

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

ميدان: العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير

فرع: العلوم التجارية



كلية: العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير

قسم: العلوم التجارية

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي
تحت عنوان:

أثر وسائل الدفع الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية

دراسة حالة عينة من زبائن بنك القرض الشعبي الجزائري (CPA) لولاية المسيلة

تحت إشراف الدكتورة:

- مخوخ رزيقة

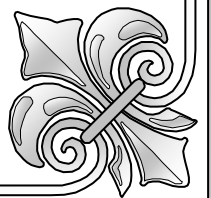
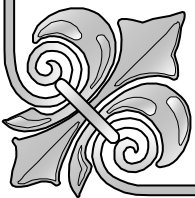
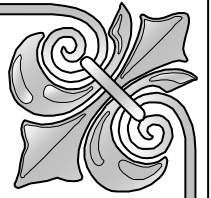
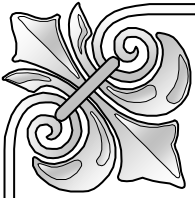
من إعداد الطالبة:

- حمادي زينب

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
			رئيسا
			مشرفا ومقررا
			مناقشا

السنة الجامعية: 2019-2020



إهداء

إلى الوالدين الكريمين
حفظهما الله وأطال في عمرهما.
إلى زوجي العزيز
إلى إبني وقرّة عيني : "أسامة" حفظه الله ورعاه
إلى كل إخوتي و أخواتي

أهدي هذا العمل.



شكر و عرفان

أحمد الله سبحانه وتعالى أولاً وأخيراً حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه، الذي وفقني في إتمام هذا العمل، و عرفانا بالجميل أتقدم بخالص الشكر والامتنان إلى كل من ساهم في إتمام هذا العمل من قريب أو بعيد، وأخص بالذكر:

- الدكتورة "مخوخ رزيقة" لتفضلها بالإشراف على هذه المذكرة، وتوجيهي لأفضل السبل والوسائل لتهيئتها على الوجه الأكمل، حيث كان لي شرف سماع توجيهاتها ونصائحها والاستفادة من خبراتها، فلها مني فائق التقدير لما قدمته من يد العون والمساعدة.
- كما أتقدم بتشكراتي الخالصة إلى كل أعضاء لجنة المناقشة على قبولهم وتفضلهم بمناقشة هذه الدراسة.
- إلى كل أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد ولو بكلمة طيبة.



الصفحة	فهرس المحتويات
I	إهداء
II	شكر وعرفان
III	فهرس المحتويات
V	فهرس الجداول
VI	فهرس الأشكال
VI	فهرس الملاحق
VII	ملخص الدراسة
مقدمة	
أ	إشكالية الدراسة
ب	فرضيات الدراسة
ب	أهمية الدراسة
ب	أهداف الدراسة
ج	منهج الدراسة
ج	حدود الدراسة
ج	الدراسات السابقة
هـ	دوافع اختيار الموضوع
هـ	صعوبات الدراسة
و	تقسيمات الدراسة
الفصل الأول: الاطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وجودة الخدمة المصرفية	
02	تمهيد
03	المبحث الأول: التحول إلى وسائل الدفع الالكترونية
03	المطلب الأول: ماهية وسائل الدفع الالكترونية
08	المطلب الثاني: أنواع وسائل الدفع الالكترونية
15	المطلب الثالث: مزايا وعيوب وسائل الدفع الالكترونية
16	المبحث الثاني: مدخل للخدمة المصرفية
16	المطلب الأول: ماهية الخدمة المصرفية
20	المطلب الثاني: التحول إلى الخدمات المصرفية الالكترونية
22	المطلب الثالث: أنواع الخدمات المصرفية
27	المبحث الثالث: جودة الخدمة المصرفية

27	المطلب الأول: ماهية جودة الخدمة المصرفية
31	المطلب الثاني: أبعاد جودة الخدمة المصرفية
32	المطلب الثالث: نماذج قياس جودة الخدمة المصرفية
35	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة المسيلة	
37	تمهيد
38	المبحث الأول: بطاقة تعريفية حول بنك القرض الشعبي الجزائري
38	المطلب الأول: تقديم بنك القرض الشعبي الجزائري
39	المطلب الثاني: تقديم بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة
39	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لبنك القرض الشعبي الجزائري وكالة المسيلة
43	المبحث الثاني: تصميم الدراسة الميدانية
43	المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة
43	المطلب الثاني: أداة جمع البيانات
45	المطلب الثالث: خصائص مفردات عينة الدراسة
47	المطلب الرابع: ثبات وصدق الاستبيان
54	المبحث الثالث: تحليل نتائج وفرضيات الدراسة الميدانية
54	المطلب الأول: تحليل نتائج المحور الأول (وسائل الدفع الالكتروني)
55	المطلب الثاني: تحليل نتائج المحور الثاني (جودة الخدمة المصرفية)
59	المطلب الثالث: عرض ومناقشة الفرضيات
67	خلاصة الفصل
68	خاتمة
71	المراجع
77	الملاحق

فهرس الجداول		
الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
24	الموزع الآلي للأوراق	01
24	الشباك الآلي للأوراق	02
25	نهائي نقطة البيع الالكترونية	03
43	توزيع عينة الدراسة	04
44	مقياس ليكارت الخماسي	05
44	الأهمية النسبية للمتوسط الحسابي	06
46	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	07
46	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر	08
47	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	09
48	ثبات محور وسائل الدفع الالكتروني عن طريق ألفا كرونباخ	10
48	ثبات محور جودة الخدمة المصرفية عن طريق ألفا كرونباخ	11
49	التحقق من شرط اعتدالية التوزيع بالنسبة للمتغيرات محل الدراسة	12
50	مصفوفة ارتباطات عبارات محور وسائل الدفع الالكتروني مع درجته الكلية	13
51	مصفوفة ارتباطات عبارات محور وسائل الدفع الالكتروني مع درجته الكلية	14
51	مصفوفة ارتباطات عبارات بعد الملموسية مع درجته الكلية	15
52	مصفوفة ارتباطات عبارات بعد الاستجابة مع درجته الكلية	16
52	مصفوفة ارتباطات عبارات بعد الاعتمادية مع درجته الكلية	17
53	مصفوفة ارتباطات عبارات بعد الاهتمام والتعاطف مع درجته الكلية	18
53	مصفوفة ارتباطات الدرجات الكلية للأبعاد مع الدرجة الكلية للمحور	19
54	نتائج تحليل عبارات المحور الأول	20
55	نتائج تحليل عبارات البعد الأول	21
56	نتائج تحليل عبارات البعد الثاني	22
57	نتائج تحليل عبارات البعد الثالث	23
58	نتائج تحليل عبارات البعد الرابع	24
85	نتائج تحليل عبارات البعد الخامس	25
60	التفاعل بين وسائل الدفع الالكتروني وجودة الخدمة المصرفية	26
61	التفاعل بين وسائل الدفع الالكتروني وبعد الملموسية	27

62	التفاعل بين وسائل الدفع الالكتروني وبعد الاستجابة	28
63	التفاعل بين وسائل الدفع الالكتروني وبعد الاعتمادية	29
64	التفاعل بين وسائل الدفع الالكتروني وبعد الاهتمام والتعاطف	30
65	التفاعل بين وسائل الدفع الالكتروني وبعد الثقة والأمان	31

فهرس الأشكال		
الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
08	أنواع وسائل الدفع الالكترونية	01
10	أنواع البطاقات الائتمانية حسب جهة الإصدار	02
28	مفهوم جودة الخدمة	03

فهرس الملحق		
الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
78	تحكيم الأساتذة	01
79	استمارة الاستبيان	02
83	ثبات وصدق أدوات الدراسة	03
86	نتائج الدراسة	04

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر وسائل الدفع الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية، من وجهة نظر زبائن بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة، من خلال استخدام استبيان وجه لعينة مكونة من 36 عميل في الوكالة المبحوثة.

وقد تم التوصل إلى عدد من النتائج أهمها وجود تأثير لوسائل الدفع الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية، وهذا حسب مختلف أبعاد الجودة، وفي ضوء هذه النتائج صيغت مجموعة من التوصيات أهمها ضرورة تعزيز وسائل الدفع الالكتروني، من خلال الاهتمام بتطويرها وتطبيقها بشكل فعال يتماشى مع التطورات التكنولوجية.

الكلمات المفتاحية: أبعاد جودة الخدمة المصرفية، وسائل الدفع الالكتروني، الخدمة المصرفية الالكترونية، بنك القرض الشعبي الجزائري.

Abstract

This study aims to find out the impact of electronic payment methods on the quality of banking service, from the perspective of clients of the Algerian Popular Loan Bank Msila Agency, Through the use of a questionnaire addressed to the sample of 36 client in the research agency.

A number of results have been reached the most important of which is the impact of electronic payment methods on the quality of banking services, according to different dimensions of quality, In the light of these results a number of recommendations were formulated the most important of which is the need to enhance electronic payment methods, through attention to their development and effective application in line with technological developments.

Key words:

Dimension of the quality of banking service, electronic payment methods, electronic banking service, Algerian Peoples Loan Bank.

مقدمة

مقدمة:

يشهد العالم الآن العديد من المتغيرات الحديثة على الصعيد الدولي، ومن أهم هذه المتغيرات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي تعتبر من أهم سمات العصر الحديث، والتي تؤثر بها الناس وبادروا للتعامل على أساسها، نظرا لمزاياها من ناحية السرعة والتكلفة حيث أثرت على مختلف الجوانب الاقتصادية والقانونية والاجتماعية والثقافية، والمصاريف واحدة من القطاعات التي امتد إليها هذا التطور حيث تبنت استراتيجية مآلها وجوب تطوير بنيتها وأساليب نشاطها وابتكار وسائل دفع حديثة لم تكن معروفة من قبل، سعيا لزيادة أرباحها وتقليل تكاليفها وأخطارها من جهة أخرى.

لقد اعتمدت المصارف على وسائل دفع تقليدية نظرا لاستعمالها الواسع، لكن مع التطور الاقتصادي الراهن والوتيرة السريعة التي تعتمد عليها المبادلات التجارية، كشفت عدة عيوب ونقائص لهذه الوسائل، وبالتالي أصبح التوجه نحو الأنظمة المصرفية الحديثة لأداء خدمات مصرفية تساهم في التطورات التكنولوجية، ولتقديم خدمات تتوافق مع رغبات الأفراد في الوقت والمكان المناسب لهم.

بالإضافة إلى هذا فإن تزايد الاهتمام بجودة الخدمة المصرفية سواء بالنسبة للمصرف أو الزبائن، تعتبر هي الأداة الفعالة لتحسين ومعرفة مستوى الخدمات المقدمة، من خلال العديد من القنوات الالكترونية والتي سهلت بدورها على الزبائن إنجاز معاملاتهم، ومن هنا يعتبر الزبائن هم مركز اهتمام المصارف، والذي تستوفى منهم المواصفات التي بدورها تحولها المصارف إلى معايير ومقاييس لخدمات حديثة ومتطورة.

إشكالية الدراسة:

على ضوء ما سبق يمكن طرح الإشكالية الرئيسية التالية:

ما أثر وسائل الدفع الالكترونية على جودة الخدمة المصرفية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة

المسيلة؟

الأسئلة الفرعية:

وتندرج تحت هذه الإشكالية الرئيسية الأسئلة الفرعية التالية :

- 1- ما أثر وسائل الدفع الالكترونية على بعد الملموسية؟
- 2- ما أثر وسائل الدفع الالكترونية على بعد الإعتمادية؟
- 3- ما أثر وسائل الدفع الالكترونية على بعد الإستجابة؟
- 4- ما أثر وسائل الدفع الالكترونية على بعد الاهتمام والتعاطف؟



5- ما أثر وسائل الدفع الالكترونية على بعد السرية والأمان؟

الفرضية الرئيسية:

من خلال ما تم طرحه من تساؤل رئيسي وتساؤلات فرعية حول الدراسة تم وضع الفرضية الرئيسية التالية:
يوجد أثر لوسائل الدفع الالكترونية على جودة الخدمة المصرفية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة
المسيلة.

الفرضيات الفرعية:

وتتدرج تحت هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

- أ- يوجد أثر لوسائل الدفع الالكترونية على بعد الملموسية؛
- ب- يوجد أثر لوسائل الدفع الالكترونية على بعد الاعتمادية؛
- ج- يوجد أثر لوسائل الدفع الالكترونية على بعد الاستجابة؛
- د- يوجد أثر لوسائل الدفع الالكترونية على بعد الاهتمام والتعاطف؛
- هـ- يوجد أثر لوسائل الدفع الالكترونية على بعد السرية والأمان.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في النقاط التالية:

- 1- محاولة إبراز أهمية تنوع أساليب وتقنيات تقديم الخدمة المصرفية وفق ما أفرزه الاقتصاد المعاصر؛
- 2- التعرف على مختلف وسائل الدفع الالكترونية المعتمدة؛
- 3- الإحاطة بمفهوم الجودة في قطاع الخدمات المصرفية وأبعادها ومدى تأثير تبني أنظمة ووسائل الدفع الالكترونية عن كل بعد؛
- 4- التعرف على أثر مستوى جودة الخدمة المصرفية على رضا الزبون وولائه.

أهداف الدراسة:

الغرض من هذه الدراسة يتجسد في الأهداف التالية :

- أ- بلورة أهم الأبعاد التي يقوم عليها نموذج الجودة؛
- ب- معرفة رأي الزبائن في جودة الخدمات المصرفية المقدمة بالمصرف محل الدراسة؛
- ج- التعرف على وسائل الدفع الالكترونية الموجودة بالمصرف وآليات عملها؛
- د- التعرف على أثر وسائل الدفع الالكترونية على جودة الخدمة المصرفية.

منهج الدراسة:

لغرض معالجة موضوع الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم استخدامه في الجانب النظري حسب ما تقتضيه مرحلة المعالجة وذلك بغرض التعمق في فهم وتبيان العناصر المكونة للموضوع، وإخضاعه للدراسة الدقيقة وتحليل جل أبعاده بشكل كاف من التوضيح والتفسير، للوصول إلى استنتاجات تمكننا من الإجابة على الإشكالية المطروحة متضمنة الأسئلة الفرعية للإلمام بالموضوع محل الدراسة، أما الجزء التطبيقي فيتم استخدام الطرق الاحصائية، حيث تم تجميع البيانات عن طريق استبيان، ومن ثم معالجتها باستخدام الأساليب الاحصائية المناسبة من خلال برنامج SPSS.

حدود الدراسة:

تقتضي منهجية البحث العلمي ويهدف الاقتراب أكثر من الموضوعية العلمية ضرورة التحكم في إطار التحليل الخاص بالدراسة، من خلال وضع الحدود الزمانية والمكانية والبحثية، ولتحقيق هذا قمنا بإنجاز هذه الدراسة ضمن الحدود التالية:

- 1- أجريت الدراسة الميدانية في الفترة الممتدة بين شهري جوان وأوت عام 2020؛
- 2- تمت الدراسة الحالية على عينة من زبائن بنك القرض الشعبي الجزائري بالمسيلة.

الدراسات السابقة:

من أجل الإلمام بمختلف جوانب الموضوع وسعياً منا لإثراء الحقل المعرفي، قمنا بالاطلاع على مجموعة من الدراسات لتفادي التكرار وتحقيق التكامل معها، حيث تم التطرق للدراسات السابقة التي قد تكون لها علاقة بموضوع الدراسة، ونذكر بعضها:

دراسة بوزرورة ليندة:

أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية في المصارف التجارية الجزائرية، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة 2، الجزائر، (2016-2017).
هدفت الدراسة إلى تبين مدى تأثير التسويق الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية، موضحة بذلك طبيعة العلاقة بين المتغيرين، وخلصت الدراسة إلى وجود تأثير للتسويق الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية، وأن اعتماد الصيرفة الإلكترونية يزيد من عصرة البنوك التجارية الجزائرية، غير أن البنوك الجزائرية مازالت تعاني التأخر في هذا المجال.

دراسة زاوش زهير:

دور نظام الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية (دراسة حالة الجزائر)، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، (2010-2011).

هدفت الدراسة إلى محاولة تقييم وسائل الدفع الحديثة لإمكانية مقارنتها بوسائل الدفع التقليدية، كما هدفت إلى محاولة رصد التجربة الجزائرية في مجال وسائل الدفع ومعرفة الحدود التي وصلت إليها، وتوصلت الدراسة إلى أن ظهور وسائل الدفع الالكترونية سمح بخلق مؤسسات رائدة في هذا المجال ووسع الآفاق أمام التجارة الالكترونية، وأن تأثر الجزائر فيما يتعلق بتحديث وسائل الدفع يعود إلى جملة من المعوقات والتي تشكل مكبح أمام النجاح في المشاريع جارية التنفيذ.

دراسة راحوا بلال:

الخدمات المصرفية الالكترونية وأثرها في تحسين جودة الخدمات المصرفية (دراسة تطبيقية لأراء عينة من الزبائن والإداريين العاملين بالمصارف التجارية في مدينة البليدة)، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الدكتور يحيى فارس، المدية، الجزائر، (2014-2015). هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير الخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية بأبعادها المختلفة، كما هدفت أيضا إلى الوقوف على مدى تطبيق المصارف محل الدراسة للخدمات المصرفية الالكترونية، وتوصلت الدراسة إلى أن المصارف محل الدراسة تطبق بعض الخدمات المصرفية الالكترونية، ولكن بدرجة متفاوتة من مصرف لآخر ولم تصل لحد الآن للمستوى المطلوب في هذا المجال، كما أن تطبيق هذه الخدمات المصرفية الالكترونية له تأثير جد إيجابي في تحسين جودة الخدمات المصرفية من منظور الزبائن والإداريين في المصارف.

دراسة خليلي أحمد، لخذاري المعتر بالله:

واقع وسائل الدفع الالكترونية المصرفية في البنوك الجزائرية (حالة القرض الشعبي الجزائري)، العدد 36(2)، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، 2017.

هدفت الدراسة إلى تبيين أهمية وواقع وسائل الدفع الالكترونية المصرفية الحديثة في البنوك الجزائرية، مع تسليط الضوء على حالة بنك القرض الشعبي الجزائري، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك تأخرا كبيرا في حجم تعاملات البنك بهذه الوسائل، والسبب راجع إلى مكونات بيئة عمل البنك، وأهم هذه المكونات عدم إقبال الزبائن

على هذه الوسائل بالنظر إلى تكاليف استخدامها، والإجراءات الإدارية المعقدة لاستصدار البطاقات الالكترونية، علاوة على ضعف ترويج وتعريف البنوك بهذا النوع من التعاملات. وما يميز دراسة الطالبة عن هذه الدراسات هو أنها جاءت مكتملة كونها تطرقت لأثر وسائل الدفع الالكترونية على جودة الخدمة المصرفية، ومحاولة معرفة أهمية استخدام وسائل الدفع الالكترونية في المصارف الجزائرية.

دوافع اختيار موضوع الدراسة:

من أهم الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع ما يلي:

- 1- حداثة الموضوع في الدراسات الاقتصادية؛
- 2- التعرف على آخر التوجهات الحديثة في مجال الصناعة المصرفية؛
- 3- غياب الثقافة المصرفية الالكترونية وقلة التعامل بها في الجزائر؛
- 4- الميول والرغبة للبحث في الموضوع؛
- 5- لأنه موضوع يتعلق بالتخصص المدروس؛
- 6- قلة الدراسات التي تناولت الموضوع مما كان محفزا .

صعوبات الدراسة:

لا يخلو إنجاز أي دراسة من مواجهة لصعوبات أو مصادفة للعقبات، ولا يختلف الأمر بالنسبة لهذه الدراسة، ولعل أهم وأبرزها صعوبة الحصول على المعلومات المتعلقة بالدراسة الميدانية، وقلة الأبحاث والدراسات التي تناولت موضوع الدراسة، أيضا عدم توفر الكتب بسبب غلق المكتبات والجامعات وصعوبة الالتقاء بالأستاذ المشرف وذلك راجع إلى الحجر الذي فرضه وباء كورونا.

تقسيمات الدراسة:

لمعالجة موضوع دراستنا قمنا بتقسيمه إلى مقدمة وخاتمة، بالإضافة إلى جانبين أحدهما نظري ممثل في فصل واحد، والآخر تطبيقي ممثل في فصل واحد، وذلك في ضوء فرضيات وأهداف الدراسة.



تم التطرق في الفصل الأول إلى الاطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وجودة الخدمة المصرفية، حيث سنتناول في المبحث الأول مدخل إلى وسائل الدفع الالكترونية، أما المبحث الثاني سنتناول فيه مدخل للخدمة المصرفية، بينما في المبحث الثالث سنتناول جودة الخدمة المصرفية .

أما الفصل الثاني فسنتناول فيه الدراسة الميدانية بينك القرض الشعبي الجزائري بالمسيلة، والذي سنتناول فيه التعريف بميدان الدراسة، وإجراءات الدراسة الميدانية واختبار الفروض، ليتم في ختام الدراسة الخروج بجملته من أهم وأبرز النتائج، وتقديم المقترحات.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية
وجودة الخدمة المصرفية



تمهيد:

فرض دخول الأنترنت على النشاط التجاري، إلى بروز ظاهرة الصيرفة الالكترونية لمسايرة التطور المتسارع للاقتصاد العالمي في المجال المصرفي، وأدى ذلك إلى ظهور ما يسمى بالمصارف الالكترونية كنتيجة لاستخدام وسائل الدفع الالكترونية، وعليه فقد ازدادت أهمية جودة الخدمة المقدمة كأساس لتحقيق التميز في مواجهة المنافسين، خاصة في المصارف والمؤسسات المالية وأصبحت الخدمة المميزة أساس التفاضل بين مصرف وآخر حين تشابهت عروض المصارف في كافة الخدمات المصرفية المقدمة، وبالتالي أصبح مستوى جودة أداء الخدمات أحد الأسلحة التنافسية القوية في تأمين الاستمرار والنمو لمؤسسات الخدمات عموماً والمصارف خصوصاً.

وسنتناول في هذا الفصل ثلاث مباحث وهي كالتالي:

المبحث الأول: مدخل إلى وسائل الدفع الالكترونية؛

المبحث الثاني: مدخل للخدمة المصرفية؛

المبحث الثالث: جودة الخدمة المصرفية.



المبحث الأول: مدخل إلى وسائل الدفع الالكترونية

كانت التجارة الالكترونية حديثة النشأة من أهم الأسباب التي أدت إلى استخدام وسائل الدفع الالكترونية، مما نتج عنه تحول النقود من شكلها المادي الملموس، لتصبح تيار غير مرئي من الالكترونيات المحفوظة في البطاقات الذكية أو على القرص الصلب للكمبيوتر أو على الفضاء المعلوماتي لشبكة الأنترنت .

المطلب الأول: ماهية وسائل الدفع الالكترونية

لقد ظهرت وسائل الدفع الالكترونية كحل للمشاكل والعراقيل التي أفرزتها وسائل الدفع التقليدية، وبالفعل تمكنت الوسائل الالكترونية من الانتشار بسرعة وقد ساعد في ذلك المجهودات الكبيرة المبذولة من البنوك، لجلب أكبر عدد من الزبائن وجعلهم يختبرون فعالية ومزايا هذه الوسائل حديثة النشأة.

أولاً- تعريف وسائل الدفع الالكترونية:

تمثل وسائل الدفع الالكترونية أهم مكونات نظام الدفع الالكتروني الذي تنفذ فيه المعاملات بواسطة وسائل دفع الكترونية، ومصطلح الكتروني يعني تقنية تستخدم فيها وسائل كهربائية أو مغناطيسية أو ضوئية أو الكترومغناطيسية في تبادل المعلومات و تخزينها، وتتضمن عملية الدفع الالكتروني أربعة أطراف: المتعامل (الدافع أو المشتري)، المصرف الذي أصدر وسيلة الدفع، المصرف الذي يتحصل على المبلغ لحساب المستفيد من الدفع (البائع)، وشبكة البطاقات.¹

كما تعرف وسائل الدفع الالكترونية بأنها مجموعة الأدوات والتحويلات الالكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع وتمثل في البطاقات المصرفية، الشيكات الالكترونية والبطاقات الذكية.² وتعرف أيضا على أنها تلك الوسائل التي تسير العمليات بها الكترونيا، فلا وجود للحالات ولا وجود للقطع النقدية ويعرف البنك المركزي الأوروبي وسائل الدفع الالكترونية بأنها كل عملية دفع صدرت وعولجت بطريقة الكترونية.¹

¹ محمود الكيلاني، الموسوعة التجارية (عمليات بين البنوك)، المجلد الرابع، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص44.

² أحمد خليلي، المعتز بالله الأخذاري، واقع وسائل الدفع الالكترونية المصرفية في البنوك الجزائرية (حالة القرض الشعبي الجزائري)، العدد 36(2)، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، 2017، ص03.



ومن خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف وسائل الدفع الالكترونية على أنها مجموعة الأدوات والتقنيات والتحويلات الالكترونية التي تستعملها المصارف والمؤسسات كوسيلة للدفع مما يسهل عملية التبادل بطريقة آمنة وسريعة وبأقل التكاليف الممكنة.

ثانياً- خصائص وسائل الدفع الالكترونية

يمكن تلخيص خصائص وسائل الدفع الالكترونية فيما يلي:²

- 1- يتسم الدفع الالكتروني بالطبيعة الدولية: أي أنه وسيلة مقبولة في جميع الدول حيث يتم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء الكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم؛
- 2- يتم الدفع من خلال استخدام النقود الالكترونية: وهي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو الذاكرة الرئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل؛
- 3- يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الالكترونية عن بعد: حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعين في المكان ويتم الدفع عبر شبكة الأنترنت، ويتم تبادل المعلومات الالكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية، حيث يتم إعطاء أمر الدفع وفقاً لمعطيات الكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد؛
- 4- يلزم تواجد نظام مصرفي معد لإتمام ذلك: أي توافر أجهزة تتولى إدارة هذه العمليات التي تتم عن بعد لتسهيل تعامل الأطراف وتوفير الثقة فيما بينهم ؛
- 5- يتم الدفع الالكتروني من خلال نوعين من الشبكات:
النوع الأول: شبكة خاصة يقتصر الاتصال بها على أطراف التعاقد ويفترض ذلك وجود معاملات وعلاقات تجارية ومالية مسبقة بينهم؛
النوع الثاني: شبكة عامة حيث يتم التعامل بين العديد من الأفراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة.

¹ فؤاد الشيخ سالم، علي فلاح الزعبي، التسويق المصرفي، الطبعة الأولى، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2020، ص375

² سعيد بركة، واقع عمليات الصيرفة الالكترونية وآفاق تطورها في الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2011، ص ص152-153.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وجودة الخدمة المصرفية



ثالثا- أهداف نظام الدفع الالكتروني: إن أهداف نظام الدفع الالكتروني كلها ترمي إلى القضاء على سلبيات نظام

الدفع الكلاسيكي الذي عانت منه المنظومة البنكية الجزائرية وتتمثل في:¹

1- وضع نظام المقاصة عن بعد لدفعات كتلية للوكالات البنكية مهما كان موقعها ودرجة نشاطها بحيث كل البنوك تشارك في نظام المقاصة؛

2- تخفيض مدة التحصيل للقيم المالية (شيك، أمر بالتحويل، ورقة تجارية...) في مدة زمنية لا تتعدى ثلاثة أيام على الأكثر، علما أن هذه المدة كانت تتعدى شهرا كاملا في السابق؛

3- تأمين المبادلات بين شبكة البنوك، بمعنى وضع اطار أمني تام لكل المبادلات البنكية التي أصبحت تتم عبر شبكة اتصال الكترونية وحيدة، يشرف عليها الجهاز البنكي وهذا عكس نظام الدفع الكلاسيكي الذي كان يتعامل بطرق مادية مثل الطرود البريدية أو ساعي البريد وهذه الطرق غير مؤمنة للتبادلات البنكية؛

4- تبسيط الإجراءات مع تخفيض الأخطار والأخطاء بمعنى إلغاء بعض الإجراءات في تنفيذ جميع العمليات الحسابية لتحصيل وسائل الدفع؛

5- تحسين سير خزينة البنك وكذلك خزينة المؤسسات بما فيها حسابات الأفراد، وهذا عن طريق دفع أموال في حساباتهم (بقيم وسائل الدفع المطروحة للتحصيل) في مدة زمنية قصيرة.

رابعا- أهمية وسائل الدفع الالكترونية: تتمثل أهميتها في جملة من النقاط أهمها:²

- اختصار المسافات الجغرافية؛

- التعريف بالبنوك والترويج لخدماتها؛

- تقديم خدمات بنكية أخرى بجودة عالية على مدار الوقت؛

- تخفيض النفقات التي كانت تتحملها البنوك جراء الخدمة المقدمة؛

- تعزيز رأس المال الفكري؛

- تطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛

¹ بحيج عبد القادر، الشامل لتقنيات أعمال البنوك (دراسة تحليلية لتقنيات النظام المصرفي في الجزائر)، الطبعة الثانية، منشورات دار الخلدونية،

القبة القديمة، الجزائر، 2017، ص ص 247-248.

² أحمد خليلي، المعتز بالله لخداري، مرجع سبق ذكره، ص 03.

- مواكبة مستجدات العمل البنكي العالمي؛

- الاستفادة من مزايا التجارة الالكترونية.

خامسا- أطراف التعامل بأنظمة الدفع الالكتروني: بالرغم من اختلاف هذه النظم نجد أنها تحتوي على العديد من العناصر وهي:¹

المنظم (المركز العالمي للبطاقة): هي مؤسسة عالمية تقوم بعملية إنشاء البطاقات وتتولى رعايتها، وتصدر تراخيص لجميع البنوك الموجودة في أنحاء العالم بالموافقة على دخولها في عضوية هذه البطاقات، وهي تتولى تسوية العمليات المالية المستحقة جراء استخدامها، ويتم هذا مقابل عمولة تتراوح عادة ما بين 1% و4% من قيمة العملية، يدفعها التاجر إضافة للاشتراك السنوي.

المصدر (المحرر): هو البنك أو المؤسسة المالية الكبرى التي لها أدوار عدة ومنها: التعاقد مع المركز العالمي للبطاقات والتعاقد مع التجار المحليين من أجل قبول هذه البطاقات من عملائها لتسوية عملياتهم من شراء أو تقديم خدمات معينة، بالإضافة إلى التعاقد مع عملائهم للتعامل بمثل هذه البطاقات في دفع ما يستحق عليهم للتاجر مقدم السلعة أو الخدمة، وحصول التاجر على مقابل ما يقدمه من هذه البطاقة.

التاجر: هو الشركات أو المؤسسات صاحبة السلع ومحلات البيع ومراكز تقديم الخدمات للجمهور بشكل عام، ويبرم اتفاق مع صاحب البطاقة لقبول البيع بالبطاقة ومن ثم يرجع إلى مصدر البطاقة للحصول على ثمن السلع. حامل البطاقة: هو الشخص أو الأشخاص الذين حصلوا على البطاقة بناء على طلب تم تقديمه للمصدر ووافق على منحهم إياها لتمكنهم من الشراء بواسطتها أو الحصول على الخدمات وكذلك تمكنهم من السحب النقدي من الصراف الآلي باستخدام البطاقة الممنوحة لهم من المصدر.

سادسا- العوامل التي ساعدت على التحول إلى وسائل الدفع الالكترونية: من أبرز العوامل التي ساعدت على تراجع وسائل الدفع التقليدية وحلول وسائل الدفع الالكترونية محلها مايلي:

1- تراجع فعالية وسائل الدفع التقليدية: إن الإحساس بالأمان الذي ولدته نظم الدفع التقليدية بمرور الوقت مرتفع جدا، إلا أن لنظام الدفع التقليدي مشاكل كثيرة منها:

¹ المرجع نفسه، ص12.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وجودة الخدمة المصرفية



انعدام الملائمة: فالحاجة إلى الوجود الشخصي سواء شخصيا أو عبر التليفون لكلا الطرفين يقيد الحرية المعلوماتية، وبالنسبة للعملاء يترجم هذا إلى تأخير اقتناء المنتج أو الخدمة وينتج عنه تكلفة أعلى، وبالنسبة للبائع يعني ذلك خسارة في الإيرادات نتيجة انخفاض المبيعات أو فقدانها.

إجراء المدفوعات في الوقت غير الحقيقي: لا تتم المدفوعات التقليدية في الوقت الحقيقي ويتوقف التأخير في التحقق الفعلي على نوعية السداد، فالمدفوعات بالشيكات تستغرق ما يصل إلى أسبوع.

ارتفاع تكلفة المدفوعات: إن كل معاملة تكلف مبلغا ثابتا من المال وبالنسبة للمدفوعات الصغيرة تغطي بالكاد تكاليف المصروفات، وأكبر مشكل يواجهه المجتمع فيما يخص وسائل الدفع التقليدية هو مشكل الشيكات بدون رصيد حيث أصبحت مشكلة اجتماعية بسبب الانتشار الواسع.¹

2- استخدام شبكة الأنترنت في المجال المصرفي: كان للتطور التكنولوجي في مجال الاتصالات الفضل في حدوث ثورة في المعاملات المصرفية من خلال شبكة الأنترنت، خاصة بظهور شبكة الويب العالمية، وقد أتاح انتشار استخدامات الأنترنت للبنوك التعامل مع العملاء من خلال خدمات المصرف المنزلي، حيث تم إنشاء مقر لها على الأنترنت بدلا من المقر العقاري، ومن ثم يسهل على العميل التعامل مع البنك عبر الأنترنت وهو في منزله ويمكنه محاورة موظف البنك على شاشة الكمبيوتر، ويتم إجراء كافة العمليات المصرفية.²

3- التوجه نحو التجارة الالكترونية: يمكن تعريف التجارة الالكترونية بمعناها الشامل بأنها "عمليات شراء وبيع السلع والخدمات عبر الأنترنت"، إن كانت العلاقات التجارية التقليدية قد قامت منذ فجر النشاط التجاري على أساس الإيجاب والقبول بخصوص أي تعاقد، وهي أساس التزام البائع مثلا بتسليم المبيع بشكل مادي وأن يقوم المشتري بالوفاء بالثمن إما نقدا أو باستخدام أدوات الدفع البديل وهي وسائل الدفع التقليدية، فإن التجارة الالكترونية كونها تعبر عن تبادل السلع والخدمات والمعلومات بين أطراف متباعدة مكانيا عبر شبكة الأنترنت، استوجبت تطوير طرق وسائل الدفع، وقد كان ظهور وسائل الدفع الالكترونية من العوامل المباشرة المساعدة في نمو التجارة الالكترونية، فالتجارة الالكترونية تقوم على أربعة عناصر هي: بائعون، مشترون، شبكة الأنترنت ووسائل الدفع الالكترونية، وبذلك استدعت الضرورة إلى استحداث وسائل دفع تكون ملائمة لطبيعة ومتطلبات التجارة الالكترونية، وقد استفادت

¹ زهير زاوش، دور نظام الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية (دراسة حالة الجزائر)، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2011، صص 14-15.

² محمد حسين منصور، المسؤولية الالكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، مصر، 2003، ص 128.

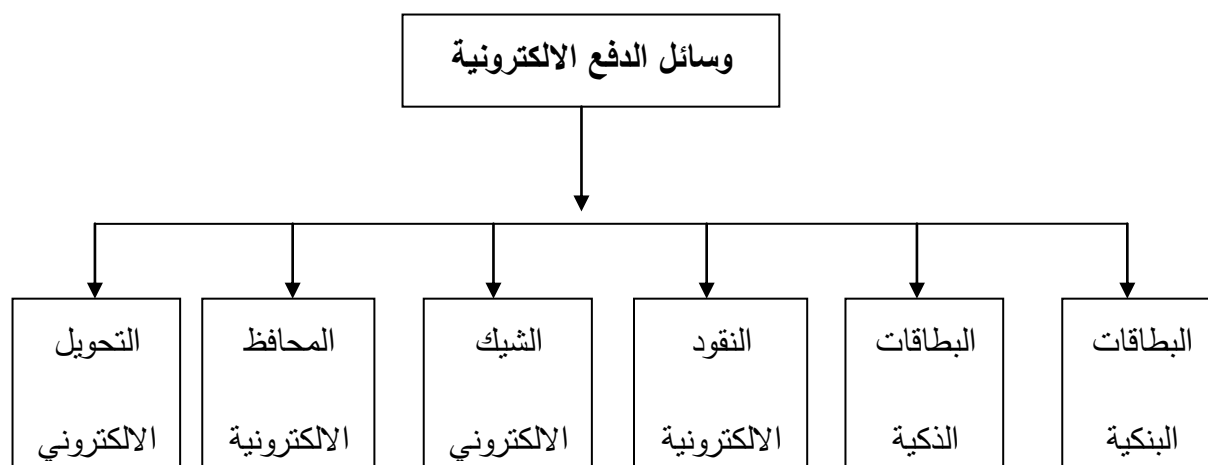
الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وجودة الخدمة المصرفية

الشركات بدورها نتيجة لظهور شبكة الأنترنت والتجارة الالكترونية في وسائل السداد الالكترونية من انخفاض التكاليف مقارنة بطريقة إرسال الفواتير الورقية ثم بعدئذ إجراء تسليم المدفوعات.¹

المطلب الثاني: أنواع وسائل الدفع الالكترونية

يمكن إدراج وسائل الدفع الالكترونية من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم (01): أنواع وسائل الدفع الالكترونية



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الدراسات السابقة.

من خلال الشكل السابق فإن وسائل الدفع الالكترونية تتمثل فيما يلي:

أولاً- البطاقات البنكية²

تعريف البطاقات البنكية: تعرف على أنها وسيلة أو أداة بلاستيكية تشهد بأن المستهلك يتمتع بالشروط اللازمة للحصول على الائتمان كما يحددها مصدر الكروت.

كما تعرف على أنها أداة مصرفية للوفاء بالالتزامات، مقبولة على نطاق واسع محليا ودوليا لدى الأفراد والتجار والبنوك كبديل للنقود.

¹ عودة بوقلمونة، سهام نصر الله، عصرنة وسائل الدفع في البنوك وآفاق الصيرفة الالكترونية في الجزائر (دراسة حالة بنك العربي)، مذكرة ماستر في العلوم المالية والمحاسبية، المدرسة العليا للتجارة، القليعة، الجزائر، 2016، ص ص 09-10.

² عبد الصمد حوالف، النظام القانوني لوسائل الدفع الالكتروني، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2015، ص ص 97-98.



تستخدم أيضا كأداة وفاء وائتمان تتيح لحاملها الحصول على السلع والخدمات فور تقديمها، والدفع الآجل لقيمة تلك السلع والخدمات للبنك مصدر البطاقة ولحامل البطاقة أن يدفع كامل الرصيد الظاهر بكشف استخدامات البطاقة الشهري أو جزء منه في نهاية فترة السماح، وذلك يتوقف على الاتفاق المبرم بين البنك وحامل البطاقة.

خصائص البطاقات البنكية: من أهم خصائص بطاقة الدفع الالكترونية ما يلي:¹

- بطاقة الدفع الالكترونية تقوم على علاقة ثلاثية الأطراف؛
- أن بطاقة الدفع الالكترونية وسيلة فعالة للسداد عن غيرها من وسائل الوفاء الأخرى، وذلك لسهولة حملها واستخدامها كما أنها أقل عرضة للسرقة أو الضياع؛
- تبقى بطاقة الدفع الالكترونية ملكا للبنك في جميع الأوقات؛
- تحمل البطاقة صفة العالمية؛
- تشكل البطاقة فائدة لجميع الأطراف؛
- عدم خضوعها للتنظيم القانوني الخاص بوسائل الوفاء التقليدية؛
- التعامل بالبطاقة يلزمه وجود أجهزة الكترونية مساعدة.

أنواع البطاقات البنكية: تعددت التقسيمات التي ميزت بين أشكالها المختلفة فقام البعض بتقسيمها استنادا إلى الوظيفة التي تؤديها واستند البعض الآخر في تقسيمها إلى المؤسسة التي تصدرها فيما ميز آخرون بين البطاقات وفقا إلى الطرق الفنية المستخدمة في صناعتها مثل: البطاقات البلاستيكية أو البطاقات ذات الشريط المغناطيسي أو البطاقات ذات الرقائق الالكترونية.²

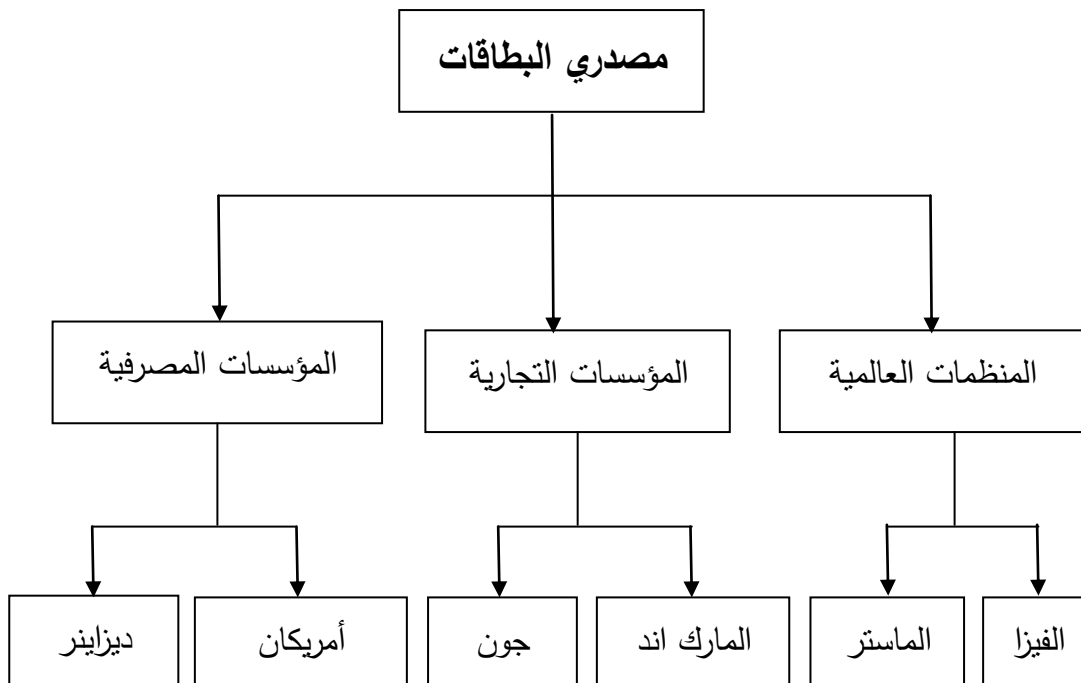
وفيما يلي سنستعرض التقسيمات الرئيسية للبطاقات من حيث جهة الإصدار، ومن حيث اقليم قبول البطاقة.

1- من حيث جهة الإصدار: يمكن تلخيص أنواع البطاقات البنكية من حيث جهة الإصدار في الشكل الموالي:

¹ صونية مقري، المسؤولية المدنية عند الاستخدام غير المشروع لبطاقات الدفع الالكتروني، مذكرة ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2015، ص ص30-31.

² عبد الصمد حوالف، مرجع سبق ذكره، ص10.

الشكل رقم (02): أنواع البطاقات الائتمانية حسب جهة الإصدار



المصدر: عودة بوقلمونة، سهام نصرالله، عصنة وسائل الدفع في البنوك وآفاق الصيرفة الالكترونية في الجزائر (دراسة حالة بنك العربي)، مذكرة ماستر في العلوم المالية والمحاسبية، المدرسة العليا للتجارة، القليعة، الجزائر، 2016، ص16.

من خلال الشكل السابق فإن البطاقات البنكية حسب جهة الإصدار تتمثل في:¹

- بطاقات تصدر من خلال رعاية منظمات عالمية لها عن طريق التفويض للبنوك التجارية بإصدار البطاقة ووضع اسم وشعار المنظمة عليها؛

- بطاقات تصدرها وترعاها مؤسسة عالمية واحدة وتشرف هي مباشرة من خلال فروعها على عملية الإصدار والتسوية، مع عدم منح التراخيص والتفويضات لمؤسسات بنوك أخرى؛

- بطاقات خاصة تصدرها مؤسسات تجارية ليستخدما عملاء تلك المؤسسات في الشراء، بهدف المحافظة على العميل مثل: المطاعم الكبرى، الفنادق ومحطات البنزين... وغيرها.

2- من حيث اقليم قبول البطاقة: وفقا لهذا المعيار يوجد نوعان من البطاقات:²

- البطاقات الدولية: يمكن استخدامها داخل البلاد المصدرة وخارجها؛

¹ المرجع نفسه، ص ص106-107.

² عودة بوقلمونة، سهام نصر الله، مرجع سبق ذكره، ص23.



- البطاقة المحلية: تستخدم داخل البلد المصدرة فيه وبالعملة المحلية.

ثانياً- البطاقات الذكية

ظهرت البطاقة الذكية على إثر المشاكل التي عرفت البطاقات السابقة، والبطاقة الذكية عبارة عن بطاقة بلاستيكية ذات حجم قياسي تحتوي في داخلها على شرائح للذاكرة، تعمل بواسطة ميكروبرسيوسور يزودها بطاقة تخزينية للبيانات أكبر بكثير من تلك التي تستوعبها البطاقات ذات الشرائط الممغنطة، ولكنها أعلى منها تكلفة.¹ ومن بين البيانات التي تحتويها والخاصة بحاملها هي: الاسم، العنوان، المصرف المصدر، أسلوب الصرف، المبلغ المصروف وتاريخه وتاريخ حياة العميل المصرفية، إن هذا النوع من البطاقات الجديدة يسمح للعميل باختيار طريقة التعامل سواء كان ائتماني أو دفع فوري.²

ويمكن استخدام البطاقات الذكية في العالم في مجالات عديدة منها:³

- تحويلها إلى حافظة نقود الكترونية تملأ أو تفرغ من النقود؛
- تحويلها إلى بطاقة تعريف الهوية أو بطاقة صحية أو تذكرة للتنقل بوسائل النقل العمومي أو بطاقة أمنية أو للحصول على بريدهم الإلكتروني بدلا من استخدام الشيفرات والرموز التي قد تكون غير آمنة؛
- تستخدم في تأمين إجراء التحويلات المالية الدولية داخل الشبكة الدولية للمعلومات (الأنترنت)؛
- تستخدم في الحواسيب المتنقلة للدخول إلى الشبكات الالكترونية، إذ يستطيع العاملون المتنقلون الاتصال من أي موقع باستخدام بطاقات تحمل برامج خاصة بهم.

¹ رشيد بوعافية، ابراهيم مزبود، التحول إلى وسائل الدفع الالكترونية وتحديات الجرائم المعلوماتية، مداخلة ضمن الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر (عرض تجارب دولية)، معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 2011، ص02.

² عبد الرزاق ابراهيمي وآخرون، أهمية استخدام وسائط الصرف الالكترونية في تطوير الخدمات المصرفية (دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية والبنك الوطني الجزائري)، المجلد 7، العدد 1، مجلة الدراسات الاقتصادية لولاية سطيف، الجزائر، 2020، ص08.

³ ليندة بوزرورة، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية في المصارف التجارية الجزائرية، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة2، الجزائر، 2017، ص ص208-209.



ثالثا- الشيك الالكتروني

هو المكافئ للشيكات الورقية التقليدية التي اعتدنا التعامل بها، وهو عبارة عن رسالة الكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك أو حامله، ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الأنترنت، ليقوم البنك أولا بتحويل قيمة الشيك المالية لحامله ليكون دليلا على أنه قد تم صرف الشيك فعلا، ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد الكترونيا من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه.¹

وتتميز الشيكات الالكترونية بما يلي:

- سهولة استخدامها لتشابهها مع الشيكات الورقية في معظم الأحوال وهي تعطي أمانا أكبر ضد الاحتيال بالمقارنة بنظيرتها الورقية وقد تم اختيار الشيك الالكتروني من طرف الوزارة الأمريكية لتحويل وتداول أموال ضخمة عبر الأنترنت لأنها البديل الأفضل مقارنة مع كل من الأدوات الورقية والالكترونية المستعملة لتسوية المعاملات؛
- تتميز أيضا بتخفيف الأعباء المالية على التجار، حيث أنها لا تلزم التاجر بالبقاء على اتصال بالمصرف، بل يكفي اتصال واحد يوميا لتبليغ المصرف بالمعلومات المتعلقة بكافة الشيكات التي تلقاها، كما أن خدمة الشيك الالكتروني أكثر ملائمة للمستحقات التي يستطيع المستعمل أن يحتاط لها قبل تاريخ استحقاقها، والتي يحتمل نسيانها للفواصل الزمني بين تاريخ العلم بها وتاريخ استحقاقها؛²
- يمكن استخدام الشيك الذكي في عملية التظهير إلى طرف ثالث، ويتم ذلك في حالة وجود المستفيد الأول من الشيك،
- يمكن استخدام الشيك الذكي بكل سهولة من على شبكة الأنترنت، وذلك لأن كل شيك له رقم مختلف ولذا فإنه يستخدم مرة واحدة لتعامل واحد فقط.³

¹ نور الدين كروشدي وآخرون، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على تحسين جودة الخدمة المصرفية، المجلد 12، العدد 13، مجلة البحوث والدراسات العلمية، جامعة المدية، الجزائر، 2020، ص192.

² الشريف بحماوي، مصطفى سليمان، خصوصية وسائل الدفع الالكتروني ودورها في المعاملات التجارية، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 1، العدد7، أدرار، الجزائر، 2017، ص136.

³ فؤاد الشيخ سالم، علي فلاح الزعبي، مرجع سبق ذكره، ص352.



رابعا- النقود الالكترونية

استخدمت الأدبيات الحديثة مصطلحات مختلفة للتعبير عن النقود الالكترونية فذهب البعض إلى إطلاق النقدية الالكترونية (E-Cash) أو النقود الرقمية (Digitalmoney) أما المصطلح الأكثر شيوعا فهو النقود الالكترونية (Electroniquemoney)، وقد تعددت واختلقت التعاريف المحددة للنقود الالكترونية مثلما تعددت الآراء حول اصطلاحها، فقد عرفت على أنها قيمة نقدية في شكل وحدات ائتمانية مخزنة بشكل الكتروني أو على أداة الكترونية يحوزها المستهلك.

أما البنك المركزي الأوروبي، فقدم تعريف للنقود الالكترونية بأنها مخزون الكتروني لقيمة نقدية على وسيلة نقدية، يستخدم بصورة شائعة للقيام بمدفوعات لمتعهدين غير من أصدرها دون الحاجة إلى وجود حساب بنكي عند إجراء الصفقة، وتستخدم كأداة محمولة مدفوعة مقدما.¹

ويقصد بالنقود الالكترونية الوسائط الالكترونية لتحويل النقود من مكان إلى مكان وفقا لنظام يسمى نظام تحويل الأموال الالكترونية، وتعتبر النقود الالكترونية هي أحدث نوع في النقود.² وللنقود الالكترونية مجموعة من الخصائص نلخصها فيما يلي:³

- 1- قيمة نقدية مخزنة الكترونيا: فالنقود الالكترونية هي عبارة عن بيانات مشفرة يتم وضعها على وسائل الكترونية في شكل بطاقات بلاستيكية أو على ذاكرة كمبيوتر شخصي؛
- 2- ثنائية الأبعاد: فنقل النقود الالكترونية من المستهلك إلى التاجر لا يتطلب وجود بنك بينهما، وهي وسيلة صالحة لإبراء ذمة المشتري، ولا تتطلب من البائع التأكد من حقيقتها؛
- 3- عدم تجانسها: فكل مصدر للنقود الالكترونية يقوم بخلق نقود مختلفة القيمة، ويتولى عملية إصدار هذه النقود مؤسسات ائتمانية خاصة، لهذا يطلق عليها اسم النقود الخاصة؛

¹ إيمان العاني، البنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2007، ص178.

² محمد أحمد الأندلي، النقود والبنوك، جامعة العلوم والتكنولوجيا، صنعاء، اليمن، 2009، ص36.

³ إيمان العاني، المرجع نفسه، ص182.



4- عرضتها لمخاطر وقوع أخطاء: وهذه الأخطاء قد تكون بشرية أو تكنولوجية نتيجة الأعطال التي قد تحدث عن نقص الخبرة أو الكوادر المدربة على مثل هذه التقنيات الحديثة، وينطبق هذا خاصة على النقود الالكترونية التي يتم التعامل بها عبر الانترنت.

خامسا- المحافظ الالكترونية

هي عبارة عن عدة برامج يتم تحميلها مجانا على الكمبيوتر الخاص بها، فيقوم المشتري من خلال البرامج بتحديد أساليب الدفع التي سيقوم باستخدامها، فالمحفظة الالكترونية تشبه خدماتها الوظيفية المماثلة للمحافظ العادية، فقد تكون المحفظة بطاقة ذكية يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي أو تكون قرصا مرنا يمكن إدخاله في فتحة القرص المرن للكمبيوتر الشخصي ليتم نقل القيمة المالية منه أو إليه عبر الانترنت.¹

وتتميز المحفظة الالكترونية عن غيرها من البطاقات البنكية من ناحيتين، حيث أنها بقيامها على أساس الدفع المسبق فإن الدفع أو الوفاء بواسطتها يكون نهائيا منذ وصول الوحدات إلى البطاقة الخاصة بمحفظة التاجر، عكس الكروت العادية والتي تقوم على أساس الدفع الأحق، والذي لا يجعل الدفع بهذه الكروت أو البطاقات نهائيا إلا بموافقة البنك، كما أن الدفع أو الوفاء في المحفظة الالكترونية يكون مباشرة.²

سادسا- التحويل الالكتروني

هو عملية منح الصلاحية لبنك ما للقيام بحركات التحويل المالية (الدائنة والمدينة) الكترونيا من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر، أي أن عملية التحويل تتم الكترونيا عبر الهواتف وأجهزة الكمبيوتر وأجهزة المودم عوضا عن استعمال الأوراق.³

تتخذ عمليات التحويل المالي عن طريق دار المقاصة الآلية، وهي شبكة تعود ملكيتها وحق تشغيلها إلى البنوك المشتركة بنظام التحويلات المالية الالكترونية، وتميزت هذه الخدمة عن النظام القديم (النظام الورقي) بأنها أسرع

¹ بلال راحو، الخدمات المصرفية الالكترونية وأثرها في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الدكتور يحيى فارس، المدية، الجزائر، 2015، ص46.

² الشريف بحماوي، مصطفى سليمان، مرجع سبق ذكره، ص143.

³ أحمد خليلي، المعتز بالله لخذاري، مرجع سبق ذكره، ص05.

وأقدر على معالجة مختلف خدمات التحويل المالية، مثل خدمة إيداع الشيكات لتحويلها عند استحقاقها وخدمة تحصيل الأقساط.¹

المطلب الثالث: مزايا وعيوب وسائل الدفع الالكترونية

لأي شيء جديد لابد من وجود ايجابيات وسلبيات، وكذلك الحال بالنسبة لوسائل الدفع الالكترونية فإن لها ايجابيات وسلبيات يمكن توضيحها فيما يلي:

أولاً- مزايا وسائل الدفع الالكترونية:²

تقدم وسائل الدفع الالكترونية عدة مزايا بالنسبة لحاملها وللتاجر وللمصدر وللمجتمع بصفة عامة تتمثل في:

1- بالنسبة لحاملها: تحقق وسائل الدفع الالكترونية لحاملها مزايا عديدة أهمها سهولة ويسر الاستخدام، كما تمنحه الأمان بدل حمل النقود الورقية وتفاذي السرقة والضياع، كما أن لحاملها فرصة للحصول على الائتمان المجاني لفترة محددة، كذلك تمكنه من إتمام صفقاته فوراً بمجرد ذكر رقم البطاقة؛

2- بالنسبة للتاجر: تعد أقوى ضمان لحقوق البائع وتساهم في زيادة المبيعات، كما أنها أزاحت عبء متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق البنك والشركات المصدرة؛

3- بالنسبة لمصدرها: تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات المالية، فقد حقق Bank city أرباح من حملة البطاقات الائتمانية عام 1997 بلغت 7 بليون دولار؛

4- بالنسبة للمجتمع: من البديهي أن نقول أن البطاقات الدولية كفيزا وغيرها استثماراً ضخماً للشركات التي تصدرها، ومن ثم أصبح بإمكان هذه الدول التي تحتضن هذه الشركات مقاسمة الأرباح، ومن ناحية أخرى فإن استخدام البطاقات الائتمانية وغيرها من أدوات الدفع الالكترونية قد خفض نفقات البنك المركزي في طباعة النقود الورقية، إضافة إلى أن الشركات المصدرة اقتسمت مع البنك المركزي مسؤولية حماية التزوير للنقود، كما أنها تساعد البنوك التجارية على إعطاء أو تقديم قروض أكبر وهو ما يعني كفاءة السياسة النقدية.

ثانياً- عيوب وسائل الدفع الالكترونية:³

صاحب ظهور وسائل الدفع الالكترونية مجموعة من العيوب تمثلت معظمها فيما يلي:

¹ عودة بوقلمونة، سهام نصر الله، مرجع سبق ذكره، ص 31.

² حسن يوسف يوسف، الاقتصاد الالكتروني، المركز القومي للإصدارات القانونية، مصر، 2012، ص ص 27-28.

³ أحمد خليلي، المعتز بالله لخذاري، مرجع سبق ذكره، ص 07.



- 1- بالنسبة لحاملها: من المخاطر الناجمة عنها زيادة الاقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية، وعدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء؛
- 2- بالنسبة للتاجر: إن مجرد حدوث بعض المخالفات من جانبه أو عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه ويضع اسمه في القائمة السوداء، وهو ما يعني تكبد التاجر لصعوبات جمة في نشاطه التجاري؛
- 3- بالنسبة لمصدرها: أهم خطر يواجه مصدريها هو مدى سداد حاملي البطاقة للديون المستحقة عليهم، وكذلك تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها.

المبحث الثاني: مدخل للخدمة المصرفية

يعتبر القطاع المصرفي من أهم القطاعات الفاعلة في النشاط الاقتصادي لارتباطه بجميع النشاطات الاقتصادية، وتتجلى أهمية المصارف من خلال ما تقدمه من خدمات مصرفية متميزة ومتنوعة، كما أن هذه الخدمة تساهم وبشكل كبير في تنشيط وتحريك العمليات الاقتصادية والمالية والتجارية بأنواعها المختلفة، ولكثرة المتعاملين مع المصارف من قطاعات وأشخاص طبيعيين واعتباريين بمختلف صفاتهم، وجب على المصارف أن تحسن وتطور الخدمات بما يتلاءم واحتياجاتهم.

المطلب الأول: ماهية الخدمة المصرفية

تعتبر الخدمات المصرفية هي أساس العمل المصرفي في المصارف، وتتميز الخدمات المصرفية بتنوعها وتطورها حيث تقدم المصارف التجارية المعاصرة مجموعة كبيرة من الخدمات المصرفية، ويقصد بعملية التنوع في الخدمات المصرفية قيام المصرف باستحداث خدمات جديدة أو تطوير خدمات قائمة بما يتلاءم مع رغبات العملاء.

أولاً- مفهوم الخدمة وخصائصها:

قبل التطرق إلى مفهوم الخدمة المصرفية لا بد أن نتوقف أولاً عند مفهوم الخدمة كون أن مفهوم الخدمة المصرفية لا يختلف كثيراً عن مفهوم الخدمة بشكل عام.

1- مفهوم الخدمة: اختلفت وجهات نظر الكتاب في تحديد مفهوم الخدمة وتعددت بناء على ذلك المفاهيم التي تناولت هذا الجانب، هذه التعريفات وإن اختلفت فإنها تشترك أحياناً في معنى أو أكثر، فقد عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق الخدمة بأنها عبارة عن الأنشطة والمنافع التي تعرض للبيع أو التي تقدم مرتبطة مع السلع المباعة.¹

¹ بشير العلاق، محمود جاسم الصميدعي، أساسيات التسويق الشامل والمتكامل، دار المناهل، عمان، الأردن، 2012، ص343.



كما عرفت الخدمة على أنها عبارة عن تصرفات أو أنشطة أو أداء يقدم من طرف إلى طرف آخر، وهذه الأنشطة تعتبر غير ملموسة ولا يترتب عليها نقل ملكية أي شيء كما أن تقديم الخدمة قد يكون مرتبطاً أو غير مرتبط بمنتج مادي ملموس.¹

عرفت أيضاً على أنها مجموع المنافع المشتركة الموجودة في عقول المشتريين المحتملين ومن المؤمل شراؤهم الخدمة.²

2- خصائص الخدمات: للخدمات عدة خصائص يمكن إيجازها فيما يلي:

- عدم الملموسية: ظهرت عدم ملموسية الخدمات كفرق رئيسي موجود بين السلعة والخدمة، وكما ذكر "Berry" و "Bateson" أن مفهوم عدم ملموسية الخدمة يعني اللامادية، أي الخدمة لا يمكن رؤيتها، تذوقها، شمها، لمسها وسمعها وعليه فإن الخدمات مثل الفحص الطبي أو العرض السينمائي يصعب تقييمها مثلما يقوم المستهلك بتقييم سيارة جديدة قبل الشراء حيث يمكن فحصها وقيادتها وتجربتها وتكوين رأي عليها.³

- التلازم بين تقديم الخدمة والعميل (التلازمية): من الصعب فصل الخدمة عن شخصية مقدمها وهذا على خلاف المنتجات الملموسة، وهذا يعني أن عملية تقديم الخدمة تتطلب وجود العميل ومقدمها في آن واحد.⁴

- عدم التملك: إن عدم انتقال الملكية تمثل صفة واضحة تميز بين الإنتاج السلعي والإنتاج الخدمي، لأن المستهلك له فقط الحق باستعمال الخدمة لفترة معينة ولا يمكن التغلب على هذا الشعور إلا بجعل المستفيد يشعر بأن مؤسسة الخدمة ملكه وأن الخدمة لا تقدم إلا له وحده فقط.⁵

- عدم التماثل أو التجانس: نعني بهذه الخاصية الصعوبة البالغة أو عدم القدرة في كثير من الحالات على تنميط الخدمات وخاصة تلك التي يعتمد تقديمها على الإنسان بشكل كبير وواضح، وهذا يعني أنه يصعب على مزود الخدمة أن يتعهد بأن تكون خدماته متماثلة أو متجانسة على الدوام، وبالتالي فهو لا يستطيع ضمان مستوى جودة

¹ فضل محمد ابراهيم المحمودي، التسويق المصرفي، جامعة العلوم والتكنولوجيا، صنعاء، اليمن، 2014، ص18.

² رائد المبيضين محمد العضيلة وآخرون، العوامل المؤثرة على استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية عبر الأنترنت من وجهة نظر العملاء (دراسة ميدانية على إقليم الجنوب الأردن)، المجلد 12، العدد3، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، الأردن، 2016، ص533.

³ أحمد باعلوي عبد الخالق، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، جامعة العلوم والتكنولوجيا، صنعاء، اليمن، 2013، ص26.

⁴ أحمد باعلوي عبد الخالق، مرجع سبق ذكره، ص28.

⁵ المرجع نفسه، ص29



معينة لها مثلما يفعل في المنتج السلعي، وبذلك يصبح من الصعوبة على طرفي التعامل (المورد والمستفيد) التنبؤ بما ستكون عليه الخدمات قبل تقديمها والحصول عليها.¹

- الزوالية (عدم القابلية للتخزين): تتعرض الخدمات للزوال والهلاك عند استخدامها إلى جانب عدم إمكانية تخزينها، مثلا أن كل مقعد غير محجوز في طائرة أو في مسرح يعتبر خسارة لذا فإن المنظمة تمنى بخسارة كبيرة في حال عدم الاستفادة منها، ولا تشكل هذه الخاصية أي مشكلة إذا كان الطلب مستمر ومستقر والعكس صحيح، إلا أن التباين في الطلب وعدم استمراره بوتيرة واحدة يجعل منظمات الخدمة تواجه بعض الصعوبات.²

ثانيا- مفهوم الخدمة المصرفية وخصائصها

1- مفهوم الخدمة المصرفية: لقد تعددت وتوعدت تعريف الخدمة المصرفية من نظام اقتصادي إلى آخر، نذكر منها ما يلي:

هي نشاط أو منفعة يستطيع المصرف تقديمها لطرف آخر ويجب أن تكون بالضرورة غير ملموسة ولا تؤدي إلى ملكية أي شيء مثل إيداع النقود.³

كما عرفت على أنها مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة، والمقدمة من قبل المصرف والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمتها المنفعية والتي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، وفي الوقت ذاته تشكل مصدرا لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين.⁴

وهي أيضا نشاط أو مجموعة الأنشطة التي يكون جوهرها غير ملموس يقوم بتقديمها المصرف لعملائه بغية إشباع حاجاتهم ورغباتهم، قد يكون إنتاجها مرتبطا بمنتج مادي وقد لا يكون ولا يترتب عنها أي انتقال للملكية.⁵ من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف الخدمة المصرفية على أنها مختلف الأنشطة والعمليات التي يمارسها

¹ علي محمد حسن بني مصطفى، أثر التخطيط الاستراتيجي في تسويق الخدمات قطاع الاتصالات الأردنية، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2017، ص120.

² المرجع نفسه، ص121.

³ رائد المبيضين محمد العضائيلة، مرجع سبق ذكره، ص533.

⁴ تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، الطبعة الثانية، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص34.

⁵ فضل محمد ابراهيم المحمودي، مرجع سبق ذكره، ص19.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وجودة الخدمة المصرفية



البنك ويسعى من خلالها لإشباع حاجات ورغبات زبائنه، سواء كان ذلك بمقابل أو دون مقابل.

2- خصائص الخدمة المصرفية: يمكن إيجاز خصائص الخدمات المصرفية فيما يلي:

- الاعتماد على الودائع: تعتمد المصارف على الودائع في تأدية جميع خدماتها المصرفية والتي تمثل المصدر الأساسي لتمويل المصارف وتحقيق الأرباح للمصرف.

- تعدد وتنوع الخدمات المصرفية: إن الخدمات التي تقدم من قبل المصارف كثيرة ومتنوعة، حيث أن إحدى الإحصائيات تشير إلى أن عدد الخدمات في المصارف الأمريكية بلغت حوالي 260 خدمة سنة 1992 مما يزيد من صعوبة تسويق هذه الخدمات؛³ - الانتشار الجغرافي: وذلك من خلال انتشار الفروع المصرفية بشكل متناسب لتقديم الخدمات إلى أكبر عدد ممكن من الزبائن في مناطقهم.

- احتياج الخدمات المصرفية إلى نوعية خاصة من العاملين المهرة والذين يتميزون بسرعة الأداء والدقة في العمل وأن يكونوا ذوي كفاءات عالية.

- صعوبة تقييم الخدمات المصرفية: لأنها خدمات غير ملموسة يصعب لمس الخصائص المادية والنفعية لها، ولعدم قدرة المصرف على تقديم عرض ملموس للخدمة المصرفية فإن الزبون لا يستطيع تقييم شرائه للخدمة قبل الحصول عليها، وهذا يؤثر على برامج الترويج والتوزيع للخدمة المصرفية.

- صعوبة تحديد السوق المصرفية بدقة: وخاصة في الدول النامية وذلك لعدم استقرار الأوضاع السياسية والاقتصادية من جهة، والقصور الواضح في الجهود والأنشطة التسويقية للمصرف من جهة أخرى.¹

- الموازنة بين النمو والمخاطرة: عندما تكون الخدمات المصرفية ذات مخاطرة لا بد أن تكون هناك رقابة لإيجاد التوازن بين التوسع في البيع والحذر من ارتفاع المخاطرة.

- تقلبات الطلب: قد يحدث تقلب في أصناف معينة من الخدمات لأسباب طارئة أو لظروف موسمية مثل الطلب على القروض للمشاريع السياحية الموسمية.

- المسؤولية الإئتمانية: تتمثل في حماية ودائع ومكاسب الزبائن.

- كثافة العمل: يبقى قطاع الخدمات المصرفية ذا كثافة عمل عالية الأمر الذي يزيد من تكلفة الإنتاج ويؤثر في سعر المنتجات.¹

¹ محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، سلوك المستهلك، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص 60.



- عدم إمكانية إنتاج الخدمة المصرفية مقدما أو تخزينها.
- الخدمة المصرفية تنتج وتستهلك في نفس الوقت.
- الخدمة المصرفية غير قابلة للاستدعاء مرة أخرى أو تداولها مع الغير.
- التأكد من تقديم ما يطلبه العميل.
- التطور السريع نظرا لارتباطها بالتطور التكنولوجي المستمر.²

المطلب الثاني: التحول إلى الخدمات المصرفية الالكترونية

أدت ثورة الاتصالات والمعلومات في هذا العصر إلى إعادة النظر في الدور التقليدي للمصارف، الذي يقوم على قبول ودائع ومنح الائتمان والتطلع إلى تقديم خدمات مصرفية متطورة ومتنوعة، وذلك بالاعتماد على ما أنتجته التكنولوجيا وثورة المعلومات من وسائل حديثة متطورة، وهوما أدى إلى ظهور الخدمات المصرفية الالكترونية لمسايرة التطور المتسارع للاقتصاد العالمي في المجال المصرفي.

أولاً- تعريف الخدمات المصرفية الالكترونية: هناك عدة تعاريف للخدمات المصرفية الالكترونية نذكر منها:

هي إجراء العمليات المصرفية بطرق الكترونية، أي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أو الجديدة، وفي ظل هذا النمط لن يكون العميل مضطرا للتنقل إلى البنك، ويمكنه القيام بالأعمال التي يريدتها من البنك من أي مكان وفي أي زمان.³

وهي أيضا كل العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الوسائل الالكترونية أو الضوئية (مثل الهاتف، الحاسوب، الصراف الآلي والأنترنترنت...) وكذلك العمليات التي يجريها مصدرها بطاقات الوفاء أو الدفع أو الائتمان الالكترونية على مختلف أنواعها، وأيضا المؤسسات التي تستخدم التحويلات النقدية الالكترونية، مواقع العرض، الشراء والبيع وتقديم سائر الخدمات الالكترونية للأدوات المالية المختلفة، مراكز التسوية

¹ عباس نوار كحيط الموسوي، الأثر الاستراتيجي للمصارف الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية وتحقيق المزايا التنافسية، العدد 16، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والادارية لجامعة واسط، العراق، 2014، ص ص13-14.

² فؤاد الشيخ سالم، مرجع سبق ذكره، ص ص150-151.

³ محمد الصيرفي، إدارة العمليات المصرفية (العادية، غير العادية، الالكترونية)، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2016، ص 213.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وجودة الخدمة المصرفية



والمقاصة العائدة إليها.¹

وقد عرفها سفر أحمد بأنها تقديم المصارف لخدماتها عبر الوسائل الالكترونية سواء في المنزل أو في المكتب أو بواسطة الهاتف الثابت أو الهاتف الجوال أو غيرها من الوسائل الالكترونية المتطورة؛² ومن خلال التعريف السابقة يمكن تعريف الخدمات المصرفية الالكترونية على أنها كل العمليات أو النشاطات التي يقدمها المصرف لزيائنه، من خلال التفاعل الآلي عبر وسائل تكنولوجيا الاتصال والشبكات الالكترونية لغرض حصول الزبائن على الخدمات والتواصل مع البنك بشكل سريع وآمن ومريح من خلال القنوات الالكترونية.

ثانياً- خصائص الخدمات المصرفية الالكترونية: يمتاز العمل المصرفي الالكتروني بعدة خصائص يمكن الوقوف عليها في الآتي:³

1- أنها نظام قائم ومعمول به في معظم الدول المتقدمة والمتطورة تكنولوجيا؛

2- اختفاء الوثائق الورقية للمعاملات،

3- عدم إمكانية تحديد الهوية بين أطراف العملية؛

4- خدمة الكترونية فورية على مدار 24 ساعة وطيلة أيام الأسبوع؛

5- سرعة ودقة تقديم الخدمات.

ثالثاً- أهداف الخدمات المصرفية الالكترونية: تحقق الخدمات المصرفية الالكترونية مجموعة من الأهداف نذكر منها:⁴

1- ايجاد آلية لتوفير المعلومات للعملاء خارج البنك وخارج نطاق العمل الرسمي، وذلك من خلال تكنولوجيا الحاسب الآلي وشبكة الأنترنت؛

¹ سماح ميهوب، الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2005، ص97.

² أحمد بوراس، السعيد بركة، أعمال الصيرفة الالكترونية الأدوات والمخاطر، الطبعة الأولى، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2014، ص99.

³ ناضم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، الصيرفة الالكترونية، دار وائل، عمان، الأردن، 2008، ص34.

⁴ سماح ميهوب، مرجع سبق ذكره، ص ص97-98.



- 2- توفير تقنيات متعددة تناسب كل فئات العملاء كاستخدام الحاسب الآلي، الهاتف، التلفزة الرقمية وشبكة الأنترنت؛
- 3- تسهيل عملية الدفع من خلال الوسائل الالكترونية المختلفة والمتمثلة أساسا في الدفع بالبطاقات المصرفية، الشيكات الالكترونية والنقود الالكترونية؛
- 4- تحقيق راحة المتعاملين من خلال تقريب الخدمة إليهم (الخدمات المنزلية)؛
- 5- التصدي للمنافسة الشرسة الناتجة عن التطورات العالمية خاصة بعد اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المصرفية والمالية وانتشار الاقتصاد الرقمي.

رابعا- أهمية الخدمات المصرفية الالكترونية¹

أصبحت الخدمات الالكترونية تمثل الركيزة الأساسية للصناعة المصرفية والعنوان الرئيسي للتعاملات المستقبلية، والتي ستمكن العملاء من إتمام غالبية عملياتهم واحتياجاتهم دون الحاجة لزيارة فرع المصرف، لذا أدركت المصارف المعاصرة أهمية تحقيق الترابط بين نجاح البنك وتوجهه الإبداعي في مجال توظيف التكنولوجيا، واستثمارها في التعرف على احتياجات العملاء، والسعي لتحقيق أعلى مستويات الإشباع لرغبات العملاء.

لقد أسهمت الخدمات المصرفية الالكترونية في الارتقاء بمعايير وجودة الخدمات المصرفية، وأتاحت قدر أوسع من الفعالية في تنفيذ العمليات بشكل فوري ومباشر، فضلا عن اتساع مظلة الخدمات التي بات من الممكن تنفيذها بواسطة القنوات المصرفية الالكترونية المختلفة، إلى جانب ما أسهمت به تلك القنوات من رفع معدلات الحماية وتقليل احتمالات الأخطاء التشغيلية التي قد تحدث من العنصر البشري، إذ أن كافة الخدمات الالكترونية تخضع لسلسلة دقيقة من الإجراءات ومراحل التدقيق للتأكيد على سلامة العمليات.

المطلب الثالث: أنواع الخدمات المصرفية

إن المصارف هي عبارة عن مؤسسات مالية تقوم أساسا بإنتاج الخدمات المالية للجمهور إضافة إلى القيام بأدوار اقتصادية أخرى، ويعتمد نجاح البنك على قدرته في إنتاج هذه الخدمات وتقديمها وبيعها بشكل اقتصادي وفعال، وقد تنوعت الخدمات المصرفية بين الخدمات التقليدية والخدمات الالكترونية وهي كالآتي :

أولاً- الخدمات المصرفية التقليدية: للخدمة المصرفية ثلاثة أنواع والمتمثلة في:¹

¹ بلال راحو، مرجع سبق ذكره، ص28.



1- خدمات ميسرة: هي تلك الخدمات التي في متناول الزبون متى احتاج إليها بحيث تكون ميسرة سهلة المنال، كخدمات السحب والإيداع والتحويل وكذلك الاستخدام الآلي والمعدات المتوفرة في المصرف وخارجه، وغالبا ما تكون أجورها قليلة نسبيا أو أنها تقدم مجانا بدون مقابل، إذ تلجأ المصارف إلى تقديمها طمعا في إرضاء الزبائن ويلاحظ أنها تتكرر باستمرار يوميا أو أسبوعيا أو وقت الحاجة تبعا لشكلها أو نوعيتها.

2- خدمات التسوق: غالبا ما يبذل الزبون جهدا في سبيل الحصول على هذه الخدمات والتي قد لا يتكرر استخدامها إلا لفترات زمنية متباعدة نسبيا، أو قد يكون استخدامها وفق الحاجة أو في مواسم معينة أو حالات معروفة، فقد يبذل الزبون جهدا للحصول على قرض وفق مواصفات وشروط معينة.

3- خدمات خاصة: هذه الخدمات قد لا تقدم إلا بشكل خاص للمستفيدين منها، ولها خصوصية معينة ينفرد بها مصرف عن آخر، فبعض المصارف قد لا تقبل الودائع أو فتح حسابات لديها إلا من خلال تحميل الزبون أجور مقابل هذه الخدمة، أو تكون الخدمات المقدمة مقترنة أساسا بتوصية من الزبون إذ يتم تصميم الخدمة وفقا لما يطلبه الزبون والذي يتوافق مع ما يراه الزبون مناسب لعمله أو نشاطه.

ثانيا- الخدمات المصرفية الالكترونية:

إن التطور التكنولوجي الذي يعرفه العالم اليوم أدى بالبنوك لابتكار خدمات تتماشى وهذا التطور، مستغلا بذلك كل التقنيات التكنولوجية المتاحة، وكذا ابتكار وسائل دفع جديدة تكون أكثر قابلية وتطور، ومن بين هذه الخدمات مايلي:

- الصيرفة عبر الصرافات الالكترونية:²

تتمثل في آلات الصراف الآلي وهي تلك الآلات التي يمكن نشرها بالأماكن المختلفة، سواء بالجدار أو بشكل مستقل، وتكون متصلة بشبكة حاسب المصرف، ويقوم العميل باستخدام بطاقة بلاستيكية أو بطاقة ذكية للحصول على الخدمات المختلفة، مثل السحب النقدي، الإيداع النقدي، الاستفسار على الحساب وغيرها من الخدمات، وتتمثل هذه الأجهزة فيما يلي:

¹ نور الدين كروشد وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص 181-182.

² مصطفى كافي، النقود والبنوك الالكترونية، دار رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2011، ص ص 157-158-159.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وجودة الخدمة المصرفية

1- الموزع الآلي للأوراق: هو صورة بسيطة للمكننة في القطاع البنكي، فهي آلات أوتوماتيكية تستخدم عن طريق بطاقة الكترونية، تسمح للمستهلك بسحب مبلغ من المال بدون اللجوء إلى الفرع، ويمكن تلخيصها في الجدول الموالي:

الجدول رقم(01): الموزع الآلي للأوراق

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	الموزع الآلي للأوراق
تخفيض نشاط السحب في البنوك.	جهاز موصل بوحدة مراقبة الكترونية تقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة هذه الأخيرة تسجل عليها المبالغ المالية الممكن سحبها أسبوعياً.	يسمح بالسحب لكل حائز على بطاقة السحب، يوجد في البنوك، الشوارع، المحطات وأماكن أخرى، يعمل دون انقطاع.	

المصدر: مصطفى كافي، النقود والبنوك الالكترونية، دار رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2011، ص157.

2- الشباك الآلي للأوراق: هي أجهزة أوتوماتيكية توجد في الغالب في الواجهات الأمامية لمبنى المصرف أو في الأماكن المحتمل أنيقصدها الزبائن كالأندية، الجامعات، المراكز التجارية وغيرها من الأماكن والمناطق التي يراها المصرف ملائمة، هذه الشبائيك تقدم خدمات أكثر تعقيداً وأكثر تنوعاً فبالإضافة إلى خدمة السحب النقدي تقدم خدمات أخرى، كقبول الودائع، طلب صك وعمليات التحويل من حساب إلى آخر وكل ذلك والشبائيك الأوتوماتيكية للأوراق متصلة بالحاسوب الرئيسي للبنك، ويمكن تلخيصها في الجدول الموالي:

الجدول رقم(02): الشباك الآلي للأوراق

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	الشباك الآلي للأوراق
-يستعمل من طرف الزبائن في أوقات غلق البنك؛ -الزبون المستعجل.	جهاز موصل بالكمبيوتر لرئيسي للبنك يقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة التي تسمح بمعرفة الزبون للرصيد بفضل رمز سري.	يخول لكل حائز على البطاقة القيام بالعديد من العمليات منها: السحب، معرفة الرصيد، القيام بتحويلات وطلب شيكات.	

المصدر: مصطفى كافي، النقود والبنوك الالكترونية، دار رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2011، ص158.

3- نهائي نقطة البيع الالكترونية: هي الآلات التي تنتشر لدى المؤسسات التجارية والخدماتية بمختلف طبيعتها وأنشطتها، ويمكن للعميل استخدام بطاقة بلاستيكية أو بطاقة ذكية، للقيام بأداء مدفوعاته من خلال الخصم على

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وجودة الخدمة المصرفية



حسابه الكترونياً، بتمرير هذه البطاقات داخل هذه الآلات المتصلة الكترونياً بحاسوب البنك، وذلك بإدخال الرقم السري للتعامل (code pin)، أي تخصم القيمة من رصيده وتضاف إلى رصيد المتجر الكترونياً، ويمكن تلخيصها في الجدول الموالي:

الجدول رقم(03): نهائي نقطة البيع الالكترونية

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	نهائي نقطة البيع الالكترونية
يحل مشاكل نقل الأموال ويوفر الأمن	فروع موصولة بشبكة تجمع بنوكاً مختلفة	يوضع في المحلات حيث يسمح للتعامل بتسوية عملياته التجارية بالبطاقة أثناء التسديد.	

المصدر: مصطفى كافي، النقود والبنوك الالكترونية، دار رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2011، ص 159.

- **الصيرفة عبر الهاتف:** هناك من يسميها بالمصارف الخلوية وتقوم هذه القناة على تزويد الزبون بالخدمة المصرفية في أي مكان وفي أي وقت، وتشمل الخدمات المصرفية عبر الهاتف النقل المعلوماتية كالاستعلام عن الأرصدة، الاطلاع على عروض المصارف وأسعار العملات والفوائد ومعدلاتها، الاستشارات والنصائح بشأن القروض والتسهيلات، مواقع المصرف الفعلية ودوائره وغير ذلك من الخدمات الاستعلامية، كما تشمل الخدمات المالية كتحويل الأرصدة من حساب إلى حساب، خدمات الدفع النقدي، فتح الحسابات وغلقها وغيرها من الأعمال والخدمات المصرفية، إضافة إلى الخدمات التي تقدمها من خلال خدمة الرسائل القصيرة (SMS)، تتشابه هذه الخدمات مع الخدمات التي تقدم عبر الهاتف الثابت ولكنها تتميز عنها بأنها يمكن أن تكون عبر بيانات ونص مكتوب، فيمكن الاستعلام من المصرف عن رصيد أو معرفة وضع تسوية شيك أو غيرها من الخدمات.¹

- **الصيرفة عبر الهاتف المصرفي:** يعد الهاتف المصرفي من قنوات الخدمات المصرفية الذي يستطيع المصرف من خلاله الرد على استفسارات العملاء وتقديم خدمات أخرى، مثل تسديد فاتورة أو إجراء عملية دفع، فعلى الشخص الذي يريد القيام بالدفع لجهة معينة أن يتصل بالمصرف الذي يتعامل معه لكي يتولى هذه المهمة، حيث يقوم

¹ أحمد بوراس، السعيد بركة، مرجع سبق ذكره، ص 104-105.



بالضغط على أزرار الهاتف برقم حسابه، ثم إدخال الرقم السري الذي زوده به المصرف، ثم يضغط على أزرار الهاتف برقم مشفر للجهة المستفيدة من المدفوعات، وبهذا تكون عملية الدفع قد تمت.¹

- **الصيرفة عبر المقاصة:** تأسست خدمة المقاصة الالكترونية سنة 1960 ويتم من خلالها تحويل النقود من حسابات العملاء إلى حسابات أشخاص أو هيئة أخرى، في أي فرع ولأي بنك في دولة أخرى، كدفع المرتبات الشهرية من حساب صاحب العمل إلى حساب الموظفين أو دفع المعاشات الشهرية من حساب هيئة التأمين والمعاشات إلى المستفيدين أو دفع التزامات دورية من حساب العميل إلى مصلحة الكهرباء والغاز... وغيرها.

- **الصيرفة المنزلية:** هو ذلك الحساب الشخصي الموجود بالمنزل أو العمل أو أي مكان والذي يتصل بحاسوب المصرف، ليتمكن من خلال كلمة السر أو الرقم السري أو كليهما، لإتمام العمليات المصرفية المطلوبة، وهذا يتضمن السرية العالية في التعامل.²

- **الصيرفة من خلال التلفزيون الرقمي:** هي عبارة عن ربط الأقمار الصناعية بين جهاز تلفزيون بالمنزل وبين حاسب المصارف، وبالتالي يمكنه الدخول من خلال رقم سري إلى حاسب البنك أو شبكة الأنترنت وتنفيذ العمليات المطلوبة، ويعد التلفزيون من أحدث القنوات التي تم ابتكارها والتي تمكن المصارف من التفاعل مع العملاء في مواقعهم، خصوصا في المنزل مع ربات البيوت لاسيما في حالة عدم توفر جهاز الحاسب، ووجدت هذه التقنية رواجاً خصوصا في بريطانيا والسويد وفرنسا.³

- **مصارف الأنترنت:** تعد مصارف الأنترنت الأعم والأشمل والأيسر والأكثر أهمية في مجال قنوات توزيع الخدمات المصرفية الكترونيا، وذلك بفضل اتساع شبكة الأنترنت والزيادة اليومية لعدد مستخدميها، ويمكن تمييز مصارف الأنترنت إلى قسمين رئيسيين:

¹ بلال راحو، مرجع سبق ذكره، ص 47.

² نور الدين محرز، جاهزية البنوك الجزائرية لتطوير جودة الخدمة المصرفية الالكترونية، مجلة العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الشريف مساعدي، سوق أهراس، الجزائر، ص 49-50.

³ عبد القادر كموم، أهمية تسويق الخدمات المصرفية الالكترونية في الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2013، ص 41-42.



القسم الأول: وهو ما يتعلق بأداء الخدمات المصرفية من خلال شبكة الأنترنت الدولية، من خلال ربط المصارف لحواسيبها على هذه الشبكة الدولية، فيتمكن العميل من أي مكان وفي أي وقت من الدخول على هذه الشبكة، ثم من خلال رقم سري شخصي يمكنه الدخول إلى حاسب البنك لتنفيذ تعليماته المصرفية وفقا للقواعد والاشتراطات المسموح بها والمحددة، ومن الخدمات المتاحة عبر هذه القناة الالكترونية فتح الحسابات والحصول على القروض ودفع الفواتير الكترونيا وتحويل الأموال، وتقدم بنوك الأنترنت الأمريكية خدمة تلقي وتنفيذ أوامر البيع والشراء للأسهم في البورصات العالمية.

القسم الثاني: يتعلق بالتجارة الالكترونية والتي تتم عبر شبكة الأنترنت بين البائع والمشتري، وكل من مصرفي البائع والمشتري لتسوية مبالغ الصفقة.¹

المبحث الثالث: جودة الخدمات المصرفية

تعددت الدراسات التي تحدثت عن جودة الخدمة واختلفت في المعايير التي وضعتها من أجل قياسها، لأن عدم ملموسية الخدمة ساهمت في صعوبة دراستها نسبة إلى السلع الملموسة وبالتالي تم التركيز في القطاع الخدمي على طرق قياس الجودة، التي ارتكزت أغلبها على حكم المستفيد من الخدمة أي أن القياس يتم انطلاقا من المعايير التي يضعها المستفيد.

المطلب الأول: ماهية جودة الخدمة المصرفية

إن التغييرات التي عرفتتها منظمات الأعمال ونشاطها في اطار كوني وتسارع وتيرة الاتصالات والمعلومات والاعتماد على شبكات الأنترنت، كلها أسباب أدت إلى الاهتمام بالجودة طالما أن المستهلك لم يعد يحركه السعر كما في السابق، وإنما أصبح التركيز على مفهوم الجودة كمدخل للاستجابة لمتطلبات واحتياجات العملاء.

أولا- تعريف جودة الخدمة: عرفت المنظمة الدولية للمواصفات (ISO) الجودة بأنها الدرجة التي تشبع فيها الحاجات والتوقعات الظاهرية والضمنية، من خلال جملة الخصائص الرئيسية المحددة مسبقا.²

وتعرف جودة الخدمة أيضا على أنها الانحراف القائم بين قيمة الخدمة المدركة وتلك المتوقعة من قبل الزبون.³

¹ حميدي زقاي، محمد واسيني، سلوك المستهلك المصرفي، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص ص 87-88.

² عبد اللطيف مصلح محمد عايض، إدارة الجودة، جامعة العلوم والتكنولوجيا، صنعاء، اليمن، 2012، ص 12.

³ إياد عبد الفتاح النور، تسويق المنتجات المصرفية، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2018، ص 80.

كما تعرف على أنها التطابق مع المتطلبات وهذا يعني أنه على المنظمة أن تضع المتطلبات والمواصفات عند وضع أهداف الجودة، ثم يجب أن تتفق الخدمة مع هذه المواصفات.¹

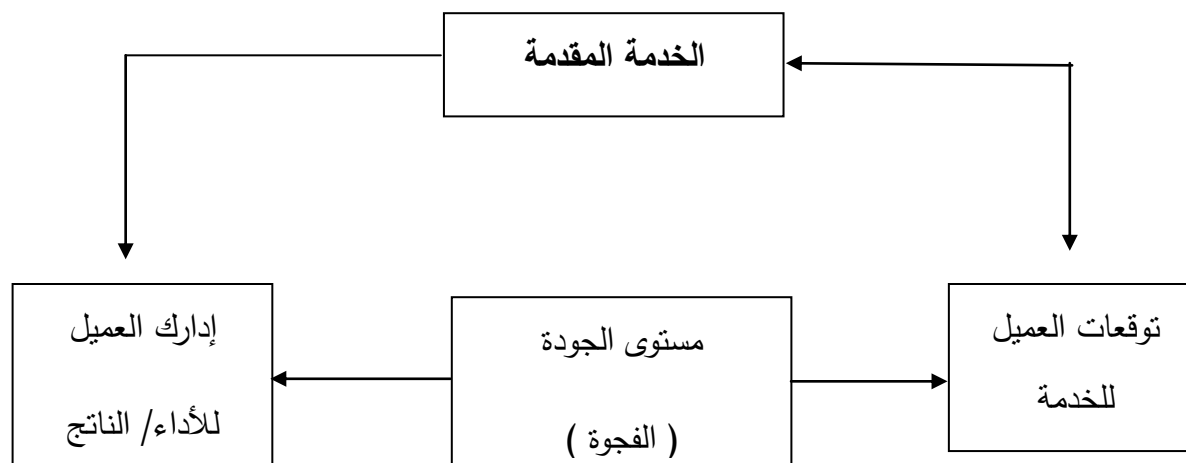
ثانياً- تعريف جودة الخدمة المصرفية

هي إرضاء لمتطلبات الزبون ودراسة قدرة المصرف على تحديد هذه المتطلبات والقدرة على تلبيتها، فإذا تبنى المصرف عملية تقديم خدمات ذات جودة عالية يجب عليه أن يسعى لذلك من خلال التفوق على حاجات وتوقعات الزبون.²

ويمكن تعريفها أيضاً على أنها معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء لهذه الخدمة، أو هي الفرق بين توقعات العملاء للخدمة وإدراكاتهم للأداء الفعلي لها.³

وهذا ما يمكن توضيحه عن مفهوم جودة الخدمة من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (03): مفهوم جودة الخدمة



المصدر: أحمد شعبان محمد علي، التسويق والخدمات المصرفية، دار التعليم الجامعي، القاهرة، مصر، 2017، ص233.
ومن خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف جودة الخدمة المصرفية بأنها المقارنة التي يعقدها الزبون بين جودة الخدمة المرغوب الحصول عليها والخدمة الفعلية (الحقيقية) التي حصل عليها.

¹ فيروز قطاف، عبلة بزقاري، جودة الخدمة المصرفية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019، ص63.

² شفيق البصري عبد الرضا، هديل عادل طاهر، تقنيات الصيرفة الالكترونية وتأثيرها في جودة الخدمة المصرفية (دراسة استطلاعية مقارنة لبعض فروع المصارف العراقية الحكومية والأهلية)، العدد 114، مجلة الإدارة والاقتصاد، الكلية التقنية الإدارية، بغداد، العراق، 2018، ص139.

³ أحمد شعبان محمد علي، التسويق والخدمات المصرفية، دار التعليم الجامعي، القاهرة، مصر، 2017، ص233.

ثالثا- تعريف جودة الخدمة المصرفية الالكترونية

جودة الخدمة الالكترونية هي درجة تسهيل موقع ويب لعمليات التخزين، الشراء والتسليم الفعال للمنتجات، وبالإضافة إلى هذا البعد النفسي الذي يتمثل في تسهيل الصفقة، وهناك البعد المتعي وهو مجمل العواطف التي يشعر بها مستخدم الأنترنت عند زيارته للمواقع.¹

وتعرف جودة الخدمة المصرفية الالكترونية بأنها ملائمة ما يتوقعه العملاء مع الخدمة المصرفية المقدمة إليهم باستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة، مع إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحصلون عليها نتيجة حصولهم على الخدمة، لذا فإن الخدمة الجيدة من وجهة نظر الزبائن هي التي تتفق أو تتطابق مع توقعاتها.²

وتعرف أيضا جودة الخدمة المصرفية الالكترونية بأنها التقييم العام للعملاء لمدى امتياز الخدمة المصرفية عبر الشبكات (القنوات) الالكترونية، مثل الأنترنت وجهاز الصراف الآلي.³

من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف جودة الخدمة المصرفية الالكترونية على أنها حكم الزبائن على مدى توافق توقعاتهم مع إدراكاتهم الفعلية للمنفعة التي يحصلون عليها من الخدمة المصرفية الالكترونية التي يقدمها البنك، ومستوى الإشباع والافتتاح الذي تحققه لهم نتيجة حصولهم على الخدمة.

رابعا- أهداف جودة الخدمة المصرفية: إن الهدف الأساسي من تطبيق جودة الخدمة في المؤسسات المصرفية ما يلي:⁴

- 1- انخفاض شكاوي الزبائن والمستهلكين بالنسبة لجودة السلع والخدمات المقدمة لهم؛
- 2- زيادة المبيعات، الحصة السوقية والأرباح؛
- 3- زيادة الإنتاجية وتحسين نوعيتها،

¹ كاترين فيو، التسويق الالكتروني، الطبعة الأولى، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ترجمة وردية واشد، بيروت، لبنان، 2008، ص66.

² مفتاح سعد الباهي صلاح الدين، أثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا الزبائن (دراسة ميدانية على البنك الاسلامي الأردني)، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2016، ص09.

³ محمود أبي، محمد علاء، جودة الخدمات المصرفية الالكترونية وأثرها في رضا العميل (دراسة مقارنة بين فروع المصارف العامة والخاصة في مدينة حماة)، العدد38، مجلة جامعة البعث للعلوم الانسانية، سوريا، 2016، ص05.

⁴ سفيان بوصالح، التحكم في جودة الخدمة البنكية (دراسة نوعية كمية في البنك الوطني الجزائري)، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2016، ص ص46-47.



4- تحقيق الفاعلية في أداء الأنشطة بسبب تخفيض الأخطاء، تخفيض مدة الخدمة وتخفيض التكاليف؛

5- الارتقاء بمقاييس الجودة للوصول إلى مستوى الجودة العالمية؛

6- تحسين الاتصال والتعاون بين وحدات وأقسام المصرف.

خامسا- أهمية جودة الخدمة المصرفية: هناك عدد من المؤشرات الرئيسية التي يمكن من خلالها الاستدلال على الجودة في الخدمات عامة والمصرفية خاصة، ومن أبرز هذه المؤشرات ما يلي:¹

1- ارتبطت الخدمة إلى حد كبير مع الجودة حتى أصبح من الضروري اعتماد عدد من المقاييس لتأشير مستوى

الرضا المتحقق لدى العملاء، من خلال الربط بين الخدمة المقدمة والجودة، وهذا الأمر قاد **parasuraman**

وآخرون إلى اعتماد مقاييس هي عبارة عن سلسلة من المقاييس المتكاملة والمترابطة لمعرفة رأي المستهلك بما

يتوقعه من أداء في الخدمة المقدمة له من منتجها، وعلى وفق عدد من المعايير (الخصائص)؛

2- أصبح للجودة أبعاد رئيسية يتم اعتمادها بوصفها أساس في القياس لتأشير مستوى الجودة؛

3- تعد الجودة في الخدمة المصرفية مؤشرا مهما في قياس مستوى الرضا المتحقق لدى العميل عن الخدمة المقدمة

له من قبل المصرف؛

4- الجودة في الخدمة المصرفية تخضع للتحسين المستمر عبر إدارة متخصصة ضمن الهيكل التنظيمي للمصرف،

هادفة لتحقيق الشمولية والتكاملية في الأداء.

سادسا- مستويات جودة الخدمة المصرفية: هناك خمسة مستويات لجودة الخدمة المصرفية يمكن تحديدها كما

يلي:²

الجودة المتوقعة: من قبل العملاء والتي تمثل مستوى الجودة من الخدمات المصرفية التي يتوقعون أن يحصلوا عليها

من المصرف الذي يتعاملون معه.

الجودة المدركة: وهي ما تدركه إدارة المصرف في نوعية الخدمة التي تقدمها لعملائها والتي تعتقد أنها تشبع

حاجاتهم ورغباتهم بمستوى عالي.

¹ المرجع نفسه، ص ص 47-48.

² زين الدين رهام، رفاه لحلو، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في البنوك التجارية في مدينة نابلس، جامعة النجاح الوطنية،

نابلس، فلسطين، 2016، ص 16.



الجودة الفنية: وهي الطريقة التي تؤدي بها الخدمة المصرفية من قبل موظفي المصرف والتي تخضع للمواصفات النوعية للخدمة المصرفية المقدمة.

الجودة الفعلية: هي التي تؤدي بها الخدمة وتعتبر عن مدى التوافق والقدرة في استخدام أساليب تقديم الخدمة بشكل جيد يرضي العملاء، أي بعبارة أخرى كيف يرفع موظفي البنك من مستوى توقع العملاء للحصول على الخدمة المصرفية.

الجودة المرجوة للعملاء: أي مدى الرضا والقبول الذي يمكن أن يحصل عليه المصرف من عملائه عند تلقيهم لتلك الخدمات.

المطلب الثاني: أبعاد جودة الخدمة المصرفية

تعد دراسة معايير جودة الخدمة المصرفية من أهم الأساليب للوصول إلى فهم جوهرها، ولقد تعددت محاولات الكتاب والباحثين لتحديد المعايير التي تتكون منها جودة الخدمات إلا أنها لم تتفق فيما بينها على ماهية هذه المعايير وعددها والمتغيرات الفرعية، التي يتكون منها كل معيار.¹

إضافة إلى ماسبق وصل (Parasuraman et al 1985) إلى تطوير عشرة أبعاد أساسية للجودة، لكن كثرة عدد هذه الأبعاد جعل الدراسات والأبحاث تتلاحق فيما بعد، حيث في سنة 1988 أدرك نفس الباحثين بأن هذه المعايير العشرة لجودة الخدمة المصرفية غير مستقلة تماما عن بعضها البعض، لذلك قاموا باختصارها إلى خمسة معايير فقط وهي:²

1- الجوانب المادية (الملموسية): تشمل اهتمام العميل بالمظهر الخارجي للمصرف والديكور بداخله، ترتيب الأقسام في المصرف، وسائل نقل الخدمة، الكوادر العاملة في المصرف، المنافع والأدوات والمعدات التقنية المصرفية المستخدمة في المصرف.

2- الاستجابة: تتمثل في قيام الكوادر المصرفية العاملة بتقديم الخدمة المصرفية للعملاء بشكل فوري وعاجل، إضافة إلى قدرتهم على التكيف مع الظروف الطارئة والمستجدة والرغبة في مساعدة العميل وتطوير الخدمة المقدمة له.

¹ عباس نوار كحيط الموسوي، مرجع سبق ذكره، ص14.

² اياد عبد الفتاح النسر، مرجع سبق ذكره، ص82.



3- **الاعتمادية:** وتتمثل في القدرة على تقديم الخدمات المصرفية التي يدركها ويتوقعها العميل، بصورة دقيقة وبشكل مستمر وفي المواعيد المحددة دون أخطاء.

4- **الاهتمام والتعاطف:** يشمل الجوانب التي تعبر عن درجة تفهم المصرف لاحتياجات العملاء وظروفهم ومصالحهم، كما تعني مستوى العناية والاهتمام الشخصي الذي يقدمه المصرف للعميل.

5- **السرية والأمان:** تصب في جانب شعور العميل بالراحة والاطمئنان عند التعامل مع المصرف وكوادره المصرفية المختلفة، كما تشمل دعم الإدارة العليا وتأييدها في المصرف للعاملين فيه أثناء قيامهم بتقديم الخدمة المصرفية للعميل وإبداء الاستعداد لتقدير المواقف وتقدير الجهد المبذول في العمل، ومعرفة الموظفين ومجاملتهم وإعطاءهم الثقة والأمان للعميل.

المطلب الثالث: نماذج تقييم جودة الخدمة المصرفية

تعتبر نماذج تقييم جودة الخدمة المصرفية قابلة للتطبيق في كل المجالات الخدمية سواء التي تتعامل مع العميل بشكل مباشر أو غير مباشر، حيث سنتحدث عن النماذج التي استخدمت لتقييم جودة الخدمة المصرفية.

1- **مقاييس عدد الشكاوي:** ويتم قياس جودة الخدمة من خلال حصر عدد الشكاوي خلال فترة معينة، وتصنيفها حسب نوع الشكوى، وما يميز هذه الطريقة سهولة إعطائها مؤشرا نحو إدراك العملاء للخدمة المقدمة لهم.¹

2- **مقاييس الرضا:** تعد من أكثر الطرق استخداما لمعرفة اتجاهات العملاء وقياسها باستخدام مقياس ليكرت، الذي يتكون من 7 درجات لقياس درجة أهمية العناصر المكونة لجودة الخدمة من وجهة نظر العملاء، حيث يتم توجيه مجموعة من الأسئلة للعملاء تقيس رضاهم بعد حصولهم على الخدمة من خلال قائمة استبيان بطاقات تدوين الملاحظات أو المقابلات الشخصية، إن هذه الطريقة تفيد المنظمة خاصة في معرفة جوانب القوة والضعف التي تميز خدماتها، وبالتالي تتيح للمنظمة المواءمة بين احتياجات العملاء والموارد التي تمتلكها.²

¹ فيروز قطاف، عبلة بزقاري، مرجع سبق ذكره، ص 81.

² المرجع نفسه، ص: 82.



3- مقياس الفجوة "servqual": هو نموذج يعتمد على توقعات العميل للخدمة التي يريدها وإدراكاته لمستوى الخدمة المقدمة بالفعل، فالفجوة بين إدراك العميل لمستوى الأداء الفعلي للخدمة وتوقعاته حول جودة الخدمة قبل تقديمها تعتبر المحور الأساسي في نموذج الفجوات التي تعتمد على طبيعة الخدمة وتصميمها وتقديمها.¹ ويستند هذا المقياس إلى استبيان مكون من 22 عبارة صممت لتغطي 5 أبعاد لجودة الخدمة، حيث أن هذا الاستبيان يطلب من العميل إكمال العبارات الاثنتين والعشرين فيما يتعلق بتوقعاته، وجزء يتعلق بنظرته يتكون من مجموعة مطابقة لجمل خاصة بالمنظمة حول تقديم الخدمة، وذلك بتدوين العلامات على سلم ليكرت المكون من 7 درجات انطلاقاً من الدرجة 1 أوافق بشدة إلى الدرجة 7 لا أوافق بقوة، كما يطلب الاستبيان من العميل تقييم الأهمية النسبية لكل بعد من أبعاد الجودة، وقد حددت في هذا النموذج خمسة فجوات بين توقعات العملاء وإدراكاتهم للخدمة، وهي كالتالي:²

الفجوة الأولى: فجوة بين توقعات العملاء وبين إدراك المنظمة؛

الفجوة الثانية: فجوة بين إدراك الإدارة المنظمة وبين المواصفات المحددة لجودة الخدمة؛

الفجوة الثالثة: فجوة بين مواصفات جودة الخدمة وبين التسليم الفعلي للخدمة؛

الفجوة الرابعة: فجوة بين الخدمة المتوقعة وبين الخدمة المدركة؛

الفجوة الخامسة: فجوة بين الخدمة الفعلية وبين الخدمة المتوقعة.

إن نموذج الفجوات يهدف بشكل أساسي إلى توضيح سلسلة الفجوات التي تؤثر على إدراك العملاء لجودة الخدمة، بغرض القيام باتصالات خارجية فعالة تخلق توقعات مساوية للخدمة المدركة المقدمة للعملاء.

4- مقياس الأداء الفعلي للخدمة "servperf"³

نتيجة للانتقادات السابقة لمقياس الفجوات، استمرت جهود الباحثين للتوصل إلى نموذج آخر علمي وعملي لقياس جودة الخدمة حيث توصل "**Cronin and Taylor 1992**" إلى مقياس آخر لا يعتمد على الفجوات من الإدراكات والتوقعات، حيث انصب انتقاد الباحثين في النموذج السابق في صعوبة تحديد وقياس توقعات العملاء

¹ فرج الله علاء نايف راشد، أثر القدرات التعليمية في جودة الخدمة من خلال الرضا الوظيفي في شركات الاتصالات العاملة في الأردن، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، عمادة الدراسات العليا جامعة آل البيت، الأردن، 2019، ص16.

² فيروز قطاف، عبلة بزقاري، مرجع سبق ذكره، ص83.

³ المرجع نفسه، ص88.



وكذلك العمليات الحسابية المعقدة نسبياً التي تتضمنها عملية القياس، وعليه فإن هذا النموذج يقوم على فكرة مبسطة وهي أن جودة الخدمة يجب قياسها بطريقة لا تختلف عن قياس الاتجاهات أي أن القياس ينصب على اتجاهات المستفيدين من الخدمة المقدمة نحو مستوى الأداء الفعلي لهذه الخدمة.

5- مقياس العميل الموجه بالقيمة "User-Value" quality measures¹

نظراً للانتقادات التي وجهت إلى النماذج الآنف الذكر تم البحث عن مقاييس أخرى تأخذ في الحسبان سلوك المستهلك، حيث يعد مقياس التكلفة أو مقياس القيمة من منظور العميل أحد هذه المقاييس، حيث يفترض هذا المقياس أن ما يحدد القيمة هي العلاقة بين المنفعة والسعر، بعبارة أخرى فإن العميل يدرك المنفعة المقدمة ويدفع ثمناً لهذه الخدمة، حيث أنه إذا زاد السعر المطلوب عن المنفعة فإن القيمة المدركة للخدمات تصبح دون المستوى، ما قد يدفع العميل إلى التحول إلى مؤسسة أخرى وبالتالي يقع على عاتق المنظمة زيادة المنفعة المدركة لخدماتها مع مراعاة علاقة ذلك بالسعر.

¹ المرجع نفسه، ص90.



خلاصة

لقد تطورت الخدمات المصرفية كغيرها من الخدمات الأخرى جراء تطور احتياجات العملاء واختلافها، فكان لزاما على المصارف أن تواكب هذا التطور من خلال تقديم خدمات مصرفية تلبي احتياجات العملاء المتزايدة، ولتحقيق ذلك تبنت المصارف عدة مناهج حديثة لتقديم خدمات متنوعة والأهم من ذلك كله الاعتماد على ما وصلت إليه تكنولوجيا المعلومات والاتصال من تطور في تقديم خدماتها في كل مكان وزمان، فانتهدت الخدمات المصرفية الالكترونية التي صارت تغطي الخدمات المصرفية التقليدية بخدمات أكثر حداثة وجاذبية متمثلة في وسائل دفع جديدة كالبطاقات المصرفية المختلفة، النقود الالكترونية، الشيكات الالكترونية، المحافظ الالكترونية وغيرها وبهذا ازدادت المنافسة بين المصارف لتقديم أحسن الخدمات وتلبية احتياجات الزبائن المختلفة، فظهرت جودة الخدمات المصرفية، حيث أن المحافظة على جودة متميزة للخدمة المصرفية يؤدي إلى خفض التكاليف وزيادة الربحية والحصة السوقية للمصرف، ولتحقيق ذلك يجب على المصرف التعرف على أبعاد جودة الخدمة ووضع معايير للحكم عليها من أجل تحسينها .

الفصل الثاني:

الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري
لوكالة المسيلة



تمهيد:

إن توجه الجزائر نحو الدخول إلى الاقتصاد المعرفي، فرض على المصارف الجزائرية مواجهة هذه التغييرات المستجدة، حيث ما يميز العمل المصرفي في عصر المعرفة هو تفاعل دور التكنولوجيا المصرفية، فانتقال المصارف الجزائرية إلى عصر المعلوماتية أوجب عليها ضرورة التكيف مع تغييرات وتطورات المحيط الجديد، وهذا بالسعي لابتكار منتجات وخدمات جديدة تتناسب مع تطلعات زبائنها الذين أصبحوا يطمحون لخدمات أرقى وأسرع، وقد كان بنك القرض الشعبي الجزائري من السباقين لتطوير خدماته ومواكبة الجديد في مجال التكنولوجيا المصرفية.

وسنتطرق في هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث تتضمن ما يلي:

المبحث الأول: بطاقة تعريفية حول بنك القرض الشعبي الجزائري؛

المبحث الثاني: تصميم الدراسة الميدانية؛

المبحث الثالث: تحليل نتائج وفرضيات الدراسة الميدانية.



المبحث الأول: بطاقة تعريفية حول بنك القرض الشعبي الجزائري

تم اختيار بنك القرض الشعبي الجزائري المتمركز في ولاية المسيلة كعينة مأخوذة من المجتمع المتمثل في البنوك الجزائرية، وقد تم اختيار هذا المجتمع لتوفره على معلومات كافية وواضحة كفيلة لإبراز المعنى الحقيقي للإشكالية المطروحة في هذه الدراسة، كما أنها تساعدنا على قياس وتحليل مشكلة الدراسة.

المطلب الأول: تقديم بنك القرض الشعبي الجزائري

أنشأ القرض الشعبي الجزائري بتاريخ 29 ديسمبر 1966، مقره الرئيسي بشارع العقيد عميروش، بالجزائر العاصمة، برأس مال قدره 150 مليون دينار جزائري، ليخلف المصارف الشعبية العديدة التي كانت متواجدة قبل عام 1966، وهذه المصارف هي:¹

*البنك الشعبي التجاري والصناعي لوهران.

*البنك التجاري والصناعي للجزائر.

*البنك الجهوي التجاري والصناعي لعنابة.

*البنك الجهوي للقرض الشعبي الجزائري.

وتمت إليه الشركة المرسلية للبنوك في 30 ماي 1968، والشركة الفرنسية للتسليف عام 1971، وتم تدعيمه بعد ذلك بضم البنك الجزائري المصرفي في 01 جانفي 1986، وللبنك تسع وحدات جهوية (تقسيم 1983)، أما فروعه فقد بلغت 114 فرع (وكالة) في بداية 1985، لتتقلص فيما بعد إلى 78 وكالة وذلك بعد تأسيس بنك التنمية المحلية، وبلغ رأس ماله عام (1966) 15 مليون دينار جزائري، وفي سنة 1983 بلغ ما يعادل 800 مليون دينار جزائري، وفي سنة 1992 بلغ 5,6 مليار دينار جزائري، أما سنة 1994 وصل نحو 9,31 مليار دينار جزائري، وفي 1996 كان قد وصل إلى 13,6 مليار دينار جزائري، وفي سنة 2000 بلغ

¹ مصلحة الموارد البشرية لبنك القرض الشعبي الجزائري وكالة المسيلة.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة



21,6 مليار دينار جزائري، وفي سنة 2006 ارتفع إلى 29,3 مليار دينار جزائري، وفي الأخير وسنة 2010 بلغ رأس مال القرض الشعبي الجزائري 48 مليار دينار جزائري.

وفي نهاية 31 ديسمبر 2014 فإن القرض الشعبي الجزائري، أصبحت شبكته تمتد حول جميع أنحاء الوطن والذي يتضمن 140 وكالة مجهزة إعلاميا و15 مديرية جهوية، فسلسلة منتجات وخدمات البنك تسمح بالاستجابة لاحتياجات عدد كبير من الزبائن والمؤسسات و يبلغ عدد موظفيه حاليا ما يقارب 15500 عامل وفيهم 3875 إطار، ويتبع البنك سياسة التكوين المستمر وترقية الموظفين الذين يعملون على مستوى الشبكات إلى موظفين على مستوى الهيكل المركزي للبنك، وهذا من أجل رفع عدد اطارات البنك.

المطلب الثاني: تقديم بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة المسيلة¹

أنشأت وكالة المسيلة للقرض الشعبي الجزائري في سنة 1973، مقرها في المركز التجاري بالمسيلة، يشغل القرض الشعبي الجزائري 23 عامل دائم والباقي هم عبارة عن عمال متكونين مرسلين من المعاهد المتخصصة في الولاية، وهذا من أجل تحسين مستوى الإطارات داخل البنك.

ويعتبر مدير الوكالة أن للرقابة الداخلية للبنك دور كبير في رفع فعالية الوكالة من ناحية الهيكل أو نظام العمل، بالإضافة إلى الإجراءات والوسائل المستخدمة من بينها مراقبة الإعلام الآلي الذي هو متواجد في كل مصالح الوكالة، كذلك الأجهزة الحديثة لحاسبات النقود، حيث تم تزويد الوكالة بهذه الأجهزة سنة 1997.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لبنك القرض الشعبي الجزائري وكالة المسيلة²

تعمل الوكالة البنكية وفق ما يخطه البنك من سياسة عامة، وذلك في إطار تخفيف الأعباء وزيادة الموارد بالنسبة للبنك، كما يمكن اعتبار الوكالة مركز للدراسات لأن بموجب موقعها القريب من الزبائن يمكن بها إحصاء عدد ونوع الخدمات التي يطلبها المتعامل، وهذه الوظائف لا يمكن القيام بها إلا بتوفر مسؤولين ذوي

¹ مصلحة الموارد البشرية لبنك القرض الشعبي الجزائري وكالة المسيلة.

² مصلحة الموارد البشرية لبنك القرض الشعبي الجزائري وكالة المسيلة.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة



كفاءة على مستوى الوكالة وهم:

1- **المدير:** يعتبر مدير البنك المسؤول الأول عن التسيير ومراقبة مجمل النشاطات، يمارس السلطة النظامية على جميع الأشخاص، ويعتبر أيضا المسؤول الأول عن النتائج المحققة على مستوى وكالته ويتمتع بالصلاحيات التالية:

*تمثيل الوكالة على المستوى المحلي، وتنسيق ومتابعة النشاط على مستوى الوكالة.

*تطبيق القواعد المنظمة لمجال نشاطه ومعرفة أحسن لمحيطه الاقتصادي وهذا من أجل جلب أكبر نسبة للزبائن والأموال والمشاريع.

*التوجيه والمراقبة والتقارير في مجال الإقراض والخصم ومعالجة العمليات البنكية.

*تسيير الخزينة والتكوين المستمر للموظفين.

*التوقيع على ما يجب التوقيع عليه من وثائق والصكوك التي تكون لها المصادقية أمام المؤسسات المالية والإدارية والقضائية.

2- **نائب المدير:** تأتي مسؤولية نائب المدير مباشرة بعد المدير والذي يعمل من أجل نيابته في كل الأعمال في حالة غيابه ومساعدته على إتمام وظائفه.

3- **سكرتيرة المدير:** تساعد المدير في المكالمات الهاتفية وتثبيت المواعيد واستقبال البريد وتسجيله وتوزيعه على مختلف مصالح البنك.

4- **مسؤول المصلحة:** إن مسؤول المصلحة يعمل على مستوى تقني وتنفيذي وهو المسؤول الأول على نشاط مصلحته.

ومن أجل رفع فعالية الوكالة وتسهيل عملية تسييرها ثم تقسيمها إلى المصالح التالية:

1- **مصلحة الإدارة:** وهي المصلحة التي تقوم أساسا بخدمات تخص الموظفين والزبائن وهي كالتالي:

- وضع ملفات خاصة بكل موظف بالبنك؛

- التأمين على الموظفين؛

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة



- فاتورة الأجور أو وثيقة الأجور؛
 - إعطاء الوثائق اللازمة من أجل أخذ العطل سواء كانت مرضية أو غيرها؛
 - حل المشاكل المتعلقة بالموظف داخل البنك؛
 - التكلف بالعمال الجدد؛
 - مراجعة الملفات الخاصة بالزبائن؛
 - فتح حسابات للزبائن على مختلف أنواعها؛
 - فتح حسابات خاصة: للتوفير، للسكن، للتجارة... وغيرها؛
 - وضع اليد على مال المدين؛
 - حجز الأموال في الحسابات؛
 - وضع وكالات خاصة لصاحب الحساب إن أراد ذلك.
- 2- مصلحة المراقبة:** وتعمل هذه المصلحة على :
- تركيب وإرسال اليوميات المحاسبية بعد المراجعة؛
 - مراجعة العمليات المحققة من طرف كل المصالح؛
 - التأكد من أن العمليات المسجلة قد تم تحقيقها فعلا، وأنها لا تتعارض مع قانون البنك؛
 - التأكد من التوقعات والتأشيريات للوثائق المحاسبية؛
 - المراقبة اليومية للحسابات المدينة؛
 - التأكد من تحويل الخزينة إلى المديرية العامة؛
 - التأكد من دفع الرسوم والضرائب منها (TVA).
- 3- مصلحة الإقراض وتعمل على ما يلي:**
- فتح ملفات الإقراض ودراسة وتقدير أخطارها؛
 - تحديد نوع القروض والحظوظ المتاحة للإقراض؛
 - ضمان تحصيل الديون المتنازع في شأنها؛
 - إرسال الطلبات إلى بنك الجزائر، وإعلام الزبائن بالقرار النهائي (حالة القروض الكبيرة)؛
 - استقبال الضمانات المقدمة من المستفيد من القرض؛
 - مساعدة الزبائن على اختيار الطرق المثلى لتمويل مشاريعهم.



4- المصلحة الخارجية: ومن أهم خدمات هذه المصلحة ما يلي:

- فتح وتصفية ملفات التوظيف للاستيراد والتصدير؛
- تسيير العقود ومنح الضمانات (للتصدير، القبول المؤقت)؛
- فتح ملفات الاعتماد المستندي والتحصيل المستندي؛
- التحويل والتحصيل الحر؛
- متابعة وتغير تحويل العملة، أي عندما يرتفع وعندما ينزل؛
- متابعة عملية تحويل العملة الصعبة، وتوطينها بالنسبة للأشخاص الذين يخرجون خارج الوطن.

5- مصلحة الصندوق: وتتكون من:

قسم الشباك الأمامي وهو الذي يعمل على:

- استقبال الزبائن مباشرة وإعلامهم، وتحويل أموالهم؛
- دفع المستحقات على أساس الشيكات أو دفاتر الادخار وتحصيل الإيداعات سواء بالعملة المحلية أو الصعبة؛
- القيام بعمليات الصرف والتحويل؛
- إنجاز العمليات الخاصة بالوكالات الأخرى أو بسندات الضمان؛
- استقبال أوامر الزبائن.

قسم الشباك الخلفي ويقوم بالخدمات التالية:

- فتح الحسابات والقيام بعمليات الترسيد؛
- القيام بأعمال خاصة بالتحويل والتحصيل وسندات الخزينة.



المبحث الثاني: تصميم الدراسة الميدانية

نقدم في هذا الجزء عرضا لمختلف الاحصاءات الوصفية لمتغيرات الدراسة، إلى جانب التعريف بمجتمع وعينة الدراسة وأدوات جمع البيانات وأساليب تحليلها.

المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة

تألف مجتمع الدراسة وعينتها من زبائن بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة، وتم تطبيق أداة الدراسة (الاستبيان) على بعض مفردات مجتمع الدراسة البالغ عددهم (36) وقد تم اختيارهم عشوائيا، وتم توزيع (36) استبيان، واسترجاع (36) استبيان، والجدول الموالي يوضح توزيع عينة الدراسة:

الجدول رقم (04): توزيع عينة الدراسة

التكرار	
36	العينة
36	المستجوبين
% 100	النسبة

المصدر: من إعداد الطالبة.

وكما يبين الجدول فقد بلغ عدد المستجوبين من زبائن بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة 36 فرد وبنسبة 100%، وهو حجم العينة الإجمالي، وبذلك تعد نسبة الاستجابة نسبة ممتازة.

المطلب الثاني: أداة جمع البيانات

من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم تصميم استبيان بعد الاطلاع على الجانب النظري المتعلق بموضوع الدراسة، وبالاعتماد على الدراسات السابقة التي تناولت نموذج الدراسة الحالية، وقد تكون الاستبيان من:

❖ **الجزء الأول:** يشتمل على البيانات الخاصة بالمستجيب، وتتضمن (الجنس، العمر، المستوى التعليمي)، حيث أن الهدف من اعتماد هذه العناصر في الدراسة هو معرفة دور هذه الأخيرة في الفروق التي تظهر بين إجابات مفردات العينة على فقرات الاستبيان.

❖ **الجزء الثاني:** تم إعداد قائمة الاستقصاء، والتي تحتوي على مجموعة من العبارات تكون الإجابة عليها بالتدرج من غير موافق بشدة إلى موافق بشدة، مع إعطاء أوزان ترجيحية لكل إجابة، ومن خلال التحليل الإحصائي لإجابات المستقصى منهم على العبارات قد تم تبويب قائمة الاستقصاء إلى محورين:¹

¹ أنظر الملحق رقم (02).

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة



- المحور الأول (عبارة رقم 1-13): يهدف إلى قياس تأثير وسائل الدفع الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية؛

- المحور الثاني (عبارة رقم 14-35): يهدف إلى قياس تأثير وسائل الدفع الالكتروني على أبعاد جودة الخدمة المصرفية.

كما تم اعتماد مقياس ليكارت (Likert) المكون من خمس درجات لتحديد درجة أهمية كل بند من بنود الاستبيان، وذلك كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (05): مقياس ليكارت الخماسي*

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

المصدر: من إعداد الطالبة.

لتحديد طول خلايا المقياس الخماسي (الحدود الدنيا والعليا) المستخدمة في محاور الدراسة، تم حساب المدى (4=1-5) ثم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية الصحيح أي (0,80=5/4)، ثم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس أو بداية المقياس وهي العدد (1) وعليه الخلية الأولى تكون (1,80=0,80+1)، كما هي مبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (06): الأهمية النسبية للمتوسط الحسابي

الأهمية	الوسط الحسابي
غير موافق بشدة	1- أقل من 1,8
غير موافق	1,81 - أقل من 2,6
محايد	2,61 - أقل من 3,4
موافق	3,41 - أقل من 4,2
موافق بشدة	4,21 - 5

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مقياس ليكارت الخماسي

وعليه أصبح طول الفئة كما يلي:

* مقياس ليكارت: يستخدم لقياس الاتجاهات في كثير من الموضوعات، بحيث يظهر المفحوص ما إذا كان يوافق بشدة أو لا يوافق بشدة أو مترددا على كل عبارة، وتدرج الموافقة وتعطى قيم تتراوح ما بين الموافقة بشدة أو عدم الموافقة بشدة، فمثلا وفقا للمقياس الخماسي يكون السلم كالاتي: موافق بشدة (5)، موافق (4)، متردد (3)، لاوافق (2)، لاوافق بشدة (1)، والدرجة المرتفعة هنا تدل على الاتجاهات الموجبة والدرجة المنخفضة تدل على الاتجاهات السالبة، ولتحديد اتجاهات المفحوص العامة نحو القضية مثار البحث يمكن جمع درجاته على كافة الفقرات الواردة في المقياس.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة

- [1 - 1.180] يمثل التصنيف "غير موافق بشدة" نحو كل عبارة من عبارات محاور الاستبيان؛
- [2,6 - 1.181] يمثل التصنيف "غير موافق" نحو كل عبارة من عبارات محاور الاستبيان؛
- [3,4 - 2,6] يمثل التصنيف " محايد " نحو كل عبارة من عبارات محاور الاستبيان؛
- [4,2 - 3,41] يمثل التصنيف " موافق " نحو كل عبارة من عبارات محاور الاستبيان؛
- [5 - 4,21] يمثل التصنيف " موافق بشدة " نحو كل عبارة من عبارات محاور الاستبيان.

كما تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for Social

Sciences-SPSS)، وبرنامج الإكسيل (Excel) في تحليل البيانات التي تم جمعها في هذه الدراسة، وقد تم استخدام الأساليب المناسبة في التحليل والتي تعتمد أساسا على نوع البيانات المراد تحليلها وعلى أهداف وفرضيات الدراسة، وقد تم استخدام عدة أساليب إحصائية من أجل توظيف البيانات التي تم جمعها لتحقيق أغراض الدراسة، وفيما يلي الأساليب التي تم استخدامها ومبررات استخدام كل منها:

- التكرارات والنسب المئوية: تعطى بالعلاقة التالية:

$$p = \frac{fi}{\sum fi} \times 100$$

- المتوسط الحسابي: باعتباره أحد مقاييس النزعة المركزية، فقد تم استخدام المتوسط الحسابي في هذه الدراسة كمؤشر لترتيب البنود حسب أهميتها من وجهة نظر المستجوبين على الاستبيان، حيث تم اعتماد المتوسط الحسابي لإجابات المشاركين.
- الانحراف المعياري: تم استخدام الانحراف المعياري لمعرفة مدى تشتت القيم عن متوسطها الحسابي.

المطلب الثالث: خصائص مفردات عينة الدراسة

تم تقسيم خصائص عينة الدراسة من حيث الجنس، العمر، المستوى التعليمي وفيما يلي تحليل لنتائج البيانات الشخصية للمستجوبين.

- 1-الجنس: الجدول الموالي يقوم بعرض نسبة الذكور والإناث لعينة الدراسة، وهي موزعة كما يلي:¹

¹ أنظر الملحق رقم (03).

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة



الجدول رقم (07): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	27	75%
أنثى	9	25%
الإجمالي	36	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

يتضح من الجدول أعلاه أن نسبة الذكور أكبر من الإناث، حيث تمثل نسبة الذكور (75 %) من أفراد عينة الدراسة أما نسبة الإناث فتتمثل (25%).

2- العمر: يوضح الجدول الموالي توزيع عينة الدراسة حسب العمر وهي موزعة كما يلي:¹
الجدول رقم (08): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر

السن	التكرارات	النسبة المئوية
من 18 - 30 سنة	6	17%
من 31 - 40 سنة	20	55%
من 41 - 50 سنة	9	25%
51 سنة فأكثر	1	3%
الإجمالي	36	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن فئة الأفراد الذين يتراوح سنهم (من 18 - 30 سنة) قدرت بنسبة 17%، أما الذين يتراوح سنهم (من 31 - 40 سنة) فقد قدرت بنسبة 55%، في حين أن الذين يتراوح سنهم (من 41 - 50 سنة) قدرت بنسبة 25%، أما البقية الذين يزيد سنهم عن 51 سنة قدرت بنسبة 3%.

3- المؤهل العلمي: الجدول الموالي يقوم بعرض توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي وهي كالآتي:²

¹ أنظر الملحق رقم (03).

² أنظر الملحق رقم (03).

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة



الجدول رقم(09): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرارات	المستوى التعليمي
6%	2	متوسط
19%	7	ثانوي
53%	19	جامعي
22%	8	دراسات عليا
100%	36	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات SPSS.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن فئة الأفراد الذين يملكون مستوى تعليمي متوسط بلغت نسبة 6%، أما الأفراد الذين يملكون مستوى ثانوي فقد قدرت بنسبة 19%، والأفراد الذين يملكون مستوى جامعي قدرت بنسبة 53%، في حين أن ذوي مستوى دراسات عليا قدرت بنسبة 22%.

المطلب الرابع: ثبات وصدق الاستبيان

سنحاول في هذا المطلب قياس فقرات الاستبيان وذلك للتأكد من صدق وثبات فقراتها.

الفرع الأول: ثبات فقرات الاستبيان

تم إجراء خطوات الثبات على العينة الاستطلاعية باستخدام معامل ألفا كرونباخ.

أولاً: طريقة ألفا كرونباخ

يهتم صدق المحتوى (Content validity) بمستوى موثوقية أداة القياس (Instrument Reliability) من خلال تقييمها والعمل على تحسينها، كما تدل أيضاً على الدرجة التي تعكس الأداة عند قياس المجال المحدد للمحتوى المراد قياسه، وللتحقق من ثبات الاستبيان، تم استخدام معامل (ألفا كرونباخ)، حيث تعتبر أنسب طريقة لحساب ثبات الأوزان المستخدمة في البحوث كالاستبيانات أو مقاييس الاتجاه، وهي ملائمة لأداة الدراسة الحالية كونها تشتمل على عدة أبعاد، حيث أنها تستخدم للحصول على الثبات عندما تكون الأداة من أبعاد أو مجالات، وعادة ما تتراوح قيمة معامل ألفا كرونباخ (0 - 1) وكلما اقتربت من الواحد كلما عكس قوة التماسك الداخلي للمقياس.

1- ثبات المحور الأول وسائل الدفع الإلكتروني:

تم حساب ثبات هذا البعد عن طريق التتاسق الداخلي باستخدام معادلة ألفا كرونباخ القائمة على أساس حساب معدل الارتباطات بين عبارات المحور الأول، كما هو مبين بالجدول التالي:

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة



الجدول رقم (10): ثبات محور وسائل الدفع الإلكتروني عن طريق ألفا كرونباخ

عدد العبارات	ألفا كرونباخ	عبارات المحور الأول
13	0,919	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ أن قيمة معامل ألفا كرونباخ هي (0,91)، وهي نسبة عالية جدا تدل على الاتساق الداخلي لأسئلة المحور الأول، ومنه نستطيع القول بأن قيمة الثبات بالنسبة لهذا المحور مقبولة.

2- ثبات المحور الثاني جودة الخدمة المصرفية:

تم حساب ثبات هذا البعد عن طريق التناسق الداخلي باستخدام معادلة ألفا كرونباخ القائمة على أساس حساب معدل ارتباطات العبارات فيما بينها بالنسبة للأبعاد أو للبعد ككل، كما هو مبين بالجدول التالي:

الجدول رقم (11): ثبات محور جودة الخدمة المصرفية عن طريق ألفا كرونباخ

عدد العبارات	ألفا كرونباخ	
4	0,893	البعد الأول
4	0,743	البعد الثاني
5	0,649	البعد الثالث
5	0,681	البعد الرابع
4	0,580	البعد الخامس
22	0,909	عبارات البعد ككل

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ أن قيمة معامل ألفا كرونباخ بالنسبة للبعد الأول هي (0,89)، وبالنسبة للبعد الثاني هي (0,74)، وبالنسبة للبعد الثالث هي (0,64)، وبالنسبة للبعد الرابع هي (0,68)، أما بالنسبة للبعد الخامس هي (0,58)، في حين قدرت قيمة معامل ألفا كرونباخ بالنسبة للمحور الثاني ككل (0,90)، وكلها قيم تدل على أن هذا المقياس ثابت، ومنه نستطيع القول بأن قيمة الثبات بالنسبة للمحور الثاني جودة الخدمة المصرفية مقبولة.

ثانيا: اختبار اعتدالية التوزيع

قبل البدء في مرحلة معالجة الفرضيات باستخدام الأساليب الإحصائية المختلفة والملائمة يجب أولا التحقق من شرط اعتدالية التوزيع بالنسبة للمتغيرات محل الدراسة الحالية، والجدول التالي يوضح ذلك:

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة



جدول رقم (12): التحقق من شرط اعتدالية التوزيع بالنسبة للمتغيرات محل الدراسة

القرار	Shapiro-Wilk			Kolmogorov-Smirnov ^a			المتغيرات
	مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاحصاءات	مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاحصاءات	
غير دال	0,122	36	0,952	0,047	36	0,147	وسائل الدفع الإلكتروني
غير دال	0,944	36	0,987	0,200	36	0,086	جودة الخدمة المصرفية

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال المعطيات المبينة بالجدول أعلاه نلاحظ وبناء على قيم اختبار كولموغوروف سميرنوف، وكذا اختبار شيبيرو ويلك، في استبيان وسائل الدفع الإلكتروني كانتا غير داليتين إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,05$)، وبالنسبة لاستبيان جودة الخدمة المصرفية فقد كانت غير دالة إحصائياً أيضاً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,05$)، وبما أن قيم الاختبارين كانتا غير داليتين بالنسبة للمتغيرين فهذا يعني أن التوزيع اعتدالي، وبالتالي فإن كل الأساليب الإحصائية التي ستستخدم في المعالجة هي أساليب بارامترية¹.

الفرع الأول: صدق الاستبيان

يؤكد الصدق الظاهري على ضرورة اتفاق مجموعة من المختصين بمجال الدراسة على أن المقياس المراد استخدامه سوف يعكس بدقة ما يراد قياسه، وأن أداة القياس تتناسب المفهوم أو الظاهرة التي يراد قياسها، وبمعنى آخر التأكد من أنها أداة قياس جيدة لهذه الظاهرة.

وللتحقق من الصدق الظاهري (**Face Validity**)، تم عرض أسئلة الاستبيان على مجموعة من المحكمين من ذوي الاختصاص من أساتذة مختصين، وذلك للتأكد من مدى صلاحيتها كأداة لجمع البيانات، وبعد استرجاع الاستبيانات تم إجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء مقترحاتهم بعد تسجيلها في نموذج تم إعداده لهذا الغرض².

تم حساب الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان على عينة الدراسة، وذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحور التابعة له كما يلي:

أولاً: الصدق الداخلي لفقرات المحور الأول وسائل الدفع الإلكتروني

¹ أنظر إلى الملحق رقم (04) .

² أنظر الملحق رقم (01).

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة



تم حساب أو تقدير الارتباطات بين درجة كل عبارة بالدرجة الكلية للمحور الأول (وسائل الدفع الإلكتروني) بمعامل الارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (13): مصفوفة ارتباطات عبارات محور وسائل الدفع الإلكتروني مع درجته الكلية

الدرجة الكلية للمحور	العبارات	الدرجة الكلية للمحور	العبارات
0,602**	العبارة 08	0,836**	العبارة 01
0,525**	العبارة 09	0,679**	العبارة 02
0,798**	العبارة 10	0,624**	العبارة 03
0,804**	العبارة 11	0,712**	العبارة 04
0,723**	العبارة 12	0,708**	العبارة 05
0,853**	العبارة 13	0,790**	العبارة 06
** الارتباط دال عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,01$).		0,568**	العبارة 07

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ أن الارتباطات بين عبارات المحور الأول مع الدرجة الكلية له كلها دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,01$) وعددها (13) عبارة، حيث تراوحت قيم الارتباط فيها ما بين (0,85) كأعلى ارتباط، كان بين العبارة (13) والدرجة الكلية للمحور ككل، و(0,52) كأدنى ارتباط، كان بين العبارة (9) والدرجة الكلية للمحور ككل، وعموماً يمكن القول بأن المحور الأول (وسائل الدفع الإلكتروني) صادق

ثانياً: الصدق الداخلي لفقرات المحور الثاني جودة الخدمة المصرفية

تم حساب صدق هذا البعد عن طريق حساب أو تقدير الارتباطات بين درجة كل عبارة بالدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه، وفي المرحلة الأخيرة ارتباط الدرجة الكلية للأبعاد بالدرجة الكلية للمحور الثاني ككل الذي تنتمي إليه.

1- الارتباط بين العبارات والدرجات الكلية للأبعاد التي تنتمي إليها:

❖ الارتباط بين العبارات والدرجة الكلية لبعد (الملموسية):

تم حساب أو تقدير الارتباطات بين درجة كل عبارة بالدرجة الكلية للبعد الأول (الملموسية) بمعامل الارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة



الجدول رقم (14): مصفوفة ارتباطات عبارات بعد (الملموسية) مع درجته الكلية

الدرجة الكلية للبعد	العبارات	الدرجة الكلية للبعد	العبارات
0,857**	العبارة 16	0,855**	العبارة 14
0,829**	العبارة 17	0,848**	العبارة 15
** الارتباط دال عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,01$)			

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ أن الارتباطات بين عبارات البعد الأول مع الدرجة الكلية له ككل كلها دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,01$) وعددها (4) عبارات، حيث تراوحت قيم الارتباط فيها ما بين (0,85) كأعلى ارتباط، كان بين العبارة (16) والدرجة الكلية للبعد ككل، و(0,82) كأدنى ارتباط، كان بين العبارة (17) والدرجة الكلية للبعد ككل، وعموما يمكن القول بأن البعد الأول (الملموسية) صادق.

❖ الارتباط بين العبارات والدرجة الكلية لبعد (الاستجابة):

تم حساب أو تقدير الارتباطات بين درجة كل عبارة بالدرجة الكلية للبعد الثاني (الاستجابة) بمعامل الارتباط بيرسون، ، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (15): مصفوفة ارتباطات عبارات بعد (الاستجابة) مع درجته الكلية

الدرجة الكلية للبعد	العبارات	الدرجة الكلية للبعد	العبارات
0,821**	العبارة 20	0,699**	العبارة 18
0,564**	العبارة 21	0,934**	العبارة 19
** الارتباط دال عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,01$).			

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ أن الارتباطات بين عبارات البعد الثاني مع الدرجة الكلية له ككل، كلها دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,01$) وعددها (4) عبارات، حيث تراوحت قيم الارتباط فيها ما بين (0,82) كأعلى ارتباط، كان بين العبارة (20) والدرجة الكلية للبعد ككل، و(0,56) كأدنى ارتباط، كان بين العبارة (21) والدرجة الكلية للبعد ككل، وعموما يمكن القول بأن البعد الثاني (الاستجابة) صادق.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة



❖ الارتباط بين العبارات والدرجة الكلية لبعء (الاعتمادية):

تم حساب أو تقدير الارتباطات بين درجة كل عبارة بالدرجة الكلية للبعء الثالث (الاعتمادية) بمعامل الارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (16): مصفوفة ارتباطات عبارات بعء (الاعتمادية) مع درجته الكلية

الدرجة الكلية للبعء	العبارات	الدرجة الكلية للبعء	العبارات
0,469**	العبارة 25	0,846**	العبارة 22
0,671**	العبارة 26	0,738**	العبارة 23
الارتباط دال عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,01$).		0,511	العبارة 24

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ أن الارتباطات بين عبارات البعء الثالث مع الدرجة الكلية له ككل، كلها دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,01$) وعددها (5) عبارات، حيث تراوحت قيم الارتباط فيها ما بين (0,84) كأعلى ارتباط، كان بين العبارة (22) والدرجة الكلية للبعء ككل، و(0,46) كأدنى ارتباط، كان بين العبارة (25) والدرجة الكلية للبعء ككل، وعموما يمكن القول بأن البعء الثالث (الاعتمادية) صادق.

❖ - الارتباط بين العبارات والدرجة الكلية لبعء (الاهتمام والتعاطف):

تم حساب أو تقدير الارتباطات بين درجة كل عبارة بالدرجة الكلية للبعء الرابع (الاهتمام والتعاطف) بمعامل الارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (17): مصفوفة ارتباطات عبارات بعء (الاهتمام والتعاطف) مع درجته الكلية

الدرجة الكلية للبعء	العبارات	الدرجة الكلية للبعء	العبارات
0,691**	العبارة 30	0,481**	العبارة 27
0,593**	العبارة 31	0,733**	العبارة 28
الارتباط دال عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,01$).		0,859**	العبارة 29

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ أن الارتباطات بين عبارات البعء الرابع مع الدرجة الكلية له ككل، دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,01$) وعددها (5) عبارات، حيث تراوحت قيم الارتباط فيها ما بين (0,85) كأعلى ارتباط، كان بين

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة



العبارة (29) والدرجة الكلية للبعد ككل، و(0,48) كأدنى ارتباط، كان بين العبارة (27) والدرجة الكلية للبعد ككل، وعموماً يمكن القول بأن البعد الرابع (الاهتمام والتعاطف) صادق.

❖ الارتباط بين العبارات والدرجة الكلية لبعد (الثقة والأمان):

تم حساب أو تقدير الارتباطات بين درجة كل عبارة بالدرجة الكلية للبعد الخامس (الثقة والأمان) بمعامل الارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (18): مصفوفة ارتباطات عبارات بعد (الثقة والأمان) مع درجته الكلية

الدرجة الكلية للبعد	العبارات	الدرجة الكلية للبعد	العبارات
0,716**	العبارة 34	0,697**	العبارة 32
0,813**	العبارة 35	0,567**	العبارة 33
** الارتباط دال عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,01$).			

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ أن الارتباطات بين عبارات البعد الخامس مع الدرجة الكلية له ككل، كلها دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,01$) وعددها (4) عبارات، حيث تراوحت قيم الارتباط فيها ما بين (0,81) كأعلى ارتباط، كان بين العبارة (35) والدرجة الكلية للبعد ككل، و(0,56) كأدنى ارتباط، كان بين العبارة (33) والدرجة الكلية للبعد ككل، وعموماً يمكن القول بأن البعد الخامس (الثقة والأمان) صادق.

2- الارتباط بين الأبعاد والدرجة الكلية للمحور الثاني ككل:

تم حساب الارتباط بين الدرجات الكلية للأبعاد مع الدرجة الكلية للاستبيان ككل حيث جاءت هي الأخرى كلها دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,01$)، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (19): مصفوفة ارتباطات الدرجات الكلية للأبعاد مع الدرجة الكلية للمحور ككل

الدرجة الكلية	المحاور والدرجة الكلية
0,887**	البعد الأول (الملموسية)
0,815**	البعد الثاني (الاستجابية)
0,805**	البعد الثالث (الاعتمادية)
0,739**	البعد الرابع (الاهتمام والتعاطف)
0,570**	البعد الخامس (الثقة والأمان)
** الارتباط دال عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,01$).	

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ أن قيمة ارتباط الدرجة الكلية للبعد الأول مع الدرجة الكلية للمحور ككل (0,88)، أما ارتباط الدرجة الكلية للبعد الثاني مع الدرجة الكلية للمحور ككل فقد بلغ (0,81)، أما ارتباط الدرجة الكلية للبعد الثالث مع الدرجة الكلية للمحور ككل فقد بلغ (0,80)، بينما ارتباط الدرجة الكلية للبعد الرابع مع الدرجة الكلية للمحور ككل فقد بلغ (0,57)، وهذا يعني أن المحور الثاني (جودة الخدمة المصرفية) صادق.

المبحث الثالث: تحليل نتائج وفرضيات الدراسة الميدانية

سنحاول من خلال هذا المبحث عرض النتائج المتوصل إليها بناء على المعالجات الإحصائية التي أجريت على ما تم جمعه وتحليله من بيانات من خلال أداة الدراسة، وقد تم إجراء المعالجات الإحصائية باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للدراسات الاجتماعية SPSS، للحصول على نتائج الدراسة التي سيتم عرضها وتحليلها في هذا المبحث.

المطلب الأول: تحليل نتائج المحور الأول (وسائل الدفع الالكتروني)

سننتقل في هذا المطلب إلى تحليل نتائج المحور الأول المتعلق بوسائل الدفع الالكتروني، حيث تم ترتيب عبارات المحور الأول عن طريق استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة، فكانت النتائج كما في الجدول التالي:

الجدول رقم (20): نتائج تحليل المحور الأول

الرقم	عبارات المحور الأول	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
01	استخدام البطاقات الالكترونية يعوضك عن استخدام النقود والشيكات.	36	3,72	1,111	05
02	يمكنك السحب بالبطاقة الالكترونية من أي فرع من فروع البنك.	36	3,94	0,860	02
03	رسوم وتكاليف استخدام البطاقات الالكترونية مناسبة.	36	3,86	0,930	03
04	تستطيع استخدام البطاقات الالكترونية داخل وخارج الوطن.	36	3,16	1,230	11
05	إجراءات الحصول على البطاقات الالكترونية بسيطة.	36	3,41	1,204	09
06	توفر لك البطاقات الالكترونية الحماية الكافية لأموالك.	36	3,94	1,145	02
07	يمكنك استعادة البطاقات الالكترونية في حالة الضياع أو التلف بسهولة.	36	3,30	1,037	10
08	تستطيع استخدام الصراف الآلي في أي وقت.	36	3,75	0,937	04
09	تشعر بالأمان عند استخدام الصراف الآلي.	36	4,13	0,930	01

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة



10	1,214	3,30	36	السحب من الصراف الآلي يمكنك من الحصول على المبلغ الذي تريده.	10
08	1,026	3,44	36	أجهزة الصراف الآلي متاحة في كل فروع البنك.	11
07	1,108	3,52	36	تعتقد أن البنك يعمل على استحداث وسائل دفع جديدة.	12
06	1,157	3,55	36	ترى أن البنك يقوم بتطوير تعامله بوسائل الدفع الالكتروني.	13
	9,250	47,08	36		الكلي

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات SPSS.

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية المستخرجة من استجابات أفراد عينة الدراسة، على كل عبارة من عبارات المحور الأول (وسائل الدفع الالكتروني)، نلاحظ أن المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كان مرتفع لكل العبارات، فكلها تنتمي إلى المجالين (3,4 - 4,2) و (4,2 - 5)، ما عدا العبارات (4 - 7 - 10) فقد كان المتوسط الحسابي والانحراف المعياري متوسط، حيث تنتمي إلى المجال (2,6 - 3,4)، وبالتالي يمكن القول بأن مستوى استخدام وسائل الدفع الالكتروني مرتفع من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

المطلب الثاني: تحليل نتائج المحور الثاني (جودة الخدمة المصرفية)

سنقوم بتحليل نتائج كل بعد من أبعاد جودة الخدمة المصرفية الخمسة.

الفرع الأول: تحليل نتائج عبارات البعد الأول (الملموسية)

تم ترتيب عبارات البعد الأول عن طريق استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة، فكانت النتائج كما في الجدول التالي:

الجدول رقم (21): نتائج تحليل عبارات البعد الأول

الرقم	عبارات البعد الأول	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
14	يحتوي الموقع الالكتروني للبنك على ألوان ومظهر جذاب.	36	3,44	0,969	03
15	للبنك موقع الكتروني يسهل عليك تتبعه.	36	3,50	1,000	02
16	يمتلك البنك أجهزة الكترونية متطورة.	36	3,16	1,082	04
17	وسائل الدفع الالكتروني المتوفرة بالبنك ملائمة لجميع الزبائن.	36	3,55	1,080	01
		36	13,66	3,529	الكلي

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات SPSS.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة



من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، المستخرجة من استجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات البعد الأول (الملموسية)، نلاحظ أن المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل العبارات كان مرتفع، فكلها تنتمي إلى المجال (3,4 - 4,2)، ماعدا العبارة (16) كان المتوسط الحسابي والانحراف المعياري متوسط، حيث تنتمي إلى المجال (2,6 - 3,4)، وبالتالي يمكن القول بأن مستوى الملموسية مرتفع من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

الفرع الثاني: تحليل نتائج عبارات البعد الثاني (الاستجابة)

تم ترتيب عبارات البعد الثاني عن طريق استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة، فكانت النتائج كما في الجدول التالي:

الجدول رقم (22): نتائج تحليل عبارات البعد الثاني

الرقم	عبارات البعد الثاني	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
18	اعتماد البنك لوسائل الدفع الالكتروني يجعلك تستفيد من الخدمة دون انتظار.	36	4,08	0,906	01
19	يقوم البنك بالاستجابة السريعة لشكاويك وحل مشاكلك العالقة.	36	3,69	1,116	04
20	ساهمت وسائل الدفع الالكتروني في التقليل من زمن الحصول على الخدمة.	36	4,00	0,894	02
21	التعامل بواسطة وسائل الدفع الالكتروني متاح في كل وقت.	36	3,77	1,072	03
الكلي		36	15,55	2,970	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، المستخرجة من استجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات البعد الثاني (الاستجابة)، نلاحظ أن المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل العبارات كان مرتفع فكلها تنتمي إلى المجال (3,4 - 4,2)، وبالتالي يمكن القول بأن مستوى الاستجابة مرتفع من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

الفرع الثالث: تحليل نتائج عبارات البعد الثالث (الاعتمادية)

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة



تم ترتيب عبارات البعد الثالث عن طريق استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة، فكانت النتائج كما في الجدول التالي:

الجدول رقم (23): نتائج تحليل عبارات البعد الثالث

الرقم	عبارات البعد الثالث	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
22	وسائل الدفع الالكتروني سهلة الاستخدام.	36	4,11	0,979	01
23	استخدام وسائل الدفع الالكتروني يتميز بالدقة وعدم ارتكاب الأخطاء في المعاملات المصرفية.	36	3,80	1,064	03
24	ساهمت وسائل الدفع الالكتروني في عدم التقيد بالمواعيد الرسمية لعمل البنك.	36	3,69	1,064	04
25	تتيح لك وسائل الدفع الالكتروني في البنك الاستفادة من خدمات متنوعة.	36	3,86	0,833	02
26	يمكنك أن تعتمد على موظفي البنك في تقديم خدمات ذات جودة عالية.	36	3,80	0,821	03
	الكلية	36	19,27	3,076	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، المستخرجة من استجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات البعد الثالث (الاعتمادية)، نلاحظ أن المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل العبارات كان مرتفع، فكلها تنتمي إلى المجال (3,4 - 4,2)، وبالتالي يمكن القول بأن مستوى الاعتمادية مرتفع من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

الفرع الرابع: تحليل نتائج عبارات البعد الرابع (الاهتمام والتعاطف)

تم ترتيب عبارات البعد الرابع عن طريق استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة، فكانت النتائج كما في الجدول التالي:

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة



الجدول رقم (24): نتائج تحليل عبارات البعد الرابع

الرقم	عبارات البعد الرابع	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
27	تنوع وسائل الدفع الالكتروني بالبنك يتلاءم واحتياجاتك.	36	3,55	1,106	03
28	يشعرك التعامل بوسائل الدفع الالكتروني بنوع من التميز.	36	3,83	0,971	01
29	يذكرك البنك من حين لآخر بوسائل الدفع الالكتروني التي يمكنك استخدامها.	36	3,50	1,082	04
30	يرسل البنك كشف الحساب لك عبر بريدك الالكتروني.	36	3,13	1,073	05
31	يقوم البنك وموظفوه بشكرك وتقديرك على تعاملك معهم.	36	3,80	1,116	02
		36	17,83	3,573	الكلي

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، المستخرجة من استجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات البعد الرابع (الاهتمام والتعاطف)، نلاحظ أن المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل العبارات كان مرتفع، فكلها تنتمي إلى المجال (3,4 - 4,2)، ما عدا العبارة (30) كان المتوسط الحسابي والانحراف المعياري متوسط، حيث تنتمي إلى المجال (2,6 - 3,4)، وبالتالي يمكن القول بأن مستوى الاهتمام والتعاطف مرتفع من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

الفرع الخامس: تحليل نتائج عبارات المحور الخامس (الثقة والأمن)

تم ترتيب عبارات البعد الخامس عن طريق استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة، فكانت النتائج كما في الجدول التالي:

الجدول رقم (25): نتائج تحليل عبارات البعد الخامس

الرقم	عبارات البعد الخامس	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
32	عند استخدامك لوسائل الدفع الالكتروني تشعر بالأمان والارتياح.	36	3,80	1,064	04
33	يحافظ البنك على سرية كل المعلومات التي تخص تعاملاتك المصرفية.	36	4,36	0,487	01

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة



03	0,826	4,05	36	تشعر بالحماية الأمنية أثناء تواجدك بالبنك.	34
02	0,585	4,33	36	تعاملك بوسائل الدفع الالكتروني لا يشعرك بالشك والغموض.	35
	2,196	16,55	36		الكلي

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، المستخرجة من استجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات البعد الخامس (الثقة والأمان)، نلاحظ أن المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل العبارات كان مرتفع، فكلها تنتمي إلى المجالين (3,4 - 4,2) و (4,2 - 5) ، وبالتالي يمكن القول بأن مستوى الثقة والأمان مرتفع من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

المطلب الثالث: عرض ومناقشة الفرضيات

سنتطرق في هذا المطلب إلى اختبار مدى صحة فرضيات الدراسة.

الفرع الأول: عرض ومناقشة نتائج الفرضية العامة:

- الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد أثر لوسائل الدفع الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة؛
- الفرضية البديلة H_1 : يوجد أثر لوسائل الدفع الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة.

نصت الفرضية العامة لهذه الدراسة على أنه: "يوجد أثر لوسائل الدفع الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة"، ومن أجل التحقق من صحة هذه الفرضية تم استخدام معامل بيرسون لمعرفة قوة وطبيعة العلاقة، ولتحديد التفاعل تم استخدام معامل مربع إيطا وذلك بعد التحقق من شرط خطية العلاقة¹، فكانت النتائج كما يلي:

¹ أنظر الملحق رقم (04).

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة



الجدول رقم (26): التفاعل بين وسائل الدفع الالكتروني وجودة الخدمة المصرفية

التفسير	مربع إيطا	معامل إيطا	مربع الارتباط	جودة الخدمة المصرفية	متغيرات الدراسة	
حجم الأثر كبير	0,909	0,954	0,795	0,892**	معامل بيرسون	وسائل الدفع الالكتروني
				0,000	مستوى الدلالة	
				36	حجم العينة	
الارتباط دال إحصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,01$).						

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل الارتباط بيرسون، بين درجات أفراد عينة الدراسة على استبيان وسائل الدفع الالكتروني ودرجاتهم على استبيان جودة الخدمة المصرفية، بلغ (0,89) وهي قيمة عالية وموجبة، وهذا معناه أن هناك علاقة ارتباطية عكسية أي أن درجات أفراد عينة الدراسة على استبيان وسائل الدفع الالكتروني، تتوزع بعكس توزيع درجاتهم على استبيان جودة الخدمة المصرفية، وبالنظر إلى قيمة مربع الارتباط والتي بلغت (0,79)، يمكن القول بأن هناك تداخل بين قيم أفراد عينة الدراسة على الاستبيانين معا، وما يؤكد ذلك أن قيمة حجم الأثر لمربع إيطا والتي بلغت (0,90)، هي قيمة تدل على أن حجم تأثير تباين المتغير التابع (جودة الخدمة المصرفية) بتباين المتغير المستقل (وسائل الدفع الالكتروني)، تجاوزت 20% من نسبة التداخل وهي نسبة تبين أن حجم التأثير كبير جدا، كما أن نتيجة هذا التفاعل (الأثر) جاءت دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,01$)، ومنه نستطيع القول بأنه تم رفض الفرضية الصفرية التي تنفي وجود العلاقة التفاعلية (تأثير وتأثر)، وقبول الفرضية البديلة، التي تنص على أن وسائل الدفع الالكتروني تؤثر على جودة الخدمة المصرفية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الفرع الثاني: عرض ومناقشة نتائج الفرضية الأولى:

- الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد أثر لوسائل الدفع الالكتروني على بعد الملموسية؛
- الفرضية البديلة H_1 : يوجد أثر لوسائل الدفع الالكتروني على بعد الملموسية.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة



نصت الفرضية الأولى لهذه الدراسة على أنه: "يوجد أثر لوسائل الدفع الالكتروني على بعد الملموسية"، ومن أجل التحقق من صحة هذه الفرضية، تم استخدام معامل بيرسون لمعرفة قوة وطبيعة العلاقة، ولتحديد التفاعل تم استخدام معامل مربع إيطا وذلك بعد التحقق من شرط خطية العلاقة¹، فكانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (27): التفاعل بين وسائل الدفع الالكتروني وبعد الملموسية

متغيرات الدراسة	جودة الخدمة المصرفية	مربع الارتباط	معامل إيطا	مربع إيطا	التفسير
وسائل الدفع الالكتروني	معامل بيرسون	0,799**	0,895	0,802	حجم الأثر كبير
	مستوى الدلالة	0,000			
	حجم العينة	36			
الارتباط دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,01$).					

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل الارتباط بيرسون بين درجات أفراد عينة الدراسة، على استبيان وسائل الدفع الالكتروني ودرجاتهم على بعد الملموسية بلغ (0,79)، وهي قيمة عالية وموجبة، وهذا معناه أن هناك علاقة ارتباطية عكسية، أي أن درجات أفراد عينة الدراسة على استبيان وسائل الدفع الالكتروني تتوزع بعكس توزيع درجاتهم على بعد الملموسية، وبالنظر إلى قيمة مربع الارتباط والتي بلغت (0,63) يمكن القول بأن هناك تداخل بين قيم أفراد عينة الدراسة على الاستبيانين معاً، وما يؤكد ذلك أن قيمة حجم الأثر لمربع إيطا والتي بلغت (0,80)، هي قيمة تدل على أن حجم تأثير تباين بعد الملموسية بتباين المتغير المستقل (وسائل الدفع الالكتروني) تجاوزت 20% من نسبة التداخل، وهي نسبة تبين أن حجم التأثير كبير جداً، كما أن نتيجة هذا التفاعل (الأثر)، جاءت دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,01$)، ومنه نستطيع القول بأنه تم رفض الفرضية الصفرية التي تنفي وجود العلاقة التفاعلية (تأثير وتأثر)، وقبول الفرضية البديلة، والتي تنص على أن وسائل الدفع الالكتروني تؤثر على بعد الملموسية، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الفرع الثالث: عرض ومناقشة نتائج الفرضية الثانية:

- الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد أثر لوسائل الدفع الالكتروني على بعد الاستجابة؛

¹ أنظر الملحق رقم (04).

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة



• الفرضية البديلة H_1 : يوجد أثر لوسائل الدفع الالكتروني على بعد الاستجابة.

نصت الفرضية الثانية لهذه الدراسة على أنه: " يوجد أثر لوسائل الدفع الالكتروني على بعد الاستجابة "، ومن أجل التحقق من صحة هذه الفرضية تم استخدام معامل بيرسون لمعرفة قوة وطبيعة العلاقة، ولتحديد التفاعل تم استخدام معامل مربع إيطا وذلك بعد التحقق من شرط خطية العلاقة¹، فكانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (28): التفاعل بين وسائل الدفع الالكتروني وبعد الاستجابة

متغيرات الدراسة	جودة الخدمة المصرفية	مربع الارتباط	معامل إيطا	مربع إيطا	التفسير
وسائل الدفع الالكتروني	معامل بيرسون	0,642**	0,882	0,778	حجم الأثر كبير
	مستوى الدلالة	0,000			
	حجم العينة	36			
الارتباط دال إحصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,01$).					

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل الارتباط بيرسون، بين درجات أفراد عينة الدراسة على استبيان وسائل الدفع الالكتروني ودرجاتهم على بعد الاستجابة بلغ (0,64)، وهي قيمة عالية وموجبة وهذا معناه أن هناك علاقة ارتباطية عكسية، أي أن درجات أفراد عينة الدراسة على استبيان وسائل الدفع الالكتروني تتوزع بعكس توزيع درجاتهم على بعد الاستجابة، وبالنظر إلى قيمة مربع الارتباط والتي بلغت (0,39)، يمكن القول بأن هناك تداخل بين قيم أفراد عينة الدراسة على الاستبيانين معا، وما يؤكد ذلك أن قيمة حجم الأثر لمربع إيطا والتي بلغت (0,77)، هي قيمة تدل على أن حجم تأثير تباين بعد الاستجابة بتباين المتغير المستقل (وسائل الدفع الالكتروني) تجاوزت 20% من نسبة التداخل، وهي نسبة تبين أن حجم التأثير كبير جدا، كما أن نتيجة هذا التفاعل (الأثر) جاءت دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,01$)، ومنه نستطيع القول بأنه تم رفض الفرضية الصفرية التي تنفي وجود العلاقة التفاعلية (تأثير وتأثر)، وقبول الفرضية البديلة، والتي تنص على أن وسائل الدفع الالكتروني تؤثر على بعد الاستجابة، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الفرع الرابع: عرض ومناقشة نتائج الفرضية الثالثة:

¹ أنظر الملحق رقم (04).

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة



- الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد أثر لوسائل الدفع الالكتروني على بعد الاعتمادية؛
- الفرضية البديلة H_1 : يوجد أثر لوسائل الدفع الالكتروني على بعد الاعتمادية.

نصت الفرضية الثالثة لهذه الدراسة على أنه: "يوجد أثر لوسائل الدفع الالكتروني على بعد الاعتمادية"، ومن أجل التحقق من صحة هذه الفرضية تم استخدام معامل بيرسون لمعرفة قوة وطبيعة العلاقة، ولتحديد التفاعل تم استخدام معامل مربع إيطا وذلك بعد التحقق من شرط خطية العلاقة¹، فكانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (29): التفاعل بين وسائل الدفع الالكتروني وبعد الاعتمادية

متغيرات الدراسة	جودة الخدمة المصرفية	مربع الارتباط	معامل إيطا	مربع إيطا	التفسير
وسائل الدفع الالكتروني	معامل بيرسون	0,576**	0,851	0,724	حجم الأثر كبير
	مستوى الدلالة	0,000			
	حجم العينة	36			
الارتباط دال إحصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,01$).					

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل الارتباط بيرسون، بين درجات أفراد عينة الدراسة على استبيان وسائل الدفع الالكتروني ودرجاتهم على بعد الاعتمادية بلغ (0,57)، وهي قيمة عالية وموجبة، وهذا معناه أن هناك علاقة ارتباطية عكسية، أي أن درجات أفراد عينة الدراسة على استبيان وسائل الدفع الالكتروني تتوزع بعكس توزيع درجاتهم على بعد الاعتمادية، وبالنظر إلى قيمة مربع الارتباط والتي بلغت (0,33)، يمكن القول بأن هناك تداخل بين قيم أفراد عينة الدراسة على الاستبيانين معا، وما يؤكد ذلك أن قيمة حجم الأثر لمربع إيطا والتي بلغت (0,72)، هي قيمة تدل على أن حجم تأثير تباين بعد الاعتمادية بتباين المتغير المستقل (وسائل الدفع الالكتروني) تجاوزت 20% من نسبة التداخل، وهي نسبة تبين أن حجم التأثير كبير جدا، كما أن نتيجة هذا التفاعل (الأثر) جاءت دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,01$)، ومنه نستطيع القول بأنه تم رفض الفرضية الصفرية التي تنفي وجود العلاقة التفاعلية (تأثير وتأثر)، وقبول الفرضية البديلة، والتي تنص على أن وسائل الدفع الالكتروني تؤثر على بعد الاعتمادية، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

¹ أنظر الملحق رقم (04).

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة



الفرع الخامس: عرض ومناقشة نتائج الفرضية الرابعة

- الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد أثر لوسائل الدفع الالكتروني على بعد الاهتمام والتعاطف؛
- الفرضية البديلة H_1 : يوجد أثر لوسائل الدفع الالكتروني على بعد الاهتمام والتعاطف.

نصت الفرضية الرابعة لهذه الدراسة على أنه: " يوجد أثر لوسائل الدفع الالكتروني على بعد الاهتمام والتعاطف "، ومن أجل التحقق من صحة هذه الفرضية تم استخدام معامل بيرسون، لمعرفة قوة وطبيعة العلاقة ولتحديد التفاعل تم استخدام معامل مربع إيطا وذلك بعد التحقق من شرط خطية العلاقة¹، فكانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (30): التفاعل بين وسائل الدفع الالكتروني وبعد الاهتمام والتعاطف

متغيرات الدراسة	جودة الخدمة المصرفية	مربع الارتباط	معامل إيطا	مربع إيطا	التفسير
وسائل الدفع الالكتروني	معامل بيرسون	0,473**	0,705	0,498	حجم الأثر كبير
	مستوى الدلالة	0,000			
	حجم العينة	36			
الارتباط دال إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0,01$).					

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل الارتباط بيرسون، بين درجات أفراد عينة الدراسة على استبيان وسائل الدفع الالكتروني ودرجاتهم على بعد الاهتمام والتعاطف بلغ (0,47)، وهي قيمة عالية وموجبة، وهذا معناه أن هناك علاقة ارتباطية عكسية، أي أن درجات أفراد عينة الدراسة على استبيان وسائل الدفع الالكتروني تتوزع بعكس توزيع درجاتهم على بعد الاهتمام والتعاطف، وبالنظر إلى قيمة مربع الارتباط والتي بلغت (0,22) يمكن القول بأن هناك تداخل بين قيم أفراد عينة الدراسة على الاستبيانين معا، وما يؤكد ذلك أن قيمة حجم الأثر لمربع إيطا والتي بلغت (0,49)، وهي قيمة تدل على أن حجم تأثير تبين بعد الاهتمام والتعاطف بتباين المتغير المستقل (وسائل الدفع الالكتروني) تجاوزت 20% من نسبة التداخل، وهي نسبة تبين أن حجم التأثير كبير جدا، كما أن نتيجة هذا التفاعل (الأثر) جاءت دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,01$)، ومنه نستطيع القول بأنه تم رفض الفرضية الصفرية التي تنفي وجود العلاقة التفاعلية (تأثير وتأثر)، وقبول الفرضية البديلة،

¹ أنظر الملحق رقم (04).

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة



والتي تنص على أن وسائل الدفع الالكتروني تأثر على بعد الاهتمام والتعاطف، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

الفرع السادس: عرض ومناقشة نتائج الفرضية الخامسة

- الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد أثر لوسائل الدفع الالكتروني على بعد الثقة والأمان؛
- الفرضية البديلة H_1 : يوجد أثر لوسائل الدفع الالكتروني على بعد الثقة والأمان.

نصت الفرضية الخامسة لهذه الدراسة على أنه: " يوجد أثر لوسائل الدفع الالكتروني على بعد الثقة والأمان"، ومن أجل التحقق من صحة هذه الفرضية تم استخدام معامل بيرسون لمعرفة قوة وطبيعة العلاقة ولتحديد التفاعل، تم استخدام معامل مربع إيطا وذلك بعد التحقق من شرط خطية العلاقة¹، فكانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (31): التفاعل بين وسائل الدفع الالكتروني وبعد الثقة والأمان

التفسير	مربع إيطا	معامل إيطا	مربع الارتباط	جودة الخدمة المصرفية	متغيرات الدراسة	
حجم الأثر كبير	0,613	0,783	0.138	0,372**	معامل بيرسون	وسائل الدفع الالكتروني
				0,000	مستوى الدلالة	
				36	حجم العينة	
الارتباط دال إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0,01$).						

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل الارتباط بيرسون، بين درجات أفراد عينة الدراسة على استبيان وسائل الدفع الالكتروني ودرجاتهم على بعد الثقة والأمان بلغ (0,37)، وهي قيمة عالية وموجبة، وهذا معناه أن هناك علاقة ارتباطية عكسية، أي أن درجات أفراد عينة الدراسة على استبيان وسائل الدفع الالكتروني تتوزع بعكس توزيع درجاتهم على بعد الثقة والأمان، وبالنظر إلى قيمة مربع الارتباط والتي بلغت (0,13)، يمكن القول بأن هناك تداخل بين قيم أفراد عينة الدراسة على الاستبيانين معاً، وما يؤكد ذلك أن قيمة حجم الأثر لمربع إيطا والتي بلغت (0,61)، هي قيمة تدل على أن حجم تأثير تباين بعد الثقة والأمان بتباين المتغير المستقل (وسائل الدفع الالكتروني) تجاوزت 20% من نسبة التداخل، وهي نسبة تبين أن حجم التأثير كبير

¹ أنظر الملحق رقم (04).

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة

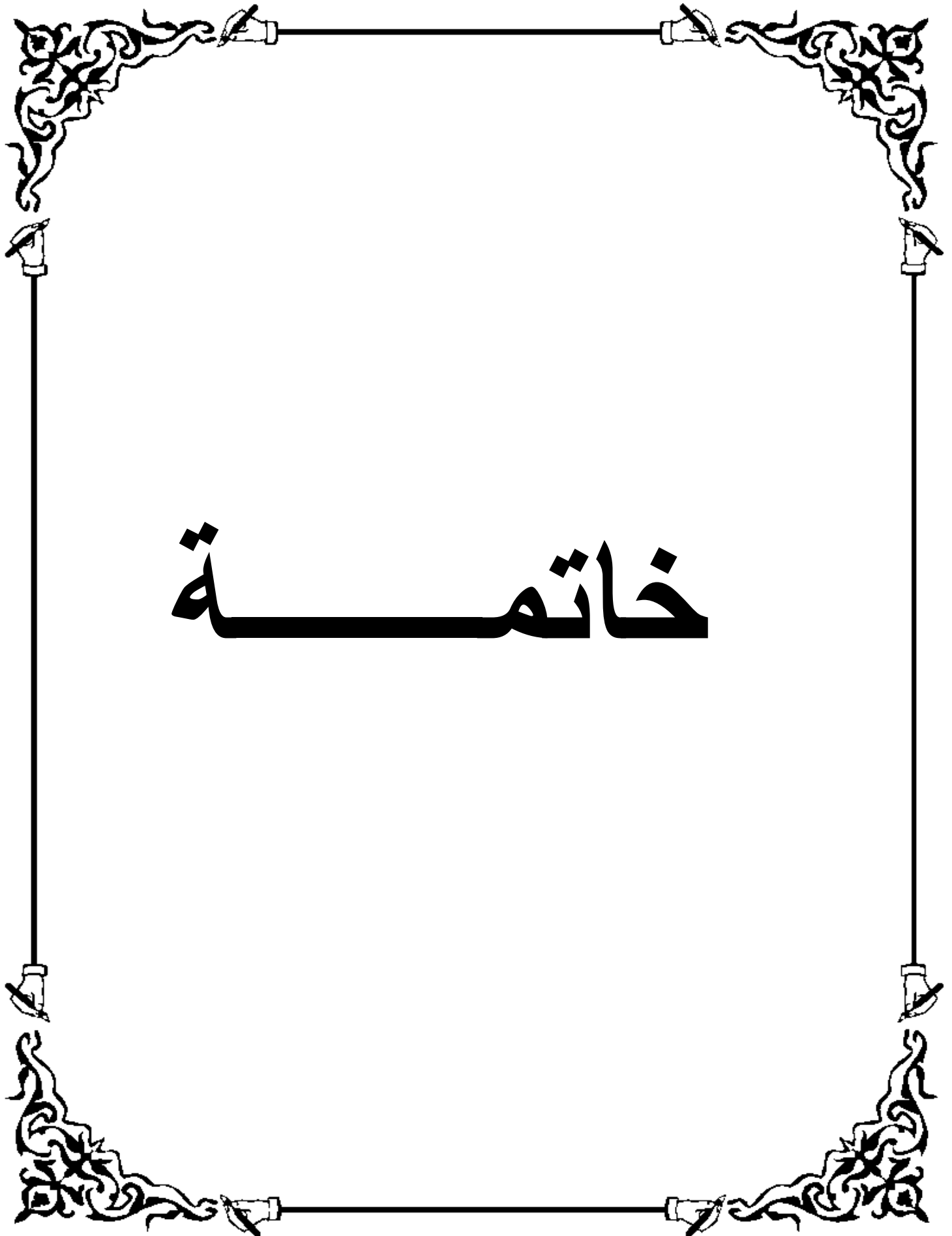


جاء، كما أن نتيجة هذا التفاعل (الأثر) جاءت دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0,01$)، ومنه نستطيع القول بأنه تم رفض الفرضية الصفرية التي تنفي وجود العلاقة التفاعلية (تأثير وتأثر)، وقبول الفرضية البديلة، والتي تنص على أن وسائل الدفع الإلكتروني تؤثر على بعد الثقة والأمان، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.



خلاصة

حاولنا من خلال هذا الفصل القيام بدراسة ميدانية، لمعرفة تأثير وسائل الدفع الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية في بنك القرض الشعبي الجزائري بالمسيلة، حيث تناولنا في المبحث الأول من هذا الفصل الاطار المفاهيمي لبنك القرض الشعبي الجزائري وهيكله التنظيمي، أما المبحث الثاني فقد تطرقنا إلى اجراءات الدراسة الميدانية، من خلال معرفة مصادر جمع البيانات والأدوات المستخدمة في الدراسة، أما المبحث الثالث فتناولنا فيه نتائج التحليل الاحصائي واختبار الفروض، من خلال وصف إجابات المبحوثين فيما يتعلق بصفاتهم الشخصية من حيث الجنس، السن، المستوى التعليمي، بالإضافة إلى اختبار فرضيات الدراسة.



خاتمة

تضمنت الدراسة التي قمنا بها جانبين أساسيين، جانب نظري وجانب ميداني، وذلك سعياً للإجابة على الإشكالية المطروحة حول: "تأثير وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة".

فالجانب النظري تطرقنا فيه إلى المفاهيم النظرية المتعلقة بالموضوع، والمتمثلة في وسائل الدفع الإلكتروني، وجودة الخدمة المصرفية في البنوك الجزائرية.

أما الجانب الميداني فقد تم التمهيد له من خلال التعريف بالبنك محل الدراسة، والتعريف بمجتمع وعينة الدراسة، ثم استعراض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية من خلال تحليل نتائج الاستبيان الموجه لزيائن بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة.

I- النتائج

لقد تم التوصل إلى مجموعة من النتائج يمكن إيجازها فيما يلي:

1. يسعى بنك القرض الشعبي الجزائري من خلال وكالته بالمسيلة إلى تقديم خدمات حديثة ارتبطت بالتطورات التكنولوجية الجديدة؛
2. ظهور وسائل الدفع الإلكترونية شجع على قيام خدمات مصرفية جديدة ووسع الآفاق أمام التعاملات والتجارة الإلكترونية؛
3. إن تحول النظام البنكي في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة المسيلة، هو خطوة أولى في تبني التقنيات الحديثة والتفكير في رفع أداء العمليات المنجزة بين البنوك وسرعة إنجازها وحمايتها من مخاطر الغش والتزوير، وهو دليل استعدادها لتبني وسائل الدفع الإلكترونية؛
4. إن تطبيق وسائل الدفع الإلكترونية في المصارف سيكون له الأثر الإيجابي الكبير على عملها كما سيكون له الأثر الأكبر على النشاط الاقتصادي، لكن التوجه سيكون بعقلانية؛
5. يعاني القانون الجزائري من فراغ في مجال التشريعات المتعلقة بوسائل الدفع الإلكترونية؛
6. ضعف الدعاية والإعلان بخصوص وسائل الدفع الإلكترونية، واقتصار ذلك على المطبوعات والملصقات التي توضع داخل مقر الوكالة البنكية، لاتسمح بإيصال الرسالة إلى عدد كبير من الزبائن؛



7. أدت البيئة الجديدة للعمل المصرفي والمنافسة الشديدة والتطبيقات التقنية لوسائل الدفع الالكتروني، إلى الضغط على المصارف لإيجاد آليات جديدة في استخدام وتنويع الخدمات المصرفية الالكترونية؛
8. محدودية وسائل الدفع الالكترونية وقلتها في الجزائر، مما يؤثر على الوظيفة التي وجهت من أجلها المصارف.

II- المقترحات

- في ضوء النتائج المتوصل من خلال الدراسة الميدانية، يمكن طرح جملة من الاقتراحات والمتمثلة في:
- 1) العمل على ايجاد آليات ووسائل دفع جديدة، واستخدام وتنويع الخدمات المصرفية الالكترونية بغرض المحافظة على الزبائن وجذب زبائن جدد؛
 - 2) لابد من توضيح البيئة التشريعية والقانونية المتعلقة بتنظيم نظام الدفع الالكتروني، وذلك بسن القوانين العقابية التي تخص الجرائم المرتكبة في حق وسائل الدفع الالكترونية وتنفيذها؛
 - 3) الارتقاء بالعنصر البشري وذلك بتدريب الاطارات المصرفية على استخدام أحدث النظم البنكية، وكذلك الرفع من كفاءة العاملين؛
 - 4) القيام بحملات إعلامية حول وسائل الدفع الالكترونية ونشر الثقافة النقدية لدى أفراد المجتمع حولها؛
 - 5) تشجيع البحث العلمي حول وسائل الدفع الالكترونية بتوفير الموارد المادية والتكنولوجية والبشرية اللازمة للباحثين، من أجل خلق محيط الكتروني متفاعل ومتطور ويشمل أكبر عدد من الأفراد والمؤسسات.

III- آفاق الدراسة

من خلال دراستنا هذه نقترح على الدراسات المستقبلية تغطية النقاط التالية:

- أ. فعالية استخدام وسائل الدفع الالكترونية في الجهاز المصرفي؛
- ب. دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال على رفع كفاءة وسائل الدفع الالكترونية في البنوك الجزائرية؛
- ج. التحديات التي تفرزها وسائل الدفع الالكتروني في تحسين الخدمات المصرفية .

المراجع



قائمة المصادر والمراجع:

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

- الأفندي محمد أحمد، النقود والبنوك، جامعة العلوم والتكنولوجيا، صنعاء، اليمن، 2009.
- باعلوي عبد الخالق أحمد، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، جامعة العلوم والتكنولوجيا، صنعاء، اليمن، 2013.
- بحيح عبد القادر، الشامل لتقنيات أعمال البنوك (دراسة تحليلية لتقنيات النظام المصرفي في الجزائر)، الطبعة الثانية، منشورات دار الخلدونية، القبة القديمة، الجزائر، 2017.
- بوراس أحمد، بريكة السعيد، أعمال الصيرفة الالكترونية الأدوات والمخاطر، الطبعة الأولى، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2014.
- زقاي حميدي، واسيني محمد، سلوك المستهلك المصرفي، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.
- يوسف حسن يوسف، الاقتصاد الالكتروني، المركز القومي للإصدارات القانونية، مصر، 2012.
- كافي مصطفى، النقود والبنوك الالكترونية، دار رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2011.
- الكيلاني محمود، الموسوعة التجارية (عمليات بين البنوك)، المجلد الرابع، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- محمد علي أحمد شعبان، التسويق والخدمات المصرفية، دار التعليم الجامعي، القاهرة، مصر، 2017.
- المحمودي فضل محمد إبراهيم، التسويق المصرفي، جامعة العلوم والتكنولوجيا، صنعاء، اليمن، 2014.
- منصور محمد حسين، المسؤولية الالكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، مصر، 2003.
- سالم فؤاد الشيخ، فلاح الزعبي علي، التسويق المصرفي، الطبعة الأولى، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2020.
- عايض عبد اللطيف مصلح محمد، إدارة الجودة، جامعة العلوم والتكنولوجيا، صنعاء، اليمن، 2012.
- العجارمة تيسير، التسويق المصرفي، الطبعة الثانية، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
- العلاق بشير، الصميدعي محمود جاسم، أساسيات التسويق الشامل والمتكامل، دار المناهل، عمان، الأردن، 2012.
- النصور إياد عبد الفتاح، تسويق المنتجات المصرفية، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2018.



- فيو كاترين، التسويق الالكتروني، الطبعة الأولى، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ترجمة وردية واشد، بيروت، لبنان، 2008.
- الصيرفي محمد، إدارة العمليات المصرفية (العادية، غير العادية، الالكترونية)، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2016.
- الصميدعي محمود جاسم، ردينة عثمان يوسف، سلوك المستهلك، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.
- قطاف فيروز، بزقاري عبلة، جودة الخدمة المصرفية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019.
- الشمري ناضم محمد نوري، عبد الات عبد الفتاح زهير، الصيرفة الالكترونية، دار وائل، عمان، الأردن، 2008.

ثانياً: المجلات

- أبي محمود، علاء محمد، جودة الخدمات المصرفية الالكترونية وأثرها في رضا العميل (دراسة مقارنة بين فروع المصارف العامة والخاصة في مدينة حماة)، العدد 38، مجلة جامعة البعث للعلوم الإنسانية، سوريا، 2016.
- ابراهيمي عبد الرزاق، هبال عبد المالك، الشرقي منصف، أهمية استخدام وسائط الصرف الالكترونية في تطوير الخدمات المصرفية (دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية والبنك الوطني الجزائري)، المجلد 7، العدد 1، مجلة الدراسات الاقتصادية لولاية سطيف، الجزائر، 2020.
- بحماوي الشريف، سليمان مصطفى، خصوصية وسائل الدفع الالكتروني ودورها في المعاملات التجارية، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 1، العدد 7، أدرار، الجزائر، 2017.
- البصري عبد الرضا شفيق، عادل طاهر هديل، تقنيات الصيرفة الالكترونية وتأثيرها في جودة الخدمة المصرفية (دراسة استطلاعية مقارنة لبعض فروع المصارف العراقية الحكومية والأهلية)، العدد 114، مجلة الإدارة والاقتصاد، الكلية التقنية الإدارية بغداد، العراق، 2018.
- كروشد نور الدين، أولاد ابراهيم ليلي، دقيش جمال، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على تحسين جودة الخدمة المصرفية، المجلد 12، العدد 13، مجلة البحوث والدراسات العلمية، جامعة المدية، الجزائر، 2020.
- المبيضين رائد محمد العضائيلة، هشام عثمان، محمد خليل السميريات، العوامل المؤثرة على استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية عبر الأنترنت من وجهة نظر العملاء (دراسة ميدانية على اقليم الجنوب الأردن)، المجلد 12، العدد 3، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، الأردن، 2016.



- محرز نور الدين، جاهزية البنوك الجزائرية لتطوير جودة الخدمة المصرفية الالكترونية، مجلة العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الشريف مساعدي، سوق أهراس، الجزائر.

- الموسوي عباس نوار كحيط، الأثر الاستراتيجي للمصارف الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية وتحقيق المزايا التنافسية، العدد 16، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والادارية لجامعة واسط، العراق، 2014.

- رفاه لحلو، ريهام زين الدين، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في البنوك التجارية في مدينة نابلس، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2016.

- خليلي أحمد، لخذاري المعتر بالله، واقع وسائل الدفع الالكترونية المصرفية في البنوك الجزائرية (حالة القرض الشعبي الجزائري)، العدد 36(2)، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، 2017.

ثالثا: المذكرات

- بوزرورة ليندة، أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية في المصارف التجارية الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم التجارية، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البلديّة2، الجزائر، 2017.

- بوصالح سفيان، التحكم في جودة الخدمة البنكية (دراسة نوعية كمية في البنك الوطني الجزائري)، مذكرة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص إدارة العمليات والإنتاج، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2016.

- بوقلمونة عودة، نصرالله سهام، عصنة وسائل الدفع في البنوك وآفاق الصيرفة الالكترونية في الجزائر (دراسة حالة بنك العربي)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم المالية والمحاسبية، تخصص مالية نقود وبنوك، المدرسة العليا للتجارة، القليعة، الجزائر، 2016.

- بريكة سعيد، واقع عمليات الصيرفة الالكترونية وآفاق تطورها في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك وتأمينات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2011.

- زاوش زهير، دور نظام الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية (دراسة حالة الجزائر)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص التمويل الدولي والمؤسسات



- المالية النقدية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، 2011.
- حوالف عبد الصمد، النظام القانوني لوسائل الدفع الالكتروني، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2015.
- كموم عبد القادر، أهمية تسويق الخدمات المصرفية الالكترونية في الجزائر مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق العمليات المصرفية والمالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2013.
- ميهوب سماح، الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع بنوك وتأمينات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2005.
- مقري صونية، المسؤولية المدنية عند الاستخدام غير المشروع لبطاقات الدفع الالكتروني، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2015.
- العاني إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك وتأمينات كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2007.
- علاء نايف راشد فرج الله، أثر القدرات التعليمية في جودة الخدمة من خلال الرضا الوظيفي في شركات الاتصالات العاملة في الأردن، رسالة مستكملة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، عمادة الدراسات العليا جامعة آل البيت، الأردن، 2019.
- سعد الباهي صلاح الدين مفتاح، أثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا الزبائن (دراسة ميدانية على البنك الإسلامي الأردني)، رسالة مستكملة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2016.
- راحوا بلال، الخدمات المصرفية الالكترونية وأثرها في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص مالية ونقود، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الدكتور يحيى فارس، المدية، الجزائر، 2015.



رابعاً: الملتقيات

- بوعافية رشيد، مزيودابراهيم، التحول إلى وسائل الدفع الالكترونية وتحديات الجرائم المعلوماتية، مداخلة ضمن الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر (عرض تجارب دولية)، معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 2011.

الملاحق



ملحق رقم (01): تحكيم الأساتذة

الرقم	الأستاذ	التوقيع
01	الدكتورة مخوخ رزيقة	
02	الدكتورة ميمون نبيلة	
03	الأستاذ سعدون رفيق	



ملحق رقم (02): استمارة الاستبيان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة-

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

تخصص: تسويق مصرفي

استبيان

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

تحية طيبة ... أما بعد؟؟؟

الرجاء منكم التعاون معنا لملء هذا الاستبيان وذلك في إطار التحضير لإعداد مذكرة تخرج ماستر بعنوان " أثر وسائل الدفع الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية "دراسة حالة عينة من زبائن بنك **القرض الشعبي الجزائري (CPA)**، على مستوى كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير تخصص: تسويق مصرفي -جامعة محمد بوضياف -المسيلة-.

لذا يرجى منكم الاطلاع على عبارات هذا الاستبيان، ثم وضع علامة (X) أمام العبارة المناسبة بكل دقة وصراحة. علما أن معلومات هذا الاستبيان سرية ولا تستخدم إلا لأغراض علمية بحتة.

تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير والشكر على تعاونكم.

تحت إشراف الدكتورة : مخوخ رزيقة

من إعداد الطالبة: حمادي زينب

الايمليل :

الهاتف :

السنة الجامعية: 2019 / 2020



البيانات العامة: يرجى منكم وضع علامة (x) أمام العبارة التي تمثل وجهة نظركم :

الجنس: ذكر أنثى

العمر:

[من 18 إلى 30 سنة] [من 31 إلى 40 سنة]

[من 41 إلى 50 سنة] 51 سنة فأكثر

المستوى التعليمي:

متوسط ثانوي

جامعي دراسات عليا

المحور الأول: وسائل الدفع الإلكتروني

رقم العبارة	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
01	استخدام البطاقات الالكترونية يعوضك على استخدام النقود والشيكات.					
02	يمكنك السحب بالبطاقة الالكترونية من أي فرع من فروع البنك.					
03	رسوم وتكاليف استخدام البطاقات الالكترونية مناسبة .					
04	تستطيع استخدام البطاقات الالكترونية داخل وخارج الوطن.					
05	إجراءات الحصول على البطاقات الالكترونية بسيطة .					
06	توفر لك البطاقات الالكترونية الحماية الكافية لأموالك.					
07	يمكنك استعادة البطاقات الالكترونية في حالة الضياع أو التلف بسهولة.					
08	تستطيع استخدام الصراف الآلي في أي وقت .					
09	تشعر بالأمان عند استخدام الصراف الآلي.					
10	السحب من الصراف الآلي يمكنك من الحصول على المبلغ الذي تريده.					

وسائل الدفع

					أجهزة الصراف الآلي متاحة في كل فروع البنك.	11
					تعتقد أن البنك يعمل على استحداث وسائل دفع جديدة.	12
					ترى أن البنك يقوم بتطوير تعامله بوسائل الدفع الإلكتروني.	13

المحور الثاني: جودة الخدمة المصرفية

رقم العبارة	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
14	يحتوي الموقع الإلكتروني للبنك على ألوان ومظهر جذاب.					
15	للبنك موقع إلكتروني يسهل عليك تتبعه.					
16	يملك البنك أجهزة إلكترونية متطورة.					
17	وسائل الدفع الإلكتروني المتوفرة بالبنك ملائمة لجميع الزبائن.					
18	اعتماد البنك لوسائل الدفع الإلكتروني يجعلك تستفيد من الخدمة دون انتظار.					
19	يقوم البنك بالاستجابة السريعة لشكاويك وحل مشاكلك العالقة.					
20	ساهمت وسائل الدفع الإلكتروني في التقليل من زمن الحصول على الخدمة.					
21	التعامل بواسطة وسائل الدفع الإلكتروني متاح في كل وقت.					
22	وسائل الدفع الإلكتروني سهلة الاستخدام.					
23	استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يتميز بالدقة وعدم ارتكاب الأخطاء في المعاملات المصرفية.					
24	ساهمت وسائل الدفع الإلكتروني في عدم التقيد بالمواعيد الرسمية لعمل البنك.					
25	تتيح لك وسائل الدفع الإلكتروني في بنك cpa الاستفادة من خدمات متنوعة.					
26	يمكنك أن تعتمد على موظفي بنك cpa في تقديم خدمات ذات جودة عالية.					
27	تنوع وسائل الدفع الإلكتروني بالبنك يتلاءم واحتياجاتك.					
28	يشعرك التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني بنوع من التميز.					
29	يذكرك البنك من حين لآخر بوسائل الدفع الإلكتروني التي يمكنك					

الملاحق



					استخدامها.		
					يرسل البنك كشف الحساب لك عبر بريدك الالكتروني.	30	
					يقوم البنك وموظفوه بشكرك وتقديرك على تعاملك معهم.	31	
					عند استخدامك لوسائل الدفع الالكتروني تشعر بالأمان والارتياح.	32	الثقة والأمان
					يحافظ البنك على سرية كل المعلومات التي تخص تعاملاتك المصرفية.	33	
					تشعر بالحماية الأمنية أثناء تواجدهم بالبنك.	34	
					تعاملك بوسائل الدفع الالكتروني لا يشعرك بالشك والغموض.	35	

شكرا لحسن تعاونكم.



ملحق رقم (03): ثبات وصدق الاستبيان

أولاً/ ثبات وصدق محور وسائل الدفع الالكتروني:

أ- الثبات:

Fiabilité

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
0.919	13

ب- الصدق:

Corrélations

Corrélations					
		دك 1			دك 1
ب1	Corrélation de Pearson	0,836**	ب8	Corrélation de Pearson	0,602**
	Sig. (bilatérale)	0,000		Sig. (bilatérale)	0,005
	N	20		N	20
ب2	Corrélation de Pearson	0,679**	ب9	Corrélation de Pearson	0,525*
	Sig. (bilatérale)	0,001		Sig. (bilatérale)	0,018
	N	20		N	20
ب3	Corrélation de Pearson	0,624**	ب10	Corrélation de Pearson	0,798**
	Sig. (bilatérale)	0,003		Sig. (bilatérale)	0,000
	N	20		N	20
ب4	Corrélation de Pearson	0,712**	ب11	Corrélation de Pearson	0,804**
	Sig. (bilatérale)	0,000		Sig. (bilatérale)	0,000
	N	20		N	20
ب5	Corrélation de Pearson	0,708**	ب12	Corrélation de Pearson	0,723**
	Sig. (bilatérale)	0,000		Sig. (bilatérale)	0,000
	N	20		N	20
ب6	Corrélation de Pearson	0,790**	ب13	Corrélation de Pearson	0,853**
	Sig. (bilatérale)	0,000		Sig. (bilatérale)	0,000
	N	20		N	20
ب7	Corrélation de Pearson	0,568**			
	Sig. (bilatérale)	0,009			
	N	20			
**. La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).					
*. La corrélation est significative au niveau 0,05 (bilatéral).					



ثانياً/ ثبات وصدق محور جودة الخدمة المصرفية:

أ- الثبات:

Fiabilité

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
0.893	4
0.743	4
0.649	5
0.681	5
0.580	4
0.909	22

ب- الصدق:

Corrélations

Corrélations					
		دك1			دك1
ب14	Corrélation de Pearson	0,855**	ب16	Corrélation de Pearson	0,857**
	Sig. (bilatérale)	0,000		Sig. (bilatérale)	0,000
	N	20		N	20
ب15	Corrélation de Pearson	0,848**	ب17	Corrélation de Pearson	0,929**
	Sig. (bilatérale)	0,000		Sig. (bilatérale)	0,000
	N	20		N	20

** . La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

Corrélations

Corrélations					
		دك2			دك2
ب18	Corrélation de Pearson	0,699**	ب20	Corrélation de Pearson	0,821**
	Sig. (bilatérale)	0,001		Sig. (bilatérale)	0,000
	N	20		N	20
ب19	Corrélation de Pearson	0,934**	ب21	Corrélation de Pearson	0,564**
	Sig. (bilatérale)	0,000		Sig. (bilatérale)	0,010
	N	20		N	20

** . La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

Corrélations

Corrélations					
		دك3			دك3
ب22	Corrélation de Pearson	0,846**	ب25	Corrélation de Pearson	0,469*
	Sig. (bilatérale)	0,000		Sig. (bilatérale)	0,037
	N	20		N	20
ب23	Corrélation de Pearson	0,738**	ب26	Corrélation de Pearson	0,671**
	Sig. (bilatérale)	0,000		Sig. (bilatérale)	0,001
	N	20		N	20
ب24	Corrélation de Pearson	0,511*			
	Sig. (bilatérale)	0,021			
	N	20			

** . La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).
* . La corrélation est significative au niveau 0,05 (bilatéral).



Corrélations

Corrélations					
		دك4			دك4
ب27	Corrélation de Pearson	0,481*	ب30	Corrélation de Pearson	0,691**
	Sig. (bilatérale)	0,032		Sig. (bilatérale)	0,001
	N	20		N	20
ب28	Corrélation de Pearson	0,733**	ب31	Corrélation de Pearson	0,593**
	Sig. (bilatérale)	0,000		Sig. (bilatérale)	0,006
	N	20		N	20
ب29	Corrélation de Pearson	0,859**			
	Sig. (bilatérale)	0,000			
	N	20			
** . La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).					
* . La corrélation est significative au niveau 0,05 (bilatéral).					

Corrélations

Corrélations					
		دك5			دك5
ب32	Corrélation de Pearson	0,697**	ب34	Corrélation de Pearson	0,716**
	Sig. (bilatérale)	0,001		Sig. (bilatérale)	0,000
	N	20		N	20
ب33	Corrélation de Pearson	0,567**	ب35	Corrélation de Pearson	0,813**
	Sig. (bilatérale)	0,009		Sig. (bilatérale)	0,000
	N	20		N	20
** . La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).					

Corrélations

Corrélations					
		الكلي			الكلي
دك1	Corrélation de Pearson	0,887**	دك4	Corrélation de Pearson	0,739**
	Sig. (bilatérale)	0,000		Sig. (bilatérale)	0,000
	N	20		N	20
دك2	Corrélation de Pearson	0,815**	دك5	Corrélation de Pearson	0,570**
	Sig. (bilatérale)	0,000		Sig. (bilatérale)	0,009
	N	20		N	20
دك3	Corrélation de Pearson	0,805**			
	Sig. (bilatérale)	0,000			
	N	20			
** . La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).					

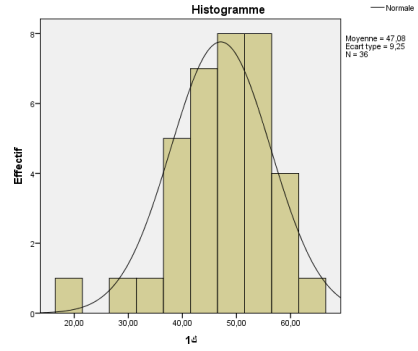
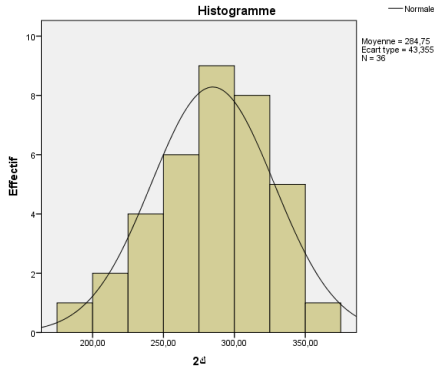
الملحق رقم (04): نتائج الدراسة

أولاً/ التحقق من طبيعة التوزيع

Explore

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
ك1	0.147	36	0.047	0.952	36	0.122
ك2	0.086	36	0.200	0.987	36	0.944

a. Lilliefors Significance Correction





ثانيا/ نتائج الاستبيان:

البيانات الوصفية:

الجنس					
		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	27	75,0	75,0	75,0
	أنثى	9	25,0	25,0	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

السن					
		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	18 من 30 -	6	16,7	16,7	16,7
	31 من 40 -	20	55,6	55,6	72,2
	41 من 50 -	9	25,0	25,0	97,2
	51 فأكثر	1	2,8	2,8	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

المستوى					
		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	متوسط	2	5,6	5,6	5,6
	ثانوي	7	19,4	19,4	25,0
	جامعي	19	52,8	52,8	77,8
	دراسات عليا	8	22,2	22,2	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

المحور الأول:

Statistiques descriptives			
	N	Moyenne	Ecart type
ب1	36	3,7222	1,11127
ب2	36	3,9444	,86005
ب3	36	3,8611	,93052
ب4	36	3,1667	1,23056
ب5	36	3,4167	1,20416
ب6	36	3,9444	1,14504
ب7	36	3,3056	1,03701
ب8	36	3,7500	,93732
ب9	36	4,1389	,93052
ب10	36	3,3056	1,21466
ب11	36	3,4444	1,02663

ب12	36	3,5278	1,10805
ب13	36	3,5556	1,15745
ك1	36	47,0833	9,25010
N valide (listwise)	36		

المحور الثاني:

البعد الأول:

Statistiques descriptives			
	N	Moyenne	Ecart type
ب14	36	3,4444	,96937
ب15	36	3,5000	1,00000
ب16	36	3,1667	1,08233
ب17	36	3,5556	1,08086
د1	36	13,6667	3,52947
N valide (listwise)	36		

البعد الثاني:

Statistiques descriptives			
	N	Moyenne	Ecart type
ب18	36	4,0833	,90633
ب19	36	3,6944	1,11661
ب20	36	4,0000	,89443
ب21	36	3,7778	1,07201
د2	36	15,5556	2,97076
N valide (listwise)	36		

البعد الثالث:

Statistiques descriptives			
	N	Moyenne	Ecart type
ب22	36	4,1111	,97915
ب23	36	3,8056	1,06421
ب24	36	3,6944	1,06421
ب25	36	3,8611	,83333
ب26	36	3,8056	,82183
د3	36	19,2778	3,07628
N valide (listwise)	36		

البعد الرابع:

Statistiques descriptives			
	N	Moyenne	Ecart type
ب27	36	3,5556	1,10698
ب28	36	3,8333	,97101
ب29	36	3,5000	1,08233
ب30	36	3,1389	1,07312

31ب	36	3,8056	1,11661
4د	36	17,8333	3,57371
N valide (listwise)	36		

البعد الخامس:

Statistiques descriptives			
	N	Moyenne	Ecart type
32ب	36	3,8056	1,06421
33ب	36	4,3611	,48714
34ب	36	4,0556	,82616
35ب	36	4,3333	,58554
5د	36	16,5556	2,19668
N valide (listwise)	36		

ثالثا/ التحقق من فرضيات الدراسة:

الفرضية العامة:

Régression				
Récapitulatif des modèles ^b				
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,892 ^a	,795	,789	19,91345
a. Valeurs prédites : (constantes), 1 ^ك				
b. Variable dépendante : 2 ^ك				

الفرضية الأولى:

Récapitulatif des modèles ^b				
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,799 ^a	,638	,628	2,15336
a. Valeurs prédites : (constantes), 1 ^ك				
b. Variable dépendante : 1 ^د				

الفرضية الثانية:

Récapitulatif des modèles ^b				
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,624 ^a	,390	,372	2,35488
a. Valeurs prédites : (constantes), 1 ^ك				
b. Variable dépendante : 2 ^د				

الفرضية الثالثة:

Récapitulatif des modèles ^b				
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,576 ^a	,332	,313	2,55032
a. Valeurs prédites : (constantes), 1 ^ك				

b. Variable dépendante : 3^د

الفرضية الرابعة:

Récapitulatif des modèles ^b				
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,473 ^أ	,224	,201	3,19423
a. Valeurs prédites : (constantes), 1 ^ك				
b. Variable dépendante : 4 ^د				

الفرضية الخامسة:

Récapitulatif des modèles ^b				
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,372 ^أ	,138	,113	2,06908
a. Valeurs prédites : (constantes), 1 ^ك				
b. Variable dépendante : 5 ^د				

معامل إيظا:

Mesures des associations		
	Eta	Eta carré
1 ^د * 1 ^ك	,895	,802
1 ^د * 2 ^ك	,882	,778
1 ^د * 3 ^ك	,851	,724
1 ^د * 4 ^ك	,705	,498
1 ^د * 5 ^ك	,783	,613
1 ^ك * 2 ^ك	,954	,909

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
تَبْحِيحُ