

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية
تخصص: تسويق مصرفي



مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

واقع جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في البنك دراسة ميدانية في البنك الوطني الجزائري BNA

- من إعداد الطالبة: داودي الطاهر
- الأستاذ المشرف: أ.د/ عامري محمد الطاهر

لجنة المناقشة :

أ.د/ ساحي مصطفى رئيسا
أ.د/ عامري محمد الطاهر مشرفا
أ.د/ بدرينة مراد مناقشا

السنة الجامعية: 2023/2022

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية
تخصص: تسويق مصرفي



مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

واقع جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في البنك دراسة ميدانية في البنك الوطني الجزائري BNA

- من إعداد الطالبة: -
داودي الطاهر
- الأستاذ المشرف:
أ.د/ عامري محمد الطاهر

لجنة المناقشة :

أ.د/ ساحي مصطفى رئيسا
أ.د/ عامري محمد الطاهر مشرفا
أ.د/ بدرينة مراد مناقشا

السنة الجامعية: 2023/2022



الإهداء

لم تكن الرحلة قصيرة و لا ينبغي لها أن تكون لم يكن الحلم قريبًا و لا الطريق كان محفوظًا بالتسهيلات لكنني فعلتها.

أهدي تخرجي الى من أحمل إسمه بكل فخر إلى من حصد الأشواك عن دربي
ليمهد لي طريق العلم "أبي الغالي"

بعد فضل الله، ما أنا فيه يعود إلى أبي، الرجل الذي لم ينل و لو جزء بسيط مما
حصلنا عليه، و الرجل الذي سعى طوال حياته ليكون سندًا لي.

إلى اليد الخفية التي أزلت عن طريقي الأشواك ، و من تحملت كل لحظة ألم مررت
بها و ساندتني عند ضعفي و هزلي ، "أمي الحبيبة".

لأخوتي و لرفاق السنين، ولكل من كان عونًا و سندًا في هذا الطريق. ممتنّ لكم
جميعاً، ما كنتُ لأصل لولا فضلكم من بعد الله.



الشكر و العرفان

أحمد الله عز و جل الذي وفقني لإتمام هذا العمل المتواضع حمداً كثيراً

و أتقدم بأرقى عبارات الشكر و التقدير و العرفان الى الدكتور " عامري محمد الطاهر "

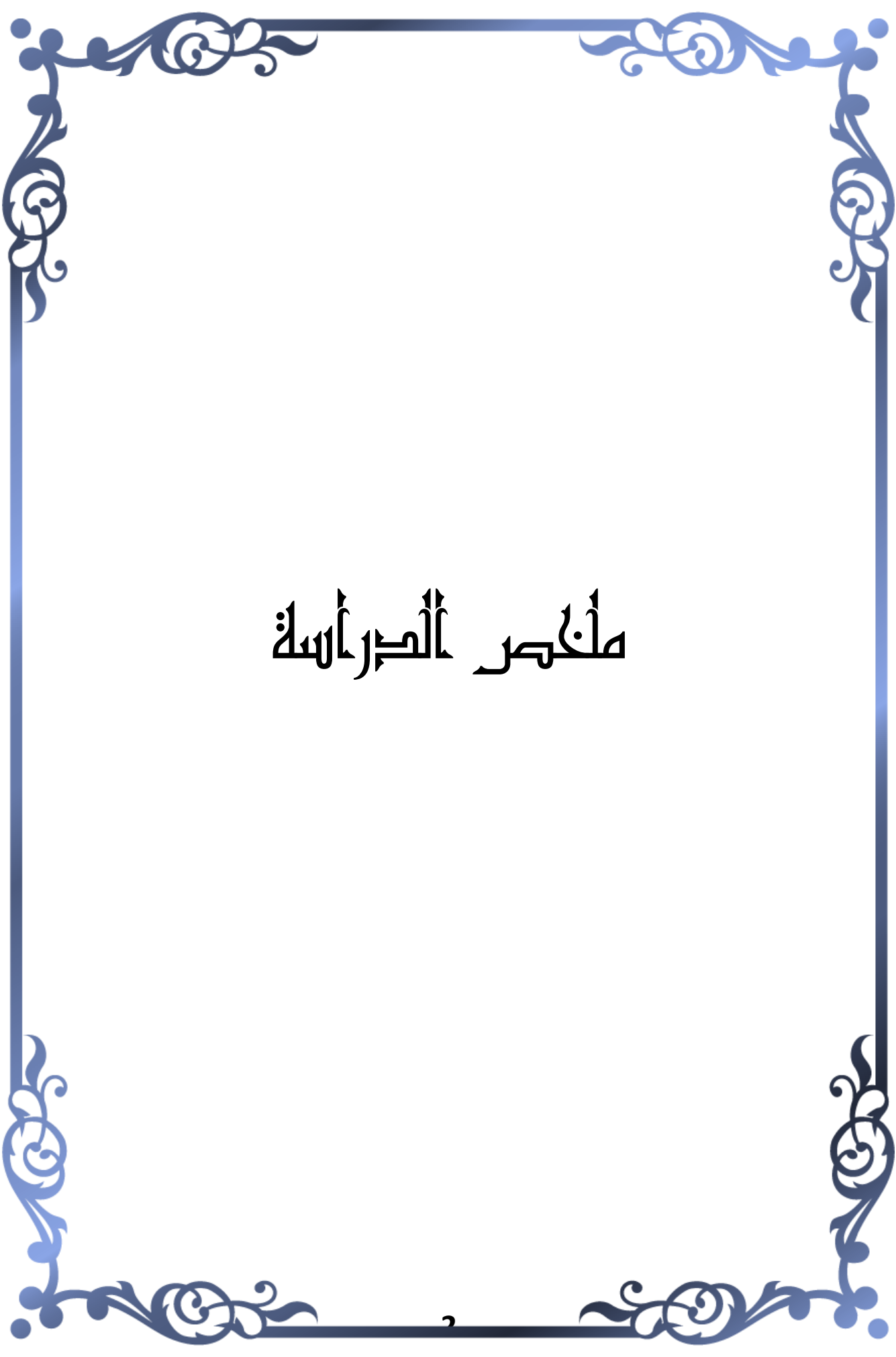
اعترافا مني بدوره الكبير حيث لم يبخل عليا بوقته، نصائحه، توجيهاته لي، و تصويبه لأخطائي، كما رفعت من معنوياتي و كانت خير محفز لي للمضي قدما؛

كما يسعدني أن اتقدم بالشكر و العرفان إلى كل استاذ افادني بعلمه من أولى المراحل الدراسية حتى هذه اللحظة و إلى كل من ساعدني في انجاز هذا العمل من قريب أو بعيد؛

لا يفوتني ايضا ان اقدم جزيل الشكر و التقدير لأعضاء لجنة المناقشة الموقرين الدكتور " ساحي مصطفى " رئيسا، و الدكتور " بدرينة مراد " على الجهد و الوقت الثمين الذي بذلوه في مراجعتها؛ كما اتقدم بأسمى عبارات الشكر و التقدير الى مدير بنك الجزائري الوطني BNA بالأغواط السيد " بلمداني مسعود " على كل التسهيلات و المعلومات التي قدمها لي لإتمام العمل؛

فألف شكر لكم جميعاً.





ملخص الدراسة

ملخص الدراسة :

لقد توصلنا في هذه الدراسة إلى دور الخدمة البنكية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات من خلال تصميم ذلك المصرفية من طرف الوكالة محل الدراسة : البنك الوطني الجزائري بالأغواط و استبيان يتضمن 25 سؤال من المتغيرات الفرعية (أبعاد جودة الخدمات المصرفية) لمحاوّر الدراسة عن طريق تحليل بيانات الاستبيان باستعمال برمجية SPSS 25 حيث قمنا بتحليل الإحصائي بالاستعانة بالأساليب الإحصائية و أساليب الإحصاء الاستدلالي و ذلك من اجل تحديد دور الخدمة البنكية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية .

ولقد استنتجنا في الأخير إل وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمة البنكية الالكترونية و جودة الخدمات المصرفية ، مما استوجب على البنوك تبني الخدمة البنكية الالكترونية بتحقيق الدقة والسرعة في الأداء من خلال عنصر مهم هو جودة الخدمات المصرفية و بالتالي تحقيق الهدف الأسمى و هو كسب رضا العميل.

الكلمات المفتاحية : الخدمة البنكية الإلكترونية ، جودة الخدمات المصرفية ، العميل.

Résumé:

Dans cette étude, nous avons atteint le rôle de la banque électronique dans l'amélioration de la qualité de la banque par l'Agence. Utilisation de SPSS25, nous avons fait une analyse statistique des méthodes statistiques et des méthodes statistiques, afin de déterminer le rôle des services bancaires électroniques dans l'amélioration de la qualité. des services bancaires. Nous nous sommes conclue dans ces derniers à avoir une relation statistiquement significative entre les services bancaires électroniques et la qualité des services bancaires, qui appliquaient des banques à construire une précision électronique et une vitesse de performance par un élément important est la qualité de la banque et donc la réalisation du meilleur objectif et est donc gagner la satisfaction de la clientèle.

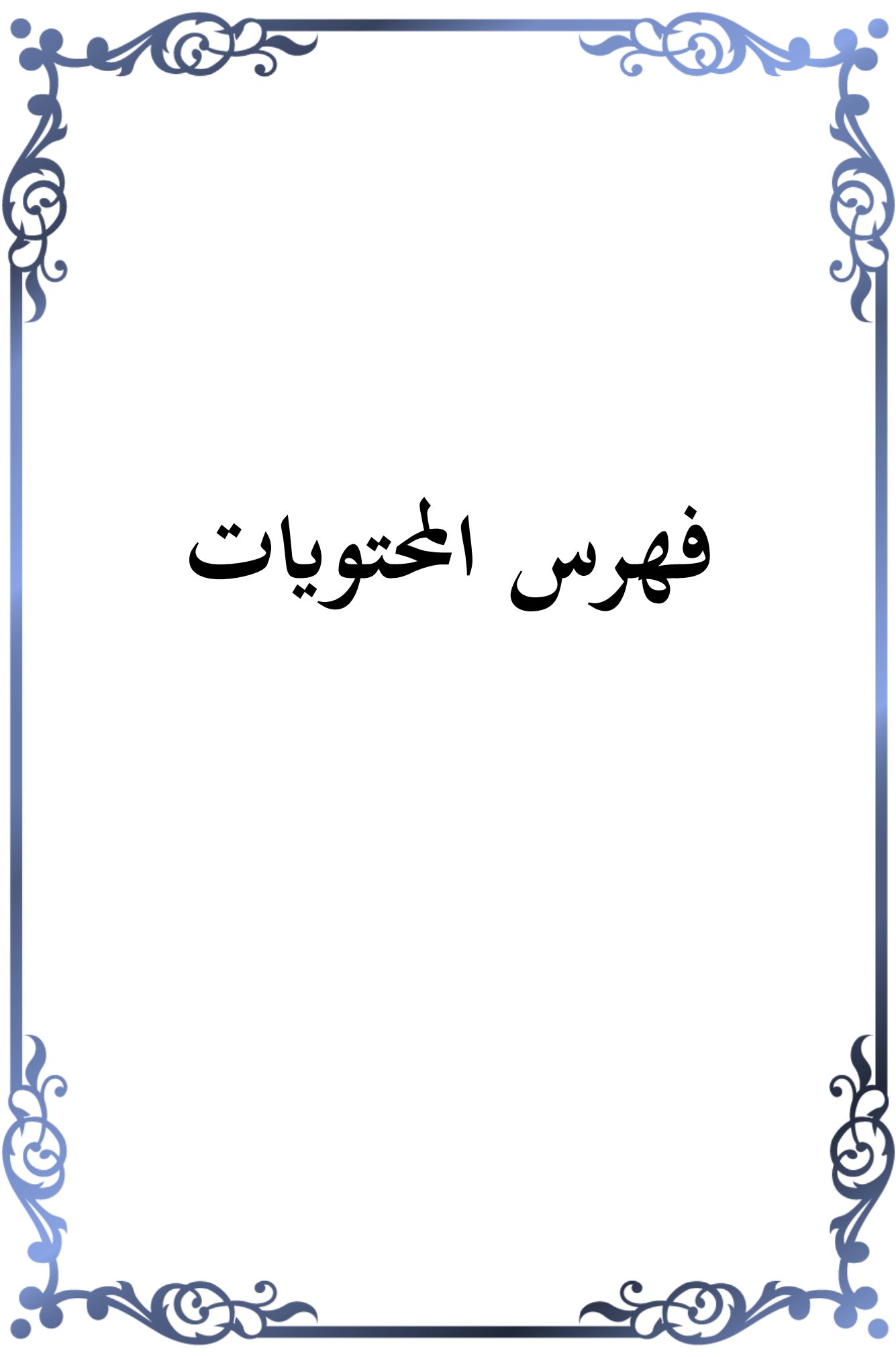
Mots-clés: banque électronique, banques de qualité, client.

Summary:

In this study, we have reached the role of electronic banking in improving the quality of banking by the Agency. The Algerian National Bank is in the event by designing a 25-consisting questionnaire of subsidiary variables (dimensions of the quality of banking services) Using SPSS25, we have made statistical analysis of statistical methods and statistical methods, in order to determine the role of electronic banking in improving the quality of banking services.

We have concluded in the latter to have a statistically significant relationship between electronic banking and the quality of banking services, which applied banks to build electronic accuracy and speed in performance through an important element is the quality of banking and therefore achieving the highest goal and is gaining customer satisfaction.

Keywords: Electronic Banking, Quality Banking, Customer.



فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
الإهداء	
الشكر والعرفان	
ملخص الدراسة	
فهرس المحتويات	I
فهرس الجداول	IV
فهرس الأشكال	VI
فهرس الملاحق	VII
مقدمة	أ- هـ
الجانب النظري النظري	
الفصل الأول: عموميات حول جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية	
تمهيد	02
<u>المبحث الأول: ماهية الخدمات المصرفية</u>	03
المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية وتطورها	03
المطلب الثاني: خصائص الخدمات المصرفية ومميزاتها	04
المطلب الثالث: أنواع الخدمات المصرفية	05
المطلب الرابع: موارد واستخدامات البنوك التجارية	06
<u>المبحث الثاني: مدخل عام لجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية</u>	11
المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية	11
المطلب الثاني: مفهوم جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية	14
المطلب الثالث: أهمية جودة الخدمات المصرفية	17
المطلب الرابع: مستويات جودة الخدمات المصرفية	20
<u>المبحث الثالث: نماذج قياس جودة الخدمات المصرفية وطرق تحسينها</u>	20
المطلب الأول: أبعاد جودة الخدمات المصرفية	20
المطلب الثاني: نماذج قياس جودة الخدمات البنكية	21
المطلب الثالث: طرق تحسين جودة الخدمات البنكية	22
المطلب الرابع: نماذج قياس جودة الخدمة الفندقية	23

26	خلاصة الفصل
	الجانب النظري النظري
	الفصل الثاني : تحليل أثر الخدمة المصرفية الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية
29	تمهيد
30	المبحث الأول : تقديم البنك الوطني الجزائري BNA
30	المطلب الأول : تعريف و نشأة البنك الوطني الجزائري BNA
31	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للبنك الوطني الجزائري
32	المطلب الثالث: الخدمات و المعاملات المالية الالكترونية للبنك الوطني الجزائري
37	المبحث الثاني : اختبار العينة و الإجراءات المنهجية للدراسة
37	المطلب الأول : إجراءات البحث الميداني
38	المطلب الثاني: الاختبارات المرتبطة بالبيانات و أداة الدراسة
40	المطلب الثالث: دراسة خصائص العينة
43	المبحث الثالث : التحليل الوصفي للبيانات و اختبار فرضيات الدراسة
43	المطلب الأول : تحليل البيانات المتعلقة بالخدمة المصرفية الإلكترونية
46	المطلب الثاني: تحليل بيانات جودة الخدمة المصرفية
57	المطلب الثالث: اختبار و تحليل فرضيات الدراسة
66	خلاصة الفصل الثاني
69	الخاتمة
73	قائمة المراجع
77	الملاحق

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	صينغ البطاقة البنكية CIB	35
02	وصف خصائص العينة حسب الجنس	40
03	وصف خصائص العينة حسب العمر	41
04	وصف خصائص العينة حسب الخبرة المهنية	41
05	وصف خصائص العينة حسب المستوى التعليمي	42
06	تقييم الخدمة المصرفية الإلكترونية	44
07	تقييم متغير الاعتمادية كبعد من أبعاد جودة الخدمات المصرفية	46
08	تقييم متغير الاستجابة كبعد من أبعاد جودة الخدمات المصرفية	48
09	تقييم متغير سهولة الاستخدام كبعد من أبعاد جودة الخدمات المصرفية	50
10	تقييم متغير الأمان كبعد من أبعاد جودة الخدمات المصرفية	52
11	تقييم متغير تصميم الموقع كبعد من أبعاد جودة الخدمات المصرفية	54
12	ترتيب مؤشرات جودة الخدمات البنكية في الوكالة المصرفية محل الدراسة	57
13	تحليل التباين الأحادي ANOVA لإجابات أفراد العينة بين الخدمة المصرفية الإلكترونية و الاعتمادية	58
14	تحليل التباين الأحادي ANOVA لإجابات أفراد العينة بين الخدمة المصرفية الإلكترونية و الاستجابة	59
15	تحليل التباين الأحادي ANOVA لإجابات أفراد العينة بين الخدمة المصرفية الإلكترونية و سهولة الاستخدام	61

62	تحليل التباين الأحادي ANOVA لإجابات أفراد العينة بين الخدمة المصرفية الإلكترونية و الأمان	16
64	تحليل التباين الأحادي ANOVA لإجابات أفراد العينة بين الخدمة المصرفية الإلكترونية وتصميم الموقع	17
65	تحليل التباين الأحادي ANOVA لإجابات أفراد العينة بين	18

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
23	نمذج GRÔNROOS لجودة الخدمة	01
23	نمذج SERVQUAL تحميل الفجوات	02
31	الهيكمل التنظيمي للبنك الوطني الجزائري BNA	03
38	النمذج العام للدراسة	03

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
78	حساب معامل ألفا كرونباخ ب 25SPSS	01
78	حساب دراسة العينة ب 25SPSS	02
79	حساب المتوسطات و التباينات الحسابية ب 25SPSS	03
81	اختبار و تحليل فرضيات الدراسة ب 25SPSS	04

مقدمة

يعتبر القطاع المصرفي من أهم القطاعات الاقتصادية ، فهو يمثل عصب الحياة الاقتصادية فهو يقوم بدور الوساطة المالية بين المدخرين والمستثمرين بالإضافة الى تقديم العديد من الخدمات المالية و المصرفية ، ولقد أصبح وجود المصارف التجارية على اختلاف انواعها من ضروريات الحياة العصرية ولا يمكن تصور الحياة الحديثة بدونها ، لأنها تؤدي دورا جوهريا مهما في الاقتصاد القومي ، ويحظى تسويق الخدمات المصرفية باهتمام كبير من جانب القائمين على ادارة المصارف التجارية ، بحيث تتنافس هذه الاخيرة فيما بينها سعيا وراء زيادة حجم عملياتها و هذا عن طريق جذب عملاء جدد و المحافظة على العملاء القدامى ، و من هذا المنطلق لم تعد فكرة العمل المصرفي مرتكزة على الاداء وتنويع الخدمات المصرفية ، بل أصبحت تركز على العميل في حد ذاته و تسويق الخدمات التي تلبي احتياجاته و رغباته المتطورة ، و بهذا أصبح من الضروري الاهتمام بجودة الخدمة المصرفية ومعرفة النواحي الأساسية للخدمات التي يبحث عنها العملاء ، و يفضلون تواجدها في المصارف و ذلك لضمان تحقيق رضا العملاء وولاءهم و زيادة الربحية و تعزيز المركز التنافسي ، وضمان البقاء و الاستمرار في الاسواق المحلية ، كما تساهم الجودة في منح الفرصة للمنظمة لدخول الاسواق العالمية واحتلال مراكز قوية مراكز قوية مقارنة بمنافسيها .

و نجد أن الجودة أصبحت السمة المميزة للقرن الواحد و العشرون و العنصر الأكثر أهمية في تحقيق أهداف المؤسسات إنتاجية أو خدمية, و تعد جودة الخدمة من القضايا الحديثة في الفكر التسويقي . فجودة الخدمة المصرفية ترتبط بالعنصر البشري مقدم الخدمة و متطلبات تقديمها بصورة مميزة, لذا يتم اختيارهم بصورة دقيقة و تدريبهم لإنجاز أعمالهم بكفاءة و الحفاظ علي العملاء الذين ازدادت معرفتهم و اطالعهم بالخدمات التي تقدمها المصارف.

حيث يعد موضوع جودة الخدمات المصرفية من أبرز المواضيع التي تصدرت اهتمام الباحثين لكونها تعد العنصر الأساسي الذي يقوم عليه تعامل العميل مع المصرف فهي تحدد بشكل رئيسي قرار الشراء وتكراره لدى العميل بناء على ما يدركه من هذه الجودة في المقام الأول، وهذا يعني أن توجه عملاء المصارف في طلب الخدمات المصرفية ليس فقط لمجرد المضامين التسويقية التي يحصل من تلك الخدمة، وإنما لما تتصف به تلك المضامين من قيم رمزية يبحث عنها العميل، وتشكل بالنسبة له جودة أفضل من وجهة نظره.

- ومن خلال ما سبق وما تطرقنا إليه نطرح الإشكالية التالية: ما هو واقع جودة الخدمة المصرفية في البنك؟

وللإجابة على هذه الإشكالية نطرح مجموعة من التساؤلات الفرعية كالتالي:

- ما هو مفهوم الخدمة المصرفية؟

- ما هو مفهوم الخدمة المصرفية الإلكترونية؟

الفرضيات:

- الخدمة المصرفية هي كل ما يقدمه المصرف وفقا لاحتياجات العميل.

- هي قيام البنوك بتقديم الخدمات المصرفية من خلال شبكات اتصال إلكترونية، وتقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقا لشروط العضوية التي تحددها البنوك وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة اتصال العملاء.

أهمية الدراسة:

- إبراز أهمية الدور الذي تلعبه جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحقيق رضا العملاء.

- نتائج الدراسة يمكن أن تعد مدخلا في مساعدة المصارف في تحسين وتطوير خدماتهم.

- معرفة الأبعاد التي يرغب العملاء في وجودها في المصارف من خلال جودة الخدمات المصرفية لتحقيق رضاهم مما يساعد إدارة المصارف على فهم العملاء و اجتذاب عملاء جدد للمصرف.

أهداف الدراسة:

- التعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من قبل المصارف.

- لفت انتباه المسؤولين في المصارف إلى أهمية جودة الخدمات التي يقدمونها.

- قياس جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية وتحديد أبعادها.

- المنهج المستخدم:

من أجل معرفة مشكلة الدراسة وتحليلها، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي بالاستناد إلى دراسة الحالة الذي استفدنا منه في تغطية الجانب النظري لهذا البحث باعتباره الأنسب لتقرير الحقائق وفهم مكونات الموضوع.

وتمثلت أدوات الدراسة في الكتب والقوانين و تم استخدام المقابلة كأداة من أدوات جمع البيانات باعتباره أنسب أداة لموضوعنا.

أسباب اختيار الموضوع:

- الميول الشخصي للمواضيع ذات الصلة بالخدمات المصرفية الإلكترونية.

- إرتباط الموضوع بتخصصنا.

- توفر المعلومات حول متغيرات الدراسة.

- الشعور بأهمية هذا الموضوع وقيمتة الحقيقية.

حدود الدراسة:

- الحدود المكانية: تمت الدراسة بينك الوطني الجزائري **BAN** -الأغواط-

- الحدود الزمانية: لقد تمت هذه الدراسة خلال السداسي الثاني من الموسم الجامعي 2022-2023 أي من شهر فيفري إلى شهر ماي.

- صعوبات الدراسة:

- صعوبة إعطاء مفهوم موحد لمتغيرات الدراسة.

- الصعوبة في جمع المعلومات من عينة الدراسة.

الدراسات السابقة:

- **الدراسة الأولى:** رمزي طلال حسن الردايدة، أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في تقوية العلاقة بين المصرف والزبائن، مذكرة ماجستير في علوم الأعمال الإلكترونية، تخصص الأعمال الإلكترونية، جامعة الشرق الأوسط، 2011، وقد توصلت الدراسة إلى:

- الأثر المباشر لجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على جودة العلاقة بين المصارف والزبائن.

- الاعتمادية والاتصال والكفاءة لها اثر مباشر على وجود علاقة بين المصارف والزبائن.

- **الدراسة الثانية:** السعيد بريكة، واقع عمليات الصيرفة الإلكترونية وأفاق تطورها في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة أم البواقي، 2011 ، وقد توصلت الدراسة إلى:

- عمليات الصيرفة الإلكترونية وسيمة جديدة من المعاملات المصرفية فيما بين البنك وزبائنه كنتيجة حتمية فرضها التطور التكنولوجي والاقتصاد الرقمي.

- ضرورة العولمة في سوق الخدمات المصرفية والمالية واشتداد المنافسة بين البنوك، تقتضي استعداد البنوك الجزائرية للمنافسة وتحديث خدماتها المصرفية وفقا للبيئة المالية الراهنة .

- **الدراسة الثالثة:** رشيد بوعافية، الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري الأفق والتحديات، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود مالية وبنوك، جامعة البليدة، 2005، وقد توصلت الدراسة إلى:

- اعتماد الصيرفة الإلكترونية يتطلب وجود بيئة الكترونية تركز على تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

- إن اعتماد الصيرفة الإلكترونية سوف يساهم في تطوير وتحديث النظام البنكي الجزائري وتجعله قادرا على مواجهة تحديات العولمة وزيادة القدرة التنافسية.

- تقسيم الدراسة:

تم تقسيم هذه الدراسة إلى فصلين الفصل الأول يضم الجزء النظري والفصل الثاني يتضمن الجزء التطبيقي حيث تطرقنا في الفصل الأول إلى معرفة نشأة البنوك وخصائصها وظائفها، مواردها واستخداماتها، والمبحث الثاني خاص بالخدمات المصرفية حيث تطرقنا فيه إلى مفهوميها وتطورها وأنواعها، والمبحث الثالث تم تخصيصه لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية حيث تطرقنا إلى مفهوميها وأبعادها ومعايير تقييمها بالإضافة إلى نماذج قياسها، والفصل الثاني يتعلق بعرض نتائج الدراسة.



الجانِب النظري

الفصل الأول

عموميات حول البنوك وجودة

الخدمات المصرفية الإلكترونية

تمهيد

يعتبر القطاع المصرفي من أهم القطاعات الفاعلة في الإقتصادي، ارتباطه تقريباً بجميع الأنشطة الاقتصادية، حيث شهد تطوراً كبيراً مكن إدارة المصارف من تبني فكرة الجودة في تقديم خدماتها، فالخدمات المصرفية تعد الأساس في تميز المصرف عن الخدمات الأخرى، إذ تعمل اليوم الإدارة المصرفية على بناء وتطوير علاقات طويلة الأجل مع زبائنهم وذلك من خلال تقديم خدمات متميزة تلبي احتياجاتهم وتقابل توقعاتهم وبالتالي تضمن لنفسها البقاء والاستمرار في تأدية نشاطاتها في ظل المحيط الذي تنشط فيه، ولهذا تعد الجودة ذات أهمية بالغة في أداء الخدمة المصرفية وأحد أهم الطرق المتبعة في تحسينها، لتتمكن المصارف من المنافسة في اختراق السوق، وكسب اهتمام

العملاء لجذبهم والتعامل معهم؛ من أجل إشباع حاجاتهم ورغباتهم.

ولقد تناولنا في هذا الفصل ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: عموميات حول البنوك التجارية.

المبحث الثاني: ماهية الخدمات المصرفية.

المبحث الثالث: مدخل عام لجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

المبحث الأول: عموميات حول البنوك التجارية

تؤدي البنوك دورا هاما في الاقتصاديات المختلفة من خلال الوظائف التي تقوم بها، والتي تخدم بموجبها عمل الاقتصاد بنشاطاته المختلفة والإسهام بتطوير هذه النشاطات وتنويعها، لهذا سنتطرق في هذا المبحث إلى عموميات حول البنوك التجارية.

المطلب الأول: نشأة وتعريف البنوك

أولا : نشأة البنوك :

ظهرت البنوك في الفترة الأخيرة من العصور الوسطى حيث قام التجار والمرابين والصاغة في أوروبا خاصة في مدن البندقية وجنوة، بقبول أموال المودعين بغية المحافظة عليها من الضياع مقابل إصدار شهادات اسمية، حيث قامت هذه المؤسسات بتحويل الودائع من حساب مودع آخر، حيث كان يقيد التحويل في سجلات المؤسسة ويتم في حضور كل من الدائن والمدين.

ومنذ القرن الرابع عشر سمح التجار لبعض عملائهم بالسحب على المكشوف، وهذا يعني مبالغ تتجاوز أرصدهم الدائنة مما سبب في النهاية إفلاس عدد من هذه المصارف.

وقد دفع الأمر بعدة من المفكرين من الربع الأخير من القرن 16 إلى الرغبة بإنشاء بنوك حكومية تقوم بحفظ الودائع والسهر على سلامتها، حيث تم تأسيس أول بنك حكومي في البندقية عام 1587 م، وجاء بعد ذلك بنك أمستردام عام 1609 م، ومنذ بداية القرن 18 أخذ عدد البنوك يزداد تدريجيا أما البنوك المركزية فقد تأخر ظهورها نسبيا (بنك السويد 1668 بنك إنجلترا 1694 بنك فرنسا 1800 م)، نشأت البنوك لتسهيل المعاملات على أساس الأجل والثقة وهكذا أدت إلى نشأة الرأسمالية وساهمت كثيرا في تطورها من رأسمالية تجارية إلى رأسمالية صناعية¹.

ثانيا: تعريف البنك :

كلمة بنك banque-banc أصلها هو الكلمة الإيطالية . banco بانكو وتعني مصطبة، وكان يقصد بها في البدء المصطبة التي يجلس عليها الصرافون لتحويل العملة، ثم تطور المعنى فيما بعد لكي يصبح المنضدة التي يتم عموميات حول البنوك وجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية

¹إسماعيل محمد هاشم النقود والبنوك، المكتب العربي الحديث، مصر، 2005

فوقها عد وتبادل العملات comptoir ، ثم أصبحت في النهاية تعني المكان الذي توجد فيه تلك المنضدة وتجري فيه المتاجرة بالنقود، وقد وردت عدة تعاريف للبنك:

فمن الوجهة الكلاسيكية يمكن القول أن البنك هو مؤسسة تعمل كوسيط مالي بين مجموعتين رئيسيتين من العملاء المجموعة الأولى لديها فائض من الأموال وتحتاج إلى الحفاظ عليه وتنميته والمجموعة الثانية مجموعة العملاء التي تحتاج إلى الأموال لأغراض أهمها الإستثمار أو التشغيل أو كلاهما.

أما من الزاوية الحديثة فيمكن النظر إلى البنك على أنه مجموعة من الوسطاء الماليين الذين يقومون بقبول ودائع تدفع عند الطلب أو أجال محددة وتزاول عمليات التمويل الداخلي والخارجي وخدمته ما يحقق أهداف خطة التنمية وسياسة الدولة ودعم الاقتصاد القومي وتباشر عمليات تنمية الإدخار والإستثمار المالي في الداخل والخارج بما في ذلك المساهمة في إنشاء المشروعات وذلك وفق ما يقرره البنك المركزي¹.

يمكن تعريف البنك على أنه المنشأة التي تصب عملياتها على تجميع النقود الفائضة عن حاجة الجمهور أو منشآت الأعمال أو الدولة لغرض إقراضها للآخرين وفق استثمارها في أوراق مالية محددة .

ومن خلال التعاريف السابقة نستنتج أن المصرف هو مؤسسة مالية مرخص لها بتقديم العديد من المصرفية والتي تعمل على تلقي الودائع ومنح القروض.

المطلب الثاني: خصائص البنوك

تعمل البنوك على تحقيق قدر كبير كغيرها من المؤسسات المالية التجارية وتتميز بعدة خصائص تخص البنوك بأن معظم أصولها تشكل حقوق على مؤسسات وأشخاص في شكل ودائع مختلفة الوحيدة القادرة على خلق خصوم قابلة للتحويل من شخص لآخر أو من مؤسسة لأخرى باستخدام الشيك، ويقوم البنك بفتح حسابات جارية لعملائه وتحويلها إلى نقود ورقية أو العكس، يقوم البنك بأهم وظيفة وهي إدارة عرض النقود في المجتمع²؛

تتأثر البنوك التجارية برقابة البنك المركزي ولا تؤثر عليه يمارس البنك المركزي رقابته على المصارف من خلال جهاز مكلف بذلك في حين أن البنوك التجارية مجتمعة لا يمكنها أن تمارس أية رقابة أو تأثير على البنك المركزي ؛ ومن خصائصها أيضا أنها تختص بالقدرة على الإقراض وهذا يتم بالوساطة بين المدخرين والمستثمرين

1 شاكر القزويني، محاضرات في إقتصاد البنوك، ط 4 ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000 .

2 محمد الصيرفي، إدارة المصارف دار الوفاء للطباعة والنشر، مصر، 2007 م، ص 07 ، 08

(إيداع وإقراض)؛

تتعامل البنوك في الأصول النقدية والمالية فقط كالودائع والقروض والأوراق المالية ولا تدخل في مجالات إستثمارات مباشرة في الأصول الحقيقية بحيث أن قوانين البنوك في كثير من دول العالم تمنع البنوك من التدخل في إستثمارات أصول حقيقية؛

وأهم ماتحتصبه البنوك هي قدرتها على خلق وتحطيم النقود، فعندما تقوم البنوك بإقتناء أية أصول مالية تدر عائدا فإن ناتج بيع أو تحويل هذه الأصول ينعكس في شكل زيادة في ودائع البنوك؛ البنوك التجارية إلى الربح عكس البنك المركزي¹. تسعى

المطلب الثالث: وظائف البنوك

يمكن تلخيص وظائف البنوك التجارية فيما يلي:

أ الوظائف التقليدية

1. قبول الودائع (فتح الحسابات) بمختلف انواعها.

2. منح القروض (الإئتمان).

3. تأجير الصناديق الحديدية (الحفظ الأمين).

4. مضاعفة النقود.

ب الوظائف الحديثة

عموميات حول البنوك وجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية

1. إدارة الأعمال والممتلكات للعملاء وتقديم الاستشارات الإقتصادية والمالية.

2. سداد المدفوعات نيابة عن الغير.

3. خدمات البطاقات الإئتمانية.

4. تحصيل فواتير الكهرباء والتلفون والماء من خلال حسابات تفتحتها المؤسسات المعنية يقوم المشتركون بإيداع

¹سليمان أبو دياب محاضرات في اقتصاديات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 26 87-94

قيمة فواتيرهم فيها.

5. تحصيل الأوراق التجارية.

6. المساهمة في خطط التنمية الاقتصادية.

إضافة الى هذه الوظائف نجد الوظائف التالية:

7 . استبدال البنك للعملات الأجنبية بعملة وطنية والعكس صحيح؛

8. تأجير البنك خزائن صغيرة لعملائه يحتفظون فيها بمنقولاتهم الثمينة من مجوهرات وأوراق هامة ونقود؛

9. إصدار البنك لخطابات الضمان لمصلحة عملائه يتعهد فيها بسداد مبلغ معين ملتزمين بدفعها إذا لم يقوموا

بسدادها، وهنا لا يقدم البنك أية أموال؛ وإنما يقدم وعد أو كفالة لعميله؛

10. قيام البنك بالتعامل في الأوراق المالية على اختلاف أنواعها سواء لمصلحة عملائه أو لمصلحته هو نفسه.¹

المطلب الرابع: موارد واستخدامات البنوك التجارية

تعتبر موارد البنك التجاري التزاما اتجاه الغير أما استخداماته فتشير إلى كيفية الاستفادة

موارده المتاحة.

ويمكن التعرف على موارد البنك التجاري واستخداماته لهذه الموارد من دراسة عناصر الخصوم والأصول

في ميزانيته خلالها يمكن التعرف على مركزه المالي في لحظة معينة، كما يمكن تحديد حجم النشاط الذي يقوم به البنك.

- ونوجز - موارد واستخدامات البنك التجاري في :

أولا : موارد البنوك التجارية: وتنقسم إلى :

I - الموارد الذاتية: " تمثل الموارد الذاتية التزامات المصرف قبل أصحاب رأسماله " وتشمل ما يلي:

1- رأس المال : وهو ما يدفعه المساهمون من أموال يتم استخدامها أساسا في إعداد المشروع لمزاولة نشاطه، ولا

يشكل رأس المال إلا نسبة ضئيلة من إجمالي الخصوم، ومع ذلك فهو مؤشر لمتانة المركز المالي للمصرف وأساس

¹ اسامة مجد الفولي، زينب عوض الله، اقتصاديات النقود والتمويل، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2005، ص 3.

الثقة التي يحظى بها في الدوائر المالية.

2- الاحتياطات: هي مبالغ تكونت على مر الزمان وتكون تحت تصرف البنك في أي وقت ومصدرها الأجزاء

المنقطعة من الأرباح، وعلاوات إصدار الأسهم عند زيادة رأس المال.2

وتنقسم الاحتياطات إلى قسمين:

أ الاحتياطي القانوني : يكون البنك التجاري ملزما بتكوينه قانونا، أي يجب على إدارة البنك أن تحتفظ بجزء من

الأرباح كاحتياطي وذلك لدعم مركزه المالي وبناء سمعة طيبة له.

ب - الاحتياطي الخاص: يكون البنك التجاري حرا في الاحتفاظ به، وغالبا ما يطلق على هذا النوع من

الاحتياطي اسم الاحتياطي الخفي.

ج- إسماعيل احمد الشناوي، عبد المنعم مبارك، اقتصاديات النقود والبنوك والأسواق المالية.

3- الأرباح غير الموزعة : وهي تلك المبالغ التي يعتمد البنك عدم توزيعها من إجمالي أرباحه، وهي مبالغ مؤقتة

بطبيعتها حيث انه يتم حسابها عند تقدير الموارد المتاحة للاستخدام أو التوظيف فالأرباح الغير موزعة بهذا المعنى

عبارة عن بند ذو طبيعة انتقالية يقيد فيه ما يختلف البنك من أرباح تمهيدا لتوجيهها إلى غايتها النهائية، سواء

أكانت توزيعات على المساهمين أو دعم الاحتياطي وتغطية الخسارة.

4- المخصصات: ويقصد بها الأرصدة التي يتم تحميلها إجمالي النتيجة المحققة في نهاية الفترة المالية، بغرض

مواجهة ظروف غير مرغوب فيها ومن أمثلة ذلك مخصصات الديون المشكوك فيها، ومخصصات هبوط أسعار

الأوراق المالية، ومخصصات اهتلاك الأصول الثابتة.

II- الموارد غير الذاتية: وهي الموارد المالية التي يتحصل عليها البنك التجاري من غير المساهمين، وهي تمثل

النسبة الأكبر من إجمالي موارده وتشمل ما يلي:

1- الودائع: تعتبر الودائع المصدر الرئيسي لموارد البنوك التجارية، وهي عبارة عن ديون مستحقة لأصحابها على

ذمة البنك، تكون في صورة إيداع حقيقي يمكن للبنك التجاري استخدامها لتقديم القروض، ويمكن التمييز بين

عدة أنواع من الودائع:

أ- الودائع الجارية: وتسمى أيضا بالودائع تحت الطلب، وهي عبارة عن مبلغ مالي يودع لدى البنك التجاري

ويتعهد هذا الأخير بدفعه في أي وقت يشاء فيه صاحب الوديعة سحب جزء أو كل وديعته بدون سابق إنذار،

وعادة لا تدفع البنوك التجارية فائدة على هذا النوع من الودائع إلا في بعض الحالات الاستثنائية، كأن يكون مقدار العملة الجارية كبير بالعملة الصعبة.

ب- الودائع لأجل: وهي عبارة عن مبلغ مالي يودع لدى البنك التجاري لا يحق لأصحابها السحب منها إلا بعد انقضاء مدة زمنية معينة يتفق عليها مسبقا بينه وبين البنك عند الإيداع لقاء حصوله على فائدة.

ج - وودائع بإخطار: وهي عبارة عن أموال مودعة لدى البنك التجاري لا يحق لأصحابها السحب منها إلا بعد إخطار البنك بفترة تحدد عند الإيداع وبالمقابل يدفع البنك فائدة على هذه الودائع¹.

د - وودائع التوفير: وتسمى أيضا الودائع الادخارية، وهي وودائع يتم التعامل معها من حيث السحب والإيداع بموجب دفتر خاص، ويتحصل صاحب هذا النوع على فوائد محددة.

هـ - الحسابات المدينة للبنوك الأخرى: وتشمل جميع التزامات اتجاه البنوك الأخرى، وتمثل هذه الحسابات مصدرا هاما من المصادر التي يحصل منها البنك على الموارد المالية التي يحتاجها لتمويل استخداماته المختلفة.

و- الاقتراض من البنك المركزي: تلجأ البنوك التجارية إلى الاقتراض من البنك المركزي إذا ما اعترضها مشكل في السيولة، فإذا لم يكفيها الاحتياطي النقدي لمواجهة طلبات المودعين لسحب مبالغ نقدية من وودائعهم تلجأ إلى البنك المركزي وتطلب منه قروض مقابل تقديم ضمانا لما تقتضيه من مبالغ كأوراق مالية أو أوراق تجارية أو غير ذلك الضمانات.

ثانيا: استخدامات البنوك التجارية :

الاستخدامات هي كيفية استفادة البنك من موارده أو بمعنى آخر تمثل استثماراته، فهدف تحقيق الربحية بالنسبة للبنك التجاري يفرض عليه عدم ترك موارده النقدية عاطلة لا تدر عائدا بل يتعين عليه أن يوظفها في مختلف الاستخدامات الممكنة، وبناء على ذلك فإن هذه الاستخدامات تعطي لنا فكرة واضحة عن الأوجه المختلفة لنشاط البنك التجاري.

ويمكننا تقسيم استخدامات البنك التجاري حسب درجة سيولتها إلى:

- أرصدة نقدية حاضر : وتتمثل في السيولة النقدية الكاملة، وهي عبارة عن أرصدة لا تحقق أي عائد للبنك

¹ سلمان بوداب، نفس المرجع السابق، ص 133.

التجاري، مما يحتم عليه تجنب تجميد الكثير من أمواله في هذه الأصول وإلا تعرض للخسارة، . ومع القانون على البنوك التجارية الاحتفاظ بنسبة معينة من أرصدها المستمدة من الودائع.

وللأرصدة النقدية الحاضرة في البنوك التجارية عدة أشكال:

1-نقود حاضرة في خزانة البنك التجاري:

وهي عبارة عن أوراق نقد قانوني ونقود مساعدة و عملات أجنبية يحتفظ بها البنك في خزينته لمواجهة طلبات المودعين وتسديد قيمة الشيكات المسحوبة على وودائعهم.

2 - أرصدة نقدية مودعة لدى البنك المركزي:

يلزم البنك المركزي البنوك التجارية بالاحتفاظ لديه بجزء أو نسبة معينة من أصوله النقدية وودائعه في شكل رصيد دائم ودائن، ويحدد البنك المركزي هذه النسبة وفقا لمقتضيات السياسة النقدية.

3- أصول تحت التحصيل:

وهي عبارة عن أصول في مرحلة الجباية والتحصيل، إذ يمكن تحويلها إلى سيولة نقدية كاملة بسهولة مثل الشيكات المستحقة على البنوك الأخرى.

II - مجموعة الأصول التي تغلب عليها سمة السيولة :

ويطلق عليها السيولة من الدرجة الثانية وهي أنواع من التوظيف قصير الأجل يمكن تحويلها إلى نقود حاضرة بإجراءات بسيطة وتكلفة زهيدة تحقق هدفا مزدوجا السيولة المرتفعة والعائد من الاستغلال¹. ومن أهم أنواع هذه المجموعة من الأصول يمكننا أن نميز بين:

1- أوراق حكومية قصيرة الأجل:

وتكون عادة في شكل سندات الخزينة وهي عبارة عن سندات تصدرها الحكومة وتقدمها إلى البنك التجاري مقابل حصولها على قرض من هذا الأخير تتميز بتوافر الضمان في استرداد قيمتها مع تحقيقها لعائد مقبول، ويكون البنك المركزي على استعداد دائم لتحويل قيمتها إلى نقود حاضرة.

¹ رعد حسن الصرن ، " عولمة جودة الخدمة المصرفية " ، دار التواصل العربي للطباعة والنشر و التوزيع ، دمشق ، بدون ذكر بلد النشر ، بدون ذكر رقم الطبعة ، 2007 .

2- الأوراق التجارية القابلة للخصم:

يعتبر خصم الأوراق التجارية من أهم المجالات التي يستثمر فيها البنك التجاري، والفكرة الأساسية في عملية خصم الأوراق التجارية هو لجوء احد الأشخاص إلى البنك التجاري للحصول على نقود حاضرة مقابل التنازل عن جزء من قيمة الورقة التجارية التي لم يحن تاريخ استحقاقها بعد، إذ يقوم البنك التجاري بتقديم قيمة الورقة إلى الزبون مقابل حصوله على عمولة والمتمثلة في سعر الخصم، ويحتفظ بالورقة التجارية حتى موعد استحقاقها، كما يستطيع إذا ما احتاج إلى سيولة أن يقوم بإعادة خصم بعضها لدى المصرف المركزي مقابل سعر إعادة خصم اقل من سعر الخصم الذي حصل عليه العملاء.

III- القروض:

يعتبر منح القروض أو إتاحة الائتمان النشاط الرئيسي للبنك التجاري، وتحقق القروض بمختلف أنواعها عائد اكبر من أنواع التوظيف سائلة الذكر، غير أنها في نفس الوقت تتضمن مخاطر كبيرة.

1- أوراق مالية واستثمارات:

تستثمر البنوك التجارية شطرا من مواردها في شراء الأوراق المالية من أسهم وسندات نظرا لدا تدره من دخل مرتفع، وتعتبر هذه الأوراق الأقل سيولة من الأوراق التجارية القابلة للخصم والأوراق الحكومية القصيرة الأجل، إذ ليس من السهل بيعها بسرعة خاصة عندما يسود الركود أسواق الدال، وقد يتطلب من أصحابها الانتظار حتى تاريخ الاستحقاق إلا أن العائد عليها يكون كبيرا.

2- الأصول الثابتة:

هذه الأصول وان كانت عقيمة في حد ذاتها إلى أنها تعتبر ضرورية لقيام البنك بوظائفه وتمثل هذه الأصول في المباني التي يدارس فيها البنك نشاطه، والأدوات والدعدات التي يستخدمها، بالإضافة إلى بعض الأصول الأخرى التي لذا صلة وثيقة بعمليات الإقراض مثل مخازن البنك التي يحتفظ بها ببعض أنواع الضمانات العينية التي تكون بحوزته.¹

¹ رعد حسن الصرن ، " عولمة جودة الخدمة المصرفية " ، المرجع السابق .

المبحث الأول: ماهية الخدمات المصرفية

لقد كانت الخدمات البنكية عبارة عن مخرجات غير ملموسة ولا قيمة لها، ولكن مع التطور التاريخي والتقدم التكنولوجي أصبح العميل يبحث عن خدمة بنكية في المستوى وهذا ما أدى إلى زيادة الطلب عليها وتربعها على مكانة مرموقة.

المطلب الأول : مفهوم الخدمات المصرفية وتطورها

أولاً: مفهوم الخدمات المصرفية

إن مفهوم عمل يحصل عليه المستفيد من الخدمة وأن مستوى الإشباع للمستفيد يرتبط بمستوى مقدم الخدمة وذلك لعدم ملموسية هذا النشاط حيث قد يرتبط تقديمها بمنتج أو قد لا يرتبط .

الخدمة المصرفية لا يتعد أو لا يختلف كثيراً عن مفهوم الخدمة بشكل عام، حيث أنها تمثل نشاط أو قبل التطرق إلى تعريف الخدمات البنكية، سوف نتطرق إلى تعريف الخدمة بصفة عامة ثم نقوم بتعريف الخدمة البنكية:

تعريف الخدمة:

تعرف الخدمة بأنها نشاط أو أداء غير ملموس يحدث من خلال عملية تفاعل هادفة إلى تلبية توقعات رضائهم وقد تكون هذه العملية مقترنة بمنتج مادي ملموس لكن إنتاجها هو أساس غير ملموس العملاء وعند عملية الاستفادة منها ليس بالضرورة ينتج عنها نقل للملكية.

تعريف الخدمات البنكية:

تعرف الخدمة البنكية على أنها تحمل مفهومين:

الأول تسويقي: كونها مصدراً لإشباع احتياجات ورغبات الزبائن.

الثاني منفعي: يتمثل في مجموعة المنافع التي يسع الزبون لتحقيقها من جراء استخدامه للخدمة.¹

وتعرفها بأنها مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير ملموسة والمقدمة من قبل البنك، والتي يدركها المستفيدون من خلال ملاحظها وقيمتها النفعية والتي تشكل مصدراً لإشباع

¹ رعد حسن الصرن ، " عولمة جودة الخدمة المصرفية " ، المرجع السابق .

حاجاتهم ورغباتهم الائتمانية الحالية والمستقبلية وفي الوقت ذاته تشكل مصدرا لأرباح البنك من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين.

وتعرف بأنها كل ما يقدمه البنك في إطار نشاطه للطرف الثاني متمثل في العميل فهي عبارة عن مصدر لإشباع ما يرغب فيه العميل من حاجات ورغبات فمن وجهة نظر العميل للخدمة المصرفية هي مصدر للحصول على تلك الحاجة أما من وجهة نظر المصرف مصدر للربح.

تعرف الخدمة المصرفية بأنها تشتمل على بعدين أساسيين هما:

1-البعد المنفعي: يسعى العميل للحصول على الخدمة لتحقيق منفعة أو مجموعة من المنافع، الغرض الرئيسي للتسويق المصرفي هو تحقيق مستويات أعلى من الرضا لدى العميل بكل ما يتضمنه ذلك من توجهات لتحقيق الربح، فإن هذا الرضا هو محصلة المنافع التي يمكن أن يحققها هذا العميل من خلال الخدمات محل التعامل، ومن هذا المنظور فإن أهمية الخدمة المصرفية والقيمة الإضافية المرتبطة بها من وجهة نظر العميل تقاس بمدى ما يحققه منافع.

2-البعد الخصائصي: إذا كان البعد الأول يرتبط بالعميل نفسه فإن البعد الخصائصي يرتبط بالخدمة المصرفية ذاتها، ومن ذلك فإن خصائصها تعبر عما تؤديه في حين تعبر المنافع عما يحصل عليه العميل.

تعرفها بأنها مجموعة من العمليات ذات المضمون المنفعي الذي يتصف بتغلب العناصر الغير ملموسة على العناصر الملموسة والتي تدرك من قبل الأفراد أو المؤسسات من خلال دلالتها وقيمتها المنفعية التي تشكل مصدر إشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية والتي تشكل مصدرا لربحية البنك وذلك من خلال علاقة تبادلية بين الطرفين، ويتجسد المضمون المنفعي للخدمة المصرفية في بعدين أساسيين هما :

1-البعد المنفعي: يتمثل في مجموعة المنافع المادية المباشرة التي يسعى العميل لم الحصول عليها من خلال شرائه للخدمة المصرفية.¹

2-البعد السمائي: فيتمثل في مجموعة الخصائص والسمات التي يتصف بها المضمون المنفعي المباشر للخدمة. ومن خلال التعاريف السابقة توصلنا إلى تعريف الخدمات البنكية: على أنها تتمثل في مختلف الأنشطة والعمليات المقدمة من طرف البنك إلى العميل لتلبية رغباتهم ولجذب ولائهم بصفة دائمة مع الإهتمام بجانب الربحية بالنسبة

¹ رعد حسن الصرن ، " عولمة جودة الخدمة المصرفية " ، المرجع السابق .

للبنك.

ثانياً: التطور التاريخي للخدمات المصرفية

لقد تطورت الخدمات المصرفية تبعاً . لذلك سوف نستعرض نبذة لتطور المفهوم التسويقي بعدة مراحل موجزة حول تطور مفهوم الخدمات المصرفية عبر مراحل التطور الاقتصادي وتطور الأنشطة التسويقية من خلال ما يلي:

1- الخدمات المصرفية في مرحلة ما قبل التصنيع: حيث اعتمدت المجتمعات في هذه المرحلة على الزراعة والصيد في توفير احتياجاتها ولقد تميزت بالخصائص التالية:

1-1- الاكتفاء الذاتي : حيث أن كل أسرة تنتج ما تحتاجه من سلع وخدمات، لذلك تتصف هذه المرحلة بعدم وجود أي نشاط تسويقي وعدم وجود أي نشاط مالي ومصرفي؛

1-2- تبادل الفائض من الإنتاج: حيث اتجهت الأسرة إلى التخصص في الإنتاج، مما أحدث فائضا في الإنتاج دفعها إلى القيام بعملية المبادلة بالسلع، وذلك من خلال مقايضة سلعة بسلعة أخرى، والخدمات المقدمة فكانت بسيطة وشخصية وطوعية، أما الخدمات البنكية فلم تظهر معالمها؛

1-3- تدهور النقود: بعد الاتجاه نحو تبادل فائض الإنتاج، ظهرت صعوبات جراء ذلك بسبب عدم تكافؤ السلع والخدمات من حيث الجودة والقيمة الحقيقية، فان ذلك دفع إلى إيجاد سلعة وسيطة تمكن الأفراد من التوصل إلى عملية تبادل مرضية ما أدى إلى ظهور النقود؛

1-4- الإيداع: بعد ظهور المسكوكات الذهبية والفضية والنقود وبعد أن أصبح هناك أفراد يمتلكون ثروات وأصبحوا يخشون عليها من السرقة والضياع قاموا بإيداعها في المعابد، وبذلك تعتبر هذه المرحلة البداية لفكرة البنوك والخدمات البنكية بشكل بسيط وهو الإيداع؛

1-5- الإيداع والقروض: لقد لجأ أصحاب الثروات إلى إيداع ثرواتهم لدى صائغي الذهب وأن هؤلاء اخذوا يقومون بإعطاء القروض لقاء فائدة معينة، ويكون القرض لفترة قصيرة في هذه المرحلة ظهر إيداع القروض والفائدة؛

1-6 - بداية المصارف: تطور عمل الصياغ من الإيداع والقروض والتحصيل على الفائدة إلى التنسيق والتعاون فيما بينهم وقاموا بإنشاء المصارف وإصدار أوراق البنكنوت لإجراء عملية المقايضة، لذلك فان الأنشطة المصرفية

في هذه الفترة اقتصر على إيداع القروض، الفائدة إصدار أوراق البنك.¹

2-الخدمات البنكية في مرحلة التصنيع : تميزت هذه المرحلة بتراكم رأس المال، مما دفع اصحابها إلى استثماره في المشاريع الصناعية، وأن هذا الاستثمار أدى إلى زيادة الثروات وهنا ظهرت الحاجة بشكل أكبر إلى مصارف أكثر تخصصاً من الفترات السابقة بالشكل الذي جعلها تمثل مؤسسات ذات كيان لها. تنظيم إداري وكادر لديه خبرة بالعمل، وذلك نتيجة لزيادة مبالغ الإيداع وزيادة رأسمال المصارف، إمكانياتها في منح القروض ؛ وزيادة وإعطاء الاستثمارات

3-الخدمات البنكية في مرحلة لا تقدم الصناعي: تتميز هذه المرحلة باستخدام التكنولوجيا المتطورة في تقديم الخدمات البنكية، ولقد أصبحت المؤسسات تتسابق فيما بينها في استخدام الأساليب الحديثة والتقنيات المتطورة، لكي تتمكن من تلبية حاجات ورغبات الزبائن وجلب أكبر قدر ممكن . من الأفراد، لأن عملية الإيداع والاقتراض والاستثمار أصبحت غير مقتصرة على أصحاب الثروات الطائلة ، وإنما أصبح أغلب الأفراد يطلبون الخدمات البنكية وذلك من خلال الإيداع، طلب القروض تحويل الأجور إلى البنوك، طلب بطاقة الائتمان وغيرها من الخدمات المصرفية؛

4-الخدمات المصرفية في مرحلة ما بعد التقدم الصناعي و الظروف الحالية : إن أهم ما يميز القطاع المصرفي في هذه المرحلة هو تعاظم دور التكنولوجيا المصرفية، والعمل على تحقيق الاستفادة القصوى من ثمار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بغية تطوير نظم ووسائل تقديم الخدمات المصرفية وابتكار تطبيقات جديدة للخدمة المصرفية تتسم بالكفاءة والسرعة في الأداء. وتتميز هذه المرحلة بالخصائص التالية:

-تزايد الطلب على الخدمات المصرفية؛

-تزايد عدد المصارف وتنوع الخدمات المقدمة؛

-زيادة عدد الفروع التابعة للمصرف؛

-اتساع الرقعة الجغرافية التي تنتشر عليها هذه المصارف وفروعها؛

-استخدام الحاسب الآلي في تنفيذ العمليات المصرفية؛

¹ محمود حسين الوادي ، عبد الله إبراهيم نزال ، " إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية ، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، الطبعة الأولى ، 2010.

-الاشتراك في شبكة الإنترنت لتسهيل عملية الترويج والاتصال بالزبائن.

المطلب الثاني: خصائص الخدمات المصرفية ومميزاتها

أولاً : خصائص الخدمات المصرفية

إن من أساسيات المهارات في إتقان فن تقديم الخدمات المصرفية هي إدراك موظفي البنك في خط المواجهة، أي المتصلين مباشرة بالعملاء في البنك للطبيعة المتميزة للخدمة بصفة عامة، وخصائص الخدمات المصرفية بصفة خاصة .و تتسم الخدمات المصرفية بما يلي:

1-منتجات غير ملموسة : فهذه الصفة تكمن في أن ما يقدم من خدمات في المصارف فإن الزبون لا يمكنه من لمسها أو حملها أو خزنها أو تلمسها، أي أن كل ما يدخل بصفة اللاملموسة ينعكس على هذه الخدمة. هذه الصفة تبين أن الخدمات المصرفية تنتج وتستهلك على نحو مباشر، فهي لا تظهر ولا يمكن بيعها أو الاستفادة منها إلا عند حضور الزبون أو طلبه لها، فعدم ملموسة الخدمة المصرفية، نتج عنه عدم قابليتها للتخزين لمواجهة أوقات ارتفاع الطلب، لديهم فإن المستفيد من الخدمة عليه الانتظار للحصول على الخدمة المطلوبة؛

2- عدم تجزئة الخدمة (التلازم): الخدمة المصرفية شأنها شأن الخدمات الأخرى فإنها تتصف بعدم التجزئة، إذ يفترض أن تستغل أو أن تنجز على نحو متكامل دون نقص في أي طرف من أطرافها، سعياً لتحقيق المنفعتين: الزمانية والمكانية ما يكثر الوسائل تطوراً في العالم كالبريد والتجارة الإلكترونية، أو استخدام البطاقة الائتمانية التي تنوع استخدامها وانتشارها عالمياً، وباتت ظاهرة ملازمة للخدمة المصرفية؛ الترابط الوثيق بين الخدمة ذاتها وبين الشخص الذي يتولى تقديمها، الأمر الذي يترتب عليه ضرورة فالتلازمة هي حضور طالب الخدمة إلى أماكن تقديمها ؛

3- التكيف العالي لنظام التسويق: عادة ما يتم اختيار القناة التوزيعية المناسبة في القطاع الخدمي وضمن برنامج تسويقي وفي مستويات مختلفة نظراً . لطبيعة الخدمات وأهميتها.¹

4-نقص التماثل الخاص: خدمات الجمهور تتشابه كثير إلى حد ما، لذا يجب على المصارف أن تجد طريقاً لإيجاد التوافق وترسيخ ذلك في ذاكرة الجمهور؛

5 - التباين (التمايز) أو المدى الواسع : الخدمات المصرفية تعمل على تقديم مدى واسع للخدمات

¹ محمود حسين الوادي ، عبد الله إبراهيم نزال ، " إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية ، المرجع السابق.

والمنتجات لمقابلة الحاجات المصرفية المتنوعة من قبل الزبائن مختلفين في مناطق مختلفة؛

6-التشتت الجغرافي: امتلاك شبكة فروع في أي مصرف ذي حجم ومجال واسع للخدمات والمنتجات لمقابلة الحاجات المحمية والوطنية والعالمية؛¹

7- الموازنة ما بين النمو والمخاطرة : عندما تكون المنتجات المصرفية ذات مخاطرة، لا بد أن تكون هناك رقابة لإيجاد التوازن بين التوسع في البيع والحذر من ارتفاع المخاطرة؛

8-تقلبات الطلب: قد يحدث تقلب في أصناف معينة من الخدمة لأسباب طارئة أو ظروف موسمية مثل الطلب على القروض للمشاريع السياحية الموسمية؛

9-المسؤولية الائتمانية : تعد من أهم المسؤوليات لأي مصرف هي حماية ودائع ومكاسب زبائنه، وهذا مهم ليس في المصارف فقط بل في أغلب المؤسسات المالية الأخرى؛²

10 - كثافة العمل : يبقى قطاع الخدمات المصرفية ذا كثافة عمل عالية، الأمر الذي يزيد من

كلفة الإنتاج، ويؤثر في سعر المنتجات.

بالإضافة إلى ذلك فإنو توجد خصائص أخرى نذكر منها:

-تكاملية الإنتاج والتوزيع؛

-تقديم مباشر للعميل دون وجود أو الحاجة للوسطاء؛

-إلحاقها بقوانين بنكية أو جبائية؛

-اتصاف الطلب عليها بالتكرار ؛

-تميزها بالتنوع الكبير؛

-طلبها و الحصول عليها يكون مرتبط بمجموعة من العمليات؛

وتتمثل خصائص الخدمات بالنسبة إلى معراج وأجدل كما يلي:

- تتميز المنتجات والخدمات المصرفية بعدم التجسيد المادي (غير ملموسة)؛

-تعتبر منتجا بالنسبة للبنك، أما بالنسبة لزبون فهي عبارة عن خدمة.¹

¹ محمود حسين الوادي ، عبد الله إبراهيم نزال ، " إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية ، المرجع السابق.

ثانياً: مميزات جودة الخدمات المصرفية

إن للخدمات المصرفية مواصفات خاصة تجعلها تختلف عن غيرها من الخدمات الأخرى والمتمثلة فيما يلي

1- تنوع وتعدد الخدمات المقدمة : يعمل كل بنك على تقديم منتجاته في أبهى تشكيلة، أي أن تكون كل خدمة متميزة عن الأخرى وفئة العملاء ذوي خصائص ورغبات معينة وهذا ما يتطلب من موظفي البنك بذل مجهود في سبيل التصدي لهذه المميزات والرغبات ومحاولة الاستجابة لها وتحقيقها للعميل في الوقت والمكان

الملائمين وبالسعر المناسب والجهد المطلوب؛

2- تشابه ما تقدمه البنوك من خدمات : نظراً لتعدد البنوك فإن تقديم خدماتها تشابه، وهذه أول مشكلة تسويقية تعترض أي بنك، مما يدفع به للعمل جاهداً لتحقيق التمييز لمنافسة البنوك بمستوى خدمات تتصف بالجودة العالية؛

3- شدة المنافسة بين البنوك: تحرص البنوك على تقديم خدمات منفردة ومتميزة للزبائن لجذبهم والتعامل معهم لمنافسة البنوك الأخرى، ونظراً للظروف البيئية التي تنشط فيها فإنه من الصعب الحفاظ على مركزها في المنافسة؛

4- أهمية عنصر الثقة في البنك : حيث أن التقلبات في إحدى العمليات المالية إما ربح أو خسارة، ففي حالة الخسارة قد يولد خوفاً لدى الزبائن وتحولهم إلى بنوك أخرى توفر لهم الأمان، نظراً إلى العجز في توفير السيولة اللازمة لمواجهة حركة السحب غير العادية لدى البنك نتيجة تخوف الزبائن إضافة إلى ذلك فإن عدم قدرة البنك على تحقيق الإيرادات والأرباح المناسبة، قد يؤدي إلى اهتزاز صورة البنك ونقص الثقة لدى الزبائن الذين يتعاملون معهم؛

5- الاعتماد على التوزيع المباشر: إن البنوك تقدم منتجاتها مباشرة لدى الزبائن لإشباع حاجاتهم، فهي لا تمتلك قنوات توزيع خاصة كما في السلع المادية، بحيث تكون مباشرة بين مقدم الخدمة والمستفيد منها، باستخدام الطرق الحديثة لأهمية الناحية الشخصية في تقديم الخدمة؛¹

6- ارتباط نشاط البنك بالسياسة الاقتصادية والنقدية للدولة : توجد علاقة وطيدة ومتراصة بين الجهاز البنكي والنشاط الاقتصادي تجعل كل منهما يؤثر ويتأثر بالآخر، فعلى الأساس الحالة الاقتصادية للدولة يقوم البنك المركزي باتخاذ القرارات، ويستعمل من الناحية الأخرى جملة من الأدوات النقدية والإئتمانية بهدف التأثير

¹ محمود حسين الوادي ، عبد الله إبراهيم نزال ، " إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية ، المرجع السابق.

على النواحي الاقتصادية وفقا لأهداف مسطرة، ومن خلال ذلك تتأثر البنوك بهذه القرارات والأدوات، ويظهر ذلك من خلال طبيعة المنتجات والخدمات المصرفية التي تقدمها فيما بعد.

المطلب الثالث: أنواع الخدمات المصرفية

يمكن تقسيم خدمات البنوك التجارية إلى نوعين هما:

أولاً: الخدمات المصرفية التقليدية:

الخدمات المصرفية التقليدية التي يقدمها البنك التجاري يمون إجمالها في النواحي التالية:

1- قبول الودائع بمختلف أنواعها وتتألف من:

1-1-ودائع لأجل: وهي الوديعة التي تود لدى البنك التجاري ولا يجوز لصاحبها سحبها أو إلا بعد انقضاء المدة المتفق عليها مع البنك.

1-2-ودائع تحت الطلب الحساب الجاري: وهي الودائع التي تودع لدى البنك دون قيد أو شرط ويستطيع صاحبها أن يسحب منها في أي وقت شاء أثناء الدوام الرسمي للبنك ولا يدفع البنك فائدة على هذا النوع من الودائع.

1-3-ودائع تحت إشعار: وهي الوديعة التي لا يمكن لصاحبها السحب منها إلا بعد إخطار البنك فترة زمنية متفق عليها.

2-توظيف موارد البنك التجاري على شكل قروض ممنوحة للعملاء واستثمارات متعددة مع مراعاة أسس توظيف أموال البنك وهي الربحية والسيولة والضمان.¹

ثانياً: الخدمات المصرفية الحديثة

ونظرا لاتساع أعمال المصارف التجارية وزيادة نشاطها فقد تغيرت النظرة للمصرف من مجرد مكان لتجميع الأموال واقراضها إلى مؤسسة كبيرة تهدف إلى تأدية الخدمات المصرفية للمجتمع وزيادة تمويل المشاريع التنموية في الدولة فقد أدى ذلك إلى الازدهار الاقتصادي والحد من البطالة والعمل على وقف التضخم المالي ورفع مستوى المعيشة لدى الفرد وهذا كله أدى إلى ظهور وظائف حديثة للمصرف التجاري سنجملها في الوظائف التالية:

¹ محمود حسين الوادي ، عبد الله إبراهيم نزال ، " إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية ، المرجع السابق.

- تقديم خدمات استشارية للعملاء فيما يتعلق بأعمالهم ومشاريعهم التنموية لنيل ثقتهم بالمصرف
- المساهمة في دعم وتمويل المشاريع التنموية التي تخدم المجتمع بالدرجة الأولى
- المساهمة في تمويل ودعم المشاريع السكنية
- شراء وبيع
- الأوراق المالية وحفظها لحساب العملاء
- إصدار خطاب الضمان
- تحويل العملة للخارج
- إصدار الشيكات السياحية
- فتح الإعتمادات المستندية
- خدمات البطاقة الائتمانية
- شراء وبيع
- العملات الأجنبية والمحلية
- إدارة أعمال وممتلكات العملاء
- الصراف الآلي.
- كما يمكن ذكر خدمات مصرفية حديثة أخرى وما يلي:
- القروض الاستهلاكية.
- التأجير التمويلي.
- المساهمة في تمويل مشروعات المخاطرة.
- تقديم الخدمات الاستثمارية للمضاربة في الأسهم.¹

¹ ناظم محمد نوري الشمري ، عبد الفتاح زهير العبد اللات ، "الصيرفة الإلكترونية (الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع"، الطبعة الأولى ، دار وائل لنشر والتوزيع ، الأردن ، 2008.

المبحث الثالث: مدخل عام لجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية

يعد موضوع جودة الخدمة المصرفية من الموضوعات التي تصدرت اهتمامات الباحثين، وقد تولد عن ذلك العديد من الدراسات التي عالجت الموضوع، فمن الدراسات ما أنصب اهتمامه بالدرجة الأولى على وضع تعريف جودة

الخدمة المصرفية وإيضاح مفهومها.

المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية

هناك عدة تعريفات للخدمات المصرفية الإلكترونية نذكر منها:

التعريف الأول: تعرف بأنها: "إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية، أي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة، سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أو الجديدة وفي ظل هذا النمط لن يكون العميل مضطراً للتنقل إلى البنك إذا أمكنه القيام بالأعمال التي يريدها من بنكه من أي مكان وفي أي زمان"، أو أنها "قيام البنوك بتقديم الخدمات المصرفية أو المبتكرة أو بما يعرف من خلال شبكات اتصال إلكترونية، وتقتصر صالحة الدخول إليها على المشاركين فيها وفقاً لشروط العضوية التي تحددها البنوك وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة اتصال العملاء"،

التعريف الثاني:

هي قيام المسار في تقديم الخدمات المصرفية التقليدية المبتكرة من خلال وسائط الاتصال الإلكترونية المفتوحة، وتقوم المصارف بتقديم الخدمات لتعزيز حصتها في السوق أو تخفيض التكاليف.

التعريف الثالث:

هي الخدمات المصرفية تستند إلى تكنولوجيا الحديثة التي يشارك بها العميل بشكل تفاعلي، لمساعدة وسائل الاتصال الإلكترونية.¹

ومن خلال التعاريف السابقة نستنتج أن الخدمات المصرفية هي مجموعة التعاملات المالية والخدمات التي تقدمها المصارف للمؤسسات أو الأفراد وتمثل في قديم القروض والائتمان وحساب التوفير والحسابات الجارية.

¹ ناظم محمد نوري الشمري ، عبد الفتاح زهير العبد اللات ، "الصيرفة الإلكترونية (الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع" ، المرجع السابق .

المطلب الثاني: مفهوم جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية وأهميته

أولاً: مفهوم جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية

تعددت مفاهيم الجودة عند الباحثين حيث ارتكز مفهومها عند البعض على أبعاد الجودة وعند البعض الآخر على أساليب قياسها ومن جملة المفاهيم الخاصة بتعريف جودة الخدمة البنكية نذكر منها:

التعريف الأول: تعرف على أنها إرضاء لمتطلبات الزبائن ودراسة قدرة البنك على تحديد هذه المتطلبات والقدرة على التواءها، فإذا تبنى البنك عملية تقديم خدمات ذات جودة عالية يجب أن يسعى من خلالها التفوق على متطلبات الزبائن.

التعريف الثاني : تعبر عن جودة الخدمة البنكية عن نوعية الخدمات المقدمة والمتوقعة والمدركة والتي تمثل المحدد الرئيسي لرضا العملاء، إذن فجودة الخدمة البنكية تعتبر مقياس لدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة المقدمة للعملاء ليقابل توقعاتهم وبالتالي فإن تقديم خدمة ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي الذي يعكس مدى توافر تلك الأبعاد بالفعل في الخدمة المقدمة لهم.

التعريف الثالث: مجموعة من العمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في مجموعة من العناصر الملموسة وغير الملموسة، المدركة من قبل الأفراد أو المؤسسات من خلال دلالتها وقيمتها المنفعية التي تشكل مصدراً لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، والتي تشكل مصدر ربحية البنك من خلال علاقة تبادلية بين الطرفين.

ومن خلال التعاريف السابقة نستخلص أننا الخدمة المصرفية الإلكترونية هي الخدمات التي تقدمها المصارف ن خلال قنوات إلكترونية، سواء للمقيمين، أو غير المقيمين داخل البلد أو خارجه.

ثانياً : أهمية جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية

تزايدت أهمية جودة الخدمة المصرفية المقدمة للعملاء كأساس لتحقيق التميز في مواجهة المنافسين في المصارف، وأصبح مستوى جودة أداء الخدمات المصرفية أحد الأسلحة التنافسية القوية في تأمين الاستمرار والنمو للمصارف للأسباب التالية:

1- تحقيق الربح: إن توفير خدمات مصرفية ترضي العملاء من شأنها أن تزيد من ربحية المصرف وذلك من خلال تخفيض تكاليف الخطأ، كما أن الربح يتحقق من خلال الاحتفاظ بالعميل الذي يساعد على جذب

عملاء، وأن ترسيخ صورة المصرف لدى العملاء . من شأنه أن يحقق زيادة حجم الودائع؛

2- الاحتفاظ بالعملاء: إن تحسين أداء ومهارات العاملين وكفاءاتهم واستخدام طاقاتهم الخالقة والمعاملة الجيدة لهم يساعد على تقليل معدل دورانهم وتقليل تكاليف تدريبهم، وحقيقة أن المصرف الأكثر نجاحاً يسعى لتوجيه عمل موظفيه نحو خدمة العملاء وإرضائهم؛

3- الاحتفاظ بالعملاء : لقد أدركت البنوك أهمية التركيز على العميل باعتباره المحور الرئيسي للنشاط المصرفي، وكذا الاحتفاظ به للمنافع التي يمكن أن يجنبها المصرف من ذلك؛

4 - الحصول على ولاء العملاء: ويظهر ذلك من خلال إصراره على التعامل مع نفس المصرف؛

5 - خلق صورة إيجابية واضحة للمصرف في أذهان العملاء؛

6- تحسين التكنولوجيا المستخدمة والعمل على تطويرها باستمرار.

المطلب الثالث: أبعاد ومعايير تقييم جودة الخدمة الفندقية

حتى تتمكن الفنادق من تقييم جودة خدماتها، فإنه يتعين عليها التعرف على معايير التقييم، والتي حددها عدد من الباحثين نذكر منهم, Parasuraman, Berry Zeithmal Cronin et Taylor (فيما يلي :

الاعتمادية : أي قدرة مقدم الخدمة على أداء الخدمات الفندقية بشكل يمكن من الاعتماد عليها وأيضاً بدرجة عالية من الدقة والصحة.

مدى إمكانية وتوفير الحصول على الخدمات الفندقية: أي توفرها في الوقت المناسب، والمكان الذي يرغبه العميل، وسهولة الوصول إلى مكان تلقيها.

- الأمان: أي درجة الشعور بالأمان والثقة في الخدمة المقدمة وبمن يقدمها.

-المصداقية درجة الثقة بمقدم الخدمة.¹

-درجة تفهم مقدم الخدمة لحاجات العميل أي مدى قدرة مقدم الخدمة على تفهم احتياجات العميل وتزويده

¹ ناظم محمد نوري الشمري ، عبد الفتاح زهير العبد اللات ، "الصيرفة الإلكترونية (الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع "، المرجع السابق .

بالرعاية والعناية.

-**الاستجابة:** مدى قدرة ورغبة واستعداد مقدم الخدمة بشكل دائم في تقديم الخدمة للعملاء عند احتياجهم لها.
الكفاءة: أي كفاءة القائمين على أداء الخدمة من حيث المهارات والمعرفة التي تمكنهم من أداء الخدمة. الجوانب الملموسة: كثيرا ما يتم تقييم الخدمة بناء على التسهيلات المادية مثل الأجهزة، المظهر الداخلي للفنادق ومظهر العمال.
الاتصالات: أي تزويد العملاء بالمعلومات وباللغة التي يفهمونها، وتقديم التوضيحات اللازمة حول طبيعة الخدمة وتكلفتها.

اللباقة: أي تمتع مقدمي الخدمات بروح والابتسامة مع العملاء.

الصدقة، الاحترام واللطف في التعامل والاستقبال الطيب مع التحية

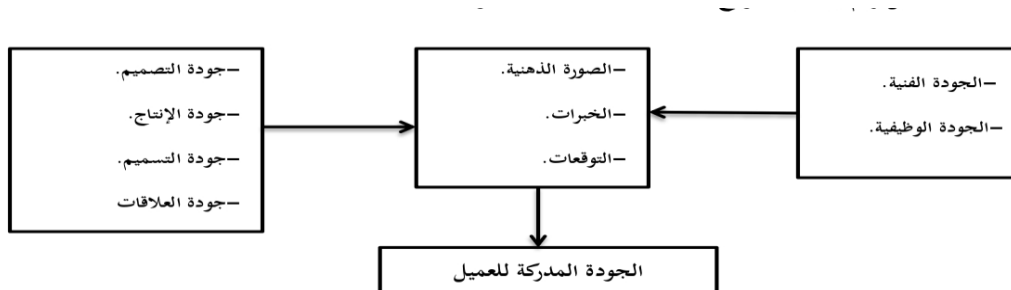
في دراسة لاحقة تمكن (Berry) وزملاؤه من دمج هذه المعايير العشرة في خمسة معايير فقط، هي: الجوانب الملموسة، الاعتمادية الاستجابة الأمان والتعاطف وقد أثبتت تلك الدراسة، أنه على الرغم من النظر إلى المعايير على أنها ضرورية، إلا أن الوزن النسبي لها يختلف بين العملاء ومن مؤسسة خدمية لأخرى.

المطلب الرابع: نماذج قياس جودة الخدمة الفندقية

تسعى المؤسسات الفندقية من أجل كسب رضا العميل بصفة دائمة إلى التحسين في جودة خدماتها، ويكون من خلال تشخيص الوضع الحالي لجودة خدماتها وتقييمها حتى تقرر ما يجب القيام به من تحسين، وقد ذلك وضع الباحثون عدة نماذج لقياس جودة الخدمة سنحاول إيجاز بعض منها:

أولاً: نموذج الجودة لـ GRÖNROOS

الشكل التالي يوضح هذا النموذج:



الشكل رقم (01) نموذج GRÖNROOS لجودة الخدمة

المصدر : نزار عبد المجيد البرواري، لحسن عبد الله باشيوة، إدارة الجودة - مدخل متميز والريادة (مفاهيم وأسس

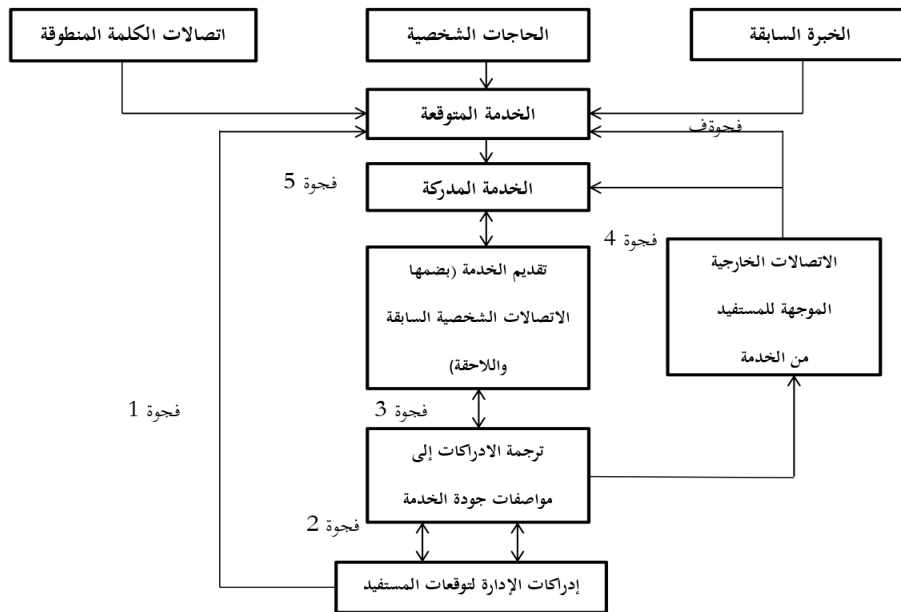
وتطبيقات)، ، دار الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2011، ص559

اعتمد النموذج على ستة أنواع للجودة تتطلب تعاون كل الأفراد داخل المؤسسة الفندقية لتقديم الجودة المتوقعة بها وهي: جودة التصميم جودة الإنتاج وجودة التسليم جودة العلاقات وبطبيعة الحال فإن الطريقة التي يتم إدارة الجوانب المختلفة لمجودة لها تأثير على إدارة العميل للجودة، وكذلك فإن كل من الجودة الفنية (والتي تعني ما يتم تقديمه للعميل فعلا ويتصل بالحاجة الأساسية التي يسعى لإشباعها، والجودة الوظيفية (التي تعني بها درجة جودة الطريقة التي يتم بها تقديم الخدمة، وهما تتأثران بهذه المصادر، ويتحدد إدراك العميل للجودة من خلال مقارنته للتوقعات التي سبق أن تشكلت والخبرات التي حصل عليها عند تقديم الخدمة إليه، بالإضافة إلى الصورة الذهنية عن المؤسسة والتي تلعب دورا مساعدا إذا كانت إيجابية وتجعل الخدمة أقل جاذبية إذا كانت سلبية.

ثانيا : نموذج الفجوات SERVQUAL

يبين هذا النموذج كي تنشأ الفجوة، وما هي الفجوات التي يمكن أن تسبب مشاكل في تسليم الخدمة على النحو المتوقع، ويحدد هذا النموذج خمسة أنواع رئيسية من الفجوات والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (02) نموذج SERVQUAL تحميل الفجوات



Source: Shahin Arash, Servaqual and model of service quality gaps,

A framworfor determining and priotinzing gritical factors in Delivring quality services, Department of Management, University of Isfahan, Iran, P 3

ويمكن تحليل هذه الفجوات كما يلي:

1- بين توقعات العميل وتصورات الإدارة: وتنتج هذه الفجوة من النقص في فهم أو سوء تفسير حاجات ورغبات العملاء وتزداد هذه الحالة في المؤسسات التي لا تقوم باستكشاف رضا العملاء، أو تلك التي لا تقوم بمثل هذا البحث إلا في حالات قليلة أو نادرة ولذلك فإن أهم خطوة لسد هذه الفجوة إنما نجدها تتمثل في البقاء العملاء والقيام بالبحوث المتعلقة بالتعريف على حاجاتهم وقياس مدى رضاهم عن الخدمات التي تقدمها لهم العملاء

2- بين تصور الإدارة ومواصفات جودة الخدمة: هي تلك الفجوة الموجودة بين ما تعتقده الإدارة عن رغبات وبين مواصفات الجودة التي تم تحديدها لتقديم الخدمة ويلاحظ أن هذه الفجوة هي نتاج لعدم قدرة الإدارة على ترجمة حاجات العملاء إلى نظم جيدة لتقديم الخدمة.

3- بين مواصفات جودة الخدمة و تقديم الخدمة: يرجع ظهور هذه الفجوة إلى الاختلاف بين الخدمة المصممة و تسليمه فعلا للعملاء، ويطلق على هذه الفجوة فجوة التسليم، حيث أن ظهورها مرجعه سلوكي وذلك يتم لارتباطها بالتفاعل الذي يتم بين مقدم الخدمة والمستفيد منها.

4- بين تقديم الخدمة والاتصالات الخارجية : هناك قد يكون عدم رضا عن الخدمة بفعل التوقعات العالية الزائدة الناتجة عن اتصال مقدم الخدمة ووعود أو ما يرتبط بعدم رضا العميل الذي قد يظهر عندما لا يفي التقديم الفعلي للخدمة بالتوقعات المطروحة في اتصالات المؤسسة.

5- بين الخدمة المدركة والخدمة المتوقعة هذه الفجوة تظهر كنتيجة لواحدة أو أكثر من الفجوات السابقة. إن هذه الفجوة تتعلق بالعملاء الذين لديهم تصورات المسبقة عن الخدمات تختلف بهذا القدر أو ذلك عن توقعاتهم الخدمة.

خلاصة الفصل:

نستخلص من خلال دراستنا لهذا الفصل أن الخدمة المصرفية المقدمة من طرف المصارف تمثل ربحاً لو بينما تمثل مصدراً لإشباع حاجات الزبائن، ونظراً لكونها تتميز بخصائص تنفرد بها عن غيرها، فهي تتطلب قدرات خاصة من قبل مقدميها للزبائن، حتى يتسنى لهم تحقيق الرضا أولاً تجاه الخدمة، والبحث فيما بعد عن كيفية خلق ولاء من قبل الزبائن اتجاه هذه البنوك، فالجودة هي بمثابة الركيزة الأساسية في تطوير الخدمة المصرفية والانفتاح على الأسواق، لذلك فقد كان لزاماً على إدارة المصارف تحسين جودة منتجاتها، من أجل إشباع حاجات ورغبات الزبائن.



الجانِب التَطْبِيقِي

الفصل الثاني

تحليل أثر الخدمة المصرفية الإلكترونية على

جودة الخدمات المصرفية

تمهيد :

بعد تطرقنا في الفصل الأول الجانب النظري الذي قدمنا فيه مفاهيم عامة حول الخدمة المصرفية الإلكترونية و جودة الخدمات المصرفية ، سنحاول في هذا الفصل التعرض للجانب التطبيقي ، بإسقاط الدراسة ميدانيا من خلال إظهار دور الخدمة المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنك الوطني الجزائري وكالة الأغواط

وعلى ضوء ذلك ارتأينا تقديم في ما يخص العلاقة بين الخدمة المصرفية الإلكترونية وما يربطها بتحسين جودة الخدمات المصرفية ، و تتبعها ببطاقة فنية لتعريف بنك الوطني الجزائري ، و اختبار عينات من زبائن البنك لإجراء استقصاء حول الموضوع المدروس و من ثم تحليل هذه النتائج عن طريق برمجية SPSS و عرض النتائج المتحصل عليها و اختبار الفرضيات المطروحة و للتفصيل أكثر والبحث أكثر في أهمية الخدمة المصرفية الإلكترونية و دورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية تم تقسيم الفصل الثاني إلى المباحث التالية :

المبحث الأول : تقديم البنك الوطني الجزائري BNA

المبحث الثاني : اختبار العينة و الإجراءات المنهجية للدراسة المبحث الثالث : التحليل الوصفي للبيانات و اختبار فرضيات الدراسة

المبحث الأول : تقديم البنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط محل الدراسة

من خلال دراستنا لدور الخدمة المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية قمنا بدراسة حالة بنك BNA حيث سنقوم بالتعريف بالبنك و نشأته في المطلب الأول و في المطلب الثاني سنقوم بتعريف بهيكلة التنظيمي و مهامه أهدافه والثالث سنقوم بذكر المعاملات و خدمات المصرفية الإلكترونية لهذا البنك ،

المطلب الأول : تعريف و نشأة البنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط

يعتبر البنك الوطني الجزائري من البنوك التجارية التي نشأت بعد الاستقلال كما يدل عليه اسمه فهو بنك عمومي يختص في القيام بمختلف العمليات التجارية سواء في الداخل أو الخارج .

أولا : تعريف البنك الوطني الجزائري BNA

هو بنك أسس ليعمل على الودائع قصيرة وطويلة الأجل ، كما وجد ليكون أداة لتحقيق سياسة الحكومة في التخطيط المالي بوضع القروض على المدى القصير ، المساهمة مع الهيئات المالية الأخرى لوضع القروض الطويلة و المتوسطة الأجل ، إذ يقوم إلى جانب العمليات المصرفية التقليدية بتمويل القطاع الاقتصادي العمومي صناعيا كان أم زراعيا ويعتبر البنك الوطني الجزائري بحكم الزمن أقدم بنك وطني ، إذ يحتوي على ما يقارب 200 وكالة باختلاف فئاتها كما يحتوي على أكثر من مليون و نصف حساب ، الشيء الذي يمنحه مكانة رئيسية على مستوى الجهاز المصرفي الجزائري ، مما يدفعه للتجديد و الحدثة قصد الحفاظ على مكانته وتشريف صورته الخدمائية

ثانيا : نشأة البنك الوطني الجزائري BNA

أول بنك تجاري وطني ، أنشئ البنك الوطني الجزائري بتاريخ 13 جوان 1966 ،

ثم أعيدت هيكلته سنة 1982 وهذا بإنشاء بنك جديد متخصص "بنك الفلاحة و التنمية الريفية " مهمته الأولى هي التكفل بالتمويل و تطوير المجال الفلاحي ، ثم عدل بقانون

رقم 01-88 الصادر بتاريخ 12 جانفي 1988 المتضمن توجيه المؤسسات نحو التسيير ، كان له تأثيرات أكيدة على تنظيم ومهام البنك الوطني الجزائري منها :

1. خروج الخزينة من التداولات المالية و عدم تمركز توزيع الموارد من قبلها.

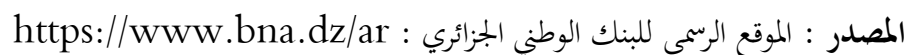
3. حرية البنك في اخذ قرارات تمويل المؤسسات

الفصل الثاني: المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي للبنك الوطني الجزائري BNA و مهامه و أهدافه

أولا : الهيكل التنظيمي للبنك الوطني الجزائري BNA

و يمكن تقسيم الهيكل التنظيمي وفق مخطط هرمي على النحو التالي :

الشكل رقم (03) : الهيكل التنظيمي للبنك الوطني الجزائري BNA



ثانيا : مهامه و أهدافه

- يقوم باستلام الودائع من الجمهور و منح الائتمان
- من الممكن أن يعمل هذا البنك لوحده أو بالتعاون مع مؤسسات أخرى مباشرة أو غير مباشرة في الجزائر أو في الخارج على أي شكل كان أي كل العمليات التي تدخل في حيز نشاطه.
- يقوم بالتعامل مع كل البنوك التجارية المتعارف عليها في المهنة البنكية و كل عمليات الصرف مع العملات الأجنبية و عمليات القرض في إطار التشريع المعمول به.
- إدراج و إدخال الوسائل و التقنيات الحديثة لمواكبة التطور التكنولوجي في ظل الإصلاحات النقدية
- لعب دور فعال في إحداث التنمية الاقتصادية .

-ترقية العمليات المصرفية المختلفة كمنح القروض و جذب الودائع وتحقيق أرباح

المطلب الثالث : الخدمات والمعاملات المالية الالكترونية للبنك الوطني الجزائري BNA

لقد تنوعت الخدمات المالية للبنك الوطني الجزائري و تحولت إلى خدمات مصرفية

أولا : خدمة البنك عن بعد :

و تتكون هذه الخدمة من مجموعة من الخدمات المالية الالكترونية عن بعد

تتلخص في ما يلي

1 . خدمة BNA.net:"

هي خدمة دائمة وآنية تسمح لكم بالولوج إلى حساباتكم البنكية بنقرة بسيطة وبكل أمان، 24 ساعة /24 و 7 أيام 7 من خلال الرابط "ebanking.bna.dz" ، أو عن طريق تحميل تطبيق الهاتف المحمول tic " على متجر Play Store عن طريق إدخال "BNAtic" و قريبا على App Store

و من مميزاتا :

جوارية : تسمح لكم بمتابعة تعاملاتكم البنكية من أي مكان تتواجدون فيه أمان : تضمن لكم تأمين تعاملاتكم البنكية من خلال رقم سري شخصي سهولة : الولوج إلى حساباتكم البنكية بنقرة بسيطة على الأنترنت أو من

خلال هاتفكم الذكي. تنوع : اختاروا نوعية العمليات التي تريدون القيام بها حسب باقات الخدمات المتوفرة .
(pack Net+pack Net)

2 . تحويل الأجور عن طريق خدمة تبادل المعطيات الآلية:

إذا كنتم صاحب مؤسسة، و يتوجب عليكم تحويل أجور موظفيكم شهريا ؟

ليس لديكم الوقت الكافي لتسيير كافة العمليات بأنفسكم و تريدون تسهيل المعاملات ؟

البنك الوطني الجزائري يضع تحت تصرفكم خدمة تبادل المعطيات الآلية EDI . هذه الخدمة تسمح لكم بتحويل الأجور بصفة آلية باستعمال تكنولوجيات الاتصال الحديثة.

من مميزاتها :

العصرية : تحققوا بأنفسكم من استعمال التكنولوجيات الحديثة في أداء هذه العملية. المصدقية : استفيدوا من الحماية الفائقة خلال نقل المعلومات إلى ملف مضبط و محمي.

الفعالية : استفيدوا من سهولة و سرعة سير أمر تحويل الأجور.

3- خدمة الدفع الإلكتروني عبر الانترنت « E-PAIEMENT »

البنك الوطني الجزائري يضع تحت تصرفكم خدمة الدفع الإلكتروني e-Paiement، التي تتيح لكم فرصة تسوية فواتيركم وخدماتكم عبر مواقع الإنترنت التي تقبل هذه الوسيلة.

من مميزاتها :

الحماية : خدمة مؤمنة وتضمن حقوق المشتريين عبر الواب (Web Architecturs).

السهولة : الدفع عبر الانترنت بكل بساطة

إمكانية الولوج : بإمكانكم الولوج إلى خدمة الدفع الإلكتروني حيثما كنتم و اينما وجدتم 24/24

الرفاهية : اقتصدوا وقتكم وطاقاتكم بتفادي التنقلات.

4 . الفتح المسبق للحساب المصرفي عبر الانترنت

يوفر لك البنك الوطني الجزائري خدمته الجديدة "الفتح" المسبق للحساب المصرفي عبر الإنترنت

هذه الخدمة المجانية، متوفرة 24 سا / 24 سا و 7 أيام / 7 أيام ، ستسمح لك بتوفير الوقت!

من مميزاتها :

أمان : خدمة آمنة تضمن خصوصية المستخدمين

سهولة : أكملوا إجراء الفتح المسبق للحساب المصرفي عبر الإنترنت ببضع نقرات. إمكانية الولوج : الولوج إلى

هذه الخدمة 24 سا / 24 سا و 7 أيام / 7 أيام حيث ما كنتم

أريحية : وفروا وقتكم.

ثانيا : الخدمات الائتمانية :

1 البطاقة البنكية (CIB) :

هي بطاقة بنكية إلكترونية تسمح لكم بسحب أموالكم بالدفع الجوّاري وعن بعد، بتحويل و تلقي أموالكم ، فالبنك الوطني الجزائري يمنح لكم هذه البطاقة مجانا عند فتح حساب شيك و بمدة صلاحية تبلغ 03 سنوات.

2 . صيغ البطاقة البنكية (CIB) :

يمنح البنك الوطني الجزائري صيغتان من بطاقة CIB

نوع البطاقة	الراتب الأدنى	الحد الأقصى
البطاقة الكلاسيكية	120.000 - دج شهرا	- 80 % من الراتب على الموزع الآلي لأوراق النقدية في الشهر . - حسب الرصيد المتواجد في الشباك الآلي البنكي .
البطاقة الذهبية	120.000 + دج شهرا	- 80 % من الراتب على الموزع الآلي لأوراق النقدية في الشهر . - حسب الرصيد المتواجد في الشباك الآلي البنكي .

الجدول رقم (01) : صيغ البطاقة البنكية CIB

المصدر : الموقع الرسمي للبنك الوطني الجزائري : <https://www.bna.dz/ar>

من مميزاتها :

الحماية: استفيدوا من الرمز السري الذي يؤمن عملياتكم البنكية

الفعالية: اربحوا الوقت بفضل رفاهية و سهولة استعمال البطاقة البنكية الالكترونية خدمة متوفرة: بإمكانكم سحب أموالكم في أي وقت. هذه الخدمة متوفرة 24 ساعة / 24 و 7 أيام / 7.

3 . الخدمات الالكترونية التي تسمح بها البطاقة البنكية الالكترونية : على مستوى الموزع الآلي الخاص بالبنك الوطني الجزائري : السحوبات، الاطلاع على الرصيد..

الشبايك الآلية للبنوك الأخرى : السحوبات، الدفع عن طريق الانترنت،

الدفع عن طريق جهاز الدفع الالكتروني على مستوى الشباك الآلي الخاص بالبنك الوطني الجزائري : السحوبات، التحويلات، الدفع النقدي، الاستعلام عن الرصيد الاطلاع على رقم التعريف البنكي RIB ، العمليات السابقة، استلام الشيك للقبض (في الشباك الآلي البنكي للوكالة المستوطن فيها فقط).

4-جهاز الدفع الإلكتروني:

البنك الوطني الجزائري يقترح عليكم جهاز الدفع الإلكتروني (TPE) ، فهو جهاز موجه لزبائن البنك من التجار ، المؤسسات و رجال الأعمال.

من مميزاتة :

الحماية: استفيدوا من الحماية التي يوفرها هذا الجهاز من خلال الوقاية من خطر عب بالأموال، الأخطاء و الأوراق النقدية المزورة.

السرعة : اكتسبوا الوقت عن طريق معالجة العمليات الذي يتم خلال بضعة ثواني

السهولة: جهاز سهل الاستعمال.

المبحث الثاني : اختيار العينة و الإجراءات المنهجية للدراسة

نستعرض من خلال هذه الدراسة أهم الخطوات و الإجراءات المنهجية التي تم اعتماد عليها من خلال توضيح بناء النموذج ، أسلوب دراسة ، مجتمع الدراسة ، أدوات إحصائية

المطلب الأول : إجراءات البحث الميداني

أولاً : مجتمع و عينة البحث

يتمثل مجتمع هذه الدراسة في مجموعة من العملاء في وكالة BNA بولاية الأغواط ، لكن تمشيا و موضوع البحث الذي يعالج الخدمة المصرفية الإلكترونية و دورها تحسين جودة الخدمات المصرفية ارتأينا أن تكون دراستنا قصدية أي بمعنى آخر أن تشمل عملاء الوكالة محل الدراسة .

حيث قمنا بتوزيع 40 استبياناً، لكن تم جمع 30 استبانته تم استردادها ، وبالتالي الدراسة الإحصائية شملت 30 استبانته، و هو ما يمثل حجم العينة المدروسة .

ثانياً : أداة البحث في ذلك

تم اختيار أدوات البحث العلمي بهدف جمع البيانات الأولية و تم الاستناد على طبيعة الموضوع ، خصوصيته أيضاً لما تقتضيه الحاجة عن الإشكالية المطروحة هذا البحث ، حيث تتمثل الأداة المستعملة في ذلك هي "الاستبيان" و هو قائمة من الأسئلة المتنوعة و المتعددة التي توضح بهدف استقصاء آراء و توجهات الموظفين حول في الظاهرة محل الدراسة و يتكون الاستبيان من 25 سؤالاً حول المتغيرين محل الخدمة المصرفية الإلكترونية كمتغير مستقل و جودة الخدمات المصرفية كمتغير تابع .

ثالثاً : بناء نموذج الدراسة و تصميم الاستبانة :

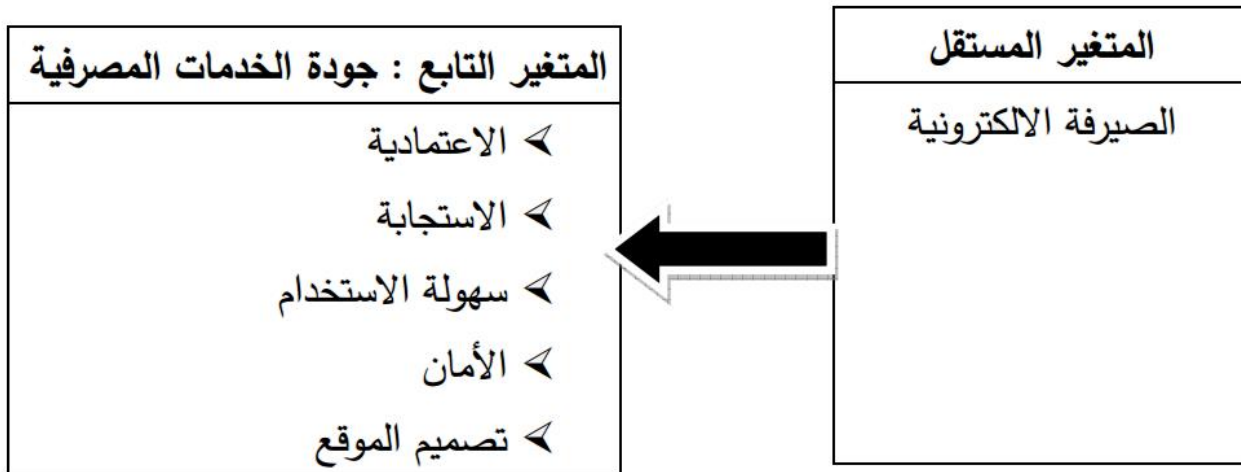
قبل تصميم الاستبانة يجب تحديد المتغير المستقل و المتغيرات الفرعية للمتغير التابع ، وذلك من أجل تحديد أسئلة الاستبيان الملائمة للإجابة على متغيرات بكفاءة

1 - بناء نموذج الدراسة : تقوم هذه الدراسة على بيان دور الخدمة المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية محل الدراسة BNA وكالة الأغواط ، و بهدف التعرف على هذا الدور سيتم استخدام نماذج رياضية تعكس العلاقة بين المتغير المستقل و المتغيرات الفرعية التابعة ، وذلك بعد تحديد بدقة كما يلي :

الجزء الأول للدراسة (المتغير المستقل) : تمثل الخدمة المصرفية الإلكترونية المتغير المفسر في دراستنا.

الجزء الثاني للدراسة (المتغيرات التابعة) : حاولنا في هذا الجزء تحديد المتغيرات الفرعية التابعة المكونة للمتغير التابع (جودة الخدمات البنكية)، وحتى يكون هناك تبسيط لمحتوى النموذج تم تقسيم المتغير التابع إلى خمس متغيرات فرعية و قد توصلنا إلى النموذج العام للدراسة على النحو التالي :

الشكل رقم (04) : النموذج العام للدراسة



المصدر : من إعداد الطالب بناء على الدراسات السابقة

المطلب الثاني: الاختبارات المرتبطة بالبيانات و أداة الدراسة

أولا : اختبار صدق و ثبات أداة الدراسة

نعني بذلك اختبار صحة البيانات للتحليل الإحصائي ، وذلك من خلال التدقيق في صحة العبارات و مدى تماشيها مع متغيرات الدراسة ، كذلك اختبار صدق و ثبات عبارات الاستبانة.

1 . الصدق الظاهري :

بعد عرض أداة الدراسة على الأستاذ المؤطر لغرض تقييمها و إجراء التصحيحات المطلوبة ثم القيام بقياس وصدق و ثبات أداة الدراسة من خلال معامل ألفا كرونباخ ، و أيضا قوة الارتباط بين درجات على فقرة من فقرات الاستبيان.

2 . الصدق الإحصائي :

لقياس مدى دقة الاستبانة ، فقد تم استخدام معادلة ألفا كرونباخ التي تشير الى وجود علاقة اتساق و ترابط جيد بين عبارات الاستبانة ، فهذه النسبة يجب أن تزيد عن النسبة المقبولة إحصائيا و البالغة 60 أو تفوق ، حيث بلغت نسبة معامل الثبات الكلي للاستبيان : 0,613%

من خلال نسبة الثبات الكلي للاستبيان نلاحظ أن المعامل ألفا كرونباخ لفقرات الاستبيان أكبر من 60% ، فهذه النسبة تزيد عن النسب المقبولة إحصائيا أو تفوق ، مما يشير إلى وجود علاقة اتساق و ترابط جيد بين عبارات الاستبانة، و بالتالي تأكيد ثبات أداة الدراسة.

ثانيا : أسلوب تحليل البيانات و الأدوات الإحصائية

1. أسلوب تحليل البيانات :

لقد استخدم أسلوب التحليل الإحصائي لتحليل الاستثمارات ، حيث استخدم أسلوب تحليل المتوسطات ، و برنامج SPSS تعني حروفه اختصارات و معناها الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية. أول نسخة من البرنامج ظهرت عام 1968، وقد تم تطويره ليعمل تحت برنامج windows في 1993، فهو يعد من أكثر البرامج استخداما لتحليل المعلومات الإحصائية في علم الاجتماع ، و يعد من أكثر البرامج الإحصائية استخداما في مجالات عديدة منها البحث العلمي.

2 الأدوات الإحصائية المستعملة :

بعد تفريغ الاستبيانات و ترميز البيانات و إدخالها للحاسوب بتشغيل برنامج SPSS تم الاستعانة ببعض الأدوات الإحصائية أهمها :

استخدام التكرارات و النسب المئوية و المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية و ذلك بتقديم وصف شامل للعينة من حيث الخصائص ، درجة الموافقة أسلوب الأهمية الترتيبية للمؤشرات التقييمية للصيرفة الالكترونية و جودة الخدمات البنكية ،

أساليب تحليل الانحدار والارتباط المتعدد و ما يصاحبها من اختبار (es) وذلك للتحقق من وجود علاقة ارتباطيه بين الخدمة المصرفية الإلكترونية و جودة الخدمات البنكية المقياس المعتمد في الدراسة هو : القيم المحصورة في المجال [1-11.8] منخفضة.

المطلب الثالث : دراسة خصائص العينة

اشتملت عينة الدراسة على الخصائص الديمغرافية ، فقد تضمنت الاستبانة مجموعة

من المتغيرات هي : الجنس ، العمر ، المستوى التعليمي ، الخبرة المهنية .

أولاً : وصف عينة الدراسة حسب الجنس :

الجدول رقم (02) : وصف خصائص العينة حسب الجنس

المتغير	الفئات	التكرارات	النسبة %
الجنس	ذكر	17	56.7
	أنثى	13	43.3
	المجموع	30	%100

المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان و برنامج SPSS

يتضح من خلال معطيات الجدول رقم (2-2) أن أغلبية مفردات العينة ذكور بنسبة 56.7% و الباقي إناث بنسبة 43.3%

ثانيا : وصف عينة الدراسة حسب العمر :

الجدول رقم (03) : وصف خصائص العينة حسب العمر

المتغير	الفئات	التكرارات	النسبة %
الفئة العمرية	أقل من 30 سنة	10	33.3
	من 30 إلى 40 سنة	14	46.7
	أكثر من 40 سنة	6	20
	المجموع	30	%100

المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان و برنامج SPSS

يتبين لنا من الجدول (32) أن 46.7% من أفراد العينة من الفئة العمرية بين 30 إلى 40 سنة و

33.3% هم من فئة أقل من 30 سنة و 20% من الفئة العمرية الأكثر من 40 سنة مما يوضح أن أغلبية أفراد العينة هم من فئة الشباب

ثالثا : وصف عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية :

الجدول رقم (04) : وصف خصائص العينة حسب الخبرة المهنية

المتغير	الفئات	التكرارات	النسبة %
عدد سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	8	26.7
	من 5 إلى 10 سنوات	14	46.7
	من 11 إلى 20 سنة	8	26.7
	أكثر من 20 سنة	0	0
	المجموع	30	%100

المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان و برنامج SPSS

يتبين لنا من الجدول رقم (42) أن أغلبية أفراد العينة هم الذين تتراوح سنوات خبرتهم من 5 إلى 10

سنوات بنسبة 46.7% أما فئة أقل من 5 سنوات وفئة من 11 إلى 20 سنة فيقاسمون نفس النسبة بمعدل

26.7% أما فئة أكثر من 20 سنة فهي معدومة، من خلال الجدول أعلا يتضح لنا أن نسبة الخبرة و الوعي المصرفي في هذا المجال جيدة و مقبولة مما يضيف على البحث مصداقية في الإجابة.

رابعاً : وصف عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي :

الجدول رقم (05) : وصف خصائص العينة حسب المستوى التعليمي

المتغير	الفئات	التكرارات	النسبة %
المستوى التعليمي	ثانوي	4	13.3
	ليسانس	14	46.7
	ماستر / ماجستير	9	30
	دكتوراه	3	10
	المجموع	30	%100

المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان و برنامج SPSS

يتبين لنا من الجدول رقم (05) أن أغلبية أفراد العينة حاصلين على المستوى ليسانس بنسبة 46.7 متبوع بمستوى ماستر / ماجستير بنسبة 30% و دكتوراه بمعدل 10% مما يعطي مصداقية أكثر لإجاباتهم نظراً لمستواهم التعليمي الراقى.

المبحث الثالث : التحليل الوصفي للبيانات و اختبار فرضيات الدراسة

بعد استعراضنا لأهم الخطوات و الإجراءات المنهجية التي تم الاعتماد عليها في تحديد نموذج و متغيرات الدراسة ، و تحليل المتغيرات الديمغرافية للعينة ، سوف نقوم الآن بتحليل النتائج بمختلف الأدوات الإحصائية من متوسط حسابي و انحراف معياري لتقييم إجابات أفراد العينة لكل من المتغير المستقل و المتغير التابع ، و اختبار الفرضيات لتحديد العلاقة و الأثر بينهما.

المطلب الأول : تحليل البيانات المتعلقة الخدمة المصرفية الإلكترونية

سنركز على تحليل البيانات المتعلقة بتقييم المتغير المستقل الخدمة المصرفية الإلكترونية في الوكالات البنكية محل الدراسة ، و سنستعرض إجابات أفراد العينة من خلال أسئلة كل محور

أولا : التحليل الوصفي المتعلقة بمتغير الخدمة المصرفية الإلكترونية

سنستعرض في الجدول رقم (05) المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية الخاصة بمتغير الخدمة المصرفية الإلكترونية حسب رأي أفراد العينة المدروسة ثم نقوم بالتحليل استنادا إلى النتائج:

الجدول رقم (06) : تقييم الخدمة المصرفية الإلكترونية

الرقم	العبارة	التكرارات			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		موافق	محايد	غير موافق		
1	توفر الصيرفة الإلكترونية سهولة عرض كشف الحسابات و الرصد.	25	2	3	2.67	0.758
		83.3 %	6.7 %	10 %		
2	توفر الصيرفة الإلكترونية سهولة إنشاء حساب إلكتروني .	13	0	17	1.87	0.008
		43.4 %	0 %	56.7 %		
3	يحافظ البنك على خصوصية العملاء في المعاملات المالية .	20	0	10	2.33	0.959
		66.7 %	0 %	33.3 %		
4	إمكانية استخدام البطاقات الإلكترونية بكل سهولة في كل مكان .	30	0	0	3.00	0.00
		100	0 %	0 %		

				%		
0.00	3.00	0	0	30	القيام بكافة العمليات من سحب ، إيداع ..الخ التي تتم على حسابات العملاء بشكل مستمر .	5
		%0	%0	100 %		
0.392	2.57	الصيرفة الالكترونية				المجموع

المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان و برنامج SPSS

يوضح الجدول رقم (06) الوسط الحسابي و الانحراف المعياري و ذلك بالنسبة لكل عبارة من العبارات الخمسة التي تعكس مؤشر الخدمة المصرفية الإلكترونية حيث نلاحظ أن كل من العبارات 1،4،5، تحصلت على درجة موافقة متوسطة حسب المقياس المعتمد في الدراسة ، بحدود المجال [2.6 - 13.4] بمتوسطات حسابية (2.67) (3.00) (3.00) أما العبارة 2، 3، تحصلت على درجة موافقة منخفضة بحدود المجال [1-11.8] بمتوسطات (1.87) ، (2.33) مما يعني انه لا توجد سهولة في إنشاء حساب الكتروني و أنه يوجد ضعف في المحافظة على خصوصية العملاء في المعاملات المالية ، و تدل هذه النتائج على أن غالبية أفراد العينة توافق بدرجة منخفضة على محور الخدمة المصرفية الإلكترونية و هذا ما يعكسه المعدل العام للمتوسطات الحسابية و الذي قدر ب 2.57 و المحصور في المجال 11-11.8 وهذا يدل على انه بالرغم من إدخال التكنولوجيا الحديثة و الرقمية و الخدمة المصرفية الإلكترونية ، إلا أن ذلك يبقى غير كاف مقارنة بالإمكانات البشرية و المادية المتوفرة ، بالإضافة إلى ضعف ثقافة الفرد في استخدام التكنولوجيا .

المطلب الثاني : تحليل بيانات جودة الخدمة المصرفية

سنركز في هذا العنصر على تحليل البيانات المتعلقة بتقييم المتغير التابع المتمثل في جودة الخدمات المصرفية في مؤسسة الوكالة البنكية محل الدراسة ، نستعرض في ما يلي أراد العينة حسب كل بعد من مؤشر خلال أسئلة المحور

أولا : التحليل الوصفي للبيانات المتعلقة بمتغير الاعتمادية

سنستعرض في الجدول رقم (07) المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية الخاصة بمتغير الاعتمادية حسب رأي أفراد العينة المدروسة ثم نقوم بالتحليل استنادا إلى النتائج .

الجدول رقم (07) : تقييم متغير الاعتمادية كبعد من أبعاد جودة الخدمات المصرفية

الرقم	العبارة	التكرارات			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		موافق	محايد	غير موافق		
6	يوفر البنك قاعدة بيانات متاحة للعملاء في أي وقت .	20	6	4	2.80	0.610
		%66.7	%20	13.3 %		

0.758	2.67	2	5	23	يحرص الموظفون على عدم وجود أخطاء عند تقديم الخدمة.	7
		%6.6	16.7 %	%76.7		
0.00	3.00	0	0	30	يحرص البنك على تقديم الخدمة بالشكل الصحيح.	8
		%0	%0	%100		
0.00	3.00	0	0	30	تتميز الخدمات الالكترونية المقدمة بالدقة و الملائمة للجميع.	9
		%0	%0	%100		
0.260	2.86	الاعتمادية				المجموع

المصدر : من إعداد الطالب الجدول باستخدام بيانات الاستبيان و تشغيل برنامج SPSS

يوضح الجدول رقم (07) الوسط الحسابي و الانحراف المعياري و ذلك بالنسبة لكل عبارة من العبارات الأربعة التي تعكس مؤشر الاعتمادية حيث نلاحظ أن كل العبارات الأربعة تحصلت على أعلى درجة موافقة متوسطة حسب المقياس المعتمد في ، بحدود المجال [2.6 - 13.4] بمتوسطات حسابية على التوالي (2.8)

(2.67) (3.00) (3.00) مما يعكس أن الوكالة البنكية محل الدراسة تستخدم تكنولوجيا المعلومات مما يعطيها ميزة في ثبات الأداء و القدرة على تقديم الخدمة التي وعدت بها الدراسة.

بشكل يمكن من الاعتماد عليها، بالإضافة إلى أداء الخدمة بطريقة صحيحة من أول مره تدل هذه النتائج على أن غالبية أفراد العينة توافق بدرجة متوسطة على مؤشر و هذا ما يعكسه المعدل العام للمتوسطات الحسابية و الذي قدر ب 2.86 ، والاعتمادية المحصور في المجال [2.6 - 13.4].

ثانيا : التحليل الوصفي للبيانات المتعلقة بمتغير الاستجابة

سنستعرض في الجدول رقم (08) المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية الخاصة بمتغير الاستجابة حسب رأي أفراد العينة المدروسة ثم نقوم بالتحليل استنادا إلى النتائج .

الجدول رقم (08) : تقييم متغير الاستجابة كبعد من أبعاد جودة الخدمات المصرفية

الرقم	العبارة	التكرارات			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		موافق	محايد	غير موافق		
10	يتم الرد على الاستفسارات حول الخدمة الالكترونية في وقت قصير .	30	0	0	3.00	0.00
		%100	%0	%0		
11	يستجيب الموظفون على أي استفسار من العملاء .	24	3	3	2.60	0.814
		%80	%10	%10		

1.017	2.00	11	4	15	يتم الحصول على الخدمات الالكترونية للبنك دون تأخير .	12
		%36.7	13.3 %	%50		
1.008	1.87	17	3	10	يهتم البنك بالشكاوي و المشاكل التي تواجه العملاء .	13
		%56.7	%10	%33.3		
0.413	2.36	الاستجابة				المجموع

المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان و برنامج SPSS

يوضح الجدول رقم (08) الوسط الحسابي و الانحراف المعياري و ذلك بالنسبة لكل عبارة من العبارات الأربعة التي تعكس مؤشر الاستجابة حيث نلاحظ أن كل من العبارة 10 و 11 تحصلت على أعلى درجة موافقة متوسطة حسب المقياس المعتمد ، بحدود المجال [2.6 – 13.4] بمتوسطات حسابية (3.00) (2.60) و العبارة 12 الدراسة و 13 تحصلت على درجة موافقة منخفضة بحدود المجال -11 11.8 منخفضة مما يعكس أن الوكالة البنكية محل الدراسة حيث نلاحظ أنه هناك تذبذب و ضعف في الاستجابة الفورية لاحتياجات العملاء ، و الرد السريع و الفوري لانشغالهم و تدل هذه النتائج على أن نصف أفراد العينة توافق

بدرجة متوسطة على مؤشر الاستجابة و النصف الآخر يوافق بدرجة منخفضة و هذا ما يعكسه المعدل العام للمتوسطات الحسابية و الذي قدر ب 2.36 و المحصور في المجال [1- 11.8] .

ثالثا : التحليل الوصفي للبيانات المتعلقة بمتغير سهولة الاستخدام

سنستعرض في الجدول رقم (09) المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية الخاصة بمتغير سهولة الاستخدام حسب رأي أفراد العينة المدروسة ثم نقوم بالتحليل استنادا إلى النتائج.

الجدول رقم (09) : تقييم متغير سهولة الاستخدام كبعد من أبعاد جودة الخدمات المصرفية

الرقم	العبارة	التكرارات			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		موافق	محايد	غير موافق		
14	أستطيع التحول من خدمة الكترونية إلى أخرى بسرعة .	24	2	4	2.60	0.814
		80%	6.7%	13.3%		
15	تقدم الخدمات المصرفية الالكترونية مساعدة سريعة لتوجيه العملاء	25	2	3	2.67	0.758
		83.3%	6.7%	10%		

0.758	2.67	3	2	25	يساعدني استخدام الخدمات الالكترونية على انجاز كافة المهام	16
		%10	%6.7	83.3 %		
0.758	2.67	3	2	25	يعتبر استخدام الخدمة المصرفية الالكترونية سهلا.	17
		%10	%6.7	83.3 %		
0.559	2.65	سهولة الاستخدام				المجموع

المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان و برنامج SPSS

يوضح الجدول رقم (09) الوسط الحسابي و الانحراف المعياري و ذلك بالنسبة لكل عبارة من العبارات الأربعة التي تعكس مؤشر سهولة الاستخدام حيث نلاحظ أن كل العبارات الأربعة تحصلت على على درجة موافقة متوسطة حسب المقياس المعتمد في ، بحدود المجال [2.6 13.4] بمتوسطات حسائية على التوالي (2.60) (2.67) (2.67) (2.67) مما يعكس أن الوكالة البنكية محل الدراسة و أن الخدمة المصرفية تمتاز بسهولة الاستخدام و تقديم مساعدة سريعة لتوجيه العملاء لحل المشاكل ، و تدل هذه النتائج على أن غالبية

أفراد العينة توافق بدرجة متوسطة على مؤشر الدراسة سهولة الاستخدام و هذا ما يعكسه المعدل العام للمتوسطات الحسابية و الذي قدر ب 2.65 و المحصور في المجال [2.6 – 13.4].

رابعا : التحليل الوصفي للبيانات المتعلقة بمتغير الأمان

سنستعرض في الجدول رقم (10) المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية الخاصة بمتغير الأمان حسب رأي أفراد العينة المدروسة ثم نقوم بالتحليل استنادا إلى النتائج.

الجدول رقم (10) : تقييم متغير الأمان كبعد من أبعاد جودة الخدمات المصرفية

الرقم	العبارة	التكرارات			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		موافق	محايد	غير موافق		
18	أشعر بالثقة في البنك عند تحويل الأموال عبر الحسابات الالكترونية .	24	3	3	2.60	0.814
		%80	%10	%10		
19	الشعور بالارتياح أثناء إجراء المعاملات المصرفية عبر	24	2	4	2.60	0.814

		%13.3	%6.7	%80	الانترنت .	
1.008	2.13	13	0	17	اشعر بالراحة عند تقديم معلوماتي الشخصية للبنك عبر الانترنت .	20
		%43.3	%0	%56.7		
0.758	2.67	2	3	25	أشعر بالأمان عند تعاملي مع البنك الكترونيا .	21
		%6.7	%10	%83.3		
0.479	2.66	الأمان				المجموع

المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان و برنامج SPSS

يبين لنا الجدول رقم (10) أعلاه الوسط الحسابي و الانحراف المعياري و ذلك بالنسبة لكل عبارة من

العبارات الأربعة التي تعكس مؤشر الأمان حيث نلاحظ أن كل من العبارات الثلاث 18 ، 19 ، 21 تحصلت

على أعلى درجة موافقة متوسطة حسب المقياس المعتمد في الدراسة ، بمحدود المجال [2.6 - 13.4] بمتوسطات

حسابية (2.60) (2.60) (2.67) أما العبارة 20 فتحصلت على درجة موافقة منخفضة حسب المقياس المعتمد في الدراسة في حدود المجال $1 - 11.8$ يثبت ذلك أن الزبائن لا يشعرون بالراحة عند تقديم معلوماتهم الشخصية للبنك عبر الانترنت لكن أغلبية النتائج تعكس أن الوكالة البنكية محل الدراسة و أن الوكالة البنكية تهتم بتوفير الأمن في تقديمها لمختلف الخدمات و تحافظ على سرية الزبون الشخصية ، و تدل هذه النتائج على أن غالبية أفراد العينة توافق بدرجة متوسطة على مؤشر الأمان و تشعر الزبون بالارتياح و الطمأنينة ، و تعمل على تحقيق الأمن المادي و المالي و هذا ما يعكسه المعدل العام للمتوسطات الحسابية و الذي قدر ب 2.66 و المحصور في المجال $2.6 - 13.4$.

خامسا : التحليل الوصفي للبيانات المتعلقة بمتغير تصميم الموقع

سنستعرض في الجدول رقم (11) المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية الخاصة بمتغير تصميم الموقع . رأي أفراد العينة المدروسة ثم نقوم بالتحليل استنادا إلى النتائج.

الجدول رقم (11) : تقييم متغير تصميم الموقع كبعد من أبعاد جودة الخدمات

الرقم	العبارة	التكرارات			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		موافق	محايد	غير موافق		
22	يوفر الموقع الإلكتروني للبنك معلومات وخدمات كافية لخدمة العملاء.	25	2	3	2.67	0.758
		%83.3	%6.7	%10		
23	يتميز الموقع الإلكتروني للبنك بتصميم منظم يساعدني على تصفح بسهولة.	30		0	3.00	0.00
		%100	%0	%0		

0.959	2.33	10	0	20	يتم تحديث الموقع الالكتروني للبنك بشكل دائم و مستمر.	24
		%33.3	%0	%66.7		
0.758	2.67	3	2	25	اللغة المستخدمة في الموقع الالكتروني للبنك واضحة و مفهومة.	25
		%10	%6.7	%83.3		
0.479	2.66	تصميم الموقع				المجموع

المصدر : من إعداد الطالب الجدول باستخدام بيانات الاستبيان و تشغيل برنامج SPSS

يوضح الجدول رقم (11) الوسط الحسابي و الانحراف المعياري و ذلك بالنسبة لكل عبارة من العبارات الأربعة التي تعكس مؤشر تصميم الموقع الأمان حيث نلاحظ أن كل من العبارات الثلاث 22، 23، 25، تحصلت على درجة موافقة متوسطة حسب المقياس المعتمد في الدراسة، بحدود المجال [2.6 - 13.4] بمتوسطات حسابية (2.67) (3.00) (2.67) أما العبارة 24 فتحصلت على درجة موافقة منخفضة بمتوسط (2.33) حسب المقياس المعتمد في الدراسة في حدود المجال [1 - 11.8] و هذا يدل على عدم التحديث المستمر للموقع الإلكتروني للوكالة البنكية لكن أغلبية النتائج تثبت أن الوكالة البنكية محل الدراسة لتحسين جودة الخدمات المقدمة لعملائها ، يجعلهم على علم دائم بخدماتها ، و تدل هذه النتائج على أن غالبية أفراد العينة توافق بدرجة متوسطة على مؤشر تصميم الموقع مما يدل على أن الوكالة البنكية تعمل على تحقيق سهولة الاتصال بمقدم الخدمة وفق عدة أساليب أهمها الموقع الإلكتروني ، و هذا ما يعكسه المعدل العام للمتوسطات الحسابية و الذي قدر ب 2.66 و المحصور في المجال [2.6-13.4].

سادسا : الأهمية الترتيبية للمؤشرات التقييمية للحكم على جودة الخدمات المصرفية

الجدول رقم (12) : ترتيب مؤشرات جودة الخدمات البنكية في الوكالة المصرفية محل الدراسة

الترتيب	البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	الاعتمادية	2.86	0.260	متوسطة
2	الأمان	2.66	0.479	متوسطة
3	تصميم الموقع	2.66	0.479	متوسطة
4	سهولة الاستخدام	2.65	0.559	متوسطة
5	الاستجابة	2.36	0.413	منخفضة

المصدر : أعد الجدول من الطالب بالاعتماد على نتائج الجداول السابقة (7 ، 8 ، 9، 10، 11)

المطلب الثالث : اختبار و تحليل فرضيات الدراسة

لقد تم اختبار فرضيات الدراسة من خلال إدخال بيانات في برنامج SPSS تشغيله للحصول على النتائج التالية ، ثم عرضها في جداول و تحليلها ، مع العلم انه ما دما في حالة دراسة إحصائية يجب تبني الفرضية الصفرية ، لأنها تعتبر الفرضية الرئيسية و التي يتم اختبارها و اتخاذ القرار من خلالها و هذا ما سنتناوله فيما يلي :

H_0 لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لعنصر الخدمة المصرفية الإلكترونية على الاعتمادية عند مستوى دلالة $(\alpha = 0.05)$.

H_1 توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لعنصر الخدمة المصرفية الإلكترونية على الاعتمادية عند مستوى دلالة $(\alpha = 0.05)$.

الجدول رقم (13) : تحليل التباين الأحادي ANOVA لإجابات أفراد العينة بين الخدمة المصرفية الإلكترونية و الاعتمادية

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيم (F) الجدولية	القيم المعنوية sig
بين المجموعات	18.873	1	18.873	41.963	0.000
داخل المجموعات	12.593	28	0.450	عند مستوى الدلالة Alfa= 0.05 :	
التباين الكلي	31.467	29		R =(0.774)	R ² =(0.60)

المصدر : تم إعداد الجدول من الطالب باستخدام بيانات الاستبيان و تشغيل برنامج SPSS

وضح لنا الجدول رقم (13) أعلاه أن قيمة (f) المحسوبة (41.963) عند درجة حرية (1) و (28) ومستوى دلالة (f) البالغ (0.000) حيث أنه أقل من (0.05) المستوى المعتمد لهذه الدراسة، مما يوجب رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمة المصرفية الإلكترونية و عنصر الاعتمادية في الوكالة البنكية محل الدراسة .

مما يؤكد وجود العلاقة بين هذين المتغيرين هو معامل الارتباط الذي قدر بـ (0.774) وهي علاقة طردية قوية ومعامل التحديد الذي بلغ (0.60) يفسر أن نسبة (60%) فقط من التغيرات التي تحدث في متوسط إجابات أفراد العينة للاعتمادية (المتغير التابع) ترجع إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية (المتغير المستقل).

أما فيما يخص معادلة الانحدار الخطي بين المتغير التابع (الاعتمادية) والمتغير المستقل الخدمة المصرفية الإلكترونية كانت كالآتي:

$$Y=b_0+b_1x$$

$$Y=6.17+0.41x$$

تم قبول نموذج الفرضية الأولى بمعنوية المعلمتين 0b و 1 الإحصائية حيث قدرت ب 0.000 وهي اقل من المعنوية (0.05) المعتمدة في الدراسة ويفسر هذا النموذج انه عندما تتغير عنصر الخدمة المصرفية الالكترونية بوحدة واحدة فقط يتغير عنصر الاعتمادية ب (0.41) و هذا ما أكدته معامل الارتباط

ثانيا : اختبار الفرضية الثانية

o لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لعنصر الخدمة المصرفية الالكترونية على الاستجابة عند مستوى دلالة $1H.(a = 0.05)$ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لعنصر الخدمة المصرفية الالكترونية على الاستجابة عند مستوى دلالة $(a = 0.05)$.

الجدول رقم (14) : تحليل التباين الأحادي ANOVA لإجابات أفراد العينة بين الخدمة المصرفية الالكترونية و الاستجابة

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيم (F) الجدولية	القيم المعنوية sig
بين المجموعات	3.309	1	3.309	20.109	0.000
داخل المجموعات	49.158	28	2.366	عند مستوى الدلالة Alfa= 0.05 :	
التباين الكلي	52.467	29		R =(0.623)	R ² =(0.41)

المصدر : تم إعداد الجدول من الطالب باستخدام بيانات الاستبيان و تشغيل برنامج SPSS

وضح لنا الجدول رقم (14) أعلاه أن قيمة (f) المحسوبة (20.109) عند درجة حرية (1) و (28) ومستوى دلالة (f) البالغ (0.000) حيث أنه أقل من (0.05) المستوى المعتمد لهذه الدراسة ، مما يوجب رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمة المصرفية الإلكترونية و عنصر الاستجابة في الوكالة البنكية محل الدراسة

مما يؤكد وجود العلاقة بين هذين المتغيرين هو معامل الارتباط الذي قدر بـ (0.623) وهي علاقة طردية متوسطة ومعامل التحديد الذي بلغ (0.41) يفسر أن نسبة (41%) فقط من التغيرات التي تحدث في متوسط إجابات أفراد العينة للاستجابة (المتغير التابع) ترجع إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية (المتغير المستقل).

أما فيما يخص معادلة الانحدار الخطي بين المتغير التابع (الاستجابة) والمتغير المستقل الخدمة المصرفية الإلكترونية كانت كالآتي:

$$Y=b_0+b_1x$$

$$Y=4.79+0.1x$$

تم قبول نموذج الفرضية الثانية بمعنوية المعلمتين 60 و الإحصائية حيث قدرت بـ 0.000 وهي اقل من المعنوية (0.05) المعتمدة في الدراسة ويفسر هذا النموذج انه عندما تتغير عنصر الخدمة المصرفية الالكترونية بوحدة واحدة فقط يتغير عنصر الإستجابة بـ (0.1) وهذا ما أكدته معامل الارتباط .

ثالثا: اختبار الفرضية الثالثة

H_0 لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لعنصر الخدمة المصرفية الالكترونية على سهولة الاستخدام عند مستوى دلالة (a = 0.05).

H_1 توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لعنصر الخدمة المصرفية الالكترونية على سهولة الاستخدام عند مستوى دلالة (a = 0.05).

الجدول رقم (15) : تحليل التباين الأحادي ANOVA لإجابات أفراد العينة بين الخدمة المصرفية الإلكترونية و سهولة الاستخدام

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيم (F) الجدولية	القيم المعنوية sig
بين المجموعات	73.315	1	73.315	28.557	0.000
داخل المجموعات	71.885	28	2.567		عند مستوى الدلالة Alfa= 0.05 :
التباين الكلي	145.200	29		R =(0.711)	R ² =(0.505)

المصدر : تم إعداد الجدول من الطالب باستخدام بيانات الاستبيان و تشغيل برنامج SPSS

وضح لنا الجدول رقم (15) أعلاه أن قيمة (أ) المحسوبة (20.109) عند درجة حرية (1) و (28) ومستوى دلالة (f) البالغ (0.000) حيث أنه أقل من (0.05) المستوى المعتمد لهذه الدراسة، مما يوجب رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمة المصرفية الإلكترونية و عنصر سهولة الاستخدام في الوكالة البنكية محل الدراسة

مما يؤكد وجود العلاقة بين هذين المتغيرين هو معامل الارتباط الذي قدر بـ (0.623) وهي علاقة طردية متوسطة ومعامل التحديد الذي بلغ (0.41) يفسر أن نسبة (41%) فقط من التغيرات التي تحدث في متوسط إجابات أفراد العينة سهولة الاستخدام (المتغير التابع) ترجع إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية (المتغير المستقل).

أما فيما يخص معادلة الانحدار الخطي بين المتغير التابع (سهولة الاستخدام)

والمتغير المستقل للخدمة المصرفية الإلكترونية كانت كالآتي:

$$Y_1 = b_0 + b_1 x$$

$$= 0.17 + 0.81 x_1 Y$$

تم قبول نموذج الفرضية الثالثة بمعنوية المعلمتين 0b و 1b الإحصائية حيث قدرت ب 0.000 وهي اقل من المعنوية (0.05) المعتمدة في الدراسة ويفسر هذا النموذج انه عندما تتغير عنصر الخدمة المصرفية الالكترونية بوحدة واحدة فقط يتغير عنصر سهولة الاستخدام ب (0.81) و هذا ما أكدته معامل الارتباط .

رابعا : اختبار الفرضية الرابعة

H_0 لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لعنصر الخدمة المصرفية الالكترونية على الأمان عند مستوى دلالة $(a = 0.05)$.

H توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لعنصر الخدمة المصرفية الالكترونية على الأمان عند مستوى دلالة (0.05) $(a =$

الجدول رقم (16) : تحليل التباين الأحادي ANOVA لإجابات أفراد العينة بين الخدمة المصرفية الالكترونية و الأمان

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيم (F) الجدولية	القيم المعنوية sig
بين المجموعات	41.483	1	41.483	18.580	0.000
داخل المجموعات	62.517	28	2.233	عند مستوى الدلالة Alfa= 0.05 :	
التباين الكلي	104.00	29		$R^2=(0.399)$ $R=(0.632)$	

المصدر : تم إعداد الجدول من الطالب باستخدام بيانات الاستبيان و تشغيل برنامج SPSS

وضح لنا الجدول رقم (16) أعلاه أن قيمة (f) المحسوبة (18.580) عند درجة حرية (1) و (28) ومستوى دلالة (f) البالغ (0.000) حيث أنه أقل من (0.05) المستوى المعتمد لهذه الدراسة ، مما يوجب رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمة المصرفية الإلكترونية و عنصر الأمان في الوكالة البنكية محل الدراسة

مما يؤكد وجود العلاقة بين هذين المتغيرين هو معامل الارتباط الذي قدر بـ (0.632) وهي علاقة طردية متوسطة ومعامل التحديد الذي بلغ (0.399) يفسر أن نسبة (39.9%) فقط من التغيرات التي تحدث في متوسط إجابات أفراد العينة الأمان (المتغير التابع) ترجع إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية (المتغير المستقل).

أما فيما يخص معادلة الانحدار الخطي بين المتغير التابع (الأمان) والمتغير المستقل الخدمة المصرفية الإلكترونية كانت كالآتي:

$$Y=b_0+b_1x$$

$$Y=17.85+0.61x$$

تم قبول نموذج الفرضية الرابعة بمعنوية المعلمتين b_0 و b_1 الإحصائية حيث قدرت بـ 0.000 وهي اقل من المعنوية (0.05) المعتمدة في الدراسة ويفسر هذا النموذج انه عندما تتغير عنصر الخدمة المصرفية الإلكترونية بوحدة واحدة فقط يتغير عنصر الأمان بـ (0.61) وهذا ما أكدته معامل الارتباط

خامسا: اختبار الفرضية الخامسة

. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لعنصر الخدمة المصرفية الإلكترونية على تصميم الموقع عند مستوى دلالة $(a = 0.05)$.

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لعنصر الخدمة المصرفية الإلكترونية على تصميم الموقع عند مستوى دلالة $(a = 0.05)$.

الجدول رقم (17) : تحليل التباين الأحادي ANOVA لإجابات أفراد العينة بين الخدمة المصرفية الإلكترونية و تصميم الموقع

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيم (F) الجدولية	القيم المعنوية sig
بين المجموعات	50.016	1	50.016	24.721	0.000
داخل المجموعات	56.651	28	2.023	عند مستوى الدلالة Alfa= 0.05 :	
التباين الكلي	106.667	29		R =(0.685) R ² =(0.469)	

المصدر : تم إعداد الجدول من الطالب باستخدام بيانات الاستبيان و تشغيل برنامج SPSS

وضح لنا الجدول رقم (17) أعلاه أن قيمة (f) المحسوبة (24.721) عند درجة حرية (1) و (28) ومستوى دلالة (f) البالغ (0.000) حيث أنه أقل من (0.05) المستوى المعتمد لهذه الدراسة ، مما يوجب رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمة المصرفية الإلكترونية و تصميم الموقع في الوكالة البنكية محل الدراسة .

مما يؤكد وجود العلاقة بين هذين المتغيرين هو معامل الارتباط الذي قدر بـ (0.685) وهي علاقة طردية متوسطة ومعامل التحديد الذي بلغ (0.469) يفسر أن نسبة (46.9% فقط من التغيرات التي تحدث في متوسط إجابات أفراد العينة تصميم الموقع (المتغير التابع) ترجع إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية (المتغير المستقل).

أما فيما يخص معادلة الانحدار الخطي بين المتغير التابع (تصميم الموقع) والمتغير المستقل الخدمة المصرفية الإلكترونية كانت كالآتي:

$$Y1=b0+b1x$$

$$Y=2.05+0.67x$$

تم قبول نموذج الفرضية الرابعة بمعنوية المعلمتين 0b و 1 الإحصائية حيث قدرت ب 0.000 وهي اقل من المعنوية (0.05) المعتمدة في الدراسة ويفسر هذا النموذج انه عندما تتغير عنصر الخدمة المصرفية الالكترونية بوحدة واحدة فقط يتغير تصميم الموقع ب (0.67) وهذا ما أكدته معامل الارتباط

سادسا : اختبار الفرضية الرئيسية

Ho لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لمتغير الخدمة المصرفية الالكترونية على تحسين جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة (a = 0.05).

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لمتغير الخدمة المصرفية الالكترونية على تحسين جودة الخدمات عند مستوى دلالة (a = 0.05).

الجدول رقم (18) : تحليل التباين الأحادي ANOVA لإجابات أفراد العينة بين الخدمة المصرفية الالكترونية و جودة الخدمات المصرفية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيم (F) الجدولية	القيم المعنوية sig
الإنحدار	607.704	1	607.704	48.873	0.000
العوامل الباقية	348.163	28	12.434	عند مستوى الدلالة Alfa= 0.05 :	
التباين الكلي	955.867	29		R = (0.797)	R ² =(0.636)

المصدر : تم إعداد الجدول من الطالب باستخدام بيانات الاستبيان و تشغيل برنامج SPSS

بعد إجراء تحليل الانحدار الخطي التي يبينها جدول رقم (18) أعلاه أن قيمة (أ) المحسوبة (48.873) عند درجة حرية (1) و (28) ومستوى دلالة (f) البالغ (0.000) حيث أنه أقل من (0.05) المستوى المعتمد لهذه الدراسة، مما يوجب رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمة المصرفية الإلكترونية و جودة الخدمات المصرفية في الوكالة البنكية محل الدراسة ، من خلال

تحقيق السرعة في تقديم الخدمات البنكية من خلال سهولة الاستخدام و الحرص على تقديم الخدمات بالشكل الصحيح من خلال الاعتمادية و كسب ثقة العملاء بعنصر مهم و هو الأمان و الاستجابة للاستفسارات المقدمة من طرف العملاء من خلال عنصر الاستجابة و سهولة التصفح للموقع الإلكتروني للبنك و ذلك من خلال عنصر تصميم الموقع مما يؤكد وجود العلاقة بين هذين المتغيرين هو معامل الارتباط الذي قدر بـ (0.797) وهي علاقة طردية قوية ومعامل التحديد الذي بلغ (0.636) يفسر أن نسبة (63.6%) فقط من التغيرات التي تحدث في متوسط إجابات أفراد العينة جودة الخدمات المصرفية المتغير التابع ترجع إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية (المتغير المستقل).

خلاصة الفصل الثاني :

توصلنا من خلال دراستنا التطبيقية لهذا الموضوع إلى أن النتائج المتوصل إليها و التي جاءت كلها معنوية ذات دلالة إحصائية وضحت لنا الدور الذي تلعبه الخدمة المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية و هذا أكدناه من خلال معاملات التحديد و الارتباط والانحدار التي كانت ذات دلالة إحصائية و من خلال التحليل الإحصائي لموضوع البحث توصلنا إلى مجموعة من النتائج و التي يمكن إجمالها في ما يلي

-تحرص الوكالة البنكية محل الدراسة على تقديم الخدمة الإلكترونية بالدقة الملائمة للجميع.

- اعتمدت الوكالة البنكية على السعي لتطوير القطاع المصرفي من خلال إدخال التكنولوجيا

-هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الخدمة المصرفية الإلكترونية و عنصر الاعتمادية لجودة الخدمات المصرفية ، حيث بلغ معامل الارتباط الذي قدر بـ (0.774) و معامل التحديد الذي بلغ (0.60) يفسر أن نسبة (60%) فقط من التغيرات التي تحدث في متوسط إجابات أفراد العينة للاعتمادية (المتغير التابع) ترجع إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية المتغير (المستقل) و هذا ما يثبت صحة الفرضية الجزئية الأولى.

-هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الخدمة المصرفية الإلكترونية و عنصر الإستجابة لجودة الخدمات المصرفية ، حيث بلغ معامل الارتباط الذي قدر بـ (0.623) وهي علاقة طردية متوسطة ومعامل التحديد الذي بلغ (0.41) يفسر أن نسبة (41%) فقط من التغيرات التي تحدث في متوسط إجابات أفراد العينة للإستجابة (المتغير التابع) ترجع إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية (المتغير المستقل) و هذا ما يثبت عدم صحة الفرضية الجزئية الثانية.

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الخدمة المصرفية الإلكترونية و عنصر سهولة الاستخدام لجودة الخدمات المصرفية ، حيث بلغ معامل الارتباط الذي قدر بـ (0.623) وهي علاقة طردية متوسطة ومعامل التحديد الذي بلغ (0.41) يفسر أن نسبة (41) فقط من التغيرات التي تحدث في متوسط إجابات أفراد العينة سهولة الإستخدام المتغير (التابع ترجع إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية (المتغير المستقل) و هذا ما يثبت صحة الفرضية الجزئية الثالثة.

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الخدمة المصرفية الإلكترونية و عنصر الأمان لجودة الخدمات المصرفية ، حيث بلغ معامل الارتباط الذي قدر بـ (0.632) وهي علاقة طردية متوسطة ومعامل التحديد الذي بلغ (0.399) يفسر أن نسبة (39.9%) فقط من التغيرات التي تحدث في متوسط إجابات أفراد العينة الأمان المتغير (التابع ترجع إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية (المتغير المستقل) و هذا ما يثبت صحة الفرضية الجزئية الرابعة.

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الخدمة المصرفية الإلكترونية و عنصر تصميم الموقع لجودة الخدمات المصرفية ، حيث بلغ معامل الارتباط الذي قدر بـ علاقة طردية متوسطة ومعامل التحديد الذي بلغ (0.469) يفسر (0.685) وهي أن نسبة (46.9%) فقط من التغيرات التي تحدث في متوسط إجابات أفراد العينة تصميم الموقع (المتغير التابع) ترجع إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية (المتغير المستقل) و هذا ما يثبت عدم صحة الفرضية الجزئية الخامسة.

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الخدمة المصرفية الإلكترونية (المتغير المستقل) و متغير جودة الخدمات المصرفية (المتغير التابع) حيث بلغ معامل الارتباط الذي قدر بـ (0.797) وهي علاقة طردية قوية ومعامل التحديد الذي بلغ (0.636) يفسر أن نسبة (63.6%) فقط من التغيرات التي تحدث في متوسط إجابات أفراد العينة جودة الخدمات المصرفية المتغير (التابع ترجع إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية (المتغير المستقل) و هذا ما يثبت صحة الفرضية الرئيسية.

خاتمة

أصبح من الضروري على البنوك التجارية أن تتماشى مع التطورات التكنولوجية و المعلوماتية ، حيث غيرت جوانب كثيرة في العمل المصرفي و في الاقتصاد العالمي ككل ، و ذلك من أجل الرفع من الأداء البنكي و يتجلى ذلك في تلبية رغبات زبائنهم و تحقيق الأهداف المسطرة بالدقة والسرعة الكبيرة وذلك باستعمال الخدمة المصرفية الالكترونية كعنصر أساسي في المنظومة المصرفية ، وهذا نظرا لما تتمتع به من خصائص تجعلها ذات تأثير كبير على نتيجة الطبيعة التنافسية التي آلت إليها السوق المصرفية مما جعل البنوك تدرك أن زيادة قدرتها التنافسية وتعزيز أوضاعها في السوق لا يكون إلا بتقديم خدمات متنوعة ومتطورة تمتاز بالدقة و سرعة ذات جودة عالية، مما يخلق لنا ارتباط قوي بين عنصر الخدمة المصرفية الالكترونية و جودة الخدمات المصرفية، حيث أن هذه الأخيرة تعتبر أيضا المحور الأساسي الذي يركز عليه النظام المصرفي ، حيث إن الخدمات المتنوعة والمتطورة والتي تمتاز بالدقة لا تتحقق إلا بتوفر المعلومات على مستوى الجودة في البنك ومحاولة قياس مدى إدراك العملاء لجودة الخدمة البنكية وتقييمها ، و من هنا نستطيع القول أنه وجب على المنظومة المصرفية الاعتماد على التكنولوجيا بإدخال الخدمة المصرفية الالكترونية و جودة الخدمة المصرفية كعناصر أساسية لتحقيق الأهداف المسطرة.

النتائج :

من خلال ما تمت دراسته في هذا الدراسة توصلنا إلى مجموعة من النتائج التي يمكن إجمالها كما يلي :

أصبح للخدمة المصرفية الالكترونية دور كبير في المنظومة المصرفية من خلال التطور التكنولوجي وهذا ينعكس على جودة الخدمات المصرفية.

أتاحت الخدمة المصرفية الالكترونية خدمات متطورة استطاعت من خلالها تخفيض التكلفة و زيادة تسويق خدماتها المصرفية.

- ساهمت الوكالة البنكية محل الدراسة على تطوير خدماتها و العمل على تسهيل استخداماتها و اختصار الوقت مما يرفع من جودة و نوعية خدماتها
- اعتماد الوكالة على الخدمة المصرفية الالكترونية و سعيها لتطوير القطاع المصرفي عن طريق إدخال التقنيات الحديثة في العمل المصرفي .

- تعمل الوكالة البنكية محل الدراسة على تحقيق الدقة و السرعة في تقديم خدماتها المصرفية
- تعمل الوكالة البنكية محل الدراسة على كسب ثقة وولاء ورضا العملاء في آن واحد
- اعتماد الوكالة البنكية محل الدراسة على تسهيل تقديم خدماتها عن طريق الموقع الالكتروني للوكالة
- تتم الوكالة البنكية محل الدراسة بتوفير الأمان بخصوصية المعاملات المالية للعملاء

هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الخدمة المصرفية الإلكترونية و عنصر الاعتمادية لجودة الخدمات المصرفية ، حيث بلغ معامل الارتباط الذي قدر بـ (0.774) و معامل التحديد الذي بلغ (0.60) يفسر أن نسبة (60%) فقط من التغيرات التي تحدث في متوسط إجابات أفراد العينة للاعتمادية (المتغير التابع) ترجع إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية المتغير المستقل) و هذا ما يثبت صحة الفرضية الجزئية الأولى.

هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الخدمة المصرفية الإلكترونية و عنصر الاستجابة لجودة الخدمات المصرفية ، حيث بلغ معامل الارتباط الذي قدر بـ (0.623) وهي علاقة طردية متوسطة ومعامل التحديد الذي بلغ (0.41) يفسر أن نسبة (41%) فقط من التغيرات التي تحدث في متوسط إجابات أفراد العينة للاستجابة (المتغير التابع) ترجع إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية (المتغير المستقل) و هذا ما يثبت عدم صحة الفرضية الجزئية الثانية.

-هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الخدمة المصرفية الإلكترونية و عنصر سهولة الاستخدام لجودة الخدمات المصرفية ، حيث بلغ معامل الارتباط الذي قدر بـ علاقة طردية متوسطة ومعامل التحديد الذي بلغ (0.41) يفسر

(0.623) وهي أن نسبة (41%) فقط من التغيرات التي تحدث في متوسط إجابات أفراد العينة سهولة الاستخدام المتغير (التابع) ترجع إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية (المتغير هذا ما يثبت صحة الفرضية الجزئية الثالثة. المستقل) و . هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الخدمة المصرفية الإلكترونية و عنصر الأمان لجودة الخدمات المصرفية، حيث بلغ معامل الارتباط الذي قدر بـ (0.632) وهي علاقة طردية متوسطة ومعامل التحديد الذي بلغ (0.399) يفسر أن نسبة (39.9%) فقط من التغيرات التي تحدث في متوسط إجابات أفراد العينة الأمان (المتغير) (التابع) ترجع إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية المتغير المستقل) و هذا ما يثبت صحة الفرضية الجزئية الرابعة.

هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الخدمة المصرفية الإلكترونية و عنصر تصميم الموقع لجودة الخدمات المصرفية، حيث بلغ معامل الارتباط الذي قدر بـ (0.685) وهي علاقة طردية متوسطة ومعامل التحديد الذي بلغ (0.469) يفسر أن نسبة (46.9%) فقط من التغيرات التي تحدث في متوسط إجابات أفراد العينة تصميم الموقع المتغير التابع ترجع إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية (المتغير المستقل) و هذا ما يثبت عدم صحة الفرضية الجزئية الخامسة. هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الخدمة المصرفية الإلكترونية (المتغير المستقل) و متغير جودة الخدمات المصرفية المتغير التابع حيث بلغ معامل الارتباط الذي

تحليل أثر الخدمة المصرفية الالكترونية على جودة الخدمات المصرفية قدر بـ (0.797) وهي علاقة طردية قوية ومعامل التحديد الذي بلغ (0.636) يفسر أن نسبة (63.6%) فقط من التغيرات التي تحدث في متوسط إجابات أفراد العينة جودة الخدمات المصرفية المتغير التابع ترجع إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية (المتغير المستقل) و (و هذا ما يثبت صحة الفرضية الرئيسية.

توصيات الدراسة :

بعد عرض جملة النتائج المتوصل إليها يمكننا صياغة المقترحات التالية :
ضرورة الاهتمام بالجانب التكنولوجي في العمل المصرفي من أجل سهولة الاستخدام و السرعة و الدقة في الخدمات المصرفية.

وضع سبل لمواجهة التحديات التكنولوجية التي تواجه العمل المصرفي ككل
ضرورة كسب رضا العميل من خلال الثقة الموجودة بين البنك و العملاء تعزيز البحث والتنمية و الابتكار بالتنظيم و البرمجة و تفعيل نتائج البحث الاهتمام بالمقترحات التي يقدمها العملاء و أخذها بمحمل الجد
الاعتماد على جودة الخدمات المصرفية كونها عامل أساسي لخلق التنافسية بين البنوك

آفاق البحث :

من الملاحظ أن البحث الذي قمنا به هو مجرد توضيح لدور الخدمة المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية و عليه فان البحث ما زال في مهده ، لذا نجد إمكانية مواصلة البحث من جوانب أخرى لها

صلة بالموضوع :

دور الخدمة المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الأداء البنكي .
أثر الخدمة المصرفية الالكترونية على الاعتمادية لجودة الخدمات المصرفية
أثر استخدام الخدمة المصرفية الالكترونية على تنافسية البنوك.



قائمة

المصادر والمرأجع

أ. الكتب :

1. بورك برس، إدارة الأعمال التجارية الإلكترونية، مكتبة لبنان والشركة المصرية العالمية، بيروت، 2003.
- 2 رعد حسن الصرن ، " عولمة جودة الخدمة المصرفية " ، دار التواصل العربي للطباعة والنشر و التوزيع ، دمشق ، بدون ذكر بلد النشر ، بدون ذكر رقم الطبعة ، 2007 .
- 3 محمود حسين الوادي ، عبد الله إبراهيم نزال ، " إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية ، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، الطبعة الأولى ، 2010.
- 4 ناظم مُجّد نوري الشمري ، عبد الفتاح زهير العبد اللات ، "الصيرفة الإلكترونية (الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع "، الطبعة الأولى ، دار وائل للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2008
5. نبيل ذنون جاسم ، مثال مرهون مبارك ، "معوقات تطبيق الصيرفة الإلكترونية في القطاع المصرفي الحكومي "، معهد الإدارة ، بغداد ، 2009/2008
6. وسيم مُجّد حداد و آخرون " الخدمات المصرفية الالكترونية " دارالمسيرة للنشر و التوزيع والطباعة ، عمان ، الأردن ، 2012. وسيم مُجّد حداد و آخرون " الخدمات المصرفية الالكترونية " دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان ، الأردن ، 2012

ب . الرسائل الجامعية :

7. آسيا قاسيمي ، " اثر العولمة المالية على تطويل الخدمات المصرفية وتحسين القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية " ، أطروحة دكتوراه، تخصص اقتصاديات المالية و البنوك ، شعبة العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة أحمد بوقرة بومرداس ، الجزائر ، 2014 – 2015 .
- 8 بوعكاز عامر ، " تطبيق الإدارة الالكترونية كآلية لتحسين جودة الخدمات المصرفية (دراسة ميدانية) " ، أطروحة دكتوراه ، تخصص إدارة منظمات ، شعبة علوم تسيير ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة زيان عاشور ، الجلفة ، الجزائر ، 2019 2020
- 9 جبلي هدى ، " قياس جودة الخدمة المصرفية – دراسة حالة بنك البركة الجزائري - ، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير ، ص 2006 – 2007 تخصص تسويق ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة منتوري ، ، قسنطينة الجزائر

10. حلوز وفاء ، " تدعيم جودة الخدمة البنكية و تقييمها من خلال رضا العميل - دراسة حالة البنوك العمومية الجزائرية بولاية تلمسان " ، أطروحة دكتوراه ، تخصص بنوك ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة أبو بكر بلقايد ، تلمسان ، الجزائر ، 2013-
11. رشيد بوعافية " الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري " ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية (غير منشورة) ، فرع نقود ومالية ، جامعة البليدة ، الجزائر ، 2005.
12. سلماني فاطمة ، "جودة الخدمات المصرفية و أثرها على تحقيق رضا الزبون - دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية badr وكالة لمسيلة ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي في علوم التسيير ، تخصص استراتيجية و تسويق ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة المسيلة ، المسيلة ، الجزائر ، 2013 - 2014
13. شيروف فضيلة، أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية، دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في التسويق ، قسم علوم تجارية، : تسويق، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة منتوري قسنطينة، 2009-2010 .
14. صلاح الدين مفتاح سعد الباهي ، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا الزبائن ، دراسة ميدانية على البنك الإسلامي الأردني ، رسالة قدمت ضمن متطلبات الحصول على درجة ماجستير في إدارة الاعمال قسم إدارة الاعمال ، جامعة الشرق الأوسط ، الأردن 2016 .
15. عبد الرحيم وهيبة ، "إحلال وسائل الدفع التقليدية بالإلكترونية مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير ، قسم علوم التسيير، فرع نقود ومالية ، جامعة الجزائر 2006 . 16. عمران علي أبوخريص ،مصطفى أحمد شكشك، التسويق الالكتروني و أثره على جودة الخدمات المصرفية - دراسة ميدانية عن المصارف التجارية بمدينة زليتن ، قسم الهندسة الميكانيكية، كلية الاقتصاد والتجارة، الجامعة الأسمرية، المجلة الجامعة العدد السابع عشر المجلد الثاني - أغسطس 2015
17. كاهنة حركات ، " دور جودة الخدمات المصرفية في تحسين أداء البنوك التجارية - دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري وكالتي أم البواقي و عين امليلة ، مذكرة مكملية ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي تخصص مالية و بنوك ، كلية علوم الاقتصادية ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم لبواقي ، الجزائر 2016 - 2017 .

ج . المجالات :

18. أديب قاسم شندي ، الصيرفة الالكترونية أنماطها و خيارات القبول و الرفض " ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية ، العدد : 27 ، كلية الإدارة و الاقتصاد ، جامعة واسط ، 2011 19. بوعافية رشيد ، زويتة مُجَد الصالح ، الصيرفة الالكترونية – الواقع و التحديات ، مجلة الاقتصاد الجديد ، عدد : 3 ، جامعة بومرداس ، الجزائر ، ماي 2011 .

20. زبير عياش ، سمية عباسية ، "الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة و تطوير البنوك الجزائرية " ، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 46 ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة العربي بن مهيدي ام لبواقي ، الجزائر، ديسمبر 2016.

21. بريس عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية لبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 03، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف .

22. بشرير عمران ، تهمتان موارد ، أثر الخدمات المصرفية الالكترونية على تحسين جودة الخدمات بالمصارف - دراسة حالة الوكالات العمومية و الخاصة بولاية لبليدة ، معارف مجلة علمية محكمة ، العدد : 20 ، الجزائر ، جوان 2016.

23. بن عمر خالد ، بورزامة جيلاني ، "واقع الصيرفة الالكترونية في الجزائر" ،مجلة بحوث اقتصادية عربية ، العدد: 80 ، جامعة المُجَد بوقرة ،بومرداس ، الجزائر ، يوليو 2019.

24. عبد الرحيم الشحات ، " المخاطر المالية في نظم المدفوعات في التجارة الإلكترونية "، مجلة الباحث ، العدد (02) ، جامعة الملك عبد العزيز ، 2007.

25. مُجَد المنصف تطار النظام المصرفي الجزائري و الصيرفة الالكترونية .

مجلة العلوم الإنسانية ، العدد 02 ، جامعة بسكرة ، الجزائر ، جوان 2002

د المنشورات و الورقات البحثية

26. الهادي الشايب عينو، الجوانب القانونية الناجمة عن استخدام الحاسب

الآلي في المصارف المصارف العربية والنجاح في عالم متغير، اتحاد المصارف العربية، بيروت، 2002 .

27. بشير عباس العلاق ، " الخدمات الالكترونية بين النظرية و التطبيق منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية

، القاهرة ، 2004.

هـ . المؤتمرات والملتقيات

رحيم حسين ، أ. هواري معراج ، " الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية"، ورقة بحثية مقدمة ضمن ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية و التحولات الاقتصادية واقع و تحديات ، المركز الجامعي - برج بوعريج ، جامعة الأغواط ، الجزائر.

29. عبد الغني ربوح ، نور الدين غردة ، " تطبيق الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع والآفاق"، المؤتمر الدولي العلمي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات الراهنة ، جامعة ورقلة ، 11-12-2008 .

30. مزيف عاشور ، معموري صورية ، عصرنة القطاع المصرفي و المالي وواقع الخدمات البنكية الالكترونية بالجزائر ، " المؤتمر الدولي العلمي حول اصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات الراهنة ، 11/12/2008.

و . مواقع الأنترنت :

31. محمد الدهيمي، سلسلة أكثر من عشرين ثغرة انتشارا وحدوثا، الحقن الاستعلامية، مركز التميز بأمن المعلومات، جامعة الملك عبد العزيز، متاح على

<http://www.coeia.edu.sa/index.php/ar/...../article.html>

<https://ar.wikipedia.org/>

الملك الحق

الملحق 01: حساب معامل ألفا كرونباخ ب SPSS25

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.614	25

الملحق 02: حساب دراسة العينة ب SPSS25

Statistics					
		الجنس	العمر	الخبرة المهنية	المستوى التعليمي
N	Valid	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0

الجنس					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	17	56.7	56.7	56.7
	أنثى	13	43.3	43.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

العمر					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	سنة 30 من أقل	10	33.3	33.3	33.3
	40 الى 30 من	14	46.7	46.7	80.0
	40 من أكثر سنة	6	20.0	20.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

الخبرة المهنية					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	سنوات 5 من أقل	8	26.7	26.7	26.7
	10 الى 5 من سنوات	14	46.7	46.7	73.3
	سنة 20 الى 11 من	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

المستوى التعليمي					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ثانوي	4	13.3	13.3	13.3
	ليسانس	14	46.7	46.7	60.0
	ماجستير - ماستر	9	30.0	30.0	90.0
	دكتوراه	3	10.0	10.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

الملحق 03 : حساب المتوسطات و التباينات الحسابية ب SPSS25

Statistics		
الصيرفة الالكترونية		
N	Valid	30
	Missing	0
Mean		2.5733
Std. Deviation		.39211

Statistics		
بعد الاستجابة		
N	Valid	30
	Missing	0
Mean		2.3667
Std. Deviation		.41384

Statistics		
بعد الاعتمادية		
N	Valid	30
	Missing	0
Mean		2.8667
Std. Deviation		.26042
Statistics		
سهولة الاستخدام		
N	Valid	30
	Missing	0
Mean		2.6500
Std. Deviation		.55940

Statistics		
الأمان		
N	Valid	30
	Missing	0
Mean		2.6600
Std. Deviation		.47943

Statistics		
تصميم الموقع		
N	Valid	30
	Missing	0
Mean		2.6667
Std. Deviation		.47946

الملحق 04 : اختبار و تحليل فرضيات الدراسة

1 - اختبار بعد الاعتمادية

مصفوفة ارتباط الاعتمادية			
		الاعتمادية	_الصيرفة الالكترونية
Pearson Correlation	الاعتمادية	1.000	.774
	_الصيرفة الالكترونية	.774	1.000
Sig. (1-tailed)	الاعتمادية	.	.000
	_الصيرفة الالكترونية	.000	.
N	الاعتمادية	30	30
	_الصيرفة الالكترونية	30	30

Variables Entered/Removed ^a			
Mode	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	_الصيرفة الالكترونية ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: الاعتمادية			
b. All requested variables entered.			

Model Summary ^b				
Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 ^a	.600	.585	.67064
a. Predictors: (Constant), _الصيرفة, الالكترونية				
b. Dependent Variable: الاعتمادية				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18.873	1	18.873	41.963	.000 ^b
	Residual	12.593	28	.450		
	Total	31.467	29			
a. Dependent Variable: الاعتمادية						
b. Predictors: (Constant), الالكترونية الصيرفة						

2 - اختبار بعد الاستجابة

Correlations			
		الاستجابة	_الصيرفة الإلكترونية
Pearson Correlation	الاستجابة	1.000	.623
	_الصيرفة الإلكترونية	.623	1.000
Sig. (1-tailed)	الاستجابة	.	.000
	_الصيرفة الإلكترونية	.000	.
N	الاستجابة	30	30
	_الصيرفة الإلكترونية	30	30

Variables Entered/Removed ^a			
Mode	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	_الصيرفة الإلكترونية ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: الاستجابة			
b. All requested variables entered.			

Model Summary ^b				
Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.623 ^a	.41	.317	1.68139
a. Predictors: (Constant), _الصيرفة الإلكترونية				
b. Dependent Variable: الاستجابة				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.309	1	3.309	20.109	.000 ^b
	Residual	49.158	28	2.827		
	Total	52.467	29			
a. Dependent Variable: الاستجابة						
b. Predictors: (Constant), _الصيرفة الإلكترونية						

3 - اختبار بعد سهولة الاستخدام

Correlations			
		سهولة الاستخدام	الصيرفة الإلكترونية
Pearson Correlation	سهولة الاستخدام	1.000	.711
	الصيرفة الإلكترونية	.711	1.000
Sig. (1-tailed)	سهولة الاستخدام	.	.000
	الصيرفة الإلكترونية	.000	.
N	سهولة الاستخدام	30	30
	الصيرفة الإلكترونية	30	30

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	الصيرفة الإلكترونية ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: سهولة الاستخدام			
b. All requested variables entered.			

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.711 ^a	.505	.487	1.60229
a. Predictors: (Constant), الصيرفة الإلكترونية				
b. Dependent Variable: سهولة الاستخدام				

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
1	Regression	73.315	1	73.315	.000 ^b
	Residual	71.885	28	2.567	
	Total	145.200	29		
a. Dependent Variable: سهولة الاستخدام					
b. Predictors: (Constant), الصيرفة الإلكترونية					

3 - اختبار بعد الأمان :

Correlations			
		الأمان	_الصيرفة الإلكترونية
Pearson Correlation	الأمان	1.000	-.632-
	_الصيرفة الإلكترونية	-.632-	1.000
Sig. (1-tailed)	الأمان	.	.000
	_الصيرفة الإلكترونية	.000	.
N	الأمان	30	30
	_الصيرفة الإلكترونية	30	30

Variables Entered/Removed ^a			
Mode	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	_الصيرفة الإلكترونية ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: الأمان			
b. All requested variables entered.			

Model Summary ^b				
Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.632 ^a	.399	.377	1.49424
a. Predictors: (Constant), _الصيرفة الإلكترونية				
b. Dependent Variable: الأمان				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41.483	1	41.483	18.580	.000 ^b
	Residual	62.517	28	2.233		
	Total	104.000	29			
a. Dependent Variable: الأمان						
b. Predictors: (Constant), الإلكترونيّة الصيرفة						

4 - اختبار بعد تصميم الموقع :

Correlations			
		الموقع تصميم	الصيرفة الإلكترونية
Pearson Correlation	الموقع تصميم	1.000	.685
	الصيرفة الإلكترونية	.685	1.000
Sig. (1-tailed)	الموقع تصميم	.	.000
	الصيرفة الإلكترونية	.000	.
N	الموقع تصميم	30	30
	الصيرفة الإلكترونية	30	30

Variables Entered/Removed ^a			
Mode	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	الصيرفة الإلكترونية ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: الموقع تصميم			
b. All requested variables entered.			

Model Summary ^b				
Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.685 ^a	.469	.450	1.42241
a. Predictors: (Constant), الصيرفة الإلكترونية				
b. Dependent Variable: الموقع تصميم				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	50.016	1	50.016	24.721	.000 ^b
	Residual	56.651	28	2.023		
	Total	106.667	29			
a. Dependent Variable: الموقع تصميم						
b. Predictors: (Constant), الصيرفة الإلكترونية						

5 - اختبار ارتباط الصيرفة الالكترونية بجودة الخدمات المصرفية

Correlations			
		_متغير صيرفة	_الصيرفة الالكترونية
Pearson Correlation	صيرفة _متغير	1.000	.797
	_الصيرفة الالكترونية	.797	1.000
Sig. (1-tailed)	صيرفة _متغير	.	.000
	_الصيرفة الالكترونية	.000	.
N	صيرفة _متغير	30	30
	_الصيرفة الالكترونية	30	30

Variables Entered/Removed ^a			
Mode	Variables	Variables	Method
I	Entered	Removed	
1	_الصيرفة الالكترونية ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: صيرفة _متغير			
b. All requested variables entered.			

Model Summary ^b				
Mode	R	R	Adjusted R	Std. Error of
I		Square	Square	the Estimate
1	.797 ^a	.636	.623	3.52624
a. Predictors: (Constant), _الصيرفة الالكترونية				
b. Dependent Variable: صيرفة _متغير				

ANOVA ^a					
Model		Sum of	df	Mean	Sig.
		Squares		Square	
1	Regression	607.704	1	607.704	48.873
	Residual	348.163	28	12.434	
	Total	955.867	29		
a. Dependent Variable: صيرفة _متغير					
b. Predictors: (Constant), _الصيرفة الالكترونية					

الجزء الأول المعلومات و البيانات

الجنس	ذكر	أنثى

العمر	أقل من 30 سنة	من 30 إلى 40	أكثر من 40 سنة

الخبرة المهنية	أقل من 5 سنوات	من 5 إلى 10 سنوات	من 11 إلى 20 سنة	أكثر من 20 سنة

المستوى التعليمي	ثانوي	ليسانس	ماجستير - ماجستير	دكتوراه

الجزء الثاني: متغيرات الدراسة

البعد	الفقرات	موافق	محايد	غير موافق
البعد الاعتمادية	1- يوفر البنك قاعدة بيانات متاحة للعملاء في أي وقت .			
	2- يحرص الموظفون على عدم وجود أخطاء عند تقديم الخدمة.			
	3- يحرص البنك على تقديم الخدمة بالشكل الصحيح.			
	4- تتميز الخدمات الالكترونية المقدمة بالدقة و الملائمة للجميع.			
	5- يتم الرد على الاستفسارات حول الخدمة الالكترونية في وقت قصير.			
البعد الاستجابة	6- يستجيب الموظفون على أي استفسار من العملاء.			
	7- يتم ا ول على الخدمات الالكترونية للبنك دون تأخير .			
	8- يهتم البنك بالشكاوي و المشاكل التي تواجه العملاء			
	9- أستطيع التحول من خدمة الكترونية إلى أخرى بسرعة .			
	10- تقدم الخدمات الم رفية الالكترونية مساعدة سريعة لتوجيه العملاء			
البعد الاستخدام	11- يساعدني استخدام الخدمات الالكترونية على انجاز كافة المهام .			
	12- يعتبر استخدام الخدمة الم رفية الالكترونية سهلا.			
	13- أشعر بالثقة في البنك عند تحويل الأموال عبر ا سابات الالكترونية .			
	14- الشعور بالارتياح أثناء إجراء المعاملات الم رفية عبر الانترنت .			
	15- اشعر بالراحة عند تقديم معلوماتي الشخصية للبنك عبر الانترنت .			
البعد الأمان	16- أشعر بالأمان عند تعاملي مع البنك الكترونيا .			
	17- يوفر الموقع الالكتروني للبنك معلومات وخدمات كافية لخدمة العملاء.			
	18- يتميز الموقع الالكتروني للبنك بت حيم منظم يساعدني على ت فتح بسهولة.			
	19- يتم تحديث الموقع الالكتروني للبنك بشكل دائم و مستمر.			
	20- اللغة المستخدمة في الموقع الالكتروني للبنك واضحة و مفهومة.			
البعد مهم الموقع	21- توفر ال برفة الالكترونية سهولة عرض كشف ا سابات و الأ ر مدة.			
	22- توفر ال برفة الالكترونية سهولة إنشاء حساب الكتروني .			
	23- يحافظ البنك على خ و يات العملاء في المعاملات المالية .			
	24- إمكانية استخدام البطاقات الالكترونية بكل سهولة في كل مكان .			
	25- القيام بكافة العمليات من سحب ، إيداع ..ألخ التي تتم على حسابات العملاء بشكل مستمر .			