



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير

قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة: علوم اقتصادية

تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

دور الصيرفة الالكترونية في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك

دراسة استطلاعية لعينة من موظفي القطاع المصرفي بولاية الوادي
لوكالات - TRUST.BARAKA.BADAR.BEA.CENEP

من إشراف الأستاذ:

قعيد ابراهيم

من إعداد الطالبات:

حوفار لبنى

حماني وردة

سويسى رندة

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الصفة	الجامعة	الصفة
د. عطاء الله عمر	استاذ محاضر أ	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	رئيسا
د. قعيد ابراهيم	استاذ محاضر أ	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	مشرفا ومقررا
د. بوسواك امال	استاذ محاضر أ	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2020/2019



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير

قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة: علوم اقتصادية

تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

دور الصيرفة الالكترونية في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك

دراسة استطلاعية لعينة من موظفي القطاع المصرفي بولاية الوادي
لوكالات - TRUST.BARAKA.BADAR.BEA.CENEP

من إشراف الأستاذ:

قعيد ابراهيم

من إعداد الطالبات:

حوفار لبنى

حماني وردة

سويسى رندة

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الصفة	الجامعة	الصفة
د. عطاء الله عمر	استاذ محاضر أ	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	رئيسا
د. قعيد ابراهيم	استاذ محاضر أ	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	مشرفا ومقررا
د. بوسواك امال	استاذ محاضر أ	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الرَّحِيمِ

الإهداء

اللهم لك الحمد أنت نور السماوات والأرض ومن فيهن، اللهم لك أسلمت وعليك توكلت

باسم الله الذي لاتضيع ودائعه

إلى من نذرت عمرها في أداء رسالة صنعتها من أوراق الصبر وطرزتها في ظلام الدهر على سراج الأمل
بلا فتور أو كلل رسالة تعلم العطاء كيف يكون العطاء والصبر كيف يكون، إلى التي لن تكفيني في
وصفها الكلمات ولو كانت مداد السماوات والأرض

قبس نور حياتيأمي الغالية(خالد حكيمة)

إلى سند ظهري وحامل عبئي إلى من علمني الكفاح والمثابرة، إلى من كلله الله بالهيبة والوقار، إلى من

علمني العطاء بدون انتظار إليك والدي العزيز.....(حوفار عبد القادر)

إلى رمز العز والشموخ إلى الذي كان يزيد في عزيمتي وقوتي ليوصلني إلى ما وصلت إليه اليوم خالي العزيز

وأبي الثاني.....(خالد رابح)

إلى روح جدتي التي لم يكتب لها أن تراني على هذا المنبر، إلى من تسللت صورتها إلى جوف قلبي حتى

استولى خيالها على نفسي، إلى مجمع الفؤاد والروح.....تلك هي جدتي وأمي الثانية رحمها

الله وطيب ثراها

أسأل الله أن يجمعني بها في أعلى درجات دار الخلد والجنان(جنيدي بركاهم)

إلى جوهرتين من النساء التي ينحني قلبي لهما عظمة وخلودا، إلى الأخت التي لم تلدها أمي، ومعلمتي

الثانية ورمز الحنان خالتي " سليمة"، وأختي التي غمرتني بحنانها " هاجر، وزوجها" البار إبراهيم

إلى من هم سندي في الحياة أحوالي الأعزاء: " إسماعيل، يحيى، جمال الدين، علي، أحمد رحمه الله وطيب

ثراه وجعل الجنة مثواه"، وزوجات أحوالي وأولادهم

وعلى وجه الخصوص: يوسف، بلخير، فطيمة، سامية، مسعودة، فريدة، نجاة، سارة، ريان

إلى زينة الحياة الدنيا وبرائتها، إلى بهجة البيت وفرحتها طيورنا: " يثرب، إسماعيل، أيوب، هداية الرحمان،

إبراهيم، رائد، يونس، ضياء الدين، إسراء، هارون، سراج الدين، أمينة، إكرام، رتاج، دورصاف، ميسة،

رائد، محمد رامي، معتز بالله

إلى من دفعوا بي نحو طريق النجاح، وكان بيتهم مؤوا لي وغمروني بكل الحب والحنان: " خالتي ريحة "

وجميع أولادها وعلى وجه الخصوص: أختي "عبله" و" بسمه، والأخ العزيز "فراس"، " هيثم"

إلى من قضيت معهم أجمل الأوقات والساعات رفقاء دربي: " سعيدة، إلهام، منال، إيمان، منال، إلهام،

لبنى

نور، حسناء، كريمة، إبتسام "

الأهداء

نحمد الله تعالى الذي قدرنا على شرب جرعة ماء من هذا العلم الواسع، فالعلم لا يتم إلا بالعمل
فأهدي ثمرة جهدي التي طالما تمنيت إهدائها وتقديمها في أحلى طبق
إلى التي حملتني وهنا على وهن وكانت سندي طيلة مستوأي الدراسي ودعواها إلي بالنجاح، وقاست
تأملت لألمي وسهرت على تربيّتي، إلى من رعتني بعطفها وحنانها وسمعت طرب الليل من أحلي، وإلى أول
كلمة نطقت بها شفتاي
« أمي الحبيبة بكاري سعاد »
إلى مصدر فخري و اعتزازي الذي أنار شمعة مستقبلتي، إلى من غرس فيا حل التعلم، إلى ذلك القلب
الواسع الذي احتضن عثرات على طول الأيام، إلى الذي أوطني إلى ما أنا عليه
« أبي الغالي محمد لعروسي حماني »
إلى من تطلعت معهم لتحقيق الحلم حتى صار الحلم حقيقة « إخوتي الأعزاء »
إلى أجمل هدية هدتني إياها الحياة، من سعدت برفقتهم في دروب الحياة أصدقائي وعلى رأسهم صديقتي
الغالية رندة وخيرة وصفاء حميدة، خولة فايّزة هدى، لبنى رندة
إلى أساتذتي المحترمين الذين صرخوا أوقاتهم في تعليمي وحسن توجيهي .

وردة

الإهداء

إلى رمز التضحية والعطاء نور دربي

«والدي»

إلى من زرع في نفسي الطموح والمثابرة

«والدي»

إلى الروح التي أشتاق إليها دائما روح

«جدي، جدي»

إلى من عاشت عيونهم ذكريات طفولتي وشبابي إخواني وأخواتي

إلى كل أحبتي بعيدهم وقريبهم

إلى من ضاقت السطور من ذكرهم فوسعهم قلبي صديقاتي: شروق إيمان خديجة، خولة عبير نسيبة وفاء

نهاد سمية، سهير، روميضاء و حكيمة رحمة الله عليها

إلى من تقاسمتا معي طول العمل والجهد وردة و لبنى

إلى خطيبي عبد الرزاق

إلى من كان عوننا لنا بعد الله سبحانه وتعالى الأستاذ الفاضل قعيد إبراهيم

إلى كل محبي العلم والمعرفة

إلى كل أساتذتي بكلية العلوم الاقتصادية من وقت ما حطت قدمي فيها وصولا لنهاية المسار

إلى كل روح شاركتني بدعائها إلى كل من سقط سهوا من قلبي أهدي ثمرة جهدي هذه

رنحة

شكر وتقدير

الحمد لله منزل القرآن معلم البيان نستعين به ونستهديه لما يقربنا إليه ونؤمن به ونتوكل عليه في جميع حالاتنا والصلاة والسلام على أفضل مبعوث للعاملين سيدنا ونبينا محمد وعلى آله وصحبه وتابعيه بإحسان إلى يوم الدين.

في البداية نتقدم بخالص شكرنا إلى الأستاذ المشرف "قعيد إبراهيم" الذي لم يدخر جهداً لمساعدتنا في إنجاز هذا العمل وعلى المجهود الذي بذله معنا من خلال متابعتة للعمل بنصائحه القيمة، وكل أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، وكل أساتذة جامعة حمه لخضر بالوادي.

كما لا يفوتنا أن نشكر الأساتذة المحكمين الذين حكموا الاستبيان الخاص بدراستنا، كما لا ننسى تقديم كل الشكر إلى موظفي البنوك محل الدراسة والعاملة بوكالة الوادي الذين قدموا لنا يد المساعدة والإجابة على استمارات الاستبيان المقدمة لهم، ونخص بالذكر السيد: الصادق رزيق، والسيد: خادم الله طلال. وفي الأخير نشكر كل من قدم يد العون والمساعدة من قريب أو من بعيد راجين من المولى عز وجل أن يجازيهم خير جزاء إنه مجيب الدعاء.

والله ولي التوفيق

حوفار لبنى

حماني وردة

سويسي رندة

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الصيرفة الإلكترونية بمختلف قنواتها (الصراف الآلي، الصيرفة المنزلية، الصيرفة عبر الهاتف) وأنماطها (الموقع التبادلي، الاتصالي، التفاعلي) في تحسين جودة الخدمة المصرفية، وذلك من خلال مختلف أبعادها: الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الثقة والمصداقية، الملموسية، وقد اعتمدت دراستنا على أسلوب المسح الاجتماعي بغية جمع البيانات والوصول إلى النتائج المرجوة، إذ تمثل مجتمع الدراسة في موظفي (5) وكالات بنكية على مستوى ولاية الوادي لسنة 2020، وهذا باستخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة بغرض اختبار العينة.

وقد صممت استبانة لأجل الإلمام بمختلف المعلومات من عينة الدراسة، وبلغ العدد الإجمالي للاستبانات القابلة للتحليل (29) استبانة، حيث تم إخضاع هذه الأخيرة للمعالجة وفق ما يتوافق وأهداف البحث، وقد كان الهدف الأسمى في هذه الدراسة هو وجود علاقة ذات دلالة احصائية للصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية في تحسين جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر موظفي البنوك المبحوثة.

وقد أظهرت نتائج الدراسة بأن هناك تأثير للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمة المصرفية المقدمة من قبل موظفي البنوك محل الدراسة، كما أنه يجب على هذه البنوك العمل على تنمية قدرات موظفيها من جهة، ومعالجة جانب ضعف تعاملها في معرفة كيفية استخدام قنوات الصيرفة الإلكترونية من جهة أخرى.

كلمات مفتاحية: الصيرفة الإلكترونية - البنوك - أبعاد الخدمة المصرفية - جودة الخدمة المصرفية

Abstract:

This study aimed to find out the impact of electronic banking in its various channels (cash dispenser, home banking, telephone banking), and their patterns (site exchange, communicative, interactive) improving the quality of banking service, and that through its dimensions: reliability, responsiveness, sympathy, trust and credibility, tangible, and we used social survey method in order to collect information and desired results, the study population represented in our study by the employees of (5) banking agencies of the state of EL-OUAD for a year 2020, this is by using the simple random sampling method in order to examine the sample.

For this a questionnaire was designed to get all information from the study sample, the number of the questionnaires that can be analyzed reached (29) questionnaires, as these were subjected to processing in the line of the objectives of research, the ultimate objective of this study was to find a statistically significant relationship to electronic banking in Algerian banks improving the quality of banking service from the viewpoint of the employees of the banks studies.

The results of the study also showed that there is an effect of electronic banking service provided by the banks under study, also he must on these banks work on developing the capacities of its employees on the one hand, and processing the weakness of its dealers in knowing how to use electronic banking channels on the other hand.

Key words: electronic banking- banking- dimensions of banking- service- quality of banking service.

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات

الصفحة	المحتوى
III	إهداء
IV	شكر وعرفان
v	الملخص
VII	قائمة المحتويات
IX-XI	قائمة الجداول
XII	قائمة الأشكال
XIII	قائمة الملاحق
أ-ث	المقدمة
الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: عموميات حول الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمات المصرفية
3	المطلب الأول: مدخل الصيرفة الالكترونية
17	المطلب الثاني: مدخل عام لجودة الخدمة المصرفية
33	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
33	المطلب الأول: الدراسات المتعلقة بالصيرفة الالكترونية
44	المطلب الثاني: الدراسات المتعلقة بجودة الخدمة المصرفية
55	المطلب الثالث: الدراسات المتعلقة بالصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمة المصرفية
65	خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني: الدراسة الميدانية	
66	تمهيد
67	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في البحث
67	المطلب الأول: تحديد المتغيرات
70	المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة
79	المطلب الثالث: تصميم وإجراءات واختبار أداة الدراسة

85	المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة
85	المطلب الأول: المؤشرات الوصفية لعينة الدراسة
107	المطلب الثاني: اختبار الفرضيات
125	المطلب الثالث: عرض النتائج ومناقشتها
128	خلاصة الفصل الثاني
130	الخاتمة
135	قائمة المراجع
148	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
35	دراسة بشرى محمد سامي	(1 - 1)
36	دراسة أسماء خيضر، أحمد صبحي	(2 - 1)
37	دراسة جمال هداش محمد	(3 - 1)
38	دراسة زبير عياش، سمية عباسية	(4 - 1)
39	دراسة موسى أحمد أبو تمة، إدريس محمد عمر حاج الأمين	(5 - 1)
40	دراسة Loannis e.chaniopoukos	(6 - 1)
41	دراسة Loay salhieh ct- al	(7 - 1)
42	دراسة Joseph funsho omonaiye ct-al	(8 - 1)
43	دراسة Khedim Mohammed Mehdi	(9 - 1)
44	دراسة Ishraga Khatteb	(10 - 1)
45	دراسة ميسر إبراهيم أحمد الجبوري	(11 - 1)
46	دراسة جابر حمدان العجمي	(12 - 1)
47	دراسة سامر قاسم	(13 - 1)
48	دراسة جميل جابر جميل علوانة	(14 - 1)
49	دراسة عامر علي أحمد، أحمد جدعان حماد	(15 - 1)
50	دراسة بشرى عبد إبراهيم، محمد مهدي عكاب	(16 - 1)
51	دراسة 1999 Mathew joseph ct al	(17 - 1)
52	دراسة Wasim Ibrahim habil, ct-al	(18 - 1)
53	دراسة Nayef salah Ghanmri	(19 - 1)
54	دراسة Ibrahim Hussein Musa ct-al	(20 - 1)
55	دراسة Sri Mukstar Sahib	(21 - 1)
57	دراسة كمال مولوج، محمد طلحة	(22 - 1)
58	دراسة سامر مصطفى، رهدف بدران تعلقو	(23 - 1)

59	دراسة عباس نوار كحيط الموسوي	(24 -1)
59	دراسة هديل عادل طاهر، عبد الرضا شفيق البصري	(25 -1)
60	دراسة يونس أمية أبو خطوه، أبو عزم اللاقي أبو جديرية	(26 -1)
61	دراسة Soheila Ghane ct-al	(27 -1)
62	دراسة Hosein khanifar ct-al	(28 -1)
63	دراسة Miran Ismail Hussien, Rasha El Aziz	(29 -1)
64	دراسة Abdullah Attia AL Zahrani, Ahmad AL Zahrani	(30 -1)
65	دراسة Jagdeep singh,Jyotsna Sharma	(31 -1)
73	مجمع الدراسة	(1 -2)
74	يوضح عدد الاستثمارات الموزعة على عينة الدراسة المسترجعة والقابلة للتحليل	(2 -2)
75	أعداد وأنواع الاستبيانات المستخدمة في البحث	(3 -2)
83	ترقيم المعلومات الشخصية	(4-2)
86	نتائج اختبار وثبات صدق الدراسة للمحور الثاني	(5 -2)
86	نتائج اختبار وثبات صدق للمحور الثالث	(6 -2)
87	نتائج اختبار وثبات صدق للمحور الرابع	(7 -2)
87	يوضح خصائص مفردات عينة الدراسة	(8 -2)
90	توزيع أفراد العينة حسب البنوك	(9 -2)
91	توزيع العينة حسب الجنس	(10 -2)
92	توزيع العينة حسب متغير العمر	(11 -2)
94	توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	(12 -2)
95	توزيع العينة حسب متغير عدد سنوات العمل بالبنك	(13 -2)
96	توزيع العينة حسب متغير المركز الوظيفي	(14 -2)
98	إجابات الأسئلة ودلالاتها	(15 -2)
98	جدول تكرارات لفقرات المحور الثاني	(16 -2)
102	جدول التكرارات لفقرات المحور الثالث	(17 -2)

105	جدول التكرارات لفقرات المحور الرابع	(2- 18)
109	تأثير الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك	(2- 19)
110	جدول يوضح قيمة معامل التحديد للفرضية H01	(2- 20)
111	نتائج اختبار معاملات العلاقة الخطية للفرضية الرئيسية H01	(2- 21)
112	تأثير الصراف الآلي على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك	(2- 22)
113	يوضح قيمة معامل التحديد للفرضية H1-1	(2- 23)
113	نتائج اختبار معاملات العلاقة الخطية للفرضية الفرعية الأولى H1-1	(2- 24)
114	تأثير الصيرفة المنزلية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك	(2- 25)
115	يوضح قيمة معامل التحديد للفرضية H1-2	(2- 26)
115	نتائج اختبار معاملات العلاقة الخطية للفرضية الفرعية الثانية H1-2	(2- 27)
116	تأثير الصيرفة عبر الهاتف على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك	(2- 28)
117	يوضح قيمة معامل التحديد للفرضية H1-3	(2- 29)
118	نتائج اختبار معاملات العلاقة الخطية للفرضية الفرعية الثالثة H1-3	(2- 30)
119	تأثير الصيرفة عبر الانترنت على الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك	(2- 31)
119	يوضح قيمة معامل التحديد للفرضية H1-4	(2- 32)
120	نتائج اختبار معاملات العلاقة الخطية للفرضية الفرعية الرابعة H1-4	(2- 33)
120	تأثير أنماط الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك	(2- 34)
121	يوضح قيمة معامل التحديد للفرضية H1-5	(2- 35)
121	نتائج اختبار معاملات العلاقة الخطية للفرضية الفرعية الخامسة H1-5	(2- 36)
123	نتائج اختبار تحليل تباين ANOVA للبنك	(2- 37)
124	نتائج اختبار تحليل تباين ANOVA للجنس	(2- 38)
124	نتائج اختبار تحليل تباين ANOVA للعمر	(2- 39)
125	نتائج اختبار تحليل تباين ANOVA للمستوى التعليمي	(2- 40)
125	نتائج اختبار تحليل تباين ANOVA للمركز الوظيفي	(2- 41)

قائمة الأشكال البيانية

رقم الشكل	عنوان الشكل	رقم الصفحة
(1-1)	دورة حياة الخدمة المصرفية	22
(2 - 1)	يوضح مفهوم جودة الخدمة المصرفية	26
(3 - 1)	أبعاد جودة الخدمات المصرفية	29
(1-2)	النموذج الافتراضي لمتغيرات الدراسة	71
(2 - 2)	توزيع العينة حسب البنوك	90
(3 - 2)	توزيع العينة حسب الجنس	91
(4 - 2)	توزيع العينة حسب العمر	93
(5 - 2)	توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	94
(6 - 2)	توزيع العينة حسب عدد سنوات العمل بالبنك	96
(7-2)	توزيع العينة حسب المركز الوظيفي بالبنك	97

قائمة الملاحق:

رقم الملحق	عنوان الملحق
الملحق رقم 1	يمثل إستمارة الاستبيان موجهها لموظفين البنوك محل الدراسة
الملحق رقم 2	حساب ألفا كرونباخ للمحور الثاني والثالث والرابع
الملحق رقم 3	حساب تكررات وبعض مقاييس النزعة المركزية لمفردات العينة
الملحق رقم 3	حساب تكررات ونسب المؤوية لسلم لكيرت الثلاثي
الملحق رقم 4	حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للإجابات لكل أسئلة الاستبيان
الملحق رقم 5	حساب معامل الارتباط
الملحق رقم 6	حساب معامل التحديد
الملحق رقم 7	حساب معاملات العلاقة الخطية
الملحق رقم 8	اختبار أثر العوامل الديمغرافية في المتغير التابع

المقدمة

إن لظهور تكنولوجيا المعلومات والاتصال الدور الكبير في توليد مصرف إلكتروني، يعتمد على هذه التكنولوجيات بهدف تطوير أساليب ونظم عمل البنوك وإحداث نقلة نوعية عليها للارتقاء إلى مستوى أفضل في تقديم الخدمة المصرفية، ورفع كفاءة وآداء الخدمات المقدمة، وهذا من أجل تخفيض تكاليف العمليات المصرفية التي تتم عبر القنوات الإلكترونية مثل: نقاط البيع الإلكتروني، الصراف الآلي... الخ، وبغية تسهيل المعاملات القائمة بين كل من الزبون والمصرف.

ومن هذا المنطلق فقد أتاح هذا التطور في عمل المصارف للزبائن فرص أخرى، وتعددت حاجياتهم ورغباتهم على مستوى المصارف وتنوعت الخدمات المقدمة، وهو ما حتم على هذه الأخيرة التحول من مصارف تقليدية تقدم خدماتها المصرفية بطريقة تقليدية إلى مصارف تعمل بطريقة إلكترونية أساسها شبكة الانترنت ووفق نظم وأساليب متطورة، بغية تلبية الحاجيات المتزايدة لزبائنهم.

وبالمقابل لهذا التسارع المشهود في مستوى الخدمات المصرفية المقدمة، فقد عملت المصارف العاملة بوكالة الوادي وكغيرها من المصارف في العالم على مواكبة هذا التطور، ومحاولة تبني الصيرفة الإلكترونية من أجل رفع مستوى الخدمات المصرفية المقدمة، وهو ما يدفعنا إلى طرح الإشكالية الرئيسية:

● الإشكالية الرئيسية:

ما هو دور الصيرفة الإلكترونية المقدمة من طرف البنوك العاملة بوكالة الوادي في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة؟

● الأسئلة الفرعية:

1- هل هناك تأثير للصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة من طرف البنوك؟

2- هل هناك تأثير للصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية تعزى للمتغيرات الديمغرافية؟

● الفرضيات: من أجل تسهيل الإجابة على الإشكالية الرئيسية نطرح الفرضيات التالية:

- الفرضية الرئيسية الأولى:

H 01: " هناك تأثير الصيرفة الإلكترونية المتواجدة بالبنوك العاملة بوكالة الوادي على جودة الخدمة

المصرفية من وجهة نظر الموظفين "

وتقسم بدورها إلى فرضيات فرعية نعرضها كالتالي:

H1-1: " هناك تأثير للصراف الآلي على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك "

H1-2: " هناك تأثير للصيرفة المنزلية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك".

H1-3: " هناك تأثير للصيرفة عبر الهاتف على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك".

H1-4: " هناك تأثير للصيرفة عبر الانترنت على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك".

H1-5: " هناك تأثير لأنماط الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك".

- الفرضية الرئيسية الثانية:

H o2: " هناك تأثير للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك تعزى للمتغيرات

الديمغرافية"

وقسمت الفرضية الرئيسية الثانية إلى الفرضيات الفرعية التالية:

H2-1: " هناك تأثير للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك تعزى لتنوع

البنك".

H2-2: " هناك تأثير للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك تعزى للجنس".

H2-3: " هناك تأثير للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك تعزى للعمر".

H2-4: " هناك تأثير للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك تعزى للمستوى

التعليمي".

H2-5: " هناك تأثير للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك تعزى لعدد سنوات

العمل بالبنك".

H2-6: " هناك تأثير للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمة المصرفية المقدمة من قبل البنوك تعزى للمركز

الوظيفي".

• دوافع اختيار الدراسة: يرجع اختيارنا لهذه الدراسة للأسباب التالية:

- دوافع ذاتية: تتمثل فيما يلي:

أ- الرغبة الذاتية والشعور بأهمية الموضوع

ب- تخصصنا الذي ندرس فيه له علاقة وطيدة بالموضوع

- دوافع موضوعية: تتمثل في:

أ- التعرف على درجة توفر مظاهر الصيرفة الالكترونية على مستوى البنوك محل الدراسة

ب- محاولة إعطاء نظرة شاملة على الصيرفة الالكترونية ودورها في تحسين الخدمة المصرفية المقدمة

- أهمية الدراسة: نلتمس أهمية الموضوع في:
 - البنوك تعتبر العصب الرئيسي للاقتصاد، كونها تعتبر الدعامة الأساسية له، وهو ما يحتم عليها مسايرة التطور المصرفي، ولهذا على البنوك اختيار الوسائل المستخدمة وتطويرها لتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة وبطرق متطورة، ولتحقيق رضا العملاء وبالتالي المساهمة في تطوير اقتصاد الدولة
 - ربط إشكالية تبني وتطبيق الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة.
- أهداف الدراسة: يسعى الموضوع إلى تحقيق جملة من الأهداف تتمثل في:
 - الأهداف النظرية: تجلت أهمها في:
 - أ- محاولة تحديد مفهوم دقيق وواضح لكل من الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمة المصرفية.
 - ب- التعرف على أهم ما يتعلق بكل من الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمة المصرفية.
 - ت- معرفة نماذج وطرق قياس جودة الخدمة المصرفية.
 - الأهداف التطبيقية : تتمثل في:
 - أ- تمكن البنك من خلال تبني الصيرفة الإلكترونية بمختلف قنواتها من تقديم خدمة في المستوى للزبون.
 - ب- محاولة البنوك الحصول على أكبر قاعدة من العملاء، من خلال تقديم الخدمات في أوقاتها المحددة وإشعارهم بالأمان إزاء البنك.
 - ت- تسهيل المعاملات على موظفي البنك باستخدام تقنيات حديثة ومتطورة مما يزيد من سرعة تقديم الخدمة.
- المنهج المستخدم في الدراسة:

من أجل الإلمام بمختلف جوانب الموضوع، فقد فرضت علينا طبيعة الموضوع التعامل باستخدام عدة مناهج بطريقة متكاملة ومتناسقة، ولهذا اعتمدنا على المنهج الوصفي الذي يتمثل في تقديم تعاريف، مميزات وأنواع لكل من الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمة المصرفية، وبالنسبة للجانب التطبيقي فقد تضمن أسلوب المسح الاجتماعي من خلال تحليل الإحصائيات المقدمة واستنتاج العديد من النتائج بخصوص موضوع الدراسة.
- حدود الدراسة: من أجل استكمال الدراسة قمنا بتحديد الحدود التالية:
 - الحدود الزمانية: إذ يقتصر مجال البحث في الفترة الممتدة من تاريخ تسليم الاستبانات للبنوك محل الدراسة إلى غاية تسليمها (من شهر مارس إلى غاية شهر جويلية) من سنة 2020.

- **الحدود المكانية:** أين تم تبيان مجمل الخدمات المصرفية الالكترونية على مستوى عدة بنوك، وتم حصر الدراسة في وكالات الوادي لكل من: الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، البنك الخارجي الجزائري، بنك الفلاحة والتنمية الريفية، بنك البركة الجزائري، بنك تراست الجزائري، وهذا بغية التعرف على المزيد من الخدمات المصرفية المقدمة ومستوى جودتها.
- **الحدود الموضوعية:** أين تم التطرق لمختلف جوانب الموضوع فيما يتعلق بكل من الصيرفة الالكترونية والدور الذي تلعبه في تحسين جودة الخدمة المصرفية.
- **صعوبات الدراسة:** لقد واجهنا أثناء تطرقنا للموضوع إلى العديد من الصعوبات تجلت أهمها في:
 - جائحة كورونا وما نجم عنه من تعطيل لمختلف المصالح، الإدارات العمومية والعديد من النشاطات والقطاعات، وهو ما صعب علينا الحصول على المعلومات ومن التواصل مع البنوك بالشكل اللازم.
 - عدم تمكننا من الحصول على الإحصائيات الحديثة والدقيقة، وهذا يرجع لسرية نشاط البنوك.
- **هيكل الدراسة:** للإجابة على إشكالية الدراسة قمنا بتقسيم الدراسة إلى فصلين الأول نظري والثاني تطبيقي، وهذا كالتالي:
 - **الفصل الأول:** تناولنا فيه مبحثين، إذ خصصنا المبحث الأول للأدبيات النظرية من تعريف الصيرفة الالكترونية، خصائص، قنوات وجودة الخدمة المصرفية من تعريف، أنواع، أبعاد ونماذج، أما المبحث الثاني فكان للدراسات السابقة لكل من الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمة المصرفية وللمتغيرين معا وبنوعيتها العربية والأجنبية.
 - **الفصل الثاني:** كان على شكل دراسة تطبيقية الصيرفة الالكترونية كعنصر حديث النشأة لدى البنوك محل الدراسة ودورها في تحسين جودة الخدمة المصرفية.

الفصل الأول:

الأدبيات النظرية والتطبيقية

تمهيد:

شهدت دول العالم في نهاية القرن العشرين، وبداية القرن الحالي تطورا مذهلا في سوق المعلومات والاتصالات، فسلسلة التغيرات التي ميزت هذا العقد أدت إلى ظهور سلوكيات جديدة وتغيرات جوهرية في جميع المجالات، وتواكبت مع انتشار الانترنت وتأثيره على اقتصاديات الدول.

وباعتبار القطاع المصرفي من أكثر القطاعات تأثرا وحساسية بالتحويلات التي شهدها العالم في السنوات الأخيرة، فتأثير التكنولوجيا الحديثة على القطاع المالي بصفة عامة والقطاع المصرفي بصفة خاصة أدى إلى تطوير وازدهار هذا الأخير، وهذا من خلال سرعة تنفيذ المعلومات، تقليل الجهد والعناء، والتكلفة المنخفضة، وهذا ما أوجب على البنوك الاستجابة لمقتضيات التغير سواء من خلال تبنيها للطرق والأساليب الإلكترونية في تقديم خدماتها واستغلال القنوات الجديدة كخدمات الصراف الآلي، نظام التحويل الإلكتروني، وكذا العمليات المصرفية المنزلية، أو من حيث إتمام معاملاتها والقيام بعمليات التسوية التي تحتاج إلى وسائل الدفع بما ينسجم مع خدماتها المصرفية، وهذا من أجل تحقيق أسمى أهدافها والسعي لكسب حصة سوقية أكبر.

وعلى ضوء ما سبق سوف نتطرق من خلال هذا الفصل إلى ما يلي:

المبحث الأول: عموميات حول الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمة المصرفية.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة.

المبحث الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمة المصرفية.

إن تطور التجارة الإلكترونية ورقمنة الاقتصاد، يعتبر من أهم الأسباب التي أدت إلى دخول المصارف في مرحلة جديدة من خلال عصنة الإدارة المصرفية، وتطور الخدمة المصرفية التقليدية فيها، إلى خدمة مصرفية إلكترونية، وبالتالي تحول النقود من شكلها المادي الملموس لتصبح تيارا غير مرئي من الإلكترونيات المحفوظة في البطاقات الذكية أو على قرص صلب للكمبيوتر أو على الفضاء المعلوماتي لشبكة الانترنت

المطلب الأول: مدخل للصيرفة الإلكترونية.

تشكل الصناعة المصرفية أحد أهم مؤشرات النهضة الاقتصادية التي وصلت إليها المجتمعات البشرية نظرا لاسمها الواسع في توفير متطلبات الاستثمار والتنمية، إذ يمكن قياس مستوى التقدم والتطور الاقتصادي لأي مجتمع ما بمدى كفاءة ونجاعة نظامه المصرفي ونوعية خدماته المتقدمة

الفرع الأول: نشأة ومفهوم الصيرفة الإلكترونية

سنحاول في هذا الفرع التعرف على نشأة الصيرفة الإلكترونية، وعلى تعريفها وأهم الخصائص التي تمتاز بها.

أولا: نشأة الصيرفة الإلكترونية.

يرجع ظهور الصيرفة الإلكترونية، بتزاوج النقد الإلكتروني، إذ برز هذا المفهوم مع بداية الثمانيات، حيث استخدمت في الماضي البطاقات بدل النقد الائتماني، ففي فرنسا مثلا استخدمت البطاقات الإلكترونية في الهاتف العمومي، أما في الولايات المتحدة الأمريكية استخدمت البطاقات المعدنية التي تستعمل في تعريف الزبون على مستوى البريد، ومع ذلك لا بد من الانتظار حتى الخمسينيات حيث شهد العالم تحولا في هذه البطاقات، حيث أصدرت بطاقات بلاستيكية "أمريكان إكسبريس" سنة 1958، والتي انتشرت على نطاق دولي في الستينيات.⁽¹⁾

¹ ميادة بلعاش، أثر الصيرفة الإلكترونية على السياسة النقدية* دراسة نقدية*- الجزائر، فرنسا-، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه العلوم الاقتصادية، تخصص: اقتصاديات النقود والبنوك والأسواق المالية، قسم: العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر - بسكرة-، الموسم الجامعي: 2014/2015، ص: 16.

وفي سنة 1968 أصدرت مجموعة شركات تتكون من ثمانية مصارف كبيرة بطاقة (أميريكارد بنك) والتي تحولت فيما بعد إلى شركة (فيزا) المشهورة عالميا وتم إصدار بطاقة الزرقاء في فرنسا قبل ستة مصارف فرنسية ثورة الإلكترونيك، ثم تزويد البطاقات بمسارات مغناطيسية في البلدان المتقدمة، حيث أصبحت البطاقة تحتوي على ذاكرة ويمكن تجزئة القيمة المخزنة فيها لإجراء عمليات الدفع.⁽¹⁾

وفي سنة 1995 عندما أنجزت (NETSCAPE) أول برنامج يسمح بدخول مواقع الويب أصبحت الصيرفة عبر الخطوط الحقيقية ممكنة ويعتبر (Security First Bank SFNB) أول بنك عبر الخط في العالم وهو بنك أمريكي.⁽²⁾

ثانيا: دوافع ظهور الصيرفة الإلكترونية:

إن ظهور الصيرفة الإلكترونية كان نتيجة تفاعل عدة عناصر منها:⁽³⁾

- أ- تحقيق ميزة تنافسية: وهذا من خلال تمكينها من التعامل مع الأسواق المستهدفة وعناصر البيئة المحيطة بها بصورة أفضل، حيث الهدف الأساسي هو كسب عدد أكبر من العملاء والحفاظ عليهم.
- ب- تحقيق الربحية في الأجل الطويل: يساهم استخدام المصارف للأنظمة الإلكترونية في تحقيق معدلات ربحية وهذا من خلال انخفاض تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية وارتفاع ربحية قطاع عملاء الصيرفة الإلكترونية بسبب حساسيتهم السعريّة إذا ما قورنت بعملاء الخدمة المصرفية التقليدية.
- ت- توفير فرص تسويقية جديدة: يتيح نظام توزيع الصيرفة الإلكترونية من خلال برامج البحث إمكانية أكبر للعملاء لإجراء عمليات التسويق الإلكتروني.
- ث- توزيع واسع الانتشار: تهدف الأنظمة الإلكترونية الحديثة إلى تغطية واسعة الانتشار، حتى تصل الخدمة للعميل في أي مكان، فيستطيع بذلك الحصول على ما يرغب من خدمات مصرفية، دون الحاجة إلى الانتقال إلى مبنى المصرف أو الوقوف المطول في طوابير الانتظار.

¹ رحيب حسين، هوارى معراج، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، أعمال الملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية- واقع وتحديات-، المركز الجامعي- برج بوعريش-، جامعة الأغواط، ص: 316-317.

² محمد منصف تطار، النظام المصرفي الجزائري والصيرفة الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد: 02، جوان 2002، ص: 181.

³ أمينة بركان، الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي- حالة الجزائر-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراء في علوم التسيير، تخصص: نقود ومالية، قسم: علوم التسيير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الموسم الجامعي: 2013/2014، ص: 349.

ثالثا: مفهوم الصيرفة الإلكترونية

يعرف سفر أحمد الصيرفة الإلكترونية بأنها: "تقديم المصارف لخدماتها عبر الوسائل الإلكترونية، سواء في المنزل أو في المكتب أو بواسطة الهاتف الثابت أو الهاتف الجوال وغيرها من الوسائل الإلكترونية المتطورة." (1)

وتعرف الصيرفة الإلكترونية حسب دينيز بأنها: "الخدمات المصرفية التي تقدمها العديد من المؤسسات المالية التي تتيح للعملاء إجراء المعاملات المصرفية عبر الانترنت، واستخدام وسائل مثل الحاسوب المحمول، الهاتف، المينيتيل أو غيرها." (2)

كما تعرف بكونها: "تقديم المنتجات والخدمات الخاصة بالمعاملات المصرفية عن طريق قنوات توصيل إلكترونية مثل الشبكات المرتبطة بالحواسب (الانترنت) أو الهاتف، الفاكس.. الخ." (3)

وقد عرفت أيضا بأنها: "المعاملات المالية بين المؤسسات المصرفية والمالية والأفراد والشركات التجارية الحكومية، ومن أجل تحسين الربحية تحاول المنظمات المصرفية السيطرة على التكاليف، وخفض المصروفات التشغيلية، متخذة من التكنولوجيا والابتكار أدواتها لتحقيق ذلك، وتمثل شبكات الكمبيوتر الانترنت وصول تحليل الأعمال على خفض التكاليف الخدمة مع الاستمرار في تقديم خدمة جيدة للعميل." (4)

وتمتاز الصيرفة الإلكترونية بالسمات التالية: (5)

- أ- التصاعد المتنامي في حدة المنافسة في صناعة الخدمات المالية الإلكترونية خاصة في ظل الإدخال المتزايد لمنتجات وخدمات مالية جديدة إلى السوق من قبل المؤسسات المصرفية والغير مصرفية.
- ب- التطورات المتسارعة في تكنولوجيا الاتصالات وأجهزة الحاسوب والبرامج، والتي تزيد من سرعة تنفيذ العمليات.

¹ أحمد بوراس، السعيد بريكة، أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر، الطبعة الأولى، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2014، ص: 99.

² Oussama Chenchah , **Les déterminations de l'adoption du E- Banking par les institutions financières et la clientèle organisationnelle. Et son impact sur l'approche relationnelle: cas de l'Internet- Banking en Tunisie**, mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en administration des affaires, université du Québec A Montréal, Juillet 2011, p: 29

³ عبد الرزاق سلام، القطاع المصرفي الجزائري في ظل العولمة تقييم الأداء ومتطلبات الإصلاح، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم

التسيير، فرع: النقود والمالية، قسم: علوم التسيير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الموسم الجامعي: 2011/2012، ص: 44.

⁴ طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص: 141.

⁵ أحمد سفر، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2006، ص: 109.

- ت - الاعتماد المتزايد على إسناد الأعمال إلى جهات خارجية (طرف ثالث) لتوفير خدمات معينة، إضافة إلى التحالفات والمشروعات المشتركة الجديدة مع مؤسسات غير مصرفية.
- ث - القدرة على إدارة العمليات المصرفية للبنوك عبر شبكة الانترنت بكفاءة من أي موقعي جغرافي، بالتالي يستطيع أن يختار أفضل الأماكن على مستوى العالم، من حيث النظم الاقتصادية المشجعة أو الأوضاع السياسية المستقرة، أو المعاملة الضريبية الأفضل ليمارس أعماله في بيئة مناسبة وينشرها في جميع أنحاء العالم.⁽¹⁾

رابعاً: أهمية وأهداف الصيرفة الإلكترونية

إن لظهور الصيرفة وتطورها على مر العصور أهمية بالغة بالنسبة للمصارف، وكذا بالنسبة للعملاء، كما أن هذه الأخيرة تسعى لجملة من الأهداف التي نعرضها كالتالي:

I- أهمية الصيرفة الإلكترونية

إن قيام البنوك بتسوية أنشطتها وخدماتها المالية عبر الانترنت، تمدها بالفوائد الكثيرة التي تعود عليها وأهمها:⁽²⁾

- أ - تخفيض المصاريف للعملاء والمتعاملين والبنوك نفسها، فبالنسبة للعملاء فالتعاملات بالبيانات الإلكترونية يكون دون مقابل، كما أن مصاريف العقود التي تتم بين البنك والزيائن أقل بكثير مقارنة بالصفقات والعقود التي تتم بين البنك والزيائن أقل بكثير مقارنة بالصفقات والعقود التي تتم بشكل ورقي وتقليدي.
- ب - كما تساهم في القدرة على إعادة هندسة العمليات التجارية، وزيادة فرص البيع خارج حدود الدولة وإتاحة المزيد من الخيارات للعملاء لتوفر المنافسة بين البنوك واستخدام أقل للنقد، كما تساهم في توفير الأدوات اللازمة لإدارة ومقارنة المعلومة وسرعة الخدمة، وبالنسبة للمنظمين فتكمن أهميتها في:

¹ ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، الصيرفة الإلكترونية* الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع*، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن، 2008، ص: 34.

² نور الدين محرز، تأهيل وتفعيل الجهاز المصرفي بالتعاملات النقدية الإلكترونية- حالة الجهاز المصرفي الجزائري-، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، تخصص: اقتصاد بنكي، قسم: العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، الموسم الجامعي: 2014/2015، ص: 109-110.

- توفير مرونة كبيرة في استخدام المعلومات حول الزبائن عبر الشبكة.
- فعالة في تخفيض التكاليف واستخدام الأدوات الرقابية خاصة في إنشاء فروع جديدة لها، كون موقع البنك يمكن الاتصال به من أي مكان وإنشائه لا يتطلب تكلفة.
- اكتساب البنك لميزة تنافسية نتيجة ممارسته لأعماله عبر الانترنت مما يساهم في دعم علاقاته مع عملائه، وزيادة ولائهم وارتباطهم به فدخل البنوك لتقديم الخدمات عبر الشبكة يزيد من قاعدة عملائه الحاليين والمحتملين.

- ت- اعتماد البنك في تقديم خدماته على الانترنت يعزز رأس المال الفكري وتطويع تكنولوجيا المعلومات.
- ث- تؤدي الصيرفة الإلكترونية لتسيير المعاملات بين المصارف وجعله متواصل عبر الزمان والمكان.
- ج- يوفر استخدام الصيرفة الإلكترونية نافذة إعلامية لتعزيز الشفافية من خلال التعريف والترويج للبنوك والخدمات التي تقدمها مما يساهم في تطوير البنك وخدماته من خلال الباحثين.
- ح- تساهم الصيرفة بمختلف قنواتها للزبائن من سحب أموالهم والقيام بالدفع دون الذهاب لمقر البنك وهو ما يؤدي إلى خلق مجتمع غير نقدي، أين يتخلى المتعاملين والزبائن عن النقود الورقية في عمليات السداد.

II- أهداف الصيرفة الإلكترونية: إن الغرض من تبني الصيرفة الإلكترونية هو تحقيق الأهداف التالية:⁽¹⁾

- أ- تأسيس مواقع لها على شبكة الانترنت ويستطيع البائعون عن طريقها عرض منتجاتهم من كافة الأنواع والتشكيلات المختلفة، ويقوم المشتريين بزيارة الموقع وطلب المنتجات التي يرغبون بها.
- ب- تقوم أيضا بتقديم يد العون والمساعدة لأصحاب المشروعات الصغيرة وذلك بإنشاء مواقع لهذه المشروعات على شبكة الانترنت حتى يمكنها من ممارسة كل أعمالها وأنشطتها بطريقة إلكترونية.
- ج- تقديم خدمات لحماية العملاء خلال إنجازهم لأعمالهم ومعاملاتهم بطريقة إلكترونية، بحيث تحميهم من كل مخاطر الاحتيال، وفي هذا الصدد فإنها تمكنهم من التحقق من هوية أصحاب الحسابات في البنوك الأخرى.

¹ أحمد محمد غنيم، إدارة البنوك تقليدية الماضي وإلكترونية المستقبل، نقلا عن: أمينة بركوس، سومية ضيف، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص: تمويل التنمية، قسم: العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قلعة، الموسم الجامعي: 2011/2012، ص ص: 13-14.

- ح- تزود العملاء عن طريق استخدام شبكة الانترنت بكل المعلومات عن كل الخدمات البنكية، وكذلك تزودهم بكل المعلومات المتبادلة عن البضائع والخدمات بين المنظمات، مما يؤدي إلى تسهيل و تسيير عمليات التبادل الإلكتروني بين هذه المنظمات وبعضها البعض.
- خ- وتقوم أيضا بإدماج شبكة الانترنت كقناة بنكية مع ماكينات الصرف الآلي التابعة لها وذلك بما يمكن العملاء من المشاركة في جميع أعمال وعاملات التجارة الإلكترونية وعلى نطاق واسع.
- بالإضافة إلى بعض الأهداف الأخرى: (1)
- د- وسيلة لتعزيز حصة البنوك في السوق المصرفي.
- ذ- تعتبر كوسيلة لتوسيع نشاطاتها داخل وخارج الحدود الوطنية.
- ر- وسيلة لتخفيض التكاليف.
- ز- إتاحة المعلومات عن الخدمات التي يؤديها البنك دون تقديم خدمات مصرفية على الشبكة.
- س- حصول العملاء على الخدمات المصرفية وغير المصرفية في أي وقت وأي مكان.

الفرع الثاني: أساسيات الصيرفة الإلكترونية

يرى العاملون في قطاع البنك أن تكلفة تقديم الخدمة من خلال القنوات التقليدية يكلف ما لا يقل عن ستة أضعاف تقديمها من خلال القنوات الإلكترونية الحديثة، إذ يهدف العمل المصرفي إلى تقليل التكلفة وتقديم الخدمات المصرفية للزبائن ومنه إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تقديم الخدمة المصرفية للزبائن كما يهدف إلى تخفيض التكاليف وزيادة العوائد وتقديم خدمات أكثر نوعية وأعلى جودة، وتتخذ الصيرفة الإلكترونية عدة قنوات في تقديم الخدمات الإلكترونية، وهذا ما سنتطرق إليه في هذا الفرع، بالإضافة إلى أننا سنعرض أنماط الصيرفة الإلكترونية وأهم أطرافها.

أولاً: قنوات الصيرفة الإلكترونية

لقد تطورت وسائل وأدوات العمل المصرفي الإلكتروني بتطور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وظهرت عدة قنوات للصيرفة الإلكترونية تتجلى أهمها في:

¹ صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن* دراسة ميدانية على البنك الإسلامي الأردني في عمان- الأردن-، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2016، ص: 19.

I- الصيرفة عبر أجهزة الصراف الآلي: كان أول تطبيق للمكينية في مجال خدمة عملاء البنوك عندما تم تركيب أجهزة صرف العملة النقدية Cash Dispensing Units لدى البنوك المختلفة، والتي يسرت للعميل سحب ما يحتاج إليه من عملة نقدية فقط دون الحاجة إلى التوجه إلى إحدى نوافذ الصرف بالبنك، وقد كانت أجهزة صرف العملة النقدية هذه صورة مبسطة لما عرف بعد ذلك باسم أجهزة الصراف الآلي التي تمثل أحد جوانب نظام التحويل الإلكتروني للأموال.

وقد انتشرت أجهزة الصراف الآلي بشكل مكثف في كل الدول الصناعية وعديد من بلدان الدول النامية، وتوجد هذه الأجهزة داخل صالات البنوك وخارجها، كما توجد في صالات السفر والوصول في المطارات ومحطات السكك الحديدية والمجمعات التجارية أو المحلات الكبرى التي تنشط فيها الحركة التجارية، وقد أتاحت هذه الأجهزة للعملاء على مباشرة النشاطات المصرفية المختلفة طوال مدة (24) ساعة يوميا طوال أيام الأسبوع، وتكلفة أقل بكثير من تكلفة الصيارفة، كما أنها أتاحت للعملاء القدرة على سحب المبلغ الذين يرغبون في سحبه من أرصدتهم المودعة في بنك معين ولو كانوا على بعد آلاف الأميال من هذا البنك، إذا كان مشاركا في إحدى شبكات ربط أجهزة الصراف الآلي ببعضها البعض Shared ATM Networks مثل CIRRUS أو PLUS أو MAC، وهنا يستطيع العميل أن يحصل على الخدمة من جهاز الصراف الآلي التي انتشرت في أوروبا وأمريكا قد يسرت على عملاء البنوك من رجال الأعمال والسياح الموجودين خارج بلادهم من إجراء المدفوعات أو المسحوبات بالعملات المختلفة كما لو كانوا يجرونها داخل البنوك التي يتعاملون معها في بلادهم ويتضح أن جهاز الصراف الآلي يوفر للعميل الراحة والوقت والجهد بدلا من الانتظار في صفوف طويلة داخل صالات البنوك لإنجاز عمله، فما على العميل سوى إدخال بطاقته البلاستيكية داخل جهاز الصراف الآلي وأن يسجل رقمه السري والمبلغ الذي يريد سحبه من حسابه.

وتتيح أجهزة الصراف الآلي للعميل الاستفادة من مجموعة من الخدمات نذكر منها: التعرف على رصيد حسابه، القيام بإجراء سحب نقدي من الحساب، إجراء إيداعات نقدية، معرفة حركة الحساب في الفترات السابقة، إجراء تحويلات نقدية بين الحسابات سواء كان ذلك بين حسابات نفس العميل كإجراء تحويل من حساب جاري إلى حساب توفير أو إجراء تحويل من حساب العميل إلى حساب عميل آخر، وسداد الفواتير، وإيقاف صرف الشيكات، وطلب دفتر شيكات، والحصول على كشوف حساب، وشراء بعض الأدوات المالية مثل: شهادات الإيداع. وهناك بعض الأجهزة الحديثة التي تستطيع قراءة المبالغ المدونة على الشيكات وصرفها.

وهكذا يتضح لنا أن أجهزة الصراف الآلي تقدم العديد من الخدمات المصرفية التي لم تكن متاحة من قبل إلا من خلال موظفي البنك، كما أنها توفر الكثير من وقت وجهد العميل الذي كان يتعين عليه مخاطبة الموظف المسؤول عن هذه الخدمة أو تلك قبل استخدام هذه التقنيات الحديثة.

ومن أجل أن يتاح للعميل استخدام جهاز الصراف الآلي، فإن عليه أن يتقدم بطلب إلى البنك الذي يتعامل معه والذي يتوافر لديه هذا الجهاز لكي يزوده ببطاقة خصم لاستخدامها في جهاز الصراف الآلي، وأيضاً برقم تعريف شخصي PIN وهو رقم سري خاص بالعميل وحده.

وتختلف قيمة عمولة استخدام أجهزة الصراف الآلي، فبعض المؤسسات المالية تسمح للعميل بإجراء عدد غير محدود من المعاملات المالية من خلال الأجهزة الموجودة في فروعها، وبعض المؤسسات الأخرى يحدد للعميل عدداً من المعاملات التي يجريها مجاناً ويتقاضى عمولة إضافية إذا استخدم العميل أحد الأجهزة التابعة لشبكة أخرى غير مملوكة للبنك الذي يتعامل معه، وتتراوح هذه العمولة بين (50) سنتاً و (2) دولار.⁽¹⁾

II- الصيرفة المنزلية: طبق هذا النظام لأول مرة سنة 1980 في الولايات المتحدة الأمريكية، ولكن استخدامه على النطاق التجاري الواسع لم يتحقق إلا بعد انتشار أجهزة الحاسبات الشخصية "pc"، ويعتمد نظام البنوك المنزلية على ما يعرف بعملية تحويل وإعادة تحويل البيانات حيث يتم ربط الحاسب الآلي للبنك بالحاسب الشخصي الموجود بمنزل العملاء من خلال وسائط الاتصال (كشبكة الخطوط الهاتفية)، ويعمل هذا الحاسب الشخصي الموجود كمحطة طرفية يتم عن طريقها تقديم الخدمات البنكية: عرض أرصدة العميل، بيان الشيكات المحصلة، وتحت التحصيل، إرسال تعليمات للبنك كتجديد الودائع، تحويل مبلغ من حساب لآخر، طلب دفتر الشيكات...، ويتم تداول البيانات بين حاسب البنك وحاسب العميل عن طريق تحويلها من شكلها الرقمي إلى إشارات يمكن نقلها إلكترونياً إلى حاسب العميل، وتستخدم في ذلك المحولات "modems"، والتي تقوم أيضاً بالعملية العكسية.⁽²⁾

III- نهائي نقاط البيع: تتوفر هذه النقاط عن طريق حاسبات آلية موجودة في المؤسسات التجارية والخدمية بمختلف أنواعها، وتكون على اتصال مباشر بالحاسب الآلي للمصرف حيث للعميل استخدام بطاقة

¹ صادق مدحت، أدوات وتقنيات مصرفية، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص ص: 297 - 299.

² زبير عياش، سمية عباس، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة وتطوير البنوك الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد أ، العدد: 46 ديسمبر 2016، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعي العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، ص ص: 343 - 344.

بلاستيكية لسداد قيمة المشتريات من خلال الخصم من حسابه إلكترونيا وتضاف القيمة مباشرة إلى حساب المتجر.⁽¹⁾

IV-المقاصة الإلكترونية: هذا النظام يختص بالمعالجة الآلية لوسائل الدفع العامة (صكوك، تحويل، اقتطاع، عمليات الدفع والسحب بالبطاقات المصرفية)، وقد تأسست عام 1960، ومن خلالها يتم نقل وتحويل مبالغ مالية من حساب إلى حساب بطرق إلكترونية آمنة دون تأخير، ويتمتع نظام المقاصة الإلكترونية بعدة فوائد منها:⁽²⁾

- طرق متعددة للتعامل مع الشيكات المصرفية إلكترونيا.
- تخفيض عمليات النصب والاحتيال.
- سرعة أكبر في لا تتبع الشيكات وإعادة طباعة الكشوف حيث أن جميع الشيكات محفوظة إلكترونيا.
- تحسين إدارة رأس المال وأصول وموجودات المصرف.

وبشكل عام يمكن القول أن المقاصة الإلكترونية تمكن المصارف من التبادل الإلكتروني للقيم المراد تعويضها فيما بينها عبر شبكة الاتصالات وفي هذا الإطار تلعب شهادة التوقيع الإلكتروني دور الضامن لسلامة المعطيات الخاصة بالقيم المراد تعويضها، والتي تمر عبر شبكة الاتصالات.

VI- الصيرفة عبر الهاتف: إنها عبارة عن آلية اتصال عن طريق الهاتف يصل بواسطتها العميل إلى المعلومات التي يوفرها البرنامج، كخدمة الرصيد وأسعار العملات حيث يرد عليهم النظام آليا بعد اتصال العميل برقم محدد، لكنه لا يستطيع الوصول إلى البيانات إلا بإدخال رقمه السري ليتمكن من ثم من التعامل مع حسابه أو الخدمات التي يسمح لها البرنامج.⁽³⁾

VIII-الصيرفة عبر الأنترنت: وتسمح هذه الخدمة للزبائن القيام بالمعاملات المالية من خلال الدخول إلى الصفحة الإلكترونية التي تشغلها المؤسسة المصرفية عبر الأنترنت من أي مكان وفي أي وقت، وتشمل وعمليات

¹ أبو عزم اللاقي أبو جدريه، يونس أمية أبو خطوه، أدوات الصيرفة الإلكترونية وأثرها على جودة الخدمات المصرفية، مجلة العلوم البحثية والتطبيقية، العدد: 2، ص: 260.

² محمد طاهر عبد الله، التأثير المتبادل بين الكتلة النقدية والصيرفة الإلكترونية، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الاقتصاد، قسم: الاقتصاد، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، الموسم الجامعي: 2014/2015، ص: 55.

³ عبد الغني ربح، نور الدين غردة، مداخلة بعنوان: تطبيق أنظمة الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع والآفاق، المؤتمر الدولي العلمي حول: إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، قسم: علوم التسيير، كلية الحقوق العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، بدون تاريخ، ص: 7-8.

التحقق من أرصدة الحسابات ودفع الفواتير إلكترونياً، تسديد فواتير البطاقات، شراء وبيع الاستثمارات، معاملات القروض وغيرها.⁽¹⁾

ثانياً: أنماط الصيرفة الإلكترونية

للمصيرفة الإلكترونية ثلاث أنماط تتمثل في: ⁽²⁾

- 1- **الموقع المعلوماتي:** وهو المستوى الأساسي للبنوك الإلكترونية أو ما يمكن تسميته بصورة الحد الأدنى من النشاط المصرفي، ومن خلاله البنك يقدم معلومات برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.
- 2- **الموقع التفاعلي أو الاتصالي:** بحيث يسمح الموقع بنوع ما من التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه، كالبريد الإلكتروني وتعبئة طلبات، أو نماذج على الخط، أو تعديل معاملات القيود والحسابات.
- 3- **الموقع التبادلي:** وهذا هو المستوى الذي يمكن القول أن البنك فيه يمارس خدماته وأنشطته في بيئة إلكترونية، حيث تشمل هذه الصورة السماح للزبون بالوصول إلى حساباته وإدارتها وإجراء الدفعات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية وإجراء التحويلات بين حساباته داخل البنك أو مع جهات خارجية.⁽³⁾

ثالثاً: أطراف الصيرفة الإلكترونية

تمارس الصيرفة الإلكترونية من خلال الأطراف التالية:⁽⁴⁾

- I- **عملاء البنوك التجارية:** يعتبر عملاء البنوك التجارية الطرف الأهم في الصيرفة الإلكترونية وهذا من خلال استخدامهم للعديد من القنوات الإلكترونية من أجل الحصول على مختلف الخدمات أهمها: الصراف الآلي، البنك المنزلي، نقاط البيع.

¹ ثائر سعدون محمد، دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف الخاصة- دراسة تطبيقية في مصرف الشرق الأوسط العراقي للاستثمارات-، المؤتمر العلمي الدولي الثاني لجامعة جيهان-أربيل في العلوم الإدارية والمالية، يومي: 27- 28 حزيران، 2018، ص: 31.

² عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، بدون سنة، ص: 174.

³ يوسف حسن يوسف، البنوك الإلكترونية، الطبعة الأولى، المركز القومي للنشر للإصدارات القانونية، القاهرة، 2012، ص: 43.

⁴ ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، الصيرفة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص ص: 179- 209.

كما أن هناك العديد من الطرق التي يتعرف بموجبها العملاء على القنوات الإلكترونية التي يقدمها البنك للعميل، أهمها:

- الصحف: حيث تقوم البنوك بالإعلان عن القنوات الإلكترونية والخدمات التي تقدم من خلال تلك القنوات بالصحف اليومية والأسبوعية وغيرها.
- الإعلانات التلفزيونية والإذاعية: من خلال قيام البنوك بالإعلان عن خدماتها الإلكترونية من خلال جهاز التلفاز الذي يعد من أكثر وسائل الإعلان انتشاراً، وكذلك من خلال جهاز الراديو.

غير أن هناك من المعوقات التي تحول دون استخدام الصيرفة الإلكترونية من قبل العملاء منها:

- عدم توفر الأمان والسرية على استخدام القنوات الإلكترونية.
- قلة الثقة في استخدام الصيرفة الإلكترونية والقناعة بالتعامل مع الفروع مباشرة.
- عدم توفر المهارات اللازمة لاستخدام الخدمة مثل: عدم المعرفة باستخدام الانترنت.
- زيادة الكلفة المترتبة على استخدام القنوات الإلكترونية بما فيها الأعباء المالية الإضافية (مثل: الاشتراك في الانترنت، إجراء مكالمات هاتفية).
- وجود خدمات لا يمكن تقديمها من خلال القنوات الإلكترونية (مثل: الاعتماد المستندي، الكفالة) بالإضافة إلى ضعف تسويق الخدمات المصرفية من قبل البنك.

II- البنوك التجارية: تمثل البنوك التجارية الطرف الثاني من أطراف التوسع في الصيرفة الإلكترونية، إذ تساهم

هذه الأخيرة بزيادة القدرة على المنافسة إذ أنه ومن خلال توسع البنوك في الصيرفة الإلكترونية يستطيع تقديم خدمات مصرفية بسعر أقل وجودة أقل، وتكلفة أقل، وكذا زيادة الحصة السوقية من خلال القدرة على تقديم خدمات مصرفية إلكترونية متكاملة وعلى مدار الساعة، ومراعاة السرية والأمان والدقة ومراعاة حاجات العملاء الحالية والمستقبلية، بالإضافة إلى تشجيع الابتكار والتنوع في الخدمات إذ أنه من خلال التوسع في الصيرفة الإلكترونية يستطيع البنك التوسع في حجم الخدمات التي يقدمها، وتخفيض كلفة تقديم تلك الخدمات، والتنوع فيها.

III- البنوك المركزية: يعد البنك المركزي الجهة المشرفة والرقابية على أنشطة البنوك، ومن هنا فإنه يقوم

بتنظيم هذه الأنشطة والإشراف عليها، بما فيها أنشطة الصيرفة الإلكترونية، ويتم ذلك من خلال القوانين والتشريعات التي يصدرها البنك المركزي باعتباره السلطة النقدية والرقابية على البنوك، ومثل هذه القوانين

والتشريعات تمثل ركيزة أساسية لتطوير البنوك أنشطتها المصرفية المعتمدة على الاستخدامات التكنولوجية والإلكترونية، حيث يقوم البنك بمراجعة التشريعات والقوانين النافذة التي تهدف إلى تنظيم استخدام الصيرفة الإلكترونية، والمحافظة على سريتها، وسن القوانين الجديدة إذا لزم الأمر، وذلك لتوفير البيئة التشريعية والرقابية لتوسع البنوك، كما يعمل البنك المركزي على مراقبة نشاط البنك المتصلة بالصيرفة الإلكترونية وخصوصاً أنظمة الحماية والسرية بهدف المحافظة على سلامة أداء الجهاز المصرفي، بالإضافة إلى قيام البنك المركزي بمنح امتياز أو تفضيل للبنوك التي تميزت في الصيرفة الإلكترونية كقيامه بمنح جائزة تقديرية للبنك عن طريق إجراء عمليات تقييم دورية للبنوك، أو قيام البنك المركزي بمنحه ذلك البنك تسهيلات في فتح فروع جديدة، وتشجيع الدفع للمؤسسات العامة إلكترونياً مثل الدفع: لضريبة الدخل والدفع لمؤسسات الضمان الاجتماعي، كما يقوم البنك المركزي بإصدار شهادات الإيداع يكون الاكتتاب بها إلكترونياً مما يشجع على الدفع الإلكتروني، والتوسع في الصيرفة الإلكترونية، وكذا بإيفاد المختصين لديه في دورات تدريبية داخلية وخارجية بهدف الإطلاع على آخر المستجدات في مجال الصيرفة الإلكترونية.

الفرع الثالث: مزايا وعيوب الصيرفة الإلكترونية

إن قيام الصيرفة الإلكترونية يستوجب العديد من المتطلبات لقيامها وتطويرها، وكذا لنجاحها يجب توفر العديد من العوامل لنجاحها، ولكون أن الصيرفة الإلكترونية وفرت عدداً من المزايا للعملاء، وأدت على ظهور فرص جديدة للأعمال البنوك، وفي الوقت ذاته أظهرت بعض السلبيات، وتفاقت المخاطر، وهذا ما سنعرضه في هذا الفرع

أولاً: متطلبات وعوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية

بغرض تطبيق الصيرفة الإلكترونية في المصارف، فإنه يستدعي من هذه الأخيرة توفر العديد من المتطلبات، وهذا الهدف لا يكتمل إلا بالالتزام بالعديد من العوامل لنجاحها

I- متطلبات الصيرفة الإلكترونية: أدت شبكة الانترنت دوراً ملحوظاً في تنويع الخدمات المصرفية المقدمة

للبائين، وزادت من كفاءة وكمية المعلومات المقدمة للمصارف وللبائين على حد سواء، وهذا ما أتاح زيادة حجم المنتجات المصرفية المترتبة على هذه المستجدات التقنية العالية، بعد إزالة حواجز الزمان

والمكان، كما ساهمت في تقديم أسعار تنافسية، وخفض النفقات نتيجة غياب دور السماسرة والوسطاء بين المنتجين (المصارف) والمستهلكين (الزبائن)، غير أن تفاعل القطاع المصرفي يستلزم تفاعل وتطوير البيئة التي يتحرك في إطارها هذا القطاع، مثل: البنية القانونية والبنية الإدارية والبنية الإجرائية والبنية الإعلامية والبنية الثقافية، إضافة إلى ما يحتاجه هذا التطور في القطاع المصرفي من تأهيل البنية البشرية وتدريبها على المنتجات والخدمات الإلكترونية الجديدة، وعليه فإن البنية اللازمة لتنفيذ العمليات المصرفية الإلكترونية تتطلب ما يلي: ⁽¹⁾

- أ- إنشاء شبكة اتصال إلكترونية واسعة، تضم كل الجهات ذات الصلة، وترتبط بشبكة الانترنت العالمية، ضمن القواعد والشروط التي تضمن السرية والسلامة والأمان والحماية من أعمال القرصنة الإلكترونية.
- ب- تحضير الدراسات التقنية والقانونية والإدارية والمالية لكل ما يتعلق بعمل الخدمات المصرفية وأبعادها وآثارها ومخاطرها وكيفية حمايتها.
- ت- وضع خطة تدريجية للانخراط في سياسة تقديم الخدمات الإلكترونية وفقاً لأولويات تحددها السلطات المختصة في البنك المركزي على مستوى الدولة.
- ث- وضع خطة تثقيفية لكافة أطراف المجتمع للتفاعل مع هذه الخدمات المصرفية الإلكترونية الجديدة للوثوق بها وفهمها ومعرفة كيفية تشغيلها وكيفية التعاطي معها.
- ج- الاستفادة من خبرات المصارف الكبرى في الدول المتقدمة التي تمارس هذه الخدمات وتقدم هذه المنتجات بشكل واسع، لمعرفة تفاصيلها على كافة الصعد المصرفية والتقنية والإدارية والقانونية وغيرها.

II- عوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية:

إن إقامة نظام للصيرفة الإلكترونية يقتضي الالتزام بجملة من العوامل و التي هي بمثابة قواعد للعمل المصرفي الإلكتروني و التي تتمثل في: ⁽²⁾

¹ نادر عبد العزيز شاتي، المصارف والنقود الإلكترونية، الطبعة الأولى، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2007، ص: 137 - 139.

² بشرى محمد سامي، إمكانية تبني و تطبيق مفهوم المصارف الإلكترونية دراسة استطلاعية لعينة من المصارف التجارية في مدينة دهوك، مجلة كربلاء العلمية، المجلد الثامن، العدد: الأول، أنساني 2010، رئاسة جامعة الكوفة، ص: 133.

- 1- وجود شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات الصلة، وترتبط بالانترنت وفقا للأسس القياسية مع مراعاة التأمين في تصميم هذه الشبكة.
- 2- وضع خطط البدء في إدخال خدمات الصيرفة الالكترونية، بداية من وضع إستراتيجية على مستوى البنك المركزي أو البلد أو التحالفات الدولية.
- 3- وضع تنظيمات قياسية تسمح بالربط بين مختلف الجهات و العالم ككل.
- 4- إعداد خطة لتدريب الموارد البشرية.
- 5- العمل على إنشاء تنظيم إداري يعمل على التنسيق بين الأطراف المتعاقدة.

ثانيا: مزايا الصيرفة الالكترونية

تتميز الصيرفة الالكترونية بتقديم خدمات متميزة عن خدمات الصيرفة الالكترونية تلبية لاحتياجات الزبون و هو ما يحقق مزايا عديدة أهمها:⁽¹⁾

- I- تتميز بقدرتها على الوصول إلى قاعدة عريضة من الزبائن دون التقيد بمكان أو زمان معين، كما تتيح لهم إمكانية طلب الخدمة في أي وقت وعلى طول أيام الأسبوع و هو ما يوفر الراحة للزبون.
- II- تتضمن خدمات مصرفية ومتكاملة و جيدة، وخدمات أكثر تطورا عبر الوسائل الحديثة تميزها عن الأداء التقليدي.
- III- خفض التكاليف مقارنة بأعمال الصيرفة التقليدية، ومن ثم فإن تقليل التكلفة و تحسين جودتها هي عوامل جذب الزبون.
- IV- سرعة إنجاز العمليات المصرفية و مع اتساع الوسائل الحديثة وما أحدثته من سرعة في إنجاز العمليات المصرفية، أضحت سهلا على الزبون الاتصال (بالبنك) و أن يقوم بالإجراءات التي تنتهي في أجزاء صغيرة من الدقيقة الواحدة بأداء صحيح وبكفاءة عالية مما لو انتقل الزبون إلى مقر البنك شخصيا لأداء نشاطه المطلوب.
- V- خدمات البطاقات حيث توفر خدمات متميزة لرجال الأعمال و الزبائن ذوي المستوى المرموقة.

¹ نصر حمود مزنان فهد، إمكانيات التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية، مجلة كلية الإدارة و الاقتصاد، العدد: 4، السنة: 2011، ص ص: 7 - 8.

ثالثاً: عيوب الصيرفة الالكترونية

هناك العديد من العناصر التي يمكن شملها ضمن عيوب الصيرفة الالكترونية منها:⁽¹⁾

I - معوقات الصيرفة الالكترونية مثل: صعوبة توفير البيئة التحتية المناسبة للصيرفة الالكترونية فالأجهزة والبرمجيات و البيئة التحتية للاتصالات و خدمات الانترنت و الصيانة المستمرة للأجهزة و المعدات و التطوير الدائم، إنما تمثل البيئة الأساسية لممارسة الصيرفة الالكترونية.

II - صعوبة تحديد البيانات لتمكين العملاء من الاطلاع على أحدث العروض التي تقوم بها البنوك.

III - قضية العملات المختلفة التي تعرض بها أسعار السلع و الخدمات في كل بلد.

• كما أن هناك بعض المخاطر التي تواجه الصيرفة الالكترونية نذكر منها ما يلي:⁽²⁾

I - المخاطر الإستراتيجية وهي تلك المخاطر الناتجة عن عدم تبني الاستراتيجيات المناسبة التي تأخذ في اعتبارها كيفية تحقيق المزيج المناسب بين كل من الخدمات المصرفية التقليدية و الالكترونية .

II - المخاطر التشغيلية حالة إذا ما كانت تلك الأنظمة غير متكاملة بالشكل المطلوب.

III - مخاطر السمعة في حالة توافر رأي عام سلبي تجاه البنك نتيجة عد قدرته على تقديم خدمات مصرفية الكترونية وفق معايير الأمان والسرية و الدقة مع الاستمرارية و الاستجابة الفورية لاحتياجات وطلبات الزبائن.

IV - مخاطر قانونية الناجمة عن عدم التحديد الواضح للحقوق والالتزامات القانونية الناتجة عن العمليات المصرفية الالكترونية.

المطلب الثاني: مدخل عام لجودة الخدمة المصرفية

لاشك أن التغيرات التي مست جميع دول العالم قد فرضت نفسها بالاتجاه نحو التحسين المستمر والتفوق الدائم خاصة مع تزايد حجم المنظمات وتنامي حدة المنافسة بينهما، فاتجهت معظمها خاصة الخدمية إلى الاهتمام بجودة خدماتها باعتبار أن قطاع الخدمات أصبح يمثل ثلاث أرباع الناتج الوطني الإجمالي، وتوفر الخدمات فرص أكبر للعمل إذا ما قورنت بالصناعات المنتجة للسلع المادية وهذا بعض تطور مستوى معيشة الأفراد وازدياد متطلبات الحياة العصرية، فبدأ الاقتصاديون يدركون أهمية الخدمات وازدياد الحاجة إليها يوماً بعد يوم وتم اللجوء

¹ قصي محمد ناصر الصمصام، ثقافة الصيرفة الالكترونية في سوريا، رسالة ماجستير في إدارة الثقافة، (غير منشورة)، الجامعة الافتراضية السورية، 2015، ص: 51.

² نصر حمود مزان فهد، إمكانات التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية، نفس المرجع السابق، ص: 12.

الدائم نحو التحسين المستمر للخدمات وتطوير أداء المنظمات الخدمية والبحث عن سبل تنمية هذا القطاع، وهذا ما سوف نتطرق له في هذا المطلب.

الفرع الأول : مفهوم الخدمة المصرفية وأنواعها

تعمل المصارف على تطوير خدماتها المصرفية من خلال تقديم خدمات متميزة لزيائنها لتلبي احتياجاتهم وتقابل توقعاتهم وبالتالي تضمن لنفسها البقاء والاستمرار في تأدية نشاطها في ظل المحيط الذي تنشط فيه، وبالتالي سنحاول في هذا الفرع إلى التطرق إلى مفاهيم أساسية ألا وهي تعريف الخدمة، ودورة حياة الخدمة المصرفية وأنواع الخدمة المصرفية.

أولاً: مفهوم الخدمة

هناك العديد من تعاريف للخدمة والتي سنتطرق إليها في هذا العنصر

تعرف خدمة حسب kotler-p "بأنها:" عبارة عن أي نشاط أو منفعة يقدمها طرف ما إلى طرف آخر وتكون أساساً غير ملموسة ولا يترتب عنها نقل للملكية كما أن إنتاجها أو تقديمها قد يكون مرتبطاً أو غير مرتبط بمنتج مادي ملموس".⁽¹⁾

لقد عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق الخدمة بأنها:" النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة".⁽²⁾

ثانياً : مفهوم الخدمة المصرفية ودورة حياة الخدمة المصرفية

سنتطرق في هذا العنصر إلى مفهوم الخدمة المصرفية ودورة حياتها

¹ لعلوة ذغوش، استخدام شبكة الانترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية وأثرها على الأداء البنكي *دراسة حالة البنوك الجزائرية*، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاقتصادية، قسم: علوم الاقتصادية، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، تخصص: مالية نقود، جامعة محمد خيضر بسكرة، الموسم الجامعي: 2016/2017، ص: 94.

² هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى: 2002، الطبعة الثانية: 2004، الطبعة: الثالثة، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، بدون سنة، ص: 18.

I- مفهوم الخدمة المصرفية

اختلف المفكرين الاقتصاديون في تعريف الخدمة المصرفية نذكر منها ما يلي:

Kotle&Armstrong: "أنشطة أو منافع أو إشباعات يقدمها طرف البائع لطرف آخر المشتري، وهي بطبيعتها غير ملموسة ولا يترتب عليها نقل ملكية شيء، وقد يرتبط أو لا يرتبط إنتاجها وتقديمها بمنتج مادي ملموس".⁽¹⁾

تعرف الخدمة المصرفية حسب "رمضان، 2003" على أنها: "أوجه النشاط غير ملموسة، تهدف إلى إشباع حاجات العميل ورغباته، مقابل دفع مبلغ معين من المال للمصرف، فهي عبارة عن دور مزدوج: إشباع حاجات العميل وتحقيق عوائد لصالح البنك".⁽²⁾

كما تعرف الخدمات المصرفية على أنها: "مجموعة من العمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في مجموعة من العناصر الملموسة (الحقيقية)، وغير الملموسة (غير الحقيقية) المدركة من قبل الأفراد أو المؤسسات من خلال دلالتها وقيمتها المنفعية التي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية التي تشكل في الوقت نفسه مصدرا لربحية المصرفية".⁽³⁾

إذ يحمل تعبير الخدمة المصرفية مفهومين أساسيين:⁽⁴⁾

أ- الأول تسويقي: كونها مصدرا لإشباع احتياجات ورغبات الزبائن.

¹ عبد القادر بريس، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بو علي بالشلف، العدد: 3، بدون سنة، ص: 253.

² سهى حسن محمود، تقويم فرص تطبيق التسويق الإلكتروني وتأثيره على تحسين جودة الخدمات المصرفية، *دراسة ميدانية على المصارف التجارية في مدينة دمشق*، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير، كلية الاقتصاد، قسم: إدارة الأعمال، (غير منشورة)، جامعة تشرين، الموسم الجامعي: 2013/1434هـ، ص: 35.

³ وهبة ليازيد، تأثير التسويق الإلكتروني في جودة الخدمات المصرفية دراسة تحليلية مقارنة بين المصارف العامة والخاصة في الجزائر، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، جامعة معسكر الجزائر، المجلد 18، العدد 4، 2014/11/12، ص: 158.

⁴ رعد حسن الصرن، عولمة جودة الخدمات المصرفية، نقلا عن: أسماء حاجي، خالدة ياسمين قلقول، دور تحديث الخدمات البنكية في تحسين مردودية البنك *دراسة تطبيقية في بنك الخليج الجزائري 2006/2005 AGB*، مذكرة لنيل شهادة الماستر، فرع العلوم المالية، تخصص: مالية المؤسسات، قسم: علوم التسيير كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، (غير منشورة)، جامعة قلمة، الموسم الجامعي: 2014/2015، ص: 3.

ب - الثاني منفعي: يتمثل في مجموعة من المنافع التي يسعى الزبون لتحقيقها من جراء استخدامه للخدمة المصرفية.

II- دورة حياة الخدمة المصرفية

تمر الخدمات المصرفية من خلال حياتها بنفس المراحل التي تمر بها دورة حياة أي منتج، ويعتبر تحليل ومراقبة دورة حياة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك لعملائه أداة مساعدة في التعرف على الإستراتيجيات التسويقية الملائمة لكل مرحلة من هذه المراحل وكذلك الفرص التسويقية المتاحة لتقديم خدمات المصرفية جيدة، وتمر دورة الحياة الخدمة المصرفية بـ (4) مراحل أساسية هي:

1- مرحلة تقديم الخدمة للسوق

تتصف هذه المرحلة بالنمو المنخفض للمبيعات من الخدمة المصرفية الجديدة، وبوجه عام يحقق المصرف خسائر في هذه المرحلة، وتشمل التكاليف في هذه المرحلة نفقات ترويج الخدمة والإعلان عنها بهدف تشجيع إقبال العملاء عليها على نطاق واسع، وتشمل هذه المرحلة من دورة حياة الخدمة تكلفة بحوث السوق، تكاليف إنشاء نظام توزيع الخدمة، وتكاليف اختبار السوق بالنسبة للخدمة وغيرها، وهكذا يتبين أن النشاط الرئيسي للمصرف في مرحلة تقديم الخدمة للسوق وهو التأكيد على العنصر الترويجي.⁽¹⁾

2 - مرحلة النمو

وفي هذه المرحلة يزداد التعامل تدريجياً ولكن بمعدلات متسارعة على الخدمة التي تم إدخالها، وتتسع معرفة الزبون بها ويزداد تقبله لها واحتكاكه بها، وترتفع ربحية المصرف خلال هذه المرحلة من حياة الخدمة المصرفية مما يجذب المنافسين للدخول إلى ميدان تقديم الخدمة مماثلة، مما يستدعي إجراء مزيد من التحسينات الملحوظة في هذه الخدمة ونشرها على فروع المصرف في المناطق المختلفة من أجل الاحتفاظ بالمركز التنافسي للمصرف

¹ عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، الطبعة: الأولى 1420 هـ / 1990م، البيان للطباعة والنشر، القاهرة، سنة 1999، ص: 175.

ومن مميزات هذه المرحلة التزايد في معدلات نمو حجم التعامل والأرباح، زيادة حدة المنافسين بين المصارف وتحسين جودة الخدمة المصرفية وتخفيض أسعارها كلما أمكن.⁽¹⁾

3 - مرحلة النضج

حيث تصل المبيعات هنا إلى الذروة وتشجع الأرباح التي يحققها البنك المنافسين على الدخول في السوق وتقديم خدمة مماثلة أو تقليد المصرف في الخدمة التي يقدمها، وتتصف هذه المرحلة بتباطؤ معدل نمو المبيعات وارتفاع تكاليف الترويج وبالتالي تراجع الأرباح مع اشتداد المنافسة، وهذا يجب على إدارة المصرف العمل على إطالة عمر هذه المرحلة إلى أطول مدة ممكنة ويمكن إتباع الإجراءات التالية:⁽²⁾

- أ- تخفيض الأسعار والعمولات لضمان استمرار العملاء الحاليين، وكذلك من أجل جذب عملاء إضافيين.
- ب- العمل على الربط بين الخدمة مع خدمات أخرى تحقق رواجاً ملموساً.

4 - مرحلة الانحدار

تتصف هذه المرحلة بثبات عنصر التكاليف الثابتة مع انخفاض العائد خاصة تخفيض الأسعار، وعند التفكير في هذه المرحلة وهي مرحلة حتمية بطبيعية الحال فإن هناك طريقتان أمام المصرف:⁽³⁾

- أ- **البديل الأول:** يمكن للمصرف سحب الخدمة كلية من السوق في الحال وبالتالي عدم تحمل أي نوع من الخسائر، ويتيح هذا الأسلوب الفرصة أمام المصرف لاستخدام الموارد المترتبة على سحب هذه الخدمة من السوق في تقديم خدمات أخرى مربحة، غير أنه يجب مراعاة أنه ربما يترتب على سحب الخدمة مالية متاحة للعملاء بعض الآثار السلبية.

- ب- **البديل الثاني:** هو أنه مع انخفاض حدة المنافسة قد يكون من المرغوب فيه الاستمرار في تقديم هذه الخدمة في السوق أو القطاعات التي تحقق الربحية فقط مع ترويج خدمة معدلة تحتوي فقط على أفضل المنافع أو المزايا

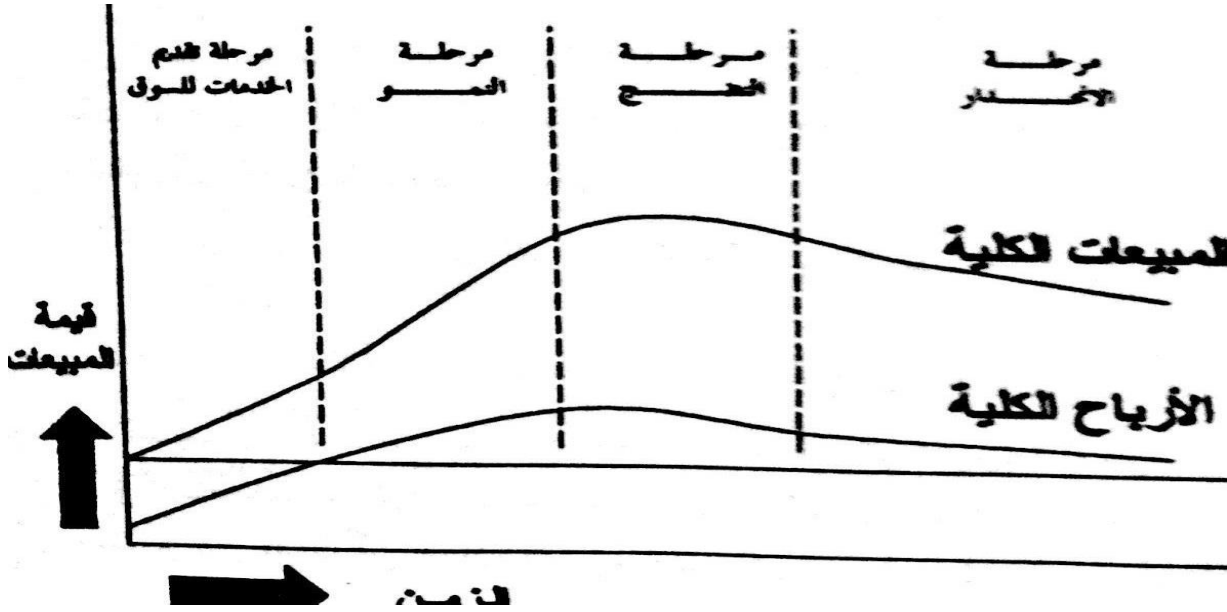
¹ لخضر بن أحمد، *متطلبات تطوير وتحسين الخدمات المصرفية في الجزائر*-دراسة الواقع والأفاق-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، فرع: التسيير، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، الموسم الجامعي: 2011/2012، ص: 27.

² بتول عبد علي غالي، دور تطوير الخدمات المصرفية وخصائصها التسويقية في المصارف التجارية دراسة استطلاعية في عينة من المصارف التجارية العراقية، مجلة المثنى للعلوم الإدارية والاقتصادية، جامعة القادسية، المجلد 7، العدد: 4، سنة النشر: 2017/9/20، ص: 88.

³ بدير حداد عوض، مرجع سبق ذكره، ص: 176.

التي تجذب العملاء ممن هم على صلة قوية بالمصرف، ولا يتسبب عنهم ضياع وقت إدارة المصرف فيما يتعلق بالمبيعات أو النواحي الإدارية والجدير بالذكر أن مشكلات المتعلقة بالتدفقات النقدية الداخلة للمصرف يمكن التغلب عليها بتنظيم الخدمات المصرفية المختلفة بحيث توضع في مراحل مختلفة من دورة حياة المنتج.

الشكل رقم (1-1): دورة حياة الخدمة المصرفية



المصدر: بدير حداد عوض، مرجع سبق ذكره، ص 174.

ثالثاً: أنواع الخدمة المصرفية

يمكن تقسيم أنواع الخدمات المصرفية على النحو التالي: ⁽¹⁾

I- الخدمات الموجهة لقطاع الأفراد

1- التحويلات:

- أ- شيكات عند الطلب وتحويلات سريعة لمختلف العملات.
- ب- شيكات سياحية بكل العملات الأجنبية نقداً.
- ت- بيع وشراء العملات الأجنبية نقداً.
- ث- استقبال التعليمات الثالثة فيما يتعلق بالدفعات الدورية.

¹ عوض بدير الحداد، مرجع سبق ذكره، ص ص: 198 - 201.

ج- استقبال الحوالات الواردة باسم الزبون من البنوك المرسلة من الخارج.

2- خدمات البطاقات:

أ- بطاقة الفيزا أي ائتمان تنقل في كافة أنحاء العالم.

ب- بطاقة البنك الآلي لأي سحب نقدي فوري، والاستفسار عن الرصيد ولطلب كشف الحساب ودفتر الشيكات جديد، وتمويل المبلغ.

ج- الودائع بالعملة المحلية أو الأجنبية.

3- القروض الشخصية :

متوفرة للزبائن أصحاب الوظائف الثابتة، وبفوائد منخفضة.

4- صناديق إيداع الإعانات :

تتمثل في الإيجار سنوي مقابل رسوم بسيطة.

5- الحسابات :

أ- الحسابات الجارية بالعملات الأجنبية أو المحلية.

ب- حسابات التوفير بالعملات الأجنبية أو المحلية.

ج- حسابات تحت الطلب بالعملات الأجنبية أو المحلية.

II- الخدمات المقدمة للتجار والشركات:

1- الاعتماد المستندي:

وهو تعهد خطي عن المصرف للبائع (المستفيد) لإجراء الدفع لغاية المبلغ المتفق عليه وذلك مقابل تقديم المستندات والشروط المنصوص عليها في كتاب الاعتماد.

2- التحصيل المستندي:

وهو طلب البائع إلى البنك القيام بتسليم مستندات للمشتري عند القبول أو الدفع، بفضل التحصيل

المستندي يحقق الشحن للمشتري اختيار الدفع عند وصول المستندات أو البضاعة، بموجب الاتفاق مع البائع.

3- خطابات الضمان:

هو تعهد خطي صادر عن البنك المستفيد، ضمانا دفع مبالغ محددة عند المطالبة بها خلال فترة صلاحية الكفالة المتعلقة بإنجاز شيء معين، بفضل خطابات الضمان يحصل المستفيد على دعم المصرف، مما يزيد ثقته في المجالات التالية تتمثل في تقديم العروض أو الحصول على العقود لتنفيذ الخدمات أو المشاريع المتفق عليها، الحصول على الدفع المسبق والحصول على أوامر التسليم في حالة عدم استلام بوالص الشحن.

الفرع الثاني : جودة الخدمة المصرفية وخصائصها

لتحديد مفهوم جودة الخدمة المصرفية يلزم التطرق إلى مفهوم الجودة وخصائص جودة الخدمة المصرفية وهذا ما سوف نوضحه في هذا الفرع

أولا : تعريف الجودة

اختلفت التعاريف الخاصة بالجودة وهذا راجع للتغيرات الاقتصادية واختلاف الباحثون في إيجاد تعريف موحد للجودة ولذلك سوف نتطرق إلى بعض هذه التعريفات:

عرفتها المنظمة الأوروبية للجودة على أنها: "مجموعة من الصفات التي يتميز بها منتج معين، تحدد قدراته على تلبية حاجات المستهلكين ومتطلباتهم." (1)

عرفتها الجامعة الأمريكية للجودة على أنها: "الهيئة والخصائص الكلية للمنتج والتي تظهر قدرته على إشباع الحاجات الصريحة والضمنية." (2)

ثانيا: تعريف جودة الخدمة المصرفية وخصائصها

سننتقل في هذا العنصر إلى تعريف جودة الخدمة المصرفية وخصائصها

¹ صليحة رقاد، تطبيق نظام الجودة في مؤسسات التعليم العالي الجزائرية: افاقه ومعوقاته، *دراسة ميدانية بمؤسسات التعليم العالي للشرق الجزائري*، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاقتصادية، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 1، الموسم الجامعي: 2013 / 2014، ص: 13.

² وفاء حلفور، تدعيم جودة الخدمة البنكية وتقييمها من خلال رضا العميل*دراسة حالة بنوك العمومية الجزائرية ولاية تلمسان*، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة دكتوراه، تخصص: بنوك، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بالقائد، الموسم الجامعي: 2013 / 2014، ص: 21.

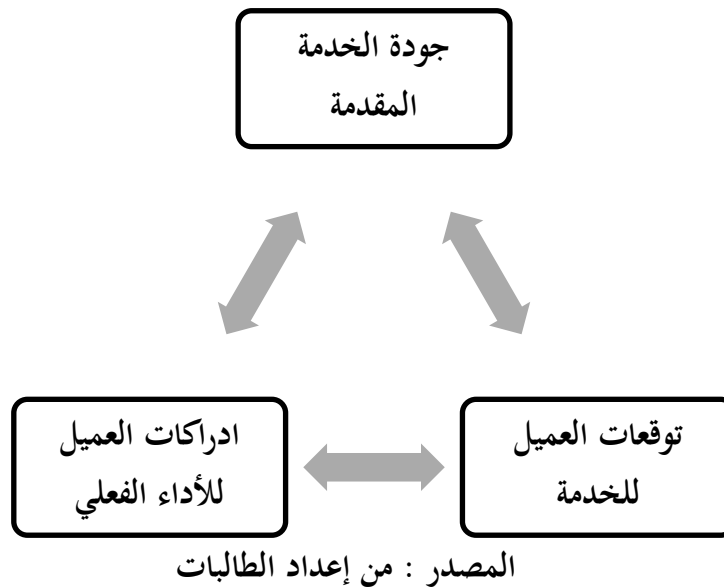
I- تعريف جودة الخدمة المصرفية

لجودة الخدمة المصرفية عدة تعاريف نذكر بعض منها:

تعرف بأنها: "هي ملائمة ما يتوقعه العملاء من الخدمة المصرفية المقدمة إليهم مع إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحصل عليها العملاء نتيجة حصولهم على الخدمة، لذا فالخدمة الجيدة من وجهة نظر العملاء هي التي تتفق وتتطابق مع توقعاتهم".⁽¹⁾

عرفها الجريري (5002) على أنها "قدرة المصرف على الاستجابة لتوقعات ومتطلبات العملاء".⁽²⁾

الشكل رقم (1 - 2) : يوضح مفهوم جودة الخدمة المصرفية



¹ وسام محمد ناصر الكركي، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الإداريين والزبائن، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لنيل درجة الماجستير، تخصص: إدارة الأعمال، (غير منشورة)، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة الخليل، الموسم الجامعي: 2010 / 1431هـ، ص: 10.

² Wasim I op: cit, al habilwakaru; the impact of quality of banking services on improving the marketing performance of Banks in gaza Govnorates from the point of view of their employees, **International journal of engineering and information systems**, university, Gaz, palestine vol 1. Issue 7, september: 2017, p: 200.

I- خصائص جودة الخدمة المصرفية

تتميز جودة الخدمة المصرفية بخصائص أهمها:⁽¹⁾

1- الخصائص الفنية : يتطلب هذا النوع من الجودة الاعتماد على موظفي المصرف ذوي الخبرات والمعارف المتميزة بالخدمات المصرفية و إجراءاتها المتنوعة، ولاءم هذا النوع الخدمات المصرفية المعقدة مثل : خطط التقاعد والمعاشات حيث تعد المعرفة الفنية مطلبا رئيسيا واضحا، والتي تجيب على السؤال: ما الذي يحصل على العميل ؟ فالجودة الفنية تعني ما يتم تقديمه للعميل فعلا، ويمكن قياسها بشكل موضوعي عن طريق العميل كأى بعد فني للمنتج.

2- الجودة الوظيفية: يركز هذا النوع على المصادفة الخدمية والكيفية التي تقدم بها الخدمة، وهي تتطلب التفاعل النفسي بين المصرف وزبائنه، ويجب أن تسعى إدارة المصرف لتعزيز جودة خدماتها المصرفية من خلال تحديد الهدف الاستراتيجي لجودة الخدمة المصرفية، ومتابعة احتياجات وتوقعات الزبائن، وقياس الجودة ورضا الزبائن، ومن ثم القيام بإعادة تنظيم المصرف حول الزبون، وتحديد الأدوار الجديدة لمديري ومشرفي المصرف وتحقيق فوائد الإنتاجية المصرفية، وقياس وتخفيض التكاليف الخدمة المصرفية وبناء قاعدة متينة لكسب ولاء الزبون والذي يجيب على السؤال: كيف حصل؟، فالجودة الوظيفية تعني الكيفية التي تم بها تقديم الخدمة للعميل وبالتالي فمن الصعب تقديرها بطريقة موضوعية كما هو الحال في الجودة الفنية.

ثالثا: أبعاد ونماذج جودة الخدمة المصرفية

I- أبعاد جودة الخدمات المصرفية

تمثلت أبعاد جودة الخدمات المصرفية فيما يلي:

¹ مأمون الدرادكة، طارق الشلي، الجودة في المنظمات الحديثة، نقلا عن: منى بوقرينات، محددات جودة الخدمات المصرفية في تحقيق رضا العملاء في البنوك التجارية* بنك القرض الشعبي الجزائري*- وكالة تقرت - ، مذكرة مقدمة لاستكمال شهادة الماستر أكاديمي الطور الثاني، ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص: مالية وبنوك، فرع علوم التسيير، قسم: العلوم الاقتصادية، (غير منشورة)، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الموسم الجامعي: 2017 / 2018، ص ص: 4 - 5.

- 1- **الاعتمادية:** وتعني ثبات في الأداء، وإنجاز الخدمة المودعة بشكل دقيق يعتمد عليه.⁽¹⁾
- 2- **سرعة الاستجابة :** وهي الاستعداد لمساعدة الزبائن وتقديم الخدمات لهم، كما تعرف على انها عملية الاتصال بين الأفراد وتتغرز هذه العملية عن طريق الملائمة والتعاطف والاحتراف في الخدمات المصرفية، وبالتالي تشير إلى رغبة واستعداد العاملين بالبنك في تقديم الخدمة والمساعدة الزبائن والرد على استفساراتهم والسرعة في أداء الخدمة والاستجابة الفورية لطلب الزبون.⁽²⁾
- 3- **الاتصال:** يشير قدرة مقدم الخدمة على تنوير المستفيد حول طبيعة الخدمة المقدمة والدور الذي يلعبه المستفيد من أجل الحصول على الجودة المطلوبة من الخدمة.⁽³⁾
وهناك بعدين أيضا لجودة الخدمة المصرفية التعاطف والثقة:⁽⁴⁾
- 4- **التعاطف :** يقصد بالتعاطف مدى المجهود الذي يبذله العاملين لفهم احتياجات العملاء ورغباتهم، من خلال قدرتهم على التعامل مع مختلف فئات العملاء.
- 5- **الثقة :** ويقصد بها مدى قدرة العاملين على إفهام العملاء إجراءات وشروط الخدمة المقدمة، ومدى قدرتهم في زيادة ثقة العملاء بالمؤسسة المصرفية من خلال مصداقية والمهنية في التعامل.
- 6- **الأمان:** تعني خلو المعاملات مع المصرف من الشك والمخاطر، ويتضمن الأمان المادي والمالي والمحافظة على سرية المعلومات المتعلقة بحسابات العملاء.⁽⁵⁾

¹ جابر حمدان العجمي، دور الإبداع التسويقي في تحسين جودة الخدمات المصرفية*دراسة ميدانية في البنوك التجارية الكويتية*، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، (غير منشورة)، كلية إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الموسم الجامعي: 2011، ص: 38.

² عيسى نبوية، أوبختي نصيرة، المهارات القيادية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة المصرفية *دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري*مجلة اقتصاديات المال والأعمال gfbe، تلمسان، 2017، ص: 231.

³ محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى: 2010 م / 1430 هـ، الطبعة الثانية: 2014 م / 1435 هـ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، بدون سنة، ص: 94.

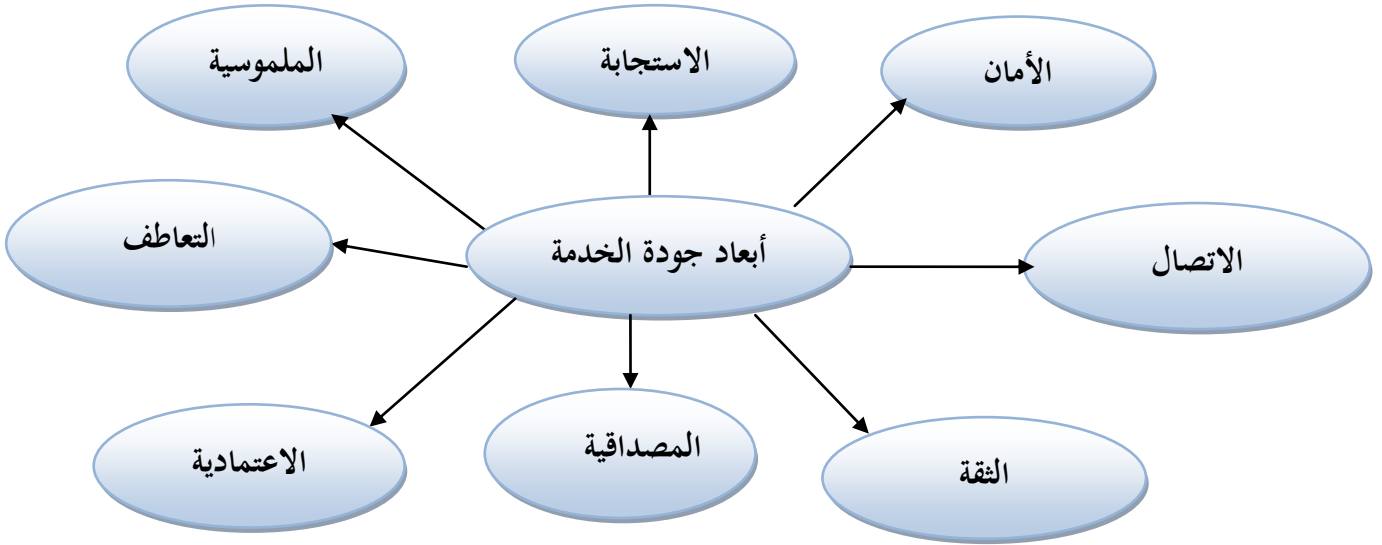
⁴ حاتم غازي شعشاعة، قياس جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين المحدود في فلسطين من وجهة نظر العملاء، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، قسم: إدارة أعمال، كلية التجارة، (غير منشورة)، جامعة الإسلامية عمادة الدراسات العليا، الموسم الجامعي: 2004 ديسمبر، ص: 49.

⁵ هاجر محمد الملك، الطاهر محمد أحمد علي، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضا العميل دراسة ميدانية على بنك الصادرات، مجلة العلوم الاقتصادية، المجلد: (1) VOLUME17، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، سنة 2016، ص: 58.

7- الملموسية : وتمثل الجوانب الملموسة والمتعلقة بالخدمة مثل المباني المصارف، والتقنيات المستخدمة والتسهيلات المقدمة.⁽¹⁾

8- المصدقية: وتعني أن تتصف العلاقة بين مقدم الخدمة والزبون بالثقة والأمانة والوفاء، وأن تتضمن الاهتمام بمصلحة العملاء، وبما يساهم في مصداقية اسم وسمعة المنظمة.⁽²⁾

الشكل رقم (1-3): أبعاد جودة الخدمات المصرفية



المصدر: من إعداد الطالبات

II- نماذج قياس جودة الخدمات المصرفية

لقياس جودة الخدمة المصرفية، هناك نموذجين:

1- نموذج الفجوات SEREQUAL OF QUALITY GAPS: ويرمز له بالرمز (PZA) نسبة

إلى الحروف الأولى لمكتشفه، وتعتبر دراسة (1985) Parasuraman & others هي الدراسة الأولى التي حاولت تقديم هذا النموذج، ويقوم على مقارنة توقعات العملاء للخدمة والأداء الفعلي لها ومن ثم تحديد الفجوة بين هذه التوقعات والأداء الفعلي للخدمة، حيث تتمثل الفجوة في خمس فجوات متتابعة

¹ إياد مراد حسن، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، مجلة الدنانير، العدد الثالث، بدون سنة، ص: 315.

² صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن* دراسة ميدانية على البنك الإسلامي الأردني - عمان*، مرجع سبق ذكره، ص: 41.

متمثلة في المجالات الخمس التي يشتمل عليها القياس بالإضافة إلى فجوة كلية تتمثل الفرق بين الدرجة الكلية للمقياس بين إدراكات وتوقعات المستفيد من الخدمة.⁽¹⁾

2- نموذج الاتجاه: يركز هذا المدخل على أساس أن جودة الخدمة تمثل مفهوماً اتجاهياً يتصل بالرضا، ولكنه ليس مرادفاً له كما أنه يرتبط بإدراك العميل لأداء الخدمة المقدمة، فبرغم من أن الباحثين يعترفون ضمناً بأهمية إدراك العملاء لجودة الخدمة، إلا أنهم يرون أن لكل من جودة الخدمة ورضا العميل مفهوماً يختلف عن الآخر، والمفهوم الشائع لهذا الاختلاف يتمثل في أن الجودة كما يقيّمها ويدركها العملاء في شكل من أشكال الاتجاه الذي يعتمد على عملية تقييم تراكمية بعيدة المدى، أما الرضا فإنه يمثل حالة نفسية عابرة سريعة الزوال، ويرى باحثون آخرون أن العملاء يشكلون اتجاهاتهم إزاء الخدمة على أساس خبراتهم السابقة ولهذا فإن هذا الاتجاه يتكيف طبقاً لمستوى رضا الذي يحققه من خلال تعامله مع المؤسسة الخدمية، وقد أكدت نتائج عدد من هذه الدراسات كفاءة استخدام الأداء الفعلي للخدمة المدركة من قبل العملاء كمقياس للجودة الخدمية.⁽²⁾

الفرع الثالث: مستويات وطرق قياس جودة الخدمة المصرفية

هناك العديد من المستويات المرتبطة بجودة الخدمة المصرفية و طرق قياسها وهذا ما سنتطرق إليه في هذا
العنصر

أولاً: مستويات جودة الخدمة المصرفية

يمكن التمييز بين خمسة مستويات لجودة الخدمة المصرفية وهي:⁽³⁾

I- الجودة التي يتوقعها الزبون: تمثل مستوى جودة الخدمات المصرفية التي يرى الزبائن وجوب توفرها.

¹ فاطمة محمود الساعفين، استراتيجية مقترحة لتحسين جودة الخدمات الطلابية في *الجامعات الفلسطينية*، قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في أصول التربية، كلية التربية، قسم: أصول التربية، (غير منشورة)، جامعة الإسلامية غزة، الموسم الجامعي: 1436 هـ / 2015، ص: 13.

² وسام محمد ناصر الكركي، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الإداريين والزبائن، مرجع سبق ذكره، ص: 27 - 28.

³ لؤي لطيف بطرس، خيرى علي أوسو، تقييم مستوى جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن دراسة استطلاعية لآراء عينة من زبائن مصارف مدينة دهوك، مجلة تنمية الرافدين، العدد: 19، المجلد 30، 2006، ص: 11.

II- الجودة المدركة من قبل إدارة المصرف: وهي جودة تتوقع إدارة المصرف بأنها ستشبع حاجات ورغبات الزبائن.

III- الجودة الفعلية: وهي الجودة التي تؤدي بها الخدمة فعلا.

IV- الجودة المروجة للزبائن: مدى الرضا والقبول الذي يمكن أن يحصل عليه المصرف من زبائنه عن تلقيهم للخدمات المقدمة لهم.

ثانيا: طرق قياس جودة الخدمة المصرفية

ويمكن تمييز خمس طرق أساسية لقياس جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر الزبون:⁽¹⁾

I- مقياس عدد شكاوي: تمثل عدد الشكاوي التي يقدم لها العميل خلال مدة زمنية معينة، مقياسا هاما لمستوى جودة الخدمات المطلوبة، وبالتالي يجب على المؤسسة المصرفية اتخاذ الإجراءات المناسبة لتجنب حدوث المشاكل، وتحسين جودة الخدمات التي تقدمها.

II- مقياس الرضا: يعتبر هذا المقياس من أكثر المقاييس استخداما لقياس اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمات المقدمة، وذلك من خلال توجيه الأسئلة التي تكشف طبيعة شعور العملاء نحو الخدمة المقدمة لهم و جوانب القوة والضعف فيها.

III- مقياس الفجوة: وهو الذي يستند إلى توقعات الزبائن لمستوى الخدمة وإدراكهم لمستوى أداء الخدمة المقدمة بالفعل، ومن ثم تحديد الفجوة بين هذه التوقعات والادراكات أي:

جودة الخدمة = التوقعات - الادراكات

IV- مقياس الأداء الفعلي: يقوم هذا المقياس على اعتبار أن جودة الخدمة المصرفية يمكن الحكم عليها مباشرة من خلال اتجاهات العملاء، ويمكن التعبير عنها بالمعادلة التالية:

جودة الخدمة = الأداء الفعلي

¹ عادل زايد، لأداء التنظيمي المتميز، نقلا عن : بودراع محمد الطاهر، إدارة الجودة الشاملة وتأثيرها على الخدمة المصرفية * دراسة حالة بنك سويسيتي جنرال الجزائر قسنطينة*، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، قسم: العلوم التجارية، (غير منشورة)، تخصص: تسويق الخدمات، جامعة العربي بن مهيدي، دورة 2013، ص: 64.

V- مقياس القيمة: إن الفكرة الأساسية التي يقوم عليها هذا المقياس هي أن القيمة التي تقدمها مؤسسة الخدمة للعملاء التي تعتمد على المنفعة الخاصة بالخدمة المدركة من جانبي العميل و التكلفة للحصول على هذه الخدمات، فالعلاقة بين المنفعة و السعر هي التي تحدد هذه القيمة حيث كلما زادت مستويات المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة كلما زادت القيمة المقدمة للعملاء و كلما زاد إقبالهم على طلب هذه الخدمة والعكس صحيح.

الفرع الرابع: مزايا و العوامل المؤثرة على جودة الخدمة المصرفية

تتميز الخدمة المصرفية بمزايا وعوامل مؤثرة عليها نذكرها في هذا العنصر

أولاً: مزايا جودة الخدمة المصرفية

جودة الخدمات المصرفية العديد من المزايا التي تعود المصارف نذكر منها:⁽¹⁾

- I- تحقيق مزايا تنافسية فريدة عن بقية المصارف و من ثم مواجهة الضغوط التنافسية .**
- II- تحمل تكاليف أقل بسبب قلة الأخطاء و التحكم في العمليات المصرفية .**
- III- إن الخدمات المتميزة بالجودة العالية تتيح الفرصة أمام المصارف لتقاضي أسعار و عملات أكبر ومن ثم زيادة الأرباح**
- IV- إن الخدمات المتميزة تزيد قدرة المصرف على الاحتفاظ بالزبائن الحاليين و جذب زبائن جدد و زيادة الحصة السوقية.**
- V- بيع خدمات مصرفية حديثة.⁽²⁾**

¹ عباس نوار كحيط الموسوي، الأثر الاستراتيجي للمصارف الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية و تحقيق المزايا التنافسية، مجلة الكوت

للعلم الاقتصادية والإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة واسط، العدد: 16، 2014، ص: 27.

² يوسف سعداوي، أساسيات في إدارة المؤسسات، دار هومة الجزائر، 2013، نقلا عن: محمد العيد قدور، مرجع سبق ذكره، ص: 33.

ثانياً: العوامل المؤثرة على جودة الخدمات المصرفية

هناك العديد من العوامل المؤثرة على جودة الخدمات المصرفية منها:⁽¹⁾

- I- سعر الفائدة:** توجد عدة مفاهيم لسعر الفائدة نذكر منها تعريف الاقتصاديون الكلاسيكيون حيث فسروا سعر الفائدة بنظرية الأرصد القابلة للإقراض، ولكن كينز يقرر أن سعر الفائدة ما هو إلا ظاهرة نقدية تحدد بالعرض و الطلب على النقود وليس بالأرصد القابلة للإقراض و الاقتراض.
- II- سعر الخصم:** هو السعر الذي يحدده المصرف المركزي لخصم ما يقدم له من البنوك الأعضاء من أوراق مالية أو تجارية، أو بمعنى آخر هو سعر إعادة الخصم لدى هذه المصارف الأعضاء من أوراق مضمومة، وقيام المصرف المركزي برفع هذا السعر يعني إحجام المصارف عن القيام بإعادة الخصم لديه، ما قد يؤثر في قيامها بخصم الأوراق للزبائن سواء برفع السعر أو تقييد الحجم، وهذا يعني إنقاص الائتمان المتاح.
- III- الضمانات البنكية:** تعتبر الضمانات البنكية وسيلة من خلالها يمكن للمتعاملين تقديمها للحصول على قروض من هذا المصرف هذا من جهة، ومن جهة أخرى فهي أداة إثبات حق البنك للحصول على أمواله التي أقرضها بالطريقة القانونية و ذلك في حالة عد تسديد الزبائن لديونهم.
- IV- تنوع التسهيلات الائتمانية المقدمة:** يعد أجل التسهيل الائتماني (تاريخ سداده) من أهم عناصر القرار الائتماني، حيث تكون التسهيلات الائتمانية قصيرة و متوسطة وطويلة الأجل، وحيث يتحدد لها برنامج زمني بهدف أن تحل موارد الزبون الذاتية تدريجياً محل التسهيل الائتماني المقدم من طرف المصرف.

¹ إدريس رمضان حجي، تحليل العوامل المؤثرة في الطلب على جودة الخدمات المصرفية * دراسة تطبيقية في عينة من المصارف الأهلية في مدينة أرييل للمدة 2014/2015 *، قسم العلوم المالية والمصرفية، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة صلاح الدين، المجلد 9، العدد: 19، السنة: 2017، ص ص: 363-364.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

يتضمن هذا المبحث عرض لبعض الدراسات السابقة العربية منها و الأجنبية، من حيث الأهداف، الأساليب المستخدمة والأدوات وغيرها، كالأعمال العلمية والمذكرات و المجالات والتي تناولت الموضوع من أكثر من جانب و هذا ما سيتم توضيحه.

المطلب الأول: الدراسات المتعلقة الصيرفة الالكترونية

أجريت العديد من الدراسات العربية في مجال الصيرفة الالكترونية وعلى مستويات ومتغيرات مختلفة وعديدة، وفي مايلي سوف نتطرق لبعض الدراسات في هذا المطلب.

الفرع الأول: الدراسات العربية

في هذا العنصر سنعرض بعض الدراسات الصيرفة الالكترونية كمتغير فيها متعلق بمتغير آخر:

أولاً: دراسة بشرى محمد سامي 2011 بعنوان: "إمكانية تبني وتطبيق مفهوم المصارف الالكترونية دراسة استطلاعية لعينة من المصارف التجارية مدينة دهوك".⁽¹⁾

تناولت هذه الدراسة تقييم محددات توسيع قاعدة المصارف الالكترونية في مدينة دهوك من خلال بحث واقع هذه المصارف وأسلوب إجراء العمل المصرفي فيها من خلال توجيه إستبانه موجهة لجميع مدراء ومساعدتهم ورؤساء العاملين في هذه المصارف، وسنوضح أكثر في الجدول الموالي:

الجدول رقم (1 - 1): دراسة بشرى محمد سامي

عنوان الدراسة	" إمكانية تبني وتطبيق مفهوم المصارف الالكترونية - دراسة استطلاعية لعينة من المصارف التجارية مدينة دهوك -"
هدف الدراسة	معرفة تصورات لاستشراف لمستقبل المصارف الالكترونية في حالة تبنيها والعمل بها، لا بد أن نأخذ بعين الاعتبار التطورات العلمية والتكنولوجية المتلاحقة عالمياً

¹ بشرى محمد سامي، إمكانية تبني وتطبيق مفهوم المصارف الإلكترونية - دراسة استطلاعية لعينة من مصارف التجارية في مدينة دهوك-، مرجع سبق ذكره، ص ص: 127 - 146.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية

المنهج المستخدم	المنهج الوصفي التحليلي، تم استخدام الاستبيان للحصول على البيانات
عينة ومجتمع الدراسة	شمل مجتمع البحث العاملين في المصارف التجارية في مدينة دهوك عددهم 8 أما عينة البحث فقد تكونت من 3 مصارف تجارية و26 مبحوثاً من الإداريين العاملين في هذه المصارف
أهم الاستنتاجات	يعد التقدم التكنولوجي من العوامل المساعدة في تطوير تقنيات المعلومات والاتصالات بما يكفل انسياب الخدمات المصرفية بكفاءة عالية، وإن أحسن استغلال تقنية المصارف الالكترونية هي من عوامل عصنة المنظومة المصرفية لمواكبة تحديات العصر
أهم التوصيات	القيام بحملة تسويقية تهدف إلى زيادة الوعي المصرفي لدى العاملين والزبائن بالقنوات الإلكترونية والخدمات التي تقدم من خلالها
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا	تناولت دراستهم متغير واحد هو الصيرفة الالكترونية في المصارف التجارية بمدينة دهوك في حين الحالية تناولت متغيرين الصيرفة الالكترونية و جودة الخدمة المصرفية في البنوك التجارية بوكالة الوادي

المصدر: من إعداد الطالبات

ثانياً: دراسة أسماء خيضر ياسين، أحمد صبحي جميل 2014 بعنوان: "مظاهر استخدام الصيرفة الالكترونية في العراق دراسة حالة على مجموعة من المصارف التجارية في بغداد" (1)

تكلمت هذه عن نوعية وطبيعة الخدمات التي تقدمها المصارف الالكترونية وتحليل أهم المزايا والمعيقات والمخاطر ومعوقات استخدام الصيرفة الالكترونية ولغرض تحقيق هذه الأخيرة تم توجيه استمارات استبيان لمدراء وموظفي المصارف التجارية في بغداد ومن أبرز ما جاء فيها يمكن تلخيصه في الجدول التالي:

الجدول رقم (1-2): دراسة أسماء خيضر، أحمد صبحي

عنوان الدراسة	"مظاهر استخدام الصيرفة الالكترونية في العراق دراسة حالة على مجموعة من المصارف التجارية في بغداد"
---------------	--

¹ أسماء خيضر ياسين، أحمد صبحي جميل، مظاهر استخدام الصيرفة الالكترونية في العراق دراسة حالة على مجموعة من المصارف التجارية في بغداد،

هدف الدراسة	إلقاء الضوء حول التحول نحو المصارف العراقية من النمط التقليدي إلى النمط المصرفي الحديث القائم على استخدام أدوات الصيرفة الالكترونية
المنهج المستخدم والأدوات	المنهج الوصفي الإحصائي، وتم توزيع 40 استمارة استبيان مع إجراء بعض المقابلات بعض المسؤولين
عينة ومجتمع الدراسة	يتكون المجتمع من 4 مصارف تجارية عاملة في العراق، شملت العينة العاملين على مستوى هذه المصارف
أهم الاستنتاجات	وجود لبعض المعوقات والمخاطر مثل عدم إلمام الزبائن بالخدمة الالكترونية وعدم توفر بيئة مصرفية ملائمة
أهم التوصيات	توسيع نطاق استخدام الصيرفة الالكترونية في كافة المصارف العراقية مع ضرورة انتهاز سياسات أكثر تطوراً للتحول نحو العمل المصرفي الالكتروني الحديث
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا	هناك اختلاف في البيئة التي أجريت فيها الدراستين، الأولى كانت على مستوى المصارف العاملة ببغداد في العراق، في حين دراستنا الحالية ستكون على مستوى وكالة الوادي

المصدر: من إعداد الطالبات

ثالثاً: جمال هداش محمد 2015 بعنوان: "متطلبات تطبيق الصيرفة الإلكترونية ومعوقاتها في المصارف العراقية دراسة تطبيقية في عدد فروع المصارف الأهلية والحكومية".⁽¹⁾

تضمنت هذه الدراسة معرفة ماهية و متطلبات تطبيق الصيرفة الإلكترونية ومعوقاتها وآلية عملها من خلال توزيع استبيان موجه للعاملين في بعض المصارف الأهلية والحكومية وسنوضح أكثر في الجدول التالي:

الجدول رقم: (1-3): دراسة جمال هداش محمد

عنوان الدراسة	"متطلبات تطبيق الصيرفة الإلكترونية ومعوقاتها في المصارف العراقية - دراسة تطبيقية في عدد من فروع المصارف الأهلية والحكومية"
---------------	--

¹ جمال هداش محمد، متطلبات تطبيق الصيرفة الإلكترونية ومعوقاتها في المصارف العراقية - دراسة تطبيقية في عدد من فروع المصارف الأهلية والحكومية - مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة تكريت، المجلد 11، العدد: 32، 2015، ص ص: 135 - 158.

هدف الدراسة	التعرف على مدى أهمية الصيرفة الالكترونية في المصارف المبحوثة ونجاحها في جذب الزبائن وتقديم خدمات مصرفية إلكترونية
المنهج المستخدم والأدوات	المنهج الوصفي التحليلي، ووزعت الاستثمارات على الموظفين في هذه فروع مصارف البحوث عددهم 55 موزعين على 4 مصارف و6 فروع واسترجعت 52 استمارة منها
عينة ومجتمع الدراسة	مجتمع البحث يتمثل في فروع المصارف الأهلية والحكومية المختارة في تكريت وكركوك
أهم الاستنتاجات	هناك استعداد واضح من قبل العاملين في المصارف المبحوثة لاستخدام العمليات المصرفية الإلكترونية
أهم التوصيات	ضرورة دعم الإدارات العليا في المصارف وتقديم الاهتمام الكافي لبرامج الصيرفة الإلكترونية
أوجه الاختلاف بينها وبينها وبين دراستنا	تكلمت دراستهم عن عنصرين يتعلقان بالصيرفة الإلكترونية هما: متطلبات تطبيق الصيرفة الإلكترونية ومعوقاتها في المصارف العراقية، أما دراستنا الحالية فستتطرق لكافة الأبعاد المرتبطة بالصيرفة الإلكترونية

المصدر: من إعداد الطالبات

رابعاً: دراسة زبير عياش، سمية عباسية 2016 بعنوان: "الصيرفة كمدخل لعصرنة وتطوير البنوك الجزائرية" (1)

تناولت هذه الدراسة الإصلاحات الاقتصادية التي شملت جميع المجالات بما فيها إصلاح المنظومة البنكية، و تجلّى ذلك من خلال نصوص تشريعية و تنظيمية تسهل عملية التلاؤم مع متغيرات البيئة البنكية، و هذا يدخل في إطار ما يسمى الاقتصاد الحر و الاندماج في الاقتصاد العالمي وعل أهم الأفكار الجديدة هو الدخول فيما يسمى الصيرفة الإلكترونية، ويمكن توضيح أهم ما جاء فيها في الجدول الموالي:

الجدول رقم (1-4): دراسة زبير عياش، سمية عباسية

عنوان الدراسة	" الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة و تطوير البنوك الجزائرية "
هدف الدراسة	إبراز واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر كاتجاه حديث لتطوير وعصرنة البنوك الجزائرية

¹ زبير عياش، سمية عباسية، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة وتطوير البنوك الجزائرية، مجلة العلوم الانسانية، مرجع سبق ذكره، ص ص: 339-

الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية

المنهج المستخدم والأدوات	المنهج الوصفي التحليلي، بالاعتماد على مجموعة من التقارير المقدمة من بنك الجزائر
عينة ومجتمع الدراسة	القطاع البنكي الجزائري- دون ذكر حجم أو نوع العينة-
أهم الاستنتاجات	تعتبر الصيرفة الالكترونية وسيلة جديدة من وسائل المعاملات البنكية بين البنك وعملائه كنتيجة حتمية للتطور التكنولوجي و الاقتصاد الرقمي
أهم التوصيات	حتى تؤدي البنوك بفعالية فإنه يجب التحكم في تقنيات الاتصال من خلال حماية شبكة الانترنت من الاحتيال من أجل تعظيم المكاسب
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا	تم الحصول على البيانات الإحصائية لهذه الدراسة بالاعتماد على رأي العملاء، أما دراستنا فستكون موجهة لفئة الموظفين في البنوك التجارية على مستوى وكالة الوادي

المصدر: من إعداد الطالبات

خامسا: دراسة موسى محمد أبو تمّة، إدريس محمد عمر حاج الأمين 2019 بعنوان: " تحديات تقديم خدمات الصيرفة الالكترونية من وجهه نظر المصارف".⁽¹⁾

تناولت هذه الدراسة معرفة التحديات التي تواجه المصارف السودانية في تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية تم استخدام منهج الوصفي التحليلي وتم جمع البيانات الأولية من الدراسة الميدانية عن طريق استبيان موجه للموظفين ومسؤولين المصارف السودانية وسنوضح أكثر في الجدول الآتي:

الجدول رقم(1-5): دراسة موسى أحمد أبو تمّة، إدريس محمد عمر حاج الأمين

عنوان الدراسة	" تحديات تقديم خدمات الصيرفة الالكترونية في السودان من وجهة نظر المصارف"
هدف الدراسة	الوقوف على التحديات التي تواجه المصارف السودانية عند تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية عبر الانترنت
المنهج المستخدم والأدوات	المنهج الوصفي التحليلي، تم توزيع 105 استبانة على عينة عشوائية من الموظفين هذه المصارف حيث تم استرداد 75 استبانة

¹ موسى محمد أحمد أبو تمّة، إدريس محمد عمر حاج الأمين، تحديات تقديم خدمات الصيرفة الالكترونية في السودان من وجهة نظر المصارف، مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية و الإدارية، كلية المجتمع للبنين بخميس مشيط، جامعة الملك خالد - أبها- السعودية، المجلد 11، العدد: 25، 19/ 8 / 2019، ص ص: 337 - 356.

عينة ومجتمع الدراسة	مجمع البحث المصارف السودانية عددهم 35 مصرفا والعينة تمثلت في موظفي المصارف
أهم الاستنتاجات	هناك تحديات بشرية وتقنية وقانونية تواجه تقديم الخدمات المصرفية في السودان مثل: قلة الكوادر البشرية المؤهلة علميا وعمليا لتنفيذ مهام الخدمة المصرفية الالكترونية، ضعف إلمام العملاء بالتقنية المستخدمة في الصيرفة الإلكترونية
أهم التوصيات	ضرورة الإهتمام بتدريب وتأهيل الموارد البشرية، الأمر الذي يؤدي إلى تقديم خدمات الصيرفة الالكترونية المتطورة
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا	ركزت الدراسة عنوان تحديات تقديم خدمات الصيرفة الالكترونية في السودان المصارف أما دراستنا الحالية تناولت الصيرفة الالكترونية ودورها في تحسين الخدمة المصرفية في البنوك التجارية بوكالة الوادي

المصدر: من إعداد الطالبات

الفرع الثاني: الدراسات الأجنبية

أجريت العديد من الدراسات الأجنبية المتعلقة بالصيرفة الالكترونية و هذا ما سنوضحه في هذا الفرع:

أولا: دراسة Loannis e.chaniopoukos 2004 بعنوان:

" Branch employees perception toward implication of e-banking in Greece " ⁽¹⁾

تضمنت هذه الدراسة تصورات موظفي فرع بنوك اليونان بالمصرفية الالكترونية بالإضافة إلى اكتشاف ما إذا كانت لديهم هذه التصورات أو لم تكن لديهم والتعبير عن مستوى قبولهم لها، وبذلك يمكننا تلخيص أهم ما ورد فيها في الجدول الموالي:

¹ Loannis e.chaniopouko , Branch employees perception toward implication of e-banking in Greece, **article in intentional journal of Retail & distribution management**, volume 32, number: 6,June 2004, p p 302 – 311.

الجدول رقم (1- 6): دراسة Loannis e.chaniopouko

عنوان الدراسة	" تصورات موظفي فرع بنوك لآثار المصرفية الالكترونية في اليونان " " Branch employees perception toward implication of e-banking in Greece "
هدف الدراسة	تحديد الآثار المحتملة للخدمات المصرفية الالكترونية من خلال الدراسات الاستقصائية لموظفي فرع البنوك باليونان
المنهج المستخدم والأدوات	الوصفي التحليلي، تم استخدام الاستبيان باللغة اليونانية
عينة ومجتمع الدراسة	اختير 527 من موظفي الفروع للبنوك العاملة في اليونان
أهم الاستنتاجات	توصلت نتائج التحليل إلى أن هناك اختلاف كبير في مواقف الموظفين تجاه المصرفية الالكترونية
أهم التوصيات	العمل على تأهيل و تنمية مهارات وقدرات موظفي البنوك بفروع اليونان
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا	أجريت هذه الدراسة على مستوى فروع البنوك العاملة باليونان، وبالنسبة لدراستنا الحالية فستجرى على مستوى وكالة الوادي

المصدر: من إعداد الطالبات

ثانيا: دراسة Loay salhie ct- al 2011 بعنوان:

" the assessement of e- banking readiness in Jordan" ⁽¹⁾

تناولت هذه الدراسة مدى الاستعداد في الجوانب المالية و تأثير الحملات التسويقية على قبول العميل للمصرفية الالكترونية للبنوك العاملة في الأردن، ويمكن توضيح أهم ما جاء فيها في الجدول التالي:

¹ Loay salhie ct- al, the assessment of e-banking readiness in Jordanm, .international journal of Islamic and middle esteem finance, School of management and logistic science German Jordanian.vol 4,no: 4, 211, p p 325-

الجدول رقم (1-7): دراسة Loay salhie ct- al

عنوان الدراسة	" الاستعداد لتقييم المصرفية الالكترونية بالأردن " " the assessment of e-banking readiness in Jordan "
هدف الدراسة	التحقق من صحة الإطار الذي يمكن استخدامه لتقييم مستوى استعداد البنوك لتقييم الخدمات المصرفية الالكترونية في الأردن
المنهج المستخدم والأدوات	المنهج الوصفي التحليلي وأسلوب دراسة حالة، استخدمت تقنية البيانات القائمة على الاستبيانات وتم توزيع 30 استبانة على مديري تكنولوجيا المعلومات في البنوك و 150 استبانة وزعت على عملاء البنوك
عينة ومجتمع الدراسة	يشمل مجتمع الدراسة 18 مصرفاً تجارياً، عملاء البنوك التجارية وتصورات المصرفية
أهم الاستنتاجات	تبين أن هناك إقبال كبير ومتزايد من قبل العملاء على المصرفية الالكترونية
أهم التوصيات	اقترح إطار يمكن استخدامه لتقييم مستوى استعداد البنوك لتقديم الخدمات المصرفية الالكترونية
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا الحالية	أجريت على مستوى المصارف العاملة بالأردن، بينما أجريت دراستنا على مستوى وكالة الوادي

المصدر: من إعداد الطالبات

ثالثاً: دراسة Joseph funsho omonaiye ct-al 2015 بعنوان:

" Ability and hurdle to provide banking online service: A case study of banking employees in Nigeria "(1)

تناولت هذه الدراسة رأي الموظفين بشأن جانبيين أساسيين هما القدرة على التكيف والتعامل مع الممارسات المصرفية عبر الانترنت والعقبات التي تواجهها على الصعيد الوطني والصعيد الدولي، و سنبين أهم ما جاء فيها في الجدول الموالي:

¹ Joseph funsho omonaiye ct-al, Ability and hurdle to provide banking online service: A case study of banking employees in Nigeria, 2015 IEEE 2nd International Conference on Cyber Security and Cloud Computing, p 482- 487.

الجدول رقم (1-8): دراسة Joseph funsho omonaiye ct-al

عنوان الدراسة	" القدرة والعقبة على تقديم الخدمات المصرفية عبر الإنترنت: دراسة حالة للخدمات المصرفية الموظفون في نيجيريا "
هدف الدراسة	التعرف على رأي الموظفين حول المصرفية الالكترونية وكيفية مواجهة العقبات
المنهج المستخدم والأدوات	الوصفي التحليلي، أداة الدراسة تمثلت في الاستبيانات الورقية موجهة للموظفين
عينة ومجتمع الدراسة	اختيرت عينة تتكون من 90 موظف من موظفي ثلاث بنوك مختلفة، ومجتمع الدراسة تمثل في البنوك العاملة في نيجيريا
أهم الاستنتاجات	هناك اختلاف كبير بين أداء موظفي البنوك الثلاثة مما يفتح بابا جديدا نحو دراسة أكثر تفصيلا لهذا الموضوع
أهم التوصيات	يجب التغلب عن القيود والعقبات التي تواجه المصرفية الالكترونية في نيجيريا
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا	تمت هذه الدراسة بالتركيز على ثلاث بنوك فقط، في حسن أن دراستنا الحالية ستكون على مستوى كل البنوك التجارية المتواجدة بوكالة الوادي

المصدر: من إعداد الطالبات

رابعاً: دراسة Khedim Mohammed Mehdi 2016 بعنوان:

" L'adoption des système d'information "l'utilisation de l'e-banking dans le contexte algérien""⁽¹⁾

¹ Khedem Mohammed Mehdi, l'adoption des système d'information "l'utilisation de l'e-banking dans le contexte algérien", mémoire présentée pour l'obtention d'un diplôme de magister en sciences de gestion option " système d'information et communication dans les entreprises", université Abdou bakr belkaid telemcen,,année universitaire: 2015– 2016.

تناولت هذه الدراسة مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات و تأثيرها على الصيرفة الالكترونية في السياق الجزائري، من أجل تحسين الأنظمة المصرفية الالكترونية في الجزائر من خلال إجراء دراسة كمية على عدة فروع تقع في غرب الجزائر، ويمكن تلخيص أهم ما جاء فيها في الجدول الموالي:

الجدول رقم (1- 9): دراسة Khedim Mohammed Mehdi

عنوان الدراسة	اعتماد نظم المعلومات "استخدام المصرفية الالكترونية في السياق الجزائري" " L'adoption des système d'information "l'utilisation de l'e-banking dans le contexte algérien "
هدف الدراسة	تحديد العوامل المؤثرة على اعتمادية الأنظمة المصرفية الالكترونية من قبل العملاء الجزائريين
المنهج المستخدم والأدوات	المنهج الوصفي التحليلي، وإجراء دراسة كمية على عينة من 190 وتوزيع 440 استمارة استبيان وتم الحصول على 300 استمارة صالحة للتحليل
عينة ومجتمع الدراسة	اختير عينة عشوائية من عملاء فروع المصارف تقع في غرب الجزائر
أهم الاستنتاجات	هناك تأثير كبير لأربع متغيرات على أنظمة الصراف الآلي و أجهزة الصراف الآلي وهي: العمر الدخل، المهنة، والأمان الذي يتصوره العميل
أهم التوصيات	اقترح نموذج نظري و متكامل يساعد على تبني الصيرفة الالكترونية بشكل لأفضل
أوجه الاختلاف	أجريت هذه الدراسة على مستوى البنوك العاملة في غرب الجزائر تلمسان وهران شلف غليزان، بينما أجريت دراستنا على مستوى وكالة الوادي

المصدر: من إعداد الطالبات

خامسا: دراسة Ishraga Khattab 2019 بعنوان:

" The effect of E-Banking Channels on Employees daily Activities and workload

" (1)

¹ Ishraga Khatteb, **The effect of E-Banking Channels on Employees daily Activities and workloead**, Banking impact Financial Studies, Issue No: 34,July 2019, pp: 8 – 44.

تناولت هذه الدراسة تأثير قنوات الصيرفة الإلكترونية على الأنشطة اليومية للموظفين وعبء العمل، ونقوم بتلخيص أهم ما جاء فيها في الجدول الآتي:

الجدول رقم (1- 10): دراسة Ishraga Khatteb

عنوان الدراسة	" تأثير قنوات الصيرفة الإلكترونية على الأنشطة اليومية للموظفين " " The effect of E-Banking Channels on Employees daily Activities and work "
هدف الدراسة	إظهار الأثر الذي تلعبه قنوات الصيرفة الإلكترونية (الصراف الآلي، نقاط البيع، الهواتف المحمولة)، على الطريقة التي تعمل بها البنوك على الأنشطة اليومية للموظفين
المنهج المستخدم والأدوات	دراسة حالة، استخدام استبيان لجمع البيانات
عينة ومجتمع الدراسة	الموظفين في مختلف إدارات البنوك
أهم الاستنتاجات	بينت الدراسة أن أجهزة الصراف الآلي هي الأهم قناة لعمل الموظفين، وتليها الهواتف المحمولة، حيث يؤثر استخدام القنوات المصرفية على عبء العمل ليس بالضرورة عن طريق زيادة عدد ساعات العمل ولكن بالضغط على الموظفين لكسب المزيد من المعرفة وزيادة إنتاجيتها
أهم التوصيات	يجب على الإدارة ضبط ملفات تعريف واحتياجات الموظفين بناءً على التغييرات بعد إدخال قنوات الصيرفة الإلكترونية
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا الحالية	هذه الدراسة ركزت على أثر استخدام قنوات الصيرفة الإلكترونية على الأنشطة اليومية للموظفين، أما بالنسبة لدراستنا فقد تناولت كل من الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمة المصرفية كمتغيرين أساسيين

المصدر: من إعداد الطالبات

المطلب الثاني: الدراسات المتعلقة بجودة الخدمة المصرفية

أجريت العديد من الدراسات الأجنبية المتعلقة بجودة الخدمة المصرفية وهذا ما سنوضحه في هذا المطلب

الفرع الأول: الدراسات العربية

سنتناول في هذا العنصر الدراسات العربية المتعلقة بجودة الخدمة المصرفية:

أولاً: دراسة ميسر إبراهيم أحمد الجبوري 2009 بعنوان: "أثر المشكلات الوظيفية في جودة الخدمة المصرفية" ⁽¹⁾

تناولت هذه الدراسة المشكلات التي تواجه الموارد البشرية في عدد من مصارف اليمن وتشخيص أسبابها وآثارها في انخفاض مستوى الأداء ومستوى جودة الخدمة المصرفية، يمكننا توضيح أبرز ما جاء فيها في الجدول أدناه:

الجدول رقم (1-10): دراسة ميسر إبراهيم أحمد الجبوري

عنوان الدراسة	"أثر المشكلات الوظيفية في جودة الخدمة المصرفية"
هدف الدراسة	دراسة واقع الموارد البشرية وتحليلها في عدد من المصارف بهدف تشخيص المشكلات التي تواجهها والتي من المتوقع أن تؤثر بالحصلة النهائية في معايير جودة الخدمة المصرفية
المنهج المستخدم	التحليلي الوصفي بالاعتماد على الاستبيان
مجتمع وعينة الدراسة	مجموعة من مصارف محافظة موت باليمن، العينة تتمثل في الموظفين بلغ عددهم 182 موظف
أهم الاستنتاجات	يعود أكبر تأثير معنوي للمشكلات الوظيفية في الأبعاد إلى مشكلة عدم توفير الكوادر بالعدد والمهارات اللازمة لتأدية المهام الوظيفية في المصرف
أهم التوصيات	توفير الموارد البشرية المؤهلة لانجاز الوظائف المختلفة عن طريق إعادة توزيع الأفراد العاملين بما لا يتلاءم مع الوظيفة المقدمة
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا	هناك اختلاف في المتغير المستقل للدراستين، هذه الدراسة ركزت على المشكلات الوظيفية وأثرها على جودة الخدمة المصرفية، في حين دراستنا الحالية ستكون بالتركيز على الصيرفة الالكترونية وأثرها على جودة الخدمة المصرفية

المصدر: من إعداد الطالبات

¹ ميسر إبراهيم أحمد الجبوري، أثر المشكلات الوظيفية في جودة الخدمة المصرفية، مجلة تنمية الرافدين، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، المجلد 96، العدد: 31، 2011.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية

ثانياً: جابر حمدان العجمي 2011 بعنوان: " دور الإبداع التسويقي في تحسين جودة الخدمات المصرفية دراسة ميدانية في البنوك التجارية الكويتية ".⁽¹⁾

تضمنت هذه الدراسة معرفة دور وتحديد الإبداع التسويقي في تحسين جودة الخدمة المصرفية في البنوك التجارية الكويتية الموجهة للموظفين هذا البنك ،ويمكن تلخيص أهم ما جاء فيها في الجدول أدناه:

الجدول رقم (1- 11): دراسة جابر حمدان العجمي

عنوان الدراسة	" دور الإبداع التسويقي في تحسين جودة الخدمات المصرفية - دراسة ميدانية في البنوك التجارية الكويتية "
هدف الدراسة	تقييم دور الإبداع التسويقي في العمليات التسويقية وبشكل خاص في تحسين جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنوك التجارية الكويتية وذلك من وجهة نظر الموظفين
المنهج المستخدم والأدوات	المنهج الوصفي التحليلي، بالاعتماد على الاستبيانات في الحصول على البيانات
عينة ومجتمع الدراسة	اجتمع جميع البنوك التجارية الكويتية التي عددها 10 و عينة الدراسة لموظفي التسويق هذه الدوائر الذين عددهم 145
أهم الاستنتاجات	وجود دلالة إحصائية بين الإبداع التسويقي بمتغيراته المتمثلة في البحث والتطوير، قاعدة المعلومات التسويقية وبيئة العمل وتحسين جودة الخدمة المصرفية في البنوك التجارية الكويتية
أهم التوصيات	ضرورة الاهتمام بالعاملين على مختلف تخصصاتهم في تقديم الخدمة المصرفية للعملاء
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا	اعتمدت هذه الدراسة على إعطاء تصورا واضح حول دور الإبداع التسويقي في تحسين جودة الخدمة المصرفية في البنوك التجارية الكويتية، أما دراستنا أوضحت الصيرفة الإلكترونية ودورها تحسين جودة الخدمة المصرفية في البنوك التجارية بوكالة الوادي

المصدر: من إعداد الطالبات

¹ جابر حمدان العجمي، دور الإبداع التسويقي في تحسين جودة الخدمة المصرفية - دراسة ميدانية في البنوك التجارية الكويتية -، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، (غير منشورة)، كلية إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الموسم الجامعي: 2011.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية

ثالثاً: دراسة سامر قاسم، بعنوان: "تأثير تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الجودة الخدمة المصرفية - دراسة ميدانية على فروع المصرف التجاري السوري باللاذقية- " (1)

أوضحت هذه الدراسة أن لتكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة المصرفية أثر كبير في زيادة قدرة المصارف على استقطاب أكبر عدد ممكن من العملاء لتحقيق أفضل ما يمكن من عوائد، كما هدف الدراسة إلى العلاقة الارتباطية بين المتغيرين هما تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة المصرفية وهذا ما سوف يذكر في الجدول أدناه:

الجدول رقم (1- 13): دراسة سامر قاسم

عنوان الدراسة	" تأثير تكنولوجيا المعلومات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية - دراسة ميدانية على فروع المصرف التجاري السوري باللاذقية - "
هدف الدراسة	معرفة العلاقة بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة المصرفية
المنهج المستخدم والأدوات	المنهج الوصفي، تم توزيع استمارات استبيان عليها وأعيد منهم 183 كاملة وصالحة
عينة ومجتمع الدراسة	مجتمع البحث جميع العاملين الإداريين في المصرف التجارية السوري بمحافظة اللاذقية عددهم 423 عاملاً وحجم عينة من العاملين 201
أهم الاستنتاجات	هناك علاقة ارتباط قوية وموجبة بين بعد الانترنت وجودة الخدمة المصرفية
أهم التوصيات	تعميق وعي إدارة وعاملي المصرف التجاري السوري بأهمية موضوع تكنولوجيا المعلومات لما له من دور بارز في ظل التغيرات والظروف التي يشهدها العالم
أوجه الاختلاف بينهما وبين دراستنا	تطرت هذه الدراسة لجزء من دراستنا هو تأثير تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية في المصرف التجاري السوري أما دراستنا تتكلم عن دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية

المصدر: من إعداد الطالبات

¹ سامر قاسم، تأثير تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية - دراسة ميدانية في مصرف التجاري باللاذقية -، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية - سلسلة العلوم الاقتصادية والعلوم القانونية-، المجلد 37، العدد: 2، 16 / 4 / 2015، ص ص: 109 - 124.

رابعاً: دراسة جميل جابر جميل علوانة 2015 بعنوان: "واقع التدريب على جودة الخدمات المصرفية في البنوك المحلية الفلسطينية" (1)

تناولت هذه الدراسة البنوك المحلية الفلسطينية والتي تعمل في بيئة اقتصادية معقدة، وبسبب حداثة نشأتها لذا يجب الاهتمام المتزايد في خدماتها والاهتمام بجودة تقديم هذه الخدمات من أجل نيل رضا زبائنهم، و نلخص أهم ما جاء فيها في الجدول أدناه:

الجدول رقم: (1-14): دراسة جميل جابر جميل علوانة

عنوان الدراسة	" واقع التدريب على جودة الخدمات المصرفية في البنوك المحلية الفلسطينية"
هدف الدراسة	التعرف على واقع التدريب على جودة الخدمات المصرفية في فلسطين و تأثيرات بعض المتغيرات على التدريب على جودة الخدمة المصرفية في هذه البنوك
المنهج المستخدم	المنهج الوصفي التحليلي، تم توزيع استبيانات على العاملين في فروع هذه البنوك
عينة و مجتمع الدراسة	اختيرت عينة عشوائية عنقودية من البنوك المحلية الفلسطينية، و المجتمع تمثل في البنوك والبالغ عددها 7 بنوك
أهم الاستنتاجات	وجود فروق ذات دلالة إحصائية على واقع التدريب على جودة الخدمات المصرفية في هذه البنوك حسب المتغير المسمى الوظيفي وطبيعة نشاط البنك
أهم التوصيات	ضرورة العمل على إيجاد الكادر المؤهل و المدرب بشكل مناسب ليتلاءم مع طبيعة أعمال البنك
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا	أجريت على مستوى البنوك المحلية الفلسطينية، أما دراستنا أجريت على مستوى وكالة الوادي

المصدر: من إعداد الطالبات

¹ جميل جابر جميل علوانة، واقع التدريب على جودة الخدمات المصرفية في البنوك المحلية الفلسطينية، مجلة الأبحاث المالية والمصرفية، المعهد المصرفي الفلسطيني، المجلد 3، العدد:2، 2015.

خامسا: دراسة عامر علي أحمد، أحمد جدعان حماد بعنوان: " دور خصائص المنظمة المتعلمة في تعزيز جودة الخدمة المصرفية دراسة استطلاعية في عينة من المصارف الأهلية محافظة كركوك 2017 " ⁽¹⁾

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد طبيعة العلاقة الارتباطية و التأثيرية بين خصائص المنظمة المتعلمة و جودة الخدمة المصرفية في البنوك المدروسة، أما بالنسبة للمنهج المستخدم هو المنهج الوصفي و التحليلي من خلال المسح المكتبي و كذلك استخدمت الإستبانة لجمع البيانات ومجموعة من الأدوات الإحصائية تتمثل في معامل الارتباط. ويمكن تلخيص أهم ما جاء فيها في الجدول في الأسفل:

الجدول رقم (1-15): دراسة عامر علي أحمد، أحمد جدعان حماد

عنوان الدراسة	" دور خصائص المنظمة في تعزيز جودة الخدمة المصرفية -دراسة تحليلية في عينة من المصارف الأهلية في محافظة كركوك "
هدف الدراسة	تحديد طبيعة العلاقة الارتباطية و التأثيرية بين خصائص المنظمة المتعلمة وجودة الخدمة المصرفية وتعرف المنظمة المتعلمة على أنها: " هي تلك المنظمة التي تعتمد على الأسلوب الجماعي للتعلم وتعلم إدارتها باستمرار على تحسين قدرتها على إدارة واستخدام المعرفة "
المنهج المستخدم والأدوات	المنهج الوصفي و المنهج التحليلي، و توزيع الاستمارة على 48 فرد، عدد الاستمارات الصالحة 42 استمارة، بمعدل إجابة 88%.
عينة ومجتمع الدراسة	المجتمع هو المصارف الأهلية في كركوك، أما العينة فكانت الموظفين لدى هذه البنوك
أهم الاستنتاجات	التوصل إلى وجود تأثير معنوي بين خصائص المنظمة المتعلمة و جودة الخدمة المصرفية
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا	أجريت هذه الدراسة على مستوى المصارف الأهلية في كركوك، أما دراستنا فأجريت على مستوى وكالة الوادي.

المصدر: من إعداد الطالبات

¹ عامر علي أحمد، أحمد جدعان أحمد، دور خصائص المنظمة المتعلمة في تعزيز جودة الخدمة المصرفية في عينة من المصارف الأهلية في محافظة كركوك، مجلة جامعة كركوك للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 7، العدد 1، 3-2016، ص ص: 141-162.

سادسا: دراسة بشرى عبد إبراهيم، محمد مهدي عكاب، 2019، بعنوان: " دور أبعاد التمكين في تحسين جودة الخدمة المصرفية - دراسة تحليلية في مصرف الرشيد فرع الملعب " ⁽¹⁾

تناولت هذه الدراسة تحديد أبعاد التمكين في تحسين جودة الخدمة المصرفية في مصرف الرشيد فرع الملعب والعمل على تحسينها بغية الخروج بالتوصيات التي يمكن أن تساهم في تطوير العملية المصرفية وتعزيز جودة في المصرف وتم استعمال إستبانة موجه للموظفين هذا المصرف وسنوضح أكثر في الجدول أدناه

الجدول رقم (1- 16) : دراسة بشرى عبد إبراهيم، محمد مهدي عكاب

عنوان الدراسة	" دور أبعاد التمكين في تحسين جودة الخدمة المصرفية - دراسة تحليلية في مصرف الرشيد فرع الملعب "
هدف الدراسة	إشاعة الوعي بأبعاد التمكين لدى العاملين في المصرف بما ينسجم مع ثقافة المنظمة البيئية العراقية
المنهج المستخدم والأدوات	المنهج الوصفي التحليلي، تم توزيعها استبانة عليها تتكون من عينة عشوائية بلغت 25 استمارة تم توزيعها على الموظفين في المصرف.
عينة ومجتمع الدراسة	يتمثل مجتمع البحث في مصرف الرافدين والعينة تمثلت في موظفي هذه المصارف
أهم الاستنتاجات	توصل البحث من خلال تحليل متغير الجودة الخدمة المصرفية إلى مستوى اهتمام فوق المتوسط مما يعكس وجود اهتمام للمصرف بأبعاد جودة الخدمة الملموسة، الاعتمادية، الأمان، الاستجابة، التعاطف
أهم التوصيات	ضرورة قيام المصرف بنشر مفهوم وأسس ومبادئ للتمكين الإداري وأبعاد جودة الخدمة لاستكمال النقص المعرفي في هذا الجانب
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا	تطرق دراستهم دور أبعاد التمكين في تحسين جودة الخدمة المصرفية في المصرف العراقية، أما دراستنا فستكون حول الصيرفة الالكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمة المصرفية في البنوك التجارية بوكالة الوادي

المصدر: من إعداد الطالبات

¹ بشرى عبد إبراهيم، محمد مهدي عكاب، دور أبعاد التمكين في تحسين جودة الخدمة المصرفية - دراسة تحليلية في مصرف الرشيد فرع الملعب، - مجلة كلية المأمون، الكلية التقنية للمجلة الإدارية، جامعة بغداد، العدد: 33، 2019، ص ص: 125- 159.

الفرع الثاني: الدراسات الأجنبية

أجريت العديد من الدراسات الأجنبية المتعلقة بجودة الخدمة المصرفية وهذا ما سنوضحه في الفرع

التالي:

أولاً: دراسة Mathew joseph ct al 1999 بعنوان:

" Service quality in the banking sector: the impact of technology on service delivery " ⁽¹⁾

تناولت هذه الدراسة الدور الذي تلعبه التكنولوجيا في استراليا و تأثيرها على جودة الخدمة المدركة، من

أجل التقليل من التكاليف، ويمكن توضيح أبرز ما جاء فيها في الجدول أدناه:

الجدول رقم (1-17): دراسة Mathew joseph ct al 1999

عنوان الدراسة	" جودة الخدمة المصرفية في القطاع المصرفي: تأثير التكنولوجيا في تقديم الخدمات "
هدف الدراسة	التوصل على الدور الذي تلعبه التكنولوجيا في استراليا و تأثيرها على الخدمة المدركة
المنهج المستخدم	المنهج المقارن، تم استخدام الاستبيان وإمكانية الحصول على 300 استمارة استبانة صالحة للتحليل
عينة ومجتمع الدراسة	اختيرت 440 عينة من عملاء المصارف
أهم الاستنتاجات	المستهلكين لديهم مشاكل الإدراك الحسي لبعض جوانب الخدمات المصرفية الالكترونية
أهم التوصيات	ضرورة توعية ونشر الثقافة عن جودة الخدمات المصرفية لدى المستهلكين
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا	وجهت هذه الدراسة أسئلة الاستبيان لفئة المستهلكين، في حين دراستنا الحالية سيكون الاستبيان موجه لعملاء البنوك التجارية العاملة بوكالة الوادي

المصدر: من إعداد الطالبات

¹ Mathew joseph, ct-al, service quality in the banking sector : the impact of technology on service delivery,international journal of bank marketing, MCB university press,17- 4 -1999, p p: 182 -191.

ثانياً: دراسة Wasim Ibrahim habil, ct-al 2017 بعنوان: ⁽¹⁾

" the impact of quality banking service on improving the marketing performance in gaza govonorates from the point of their employees"

تناولت هذه الدراسة دراسة مستوى الأداء التسويقي للبنوك في قطاع غزة في ضوء التحولات المالية وسيتم توضيح أهم ما جاء فيها في الجدول أدناه:

الجدول رقم: (1- 18): دراسة Wasim Ibrahim habil, ct-al

عنوان الدراسة	" أثر جودة الخدمات المصرفية على تحسين الأداء التسويقي للبنوك في غزة"
هدف الدراسة	" the impact of quality banking service on improving the marketing performance in gaza govonorates from the point of their employees "
المنهج المستخدم والأدوات	تحديد تأثير جودة الخدمات المصرفية على الأداء التسويقي للبنوك العاملة في قطاع غزة في ظل التحولات المالية من وجهة نظر الموظفين
المنهج الوصفي التحليلي، وكانت أداة الدراسة استبيان تم الحصول على 97 إجابة	
عينة ومجتمع الدراسة	المنهج الوصفي التحليلي، وكانت أداة الدراسة استبيان تم الحصول على 97 إجابة
أهم الاستنتاجات	موظفي البنك " فلسطين محدودة، فلسطين الإسلامية، الإسكان، القدس، البنك العربي " عينة عشوائية من الموظفين والعملاء
أهم التوصيات	مستوى توافر جودة الخدمة المصرفية في البنوك العاملة في قطاع غزة من وجهة نظر الموظفين كانت عالية و مستوى الأداء التسويقي من وجهة نظر العمال عالية
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا	تعزيز و تطوير موظفي مهارات موظفي البنك واستخدام الوكالات الخاصة لدراسة واكتشاف مجالات الضعف والقوة في الخدمات المصرفية
	ركزت هذه الدراسة على اختيار نوعين من العينات تمثلت في الموظفين و العملاء بينما دراستنا الحالية فقد تم اختيار نوع واحد وهو الموظفين

المصدر: من إعداد الطالبات

¹ Wasim Ibrahim, op-cit..

ثالثاً: دراسة Nayef salah Ghanmri 2017 بعنوان:

" positif and negative effects of using electronic banking on customers and small entrepreneurs: An exploratory study in the western region of Saudi Arabia "⁽¹⁾

تضمنت هذه الدراسة المفاهيم والمعرفة الرقمية التي تساهم بشكل إيجابي في تقصير الوقت والمسافات بين الأمم كما خلفت بعض الآثار السلبية مثل صعوبة حماية خصوصية الفرد، ومن أبرز ما جاء فيها نوضحه في الجدول أدناه:

الجدول رقم (1- 19): دراسة Nayef salah Ghanmri

عنوان الدراسة	" الآثار الايجابية والسلبية لاستخدام الخدمات الالكترونية المصرفية على العملاء: دراسة استكشافية في المنطقة الغربية من المملكة العربية السعودية" " Positive and negative effects of using electronic banking on customers and small entrepreneurs: An exploratory study in the western region of Saudi Arabia "
هدف الدراسة	تقييم المخاطر المتعلقة بسرقة معلومات عملاء البنوك التجارية والنظر في مستوى الأمن لهذه المعلومات
المنهج المستخدم والأدوات	استخدم التصميم الكمي كجمع البيانات الأولية، بتقديم استبيانات لعملاء البنوك التجارية
عينة ومجتمع الدراسة	تم اختيار عينة عشوائية لاكتشاف الآثار الايجابية والسلبية لاستخدام الصيرفة الالكترونية من وجهة نظرهم
أهم الاستنتاجات	تساهم التكنولوجيا بشكل إيجابي في تقصير الوقت والمسافات بين الأمم
أهم التوصيات	إعطاء أولويات للحساسية التي تسببها الخدمات المصرفية للفرد خاصة ونحن في عصر التكنولوجيا الواسعة الانتشار
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا	أجريت هذه الدراسة في المنطقة الغربية من المملكة العربية السعودية، وبالنسبة لدراستنا الحالية فستكون على مستوى وكالة الوادي

المصدر: من إعداد الطالبات

¹ Nayef salah Ghanmri, **Positive and negative effects of using electronic banking on customers and small entrepreneurs: An exploratory study in the western region of Saudi Arabia**, Business and economic research, vol 7, no: 2, 2017, p p: 331 -330.

رابعاً: دراسة Ibrahim Hussein Musa ct-al بعنوان:

" Antecedents and adoption of e-banking in bang performance: the perspective of private bank employee " ⁽¹⁾

تناولت هذه الدراسة التطورات الكبيرة التي شهدتها شبكة الانترنت على مدى العقد الماضي، فأصبحت الصناعة المصرفية معقدة للغاية مع زيادة الطلب الالكتروني على الخدمات، ونوضح أبرز ما جاء فيها في الجدول أدناه:

الجدول رقم (1- 20): دراسة Ibrahim Hussein Musa ct-al

عنوان الدراسة	" القبلات واعتماد الخدمات المصرفية الالكترونية لأداء البنك: المنظور الخاص لموظفي البنك "
هدف الدراسة	" Antecedents and adoption of e-banking in bang performance: the perspective of private bank employee "
المنهج المستخدم والأدوات	تحديد العلاقة بين مستوى اعتماد البنوك الخاصة للمصرفية الالكترونية والتطور التكنولوجي السريع في بيئة الأعمال
عينة ومجتمع الدراسة	أجريت البحوث الكمية باستخدام نمذجة المعادلات الهيكلية، تم الاعتماد على الاستبيانات حوالي 380 استبانة
أهم الاستنتاجات	تمثل المجتمع في 6 بنوك عاملة في الخرطوم والعينة كانت مجموعة من موظفي هذه البنوك
أهم التوصيات	التدريب وثقة المستخدم تجاه المصرفية الالكترونية كانت ضعيفة في بنوك الخرطوم على بعض البنوك العاملة في البلدان النامية إعطاء اهتمام كبير في ما يتعلق بالتدريب والتأهيل لموظفي البنوك بما يتناسب مع التطور الحاصل في الخدمات المصرفية

¹ Ibrahim Hussein Musa et-al, Antecedents and adoption of e-banking in bang performance: the perspective of private bank employees, **interdisciplinary journal of information, knowledge, and management**, volume 13, 2018, p p 361–381.

أوجه الاختلاف	ركزت هذه الدراسة على جانب الخدمات المصرفية، أما دراستنا الحالية فستقوم بالتركيز على جانبيين معاً هما: الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمة المصرفية
---------------	---

المصدر: من إعداد الطالبات

خامساً: دراسة Sri Mukstar Sahib بعنوان:

"Attitude of banking employees towards e-banking" ⁽¹⁾

تضمنت هذه الدراسة عن المعاملات المصرفية الالكترونية التي يقوم بها العميل عن بعد مما يساعد في رفع مستوى المعرفة وتوفي الوقت والخصم من الصراف الآلي وغيرها، هذا ويمكننا توضيح أبرز النقاط التي جاءت فيها في الجدول أدناه:

الجدول رقم: (1- 21): دراسة Sri Mukstar Sahib

عنوان الدراسة	" موقف موظفي البنوك تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية "
هدف الدراسة	" Attitude of banking employees towards e-banking "
المنهج المستخدم والأدوات	معرفة موقف موظفي البنك تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية في الهند في بنك بنجاب الوطني
عينة ومجتمع الدراسة	المنهج الوصفي التحليلي، تم جمع البيانات عن طريق الزيارات وتوزيع استمارات الاستبيان
أهم الاستنتاجات	اختير مجموعة من الموظفين والمديرين لدى بنك بنجاب، حجم العينة تمثل في 55 موظف
أهم التوصيات	موظفي البنك قد أخذوا نظرة ايجابية تجاه الخدمات المصرفية
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا	ضرورة تثقيف الكوادر البشرية العاملة بهذا البنك
	هناك اختلاف في البيئة التي أجريت في الدراستين الهند ووكالة الوادي

المصدر: من إعداد الطالبات

¹ Sri Mukstar Sahib, Attitude of banking employees towards e-banking, **international Conference on Recent Tends in Technology and its Impact on Economy of India** 24 October 2017, p p 170 -184.

المطلب الثالث: الدراسات المتعلقة بالصيرفة الالكترونية وجودة الخدمة المصرفية

أجريت العديد من الدراسات السابقة العربية منها و الأجنبية في مجال الصيرفة الالكترونية وأثرها على جودة الخدمة المصرفية، وهذا ما سنتناوله في هذا المطلب

الفرع الأول: الدراسات العربية

سنتطرق في هذا الفرع على الدراسات العربية حول موضع الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمة المصرفية:

أولاً: دراسة كمال مولوج، محمد طلحة 2011 بعنوان: "الصيرفة الالكترونية وتأثيرها على جودة الخدمة المصرفية" (1)

تضمنت هذه الدراسة عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر عن طريق عرض تجارب دولية، وسنوضح أهم ما جاء فيها في الجدول أدناه:

الجدول رقم (1-22): دراسة كمال مولوج، محمد طلحة

عنوان الدراسة	" الصيرفة الالكترونية وتأثيرها على جودة الخدمة المصرفية "
هدف الدراسة	معرفة العلاقة بين الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمة المصرفية
المنهج المستخدم والأدوات	المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المقارن، تم توزيع 500 استمارة استبيان على العملاء في حين تم الحصول على 400 استبانة صالحة للتحليل
عينة ومجتمع الدراسة	اختيرت عينة عشوائية من عملاء مصرف البدر في جميع الوكالات التجارية على مستوى الجزائر
أهم الاستنتاجات	الصيرفة الالكترونية تساهم بدرجة كبيرة في تحسين جودة الخدمة المصرفية
أهم التوصيات	نجاح الصيرفة الالكترونية على المدى البعيد تتوقف على قدرة المصرف في توسيع نشاطه ودخوله للأسواق الدولية خصوصاً الدول ذات الاقتصاد القوي
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا	ركزت هذه الدراسة على عرض تجارب دولية متعلقة بالصيرفة الالكترونية ومقارنتها بالمصارف الجزائرية، بينما دراستنا تمثلت في دراسة على مستوى وكالة الوادي

المصدر: من إعداد الطالبات

¹ كمال مولوج، محمد طلحة، الصيرفة الالكترونية وتأثيرها على جودة الخدمة المصرفية، الملتقى العملي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية الجزائرية -عرض تجارب دولية-، يومي 26/27/2011، جامعة المدية، جامعة بجاية.

ثانياً: دراسة سامر مصطفى، رهف بدران تعلو، 2012 بعنوان: "أثر الخدمات المصرفية الالكترونية على جودة الخدمة - دراسة تطبيقية" (1)

تناولت هذه الدراسة تسليط الضوء على أنظمة الدفع الإلكتروني وأهم المزايا التي تقدمها للمصارف ومدى مواكبتها للتقدم التكنولوجي في تقديم الخدمات المصرفية ومعرفة نوعية الخدمات المصرفية عبر شبكة المعلومات العالمية ولتحقيق هذا تم الاعتماد على إستبانة موجهة للموظفين و آراء المديرين في المصارف الحكومية في سورية وسنوضح ذلك أكثر في الجدول أدناه:

الجدول رقم (1 - 23) :دراسة سامر مصطفى، رهف بدران تعلو

عنوان الدراسة	" أثر الخدمات المصرفية الالكترونية على جودة الخدمة - دراسة تطبيقية -"
هدف الدراسة	معرفة واقع أنظمة الدفع الإلكتروني في المصارف السورية، وبيان تحسين نوعية الخدمة وتطوير المنتج المصرفي أحد عوامل النجاح
المنهج المستخدم والأدوات	المنهج الوصفي التحليلي، بلغ عدد الاستبانات الموزعة 77 استرجع منها 50 استبانة صالحة للتحليل الإحصائي
عينة ومجتمع الدراسة	مجتمع الدراسة المصارف الحكومية السورية، أما عينة الدراسة فهي المصرف التجاري السوري والمصرف العقاري السوري
أهم الاستنتاجات	إقتناع موظفي المصارف الحكومية عينة الدراسة بالصيرفة الإلكترونية والمزايا التي توفرها، والتي تنعكس إيجاباً على اقتصاد الدولة، ورغبتهم في تطوير أنفسهم بالخضوع لبرامج تدريبية
أهم التوصيات	سعي البنوك في سوريا إلى مقارنة ما تقدمه مع ما يتم تقديمه في الدول العربية و الأوروبية ومحاولة تطبيق ما يمكن تطبيقه بصورة مستمرة ومتجددة
أوجه اختلاف بينهما وبين دراستنا	أوضحت هذه الدراسة أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على جودة الخدمة المصرفية في المصارف السورية إستبيان موجه للمدراء وموظفين، أما دراستنا تناولت الصيرفة الالكترونية ودورها في تحسين جودة خدمة مصرفية في البنوك التجارية بوكالة الوادي استبيان موجه للموظفين.

المصدر: من إعداد الطالبات

¹ سامر مصطفى، رهف بدران علو، أثر الخدمات المصرفية الالكترونية على جودة الخدمة - دراسة تطبيقية -، مجلة الإدارة والاقتصاد، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة دمشق، السنة 36 ، العدد: 95، 21 / 6 / 2012، ص ص: 279 - 289.

ثالثاً: دراسة عباس نوار كحيط الموسوي 2014 بعنوان: "الأثر الاستراتيجي للمصارف الالكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية" (1)

تضمنت هذه الدراسة مختلف التحديات التي تواجه المصارف العربية بشكل عام والمصارف العراقية بشكل خاص، ولا سيما بعد توقيع اتفاقية تحرير الخدمات المالية و المصرفية لذا ستكون المنافسة شديدة بين هذه المؤسسات المالية ومن ضمنها المصارف العربية، ويمكن تلخيص أعم ما جاء فيها في الجدول أدناه:

الجدول رقم (1-24): دراسة عباس نوار كحيط الموسوي

عنوان الدراسة	" الأثر الاستراتيجي للمصارف الالكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية وتحقيق الميزة التنافسية "
هدف الدراسة	تحديد الأثر التنافسي الاستراتيجي للتطورات التكنولوجية في مجال تقديم الخدمات المصرفية، وبيان العلاقة بين تحسين جودة الخدمة المصرفية والصيرفة الالكترونية
المنهج المستخدم والأدوات	المنهج الوصفي والتجريبي، المشاهدات الميدانية، المقابلات الشخصية، تم الاعتماد على الاستبانة في جمع البيانات (دون ذكر حجم العينة)
عينة ومجتمع الدراسة	موظفي المصارف محل البحث وزبائنهم
أهم الاستنتاجات	ضعف مستوى الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من قبل المصارف العربية لزبائنهم سواء أكانت مصارف حكومية أم أهلية ولا تكاد تتحدى الصرافات الآلية و في نطاق ضيق جداً لبعض المصارف
أهم التوصيات	على إدارات المصارف العراقية العمل على الارتقاء بمستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة للزبائن بما يتلاءم مع التطور الحاصل في مجال جودة تقديم الخدمات المصرفية
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا	ركزت هذه الدراسة على متغيرين يرتبطان بالصيرفة الالكترونية وهما جودة الخدمات المصرفية و الميزة التنافسية، أما دراستنا فربطت الصيرفة الالكترونية بمتغير واحد وهو جودة الخدمة المصرفية

المصدر: من إعداد الطالبات

¹ عباس نوار كحيط الموسوي، الأثر الاستراتيجي للمصارف الالكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية و تحقيق المزايا التنافسية، مرجع سبق ذكره، ص ص: 1-27 .

رابعاً: دراسة هديل عادل طاهر، عبد الرضا شفيق البصري 2018: بعنوان: "تقنيات الصيرفة الالكترونية و تأثيرها في جودة الخدمة المصرفية دراسة استطلاعية مقارنة لبعض فروع المصارف العراقية" (1)

تناولت هذه الدراسة مستوى تطبيق تقنيات الصيرفة الالكترونية في المصارف التجارية وتأثيرها على جودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن، كما تهدف إلى دراسة العلاقة الارتباطية بين متغيري البحث هما: تقنيات الصيرفة وجودة الخدمة المصرفية بدلالة الفروق في المصارف التجارية، ويمكننا تلخيص أهم ما جاء فيها في الجدول الموالي:

الجدول رقم (1-25): دراسة هديل عادل طاهر، عبد الرضا شفيق البصري

عنوان الدراسة	"تقنيات الصيرفة الالكترونية وتأثيرها في جودة الخدمة المصرفية"
هدف الدراسة	دراسة العلاقة الارتباطية بين متغيرين هما: تقنيات الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمة المصرفية
المنهج المستخدم والأدوات	المنهج الاستطلاعي و المنهج المقارن
عينة ومجتمع الدراسة	قطاع الصناعة المصرفي العراقي، اختيرت عينة عشوائية قوامها 100 زبون
أهم الاستنتاجات	وجود علاقة ارتباطية بين تقنيات الصيرفة الالكترونية و جودة الخدمة المصرفية
أهم التوصيات	نجاح الصيرفة الالكترونية على المدى البعيد يتوقف على قدرة المصرف على توسيع نشاطه ودخوله إلى أسواق دولية
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا	تطرقت هذه الدراسة إلى جزء من الصيرفة الالكترونية، أما دراستنا فتطرقت إلى الصيرفة الالكترونية بشكل شامل و أوسع

المصدر: من إعداد الطالبات

خامساً: دراسة يونس أممية أبو خطوه، أبو عزم اللاقي أبو جديريه 2018 بعنوان: "أدوات الصيرفة الالكترونية وأثرها على جودة الخدمات المصرفية في ليبيا دراسة حالة للمصارف التجارية العاملة بمدينة سبها" (2)

¹ هديل عادل طاهر، عبد الرضا شفيق البصري، تقنيات الصيرفة الالكترونية و تأثيرها في جودة الخدمة المصرفية- دراسة استطلاعية مقارنة لبعض فروع المصارف العراقية الحكومية و الأهلية، مجلة الإدارة و الاقتصاد، العدد: 114، السنة 41، 2018، ص ص: 132- 152.

² يونس أممية أبو خطوه، أبو عزم اللاقي أبو جديريه، أدوات الصيرفة الالكترونية وأثرها على جودة الخدمات المصرفية في ليبيا- دراسة حالة للمصارف التجارية العاملة بمدينة سبها-، مرجع سبق ذكره، ص ص: 225-263.

تكلمت هذه الدراسة عن استخدام العمل الالكتروني في رفع مستوى جودة الخدمات المصرفية وكذا دراسة واقع العمل المصرفي في المصارف التجارية بمدينة سبها ومدى التزامها بأسس العمل الالكتروني في معاملاتها وأنشطتها المالية، ونبين أهم ما ورد فيها في الجدول التالي:

الجدول رقم(1-26): دراسة يونس أمبية أبو خطوه، أبو عزم اللاقي أبو جديرية

عنوان الدراسة	" أدوات الصيرفة الالكترونية وأثرها على جودة الخدمات المصرفية في ليبيا-دراسة حالة للمصارف التجارية العاملة بمدينة سبها-"
هدف الدراسة	تهدف هذه الدراسة إلى تشخيص الوضع الراهن للعمل المصرفي الالكتروني في ليبيا و أثره على جودة الخدمة المصرفية
المنهج المستخدم والأدوات	استخدم المنهج الوصفي التحليلي، وأسلوب الاستقصاء لجمع البيانات وقد تم توزيع 250 استمارة استبيان وتم استعادة 248 استمارة كاملة وصالحة للتحليل
عينة ومجتمع الدراسة	يتكون مجتمع الدراسة من المصارف العاملة في مدينة سبها والبالغ عددها 5 مصارف واختيرت عينة عشوائية من بين العملاء الذين لديهم حسابات مصرفية تجارية لدى المصارف التجارية محل الدراسة
أهم الاستنتاجات	هناك علاقة بين العمل المصرفي الالكتروني بأبعاده الأربعة: قاعدة معلومات، البحث والتطوير، الأمان، إستراتيجية التسويق من جهة وجودة الخدمة المصرفية من جهة أخرى
أهم التوصيات	توصي الدراسة المصارف التجارية العاملة في مدينة سبها بإعادة النظر في الأنماط التقليدية المستخدمة في تقديم الخدمات المصرفية
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا	تمت هذه الدراسة على مستوى المصارف التجارية العاملة بمدينة سبها، بينما دراستنا الحالية ستكون على مستوى المصارف التجارية العاملة بوكالة الوادي

المصدر: من إعداد الطالبات

الفرع الثاني: الدراسات الأجنبية

سنعرض في هذا العنصر الدراسات الأجنبية التي تناولت كل من الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمة

المصرفية:

أولاً: دراسة Soheila Ghane ct-al 2011 بعنوان:

" Full Relationship Among e-satisfaction, e-Trust, e-service Quality, and e-loyalty: The case if Iran e-banking " ⁽¹⁾

تناولت هذه الدراسة التطورات الحاصلة في قطاع الخدمات المالية بالبنوك والتي تقدم نفس النوع الخدمات و المنتجات، وربطها من خلال الجودة والرضا الالكترونية والثقة الالكترونية وتأثيرهم على الولاء الالكتروني، ويمكننا إيجاز أهم ما جاء في الجدول أدناه:

الجدول رقم (1-27): دراسة Soheila Ghane ct-al

عنوان الدراسة	" العلاقة الكاملة بين الرضا الالكتروني، والولاء الالكتروني، جودة الخدمة الالكترونية، والولاء الالكتروني: حالة المصرفية الالكترونية بإيران " Full Relationship Among e-satisfaction, e-Trust, e-service Quality, and e-loyalty: The case if Iran e-banking "
هدف الدراسة	التحقيق التجريبي في آثار الرضا الالكتروني والثقة الالكتروني وجودة الخدمة الالكترونية على الولاء الالكتروني
المنهج المستخدم والأدوات	المنهج التجريبي التحليلي، تم إرسال استبيانات الكترونية وأخرى ورقية وتوزيع 130 استمارة استبيان على الطلاب
عينة ومجتمع الدراسة	اختيرت مجموعة من طلاب كليات العلوم بطهران
أهم الاستنتاجات	جودة الخدمة والرضا الالكتروني والثقة الالكترونية لهم قوة تأثير مباشرة على الولاء الالكتروني
أهم التوصيات	ضرورة إجراء المزيد من البحوث والدراسات عن أنواع أخرى من متاجر التجزئة عبر الانترنت في إيران
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا	تم توجيه أسئلة الاستبيان إلى مجموعة من الطلاب، في حين سيتم توجيه أسئلة الاستبيان المتعلقة بدراستنا لموظفي البنوك التجارية بوكالة الوادي

المصدر: من إعداد الطالبات

¹ Soheila Ghane ct-al, Full Relationship Among e-satisfaction, e-Trust, e-service Quality, and e-loyalty: The case if Iran e-banking, **Journal of theoretical and Applied Information Technology**, vol 33,n:o1,Iran,2011, p p 1-6.

ثانياً: دراسة Hosein khanifar ct-al بعنوان 2013:

" factors influencing the intendency of e-banking: An integration of TAM & TPB e-service quality " ⁽¹⁾

تكلمت هذه الدراسة عن تحركات البنوك السريعة نحو الاستثمار في أنظمة البنوك الالكترونية في العقود الأخيرة، ويمكننا تلخيص ما جاء فيها في الجدول أدناه:

الجدول رقم (1-28): دراسة Hosein khanifar ct-al

عنوان الدراسة	" Factors influencing the intendency of e-banking: An integration of TAM & TPB e-service quality "
هدف الدراسة	تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير استخدام المصرفية الالكترونية على جودة الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة للعملاء
المنهج المستخدم والأدوات	المنهج الوصفي الإحصائي، أداة جمع البيانات تمثلت في الاستبيان حوالي 353 استمارة
عينة ومجتمع الدراسة	اختيرت عينة عشوائية من عملاء بنك Meli
أهم الاستنتاجات	توصلت هذه الدراسة إلى أن التحكم في السلوك المدرك وجودة الخدمة المصرفية لهما تأثير كبير على نية الاستخدام
أهم التوصيات	ضرورة تحسين النوايا الذاتية للعملاء من أجل الاستخدام الأمثل للمصرفية الالكترونية
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا	تمت هذه الدراسة على مستوى البنوك الإيرانية، في حين أن دراستنا ستكون على مستوى البنوك التجاري العاملة بوكالة الوادي

المصدر: من إعداد الطالبات

¹ Hosein khanifar et-al, Factors influencing the intendency of e-banking: An integration of TAM & TPB e-service quality, *Elixir Fin. Mgmt.* 46 (2012) 8072 – 8079, 2012, p p: 8072– 8079.

ثالثاً: دراسة Miran Ismail Hussien, Rasha El Aziz بعنوان:

" Investigating e- banking service quality in one of Egypt s banks: a stakeholder analysis 2013 " ⁽¹⁾

تناولت هذه الدراسة أبعاد جودة الخدمات المصرفية عبر الإنترنت التي تؤثر على رضا العملاء من وجهة نظر المستهلك ومزود الخدمة، وسنوضح هذا في الجدول أدناه أهم ما جاء فيها:

الجدول رقم (1- 29): دراسة Miran Ismail Hussien, Rasha El Aziz

عنوان الدراسة	" التحقيق في المصرفية الالكترونية وجودة الخدمة في أحد البنوك المصرية: تحليل أصحاب المصالح" " Investigating e- banking service quality in one of Egypt s banks: a stakeholder analysis "
هدف الدراسة	دراسة العلاقة بين الخدمات المصرفية الإلكترونية و الأمن الوظيفي للموظف
المنهج المستخدم والأدوات	الوصفي التحليلي، تم توزيع 250 استبيان لعينة تتمثل في العاملين في هذه المصارف ولكن 233 من الصارف الذي ردوا على استبيان وأما البقية 27 كانوا مستبعدين من عينة الدراسة
عينة ومجتمع الدراسة	تتمثل مجتمع البحث في المصارف الوطنية السعودية العينة هي الموظفين
أهم الاستنتاجات	هناك علاقة سلبية بين الأمن الوظيفي للموظفين في البنوك الوطنية السعودية والخدمات المصرفية عبر الانترنت
أهم التوصيات	قد تضيف مساهمة هذه الدراسة للأكاديميين نظرية ذات قيمة جيدة لأنه يوجد عدد قليل من الدراسات التجريبية في هذه الدراسة لذا يوصى بإجراء المزيد من الدراسات التجريبية من أجل مساعدة موظفي البنوك وواضعي السياسات
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا	تناولت دراستهم اثر عمل البنوك على الأمن الموظفين في البنوك الوطنية السعودية أما دراستنا الصيرفة الالكترونية ودورها في تحسين الخدمة المصرفية في البنوك التجارية بوكالة الوادي

المصدر: من إعداد الطالبات

¹ Miran Ismail Hussien, Rasha El Aziz , Investigating e- banking service quality in one of Egypt s banks: a stakeholder analysis, journal the ToM, vol 25, No: 5, 2012, p p: 557-576.

رابعاً: Abdullah Attia AL Zahrani, Ahmad AL Zahrani بعنوان:

" The impact of e-banking on employees job security empirical study on SOUDI NATIONAL banks 2015" ⁽¹⁾

تناولت هذه الدراسة أبعاد جودة الخدمات المصرفية عبر الإنترنت التي تؤثر على رضا العملاء من وجهة نظر المستهلك ومزود الخدمة، وسنوضح هذا في الجدول أدناه:

Abdullah Attia AL Zahrani, Ahmad AL Zahrani دراسة (30 – 1) رقم الجدول

عنوان الدراسة	" أثر عمل البنوك الإلكترونية على أمن الموظفين - دراسة تطبيقية على البنوك الوطنية السعودية "
هدف الدراسة	دراسة العلاقة بين الخدمات المصرفية الإلكترونية و الأمن الوظيفي للموظف
المنهج المستخدم والأدوات	الوصفي التحليلي، توزيع 250 استبيان لعينة تتمثل في العاملين في هذه المصارف ولكن 233 من الصارف الذي ردوا على استبيان وأما البقية 27 كانوا مستبعدين من عينة الدراسة
عينة ومجتمع الدراسة	تتمثل عينة ومجتمع البحث في المصارف الوطنية السعودية والموظفين العاملين فيها
أهم الاستنتاجات	هناك علاقة سلبية بين الأمن الوظيفي للموظفين في البنوك الوطنية السعودية والخدمات المصرفية عبر الانترنت
أهم التوصيات	قد تضيف مساهمة هذه الدراسة للأكاديميين نظرية ذات قيمة جيدة لأنه يوجد عدد قليل من الدراسات التجريبية في هذه الدراسة لذا يوصى بإجراء المزيد من الدراسات التجريبية من أجل مساعدة موظفي البنوك وواضعي السياسات
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا	تكلمت هذه الدراسة عن أثر عمل البنوك على أمن الموظفين في البنوك الوطنية السعودية، في حين دراستنا تطرقت للصيرفة الإلكترونية وتأثيراتها على جودة الخدمة المصرفية

المصدر: من إعداد الطالبات

¹ Abdullah Attia AL Zahrani, Ahmad AL Zahrani, THE IMPACT OF E-BANKING ON EMPLOYEES JOB SECURITY AN EMPIRICAL STUDY ON SAUDI NATIONAL BANKS, International Journal of Commerce and Management, United Kingdom, Vol 111, Issue3, March 2015, p p: 1– 15

خامسا: دراسة Jagdeep singh, Jyotsna Sharma بعنوان:

" The Impact of E-banking on Service Quality :A case study of selected cities of Punjab 2018 " ⁽¹⁾

تناولت هذه الدراسة تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على جودة الخدمة وللفرق بين العوامل المختلفة التي تؤثر على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في بعض مدن بنجاب بالاعتماد على استبيان موجه للعينة عشوائية من هذه المدن، وسنوضح أكثر في جدول أسفله:

الجدول رقم (1-31): دراسة Jagdeep singh, Jyotsna Sharma

عنوان الدراسة	" تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على جودة الخدمة: دراسة حالة لمدن مختارة من البنجاب " " The Impact of E-banking on Service Quality: A case study of selected cities of Punjab 2018 "
هدف الدراسة	العثور على العوامل الرئيسية التي تؤثر على تفضيل العميل لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية
المنهج المستخدم والأدوات	المنهج الوصفي، تم إعداد استبيان يتعلق بالخدمة المصرفية الإلكترونية موجه لعملاء لتحليل تأثير جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على جودة الخدمة
عينة ومجتمع الدراسة	تمثل مجتمع في 4 مدن من بنجاب أما عينة اختيرت عشوائيا من مدن عددهم 500 مستخدم للانترنت
أهم الاستنتاجات	تؤثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على جودة الخدمة نتيجة لعوامل التسع المتوصل إليها: التواصل، الملموسية، الفهم، المصداقية والأمن، الوصول، الاستجابة، الموثوقية، الكفاءة التي تؤثر على جودة الخدمة إلى حد كبير
اهم التوصيات	ب على مقدمي الخدمات المصرفية الإلكترونية الاهتمام بهذه العوامل من أجل جعل جودة خدماتها صافية كاملة لعملائها
أوجه الاختلاف بينها وبين دراستنا	شملت هذه الدراسة تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على جودة الخدمة موجه لعينة عشوائية من عملاء في مدن بنجاب، أما دراستنا الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمة المصرفية استبيان موجه للموظفين بوكالة الوادي

المصدر: من إعداد الطالبات

¹ Jagdeep Singh, Jyotsna Sharma, The Impact of E-banking on Service Quality: A Case study of selected Of Punjab, *International Journal of Management Studies*, ,vol 2,issue ,no: 2,India, April 2018, p p: 144 – 127.

خلاصة الفصل:

من خلال دراستنا لهذا الفصل من الجانب النظري تم التوصل إلى أن البيئة المصرفية شهدت توسعا كبيرا في مجال التكنولوجيا المصرفية، والتي من أبرز مظاهرها ظهور الصيرفة الإلكترونية وتطورها الكبير، مما أدى إلى بروز نوع جديد من المصارف تعرف بالمصارف الإلكترونية، إن أن هذه الأخيرة تجاوزت بدورها الخدمات التقليدية المقدمة إلى خدمات إلكترونية حديثة تتماشى والتكنولوجيا المعاصرة، من خلال تخفيض النفقات، وتجاوز البعدين المكاني والزمني، ومن ثم التحسين في جودة الخدمات المقدمة.

ونظرا لكون مجال الصيرفة الإلكترونية حديث الساعة و أهميتها العظمى والمزايا التي تقدمها للمصارف، أوجب على المصارف تبنيها من اجل الوصول إلى تحسين جودة خدماتها المصرفية، وهذا ما سيتم توضيحه في الفصل الثاني.

الفصل الثاني:

الدراسة الميدانية

تمهيد:

بعد استعراضنا لموضوع الدراسة، والتطرق للدراسات السابقة إزاء كل من الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمة المصرفية، كان لابد لنا من تجسيد ذلك على الواقع في البنوك، وهذا بإسقاط ما تم تناوله في الجانب النظري على الجانب العملي، والقيام بالعمل الميداني على مستوى (5) وكالات بنكية بولاية الوادي، ومن أجل ذلك تم استخدام استمارة الاستبيان كأداة للدراسة وتوزيعها على الوكالات البنكية، ومن ثم تحليلها من أجل تحقيق أهداف الدراسة

وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين، وهذا وفق التالي:

المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة

المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة ومناقشتها

تمهيد

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين الصيرفة الالكترونية المقدمة من طرف البنوك العاملة بوكالة الوادي وجودة الخدمة المصرفية المقدمة من قبل هذه الأخيرة، ولذلك سنحاول في هذا الفصل عرض الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية، إذ تم الاعتماد على استمارة الإستبانة الموزعة على عينة عشوائية من المجتمع الكلي للدراسة، وعرض الطريقة والأدوات المستخدمة بالإضافة إلى البرامج المستخدمة في معالجة المعطيات والبيانات، وهذا كتمهيد للفصل الأخير لذا قسمنا هذا الفصل إلى العناصر التالية:

المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة

سنستطرق في هذا المبحث إلى الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة التطبيقية، وكذا إجراءات العمل الميداني، ولهذا فقد قمنا بتقسيمه إلى ثلاث مطالب نعرضها كالتالي:

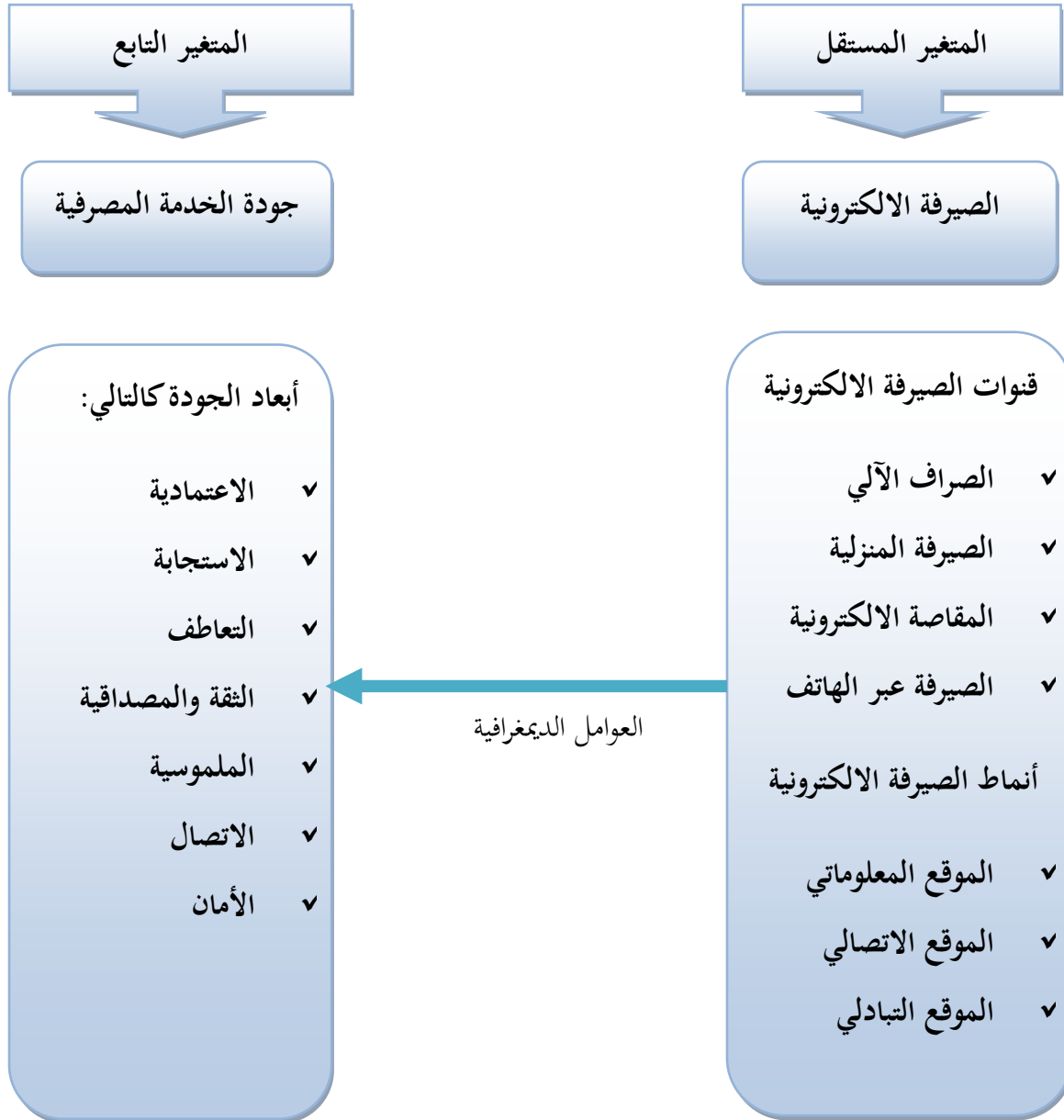
المطلب الأول: تحديد المتغيرات

الدراسات الاقتصادية بصفة عامة تتميز بوجود متغيرات وتكون متغيرات مستقلة ومتغيرات تابعة والتي تؤثر في العلاقة بين المتغيرين، وسنحاول في هذا الجزء تحديد متغيرات الدراسة وأداة قياس هذه المتغيرات.

الفرع الأول: النموذج الافتراضي للدراسة

لتسهيل صياغة الفرضيات وتحديد متغيرات الدراسة تم بناء نموذج افتراضي للدراسة والذي سنوضحه في الشكل التالي:

الشكل رقم (2 - 1) : النموذج الافتراضي لمتغيرات الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبات

من خلال الشكل السابق يمكن توضيح بعض المفاهيم لمتغيرات الدراسة والمتمثلة في:

أولاً: المتغير المستقل

وهو المتغير الذي يؤثر في باقي المتغيرات ويتمثل في دراستنا في الصيرفة الالكترونية والمتكون من قنوات الصيرفة الالكترونية (الصراف الآلي، الصيرفة المنزلية، المقاصة الإلكترونية، الصيرفة عبر الهاتف، الصيرفة عبر الانترنت)، وأتماطها (الموقع المعلوماتي، الموقع الاتصالي، الموقع التبادلي).

ثانياً: المتغير التابع

وهو المتغير الذي يتأثر بالمتغير المستقل ولا يؤثر فيه ويتمثل في دراستنا بجودة الخدمة المصرفية في البنوك العاملة بوكالة الوادي وأبعادها (الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الثقة والمصدقية، الملموسية).

الفرع الثاني: قياس المتغيرات

لقياس المتغيرات يفترض النموذج سابق الذكر إلى وجود تأثير الصيرفة الالكترونية على جودة الخدمة المصرفية من خلال تحديد أداة لقياس المتغيرات ومنه اختبار الفرضيات الموضوعية سلفاً، من أجل ذلك تم الاعتماد على (53) استمارة استبيان تحمل (42) سؤالاً موجه للمجتمع الكلي للدراسة كما يلي:

أولاً: قياس المتغير المستقل

قمنا بتوزيع استمارات الاستبيان موزعة على خمس بنوك لقياس مدى تأثير الصيرفة الالكترونية على جودة الخدمة المصرفية المقدمة من قبل هذه البنوك بحيث خصصنا (15) فقرة لمعرفة مدى اعتماد هذه البنوك الصيرفة الالكترونية.

ثانياً: قياس المتغير التابع

أيضاً لقياس المتغير التابع تم وضع (15) سؤالاً موجه للمجتمع الكلي الذي تتضمنه البنوك الخمسة المذكورة سابقاً لمعرفة مدى استجابة جودة الخدمة المصرفية الصيرفة الالكترونية المتبعة من طرف هذه البنوك.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة

للقيام بعملية البحث الميداني كان من الواجب علينا تحديد مجتمع الدراسة الذي سيكون بمثابة تطبيق للمفاهيم النظرية على هذا المجتمع وهذا بغية الوصول لأهداف الدراسة، وكون مجتمع الدراسة كبير ولا يمكن حصره كان من الواجب علينا اختيار عينة من المجتمع نفسه، كي تكون تمثيلا ينوب عن باقي مجتمع الدراسة، وهذا ما سنتطرق له كالتالي:

الفرع الأول: مجتمع الدراسة

يقصد بمجتمع الدراسة المجتمع الذي يختاره الباحث لإجراء الدراسة الميدانية، إذ يتوقف اختيار مجتمع الدراسة على طبيعة مشكلة موضوع الدراسة، وعادة ما يقترح على مجتمع الدراسة اسم إطار مجتمع البحث وهذا لكونه يحتوي جميع أسماء وعناوين ومفردات المجتمع.

وعليه ومن خلال عنوان الدراسة، فيكون مجتمع الدراسة هم جميع الموظفين لمختلف الوكالات البنكية التي تمارس نشاطها في ولاية الوادي، ونظرا لكثرة الوكالات البنكية بالولاية فقد تم حصر الدراسة على مستوى (5) وكالات بنكية وهي مجسدة في الجدول التالي:

الجدول رقم (2-1): مجتمع الدراسة

الرقم	اسم الوكالة
1	BANK CNEP الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط
2	BANK BEA البنك الخارجي الجزائري
3	BANK BARAKA بنك البركة الجزائري
4	BANK BADR بنك الفلاحة والتنمية الريفية
5	BANK TRUST بنك تراست

المصدر: من إعداد الطالبات

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

الفرع الثاني: عينة الدراسة

حيث تم في هذه الدراسة اختيار عينة عشوائية من مجتمع الدراسة والمتمثل في موظفي مختلف الوكالات البنكية لولاية الوادي، إذ لم يتم تحديد العينة مسبقا، ولهذا الغرض فقد قمنا باستخدام الاستبيان كأداة لجمع المعلومات وهذا عن طريق استخدام نوعين من الاستبيان:

أولا: الاستبيان الورقي

بحيث تم توزيع (53) استمارة استبيان على عينة الدراسة المختارة عشوائيا من مجتمع الدراسة، وتم استعادة (40) استمارة، بالرغم من حرصنا الشديد على عدم فقدان الكثير من الاستمارات لكن نظرا لعدة ظروف تتعلق بالأوضاع الصحية السائدة في الجزائر جراء جائحة كورونا، كان عدد الاستمارات المسترجعة أقل مما كنا نتوقع، لكن المسترجع منها يكفي للغرض المعد لأجله، وبعد عملية الفرز والتنظيم فقد تم استبعاد (11) استمارة كانت لا تستوفي جميع الإجابات، والبعض منها كانت تحوي إضافات من طرف موظفي البنوك، ولهذا الغرض فقد اعتبرناها استمارات مهمة وغير قابلة للمعالجة الإحصائية، وقد تم فقدان (13) استمارة من إجمالي الاستمارات الموزعة، والجدول الموالي يوضح حوصلة حول الاستمارات الموزعة والمسترجعة والقابلة للمعالجة والتي تم توزيعها منذ شهر مارس إلى غاية شهر جويلية من نفس السنة:

الجدول رقم (2-2): يوضح عدد الاستمارات الموزعة على عينة الدراسة المسترجعة والقابلة

للتحليل

العينة	الاستمارات الموزعة	الاستمارات المسترجعة	الاستمارات القابلة للتحليل	الاستمارات الغير قابلة للتحليل
عدد الاستمارات	53	40	29	11

المصدر: من إعداد الطالبات

ثانيا: الاستبيان الإلكتروني

من أجل إعداد الاستبيان الإلكتروني فقد اعتمدنا في إنشائه على موقع البحث الشهير (Google)، وعلى البريد الإلكتروني (Gmail) وكذا موفر خاصية الاستبيان (Google drive)، و اعتمدنا على لغة النص

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

الفائق، وقمنا بإرسال دعوات إلكترونية للمشاركة في الاستبيان عن طريق البريد الإلكتروني، وأخيرا العرض في شبكة الانترنت، وذلك عبر الرابط الموالي:

[. Google. com/forms/d/1fsbRNcOwcd6s2rgPgkauuoS7FoltJ-https://docs](https://docs.google.com/forms/d/1fsbRNcOwcd6s2rgPgkauuoS7FoltJ-MguFVIKNz20Sq/edit?chromeless=1)
MguFVIKNz20Sq/edit?chromeless=1

وتم عرض الاستبيان على شبكة الانترنت منذ شهر مارس إلى غاية شهر جويلية سنة 2020، وبعد انقضاء المدة للأسف لم نتحصل سوى على (3) إجابات، وكانت كلها إجابات غير مكتملة الإجابة عليها من طرف الباحث، لهذا فقد قمنا باعتبارها استمارات مهمة ولا يمكن إخضاعها للمعالجة الإحصائية.

وفي نهاية المطاف تمخض عن عملية جمع البيانات عن (29) استمارة استبيان صالحة للدراسة وهذا بعد استبعاد استمارات الاستبيان الإلكترونية التي اعتبرت مهمة، و القيام بعملية المعالجة الإحصائية للاستبيانات القابلة للتحليل من أجل دراسة العلاقة بين المتغيرين وتحقيق أهداف الدراسة، والجدول التالي يوضح عدد الاستبيانات الورقية والإلكترونية:

الجدول رقم (2-3): أعداد وأنواع الاستبيانات المستخدمة في البحث

البيان	العدد
الاستبانة الورقية	29
الاستبانة الإلكترونية	00
الاستبيانات الكلية المستخدمة	29

المصدر: من إعداد الطالبات

1- الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط BANK CNEP

تأسس الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بموجب القانون رقم (64-227) المؤرخ في 10 أوت 1964، وحدد القانون دور ونشاط الصندوق والتي تمثلت في جمع الادخار من المواطنين واستغلاله في خدمة التنمية الاقتصادية والاجتماعية وتمويل البناء وتمويل الجماعات المحلية، كما يقوم البنك بمهمة الاقتراض المباشر للمواطنين فئة موظفي الدولة كمرحلة آلية للنشاط، ودعم القطاع الخاص من خلال تأسيس شركات الإسكان في

الاقتصاد، وكذا تنمية القطاع التعاوني وتحريكه بما يخدم المعرض السكني من خلال دعم نشاط مؤسسة وجمعيات الإسكان عبر إجراءات وضوابط محددة مع صندوق الإسكان.⁽¹⁾

لقد تم افتتاح الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط وكالة الوادي في: 12/01/1986، ويقع مقرها بحي 400 مسكن OPIGI الوادي، ويبلغ عدد عمال 15 وهي مصنفة في الصنف A وهي جزء من 11 وكالة للشبكة الجهوية للاستغلال بغرداية، ومن مهامها جمع الادخارات وتمويل القروض العقارية.⁽²⁾

¹ سارة علاق وآخرين، دور البنوك في تمويل قطاع السكن - دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP -، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، التخصص: اقتصاد نقدي وبنكي، الشعبة: العلوم الاقتصادية، قسم: العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، ميدان: علوم الاقتصادية والتسيير وعلوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الموسم الجامعي: 2017/2018، ص ص: 54 - 55.

² عبد الفتاح دقاشي وآخرين، مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية في البنوك العمومية الجزائرية *دراسة حالة: الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط - بنك - وكالة الوادي*، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي، الشعبة: علوم اقتصادية، قسم: العلوم الاقتصادية، (غير منشورة)، ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الموسم الجامعي: 2017/2018، ص ص: 40 - 41.

2- بنك البركة الجزائري BANK BARAKA:

هو أول بنك إسلامي مشترك بين القطاع العام والخاص يؤسس في الجزائر، أنشئ بتاريخ 20 ماي 1991، في إطار قانون النقد والقرض، برأسمال يقدر بـ: (500 مليون دينار جزائري) مقسمة إلى 500000 سهم، قيمة كل سهم 1000 دينار جزائري، ويشارك فيه كل من:⁽¹⁾

– بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بنسبة 50%.

– شركة دلة البركة القابضة السعودية بنسبة 50%.

بدأ البنك مزاولة نشاطه في أوائل نوفمبر من عام 1991، ويقوم بإدارته مجلس إدارة يتكون من 3 إلى 7 أعضاء تختارهم الجمعية العادية كما يتم إنهاء مهام أي عضو منهم من قبلها، وهو عبارة عن بنك تجاري وتخضع النشاطات البنكية والمعاملات المالية التي يقوم بها إلى قواعد الشريعة الإسلامية، يقع مقره الرئيسي للبنك بالجزائر العاصمة ويتكون حاليا من 30 وكالة، وفي سنة 2009 تم رفع رأسماله إلى 100000000000 دج وذلك حسب التقييم التالي:

– بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR 46%.

– شركة دلة البركة القابضة السعودية 54%.

وتعتبر وكالة بنك البركة الجزائري بالوادي هي الوكالة رقم 304 المتواجد مقرها بحي 400 سكن الوادي، والتي فتحت أبوابها: 15 - 05 - 2011م، وتضم طاقم من الأعمال يتشكل من 10 عمال، وتتمثل الوكالة مركز الخدمات القاعدية للبنك وهي الخلية الفعالة لاحتوائها على هياكل الاستقبال والمعالجة.⁽²⁾

¹ عبد العزيز ميلودي، محددات تمويل الاستثمار في البنوك الإسلامية- دراسة قياسية لحالة بنك البركة-، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم: العلوم الاقتصادية، تخصص: الاقتصاد الكمي، جامعة الجزائر، الموسم الجامعي: 2006/2007، ص: 82.

² جواهر بوجلحة، دور صيغة الإجارة للبنوك الإسلامية في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة- دراسة حالة بنك البركة الإسلامي فرع ولاية الوادي 2012-2014، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، تخصص: مالية وبنوك، فرع: علوم مالية ومحاسبة (غير منشورة)، ميدان: علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الموسم الجامعي: 2016/2017، ص ص: 23-27.

3- البنك الخارجي الجزائري BANK BEA :

تأسس البنك الخارجي الجزائري في أول أكتوبر 1967 بموجب الأمر (67/204)، بهذا فهو ثالث وآخر بنك تجاري يتم تأسيسه تبعا لقرارات تأميم القطاع البنكي، وقد تم إنشائه على أنقاض 5 بنوك وهي: القرض الليوني، الشركة العامة، قرض الشمال، البنك الصناعي الجزائري والمتوسط، وبنك باركليز ويمارس البنك الخارجي الجزائري كل مهام البنوك التجارية، وعلى هذا الأساس يمكنه جمع الودائع الجارية، وفي جانب الإقراض يتكفل بتمويل عمليات التجارية الخارجية ويقوم بمنح قروض للاستيراد ويعتبر البنك الخارجي الجزائري هو شركة مساهمة تساهم فيه الدولة الجزائرية بصفة كلية، يقدر رأسماله بـ (100 مليار دينار)، يعمل في مجال الإنتاج والتمويل البنكي لجميع القطاعات بما في ذلك النفط، الصلب، النقل... الخ.⁽¹⁾

¹ الطاهر لطرش، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الرابعة، 2005، ص: 189 - 190.

4- بنك الفلاحة والتنمية الريفية BANK BADR

نشأ بنك الفلاحة والتنمية الريفية من جراء إعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري " BNA " وذلك بمقتضى مرسوم رأسي رقم (106/82) في 17 جمادى الأولى 1402 هـ الموافق ل: 13 مارس 1982م تحول بنك الفلاحة والتنمية الريفية " BADR " إلى شركة بالأسهم، قصار مؤسسة اقتصادية عمومية بشكل شركة تجارية بالأسهم رأس ماله مقدر ب: 33000000000 دج مقسم إلى 3300 سهم بقيمة 100000 دج للسهم وبموجب قانون 90- 10 بتاريخ 14/04/1990م الذي يقدم أكثر استقلالية لجانب البنك بعد الإلغاء نظام التخصيص سنة 1986م فإن بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك عمد إلى توسيع مجال نشاطاته وتدخلاته في المجال المالي بحيث يشغل حاليا بأزيد من 300 وكالة موزعة عبر كامل التراب الوطني.⁽¹⁾

حيث أنشأ بنك الفلاحة والتنمية الريفية لتدعيم القطاع الفلاحي من الناحية المادية، إذ يعمل بنك الفلاحة والتنمية الريفية على زيادة الانتشار في جميع القطر الجزائري للوصول إلى عدد أكبر من الزبائن عن طريق زيادة الوكالات البنكية، ومن بينها وكالة الوادي التي تم إنشاؤها في سنة 1982 وتقع حاليا في حي (400) مسكن، وتمتلك هذه الوكالة بصلاحيات عالية مما يسهم في المركزية.⁽²⁾

¹ وليد مرتضى نوه، نحو تفعيل دور نظام المعلومات في البنوك للرفع من مستوى آدائها- دراسة حالة: القرض الشعبي الجزائري CPA، بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR، البنك الوطني الجزائري BNA وكالات الوادي خلال الفترة (2012-2013)-، تخصص: أنظمة المعلومات ومراقبة التسيير، قسم: علوم التسيير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الموسم الجامعي: 2014/2015، ص: 87.

² نفسه.

5- بنك تراست BANK TRUST:

بنك تراست بصفة عامة مقرها الرئيسي في قبرص، معظم رأس مالها لعائلة أبو نحل، يستثمر في مختلف قطاعات الاعمال من خلال الشركات التابعة له في (22) دولة بما في ذلك الجزائر، بالإضافة إلى تعزيز وجوده في الجزائر من خلال (5) شركات أخرى وهي: تراست الجزائر للاستثمارات، الثقة في الجزائر للتأمين وإعادة التأمين، صناعات الثقة، مركز التجارة العالمي الجزائري، برأس مال خاص حيث بدأ نشاطه في الجزائر في أبريل 2003 برأس مال أولي 750 مليون دينار، تم تحويله سنة 2012 إلى 13 مليار دينار، وفي 30 ديسمبر 2019 شهد رأس المال زيادة قدر الآن 17194.⁽¹⁾

بنك تراست فرع الوادي بدأ نشاطه في 30 مارس 2020، الموقع الحالي للبنك بجانب بنك البركة الجزائري من جهة الشمال، عدد الموظفين 5 المدير وأربعة اخرون.⁽²⁾

¹ www.trustbank.dz.01-09-2020:20:03.

² معلومات من موظف بالبنك عن طريق مكالمة هاتفية.

المطلب الثالث: تصميم وإجراءات واختيار أداة الدراسة

من أجل التعرف أكثر على أثر الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة من قبل الوكالات البنكية محل الدراسة، تم تصميم استبيان لمعرفة إجابات الموظفين حول جميع فقراته، واستخدام الأدوات الإحصائية المناسبة لتحليل ودراسة خصائص العينة قيد الدراسة.

الفرع الأول: تصميم أداة الدراسة

بغرض جمع المعلومات والبيانات عن مجتمع الدراسة استخدمنا الأسلوب الميداني كمصدر لذلك بالاعتماد على أداة الدراسة المتمثلة في الاستبانة، باعتبارها أكثر أدوات استعمالا في جمع أكبر عدد ممكن من البيانات والمعلومات التي تخص الموظفين وتعبّر عن آرائهم وشعورهم حول موضوع الدراسة، ولقد تم تصميم هذه الاستبانة وفق فرضيات الدراسة بما يمكن من معالجة الإشكالية وإمكانية قياس المتغيرات التابعة والمستقلة ومعرفة طبيعة العلاقة بين المتغيرين، ولقد صيغت الاستبانة وتم تقسيمها إلى (4) محاور رئيسة ويمكن عرض هذه المحاور كما يلي:

أولاً: المحور الأول

احتوى هذا المحور على المعلومات الشخصية للموظف (اسم البنك، الجنس، العمر، المستوى التعليمي، عدد سنوات العمل بالبنك، المركز الوظيفي بالبنك).

ثانياً: المحور الثاني

تضمن هذا المحور الأسئلة المتعلقة بآراء الموظفين حول توفر مظاهر الصيرفة الإلكترونية في البنك وقسم هذا المحور إلى (6) أبعاد وكل بعد يحتوي على (3) أسئلة مجموعهم ككل (15) سؤال.

ثالثاً: المحور الثالث

يتضمن هذا المحور الأسئلة المتعلقة بآراء الموظفين حول أبعاد جودة الخدمة المصرفية في البنك ولقد تم تقسيمه إلى (6) أبعاد وكل بعد يحتوي على (3) أسئلة، بلغ عددهم الإجمالي (15) سؤال.

رابعاً: المحور الرابع

يتضمن هذا المحور الأسئلة المتعلقة بآراء الموظفين حول المتغيرين معا تتمثل في مساهمة الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية، وقد تضمن (12) سؤالاً.

ولقد تم وضع هذه الأسئلة وفق مقياس ليكرت الثلاثي لقياس اتجاهات الأفراد المعنية بالدراسة من خلال إجاباتها، إذ يعتبر مقياس ليكرت الثلاثي من أكبر المقاييس ملائمة لقياس الظواهر، ولقد تم إعطاء درجة لكل وزن كالتالي:

- موافق: لها درجة 1
- محايد: لها درجتين 2
- غير موافق: لها ثلاث درجات 3

الفرع الثاني: إعداد البيانات والأدوات المستخدمة في الدراسة

تعتبر هذه الخطوة مهمة بحكم أن البيانات هي المصدر الأول للمعلومات والتي سيتم معالجتها إحصائياً بواسطة العديد من الأدوات الإحصائية التي تساعدنا في تحليل البيانات، وسيتم شرحها كالتالي:

أولاً: إعداد قوائم الاستبانة

من أجل إعداد البيانات لعملية التحليل والوصول إلى النتائج المرجوة من هذا الموضوع قمنا بالعديد من الإجراءات التي يتم بواسطتها تحليل البيانات الموجودة في قوائم الاستمارة وذلك بالاعتماد على برنامج SPSS، نسخة (19)، ومن خلال مراجعة الاستمارات المسترجعة تم إلغاء الاستمارات التي لا تصلح للمعالجة الإحصائية منها غير مكتملة الإجابة وأخرى إجابتين على سؤال واحد ومنها لم يذكر اسم البنك فيها، وأخرى تم إضافة عنصر لم يورد ذكره في محتواها، وتم حصر الاستبانات الصالحة للدراسة في (29) استمارة.

ثانيا: ترميز بيانات الاستثمارات

بعدما قمنا بجمع الاستثمارات القابلة للتحليل في الدراسة وهي المرحلة الأولى، تطرقنا للمرحلة الثانية وهي ترميز العبارات والأسئلة الواردة في الإستبانة، عن طريق نموذج ترميز موحد ومطبقا في كل الاستثمارات، وذلك بوضع حروف وأرقام للتعبير عنها وعن المتغيرات التي تحتويها الاستثمارات، وسنوضح طريقة الترميز و الترميز في الجدول التالي:

الجدول رقم (2 - 4): ترميز المعلومات الشخصية

الرقم	المتغيرات
1	BANK CNEP
2	BANK BEA
3	BANK BARAKA
4	BANK BADR
5	BANK TRUST
1	ذكر
2	أنثى
1	أقل من 25 سنة
2	من 25 إلى 35
3	من 35 إلى 45
4	من 45 إلى 55 سنة
5	55 سنة فما فوق
1	ثانوي
2	شهادة مهنية
3	جامعي
4	ليسانس
5	دراسات العليا
1	من سنة إلى 5 سنوات
2	من 6 سنوات إلى 10
3	من 11 سنة إلى 15 سنة

4	أكثر من 15 سنة	
1	مدير	المركز الوظيفي بالبنك
2	رئيس مصلحة	
3	موظف	
4	محاسب	

المصدر: من إعداد الطالبات

وقمنا بترميز الأسئلة المتعلقة بالمتغير المستقل الذي هو الصيرفة بالرمز A وخصصنا له رموز تالية (a1 إلى a15)، والعبارات المتعلقة بالمتغير التابع أبعاد جودة الخدمة المصرفية بالرمز B وخصصنا له رموز (B1 إلى B15)، أما العبارات المتعلقة بالمتغيرين معا بالرمز D وخصصنا له رموز (D1 إلى D12)، وأشرنا لتمييز الصراف ب M-sa، متوسط الصيرفة المنزلية M-sm، متوسط الصيرفة عبر الهاتف M-sh، متوسط الصيرفة عبر الانترنت M-st، ومتوسط أنماط الصيرفة M-an.

في حين اعتمدنا الترميز لأبعاد جودة الخدمة المصرفية كالتالي: متوسط الاعتمادية M-hm، متوسط الاستجابة M-s، متوسط التعاطف M-T، متوسط الثقة والمصادقية M-TM، متوسط الملموسية M-M، متوسط الصيرفة الالكترونية MK-S، متوسط أبعاد الجودة MK-J.

وقد ذكرنا سابقا أن قياس هذه العبارات كان وفق مقياس ليكرت الثلاثي وأشرنا إلى كيفية ترميز هذه العبارات، وبعد هذه الخطوة قمنا بإدخال هذه العبارات وترميزها وأرقامها في برنامج SPSS النسخة رقم 19، من خلال عرض المتغيرات variable view، أين تم إدخال جميع الأسئلة الموجهة والخيارات الممكنة لكل سؤال، وعرض البيانات data view التي أدخلنا من خلالها المعلومات المتواجدة في جميع الاستمارات وذلك عن طريق الأرقام والرموز المذكورة مسبقا.

1- الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تم الاعتماد على بعض الأدوات الإحصائية المتمثلة فيما يلي:

1-1 أساليب الإحصاء الوصفي:

استعمال برنامج الخدمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية في تحليل البيانات وهو عبارة عن حزمة حاسوبية متكاملة لإدخال البيانات وتحليلها بواسطة برنامج SPSS 19.

- التكرار والنسب المئوية: استخدمت في وصف خصائص مجتمع الدراسة وفقرات الاستبيان.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية: بهدف تحليل النتائج المتحصل عليها من الاستبيان، معامل الثبات ألفا كرونباخ لمعرفة صدق وثبات الاستبيان.
- التوزيع التكراري: من خلال هذا الأسلوب يمكن التعرف على تكرارات الإجابة والنسب المئوية، ومن خلاله يمكن الحصول على مختلف الأشكال البيانية التي تساعدنا في التعرف على خصائص العينة.
- الانحراف المعياري: من أجل معرفة مدى تركيز الإجابات في اختيار معين لدى أفراد العينة.

1-2 أساليب الإحصاء التطبيقي:

- الانحدار البسيط: من أجل تحديد أثر المتغيرات المستقلة على المتغير التابع ومن ثم الإجابة على فرضيات الدراسة.
- اختبار T-test: من أجل معرفة ما إذا كانت هناك علاقة ذات الدلالة الإحصائية وتحديد معنوية العلاقة.
- اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA: لمعرفة الفروقات ذات الدلالة الإحصائية بين المتغيرات.

الفرع الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة

سنتطرق في هذا الفرع إلى صدق وثبات أداة الدراسة، لأن صدقها وثباتها يؤدي إلى صحة النتائج الدراسة بأكملها، وعدم صحتها يبين لنا أن البحث بلا قيمة، ولذلك اخترنا أداة ذات الصدق والثبات العلميين، والتي سنوضحها كالتالي:

أولاً: صدق أداة الدراسة

وفي هذه المرحلة اعتمدنا على الصدق الظاهري من خلال تحكيم وتنسيق الاستبيان مع الأستاذ المؤطر الذي بدوره تم عرضه على مجموعة الأساتذة والدكاترة المحكمين ذوي الخبرة وفي مجال التخصص، وبعد تقديم بعض من

اقتراحات الأساتذة المحكمين تم إعادة صياغة وتعديل وإضافة وحذف بعض الفقرات ومن ثم الخروج بها على شاكلتها الحالية والنهائية كما موضح في ملحق رقم (01).

ثانيا: ثبات أداة الدراسة

من أجل ثبات البيانات الواردة في استمارات تم استخدام معامل ألفا كرونباخ (chronbach's Alpha)، الذي يعبر عن درجة صدق وموثوقية البيانات، وسنوضح ذلك في الجداول الآتية بواسطة نتائج اختبار معامل ألفا كرونباخ.

الجدول رقم (2- 5) : نتائج اختبار وثبات صدق الدراسة للمحور الثاني

المحور	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ	معامل الصدق
المحور الثاني	15	0.757	0.870

المصدر: من إعداد طالبات البحث اعتمادا على برنامج SPSS

من خلال الجدول يتضح أن معامل ألفا كرونباخ (0.757) وهي أكبر من (0.6)، فكلما كان معامل ألفا كرونباخ أكبر من (0.6) دل ذلك على اتساق أداة الدراسة وبالتالي يمكن القول بأنه يوجد اتساق ودرجة عالية من الثبات ويعكس مصداقية أداة الدراسة بمعامل صدق يساوي (0.870) الذي يشير إلى صدق الدور وبلوغ الهدف المنشود.

الجدول رقم (2- 6) : نتائج اختبار وثبات صدق الدراسة للمحور الثالث

المحور	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ	معامل الصدق
المحور الثالث	15	0.690	0.830

المصدر: من إعداد طالبات البحث اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أن معامل ألفا كرونباخ (0.690) وهي أكبر من (0.6) مما يدل على ثبات الاستبيان وعليه يمكن قبول الدراسة مما يعكس مصداقية أداة الدراسة بمعامل صدق قدر ب 0.830 الذي يشير إلى صدق الدور وبلوغ الهدف المنشود.

الجدول رقم (2-7) : نتائج اختبار وثبات صدق للمحور الرابع

المحور	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ	معامل الصدق
المحور الرابع	12	0.845	0.919

المصدر: من إعداد طالبات البحث اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أن معامل ألفا كرونباخ (0.845) وهو أكبر من (0.6) مما يدل على مصداقية الاستبيان الموزع على مجتمع الدراسة ويعكس مصداقيتها، وعليه يكن قبول الدراسة بمعامل صدق (0.919) الذي يشير إلى صدق الدور وبلوغ الهدف المنشود.

المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة

سنتطرق في هذا المبحث إلى نتائج التحليل الإحصائي للمقاييس، وهذا بواسطة التكرارات والنسب المئوية بالنسبة للمتغيرات الديمغرافية للعينة محل الدراسة، وبواسطة الوسط الحسابي والانحرافات المعيارية بالنسبة لإجابات أفراد العينة، ولهذا الغرض تم تقسيم المبحث كالتالي:

المطلب الأول: عرض المؤشرات الوصفية لعينة الدراسة

نتناول في هذا العنصر خصائص أفراد العينة من حيث (اسم البنك، الجنس، العمر، المستوى العلمي، عدد سنوات التعامل مع البنك، المركز الوظيفي).

الفرع الأول: حيث سنوضح فيه الخصائص المذكورة سابقا ونتائجها في الجدول الآتي أدناه:

الجدول رقم (2-8): يوضح خصائص مفردات عينة الدراسة

المتغير	التكرار	النسبة المئوية	النسبة المئوية التراكمية
البنوك	4	13.8	13.8
	10	34.5	48.3
	7	24.1	72.4

93.1	20.7	6	BANK BADR	
100	6.9	2	BANK TRUST	
	100	29	المجموع	
99.1	93.1	27	ذكر	الجنس
100	6.9	2	انثى	
	100	29	المجموع	
48.3	48.3	14	من 25 إلى 35 سنة	العمر
89.7	41.4	12	من 35 إلى 45 سنة	
96.6	6.9	2	من 45 إلى 55 سنة	
100	3.4	1	55 سنة فما فوق	
	100	29	المجموع	
6.9	6.9	2	ثانوي	المستوى التعليمي
10.3	3.4	1	شهادة مهنية	
44.8	34.5	10	جامعي	
69.0	24.1	7	ليسانس	
100	31.0	9	دراسات عليا	
	100	29	المجموع	
37.9	37.9	11	من سنة إلى 5 سنوات	عدد سنوات
69.0	31.0	9	من 6 إلى 10 سنوات	
79.3	10.3	3	من 11 إلى 15 سنة	

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

100	20.7	6	أكثر من 15 سنة	العمل بالبنك
	100	29	المجموع	
6.9	6.9	2	مدير	المركز الوظيفي
31.0	24.1	7	رئيس مصلحة	
96.6	65.6	19	موظف	
100	3.4	1	محاسب	
	100	29	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبات بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول السابق توزيع أفراد العينة المدروسة والتي تمثل في موظفي الوكالات البنكية لولاية الوادي، تتميز بالتنوع إذ تتوفر على مختلف النوعيات، الأعمار، المستويات التعليمية، المراكز الوظيفية، وفي ما يأتي سنحاول التعرف على الخصائص الديمغرافية للعينة المختارة.

الفرع الثاني: التحليل الوصفي لنتائج الدراسة بالاعتماد على مخرجات برنامج إكسال

حيث يمكننا تقسيمها كالاتي:

أولاً: توزيع العينة حسب البنوك:

ولتوضيح ذلك نقوم بتلخيصها في الجدول التالي:

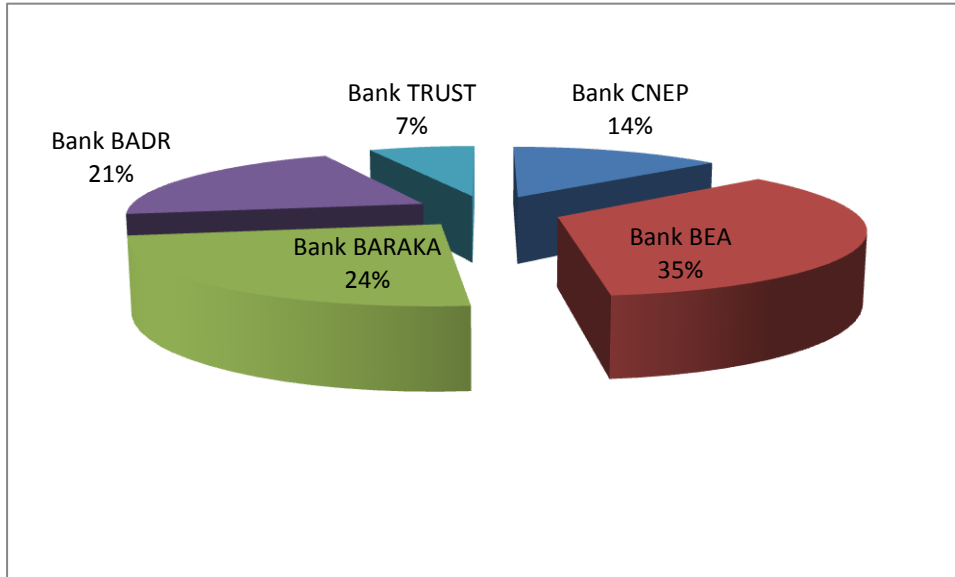
الجدول رقم (2-9): توزيع أفراد العينة حسب البنوك

اسم البنك	التكرارات	النسبة المئوية
Bank CNEP الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط	4	13.8
Bank BEA البنك الخارجي الجزائري	10	34.5
Bank BARAKA بنك البركة الجزائري	7	24.1
Bank BADR بنك الفلاحة والتنمية الريفية	6	20.7
Bank TRUST بنك تراست الجزائري	2	6.9

المصدر: من إعداد الطالبات بناء على مخرجات برنامج SPSS

بناء على ما ورد في الجدول السابق نلاحظ بأن (10) من إجمالي أفراد العينة المبحوثة كانت من البنك الخارجي الجزائري BEA، وأن (7) من إجمالي الموظفين كانت من بنك البركة الجزائري BARAKA، و(6) من إجمالي أفراد العينة محل الدراسة كانت من بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR.

الشكل رقم (2-2): توزيع أفراد العينة حسب البنوك



المصدر: من إعداد الطالبات بناء على مخرجات برنامج EXCEL

يتضح لنا من خلال الشكل السابق بأن النسبة الأكبر من العينة المدروسة تكون لبنك الخارجي الجزائري BEA، وهذا بنسبة قدرت بـ (35%)، ثم يليها بنك البركة الجزائري BARAKA بنسبة قدرت بـ (24%)، وهذا يدل على أن استجابة كلا البنكين كانت مقبولة وهذا بالمقارنة مع البنوك الأخرى.

ثانيا: توزيع العينة حسب الجنس:

ينقسم أفراد العينة المبحوثة حسب الجنس كما يلي:

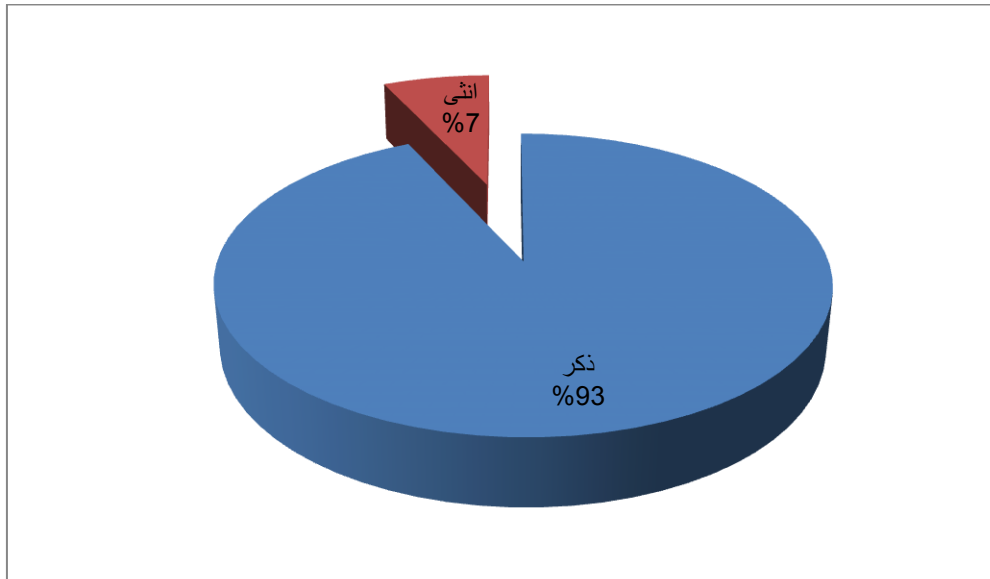
الجدول رقم (2-10): توزيع العينة حسب الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	27	93.1
أنثى	2	6.9

المصدر: من إعداد الطالبات بناء على مخرجات برنامج SPSS

بناء على الجدول السابق نلاحظ بأن (27) من إجمالي أفراد العينة كانت من الذكور أفراد، في حين أن (2) من إجمالي أفراد العينة كانت من الإناث. اعتمادا على معطيات الجدول السابق نجسد الشكل التالي:

الشكل رقم (2-3): توزيع أفراد العينة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبات بناء على مخرجات برنامج EXCEL

يتضح من خلال الشكل السابق بأن النسبة الأكبر تعود للذكور فقد بلغت (93%)، والتي تفوق بكثير نسبة الإناث التي بلغت (7%)، وهذا يرجع لكون أن العمل في البنوك محل الدراسة منحصر على الذكور بشكل كبير، أو أن طبيعة الوظيفة تلائم الذكور بدرجة أولى.

ثالثاً: توزيع العينة حسب متغير العمر

لتوضيح تركيبة البنوك حسب العمر قمنا برسم الجدول الموالي:

الجدول رقم (2-11): توزيع العينة حسب متغير العمر

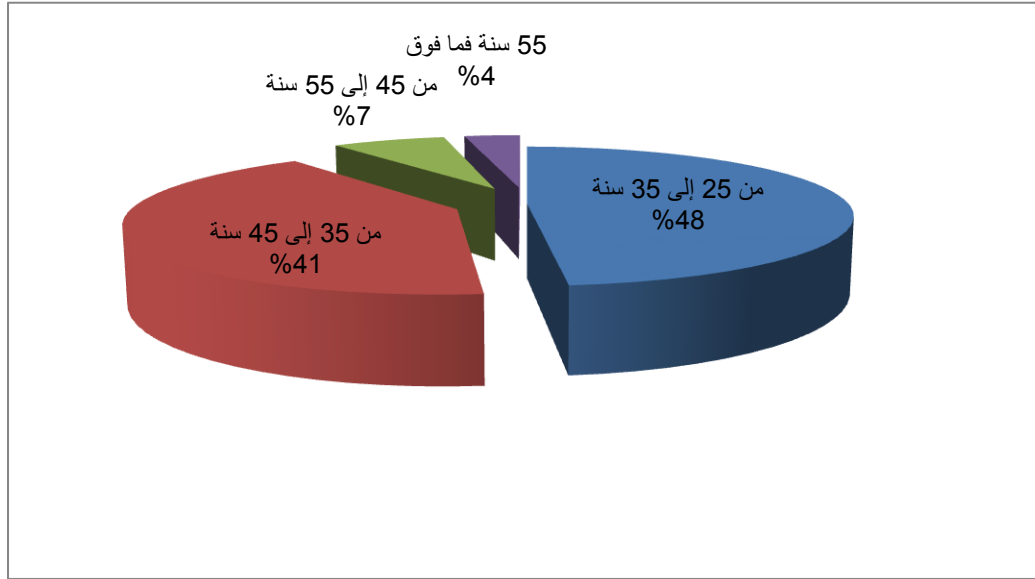
العمر	التكرارات	النسبة المئوية
من 25 إلى 35 سنة	14	48.3
من 35 إلى 45 سنة	12	41.4
من 45 إلى 55 سنة	2	6.9
55 سنة فما فوق	1	3.4

المصدر: من إعداد طالبات البحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

انطلاقاً من الجدول السابق نلاحظ بأن الفئة العمرية التي تتراوح بين (من 25 إلى 35 سنة)، كانت الفئة الطاغية بنسبة مئوية بلغت (48.3%)، ومن ثم الفئة العمرية (من 35 إلى 45 سنة)، وتليها الفئة (من 45 إلى 55 سنة).

بالاعتماد على معطيات الجدول السابق نقوم برسم الشكل الآتي:

الشكل رقم (2-4): توزيع أفراد العينة حسب العمر



المصدر: من إعداد الطالبات بناء على مخرجات برنامج EXCEL

يتضح لنا من خلال الشكل السابق أن موظفي البنوك محل الدراسة كانت أعمارهم تتراوح بين (25 إلى 35 سنة) وهي الفئة ذات الأكثر نسبة والتي قدرت بـ (48.3%)، وهذا يعود إلى أن هذه الفئة تتمتع بفن التعامل مع أدوات والتقنيات الالكترونية الحديثة، في حين كانت الفئة العمرية ما بين (35 إلى 45 سنة) كانت نسبتهم 41.4%، وهي أيضا فئة تتقن التعامل مع قنوات الصيرفة الالكترونية من إجمالي العينة المبحوثة، ونسبة (6.9%) تتراوح أعمارهم ما بين (45 إلى 55 سنة)، وهو ما يظهر التنوع العمري بالنسبة لمختلف البنوك.

رابعا: توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

يتوزع أفراد العينة المبحوثة لمختلف الوكالات البنكية الممثلة في مجتمع الدراسة حسب المستوى التعليمي

كما يلي:

الجدول رقم (2- 12): توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

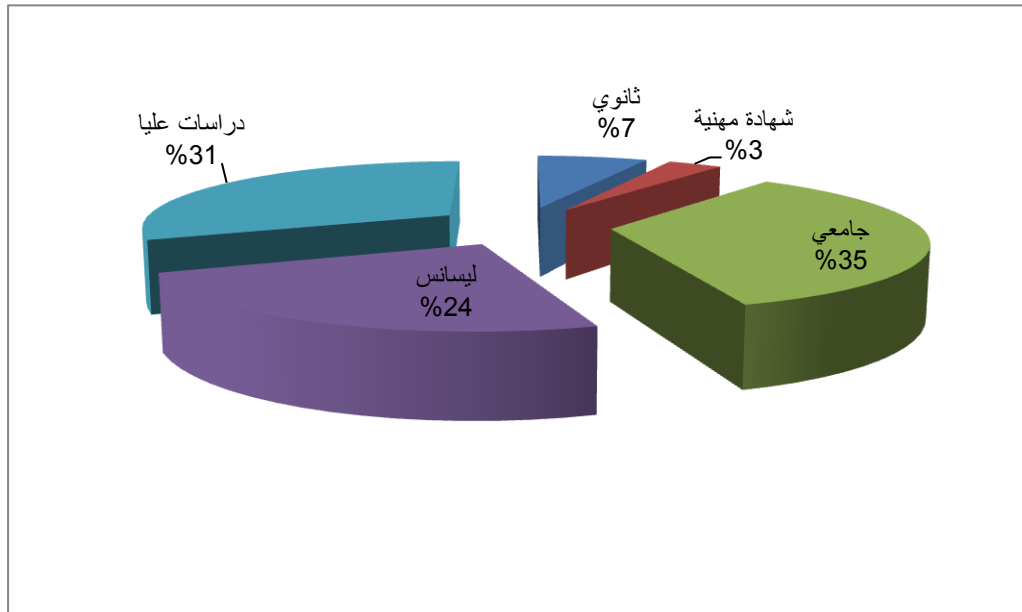
النسبة المئوية	التكرارات	المستوى التعليمي
6.9	2	ثانوي
3.4	1	شهادة مهنية
34.5	10	جامعي
24.1	7	ليسانس
31.0	9	دراسات عليا

المصدر: من إعداد الطالبات بناء على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من معطيات الجدول أعلاه، بأن أغلب موظفي الوكالات البنكية محل الدراسة كانوا من مستوى حاملي الشهادات الجامعية، حيث أن (10) الموظفين من إجمالي أفراد العينة محل الدراسة كانوا من حملة الشهادات الجامعية، و(9) من إجمالي أفراد العينة كانوا من مستوى الدراسات العليا، و(7) من الموظفين كانوا من حملة شهادة الليسانس.

بناء على الجدول السابق، نرسم الشكل التالي:

الشكل رقم (2- 5): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبات بناء على مخرجات برنامج EXCEL

يوضح لنا الشكل السابق أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة من حاملي الشهادات الجامعية فقد بلغت النسبة (34.5%)، حيث أن نسبة (24.1%) من العينة المدروسة تكون من حاملي شهادة ليسانس، أما بالنسبة لفئة الدراسات العليا فقد بلغت نسبتها (31.0%)، وأما المستوى الثاني فيمثل نسبة (6.9%)، ومن خلال هذا يمكننا استنتاج بأن تركيبة موظفي البنوك المدروسة في معظمها تتكون من حاملي الشهادات الجامعية والدراسات العليا، وهذا نظرا لكون طبيعة عمل البنوك تعتمد على أشخاص ذوي خبرة وكفاءة عالية في المجال العلمي والتقنيات الحديثة، وهذا ما دلت عليه الإجابات المستلمة من عينة الدراسة المبحوثة، وكيفيات الإجابة عن الأسئلة المطروحة.

خامسا: توزيع العينة حسب متغير عدد السنوات العمل بالبنك

ينقسم أفراد العينة قيد الدراسة حسب متغير عدد السنوات العمل كالتالي:

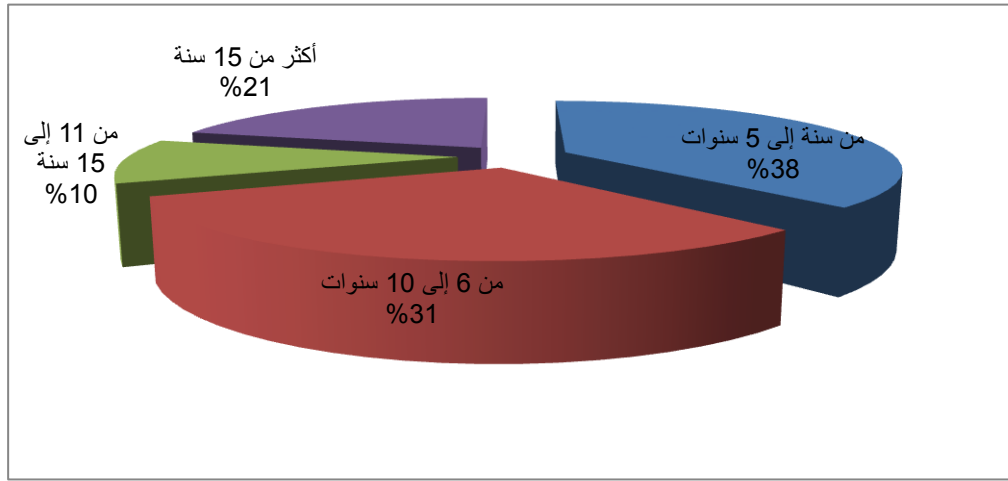
الجدول رقم (2-13): توزيع العينة حسب متغير عدد سنوات العمل بالبنك

عدد سنوات العمل بالبنك	التكرارات	النسبة المئوية
من سنة إلى 5 سنوات	11	37.9
من 5 إلى 10 سنوات	9	31.0
من 11 إلى 15 سنة	3	10.3
أكثر من 15 سنة	6	20.7

المصدر: من إعداد الطالبات بناء على مخرجات برنامج SPSS

يوضح لنا الجدول السابق بأن (11) من إجمالي أفراد العينة المدروسة كانت عدد سنوات عملها بالبنك (من سنة إلى 5 سنوات) أي حديثي التوظيف، و(9) من إجمالي موظفي البنوك محل الدراسة كانت (من 5 إلى 10 سنوات)، و(6) من إجمالي أفراد العينة عدد سنوات عملها كانت أكثر من 15 سنة. انطلاقا من معطيات الجدول أعلاه يمكننا تحسيدها في الشكل التالي:

الشكل رقم (2-6): توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات العمل بالبنك



المصدر: من إعداد الطالبات انطلاقاً من مخرجات برنامج EXCEL

يتبين من الشكل السابق أن فئة مابين (سنة إلى 5 سنوات) هي الفئة التي طغت على باقي الفئات وذلك بنسبة قدرت بـ (37.9%)، ثم تليها فئة مابين (6 سنوات إلى 10 سنوات) وبنسبة (31.0%)، ويعود هذا كون أن العمل بالصيرفة الالكترونية حديث النشأة.

سادساً: توزيع العينة حسب المركز الوظيفي بالبنك

يتوزع أفراد العينة حسب متغير المركز الوظيفي كما يلي:

الجدول رقم (2-14): توزيع العينة حسب متغير المركز الوظيفي

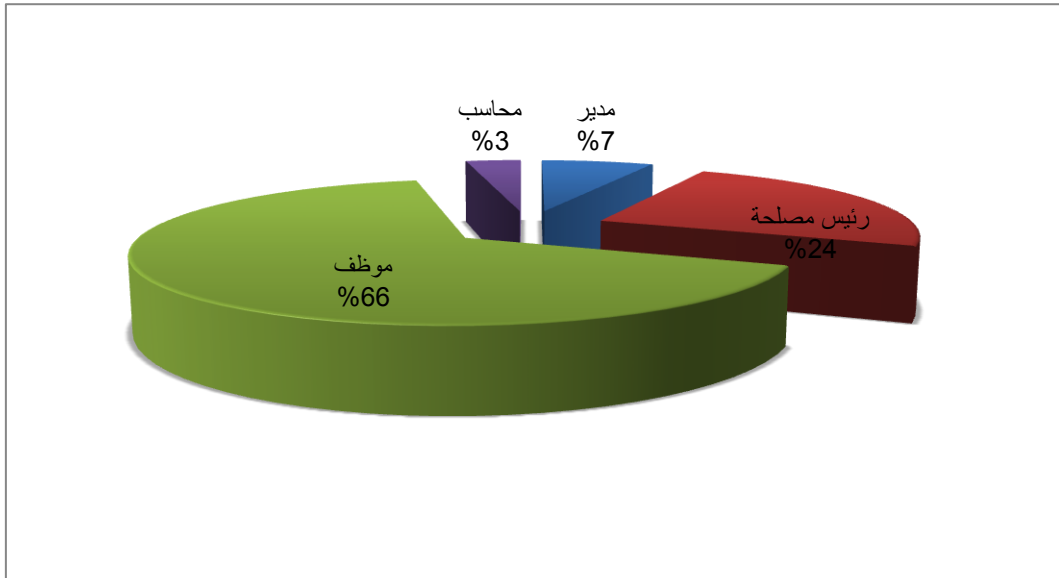
المركز الوظيفي	التكرارات	النسبة المئوية
مدير	2	6.9
رئيس مصلحة	7	24.1
موظف	19	65.6
محاسب	1	3.4

المصدر: من إعداد الطالبات بناءً على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول السابق بأن (19) من إجمالي العينة المبحوثة كانت تقوم بالعمل برتبة موظف، وأن (7) من إجمالي أفراد العينة كانوا من رؤساء المصالح، و(2) من إجمالي أفراد العينة كانت تتقلد منصب مدير.

ومن خلال الجدول أعلاه، يمكننا تجسيد توزيعات أفراد العينة حسب متغير المركز الوظيفي في الشكل التالي:

الشكل رقم (2-7): توزيع أفراد العينة حسب المركز الوظيفي بالبنك



المصدر: من إعداد الطالبات بناءً على مخرجات برنامج EXCEL

يبين الشكل السابق بأن (66%) من إجمالي أفراد العينة يزاولون العمل برتبة موظف، وهذا أمر طبيعي لأن كل مؤسسة يكون فيها عدد الموظفين أكبر من عدد رؤساء المصالح والمحاسبين والمدراء فالمؤسسة تحتاج لمدير واحد فقط في العادة.

الفرع الثالث: تحليل اتجاهات الموظفين نحو المحور الثاني، الثالث والرابع

بما أننا استخدمنا مقياس ليكرت الثلاثي الذي يعبر عن الخيارات (موافق، محايد، غير موافق)، وبالتالي الأرقام التي تدخل في البرنامج تعبر عن أوزان الإجابات، ويتم تحديد طول خلايا مقياس الحدود العليا والدنيا، تم حساب المدى (3-1=2)، ثم تقسيمه على عدد الخلايا: (2/3=0.66)، وإضافة هذه القيمة على أقل قيمة في المقياس وهي 1 وذلك لتحديد الحد الأعلى للخلية، وبالتالي سيتم تفسير النتائج حسب الجدول الموالي:

الجدول رقم (2-15): إجابات الأسئلة ودلالاتها

الرمز	درجة القياس	المتوسط الحسابي المرجح للإجابات	الملاحظة
1	موافق	[1 إلى 1.66]	جيد
2	محايد	[1.67 إلى 2.33]	متوسط
3	غير موافق	[2.34 إلى 3]	رديء

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

أولاً: تكرارات الفقرات الخاصة بالمحور الثاني:

الجدول الموالي يوضح تكرارات فقرات المحور الثاني على الترتيب، بالإضافة إلى المتوسطات الحسابية

لكل عبارة، الانحراف المعياري، درجة القياس والملاحظة:

الجدول رقم (2-16): جدول تكرارات لفقرات المحور الثاني

التكرارات/ النسب المئوية %							
الرقم	العبارات	موافق	محايد	غير موافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة القياس
1	يمكن الصراف الآلي من التعرف على الرصيد بالحساب للزبائن	23	4	2	1.28	0.591	موافق
		79.3	13.8	6.9			
2	بالإمكان سحب الأموال من جهاز الصراف الآلي	29	0	0	1.00	0.000	موافق
		100	0	0			
3	الصراف الآلي تقنية لتحويل الأموال	13	5	11	1.93	0.923	موافق
		44.8	17.2	37.9			

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

جيدة	موافق	0.923	1.72	9	3	17	توفر الصيرفة المنزلية للبنك القيام بجميع خدماته بواسطة الحاسوب	4
				31.0	10.3	58.6		

● الترتيب التنازلي لكل عبارة على أساس المتوسط الحسابي:

جيدة	موافق	0.789	1.86	7	11	11	الصيرفة المنزلية تسمح بالتفاعل ومعرفة آراء الزبائن الصيرفة	5
				24.1	37.9	37.9		
جيدة	موافق	0.872	1.76	8	6	15	تقنية الصيرفة المنزلية تحوز على ثقة الزبائن	6
				27.6	20.7	51.7		
جيدة	موافق	0.670	1.34	3	4	22	يقوم البنك بإمداد العميل بمختلف المعاملات التي أجريت على حسابه من خلال رسالة Sms	7
				10.3	13.8	75.9		
جيدة	موافق	0.736	1.45	4	5		تستوجب الصيرفة عبر الهاتف إدخال الرقم سري	8
				13.8	17.2	69.0		
متوسطة	محايد	0.733	1.41	4	4	21	تمكن الصيرفة عبر الهاتف بالتزود بالمعلومات الخاصة بالحسابات المصرفية	9
				13.8	13.8	72.4		
جيدة	موافق	0.827	1.55	6	4	19	يمكن إجراء المعاملات المالية من خلال موقع البنك الإلكتروني	10
				20.7	13.8	65.5		
جيدة	موافق	0.186	1.03	00	1	28	تمكن تقنية الصيرفة عبر الانترنت من تقليل التكاليف، الوقت، الجهد	11
				00	3.4	96.6		

* الترتيب التنازلي لكل عبارة على أساس المتوسط الحسابي:

موقع الإلكتروني للبنك	8	4	17	2.31	0.891	غير	ردينة
-----------------------	---	---	----	------	-------	-----	-------

12	يتيح مقابلة موظفيه من خلال شاشات الكمبيوتر	27.2	13.8	58.6			موافق
13	موقع البنك موقع معلوماتي (يقدم معلومات كافية)	20	8	1	1.34	0.553	غير موافق
		69.0	27.6	3.4			ردينة
14	موقع البنك موقع تبادلي (يسمح للزبون بالدخول إلى حسابه عن بعد)	22	1	6	1.45	0.827	موافق
		75.9	3.4	20.7			جيدة
15	موقع البنك موقع اتصالي (يسمح للزبون بتقديم اقتراحات)	13	4	12	1.97	0.944	موافق
		44.8	13.8	41.4			جيدة

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يوضح الجدول السابق إجابات موظفي البنوك الخمسة المذكورة سابقا محل الدراسة بوكالة الوادي، حيث اشتمل على (42) عبارة تم تحليلها بواسطة المؤشرات الإحصائية وذلك بترتيبها ترتيبا تنازليا - حسب المتوسط الحسابي - لذا بلغت درجة الموافقة للمتوسط الحسابي والانحراف المعياري (1.00) و (2.31) و (0.00) و (0.944) على الترتيب ويمكن توضيح ذلك في ما يلي:

تصدرت العبارة رقم (12): "موقع البنك الالكتروني يتيح مقابلة موظفيه من خلال شاشات الكمبيوتر" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 2.31 وبذلك فهو محصور في المجال [2.34 - 3]، وانحراف معياري (0.89)، أي معظم الموظفين نفوا إجاباتهم بعدم الموافقة على موقع بنكهم يتيح مقابلة موظفيه عن طريق شاشات الكمبيوتر.

كما أخذت العبارة رقم (15): "موقع البنك موقع اتصالي"، المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره (1.97) وانحصاره في نفس المجال المذكور سابقا وانحراف معياري (0.994)، وهذا يدل إلى توجه الموظفين نحو الموافقة وتأكيدهم بأن موقع البنك موقع اتصالي.

جاءت العبارة الثالثة: "الصراف الآلي تقنية لتحويل الأموال"، بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره (1.93) وانحصاره في المجال [1-1.66]، وانحراف معياري (0.923) فقد أكد الموظفون العاملين بالبنوك محل الدراسة موافقتهم على أن الصراف الآلي تقنية لتحويل الأموال.

العبارة الخامسة القائلة: "الصيرفة المنزلية تسمح بالتفاعل على معرفة آراء الزبائن" بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي قدر بـ (1.86) ويتواجد بالمجال [1-1.66]، وانحراف معياري (0.872)، فقد أكد الموظفون موافقتهم على أن حيازة الصيرفة المنزلية تسمح بالتفاعل على معرفة آراء الزبائن.

كما جاءت العبارة الرابعة: "توفر الصيرفة المنزلية للبنك القيام بجميع خدماته بواسطة الحاسوب" بالمرتبة الخامسة بمتوسط حسابي قدره (1.76) وبدوره ينحصر بالمجال [1-1.66]، وانحراف معياري (0.872)، فقد أكد الموظفون إجاباتهم بالموافقة على أن الصيرفة المنزلية توفر جميع الخدمات بواسطة الحاسوب.

رتبت العبارة العاشرة: "يمكن إجراء المعاملات المالية من خلال موقع البنك الإلكتروني" بالمرتبة السادسة بمتوسط حسابي قدره (1.55) وتواجهه بنفس المجال المذكور سابقا، وانحراف معياري (0.827) وذلك بتأكيد الموظفين بموافقتهم على المعاملات المالية يمكن إجراؤها من خلال موقع البنك الإلكتروني.

في حين جاءت العبارة الثامنة: "تستوجب الصيرفة عبر الهاتف إدخال الرقم سري" في المرتبة السابعة بالموافقة من قبل موظفي البنك على إدخال الرقم السري ضروري في الصيرفة المنزلية بمتوسط حسابي قدره (1.45) محصور في المجال [1-1.66]، وانحراف معياري (0.736).

العبارة التاسعة: "تمكن الصيرفة عبر الهاتف بالتزود بالمعلومات الخاصة بالحسابات المصرفية"، في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي قدره (1.41) وانحصاره في المجال [1.67-2.33]، وانحراف معياري (0.733)، فقد كان رأي الموظفين محايدا وبأن الصيرفة عبر الهاتف لم تصل لحد تزويد الزبائن بالمعلومات الخاصة عن حساباتهم.

العبارتين السابعة والثالثة عشر بالمرتبة العاشرة بنفس المتوسط الحسابي على الترتيب قدر بـ (1.34) أي أنه محصور في المجال [1-1.66]، وانحراف معياري على التوالي (0.670)، (0.553)، بحيث جاءت العبارة السابعة: "يقوم البنك بإمداد العميل بمختلف المعاملات التي أجريت على حسابه من خلال رسالة Sms"، بالموافقة عليها من قبل موظفي البنوك، والعبارة الثالثة عشر بأن: "موقع البنك موقع معلوماتي" بعدم الموافقة عليها.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

العبارة الأولى جاءت في المرتبة الثامنة: "يمكن الصراف الآلي من التعرف على الرصيد بالحساب للزبائن" بالموافقة من قبل الموظفين بمتوسط حسابي قدره (1.28) وانحصاره في المجال المذكور سابقا الخاص بدرجة الموافقة، وانحراف معياري (0.591).

في الأخير العبارة الثانية احتلت المرتبة العاشرة والقائلة: "بالإمكان سحب الأموال من جهاز الصراف الآلي" بمتوسط حسابي قدره (1.00) وانحصاره في المجال [1 - 1.66]، وانحراف معياري (0.000) بالموافقة عليها وتأكيدهم على سحب الأموال يكون عن طريق الصراف الآلي.

ثانيا: تكرارات الفقرات الخاصة بالمحور الثالث:

الجدول التالي يوضح التكرارات الخاصة بكل عبارة من عبارات المحور الثالث مع المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية، درجة القياس والملاحظة:

الجدول رقم (2-17): جدول التكرارات لفقرات المحور الثالث

الرقم	العبارات	التكرارات/ النسبة المؤوية %			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة القياس	الرتبة
		موافق	محايد	غير موافق				
1	تمتلك إدارة مصرفكم سجلات دقيقة يمكن الرجوع إليها بسرعة	25	2	2	1.21	0.559	موافق	جيدة
		.286	6.9	6.9				
2	مواعيد العمل في المصرف تتلاءم مع حاجات الزبائن	21	7	1	1.31	0.541	موافق	جيدة
		72.4	24.1	3.4				
3	إدارتكم تمتلك القدرة في تقديم الخدمات ومعالجتها في الوقت الذي يطلبه العميل	18	9	2	1.45	0.632	موافق	جيدة
		62.1	31.0	6.9				
4	رغم انشغالكم بتقديم الخدمات إلا أن هناك استجابة فورية في تلبية طلبات الزبائن	21	6	2	1.34	0.614	موافق	جيدة
		72.4	20.7	6.9				
5	خدماتكم تقدم في أوقاتها المحددة	23	5	1	1.24	0.511	موافق	جيدة
		79.3	17.2	3.4				

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

6	لديكم رغبة شديدة في مساعدة الزبائن وتسهيل الحصول على الخدمة المصرفية	28	1	0	1.03	0.180	موافق	جيدة
		96.6	3.4	0				
7	تعاطف إدارة المصرف مع الزبائن عند تقديمهم للشكاوي	19	8	2	1.41	0.628	موافق	جيدة
		65.5	27.6	6.9				
8	تعمل إدارة المصرف على تكوين علاقة طيبة مع الزبائن	27	2	0	1.07	0.258	موافق	جيدة
		93.1	6.9	0				
9	تفهمون حاجات ورغبات الزبائن بدقة وموضوعية	25	4	0	1.14	0.351	موافق	جيدة
		86.2	13.8	0				
10	توفر لديكم المصداقية في أداء العمل	27	2	0	1.07	0.258	موافق	جيدة
		93.1	6.9	0				
11	صرفكم في معاملاته مع الزبائن يتمتع بالثقة والعدالة والوضوح في تقديم الخدمات	26	3	0	1.10	0.310	موافق	جيدة
		89.7	10.3	0				
12	تسعى إدارة مصرفكم لجعل الزبائن يشعرون بالأمان عند تعاملهم مع المصرف	27	2	0	1.07	0.258	موافق	جيدة
		93.1	6.9	0				
13	يبدل البنك جهودا ملموسة لتعليم العميل بالخدمة	19	10	0	1.34	0.484	موافق	جيدة
		65.5	34.5	0				
14	تسعى إدارة المصرف على توفير الراحة للزبائن	26	3	0	1.10	0.310	موافق	جيدة
		89.7	10.3	0				
15	لإدارة المصرف معدات وأجهزة حديثة (الصراف الآلي، المقاصة الإلكترونية... إلخ) في إنجاز خدماتها المصرفية	24	4	1	1.21	0.491	موافق	جيدة
		82.8	13.8	3.4				

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات SPSS

يوضح الجدول السابق إجابات موظفي البنوك محل الدراسة – وكالة الوادي – للمحور الثالث المعنون

بآراء الموظفين حول توفر أبعاد الجودة المصرفية، حيث احتوى الجدول على (15) عبارة تم تحليلها بواسطة

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقد تم ترتيبها ترتيبا تنازليا، حيث نلاحظ كل عبارات تقابل مستوى

موافق وترتيبه ويمكن توضيح ذلك فما يلي:

العبارة رقم (3): "إدارتكم تمتلك القدرة في تقديم الخدمات ومعالجتها في الوقت الذي يطلبها العميل" تأتي في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (1.45)، وانحصاره في المجال [1 - 1.66]، وانحراف معياري قدره (0.559)، فقد أكد معظم موظفين بنوك الموافقة على هذه العبارة، بمعنى أنا بنوك تلتزم بوقت تقديم خدماته في الوقت الذي يطلبه منها الزبائن.

كما رتبت العبارة (7) القائلة: "تتعاطف إدارة المصرف مع الزبائن عند تقديمهم للشكاوي"، بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره (1.41) حيث أنه يتواجد في المجال [1 - 1.66] وانحراف معياري قدره (0.628)، وتمت الإجابة عليها من معظم موظفي البنوك بموافق، أي أن البنوك تبذل الكثير من جهود لتتفهم حاجات زبائنهم.

كما رتبت العبارة رقم (4) والعبارة رقم (13) على التوالي: "رغم انشغالك بتقديم الخدمات إلا أن هناك استجابة فورية في تلبية طلبات الزبائن"، و "يبدل البنك جهودا ملموسة لتعليم العميل بالخدمة" بمتوسط حسابي قدره 1.34، أما الانحراف المعياري بالنسبة للعبارة (4) فقدر بـ (0.614) وبالنسبة للعبارة رقم (13) فقد بلغ قدره (0.484)، حيث كانت إجابات على هذه العبارتين بموافق ذلك بسبب تواجد المتوسط الحسابي بالمجال [1 - 1.66]، حيث تحتل المرتبة الأولى في سلم لكرات ثلاثي، فالبنوك رغم الضغوطات التي تواجهها في تقديم الخدمات إلا أنها تستجيب بسرعة في تلبية طلبات الزبائن و تقديم تسهيلات لهم.

العبارة رقم (2) تحتل المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي قدره (1.31) وانحصاره في نفس المجال المذكور سابقا وانحراف معياري (0.614)، كما تمت الإجابة على هذه العبارة القائلة: "مواعيد العمل في المصرف تتلاءم مع حاجات الزبائن" من قبل موظفين البنوك بموافق، أي أن هذه البنوك تحترم وتلبي حاجات الزبائن رغم انشغالهم بالخدمات.

كما رتبت العبارة رقم (5) بالمرتبة الخامسة بمتوسط حسابي قدره (1.24) في المجال [1 - 1.66]، وانحراف معياري قدره (0.511)، حيث تم الإجابة على هذه العبارة القائلة: "خدماتكم تقدم في أوقاتها المحددة" من قبل موظفي البنوك بموافق، بمعنى أنا بنوك تدرك أهمية الوقت في تقديم خدماتها.

أما العبارة رقم (1) و(15) على التوالي: "تمتلك إدارة مصرفكم سجلات دقيقة يمكن الرجوع إليها بسرعة"، "لإدارة المصرف معدات وأجهزة حديثة (الصراف الآلي، المقاصة الإلكترونية... الخ) في إنجاز خدماتها المصرفية"، احتلت المرتبة السادسة، حيث كان لهما نفس المتوسط الحسابي (1.21) المحصور في المجال [1 - 1.66]، أما

انحراف المعياري بالنسبة للعبارة رقم (1) قدر بـ (0.559) والعبارة رقم (15) قدر بـ (0.491)، فكانت الإجابة على هذين العبارتين من قبل موظفي البنوك بموافق، بمعنى أن البنوك تحتفظ بسجلات دقيقة بإمكانها الرجوع إليها في حالة إذا وقع خطأ أو ضياع نسخة مهمة للزبون، و امتلاك البنوك إلى أجهزة حديثة مواكبة للتطور التكنولوجي تمكنهم من عدم تضييع الوقت والجهد.

أما العبارة رقم (9) احتلت المرتبة السابعة بمتوسط حسابي قدره (1.14)، وبالتالي احصاه في المجال [1-1.66]، و انحراف معياري قدره (0.351)، ولقد تم الإجابة بكثرة عن هذه العبارة القائلة: " تفهمون حاجات ورغبات الزبائن بدقة وموضوعية" من قبل الموظفين بموافق، أي أن الموظفين في هذه البنوك لهم القدرة في فهم وتلبية حاجيات الزبائن بدقة.

كما رتبت العبارتين رقم (11) و(14) بالمرتبة الثامنة بمتوسط حسابي قدره والمحصور في نفس المجال المذكور سابقا (1.10) وانحراف معياري للعبارتين قدر بـ (0.310)، وتم الإجابة على هذين العبارتين من قبل معظم الموظفين بموافق، بمعنى أن البنك يتمتع بالثقة ووضوح في تقديم خدماته للزبائن وتوفير لهم وسائل الراحة.

ورُتبت العبارتين رقم (10) و(12) بالمرتبة التاسعة بمتوسط حسابي بلغ قدره (1.07) وانحصاره في المجال [1-1.66] وانحراف معياري قدره (0.258)، وتمت الإجابة بكثرة على هاتين عبارتين من قبل موظفي البنوك بموافق، أي أن البنوك لها مصداقية وأمان في تعاملاتهم مع الزبائن.

وجاءت العبارة رقم (6) بالمرتبة العاشرة بمتوسط حسابي بلغ قدره (1.03) وانحصاره في المجال [1- 1.66] وانحراف معياري قدره (0.180) وتم الإجابة عن هذه العبارة بكثرة من قبل الموظفين بموافق، أي أن الموظفين في هذه البنوك لهم القدرة والرغبة الشديدة في تقديم مساعدات وتسهيلات في تقديم الخدمات للزبائن.

ثالثا: تكرارات الفقرات الخاصة بالمحور الرابع:

الانحرافات المعيارية، درجة القياس والملاحظة:

الجدول رقم (2- 18): جدول التكرارات لفقرات المحور الرابع

التكرارات/ النسبة المئوية %							الرقم	العبارات
المرتبة	المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق	محايد	موافق		
جيدة	موافق	0.632	1.45	2	9	18	1	المعلومات المتواجدة في موقعكم الالكتروني عن الخدمات واضحة وصادقة
				6.9	31.0	62.1		
جيدة	موافق	0.751	1.72	5	11	13	2	يزود البنك عملائه برسائل دائمة عن الخدمات المتوفرة
				17.2	37.9	44.8		
متوسطة	محايد	0.772	1.90	7	12	10	3	يوفر البنك لعملائه خدمة البنوك الهاتفية
				24.1	41.4	34.5		
جيدة	موافق	0.736	1.45	4	5	20	4	يوفر البنك لعملائه خدمة بنوك الانترنت
				13.8	72.1	69.0		
جيدة	موافق	0.806	1.69	6	8	15	5	يوفر البنك لعملائه خدمة الصيرفة المنزلية
				20.7	27.6	51.7		
جيدة	موافق	0.789	1.86	7	11	11	6	يعطي البنك ردود سريعة على طلبات العملاء عن طريق البريد الالكتروني
				24.1	37.9	37.9		
جيدة	موافق	0.660	1.31	3	3	23	7	يتمتع المصرف باستخدام قنوات جديدة ومتطورة (الصراف الآلي، الانترنت المصرفي، المقاصة الالكترونية) في تقديم الخدمة المصرفية
				10.3	10.3	79.3		
1	موافق	0.559	1.21	2	2	25	8	يدرك مصرفكم أن التعامل

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

				6.9	6.9	86.2	بالوسائط الالكترونية (قنوات الصيرفة الالكترونية) وسيلة جيدة ومهمة لجذب العملاء	
1	موافق	0.738	1.52	4	7	18	تمتاز قنوات الصيرفة الالكترونية بالسهولة والانتظام في تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية	9
				13.8	24.1	62.1		
1	موافق	0.409	1.10	1	1	27	تساهم الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمات والثقليل من المخاطر مثل: ضياع الوثائق	10
				3.4	3.4	93.1		
1	موافق	0.384	1.17	00	5	24	أدى التعامل الصيرفة الالكترونية إلى الدقة بالمعلومات الخاصة بأي خدمة مثل: العمولة، مبلغ العملية	11
				00	17.2	82.8		
1	موافق	0.649	1.28	3	2	24	الصراف الآلي الموجود يقلل من الجهود المبذولة في تقديم الخدمة	12
				10.3	6.9	82.8		

المصدر: من إعداد الطالبات بناء على مخرجات برنامج SPSS

يوضح الجدول أعلاه إجابات موظفي (5) وكالات بكية متواجدة على مستوى ولاية الوادي لمحور مساهمة

الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية، فقد شمل هذا المحور (12) عبارة تم تحليلها بواسطة

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وقد تم ترتيب كل فقرة تنازليا حسب المتوسطات الحسابات وقد بلغت

درجة الموافقة على عبارات المحور الثالث من خلال المتوسطات الحسابية ما بين (1.86) إلى (1.52) وانحرافات

معيارية تتراوح ما بين (0.789) إلى (0.738) وهو ما يدل على ثبات إجابات المبحوثين وتأكيدهما، ودرجة

موثوقيتها، وسنقوم بتوضيح النتائج كالتالي:

تصدرت العبارة السادسة: " يعطي البنك ردودا سريعة على طلبات العملاء عن طريق البريد الالكتروني " في

المرتبة الأولى وذلك بمتوسط حسابي قدر بـ (1.86) وانحراف معياري قدره (0.789) ، وقد أكد موظفو مختلف

الوكالات البنكية المدروسة على أن البنك يقوم بإعطاء ردود سريعة وفي الوقت المناسب على طلبات العملاء وكل ما يحتاجونه بواسطة الطرق الالكترونية الحديثة وعن طريق البريد الالكتروني.

جاءت العبارة الثانية: "يزود البنك عملائه برسائل دائمة عن الخدمات المتوفرة"، في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي يقدر بـ (1.72) وانحصاره في المجال [1 - 1.66]، وانحراف معياري قدره (0.751)، حيث أكد الموظفون بالموافقة بأن البنك يزود عملائه برسائل دائمة عن الخدمات المتوفرة.

احتلت العبارة الخامسة: "يوفر البنك لعملائه خدمة الصيرفة المنزلية"، المرتبة الثالثة وهذا بمتوسط حسابي بلغ (1.69) وانحصاره في المجال [1 - 1.66]، وانحراف معياري (0.806) وقد أبدى الموظفون موافقتهم على أن البنك يوفر لعملائه خدمة الصيرفة المنزلية.

جاءت العبارة التاسعة: "تمتاز قنوات الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمات والتقليل من المخاطر مثل: ضياع الوثائق"، في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي قدره (1.52) وانحصاره في المجال [1 - 1.66]، وانحراف معياري قدره (0.738)، وقد تم تأكيد هذه العبارة من طرف الموظفين بالموافقة وهو ما يدل على أن قنوات الصيرفة الالكترونية تساهم في تحسين الخدمات والتقليل من المخاطر مثل: ضياع الوثائق.

جاءت العبارة الأولى: "المعلومات المتواجدة في موقعكم الالكتروني عن الخدمات واضحة وصادقة" في المرتبة الخامسة وهذا بمتوسط بلغ قدره (1.45) وانحصاره في المجال [1 - 1.66]، وبانحراف معياري قدره (0.632)، وهو ما يعني أن الموظفين قاموا بتأكيدهم للعبارة بأن المعلومات المتواجدة على مستوى موقعهم واضحة وصادقة

جاءت العبارة الرابعة: "يوفر البنك لعملائه خدمة بنوك الانترنت"، في المرتبة الخامسة أيضا بمتوسط حسابي (1.45) وانحصاره في المجال [1 - 1.66]، وانحراف معياري بلغ (0.736)، وقد أكد الموظفون بالموافقة بأن البنك يوفر لعملائه خدمة بنوك الانترنت وهذا بغية تسهيل المعاملات وتلبية احتياجات العملاء من جهة وتحقيق أهداف البنك وجذب أكبر عدد من العملاء من جهة أخرى.

أما من ناحية درجة المحايدة فقد تصدرت العبارة الثالثة: "يوفر البنك لعملائه خدمة البنوك الهاتفية"، وهذا بمتوسط حسابي قدر بـ (1.90) وانحصاره في المجال [1.67 - 2.33]، وبانحراف معياري قدر بـ (0.772)، وقد كان أغلب الموظفين في البنوك محايدين على أن البنك يوفر لعملائه خدمة البنوك الهاتفية.

المطلب الثاني: اختبار الفرضيات

في هذا المطلب سنقوم باختبار فرضيات الدراسة النظرية والتطبيقية، والتي تهدف إلى معرفة دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة من قبل البنوك العاملة في ولاية الوادي وجهة نظر موظفيها، وهذا بمعرفة علاقة قنوات الصيرفة الإلكترونية وأنماطها على أبعاد جودة الخدمة المصرفية.

الفرع الأول: الفرضية الرئيسية الأولى H01

والتي تنص على أنه: " هناك تأثير للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك "

وقد تم تقديم هذه الفرضية من أجل الإجابة على السؤال التالي: " هل تؤثر الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمة المصرفية المقدمة من طرف البنوك؟

ومن تم تفريعها إلى العديد من الفرضيات الفرعية، وهي كالتالي:

- 1- H1: " هناك تأثير للصيرف الآلي على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك "
- 2- H1: " هناك تأثير للصيرفة المنزلية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك "
- 3- H1: " هناك تأثير للصيرفة عبر الهاتف على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك "
- 4- H1: " هناك تأثير للصيرفة عبر الانترنت على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك "
- 5- H1: " هناك تأثير لأنماط الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك "

أولاً: اختبار الفرضية الرئيسية الأولى:

من أجل اختبار الفرضية الرئيسية الأولى، نقوم بإدراج الجدول التالي والذي يوضح تأثير الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك محل دراستنا:

1- اختبار الفرضية بواسطة معامل الارتباط:

قبل اختبار الفرضية وبالاعتماد على برنامج الـ SPSS نقوم بعرض الجدول الموالي:

الجدول رقم (2- 19): تأثير الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف

البنوك

أبعاد جودة الخدمة المصرفية	الصيرفة الإلكترونية		
	1	معامل الارتباط	.376*
		مستوى المعنوية	.044
	29	N عدد المشاهدات	29
أبعاد جودة الخدمة المصرفية	.376*	معامل الارتباط	1
	.044	مستوى المعنوية	
	29	N عدد المشاهدات	29

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

- تقبل الفرضية عند مستوى معامل الارتباط أقل من (0.05) *
- وترفض في حالة معامل الارتباط أكبر من (0.05)

من خلال نتائج الجدول السابق، يتضح لنا أن قيمة معامل الارتباط تساوي (0.4*) تقريبا بمستوى

معنوية (0.044) وهذا أقل من مستوى المعنوية (5%)، وهو ما يعبر على وجود علاقة طردية متوسطة بين

الصيرفة الإلكترونية وأبعاد جودة الخدمة المصرفية، أي كلما توفرت قنوات وأنماط الصيرفة الإلكترونية بشكل أكبر

كلما أدت إلى زيادة جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف هذه البنوك، ونتيجة لتأثير الصيرفة الإلكترونية

على جودة الخدمات المقدمة، نلاحظ أن مستوى المعنوية يساوي (0.04) وهو أقل من مستوى المعنوية المبرمج

في علم الإحصاء (5%).

2- اختبار الفرضية باستخدام معامل التحديد:

من أجل اختبار الفرضية بواسطة معامل التحديد، وانطلاقا من مخرجات برنامج SPSS، نقوم بإدراج

الجدول التالي:

الجدول رقم (2- 20): يوضح قيمة معامل التحديد للفرضية H01

معامل التحديد	معامل الارتباط	Modèle
0.142	0.376 ^a	1

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه وبالموازاة في معامل التحديد الذي هو عبارة عن تربيع معامل الارتباط R-Deux

$$R\text{-Deux} = (R)^2 = (0.37)^2 = 0.14$$

ويمكن تفسير معامل التحديد $R\text{-Deux} = 14\%$ على أن (14%) من التغير في الصيرفة الإلكترونية

تؤدي إلى التغير في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف هذه البنوك، أما النسب الباقية (100 - 14 = 86%)

فإنها تغزى للتغيرات في متغيرات أخرى تم إدراجها في نموذج الدراسة.

3- اختبار الفرضية باستخدام معاملات العلاقة الخطية:

لاختبار صحة الفرضية نقوم باستخدام أسلوب العلاقة الخطية لكل من المتغير المستقل الذي يمثل في

دراستنا الصيرفة الإلكترونية، والمتغير التابع جودة الخدمة المصرفية، وبناء على مخرجات برنامج الـ SPSS، نقوم

برسم الجدول التالي:

الجدول رقم (2- 21): نتائج اختبار معاملات العلاقة الخطية للفرضية الرئيسية H01

Modèle	Coefficients non standardizes		Coefficients standardisés	T	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
(Constante)	.735	.397		1.853	.075
أبعاد الجودة	.685	.324	.376	2.110	.044

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على برنامج SPSS

ومن خلال مخرجات برنامج الانحدار، نقترح نموذج خط الانحدار للفرضية وفق المعادلة التالية:

أبعاد جودة الخدمة المصرفية = $0.735 + 0.685$ (الصيرفة الإلكترونية)

حيث قدرت درجة تأثير الصيرفة الإلكترونية على أبعاد جودة الخدمة المصرفية المقدمة بـ (0.376) بمعنى أن التغير في الصيرفة الإلكترونية بوحدة واحدة سوف يؤدي إلى التغير في أبعاد جودة الخدمة المصرفية المقدمة بـ (0.685) وفي نفس الاتجاه.

حيث بلغت قيمة الاختبار ($t = 2.110$)، وهذا حسب الجدول حيث أن قيمة أبعاد جودة الخدمة المصرفية بلغت 0.735 بمستوى دلالة (0.04) وهي أقل من 5% أي هناك إحصائية لمعامل متغير الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمة المقدمة من طرف البنوك، وبالتالي نقول أن:

H01: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للفرضية الرئيسية بين "الصيرفة الإلكترونية وأبعاد جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك" وهي فرضية مقبولة وصحيحة.

حيث أكد موظفي البنوك على موافقتهم التامة بأن تبني الصيرفة الإلكترونية له تأثير كبير على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرفهم

ثانياً: اختبار الفرضية الفرعية الأولى H1-1:

إذ تنص الفرضية الفرعية الأولى على أنه: "هناك تأثير للصراف الآلي على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك"

1- اختبار الفرضية باستخدام معامل الارتباط:

من أجل اختبار الفرضية الفرعية سابقة الذكر، وبالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS تم تشكيل الجدول التالي:

الجدول رقم (2-22): تأثير الصراف الآلي على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك

أبعاد جودة الخدمة المصرفية	الصراف الآلي		
0.161	1	معامل الارتباط	الصراف الآلي
0.403		مستوى المعنوية	
29	29	N عدد المشاهدات	

أبعاد جودة الخدمة المصرفية	معامل الارتباط	0.161	1
	مستوى المعنوية	0.403	
	N عدد المشاهدات	29	29

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال النتائج الجدول أعلاه يتضح أن قيمة معامل الارتباط تساوي (0.161) تقريبا بمستوى معنوية (0.403)، وهو أكبر من معامل الارتباط عند مستوى معنوية المبرمج (5%)، وبالتالي لا توجد علاقة بين الصراف الآلي وأبعاد جودة الخدمة المصرفية، مما يعني بأن الصراف الآلي لا يتأثر بأبعاد جودة الخدمة المصرفية، وبما أن مستوى المعنوية يساوي (0.403) أكبر من مستوى المعنوية المبرمج إحصائيا 5%.

2- اختبار الفرضية باستخدام معامل التحديد:

من أجل اختبار الفرضية الفرعية الأولى بواسطة معامل التحديد، ندرج الجدول الموالي:

الجدول رقم (2-23): يوضح قيمة معامل التحديد للفرضية H1-1

معامل التحديد	معامل الارتباط	Modèle
0.026	0.161 ^a	1

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج SPSS

بالاعتماد على الجدول السابق نجد أن معامل الانحدار يساوي:

$$R - \text{Deux} = (0.16)^2 = 0.02$$

ومن خلال ما سبق نجد أن قيمة معامل التحديد قدرت بـ 2%، وهي نسبة ضئيلة جدا وبما أن مستوى المعنوية قدر بـ (0.403) وهو أكبر من مستوى المعنوية المبرمج إحصائيا (5%)، وعليه فإنه لا يوجد تأثير للصراف الآلي على جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك.

3- اختبار الفرضية الفرعية بواسطة معاملات العلاقة الخطية:

بغرض اختبار الفرضية الفرعية الأولى H1-1، نقوم برسم الجدول الموالي:

الجدول رقم (2- 24): نتائج اختبار معاملات العلاقة الخطية للفرضية الفرعية الأولى H1-1

Modèle	Coefficients non standardizes		Coefficients standardizes	T	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
(Constante)	.992	.489		2.027	.053
أبعاد الجودة	.340	.400	.161	.850	.403

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على برنامج SPSS

يظهر الجدول السابق قيمة معلمة الميل 0.340 وهي غير معنوية إحصائياً لأن قيمة $t = 0.850$ ،

وهي أكبر من 0.05، ويمكن تفسير قيمة الميل بأن استخدام الصراف الآلي بالوكالات البنكية بولاية الوادي لا يؤثر على أبعاد جودة الخدمة المصرفية المقدمة من طرف موظفي البنوك محل الدراسة، وهذا لكون التأثير يعتمد أساساً على إدخال مختلف التكنولوجيات الحديثة في البنوك وتطوير مهارات الموظفين من أجل تقديم الخدمات المصرفية بأحسن مستوى وبطرق تقنية وبأقل التكاليف، ويعود أيضاً لعدم اتساع مجال استخدام تقنية الصراف الآلي من قبل العملاء وقلة مستوى الوعي المصرفي.

ومما سبق من خلال اختبار الفرضية الفرعية الأولى، يمكننا القول بأن الفرضية:

H1-1: "هناك تأثير للصراف الآلي على جودة الخدمة المصرفية المقدمة من طرف البنوك"، فرضية غير مقبولة وخاطئة.

ثالثاً: اختبار الفرضية الفرعية الثانية H1-2:

تنص الفرضية على أنه: "هناك تأثير للصرافة المنزلية على جودة الخدمات المقدمة من طرف البنوك"

ومن أجل معرفة ما إذا كانت الفرضية الفرعية الثانية صحيحة وذات دلالة إحصائية نقوم بالاختبارات التالية:

1- اختبار معامل الارتباط:

بالاعتماد على برنامج ال SPSS، فقد قمنا بتشكيل الجدول التالي:

الجدول رقم (2- 25): تأثير الصيرفة المنزلية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك

		الصيرفة المنزلية	أبعاد الجودة
الصيرفة المنزلية	معامل الارتباط	1	0.106
	مستوى المعنوية		0.585
	N عدد المشاهدات	29	29
أبعاد جودة الخدمة المصرفية	معامل الارتباط	0.106	1
	مستوى المعنوية	0.585	
	N عدد المشاهدات	29	29

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أن معامل الارتباط يساوي (0.106) بمستوى معنوية (0.585) وهو أكبر من معامل ارتباط بمستوى معنوية مبرمج إحصائيا (5%)، وبالتالي لا توجد علاقة ارتباط بين الصيرفة المنزلية وأبعاد جودة الخدمة المصرفية، وبما أن مستوى المعنوية (0.585) أكبر من (5%)، وهو ما يبين أن الفرضية ليست ذات دلالة إحصائية.

2- اختبار الفرضية الفرعية الثانية باستخدام معامل التحديد:

لاختبار الفرضية الفرعية الثانية 2-H1، ندرج الجدول التالي بالاعتماد على مخرجات برنامج

SPSS:

الجدول رقم (2- 26): يوضح قيمة معامل التحديد للفرضية 2-H1

Modèle	معامل الارتباط	معامل التحديد
1	0.106 ^a	.011

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

بناءً على الجدول السابق، نجد بأن معامل التحديد قدر بـ:

$$R-Deux = (0.106)^2 = 0.11$$

ومنه فإن قيمة معامل التحديد كانت 11%، ومستوى معنوية (0.585) وهو أكبر من معامل الارتباط بمستوى معنوية مبرمج إحصائياً (5%)، ولذلك فإن أي تغير في الصيرفة المنزلية لا يغير ولو بوحدة واحدة في أبعاد جودة الخدمة المصرفية، وهو ما يدل على أن الفرضية المدروسة ليست ذات دلالة إحصائية.

3- اختبار الفرضية الفرعية الثانية باستخدام معاملات العلاقة الخطية :

بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS، نقوم برسم الجدول التالي:

الجدول رقم (2- 27): نتائج اختبار معاملات العلاقة الخطية للفرضية الفرعية الثانية 2-H1

Modèle	Coefficients non standardizes		Coefficients standardisés	T	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
(Constante)	1.381	.733		1.885	.070
أبعاد الجودة	.332	.600	.106	.553	.585

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يوضح الجدول السابق بأن قيمة معلمة الميل (0.332) وهي غير معنوية إحصائياً حيث أن قيمة (t = 0.553)، لأنها أكبر من مستوى المعنوية (0.05)، ونقوم بتفسير قيمة الميل بأن استخدام الصيرفة المنزلية لا يؤثر على زيادة أبعاد جودة الخدمة المصرفية، ويعود هذا لقلّة استخدام التقنيات الحديثة على مستوى الوكالات البنكية المدروسة وتلبية احتياجات عملائهم.

وانطلاقاً مما سبق يمكننا القول بأن الصيرفة المنزلية ليس لها أثر إيجابي على أبعاد جودة الخدمات المصرفية، وأن الفرضية ليست ذات دلالة إحصائية، وبالتالي:

2- H1: الفرضية القائلة أن: "الصيرفة المنزلية تؤثر على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف هذه البنوك" تعتبر فرضية خاطئة.

ثالثا: اختبار الفرضية الفرعية الثالثة H1-3:

وتتضمن الفرضية الفرعية الثالثة: "هناك تأثير للصيرفة عبر الهاتف على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف هذه البنوك"

1- اختبار الفرضية باستعمال معامل الارتباط:

بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS، نقوم بعرض الجدول التالي:

الجدول رقم (2- 28): تأثير الصيرفة عبر الهاتف على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف

البنوك

		أبعاد جودة	الصيرفة عبر الهاتف
أبعاد جودة الخدمة المصرفية	معامل الارتباط	0.613**	1
	مستوى المعنوية		.000
	N عدد المشاهدات	29	29
الصيرفة عبر الهاتف	معامل الارتباط	0.613**	1
	مستوى المعنوية	0.000	
	N عدد المشاهدات	29	29

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات SPSS

معامل الارتباط عند مستوى معنوية

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل ارتباط يساوي (0.613**) بمستوى معنوية (0.000)،

وهو أقل من معامل الارتباط بمستوى معنوية مبرمج إحصائيا (5%)، وهو ما يبرز أن الفرضية ذات دلالة إحصائية.

2- اختبار الفرضية الثالثة باستخدام معامل التحديد:

من أجل اختبار الفرضية سابقة الذكر، نقوم بتشكيل الجدول الموالي:

الجدول رقم (2- 29): يوضح قيمة معامل التحديد للفرضية H1-3

معامل التحديد	معامل الارتباط	Modèle
0.376	0.613 ^a	1

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول أعلاه، نلاحظ أن قيمة معامل التحديد بلغت (0.37) أي (37%)، وهي نسبة جيدة وبما أن مستوى المعنوية قدر بـ (0.000) وهو أقل من مستوى المعنوية المبرمج إحصائياً، وبالتالي فإن الفرضية H1-3 ذات دلالة إحصائية.

3- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة باستخدام معاملات العلاقة الخطية :

من خلال مخرجات برنامج SPSS، نستنتج الجدول الموالي:

الجدول رقم (2 - 30): نتائج اختبار معاملات العلاقة الخطية للفرضية الفرعية الثالثة H1-3

Modèle	Coefficients non standardizes		Coefficients standardizes	T	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
(Constante)	-.362	.443		-.817-	.421
أبعاد الجودة	1.462	.363	.613	4.032	.000

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول السابق بأن معامل الميل (1.462) مما يشير إلى أن هناك أثر إيجابي بين المتغيرين وأن أي زيادة أو تحسين في مستوى اعتماد الصيرفة عبر الهاتف بمقدار درجة واحدة يقابلها تحسن في أبعاد جودة الخدمة المصرفية بمقدار (1.462)، وللمعلمة مستوى معنوية (0.000) وهي عند مستوى المعنوية الإحصائي، مما يشير إلى معنويتها، وهو ما يظهر أهمية الصيرفة عبر الهاتف في تحسين أبعاد جودة الخدمة المصرفية.

ومما سبق يمكننا القول بان استخدام الصيرفة عبر الهاتف لها أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية على جودة

الخدمة المصرفية على مستوى الوكالات البنكية محل الدراسة عند مستوى المعنوية (0.000)، إذن:

3- H1: الفرضية القائلة أن: "هناك تأثير للصيرفة عبر الهاتف على جودة الخدمة المصرفية المقدمة من طرف هذه البنوك " صحيحة ومؤكدة.

رابعا: اختبار الفرضية الفرعية الرابعة 4-H1:

نصت هذه الفرضية على أنه: "هناك تأثير للصيرفة عبر الانترنت على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل هذه البنوك "

بغرض اختبار هذه الفرضية نقوم بالاختبارات التالية:

1- اختبار الفرضية الفرعية الرابعة باستخدام معامل الارتباط:

بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS، تم استخلاص الجدول التالي:

الجدول رقم (2- 31): تأثير الصيرفة عبر الانترنت على الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك

		أبعاد الجودة	الصيرفة عبر الانترنت
أبعاد جودة الخدمة المصرفية	معامل الارتباط	1	0.194
	مستوى المعنوية		0.312
	N عدد المشاهدات	29	29
الصيرفة عبر الانترنت	معامل الارتباط	0.194	1
	مستوى المعنوية	0.312	
	N عدد المشاهدات	29	29

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه بلغت قيمة معامل الارتباط (0.194) بمستوى معنوية (0.312)

وهو أكبر من مستوى معنوية مبرمج إحصائيا 5%، وبالتالي لا توجد علاقة ارتباط بين الصيرفة عبر الانترنت

وأبعاد الجودة المقدمة من قبل هذه البنوك، وهي ليست لها أثر ذو دلالة إحصائية حيث أن مستوى المعنوية (0.312) أكبر من مستوى معنوية مبرمج إحصائياً (5%).

2- اختبار الفرضية الفرعية الرابعة باستخدام معامل التحديد:

بغرض اختبار الفرضية H1-4 باستخدام معامل التحديد ندرج الجدول الموالي:

الجدول رقم (2-32): يوضح قيمة معامل التحديد للفرضية H1-4

معامل التحديد	معامل الارتباط	Modèle
.038	.194 ^a	1

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات SPSS

انطلاقاً من الجدول السابق يتضح لنا أن قيمة معامل التحديد بلغت (3%)، وهي نسبة جد ضئيلة، ومستوى المعنوية (0.312) وهو أكبر من مستوى المعنوية المبرمج إحصائياً، وبالتالي فإن الفرضية H1-4 ليست ذات دلالة إحصائية.

3- اختبار الفرضية باستخدام معاملات العلاقة الخطية:

بناءً على مخرجات برنامج SPSS، ندرج الجدول الموالي:

الجدول رقم (2-33): نتائج اختبار معاملات العلاقة الخطية للفرضية الفرعية الرابعة H1-4

Modèle	Coefficients non standardizes		Coefficients standardisés	T	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
(Constante)	1.073	.550		1.951	.061
أبعاد الجودة	.463	.450	.194	1.030	.312

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على برنامج SPSS

يبين لنا الجدول السابق بأن قيمة معلمة الميل قدرت بـ (0.463) وهي غير معنوية لأن قيمة المعنوية (0.312) أكبر من قيمة المعنوية (0.05)، ويمكننا تفسير قيمة المعلمة بأن استخدام الصيرفة عبر الانترنت على

مستوى الوكالات البنكية محل الدراسة لايزيد من تحسين جودة الخدمة المصرفية، ويعود السبب إلى افتقار الموظفين للبنوك محل الدراسة للخبرة في مجال استخدام التكنولوجيات الحديثة مما يزيد في تحسين جودة الخدمة المصرفية. من خلال ما سبق يمكن القول أن الصيرفة عبر الهاتف ليس لها أثر ايجابي ذو دلالة إحصائية على تحسين جودة الخدمة المصرفية، وبالتالي:

4- H1: الفرضية القائلة بـ: " أن هناك تأثير للصيرفة عبر الانترنت على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل هذه البنوك "، ليست صحيحة ومنفية.

خامسا: اختبار الفرضية الفرعية الخامسة H1-5:

كان مضمونها: " هناك تأثير لأنماط الصيرفة على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف هذه البنوك "

ومن أجل الوصول إلى النتائج حول اختبار هذه الفرضية، وهذا كالتالي:

1- اختبار الفرضية الفرعية الخامسة باستخدام معامل الارتباط:

بالاعتماد على برنامج SPSS، نقوم برسم الجدول التالي:

الجدول رقم (2- 34): تأثير أنماط الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل

البنوك

		أبعاد الجودة	أنماط الصيرفة
أبعاد جودة الخدمة المصرفية	معامل الارتباط	1	0.322
	مستوى المعنوية		0.089
	N عدد المشاهدات	29	29
أنماط الصيرفة الإلكترونية	معامل الارتباط	0.322	1
	مستوى المعنوية	0.089	
	N عدد المشاهدات	29	29

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الجدول أعلاه بأن قيمة معامل الارتباط بلغت (0.322) بمستوى

معنوية (0.089) وهو أكبر من مستوى معنوية مبرمج إحصائيا (5%)، وبالتالي لا توجد علاقة ارتباط بين أنماط

الصيرفة وأبعاد الجودة المقدمة من قبل هذه البنوك، وهي ليس لها أثر ذو دلالة إحصائية كون أن مستوى المعنوية (0.089) أكبر من مستوى معنوية المبرمج إحصائيا (5%).

1- اختبار الفرضية الفرعية الخامسة باستخدام معامل التحديد:

لاختبار الفرضية الفرعية H1-5 بواسطة معامل التحديد نقوم بإدراج الجدول أدناه:

الجدول رقم (2- 35): يوضح قيمة معامل التحديد للفرضية H1-5

معامل التحديد	معامل الارتباط	Modèle
.104	.332 ^a	1

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

بالنظر إلى الجدول السابق، يتضح لنا أن معامل التحديد يساوي (10%)، وهي نسبة ضئيلة وأي تغير في أنماط الصيرفة الإلكترونية لا يغير في أبعاد جودة الخدمة المصرفية ولو بوحدة واحدة، وأن مستوى المعنوية فقد قدر بـ (0.089) وهو أكبر من مستوى المعنوية المبرمج إحصائيا.

2- اختبار الفرضية الفرعية الخامسة باستخدام معاملات العلاقة الخطية:

بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS، نشكل الجدول الآتي:

الجدول رقم (2- 36): نتائج اختبار معاملات العلاقة الخطية للفرضية الفرعية الخامسة H1-5

Modèle	Coefficients non standardizes		Coefficients standardisés	T	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
(Constante)	.590	.571		1.034	.310
أبعاد الجودة	.825	.467	.322	1.766	.089

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يوضح لنا الجدول أعلاه قيمة الميل التي بلغت (0.825) وأن قيمة المعنوية (0.089) وهي أكبر من مستوى المعنوية المبرمج إحصائيا، وهو ما يبرز بأن أي تغير في أنماط الصيرفة الإلكترونية لا يؤدي إلى التغير في أبعاد جودة الخدمة المصرفية المقدمة من قبل موظفي الوكالات البنكية المدروسة، وبالتالي فإن أنماط الصيرفة الإلكترونية ليس لها أثر إيجابي في زيادة أبعاد جودة الخدمة المصرفية.

ومنه نستنتج أن:

5- H1: الفرضية القائلة أن: "هناك تأثير لأنماط الصيرفة على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل هذه البنوك" ليست صحيحة ومنفية.

سادسا: اختبار الفرضية الرئيسية الثانية H02:

والتي كان مضمونها: "هناك تأثير للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك تعزى للمتغيرات الديمغرافية"

والتي تم تقسيمها للعديد من الفرضيات، والتي نعرضها كالتالي:

1- H1: "هناك تأثير للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك تعزى لتنوع البنك"

2- H2: "هناك تأثير للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك تعزى للجنس"

3- H2: "هناك تأثير للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك تعزى للعمر"

4- H3: "هناك تأثير للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك تعزى للمستوى التعليمي"

5- H2: "هناك تأثير للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك تعزى لسنوات العمل بالبنك"

6- H2: "هناك تأثير للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك تعزى للمركز الوظيفي"

بعد اختبارنا للفرضيات سالفة الذكر وباستخدام اختبار ANOVA، كانت النتائج كالتالي:

1- اختبار الفرضية الفرعية الأولى H2-1:

والتي تنص على أن: "هناك تأثير الصيرفة الالكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك تعزى لتنوع البنك"

بحيث يمكن توضيح نتائج اختبار الفرضيات الفرعية في الجداول الموالي، بناء على مستوى المعنوية F والتي تدل على وجود دلالة إحصائية:

الجدول رقم (2- 37): نتائج اختبار تحليل تباين ANOVA للبنك

متغير شخصي لعينة الدراسة	F1	مستوى المعنوية	النتيجة الإحصائية
البنك	2.050	0.092	لا يوجد تأثير

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

أظهرت النتائج المتحصل عليها بأنه لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للبنك على جودة الخدمة المصرفية المقدمة من قبل البنوك، وبالنظر إلى قيمة F التي بلغت (2.050) بمستوى معنوية (0.092) وهي أكبر من مستوى المعنوية المبرمج إحصائياً (0.05)، فنجد أن متغير البنك ليس له أي تأثير على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك.

2- اختبار الفرضية الفرعية الثانية H2-2:

نصت على أنه: "هناك تأثير للصيرفة الالكترونية على جودة الخدمة المصرفية المقدمة من طرف البنوك تعزى للجنس"

الجدول رقم (2- 38): نتائج اختبار تحليل تباين ANOVA للجنس

متغير شخصي لعينة الدراسة	F2	مستوى المعنوية	النتيجة الإحصائية
الجنس	2.155	0.078	لا يوجد تأثير

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال معطيات الجدول السابق نجد بأنه لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمتغير الجنس على جودة الخدمة المصرفية المقدمة من قبل البنوك، وهذا كون قيمة F قدرت بـ (2.155) بمستوى معنوية (0.078) وهو أكبر من مستوى المعنوية (0.05)، وكما أن قيمة F لا تدل على وجود دلالة إحصائية.

3- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة H2-3:

تضمنت الفرضية الفرعية الثالثة: "هناك تأثير للصيرفة الالكترونية على جودة الخدمة المصرفية المقدمة من طرف البنوك تعزى للعمر"

الجدول رقم (2-39): نتائج اختبار تحليل تباين ANOVA للعمر

متغير شخصي لعينة الدراسة	F3	مستوى المعنوية	النتيجة الإحصائية
العمر	0.837	0.581	لا يوجد تأثير

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

اتضح لنا من خلال نتائج الجدول السابق بأنه لا يوجد تأثير لمتغير العمر على جودة الخدمة المصرفية المقدمة من قبل البنوك، حيث بلغت قيمة F كانت بـ (0.837) إذ أنها لا توحى بوجود أي دلالة إحصائية، وبلغت قيمة مستوى المعنوية (0.581) وهي أكبر من قيمة المعنوية (0.05).

4- اختبار الفرضية الفرعية الرابعة H2-4:

نصت الفرضية على أنه: "هناك تأثير للصيرفة الالكترونية على جودة الخدمة المصرفية المقدمة من طرف البنوك تعزى لسنوات العمل بالبنك"

ويظهر الجدول التالي نتائج اختبار ANOVA لمتغير سنوات العمل بالبنك:

الجدول رقم (2-40): نتائج اختبار تحليل تباين ANOVA للمستوى التعليمي

متغير شخصي لعينة الدراسة	F4	مستوى المعنوية	النتيجة الإحصائية
سنوات العمل بالبنك	0.934	0.511	لا يوجد تأثير

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

بالاعتماد مع معطيات الجدول السابق نجد بأن متغير سنوات العمل بالبنك ليس له تأثير على جودة الخدمة المصرفية، نجد أن قيمة محسوبة F قدرت بـ (0.934) بمستوى معنوية (0.511)، وهو أكبر من مستوى المعنوية (0.05)، وهو ما يدل على أنه لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لمتغير سنوات العمل بالبنك على جودة الخدمة المصرفية.

5- اختبار الفرضية الفرعية الخامسة 5-H2:

نصت الفرضية بأنه: "هناك تأثير للصيرفة الالكترونية على جودة الخدمة المصرفية المقدمة من طرف البنوك تعزى للمركز الوظيفي"

يوضح الجدول أدناه نتائج اختبار ANOVA الفرضية الفرعية الخامسة:

الجدول رقم (2-41): نتائج اختبار تحليل تباين ANOVA للمركز الوظيفي

متغير شخصي لعينة الدراسة	F5	مستوى المعنوية	النتيجة الإحصائية
المركز الوظيفي	0.592	0.773	لا يوجد تأثير

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من نتائج الجدول السابق نلاحظ بأن قيمة F قدرت بـ (0.592) بمستوى معنوية بلغ (0.773) وهو أكبر من مستوى المعنوية المبرمج إحصائياً (0.05)، وبالتالي نجد بأنه ليس هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لمتغير المركز الوظيفي على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك.

ومن خلال النتائج السابق لاختبار ANOVA لجميع المتغيرات الديمغرافية، نلاحظ بأن الفرضية الرئيسية الثانية والقائلة بأن: "هناك تأثير الصيرفة الالكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك محل الدراسة لا تعزى للمتغيرات الشخصية"، خاطئة وليست صحيحة.

المطلب الثالث: عرض النتائج ومناقشتها

بعد قيامنا باختبار الفرضيات الرئيسية والفرعية بمختلف الاختبارات، استخلصنا جملة من النتائج والتي سنعرضها ونناقشها من خلال فرعين كالتالي:

الفرع الأول: عرض النتائج

من خلال العرض والتحليل للبيانات واختبار الفرضيات تمكنا من استنتاج جملة من النتائج نعرضها في النقاط التالية:

- 1- توزيع أفراد العينة حسب البنوك متركزة على مستوى البنك الخارجي الجزائري BEA بنسبة (34.5%).
- 2- توزيع أفراد العينة حسب الجنس كانت للإناث أكثر من الذكور وقدرت بـ (93.1%).
- 3- توزيع العينة حسب متغير المركز الوظيفي كانت أغلبها من الموظفين وهي الفئة الموجه لها أداة الدراسة بالبنوك العاملين فيها.
- 4- إجابات الموظفين كانت في أغلبها نحو الموافقة بمتوسط حسابها محصور في المجال [1 - 1.66].
- 5- بالنسبة لمواقع البنوك محل الدراسة اتضح أن الموقع الاتصالي هو الموقع الأكثر استخداما.
- 6- تكنولوجيا المعلومات والاتصال تسمح للموظفين بتقديم ردود سريعة على طلبات العملاء.
- 7- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية المبرمج إحصائيا، للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمة المصرفية.
- 8- قناة الصراف الآلي ليس لها تأثير كبير في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة من قبل البنوك محل الدراسة.
- 9- وجود أثر ذو دلالة إحصائية للصيرفة المنزلية على جودة الخدمة المصرفية.
- 10- هناك أثر إيجابي للصيرفة عبر الهاتف على جودة الخدمة المصرفية المقدمة من قبل موظفي البنوك.

11- ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمة المصرفية تعزى للمتغيرات الديمغرافية.

الفرع الثاني: مناقشة النتائج

على ضوء النتائج المتحصل عليها سنحاول مناقشة النتائج كالاتي:

- 1-** نسبة (34.5 %) من العينة متركزة بالبنك الخارجي الجزائري وهي النسبة الأعلى بين باقي البنوك ويمكن إرجاع ذلك إلى وجود عدد كبير من الموظفين لدى هذا البنك وحرصهم على إعطاء الإجابات.
- 2-** نسبة (93.1 %) توزيع أفراد العينة كانت للذكور وهذا أمر طبيعي بسبب طبيعة ونوعية عمل البنوك، وبحكم أن جنس الإناث تكون تعاملاته محدودة مع العملاء خاصة من فئة الذكور، وكذا يرجع السبب إلى طبيعة ونوعية المجتمع الإسلامي وماتنص عليه الشريعة الإسلامية.
- 3-** المركز الوظيفي كان للموظفين وهو أمر لا محال منه، لأن الموظف هو الذي لديه العلم والدراية الكبيرة بطلبات العملاء والزبائن أكثر من المراكز الأخرى.
- 4-** إجابات الموظفين كانت نحو الموافقة مما يعني أن أسئلة الاستبيان كانت موفقة في صياغتها وإيصال المغزى المطلوب منها لعينة الدراسة.
- 5-** الموقع الاتصالي للبنك هو الأكثر استخداما، هذا يدل على أن الأغلب يستخدمون هذا الموقع والذي يسمح للزبون بتقديم اقتراحات من شأنها تحسين جودة الخدمة المصرفية.
- 6-** اتضح أن إدارة البنوك محل الدراسة تمتلك القدرة على تقديم الخدمات المصرفية في الوقت المناسب من خلال الانتشار الواسع والكبير لمظاهر الصيرفة الالكترونية بالبنوك محل الدراسة مثل: الصيرفة عبر الانترنت.
- 7-** إدارة البنك لها القدرة على إعطاء ردود سريعة لطلبات العملاء بسبب توفر شبكة الانترنت التي أصبحت من متطلبات العصر الحالي الذي نعيشه، بالرغم من أن بعض المناطق تشكي ضعف إشارة الانترنت.
- 8-** هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية المبرمج إحصائيا، للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر موظفي البنوك، ويعود ذلك إلى سهولة استخدام الصيرفة الإلكترونية من طرف مقدم الخدمة، وهو مايؤدي إلى زيادة مرونة الخدمة المصرفية وسرعة تقديمها، ومن ثم الشعور بالثقة والأمان من طرف العملاء.

كما يمكن أن يعود السبب لفوائد استخدام الصيرفة الإلكترونية بالنسبة لموظفيها، إذ ومن خلال تبني البنك لهذه الأخيرة فإنه يتمكن من تسويق خدماته وتوسيع نطاق زبائنه الحاليين والمحتملين والتقرب أكثر منهم وبالتالي تسهيل المعاملات عليهم وتقليل التكاليف التي يتحملونها، وأن تبني الصيرفة الإلكترونية هي السبيل الوحيد لزيادة التنافسية، ومن ثم تحقيق ربحية البنك

9- عدم وجود أثر للصيرفة المنزلية على جودة الخدمة المصرفية، هذا يدل على أن هذه البنوك محل الدراسة لم تسمو لدرجة مواكبة هذا البعد الذي يعتبر من أبرز الأبعاد المرتبطة بمظاهر الصيرفة الإلكترونية، أو إلى قلة الوعي المصرفي للعملاء، وكذا قلة التطبيقات المطروحة من طرف المؤسسات البنكية، بالرغم من التطورات السريعة التي تحدث في العالم.

10- قناة الصراف الآلي ليس لها تأثير كبير في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة من قبل البنوك محل الدراسة، وهذا يعود لقلة الإقبال من طرف العملاء على هذه القناة بسبب قلة الوعي لدى العملاء إزاء هذه التقنية لاعتقادهم بأنها أصعب من الشيكات التي يستحسنون التعامل بها، وكذا أن أغلب طبقة المجتمع تكون من الأميين والذين لا يفهمون للصراف الآلي وطريقة استخدامه.

11- هناك أثر إيجابي للصيرفة عبر الهاتف على جودة الخدمة المصرفية، وتعود إلى زيادة الاعتماد على الهواتف الذكية في الحياة اليومية وانتشارها بسبب سهولة استخدامها وتوفرها مع العميل في كل الأماكن، وتساعد في تقريب العميل من الموظف ومقدم الخدمة، وتقليل النفقات التي يتحملها العميل، وتسمح له بالاستفسار والحصول على الخدمات على مدار (24) ساعة.

12- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمتغيرات الديمغرافية على جودة الخدمة المصرفية المقدمة من قبل البنوك، وهو ما يفسر بأن الخدمة المصرفية المقدمة من قبل موظفي البنوك متشابهة إلى حد بعيد بالنظر إلى المتغيرات الديمغرافية والمتمثلة في: البنك، الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المركز الوظيفي، وهذا إن دل فإنما يدل على أن الخدمة المصرفية المقدمة من قبل الموظفين متشابهة مهما اختلفت هذه العوامل والمتغيرات، وبالتالي فإن تأثير الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمة المصرفية لا يعزى للمتغيرات الديمغرافية وإنما إلى عوامل أخرى.

خلاصة الفصل:

من خلال دراستنا هذه والتي تناولنا فيها في الفصل الأخير إلى الدراسة الميدانية لموضوع البحث والتي أجريت على (5) وكالات بنكية على مستوى ولاية الوادي، ومن أجل الوصول إلى النتائج المرجوة حول أثر الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية

حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى طريقة والأدوات المستخدمة وقد حددنا فيه متغيرات الدراسة، وعرضنا كذلك مجتمع وعينة الدراسة. ومن ثم تصميم وإجراءات واختبار أداة الدراسة، وبالنسبة للمبحث الثاني فقد كان للدراسة الميدانية وعرضنا المؤشرات الوصفية لعينة الدراسة، وهذا من خلال تحليل المؤشرات الوصفية باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، ومن ثم اختبار الفرضيات التي كان قد طرحت سابقا والتي تمت بناءا عليها الدراسة، وفي الأخير عرض ومناقشة النتائج المتوصل إليها ومن ثم التعليق عليها.

الخاتمة

أدت تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى تغير جوانب كثيرة في الأنشطة البنكية بسبب ظهور أدوات مصرفية حديثة لم تكن معروفة من قبل والتي لاقت انتشارا واسعا في التعاملات البنكية الالكترونية، والصيرفة الالكترونية أحد هذه الأدوات، هذه الأخيرة حققت نجاحا كبيرا في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة من قبل هذه البنوك، من هنا جاءت معالم الإشكالية والتي طرحت على النحو التالي:

ما هو دور الصيرفة الإلكترونية المقدمة من طرف البنوك العاملة بوكالة الوادي في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة ؟

وبهدف السعي نحو الإجابة عن هذه الإشكالية تم تقسيم الدراسة إلى فصلين فصل نظري وفصل تطبيقي، بحيث تناول الفصل الأول الإطار المفاهيمي المتعلق بالصيرفة الالكترونية وجودة الخدمة المصرفية المقدمة من طرف البنوك الخمسة محل الدراسة، والفصل التطبيقي عبارة عن فهم مدى تأثير الصيرفة الالكترونية على جودة الخدمة المصرفية بكل من: بنك الفلاحة والتنمية الريفية بقمار، بنك البركة الجزائري، بنك تراس، البنك الخارجي الجزائري، والصندوق التوفير والاحتياط بوكالة الوادي.

1- نتائج اختبار صحة الفرضيات:

تم إثبات صحة الفرضيات من عدمها كالتالي:

✓ الفرضية الرئيسية الأولى **H01** والتي تنص على أنه يوجد: " تأثير الصيرفة الالكترونية على تحسن جودة الخدمة المصرفية المقدمة من قبل البنوك " صحيحة ومثبتة.

والفرضية الرئيسية الأولى بدورها تتفرع لعدة فرضيات فرعية نختبرها كالتالي:

- 1- H1: " هناك تأثير للصراف الآلي على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك " غير صحيحة وهي فرضية غير مقبولة.
- 2- H1: " هناك تأثير للصيرفة المنزلية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك " غير صحيحة إذ لا توجد علاقة ارتباط بين الصيرفة المنزلية وأبعاد جودة الخدمة المصرفية، ومنه الفرضية مرفوضة ومنفية.

- ثبتت الفرضية الفرعية 3-H القائلة: "هناك تأثير للصيرفة عبر الهاتف على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك" فهي صحيحة ومقبولة.
 - 4-H1 نفي الفرضية الفرعية 4-H1 القائلة: "هناك تأثير للصيرفة عبر الانترنت على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك".
 - 5-H1: الفرضية القائلة: "هناك تأثير لأنماط الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك" غير صحيحة حسب الأدوات الإحصائية المتبعة في عملية التحليل.
 - ✓ الفرضية الرئيسية الثانية H02 والتي كان مضمونها: "هناك تأثير للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك تعزى للمتغيرات الديمغرافية"
- والتي تنقسم إلى الفرضيات الفرعية نختبرها كالتالي:
- الفرضية الفرعية الأولى 1-H2: والتي تنص على أن: "هناك تأثير الصيرفة الالكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك تعزى لتنوع البنك" غير صحيحة.
 - نفي الفرضية الفرعية الثاني 2-H2 التي نصت على أنه: "هناك تأثير للصيرفة الالكترونية على جودة الخدمة المصرفية المقدمة من طرف البنوك تعزى للجنس".
 - الفرضية الفرعية الثالثة 3-H2 التي تضمنت الفرضية الفرعية الثالثة: "هناك تأثير للصيرفة الالكترونية على جودة الخدمة المصرفية المقدمة من طرف البنوك تعزى للعمر" غير صحيحة.
 - الفرضية الفرعية الرابعة 4-H2 نصت الفرضية على أنه: "هناك تأثير للصيرفة الالكترونية على جودة الخدمة المصرفية المقدمة من طرف البنوك تعزى لسنوات العمل بالبنك" غير صحيحة وأنه لا يوجد تأثير للصيرفة الالكترونية على جودة الخدمة المصرفية تعزى لسنوات العمل بالبنك.
 - نفي الفرضية الفرعية الخامسة 5-H2 التي نصت الفرضية بأنه: "هناك تأثير للصيرفة الالكترونية على جودة الخدمة المصرفية المقدمة من طرف البنوك تعزى للمركز الوظيفي"

2- نتائج الدراسة

• النتائج النظرية

من خلال استعراض جملة من المفاهيم النظرية والتطبيقية المتعلقة بموضوع الدراسة يمكن إعطاء النتائج المرتبطة بكل من الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمة المصرفية كالتالي:

- جودة الخدمات المصرفية تعزز من سمعة وصورة البنك أمام الجمهور، وهذا من خلال ثقتهم في موظفيه.
- جودة الخدمات المصرفية تؤدي إلى تخفيض التكاليف
- الصيرفة الالكترونية تساهم وبشكل كبير في تحسين وتطوير جودة الخدمة المصرفية في ظل التطور التكنولوجي الحاصل في القطاع البنكي.
- تساهم الصيرفة الالكترونية في توسيع مجال الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك محل الدراسة.
- ساهمت الصيرفة الالكترونية المتبناة من البنوك محل الدراسة في تقريب المسافة بين العملاء وهذه البنوك بتوفر عدة أشكال وقنوات مثل الصيرفة المنزلية .
- ضعف شبكة الانترنت أدى إلى تراجع في استخدام الصيرفة الالكترونية وبالتالي عدم تحسن في جودة الخدمة المصرفية المقدمة.
- الصيرفة الالكترونية تقوم بإدماج شبكة الانترنت كقناة بنكية مع أجهزة الصراف الآلي التابعة لها بما يمكن العملاء من القيام بجميع المعاملات المالية الالكترونية.

• النتائج التطبيقية

- يوجد أثر بين الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمة المصرفية، وهذا يقتضي زيادة اهتمام إدارات المصارف بتوفير أجهزة الاتصالات الحديثة وتدريب الموظفين على استخدام هذه الأدوات.
- العينات المبحوثة تدرك الصعوبات التي تواجهها في تطبيق الصيرفة الالكترونية، ومنه يمكن تجاوز هذه الصعوبات وإدراكها
- هناك أثر إيجابي للصيرفة عبر الهاتف على جودة الخدمة المصرفية وتعود إلى زيادة الاعتماد على الهاتف بشكل كبير من قبل مختلف الفئات العمرية والأجناس وتوفره مع العملاء في كل مكان وزمان.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للصيرفة عبر الانترنت على تحسن جودة الخدمة المصرفية المقدمة من قبل البنوك محل الدراسة تعزى لضعف شبكة الانترنت، ويمكن إرجاع ذلك إلى عدم القيام بتحديثات مستمرة للمواقع البنكية.

- البنك الخارجي الجزائري BEA احتل المرتبة الأولى من حيث إجابات الموظفين، وحرصهم عليها.
 - هيمنة جنس الذكور على جنس الإناث في عينة الدراسة.
 - المستوى الغالب على الفئة الموجه لها الاستبيان هو المستوى الجامعي.
 - المركز الوظيفي لعينة الدراسة وعلى الرغم من أنها عينة عشوائية كانت أغليبتها لفئة الموظفين.
 - عدم اهتمام البنوك محل الدراسة بالتوعية والتشجيع على استعمال الصراف الآلي لإجراء المعاملات المالية.
 - تهتم الوكالات البنكية محل الدراسة بتقديم خدمات عبر الموقع التواصلية .
 - تعاني البنوك محل الدراسة من ضعف الاستجابة والثقة والمصادقية مع الزبائن
- من خلال الدراسة توصلنا إلى أن البنوك محل الدراسة تتعاطف وتلتزم بالوفاء مع الزبائن وتقدم الخدمات ومعالجتها في الوقت الذي يطلبه العميل.

3- توصيات واقتراحات الدراسة:

- التسهيل في الحصول على الخدمة المصرفية وذلك من خلال تقويم الإجراءات المعتمدة في تقديم الخدمة المصرفية.
- ضرورة توفير الاستجابة والثقة والمصادقية بالبنوك محل الدراسة لتشجيع الزبائن على استخدام قنوات الصيرفة الالكترونية وتسهيل العمل على الموظفين.
- معالجة جانب ضعف الزبون في معرفة كيفية استخدام قنوات الصيرفة الالكترونية.
- العمل على تنمية قدرات موظفي البنوك بالوكالات البنكية بوكالة الوادي .
- ضرورة الاستفادة من تجارب الدول المتقدمة في مجال الصيرفة الالكترونية.

4- آفاق الدراسة المستقبلية:

- إنشاء وحدة إدارية متخصصة مسؤولة على الإشراف على قنوات الصيرفة وتطويرها، وتوفير وسائل الحماية السرية للأنظمة المطبقة ومعالجة الأخطاء.
- إعادة إجراء الدراسة في بنوك عمومية أخرى.
- إعادة إجراء الدراسة بتوجيه أداة الدراسة لفئتين في آن واحد هما الموظفين والعملاء لمعرفة جوهر الفروقات بينهما.

قائمة المراجع والمصادر

الكتب:

- 1- بوراس أحمد، بركة السعيد، أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر، الطبعة: 1 ، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2014.
- 2- سفر أحمد، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2006.
- 3- شافي نادر عبد العزيز ، المصارف والنقود الإلكترونية، الطبعة: 1، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2007.
- 4- الشمري ناظم محمد نوري، العبد اللات عبد الفتاح زهير، الصيرفة الإلكترونية* الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع*، الطبعة: 1، دار وائل للنشر، الأردن، 2008.
- 5- الحداد عوض بدير، تسويق الخدمات المصرفية، الطبعة : 1، 1420 هـ / 1990م، البيان للطباعة والنشر، القاهرة، سنة 1999.
- 6- الدرادكه مأمون، الشلي طارق، الجودة في المنظمات الحديثة، دار الصفاء، عمان الأردن، 2002.
- 7- الصميدعي محمود جاسم، ردينة عثمان يوسف، تسويق الخدمات، الطبعة: 1 : 2010م / 1430هـ، الطبعة: 2: 2014م / 1435هـ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014م / 1435هـ.
- 8- الصرن رعد حسن، عولمة جودة الخدمات المصرفية، دار التواصل العربي للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- 9- الضمور هاني حامد، تسويق الخدمات، الطبعة: 1 : 2002، الطبعة: 2 : 2004، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2004.
- 10- عادل زايد، الأداء التنظيمي المتميز: الطريق إلى المستقبل، منشورات المنظمة العربية للتنمية، القاهرة، 2006.
- 11- عبد العال حماد طارق، التجارة الإلكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003.
- 12- عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، بدون سنة.
- 13- غنيم أحمد محمد، إدارة البنوك تقليدية الماضي وإلكترونية المستقبل، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، مصر، الطبعة الأولى، 2007.

- 14- كورتل فريد، تسويق الخدمات، الطبعة:1، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 15- مدحت صادق، أدوات وتقنيات مصرفية، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
- 16- لطرش الطاهر، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الرابعة، 2005.
- 17- يوسف حسن يوسف، البنوك الإلكترونية، الطبعة الأولى، المركز القومي للنشر والإصدارات القانونية، القاهرة، 2012.

المذكرات:

- 1- الباهي صلاح الدين مفتاح سعد، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن* دراسة ميدانية على البنك الإسلامي الأردني في عمان- الأردن-، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، قسم : إدارة الأعمال (غير منشورة)، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2016.
- 2- بركان أمينة، الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي- حالة الجزائر-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراء في علوم التسيير، تخصص: نقود ومالية، قسم: علوم التسيير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الموسم الجامعي: 2013/2014.
- 3- بلعاش ميادة، أثر الصيرفة الإلكترونية على السياسة النقدية* دراسة نقدية*- الجزائر، فرنسا-، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراء الطور الثالث في العلوم الاقتصادية، تخصص: اقتصاديات النقود والبنوك والأسواق المالية، قسم: العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر- بسكرة-، السنة الجامعية: 2014/2015.
- 4- بودراع محمد الطاهر، إدارة الجودة الشاملة وتأثيرها على الخدمة المصرفية* دراسة حالة بنك سويسيتي جنرال الجزائر- قسنطينة-، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، قسم: العلوم التجارية (غير منشورة)، تخصص: تسويق الخدمات، جامعة العربي بن مهيدي، دورة 2013.
- 5- بوجلخة جواهر، دور صيغة الإجارة للبنوك الإسلامية في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة- *دراسة حالة بنك البركة الإسلامي فرع ولاية الوادي 2012-2014-، مذكرة مقدمة لاستكمال

متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، تخصص: مالية وبنوك، فرع: علوم مالية ومحاسبة (غير منشورة)، ميدان: علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، السنة الجامعية: 2016-2017.

6- بوقرين اتمنى، محددات جودة الخدمات المصرفية في تحقيق رضا العملاء في البنوك التجارية* بنك القرض الشعبي الجزائري* - وكالة تقرت - ، مذكرة مقدمة لاستكمال شهادة الماستر أكاديمي الطور الثاني، تخصص: مالية وبنوك، فرع: علوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، (غير منشورة)، ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الموسم الجامعي: 2017 / 2018.

7- بن أحمد لخضر، *متطلبات تطوير وتحسين الخدمات المصرفية في الجزائر*-دراسة الواقع والأفاق-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، فرع: التسيير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الموسم الجامعي: 2011/2012.

8- جغل نصر الدين وآخرون، دور الضمانات البنكية الدولية في إدارة مخاطر التجارة الدولية * دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي وكالة الوادي - BEA - *، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، التخصص: مالية وتجارة دولية، (غير منشورة)، الشعبة: علوم تجارية، قسم العلوم الاقتصادية، ميدان العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الموسم الجامعي: 2018/2019.

9- حسن محمود سهى، تقويم فرص تطبيق التسويق الإلكتروني وتأثيره على تحسين جودة الخدمات المصرفية، *دراسة ميدانية على المصارف التجارية في مدينة دمشق*، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير ، قسم :ادارة الأعمال (غير منشورة)، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، الموسم الجامعي: 2013 م/ 1434 هـ.

10- حلفوز وفاء، تدعيم جودة الخدمة البنكية وتقييمها من خلال رضا العميل*دراسة حالة بنوك العمومية الجزائرية ولاية تلمسان*، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة دكتوراه، تخصص: بنوك (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، الموسم الجامعي: 2013 / 2014.

11- عبد الفتاح دقاشي وآخرين، مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية في البنوك العمومية الجزائرية *دراسة حالة: الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط- بنك - وكالة

الوادي*، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي، الشعبة: علوم اقتصادية، قسم: العلوم الاقتصادية، (غير منشورة)، ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الموسم الجامعي: 2018/2017.

12- دغوش لعطرة، استخدام شبكة الانترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية وأثرها على الأداء البنكي* دراسة حالة البنوك الجزائرية*، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاقتصادية، تخصص: مالية ونقود (غير منشورة)، قسم: العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الموسم الجامعي: 2017/2016.

13- رقاد صليحة، تطبيق نظام الجودة في مؤسسات التعليم العالي الجزائرية: افاقه ومعوقاته*، دراسة ميدانية بمؤسسات التعليم العالي للشرق الجزائري*، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 1، الموسم الجامعي: 2014/ 2013.

14- ركابي صدام، تقييم أداء البنوك التجارية الجزائرية باستخدام نموذج Camel - دراسة حالة بالبنك الخارجي الجزائري* وكالة الوادي 01*، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي، تخصص: مالية وبنوك، الشعبة: علوم اقتصادية، قسم: العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، ميدان: علوم تجارية علوم التسيير وعلوم اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة

15- سلام عبد الرزاق، القطاع المصرفي الجزائري في ظل العولمة تقييم الأداء ومتطلبات الإصلاح، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، فرع: النقود والمالية، قسم: علوم التسيير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الموسم الجامعي: 2012 /2011.

16- شعشاعة حاتم غازي، قياس جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين المحدود في فلسطين من وجهة نظر العملاء، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، قسم: إدارة أعمال، كلية التجارة، (غير منشورة)، جامعة الإسلامية عمادة الدراسات العليا، الموسم الجامعي: 2004 ديسمبر.

- 17- علاق سارة وآخرين، دور البنوك في تمويل قطاع السكن - دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP -، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، التخصص: اقتصاد نقدي وبنكي، الشعبة: العلوم الاقتصادية، قسم: العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، ميدان: علوم الاقتصادية والتسيير وعلوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، السنة الجامعية: 2018/2017
- 18- العجمي جابر الحمدان، دور الإبداع التسويقي في تحسين جودة الخدمة المصرفية - دراسة ميدانية في البنوك التجارية الكويتية -، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، (غير منشورة)، كلية إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الموسم الجامعي: 2011.
- 19- محرز نور الدين، تأهيل وتفعيل الجهاز المصرفي بالتعاملات النقدية الإلكترونية - حالة الجهاز المصرفي الجزائري -، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، تخصص: اقتصاد بنكي، قسم: العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، الموسم الجامعي: 2015/2014
- 20- محمد طاهر عبد الله، التأثير المتبادل بين الكتلة النقدية والصيرفة الإلكترونية، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الاقتصاد، قسم: الاقتصاد، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، الموسم الجامعي: 2015/2014.
- 21- محمد ناصر الكركي وسام، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الإداريين والزبائن، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لنيل درجة الماجستير، تخصص: إدارة الأعمال (غير منشورة)، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة الخليل، الموسم الجامعي: 2010م / 1431هـ .
- 22- محمود الساعفين فاطمة، استراتيجية مقترحة لتحسين جودة الخدمات الطلابية في الجامعات الفلسطينية*، قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في أصول التربية، كلية التربية، قسم: أصول التربية (غير منشورة)، جامعة الإسلامية غزة، الموسم الجامعي: 1436 هـ / 2015م.

- 23- محمود سهى حسن، تقويم فرص تطبيق التسويق الإلكتروني وتأثيره على تحسين جودة الخدمات المصرفية، *دراسة ميدانية على المصارف التجارية في مدينة دمشق*، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير، كلية الاقتصاد، قسم: إدارة الأعمال، (غير منشورة)، جامعة تشرين، الموسم الجامعي: 1434/ 2013 هـ.
- 24- مرعي أشواق، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المصرفية -واقع وتحديات-، دراسة لعينة من الزبائن في وكالتي أم البواقي وعين مليلة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص: إدارة مالية (غير منشورة)، قسم: علوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الموسم الجامعي: 2018/2019.
- 25- ميلودي عبد العزيز، محددات تمويل الاستثمار في البنوك الإسلامية- دراسة قياسية لحالة بنك البركة-، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم: العلوم الاقتصادية، تخصص: الاقتصاد الكمي، جامعة الجزائر، الموسم الجامعي: 2006/2007.
- 26- الصمصام قصي محمد ناصر، ثقافة الصيرفة الإلكترونية في سوريا، رسالة ماجستير في إدارة الثقافة (غير منشورة)، الجامعة الافتراضية السورية، 2015.
- 27- نوه وليد مرتضى، نحو تفعيل دور نظام المعلومات في البنوك للرفع من مستوى أدائها- دراسة حالة: القرض الشعبي الجزائري CPA، بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR، البنك الوطني الجزائري BNA وكالات الوادي خلال الفترة (2012-2013)-، تخصص: أنظمة المعلومات ومراقبة التسيير، قسم: علوم التسيير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الموسم الجامعي: 2014/2015.

المجلات:

- 1- أبو تمة موسى محمد أحمد، إدريس محمد عمر حاج الأمين، مداخلة بعنوان: تحديات تقديم خدمات الصيرفة الإلكترونية في السودان من وجهة نظر المصارف، مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية و الإدارية، كلية المجتمع للبنين بخميس مشيط، جامعة الملك خالد - أبها- السعودية، المجلد 11، العدد: 25، 2019 / 8/19.

- 2- أمية أبو خطوه يونس، أبو جديرة أبو عزم اللاقي، أدوات الصيرفة الإلكترونية وأثرها على جودة الخدمات المصرفية في ليبيا- دراسة حالة للمصارف التجارية العاملة بمدينة سبها-، **مجلة العلوم البحثية والتطبيقية**، قسم الاقتصاد، كلية الاقتصاد، جامعة سبها، ليبيا، المجلد 7، العدد: 2، 2018.
- 3- أوعيسي نبوية، أوبختي نصيرة، المهارات القيادية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة المصرفية *دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري* **مجلة اقتصاديات المال والأعمال gfbe**، المجلد 1، العدد: 4، تلمسان، 2017.
- 4- إياد مراد حسن، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، **مجلة الدنانير**، العدد: 3، بدون سنة.
- 5- باسم عباس كريدي الجاسمي، جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر الزبون مدخل تقييمي - دراسة استطلاعية لأراء عينة من الزبائن مصارف مدينة الديوانية، **مجلة القاديسية للعلوم الإدارية والاقتصادية**، المجلد 9، العدد: 1، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة القاديسية، 2007.
- 6- بريس عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، **مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا**، جامعة حسيبة بن بو علي بالشلف، العدد: 3، بدون سنة.
- 7- بطرس لؤي لطيف، خيرى علي أوسو، تقييم مستوى جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن دراسة استطلاعية لأراء عينة من زبائن مصارف مدينة دهوك، **مجلة تنمية الرافدين**، المجلد 30، العدد: 19، 2006.
- 8- بن عمر آسيا، فاطمة الزهراء سكر، جودة الخدمات البنكية كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية* دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة الوادي لسنة 2019-، **مجلة المؤسسة**، العدد: 1438-2335، المجلد: 2600-6685، 2020، جامعة الجزائر3، ص: 233.
- 9- تطار محمد منصف، النظام المصرفي الجزائري والصيرفة الإلكترونية، **مجلة العلوم الإنسانية**، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد: 02، جوان 2002.
- 10- حجي إدريس رمضان، تحليل العوامل المؤثرة في الطلب على جودة الخدمات المصرفية *دراسة تطبيقية في عينة من المصارف الأهلية في مدينة أرييل للمدة 2014/ 2015*، **مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية**، قسم: العلوم المالية والمصرفية، جامعة صلاح الدين، المجلد 9، العدد: 19، السنة 2017.

- 11- الجبوري ميسر إبراهيم أحمد، أثر المشكلات الوظيفية في جودة الخدمة المصرفية، مجلة تنمية الرافدين، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، المجلد 96، العدد: 31، 2011.
- 12- خوالد أبو بكر، قياس مدى توافر أبعاد جودة الخدمات في المصارف التجارية الجزائرية الحكومية دراسة حالة البنك الوطني الجزائري (BNA)، **Global Journal of Economic and Business**، المجلد 3، العدد 3، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار- عنابة - الجزائر، 2017.
- 13- سامي محمد بشرى، إمكانية تبني وتطبيق مفهوم المصارف الإلكترونية- دراسة استطلاعية لعينة من مصارف التجارية في مدينة دهوك-، **مجلة جامعة كربلاء العلمية**، جامعة كربلاء، المجلد 8، العدد: 1، 2010.
- 14- عبد علي غالي بتول، دور تطوير الخدمات المصرفية وخصائصها التسويقية في المصارف التجارية دراسة استطلاعية في عينة من المصارف التجارية العراقية، **مجلة المثنى للعلوم الإدارية والاقتصادية**، جامعة القادسية، المجلد 7، العدد: 4، 2017/9/20.
- 15- عادل طاهر هديل، شفيق البصري عبد الرضا، تقنيات الصيرفة الالكترونية و تأثيرها في جودة الخدمة المصرفية- دراسة استطلاعية مقارنة لبعض فروع المصارف العراقية الحكومية و الأهلية-، **مجلة الإدارة و الاقتصاد**، العدد: 114، السنة 41، 2018، مقبولة للنشر بتاريخ: 1- 2- 2016.
- 16- عكاب بشرى عبد إبراهيم، محمد مهدي، دور أبعاد التمكين في تحسين جودة الخدمة المصرفية - دراسة تحليلية في مصرف الرشيد فرع الملعب-، **مجلة كلية المأمون، الكلية التقنية للمجلة الإدارية**، جامعة بغداد، العدد: 33، 2019.
- 17- علي أحمد عامر، أحمد جدعان أحمد، دور خصائص المنظمة المتعلمة في تعزيز جودة الخدمة المصرفية في عينة من المصارف الأهلية في محافظة كركوك، **مجلة جامعة كركوك للعلوم الإدارية والاقتصادية**، المجلد 7، العدد: 1، 3- 2016.
- 18- جميل جابر جميل علوانة، واقع التدريب على جودة الخدمات المصرفية في البنوك المحلية الفلسطينية، **مجلة الأبحاث المالية والمصرفية**، المعهد المصرفي الفلسطيني، المجلد 3، العدد: 2، 2015.
- 19- عياش زبير، عباس سمية، الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة وتطوير البنوك الجزائرية، **مجلة العلوم الإنسانية**، المجلد أ، العدد: 46، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، ديسمبر 2016.

- 20- قاسم سامر، تأثير تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية - دراسة ميدانية في مصرف التجاري باللاذقية -، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية - سلسلة العلوم الاقتصادية والعلوم القانونية، المجلد 37، العدد: 2، 2015/4/16.
- 21- ليازيد وهيبه، تأثير التسويق الالكتروني في جودة الخدمات المصرفية- دراسة تحليلية مقارنة بين المصارف العامة والخاصة في الجزائر، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، جامعة معسكر الجزائر، المجلد 18، العدد: 4، 2014/11/12.
- 22- محمد هداش جمال، متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية ومعوقاتها في المصارف العراقية - دراسة تطبيقية في عدد من فروع المصارف الأهلية والحكومية -، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة تكريت، المجلد 11، العدد: 32، 2015.
- 23- مصطفى سامر، بدران علو رهنف، أثر الخدمات المصرفية الالكترونية على جودة الخدمة - دراسة تطبيقية-، مجلة الإدارة والاقتصاد، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة دمشق، المجلد 36، العدد: 95، 2012 /6/21.
- 24- مولوج كمال، طلحة محمد، الصيرفة الالكترونية وتأثيرها على جودة الخدمة المصرفية، الملتقى العملي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية الجزائرية،- عرض تجارب دولية-، يومي 26- 2011/4/27، جامعة المدية، جامعة بجاية.
- 25- الموسوي عباس نوار كحيط، الأثر الاستراتيجي للمصارف الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية وتحقيق المزايا التنافسية، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة واسط، العدد: 16، 2014.
- 26- نصر حمود مزنان فهد، إمكانات التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية، مجلة كلية الإدارة و الاقتصاد، العدد 4، 2011.
- 27- هاجر محمد الملك، الطاهر محمد أحمد علي، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضا العميل - دراسة ميدانية على بنك الصادرات-، مجلة العلوم الاقتصادية، المجلد: V (1) OLUME17، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، سنة 2016.

28- ياسين خيضر أسماء، أحمد صبحي جميل، مظاهر استخدام الصيرفة الإلكترونية في العراق دراسة حالة على مجموعة من المصارف التجارية في بغداد، المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، المجلد 12، العدد: 41، 2014.

الأعمال والملتقيات العلمية:

1- حسين رحيم، معراج هواربي، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، أعمال الملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي- واقع وتحديات-، المركز الجامعي- برج بوعريش-، جامعة الأغواط.

2- رباح عبد الغني، غردة نور الدين، مداخله بعنوان: تطبيق أنظمة الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع والآفاق، المؤتمر الدولي العلمي حول: إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، قسم: علوم التسيير، كلية الحقوق العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، بدون تاريخ.

3- سعدون ثائر محمد، دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف الخاصة- دراسة تطبيقية في مصرف الشرق الأوسط العراقي للاستثمارات-، المؤتمر العلمي الدولي الثاني لجامعة جيهان-أربيل في العلوم الإدارية والمالية، يومي: 27-28 حزيران، 2018.

المراجع بالأجنبية:

المذكرات:

- ✓ Chencheh Oussama , **Les déterminations de l'adoption du E- Banking par les institutions financières et la clientèle organisationnell. Et son impact sur l'approche relationnelle: cas de l'Internet- Banking en Tunisie**, mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en administration des affaires, université du Québec A montréal, Juillet 2011
- ✓ Mehdi Khedem Mohammed, **l'adoption des système d'information "l'utilisation de l'e-banking dans le contexte algérien"**, mémoire présentée pour l'obtention d'un diplôme de magister en sciences de gestion option " système d'information et communication dans les entreprises", université Abdou bakr belkaid telemcen,,année universitaire:2015-2016.

المجلات:

- ✓ Al-Habil Wasim Ibrahim, The Impact of the Quality of Ba heir Employees, **International Journal of Engineering and Information Systems (IJEAIS)**, vol 1, Issue nking Services on Improving the Marketing Performance of Banks in Gaza Governorates from the Point of View of T 7.
- ✓ Attia AL Zahrani Abdullah, Ahmad AL Zahrani, THE IMPCT OF E-BQNING ON EMPLOYEES JOB SECURITY AN EMPIRICAL STUDY ON SAUDI NATIONAL BANKS, **Intenational journal of Commerce and Management**, United kingdom, Vol 111, Issue3, March2015
- ✓ E.chaniopouko Loannis, Branch employees perception toward implication of e-banking in Greece, **article in intentional journal of Retail & distribution management**, volume 32, number: 6,June 2004
- ✓ Ghanmri Nayef salah, Positive and negative effects of using electronic banking on customers and small entrepreneurs: An exploratory study in the western region of Saudi Arabia, **Business and economic research**, vol 7, no: 2, 2017.
- ✓ Jagdeep Singh, Jyotsna Sharma, The Impact of E-banking on Service

A Case study of selected Of Punjab, **International Journal of:Quality Management Studies**, ,vol 2,issue ,no 2, India, April 2018 .

- ✓ Joseph Mathew, ct-al, service quality in the banking sector : the impact of technology on service delivery,**international journal of bank marketing, MCB university press**,17-4-1999.
- ✓ Khatteb Ishraga, **The effect of E-Banking Channels on Employees daily Activities and workloead**, Banking impact Financial Studies, Issue No: 34,July 2019.
- ✓ Loay salhie, ct- al, the assessment of e-banking readiness in Jordanm, **.international journal of Islamic and middle esteem finance**, School of management and logistic science German Jordanian.vol 4,no: 4, 211. .
- ✓ Miran Ismail Hussien, Rasha El Aziz , Investigqting e- bqning service quality in one of Egypt s banks: a stakeholder analysis, **journal the ToM**,vol 25, No: 5, 20
- ✓ Musa Ibrahim Hussein ct-al, Antecedents and adoption of e-banking in bang performance: the perspective of private bank employees, **interdisciplinary journal of information, knowledge, and management**, volume 13, 2018.

- ✓ Sri Mukstar, Attitude of banking employees towards e-banking, **international Conference on Recent Tends in Technology and its Impact on Economy of India**" 24 October 2017.
- ✓ Ghanc Soheila Ghane et-al, Full Relationship Among e-satisfaction, e-Trust, e-service Quality, and e-loyalty: The case if Iran e-banking, **Journal of theoretical and Applied Information Technology**, vol 33,n:o1,Iran,2011..
- ✓ Wasim I op- cit, al habilwakaru; the impact of quality of banking services on improving the marketing performance of Banks in gazaGovnoratesfrom the point of view of theiremployées ,International journal of engineering and information systems,university, Gaz,Palestinevol 1. Issue 7, september:2017.

المؤتمرات:

- ✓ Joseph funsho omonaiye et-al, Ability and hurdle to provide banking online service: A case study of banking employees in Nigeria, 2015 IEEE **2nd International Conference on Cyber Security and Cloud Computing**.

الملتقيات:

- ✓ khanifar Hosein et-al, Factors influencing the intendancy of e-banking: An integration of TAM & TPB e-service quality, **Elixir Fin. Mgmt. 46 (2012) 8072-8079**, Article history 5 march 2012.

المواقع الالكترونية:

- ✓ www.trustebank.dz.

الملاحق

الملحق رقم 1: يمثل استمارة الاستبيان موجها لموظفين البنوك محل الدراسة

أخي الموظف

أختي الموظفة

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

في إطار إعداد مذكرة الماستر في تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي نضع بين أيديكم هذه الاستمارة، وهي مخصصة لإجراء بحث علمي عن الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمة المصرفية وكالة الوادي، والإجابة عليها بشكل صحيح ودقيق وهذا خدمة للبحث العلمي والتي سيكون لها الأثر الكبير في النتائج المتوصل إليها، وتهدف الدراسة إلى معرفة مدى فعالية الصيرفة الإلكترونية والتحسين في جودة الخدمة المصرفية المقدمة من قبل بنكم، كما يرجى منكم اختيار الحقل الذي يتوافق مع آرائكم وسيتم التعامل مع إجاباتكم بسرية تامة، ولن نستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

شاكرين تعاونكم معنا مع التقدير

طالبات البحث:

حوفار لبنى

حماني وردة

سويسي رندة

المحور الأول: معلومات تعريفية "شخصية"

1-البنك:.....

2- الجنس:

ذكر () أنثى ()

3-العمر:

أقل من 25 سنة () من 25 إلى 35 سنة ()

من 35 إلى 45 سنة () من 45 إلى 55 سنة ()

55 سنة فما فوق ()

4-المستوى التعليمي:

ثانوي () جامعي () شهادة مهنية ()

ليسانس () دراسات عليا ()

5-عدد سنوات العمل بالبنك:

من سنة إلى 5 سنوات () من 6 إلى 10 سنوات ()

من 11 إلى 15 سنة () أكثر من 15 سنة ()

6- المركز الوظيفي بالبنك:

مدير () رئيس مصلحة () موظف () محاسب ()

غير موافق	محايد	موافق	مضمون العبارات	الرقم	البعد
			يمكن الصراف الآلي من التعرف على الرصيد بالحساب للزبائن	1	الصراف الآلي: هو

المحور الثاني: آراء الموظفين حول توفر مظاهر الصيرفة بالبنك

			بالإمكان سحب الأموال من جهاز الصراف الآلي	2	عبارة عن جهاز يسمح
			الصراف الآلي تقنية لتحويل الأموال	3	للعمل بالقيام بجميع مختلف المعاملات المالية كالإيداع، السحب أو التحويل
			توفر الصيرفة المنزلية للبنك القيام بجميع خدماته بواسطة الحاسوب	1	الصيرفة المنزلية: هي قيام المصرف بربط الحاسوب الشخصي للزبون بنظام الحاسوب
			المنزلية تسمح بالتفاعل ومعرفة آراء الزبائن الصيرفة	2	الآلي للمصرف من أجل القيام بمختلف المعاملات المالية
			تقنية الصيرفة المنزلية تحوز على ثقة الزبائن	3	
			يقوم البنك بإمداد العميل بمختلف المعاملات التي أجريت على حسابه من Sms خلال رسالة	1	الصيرفة عبر الهاتف
			تستوجب الصيرفة عبر الهاتف إدخال الرقم سري	2	
			تمكن الصيرفة عبر الهاتف بالتزود بالمعلومات الخاصة بالحسابات المصرفية	3	
			يمكن إجراء المعاملات المالية من خلال موقع البنك الإلكتروني	1	الصيرفة عبر الانترنت: وتسمح هذه الخدمة للزبائن القيام بالمعاملات المالية من خلال الدخول إلى الصفحة الإلكترونية التي تشغلها المؤسسة المصرفية عبر الانترنت من أي مكان وفي أي وقت
			تمكن تقنية الصيرفة عبر الانترنت من تقليل التكاليف، الوقت، الجهد	2	
			الموقع الإلكتروني للبنك يتيح مقابلة موظفيه من خلال شاشات الكمبيوتر	3	
			موقع البنك موقع معلوماتي (يقدم معلومات كافية)	1	أنماط الصيرفة الإلكترونية

	2	موقع البنك موقع تبادلي (يسمح للزبون بالدخول إلى حسابه عن بعد)		
	3	موقع البنك موقع اتصالي (يسمح للزبون بتقديم اقتراحات)		

المحور الثالث: آراء الموظفين حول توفر أبعاد جودة الخدمة المصرفية في البنك

العدد	الرقم	مضمون العبارات	موافق	محايد	غير موافق
الاعتمادية: وهي القدرة على الوفاء والالتزام بتقديم الخدمة بالاعتماد على الدقة والثبات	1	تمتلك إدارة مصرفكم سجلات دقيقة يمكن الرجوع إليها بسرعة			
	2	مواعيد العمل في المصرف تتلاءم مع حاجات الزبائن			
	3	إدارتكم تمتلك القدرة في تقديم الخدمات ومعالجتها في الوقت الذي يطلبه العميل			
الاستجابة: تهتم برغبة العاملين واستعدادهم في تقديم الخدمة إذ تشمل زمن أداء الخدمة	1	رغم انشغالكم بتقديم الخدمات إلا أن هناك استجابة فورية في تلبية طلبات الزبائن			
	2	خدماتكم تقدم في أوقاتها المحددة			
	3	لديكم رغبة شديدة في مساعدة الزبائن وتسهيل الحصول على الخدمة المصرفية			
التعاطف: يعني بذل المزيد من الجهد لتفهم حاجات الزبون	1	تعاطف إدارة المصرف مع الزبائن عند تقديمهم للشكاوي			
	2	تعمل إدارة المصرف على تكوين علاقة طيبة مع الزبائن			
	3	تتفهمون حاجات ورغبات الزبائن بدقة وموضوعية			
الثقة والمصداقية: تتمثل بدرجة الثقة والأمان بمقدم الخدمة	1	تتوفر لديكم المصداقية في أداء العمل			
	2	مصرفكم في معاملاته مع الزبائن يتمتع بالثقة والعدالة والوضوح في تقديم الخدمات			
	3	تسعى إدارة مصرفكم لجعل الزبائن يشعرون بالأمان عند تعاملهم مع المصرف			
الملموسية: وتمثل الجوانب الملموسة والمتعلقة بالخدمة مثل: المباني، المصارف والتقنيات المستخدمة	1	يبذل البنك جهوداً ملموسة لتعليم العميل بالخدمة			
	2	تسعى إدارة المصرف على توفير الراحة للزبائن			
	3	لإدارة المصرف معدات وأجهزة حديثة (الصراف الآلي، المقاصة الإلكترونية... الخ) في إنجاز خدماتها المصرفية			

					والتسهيلات المقدمة
--	--	--	--	--	--------------------

المحور الرابع: آراء الموظفين حول مساهمة الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية

الرقم	مضمون العبارات	موافق	محايد	غير موافق
1	المعلومات المتواجدة في موقعكم الإلكتروني عن الخدمات واضحة وصادقة			
2	يزود البنك عملائه برسائل دائمة عن الخدمات المتوفرة			
3	يوفر البنك لعملائه خدمة البنوك الهاتفية			
4	يوفر البنك لعملائه خدمة بنوك الانترنت			
5	يوفر لعملائه البنك خدمة الصيرفة المنزلية			
6	يعطي البنك ردود سريعة على طلبات العملاء عن طريق البريد الإلكتروني			
7	يتمتع المصرف باستخدام قنوات جديدة ومتطورة (الصراف الآلي، الانترنت المصرفي، المقاصة الإلكترونية) في تقديم الخدمة المصرفية			
8	يدرك مصرفكم أن التعامل بالوسائط الإلكترونية (قنوات الصيرفة الإلكترونية) وسيلة جيدة ومهمة لجذب العملاء			
9	تمتاز قنوات الصيرفة الإلكترونية بالسهولة والانتظام في تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية			
10	تساهم الصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمات والتقليل من المخاطر مثل: ضياع الوثائق			
11	أدى التعامل بالصيرفة الإلكترونية إلى الدقة بالمعلومات الخاصة بأي خدمة مثل: العمولة، مبلغ العملية			
12	الصراف الآلي الموجود لديكم يقلل من الجهود المبذولة في تقديم الخدمة			

الملحق رقم 2: حساب ألفا كرونباخ للمحور الثاني والثالث والرابع

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
-------------------	-------------------

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.757	15

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.690	15

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.845	12

الملحق رقم 3: حساب التكررات وبعض مقاييس النزعة المركزية لمفردات العينة

اسم البنك

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	bank cenp	4	13.3	13.8	13.8
	bank bea	10	33.3	34.5	48.3
	bank barka	7	23.3	24.1	72.4
	bank badr	6	20.0	20.7	93.1
	bank trust	2	6.7	6.9	100.0
	Total	29	96.7	100.0	
Manquante	Système manquant	1	3.3		
	Total	30	100.0		

الجنس

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	27	90.0	93.1	93.1
	أنثى	2	6.7	6.9	100.0
	Total	29	96.7	100.0	
Manquante	Système manquant	1	3.3		
	Total	30	100.0		

العمر

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	من 25 إلى 35	14	46.7	48.3	48.3
	من 35 إلى 45	12	40.0	41.4	89.7
	من 45 إلى 55 سنة	2	6.7	6.9	96.6
	55 سنة فما فوق	1	3.3	3.4	100.0
	Total	29	96.7	100.0	
Manquante	Système manquant	1	3.3		
	Total	30	100.0		

المستوى التعليمي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
Valide ثانوي	2	6.7	6.9	6.9
شهادة مهنية	1	3.3	3.4	10.3
جامعي	10	33.3	34.5	44.8
ليسانس	7	23.3	24.1	69.0
دراسات عليا	9	30.0	31.0	100.0
Total	29	96.7	100.0	
Manquante Systèmemanquant	1	3.3		
Total	30	100.0		

سنوات التعامل بالبنك

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide من سنة إلى 5 سنوات	11	36.7	37.9	37.9
من 6 سنوات إلى 10	9	30.0	31.0	69.0
من 11 سنة إلى 15 سنة	3	10.0	10.3	79.3
أكثر من 15 سنة	6	20.0	20.7	100.0
Total	29	96.7	100.0	
Manquante Systèmemanquant	1	3.3		
Total	30	100.0		

الملحق رقم 3: حساب التكررات والنسب المؤوية لسلم لكيرت الثلاثي

يمكن الصراف الآلي من التعرف على الرصيد بالحساب للزبائن

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
موافق	23	79.3	79.3	79.3
محايد	4	13.8	13.8	93.1
غير موافق	2	6.9	6.9	100.0

Total	29	100.0	100.0	
-------	----	-------	-------	--

بالإمكان سحب الأموال من جهاز الصراف الآلي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide موافق	29	100.0	100.0	100.0

الصراف الآلي تقنية لتحويل الأموال

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide موافق	13	44.8	44.8	44.8
محاييد	5	17.2	17.2	62.1
غير موافق	11	37.9	37.9	100.0
Total	29	100.0	100.0	

توفر الصيرفة المنزلية للبنك القيام بجميع خدماته بواسطة الحاسوب

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide موافق	17	58.6	58.6	58.6
محاييد	3	10.3	10.3	69.0
غير موافق	9	31.0	31.0	100.0
Total	29	100.0	100.0	

الصيرفة المنزلية تسمح بالتفاعل ومعرفة آراء الزبائن

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide موافق	11	37.9	37.9	37.9
محاييد	11	37.9	37.9	75.9
غير موافق	7	24.1	24.1	100.0
Total	29	100.0	100.0	

تقنية الصيرفة المنزلية تحوز على ثقة الزبائن

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
--	-----------	-------------	--------------------	--------------------

Valide	موافق	15	51.7	51.7	51.7
	محايد	6	20.7	20.7	72.4
	غير موافق	8	27.6	27.6	100.0
Total		29	100.0	100.0	

يقوم البنك بإمداد العميل بمختلف المعاملات التي أجريت على حسابه من خلال رسالة sms

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق	22	75.9	75.9
	محايد	4	13.8	89.7
	غير موافق	3	10.3	100.0
Total		29	100.0	100.0

تستوجب الصيرفة عبر الهاتف إدخال الرقم سري

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق	20	69.0	69.0
	محايد	5	17.2	86.2
	غير موافق	4	13.8	100.0
Total		29	100.0	100.0

يمكن الصيرفة عبر الهاتف بالتزود بالمعلومات الخاصة بالحسابات المصرفية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق	21	72.4	72.4
	محايد	4	13.8	86.2
	غير موافق	4	13.8	100.0
Total		29	100.0	100.0

يمكن إجراء المعاملات المالية من خلال موقع البنك الإلكتروني

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق	19	65.5	65.5

محايد	4	13.8	13.8	79.3
غير موافق	6	20.7	20.7	100.0
Total	29	100.0	100.0	

تمكن تقنية الصيرفة عبر الانترنت من تقليل التكاليف، الوقت، الجهد

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide موافق	28	96.6	96.6	96.6
محايد	1	3.4	3.4	100.0
Total	29	100.0	100.0	

الموقع الإلكتروني للبنك يتيح مقابلة موظفيه من خلال شاشات الكمبيوتر

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage Cumuli
Valide موافق	8	27.6	27.6	27.6
محايد	4	13.8	13.8	41.4
غير موافق	17	58.6	58.6	100.0
Total	29	100.0	100.0	

موقع البنك موقع معلوماتي (يقدم معلومات كافية)

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
Valide موافق	20	69.0	69.0	69.0
محايد	8	27.6	27.6	96.6
غير موافق	1	3.4	3.4	100.0
Total	29	100.0	100.0	

موقع البنك موقع تبادلي (يسمح للزبون بالدخول إلى حسابه عن بعد)

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide موافق	22	75.9	75.9	75.9

محايد	1	3.4	3.4	79.3
غير موافق	6	20.7	20.7	100.0
Total	29	100.0	100.0	

موقع البنك موقع اتصالي (يسمح للزبون بتقديم اقتراحات)

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
موافق Valide	13	44.8	44.8	44.8
محايد	4	13.8	13.8	58.6
غير موافق	12	41.4	41.4	100.0
Total	29	100.0	100.0	

تمتلك إدارة مصرفكم سجلات دقيقة يمكن الرجوع إليها بسرعة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
موافق Valide	25	86.2	86.2	86.2
محايد	2	6.9	6.9	93.1
غير موافق	2	6.9	6.9	100.0
Total	29	100.0	100.0	

مواعيد العمل في المصرف تتلاءم مع حاجات الزبائن

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
موافق Valide	21	72.4	72.4	72.4
محايد	7	24.1	24.1	96.6
غير موافق	1	3.4	3.4	100.0
Total	29	100.0	100.0	

إدارتكم تمتلك القدرة في تقديم الخدمات ومعالجتها في الوقت الذي يطلبه العميل

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
--	-----------	-------------	--------------------	--------------------

Valide	موافق	18	62.1	62.1	62.1
	محايد	9	31.0	31.0	93.1
	غير موافق	2	6.9	6.9	100.0
	Total	29	100.0	100.0	

رغم انشغالك بتقديم الخدمات إلا أن هناك استجابة فورية في تلبية طلبات الزبائن

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
Valide	موافق	21	72.4	72.4
	محايد	6	20.7	93.1
	غير موافق	2	6.9	100.0
	Total	29	100.0	

خدماتكم تقدم في أوقاتها المحددة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق	23	79.3	79.3
	محايد	5	17.2	96.6
	غير موافق	1	3.4	100.0
	Total	29	100.0	

لديكم رغبة شديدة في مساعدة الزبائن وتسهيل الحصول على الخدمة المصرفية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق	28	96.6	96.6
	محايد	1	3.4	100.0
	Total	29	100.0	

تتعاطف إدارة المصرف مع الزبائن عند تقديمهم للشكاوي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
Valide	موافق	19	65.5	65.5

محايد	8	27.6	27.6	93.1
غير موافق	2	6.9	6.9	100.0
Total	29	100.0	100.0	

تعمل إدارة المصرف على تكوين علاقة طيبة مع الزبائن

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide موافق	27	93.1	93.1	93.1
محايد	2	6.9	6.9	100.0
Total	29	100.0	100.0	

تتفهمون حاجات ورغبات الزبائن بدقة وموضوعية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide موافق	25	86.2	86.2	86.2
محايد	4	13.8	13.8	100.0
Total	29	100.0	100.0	

تتوفر لديكم المصداقية في أداء العمل

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide موافق	27	93.1	93.1	93.1
محايد	2	6.9	6.9	100.0
Total	29	100.0	100.0	

مصرفكم في معاملاته مع الزبائن يتمتع بالثقة والعدالة والوضوح في تقديم الخدمات

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide موافق	26	89.7	89.7	89.7
محايد	3	10.3	10.3	100.0
Total	29	100.0	100.0	

تسعى إدارة مصرفكم لجعل الزبائن يشعرون بالأمان عند تعاملهم مع المصرف

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentagecu mulé
Valide موافق	27	93.1	93.1	93.1
محاييد	2	6.9	6.9	100.0
Total	29	100.0	100.0	

يبدل البنك جهودا ملموسة لتعليم العميل بالخدمة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentage cumulé
Valide موافق	19	65.5	65.5	65.5
محاييد	10	34.5	34.5	100.0
Total	29	100.0	100.0	

تسعى إدارة المصرف على توفير الراحة للزبائن

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentage cumuli
Valide موافق	26	89.7	89.7	89.7
محاييد	3	10.3	10.3	100.0
Total	29	100.0	100.0	

المعلومات المتواجدة في موقعكم الإلكتروني عن الخدمات واضحة وصادقة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentage cumulé
Valide موافق	18	62.1	62.1	62.1
محاييد	9	31.0	31.0	93.1
غير موافق	2	6.9	6.9	100.0
Total	29	100.0	100.0	

يزود البنك عملائه برسائل دائمة عن الخدمات المتوفرة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentagecu mulé
Valide موافق	13	44.8	44.8	44.8
محاييد	11	37.9	37.9	82.8
غير موافق	5	17.2	17.2	100.0
Total	29	100.0	100.0	

يوفر البنك لعملائه خدمة البنوك الهاتفية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentagecu mulé
Valide موافق	10	34.5	34.5	34.5
محاييد	12	41.4	41.4	75.9
غير موافق	7	24.1	24.1	100.0
Total	29	100.0	100.0	

يوفر البنك لعملائه خدمة بنوك الانترنت

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentagecu mulé
Valide موافق	20	69.0	69.0	69.0
محاييد	5	17.2	17.2	86.2
غير موافق	4	13.8	13.8	100.0
Total	29	100.0	100.0	

يوفر لعملائه البنك خدمة الصيرفة المنزلية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentage cumuli
Valide موافق	15	51.7	51.7	51.7
محاييد	8	27.6	27.6	79.3
غير موافق	6	20.7	20.7	100.0
Total	29	100.0	100.0	

يعطي البنك ردود سريعة على طلبات العملاء عن طريق البريد الإلكتروني

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentage cumuli
Valide موافق	11	37.9	37.9	37.9
محاييد	11	37.9	37.9	75.9
غير موافق	7	24.1	24.1	100.0

يعطي البنك ردود سريعة على طلبات العملاء عن طريق البريد الإلكتروني

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentage cumuli
Valide موافق	11	37.9	37.9	37.9
محاييد	11	37.9	37.9	75.9
غير موافق	7	24.1	24.1	100.0
Total	29	100.0	100.0	

يتمتع المصرف باستخدام قنوات جديدة ومتطورة (الصراف الآلي، الانترنت المصرفي، المقاصة الإلكترونية) في تقديم الخدمة المصرفية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentagecu mulé
Valide موافق	23	79.3	79.3	79.3
محاييد	3	10.3	10.3	89.7
غير موافق	3	10.3	10.3	100.0
Total	29	100.0	100.0	

يدرك مصرفكم أن التعامل بالوسائط الإلكترونية (القنوات الصيرفة الإلكترونية) وسيلة جيدة ومهمة لجذب العملاء

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentagecu mulé
Valide موافق	25	86.2	86.2	86.2
محاييد	2	6.9	6.9	93.1
غير موافق	2	6.9	6.9	100.0

يدرك مصرفكم أن التعامل بالوسائط الإلكترونية (القنوات الصيرفة الإلكترونية) وسيلة جيدة ومهمة لجذب العملاء

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentagecu mulé
Valide موافق	25	86.2	86.2	86.2
محاييد	2	6.9	6.9	93.1
غير موافق	2	6.9	6.9	100.0
Total	29	100.0	100.0	

تمتاز قنوات الصيرفة الإلكترونية بالسهولة والانتظام في تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentagecu mulé
Valide موافق	18	62.1	62.1	62.1
محاييد	7	24.1	24.1	86.2
غير موافق	4	13.8	13.8	100.0
Total	29	100.0	100.0	

تساهم الصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمات والتقليل من المخاطر مثل: ضياع الوثائق

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentage cumuli
Valide موافق	27	93.1	93.1	93.1
محاييد	1	3.4	3.4	96.6
غير موافق	1	3.4	3.4	100.0
Total	29	100.0	100.0	

أدى التعامل بالصيرفة الإلكترونية إلى الدقة بالمعلومات الخاصة بأي خدمة مثل: العمولة، مبلغ العملية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentagecu mulé
Valide موافق	24	82.8	82.8	82.8
محاييد	5	17.2	17.2	100.0
Total	29	100.0	100.0	

الصراف الآلي الموجود لديكم يقلل من الجهود المبذولة في تقديم الخدمة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentagevali de	Pourcentagecu mulé
Valide موافق	24	82.8	82.8	82.8
محاييد	2	6.9	6.9	89.7
غير موافق	3	10.3	10.3	100.0
Total	29	100.0	100.0	

الملحق رقم 4: حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل إجابات أسئلة الاستبيان

Statistiques descriptive

	N	Moyenne	Ecart type
يمكن الصراف الآلي من التعرف على الرصيد بالحساب للزبائن	29	1.28	.591
بالإمكان سحب الأموال من جهاز الصراف الآلي	29	1.00	.000

الصراف الآلي تقنية لتحويل الأموال	29	1.93	.923
توفر الصيرفة المنزلية للبنك القيام بجميع خدماته بواسطة الحاسوب	29	1.72	.922
الصيرفة المنزلية تسمح بالتفاعل ومعرفة آراء الزبائن	29	1.86	.789
تقنية الصيرفة المنزلية تحوز على ثقة الزبائن	29	1.76	.872
يقوم البنك بإمداد العميل بمختلف المعاملات التي أجريت على حسابه من خلال رسالة Sms	29	1.34	.670
تستوجب الصيرفة عبر الهاتف إدخال رقم سري	29	1.45	.736
تمكن الصيرفة عبر الهاتف بالتزود بالمعلومات الخاصة بالحسابات المصرفية	29	1.41	.733
يمكن إجراء المعاملات المالية من خلال موقع البنك الإلكتروني	29	1.55	.827
تمكن تقنية الصيرفة عبر الانترنت من تقليل التكاليف، الوقت، الجهد	29	1.03	.186

الموقع الإلكتروني للبنك يتيح مقابلة موظفيه من خلال شاشات الكمبيوتر	29	2.31	.891
موقع البنك موقع معلوماتي (يقدم معلومات كافية)	29	1.34	.553
موقع البنك موقع تبادلي (يسمح للزبون بالدخول إلى حسابه عن بعد)	29	1.45	.827
موقع البنك موقع اتصالي (يسمح للزبون بتقديم اقتراحات)	29	1.97	.944
تمتلك إدارة مصرفكم سجلات دقيقة يمكن الرجوع إليها بسرعة	29	1.21	.559
مواعيد العمل في المصرف تتلاءم مع حاجات الزبائن	29	1.31	.541
إدارتكم تمتلك القدرة في تقديم الخدمات ومعالجتها في الوقت الذي يطلبه العميل	29	1.45	.632
رغم انشغالك بتقديم الخدمات إلا أن هناك استجابة فورية في تلبية طلبات الزبائن	29	1.34	.614

خدماتكم تقدم في أوقاتها المحددة	29	1.24	.511
لديكم رغبة شديدة في مساعدة الزبائن وتسهيل الحصول على الخدمة المصرفية	29	1.03	.186
تتعاطف إدارة المصرف مع الزبائن عند تقديمهم للشكاوي	29	1.41	.628
تعمل إدارة المصرف على تكوين علاقة طيبة مع الزبائن	29	1.07	.258
تتفهمون حاجات ورغبات الزبائن بدقة وموضوعية	29	1.14	.351
تتوفر لديكم المصداقية في أداء العمل	29	1.07	.258
مصرفكم في معاملاته مع الزبائن يتمتع بالثقة والعدالة والوضوح في تقديم الخدمات	29	1.10	.310
تسعى إدارة مصرفكم لجعل الزبائن يشعرون بالأمان عند تعاملهم مع المصرف	29	1.07	.258
يبدل البنك جهودا ملموسة لتعليم العميل بالخدمة	29	1.34	.484

تسعى إدارة المصرف على توفير الراحة للزبائن	29	1.10	.310
لإدارة المصرف معدات وأجهزة حديثة (الصراف الآلي، المقاصة الإلكترونية... إلخ) في إنجاز خدماتها المصرفية	29	1.21	.491
المعلومات المتواجدة في موقعكم الإلكتروني عن الخدمات واضحة وصادقة	29	1.45	.632
يزود البنك عملائه برسائل دائمة عن الخدمات المتوفرة	29	1.72	.751
يوفر البنك لعملائه خدمة البنوك الهاتفية	29	1.90	.772
يوفر البنك لعملائه خدمة بنوك الانترنت	29	1.45	.736
يوفر لعملائه البنك خدمة الصيرفة المنزلية	29	1.69	.806
يعطي البنك ردود سريعة على طلبات العملاء عن طريق البريد الإلكتروني	29	1.86	.789

يتمتع المصرف باستخدام قنوات جديدة ومتطورة (الصراف الآلي، الانترنت المصرفي، المقاصة الإلكترونية) في تقديم الخدمة المصرفية	29	1.31	.660
يدرك مصرفكم أن التعامل بالوسائط الإلكترونية (القنوات الصيرفة الإلكترونية) وسيلة جيدة ومهمة لجذب العملاء	29	1.21	.559
تمتاز قنوات الصيرفة الإلكترونية بالسهولة والانتظام في تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية	29	1.52	.738
تساهم الصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمات والتقليل من المخاطر مثل: ضياع الوثائق	29	1.10	.409
أدى التعامل بالصيرفة الإلكترونية إلى الدقة بالمعلومات الخاصة بأي خدمة مثل: العمولة، مبلغ العملية	29	1.17	.384
الصراف الآلي الموجود لديكم يقلل من الجهود المبذولة في تقديم الخدمة	29	1.28	.649
Nvalide (listwise)	29		

الملحق رقم 5: حساب معامل الارتباط

Corrélations

	الصيرفة الالكترونية	أبعاد الجودة
Corrélation de Pearson	1	.376*
Sig. (bilatérale)		.044
N	29	29
Corrélation de Pearson	.376*	1
Sig. (bilatérale)	.044	
N	29	29

*. La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

Collérations

	الصراف الآلي	أبعاد الجودة
Corrélation de Pearson	1	.161
Sig. (bilatérale)		.403
N	29	29
Corrélation de Pearson	.161	1
Sig. (bilatérale)	.403	
N	29	29

Corrélations

	الصيرفة المنزلية	أبعاد الجودة
Corrélation de Pearson	1	.106
Sig. (bilatérale)		.585
N	29	29
Corrélation de Pearson	.106	1
Sig. (bilatérale)	.585	

Corrélations

	الصيرفة المنزلية	أبعاد الجودة
الصيرفة المنزلية	1	.106
Corrélation de Pearson		
Sig. (bilatérale)		.585
N	29	29
أبعاد الجودة	.106	1
Corrélation de Pearson		
Sig. (bilatérale)	.585	
N	29	29

Corrélations

	أبعاد الجودة	الصيرفة عبر الهاتف
أبعاد الجودة	1	.613**
Corrélation de Pearson		
Sig. (bilatérale)		.000
N	29	29
الصيرفة عبر الهاتف	.613**	1
Corrélation de Pearson		
Sig. (bilatérale)	.000	
N	29	29

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

	أبعاد الجودة	الصيرفة عبر الهاتف
أبعاد الجودة	1	.613**
Corrélation de Pearson		
Sig. (bilatérale)		.000
N	29	29
الصيرفة عبر الهاتف	.613**	1
Corrélation de Pearson		
Sig. (bilatérale)	.000	
N	29	29

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

	أنماط الصيرفة الإلكترونية	أبعاد الجودة
أبعاد الجودة	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	1 29
أنماط الصيرفة الإلكترونية	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	.322 .089 29

الملحق رقم 6: حساب معامل التحديد

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deuxajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.376 ^a	.142	.110	.33561

a. Valeursprédites : (constantes), أبعاد الجودة

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deuxajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.161 ^a	.026	-.010-	.41397

a. Valeursprédites : (constantes), أبعاد الجودة

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deuxajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.106 ^a	.011	-.025-	.62028

a. Valeursprédites : (constantes), أبعاد الجودة

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deuxajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.613 ^a	.376	.353	.37504

a. Valeursprédites : (constantes), أبعاد الجودة

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deuxajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.194 ^a	.038	.002	.46535

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deuxajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.194 ^a	.038	.002	.46535

a. Valeursprédites : (constantes), أبعاد الجودة

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deuxajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.322 ^a	.104	.070	.48328

a. Valeursprédites : (constantes), أبعاد الجودة

الملحق رقم 7: حساب معاملات العلاقة الخطية

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardizes		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	.735	.397		1.853	.075
أبعاد الجودة	.685	.324	.376	2.110	.044

a. Variable dépendante : الصيرفة الإلكترونية

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardizes		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	.992	.489		2.027	.053
أبعاد الجودة	.340	.400	.161	.850	.403

a. Variable dépendante : الصرافة الآلي

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardizes		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	1.381	.733		1.885	.070
أبعاد الجودة	.332	.600	.106	.553	.585

a. Variable dépendante : الصيرفة المنزلية

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardizes		Coefficients standardizes	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	-.362	.443		-.817	.421
أبعاد الجودة	1.462	.363	.613	4.032	.000

a. Variable dépendante : الصيرفة عبر الهاتف

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardizes		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	1.073	.550		1.951	.061
أبعاد الجودة	.463	.450	.194	1.030	.312

a. Variable dépendante : الصيرفة عبر الانترنت

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardizes		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	.590	.571		1.034	.310
أبعاد الجودة	.825	.467	.322	1.766	.089

a. Variable dépendante : أنماط الصيرفة الإلكترونية

الملحق رقم 8: اختبار أثر العوامل الديمغرافية في المتغير التابع

ANOVA

البنك

	Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	17.026	8	2.128	2.050	.092
Intra-groupes	20.767	20	1.038		
Total	37.793	28			

ANOVA

الجنس

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	.862	8	.108	2.155	.078
Intra-groupes	1.000	20	.050		
Total	1.862	28			

ANOVA

العمر

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	4.152	8	.519	.837	.581
Intra-groupes	12.400	20	.620		
Total	16.552	28			

ANOVA

المستوى

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	18.857	8	2.357	2.436	.051
Intra-groupes	19.350	20	.968		
Total	38.207	28			

ANOVA

سنوات

	Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	10.182	8	1.273	.934	.511
Intra-groupes	27.267	20	1.363		
Total	37.448	28			

ANOVA

المركز

	Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	2.402	8	.300	.592	.773
Intra-groupes	10.150	20	.508		
Total	12.552	28			

