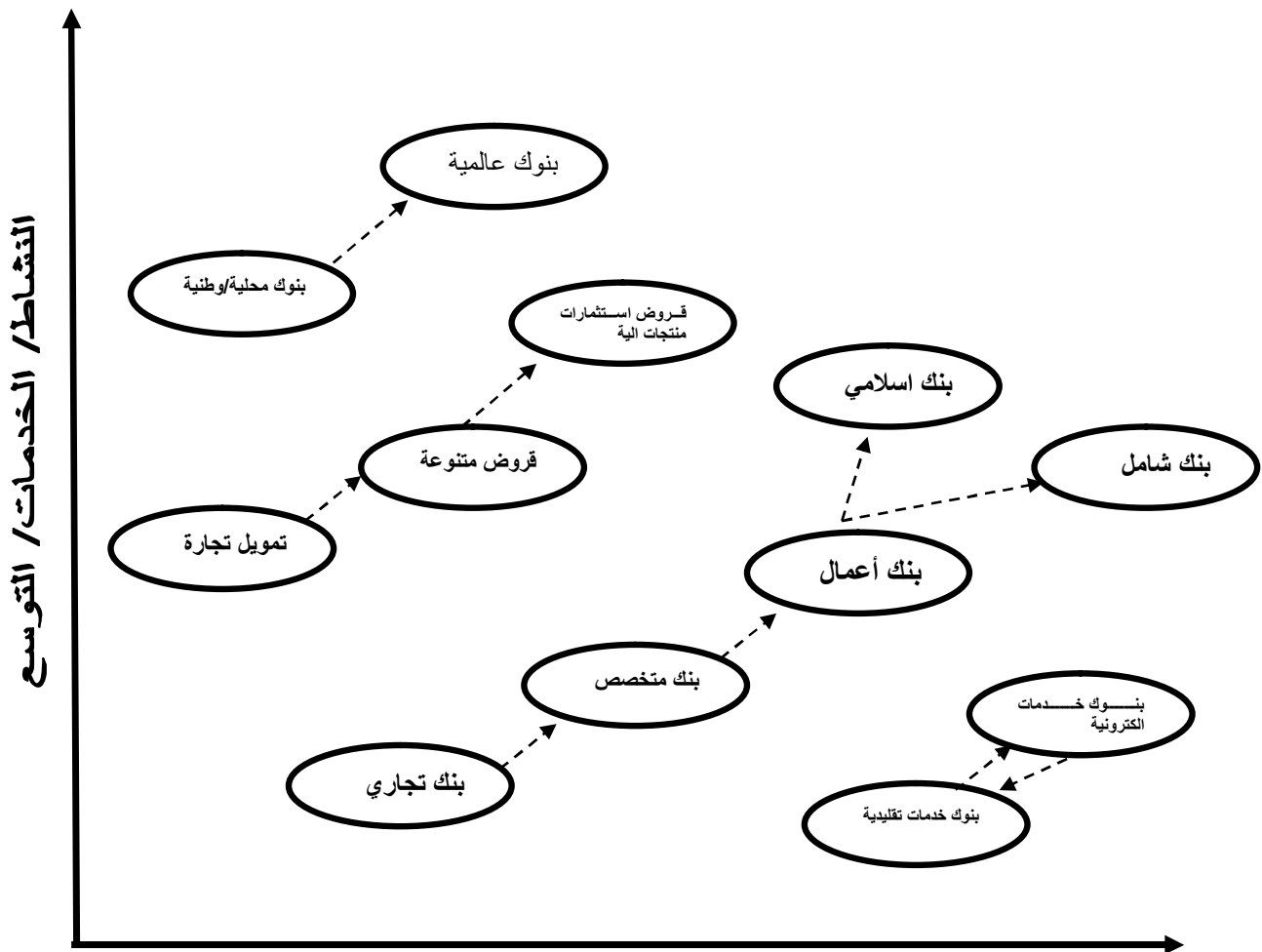
¹ - رحيم حسين، المرجع السابق، ص12.

وفي هذا الاطار برزت بنوك إلكترونية وبنوك على الخط تعمل على شبة الانترنت، حيث أصبح بإمكان الزبون إجراء عمليات حسابه وهو في مكتبة أو في بيته، وقد تولد عن هذا التطور الشكلي في النشاط البنكي بشكل جديد للنقد وهو النقد الإلكتروني.

وهكذا قد عرفت المؤسسة البنكية تطوراتها عبر الزمن، إما من حيث طبيعة النشاط أو من حيث الخدمات المقدمة (تنوعها وتكور أساليب تقديمها)، أو من النطاق الجغرافي الذي تغطيه.

ويمكن تلخيص هذه التطورات في الشكل التالي:

الشكل رقم 2: تطور المؤسسة البنكية



المصدر: رحيب حسين، الاقتصاد المصرفي: مفاهيم تحاليل، تقنيات، ط1، دار بهاء الدين، للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص13.

فالمقصود إذا بالصيرفة الإلكترونية هو: إجراء العمليات المصرفية بشكل إلكتروني والتي تعد الأنترنت من أهم أشكالها، وبذلك فهي بنوك افتراضية تنشئ لها مواقع إلكترونية على الأنترنت لتقديم خدمات نفس خدمات موقع البنك من سحب ودفع وتحويل دون انتقال العميل إليها.

يوجد العديد من المصطلحات التي تطلق على البنوك الإلكترونية مثل بنوك الأنترنت internet banking، البنك المنزلي home banking وغيرها وعلى الرغم من هذه الاختلافات فإن جوهر البنوك الإلكترونية لا يخرج عن الإطار قيام الزبون بإدارة حساباته أو إنجاز أعماله المتصلة بالبنك عبر شبكة الأنترنت سواء تم ذلك من المنزل أو المكتب في أي مكان ووقت وبرغبته ويعبر عنها بالخدمة المالية عن بعد.¹

كما تعرف البنوك الإلكترونية virtual bank بنوك تعمل بالكامل على الأنترنت وهذا البنك هو الذي تقوم التعاملات والصفقات فيه من خلال الوسائل الإلكترونية.²

وتعرف أيضا بأنها منافذ إلكترونية تقدم خدمات مصرفية متنوعة دون توقف ودون عمالة بشرية.³

من خلال التعاريف السابقة يمكننا تعريف البنوك الإلكترونية على أنها البنوك الافتراضية التي تنشئ لها مواقع على الأنترنت على النحو الذي تسهل إنجاز مختلف العمليات المصرفية التي تنجزها البنوك التقليدية بشكل إلكتروني.

¹ - محمد حسن الطائي، التجارة الإلكترونية، المستقبل الواعد للأجيال القادمة، ط1، الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن، ص228.

² - رشدي عبد اللطيف وادي، دراسة حول أهمية ومزايا البنوك الإلكترونية في قطاع غزة فلسطين ومعوقات انتشارها، ص04.

³ - المرجع السابق، ص04.

3- التطور التاريخي للصيرفة الإلكترونية:

تعود نشأة الصيرفة الإلكترونية إلى السبعينيات من القرن العشرين، عندما بدأ الزبون باستخدام الهاتف للاطلاع على رصيده وتحويل الأموال وتسديد الفواتير وفي الثمانينات وتزامنا مع ظهور النقد الإلكتروني أصبحت تلفزة الكابل والحاسوب الشخصي وسائل جديدة يمكن استخدامها في الصيرفة بالبيت وحلت بذلك مشكلة محدودية الأنظمة الهاتفية فيما يخص الكتابة والصورة، أما استخدام البطاقات فكان مع بداية القرن الماضي في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي، وبطاقات معدنية تستعمل على مستوى البريد في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي عام 1958 اصدرت American express بطاقات بلاستيكية لتنتشر على نطاق واسع ثم قامت بعدها ثمانية بنوك بإصدار بطاقة bank American عام 1968 لتتحول إلى شبكة visa العالمية، كما تم إصدار البطاقة الزرقاء carte bleue في نفس العام من طرف ستة بنوك، وفي عام 1986 قامت اتصالات فرنسا france telecom بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئة للبطاقات الذكية لتصبح عام 1992 كل البطاقات المصرفية بطاقات برغوثية cart a puce تحل بيانات شخصية لحاملها¹

وخلا منتصف التسعينيات ظهر أول بنك إلكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية security first national (S P N B)، يميز نوعين من البنوك كلاهما يستخدم تقنية الصيرفة الإلكترونية.

البنوك الإلكترونية الافتراضية: (بنوك الأنترنت)، تحقق أرباح تصل إلى أضعاف البنك العادي.

¹ - مفتاح صالح، معارفي فريدة، البنوك الإلكترونية، استثمار مشاركة المؤتمر العلمي الخامس، جامعة فيلا ديلفيا، كلية العلوم الادارية، الولايات المتحدة الأمريكية، 2010، ص04.

البنوك الإلكترونية الأرضية: وهي البنوك التي تمارس الخدمات التقليدية وخدمات الصيرفة الإلكترونية، وعموما يرجع ظهور وانتشار البنوك الإلكترونية إلى:¹

- تنامي أهمية ودور الوساطة بفعل تزايد حركية التدفقات المالية والنقدية أو مجال الاستثمار والناجمة عن عولمة الأسواق.

- تطور المعلوماتية وتكنولوجيا الاعلام والاتصال أو ما يعرف "بالصدمة التكنولوجية" والتي كانت في كثير من الأحيان استجابة للعامل الأول.

4- أنواع المصارف الإلكترونية:

وفقا للدراسات العالمية وتحديدًا لدراسات اتجاهات الاشراف والرقابة الأمريكية والأوروبية، فإن هناك ثلاثة صور أساسية للمصارف الإلكترونية على الأنترنت وهي:

- **الموقع المعلوماتي informational:** هو المستوى الأساسي للبنوك الإلكترونية أو ما يمكن تسميته بالحد الأدنى من النشاط الإلكتروني المصرفي، ومن خلاله فإن البنك يقدم معلومات حول برنامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.

- **الموقع التفاعلي والإتصالي communicative:** بحيث يسمح الموقع بنوع ما من التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه كالبريد الإلكتروني وتعبئة طلبات أو نماذج على الخط أو تعديل معلومات القيود والحسابات.

- **الموقع التبادلي transactional:** وهذا هو المستوى الذي يمكن القول أن البنك فيه يمارس خدماته وأنشطته في بيئة إلكترونية، حيث تشمل هذه الصورة السماح للزبون

¹ - رحيم حسين، هوارى معراج، الصيرفة الإلكترونية والتحولات الاقتصادية، يومي 14-15 ديسمبر 2004، جامعة الشلف، ص04.

الوصول إلى حساباته وإدارتها وإجراء الدفعات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية وإجراء الحوالات بين حساباته داخل البنك أو مع جهات خارجية.

غالبية البنوك أنشأت بشكل أو بآخر مواقع معلوماتية تعد من قبيل المواد الدعائية، واتجهت معظم المواقع إلى استخدام بعض وسائل الاتصال التفاعلي مع الزبون على عكس المواقع التبادلية التي لا تزال اتجاهات البنوك نحوها تخضع لاعتبارات عديدة، فهذه المواقع تعني قدرة الزبون على التعامل مع الخدمة المصرفية عن بعد ومن خلال الأنترنت¹.

المطلب الثالث: أهمية المصارف الإلكترونية وعوامل نجاحها ومتطلباتها.

1-أهمية المصارف الإلكترونية:

إن قيام البنوك بتسوية أنشطتها وخدماتها المالية عبر الأنترنت يحقق فوائد كثيرة من أهمها نذكر:

- تخفيض النفقات التي يتحملها البنك تجعل تكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الأنترنت لتقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد للبنك وما يتطلبه من مباني وأجهزة وكفاءة إدارية إضافة إلى تسويق البنك للخدمة من موقعه على الأنترنت يساعد على امتلاك ميزة تنافسية تعزز من مكانة التنافسية تؤهله إلى مستوى المعاملات العالمية.

- إن توجه البنوك العالمية نحو شبكة الأنترنت وما تتميز به من قدرات تنافسية يلزم البنوك الصغيرة ضرورة الارتقاء إلى مستوى هذه التحديات وفقا لذلك يقوم العملاء بالمقارنة بين خدمات البنوك لاختيار الأنسب وبذلك تكون الأنترنت عامل منافسة قوي في جذب العملاء.

¹ - شيرين بدري البارودي، دور اقتصاد المعرفة في تطور الخدمات الإلكترونية، دراسة تحليلية عن البنوك الإلكترونية، بحث مقدم إلى مؤتمر العلمي الخامس- اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم الادارية، جامعة الزيتونة، العراق، 25-27 أبريل 2005.

- تساهم الأنترنت في التعريف بالبنوك والترويج للخدمات المصرفية بشكل إعلامي وهو ما يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة.
- استخدام الأنترنت يساهم في تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاستفادة من الابتكارات الجديدة التي يكون لها انعكاس على أعمال البنوك.
- إن الصيرفة الإلكترونية تؤدي إلى تسهيل التعامل بين المصارف وبناء علاقات مباشرة وتوفير المزيد من فرص العمل والاستثمار وهو ما يساهم على نجاح والبقاء في المستوى المصرفية¹.

2- عوامل نجاح المصارف الإلكترونية:

- إقامة نظام الصيرفة الإلكترونية يجب الالتزام بالعديد من العوامل والتي هي عبارة عن قواعد للعمل الإلكتروني والتي تتمثل في:
- وجود شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات الصلة وترتبط بالأنترنت وفقا للأسس القيادية مع مراعاة التأمين في تصميم هذه الشبكة.
- وضع تنظيمات قياسية تسمح بالربط بين مختلف الجهات والعالم ككل.
- إعداد خطة لتدريب الموارد البشرية.
- العمل على إنشاء تنظيم إداري يعمل على تنسيق بين الأطراف المتعاقدة.
- وضع خطط للبدء في إدخال خدمات الصيرفة الإلكترونية بداية من وضع إستراتيجية على مستوى البنك المركزي أو بنك أو التحالفات الدولية².

¹ - أعمال المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت الجديد في أعمال المصارف من الوجهين القانونية أو الاقتصادية، بيروت، لبنان، 2006، ص207.

² - مفتاح صالح، معارف فريدة، مرجع سبق ذكره، ص09.

3- متطلبات المصارف الإلكترونية:

هناك العديد من المتطلبات التي يحتاجها البنك الإلكتروني لضمان سير العمل الذي يقوم به بنجاح ومن أهم هذه المتطلبات ما يلي:

3-1- البنية التحتية التقنية: تعتبر البنى التحتية التقنية من أهم المتطلبات التي يجب أن تتوفر في البنوك الإلكترونية، وعادة ما تكون في مقدمة الأولويات التي تبحث عنها البنوك الإلكترونية ولا يمكن أن نستثني المعدات الأساسية والبنى الأساسية للاتصالات وتقنية المعلومات الأساسية للدولة بشكل عام ولجميع القطاعات التي يتعاون معها البنك، فبدون قاعدة بيانات جيدة في شركة الاتصالات لا يمكن لأي بنك أو أي مؤسسة أخرى أن تعمل بشكل جيد، فهي تحتاج إلى قوة اتصال لكي تتمكن من التعامل على شبكة الأنترنت مع العملاء.

كذلك يعتبر المتطلب الرئيسي لضمان أعمال إلكترونية ناجحة وجيدة، بل وضمان الدخول إلى عالم الأنترنت والمعلومات بطريقة آمنة وسريعة وهو عصر اقتصاد المعرفة، والذي يتمثل بقدرة وكفاءة البنية التحتية وسلامة سياسات السوق الاتصالي بالأخص السياسة السعرية والتي يتم تحديدها مقابل الحصول على خدمات الأنترنت، فلا يمكن القيام بأي عملية مالية عن طريق الأنترنت إلى باستخدام شبكة اتصال قوية، وفي حال زاد عدد المشاركين تعمل البنوك على إزالة جميع القيود من أمامها لتتمكن من العمل بأقصى سرعة أنترنت ممكنة، والمتطلبات الرئيسية لضمان أعمال إلكترونية ناجحة هي:

- فعالية وسلامة بنى الاتصالات والتي تقوم على: سلامة التنظيم الاستثماري، دقة المعايير وتوائمها الدولي، كفاءة وفعالية التنظيم القانوني لقطاع الاتصالات.
- تقنية المعلومات: الأجهزة، ملحقات الأجهزة، البرمجيات والحلول، الكفاءات البشرية المدربة والوظائف الاحترافية.

• **تقنية البنية التحتية:** وتتمثل في تحديد أولويات وأعراض تطوير سوق الاتصالات في الدولة مواءمة صدف الدخول للأسواق المالية مع احتياجات التطوير التقني للشركات.

3-2- الكفاءة الأدائية المتفقة مع عصر التقنية: يجب على الموظفين الذين يعملون داخل البنوك الإلكترونية أن يتمتعوا بالكفاءة والفاعلية والتي تمكنهم من التعامل مع الأجهزة الإلكترونية.

- **تحديد معايير ومواصفات الخدمة المميزة:** وفي مقدمتها معايير أمن وسلامة تبادل المعلومات وسيرها وخصوصية المشتركين، - تحديد نطاق التدخل الحكومي وتحديد أولويات الدعم وما يتعين أن يكون محلاً للتشجيع الاستثمار من قبل الدولة، والحديث والتعامل مع التقنية بشكل جيد، وكذلك أن يتمتعوا بالكفاءة والأداء لجميع الوظائف الفنية والمالية والقانونية والتسويقية.

3-3- التطوير الاستمرارية والتفاعلية مع المستجدات: يعتبر هذا المتطلب من المتطلبات والمرتكزات الأساسية التي يجب أن تتواجد في البنوك الإلكترونية وكذلك يجب أن يأخذ الأولوية على العديد من المتطلبات فالجمود والتأخر في التطور الوظيفي والتقني يعتبر من أكثر الأسباب التي تعمل على عدم نجاح البنك الإلكتروني وكذلك تعتبر من أكثر الأمور التي تساعد على فشل الأعمال بشكل عام، وإن عدم مواكبة التطورات والتحديات الجديدة تعتبر من المخاطر التي تواجه البنوك والمؤسسات المالية بشكل عام، فيتعين على أي مؤسسة أن تقوم بمتابعة كل التطورات وكذلك يجب أن تقوم بالعمل على تحديث جميع الأجهزة وتدريب الموظفين والعاملين في البنك على هذه الأجهزة الحديثة.

3-4- التفاعل مع متغيرات الوسائل والاستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية:

يجب أن تقوم البنوك الإلكترونية بمختلف عمليات التفاعل مع المتغيرات والوسائل والاستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية، وكذلك توسيع التفاعل مع جميع الأفكار الحديثة وغير

المنتظمة، ويجب أن يعمل البنك الإلكتروني على التعامل مع الأشخاص البناءة والمتطورة والنظريات الحديثة.

3-5- التطور الفني التسويقي: من أهم المتطلبات التي يجب أن تتابعها البنوك الإلكترونية هي التطورات الفنية والتقنية المتعلقة بمجال التسويق، حيث يجب أن يتم التسويق للعملاء وبشكل إيجابي وفعال وبناءا على التطورات السوقية التي تحدث، كذلك بناءا على وضعية وحال البنوك الإلكترونية المنافسة، فكما زادت نسبة المنافسة زادت الكفاءة الانتاجية¹

المطلب الرابع: خصائص المصارف الإلكترونية ومزاياها وعيوبها.

1- خصائص المصارف الإلكترونية:

بما أن المصارف الإلكترونية جاءت كإتجاه حديث ومختلف عن البنوك التقليدية فلا بد من أن تكون لها عدة خصائص تميزها عن مثيلاتها من البنوك التقليدية تلبي احتياجات المتعاملين معها في إطار تطبيق التجارة الإلكترونية ومن أهم هذه الخصائص نذكر ما يلي:

• إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع مع المتعاملين:

تساهم الأنترنت في الترويج للخدمات المصرفية والتعريف بها بشكل إعلامي على النحو الذي يوفر لها القدرة على الوصول إل قاعدة عريضة من العملاء دون التقيد بمكان وزمان معينان: لتوفير الراحة للعميل تتيح له إمكانية طلب الخدمة في أي وقت وفي أي زمان، ما يزيد من ثقة العملاء فيها هو سرية المعاملات وهو ما يجعلها مميزة.

• تخفيض التكاليف: من أهم ما يميز البنوك الإلكترونية مساهمتها في تقليص تكاليف تقديم

الخدمة وذلك من خلال تخفيض النفقات التي يتحملها البنك.

¹ - مقال البنوك الإلكترونية منافس شرس للمصارف التقليدية، جريدة أعمال ومناقصات، www. Business tenders may، أطلع عليه يوم 2021-04-14، على الساعة 09:10.

• **زيادة كفاءة البنوك الإلكترونية:** إن اتساع الأنترنت وسرعة إنجاز الأعمال مقارنة بالمقارنة بالبنوك التقليدية أصبح من السهل على المتعامل الاتصال بالبنك عبر الأنترنت والذي يقوم بدوره بتنفيذ الاجراءات التي تنتهي في وقت قصير جدا بكفاءة عالية وأداء صحيح.

• **تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة:** تقدم البنوك الإلكترونية كافة الخدمات المصرفية التقليدية إلى جانب الخدمات الأخرى التي تتيحها صيغ التعامل مع الأنترنت والتي تميزها عن الأداء التقليدي، مثال ذلك أشكال النشرات الإلكترونية الاعلامية عن الخدمات المصرفية لتسهيل مهمة متابعة الأرصدة، تسديد الفواتير والكمبيالات المسحوبة، إدارة المحافظ المالية....

• **خدمات البطاقات:** توفر البنوك الإلكترونية خدمات متميزة لشريحة محدودة من المتعاملين كرجال الأعمال والمتعاملين "vip"، وتشمل هذه الخدمات على الخدمات سامبا الماسية والنصيبة المقدمة لفئة محدودة من المتعاملين على شكل بطاقات ائتمانية وبخصم خاص ومن هذه البطاقات بطاقة "سوني" التي تمكن العميل من استخدامها في أكثر من 18 مليون من أكبر الأماكن، وتشمل على الخدمات المجانية على مدار الساعة برقم خاص، خدمة مراكز الأعمال، الاعفاء من رسوم وعمولات الخدمات البنكية.

• **تحقيق الميزة التنافسية:** توفر عملية تسويق خدمات البنك من موقعه على الأنترنت للبنك فرصة امتلاك ميزة تنافسية تعزز من مكانته التنافسية وتؤله إلى المستوى المعاملات التجارية العالمية فضا عن أي استخدام للأنترنت يساهم في تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاستفادة من الابتكارات الجديدة التي يمكن توظيفها في تعزيز العمليات المصرفية، كما أنه توجه البنوك العالمية إلى شبكة الأنترنت وما تميزه به من قدرات تنافسية تحفز البنوك الصغيرة على ضرورة الارتقاء إلى مستوى

هذه التحديات ووفقا لذلك سيقوم المتعاملون بالمقارنة بين خدمات البنوك لاختيار الأنسب، وبذلك تكون الأنترنت عامل منافسة قوي في جذب المتعاملين¹

بالإضافة إلى هذه الخصائص يتميز البنك الإلكتروني بعدة خصائص أخرى:

• **السرية:** إن الثقة هي أساس المعاملات بين البنك ومتعامليه فالتزم البنك بالسرية في معاملاته إنما التزم عام تقتضيه أصول المهنة.

• **المعاملة:** إن أساس تحويل العميل إلى العميل دائم لدى البنك هو المعاملة الجيدة التي يتلقاها العميل من العاملين في البنك وتعتبر حسن المعاملة أداة لجذب العملاء.

• **الراحة والسرعة:** إن إحساس العميل بالراحة عند وجوده في البنك يغريه على كثرت التردد عليه، لهذا تسعى البنوك لتوفير أكبر قدر من الراحة للعملاء من إعداد أماكن مناسبة لاستقبالهم لقضاء وقت الانتظار فضلا عن استخدام المكيفات الهوائية، إنجاز الأعمال في وقت أسرع.²

2-مزايا المصارف الإلكترونية:

اختبار بنك إلكتروني للعمليات النقدية هو اختبار ذكي حيث أن تلك البنوك قادرة على منح عملائها العديد من المزايا ويمكن حصرها فيما يلي:

• اخفاء الوثائق الورقية للمواصلات:

حيث أن الاجراءات والمراسلات كافة بين طرفي الخدمة المصرفية تتم إلكترونيا ودون استخدام أي أوراق، وبهذا اتضح الرسالة الإلكترونية هي السند القانوني الوحيد لطرفي الخدمة المصرفية.

¹ - محمد حسن الطائي، مرجع سبق ذكره، ص230-231.

² - وسيم محمد الحداد، شفيري نوري موسى، وآخرون، الخدمات المصرفية الالكترونية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان ، الأردن، 2012، ص67-68.

• فتح المجال البنوك الصغيرة لممارسة أعمالهم عبر العالم: ليست هناك أي موانع لممارسة المصرف لأعماله واستثمار أمواله وليس هناك حاجة لتوفير موارد بشرية أو موجودات مالية هذه غير متوفرة في المصارف التقليدية.

• القدرة على إدارة العمليات المصرفية بكفاءة عالية من أي مكان: يستطيع المصرف الإلكتروني أن يمارس أعماله على مستوى العالم من مقر عمله، بنفسه ودون أي تكاليف إضافية.

• عدم إمكانية تحديد الهوية: يحدث ذلك بأن طرفي التعاملات الإلكترونية لا يرى كل منهما الآخر ولكن هذا تتم معالجته تكنولوجيا باستخدام وسائط التأمين التي تكفل التعرف على هوية العميل إلكترونياً.

• إمكانية تسليم بعض المنتجات إلكترونياً: مثل المنتجات الرقمية ككشوف الحسابات والرصيد وآخر عملية تمت على الحساب وهذا يتم فوراً عند طلبها.¹

بالإضافة إلى المزايا التالية:

- توفير الوقت والمجهود حيث أن كل المعاملات تتم إلكترونياً دون الذهاب إلى البنك.
- مستوى الأمان العالي وعدم سرقة الشبكات بالإضافة إلى سرعة تحويل الأموال.
- تنظيم الدفعات المالية عند التقسيط والاتفاق على موعد ليتم فيه إرسال مبلغ مالي على فترات منتظمة وغير منتظمة.
- عدم الاعتماد على المعاملات الورقية بشكل تام واستبداله مما يوفر الكثير من الأموال على البنوك والتي يدفع العميل مقابلها مبلغاً للمصروفات الإدارية.

¹ - ناظم نوري وعبد الفتاح زهير العبد اللات، الصيرفة الإلكترونية والتطبيقات ومعيقات التوسع، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2008، ص34-35.

- سرعة إجراء المعاملات البنكية وسهولتها بالمقارنة مع البنوك الأرضية.

3- عيوب المصارف الإلكترونية:

على الرغم من المزايا التي تميز البنوك الإلكترونية فإن هناك بعض العيوب التي تحد من عمل البنوك ونجعلها تتطلع لمخاطر معينة ومن هذه المخاطر ما يلي:

- **عدم معرفة العميل مع من يتعامل:** يتعامل العملاء في البنوك التقليدية مباشرة مع موظفي الشباك ويكون على إطلاع بإدارة البنك وكذلك بياناته المالية، أما في حالة البنوك الإلكترونية فيتعامل العميل مع حاسوب أو هاتف ولا يعلم من يدير البنك وخاصة إذا كان البنك الإلكتروني أجنبياً.

- **اختلاف القوانين والتشريعات:** اختلاف القوانين البنكية من بلد لآخر، وهذا يجعل الأمم أكثر تعقيد للعملاء الذين يتعاملون مع بنوك إلكترونية غير محلية (أجنبية)، حيث لا يكون واضحاً ما إذا كان قانون البلد الأجنبي أو قانون بلد العميل هو السائد.

- **الاحتيال الإلكتروني:** تكثر عمليات الاحتيال الإلكتروني على ماكينات الدفع الآلي رغم المحاولات المتمرة والحديثة للحد منها.

- **عدم توافر مستندات مصرفية للمرجعية:** من المشاكل التي تواجه البنوك الإلكترونية عدم وجود مستندات للمراجعة إذا أن كل المعلومات محفوظة إلكترونياً ولكن في حال البنوك التقليدية تتم مراجعة الاتفاقيات والسجلات للتأكد من صحتها.

- **الوعي الإلكتروني لدى العملاء:** الإلهام الإلكتروني لدى العملاء يعد من العوامل التي تحد من التعامل إلكترونياً حيث أن هناك أعداء كبيرة من العملاء ليسوا على دراية في هذا المجال:¹

¹ - سميرة براهيم، دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز القدرات التنافسية للبنوك التجارية، دراسة مقارنة بين بنك الفلاحة والتنمية الريفية وبنك القرض الشعبي الجزائري، مذكرة نيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص بنوك، جامعة الشهيد لخضر الوادي، 2014، 2015، ص36.

بالإضافة للعيوب التالية:

- إذا لم يكن البنك موثوق يمكن نسخ بعض المعلومات إذا ما تعرض حسابات الأشخاص للفقد، كما يمكن لفيروس من الفيروسات التي تصيب الأجهزة الإلكترونية أن تعطل هذا النظام.

- سهولة الوقوع لبعض عمليات النصب بسبب سهولة تزوير بعض أنواع البطاقات لذا يجب اختيار البنك بعناية.

- تعرض البنوك لعمليات النصب حيث أنه يمكن لبعض العملاء الافتراض دون ضمانات كافية.

المبحث الثاني: عموميات حول جودة الخدمات المصرفية.

تعتبر الخدمة المصرفية خدمة تقدمها مؤسسة مالية من موزع خاص تسمى المصارف أو البنوك، ومما لا شك فيه أن جميع فروع النشاط الاقتصادي في الوقت الحالي تعتمد على الخدمات المصرفية، والخدمات المصرفية المتطورة التي يتبعها الجهاز المصرفي تجعل من الممكن تطوير الاقتصاديات الحديثة أما الجودة والخدمات المصرفية تعد بمثابة متغير استراتيجي وتحدي رئيسي يواجه المصارف، وهذا لن يأتي إلا من خلال مصادر تعتمد على استراتيجيات تتخذها لتحقيق الجودة وبلوغ أعلى مستوى من التميز.

المطلب الأول: تعريف وخصائص الخدمة المصرفية.

1- تعريف الخدمات المصرفية:

لا يختلف تعريف الخدمة المصرفية كثيرا عن مفهوم الخدمة بشكل عام، لذلك وقبل التطرق إلى تعريف الخدمة المصرفية يجب أولا تحديد مفهوم الخدمة بصفة عامة.

- الخدمة: هناك عدة تعاريف للخدمة يمكن ذكر البعض منها فيما يلي:

تعرف على أنها أنشطة أو منافع يقدمها البائع إلى المشتري وهي بطبيعتها غير ملموسة، ولا يترتب على بيعها أو تقديمها نقل ملكية شيء، وقد يرتبط ولا يرتبط إنتاجها وتقديمها بمنتج مادي ملموس¹

كما تعرف على أنها: "نشاط يرافقه عدد من العناصر الغير ملموسة والتي تتضمن بعض التفاعل مع الزبائن أو مع خاصية الحياة (الامتلاك)، وليس نتيجة لانتقالها للملاك"²

وتعرف أيضا بأنها: "الخدمات التي تتضمن كل الأنشطة الاقتصادية التي مخرجاتها ليست منتجات مادية وهي بشكل عام تستهلك عند وقت إنتاجها، وتقديم قيمة مضافة وهي بشكل أساسي غير ملموسة"³

- الخدمة المصرفية: للخدمة المصرفية عدة تعاريف يمكن ذكر البعض منها فيما يلي:

عرفت أنها: "الأنشطة والعمليات المالية للزبائن والمتعلقة بالكمية والزودين الخدمات المصرفية"⁴.

كما تعرف أيضا بأنها: "تصرفات أو أنشطة أو أداء تقدم من طرف إلى طرف آخر وبلغة واضحة من أنشطة تعتبر غير ملموسة ولا يترتب عليها نقل ملكية أي شيء، كما أن تقديم الخدمة قد يكون أو لا يكون مرتبط بنتائج مادي ملموس"¹.

¹ - عميروش مصطفى، متطلبات الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في إدارة أعمال مالية، كلية العلوم الاق وعلوم التسيير، جامعة 8ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2009، 2010، ص02.

² - تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، ط1، دار حامد للنشر، عمان، الأردن، 2005، ص20.

³ - هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر، الأردن، 2004، ص17.

⁴ - عامر ابراهيم قرداجي، علاء عبد القادر الجناحي، نظم المعلومات الادارية، دار الميسرة للنشر، عمان، الاردن، 2007، ص429.

تعرف أيضا على أنها: "نشاط أو مجموعة من الأنشطة التي تكون جوهرها غير ملموس يقوم البنك بتقديمها لإشباع حاجته ورغبته، قد يكون انتاجها مرتبط بنتج مادي وقد لا يكون ولا يترتب عنها أي انتقال ملكية.²

كما تعرف أيضا انها: "نشاط أو مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في عناصر الملموسة وغير ملموسة والمقدمة من قبل المصرف والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمتها المنفعية والتي تشكل مصدر لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية وفي الوقت ذاته مصدر الأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين.³

من خلال التعاريف السابقة يمكننا القول أن الخدمة المصرفية هي مختلف الأنشطة الممارسة من قبل البنوك بهدف تحقيق إشباع حاجات ورغبات زبائنهم ولا يترتب عنها انتقال ملكية وهي غير ملموسة.

2- خصائص الخدمات المصرفية:

حسب وجهات نظر بعض الكتاب المختصين هناك مجموعة من الخصائص العامة للخدمات المصرفية وقد اتفق معظم الباحثين في مجال خصائص الخدمات بشكل عام على الخدمات المصرفية ولكنها تختلف عنها بالأنشطة والاجراءات المتبعة لتقديم الخدمة المصرفية وطريقة الأداء والعاملين والمعدات المستعملة في تقديمها، وكذلك تختلف من حيث طبيعة المستفيدين باختلاف حاجاتهم ورغباتهم وطبيعة المنافع التي يرغبون في الحصول عليها.

ويمكن تقديم هذه الخصائص كالآتي:

¹ - إيداد عبد الله خنفر، خالد توفيق عساف وآخرون، التسويق المصرفي، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص116.

² - مصطفى يوسف كافي، التسويق المصرفي، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، الجزائر، 2017، ص98.

³ - تيسير العجارمة، مرجع سبق ذكره، ص34.

• **تعدد وتنوع الخدمات المصرفية:** إن المنافسة المحتملة التي أصبحت تواجهها البنوك ليس فقط من البنوك المنافسة ولكن من المؤسسات المالية غير مصرفية الأخرى، لاسيما بعد موجة التحرر من القيود التي ساءت في الآونة الأخيرة، ولهذا يعدّ إلزاما على البنوك إذا أرادت التجزئة، وذلك حتى تستطيع الاحتفاظ بعملائها وفي هذا الإطار يجب على البنوك تلبية كافة احتياجات العملاء للوصول إلى مفهوم البنوك الشاملة مع التركيز على صيرفة التجزئة التي أصبحت تستحوذ على اهتمام متزايد من قبل البنوك خلال السنوات القليلة الماضية.¹

• **الاعتماد على الودائع:** تعتمد المصارف على الودائع في تأدية جميع خدماتها المصرفية والتي تمثل المصدر الأساسي لتحويل المصارف وتحقيق الأرباح للمصرف.

• **الافتقار إلى هوية خاصة:** وتعني أن الخدمات التي تقدمها البنوك الذي سيتعامل معه سيعتمد في ذلك على القرب الجغرافي للمصرف أو الفرع أو الملائمة التي يقدمها ذلك البنك، وعليه فإن المصرف سيسعى إلى زيادة الجهود الاعلانية وأحيانا ابتكار منتجات جديدة لمواجهة حدة المناقشة وجذب المزيد من العملاء.²

• **الدبلوماسية:** معناه أن الخدمة المصرفية ليس لها وجود مادي وبالتالي لا يمكن إدراكها بالحواس، وعليه لا يمكن تخزينها ونقلها أو تعبئتها.

• **تكاملية الانتاج والتوزيع:** إن الخدمات المصرفية تنتج وتوزع في آن واحد وغير قابلة للاستدعاء مرة أخرى لأجل تحسينها أو بسبب خطأ فيها، لهذا فإن اهتمام المصارف ينصب في توفير الخدمات المصرفية في المكان والزمان المناسبين، هذه الحالة تفرض على المصرف إنتاج سياسة البيع المباشر باعتبارها الأكثر ملائمة لتسويق الخدمة المصرفية.

¹ - محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي، ط1، دار المناهج، عمان، الأردن، 2015، ص60.

² - مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص99-100.

• **نظام تسويقي ذو توجيه شخصي:** تعتمد الخدمات المصرفية على التسويق المصرفي الشخصي بدرجة كبيرة، حيث تعتمد في تقديمها على الاتصال الشخصي بين مقدم الخدمة والعميل، حيث أن التفاعل على المباشر بين موظفي البنوك والعملاء يمكن الإدارة من معرفة ردود فعل العملاء وتحديد حاجاتهم وآرائهم وتفضيلاتهم بخصوص الخدمات المعروضة والمقدمة لهم. وبالتالي تهيء الازم من أجل التكيف والاستجابة لتلبية تلك الرغبات بأحسن شكل.

• **صعوبة التمييز في الخدمة المصرفية:** بالنسبة لجمهور العملاء فإن الخدمة التي تقدمها المصارف تكاد تكون متشابهة أو متطابقة، وفي معظم الأحيان يكون اختيار العميل للمصرف الذي ينوي التعامل معه مبنيا على أساس معايير كالموقع والسمعة وجودة الخدمة والسرعة والثقة.... إلخ.

• **الانتشار الجغرافي:** تكتسب هذه الخاصية أهمية كبيرة جدا، باعتبار أن الخدمات المصرفية بطبيعتها تحتاج إلى احتكاك بين مقدمها والمستفيد منها، وهذا يعني أن قنوات التوزيع العادية تكون غير نافعة، وعليه يجب أن تكون البنوك قادرة على الوصول إلى عملائها سواء الحاليين أو المرتقبين، وهذا يعني ضرورة امتلاكها لشبكة من الفروع تقوم بتقديم خدماتها المصرفية إلى أكبر عدد ممكن من العملاء في منطقتهم، وذلك من خلال تغطية احتياجاتهم سواء كانت على مستوى المحلي، الوطني أو حتى المستوى الدولي.

• **تقلبات الطلب:** حيث يعتبر القطاعات الاقتصادية التي تشهد تقلبات في الطلب على خدماتها.

• **التوازن بين النمو والمخاطر:** وتعني أنه لا بد من مراعاة وجود نوع من التوازن بين النمو والتوسع في تقديم الخدمات المصرفية وبين المخاطر التي يمكن أن تتجم عن ذلك التوسع باعتبار أن البنك هو مؤسسة تمارس نشاطها على أساس الثقة المتبادلة بينه وبين العميل.

• الارتباط بالسياسة الاقتصادية والنقدية للدولة: ترتبط البنوك أكثر من غيرها من المنشآت الأخرى بالسياسة الاقتصادية للدولة، حيث يتأثر كل واحد منها بالآخر، فعلى أساس الحالة الاقتصادية للدولة نجد البنك المركزي يمر بمجموعة من القرارات ويستخدم مجموعة من الأساليب والأدوات كأسعار الصرف، السوق الائتمانية، نسبة السيولة، نسبة الاحتياط... إلخ، وذلك من أجل التأثير بشكل مباشر وغير مباشر على سياسات البنوك، كما تتميز الخدمات المصرفية أيضا بأن مادتها الأولية هي النقود، حيث يكون مصدرها هو الزبون، كما تعتبر بالنسبة للبنك منتج، فهي تعتبر بالنسبة للعميل خدمة.¹

3-أنواع الخدمات المصرفية:

نظرا لتنوع وتعدد الخدمات المصرفية أصبح من الصعب حصر جميع الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك، وأصبحت خاضعة لتطورات مستمرة نتيجة استخدام الوسائل التكنولوجية في تقديم الخدمات المصرفية، ويمكن تقسيم أنواع الخدمات المصرفية إلى:

1- قبول الودائع: وتتمثل في مختلف الحسابات والودائع التي تترك لدى البنوك وهي:

- الودائع الجارية (الحسابات الجارية أو الحسابات تحت الطلب).

- الودائع الادخارية: وهي الودائع لأجل محدد، ودائع التوفير، وشهادات الايداع.

2- تقديم التسهيلات الائتمانية: وتتمثل في القروض بمختلف أنواعها قصير، متوسطة، طويلة الأجل، بالإضافة إلى خطابات الضمان* وفتح الاعتمادات المستندة* .

3- الخدمات البنكية التقليدية: وهي كل الخدمات التي تقدمها البنوك التجارية يوميا لزبائنها مقابل حصولها على عمولات مثل: إصدار الشيكات للزبائن، تحصيل الشيكات لصالح زبائن البنك، فتح الحسابات بالعملة المحلية والأجنبية... إلخ.

¹ - مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 102.

4- الخدمات المتعلقة بالاستثمار في الأوراق المالية: وتتمثل في الاستثمار في الأوراق المالية المساهمة في رؤوس أموال المشاريع الاستثمارية، إدارة محافظ الأوراق المالية، خدمات أمناء الاستثمار. وتجدر الإشارة إلى هذه الخدمات غير منتشرة في الجزائر نظرا لضعف التعامل بالأدوات المالية الاستثمارية وضعف السوق المالي أي البورصة.

5- الخدمات المصرفية الحديثة: لقد تعدد أشكال تقديم الخدمات المصرفية الحديثة وذلك بالاعتماد على وسائل الدفع الإلكترونية كبطاقات الائتمان وآلات الصراف الآلي ATM ونظم التحويل الإلكتروني لأموال والخدمات المصرفية عن طريق الأنترنت.¹

المطلب الثاني: تعريف جودة الخدمات المصرفية ومستوياتها وأبعادها.

1- تعريف جودة الخدمات المصرفية:

قبل التطرق إلى مفهوم جودة الخدمات المصرفية يجب أولا التعرف على مفهوم الجودة وجودة الخدمة.

- تعريف الجودة: هي خصائص والصورة الكلية للمنتج التي تقوي القدرة على إشباع حاجات معينة أو ضمنية للزبون وخلق الخدمة من أي عيب أثناء انجازها نتيجة الحكم المتعلق بتوقعات الزبون المدركة عن الخدمة والأداء الفعلي لها.²

¹ - سميحة خلو، قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات، شهادة ماستر أكاديمي، الطور الثاني، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2015-2016، ص05.

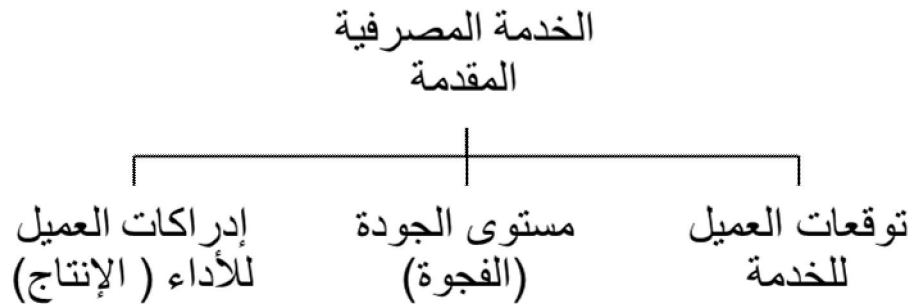
*الاعتماد المستندي: هو تعهد مكتوب صادر من بنك (يسمى المصدر)، بناء على طلب المشتري (مقدم الطلب)، لصالح البائع ويلتزم البنك بموجب الوفاء في حدود مبلغ محدد خلال فترة معينة متى قدم البائع مستندات السلعة "أنيا" مطابقة لتعليمات شروط الاعتماد، وقد يكون إلتزام البنك بأوفاء نقدا عند الاطلاع أو أجل الدفع.

* خطابات الضمان: عي تعهد كتابي من البنك بناء على طلب أحد عملائه بدفع قيمة خطاب الضمان للجهة المستفيدة عند أول طلب منهم دون الالتفات لأي تعارض من قبل العميل خلال فترة سريان خطاب الضمان.

² - أحمد طرطار، سارة حليمي، جودة الخدمات المصرفية كأداة لتنفيذ الميزة التنافسية للبنك، مداخلة مقدمة إلى ملتقى الدولي "إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات"، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2010، ص09.

- تعريف جودة الخدمة: هي قياس لمدى تطابق مستوى الجودة المقدمة مع توقعات المستفيد فتقديم ذات الجودة يعني في النهاية أن تكون الخدمة متوافقة مع توقعات المستفيدين.¹

الشكل رقم (3): مفهوم جودة الخدمة المصرفية



المصدر: عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، دار البيان للنشر، مصر، 1999، ص52.

يوضح الشكل أعلاه أنه إذا توقفت إدراكات العملاء الناتج مع توقعاتهم له، فإنهم سيكونون راضين عن هذه الخدمة، أما إذا فاق الناتج التوقعات فإن الخدمة تعتبر متميزة، أما إذا حدث العكس فإن الناتج لم يرق إلى مستوى التوقعات أو نتائج الخدمة فإنها تصبح رديئة.

- تعريف جودة الخدمات المصرفية: هناك عدة تعاريف نذكر منها:

التعريف 1: تعرف جودة الخدمات المصرفية على "أنها معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبائن لهذه الخدمة".²

¹ - نفس المرجع السابق، ص03.

² - ثريا عبد الرحيم الخزرجي، شيرين بدري البارودي، اقتصاد المعرفة الأسس النظرية والتطبيق في المصارف التجارية، ط1، دار الورق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص157.

التعريف 2: وجود الخدمات المصرفية يعني تقديم الخدمات المصرفية بمعايير أو مواصفات تحقق رضا المستهلك بالتالي فهي مجموعة الخصائص التي تميز المنتج المصرفي والتي تتلاءم مع متطلبات الزبون لا سيما أن تلك الخصائص التي تحدد مستوى رضا الزبون أو عدم رضاه وباتت الجودة محددا رئيسيا لإدراك المستهلك لقيمة الخدمة أو المنتج بدلا من سيعرض وهذا يعود إلى تحسين فرص زيادة الرغبة وتخفيض التكاليف وتحقيق عوائد أكثر للمصرف.

التعريف 3: جودة الخدمات المصرفية هي الفرق بين توقعات العملاء للخدمة المستهدفة وإدراكاتهم للآراء الفعلي لها.¹

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن جودة الخدمات المصرفية هي مجموعة مظاهر ومعايير للمنتج أو للخدمة تزيد من قدرة على إشباع حاجات معينة للزبون.

2- أبعاد جودة الخدمات المصرفية:

تقاس جودة الخدمة المصرفية بمقياس يتضمن العناصر التالية:

جدول رقم (1) أبعاد جودة الخدمات المصرفية.

الأبعاد	التوضيح
الاعتمادية Reliability	وتتمثل في ثبات الأداء وقدرة المنظمة على تقديم الخدمة التي وعدت بها بشكل يمكن من الاعتماد عليها بالإضافة إلى أداء الخدمة بطريقة صحيحة من أول مرة يضم هذا البعد ما يلي: الدقة في الحسابات، الحفاظ على سجلات صحيحة، تقديم الخدمة في المواعيد المحددة.
الاستجابة	وتتعلق بمدى رغبة واستعداد مقدمي الخدمة لتقديم خدمة فورية للعملاء وتشمل: - الاستجابة الفورية لاحتياجات العملاء.

¹ - أحمد طرطار، سارة حليمين مرجع سبق ذكره، ص 03.

	- الرد الفوري على استفسارات العملاء وشكاويهم. - تقديم خدمة فورية مثل تحديد المواعيد بسرعة.
الكفاءة	وتعني امتلاك المهارات والمعارف المطلوبة لتقديم خدمة فورية للعملاء وتشمل: - مهارات ومعارف موظفي الجهاز التنظيمي. - مهارات ومعارف موظفي مكاتب الاستقبال. - قدرة المؤسسة على تقديم خدمات أفضل.
المجاملة	وتتضمن أدب واحترام وصداقة موظفي المكاتب الأمامية لعملاء وتشمل: - مراعاة ظروف العمال والتعاطف معهم. - حسن مظهر موظفي المكاتب الأمامية.
الاتصال	ويقصد بهذا البعد أن يجعل موظفي البنك العملاء على علم دوما بخصائص الخدمة وكيفية الحصول عليها عن طريق مخاطبتهم باللغة التي يفهمونها وتعديل هذه اللغة حسب كل عميل وذلك من خلال: - شرح الخدمة للعملاء. - توضيح تكلفة الخدمة. - توضيح المفاضلة بين الخدمة والتكلفة.
المصداقية	وتعبر عن الثقة والأمان فهي تعني جعل خدمة العميل من أهم أولويات المنظمة وتتضمن: - الثقة في سمعة المنظمة. - الثقة في اسم المنظمة. - الثقة في شخصية موظفي المكاتب الأمامية.
الوصول إلى الخدمة	وهذا من خلال القرب وسهولة الاتصال بمقدم الخدمة ويضم هذا البعد ما يلي: - سهولة الوصول إلى خدمة عن طريق الهاتف. - مدة الانتظار من أجل الحصول على الخدمة تكون قصيرة. - ملائمة أوقات العمل. - ملائمة مكان تقديم الخدمة.

الأمان	ويعني الخلو من الخطر، المخاطرة والشك ويتضمن هذا البعد ما يلي: - الأمن المادي. - الأمن المالي. - المحافظة على سرية تعاملات العميل مع المنظمة.
فهم العميل	ويتعلق ببذل جهد من أجل فهم حاجات العميل وذلك من خلال: - معرفة حاجات العميل بدقة. - معرفة العملاء الدائمين لمنظمة. - تقديم اهتمام فردي لكل عميل.
الجوانب المادية الملموسة	وتمثل الجوانب الملموسة المتعلقة بالخدمة مثل: التجهيزات اللازمة لتقديم الخدمة كالمباني والتقنيات الحديثة المستخدمة ومظهر تنظيم المواصلات.

المصدر: جبلي هدى: "قياس جودة الخدمة المصرفية ودراسة حالة بنك البركة الجزائري، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2006-2007، ص72-74.

3-مستويات جودة الخدمات المصرفية:

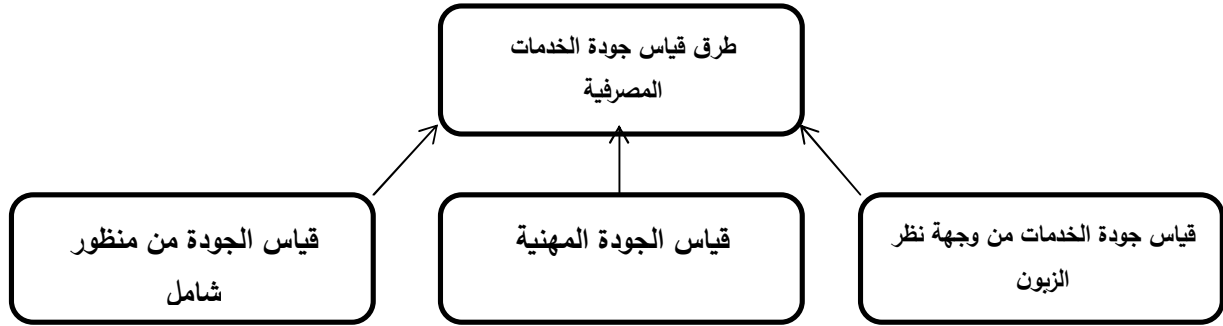
هناك أربعة مستويات لجودة الخدمات المصرفية وهي:

- الجودة المتوقعة من قبل العملاء: وتتمثل في الجودة التي يرى العملاء وجوب وجودها.
- الجودة المدركة: وهي ما يدركه المصرف وما يراه مناسب له.
- الجودة الفنية بموجب المواصفات النوعية للخدمة المصرفية إن وجدت .
- الجودة المروجة: وتعني المعلومات الخاصة بالخدمة والتي يتم نقلها إلى العملاء عن طريق المزيج التسويقي¹

¹ - ناجي معلي، الاصول العلمية للتسويق المصرفي، ط3، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2003، ص56

المطلب الثالث: نماذج قياس جودة الخدمات المصرفية.

شكل رقم (4): طرق قياس جودة الخدمات المصرفية.



المصدر: إعداد الطالبتين بالاعتماد على دراسات سابقة.

يتوجب على المؤسسات باختلاف أنواعها أن تقيس نتائج أعمالها حتى لو لم تحصل على عائد، فالمؤسسات التي يتم الحصول عليها تحول أداء المؤسسة المصرفية إلى أحسن وتعتبر معنوية القياس أحد المحاور الأساسية لتطوير جودة الخدمات فقد ذكر Akianat عام 1995 أن ما لا يمكن قياسه لا يمكن تطويره وناقش crsby عام 1984 اعتقاد بعض المؤسسات أن عملية القياس مكلفة للوقت والمال.

إذا كان بإمكان الباحثين تحديد وقياس الجودة في مجال الخدمات المصرفية نظرا لكون الخدمة أداء أكثر منها شيئا تدركه الحواس ومن هنا برزت بعض النماذج العلمية لقياس جودة الخدمات المصرفية التي تعتمد على مدخلين رئيسيين وهما: المدخل الاتجاهي ومدخل نظرة الفجوة.

1- المدخل الاتجاهي: (نموذج أداء الخدمة surv prf *).

يعتمد هذا على أساس أن جدوة الخدمة تمثل مفهوما اتجاهيا يتصل بالرضا ولكنه ليس مرادفاته، ويرتبط كذلك بادراك العميل للأداء الفعلي للخدمة المقدمة، بالرغم من أن الباحثين

* كلمة surv prf: يقصد بها أداء الخدمة وهي ناتجة عن دمج عبارتي الخدمة وأداء.

يعترفون بأهمية إدراك العملاء لجودة الخدمة إلا أنهم يرون أن لكل من جودة الخدمة ورضا العميل مفهومين مختلفين، والتفسير الشائع لهذا الاختلاف يمكن في كون جودة الخدمة مما يقدمها ويدركها العملاء في شكل من أشكال الاتجاه الذي يعتمد على عملية تقييم تراكمية بعيدة المدى، أما الرضا فهو يمثل حالة نفسية عابرة سريعة الزوال.

كما يرى باحثون آخرون أن العملاء بشكل اتجاهاتهم إزاء الخدمة على أساس خبراتهم السابقة، ولهذا فإن هذا الاتجاه يكيف طبقاً لمستوى الرضا الذي حققه من خلال تعامله مع المؤسسة الخدمية، وقد أكدت نتائج عدد من الدراسات كفاءة استخدام الأداء الفعلي للخدمة المدركة من قبل العملاء كمقياس لجودة الخدمة.¹

يقوم هذا المدخل على حقيقة أن الجودة الخدمة تقوم على أساس الرضا الذي يمثل حالة نفسية تسبق الحكم على جودة الخدمة، وبالتحديد فإن جودة المدركة من قبل العميل تشير إلى معالم اختيار إدراكاته لهذه الخدمة التي تعتبر محصلة لخبرات العميل وتقييمه السابق لجودة الخدمة، ومستوى رضاه عن الأداء الحالي لها، وهذا يعني أن الرضا يعد عاملاً وسيطاً بين الإدراك السابق لجودة الخدمة والإدراك الحالي لهما، وهنا تتم عملية تقييم العملاء لجودة الخدمات كما تقدم لهم فعلياً.

والحقيقة أن الإدراك السابق للخدمة يعتبر دالة لتوقعات العميل حول الخدمة وأن الإدراك اللاحق للخدمة هو دالة لتقييم العميل للمستوى الحالي للخدمة المقدمة له، وهكذا فإن العملاء يشكلون اتجاهاتهم نحو الخدمة على أساس خبراتهم السابقة، ولهذا فإن الاتجاهات تتكيف طبقاً لمستوى الرضا الذي قد حققه العميل من الخدمة وتعامله مع المؤسسة في السابق.²

¹ - محمد عبد الخالف، الإدارة المالية والمصرفية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص45-46.

² - ناجي معلا، خدمة العملاء مدخل اتصالي سلوكي متكامل، ط1، دار زمزم للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص200.

إذا اعتبرنا أن جودة الخدمة المصرفية تمثل اتجاهها فإنه يمكن نتوقع ما يلي:¹

- في غياب خبرة العميل السابقة في التعامل مع المصرف فإن توقعاته حول الخدمة تحدد بصورة أولية مستوى إدراكه.

- بناءا على الخبرة على الخبرة السابقة للعميل والمتراكمة من خال تكرار تعامله بالخدمة فإن عدم رضاه عن مستوى الخدمة المقدمة يقوده إلى مراجعة مستوى جودة الخدمة المدركة سابقا.

- إن الخبرات المتعافية مع المصرف تقود مراجعات إدراكية لمستوى جودة الخدمة.

فالرضا يعبر عن حالة من الشعور إما بالبهجة أو الاحباط الناتج عن تقييم العميل لمدى قدرة المضمون النفعي للخدمة على تلبية حاجاته والارتقاء إلى مستوى توقعاته، ولهذا فإن الرضا نتيجة مقارنة الأداء الفعلي للخدمة مع الأداء المتوقع لهما من جانب العميل، وبناءا عليه فإن جودة الخدمة تقاس على أساس توجيه سؤال مباشر للعملاء ويتعلق بمدى رضاهم عن جودة الخدمة المقدمة لهم وذلك على مقياس من خمسة نقاط كالآتي:

- غير راض جدا.

- غير راض.

- محايد.

- راض.

- راضي جدا.

بعد أخذ إجابات من الأفراد يتم اختيارها من عملاء المؤسسة للصيرفة على هذا المقياس والتي يكون معيار منحها بالدرجات الرقمية المشار إليها على القياس، فإنهم يتم جمع هاته

¹ - ناجي ذيب معلا، الأصول العلمية للتسويق المصرفي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص102.

الدرجات وقسمتها على أفراد العينة للوصول إلى متوسط العام لدرجات رضا هؤلاء من جودة الخدمة، وبالتالي فإن هذا المتوسط هو المؤشر على جودة الخدمة¹

• مدخل نظرية الفجوة (نموذج جودة الخدمة surv qual) *

يعتمد هذا المدخل في قياس جودة الخدمة المصرفية على أساس تفسير وتحليل العمليات التي يقوم بتقييم جودة الخدمات المصرفية والحكم عليها، وبالتالي فإن الفرق بين توقعات العملاء بشأن جودة الخدمة وإدراكاتهم الفعلية لها يحدد مستوى جودة الخدمة، وضمن السياق فإن مستوى جودة الخدمة المصرفية يتحدد بالفرق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة (الفعلية).

ومن هنا فإن مستوى جودة الخدمة يقاس بمدى التطابق بين توقعات الزبائن لمستوى الخدمة المقدمة وعلى إدراكاتهم لمستوى الأداء الفعلي للخدمة المقدمة إليهم، وهذا من منطلق أن الزبائن يقيمون جودة الخدمة المقدمة إليهم من خلال مقارنة بين ما يروونه وما يحصلون عليه، وبالتالي تحديد الفجوة بين التوقعات والإدراكات²

كما أوضحت إحدى الدراسات الشاملة أن جودة الخدمة المدركة تتحرك على مدى يتراوح بين جودة الخدمة إلى جودة المقبولة وبناء عليه فإن جودة الخدمة تقاس على النحو التالي:³

- إذا كانت الجودة المقدمة في الأداء الفعلي أقل من الجودة المتوقعة فإن جودة الخدمة تون غير مرضية للعملاء.

¹ - ناجي ذيب معلا، مرجع سبق ذكره، ص102.

* كلمة surv qual: يقصد بها جودة الخدمة وهي ناتجة عن دمج عبارتي خدمة والأداء.

² - صليحة رقاد، تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة لخضر، باتنة، 2007-2008، ص47.

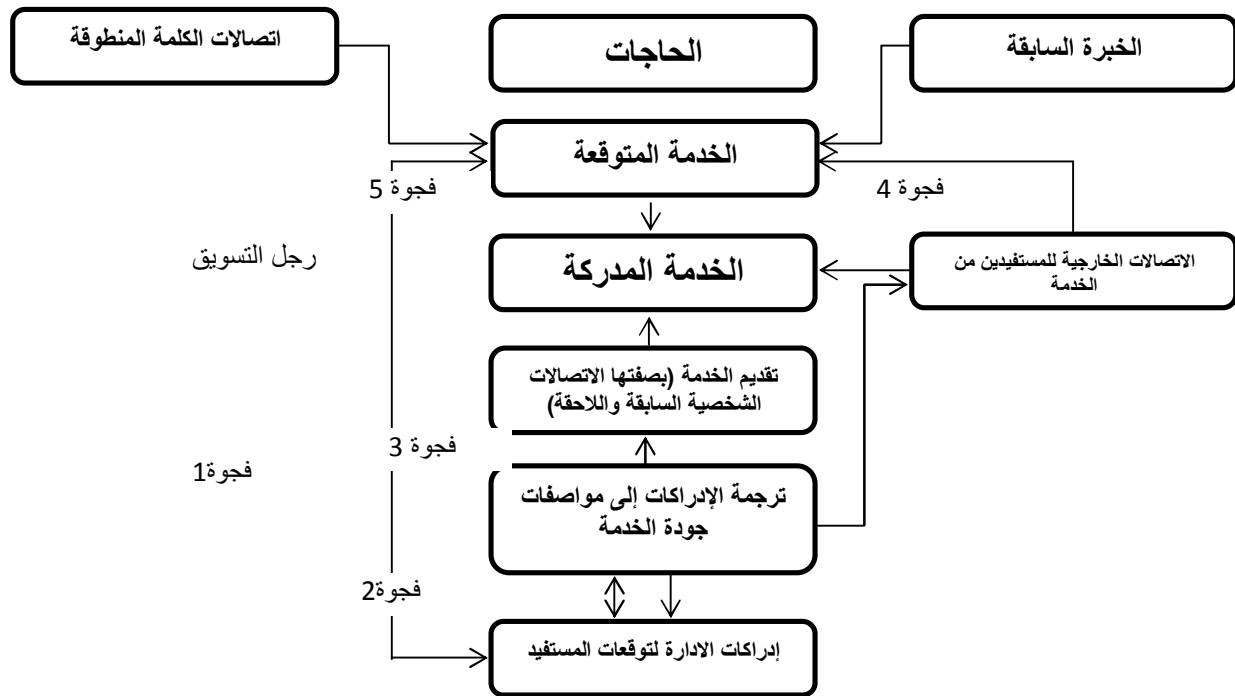
³ - لمى فيصل أسير، مدخل مقترح لرفع الكفاءة والفعالية المصرفية من منظور إدارة الجودة الشاملة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، جامعة تشرين، سوريا، 2009، ص65.

- إذا كانت الجودة المقدمة في الأداء الفعلي مساوية للجودة المتوقعة فإنها تكون مرضية.
- إذا كانت الجودة المتوقعة أقل من المدركة فإن جودة الخدمة تكون أكثر من مرضية وتتجه نحو الجودة التالية.

ويؤكد هذا القياس على ضرورة تقديم جودة عالية من الخدمات للعملاء ومحدد خمسة فجوات بين توقعات من مستوى الخدمة وإدراكات العميل من التقديم الفعلي للخدمة.

وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (5): نموذج جودة الخدمة.



المصدر: ناجي ذيب بعلا، الأصول العلمية للتسويق المصرفي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص105.

يتعلق الجزء العلوي بنموذج جودة الخدمة بالزبون بينما الجزء السفلي مختصر بمقدم الخدمة، فالخدمة المتوقعة هي نتيجة للخبرة السابقة للزبون والتي تتمثل في خبرة وتجربة الزبون

التي تسمح له بتكوين صورة مسبقة عن جودة خدماته والاحتياجات الشخصية لإشباعها واتصالات الزبون مع الآخرين والتي تشمل كل المعلومات والتعليقات التي ينقلها الأفراد وهي العوامل التي لها تأثير على سمعة المؤسسة لأنه يصعب على مسؤولية المؤسسة مراقبتها، كما تتأثر أيضا بأنشطة الترويج الذي تستخدمه المؤسسة الخدمة¹

من الشكل السابق فإن نموذج الخدمة قد حدد الفجوات التي تسبب عدم النجاح في الجودة المطلوبة بخمس فجوات وهي كالآتي:

- **الفجوة 1:** وهي الفجوة بين توقعات العميل وإدراك الادارة تحدث حيث يتفهم المديرون في المؤسسات الخدمية الملامح التي تدل على الجودة العالية للخدمة التي يرغبها العملاء مقدما، حيث أن تحديد جودة الخدمة تتطلب معرفة الملامح التي ينبغي أن تميز الخدمة لمواجهة رغبات العملاء وتحديد مستويات الاداء للملائمة لتقديم الخدمة بالجودة المطلوبة.²

- **الفجوة 2:** وهي الفجوة بين إدراكات الادارة لتوقعات العملاء وتحديد درجة دقة المواصفات الخاصة بالخدمة تنتج عن تطابق للمواصفات الخاصة بالخدمة مع إدراك الادارة لتوقعات العملاء، بمعنى أن المصارف في بعض الأحيان غير قادرة على ترجمة توقعات العملاء، بسبب قيود تتعلق بموارد المصارف أو التنظيم أو عدم القدرة على تطبيق مفاهيم الجودة وذلك راجع لعدم تكييف المهام وعدم احترام الأهداف الموضوعة.³

- **الفجوة 3:** وهي فجوة بين مواصفات الخدمة والأداء الفعلي لهان فإذا تمكنت الادارة من وضع المواصفات المطلوبة في الخدمة وفقا لتوقعات العملاء فإن هناك إمكانية حدوث انحرافات

¹ - إلهام نايلي، أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2015-2016، ص43-44.

² - محمد محمود مصطفى، التسويق الاستراتيجي للخدمات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص248.

³ - فضيلة بشروف، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في التسويق، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009، 2010، ص35.

عند التسليم بسبب مستوى مهارة القائمين على أدائها أو نتيجة لتفقد هذه المواصفات وعدم مرونتها وتسمى بفجوة أداء الخدمة¹

- **الفجوة4:** وهي فجوة بين تسليم الخدمة والاتصالات الخارجية للزبائن حول تسليم الخدمة تظهر هذه الفجوة بين ما يتعهد المصرف تسليمه في الخدمة فعلا وبين الاتصالات المناسبة والدقيقة والاعلان والعلاقات العامة التي لا تفي بالغرض والتي تمثل بشكل خاطئ بالرغم من أهميتها في تسليم الخدمات التي يدرك الزبائن أنها عالية الجودة.²

- **الفجوة5:** هي فجوة بين الخدمة المدركة والخدمة المتوقعة، تمثل هذه الفجوة المحصلة النهائية لجميع الفجوات السابقة أي $Gaps. F(Gap1+ Gap2+ Gap3+ Gap4)$

إذا يتم على أساسها الحكم على جودة الخدمة ككل: أما عن أسباب حدوث هذه الفجوة فإنها تنتج إذا ظهرت إحدى الفجوات السابقة أو جمعها، لأن ظهور أي فجوة من هذه الفجوات يعني أن الخدمة لم تقدم بما يقابل توقعات العملاء، وحتى تتمكن المؤسسة من سد هذه الفجوة فإنه يتوجب عليها أن تسد جميع الفجوات.³

¹ - وفاء حلوز، تدعيم جودة الخدمة البنكية وتقييمها من خلال رضا العميل، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في البنوك، جامعة أبو بلفايد، تلمسان، 2013-2014، ص80.

² - صالح بو عبد الله، نماذج وطرق قياس الخدمة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف، 2013-2014، ص56.

³ - هدى جبلي، قياس جودة الخدمة المصرفية، مقدمة لنيل شهادة الماجستير في التسويق، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2006-2007، ص91.

المطلب الرابع: انعكاسات الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية.

إن الاهتمام بجودة الخدمة هي إحدى الركائز الأكثر أهمية في القطاع المصرفي ولهذا أصبح تطوير الخدمات المصرفية أمراً ضرورياً لمواكبة التطورات المتلاحقة في مجال الصناعة المصرفية.

ونتيجة لتطور الخدمات المصرفية عرفت الصناعة المصرفية تطبيق نظم ووسائل جديدة، بحيث تمكنت هذه الوسائل من الانتشار بسرعة، وساعد في ذلك الجهود المبذولة من طرف البنوك بجذب أكبر عدد ممكن من العملاء.

أولاً: الخدمات المصرفية الإلكترونية:

لقد أثرت التكنولوجيا على نوع ونمط الخدمة المصرفية وإخراجها من أسلوبها التقليدي الذي كان يعتمد على المعاملات الورقية والاتصال المباشر مع العميل إلى أسلوب حديث قائم على العديد من المعاملات الإلكترونية والتي تمثلت في:¹

1- خدمات الصراف الآلي:

أ- مراجعة الحسابات: بحيث يمكن للعميل مراجعة حسابه في أي زمان ممكن وكذا مراجعة آخر المعاملات التي تمت ويمكن أيضاً فتح حساب لدى المصرف من خلال استخدام الائتمان.

ب- تحويل المدخلات: وهذا يعني إمكانية تحويل الأموال من حساب إلى آخر، فبعض المصارف تقوم بهذه العملية فور طلب العميل لها ولكن البعض الآخر يأخذ بعض الوقت.

ت- دفع الفواتير: وهنا يمكن للعميل دفع أي فواتير خاصة من خلال موقع المصرف على الأنترنت، ويكون ذلك مقابل رسوم معينة.

¹ - صالح بو عبد الله، نماذج وطرق قياس جودة الخدمة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف، 2013-2014، ص56.

ث- شراء شهادات الادخار: حيث تعرض المصارف معدلات فائدة أعلى على هذه الشهادات إذ تم شراؤها عن طريق الأنترنت.

ج- خدمات السمسرة (البورصة): وذلك لمساعدة العملاء في شراء أفضل الأسهم عن طريق موقع المصرف على الأنترنت.

ح- خدمات التوكيل الإلكتروني: وهذا يعني أن المصرف يقوم بشراء الفواتير من البائع ودع قيمتها ثم تحصيلها من المشتري مقابل عمولة من البائع، وتشمل هذه الخدمة التوكيل مع حق الرجوع من البائع أو دون حق الرجوع.

2- نظام الايداع المباشر: يعمل هذا النظام على ايداع المبالغ التي يتحصل عليها العميل كأجور، الرواتب، المعاش، التأمين الاجتماعي، أرباح الأسهم وغيرها من المدفوعات بصفة مباشرة ودورية متكررة لدى البنك الذي يتعامل معه بشكل آلي.¹

3- السحب الآلي المباشر "المدفوعات الإلكترونية: وتتمثل فيما يلي:²

أ- الحصول على قروض: يمكن الحصول على قروض من خلال موقع المصرف على الأنترنت فورا، ويسمح للعميل بمقارنة أسعار الفائدة لمصارف أخرى.

ب- تقديم المدفوعات: وهو النظام الذي يسمح بإرسال فواتير إلكترونية غلى العميل عبر الأنترنت، والمعلومات المطلوبة تكون مطبوعة على الفاتورة ويتم تسديد قيمتها من خلال حساب العميل الجاري إلكترونيا.

¹ - مدحت صدق، أدوات وتقنيات مصرفية، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2001، ص304.

² - ناظم محمد نوري، مرجع سبق ذكره، ص51.

ت- خدمات أوامر الدفع المصرفي: تستخدم هذه الأوامر للدفع لشخص معين في تاريخ معين وذلك بناء على طلب العميل، وقد كانت تتم يدويا غير أنها تتم الآن بعض المصارف باستخدام نظام BACS .

4- خدمات إعلامية: ويمكن حصرها فيما يلي:

أ- تحديد المواصفات الخاصة بالعميل: هناك بعض المصارف تسمح للعميل بتحديد مواصفات الصفحة الخاصة به مثل تغيير استخدامات بعض الأسرار.

ب- توفير أسواق المستهلك: حيث يقدم المصرف عروض خاصة لمنتجات غير مصرفية من خلال توضيح عناوين هذه الأماكن على الصفحة الخاصة.

ت- خدمات التخطيط المالي: مع زيادة درجة التعقد في الأسواق المالية تقوم بعض المصارف بمساعدة العملاء في إدارة أموالها حيث يمكن للعميل أن يستخدم موقع المصرف على الأنترنت بإدخال كل العمليات المقترحة فيقوم المصرف بتحديد بأعلى فائدة وأقل مخاطرة.

ث- الخدمات الفنية: وتتمثل في تعديل البرامج الخاصة لعملاء المصرف لتوافق مع البرامج الخاصة بالمصرف ذلك فيما يتعلق ببرامج إدارة الأموال.

ج- الخدمات الضريبية: كمساعدة العميل في الحصول على المعلومات من حجم الضرائب المطلوب دفعها بعد مراجعة الأرباح والمصروفات الخاصة بالعميل.

ح- الحماية والخصوصية: وهذه لا تعتبر خدمة لكن المصارف تهتم بها بشكل كبير حتى يشمل العميل بدرجة عالية من حماية العمليات التي يقوم بها على المصرف حيث أن هذا هو الفرق بين المصارف.¹

¹ - محمد عبد الفتاح الصيرفي، الإدارة الرائدة، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2003، ص68.

ثانيا: دور الصيرفة الإلكترونية في تحقيق جودة الخدمات المصرفية:

تعتبر جودة الخدمات المصرفية إحدى أهم الحلول التي يعتمد عليها للحصول على زبائن والحفاظ عليهم ولهذا أوجب على المصارف العمل على تحسين جودة خدماتها وذلك من خلال استغلال وسائل الصيرفة الإلكترونية التي توفرها لها.

1- **تقدير الخدمات الحرة:** بواسطة الصيرفة الإلكترونية يستطيع الزبون تنفيذ الخدمة بنفسه مباشرة دون اللجوء إلى المؤسسة أو الاستعانة بأشخاص معينين وعلى سبيل المثال اللجوء إلى الأنترنت والدخول إلى موقع المصرف والبحث عن استفسارات.

2- **القضاء على المركزية:** يؤدي استخدام الصيرفة الإلكترونية إلى القضاء على المركزية وتقادي التنقلات والطوابير وغيرها من الأمور التي يستاء منها الزبون والتي تزيد من احتمال تركه واستغائه عن المصرف.

3- **القضاء على زمن الانتظار وضياح الوقت:** يتسع استخدام الصيرفة الإلكترونية من قبل المصرف والزبائن إلى خلق التفاعل بطريقة مباشرة، بالتالي كسب الوقت من خلال تلبية المصرف لرغبات عدد كبير من الزبائن في وقت واحد من جهة، ومن جهة أخرى تجنب الزبون مشقة الانتقال من مكان إلى آخر وبالتالي ربح الوقت والقضاء على زمن الانتظار.¹

4- **تطوير خدمات الاستعلام عن بعد للزبائن:** بفضل الوسائل الرقمية يمكن للمصرف متابعة زبائنه عن بعد من أجل معرفة آرائهم حول خدماته ويكون هذا عن طريق إرسال رسائل عبر ابريد الإلكتروني أو عبر الهاتف...إلخ. وكل هذا تشعر الزبون أنه محل اهتمامنا وبالتالي كسب رضاه عنها.

¹ - ميهوب سماح، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية، حالة نشاط البنك عن بعد، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2013-2014، ص139.

خلاصة الفصل:

بعد ما تعرضنا لجودة الخدمات المصرفية وإبقاء وارتقاءها من العمل التقليدي إلى العمل المصرفي الإلكتروني وأهم التكنولوجيا القائمة عليها بهدف اجتذاب عملاء جدد، حيث أتاحت لهم الفرصة التعبير إلكترونياً عن احتياجاتهم وأولوياتهم اليومية مما سمح للمصارف بالتجاوب معها واستحداث خدمات مالية ومصرفية جديدة، نرى أنه يتعين على المصارف الرغبة في دخول عالم الصيرفة الإلكترونية أن تمتلك المعرفة والقدرة على وضع استراتيجية شاملة وكذلك تطبيقها بصورة دقيقة وسليمة لضمان تحقيق الأهداف الموجودة من اعتماد هذه الصيرفة من جهة ومن جهة أخرى التحكم الأفضل للمصارف في نظام المعلومات وأساليب الاتصالات يحقق الجودة في الخدمات وسرعة أداء تقديمها وإنشاء علاقات مع العملاء.

الفصل الثاني

الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية
وكالة المسيلة (BADR) الريفية

المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية المبحث الثاني: متطلبات تطبيق إدارة
الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي

تمهيد:

بغية التقرب أكثر من الواقع العملي للبنوك الجزائرية في مجال الاهتمام بالصيرفة الإلكترونية ومعرفة دورها في تحسن جودة الخدمات البنكية تم اختيار بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR، بولاية المسيلة، كمحل لدراستنا التطبيقية، من خلال اعتمادنا على الاستبيان كأداة للدراسة حيث. قمنا بتوزيع استبيان على عينة عشوائية من موظفي مجموعة من فروع بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بولاية المسيلة، كما تم استخدام البرنامج الإحصائي للحزمة الاجتماعية SPSS إصدار 26 لمعالجة البيانات وتحليلها وذلك بهدف التعرف على خصائص عينة الدراسة واختبار فرضيات الدراسة في إطار الأهداف التي سعت الدراسة إلى تحقيقها حيث. تناولنا في المبحث الأول منهجية وإجراءات الدراسة الميدانية، ثم تطرقنا في المبحث الثاني إلى عرض ومناقشة نتائج الدراسة.

الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة.

من خلال هذا الفصل نتعرف في المبحث الأول على الإطار المنهجي للدراسة الميدانية، وفي المبحث الثاني نتناول عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية.

المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية.

يحتاج البحث العلمي إلى أساليب وطرق وخطوات لكي يصل إلى الهدف المبتغى، من بينها المنهج الذي يستعين به الباحث والذي يقوده ويوضح له معالم الطريق، وكذا اختيار مجتمع وعينة البحث التي تتناسب وبحثه، بالإضافة إلى الأدوات والأساليب الإحصائية المستخدمة.

المطلب الأول: المنهج العلمي المعتمد في الدراسة.

يمكن اعتبار منهج البحث الطريقة التي يتبعها الباحث ويعتمد عليها ليصل في النهاية إلى نتائج تتعلق بالموضوع محل الدراسة، كما انه الأسلوب المنظم المستخدم لحل مشكلة البحث، إضافة إلى أنه العلم الذي يعنى بكيفية إجراء البحوث العلمية.

وقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يعتبر وصف منظم للحقائق وسميزات مجموعة معينة أو ميدان من ميادين المعرفة الهامة بطريقة موضوعية وصحيحة، للتعرف على دور الصيرفة الالكترونية في تحسن جودة الخدمات البنكية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة المسيلة-.

بالإضافة إلى ذلك استخدمنا مصدرين أساسيين للبيانات هما:

1-المصادر الثانوية: لمعالجة الإطار النظري للبحث، والمتمثلة أساسا في الكتب باللغة العربية واللغة الأجنبية ذات العلاقة، وكذا الدوريات والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، بالإضافة إلى البحث والاطلاع على مواقع مختلفة على شبكة الانترنت.

2-المصادر الأولية: ولمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث، قمنا بجمع البيانات الأولية من خلال استمارة استبيان كأداة رئيسية للبحث، صممت خصيصا لهذا الغرض، ووزعت على

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

الموظفين في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة المسيلة-، وقمنا بجمع وتفرغ وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS.V26.

المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة.

تمثل مجتمع الدراسة في موظفي مجموعة من فروع بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) بولاية المسيلة، حيث تأسس بنك الفلاحة والتنمية الريفية بموجب المرسوم الرئاسي رقم 106/82 الصادر بتاريخ 17 جمادى الأولى 1402 هجري الموافق ل 13 مارس 1982 (الجريدة الرسمية، العدد 11 1986)، وقد تم تعديله من خلال المرسوم رقم 84-85 المؤرخ في 30 أفريل 1985 وذلك بهدف تطوير وتنمية الهوية الاقتصادية الجزائرية والتي تتمثل أساسا في القطاع الفلاحي وذلك من خلال إعادة هيكلة 140 وكالة للبنك الوطني الجزائري، فالبنك عبارة عن شركة مساهمة برأس مال قدره 33 مليار دج مقرها الرئيسي الجزائر العاصمة شارع العقيد عميروش، فهو يعتبر بنكا تجاريا يمول مختلف القطاعات الاقتصادية وفق شروط محددة، يتكون البنك عموما من 288 وكالة وقرابة 36 فرع منتشرة عبر كافة التراب الوطني وهي تعتبر شبكة كبيرة سواء من حيث عدد الوكالات والفروع أو من حيث عدد العاملين بها، لذلك فإن البنك يعتبر ذا أهمية كبرى سواءا على الصعيد الوطني أو العالمي حيث يحتل البنك المركزي 688 عالميا من بين 4100 بنك مصنفة حسب مجلة قاموس البنوك، كما أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية يندرج تلقائيا في قائمة البنوك التجارية باعتباره مؤسسة مالية وطنية فهو يتميز بأنه في آن واحد بنك الودائع (يقبل الودائع الجارية أو لأجل ويقرض الأموال بأجال مختلفة)، وبنك التنمية (يمنح قروضا متوسطة وطويلة الأجل تستهدف تكوين أو تجديد رأس المال الثابت) وهو يعطي امتياز للمهن الحرة الفلاحية والريفية بمنح قروضا بشروط أسهل (أي سعر فائدة أقل وضمانات أقل مما يفعله مع غيرها)، ومن بين مهام وأهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية وأهم خدماته ما يلي:

1- مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية

إن بنك BADR باعتبارها مؤسسة اقتصادية عمومية، فإن الدور الأساسي المنوط به هو تقديم الخدمات العمومية للزبائن وتسهيل التعامل بفتح حسابات جارية، وإجراءات عملية الایداع والسحب أي القيام بجميع عمليات المصرف إضافة إلى مهامه المتعلقة بسلك الموظفين، حيث يتولى استقبال التحويلات الواردة من الهيئات المستخدمة وتحويلها إلى حساب الموظفين، كما يتولى عميلة تلقي الودائع المالية بأنواعها، سواء كان ذلك بفائدة أو بدونها ويساهم في جلب الأموال عن طريق الادخار، التوفير، بتشجيع الأسر والمؤسسات على ذلك، إلا أن المهام الرئيسية للمصرف تكمن في تنشيط التجارة الخارجية والداخلية بإعادة استثمار مبالغ الودائع بشكل قروض تختلف باختلاف طبيعة القرض ومدته والشخص الممنوح له، ويتضح ذلك في منح القروض التجارية والفلاحية للقطاعين العام والخاص سواء بالعملة الصعبة أو الوطنية حسب استراتيجية المشروعات التي تساهم بشكل فعال في التنمية الاقتصادية للوطن.

2- أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

- تحسين وتشجيع التعاملات الإلكترونية.
- منح القروض القصيرة الأجل من أجل تمويل المشاريع.
- تحقيق أكبر ربح ممكن وأكبر حصة في السوق.
- رفع حجم الموارد بأقل التكاليف.
- توسيع نشاطات البنك فيما يخص التعاملات.
- تسيير صارم لخزينة البنك بالدينار والعملة الصعبة.

3- خدمات بنك الفلاحة والتنمية الريفية

تظهر أهم الخدمات في:

أ- التحويلات المصرفية.

ب- الخدمات المتعلقة في الدفع والتحصيل فيما يخص بالتعاملات الخارجية.

ج- خدمة كراء الخزائن الحديدية.

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

د-خدمات البنك للمعينة.

هـ-خدمات فتح مختلف الحسابات.

وقد قمنا بتوزيع 46 استمارة الاستبيان بطريقة عشوائية، تم استرجاع 41 استمارة استبيان، بنسبة استرداد 89.13%، واستبعدت 4 استمارات لأنها غير صالحة للتحليل، ليصبح عددها 37 استمارة استبيان، ويمكن توضيح ذلك بالجدول التالي:

الجدول رقم(02): عينة الدراسة لمجموعة من فروع بنك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية المسيلة

عدد أفراد العينة	عدد استمارات الاستبيان الموزعة	عدد استمارات الاستبيان المسترجعة	عدد استمارات الاستبيان غير صالحة للتحليل	عدد استمارات الاستبيان الصالحة للتحليل
46	46	41	4	37

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

المطلب الثالث: أداة الدراسة الميدانية والإحصائية المستخدمة.

نتناول في هذا المطلب أداة الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة.

أولاً: أداة الدراسة الميدانية.

اعتمدنا على الاستبيان كمصدر أولي في جمع البيانات والمعلومات، وهو من أهم أدوات البحث العلمي، للحصول على المعلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين، وتم إعداده وتطويره بشكل يساعد على جمع البيانات والمعلومات، كما تمت مراجعته وتنقيحه من قبل المشرف، والأخذ بمقترحاته وتعديلاته الأولية، وقد مرت عملية بناء الاستبيان بعدة مراحل:

1-المرحلة الأولى: مرحلة البناء.

صمم الاستبيان حسب سلم رنسيس ليكارت (RensisLikert) الخماسي، إذ يقابل كل فقرة من الفقرات الاستبيان خمسة (5) تفضيلات، كما تم تحديد درجة الموافقة على هذه الفقرات وهو ما يوضحه الجدول التالي.

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

الجدول رقم (03): بين درجات مقياس رنسيس ليكارت (RensisLikert) الخماسي.

بدائل التفضيلات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

2-المرحلة الثانية: بعد اختيار السلم المتبع تم بناء محاور الاستبيان وفق الإجراءات التالية:

أ- الاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، والاستفادة منها في بناء الاستبيان وصياغة عباراته.

ب-تحديد الأبعاد والمحاور الرئيسة التي يشملها الاستبيان.

ج-تحديد العبارات التي تقع تحت كل بعد وكل محور وتصميم الاستبيان في صورته الأولية.

د-مراجعة وتنقيح الاستبيان من قبل المشرف، والأخذ بمقترحاته وتعديلاته لأولية.

هـ-عرض الاستبيان على عدد من الأساتذة لتحكميه، والأخذ بمقترحاتهم وتعديلاتهم.

و-إعادة عرض الاستبيان على الأستاذ المشرف.

3- المرحلة النهائية: في هذه المرحلة تم صياغة الاستبيان في شكله النهائي، واشتمل

على ثلاثة (3) أجزاء أساسية حيث. شمل الجزء الأول البيانات الشخصية، وشمل الجزء

الثاني الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمات المصرفية، والذي يشمل محورين المحور الأول

الصيرفة الالكترونية والمحور الثاني جودة الخدمات البنكية

ثانيا: صدق وثبات أداة الدراسة(الاستبيان).

بعدما تمت صياغة الاستبيان في شكله الأولي تم إخضاعه لاختباري الصدق والثبات.

1-صدق أداة الدراسة:

هو أن تقيس عبارات الاستبيان ما وضعت لقياسه، وهناك أنواع كثيرة من الصدق يتم

اعتمادها لفحص أداة الدراسة، وسنقتصر في دراستنا على نوعين من الصدق من خلال صدق

المحكمين، وصدق الاتساق الداخلي.

1-1 صدق المحكمين: يعني ان تكون عباراته مناسبة للغرض الذي وضعت من أجله ويتعلق صدق المحكمين بحالتين¹. الصدق الظاهري يبين مدى تعلق العبارة بالهدف الذي وضعت من أجله، وصدق المحتوي وهو صدق مكمل للصدق الظاهري ونوع من أنواع صدق المحكمين يبين مدى وضوح كل من عبارات الاستبيان من ناحية المعني والصياغة والتصميم المنطقي لها وأنها تغطي المساحات المهمة لمجالها.

لتحقق من صدق المحكمين (الصدق الظاهري وصدق المحتوي) عرض الاستبيان على مجموعة من الأساتذة ذات الاختصاص والخبرة في مجال الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة، وطلب منهم إبداء رأيهم حول فقرات وأبعاد ومحاور الاستبيان وذلك بالحذف والتعديل واقتراح فقرات جديدة ومناسبة لموضوع الدراسة، وبناءا على ملاحظات الأساتذة المحكمين تم تعديل أداة الدراسة فأصبحت بصورتها النهائية مكونة من 23 عبارة، وبالتالي فان الاستبيان يتمتع بصدق المحكمين.

1-2 صدق الاتساق الداخلي: صدق الاتساق الداخلي Interna Validité: يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل عبارات من عبارات الاستبيان مع المحور الذي تنتمي إليه، وتم ذلك من خلال استعمال معامل الارتباط كارل بيرسون بين كل عبارة من عبارات الاستبيان والأبعاد والمحاور التي تنتمي إليها، والجدول التالي يوضح يبين المجالات التي تنتمي إليها قيم الارتباط.

¹- مؤيد الساعدي، قياس اللامموسيات في السلوك التنظيمي وإدارة الموارد البشرية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2016، ص: 452.

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

الجدول رقم (04): الاتساق الداخلي لعبارات محور الصيرفة الالكترونية.

رقم العبارة	عبارات محور الصيرفة الالكترونية.	الاتساق مع المحور
	المحور الأول: الصيرفة الإلكترونية.	/
01	بنك الفلاحة يمتلك معدات حديثة ومتطورة.	**0.749
02	يتوفر لدى البنك عدد كافي من الصرافات الآلية.	**0.661
03	الصرافات الآلية توفر خدماتها خلال جميع أيام الأسبوع 24/24.	**0.599
04	يعتمد البنك في خدماته على الأنترنت بشكل كبير.	**0.606
05	لدى البنك موقع رسمي يوفر جميع المعلومات الخاصة بالخدمات التي يوفرها.	**0.733
06	لبنك لديه صفحة على الانترنت.	**0.620
07	البنك يستخدم البريد الالكتروني للتواصل مع عملائه.	**0.684
08	يوفر البنك المعلومات اللازمة عن خدماته عبر شبكات التواصل الاجتماعي.	**0.704
09	يتم التواصل مع البنك عبر الهاتف الذي (نظام الأندرويد).	**0.812

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS. من الجداول

رقم (04) يتضح أن جميع العبارات ترتبط مع محور الصيرفة الإلكترونية، أي أن عبارات هذا المحور دالة إحصائياً ومتسقة وصادقة لما وضعت لقياسه.

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

الجدول رقم (05): يوضح الاتساق الداخلي لعبارات محور جودة الخدمات المصرفية في البنك.

رقم العبارة	عبارات محور جودة الخدمات المصرفية في البنك	الاتساق مع البعد	الاتساق مع المحور
	بعد الاعتمادية	/	**0.877
10	يساهم الانتشار الجغرافي للصرفات الآلية على زيادة عملاء البنك.	*0.824	**0.830
11	يقوم البنك بإصدار نشرات إلكترونية تظم كافة المعلومات المتعلقة بنشاطه.	*0.712	**0.581
12	تسمح البطاقات البنكية المعتمدة من طرف البنك بتوفير خدمات متنوعة للعملاء.	*0.651	**0.558
13	يقدم الموقع الإلكتروني للبنك خدمات مصرفية تتلائم وحاجيات العملاء.	*0.719	**0.667
14	تساعد الصرافات الآلية العملاء على عدم التقيد بمواعيد العمل الرسمية.	*0.653	**0.487
	بعد الاستجابة	/	**0.810
15	تساعد الصرافات الآلية في تقليل من زمن الحصول على الخدمة المصرفية	*0.601	**0.431
16	يعمل البنك على اصلاح أعطاب الصرافات الآلية بسرعة	*0.597	*0.417
17	يعمل البنك على حل مشاكل المعاملات الإلكترونية بطريقة أوتوماتيكية	*0.665	**0.555
18	يعطي البنك الردود السريعة على طلبات العملاء عن طريق البريد الإلكتروني.	*0.614	**0.608
	بعد الملموسية	/	**0.859
19	يمكن الدخول إلى الموقع الإلكتروني للبنك مباشرة.	*0.765	**0.563
20	من السهل الوصول إلى ما يحتاجه العميل على موقع البنك.	*0.769	**0.602

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

21	محتوى الموقع الالكتروني للبنك منظم من السهل تصفحه.	*0.763 *	**0.719
22	تساعد الصرافات الآلية في الحصول على الخدمة مباشرة.	*0.826 *	**0.801
بعد الثقة/ الأمان			
23	هناك شعور بالأمان في اتمام المعاملات البنكية عبر الصرافات الآلية.	*0.464 *	**0.748
24	للموقع الالكتروني للبنك سمعة جيدة.	*0.642 *	**0.565
25	المعلومات التي يقدمها البنك عن الخدمات على الموقع الالكتروني واضحة وصادقة.	*0.665 *	*0.359
26	يوجد أمن عند تقديم المعلومات الشخصية عبر البريد أو موقع البنك.	*0.589 *	*0.333
27	يستخدم البنك المعلومات الشخصية للعملاء بسرية.	*0.583 *	*0.357
28	هناك ثقة في الخدمات البنكية الالكترونية التي يقدمها البنك.	*0.663 *	*0.363
**الارتباط دال إحصائيا عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.01$.			
*الارتباط دال إحصائيا عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$.			

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول رقم (05) يتضح أن جميع العبارات ترتبط مع أبعاد ومحور جودة الخدمات المصرفية. أي أن عبارات هذا المحور دالة إحصائيا ومتسقة وصادقة لما وضعت لقياسه.

2- ثبات أداة الدراسة: يقصد بثبات الاستبيان. أنه يعطي نفس النتائج لو تم إعادة توزيع الاستبيان أكثر من مرة، وتحت نفس الظروف والشروط، بمعنى إذا أعيد توزيع الاستبيان بعد فترات زمنية معينة ولأكثر من مرة نجد استقرار في النتائج وعدم تغيرها بشكل كبير، ولتحقق من الثبات اعتمدنا طريقتين

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

2-1 طريقة ألفا كرونباخ (Alpha Cronbachs) يستخدم معامل الثبات ألفا كرونباخ، للحكم على دقة القياس، بقياس مدى توافق الإجابات مع بعضها البعض، وموثوقية النتائج بأن يعطي المقياس قراءات متقاربة عند تكرار استخدامه في أوقات مختلفة، وأن يكون معامل يزيد عن القيمة المعيارية (0.6)¹، والجدول رقم (06) يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ.

الجدول رقم (06): يبين نتائج اختبار ألفا كرونباخ لمحاو الدراسة.

المحاو	رقم العبارة	معامل ألفا كرونباخ
محور الصيرفة الالكترونية	من 1 إلى العبارة 09	0.854
محور جودة الخدمات المصرفية	من 10 إلى العبارة 28	0.870
الاستبيان ككل	من 1 إلى العبارة 28	0.918

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول رقم (06)، قيمة معامل الارتباط ألفا كرونباخ لمحوري الدراسة وقيمة الاستبيان ككل، هي أكبر من القيمة المعيارية للاختبار 0.6 (الحد الأدنى)، وهي قيم ممتازة ومناسبة، وتفي بأهداف وأغراض الدراسة حيث. أن قيمة الاستبيان ككل تؤكد ثبات الاستبيان ما يعادل 91.80%.

2-2 الثبات بطريقة التجزئة النصفية: تعتمد هذه الطريقة على تجزئة الاختبار إلى جزأين.

الجدول رقم (07): Guttman Split-Half Coefficient لقياس ثبات الاستبانة.

ReliabilityStatistics			
Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.891
		N of Items	14 ^a
	Part 2	Value	.807
		N of Items	14 ^b
	Total N of Items		28
CorrelationBetweenForms			.787
Spearman-Brown Coefficient	EqualLength		.881

¹ محمد الجعفري، هديل الطاهر، دور الوعي بالذات في فعالية سلوك القائد الإداري دراسة حالة جامع الخرطوم، المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، جامعة النيلين، الخرطوم، المجلد 4، العدد 13، السودان، 2020، ص 285.

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

UnequalLength	.881
Guttman Split-Half Coefficient	.871
a. The items are: q1, q2, q3, q4, q5, q6, q7, q8, q9, q10, q11, q12, q13, q14.	
b. The items are: q15, q16, q17, q18, q19, q20, q21, q22, q23, q24, q25, q26, q27, q28.	

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول رقم (07) معامل الارتباط **Guttman Split-Half Coefficient** لقياس ثبات الاستبيان عال **0.871** مما يدل على أن الأداة تتمتع بثبات مرتفع وهي صالحة لما وضعت لاختباره.

ثانيا: أساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة.

استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (statistical package for the spss(social sciences الإصدار 26، وللإجابة على الاستبيان تم اعتماد مقياس ليكرت خماسي الدرجات (غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة)، لتحديد المحك المعتمد في الدراسة فقد تم تحديد طول الخلايا في مقياس ليكرت الخماسي من خلال حساب المدى بين درجات المقياس (5-1=4) ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية (4/5=0.80) وذلك بعد إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (بداية مقياس وهي واحد صحيح) وهكذا أصبح طول الخلية 0.80، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (08): المحك المعتمد في الدراسة للاستبيان.

درجات الموافقة	الإجابات	المتوسط المرجح	المتوسط الحسابي النسبي المقابل له	الاتجاه
1	غير موافق تماما	[1 - 1.80]	[20% - 36%]	مستوي منخفض جدا من القبول
2	غير موافق	[1.80 - 2.6]	[36% - 52%]	مستوي منخفض من القبول
3	محايد	[2.60 - 3.40]	[52% - 68%]	مستوي متوسط من القبول
4	موافق	[3.40 - 4.20]	[68% - 84%]	مستوي عال من القبول
5	موافق تماما	[4.20 - 5]	[84% - 100%]	مستوي عال جدا من القبول

المصدر: زكي ناهض، مدى تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في المستشفيات الحكومية الفلسطينية

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

وسُبل تعزيزها، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص: القيادة والإدارة، أكاديمية الإدارة والسياسة لدراسات العليا، غزة، فلسطين، 2016.ص: 126.

لتحديد الارتباطات ومعرفة نوعها بين مختلف متغيرات الدراسة تم توضيح أنواع الارتباط من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (06): يبين المجالات التي تنتمي إليها قيم الارتباط.

ارتباط عكسي					ارتباط طردي				
قوي جدا	قوي	متوسط	ضعيف	ضعيف جدا	ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	قوي	قوي جدا
0.5-	0.3-	0	0.3	0.5	0.7	0.9	1	0.7-	0.9-
								تام	تام

Source :Emenbnymfarej, Data analysais, the statisicaléconomie and social Without theedition, ،research and training center for islamiccountries(SESRIK) Ankara, Turkey, 2015, p : 25

كما تم جمع البيانات وترميزها ومعالجتها والتحقق من صحة فرضيات الدراسة باستخدام الأدوات الإحصائية التالية:

لإخضاع البيانات إلى عملية التحليل الإحصائي بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية(spssv26)، وتم الاعتماد على بعض الأساليب الإحصائية.

1- التكرارات والنسب المئوية: لمعرفة البيانات الأولية لمجتمع الدراسة وتحديد استجابات أفرادها اتجاه عبارات المحاور الرئيسية التي تتضمنها أداة الدراسة.

2- المتوسط الحسابي: يعتبر من أهم مقاييس النزعة المركزية وأكثرها استخداما، يعبر عن مدي أهمية عبارات الاستبيان عند أفراد العينة، كما يعبر عن تركز إجابات العينة حول قيمة معينة، تبعا لدرجات المعطاة لبدائل المقياس المستخدم.

3- الانحراف المعياري: هو من مقاييس التشتت، يستخدم لقياس وبيان تشتت إجابات مفردات الدراسة حول متوسطها الحسابي، وتكون قيمه جيدة كلما اقترب من الصفر.

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

4-معامل الثبات: يختبر مدى الاعتمادية على أداة الدراسة المستخدمة.

5-معامل الارتباط كارل بيرسون: يرتبط ثنائي يستخدم في معرفة قوة العلاقة البينية وقيمتة محصورة بين (-1و1).

6-اختبار التوزيع الطبيعي: يستخدم لمعرفة واكتشاف اعتدالية توزيع البيانات من عدمها.

7-الانحدار الخطي البسيط: نموذج خطي إحصائي يقوم بتقدير العلاقة التي ترتبط بين متغير كمي واحد وهو المتغير التابع مع متغير كمي آخر وهو المتغير المستقل، وينتج عن هذا النموذج معادلة إحصائية خطية يمكن استخدامها لتفسير العلاقة بين المتغيرين أو تقدير قيمة المتغير التابع عند معرفة قيمة المتغير المستقل.

المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة.

في هذا المبحث تم عرض البيانات الشخصية للدراسة الميدانية في المطلب الأول، وفي المطلب الثاني تطرقنا للاختبار اعتدالية التوزيع الطبيعي للبيانات، وفي المطلب الثالث تم تحليل عبارات الاستبيان واختبار فرضيات الدراسة.

المطلب الأول: تحليل البيانات الشخصية.

في هذا المطلب تم عرض وتحليل الخصائص السيكومترية للدراسة الميدانية باستخدام الإحصاءات الوصفية (Descriptive Statistics).

أولاً: توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس:

الجدول رقم (09): توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة المئوية%
ذكر	16	70.24%
أنثى	21	56.75%
المجموع	37	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

نلاحظ من الجدول رقم (09) أن عينة الدراسة تضمنت كلا الجنسين بنسب متقاربة حيث. بلغت نسبة مشاركة الذكور 70.24%، في حين كانت نسبة مشاركة الإناث أقل من مشاركة الذكور بنسبة 56.75%، وهذا يشير إلى تفتح المجتمع الجزائري ودخول المرأة عالم الشغل.

ثانيا: توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير السن.

الجدول رقم (10): توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

العمر	التكرار	النسبة المئوية%
أقل من 30 سنة	09	24.37%
من 31 إلى 40 سنة	22	59.43%
أكبر من 40 سنة	06	16.20%
المجموع	37	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

قسم متغير السن إلى 4 فئات حيث. نلاحظ من الجدول رقم (10)، هيمنت الفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة، بنسبة مشاركة 59.43%، وتلتها الفئة العمرية أقل من 30 سنة بنسبة مشاركة 24.37%، ثم الفئة العمرية أكبر من 40 سنة بنسبة مشاركة 16.20%، وهذا يشير إلى أن البنك يعتمد في سياسته التوظيفية على الكفاءات الشبانية.

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

ثالثا: توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير المستوى التعليمي.

الجدول رقم (11): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.

النسبة المئوية %	التكرار	المستوى التعليمي
16.22%	06	متوسط
13.52%	05	ثاوي
48.64%	18	ليسانس
21.62%	08	دراسا عليا
100%	37	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من الجدول رقم (11) أن أكبر نسبة كانت للفئة ذات المستوى التعليمي ليسانس بنسبة مشاركة 48.64 %، ثم تليها الفئة ذات المستوى دراسات عليا بنسبة مشاركة 21.62 %، وبعدها الفئة ذات المستوى متوسط بنسبة مشاركة 16.22 %، وفي الترتيب الأخير يعود للفئة ثانوي بنسبة مشاركة 13.52 %، ومن إحصائيات الجدول رقم (09) يتضح أن أفراد عينة الدراسة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) بولاية المسيلة، أغلبهم لهم مستوى لسانس. رابعا: توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير عدد سنوات الخبرة.

الجدول رقم (12): توزيع أفراد العينة وفقا لعدد سنوات الخبرة.

% النسبة المئوية	التكرار	الدخل
24.37%	09	أقل من 5 سنوات
48.61%	18	من 5 إلى 10 سنوات
27.02%	10	أكثر من 10 سنوات
100%	37	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

قسم متغير سنوات خبرة العمل المصرفي إلى 04 فئات، ونلاحظ من الجدول رقم (12) أن الترتيب الأول يعود للفئة من 5 إلى 10 سنوات بنسبة مشاركة 48.61%، %، وبعدها الفئة الأكثر من 10 سنوات، بنسبة مشاركة 27.02%، وفي الترتيب الأخير يعود للفئة الأقل من 5 سنوات بنسبة مشاركة 24.37%، كما يتضح أغلبية الموظفين بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) بولاية المسيلة، يملكون خبرة متوسطة.

المطلب الثاني: اختبار التوزيع الطبيعي.

نقوم باختبار التوزيع الطبيعي للبيانات من أجل تحديد ومعرفة نوعية الاختبارات التي نعتمدها في دراستنا، كما يتم عرض النتائج وتحليلها إحصائياً، واستخدم اختبار Shapiro-Wilk، لأن حجم العينة أقل من 50 مفردة، بينما يستخدم اختبار Kolmogorov-Smirnov إذا كان حجم العينة أكبر من 50 مفردة¹، وبالاعتماد على مقارنة قيمة مستوى الدلالة المحسوبة وقيمة مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة 0.05، فإذا كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوبة أقل منها فإن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي، ويتم الاعتماد على الاختبارات اللامعلمية، والعكس نعتمد على الاختبارات المعلمية إذا كانت مستوى الدلالة المحسوبة أكبر من المعتمدة في الدراسة، والجدول التالي يوضح نتائج اختبار Shapiro-Wilk

الجدول رقم (13): يوضح نتائج اختبار Shapiro-Wilk

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
independent	.102	36	.200	.954	36	.135
dependent	.126	36	.157	.943	36	.062
*. This is a lower bound of the true significance.						
a. Lilliefors Significance Correction						

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

¹ سناء إبراهيم أبو دقة، سمير خالد الصافي، تطبيقات علمية باستخدام الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss في البحث التربوي والنفسى، الطبعة الأولى، مكتبة الأفاق، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2013، ص: 33.

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

نلاحظ من الجدول رقم (13) أن القيمة الاحتمالية لمحور الصيرفة الالكترونية تساوي 0.135 والقيمة الاحتمالية للمحور الثاني جودة الخدمات المصرفية في البنك تساوي 0.062، كلا القيمتين أكبر من مستوى المعنوية المعتمد في الدراسة 0.05، وبالتالي بيانات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي، مما يسمح باستخدام الاختبارات المعلمية لتحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة.

المطلب الثالث: تحليل عبارات الاستبيان واختبار الفرضيات.

يتم تناول العناصر التالية:

أولاً: تحليل اتجاهات عينة الدراسة نحو عبارات الاستبيان.

بالاعتماد على أدوات إحصائية تم معالجة بيانات اتجاهات أفراد العينة، من أهمها التكرارات، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، الوزن النسبي، كما تم اعتماد لمقياس رنسيسليكارت (RensisLikert) الخماسي، للتعرف استجابات أفراد العينة وآرائهم تجاه محاور وأبعاد الدراسة ودرجة موافقتهم على مختلف عبارات الاستبيان.

1- تحليل اتجاهات عينة الدراسة نحو عبارات محور الصيرفة الالكترونية.

الجدول رقم (14): العبارات المتعلقة بمحور الصيرفة الالكترونية.

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	الاتجاه
01	بنك الفلاحة يمتلك معدات حديثة ومتطورة.	3.89	1.008	80.77	2	عال
02	يتوفر لدى البنك عدد كافي من الصرافات الآلية.	3.72	1.137	40.74	3	عال
03	الصارفات الآلية توفر خدماتها خلال جميع أيام الأسبوع 24/24.	3.67	1.195	40.73	5	عال
04	يعتمد البنك في خدماته على الأنترنت بشكل كبير.	3.69	1.091	80.73	4	عال

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

05	لدى البنك موقع رسمي يوفر جميع المعلومات الخاصة بالخدمات التي يوفرها.	3.42	1.228	68.40	9	عال
06	لبنك لديه صفحة على الانترنت.	3.50	1.183	70.00	8	عال
07	البنك يستخدم البريد الالكتروني للتواصل مع عملائه.	3.61	1.178	72.20	7	عال
08	يوفر البنك المعلومات اللازمة عن خدماته عبر شبكات التواصل الاجتماعي.	3.64	1.125	72.80	6	عال
09	يتم التواصل مع البنك عبر الهاتف الذي (نظام الأندرويد).	4.08	0.906	81.60	1	عال
	محور الصيرفة الالكترونية.	3.69	0.761	80.73	/	عال

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول رقم (14) وحسب ترتيب العبارات الخاصة بمحور الصيرفة الالكترونية، فقد جاءت العبارة رقم (09) في المرتبة الأولى ضمن مجال الاتجاه (عال)، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أنه يتم التواصل مع البنك عبر الهاتف الذكي (نظام الأندرويد)، وبلغ متوسطها الحسابي (4.08) وبانحراف معياري (0.906) ووزن نسبي 81.60%.

جاءت العبارة رقم (01) في الترتيب الثاني ضمن مجال الاتجاه (عال) حسب المحك المعتمد في الدراسة [3.40-4.20]، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أن بنك الفلاحة يمتلك معدات حديثة ومتطورة، وبلغ متوسطها الحسابي (3.89) وبانحراف معياري (1.008) ووزن نسبي 80.77%.

وقعت العبارة رقم (02) في الترتيب الثالث ضمن مجال الاتجاه (عال) حسب المحك المعتمد في الدراسة [3.40-4.20]، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أن الصارفات

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

الآلية توفر خدماتها خلال جميع أيام الأسبوع 24/24، وبلغ متوسطها الحسابي (3.72) وبانحراف معياري (1.137) ووزن نسبي 74.40%، كما جاءت العبارة رقم (04) في الترتيب الرابع ضمن مجال الاتجاه (عال) حسب المحك المعتمد في الدراسة [3.40 - 4.20]، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أنه البنك يعتمد في خدماته على الانترنت بشكل كبير، وبلغ متوسطها الحسابي (3.69) وبانحراف معياري (1.091) ووزن نسبي 80.73%.

كما جاءت العبارة رقم (03) في الترتيب الخامس لترتيب عبارات محور الصيرفة الالكترونية ضمن مجال الاتجاه (عال) حسب المحك المعتمد في الدراسة [3.40 - 4.20]، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أن للبنك موقع رسمي يوفر جميع المعلومات الخاصة بالخدمات التي يوفرها، وبلغ متوسطها الحسابي (3.42) وبانحراف معياري (1.228) ووزن نسبي 68.40%.

أما بالنسبة للتقييم الكلي لمحور الصيرفة الالكترونية، فإن جميع العبارات الخاصة به وقعت ضمن الاتجاه (عال)، فقد أخذ درجة عالية من الموافقة والقبول، بمتوسط حسابي (3.69)، وبوزن نسبي 80.73%، وانحراف معياري بقيمة (0.761)، أقل من القيمة الحرجة 1، وهذا يشير إلى تجانس البيانات وتقاربها وتطابق وجهات النظر حول إجابات العينة على محور الصيرفة الالكترونية، ما يجعلنا نقول أن أفراد العينة محل الدراسة لهم توجه إيجابي عالي لتوفر الصيرفة الالكترونية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة.

2- تحليل عبارات محور جودة الخدمات المصرفية.

بالنسبة للتقييم الكلي لمحور توفر أدوات الصيرفة الإلكترونية، فقد بلغ متوسطه الحسابي 3.79 بانحراف معياري 0.558 ووزن نسبي 75.80%، منتما بذلك لمجال عال حسب المحك المعتمد في الدراسة، هذا يشير إلى أن أفراد عينة الدراسة لهم توجه عال نحو جودة الخدمات المصرفية بالبنك محل الدراسة.

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

1-2 العبارات المتعلقة ببعد الاعتمادية.

الجدول رقم (15): العبارات المتعلقة ببعد الاعتمادية.

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	الاتجاه
10	يساهم الانتشار الجغرافي للصرافات الآلية على زيادة عملاء البنك.	3.94	0.984	80.78	2	عال
11	يقوم البنك بإصدار نشرات إلكترونية تظم كافة المعلومات المتعلقة بنشاطه.	3.94	1.013	80.78	3	عال
12	تسمح البطاقات البنكية المعتمدة من طرف البنك بتوفير خدمات متنوعة للعملاء.	3.89	0.950	80.77	4	عال
13	يقدم الموقع الإلكتروني للبنك خدمات مصرفية تتلائم وحاجيات العملاء.	4.23	0.980	84.60	1	عال جدا
14	تساعد الصرافات الآلية العملاء على عدم التقيد بمواعيد العمل الرسمية.	3.22	1.989	40.64	5	متوسط
	بعد الاعتمادية	4.04	0.701	80.80	/	عال

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول رقم (15) وحسب ترتيب العبارات الخاصة ببعد الاعتمادية، فقد جاءت العبارة رقم (13) في المرتبة الأولى ضمن مجال الاتجاه (عال جدا)، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية جدا على أن الموقع الإلكتروني للبنك يقدم خدمات مصرفية تتلاءم وحاجيات العملاء، وبلغ متوسطها الحسابي (4.23) وبانحراف معياري (0.980) ووزن نسبي 84.60%. جاءت العبارة رقم (10) في الترتيب الثاني ضمن مجال الاتجاه (عال)، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أن يساهم الانتشار الجغرافي للصرافات الآلية على زيادة عملاء البنك، وبلغ متوسطها الحسابي (3.94) وبانحراف معياري (0.984) ووزن نسبي 78.80%، ووقعت العبارتين (11) ورقم (12)، في الترتيب الثالث والرابع على التوالي ضمن مجال الاتجاه (عال).

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

جاءت العبارة رقم (14) في الترتيب الخامس والأخير ضمن مجال الاتجاه (متوسط)، أي موافقة أفراد العينة بدرجة متوسطة على أن الصرافات الآلية العملاء تساعد على عدم التقيد بمواعيد العمل الرسمية، وبلغ متوسطها الحسابي (3.22) وانحراف معياري (1.989) ووزن نسبي 64.40%.

أما بالنسبة للتقييم الكلي لبعد الاعتمادية، فقد أخذ درجة عالية من الموافقة والقبول، بمتوسط حسابي (4.04)، ووزن نسبي 80.80%، وانحراف معياري بقيمة (0.701) أقل من القيمة الحرجة 1، وهذا يشير إلى تجانس البيانات وتقاربها وتطابق وجهات النظر حول إجابات العينة على بعد الاعتمادية، ما يجعلنا نقول أن أفراد العينة محل الدراسة لهم توجه إيجابي عالي لبعد الاعتمادية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة المسيلة-، ومساهمته بشكل فعال في ترقية جودة خدمات الصيرفة الإلكترونية.

2-2 تحليل العبارات المتعلقة ببعد الاستجابة.

الجدول رقم (16): العبارات المتعلقة ببعد الاستجابة.

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	الاتجاه
15	تساعد الصرافات الآلية في تقليل من زمن الحصول على الخدمة المصرفية	4.33	1.014	86.60	2	عال جدا
16	يعمل البنك على اصلاح أعطاب الصرافات الآلية بسرعة	4.39	1.022	87.80	1	عال جدا
17	يعمل البنك على حل مشاكل المعاملات الالكترونية بطريقة أوتوماتيكية	3.81	0.951	76.20	4	عال
18	يعطي البنك الردود السريعة على طلبات العملاء عن طريق البريد الإلكتروني.	3.94	0.984	78.80	3	عال
	بعد الاستجابة	4.11	0.613	82.20	/	عال

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

من الجدول رقم (16) وحسب ترتيب العبارات الخاصة ببعد الاستجابة، فقد جاءت العبارة رقم (16) في المرتبة الأولى ضمن مجال الاتجاه (عال جدا)، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أن البنك يعمل على اصلاح أعطاب الصرافات الآلية بسرعة، وبلغ متوسطها الحسابي (4.39) وبانحراف معياري (1.022) ووزن نسبي 87.80%.

جاءت العبارة رقم (15) في الترتيب الثاني ضمن مجال الاتجاه (عال جدا)، أي موافقة أفراد عينة الدراسة بدرجة عالية على أن الصرافات الآلية تساعد في تقليل من زمن الحصول على الخدمة المصرفية، وبلغ متوسطها الحسابي (4.39) وبانحراف معياري (1.014) ووزن نسبي 86.60%.

جاءت العبارة رقم (18) في الترتيب الثالث ضمن مجال الاتجاه (عال)، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أن البنك يعطي الردود السريعة على طلبات العملاء عن طريق البريد الإلكتروني، وبلغ متوسطها الحسابي (3.94) وبانحراف معياري (0.984) ووزن نسبي 78.80%.

جاءت العبارة رقم (17) في الترتيب الرابع والأخير ضمن مجال الاتجاه (عال)، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أن يعمل البنك على حل مشاكل المعاملات الالكترونية بطريقة أوتوماتيكية، وبلغ متوسطها الحسابي (3.81) وبانحراف معياري (1.951) ووزن نسبي 76.20%.

بالنسبة للتقييم الكلي لبعد الاستجابة، فقد أخذ درجة عالية من الموافقة والقبول، بمتوسط حسابي (4.11)، ووزن نسبي 82.20%، وانحراف معياري بقيمة (0.613) أقل من القيمة الحرجة 1، وهذا يشير إلى تجانس البيانات وتقاربها وتطابق وجهات النظر حول إجابات العينة على بعد الاستجابة، ما يجعلنا نقول أن أفراد العينة محل الدراسة لهم توجه إيجابي عالي لبعد الاستجابة ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة المسيلة-، ومساهمته بشكل فعال في ترقية جودة خدمات الصيرفة الإلكترونية.

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

3-2 تحليل اتجاهات أفراد العينة نحو عبارات بعد الملموسية.

الجدول رقم (17): العبارات المتعلقة ببعد الملموسية.

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	الاتجاه
19	يمكن الدخول إلى الموقع الإلكتروني للبنك مباشرة.	4.00	986.0	80.00	1	عال
20	من السهل الوصول إلى ما يحتاجه العميل على موقع البنك.	943.	013.1	78.80	3	عال
21	محتوى الموقع الإلكتروني للبنك منظم من السهل تصفحه.	3.89	979.0	77.80	4	عال
22	تساعد الصرافات الآلية في الحصول على الخدمة مباشرة.	3.97	1.000	79.40	2	عال
	بعد الملموسية	3.95	0.776	79.00	/	عال

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول رقم (17) وحسب ترتيب العبارات الخاصة ببعد الملموسية، فقد جاءت العبارة رقم (19) في المرتبة الأولى ضمن مجال الاتجاه (عال)، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أنه يمكن الدخول إلى الموقع الإلكتروني للبنك مباشرة، وبلغ متوسطها الحسابي (4.00) وبانحراف معياري (0.968) ووزن نسبي 80.00%.

جاءت العبارة رقم (22) في الترتيب الثاني ضمن مجال الاتجاه (عال)، أي موافقة أفراد عينة الدراسة بدرجة عالية على أن الصرافات الآلية تساعد في الحصول على الخدمة مباشرة، وبلغ متوسطها الحسابي (3.97) وبانحراف معياري (1.000) ووزن نسبي 79.40%.

جاءت العبارة رقم (20) في الترتيب الثالث ضمن مجال الاتجاه (عال)، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أنه من السهل الوصول إلى ما يحتاجه العميل على موقع البنك، وبلغ متوسطها الحسابي (3.94) وبانحراف معياري (1.013) ووزن نسبي 78.80%، وجاءت العبارة رقم (21) في الترتيب الرابع والأخير ضمن مجال الاتجاه (عال)، أي موافقة أفراد العينة

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

بدرجة عالية على أن محتوى الموقع الالكتروني للبنك منظم من السهل تصفحه، وبلغ متوسطها الحسابي (3.89) وانحراف معياري (0.979) ووزن نسبي 77.80%.

بالنسبة للتقييم الكلي لبعد الملموسية، فقد أخذ درجة عالية من الموافقة والقبول، بمتوسط حسابي (3.95)، ووزن نسبي 79.00%، وانحراف معياري بقيمة (0.776) أقل من القيمة الحرجة 1، وهذا يشير إلى تجانس البيانات وتقاربها وتطابق وجهات النظر حول إجابات العينة على بعد الملموسية، ما يجعلنا نقول أن أفراد العينة محل الدراسة لهم توجه إيجابي عالي لبعد الملموسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة المسيلة-، ومساهمته بشكل فعال في ترقية جودة خدمات الصيرفة الإلكترونية.

4-2 تحليل العبارات المتعلقة ببعد الثقة/الامان

5-2 جدول رقم (18): العبارات المتعلقة ببعد الثقة/الامان.

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	الاتجاه
23	هناك شعور بالأمان في اتمام المعاملات البنكية عبر الصارفات الآلية.	3.89	0.950	77.80	1	عال
24	للموقع الالكتروني للبنك سمعة جيدة.	2.75	1.273	55.00	6	متوسط
25	المعلومات التي يقدمها البنك عن الخدمات على الموقع الالكتروني واضحة وصادقة.	3.25	1.317	65.00	3	متوسط
26	يوجد أمن عند تقديم المعلومات الشخصية عبر البريد أو موقع البنك.	3.19	1.117	63.80	5	متوسط
27	يستخدم البنك المعلومات الشخصية للعملاء بسرية.	3.22	1.072	64.40	4	متوسط
28	هناك ثقة في الخدمات البنكية الالكترونية التي يقدمها البنك.	3.39	1.076	67.80	2	متوسط
بعد الثقة/الأمان		3.28	0.688	65.60	/	متوسط

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

من الجدول رقم (18) وحسب ترتيب العبارات الخاصة ببعد الثقة والأمان، فقد جاءت العبارة رقم (23) في المرتبة الأولى ضمن مجال الاتجاه (عال)، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أن هناك شعور بالأمان في اتمام المعاملات البنكية عبر الصارفات الآلية، وبلغ متوسطها الحسابي (3.89) وبانحراف معياري (0.950) ووزن نسبي 77.80%.

جاءت العبارة رقم (28) في الترتيب الثاني ضمن مجال الاتجاه (متوسط)، أي موافقة أفراد العينة بدرجة متوسطة على أن هناك ثقة في الخدمات البنكية الإلكترونية التي يقدمها البنك، وبلغ متوسطها الحسابي (3.39) وبانحراف معياري (0.076) ووزن نسبي 67.80%، ووقعت باقي العبارات (25)، (27)، (26)، (24)، على الترتيب على ضمن مجال الاتجاه (متوسط).

أما بالنسبة للتقييم الكلي الثقة والأمان، فقد أخذ درجة متوسطة من الموافقة والقبول، بمتوسط حسابي (3.28)، وبوزن نسبي 65.60%، وانحراف معياري بقيمة (0.688) أقل من القيمة الحرجة 1، وهذا يشير إلى تجانس البيانات وتقاربها وتطابق وجهات النظر حول إجابات العينة على بعد الثقة والأمان، ما يجعلنا نقول أن أفراد العينة محل الدراسة لهم توجه إيجابي متوسط لبعد الثقة والأمان ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة المسيلة-، ومساهمته بشكل متوسط في ترقية جودة خدمات الصيرفة الإلكترونية.

ثانيا: اختبار فرضيات الدراسة (Test of Hypothèses).

بعد تقديم الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية، ووصف العينة إحصائيا، واختبار توزيع البيانات، وتحليل آراء واتجاهات عينة الدراسة نحو عبارات الاستبيان، تأتي مرحلة مهمة والمتمثلة في التحقق من مدى صدق الفرضيات المصاغة من عدمها.

1- اختبار الفرضية الرئيسية: تنص الفرضية الرئيسية للدراسة على ما يلي:

يؤدي تبني الصيرفة الإلكترونية في العمل المصرفي إلى تحسين جودة الخدمات المصرفية.

لاختبار صحة الفرضية الرئيسية.

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (19): يوضح نتائج اختبار أنوفا (معنوية النموذج).

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.407	1	6.407	48.377	.000 ^b
	Residual	4.503	34	.132		
	Total	10.909	35			
a. Dependent Variable: جودة الخدمات المصرفية						
b. Predictors: (Constant), الصيرفة الإلكترونية						

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

نتائج اختبار معنوية النموذج باستخدام اختبار التوزيع (F) حيث. بلغت قيمة $F=48.377$ وهي قيمة كبيرة تدل على أن نموذج الانحدار الخطي يفسر جزء كبير من البيانات وأن الاختلافات العشوائية قليلة، وبلغت قيمة $P\text{-Value}=0.000$ وهي أقل من مستوى معنوية الاختبار المعتمدة في الدراسة ($\alpha \leq 0.05$). مما يؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي البسيط من الناحية الإحصائية وهو نموذج مناسب، ونستطيع التنبؤ بالمتغير التابع جودة الخدمات المصرفية في البنك محل الدراسة، من خلال تأثير المتغير المستقل الصيرفة الإلكترونية كما بلغت قيمة متوسط مجموع المربعات $MSE=0.132$ البواقي Résiduels وهي قيمة صغيرة تشير إلى صغر الخطأ العشوائي.

الجدول رقم (20): يبين نتائج اختبار الفرضية الرئيسية (معنوية معالم النموذج).

المتغير التابع جودة الخدمات المصرفية.					
معامل الارتباط = 0.766			الخطأ المعياري للتقدير = 0.575		
معامل التحديد $R^2 = 0.587$			قيمة معامل التحديد المعدل = 0.363		
المتغير المستقل	معامل الانحدار b	Std. Error	بيتا β	قيمة T	معنوية T
ثابت الانحدار a	1.722	0.304	/	5.655	0.000
الصيرفة الإلكترونية	0.562	0.081	0.766	6.955	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

من الجدول رقم (20) أعلاه يمكن استخلاص التحليل الاحصائي التالي:

قيمة معامل الارتباط الثنائي بين الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمات المصرفية في البنك على مستوى المؤسسة محل الدراسة قدرت $R = 0.766$ أي ما يعادل نسبة 76.60% ارتباط طردي قوي، وبلغت قيمة معامل التحديد $R^2 = 0.587$ وهو مقياس لجودة التوفيق حيث. يشير إلى 58.70% من التباين الحاصل في جودة الخدمات المصرفية في البنك يفسرها المتغير المستقل الصيرفة الالكترونية، وأنا لباقي 41.30% ترجع إلى عوامل أخرى، قيمة الخطأ المعياري للتقدير والبالغة 0.575 تشير إلى صغر الأخطاء العشوائية، كما نلاحظ أن قيمة معامل الانحدار $b = 0.562$ ، مما يشير إلى أن هناك أثر إيجابي بين المتغيرين فإن أي زيادة أو تحسين في المتغير المستقل الصيرفة الالكترونية بمقدار درجة واحدة تقابلها زيادة في المتغير التابع جودة الخدمات المصرفية في البنك محل الدراسة بمقدار 0.562، وللمعلمة مستوى معنوية (0.000) وهي أقل من 0.05 مما يشير إلى معنوية معلمة الميل، معلمة تقاطع الحد الثابت بلغت 1.722 تحت مستوى معنوية (0.000) وهي أقل من 0.05 مما يشير إلى معنوياتها، وبالتالي فإن ظهور معنوية معلمتي الانحدار يشير إلى أهمية ودور المتغير المستقل الصيرفة الإلكترونية في التأثير الإيجابي على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنك محل الدراسة.

معادلة الانحدار الخطي البسيط لجودة الخدمات المصرفية المتوقعة الذي نرمز لها بالرمز Y ونرمز للمتغير المستقل الصيرفة الالكترونية بالرمز X.

$$Y = 1.722 + 0.562x$$

مما سبق وبالرجوع إلى قاعدة القرار (مقارنة قيمة مستوى الدلالة المحسوبة وقيمة مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة 0.05، فإذا كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوبة أقل منها فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، والعكس إذا كانت مستوى الدلالة المحسوبة أكبر من المعتمدة في الدراسة فإننا نقبل الفرض الصفري ونرفض الفرض البديل)، وعليه فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل المطروح في الدراسة التالي:

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

يؤدي تبني الصيرفة الإلكترونية في العمل المصرفي إلى تحسين جودة الخدمات المصرفية.

2-اختبار الفرضية الفرعية الأولى: تنص الفرضية الفرعية الأولى للدراسة على ما يلي:

يؤدي تبني الصيرفة الإلكترونية في العمل المصرفي إلى تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال بعد الاعتمادية.

لاختبار صحة الفرضية الفرعية الأولى، تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط.

الجدول رقم (21): يوضح نتائج اختبار أنوفا (معنوية النموذج).

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.834	1	8.834	35.861	.000 ^b
	Residual	8.375	34	.246		
	Total	17.209	35			
a. Dependent Variable: بعد الاعتمادية						
b. Predictors: (Constant), الصيرفة الإلكترونية						

لمصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول رقم (21) الذي يوضح نتائج اختبار معنوية النموذج باستخدام اختبار التوزيع (F) حيث. بلغت قيمة $F = 35.861$ وهي قيمة كبيرة تدل على أن نموذج الانحدار الخطي البسيط يفسر جزء كبير من البيانات وأن الاختلافات العشوائية قليلة، وبلغت قيمة $P\text{-Value} = 0.000$ وهي أقل من مستوى معنوية الاختبار المعتمدة في الدراسة ($\alpha \leq 0.05$). مما يؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي البسيط من الناحية الإحصائية وهو نموذج مناسب، ونستطيع التنبؤ بالمتغير الفرعي التابع بعد الاعتمادية من خلال تأثير المتغير المستقل الصيرفة الإلكترونية، كما بلغت قيمة متوسط مجموع المربعات $MSE = 0.246$ البواقي Résiduels وهي قيمة صغيرة تشير إلى صغر الخطأ العشوائي.

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

الجدول رقم (22): يبين نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى (معنوية معالم النموذج).

المتغير الفرعي التابع بعد الاعتمادية.					
معامل الارتباط = 0.716			الخطأ المعياري للتقدير = 0.496		
معامل التحديد $R^2 = 0.513$			معامل التحديد المعدل = 0.499		
المتغير المستقل	معامل الانحدار b	Std. Error	بيتا β	قيمة T	معنوية T
ثابت الانحدار a	1.608	0.415	/	3.872	0.000
الصيرفة الالكترونية	0.660	0.110	0.716	5.988	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول رقم (22) أعلاه يمكن استخلاص التحليل الاحصائي التالي:

قيمة معامل الارتباط الثنائي بين الصيرفة الالكترونية و المتغير التابع الفرعي بعد الاعتمادية على مستوى المؤسسة محل الدراسة قدرت $R = 0.716$ أي ما يعادل نسبة 71.60% ارتباط طردي قوي، وبلغت قيمة معامل التحديد $R^2 = 0.513$ وهو مقياس لجودة التوفيق حيث. يشير إلى 51.30% من التباين الحاصل في المتغير الفرعي التابع بعد الاعتمادية يفسره المتغير المستقل الصيرفة الإلكترونية، وأنا لباقي 48.70% ترجع إلى عوامل أخرى، قيمة الخطأ المعياري للتقدير والبالغة 0.496 تشير إلى صغر الأخطاء العشوائية، كما نلاحظ أن قيمة معامل الانحدار $b = 0.660$ ، مما يشير إلى أن هناك أثر إيجابي بين المتغيرين فإن أي زيادة أو تحسين في المتغير المستقل الصيرفة الالكترونية بمقدار درجة واحدة تقابلها زيادة في المتغير التابع الفرعي بعد الاعتمادية بمقدار 0.660، وللمعلمة مستوى معنوية (0.000) وهي أقل من 0.05 مما يشير إلى معنوية معلمة الميل، معلمة تقاطع الحد الثابت بلغت 1.608 تحت مستوى معنوية (0.000) وهي أقل من 0.05، مما يشير إلى معنوياتها، وبالتالي فإن ظهور معنوية معلمتي الانحدار يشير إلى أهمية ودور المتغير المستقل الصيرفة الالكترونية في التأثير الايجابي على بعد الاعتمادية في ترقية وتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنك محل الدراسة.

معادلة الانحدار الخطي البسيط لبعد الاعتمادية المتوقع الذي نرمز لها بالرمز Y ونرمز

للمتغير المستقل الصيرفة الالكترونية بالرمز X.

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

$$Y=1.608+0.660x$$

مما سبق وبالرجوع إلى قاعدة القرار (مقارنة قيمة مستوى الدلالة المحسوبة وقيمة مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة 0.05، فإذا كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوبة أقل منها فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، والعكس إذا كانت مستوى الدلالة المحسوبة أكبر من المعتمدة في الدراسة فإننا نقبل الفرض الصفري ونرفض الفرض البديل)، وعليه فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل المطروح في الدراسة التالي:

يؤدي تبني الصيرفة الإلكترونية في العمل المصرفي إلى تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال بعد الاعتمادية.

3- اختبار الفرضية الفرعية الثانية: تنص الفرضية الفرعية الثانية للدراسة على ما يلي:

يؤدي تبني الصيرفة الإلكترونية في العمل المصرفي إلى تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال بعد الاستجابة.

لاختبار صحة الفرضية الفرعية الثانية، تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط.

الجدول رقم (23): يوضح نتائج اختبار أنوفا (معنوية النموذج).

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.175	1	4.175	15.755	.000 ^b
	Residual	9.010	34	.265		
	Total	13.186	35			
a. Dependent Variable: بعد الملموسية						
b. Predictors: (Constant), الصيرفة الإلكترونية						

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

نتائج اختبار معنوية النموذج باستخدام اختبار التوزيع (F) حيث. بلغت قيمة $F=15.755$ وهي قيمة كبيرة تدل على أن نموذج الانحدار الخطي يفسر جزء كبير من البيانات وأن الاختلافات العشوائية قليلة، وبلغت قيمة $P\text{-Value}=0.000$ وهي أقل من مستوى معنوية الاختبار المعتمدة في الدراسة. مما يؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي البسيط

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

من الناحية الإحصائية، ونستطيع التنبؤ بالمتغير الفرع التابع بعد الاستجابة ، من خلال تأثير المتغير المستقل الصيرفة الالكترونية، كما بلغت قيمة متوسط مجموع المربعات $MSE = 0.265$ لفروق البواقي Résiduels وهي قيمة صغيرة تشير إلى صغر الخطأ العشوائي.

الجدول رقم (24): يبين نتائج اختبار الفرضية الثانية (معنوية معالم النموذج).

المتغير الفرعي التابع بعد الاستجابة.					
معامل الارتباط = 0.563			الخطأ المعياري للتقدير = 0.514		
معامل التحديد $R^2 = 0.317$			قيمة معامل التحديد المعدل = 0.297		
المتغير المستقل	معامل الانحدار b	Std. Error	بيتا β	قيمة T	معنوية T
ثابت الانحدار a	2.443	0.431	/	8.672	0.000
الصيرفة الالكترونية	0.545	0.114	0.563	3.969	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

من الجدول رقم (23) أعلاه يمكن استخلاص التحليل الاحصائي التالي:

قيمة معامل الارتباط الثنائي بين الصيرفة الالكترونية و المتغير التابع الفرعي بعد الاستجابة على مستوى المؤسسة محل الدراسة قدرت $R = 0.563$ أي ما يعادل نسبة 56.30% ارتباط طردي متوسط، وبلغت قيمة معامل التحديد $R^2 = 0.317$ وهو مقياس لجودة التوفيق حيث. يشير إلى 31.70% من التباين الحاصل في المتغير الفرعي التابع بعد الاستجابة يفسره المتغير المستقل الصيرفة الالكترونية، وأن الباقي 68.30% ترجع إلى عوامل أخرى، قيمة الخطأ المعياري للتقدير والبالغة 0.514 تشير إلى صغر الأخطاء العشوائية، كما نلاحظ أن قيمة معامل الانحدار $b = 0.545$ ، مما يشير إلى أن هناك أثر إيجابي بين المتغيرين فإن أي زيادة أو تحسين في المتغير المستقل الصيرفة الالكترونية بمقدار درجة واحدة تقابلها زيادة في المتغير التابع الفرعي بعد الاستجابة بمقدار 0.545، وللمعلمة مستوى معنوية (0.000) وهي أقل من 0.05 مما يشير إلى معنوية معلمة الميل، معلمة تقاطع الحد الثابت بلغت 2.443 تحت مستوى معنوية (0.000) وهي أقل من 0.05 مما يشير إلى معنوياتها، وبالتالي فإن ظهور معنوية معلمتي الانحدار يشير إلى أهمية ودور المتغير المستقل الصيرفة

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

الإلكترونية في التأثير الإيجابي على بعد الاستجابة لترقية وتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنك محل الدراسة.

معادلة الانحدار الخطي البسيط لبعدها الاستجابة المتوقع الذي نرسم لها بالرمز Y ونرمز للمتغير المستقل الصيرفة الإلكترونية بالرمز X.

$$Y=2.443+0.545x$$

مما سبق وبالرجوع إلى قاعدة القرار (مقارنة قيمة مستوى الدلالة المحسوبة وقيمة مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة 0.05، فإذا كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوبة أقل منها فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، والعكس إذا كانت مستوى الدلالة المحسوبة أكبر من المعتمدة في الدراسة فإننا نقبل الفرض الصفري ونرفض الفرض البديل)، وعليه فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل المطروح في الدراسة التالي:

يؤدي تبني الصيرفة الإلكترونية في العمل المصرفي إلى تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال بعد الاستجابة.

4- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: تنص الفرضية الفرعية الثالثة للدراسة على ما يلي:

يؤدي تبني الصيرفة الإلكترونية في العمل المصرفي إلى تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال بعد الملموسية.

لاختبار صحة الفرضية الفرعية الثالثة، تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط.

الجدول رقم (25): يوضح نتائج اختبار أنوفا (معنوية النموذج).

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.273	1	13.273	57.639	.000 ^b
	Residual	7.829	34	.230		
	Total	21.102	35			
a. Dependent Variable: بعد الملموسية						
b. Predictors: (Constant), i الصيرفة الإلكترونية						

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

من الجدول رقم (25) الذي يوضح نتائج اختبار معنوية النموذج باستخدام اختبار التوزيع (F) حيث. بلغت قيمة $F = 57.639$ قيمة كبيرة تدل على أن نموذج الانحدار الخطي يفسر جزء كبير من البيانات وأن الاختلافات العشوائية قليلة، وبلغت قيمة $P\text{-Value} = 0.000$ وهي أقل من مستوى معنوية الاختبار المعتمدة في الدراسة ($\alpha \leq 0.05$). مما يؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي البسيط من الناحية الإحصائية وهو نموذج مناسب، ونستطيع التنبؤ بالمتغير الفرع التابع بعد الملموسية، من خلال تأثير المتغير المستقل الصيرفة الالكترونية، كما بلغت قيمة متوسط مجموع المربعات $MSE = 0.230$ لفروق البواقي Résiduels وهي قيمة صغيرة تشير إلى صغر الخطأ العشوائي.

الجدول رقم (26): يبين نتائج اختبار الفرضية الخامسة (معنوية معالم النموذج).

المتغير الفرعي التابع بعد الملموسية					
الخطأ المعياري للتقدير = 0.479			معامل الارتباط = 0.793		
معامل التحديد المعدل = 0.618			معامل التحديد $R^2 = 0.629$		
معنوية T	قيمة T	بيتا	Std. Error	معامل الانحدار b	المتغير المستقل
0.022	2.403	/	0.401	0.965	ثابت الانحدار a
0.000	7.592	0.793	0.107	0.809	الصيرفة الالكترونية

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول رقم (26) أعلاه يمكن استخلاص التحليل الاحصائي التالي:

قيمة معامل الارتباط الثنائي بين الصيرفة الإلكترونية و المتغير التابع الفرعي بعد الملموسية على مستوي البنك محل الدراسة قدرت $R = 0.793$ أي ما يعادل نسبة 79.30% ارتباط طردي قوي، وبلغت قيمة معامل التحديد $R^2 = 0.629$ وهو مقياس لجودة التوفيق حيث. يشير إلى 62.90% من التباين الحاصل في المتغير الفرعي التابع بعد الملموسية يفسره المتغير المستقل الصيرفة الالكترونية، وأن الباقي 37.10% ترجع إلى عوامل أخرى، قيمة الخطأ المعياري للتقدير والبالغة 0.479 تشير إلى صغر الأخطاء العشوائية، كما نلاحظ أن قيمة معامل الانحدار $b = 0.809$ ، مما يشير إلى أن هناك أثر إيجابي بين المتغيرين فإن أي

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

زيادة أو تحسين في المتغير المستقل الصيرفة الالكترونية بمقدار درجة واحدة تقابلها زيادة في المتغير التابع الفرعي بعد الملموسية بمقدار 0.809، وللمعلمة مستوى معنوية (0.000) وهي أقل من 0.05 مما يشير إلى معنوية معلمة الميل، معلمة تقاطع الحد الثابت بلغت 0.965 تحت مستوى معنوية (0.022) وهي أقل من 0.05 مما يشير إلى معنوياتها، وبالتالي فإن ظهور معنوية معلمتي الانحدار يشير إلى أهمية ودور المتغير المستقل الصيرفة الالكترونية في التأثير الايجابي على بعد الملموسية لترقية وتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنك محل الدراسة.

معادلة الانحدار الخطي البسيط لبعـد الملموسية المتوقع الذي نرمز لها بالرمز Y ونرمز للمتغير المستقل الصيرفة الالكترونية بالرمز x.

$$Y=0.965+0.809x$$

مما سبق وبالرجوع إلى قاعدة القرار (مقارنة قيمة مستوى الدلالة المحسوبة وقيمة مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة 0.05، فإذا كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوبة أقل منها فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، والعكس إذا كانت مستوى الدلالة المحسوبة أكبر من المعتمدة في الدراسة فإننا نقبل الفرض الصفري ونرفض الفرض البديل)، وعليه فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل المطروح في الدراسة التالي:

يؤدي تبني الصيرفة الإلكترونية في العمل المصرفي إلى تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال بعد الملموسية.

5- اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: تنص الفرضية الفرعية الرابعة للدراسة على ما يلي:

يؤدي تبني الصيرفة الإلكترونية في العمل المصرفي إلى تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال بعد الثقة/الأمان.

لاختبار صحة الفرضية الفرعية الرابعة، تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط.

الجدول رقم (27): يوضح نتائج اختبار أنوفا (معنوية النموذج).

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.463	1	3.463	8.960	.005 ^b
	Residual	13.139	34	.386		
	Total	16.601	35			
a. Dependent Variable : بعد الثقة/الأمان						
b. Predictors: (Constant), الصيرفة الإلكترونية						

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول رقم (27) الذي يوضح نتائج اختبار معنوية النموذج باستخدام اختبار التوزيع (F) حيث. بلغت قيمة $F = 8.960$ وهي قيمة تدل على أن نموذج الانحدار الخطي يفسر جزء كبير من البيانات وأن الاختلافات العشوائية قليلة، وبلغت قيمة $P\text{-Value} = 0.000$ وهي أقل من مستوى معنوية الاختبار المعتمدة في الدراسة ($\alpha \leq 0.05$). مما يؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي البسيط من الناحية الإحصائية وهو نموذج مناسب، ونستطيع التنبؤ بالمتغير الفرع التابع بعد الثقة والأمان، من خلال تأثير المتغير المستقل الصيرفة الإلكترونية، كما بلغت قيمة متوسط مجموع المربعات $MSE = 0.386$ لفروق البواقي Résiduels وهي قيمة صغيرة تشير إلى صغر الخطأ العشوائي.

الجدول رقم (28): يبين نتائج اختبار الفرضية الثالثة (معنوية معالم النموذج).

المتغير الفرعي التابع بعد الثقة والأمان.					
الخطأ المعياري للتقدير = 0.621			معامل الارتباط = 0.457		
معامل التحديد المعدل = 0.185			معامل التحديد $R^2 = 0.209$		
معنوية T	قيمة T	بيتا	Std. Error	معامل الانحدار b	المتغير المستقل
0.002	3.378	/	0.520	1.757	ثابت الانحدار a
0.005	2.993	0.457	0.138	0.413	الصيرفة الإلكترونية

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

الفصل الثاني :- الدراسة التطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة

من الجدول رقم (28) أعلاه يمكن استخلاص التحليل الاحصائي التالي:

قيمة معامل الارتباط الثنائي بين الصيرفة الالكترونية و المتغير التابع الفرعي بعد الثقة والأمان على مستوى البنك محل الدراسة قدرت $R = 0.457$ أي ما يعادل نسبة 45.70% ارتباط طردي ضعيف، وبلغت قيمة معامل التحديد $R^2 = 0.209$ وهو مقياس لجودة التوفيق حيث. يشير إلى 20.90% من التباين الحاصل في المتغير الفرعي التابع بعد الثقة والأمان يفسره المتغير المستقل الصيرفة الالكترونية، وأن الباقي 79.10% ترجع إلى عوامل أخرى، قيمة الخطأ المعياري للتقدير والبالغة 0.621 تشير إلى صغر الأخطاء العشوائية، كما نلاحظ أن قيمة معامل الانحدار $b = 0.413$ ، مما يشير إلى أن هناك أثر إيجابي بين المتغيرين فإن أي زيادة أو تحسين في المتغير المستقل الصيرفة الالكترونية بمقدار درجة واحدة تقابلها زيادة في المتغير التابع الفرعي بعد الثقة والأمان بمقدار 0.413، وللمعلمة مستوى معنوية (0.002) وهي أقل من 0.05 مما يشير إلى معنوية معلمة الميل، معلمة تقاطع الحد الثابت بلغت 1.757 تحت مستوى معنوية (0.005) وهي أقل من 0.05 مما يشير إلى معنوياتها، وبالتالي فإن ظهور معنوية معلمتي الانحدار يشير إلى أهمية ودور المتغير المستقل الصيرفة الالكترونية في التأثير الايجابي على بعد الثقة والأمان لترقية جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنك محل الدراسة.

معادلة الانحدار الخطي البسيط لبعد الثقة والأمان المتوقع الذي نرمز لها بالرمز Y_3 ونرمز للمتغير المستقل الصيرفة الالكترونية بالرمز x .

$$Y_3 = 1.757 + 0.413x$$

مما سبق وبالرجوع إلى قاعدة القرار (مقارنة قيمة مستوى الدلالة المحسوبة وقيمة مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة 0.05، فإذا كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوبة أقل منها فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، والعكس إذا كانت مستوى الدلالة المحسوبة أكبر من المعتمدة في الدراسة فإننا نقبل الفرض الصفري ونرفض الفرض البديل)، وعليه فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل المطروح في الدراسة التالي:

يؤدي تبني الصيرفة الإلكترونية في العمل المصرفي إلى تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال بعد الثقة/الأمان.

خلاصة الفصل الثاني:

من خلال هذا الفصل تم عرض تحليل الدراسة الميدانية، وتحليل عبارات الاستبيان الذي تم توزيعه على عينة من بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة، لأجل جمع البيانات والمعلومات الخاصة بالدراسة، والتي تمت معالجتها إحصائياً عن طريق برنامج SPSS.V26، وتم التطرق إلى منهجية وإجراءات الدراسة الميدانية ، وكذا عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية من خلال تحليل البيانات الشخصية ، واختبار التوزيع الطبيعي للبيانات ، وتحليل عبارات الاستبيان حيث. أن موافقة آراء أفراد عينة الدراسة كانت بدرجة عالية على محاور الدراسة (محور الصيرفة الالكترونية ومحور جودة الخدمات المصرفية)، كما تم بالإضافة إلى ذلك اختبار صحة الفرضيات المطروحة في الدراسة ، وكانت نتائجه حسب اختبار الانحدار الخطي البسيط إيجابية برفض الفرض الصفري وقبول الفرض البديل.

خاتمة

خاتمة:

من خلال هذه الدراسة والتي تعرفنا فيها على دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية توصلنا إلى ما يلي:

أولاً: نتائج الدراسة.

تتمثل في:

- 1- لا يوجد مفهوم موحد للصيرفة الإلكترونية بل تعددت التعاريف وفقاً للتوجهات الفكرية والزوايا التي ينظر منها كل باحث،
- 2- نجاح فكرة الصيرفة الإلكترونية في البنوك مرتبط بتوفر البيئة الملائمة لذلك.
- 3- تستوجب فلسفة تحقيق الصيرفة الإلكترونية، ضرورة تدريب الموظفين وتطوير مهاراتهم الإبداعية والفكرية.
- 4- اتفقت هذه الدراسة مع الدراسات السابقة أن لتطبيق الصيرفة الإلكترونية آثار إيجابية متعددة.
- 5- من خلال عينة الدراسة التي كانت نسبة الإناث فيها أكثر من نسبة الذكور ببنك الفلاحة والتنمية الريفية (*BADR*) وكالة المسيلة، يمنح فرص التوظيف لكلا الجنسين (الذكور والإناث)، كما يشير ذلك إلى تفتح المجتمع الجزائري ودخول المرأة عالم الشغل.
- 6- أغلبية الموظفين ببنك الفلاحة والتنمية الريفية (*BADR*)، سنهم يتراوح بين 31 إلى 40 سنة، وهذا يشير على اعتماد البنك سياسة توظيف الفئات الشبانية، واستغلال طاقاتهم الإبداعية والابتكارية.
- 7- أغلبية الموظفين بالبنك محل الدراسة مستواهم التعليمي ليسانس، مما يشير إلى اتباع البنك سياسة توظيف الكفاءات العلمية ذات مستوى جيد.
- 8- أغلبية الموظفين بالبنك محل الدراسة يملكون خبرة متوسطة، من 5 إلى 10 سنوات.

9- توصلت الدراسة بأن الصيرفة الإلكترونية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة متوفرة، وهذا بناء على إجابات مفردات عينة الدراسة حيث. كانت إجابات أفراد العينة الدراسة على محور الصيرفة الإلكترونية بدرجة موافقة عالية، وبمتوسط قدر ب 3.69.

1- كما توصلت الدراسة بأن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة المسيلة بوجود جودة في الخدمات البنكية بأبعادها من خلال تبني الصيرفة الإلكترونية، وهذا بناء على إجابات مفردات عينة الدراسة حيث. كانت إجابات أفراد العينة على محور جودة في الخدمات البنكية بدرجة موافقة عالية وبمتوسط قدر ب 4.79، وللتفصيل أكثر بوجود أبعاد جودة الخدمات البنكية، فإن بعد الاعتمادية كان ضمن الاتجاه (عال) بمتوسط حسابي قدره 4.04، كما كان بعدي الاستجابة وبعد الملموسية ضمن الاتجاه (عال)، في حين كان بعد الثقة والأمان ضمن الجال (متوسط)، بمتوسط حسابي (3.28).

2- ثانيا: اختبار الفرضيات.

- الفرضية الرئيسية: من خلال اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة " يؤدي تبني الصيرفة الإلكترونية في العمل المصرفي إلى تحسين جودة الخدمات البنكية" وجدنا حسب نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط، تحقق الدلالات الإحصائية للفرضية عند مستوى المعنوية المعتمدة في الدراسة $\alpha \leq 0.05$ ، وتم قبول الفرضية البديلة المطروحة في الدراسة وإثبات صحتها.

- الفرضية الفرعية الأولى: من خلال اختبار الفرضية الفرعية الأولى للدراسة " يؤدي تبني الصيرفة الإلكترونية في العمل المصرفي إلى تحسين جودة الخدمات البنكية من خلال بعد الاعتمادية" وجدنا حسب نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط، تحقق الدلالات الإحصائية للفرضية عند مستوى المعنوية المعتمدة في الدراسة $\alpha \leq 0.05$ ، وتم قبول الفرضية البديلة المطروحة في الدراسة وإثبات صحتها.

- الفرضية الفرعية الثانية: من خلال اختبار الفرضية الفرعية الثانية للدراسة " يؤدي تبني الصيرفة الإلكترونية في العمل المصرفي إلى تحسين جودة الخدمات البنكية من خلال بعد

الاستجابة" وجدنا حسب نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط، تحقق الدلالات الإحصائية للفرضية عند مستوى المعنوية المعتمدة في الدراسة $\alpha \leq 0.05$ ، وتم قبول الفرضية البديلة المطروحة في الدراسة وإثبات صحتها.

- **الفرضية الفرعية الثالثة:** من خلال اختبار الفرضية الفرعية الثالثة للدراسة " يؤدي تبني الصيرفة الإلكترونية في العمل المصرفي إلى تحسين جودة الخدمات البنكية من خلال بعد الملموسية" وجدنا حسب نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط، تحقق الدلالات الإحصائية للفرضية عند مستوى المعنوية المعتمدة في الدراسة $\alpha \leq 0.05$ ، وتم قبول الفرضية البديلة المطروحة في الدراسة وإثبات صحتها.

- **الفرضية الفرعية الرابعة:** من خلال اختبار الفرضية الفرعية الرابعة للدراسة " يؤدي تبني الصيرفة الإلكترونية في العمل المصرفي إلى تحسين جودة الخدمات البنكية من خلال بعد الثقة/الامان" وجدنا حسب نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط، تحقق الدلالات الإحصائية للفرضية عند مستوى المعنوية المعتمدة في الدراسة $\alpha \leq 0.05$ ، وتم قبول الفرضية البديلة المطروحة في الدراسة وإثبات صحتها.

ثالثاً: الاقتراحات

هناك العديد من الاقتراحات تتمثل في:

- 1- ضرورة تشجيع الموظفين على تطوير الصيرفة الإلكترونية بالبنك، كإنشاء نظام للحوافز والمكافآت خاص بالإبداع والابتكار في مجال الصيرفة الإلكترونية.
- 2- تقديم عروض خاصة من أجل نشر ثقافة الصيرفة الإلكترونية لدى العملاء.
- 3- ربط البنوك بالدراسات الجامعية ومصالح البحث والتطوير بالجامعة.
- 4- ضرورة إدراج قسم خاص بالإبداع والابتكار في مجال الصيرفة الإلكترونية.
- 5- إدراج دورات تدريبية للموظفين على يد متخصصين في الصيرفة الإلكترونية سواء في الداخل أو في الخارج.

رابعاً: آفاق الدراسة

يمكن مستقبلاً إثراء هذا الموضوع بدراسات مستقبلية نظراً لتجده وتأثره بالتطورات الحاصلة في السنوات المقبلة:

- 1- الصيرفة الإلكترونية كمتغير وسيط بين جودة الخدمات ورضا العملاء.
- 2- الصيرفة الإلكترونية كمدخل حديث في تطوير وتعزيز الأداء المتميز للبنوك الجزائرية.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع:

أولاً: الكتب

1. إياد عبد الله خنفر، خالد توفيق عساف وآخرون، التسويق المصرفي، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
2. تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، ط1، دار حامد للنشر، عمان، الأردن، 2005.
3. ثريا عبد الرحيم الخزرجي، شيرين بدري البارودي، اقتصاد المعرفة الأسس النظرية والتطبيق في المصارف التجارية، ط1، دار الورق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
4. خبابة عبد الله، الاقتصاد المصرفي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2008.
5. رحيم حسين، الاقتصاد المصرفي، مفاهيم تحاليل تقلبات، ط1، دار الدين للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
6. رعد حسن الصرن، عولمة جودة الخدمات المصرفية، دار التواصل العربي، دمشق، سوريا، 2007.
7. سناء إبراهيم أبو دقة، سمير خالد الصافي، تطبيقات علمية باستخدام الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss في البحث التربوي والنفسي، الطبعة الأولى، مكتبة الأفاق، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2013.
8. صليحة رقاد، تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة لخضر، باتنة، 2007-2008.
9. عامر إبراهيم قرداجي، علاء عبد القادر الجناحي، نظم المعلومات الادارية، دار الميسرة للنشر، عمان، الاردن، 2007.
10. محمد الصيرفي، إدارة المصارف، ط1، دار الوفاء للطباعة والنشر، الاسكندرية، مصر، 2006.

11. محمد حسن الطائي، التجارة الإلكترونية، المستقبل الواعد للأجيال القادمة، ط1، الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن.
12. محمد عبد الخالف، الادارة المالية والمصرفية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
13. محمد عبد الفتاح الصيرفي، الادارة الرائدة، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2003.
14. محمد محمود مصطفى، التسويق الاستراتيجي للخدمات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
15. محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي، ط1، دار المناهج، عمان، الأردن، 2015.
16. مدحت صدق، أدوات وتقنيات مصرفية، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2001.
17. مصطفى يوسف كافي، التسويق المصرفي، ط1، ألفا للوثائق، قسنطينة، الجزائر، 2017.
18. مؤيد الساعدي، قياس اللاملموسيات في السلوك التنظيمي وإدارة الموارد البشرية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2016.
19. ناجي ذيب معلا، الأصول العلمية للتسويق المصرفي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
20. ناجي معلا، خدمة العملاء مدخل اتصالي سلوكي متكامل، ط1، دار زمزم للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.

21. ناجي معلي، الاصول العلمية للتسويق المصرفي، ط3، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2003.
22. ناظم نوري وعبد الفتاح زهير العبد اللات، الصيرفة الإلكترونية والتطبيقات ومعوقات التوسع، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2008.
23. هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر، الأردن، 2004.
24. وسيم محمد الحدار، شفيري نوري موسى، وآخرون، الخدمات المصرفية الالكترونية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان ، الأردن، 2012.

ثانيا: أطروحات والمذكرات

1. إلهام نايلي، أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2015-2016.
2. سميحة خلو، قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات، شهادة ماستر أكاديمي، الطور الثاني، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2015-2016.
3. سميرة برباح، دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز القدرات التنافسية للبنوك التجارية، دراسة مقارنة بين بنك الفلاحة والتنمية الريفية وبنك القرض الشعبي الجزائري، مذكرة نيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص بنوك، جامعة الشهيد لخضر الوادي، 2014، 2015.
4. صالح بوعبد الله، نماذج وطرق قياس الخدمة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف، 2013-2014.
5. صالح بوعبد الله، نماذج وطرق قياس جودة الخدمة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف، 2013-2014.
6. عميروش مصطفى، متطلبات الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، مذكرة مكمل لنيل شهادة الماستر في إدارة أعمال مالية، كلية العلوم الاق وعلوم التسيير، جامعة 8ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2009، 2010.
7. فضيلة بشروف، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في التسويق، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009، 2010.
8. لمي فيصل أسير، مدخل مقترح لرفع الكفاءة والفعالية المصرفية من منظور إدارة الجودة الشاملة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، جامعة تشرين، سوريا، 2009.

9. ميهوب سماح، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية، حالة نشاط البنك عن بعد، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2013-2014.

10. هدى جبلي، قياس جودة الخدمة المصرفية، مقدمة لنيل شهادة الماجستير في التسويق، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2006-2007.

11. وفاء حلوز، تدعيم جودة الخدمة البنكية وتقييمها من خلال رضا العميل، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في البنوك، جامعة أبو بلقايد، تلمسان، 2013-2014.

ثالثا: الملتقيات والمؤتمرات:

1. أحمد طرطار، سارة حليمي، جودة الخدمات المصرفية كآلية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك، مداخلة مقدمة إلى ملتقى الدولي "إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات"، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2010.

2. أعمال المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت الجديد في أعمال المصارف من الوجهين القانونية أو الاقتصادية، بيروت، لبنان، 2006.

3. رحيم حسين، هوارى معراج، الصيرفة الإلكترونية والتحول الاقتصادي، يموي 14-15 ديسمبر 2004، جامعة الشلف.

4. رشدي عبد اللطيف وادي، دراسة حول أهمية ومزايا البنوك الإلكترونية في قطاع غزة فلسطين ومعوقات انتشارها.

5. شيرين بدري البارودي، دور اقتصاد المعرفة في تطور الخدمات الإلكترونية، دراسة تحليلية عن البنوك الإلكترونية، بحث مقدم إلى مؤتمر العلمي الخامس - اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة، العراق، 25-27 أبريل 2005.

6. مفتاح صالح، معارفي فريدة، البنوك الإلكترونية، استثمار مشاركة المؤتمر العلمي الخامس، جامعة فيلا ديلفيا، كلية العلوم الادارية، الولايات المتحدة الأمريكية، 2010.

7. محمد الجعفري، هديل الطاهر، دور الوعي بالذات في فعالية سلوك القائد الإداري دراسة حالة جامع الخرطوم، المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، جامعة النيلين، الخرطوم، المجلد 4، العدد 13، السودان، 2020.

رابعاً: وثائق ومواقع

1. مقال البنوك الإلكترونية منافس شرس للمصارف التقليدية، جريدة أعمال ومناقصات، [www. Business tenders may](http://www.Business-tenders-may.com)، أطلع عليه يوم 14-04-2021، على الساعة 09:10.

قائمة الملاحق

الملحق رقم (01): الاستبيان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

استمارة استبيان

بصدد تحضير لنيل شهادة الماستر تخصص:

أخي العزيز أختي العزيزة السلام عليكم وبعد، نحن نقوم بدراسة تحت عنوان "الصيرفة الالكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمات البنكية" دراسة حالة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة مسيلة، الاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي بجامعة محمد بوضياف -المسيلة- وفي هذا الإطار نقوم بدراسة إحصائية

يسرني أن أطلب منكم الرجاء للإجابة على قائمة الإستبيان التي أضعها بين أيديكم، بهدف التعرف على رأيكم حول دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمات البنكية من خلال إبداء رأيكم بكل دقة موضوعية.

أحيطكم علما ان كل المعلومات التي تقدم سوف تعامل بشكل سري وآمن، ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

وشكرا على

ملاحظة: ضع علامة (X) أمام الاختيار الذي توافق عليه

الجزء الأول: البيانات الشخصية:

- 1- الجنس: - ذكر ☐ - أنثى ☐
- 2- العمر: أقل من 30 ☐ من 31 إلى 40 ☐ أكبر من 41 ☐
- 3- المستوى التعليمي: متوسط ☐ ثانوي ☐ ليساندر ☐ دراسات عليا ☐

===== قائمة الملاحق: =====

4- عدد سنوات الخبرة: أقل من 5 سنوات من 5 إلى 10 سنوات

أكثر من 10 سنوات

الجزء الثاني : الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمات البنكية

العبارات					البدائل
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
المحور الأول: الصيرفة الالكترونية					
1- بنك الفلاحة يمتلك معدات حديثة ومتطورة					
2- يتوفر لدى البنك عدد كافي من الصرافات الآلية					
3- الصرافات الآلية توفر خدماتها خلال جميع أيام الأسبوع 24/24					
4- يعتمد البنك في خدماته على الأنترنت بشكل كبير					
5- لدى البنك موقع رسمي يوفر جميع المعلومات الخاصة بالخدمات التي يوفرها					
6- البنك لديه صفحة على الانترنت					
7- البنك يستخدم البريد الالكتروني للتواصل مع عملائه					
8- يوفر البنك المعلومات اللازمة عن خدماته عبر شبكات التواصل الاجتماعي					
9- يتم التواصل مع البنك عبر الهاتف الذي (نظام الأندرويد)					

					المحور الثاني: جودة الخدمات البنكية في البنك
					الإعتمادية
					10- يساهم الانتشار الجغرافي للصرف الآلي على زيادة عملاء البنك
					11- يقوم البنك بإصدار نشرات إلكترونية تنظم كافة المعلومات المتعلقة بنشاطه
					12- تسمح البطاقات البنكية المعتمدة من طرف البنك بتوفير خدمات متنوعة للعملاء
					13- يقدم الموقع الإلكتروني للبنك خدمات مصرفية تتلائم وحاجيات العملاء
					14- تساعد الصرافات الآلية العملاء على عدم التقيد بمواعيد العمل الرسمية
					الاستجابة
					15- تساعد الصرافات الآلية في تقليل من زمن الحصول على الخدمة البنكية
					16- يعمل البنك على اصلاح أعطاب الصرافات الآلية بسرعة
					17- يعمل البنك على حل مشاكل المعاملات الإلكترونية بطريقة أوتوماتيكية
					18- يعطي البنك الردود السريعة على طلبات العملاء عن طريق البريد الإلكتروني
					الملموسية
					19- يمكن الدخول إلى الموقع الإلكتروني للبنك مباشرة
					20- من السهل الوصول إلى ما يحتاجه العميل على موقع

					البنك
					21- محتوى الموقع الالكتروني للبنك منظم من السهل تصفحه
					22- تساعد الصرافات الآلية في الحصول على الخدمة مباشرة
					الثقة / الأمان
					23- هناك شعور بالأمان في اتمام المعاملات البنكية عبر الصارفات الآلية
					24- للموقع الالكتروني للبنك سمعة جيدة
					25- المعلومات التي يقدمها البنك عن الخدمات على الموقع الالكتروني واضحة وصادقة
					26- يوجد أمن عند تقديم المعلومات الشخصية عبر البريد أو موقع البنك
					27- يستخدم البنك المعلومات الشخصية للعملاء بسرية
					28- هناك ثقة في الخدمات البنكية الالكترونية التي يقدمها البنك

الملحق رقم (02): قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان.

الرقم	الأستاذ	الجامعة
01	بدروني عيسى	جامعة محمد بوضياف المسيلة
02	حجاب موسى	جامعة محمد بوضياف المسيلة
03	بوعايدة حسان	جامعة محمد بوضياف المسيلة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

Université Mohamed Boudiaf a M'sila

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Faculté des Sciences Économiques, Commerciales et
des Sciences de Gestion



جامعة محمد بoudiaf - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

Département:

قسم:

تصريح شرفي

بالالتزام بمعايير الأمانة والنزاهة العلمية في إعداد مذكرة الماستر

أنا الممضي اسقله:

الطالب (ة): هنصري شرفي المولود(ة) بتاريخ: 24-08-1998 بـ: بومردم
الحامل لبطاقة التعريف الوطنية (أور.س.) رقم: 189/10049 الصادرة بتاريخ: 26/06/2019 عن: الشيخ الدهاض
المسجل بالسنة الثانية ماستر شعبة: علوم اقتصادية تخصص: اقتصاد زراعي وتبكي خلال السنة الجامعية: 2020-2021
والمعد لمذكرة الماستر التي تحمل عنوان: المسوق في المشتري ودوره في تحسين جودة
المنتجات البنكية في استجابة حالة بنك الفلاح، التسيير، الريفي بولاية المسيلة.

أصرح بشرفي أنني إلزمت بمراعاة معايير الأمانة والنزاهة العلمية المطلوبة في إنجاز مذكرة الماستر المذكور أعلاه.

حرر بتاريخ: 24/06/2021

التوقيع والبصمة

Université Mohamed Boudiaf a M'sila

Faculté des Sciences Économiques, Commerciales et
des Sciences de Gestion

Département:

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم:

تصريح شرفي

بالالتزام بمعايير الأمانة والنزاهة العلمية في إعداد مذكرة الماستر

أنا الممضي اسقله:

الطالب (ة) يوسف حسيبي المولود(ة) بتاريخ: 26/01/1997 ب. الجزائر
الحامل لبطاقة التعريف الوطنية (أور.س.) رقم: 334489 الصادرة بتاريخ: 2018/04/05 عن: بلدية الوادي لولاية الوادي
المسجل بالسنة الثانية ماستر شعبة: علوم إقتصادية تخصص: اقتصاد نظري وتطبيقي خلال السنة الجامعية: 2018-2019
والمعد لمذكرة الماستر التي تحمل عنوان: المؤثرات الاقتصادية لسياسة نقدية نقدية
التي حاثت المذكرة، بواسطة صاحب تلك المذكرة والذاتية الرديفية
..... يوسف حسيبي

أصبح بشرفي أنني التزمت بمراعاة معايير الأمانة والنزاهة العلمية المطلوبة في إنجاز مذكرة الماستر المذكور أعلاه.

حرر بتاريخ:/...../.....

التوقيع والبصمة

.....



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: **العلوم الاقتصادية والتجارية**



المسيلة في: 24.06.2021

رقم: 2021/.....

إلى السيد: **م. د. ب. ت. و. ر. س.** رئيس اللجنة
الرئيسية...
المسيلة...

الموضوع: طلب مساعدة الطلبة على إجراء التريض الميداني.

سيدي المحترم، تحية طيبة و بعد...
في إطار افتتاح الجامعة على محيطها الاقتصادي والإداري، ومن أجل مساعدة الطلبة في إعداد مذكرات التخرج، التي تدخل ضمن متطلبات
نيل شهادة ماستر في شعبة: **العلوم الاقتصادية والتجارية** تخصص: **التجارة الدولية** نطلب من سيادتكم مساعدة الطلبة المذكورين في الجدول أدناه، على إجراء تريضهم الميداني بمؤسساتكم.
فإنه يشرفنا أن نطلب من سيادتكم مساعدة الطلبة المذكورين في الجدول أدناه، على إجراء تريضهم الميداني بمؤسساتكم.
تقبلوا منا فائق التقدير والاحترام.

الطلبة:

الرقم	الاسم واللقب	رقم بطاقة الطالب	رقم ب. ت. و. ر. س.	الإمضاء
01	بوسفي حسنة	35163267	200331489	
02	منصورى لشرية	35090273	10049182	
عنوان المذكرة: المصير في الاقتصاد الوطني ودورها في تحسين جودة الحياة البنكية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة مسيلة				
المشرف (الاسم و اللقب و الإمضاء)	هيئة التريض (الإمضاء والختم)	رئيس القسم (الإمضاء والختم)		
د. فريد مصطفى 				

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى معرفة دور وأهمية تبني الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة المسيلة (BADR) .

تم إجراء دراسة الميدانية على عينة من موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة المسيلة، وبالاتماد على الاستبانة التي كان عددها 37 استبانة وزعت على عينة الدراسة كأداة في جمع المعلومات والإجابة على إشكالية وفرضيات هذه الدراسة.

أظهرت نتائج الدراسة وجود اتجاه إيجابي لإجابات أفراد عينة الدراسة أن لتبني الصيرفة الإلكترونية دور في تحسين جودة الخدمات المصرفية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة المسيلة (BADR) . وتحققت الدلات الإحصائية لاختبار الفرضيات.

الكلمات المفتاحية: الصيرفة الإلكترونية، جودة الخدمات المصرفية، بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة المسيلة.

Study summary

The study aimed to know the role and importance of adopting electronic banking in improving the quality of banking services at the Bank of Agriculture and Rural Development and the Agency for Messiah (BADR).

A field study was conducted on a sample of employees of the Bank of Agriculture and Rural Development, M'sila Agency, and based on a questionnaire, which was 37 and distributed to the study sample as a tool in collecting information and answering the problematic and hypotheses of this study.

The results of the study showed a positive trend for the answers of the study sample members that the adoption of electronic banking played a role in improving the quality of banking services at the Bank of Agriculture and Rural Development and the Agency for Messila (BADR).

Keywords: electronic banking, quality of banking services, Bank of Agriculture and Rural Development, Msila Agence