

العنوان:

أثر الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية

"دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR - برج بوعريبيج -"

مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير

تخصص: إدارة مالية

إشراف الأستاذ الدكتور:

بوعافية سمير

إعداد الطالبان:

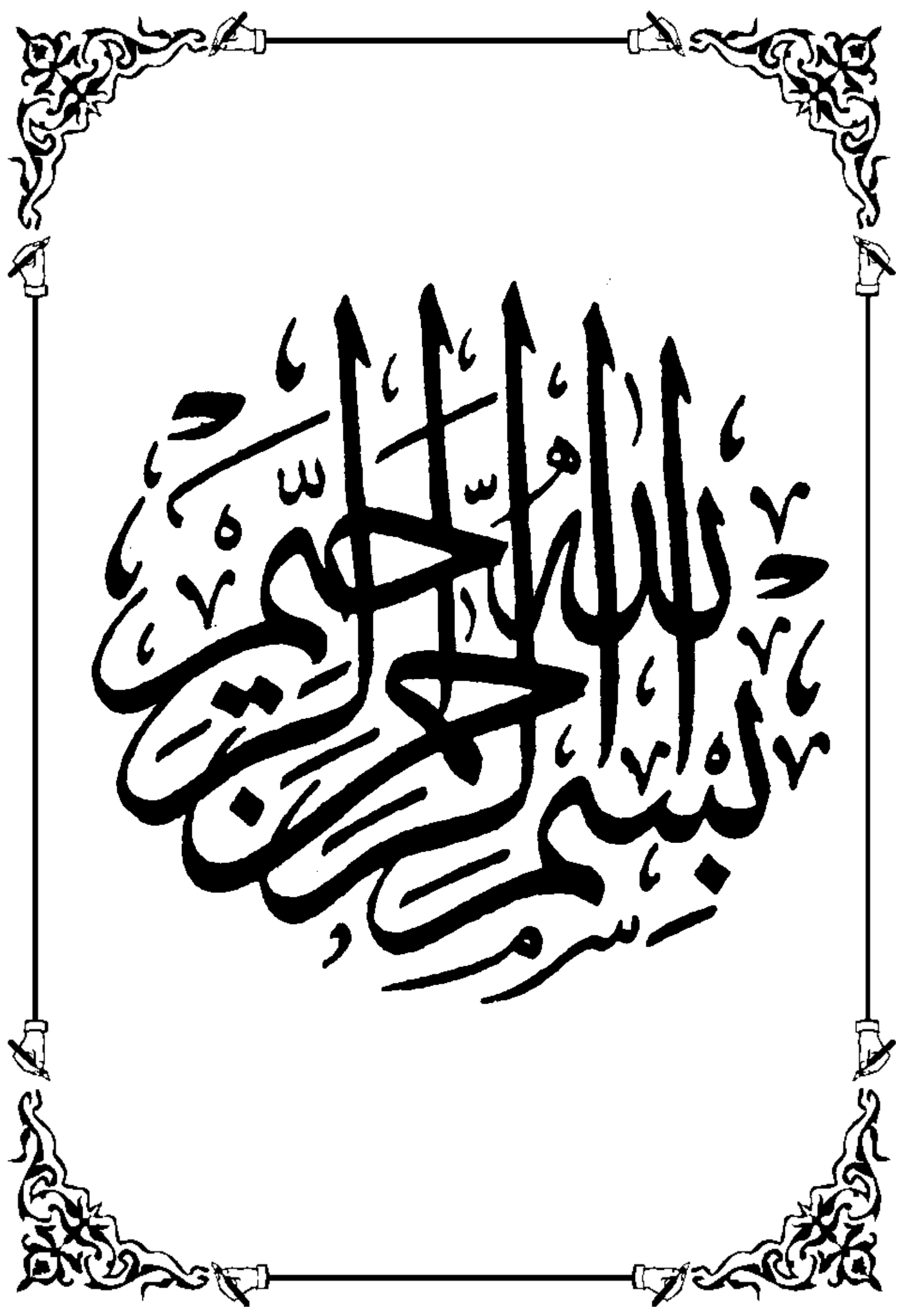
✓ بن ترعة حسان

✓ مباركي بلال

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
د. غطاس عبد الغفار	أستاذ محاضر - أ-	جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريبيج	رئيسا
د. بوعافية سمير	أستاذ محاضر - أ-	جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريبيج	مشرفا
د. عامر عبد اللطيف	أستاذ محاضر - أ-	جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريبيج	مناقشا

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



شكر وتقدير

قال الله تعالى:

"رَبِّ أَوْزِنْنِي أَنْ أَشْكُرَ بِنِعْمَتِكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدِيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ حَالِيًا تَرْضَاهُ وَأَخِطُبُنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الْعَالَمِينَ"

سورة النمل الآية 19.

أولاً نشكر الله سبحانه وتعالى ونحمده كثيراً على ما منَّ به علينا من نعم لا تعد ولا تحصى، فله الحمد من قبل ومن بعد على توفيقه لنا في إتمام هذا العمل المتواضع. ثم نتقدم بجزيل الشكر ومحظيم الامتنان إلى من تكرم بقبول الإشراف على هذه الرسالة الأستاذ "بوعافية سمير"، على ما قدمه من توجيهات ومعلومات، جزاه الله خيراً، فله منا أسمى عبارات التقدير والاحترام والعرفان. ونشكر كل من ساعدنا ولو بكلمة طيبة لإتمام هذا العمل. وإلى كل من قدم لنا يد العون من بعيد أو قريب إليكم شكرنا وامتناننا وتمنياتنا لكم بالخير إن شاء الله

بلال

حسان

إهداء

أهدي ثمرة هذا الجهد إلى كل محب للعلم وطامع في النجاح
إلى معلمتي وسر نجاحي ومن نصحتني إذا أخطأت
وأخذت بيدي إذا تعثرته وسقتهني إذا ظلمت
ومسحت علي رأسي إذا أحسنت أمني الغالية دمت لنا كغطاء السندس في الجنة
إلى مندي وفخري ومن معي وشغفت لأزعم بالراحة والمناج
وعمل بكدي في سبيل إنجازي أبي العزيز دمت لنا كجبل شامخ لا تؤثر فيه الأحوال ولا الضغوطات
وإلى من يذكرهم القلب قبل أن يكتبه القلم، إلى من قاسموني طو الحياة ومرّما تحب السقته الواحد إخوتي
وأخواتي
وإلى كل من وسع قلبه ولم يكتبه قلمي

بلال

حسان



ملخص الدراسة

ملخص باللغة العربية:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية من جهة نظر زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR برج بوعريريج، حيث بلغت العينة 30 زبون، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، كما تم الاعتماد على أداة الاستبانة في جمع البيانات، وبعد القيام بتحليل البيانات واختبار الفرضيات باستعمال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، توصلت الدراسة إلى أن: هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لتطبيق الصيرفة الإلكترونية في تحسين ودة الخدمة المصرفية: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الاهتمام، الثقة والأمان.

وفي ضوء هذه النتائج صيغت مجموعة من التوصيات أهمها: ضرورة التطوير المستمر في أداء المصرف لرفع مستوى كفاءة التشغيل بحيث يقدم المصرف خدماته دائما بأفضل جودة خدمة ممكنة وبأفضل وقت وبأقل تكلفة خاصة وأن الزبائن اليوم يبحثون عن جودة الخدمة الأفضل.

الكلمات المفتاحية: الصيرفة الإلكترونية، جودة الخدمة المصرفية، بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR برج بوعريريج.

English summary:

This study aims to know the role of electronic banking in improving the quality of banking service from the point of view of the customers of the Bank of Agriculture and Rural Development BADR Bordj Bou Arreridj, where the sample amounted to 30 customers. By analyzing the data and testing hypotheses using the Statistical Package for Social Sciences (SPSS), the study concluded that: There is a statistically significant effect of the application of electronic banking in improving the quality of banking service: tangibility, reliability, response, interest, trust and safety.

In light of these results, a set of recommendations were formulated, the most important of which are: The necessity of continuous development in the bank's performance to raise the level of operating efficiency so that the bank always provides its services with the best possible service quality, in the best possible time and at the lowest cost, especially since customers today are looking for the best quality of service.

Keywords: electronic banking, quality of banking service, Bank of Agriculture and Rural Development BADR Bordj Bou Arreridj.



فهرس

المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
	شكر وتقدير
	إهداء
	ملخص الدراسة
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ	مقدمة
الفصل الأول: الأسس النظرية حول الصيرفة الإلكترونية والخدمات المصرفية	
7	تمهيد
8	المبحث الأول: عموميات حول الخدمات المصرفية
8	المطلب الأول: مدخل إلى الخدمات المصرفية
8	الفرع الأول: مفهوم الخدمة
9	الفرع الثاني: تعريف الخدمة المصرفية
9	الفرع الثالث: خصائص الخدمات المصرفية
11	المطلب الثاني: جودة الخدمات المصرفية
11	الفرع الأول: تعريف الجودة وجودة الخدمة
13	الفرع الثاني: أبعاد الجودة المصرفية
15	الفرع الثالث: مستويات ومزايا جودة الخدمات المصرفية
16	المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في الخدمات المصرفية
16	الفرع الأول: العوامل الخارجية
18	الفرع الثاني: العوامل الداخلية
19	المطلب الرابع: أثر الصيرفة الإلكترونية على الخدمات المصرفية
21	المبحث الثاني: عموميات حول الصيرفة الإلكترونية
21	المطلب الأول: مفهوم الصيرفة الإلكترونية وتطورها التاريخي
21	الفرع الأول: مفهوم الصيرفة الإلكترونية
23	الفرع الثاني: التطور التاريخي للصيرفة الإلكترونية
24	المطلب الثاني: أهمية الصيرفة الإلكترونية وعوامل نجاحها
24	الفرع الأول: أهمية الصيرفة الإلكترونية
25	الفرع الثاني: عوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية
25	المطلب الثالث: خصائص وأنواع البنوك الإلكترونية

فهرس المحتويات

25	الفرع الأول: خصائص البنوك الإلكترونية
26	الفرع الثاني: أنواع البنوك الإلكترونية
31	المطلب الرابع: خدمات الصيرفة الإلكترونية ومخاطرها
31	الفرع الأول: خدمات البنوك الإلكترونية
32	الفرع الثاني: مخاطر الصيرفة الإلكترونية
35	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: دراسة تطبيقية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR برج بوعريريج	
37	المبحث الأول: ماهية بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR
37	المطلب الأول: تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية
37	المطلب الثاني: أهداف ووظائف بنك الفلاحة والتنمية الريفية
37	الفرع الأول: أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية
38	الفرع الثاني: وظائف بنك الفلاحة والتنمية الريفية
38	المطلب الثالث: مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية
39	المطلب الرابع: تعريف وهيكل الوكالة محل الدراسة
39	الفرع الأول: تعريف بالوكالة
39	الفرع الثاني: الهيكل التنظيمي للوكالة محل الدراسة -برج بوعريريج-
40	المبحث الثاني: منهجية دراسة الاستبيان واختار المجتمع والعينة
40	المطلب الأول: اختيار المجتمع، عينة وحدود الدراسة
41	المطلب الثاني: أدوات الدراسة الميدانية
44	المطلب الثالث: وصف خصائص العينة
69	خلاصة الفصل
73	خاتمة
76	قائمة المراجع
	قائمة الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
42	سلم (LIKERT) الخماسي	01
43	اتجاه الرأي وفق مقياس (LIKERT) الخماسي	02
44	قياس ثبات الاستبيان	03
44	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	04
45	توزيع افراد عينة الدراسة حسب العمر	05
46	توزيع افراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي	06
47	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مدة التعامل مع البنك	07
48	درجات الموافقة على واقع استخدام وسائل الدفع الالكترونية	08
49	درجات الموافقة على بعد الملموسية	09
50	درجات الموافقة على بعد الاستجابة	10
51	درجات الموافقة على بعد الاعتمادية	11
52	درجات الموافقة على بعد الاهتمام	12
53	درجات الموافقة على بعد الثقة والأمان	13
55	نتائج اختبار الأثر بين استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الملموسية	14
58	نتائج اختبار الأثر بين استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاستجابة	15
61	نتائج اختبار الأثر بين استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاعتمادية	16
64	نتائج اختبار الأثر بين استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاهتمام	17
67	نتائج اختبار الأثر بين استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الثقة والأمان	18

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
39	الهيكل التنظيمي للوكالة محل الدراسة	01
41	نموذج الدراسة	02
44	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	03
45	توزيع افراد عينة الدراسة حسب العمر	04
46	توزيع افراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي	05
47	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مدة التعامل مع البنك	06

مقدمة

يعيش الاقتصاد اليوم ثورة تكنولوجية في مختلف القطاعات الاقتصادية خاصة في القطاع المالي والمصرفي، حيث أصبحت التكنولوجيا تشكل حجر الأساس في تعزيز فرص البقاء والنمو والاستمرارية في ظل المنافسة الشديدة بين المصارف.

وعلى الرغم من الأهمية الكبيرة للاتصال المباشر ما بين البنك والعميل، إلا أن الثورة التقنية وظهور الحاسوب وانتشار الانترنت بشكل واسع ساعد على ابتكار وسائل وأساليب جديدة في تقديم الخدمات المصرفية عن بعد، وفي ظل الحركية السريعة في مجال البرمجيات والتقنية الإلكترونية التي شملت المجالات الاقتصادية والمالية خصوصا وبقيّة المجالات الأخرى عموما، كان لابد من قيام المصارف بالاهتمام بتطوير النشاط والخدمات المصرفية المختلفة، ومما لا شك فيه أن تكنولوجيا المعلومات قد باتت الآن إحدى أهم القضايا الاستراتيجية في مجال العمل المصرفي، وهذا الواقع سيفرض على المصارف تحديات كبيرة.

ومن خلا هذا المنطلق تعد جودة الخدمات المصرفية عنصرا فعالا للنجاح في الأعمال المصرفية إلى جانب بروز فكرة البنوك الإلكترونية، والتي أدت إلى زيادة حدة المنافسة بين المصاريف التقليدية التي تبحث عن دور لها، وبين المصارف الإلكترونية التي نمت في إطار التراكم المعرفي والتطور التكنولوجي.

فالتطور التكنولوجي أفضل سبيل لنيل رضا العميل وانجذابه لاقتناء الخدمات المصرفية بثتى أنواعها، الأمر الذي يؤدي إلى توسع نطاق الخدمات المصرفية البنكية في الفضاء الإلكتروني.

1 إشكالية الدراسة:

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

ما هو تأثير الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية **BADR** برج بوعرييج؟

ومنه تدرج تحت هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية:

✓ هل يوجد أثر للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الملموسية؟

- ✓ هل يوجد أثر للصيرفة الالكترونية على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاعتمادية؟
- ✓ هل يوجد أثر للصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاستجابة؟
- ✓ هل يوجد أثر للصيرفة الالكترونية على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاهتمام والتعاطف؟
- ✓ هل يوجد أثر للصيرفة الالكترونية على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الثقة والأمان؟

(2) فرضيات الدراسة:

وللإجابة على هذه التساؤلات المطروحة تموضع الفرضية الرئيسية التالية:

تأثير الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR برج بوعرييج.

الفرضيات الفرعية:

- ✓ يؤثر استخدام وسائل الدفع الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الملموسية؛
- ✓ يؤثر استخدام وسائل الدفع الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاعتمادية؛
- ✓ يؤثر استخدام وسائل الدفع الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاستجابة؛
- ✓ يؤثر استخدام وسائل الدفع الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاهتمام والتعاطف؛
- ✓ يؤثر استخدام وسائل الدفع الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الثقة والأمان.

(3) أسباب اختيار الموضوع:

- * التعرف على البنوك الإلكترونية ومعرفة المعاملات الخاصة بها.
- * معرفة مدى الجودة التي تحققها الصيرفة الإلكترونية للخدمات المصرفية.
- * المكانة الهامة للصيرفة الإلكترونية في الحياة العامة.
- * الدور الكبير والمتزايد للصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمات البنكية.
- * ارتباط الموضوع بتخصص إدارة مالية.

(4) أهداف الدراسة:

- * تبيان دور وأهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك.
- * إعطاء مفهوم واضح وشامل للخدمات المصرفية.
- * اكتشاف الدور الذي تلعبه الصيرفة الإلكترونية في تحقيق جودة الخدمات المصرفية.
- * معرفة مدى تطور أنظمة الدفع الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR برج بوعريريج.

(4) أهمية الدراسة:

نتيجة للتغيرات الجوهرية في هيكل وطبيعة عمل الجهاز المصرفي ومواكبة العصرنة باستخدام الصيرفة الإلكترونية في المصارف لإدارة معاملاتها المصرفية والمالية بما يتماشى مع رغبات الزبائن من أجل تحقيق رضاهم، استمدت أهمية البحث من هذه التغيرات والتطورات التي برزت في المصارف الإلكترونية والمتمثلة في النقاط التالية:

الأهمية العلمية: تكمل الأهمية العلمية في كونه موضوعا يلقي الضوء على الخدمات البنكية الإلكترونية.

الأهمية العملية: تكمن في أن هذا البحث سوف يمكن من التعرف على مدى مساهمة الخدمات البنكية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR برج بوعريريج.

5) منهج وأدوات الدراسة:

من أجل الإجابة عن الإشكالية المطروحة واختبار الفرضيات سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي بالنظر إلى طبيعة الموضوع، وهذا باستعراض لدور الصيرفة الإلكترونية في مجال العمل المصرفي والعلاقة بينهما، وفي الجانب التطبيقي سيتم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع المعلومات، ثم القيام بتحليلها باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS إصدار 24، والتوصل إلى النتائج والتوصيات.

6) الإطار الزمني والمكاني:

الإطار المكاني: أي البعد المكاني لهذه الدراسة، حيث تمت الدراسة الحالية على عينة من الزبائن في بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR برج بوعريريج.

الإطار الزمني: توزيع الاستبيان وجمعه خلال السداسي الثاني، بين شهر أبريل وماي 2022.

الإطار البشري: وهم زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR برج بوعريريج.

7/ هيكل الدراسة:

قمنا بتقسيم بحثنا إلى مقدمة وفصلين وخاتمة كما يلي:

مقدمة تحتوي على الإشكالية، الفرضيات، أسباب اختيار الموضوع، الأهداف، الأهمية، المنهج المتبع في الدراسة، هيكل الدراسة وصعوباته.

تطرقنا في **الفصل الأول** المعنون بـ "الأسس النظرية حول الصيرفة الإلكترونية والخدمات المصرفية"، حيث تناولنا في المبحث الأول عموميات حول الخدمة المصرفية، مدخل إلى الخدمات المصرفية، جودة الخدمات المصرفية، العوامل المؤثرة في الخدمات المصرفية، أثر الصيرفة الإلكترونية على الخدمات المصرفية، كما تطرقنا في المبحث الثاني عموميات حول الصيرفة الإلكترونية، مفهوم الصيرفة الإلكترونية وتطورها التاريخي، أهميته وعوامل نجاحها، خصائص وأنواع البنوك الإلكترونية، وأخيرا خدمات الصيرفة الإلكترونية ومخاطرها.

أما **الفصل الثاني** تم تخصيصه لدراسة أثر الصيرفة الإلكترونية على الخدمات المصرفية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR برج بوعريريج من خلال مبحثين، المبحث الأول ماهية بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR، التعريف ببنك الفلاحة، أهدافه ووظائفه، مهامه، والتعريف بالوكالة محل الدراسة وهيكلها، أما المبحث الثاني منهجية دراسة الاستبيان واختيار المجتمع والعينة، فقد تم التطرق من خلاله إلى اختيار المجتمع والعينة وحدود الدراسة، أدوات الدراسة الميدانية، وصف خصائص العينة.

وأنهينا دراستنا **بخاتمة** كحوصلة لأهم النتائج المتوصل إليها، وتقديم مقترحات.

(8) صعوبات الدراسة:

- * صعوبة الحصول على المعلومات الكافية لمعالجة الموضوع.
- * النقص في المراجع والمعلومات.
- * قلة الدراسات السابقة.
- * ضيق الوقت في إعداد المذكرة وهو ما أعاقنا عن إثراء البحث بالشكل الكافي.

الفصل الأول

الأسس النظرية حول الصيرفة
الإلكترونية والخدمات المصرفية

تمهيد:

شهد العالم ثورة مصرفية حقيقية تمثلت في التوسع الهائل في ميدان التكنولوجيا المصرفية، نتج عن التوسع مظاهر انتشار المصارف الإلكترونية التي تعتبر حديثة مقارنة بالمصارف التقليدية لما تحققه من مزايا عديدة.

كما شهدت العقود الأخيرة تطورات تكنولوجية كبيرة أحدثت تغيرات كبيرة في قطاعات النشاط الاقتصادي، ولعل من أبرزها القطاع البنكي، حيث شرعت مختلف البنوك بتكثيف الاستفادة من أحدث التقنيات الحديثة كتكنولوجيا المعلومات والاتصال، والحواسيب الآلية وكذلك شبكة الإنترنت، وتطويرها بكفاءة عالية بغية ابتكار خدمات مصرفية مستحدثة، وتطوير أساليب تقديمها سعياً منها لمواكبة التطورات الحاصلة في هذا النوع من الصناعة.

واستناداً على ما سبق ذكره سنحاول من خلال هذا الفصل التطرق إلى:

- ❖ المبحث الأول: عموميات حول الخدمة المصرفية.
- ❖ المبحث الثاني: عموميات حول الصيرفة الإلكترونية.

المبحث الأول: عموميات حول الخدمات المصرفية

سنتطرق في هذا المبحث إلى عموميات حول الخدمات المصرفية، ويمكن تقسيم هذا المبحث إلى أربعة مطالب، بحيث نتطرق في المطلب الأول إلى مدخل الخدمات المصرفية، وسنتطرق في المطلب الثاني إلى جودة الخدمات المصرفية، وفي المطلب الثالث سنتطرق إلى العوامل المؤثرة في الخدمات المصرفية، أما المطلب الرابع فخصصناه لأثر الصيرفة الإلكترونية على الخدمات المصرفية.

المطلب الأول: مدخل إلى الخدمات المصرفية

الفرع الأول: مفهوم الخدمة

تعرفها الجمعية الأمريكية للتسويق على أنها: "النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة أخرى"¹.

كما يعرفها فيليب كوتلر على أنها: "أي نشاط أو انجاز أو منفعة يقدمها طرف إلى طرف آخر وتكون أساسا غير ملموسة، ولا ينتج عنها أي نقل للملكية، وأن إنتاجها أو تقديمها قد يكون مرتبط بمنتج مادي ملموس"².

عرفت المنظمة الدولية للمقاييس (ISO) بأنها: "تتولد عن النشاطات في التعامل بين المورد والزبون، ومن النشاطات الداخلية للموارد للاستجابة لحاجات الزبون"³.

يرى (RUS) بأنها: "الخدمة هي شرط مؤقت للمنتج، أو أداة لنشاط معين محدد للمستفيدين منها"⁴.

¹ - بشير العلاق: ثقافة الخدمة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص37.

² - p.kotler at autres, **marketing management**, 11ed, prearson edutationparis, 2003, p 443.

³ - محمود حسان، بيسام عزام: إدارة الجودة ونظام الجودة، مركز الرضا للكمبيوتر، دمشق، سوريا، 1999، ص26.

⁴ - محمد ناصر، نيات ترجمان: تسويق الخدمات، منشورات جامعة دمشق، سوريا، 2006، ص327.

الفرع الثاني: تعريف الخدمة المصرفية

هي مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة والمقدمة من قبل البنك، والتي يدركها المستفيد من خلال ملامحها وقيمها النفعية، والتي تشكل مصدر الأرباح للبنك من خلال العلامة التبادلية بين الطرفين¹. تعرف الخدمة المصرفية بكونها الأنشطة والعمليات المالية للزبون والمتعلقة بالقيمة والمزودين للخدمة المصرفية².

كما يعرفها كل من Kolter & Armstrong بأنها "أنشطة أو منافع أو اشباعات المختصين في مجال تسويق الخدمات المصرفية"³.

الفرع الثالث: خصائص الخدمات المصرفية

تتميز الخدمة المصرفية في مجموعة من الخصائص والتي تتمثل في:

◀ **اللاملموسية:** تتصف الخدمة المصرفية باحتوائها على عناصر ملموسة وأخرى غير ملموسة، إذ تشكل الأجهزة والآلات والديكورات وغيرها مما يحتويه البنك عناصر ملموسة، أما العناصر الغير ملموسة فهي التي يصعب على الفرد رؤيتها أو لمسها، وتتمثل في ادراكات العميل وتوقعاته، وما تتضمنه الخدمة من قيم منفعية غير مباشرة لها دلالات مهمة في تقييم العميل لمضمون الخدمة المقدمة، والتي تشترك آثارها على مستوى إدراكه للخدمة⁴.

¹ - تسيير لعجارمة: التسويق المصرفي، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص32.

² - تسيير لعجارمة: التسويق المصرفي، مرجع سابق، ص31.

³ - بريش عبد القادر: جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، عدد3، ص252.

⁴ - محمود الزامل وآخرون: تسويق الخدمات المصرفية، ط1، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص57-59.

- ◀ **التلازم:** تتصف الخدمة المصرفية بتلازمية انتاجها وتوزيعها، أي عدم امكانية الفصل بين العمليتين، حيث يتم انتاج الخدمة وتوزيعها في المصرف نفسه أو أحد فروعها أو عن طريق أي من نظم توصيل الخدمة لديه كالصراف الآلي¹.
- ◀ **الانتشار الجغرافي:** لكي يحقق المصرف النجاح المطلوب فإنه يتعين عليه أن يكون قادراً على الوصول إلى العملاء القائمين والمحتملين، وهذا الغرض لا يتحقق إلا إذا امتلك البنك شبكة من الفروع تنتشر جغرافياً بشكل يتلاءم ورغبات واحتياجات العملاء للخدمات والمنتجات المصرفية، فقيمتها مرتبطة بمكان وزمان الحصول عليها².
- ◀ **تباين الخدمة:** إن نوعية الخدمة تعتمد على مهارات وأسلوب وكفاءة مقدميها، وزمان ومكان تقديمها، فموظف المصرف يختلف أسلوب تعامله مع المستفيدين وفقاً لظروفه النفسية والاجتماعية...، ووجود عشرة أفراد داخل المصرف باختلاف أمزجتهم وحاجاتهم ورغباتهم الشخصية تؤثر على تقديم الخدمة ومستوى الاشباع المحقق منها³.
- ◀ **التوازن بين النمو والمخاطر:** عندما يبيع المصرف عروضاً، فإنه يشتري مخاطر وعليه فالضرورة تقضي إيجاد توازن بين التوسع في النشاط المصرفي وبين الحيطة والحذر⁴.
- ◀ **المسؤولية الانتمائية:** إن من أهم المسؤوليات لأي مصرف هي حماية ودائع ومكاسب زبائنه، وهذا مهم ليس في المصاريف فقط بل في أغلب المؤسسات المالية الأخرى⁵.

1- ناجي معلاء: الأصول العلمية للتسويق المصرفي، ط3، المؤسسة العالمية للتجليد، عمان، الأردن، 2007، ص42.

2- محمود الزامل وآخرون: تسويق الخدمات المصرفية، مرجع سابق، ص60.

3- محمود جاسم الصمعيدي، وردينا عثمان يوسف: التسويق المصرفي -مدخل استراتيجي-كمي تحليلي، دار المناهج للنشر، عمان، الأردن، 2005، ص28.

4- أحمد محمود أحمد: تسويق الخدمات المصرفية -مدخل نظري تطبيقي-، ط1، دار البركة للنشر والتوزيع، 2001، ص71.

5- تسيير لعجارمة: التسويق المصرفي، مرجع سابق، ص20.

المطلب الثاني: جودة الخدمات المصرفية

الفرع الأول: تعريف الجودة وجودة الخدمة

أولاً: تعريف الجودة:

تعرفها المنظمة الدولية للمعايير (ISO): "أنها الخصائص الكلية لكيان (نشاط، أو عملية، أو السلعة، أو خدمة، أو منظمة، أو نظام أو فرد، أو مزيج منها) التي تتعكس في قدرته على إشباع حاجات صريحة أو ضمنية"¹.

كما تعرفها الجمعية الأمريكية للجودة: "أنها الهيئة أو الخصائص الكلية للسلعة أو الخدمة التي تعكس قدرتها على تلبية حاجات صريحة وضمنية"².

كما تعرف على: "هي الخصائص والصورة الكلية للمنتج التي تقوي القدرة على إشباع حاجات معينة أو ضمنية للزبون، وأنها خلو للخدمة من أي عيب أثناء إنجازها وأنها نتيجة الحكم المتعلقة بتوقعات الزبون المدركة عن الخدمة والأداء الفعلي لها"³.

ومنه فإن الجودة مجموعة من المزايا والخصائص الخاصة بالمنتج والخدمة والتي تساهم في إشباع رغبات المستهلكين، وتتضمن السعر والأمان وتوفر والموثوقية والاعتمادية وقابلية الاستعمال⁴.

ثانياً: تعريف جودة الخدمة:

تعرف جودة الخدمة على أنها: "قياس لمدى تطابق مستوى الجودة المقدمة مع توقعات المستفيد، فنقديم خدمة ذات جودة يعني في المحصلة النهائية أن تكون الخدمة متوافقة مع توقعات المستفيدين"⁵.

¹ - رعد عبد الله الطائي، عيسى قدارة: "إدارة الجودة الشاملة"، الطبعة العربية، دار البازوري للنشر، عمان، 2008، ص 29.

² - مرجع نفسه، ص 29.

³ - تسيير لعجارمة: التسويق المصرفي، مرجع سابق، ص 329.

⁴ - الدراكة: 2005، ص 16.

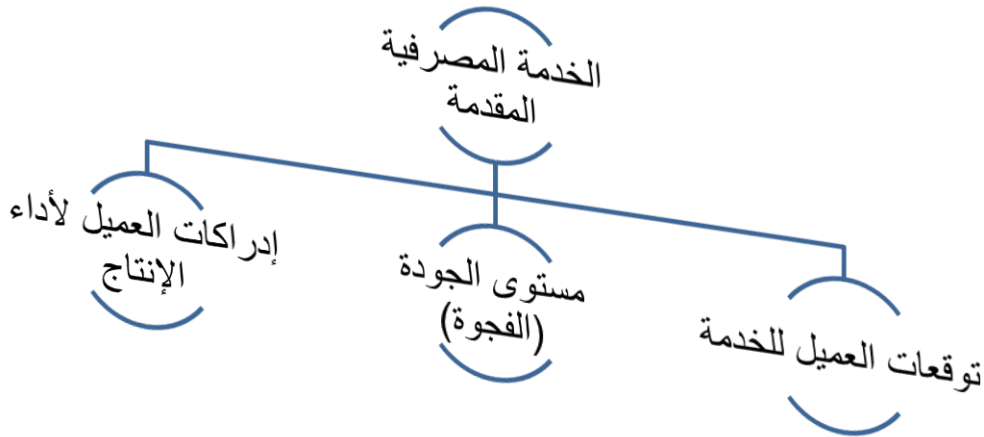
⁵ - العلاق، حميد عبد الني الطائي: تسويق الخدمات، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 257.

كما تعرف أيضا بأنها: "الفجوة أو الانحراف ما بين توقعات الزبون للخدمة وإدراك الجودة بعد استهلاك الخدمة"¹.

ثالثا: تعريف جودة الخدمات المصرفية:

هناك تعريفات كثيرة نذكر منها:

- ◀ خلو الخدمة المصرفية من أي عيب أثناء إنجازها، نتيجة الحكم المتعلق بتوقعات الزبون أو العميل المدركة عن الخدمة البنكية والأداء الفعلي لها"².
- ◀ تعرف أيضا على أنها: "مقياس لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبائن لهذه الخدمة"³.



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

¹ - علي السلمي: إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات التأهيل للإيزو 9000، دار غريب للنشر والتوزيع، 1995، ص19.

² - أحمد طرطار، سارة حلمي: جودة الخدمات المصرفية كآلية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الدولي 'إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات'، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010، ص3.

³ - ثريا عبد الرحيم الخزرجي، شيرين بدري البارودي: اقتصاد المعرفة الأسس النظرية والتطبيق في المصارف التجارية، ط1، دار الورق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص157.

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

الفرع الثاني: أبعاد الجودة المصرفية

للجودة عشرة أبعاد رئيسية هي¹:

الأبعاد	الشرح
الاعتمادية	وتتمثل في ثبات الأداة وقدرة المنظمة على تقديم الخدمة التي وعدت بها بشكل يمكن من الاعتماد عليها، بالإضافة إلى أداء الخدمة بطريقة صحيحة من أول مرة، و يضم هذا البعد ما يلي: (الدقة في الحسابات، الحفاظ على سجلات صحيحة، تقديم الخدمة في المواعيد المحددة).
الاستجابة	وتتعلق بمدى رغبة واستعداد مقدمي الخدمة لتقديم خدمة فورية للعملاء وتشمل: (الاستجابة الفورية لاحتياجات العملاء، الرد الفوري على استفسارات العملاء أو شكاويهم، تقديم خدمة فورية مثل تحديد المواعيد بسرعة).
الكفاءة	وتعني امتلاك المهارات والمعارف المطلوبة لتقديم الخدمة وتتضمن: (معارف ومهارات موظفي المكاتب الأمامية، معارف ومهارات موظفي الجهاز التنظيمي،

¹ - جبلي هدى: قياس جودة الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك البركة الجزائري، رسالة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة-الجزائر، 2007/2006، ص72-74.

<p>قدرة المنظمة على إنجاز بحوث من أجل تقديم خدمات أفضل).</p>	
<p>ويتعلق الأمر بالقرب وسهولة الاتصال بمقدم الخدمة ويضم هذا البعد ما يلي: (سهولة الوصول إلى الخدمة عن طريق الهاتف 'الخطوط غير مشغولة أو ترك العميل ينتظر'، مدة الانتظار من أجل الحصول على الخدمة 'في البنك مثلا' ليست طويلة، ملائمة أوقات العمل، ملائمة مكان تقديم الخدمة).</p>	<p>الوصول إلى الخدمة</p>
<p>و تشمل أدب واحترام مراعاة وصداقة موظفي المكاتب الأمامية للعملاء ويشمل هذا البعد ما يلي: (مراعاة ظروف العمال والتعاطف معهم، حسن مظهر موظفي المكاتب الأمامية).</p>	<p>المجاملة</p>
<p>ويقصد بهذا البعد أن يعمل موظفو البنك على جعل العملاء على علم دوما بخصائص الخدمة وكيفية الحصول عليها عن طريق مخاطبتهم باللغة التي يستطيعون فهمها، وتعديل هذه اللغة حسب مستوى كل عميل وذلك بزيادة التعقيد مع الزبون المثقف، والتحدث ببساطة ووضوح مع الأقل تثقيفا، بالإضافة إلى الإنصات لهم، ويشمل هذا البعد ما يلي: (شرح الخدمة نفسها للعملاء، توضيح تكلفة الخدمة، توضيح المفاضلة بين الخدمة والتكلفة، طمأنة العميل على إمكانية حل مشكل ما).</p>	<p>الاتصال</p>

<p>وتعبر عن الثقة، الصدق، الأمانة فهي تعني جعل خدمة العميل من أهم أولويات المنظمة، ويشمل هذا البعد ما يلي: (الثقة في اسم المنظمة، الثقة في سمعة المنظمة، الثقة في الخصائص الشخصية لموظفي المكاتب الأمامية، درجة الصعوبة في البيع أثناء التعامل مع العملاء).</p>	<p>المصداقية</p>
<p>وبعني الخلو من الخطر، المخاطرة الشك ويتضمن هذا البعد ما يلي: (الأمن المادي، الأمن المالي، المحافظة على سرية تعاملات العميل مع المنظمة).</p>	<p>الأمان</p>
<p>ويتعلق هذا البعد ببذل جهد من أجل فهم حاجات العميل وذلك عن طريق: (معرفة حاجات العملاء بدقة، تقديم اهتمام فردي لكل عميل، معرفة العملاء الدائمين للمنظمة).</p>	<p>فهم/ معرفة العميل</p>
<p>وتشير إلى الدلائل المادية المتابعة لمنظمة الخدمة، ويشمل هذا البعد ما يلي: (التسهيلات المادية، الأدوات والتجهيزات المستخدمة في تقديم الخدمة، مظهر الموظفين في منظمة الخدمة، الصورة المادية للخدمة).</p>	<p>الجوانب المادية الملموسة</p>

الفرع الثالث: مستويات ومزايا جودة الخدمات المصرفية

أولاً: المستويات:

يمكن التمييز بين خمسة مستويات لجودة الخدمة المصرفية ألا وهي¹:

✓ الجودة المتوقعة من قبل العملاء وتتمثل في الجودة التي يرى العملاء وجوب وجودها.

¹ - ماجي ذيب معلا: الأصول العلمية للتسويق المصرفي، دار المسيرة، عمان، 2015، ص99.

- ✓ الجودة كما تدركها إدارة البنك وما تراه مناسباً بشأنها.
- ✓ الجودة الفنية المحددة بموجب المواصفات النوعية للخدمة المصرفية إن وجدت.
- ✓ الجودة الفعلية التي تؤدي بها الخدمة.
- ✓ الجودة المروجة للعملاء.

ثانياً: المزايا:

يمكن تمييز مجموعة من المميزات وهي¹:

- ✓ تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن بقية البنوك وبالتالي الضغوط التنافسية.
- ✓ تتحمل تكاليف أقل بسبب قلة الأخطاء في العمليات المصرفية.
- ✓ إن الخدمة المتميزة تنتج الفرصة أمام البنك لتقاضي أسعار وعمولات أكبر.
- ✓ إن الخدمة المتميزة تزيد قدرة البنك على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وجذب عملاء جدد.
- ✓ إن الخدمة المتميزة تجعل من العملاء بمثابة مندوبي بيع للبنك في توجيه وإقناع عملاء جدد من الأصدقاء والزملاء.

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في الخدمات المصرفية

هناك العديد من العوامل الخارجية والداخلية التي تؤثر في مستوى الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء، ودرجة تطورها وذلك لتسويقها وتقديمها بشكل يتلاءم توقعات العملاء، وتشمل هذه العوامل ما يلي:

الفرع الأول: العوامل الخارجية

◀ **القوانين والتشريعات:** تؤثر القوانين التي يصدرها البنك المركزي وسياسته النقدية المتبعة، كتحديد كمية القروض والسلف الائتمانية وأنواعها، وأغراضها وشروطها وأسعار الفوائد عليها، في الخدمة المصرفية ودرجة تطورها، كما أن الشريعة الإسلامية تضع الضوابط التي يتشكل منها منهاج وأسلوب النشاط المصرفي اللاربيوي، فالالتزام بقاعدة

¹ - سامي أحمد مراد: تفعيل التسويق المصرفي لمواجهة آثار اتفاقية تحرير الخدمات 'الجاتس'، المكتب العربي للمعارف، مصر، 2007، ص232.

الحلال والحرام والابتعاد عن التعامل بالفائدة أخذًا وعطاءً، يعتبر عاملاً مؤثراً على الخدمات المصرفية¹.

◀ **الظروف الاقتصادية:** إن العمل المصرفي شديد الارتباط بالظروف الاقتصادية السائدة، حيث يزيد الطلب على الخدمات المصرفية المتعددة في أوقات الرواج الاقتصادي، وتقل بشكل واضح وتنباطي خلال أوقات الركود، كما أن مستوى معيشة العملاء وتطور مستويات الأسعار والقوة الشرائية للنقد تؤثر على إمكانية التعامل مع المصارف مستقبلاً، وعلى حجم الودائع والقروض الممنوحة، ويساعد اتساع نطاق دور الدولة الاقتصادي على ظهور خدمات جديدة أو تطوير الخدمات الحالية².

◀ **الظروف الاجتماعية والثقافية:** وهي من أكثر المحددات أهمية بالنسبة للعمل المصرفي، ويظهر تأثيرها واضحاً على أداء الخدمة المصرفية وتقديمها، فالعادات والتقاليد مثلاً قد تساعد أو تعرقل أداء بعض الخدمات المصرفية، كما أن عدد السكان ومعدلات نموهم وتوزيعهم الجغرافي ودرجة تعليمهم وثقافتهم تساعد على تطوير خدمات جديدة أو تحسينها وتوزيعها على مناطق جغرافية متعددة.

ويعتبر تغلغل الوعي المصرفي في نفوس العملاء واتجاهاتها من الأمور التي تحكم درجة نماء الجهاز المصرفي وتطور خدماته، إذ أن انتشار العادة المصرفية لدى العملاء عادة ما يترجم في زيادة حجم العمليات المصرفية، كما أنها تؤدي إلى تيسير مهمة المصارف في جذب الودائع³.

¹ - أبو موسى، رسمية أحمد أمين: أثر جودة الخدمة على الربحية ورضا العملاء في المصارف الأردنية (دراسة مقارنة بين بنك الإسكان والبنك الإسلامي الأردني)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل بيت، الأردن، 2000، ص50.

² - مرجع نفسه، ص50.

³ - سلطان، محمد سعيد وحنفي، عبد الغفار، أبو قحف، عبد السلام: إدارة البنوك، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 1989، ص32.

الفرع الثاني: العوامل الداخلية

وهي مجموعة من العوامل البشرية والمادية المؤثرة على أداء وتوزيع الخدمات المقدمة للعملاء، والتي يمكن للإدارة التحكم بها وتغييرها حسب ما تراه مناسباً، ومن هذه العوامل ما يلي:

◀ **موقع المصرف والترتيب الداخلي:** إن لموقع المصرف أهمية كبيرة على الخدمات المقدمة، فقرب المصرف من مراكز النشاط الخاصة بالعملاء يحقق السرعة والراحة لهم عند أداء الخدمة المصرفية، كما أن انتشار فروع للمصرف يتيح خدمات متكاملة للعملاء، وإن أتمتة هذه الفروع واستخدام أحدث الأدوات التكنولوجية كأجهزة الصراف الآلي، تؤثر بشكل إيجابي على تقديم وأداء الخدمة المصرفية¹، ويرتبط بموقع المصرف ترتيبه الداخلي الذي ينعكس إيجاباً على الموظف والعميل معاً، فتوفر المساحة والتهوية والإضاءة، والحرارة الجيدة تؤثر بشكل إيجابي على نفسية الموظف وأدائه للخدمة بشكل مرن وانسيابي يساعد في معرفة أسباب تأخير العملاء وسرعة انجاز الأعمال. أما العميل فإنه يأخذ الانطباع الأولي عن جودة الخدمات المقدمة، من خلال المظاهر المادية الملموسة كتوفر مواقف السيارات، وتوفر قاعة الانتظار، ووجود لوحات إرشادية، ونظافة المكان وترتيبه، واستقبال الموظف وحسن تعامله للعميل، تؤثر في الخدمة المقدمة ورغبة العميل في استمرار التعامل مستقبلاً².

◀ **طرق العمل وتجهيزاته:** اتسع نطاق المزيج التسويقي لتصبح بدلاً من أربعة لتشمل المظاهر المادية الملموسة والعناصر البشرية المشاركة في أداء الخدمة، وإجراء العمل وآليته في المصرف، ويقصد بالإجراءات النظام المتبع في أداء الخدمة المصرفية

1- عبد الحميد، طلعت أسعد: الإدارة الفعالة لخدمات البنوك الشاملة، ط10، مكتبة الشقري، المنصورة، مصر، 1998، ص56.

2- أبو موسى، رسمية أحمد أمين: أثر جودة الخدمة على الربحية ورضا العملاء في المصارف الأردنية (دراسة مقارنة بين بنك الإسكان والبنك الإسلامي الأردني)، مرجع سابق، ص52.

والأدوات المستخدمة في أدائها فاستخدام الآلية المصرفية يحقق السرعة والدقة في أداء الخدمات، وتحسين الانتاجية وتخفيض تكلفة إجراء المعاملات، والقدرة على خدمة مجموعة متزايدة من المعاملات والعملاء، والتوسع في تقديم الخدمات، إضافة إلى تحسين ظروف العمل كإلغاء الأعمال الروتينية، وتوحيد إجراءات العمل بما يساعد في تقليل وقت انتظار العميل خاصة أوقات الازدحام، وتساعد على تحسين كفاءة وقدرة الموظف على أداء العمل¹.

◀ توفر القوى العاملة وكفاءتها وخبراتها: إن العنصر البشري هو أساس نجاح أي تطوير وتحسين في الخدمات المصرفية، ولا بد من توفر العدد المناسب من الموظفين لأداء الخدمات التي يطلبها العملاء، بهدف توفير الوقت والجهد على العملاء، وحقيقة أن إدارة موظفي الخط الأمامي من الأمور التابعة لقضايا واسعة كالهيكلة التنظيمية، وفلسفة وثقافة المصرف التي تؤثر على توزيع الخدمة، وبالتالي إدراك العملاء لجودتها، كما لا بد من توفر الكفاءات والخبرات لدى هؤلاء الموظفين، مما يساعد في طرح أفكار جديدة أو توفير معلومات تساعد في تطوير الخدمات المقدمة، ولا بد أن يتم اختبار هذه الكفاءات منذ بداية تعيين هؤلاء الموظفين والاستمرار في تدريبهم وتطويرهم مع تطور الخدمات المصرفية المقدمة².

المطلب الرابع: أثر الصيرفة الإلكترونية على الخدمات المصرفية

إن عدم توفر متطلبات تطبيق الممارسة المصرفية الإلكترونية يؤثر على طبيعة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل المصارف مما يؤدي إلى محدوديتها، بالإضافة إلى عدم

¹ حسان الأحمد: الخدمات المصرفية وتسويقها في المصارف التجارية السورية، رسالة ماجستير غي منشورة، جامعة حلب، حلب، سوريا، 1996، ص36.

² أبو موسى، رسمية أحمد أمين: أثر جودة الخدمة على الربحية ورضا العملاء في المصارف الأردنية (دراسة مقارنة بين بنك الإسكان والبنك الإسلامي الأردني)، مرجع سابق، ص52.

قدرتها على مواكبة تطورات الخدمات الالكترونية المقدمة على مستوى المصارف العالمية، ومن بين العوامل المؤثرة نذكر أهمها فيما يلي¹:

◀ **إمكانية الوصول:** تحدد سهولة الوصول قدرة العملاء على الوصول إلى المعلومات والخدمات من الويب، وتعتمد على العديد من العوامل ومن بينها أجهزة المستخدم، البرامج والإعدادات، اتصالات الانترنت، فمصطلح إمكانية الوصول مرتبط عموماً بتطبيق محتوى موقع الويب بأن يكون بطريقة سهلة وبمبسطة، وأن يتميز أيضاً بسرعة التنزيل والاكتشاف.

◀ **السهولة والراحة:** توفر الخدمات المصرفية الالكترونية درجة أعلى من الراحة التي بدورها تمكن العملاء من الوصول إلى بنك الانترنت في جميع الأوقات والأماكن، وبغض النظر عن ذلك يمكن أن تعتبر سهولة الوصول إلى الحواسيب كمقياس للميزة النسبية.

◀ **الخصوصية:** لدى العملاء شكوك حول قدرة الثقة لسياسات الخصوصية للبنك الالكتروني، فالثقة لديها تأثير كبير على استعداد المستخدم للمشاركة في التبادل عبر الانترنت للأموال والمعلومات الشخصية الحساسة، وعليه تعتبر الخصوصية بُعد مهم قد يؤثر على تفكير العملاء في اعتماد أنظمة المعاملات الالكترونية.

◀ **الأمان:** يلعب الأمان دوراً مهماً في الخدمات المصرفية عبر الانترنت، فهو متعلق بمدى ضمان الموقع الالكتروني لسلامة المعلومات المالية والشخصية للعملاء، وبالتالي هناك العديد من البروتوكولات تعمل على ذلك.

◀ **التصميم:** الهدف من التصميم الجمالي هو جعل موقع الويب جذاباً وممتعاً، فأتثناء التصميم وقبل التنفيذ يوصى بشدة أن يتم إشراك المستخدمين من مختلف الأعمار، ومع مجموعة من القدرات والقيود لتجربة الخدمة الجديدة وتقديم التغذية الراجعة، يجب على المؤسسات المالية اختبار إمكانية الوصول إلى مواقع العملاء على الويب باستخدام كل من الأدوات الآلية ومحاولات الوصول إليهم.

¹- HEAD OF THE DEPARTMENT OF COMMERCE BHARATHIDASAN UNIVERSITY:E-BANKING PRACTICES AND CUSTOMER SATISFACTION ,Zenith International of Business Economics & Management Research, Model College VEDHARANIYM TAMILNADU, Issn 2249-8826 , ZIJBEMR ,Vol 3 INDIA, March (2013).

- ◀ **المحتوى:** إن محتوى موقع الويب هو أحد العوامل التي تؤثر على قبول التعامل عبر الانترنت من ناحية، وجودة التصميم والرسومات أو الألوان من ناحية أخرى، والميل إلى إعطاء صورة جيدة للبنك من شأنه أن يعزز الاستخدام الفعال.
- ◀ **السرعة:** هناك علاقة ملحوظة بين رضا العميل وسرعة التعامل مع الموقع، فهذه الأخيرة تعتمد على طبيعة محتوى الموقع الذي تم تنزيله، وأجهزة الكمبيوتر وطريقة الاتصال المستخدمة لتنزيل المعلومات، فالاستجابة البطيئة بعد أي تفاعل إلكتروني تؤدي إلى تأخير تقديم الخدمات مما يجعل العملاء غير متأكدين مما إذا كانت المعاملة قد اكتملت أم لا، وعليه يجب أن تكون هناك سرعة في الاستجابة أثناء القيام بالمعاملات المالية.
- ◀ **الرسوم والمصاريف:** إن تقديم خدمات عالية الجودة لتلبية احتياجات العملاء بتكلفة أقل تعتبر ميزة تنافسية للبنوك الإلكترونية، وتشير بعض الدراسات إلى أن الخدمات المصرفية الإلكترونية قد نجحت في خفض التكاليف التشغيلية والإدارية، وقد ساعدت التوفير في تكاليف البنوك القائمة على الانترنت في تقديم رسوم الخدمة منخفضة أو معدومة.

المبحث الثاني: عموميات حول الصيرفة الإلكترونية

سنتطرق في هذا المبحث إلى عموميات حول الصيرفة الإلكترونية، ويمكن تقسيم هذا المبحث إلى أربعة مطالب، بحيث نتطرق في المطلب الأول إلى مفهوم الصيرفة الإلكترونية وتطورها التاريخي، وسنتطرق في المطلب الثاني إلى أهمية الصيرفة الإلكترونية وعوامل نجاحها، وفي المطلب الثالث سنتطرق إلى خصائص وأنواع البنوك الإلكترونية، أما المطلب الرابع فتطرقنا إليه إلى خدمات البنوك الإلكترونية ومخاطرها.

المطلب الأول: مفهوم الصيرفة الإلكترونية وتطورها التاريخي

الفرع الأول: مفهوم الصيرفة الإلكترونية

هناك عدة تعريفات للصيرفة الإلكترونية نذكر منها:

- ◀ يعرف سفر أحمد الصيرفة الإلكترونية بأنها: "تقديم المصاريف لخدماتها عبر الوسائل الإلكترونية، سواء في المنزل أو في المكتب أو بواسطة الهاتف الثابت أو الهاتف الجوال وغيرها من الوسائل الإلكترونية المتطورة"¹.
- ◀ أما طربية جوزيف فعرف المصاريف الإلكترونية على أنها: "تلك البنوك التي تركز في تقديم خدماتها على خدمات (home banking)، والـ (phone banking)، والـ (internet banking)، وغيرها من الركائز الإلكترونية المعروفة في عالم تكنولوجيا المعلومات والاتصال"².
- ◀ وعرفت الصيرفة الإلكترونية بأنها تقديم الخدمات والمنتجات المصرفية الجزئية ذات القيم الصغيرة عبر القنوات الإلكترونية، والتي يمكن أن تتضمن خدمات الإبداع والإقراض وإدارة الحساب وتقديم المشورة المالية ودفع الفواتير الإلكترونية، بالإضافة إلى الدفعات الإلكترونية ذات القيم الكبيرة وغيرها من الخدمات المقدمة إلكترونياً³.
- ◀ مما سبق نخلص إلى أن الصيرفة الإلكترونية هي تلك البنوك والمؤسسات المالية التي أتمتة* أعمالها، من خلال توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتقديم كافة الخدمات بالسرعة والدقة اللازمين وبأقل تكلفة وأقل جهد في ظل تحقق الأمان، والخدمة المصرفية الإلكترونية تعني العملية التي من خلالها يؤدي العملاء المعاملات المصرفية إلكترونياً من دون زيادة المؤسسة.

¹ - أحمد سفر: العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان، 2006، ص63.

² - طربية جوزيف: الصيرفة الإلكترونية -تطبيق التكنولوجيا للصمود والنجاح في الاقتصاد الجديد، اتحاد المصارف العربية، جمعية اتحاد المصارف العربية، مج21، ع244، بيروت، أبريل 2001، ص128.

³ - BCBS : available at : www.bis.org/publ/bcbs98.pdf. Accessed 10-12-2009.

* كلمة أتمتة أو ميكنة المعلومات هي ترجمة للكلمة الانجليزية (Automation)، حيث تعني -بطريقة مبسطة- ربط وتكامل جميع موارد المنشأة لتسيير العمل بشكل آلي منظم، وتشمل الأتمتة الجزء المعرفي المكتسب من قبل الموظفين خلال عملهم في المنشأة أو الدورات التدريبية التي تحملت المنشأة تكاليفها، وهناك الكثير من سوء الفهم لدى المنشآت عن المفهوم الحقيقي لأتمتة المعلومات.

الفرع الثاني: التطور التاريخي للصيرفة الإلكترونية

وتعود نشأة المصارف الإلكترونية إلى بداية الثمانينات مع ظهور النقد الإلكتروني، أما استخدام البطاقات كان مع بداية القرن الماضي في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي، وبطاقات معدنية تستعمل على مستوى البريد في الولايات المتحدة الأمريكية.

وفي عام 1958 أصدرت American Express أول بطاقة بلاستيكية لتنتشر على نطاق واسع، ثم قامت بعدها ثمانية مصارف بإصدار بطاقة Bank Americard عام 1968 لتتحول إلى شبكة Visa العالمية، كما تم إصدار في نفس العام البطاقة الزرقاء Carte Bleue من طرف ستة مصارف فرنسية، وفي عام 1986 قامت اتصالات فرنسا " France Telecom" بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئة للبطاقات الذاكرة (Cartes à mémoire) لتصبح عام 1992 كل البطاقات المصرفية بطاقات برغوثية (Cartes à puce) تحمل بيانات شخصية لحاملها¹.

خلال منتصف التسعينات ظهر أول مصرف إلكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية يميّز بين نوعين من المصارف كلاهما يستخدم تقنية الصيرفة الإلكترونية:

◀ المصارف الافتراضية (مصارف الإنترنت): تحقق أرباحا تصل إلى ستة أضعاف المصرف العادي.

◀ المصارف الأرضية: ونقصد بها المصارف التي تقدم خدمات تقليدية وخدمات الصيرفة الإلكترونية.

¹ - رحيم حسين، هوارى معراج: "الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية"، مداخلة مقدمة إلى ملتقى المنظومة المصرفية والتحويلات الاقتصادية - واقع وتحديات - جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف-الجزائر، يومي 15/14 ديسمبر 2004، ص 317.

ومع الانتشار الذي حدث مع ثورة الأنترنت وتطور التجارة الإلكترونية، أدت إلى تحول كبير لمجالات الصيرفة الإلكترونية، وظهرت خدمات مصرفية عبر شبكة الأنترنت ووسائل دفع إلكترونية¹.

وكان سبب انتشار المصارف الإلكترونية إلى عنصرين أساسيين هما²:

- أهمية ودور الوساطة بفعل تزايد حركية التدفقات النقدية والمالية في مجال التجارة.
- تطور المنظمة الإعلامية للاتصال التكنولوجي.

المطلب الثاني: أهمية الصيرفة الإلكترونية وعوامل نجاحها

الفرع الأول: أهمية الصيرفة الإلكترونية

يقصد بعمليات الصيرفة الإلكترونية تقديم البنوك للخدمات المصرفية التقليدية أو المبتكرة من خلال شبكات اتصال إلكترونية، حيث تقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقا لشروط العضوية التي تحددها البنوك وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة لاتصال العملاء بها بهدف³:

- ✓ إتاحة معلومات عن كل الخدمات التي يؤديها البنك دون تقديم خدمات مصرفية على الشبكة.
- ✓ حصول العملاء على خدمات محدودة، كالتعرف على معاملاتهم وأرصدة حساباتهم وتحديث بياناتهم وطلب الحصول على قرض.
- ✓ طلب العملاء تنفيذ عمليات مصرفية مثل تحويل الأموال.
- ✓ رفع كفاءة أداء البنوك الإلكترونية.
- ✓ خفض تكاليف التشغيل بالبنوك، وتكاليف إنجاز عمليات التجزئة محليا ودوليا.

¹ - جليد نورالدين: تطوير وسائل الدفع في الجهاز المصرفي الجزائري، (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسبير، جامعة الجزائر "3"، الجزائر، 2006/2005، ص38.

² - منير الجنيهي، ممدوح الجنيهي: البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005، ص15.

³ - أحمد بوراس، السعيد بريكة: أعمال الصيرفة الإلكترونية -الأدوات والمخاطر-، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 1435هـ/2014م، ص90-92.

- ✓ تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة.
- ✓ امكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء.

الفرع الثاني: عوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية

إن إقامة نظام للصيرفة الإلكترونية يقتضي الالتزام بجملة من العوامل والتي هي بمثابة قواعد للعمل الإلكتروني والتي تتمثل في¹:

- ✓ وجود شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات الصلة، وترتبط بالإنترنت وفقا للأسس القياسية مع مراعاة التأمين في تصميم هذه الشبكة.
- ✓ وضع خطط للبدء في إدخال خدمات الصيرفة الإلكترونية، بداية من وضع استراتيجية على مستوى البنك المركزي أو البلد أو التحالفات الدولية.
- ✓ إعداد خطة لتدريب الموارد البشرية.
- ✓ العمل على إنشاء تنظيم إداري يعمل على التنسيق بين الأطراف المتعاقدة.
- ✓ وضع تنظيمات قياسية تسمح بالربط بين مختلف الجهات والعالم ككل.

المطلب الثالث: خصائص وأنواع البنوك الإلكترونية

الفرع الأول: خصائص البنوك الإلكترونية

تمتاز المصارف الإلكترونية بعدة خصائص تميزها عن غيرها من البنوك التقليدية، ومن أهم هذه الخصائص نذكر²:

- ✓ فتح المجال أمام المصارف صغيرة الحجم لتوسيع نشاطها عالميا باستخدام شبكة الأنترنت دون الحاجة إلى التفرع خارجيا، وزيادة الاستثمار والموارد البشرية وغيرها.

¹ - مفتاح صالح، معارفي فريدة: البنوك الإلكترونية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الخامس بعنوان: نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية إلكترونية، جامعة فيلادلفيا، عمان، الأردن، يومي 4-5 يوليو 2007، ص 8-9.

² - ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبدلات: الصيرفة الإلكترونية الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 34-35.

- ✓ اختفاء الوثائق الورقية للمعاملات، حيث أنّ كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي الخدمة المصرفية، فهي تتم الكترونياً دون استخدام أي ورق.
 - ✓ إمكانية تسليم بعض المنتجات إلكترونياً، مثل: المنتجات الرقمية ككشوف الحسابات والرصيد وغيرها.
 - ✓ القدرة على إدارة العمليات المصرفية للمصارف عبر شبكة الأنترنت بكافة من أي موقع جغرافي، وبالتالي يستطيع المصرف اختيار أفضل الأماكن على مستوى العالم من حيث النظم الاقتصادية المشجعة، أو الأوضاع السياسية المستقرة، أو المعاملة الضريبية الأفضل، ليمارس أعماله في بيئة مناسبة وينشرها في جميع أنحاء العالم.
 - ✓ سرعة تغيير القواعد الحاكمة وذلك لمواكبة التطوير السريع في مجال المعاملات الإلكترونية، مما يحتاج إلى السرعة في صياغة التشريعات اللازمة لمواكبة هذا التطور السريع.
- كما تتميز أيضا ب¹:

- ✓ أنها خدمة تتم عن بعد وبدون اتصال مباشر بين أطراف الخدمة المصرفية.
- ✓ أنها خدمات على التقاضي بدون مستندات وهذا ما طرح عدة مسائل قانونية متعمقة بأدلة الإثبات.
- ✓ أنها خدمات عبر الحدود ولا تعرف قيوداً جغرافية.

الفرع الثاني: أنواع البنوك الإلكترونية

استناداً للتعريف السابقة لمختلف أجزاء عملية الصيرفة الإلكترونية على موقع (Bankers Online) والتي تعتبر الجهة الحكومية المتخصصة في تحديد وضبط العمليات المصرفية في المملكة المتحدة، حيث يتم استخدام مصطلح واحد لوصف مختلف أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية.

¹ - عرابية رابح: دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري، الأكاديمية الاجتماعية والانسانية، ع8، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2012، ص14، ص15.

1) الصيرفة الإلكترونية من خلال الحاسوب الشخصي¹ (PC Bankers):

وهي تلك العمليات التي تتم عبر شبكة الإنترنت من خلال الحاسوب الشخصي، إذ يزود المصرف زبائنه ببرامج خاصة تتيح لهم إجراء عمليات وصفقات مالية إلكترونية آمنة، وكذلك الاطلاع على حساباتهم والحصول على معلومات مالية خاصة ومهمة، وأيضاً معرفة مقدار السحوبات من بطاقات السحب الشخصية الخاصة بهم.

الصيرفة الإلكترونية من خلال الحاسوب الشخصي هي شكل من أشكال الخدمات المصرفية عبر الانترنت التي تمكن العملاء من تنفيذ المعاملات المصرفية من خلال جهاز كمبيوتر عن طريق المودم (Modem)، وفي معظم عروض الصيرفة من خلال الحاسوب الشخصي يقدم المصرف للعميل المالك برنامجاً محاسبياً ومالياً يتيح له إجراء معاملاته المالية من جهاز الكمبيوتر بمنزله.

2) الصيرفة عبر الهاتف المصرفي:

تعتمد هذه الخدمة أيضاً على وجود ترابط بين فروع المصرف الواحد ككل وتمكن الموظف من تقديم الخدمة الهاتفية من خلال الوصول لبيانات العميل مباشرة من أي فروع من المصرف، حيث يقوم العميل بالاتصال برقم موحد للحصول على خدمة محددة من مصرفه، أينما يجد هناك موظفاً خاصاً يقوم بالرد على العميل للوصول إلى بيانات حول العميل ويبدأ بتوجيه أسئلة محددة للتأكد من هويته².

قامت المصارف الكبرى على وجه الخصوص بإنشاء مراكز للاتصال لخدمة العملاء، مما يوفر عليها الكثير من الخدمات التي تستغرق منها ومن العميل وقتاً كبيراً، زيادة على اقتصاد في التكلفة، وظهرت هذه الخدمة لاسيما في الدول المتقدمة وأصبح العميل يشعر بخصوصيته مع المصرف الذي يتعامل معه، وساعدت هذه المراكز على نمو علاقة خاصة بين العميل والمصرف، وتطورت هذه الخدمة إلى أن أصبح الآن استخدام الهاتف في تقديم الخدمات المصرفية وذلك بإدخال أجهزة البريد التلقائي على مكالمات العملاء وتقديم خيارات لهم

¹ - أحمد بوراس، السعيد بريكة: أعمال الصيرفة الإلكترونية - الأدوات والمخاطر -، مرجع سابق، ص 102-103.

² - أحمد بوراس، السعيد بريكة: أعمال الصيرفة الإلكترونية - الأدوات والمخاطر -، مرجع سابق، ص 103.

لإجراء عمليات متعددة، مثل: خدمات استعلامية، خدمات تحويل المبالغ لجهات معلومة، طلب خدمات كدفتر الشيكات أو كشف الحساب ... إلخ¹.

(3) الصيرفة عبر الهاتف النقال:

منذ انطلاق فكرة الخدمات المصرفية بواسطة الهواتف الخلوية وتوظيف البطاقات الذكية لهذه الغاية، جرى تطور مدهل في حقل توظيف وسائط وبروتوكولات الاتصال وتبادل المعلومات في بيئة مصرف الهواتف الخلوية ترافق ذلك مع تطور مدهل في حقل البطاقات الذكية، وهي بطاقات أشبه ما تكون بالبطاقة البلاستيكية تحتوي على معالجات أو شرائح رقمية تتيح التخزين وتنفيذ التطبيقات، وتحتوي على ذاكرة رقمية للاحتفاظ ببرامج التطبيقات، حيث تمكن البطاقة الذكية من الدخول إلى قواعد البيانات والتفاعل معها كما أنها وفي الوقت الراهن مدمجة بأنظمة عالية من الأمن، تتيح سلامة محتوى البيانات المتبادلة وموثوقية الأطراف محل التفاعل².

وتتشابه 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.

(4) بنوك الأنترنت (Internet Banking):

تختلف بنوك الأنترنت عن بنوك الحاسوب الشخصي في أنها لا تحتاج إلى حزمة برمجية خاصة بها تكون مثبتة على جهاز معين، وإنما من خلال الموقع الإلكتروني للبنك يتم توفير قناة يتم من خلالها إجراء عمليات مصرفية ككشف الحساب أو تسديد الفواتر أو شراء شيء معين، ويمكن أن يقوم بها أي شخص دون الحاجة إلى فتح حساب لدى البنك أو اقتناء حاسوب شخصي كي يزود ببرامج مالية خاصة من طرف البنك ويطلق أحيانا مصطلح بنوك

¹ - يونس عرب: حجية الإثبات بالمستخرجات الإلكترونية في القضايا المصرفية، متاح على الموقع <http://alsarab-law.own.com/montada-f7/topic-t62.htm,14/10/2010>.

² - يونس عرب: البنى التحتية لمشروعات البنوك الإلكترونية، جريدة العرب الإلكترونية.

الإنترنت على عمليات الصيرفة عبر الحاسوب الشخصي، حيث تستخدم الإنترنت كقناة لتسليم منتوجات وخدمات هذه الأخيرة والتي يمكن من خلالها تثمين النشاط المصرفي.

ولقد ساهم استخدام الإنترنت في تقديم هذه الخدمة، ومن ثم قامت أغلب المصارف بإنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت بدلا من إنشاء مقرات جديدة لها حتى يستطيع العميل أن يتصل بالفرع الإلكتروني بطريقة أسهل ويعرض من المصرف على الإنترنت مجموعة من الخدمات أهمها ما يلي¹:

- ✓ دفع الفواتير.
- ✓ النشرات الإعلامية عن الخدمات المصرفية.
- ✓ مساعدة العميل في إدارة المحفظة المالية.
- ✓ إجراء تحويلات الأموال بين حسابات العملاء المختلفة.
- ✓ عرض وتدقيق أرصدة حساب التوفير.
- ✓ دفع قيم الرهون العقارية.
- ✓ شراء الصكوك المالية وشهادات الإيداع.

يحتاج هذا النوع من الخدمة إلى توفير شبكات عريضة داخل البلاد على الأقل وربطها بالشبكة العالمية للإنترنت²، وتتطلب من العميل استخدام برامج التصفح على الشبكة ويمثل الأمن تحد للمصرف وحاجز نفسي لدى العملاء في سبيل انتشار خدمات المصرف الشيء الذي يلقي على عاتق المصارف مهمة عرض وتنسيق بياناتها على شبكة الإنترنت وذلك بخفض التكلفة وإقناع العملاء بأن الصيرفة عبر الإنترنت وسيلة آمنة، وهناك نوع آخر هو:

عملية مستقلة (To Date): هذا النوع يعتمد على إجراء عملية إقراض في الوقت الذي يستخدم فيه الزبون الموقع الإلكتروني، لكن البنك يتم العملية في المستقبل [Ny.Frb]³.

¹ رضوان رأفت: عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 1999، ص 61.

² عزيدين كامل أمين مصطفى: الصيرفة الإلكترونية، مجلة المصرفي، ع 26، بنك السودان، 2001، ص 61.

³ Ny.Frb : Accessible from : <http://www.ny.frb.org/E.Banking.htm>. Accessed. 20-10-2008.

(5) الصرافات الآلية¹ (ATM):

وهي عبارة عن أجهزة تتيح للزبون حمل البطاقات الإلكترونية للتعامل مع حساباتهم المصرفية على مدى 24 ساعة سواء في مواعيد العمل الرسمية أو غيرها، حيث تعتمد خدمة الصراف الآلي على وجود شبكة من الاتصالات تربط فروع المصرف الواحد أو فروع المصارف كلها، في هذه الحالة يقوم جهاز الصراف الآلي بخدمة أي زبون من أي مصرف مشترك².

تعتمد خدمات الصرافات الآلية على وجود شبكة من الاتصالات تربط فروع المصرف الواحد أو فروع المصارف كلها، في هذه الحالة يقوم جهاز الصراف الآلي بخدمة أي عميل من أي مصرف مشترك³، والتي تتطلب الوصول إلى بيانات حسابات العملاء فوراً، ولقد تطور عمل الصرافات الآلية لتقوم بدفع الفواتير للمؤسسات الخدمية وتسديد الرسوم المختلفة، وأنّ المجال سيفتح واسعاً أمام الخدمات مع ظهور البطاقات الذكية.

(6) الصيرفة عبر التلفزيون⁴:

ظل التلفزيون منذ أكثر من عقد من الوسائل الناجحة للإعلام الجماهيري، وقد تم تطوير نظام التلفزيون لينيح المراسلة من المشترك لمقدمي خدمة الإرسال، وأصبح ما يطلق عليه بالتلفزيون التخاطبي في احتلال موقعه في الدول المتقدمة، وبدأت العديد من الشركات في التحول لتقديم هذه الخدمة بالمشاركة مع مؤسسات مالية لإيصال الخدمة للمشاركين، وأصبح جذاباً حيث إن السعة التي يتيحها التلفزيون لنقل المعلومات عبر الصورة تفوق تلك التي يمكن نقلها عبر تبادل البيانات التقليدي بحوالي ستة أضعاف.

وأصبحت خدمة الأنترنت يتم تقديمها عبر شبكة التلفزيون التخاطبي خاصة وأنّ التلفزيون احتل مكانته في المنازل، ومن أمثلة ذلك احتل مصرف⁵ (H.S.B.C) في بريطانيا

¹ -ATM: Automatic Teller Machine.

² -السماني، سيف الدين: العمليات المصرفية الإلكترونية، اتحاد المصارف العربية، عمان، الأردن، 2004، ص35.

³ -عزدين كامل أمين مصطفى: الصيرفة الإلكترونية، مرجع سابق، ص03.

⁴ -أحمد بوراس، السعيد بريكة: أعمال الصيرفة الإلكترونية -الأدوات والمخاطر-، مرجع سابق، ص107-108.

⁵ -HSBC Holdings PLC (Hong Kong & Shanghai Banking Corporation) est l'une des plus grandes banques du monde. Son siège social est à Londres, dans Canary Wharf ...

الريادة في استخدام التقنيات في الصيرفة، باستثماره لمبلغ 900 مليون يورو في الصيرفة عبر التلفزيون إلى غاية 2012 [Media-Cms.BNPParibas]¹.

(7) البطاقات الإلكترونية:

وهي عبارة عن بطاقة بلاستيكية تضم شريحة إلكترونية ذات سعة تخزينية كبيرة، تحتوي هذه البطاقات على سجل البيانات والمعلومات والأرصدة والمصروفات المالية والرقم السري للزبون، كما تتميز بعناصر حماية ضد التزوير وسوء الاستخدام والسرقة، وتستخدم هذه البطاقات في تحويل الأرصدة وسداد الفواتير وحجز تذاكر الطيران وشراء المنتجات، كما تستخدم في إجراء التحويلات المالية داخل شبكة الأنترنت وعلى التلفون المحمول².

(8) الموقع الإلكتروني:

من خلال الموقع الإلكتروني للمصرف يتم انشاء قنا يتم من خلالها اجراء عمليات مصرفية متنوعة ككشف الحساب أو تسديد الفواتير أو شراء شيء معين³.

المطلب الرابع: خدمات الصيرفة الإلكترونية ومخاطرها

الفرع الأول: خدمات البنوك الإلكترونية

تستخدم البنوك الإلكترونية البريد الإلكتروني وبروتوكول التبادل الإلكتروني للبيانات (EDI) و (www)، والمشاركة في المعلومات وإرسال الرسائل الفورية في العمليات المصرفية المختلفة، وذلك من أجل تقديم خدمات مصرفية حديثة من حيث السرعة والسهولة، وهذا ما

¹ -Media-Cms, accessible from : <http://media-cms.bnpparibas.com/file/53/5/slides-roadshows-is-2010.9535.pdf>. Accessed 01-11-2010.

² - الصمصام، قصي: ثقافة الصيرفة الإلكترونية في سوريا، رسالة ماجستير، الجامعة الافتراضية السورية، 2015، ص38.

³ - شندي، أديب قاسم: الصيرفة الإلكترونية - أنماطها وخيارات القبول والرفض، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعية، ع27، 2011، ص8.

يجعلها تستقطب عدد أكبر من العملاء وبالتالي تحل محل البنوك التقليدية، ومن بين الخدمات التي تقدمها هذه البنوك ما يلي¹:

- توفير المعلومات الفورية للمتعاملين عن طريق قاعدة بيانات دعم المتعاملين.
- بيع الخدمات المصرفية فوراً يحل محل الخدمات التقليدية بنسبة 60% بالبنك.
- توفير مجتمع معلومات يحقق الشفافية والمعرفة ويقضي على الغش والسرقة.
- توفير معلومات للمستثمرين وللمقترضين والمودعين لتحسين القرارات وترشيدها.
- سهولة تبادل المعرفة المصرفية بين البنوك المحلية والدولية.

من خلال ما سبق ذكره نستخلص أن البنوك الإلكترونية استطاعت أن تحسن في العمليات المصرفية الإلكترونية وفي الخدمات والمنتجات المصرفية في نفس الوقت، وقد أدى ذلك إلى:

- تقليل المخاطر التي تتجر وراء العمليات المصرفية.
- الإسراع في عمليات التسويات المالية.
- تحقيق رقابة مصرفية فعالة.

الفرع الثاني: مخاطر الصيرفة الإلكترونية

أدت الصيرفة الإلكترونية التي تعتمد الإنترنت كقناة توزيع جديدة إلى إحداث تغيير في بنية مخاطر البنوك، ونجم عنها تحديات جديدة أمام التحكم في هذه المخاطر وإدارتها، وهو الأمر الذي انعكس على بنية المخاطر المصرفية واستراتيجيات إدارتها. ففي ممارسة المصارف لأعمالها الإلكترونية تواجه مخاطر يترتب عنها خسائر مالية، ومن هذه المخاطر يمكن تصنيفها ضمن مجموعات مختلفة تتمثل فيما يلي²:

¹ - فريد راغب النجار: "الاستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي"، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2004، ص284-285.

² - موسى خليل مشري: "القواعد الناظمة للصيرفة الإلكترونية"، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، مداخلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، 2002، ص260.

◀ **المخاطر التقنية:** تحدث هذه المخاطر من احتمال الخسارة الناتجة عن خلل في شمولية النظام أو من أخطاء العملاء، أو من برنامج إلكتروني غير ملائم للصيرفة والأموال الإلكترونية.

◀ **مخاطر الاحتيال:** وتتمثل في تقليد برامج الحواسيب الإلكترونية أو تزوير معلومات مطابقة للبرامج الإلكترونية، أو تعديل بعض المعلومات بخصوص الأموال الإلكترونية.

◀ **مخاطر ناتجة عن سوء عمل النظام الإلكتروني:** قد ينشأ الخطر من سوء استخدام هذا النظام، أو سوء مراقبة البرامج في حد ذاتها.

◀ **مخاطر قانونية:** تحدث المخاطر القانونية عندما لا يحترم المصرف القواعد القانونية والتشريعات المنصوص عليها، أو عندما لا تكون هناك نظم قانونية واضحة ودقيقة بخصوص عمليات مصرفية جديدة، وتبرز أهم التحديات القانونية متمثلة في تحدي قبول القانون للتعاقدات الإلكترونية، حجيتها في الإثبات، أمن المعلومات، وسائل الدفع، التحديات الضريبية، إثبات الشخصية، التوافق الإلكترونية، أنظمة الدفع النقدي، المال الرقمي أو الإلكتروني، سرية المعلومات، أمن المعلومات من مخاطر إجرام التقنية العالية، خصوصية العميل، المسؤولية عن الأخطاء والمخاطر، حجية المراسلات الإلكترونية، التعاقدات المصرفية الإلكترونية، مسائل الملكية الفكرية لبرمجيات وقواعد معلومات المصرف أو المستخدمة من موقع المصرف أو المرتبطة بها، علاقات وتعاقدات المصرف مع الجهات المزودة للتقنية أو المورد لخدماتها أو مع المواقع الحليفة، مشاريع الاندماج والمشاركة والتعاون المعلوماتية¹.

◀ **مخاطر فجائية:** مثل هذه المخاطر تؤدي إلى مشاكل في السيولة وفي سياسة القروض المصرفية، حيث أن فشل المشاركين في نظام نقل الأموال الإلكترونية أو في سوق الأوراق المالية بشكل عام في تنفيذ التزاماتهم - الدفع والتسديد - يؤدي غالبا إلى توتر قدرة مشارك أو مشاركين آخرين للقيام بدورهم في تنفيذ التزاماتهم في موعدها، وهذا ما يؤدي إلى توتر العلاقات وزعزعت الاستقرار المالي في السوق.

¹ - شول شهرة، مدوخ ماجدة: "الصيرفة الإلكترونية: ماهيتها-مخاطرها-حمايتها"، مداخلة مقدمة إلى المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة: منافسة، مخاطر، تقنيات، جامعة جيجل-الجزائر، يومي 07/06 جوان 2005، ص15.

◀ **مخاطر تكنولوجية:** ترتبط المخاطر بالتغيرات التكنولوجية السريعة، وإن عدم إمام موظفي المصارف بالاستخدام الأمثل للتكنولوجيا الحديثة يؤدي إلى القصور في أداء العمليات الإلكترونية بشكل صحيح.

◀ **مخاطر السيولة:** وتُعرف بأنها المخاطر التي تؤثر على ربحية ورأس مال البنك جراء عدم المقدرة على الوفاء بالتزاماته عند استحقاقها، وتشمل مخاطر السيولة¹:

- عدم قدرة البنك على إدارة التغيرات الطارئة في تركيبة مصادر الأموال.
- عدم مقدرة البنك على التأقلم مع ظروف السوق وتغيراته المؤثرة على قدرته بتسييل بعض موجوداته بأقل خسائر ممكنة وتزويد الإنترنت (وسيلة الاتصال بين العميل والمصرف) من احتمالات تغير حجم الودائع لدى البنك باستمرار، الأمر الذي يتطلب من المصرف المتعامل عبر الإنترنت إيجاد نظام ملائم لإدارة الموجودات والمطلوبات والرقابة على وضع السيولة لديه بشكل دائم.

◀ **مخاطر تتعلق بسمعة البنك:** تتعلق هذه المخاطر بالتطورات غير الملائمة التي يمكن أن تتعرض لها البنوك في تقديم خدماتها من خلال قنوات التوزيع المصرفية، وهذا في غياب شبكة موثوق بها لدعم نشاطاتها وحمايتها في بيئة الإنترنت، حيث يمكن أن تتعرض سمعة البنوك لأضرار في حالة عدم توفير الخدمات المصرفية عبر الإنترنت وفق معايير الأمان والسرية والدقة والاستمرارية والاستجابة الفورية لمتطلبات عملائها².

¹ - محمد زيدان، محمد حمو: "متطلبات أمن المعلومات المصرفية في بيئة الإنترنت"، المؤتمر السادس تحت عنوان البيئة المعلوماتية الآمنة، الرياض، 7-8 أبريل 2010.

² - زهير بشناق: "العمليات المالية المصرفية الإلكترونية"، اتحاد المصارف العربية، لبنان، 2006، ص 60.

خلاصة الفصل:

تعتبر الخدمات المصرفية الإلكترونية من الوسائل المميزة والمتطورة والأمنة التي تمكن إدارة العمليات المصرفية بأسهل الطرق في أي وقت ومن أي مكان، فليس هناك ضرورة التوجه الى الفرع لإتمام المعاملات المصرفية، كما أنها تعتبر أحد الموارد الأساسية في التعامل مع الظروف والمستجدات العالمية التي تتميز بالتغير السريع والمنافسة الحادة، بالإضافة إلى إحدى الأسلحة الاستراتيجية للبنوك التجارية للتغلب على الصعوبات البيروقراطية من جهة وللتلاؤم مع طبيعة العصر ومنتجاته الإلكترونية من جهة أخرى.

كما لعبت العمليات البنكية الإلكترونية دورا كبيرا في تحسين الخدمات التي تقدمها لعملائها وزبائنها بمختلف فئاتهم وشرائحهم، حيث أتاحت لهم الفرصة للتعبير إلكترونيا عن أولوياتهم واحتياجاتهم اليومية، مما سمح للمصارف بالتجاوب معها واستحداث خدمات مالية ومصرفية جديدة، وعلى الصيرفة الإلكترونية وضع استراتيجية شاملة وسليمة لضمان تحقيق الأهداف الموجودة من اعتماد هذه الصيرفة من جهة، ومن جهة أخرى التحكم الأفضل للمصاريف في نظام المعلومات.

وحتى تؤدي المصارف الإلكترونية دورها بفعالية فإنه يجب العمل على التحكم في تقنيات الاتصال، وحماية شبكة الانترنت من الاحتيال، وضمان سرية جميع العمليات المصرفية، وتأمين أكثر حماية بخلق إطار فني مهني متخصص، وإطار تنظيمي محكم ذو شفافية في العمل المصرفي، وإقامة رقابة صارمة ضابطة لهذه التعاملات.

الفصل الثاني

دراسة تطبيقية لحالة بنك الفلاحة

والتنمية الريفية **BADR** برج

بوعريرج

المبحث الأول: ماهية بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR

المطلب الأول: تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

بنك الفلاحة والتنمية الريفية هو مؤسسة مالية وطنية تم إنشاؤها بمرسوم رقم 82-106 بتاريخ 13 مارس 1982.

بنك بدر شركة مساهمة برأس مال قدره 2.200.000.000 وهو مسؤول عن تزويد المؤسسات الاقتصادية العامة بالمشورة والمساعدة في إدارة وسائل الدفع المتاحة لها وبما يتعلق بالسرية المصرفية.

بموجب القانون 10/90 المؤرخ في 14 أبريل 1990 المتعلق بالعملة والائتمان أصبح بنك بدر شخصا اعتباريا يقوم بعمليات استلام أموال من الجمهور وعمليات منح الاعتمادات وكذلك تزويد العملاء بوسائل الدفع.

منذ عام 1990 ازداد رأس مال بنك بدر ووصل إلى عتبة 33.000.000.000 دج، كما تضم شبكة البدر حاليا أكثر من 300 فرع و39 مديرية إقليمية، ويعمل حوالي 7000 مدير وموظف في الهياكل المركزية والإقليمية والمحلية، إن كثافة شبكتها وحجم قوتها العاملة تجعل بنك بدر البنك الشبكي الرائد على المستوى الوطني، يخضع البدر لسلطة الرئيس التنفيذي ونائب المدير.

المطلب الثاني: أهداف ووظائف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

الفرع الأول: أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

الهدف الاستراتيجي للبدر يتمحور حول هدفين أساسيين:

*الهدف الأول: يتعلق بتنمية قطاعات الزراعة والتنمية الريفية أي الزراعة والأغذية الزراعية والإنتاج الصناعي والأنشطة ذات الصلة والتي تغطي حوالي 300 قطاع.

*الهدف الثاني: هو تحسين الخدمات المصرفية للاقتصاد الجزائري والعالم الريفي بشكل خاص.

الفرع الثاني: وظائف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

يقوم بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتنفيذ كل العمليات البنكية ومنح القروض بكل أنواعها ومن أهم الوظائف الأساسية نجد.

- ✓ تنفيذ جميع العمليات البنكية والاعتمادات المالية.
- ✓ تمويل الهياكل وأنشطة الإنتاج الفلاحي.
- ✓ تمويل الهياكل والأنشطة الصناعية والحرف التقليدية والريفية.

المطلب الثالث: مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية

بنك بدر له مهمتان رئيسيتان:

- ✓ تطوير وتعزيز الأنشطة الزراعية، الغذائية، الصناعية والحرفية.
- ✓ الترويج للعالم الريفي.

ونتيجة لذلك فإنها تقدم سلسلة من المنتجات والخدمات المالية (تحصيل الودائع، منح أنواع مختلفة من القروض ومعاملات التجارة الخارجية، وإتاحة العديد من وسائل للعميل...)، بالإضافة إلى صياغة التمويل التقليدية من موارده الخاصة، ويساهم البنك في إدارة مختلف صناديق الدعم والمساعدات التي تهدف إلى تنمية الزراعة وتعزيز العالم الريفي.

المطلب الرابع: تعريف وهيكل الوكالة محل الدراسة

الفرع الأول: تعريف بالوكالة

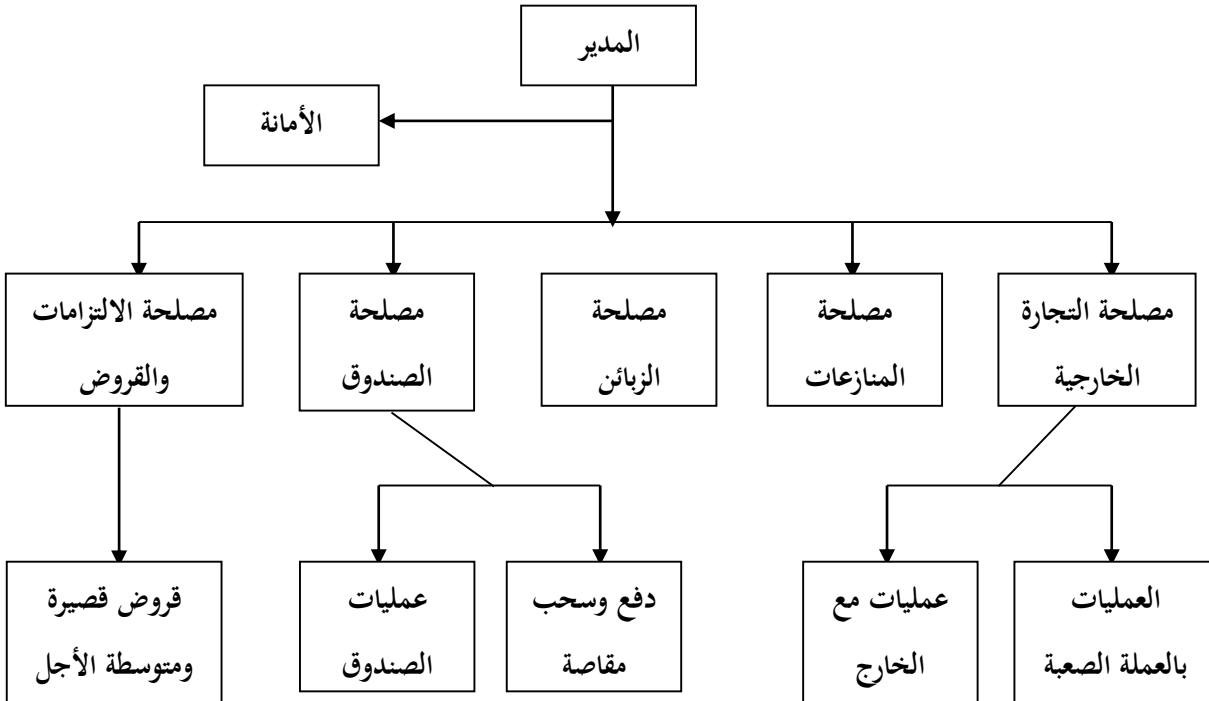
تقع وكالة برج بوعريريج محل الدراسة والحاملة لرقم 696 في شارع محمد المقراني بالبنك BEA (البنك الخارجي البريد و BDL و BNA) برج بوعريريج.

بدأت نشاطها في مارس 1982 بعد انفصال بنك الفلاحة والتنمية الريفية عن البنك الوطني الجزائري، يبلغ عدد موظفيها حوالي 35 موظف.

الفرع الثاني: الهيكل التنظيمي للوكالة محل الدراسة -برج بوعريريج-

إن الهيكل التنظيمي للوكالة محل الدراسة يتمثل في:

الشكل رقم (01): الهيكل التنظيمي للوكالة محل الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على معلومات مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية -برج بوعريريج-

المبحث الثاني: منهجية دراسة الاستبيان واختار المجتمع والعينة

في هذا المبحث سنقوم بتناول كل من مجتم الدراسة وكذا عينة الدراسة المبحوثة، كما سنقوم باستعمال كل المصادر والاساليب الاحصائية المستخدمة في الدراسة.

المطلب الأول: اختيار المجتمع، عينة وحدود الدراسة

أولاً: اختيار مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريريج، أما عينة الدراسة تتكون من 30 زبون من وكالة badr برج بوعريريج، تم اختيارها بالطريقة العشوائية البسيطة.

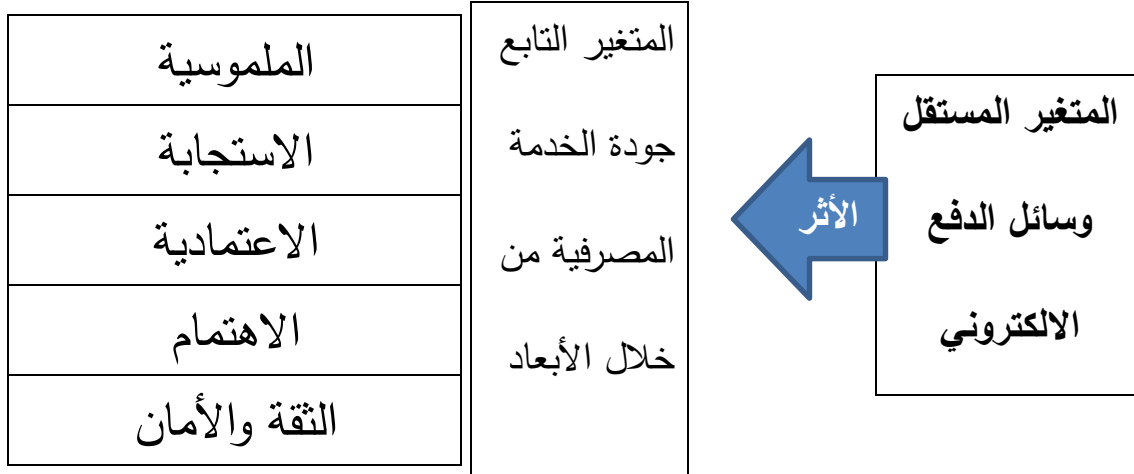
ثانياً: حدود الدراسة:

1) الحدود الزمنية: تمتد الفترة الزمنية لبحثنا بشقيه النظري والميداني خلال السداسي الثاني من السنة الجامعية 2021-2022، ابتداء بتحضير الإطار النظري للدراسة وصولاً إلى إعداد نموذج أولي للاستبيان ثم مرحلة التحليل واستخلاص النتائج.

2) الحدود المكانية: اقتصرت دراستنا على عينة من زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريريج، الذين يستخدمون الخدمات المصرفية للوكالة.

واستناداً لإشكالية البحث والأسئلة الفرعية المقترحة، تم اعتماد نموذج الدراسة من خلال تحديد المتغير التابع والمتغير المستقل مثلما يوضحه لنا الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (02): نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبان

المطلب الثاني: أدوات الدراسة الميدانية

سنقوم فيما يلي بتفصيل مختلف الأدوات التي اعتمدنا عليها في معالجتنا الإحصائية

وهي:

أولاً: أساليب المعالجة الإحصائية:

للإجابة على تساؤلات الدراسة ولغاية تحليل البيانات فقد تمت الاستعانة بالحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية برنامج (SPSS) إصدار 24، وتماشياً مع إشكالية وفرضيات الدراسة تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- ❖ اختبار الثبات ألفا كرونباخ للتحقق من الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان؛
- ❖ التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص عينة الدراسة وتحديد استجاباتهم؛
- ❖ المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمعرفة درجات الموافقة على عبارات الاستبيان وتأكيد أو نفي استعمال بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريريج لوسائل الصيرفة الالكترونية؛

- ❖ معامل الارتباط لبيرسن R لمعرفة وقياس اتجاه ودرجة الارتباط بين متغيرات الدراسة والمتمثلة في وسائل الصيرفة الالكترونية ومتغيرات جودة الخدمة المصرفية؛
- ❖ الانحدار البسيط وذلك لاختبار أثر استخدام وسائل الصيرفة الالكترونية على متغيرات جودة الخدمة المصرفية.

تم الاعتماد على سلم (LIKERT) الخماسي (LIKERT SCALE) في تحديد الإجابات في الاستبيان، وهو أكثر المقاييس شيوعاً، حيث يطلب فيه من المستوجب تحديد درجة موافقته أو عدم موافقته على خيارات محددة، والذي غالباً ما يتكون من خمسة خيارات متدرجة ما بين 05 درجات ودرجة واحدة، يختار المستوجب إجابة واحدة منها كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (01): سلم (LIKERT) الخماسي

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
05	04	03	02	01	الدرجة

المصدر: محفوظ جودة، التحليل الإحصائي الأساسي باستخدام SPSS، دار وائل، عمان، الأردن، 2008، ص 23.

بالنسبة لطول المدى بين درجة ودرجة فقد تم حساب الفرق بين الحد الأدنى والحد الأعلى للفئات كما يلي:

$$5-1=4 \text{ حيث أن عدد الفئات هو } 5.$$

نحصل على المدى بقسمة الفرق بين الحد الأعلى والحد الأدنى على عدد الفئات، أي $0.8 = 5/4$ ، وبإضافة المدى بالتدرج إلى رموز الفئات ابتداءً من أصغر فئة نحصل على اتجاه الرأي العام كما هو مبين في الجدول أدناه:

جدول رقم (02): اتجاه الرأي وفق مقياس (LIKERT) الخماسي

المتوسط	اتجاه التقييم	درجة الموافقة
من 1.00 الى 1.79	موافق بشدة	الموافقة العالية جدا
من 1.80 الى 2.59	موافق	الموافقة العالية
من 2.60 الى 3.39	محايد	الموافقة المتوسطة
من 3.40 الى 4.19	غير موافق	الموافقة المنخفضة
من 4.20 الى 5.00	غير موافق بشدة	الموافقة المنخفضة جدا

تبسيطا لعملية التحليل تم تجميع هذه الفئات في ثلاثة فئات كالتالي:

- ❖ من 01 إلى 2.59 تمثل درجة الموافقة العالية.
- ❖ من 2.60 إلى 3.39 تمثل درجة الموافقة المتوسطة.
- ❖ من 3.40 إلى 05 تمثل درجة الموافقة المنخفضة.

ثانيا: قياس ثبات الأداة:

يقصد بثبات الاستبيان أن يعطي نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعه لأكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، بمعنى الاستقرار في نتائج استبيان الدراسة، وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعه على فئة الدراسة عدة مرات خلال فترات زمنية مختلفة، ومن أجل اختبار ثبات الاستبيان تم الاعتماد على معامل الثبات (**Cronbach salpha**) الذي يستخدم لقياس الاتساق الداخلي لعبارات الأداة.

لقد تبين أن معدل الثبات (**Cronbach salpha**) يساوي 0.843 بالنسبة لكل الاستبيان، وهو أكبر من المعامل 0.60، حيث كلما ارتفعت قيمة هذا المعامل عن 0.60 واقترب من (1)، كلما دل ذلك على ثبات أكبر لأداة القياس، لتحقيق درجة أعلى من التأكد، تم حساب معامل الثبات (**Cronbach salpha**) لكل محور من محاور الاستبيان كما يلي:

جدول رقم (03): قياس ثبات الاستبيان

المحور	عدد العبارات	معامل الثبات
المحور الثاني: وسائل الدفع الالكتروني.	13	0.868
المحور الثالث: أبعاد جودة الخدمة المصرفية	22	0.732
الاستبيان ككل	84	0.843

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.24

من خلال الجدول نلاحظ أن معامل الثبات الكلي لأداة جمع البيانات بلغ (0.843) وهو معامل ثبات جيد، لأنه يتجاوز 0.6 ويقترّب من (1) هو يدل على أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات، ويمكن الاعتماد عليه في التطبيق الميداني للدراسة.

كما أن كل معاملات الثبات الخاصة بكل محور على حدى أيضا جميعها تجاوزت 0.60 ما يؤكد درجة الثبات العالية لجميع عبارات محاور الاستبيان.

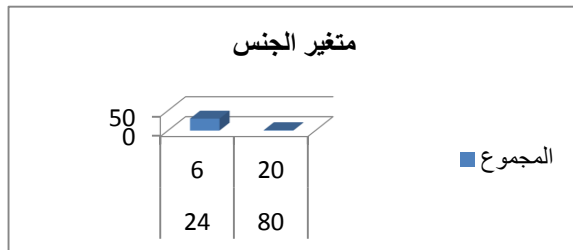
المطلب الثالث: وصف خصائص العينة

بهدف تحليل خصائص العينة محل الدراسة، سنقوم بتحليل متغيراتها من ناحية الجنس، العمر، المستوى، وكذا مدة التعامل مع البنك محل الدراسة.

أولاً: حسب الجنس

سنقوم فيما يلي بتحليل أفراد العينة من ناحية الجنس، وهو ما يمثله الجدول التالي:

جدول رقم (04): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس شكل رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



المصدر: معالجة البيانات باستخدام برنامج Excel

السنوات	العدد	النسبة المئوية (%)
ذكر	24	80
أنثى	6	20
المجموع	30	% 100

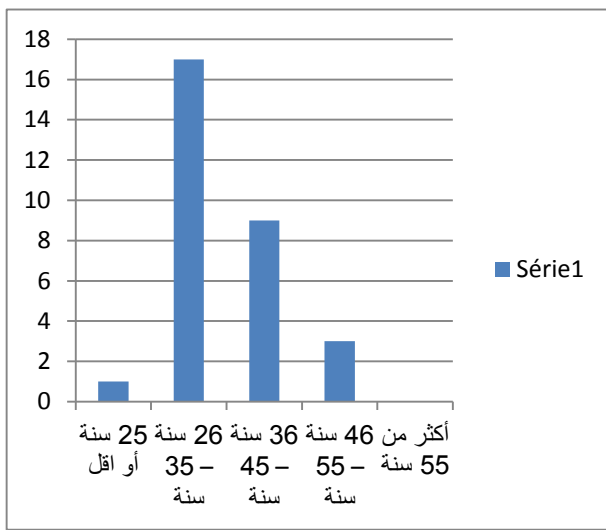
المصدر: مخرجات برنامج spss.24

من خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ أن عدم وجود تنوع في توزيع أفراد العينة حسب العمر، لكي تتركز غالبيتها حول جنس الذكور بنسبة مئوية تقدر بـ: 80 %، أما الإناث فبنسبة قدرت بـ 20 %، ويمكن لنا تمثيلها بيانيا كما يوضحه الشكل رقم (03).

ثانياً: حسب العمر

سنقوم فيما يلي بتحليل أفراد العينة من ناحية العمر، وهو ما يمثله الجدول التالي:

الشكل رقم (04): توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر



المصدر: معالجة البيانات باستخدام برنامج excel

جدول رقم (05): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر

العمر	العدد	النسبة
25 سنة أو أقل	1	3.3
26 سنة - 35 سنة	17	56.7
36 سنة - 45 سنة	9	30
46 سنة - 55 سنة	3	10
أكثر من 55 سنة	0	00
المجموع	30	% 100

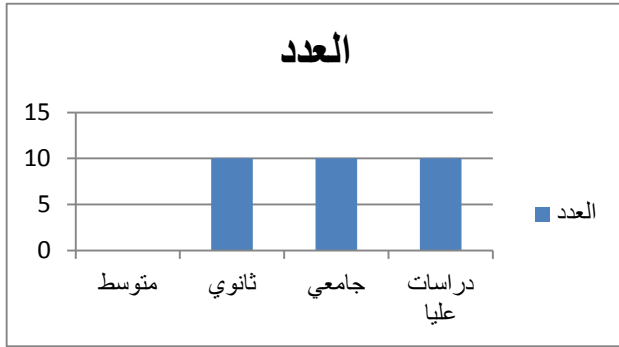
المصدر: مخرجات برنامج spss.24

من خلال النتائج المبينة في الجدول فإننا نلاحظ عدم وجود تنوع في توزيع أفراد العينة حسب العمر، لكن تتركز غالبيتها بين 26-35 سنة بنسبة مئوية تقدر بـ: 56.7 %، لتليها الفئة العمرية المحصورة بين 36-45 سنة، بنسبة قدرت بـ 30 %، ثم الفئة العمرية 46-55 سنة و 25 سنة أو أقل بنسب 10 % و 3.3% على التوالي، وهو ما تم تمثيله بيانيا في الشكل رقم (04).

ثالثا: حسب المستوى الدراسي

سنقوم بتحديد كيفية توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي، وفق الجدول التالي:

جدول رقم (06): توزيع افراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي الشكل رقم (05): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي



المصدر: معالجة البيانات باستخدام برنامج excel

المستوى	العدد	النسبة %
متوسط	00	00
ثانوي	10	33.3
جامعي	10	33.3
دراسات عليا	10	33.3
المجموع	30	100 %

المصدر: مخرجات برنامج spss.24

إذ ما لا حضنا الجدول، نجد أن هناك تنوع في توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي، لتتقسم بين المستوى الثانوي والجامعي والدراسات العليا بنسبة 33.3 % لكل مستوى، مما يعني أن المعلومات دقيقة وصحيحة إلى حد بعيد، نظرا لفهمهم لعبارات الاستبيان المقدمة، وبالتالي الوصول إلى نتائج دقيقة ومضبوطة، وهو ما يوضحه الشكل رقم (05).

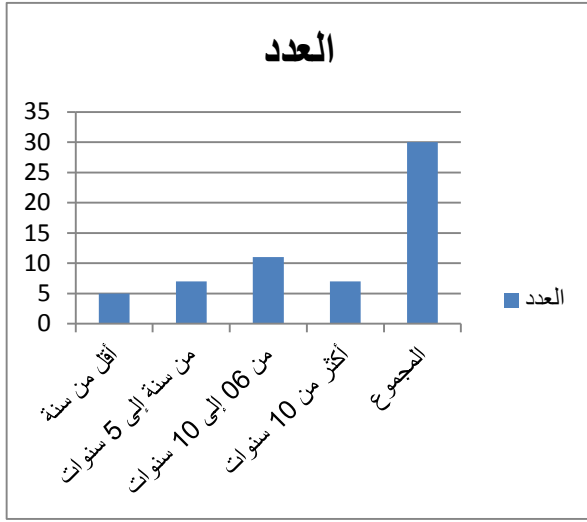
رابعا: حسب مدة التعامل مع البنك

في هذا الإطار سنقوم بتوزيع أفراد العينة بحسب متغير مدة التعامل مع بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وفق الجدول التالي:

جدول رقم (07): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الشكل رقم (06): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير

مدة التعامل مع البنك

مدة التعامل مع البنك



السنوات	العدد	النسبة
أقل من سنة	5	16.7
من سنة إلى 5 سنوات	7	23.3
من 5 إلى 10 سنوات	11	36.7
أكثر من 10 سنوات	7	23.3
المجموع	30	100 %

المصدر: معالجة البيانات باستخدام برنامج excel

المصدر: مخرجات برنامج spss.24

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أعلى فئة من ناحية التعامل مع البنك والتي تمثل نسبة: 40.5% هي الفئة التي تتراوح بين سنة و 5 سنوات، تليها الفئة التي تزيد عن 10 سنوات بنسبة 31%، لتليها فئة من لديهم خبرة بين 5-10 سنوات بنسبة 22%، وهذا ما يبين أن أكثر من ثلث المستجوبين لديهم أقدمية في التعامل مع البنك لأكثر من 10 سنوات.

المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات

تم من خلال هذا المبحث وصف وتقييم درجة الموافقة على عبارات محاور الاستبيان، من خلال التحليل الإحصائي لمعطيات الدراسة حول كل من استخدام وسائل الدفع الإلكترونية، وأبعاد جودة الخدمة المصرفية للبنك محل الدراسة واختبار فرضيات الدراسة.

المطلب الأول: التحليل الإحصائي لنتائج دراسة المحور الثاني

يحتوي هذا المطلب على وصف وتقييم درجات الموافقة على المحور الثاني المتعلق بواقع

استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، وفقا للعبارات من 01 إلى 13.

أولاً: درجات الموافقة على واقع استخدام وسائل الدفع الإلكترونية:

يوضح الجدول التالي درجات الموافقة لإجابات الأفراد المستجوبين العبارات المتعلقة

باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني كما يلي:

جدول رقم (08): درجات الموافقة على واقع استخدام وسائل الدفع الإلكترونية

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	اتجاه التقييم
01	استخدام البطاقات الإلكترونية يعوضك على استخدام النقود والشيكات	1.6000	0.81368	عالية	إيجابي
02	يمكنك السحب بالبطاقة الإلكترونية من أي فرع من فروع البنك	1.6333	0.76489	متوسطة	إيجابي
03	رسوم وتكاليف استخدام البطاقة الإلكترونية مناسبة	2.0000	1.01710	عالية	إيجابي
04	تستطيع استخدام البطاقة الإلكترونية داخل وخارج الوطن	2.6667	1.24106	متوسطة	حيادي
05	إجراءات الحصول على البطاقات الإلكترونية بسيطة	1.8333	0.59209	عالية	إيجابي
06	توفر لك البطاقات الإلكترونية الحماية الكافية لأموالك	1.7000	0.59596	عالية	إيجابي
07	يمكنك استعادة البطاقة الإلكترونية في حالة الضياع أو التلف بسهولة	2.1333	0.89955	عالية	إيجابي
08	تستطيع استخدام الصراف الآلي في أي وقت	1.5667	0.67891	عالية	إيجابي
09	تشعر بالأمان عند استخدام الصراف الآلي	1.7333	0.69149	عالية	إيجابي
10	السحب من الصراف الآلي يمكنك من الحصول على المبلغ الذي تريده	2.6333	1.18855	متوسطة	حيادي
11	أجهزة الصراف الآلي متاحة في كل فروع البنك	2.7333	1.25762	متوسطة	حيادي
12	تعتقد أن البنك يعمل على استحداث وسائل دفع جديدة	2.3333	0.84418	عالية	إيجابي
13	ترى أن البنك يقوم بتطوير تعامله بوسائل الدفع الإلكتروني	2.3667	0.96431	عالية	إيجابي
	واقع استخدام وسائل الدفع الإلكترونية	2.0718	0.42897	عالية	إيجابي

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.24

نستنتج من خلال النتائج السابقة أن استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريريج، متوفرة وبدرجة عالية، إذ بلغ المتوسط العام لمجموع عبارات هذا المحور 2.0718، الذي يقع ضمن نطاق درجة الموافقة العالية بانحراف معياري ضعيف قدر ب: 0.43، وهو ما يفسر عدم وجود تشتت كبير بين إجابات المستجوبين فيما يخص استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في بنك BADR.

المطلب الثاني: التحليل الإحصائي لواقع أبعاد جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة

والتنمية الريفية برج بوعريريج

يحتوي هذا المطلب على وصف وتقييم درجات الموافقة على المحور الثالث المتعلق بأبعاد جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريريج، والتي تم تقسيمها إلى: بعد الملموسية، الاستجابة، الاعتمادية، الاهتمام الثقة والأمان.

أولاً: بعد الملموسية:

الجدول الموالي يوضح رأي عينة الدراسة لمدى ملموسة المصرف في تقديم خدماته، من خلال استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة.
جدول رقم (09): درجات الموافقة على بعد الملموسية

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	اتجاه التقييم
14	يتميز الموقع الإلكتروني للبنك بمظهر جذاب وبسهولة التصفح للعملاء	2.5667	0.97143	عالية	إيجابي
15	للبنك موقع الكتروني سهل عليك تتبعه	2.4000	0.93218	عالية	إيجابي
16	يملك البنك أجهزة الكترونية متطورة	2.5000	0.93772	عالية	إيجابي
17	وسائل الدفع الإلكتروني المتوفرة بالبنك ملائمة لجميع الزبائن	2.3333	0.88409	عالية	إيجابي
	بعد الملموسية	2.4500	0.72338	عالية	إيجابي

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.24

نستنتج من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريريج، يتوفر على درجة عالية من الجودة فيما يخص بعد الملموسية، حيث بلغ المتوسط العام للعبارات المتعلقة ببعد الملموسية 2.45 وهو يقع ضمن نطاق درجة الموافقة العالية بانحراف معياري معتبر قدر بـ: 0.72338، وهو يفسر عدم وجود تشتت بين إجابات المستجوبين فيما يخص جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الملموسية.

ثانيا: بعد الاستجابة:

الجدول الموالي يوضح رأي عينة الدراسة لمدى استجابة المصرف في تقديم خدماته، من خلال استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة.
جدول رقم (10): درجات الموافقة على بعد الاستجابة

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	اتجاه التقييم
18	يؤدي المصرف الخدمة للعميل بشكل فوري	2.7000	1.08755	عالية	إيجابي
19	يحل المصرف مشكلات العميل الإلكترونية بسرعة	2.5333	1.04166	عالية	إيجابي
20	الاستعداد والرغبة لدى العاملين لمساعدة العملاء مهما كانت درجة انشغالهم	2.5000	1.04221	عالية	إيجابي
21	تتوفر خدمات الصيرفة الإلكترونية عمى مدار ساعة 24	1.9000	0.54772	عالية	إيجابي
	بعد الاستجابة	2.4083	0.74128	عالية	إيجابي

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.24

نستنتج من خلال هذه النتائج أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريريج، يتوفر على درجة عالية من الجودة فيما يخص بعد الاستجابة، حيث بلغ المتوسط العام للعبارات المتعلقة ببعد الاستجابة 2.4083 وهو يقع ضمن نطاق درجة الموافقة العالية بانحراف معياري معتبر قدر ب: 0.74، وهو يفسر عدم وجود تشتت كبير بين إجابات المستجوبين فيما يخص جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاستجابة.

ثالثا: بعد الاعتمادية:

الجدول الموالي يوضح رأي عينة الدراسة لمدى اعتمادية المصرف في تقديم خدماته، من خلال استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة.
جدول رقم (11): درجات الموافقة على بعد الاعتمادية

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	اتجاه التقييم
22	استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يتميز بالدقة وعدم ارتكاب الأخطاء في المعلومات المصرفية	1.8000	0.55086	عالية	إيجابي
23	ساهمت وسائل الدفع الإلكتروني في عدم التقيد بالمواعيد الرسمية لعمل البنك	2.0667	0.94443	عالية	إيجابي
24	تتيح لك وسائل الدفع الإلكتروني في بنك بدر الاستفادة من خدمات متنوعة	2.1333	0.77608	عالية	إيجابي
25	يمكنك أن تعتمد على موظفي بنك بدر في تقديم خدمات ذات جودة عالية	2.333	0.88409	عالية	إيجابي
26	استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يتميز بالدقة وعدم ارتكاب الأخطاء في المعلومات المصرفية	1.9000	0.54772	عالية	إيجابي
	بعد الاعتمادية	2.0467	0.49182	عالية	إيجابي

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.24

نستنتج من خلال النتائج السابقة، أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريريج، يتوفر على درجة عالية من الجودة فيما يخص بعد الاعتمادية، حيث بلغ المتوسط العام للعبارات المتعلقة ببعد الاعتمادية 2.04 وهو يقع ضمن نطاق درجة الموافقة العالية بانحراف معياري معتبر قدر ب: 0.49، وهو يفسر عدم وجود تشتت كبير بين إجابات المستجوبين فيما يخص جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاعتمادية.

رابعاً: بعد الاهتمام

الجدول الموالي يوضح رأي عينة الدراسة لمدى اهتمام المصرف في تقديم خدماته، من خلال استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة.
جدول رقم (12): درجات الموافقة على بعد الاهتمام

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	اتجاه التقييم
27	تنوع وسائل الدفع الإلكتروني بالبنك يتلاءم واحتياجاتك	2.1000	0.71197	عالية	إيجابي
28	يشعرك التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني منوع من التميز	2.1333	0.77608	عالية	إيجابي
29	يذكرك البنك من حين لآخر بوسائل الدفع الإلكتروني التي يمكنك استخدامها	2.4000	0.96847	عالية	إيجابي
30	يرسل البنك كشف الحساب لك عبر بريدك الإلكتروني	2.5667	1.10433	عالية	إيجابي
31	يقوم البنك وموظفوه بشركك وتقديرك على تعاملك معهم	2.5667	1.25075	عالية	إيجابي
	بعد الاهتمام	2.3533	0.67402	عالية	إيجابي

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.24

نستنتج من خلال النتائج السابقة، أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريريج، يتوفر على درجة عالية من الجودة فيما يخص بعد الاهتمام، حيث بلغ المتوسط العام للعبارات المتعلقة بعد الاهتمام 2.35 وهو يقع ضمن نطاق درجة الموافقة العالية بانحراف معياري قدر بـ: 0.67، وهو يفسر وجود تشتت بين إجابات المستجوبين فيما يخص جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاهتمام.

خامسا: بعد الثقة والأمان

الجدول الموالي يوضح رأي عينة الدراسة لمدى توفر الثقة والأمان في المصرف عند تقديم خدماته، من خلال استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة.

جدول رقم (13): درجات الموافقة على بعد الثقة والأمان

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	اتجاه التقييم
32	القدرة على خلق الشعور بالثقة لدى العميل عند تعاملاته الإلكترونية مع المصرف	2.0333	0.85029	عالية	إيجابي
33	يحافظ البنك على سرية كل المعلومات التي تخص تعاملاتك	1.7333	0.73968	عالية	إيجابي
34	تشعر بالحماية الأمنية أثناء تواجدك بالبنك	1.7667	0.62606	عالية	إيجابي
35	يتوفر لدى المصرف احتياطات الأمان الكافية (تطبيقات حماية البيانات السرية للعميل، ضمان اتمام العملية (الإلكترونية دون قرصنة، ... الخ	1.6333	0.76489	عالية	إيجابي
	بعد الثقة والأمان	1.7917	0.58014	عالية	إيجابي

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.24

نستنتج من خلال هذه النتائج أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريريج، يتوفر على درجة عالية من الجودة، فيما يخص بعد الثقة والأمان، حيث بلغ المتوسط العام للعبارات المتعلقة ببعد الثقة والأمان 1.7917 وهو يقع ضمن نطاق درجة الموافقة العالية بانحراف معياري قدر بـ: 0.58، وهو يفسر عدم وجود تشتت كبير بين إجابات المستجوبين فيما يخص جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الثقة والأمان.

المطلب الثالث: نتائج اختبار الفرضيات $H_1(\alpha)$

- سيتم من خلال هذا المطلب الإجابة على الفرضيات الفرعية الخمسة والتي مفادها:
- ❖ يؤثر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الملموسية؛
 - ❖ يؤثر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاستجابة؛
 - ❖ يؤثر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاعتمادية؛
 - ❖ يؤثر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاهتمام؛
 - ❖ يؤثر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الثقة والأمان.

أولاً: اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

سيتم من خلال هذا العنصر الإجابة على الفرضية التي مفادها: "يؤثر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الملموسية".

وبالتالي يمكن صياغة الفرضية الصفرية H_0 والفرضية البديلة H_1 كما يلي:

- ❖ H_0 : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الملموسية؛
- ❖ H_1 : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الملموسية.

سيتم استخدام النموذج الاحصائي المتمثل في نموذج الانحدار الخطي البسيط الذي يعمل على قياس أثر المتغير المستقل التابع ومنه سنعمل على معرفة أثر استخدام وسائل الدفع الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الملموسية.

إذن وبعد إدخال البيانات المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة في برنامج spss.24، تم الحصول على النتائج التي تم تلخيصها في الجدول الموالي:

جدول رقم (14): نتائج اختبار الأثر بين استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الملموسية

النموذج	القيمة	F	درجات الحرية	sig	معلمات النموذج	القيمة	T	sig
معامل الارتباط	0.251				b الباقي الثابت	1.572	2.410	0.023
معامل التعيين	0.063				استخدام وسائل الدفع الالكتروني a	0.424	1.374	0.180
التباين المفسر	0.958	1.888	1	0.180				
التباين الباقي	14.217		28					

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.24

من خلال نتائج هذا الجدول يتضح أن:

معامل الارتباط $R = 0.251$ وهذا يفسر أن عملية استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يرتبط إيجابيا وبدرجة متوسطة بجودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الملموسية، وهذا يدل أيضا على أن أي تغير بالإيجاب لقيم متغيرات استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، تؤدي إلى زيادة معتبرة في مستوى جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الملموسية.

معامل التعيين = 0.063 وهو ما يوضح أن القوة التفسيرية لنموذج الانحدار هذا بلغت 06 % من التغيرات الحاصلة في جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الملموسية، ترجع إلى تأثير التغير في قيم متغيرات استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، والباقي يرجع إلى عوامل أخرى.

كما يحتوي الجدول على قيمة التباين المفسر والتباين غير المفسر الباقي بنموذج الانحدار، فمن خلال نتائج هذا الجدول يتبين أن قيمة التباين في التغيرات الحاصلة على قيمة جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الملموسية، والراجعة لتأثير التغير في قيمة متغيرات استخدام وسائل الدفع الإلكتروني بلغت 0.958، وهي دالة إحصائياً عند درجة مخاطرة (α) المقدر بـ: 0.05، التي كانت أكبر من مستوى دلالة التباين sig المقدر بـ: 0.180 وعليه نرفض الفرضية العدمية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 .

ومنه هناك أثر لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني في جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الملموسية من خلال نتائج الجدول أيضاً، ويمكن صياغة معادلة نموذج الانحدار على النحو التالي:

$$\text{جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الملموسية} = (0.424 \times \text{استخدام وسائل الدفع الإلكتروني}) + 1.572$$

حيث أن:

β (الباقي الثابت) = 1.572 عند مستوى دلالة قدره بـ sig = 0.023، وهو أصغر من درجة المخاطرة (α) المقدر بـ 0.05، ما يدل على أن هذه المعلمة غير دالة إحصائياً، وهي تعبر عن قيمة جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الملموسية في حالة انعدام قيم متغيرات استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، ما يفسر وجود حد أدنى لجودة الخدمة المصرفية من خلال

بعد الملموسية في حالة انعدام قيم استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، وهذا الحد غير دال إحصائياً.

← $a = 0.424$ تجسد هذه المعلمة معامل التغير في جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الملموسية بدلالة استخدام وسائل الدفع الإلكتروني بوحدة واحدة، تتغير قيمة جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الملموسية إيجاباً بمعامل 0.424 ، وهذا المعامل دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة مستوى الدلالة $\text{sig} = 0.180$ وهي أعلى من درجة المخاطرة (α) المقدرة بـ: 0.05 .

من خلال النتائج يتضح أنه هناك أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني في جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الملموسية.

ثانياً: اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

سيتم من خلال هذا العنصر الإجابة على الفرضية التي مفادها: "يؤثر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاستجابة".

وبالتالي يمكن صياغة الفرضية الصفرية H_0 والفرضية البديلة H_1 كما يلي:

❖ H_0 : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاستجابة؛

❖ H_1 : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاستجابة.

سيتم استخدام النموذج الاحصائي المتمثل في نموذج الانحدار الخطي البسيط الذي يعمل على قياس أثر المتغير المستقل التابع ومنه سنعمل على معرفة أثر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاستجابة.

إذن وبعد إدخال البيانات المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة في برنامج spss.24، تم الحصول على النتائج التي تم تلخيصها في الجدول الموالي:

جدول رقم (15): نتائج اختبار الأثر بين استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاستجابة

النموذج	القيمة	F	درجات الحرية	sig	معلمات النموذج	القيمة	T	sig
معامل الارتباط	0.318				b الباقي الثابت	1.282	1.942	0.62
معامل التعيين	0.101				استخدام وسائل الدفع الإلكتروني a	0.549	1.772	0.087
التباين المفسر	1.607	3.140	1	0.087				
التباين الباقي	14.329		28					

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.24

من خلال نتائج هذا الجدول يتضح أن:

◀ معامل الارتباط $R = 0.318$ وهذا يفسر أن عملية استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يرتبط إيجابيا وبدرجة قوية بجودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاستجابة، وهذا يدل أيضا على أن أي تغير بالإيجاب لقيم متغيرات استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، تؤدي إلى زيادة قوية أيضا في مستوى جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاستجابة.

◀ معامل التعيين $= 0.101$ وهو ما يوضح أن القوة التفسيرية لنموذج الانحدار هذا بلغت 10% أي أن 10% من التغيرات الحاصلة في جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاستجابة، ترجع إلى تأثير التغير في قيم متغيرات استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، والباقي يرجع إلى عوامل أخرى.

كما يحتوي الجدول على قيمة التباين المفسر والتباين غير المفسر الباقي بنموذج الانحدار، فمن خلال نتائج هذا الجدول يتبين أن قيمة التباين في التغيرات الحاصلة على قيمة جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاستجابة، والراجعة لتأثير التغير في قيمة متغيرات استخدام وسائل الدفع الإلكتروني بلغت 1.607، وهي دالة إحصائياً عند درجة مخاطرة (α) المقدر بـ: 0.05، التي كانت أكبر من مستوى دلالة التباين sig المقدر بـ: 0.087.

وعليه نرفض الفرضية العدمية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 .

ومنه هناك أثر لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني في جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاستجابة من خلال نتائج الجدول أيضاً، ويمكن صياغة معادلة نموذج الانحدار على النحو التالي:

$$\text{جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاستجابة} = (0.549 \times \text{استخدام وسائل الدفع الإلكتروني}) + 1.282$$

حيث أن:

β (الباقي الثابت) = 1.282 عند مستوى دلالة قدره بـ sig = 0.62، وهو أكبر من درجة المخاطرة (α) المقدر بـ 0.05، ما يدل على أن هذه المعلمة غير دالة إحصائياً، وهي تعبر عن قيمة جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاستجابة في حالة انعدام قيم متغيرات استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، ما يفسر وجود حد أدنى لجودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاستجابة في حالة انعدام قيم استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، وهذا الحد غير دال إحصائياً.

$a = 0.549$ تجسد هذه المعلمة معامل التغير في جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاستجابة بدلالة استخدام وسائل الدفع الإلكتروني وهو إيجابي، ما يفسر أنه إذا تغيرت قيمة

متغير استخدام وسائل الدفع الإلكتروني بوحدة واحدة، تتغير قيمة جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاستجابة إيجابيا بمعامل 0.549، وهذا المعامل دال إحصائيا، إذ بلغت قيمة مستوى الدلالة $\text{sig} = 0.087$ وهي أعلى من درجة المخاطرة (α) المقدر بـ: 0.05.

من خلال النتائج يتضح أنه هناك أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني في جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاستجابة.

ثالثا: اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

سيتم من خلال هذا العنصر الإجابة على الفرضية التي مفادها: "يؤثر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاعتمادية".

وبالتالي يمكن صياغة الفرضية الصفرية H_0 والفرضية البديلة H_1 كما يلي:

❖ H_0 : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاعتمادية؛

❖ H_1 : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاعتمادية.

سيتم استخدام النموذج الاحصائي المتمثل في نموذج الانحدار الخطي البسيط الذي يعمل على قياس أثر المتغير المستقل التابع ومنه سنعمل على معرفة أثر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاعتمادية.

إذن وبعد إدخال البيانات المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة في برنامج spss.24، تم الحصول على النتائج التي تم تلخيصها في الجدول الموالي:

جدول رقم (16): نتائج اختبار الأثر بين استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاعتمادية

النموذج	القيمة	F	درجات الحرية	sig	معلومات النموذج	القيمة	T	sig
معامل الارتباط	0.356				b الباقي الثابت	1.202	2.807	0.009
معامل التعيين	0.127				استخدام وسائل الدفع الإلكتروني a	0.408	2.014	0.054
التباين المفسر	0.888	4.056	1	0.54				
التباين الباقي	6.127		28					

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.24

من خلال نتائج هذا الجدول يتضح أن:

◀ معامل الارتباط $R = 0.356$ ، وهذا يفسر أن عملية استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يرتبط إيجابيا وبدرجة متوسطة بجودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاعتمادية، وهذا يدل أيضا على أن أي تغيير بالإيجاب لقيم متغيرات استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، تؤدي إلى زيادة متوسطة أيضا في مستوى جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاعتمادية.

◀ معامل التعيين $= 0.127$ وهو ما يوضح أن القوة التفسيرية لنموذج الانحدار هذا بلغت 12% أي أن 12% من التغيرات الحاصلة في جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاعتمادية، ترجع إلى تأثير التغيير في قيم متغيرات استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، والباقي يرجع إلى عوامل أخرى.

كما يحتوي الجدول على قيمة التباين المفسر والتباين غير المفسر الباقي لنموذج الانحدار، فمن خلال نتائج هذا الجدول يتبين أن قيمة التباين في التغيرات الحاصلة على

قيمة جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاعتمادية، والراجعة لتأثير التغيير في قيمة متغيرات استخدام وسائل الدفع الإلكتروني بلغت 0.888، وهي دالة إحصائياً عند درجة مخاطرة (α) المقدر بـ: 0.05، التي كانت أكبر من مستوى دلالة التباين sig المقدر بـ: 0.054.

وعليه نرفض الفرضية العدمية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 .

ومنه هناك أثر لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني في جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاعتمادية من خلال نتائج الجدول أيضاً، ويمكن صياغة معادلة نموذج الانحدار على النحو التالي:

$$\text{جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاعتمادية} = (0.408 \times \text{استخدام وسائل الدفع الإلكتروني}) + 1.202$$

حيث أن:

β (الباقى الثابت) = 1.202 عند مستوى دلالة قدره بـ sig = 0.009، وهو أكبر من درجة المخاطرة (α) المقدر بـ 0.05، ما يدل على أن هذه المعلمة غير دالة إحصائياً، وهي تعبر عن قيمة جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاعتمادية في حالة انعدام قيم متغيرات استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، ما يفسر وجود حد أدنى لجودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاعتمادية في حالة انعدام قيم استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، وهذا الحد غير دال إحصائياً.

$a = 0.408$ تجسد هذه المعلمة معامل التغيير في جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاعتمادية بدلالة استخدام وسائل الدفع الإلكتروني وهو إيجابي، ما يفسر أنه إذا تغيرت قيمة متغير استخدام وسائل الدفع الإلكتروني بوحدة واحدة، تتغير قيمة جودة الخدمة المصرفية من

خلال بعد الاعتمادية إيجاباً بمعامل 0.408، وهذا المعامل دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة مستوى الدلالة $\text{sig} = 0.054$ وهي أقل من درجة المخاطرة (α) المقدرة بـ: 0.05.

من خلال النتائج يتضح أنه هناك أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني في جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاعتمادية.

رابعاً: اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

سيتم من خلال هذا العنصر الإجابة على الفرضية التي مفادها: "يؤثر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاهتمام".

وبالتالي يمكن صياغة الفرضية الصفرية H_0 والفرضية البديلة H_1 كما يلي:

❖ H_0 : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاهتمام ؛

❖ H_1 : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاهتمام.

سيتم استخدام النموذج الإحصائي المتمثل في نموذج الانحدار الخطي البسيط الذي يعمل على قياس أثر المتغير المستقل التابع ومنه سنعمل على معرفة أثر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاهتمام.

إن وبعد إدخال البيانات المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة في برنامج spss.24، تم الحصول على النتائج التي تم تلخيصها في الجدول الموالي:

جدول رقم (17): نتائج اختبار الأثر بين استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد

الاهتمام

sig	T	القيمة	معلومات النموذج	sig	درجات الحرية	F	القيمة	النموذج
0.075	1.849	1.066	b الباقي الثابت				0.395	معامل الارتباط
0.031	2.278	0.621	استخدام وسائل الدفع الإلكتروني a				0.156	معامل التعيين
				0.031	1	5.191	2.06	التباين المفسر
					28		11.114	التباين الباقي

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.24

من خلال نتائج الجدول السابق يتضح أن:

◀ معامل الارتباط $R = 0.395$ ، وهذا يفسر أن عملية استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يرتبط إيجابيا وبدرجة متوسطة بجودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاهتمام، وهذا يدل أيضا على أن أي تغيير بالإيجاب لقيم متغيرات استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، تؤدي إلى زيادة عالية أيضا في مستوى جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاهتمام.

◀ معامل التعيين $= 0.156$ وهو ما يوضح أن القوة التفسيرية لنموذج الانحدار هذا بلغت 15% أي أن 15% من التغيرات الحاصلة في جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاهتمام، ترجع إلى تأثير التغير في قيم متغيرات استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، والباقي يرجع إلى عوامل أخرى.

كما يحتوي الجدول على قيمة التباين المفسر والتباين غير المفسر الباقي لنموذج الانحدار، فمن خلال نتائج هذا الجدول يتبين أن قيمة التباين في التغيرات الحاصلة على قيمة

جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاهتمام، والراجعة لتأثير التغيير في قيمة متغيرات استخدام وسائل الدفع الالكتروني بلغت 2.06، وهي دالة إحصائياً عند درجة مخاطرة (α) المقدر بـ: 0.05، التي كانت أكبر من مستوى دلالة التباين sig المقدر بـ: 0.031.

وعليه نرفض الفرضية العدمية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 .

ومنه هناك أثر لاستخدام وسائل الدفع الالكتروني في جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاهتمام من خلال نتائج الجدول أيضاً، ويمكن صياغة معادلة نموذج الانحدار على النحو التالي:

$$\text{جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاهتمام} = (0.621 \times \text{استخدام وسائل الدفع الالكتروني}) + 1.066$$

حيث أن:

β (الباقى الثابت) = 1.066 عند مستوى دلالة قدره بـ $\text{sig} = 0.075$ ، وهو أكبر من درجة المخاطرة (α) المقدر بـ 0.05، ما يدل على ان هذه المعلمة غير دالة إحصائياً، وهي تعبر عن قيمة جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاهتمام في حالة انعدام قيم متغيرات استخدام وسائل الدفع الالكتروني، ما يفسر وجود حد أدنى لجودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاهتمام في حالة انعدام قيم استخدام وسائل الدفع الالكتروني، وهذا الحد غير دال إحصائياً. $a = 0.621$ تجسد هذه المعلمة معامل التغيير في جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاهتمام بدلالة استخدام وسائل الدفع الالكتروني وهو إيجابي، ما يفسر أنه إذا تغيرت قيمة متغير استخدام وسائل الدفع الالكتروني بوحدة واحدة، تتغير قيمة جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاهتمام إيجابياً بمعامل 0.621، وهذا المعامل دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة مستوى الدلالة $\text{sig} = 0.031$ وهي أقل من درجة المخاطرة (α) المقدر بـ: 0.05.

من خلال النتائج يتضح أنه هناك أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني في جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاهتمام.

خامسا: اختبار الفرضية الفرعية الخامسة:

سيتم من خلال هذا العنصر الإجابة على الفرضية التي مفادها: "يؤثر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الثقة والأمان".

وبالتالي يمكن صياغة الفرضية الصفرية H_0 والفرضية البديلة H_1 كما يلي:

❖ H_0 : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الثقة والأمان؛

❖ H_1 : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الثقة والأمان.

سيتم استخدام النموذج الاحصائي المتمثل في نموذج الانحدار الخطي البسيط الذي يعمل على قياس أثر المتغير المستقل التابع ومنه سنعمل على معرفة أثر استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الثقة والأمان.

إذن وبعد إدخال البيانات المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة في برنامج spss.24، تم الحصول على النتائج التي تم تلخيصها في الجدول الموالي:

جدول رقم (18): نتائج اختبار الأثر بين استخدام وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الثقة والأمان

النموذج	القيمة	F	درجات الحرية	sig	معلمات النموذج	القيمة	T	sig
معامل الارتباط	0.097				b الباقي الثابت	1.520	2.827	0.009
معامل التعيين	0.009				استخدام وسائل الدفع الإلكتروني a	0.131	0.515	0.611
التباين المفسر	0.091	0.265	1	0.611				
التباين الباقي	9.669		28					

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.24

من خلال نتائج الجدول السابق يتضح أن:

◀ معامل الارتباط $R = 0.097$ ، وهذا يفسر أن عملية استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يرتبط إيجابيا وبدرجة متوسطة بجودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الثقة والأمان، وهذا يدل أيضا على ان أي تغير بالإيجاب لقيم متغيرات استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، تؤدي إلى زيادة متوسطة أيضا في مستوى جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الثقة والأمان.

◀ معامل التعيين $= 0.009$ وهو ما يوضح أن القوة التفسيرية لنموذج الانحدار هذا بلغت 0.9 % أي ان 0.9 % من التغيرات الحاصلة في جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الثقة والأمان، ترجع إلى تأثير التغير في قيم متغيرات استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، والباقي يرجع إلى عوامل أخرى.

كما يحتوي الجدول على قيمة التباين المفسر والتباين غير المفسر الباقي لنموذج الانحدار، فمن خلال نتائج هذا الجدول يتبين أن قيمة التباين في التغيرات الحاصلة على قيمة جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الثقة والأمان، والراجعة لتأثير التغير في قيمة متغيرات استخدام وسائل

الدفع الالكتروني بلغت 0.091، وهي غير دالة إحصائياً عند درجة مخاطرة (α) المقدر بـ: 0.05، التي كانت أكبر من مستوى دلالة التباين sig المقدر بـ: 0.611.

وعليه نرفض الفرضية العدمية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 .

ومنه هناك أثر لاستخدام وسائل الدفع الالكتروني في جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الثقة والأمان من خلال نتائج الجدول أيضاً، ويمكن صياغة معادلة نموذج الانحدار على النحو التالي:

$$\text{جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الثقة والأمان} = (0.131 \times \text{استخدام وسائل الدفع الالكتروني}) + 1.520$$

حيث أن:

β (الباقى الثابت) = 1.520 عند مستوى دلالة قدره بـ sig = 0.009، وهو أقل من درجة المخاطرة (α) المقدر بـ 0.05، ما يدل على ان هذه المعلمة غير دالة إحصائياً، وهي تعبر عن قيمة جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الثقة والأمان في حالة انعدام قيم متغيرات استخدام وسائل الدفع الالكتروني، ما يفسر وجود حد أدنى لجودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الثقة والأمان في حالة انعدام قيم استخدام وسائل الدفع الالكتروني، وهذا الحد غير دال إحصائياً.

$a = 0.131$ تجسد هذه المعلمة معامل التغير في جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الثقة والأمان بدلالة استخدام وسائل الدفع الالكتروني وهو إيجابي، ما يفسر أنه إذا تغيرت قيمة متغير استخدام وسائل الدفع الالكتروني بوحدة واحدة، تتغير قيمة جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الثقة والأمان إيجاباً بمعامل 0.131، وهذا المعامل دال إحصائياً، إذ بلغت قيمة مستوى الدلالة sig = 0.611 وهي أقل من درجة المخاطرة (α) المقدر بـ: 0.05. من خلال النتائج يتضح أنه هناك أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل الدفع الالكتروني في جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الثقة والأمان.

خلاصة الفصل الثاني:

في هذا الفصل تم إسقاط ما تم تناوله في الجزء النظري على حالة ميدانية، في بنك الفلاحة والتنمية الريفية BARR-BBA وهذا لاختبار دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية، بحيث تطرقنا إلى الجانب المنهجي للدراسة الميدانية من خلال تحديد متغيرات الدراسة، وأهم الأدوات والخطوات المتبعة لإجراء الدراسة الميدانية وأهم الأساليب الإحصائية، كما تم عرض وتحليل الدراسة الميدانية ومناقشة فرضيات الدراسة، حيث توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

◀ أن أداة الدراسة تتمتع بمصدقية جيدة وثبات عالي، وهذا ما أثبتته معامل alpha cronbach's الفا كرونباخ والذي بلغ (0.843) وهي قيمة جيدة تدل على ثبات عال تتمتع به هذه الدراسة ككل ويمكن الاعتماد عليه في التطبيق الميداني للدراسة.

◀ من بين النتائج التي توصلت إليها الدراسة والمتعلقة بالخصائص الشخصية للمستجوبين تبين بأن أفراد العينة المستجوبة تتقارب في العدد من ناحية الجنس، فقد كان اغلبية المستجوبين ذكور بنسبة 80%، وتتنوع في توزيع أفراد العينة حسب العمر، لكن تتركز غالبيتها بين 26-35 سنة بنسبة مئوية تقدر بـ: 56.7 %، لتليها الفئة العمرية المحصورة بين 36-45 سنة بنسبة قدرت بـ: 30%، كما توزعت عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي الى كل من الثانوي والليسانس والدراسات العليا بنسبة متساوية هي 33%، وأغلبية العينة المستجوبة لديها أقدمية في التعامل مع البنك بنسبة قاربت 60% لمدة تتجاوز 6 سنوات.

◀ من خلال تحليل النتائج المتعلقة بالمتغير المستقل في الصيرفة الالكترونية اتضح أن استخدام وسائل الدفع الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة برج بوعريريج، متوفر وبدرجة عالية، إذ بلغ المتوسط العام لمجموع عبارات هذا المحور 2.0718 الذي يقع ضمن نطاق درجة الموافقة العالية لانحراف معياري قدر بـ: 0.42 وهو ما يفسر عدم وجود تشتت

كبير بين إجابات المستجوبين فيما يخص استخدام وسائل الدفع الالكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريريج.

◀ بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريريج يتوفر على درجة عالية من الجودة فيما يخص بعد الملموسية، حيث بلغ المتوسط العام للعبارات المتعلقة ببعد الملموسية 2.45 وهو يقع ضمن نطاق درجة الموافقة العالية بانحراف معياري معتبر قدر بـ: 0.72، وهو يفسر عدم وجود تشتت كبير بين إجابات المستجوبين فيما يخص جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الملموسية.

◀ بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريريج يتوفر على درجة عالية من الجودة فيما يخص بعد الاستجابة، حيث بلغ المتوسط العام للعبارات المتعلقة ببعد الاستجابة 2.4083 وهو يقع ضمن نطاق درجة الموافقة العالية بانحراف معياري معتبر قدر بـ: 0.74، وهو يفسر عدم وجود تشتت كبير بين إجابات المستجوبين فيما يخص جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاستجابة.

◀ بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريريج يتوفر على درجة عالية من الجودة فيما يخص بعد الاعتمادية، حيث بلغ المتوسط العام للعبارات المتعلقة ببعد الاعتمادية 2.04 وهو يقع ضمن نطاق درجة الموافقة العالية بانحراف معياري معتبر قدر بـ: 0.49، وهو يفسر عدم وجود تشتت كبير بين إجابات المستجوبين فيما يخص جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاعتمادية.

◀ بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريريج يتوفر على درجة عالية من الجودة فيما يخص بعد الاهتمام، حيث بلغ المتوسط العام للعبارات المتعلقة ببعد الاهتمام 2.35 وهو يقع ضمن نطاق درجة الموافقة العالية بانحراف معياري معتبر قدر بـ: 0.67، وهو يفسر عدم وجود تشتت كبير بين إجابات المستجوبين فيما يخص جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاهتمام.

◀ بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة برج بوعريريج يتوفر على درجة عالية من الجودة فيما يخص بعد الثقة والأمان، حيث بلغ المتوسط العام للعبارات المتعلقة ببعد الثقة والأمان 1.79 وهو يقع ضمن نطاق درجة الموافقة العالية بانحراف معياري معتبر قدر ب: 0.58، وهو يفسر عدم وجود تشتت كبير بين إجابات المستجوبين فيما يخص جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الثقة والأمان.

◀ هناك أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل الدفع الالكتروني في جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الملموسية، بعد الاستجابة، بعد الاعتمادية، بعد الاهتمام، بعد الثقة والأمان.

خاتمة

من خلال هذه الدراسة والتي تعرفنا فيها على دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة خدمات بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR برج بوعريريج توصلنا إلى ما يلي:

أولاً: نتائج الدراسة:

تتمثل في:

- ✓ لا يوجد مفهوم موحد للصيرفة الإلكترونية بل تعددت التعاريف وفقاً للتوجهات الفكرية؛
- ✓ نجاح فكرة الصيرفة الالكترونية في البنك مرتبط بتوفير البيئة الملائمة لذلك؛
- ✓ هناك العديد من الخدمات المصرفية الإلكترونية، تختلف من حيث الخصائص ونوع الخدمة المقدمة؛
- ✓ تطور وسائل الدفع الالكترونية شجع على استحداث خدمات مصرفية جديدة ووسع الأفق أمام تطوير التعاملات والتجارة الالكترونية؛
- ✓ تطوير قاعدة التكنولوجيات الجديدة في الإعلام والاتصال بالتكوين والتدريب المستمرين للقوى العاملة والتجديد في التجهيزات والمنتجات وكذلك استحداث وظيفة بحث وتطوير في البنوك؛
- ✓ الاهتمام بجودة الخدمات المصرفية لما له من أثر في إعطاء صورة تنافسية للبنوك الجزائرية؛
- ✓ إصدار قوانين وتشريعات تنظم وتضمن عمليات الصيرفة الالكترونية في النظام المصرفي الجزائري؛
- ✓ من خلال عينة الدراسة يتبين أن نسبة الذكور 80% أكثر من نسبة الإناث 20%، ويتركز أغلبية أفراد العينة في العمر بين 26 و35 سنة، ثم يليه 46-55 سنة، وبعدها 46-55 سنة، وأخيراً 25 سنة أو أقل، ويتبين تساوي في المستوى الدراسي لأفراد العينة من ثانوي وجامعي دراسات عليا؛
- ✓ هناك أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل الدفع الالكتروني في جودة الخدمة المصرفية من خلال الملموسية، بعد الاستجابة، بعد الاعتمادية، بعد الاهتمام، بعد الثقة والأمان.

ثانيا: الاقتراحات:

- ✓ أن تقوم البنوك بإجراء دراسات لمتابعة كل ما هو جديد فيما يتعلق بتطوير الخدمات المصرفية.
- ✓ أن تعمل البنوك على خلق جو من الثقة والطمأنينة في علاقاتها مع العملاء.
- ✓ ضرورة متابعة التطورات الحديثة في مجال الصيرفة الإلكترونية والوصول إلى العملاء عبر أحدث الوسائل الإلكترونية باعتبار أن لها تأثير مباشر على جودة الخدمات المصرفية.
- ✓ ضرورة التطوير المستمر في أداء المصرف لرفع مستوى كفاءة التشغيل بحيث يقدم المصرف خدماته دائما بأفضل جودة خدمة ممكنة وبأفضل وقت وبأقل تكلفة خاصة وأن الزبائن اليوم يبحثون عن جودة الخدمة الأفضل.
- ✓ القيام بحملات إعلامية حول وسائل الدفع الإلكترونية ونشر الثقافة النقدية لدى أفراد المجتمع.
- ✓ تحسن جودة الخدمات من خلال الاستفادة من التجارب الدولية الأخرى في هذا المجال.
- ✓ رفع مستوى العنصر البشري وتدريب الإطارات المصرفية على استخدام أحدث النظم البنكية.
- ✓ تقديم عروض خاصة من أجل نشر ثقافة الصيرفة الإلكترونية لدى العملاء.

ثالثا: آفاق البحث:

من الواضح أن البحث الذي قمنا به ما هو إلا مجرد توضيح لأثر الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية، وعليه فإن مجال البحث مازال في مهده لذا نرى إمكانية مواصلة البحث من جوانب أخرى لها صلة بالموضوع، مثل:

- أثر استخدام الصيرفة الإلكترونية على تنافسية البنوك والمؤسسات المالية.
- الصيرفة الإلكترونية ودورها في زيادة تنافسية البنوك.

قائمة المراجع

أولا الكتب بالعربية:

- 1) أحمد بوراس، السعيد بريكة: أعمال الصيرفة الإلكترونية - الأدوات والمخاطر -، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 1435هـ/2014م.
- 2) أحمد سفر: العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان، 2006.
- 3) أحمد محمود أحمد: تسويق الخدمات المصرفية -مدخل نظري تطبيقي-، ط1، دار البركة للنشر والتوزيع، 2001.
- 4) بشير العلاق: ثقافة الخدمة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- 5) تسيير لعجارة: التسويق المصرفي، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005.
- 6) ثريا عبد الرحيم الخزرجي، شيرين بدري البارودي: اقتصاد المعرفة الأسس النظرية والتطبيق في المصارف التجارية، ط1، دار الورق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
- 7) رضوان رأفت: عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 1999.
- 8) رعد عبد الله الطائي، عيسى قdade: "إدارة الجودة الشاملة"، الطبعة العربية، دار اليازوري للنشر، عمان، 2008.
- 9) زهير بشنق: "العمليات المالية المصرفية الإلكترونية"، اتحاد المصارف العربية، لبنان، 2006.
- 10) سامي أحمد مراد: تفعيل التسويق المصرفي لمواجهة آثار اتفاقية تحرير الخدمات "الجاتس"، المكتب العربي للمعارف، مصر، 2007.
- 11) سلطان، محمد سعيد وحنفي، عبد الغفار، أبو قحف، عبد السلام: إدارة البنوك، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 1989.
- 12) السماني، سيف الدين: العمليات المصرفية الإلكترونية، اتحاد المصارف العربية، عمان، الأردن، 2004.

- 13) طرية جوزيف: الصيرفة الإلكترونية - تطبيق التكنولوجيا للسمود والنجاح في الاقتصاد الجديد، اتحاد المصارف العربية، جمعية اتحاد المصارف العربية، مج21، ع244، بيروت، أبريل 2001.
- 14) عبد الحميد، طلعت أسعد: الإدارة الفعالة لخدمات البنوك الشاملة، ط10، مكتبة الشقري، المنصورة، مصر، 1998.
- 15) العلاق، حميد عبد الني الطائي: تسويق الخدمات، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- 16) علي السلمي: إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات التأهيل للإيزو 9000، دار غريب للنشر والتوزيع، 1995.
- 17) فريد راغب النجار: "الاستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي"، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2004.
- 18) ماجي ذيب معلا: الأصول العلمية للتسويق المصرفي، دار المسيرة، عمان، 2015.
- 19) محمد ناصر، نيات ترجمان: تسويق الخدمات، منشورات جامعة دمشق، سوريا، 2006.
- 20) محمود الزامل وآخرون: تسويق الخدمات المصرفية، ط1، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
- 21) محمود جاسم الصمعيدي، وردينا عثمان يوسف: التسويق المصرفي -مدخل استراتيجي-كمي تحليلي، دار المناهج للنشر، عمان، الأردن، 2005.
- 22) محمود حسان، بيسام عزام: إدارة الجودة ونظام الجودة، مركز الرضا للكمبيوتر، دمشق، سوريا، 1999.
- 23) منير الجنيهي، ممدوح الجنيهي: البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005.
- 24) ناجي معلاء: الأصول العلمية للتسويق المصرفي، ط3، المؤسسة العالمية للتجليد، عمان، الأردن، 2007.

(25) ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبدلات: الصيرفة الإلكترونية الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.

ثانيا: الرسائل والأطروحات الجامعية:

- 1) أبو موسى، رسمية أحمد أمين: أثر جودة الخدمة على الربحية ورضا العملاء في المصارف الأردنية (دراسة مقارنة بين بنك الإسكان والبنك الإسلامي الأردني)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل بيت، الأردن، 2000.
- 2) جبلي هدى: قياس جودة الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك البركة الجزائري، رسالة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة-الجزائر، 2007/2006.
- 3) جليد نورالدين: تطوير وسائل الدفع في الجهاز المصرفي الجزائري، (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر"3"، الجزائر، 2006/2005.
- 4) حسان الأحمد: الخدمات المصرفية وتسويقها في المصارف التجارية السورية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلب، حلب، سوريا، 1996.
- 5) الصمصام، قصي: تقانة الصيرفة الإلكترونية في سوريا، رسالة ماجستير، الجامعة الافتراضية السورية، 2015.
- 6) مفتاح صالح، معارفي فريدة: البنوك الإلكترونية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الخامس بعنوان: نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية إلكترونية، جامعة فيلادلفيا، عمان، الأردن، يومي 4-5 يوليو 2007.

ثالثا: الملتقيات:

- 1) أحمد طرطار، سارة حلمي: جودة الخدمات المصرفية كآلية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الدولي 'إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات'، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010.

- (2) رحيم حسين، هوارى معراج: "الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية"، مداخلة مقدمة إلى ملتقى المنظومة المصرفية والتحويلات الاقتصادية - واقع وتحديات - جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف-الجزائر، يومي 14/15 ديسمبر 2004.
- (3) شول شهرة، مدوخ ماجدة: "الصيرفة الإلكترونية: ماهيتها-مخاطرها-حمايتها"، مداخلة مقدمة إلى المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة: منافسة، مخاطر، تقنيات، جامعة جيجل-الجزائر، يومي 06/07 جوان 2005.
- (4) عرابية رايح: دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري، الأكاديمية الاجتماعية والانسانية، ع8، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2012.
- (5) موسى خليل مشري: "القواعد الناظمة للصيرفة الإلكترونية"، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، مداخلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، 2002.

رابعاً: مجالات وجرائد:

- (1) بريش عبد القادر: جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، عدد3.
- (2) شندي، أديب قاسم: الصيرفة الإلكترونية -أنماطها وخيارات القبول والرفض، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعية، ع27، 2011.
- (3) عزدين كامل أمين مصطفى: الصيرفة الإلكترونية، مجلة المصرفي، ع26، بنك السودان، 2001.
- (4) يونس عرب: البنى التحتية لمشروعات البنوك الإلكترونية، جريدة العرب الإلكترونية.

خامساً: المؤتمرات:

- (1) محمد زيدان، محمد حمو: "متطلبات أمن المعلومات المصرفية في بيئة الإنترنت"، المؤتمر السادس تحت عنوان البيئة المعلوماتية الآمنة، الرياض، 7-8 أبريل 2010.

سادسا: المراجع الأجنبية:

- 1) ATM: Automatic Teller Machine.
- 2) HEAD OF THE DEPARTMENT OF COMMERCE BHARATHIDASAN UNIVERSITY:E-BANKING PRACTICES AND CUSTOMER SATISFACTION ,Zenith International of Business Economics & Management Research, Model College VEDHARANIYM TAMILNADU, Issn 2249-8826 , ZIJBEMR ,Vol 3 INDIA, March (2013).
- 3) HSBC Holdings PLC (Hong Kong & Shanghai Banking Corporation) est l'une des plus grandes banques du monde. Son siégé social est à Londres, dans Canary Wharf ...
- 4) p.kotler at autres, marketing management, 11ed,prearson edutationparis, 2003.

سابعا: المواقع الإلكترونية:

(1) يونس عرب: حجية الإثبات بالمستخرجات الإلكترونية في القضايا المصرفية، متاح على

<http://alsarab-law.own.com/montada-f7/topic-t62.htm>,14/10/2010. الموقع

- 2) Media-Cms, accessible from: <http://media-cms.bnpparibas.com/file/53/5/slides-roadshows-is-2010.9535.pdf>.Accessed 01-11-2010.
- 3) Ny.Frb: Accessible from: <http://www.ny.frb.org/E.Banking.htm>.Accessed.20-10-2008.
- 4) BCBS: available at: www.bis.org/publ/bcbs98.pdf.Accessed10-12-2009.

الملاحق

قسم علوم التسيير

تخصص إدارة مالية

استمارة استبيان

في إطار إجراء دراسة ميدانية لأجل التحضير لنيل شهادة الماستر تخصص إدارة مالية
بجامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج بعنوان:

أثر الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية

"دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR - برج بوعريريج"

يسرنا أن نتقدم لكم بهذا الاستبيان، ونرجو منكم أن تجيبوا عن الأسئلة الموجودة فيها
بكل صدق وموضوعية، علما أن الإجابات التي ستدلون بها سرية ولا تستخدم إلا لأغراض
علمية بحتة.

وفي الأخير تقبلوا منا أسمى عبارات الاحترام والتقدير.

تحت إشراف:

بوعفية سمير

من إعداد الطالبان:

✓ بن ترعة حسان

✓ مباركي بلال

ملاحظة: يرجى وضع علامة (X) في الخانة المناسبة.

السنة الجامعية: 2022/2021

الجزء الأول: البيانات الشخصية

1/ الجنس: ذكر أنثى

2/ العمر:

25 سنة أو أقل 26-35 سنة 36-45 سنة
46-55 سن 56 سنة فأكثر

3/ المستوى التعليمي:

متوسط ثانوي ليسانس دراسات عليا

4/ عدد البنوك التي تتعامل معها؟

واحد فقط أكثر من بنك

5/ إلى أي مدى تستخدم الخدمات المصرفية الإلكترونية في معاملتك المصرفية:

نادرًا بعض الأحيان (قليل) متوسط (بشكل متكرر)
كثيرًا (غالبًا) دائمًا (بشكل مستمر)

6/ أي من الخدمات المصرفية الإلكترونية التالية أكثر استخدامًا من غيرها في تعاملاتك مع البنك:

الصراف الآلي تحويل الأموال إجراء المعاملات المصرفية عبر الإنترنت (دفع الفواتير، قروض...)

7/ عدد سنوات التعامل مع البنك:

أقل من سنة من 1 - 5 سنوات
من 6 - 10 سنوات أكثر من 10 سنوات

الجزء الثاني: الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية

الرقم	الأسئلة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
واقع استخدام وسائل الدفع الإلكترونية						
01	استخدام البطاقات الإلكترونية يعوضك على استخدام النقود والشيكات					
02	يمكنك السحب بالبطاقة الإلكترونية من أي فرع من فروع البنك					
03	رسوم وتكاليف استخدام البطاقة الإلكترونية مناسبة					
04	تستطيع استخدام البطاقة الإلكترونية داخل وخارج الوطن					
05	إجراءات الحصول على البطاقات الإلكترونية بسيطة					
06	توفر لك البطاقات الإلكترونية الحماية الكافية لأموالك					
07	يمكنك استعادة البطاقة الإلكترونية 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					
11	أجهزة الصراف الآلي متاحة في كل فروع البنك					
12	تعتقد أن البنك يعمل على استحداث وسائل دفع جديدة					
13	ترى أن البنك يقوم بتطوير تعامله بوسائل الدفع الإلكتروني					
جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (بعد الملموسية)						
14	يتميز الموقع الإلكتروني للبنك بمظهر جذاب وبسهولة التصفح للعملاء					
15	للبنك موقع الكتروني يسهل عليك تتبعه					

					يمتلك البنك أجهزة إلكترونية متطورة	16
					وسائل الدفع الإلكتروني المتوفرة بالبنك ملائمة لجميع الزبائن	17
مدى استجابة المصرف في تقديم خدماته (بعد الاستجابة)						
					يؤدي المصرف الخدمة للعميل بشكل فوري	18
					يحل المصرف مشكلات العميل الإلكترونية بسرعة	19
					الاستعداد والرغبة لدى العاملين لمساعدة العملاء مهما كانت درجة انشغالهم	20
					تتوفر خدمات الصيرفة الإلكترونية عمى مدار ساعة 24	21
مدى الاعتماد على المصرف في تقديم خدماته (بعد الاعتمادية)						
					استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يتميز بالدقة وعدم ارتكاب الأخطاء في المعلومات المصرفية	22
					ساهمت وسائل الدفع الإلكتروني في عدم التقيد بالمواعيد الرسمية لعمل البنك	23
					تتيح لك وسائل الدفع الإلكتروني في بنك بدر الاستفادة من خدمات متنوعة	24
					يمكنك أن تعتمد على موظفي بنك بدر في تقديم خدمات ذات جودة عالية	25
					استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يتميز بالدقة وعدم ارتكاب الأخطاء في المعلومات المصرفية	26
مدى اهتمام المصرفي في تقديم خدماته (بعد الاهتمام)						
					تنوع وسائل الدفع الإلكتروني بالبنك يتلاءم واحتياجاتك	27
					يشعرك التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني منوع من التمييز	28
					يذكرك البنك من حين لآخر بوسائل الدفع الإلكتروني التي يمكنك استخدامها	29

					يرسل البنك كشف الحساب لك عبر بريدك الإلكتروني	30
					يقوم البنك وموظفوه بشركك وتقديرك على تعاملك معهم	31
مدى توفر الثقة والأمان في المصرف عند تقديم خدماته (بعد الثقة والأمان)						
					القدرة على خلق الشعور بالثقة لدى العميل عند تعاملاته الإلكترونية مع المصرف	32
					يحافظ البنك على سرية كل المعلومات التي تخص تعاملاتك	33
					تشعر بالحماية الأمنية أثناء تواجدك بالبنك	34
					يتوفر لدى المصرف احتياطات الأمان الكافية (تطبيقات حماية البيانات السرية للعميل، ضمان اتمام العملية الإلكترونية دون قرصنة، ... الخ)	35

```

FREQUENCIES VARIABLES=a14 a15 a16 a17 الملموسية
/FORMAT=NOTABLE
/STATISTICS=STDDEV MEAN
/ORDER=ANALYSIS.

```

Fréquences

Remarques		
Sortie obtenue		07-JUN-2022 09:48:51
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\mirage\Desktop\spss\ بعد الملموسية\بعد الملموسية.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	30
	Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante

Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur toutes les observations comportant des données valides.	
Syntaxe	FREQUENCIES VARIABLES=a14 a15 a16 a17 الملموسية /FORMAT=NOTABLE /STATISTICS=STDDEV MEAN /ORDER=ANALYSIS.	
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,02
	Temps écoulé	00:00:00,01

[Jeu_de_données1] C:\Users\mirage\Desktop\spss\بعد الملموسة\بعد الملموسية.sav

Statistiques

		a14	a15	a16	a17	الملموسية
N	Valide	30	30	30	30	30
	Manquant	0	0	0	0	0
Moyenne		2,5667	2,4000	2,5000	2,3333	2,4500
Ecart type		,97143	,93218	,93772	,88409	,72338

REGRESSION
/MISSING LISTWISE

```

/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA CHANGE
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT الملموسية
/METHOD=ENTER . استخدم ام_وسائل

```

Régression

Remarques

Sortie obtenue		07-JUN-2022 09:49:45
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\mirage\Desktop\spss\ بعد الملموسية\بعد الملموسية.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	30
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.

Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur des observations dépourvues de valeurs manquantes dans les variables utilisées.	
Syntaxe	REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA CHANGE /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT الملموسية /METHOD=ENTER استخدام وسائل	
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,00
	Temps écoulé	00:00:00,01
	Mémoire requise	1436 octets
	Mémoire supplémentaire obligatoire pour les tracés résiduels	0 octets

Variables introduites/éliminées

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	استخدام وسائل	.	Introduire

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Variation de R-deux	Modifier les statistiques			Sig. Variation de F
						Variation de F	ddl1	ddl2	
1	,251	,063	,030	,71256	,063	1,888	1	28	,180

ANOVA

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	,958	1	,958	1,888	,180
	Résidu	14,217	28	,508		
	Total	15,175	29			

Coefficients

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard			
1	(Constante)	1,572	,652		2,410	,023
	استخدام وسائل	,424	,308	,251	1,374	,180


```

FREQUENCIES VARIABLES=a22 a23 a24 a25 a26 الاعتمادية
/FORMAT=NOTABLE
/STATISTICS=STDDEV MEAN
/ORDER=ANALYSIS.

```

Fréquences

Remarques		
Sortie obtenue		06-JUN-2022 11:09:25
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\mirage\Desktop\spss\ بعد الاعتمادية\بعد الاعتمادية.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	30
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.

Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur toutes les observations comportant des données valides.
Syntaxe	<pre> FREQUENCIES VARIABLES=a22 a23 a24 a25 a26 الاعتمادية /FORMAT=NOTABLE /STATISTICS=STDDEV MEAN /ORDER=ANALYSIS. </pre>
Ressources	
Temps de processeur	00:00:00,02
Temps écoulé	00:00:00,00

[Jeu_de_données1] C:\Users\mirage\Desktop\spss\بعد الاعتمادية\بعد الاعتمادية.sav

		Statistiques					
		a22	a23	a24	a25	a26	الاعتمادية
N	Valide	30	30	30	30	30	30
	Manquant	0	0	0	0	0	0
Moyenne		1,8000	2,0667	2,1333	2,3333	1,9000	2,0467
Ecart type		,55086	,94443	,77608	,88409	,54772	,49182

```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE

```

```

/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA CHANGE
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT الاعتمادية
/METHOD=ENTER . استخدم ام_وسائل

```

Régression

Remarques

Sortie obtenue		06-JUN-2022 11:15:00
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\mirage\Desktop\spss\ بعد الاعتمادية\بعد الاعتمادية.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	30
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.

Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur des observations dépourvues de valeurs manquantes dans les variables utilisées.	
Syntaxe	REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA CHANGE /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT الاعتمادية /METHOD=ENTER استخدام وسائل	
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,00
	Temps écoulé	00:00:00,01
	Mémoire requise	1460 octets
	Mémoire supplémentaire obligatoire pour les tracés résiduels	0 octets

Variables introduites/éliminées

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	استخدام وسائل	.	Introduire

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Variation de R-deux	Modifier les statistiques			Sig. Variation de F
						Variation de F	ddl1	ddl2	
1	,356	,127	,095	,46779	,127	4,056	1	28	,054

ANOVA

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	,888	1	,888	4,056	,054
	Résidu	6,127	28	,219		
	Total	7,015	29			

Coefficients

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard			
1	(Constante)	1,202	,428		2,807	,009
	استخدام وسائل	,408	,202	,356	2,014	,054

```

FREQUENCIES VARIABLES=a18 a19 a20 a21 الاستجابة
/FORMAT=NOTABLE
/STATISTICS=STDDEV MEAN
/ORDER=ANALYSIS.

```

Fréquences

Remarques		
Sortie obtenue		06-JUN-2022 11:17:23
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\mirage\Desktop\spss\ بعد الاستجابة\بعد الاستجابة.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	30
	Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante

Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur toutes les observations comportant des données valides.	
Syntaxe	FREQUENCIES VARIABLES=a18 a19 a20 a21 الاستجابة /FORMAT=NOTABLE /STATISTICS=STDDEV MEAN /ORDER=ANALYSIS.	
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,00
	Temps écoulé	00:00:00,00

[Jeu_de_données1] C:\Users\mirage\Desktop\spss\بعد الاستجابة\بعد الاستجابة.sav

Statistiques

		a18	a19	a20	a21	الاستجابة
N	Valide	30	30	30	30	30
	Manquant	0	0	0	0	0
Moyenne		2,7000	2,5333	2,5000	1,9000	2,4083
Ecart type		1,08755	1,04166	1,04221	,54772	,74128

REGRESSION
/MISSING LISTWISE

```

/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA CHANGE
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT الاستجابة
/METHOD=ENTER . استخدم ام_وسائل

```

Régression

Remarques

Sortie obtenue		06-JUN-2022 11:17:43
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\mirage\Desktop\spss\ بعد الاستجابة\بعد الاستجابة.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	30
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.

Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur des observations dépourvues de valeurs manquantes dans les variables utilisées.	
Syntaxe	REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA CHANGE /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT الاستجابة /METHOD=ENTER .استخدام وسائل	
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,02
	Temps écoulé	00:00:00,03
	Mémoire requise	1436 octets
	Mémoire supplémentaire obligatoire pour les tracés résiduels	0 octets

Variables introduites/éliminées

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	.استخدام وسائل	.	Introduire

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Variation de R-deux	Modifier les statistiques			Sig. Variation de F
						Variation de F	ddl1	ddl2	
1	,318	,101	,069	,71536	,101	3,140	1	28	,087

ANOVA

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	1,607	1	1,607	3,140	,087
	Résidu	14,329	28	,512		
	Total	15,935	29			

Coefficients

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard			
1	(Constante)	1,272	,655		1,942	,062
	استخدام وسائل	,549	,310	,318	1,772	,087

```

FREQUENCIES VARIABLES=a27 a28 a29 a30 a31 الاهتمام
/FORMAT=NOTABLE
/STATISTICS=STDDEV MEAN
/ORDER=ANALYSIS.

```

Fréquences

Remarques		
Sortie obtenue		06-JUN-2022 10:56:42
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\mirage\Desktop\spss\ بعد الاهتمام بعد الاهتمام.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	30
	Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante

Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur toutes les observations comportant des données valides.
Syntaxe	<pre> FREQUENCIES VARIABLES=a27 a28 a29 a30 a31 الاهتمام /FORMAT=NOTABLE /STATISTICS=STDDEV MEAN /ORDER=ANALYSIS. </pre>
Ressources	
Temps de processeur	00:00:00,00
Temps écoulé	00:00:00,01

[Jeu_de_données1] C:\Users\mirage\Desktop\spss\بعد الاهتمام\بعد الاهتمام.sav

		Statistiques					
		a27	a28	a29	a30	a31	الاهتمام
N	Valide	30	30	30	30	30	30
	Manquant	0	0	0	0	0	0
Moyenne		2,1000	2,1333	2,4000	2,5667	2,5667	2,3533
Ecart type		,71197	,77608	,96847	1,10433	1,25075	,67402

REGRESSION
/MISSING LISTWISE

```

/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA CHANGE
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT الاهتمام
/METHOD=ENTER . استخدم ام_وسائل

```

Régression

Remarques

Sortie obtenue		06-JUN-2022 10:57:03
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\mirage\Desktop\spss\ بعد الاهتمام بعد الاهتمام.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	30
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.

Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur des observations dépourvues de valeurs manquantes dans les variables utilisées.	
Syntaxe	REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA CHANGE /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT الاهتمام /METHOD=ENTER استخدام وسائل	
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,02
	Temps écoulé	00:00:00,03
	Mémoire requise	1460 octets
	Mémoire supplémentaire obligatoire pour les tracés résiduels	0 octets

Variables introduites/éliminées

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	استخدام وسائل	.	Introduire

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Variation de R-deux	Modifier les statistiques			Sig. Variation de F
						Variation de F	ddl1	ddl2	
1	,395	,156	,126	,63003	,156	5,191	1	28	,031

ANOVA

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	2,060	1	2,060	5,191	,031
	Résidu	11,114	28	,397		
	Total	13,175	29			

Coefficients

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard			
1	(Constante)	1,066	,577		1,849	,075
	استخدام وسائل	,621	,273	,395	2,278	,031

```

FREQUENCIES VARIABLES=a32 a33 a34 a35 الثقة_الامان
/FORMAT=NOTABLE
/STATISTICS=STDDEV MEAN
/ORDER=ANALYSIS.

```

Fréquences

Remarques		
Sortie obtenue		06-JUN-2022 11:19:27
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\mirage\Desktop\spss\ الثقة_الامان_بعد_الثقة_والامان.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	30
	Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante

Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur toutes les observations comportant des données valides.	
Syntaxe	FREQUENCIES VARIABLES=a32 a33 a34 a35 الثقة_الامان /FORMAT=NOTABLE /STATISTICS=STDDEV MEAN /ORDER=ANALYSIS.	
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,00
	Temps écoulé	00:00:00,01

[Jeu_de_données1] C:\Users\mirage\Desktop\spss\الثقة و الامان\بعد الثقة و الامان.sav

Statistiques

		a32	a33	a34	a35	الثقة_الامان
N	Valide	30	30	30	30	30
	Manquant	0	0	0	0	0
Moyenne		2,0333	1,7333	1,7667	1,6333	1,7917
Ecart type		,85029	,73968	,62606	,76489	,58014

REGRESSION
/MISSING LISTWISE

```

/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA CHANGE
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT الثقة_الامان
/METHOD=ENTER . استخدم ام_وسائل

```

Régression

Remarques

Sortie obtenue		06-JUN-2022 11:19:40
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\mirage\Desktop\spss\ الثقة_الامان_بعد_الثقة_والامان.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	30
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.

Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur des observations dépourvues de valeurs manquantes dans les variables utilisées.	
Syntaxe	REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA CHANGE /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT الثقة_الامان /METHOD=ENTER .استخدام وسائل	
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,02
	Temps écoulé	00:00:00,01
	Mémoire requise	1436 octets
	Mémoire supplémentaire obligatoire pour les tracés résiduels	0 octets

Variables introduites/éliminées

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	.استخدام وسائل	.	Introduire

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Variation de R-deux	Modifier les statistiques			Sig. Variation de F
						Variation de F	ddl1	ddl2	
1	,097	,009	-,026	,58764	,009	,265	1	28	,611

ANOVA

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	,091	1	,091	,265	,611
	Résidu	9,669	28	,345		
	Total	9,760	29			

Coefficients

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés Bêta	t	Sig.
		B	Erreur standard			
1	(Constante)	1,520	,538		2,827	,009
	استخدام وسائل	,131	,254	,097	,515	,611

```

FREQUENCIES VARIABLES=a1 a2 a3 a4 a5 a6 a7 a8 a9 a10 a11 a12 a13 استخدام_وسائل
/FORMAT=NOTABLE
/STATISTICS=STDDEV MEAN
/ORDER=ANALYSIS.

```

Fréquences

Remarques		
Sortie obtenue		06-JUN-2022 10:43:23
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\mirage\Desktop\spss\ واقع استخدام وسائل الدفع الالكترونية.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	30
	Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante

Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur toutes les observations comportant des données valides.
Syntaxe	<p>FREQUENCIES</p> <p>VARIABLES=a1 a2 a3 a4 a5 a6 a7 a8 a9 a10 a11 a12 a13</p> <p>استخدام وسائل</p> <p>/FORMAT=NOTABLE</p> <p>/STATISTICS=STDDEV</p> <p>MEAN</p> <p>/ORDER=ANALYSIS.</p>
Ressources	
Temps de processeur	00:00:00,00
Temps écoulé	00:00:00,03

[Jeu_de_données1] C:\Users\mirage\Desktop\spss\الالكترونية الدفع وسائل الاستخدام واقع.sav

		Statistiques											
		a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	a8	a9	a10	a11	a12
N	Valide	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Manquant	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Moyenne		1,6000	1,6333	2,0000	2,6667	1,8333	1,7000	2,1333	1,5667	1,7333	2,6333	2,7333	2,3333
Ecart type		,81368	,76489	1,01710	1,24106	,59209	,59596	,89955	,67891	,69149	1,18855	1,25762	,84418

Statistiques

		a13	استخدام وسائل
N	Valide	30	30
	Manquant	0	0
Moyenne		2,3667	2,0718
Ecart type		,96431	,42897

شرح مبادئ