

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي
ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
الشعبة: العلوم الاقتصادية
التخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

الصيرفة الالكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمة
المصرفية - دراسة حالة.

تحت إشراف الأستاذ:

د. قعيد ابراهيم

إعداد الطلبة:

بومعزة علي

دندوقي منصف

العلوي ياسين

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
أ. د. عبد الجليل شليق	أستاذ محاضر أ	جامعة الشهيد حمه لخضر	رئيساً
د. قعيد ابراهيم	أستاذ التعليم العالي	جامعة الشهيد حمه لخضر	مشرفاً
د. عبد الله شكة	أستاذ مساعد ب	جامعة الشهيد حمه لخضر	مناقشاً

السنة الجامعية: 2024/2023

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي
ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
الشعبة: العلوم الاقتصادية
التخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

الصيرفة الالكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمة
المصرفية - دراسة حالة.

تحت إشراف الأستاذ:

د. قعيد ابراهيم

إعداد الطلبة:

بومعزة علي

دندوقي منصف

العلوي ياسين

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
أ. د. عبد الجليل شليق	أستاذ التعليم العالي	جامعة الشهيد حمه لخضر	رئيساً
د. قعيد ابراهيم	أستاذ التعليم العالي	جامعة الشهيد حمه لخضر	مشرفاً
د. عبد الله شكة	أستاذ التعليم العالي	جامعة الشهيد حمه لخضر	مناقشاً

السنة الجامعية: 2024/2023

الإهداء

احمد الله عز وجل على منه وعونه لإتمام هذا البحث
الى من تاهت الكلمات والحروف في وصفها والتي كانت سندا في حياتي وغمرتني بعطفها وكانت
دعواها لي بالتوفيق تتبعني خطوة بخطوة في عملي.
الى من ارتحت كلما تذكرت ابتسامتها في وجهي أمني الغالية أدام الله عليك الصحة والعافية
الى الذي وهبني كل ما يملك ويدفعني قدما نحو الامام لأحقق له امله وأتم فرحته أبي الغالي
الى التي كانت عوننا لي بحسها المعنوي والروحي كلما شعرت بالملل والضعف كانت هي مصدر العزم
والاسرار زوجتي الحبيبة
الي من قصرت في حقهم ة وأخذت من نصيبهم من الراحة والرعاية أغلى ما أملك في الوجود أولادي
وأحبائي ... رنيم وإكرام ... لإنجاز هذا العمل
أليك أستاذي الكريم على صبرك وتوجيهك وإشرافك كنت نعم المشرف نعم الأستاذ نعم الأخ
أخلاقك ولطفك وجودك وكرمك ...
الى كل الأصدقاء وزملاء الدفعة كانوا في أتم معنى الأخوة والمحبة
شكرا لكم جميعا شكرا لمن هو بداخلي وخانتي عبارات الوصف أو النسيان ودامكم الله برعايته والمزيد
من الأفراح والنجاحات

ياسين

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا

صدق الله العظيم

أهدي ثمرة جهدي:

إلى من حملتني وهنا ووضعتني وهنا الوالدة الكريمة أطل الله في عمرها إلى من نذر نفسه وحياته
كي أخط أول وآخر حرف إلى من علمني أن العلم سلاح والحياة عقيدة وجهاد وشجعني على
طلب العلم والمعرفة أبي العزيز "رحمه الله".

إلى من كانت لي سنداً وعوناً وتشجيعاً ودافعاً كبيراً زوجتي وحببتي الغالية

إلى فلذة كبدي أولادي عقبة، نضال وسوار

وإلى اخوتي وأخواتي وأبنائهم جميعاً

وإلى رفقاء الدرب الدراسي بجامعة الوادي

علاء

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا

صدق الله العظيم

أهدي ثمرة جهدي:

إلى من حملتني وهنا ووضعتني وهنا الوالدة الكريمة أطال الله في عمرها

إلى من نذر نفسه وحياته كي أخط أول وآخر حرف إلى من علمني أن العلم سلاح والحياة

عقيدة وجهاد وشجعتني على طلب العلم والمعرفة أبي العزيز.

وإلى اخوتي واخواتي وابنائهم جميعا

وإلى رفقاء الدرب الدراسي بجامعة الوادي

منصف

شكر وعرفان

قل رسول الله صلى الله عليه وسلم " من لم يشكر الناس لم يشكر الله "

صدق رسول الله صلى الله عليه وسلم

الحمد والشكر لله على إحسانه وتوفيقه ونشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له تعظيما لشأنه

ونشهد أن سيدنا ونبينا محمد عبده ورسوله الداعي إلى رضوانه صلى الله عليه وعلى صحبه

واتباعه وسلم

بعد الشكر لله سبحانه وتعالى على توفيقه لنا لإتمام هذا البحث المتواضع

نتوجه بالشكر الجزيل إلى من شرفنا بإشرافه الأستاذ الدكتور **قعيد براهيم** الذي لم ييخل علينا

بتوجيهاته العلمية التي لا تقدر بثمن، والتي ساهمت بشكل كبير في إتمام هذا العمل

جزاك الله كل خير

كما نتوجه بالشكر الجزيل إلى كل أساتذة قسم العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير وألى

كل من ساعدنا من قريب أو بعيد لإتمام هذا العمل

"ربي أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي أن أعمل صالحا ترضاه وأدخلني

برحمتك في عبادك الصالحين"

الملخص

المهدف من هذه الدراسة هو معرفة تأثير الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بتقوت، بحيث لم تكن أبعاد الصيرفة الإلكترونية (الصرافات الآلية، الصيرفة المنزلية، الصيرفة الهاتفية، الصيرفة عبر الإنترنت، الولوج الإلكتروني للصفحة) وأبعاد جودة الخدمات الملموسة، والموثوقية، والاستجابة، والأمان الخاطئ. ولمعالجة هذه الإشكالية، استخدمنا المنهج الوصفي المبني على دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتقوت، واستخدمنا استبيان حاد لجمع البيانات وقمنا بتحليل البيانات بالاعتماد على برنامج SPSS النسخة 26، من خلال العديد من الاختبارات الإحصائية. حصلنا على 90 استبيان صالح للدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها أن الصيرفة الإلكترونية لا تؤثر على جودة الخدمات من وجهة نظر زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية باستثناء الولوج للصفحة الإلكترونية مما أثر على جودة الخدمات.

الكلمات المفتاحية: الصيرفة الإلكترونية - جودة الخدمات - الخدمات البنكية الإلكترونية

Abstract

The aim of this study is to know the impact of e-banking on the quality of banking services of the Bank of Agriculture and Rural Development in TOUGGOURT, so that the dimensions of e-banking (ATMs, home banking, telephone banking, online banking, electronic access to the page) and the dimensions of tangible service quality, reliability, responsiveness, and false security were not. To address this problem, we used the descriptive approach based on a case study of the Bank of Agriculture and Rural Development in TOUGGOURT, and used a sharp questionnaire to collect data and analyzed the data using SPSS version 26, through several statistical tests. We obtained 90 valid questionnaires for the study.

The study reached a set of results, the most important of which is that e-banking does not affect the quality of services from the point of view of customers of the Bank of Agriculture and Rural Development except for access to the electronic page, which affected the quality of services.

Keywords: e-banking - quality of services - electronic banking services

فهرس المحتويات

I.....	الإهداء
II	الإهداء
III.....	الإهداء
IV	شكر وعرفان
V	الملخص
VI.....	فهرس المحتويات
IX.....	فهرس الجداول
XI.....	فهرس الأشكال
أ	مقدمة

الفصل الأول: الإطار النظري للصيرفة الالكترونية وجودة الخدمات

3.....	المبحث الأول : الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمات
3	المطلب الأول: الصيرفة الإلكترونية
3	الفرع الأول: نشأة ومفهوم الصيرفة الإلكترونية
5	الفرع الثاني: أنواع وأهداف الصيرفة الالكترونية
6	الفرع الثالث: خصائص الصيرفة الإلكترونية:
8	الفرع الرابع : مزايا وعيوب الصيرفة الإلكترونية
9	الفرع الخامس :خدمات الصيرفة الإلكترونية
11	المطلب الثاني: جودة الخدمات المصرفية
11	الفرع الأول: تعريف جودة الخدمة المصرفية :
11	الفرع الثاني : أبعاد جودة الخدمة المصرفية
12	الفرع الثالث: الخصائص الرئيسية لجودة الخدمة المصرفية:
13	المطلب الثالث: الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمات المصرفية
13	الفرع الأول: مختلف أدوات قياس جودة الخدمات المصرفية على الانترنت
13	الفرع الثاني: العلاقة بين جودة الخدمة والأعمال المصرفية عبر شبكة الانترنت
14	الفرع الثالث : تأثير مصارف الانترنت على سلوك العملاء وأداء المصارف

15	المبحث الثاني : الدراسات السابقة
15	المطلب الأول: الصيرفة الالكترونية
15	الفرع الأول : الدراسات باللغة العربية
17	الفرع الثاني: الدراسات الأجنبية
18	المطلب الثاني: جودة الخدمات
18	الفرع الأول : الدراسات باللغة العربية
20	الفرع الثاني: الدراسات الأجنبية
21	المطلب الثالث: الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمات
23	خلاصة الفصل :

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تقرت

25	تمهيد:
26	المبحث الأول: الطريقة والأدوات:
26	المطلب الأول: طريقة وأدوات الدراسة:
26	الفرع الأول : تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية
27	الفرع الثاني : أهداف ومهام البنك
28	الفرع الثالث : الهيكل التنظيمي
29	الفرع الرابع: عينة وأدوات الدراسة:
32	المطلب الثاني: إعداد البيانات والأدوات المستخدمة في الدراسة:
32	الفرع الأول: إعداد بيانات الدراسة للتحليل والتفسير:
33	الفرع الثاني: الأدوات والأساليب الإحصائية المستخدمة في التحليل:
35	المطلب الثالث: اختبار أداة الدراسة (الاستبانة):
35	الفرع الأول: التأكد من الصدق الظاهري:
35	الفرع الثاني: ثبات أداة الدراسة:
37	المبحث الثاني: النتائج ومناقشتها
37	المطلب الأول: عرض البيانات الشخصية لعينة الدراسة:

37	الفرع الأول: التوزيع حسب الجنس:
38	الفرع الثاني: التوزيع حسب السن:
39	الفرع الثالث: توزيع الأفراد المستوى التعليمي:
40	الفرع الرابع: توزيع الأفراد حسب مدة التعامل مع البنك:
41	المطلب الثاني: عرض وتحليل إجابات أفراد العينة على عبارات محاور الدراسة:
41	الفرع الأول: اتجاهات اجابات أفراد العينة حول متغير الصيرفة الالكترونية:
46	الفرع الثاني: اتجاهات اجابات أفراد العينة حول جودة الخدمات:
51	المطلب الثالث: اختبار صحة الفرضيات ومناقشة النتائج:
51	الفرع الأول: اختبار صحة الفرضية الرئيسية:
60	الفرع الثاني: مناقشة النتائج:
62	خلاصة الفصل الثاني:
63	الخاتمة
66	قائمة المراجع
69	الملاحق

فهرس الجداول

الجدول رقم (2-1):	يبين كيفية توزيع وجمع الاستبيان على عينة الدراسة.	29
الجدول رقم (2-2):	المتوسط الحسابي المرجح وفق مقياس "ليكارت" ذوالأوزان الثلاثة.	32
الجدول رقم (2-3):	اختبار معامل ألفا كرونباخ ومعامل الصدق.	36
الجدول رقم (2-4):	نسبة توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	37
الجدول رقم (2-5):	نسبة توزيع أفراد العينة حسب السن.	38
الجدول رقم (2-6):	نسبة توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي.	39
الجدول رقم (2-7):	توزيع أفراد العينة حسب سنوات التعامل مع البنك .	40
الجدول (2-8):	اتجاهات اجابات افراد العينة حول ا لصراف الالي.	41
الجدول (2-9):	اتجاهات اجابات افراد العينة حول الصيرفة المنزلية.	42
الجدول (2-10):	اتجاهات اجابات افراد العينة حول عبر الهاتف ..	43
الجدول (2-11):	اتجاهات اجابات افراد العينة حول عبر الانترنت ..	44
الجدول (2-12):	اتجاهات اجابات افراد العينة حول الدخول للصفحة الالكترونية.	45
الجدول (2-13):	اتجاهات اجابات افراد العينة حول الملموسية.	46
الجدول (2-14):	اتجاهات اجابات افراد العينة حول الاعتمادية ..	47
الجدول (2-15):	اتجاهات اجابات افراد العينة حول الاستجابة ..	48
الجدول (2-16):	اتجاهات اجابات افراد العينة حول الأمان.	49
الجدول (2-17):	اتجاهات اجابات افراد العينة حول العاطفة.	50
الجدول رقم (2-18):	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس الأثر بين بعد الصراف الآلي وجودة الخدمة.	52
الجدول رقم (2-19):	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس الأثر بين بعد الصيرفة المنزلية وجودة الخدمات.	53
الجدول رقم (2-20):	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس الأثر بين بعد الصيرفة عبر الهاتف وجودة الخدمات.	54
الجدول رقم (2-21):	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس الأثر بين بعد الصيرفة عبر الانترنت وجودة الخدمات.	56

الجدول رقم (2-22): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس الأثر بين بعد الدخول الى الصفحة الالكترونية وجودة الخدمات.....	57
الجدول رقم (2-23): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس الأثر بين الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمات.....	59

فهرس الأشكال

- الشكل رقم (2-1): الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية 28
- الشكل رقم (2-2): نموذج الدراسة. 28
- الشكل رقم (2-4): توزيع أفراد العينة حسب الجنس..... 37
- الشكل رقم (2-5): توزيع أفراد العينة حسب السن..... 38
- الشكل رقم (2-6): توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي. 39
- الشكل رقم (2-7): توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة المهنية. 40

مقدمة

التجارة الإلكترونية مرت على المستوى العالمي بعدة تغيرات وتطورات حديثة وذلك بإدخال التقنيات التكنولوجية العصرية والعلمية ووسائل الاتصال والتي تعد من المميزات الأساسية لهذا العصر، حيث اتجه العديد من أفراد مجتمعنا إلى استخدام هذه التطورات الحديثة في العديد من المجالات لما لها من مزايا مختلفة منها السرعة في إنجاز العمليات والتقليل من التكاليف وجميع القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية تأثرت بالثورة المعلوماتية.

وامتدت هذه التطورات أيضا إلى القطاع المصرفي وأعمال البنوك بهدف تطوير إستراتيجياتها وبنيتها التحتية ومع ظهور التجارة الإلكترونية وتزايد الاهتمام بها كان لابد من الانتقال من الخدمات المصرفية التقليدية ومنه بدأ الاهتمام بتطوير الخدمات المصرفية ومحاولة الاستفادة من تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تطوير هذه الخدمات ومن بين التطورات التي شهدتها القطاع المصرفي هي تحديث أنظمة ووسائل الصيرفة الإلكترونية التي ساهمت وبشكل فعال في ابتكار تقنيات حديثة تساهم في تحسين وتطوير الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك.

حيث وفي ظل وجود شبكة الانترنت وشيوع استخدامها وتطور تقنيات الاتصال ظهرت أعمال جديدة لدى البنوك، والتي أدت إلى زيادة المنافسة بين المصارف ومنه أصبحت كل البنوك تتعامل بأنظمة ووسائل الصيرفة الإلكترونية، فالغاية الأساسية أبعد من أن تكون تقنية يستخدمها المصرف بشكل آلي فهو يهدف إلى تحسين وتطوير الخدمات المصرفية التي تؤدي بدورها إلى تحقيق رضا العملاء.

أولا : إشكالية الدراسة :

على ضوء ما سبق تطرح مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

« هل يوجد تأثير للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتقورت من وجهة نظر العملاء.

لمعالجة وتحليل الإشكالية وبغية الوصول إلى استدلال منطقي، وعلمي يمكن من بلورة الأسئلة الفرعية التالية :

- ✓ هل يوجد تأثير للمصارف الآلي على جودة الخدمة المصرفية؛
- ✓ هل يوجد تأثير للصيرفة المنزلية على جودة الخدمة المصرفية؛
- ✓ هل يوجد تأثير للصيرفة عبر الهاتف على جودة الخدمة المصرفية؛
- ✓ هل يوجد تأثير للصيرفة عبر الانترنت على جودة الخدمة المصرفية؛
- ✓ هل يوجد تأثير للصيرفة للدخول للصفحة الإلكترونية على جودة الخدمة المصرفية؛

ثانيا: فرضيات الدراسة:

وللإجابة على هذه التساؤلات تم وضع الفرضيات التالية:

- الفرضية الرئيسية: يوجد اثر للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمة
- وتنقسم هذه الفرضية إلى عدة فرضيات فرعية
- الفرضية الفرعية الاولى: يوجد تأثير للصراف الآلي على جودة الخدمة
- الفرضية الفرعية الثانية: يوجد تأثير للصيرفة المنزلية على جودة الخدمة
- الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد تأثير للصيرفة عبر الهاتف على جودة الخدمة
- الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد تأثير للصيرفة عبر الانترنت على جودة الخدمة
- الفرضية الفرعية الخامسة: يوجد تأثير للصيرفة للدخول للصفحة الالكترونية على جودة الخدمة

ثالثا: أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب ودوافع أدت إلى اختيار هذا الموضوع من أهمها:

- الرغبة الشخصية في معرفة واقع نظام الدفع الإلكتروني.
- حداثة الموضوع وإدراكنا لقيمة وأهمية الصيرفة الإلكترونية.
- محاولة التعرف على كيفية تحسين الخدمة المصرفية من خلال هذه الأنظمة الحديثة.
- معرفة الدور الذي تلعبه الصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمات المصرفية، ومحاولة جذب أكبر عدد ممكن من العملاء.

رابعا: أهمية الدراسة :

تكمن أهمية البحث في الدور الذي تلعبه الصيرفة الالكترونية في اقتصاديات الدول، كان لابد من مواكبة ومسايرة تطورات هذه الأنظمة للنهوض بالقطاع المصرفي فكان من المهم معرفة وسائل وأنظمة الصيرفة الإلكترونية وما تأثيرها على جودة الخدمة المصرفية من خلال تقليل التكاليف واختصار الوقت وتحقيق رضا العملاء وراحتهم

خامسا: اهداف الدراسة:

- معرفة مدى تأثير للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المقدمة للبنك محل الدراسة.
- مكننا معالجة إشكالية الدراسة في معرفة مدى استخدام بنك الفلاحة والتنمية الريفية لإبعاد الصيرفة الإلكترونية.

- تهدف الدراسة إلى التعرف على وجهة نظر العملاء في ما يخص جودة الخدمات المقدمة من طرف البنك الفلاحة والتنمية الريفية

سادسا: المنهج المستخدم:

تم الاعتماد في معالجة الإشكالية البحثية على المنهج الوصفي بالاعتماد على دراسة حالة مؤسسة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تقرت باستخدام أسلوب المسح الاجتماعي عن طريق عينة مختارة عشوائيا لزبائن البنك، ولقد تم معالجة البيانات التي تم جمعها عن طريق برنامج SPSS نسخة 26 باستخدام أدوات الاحصاء الوصفي والاستنتاجي.

سابعا: حدود الدراسة :

تم تحديد هذه الدراسة بمجموعة من الحدود من أجل معالجة الإشكالية ويمكن إيجازها فيما يلي:

الحدود المكانية: قمنا بدراسة علمية حولنا من خلالها تجسيد الإطار النظري للدراسة ولتوضيح أكثر خصصنا الدراسة على عينة من عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية- وكالة تقرت .

الحدود الزمنية: تنحصر ما بين شهر فيفري إلى غاية شهر جوان 2024، وقمنا بجمع مراجع مختلفة لاستغلالها

في إعداد هذا البحث

ثامنا: صعوبات الدراسة :

قلة الدراسات السابقة التي تعالج المتغيرين معا .

تاسعا: هيكل الدراسة .

لقد تم تقسيم هذا البحث الى فصلين، فصل نظري وفصل تطبيقي، كما يلي:

تم التطرق في الفصل الأول المعنون "الاطار النظري لصيرفة الالكترونية وجودة الخدمات" واشتمل على الصيرفة الالكترونية بحيث ينقسم الى فروع نتحدث فيها عن مفهوم الصيرفة الالكترونية ونشأتها وأنواعها وكذا أهمية وأهداف الصيرفة ثم نتطرق الى خصائص مزايا وعيوب الصيرفة الالكترونية، توجهها الى جودة الخدمات المصرفية .

أما الجانب التطبيقي فهو يمثل دراسة حالة بنك الفلاحة وكالة تقرت وذلك بالتعريف بالبنك وهيكله التنظيمي ثم نعطي لمحة للجانب التقليدي للبنك ونعالج الجانب التكنولوجي الرقمي.

الفصل الأول: الإطار النظري للصيرفة الالكترونية وجودة الخدمات

تمهيد :

بمرور الزمن تشهد مجتمعاتنا تطورا مدخلا في تقنيات المعلومات والاتصالات و ينعكس هذا على المجالات الاقتصادية و تنويعها و لعل من بينها قطاع البنوك وهو من ابرز القطاعات التي بأثرت بثورة المعلومات و الاتصالات و التي تعتبر عامل أساسي لتنمية المعاملات البنكية و أصبح إستخدام التكنولوجيا الرقمية العنصر الأساسي في هذه المعاملات لما لها من مزايا كسرعة التسوية و الأمان وسيتم في هذا الفصل التطرق الى الجزء النظري الذي يسلط الضوء على توضيح المعاملات البنكية بهذه التقنية و التي قسمت الى مباحث .

المبحث الأول : الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمات

الصيرفة الالكترونية و جودة الخدمات البنكية . ان استخدام الصيرفة كتقنية لا يعني بالضرورة ان المعاملات بأكملها أصبحت بهذه الطريقة و لكن يجب ان تكون هناك معايير لقياس درجة هذه التقنية في المعاملات حتى يتسنى لنا أن نقول بأنها أصبحت الجهاز الأساسي و الفعال و لذلك لبة من ربطها بجودة الخدمات المصرفية و الى أي مدى وصلت هذه الجودة لدى فإن هذا المبحث سيتطرق الى معالجة موضوعنا بالتدرج وفق مطالب تنقسم الى فروع انطلاقا من النشأة وصولا الى الرقي الرقمي والجودة فيه.

المطلب الأول: الصيرفة الإلكترونية

الفرع الأول: نشأة ومفهوم الصيرفة الإلكترونية

أولا : نشأة الصيرفة الالكترونية

ظهرت الصيرفة الالكترونية بظهور النقد الالكتروني مع بداية الثمانينات، حيث برز مفهوم (monétique) الذي يعني تزواج النقد بالالكترونيك غير أن استخدام البطاقات بدل النقد الإنمائي يرجع في الواقع إلى بدايات القرن الماضي في فرنسا (بطاقة إلكترونية تستخدم في الهاتف العمومي وفي الولايات المتحدة الأمريكية بطاقة معدنية تستعمل في تعريف الزبون على مستوى البريد) ومع ذلك كان لابد من الانتظار حتى الخمسينيات حتى يشهد العالم تحولا في هذه البطاقات حيث أصدر (American express) سنة 1958 بطاقات بلاستيكية والتي انتشرت على نطاق دولي في الستينات.

وفي 1968 أصدرت مجموعة من ثمانية بنوك بطاقة (Bank Americard) والتي دولت لتتحول فيما بعد الى شبكة () العالمية كما تم في نفس العام إصدار البطاقة الزرقاء (Cart bleu) من قبل ستة بنوك.

وفي نهاية السبعينات وبفضل ثورة الإلكترونيك تم تزويد البطاقات بمسارات مغناطيسية (Pistes magnetiques) في عدد من البلدان الصناعية حيث أصبحت البطاقة تحوي ذاكرة ويمكن تجزئة القيمة المخزنة فيها لإجراء عمليات الدفع ومنذ 1986 شرعت اتصالات فرنسا (Pranse Telecom) لتزويد غرف الهاتف العمومي بأجهزة قارئة لبطاقة الذاكرة ومع بداية التسعينات 1962 أصبحت كل البطاقات المصرفية (دفع أو سحب) في فرنسا برغوئية، فهي تسمح بالتعرف على سلامة وعلى هوية صاحبها وهو ما يعد دعم كبير لا من العمليات التي تجري بها.¹

1 عبد الغني ربوح، نور الدين غردة، المؤتمر الدولي العلمي، إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة. مداخلة بعنوان تطبيق أنظمة الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع والأفاق كلية الحقوق والعلوم الانسانية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2013.

ثانيا: مفهوم الصيرفة الالكترونية:

وهي تقديم الخدمة البنكية عبر الخط للزبائن، حيث يستطيع الزبون انطلاقا من حاسوبه الشخصي يتم ربطه بحواسيب البنك عبر الخطوط الهاتفية والقيام بمختلف العمليات البنكية وهذا ما يزيد كثيرا في راحة الزبائن حيث لا توفر الصيرفة الالكترونية عليهم التنقل فقط بل تجعل استخدام الموزع الآلي للنقود الصيرفة الهاتفية، الصيرفة بالمراسلة في اغلب الحالات عمليات غير ضرورية، ويمكن أيضا إجراء العمليات ليس فقط على مستوى محلي بل مستوى عالمي دون انقطاع ويوجد اسلوبين للتعامل وهما :

يستخدم الزبون برنامج ادارة الأموال الشخصية وحاسوبه الخاص بالإضافة الى مودم وخط هاتفي لدخول البنك وإجراء العمليات البنكية وهناك عدة برامج مستجدة (Managing your Money Microsoft (Momey) مثل ممارسة الخدمة البنكية عبر الانترنت.

ويعرفها بنك التسوية الدولية على أنها تقديم خدمة الانتاج البنكي عن بعد أو عبر الخط أو من خلال القنوات الالكترونية سواء للمقيمين أو لغير المقيمين داخل البلد أو خارجه.

ونلاحظ أن هناك اتجاهين لتعريف العمليات البنكية الإلكترونية أو الصيرفة الإلكترونية، فهناك من اعتبر أن الصيرفة الإلكترونية هي ممارسة النشاط البنكي عن بعد من خلال شبكة الانترنت أو الشبكات الخاصة، أما الاتجاه الآخر فقد أضاف إلى ذلك قنوات أخرى كالهاتف الموزعات الآلية، الهاتف النقال الخ.

إذن الصيرفة الالكترونية هي تقديم الخدمات البنكية باستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أي من خلال الانترنت الموزعة آليا والشبكات الخاصة والهاتف النقال والثابت والحاسب الشخصي، فهي تتيح الخدمة المصرفية عن بعد وخلال 24 ساعة وكل أيام الأسبوع وبسرعة فائقة وبتكلفة أقل ودون إلتقاء مكاني العميل والبنك.¹

1 مورادي سعيدة، الصيرفة الالكترونية في الجزائر بين الواقع والمأمول، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر اكايمي، اقتصاد نقدي وبنكي، العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية أدرار، 2018\2019، ص7-8.

الفرع الثاني: أنواع وأهداف الصيرفة الالكترونية

أولا :أنواع الصيرفة الالكترونية

1-البنوك الالكترونية:

يستخدم اصطلاح البنوك الإلكترونية (Electronic Banking) أو بنوك الإنترنت (Internet Banking)، كتعبير متطور وشامل للمفاهيم التي ظهرت مع مطلع التسعينات، كمفهوم الخدمات المالية عن بعد أو البنوك الالكترونية عن بعد (Remote Electronic Banking)، أو البنك المنزلي (Home Banking)، أو البنك على الخط (Online Banking)، أو الخدمات المالية الذاتية (Self - Service Banking)، وجميعها تعبيرات تتصل بقيام الزبائن بإدارة حساباتهم وإنجاز أعمالهم المتصلة بالبنك عن طريق المنزل أو المكتب أو أي مكان آخر وفي الوقت الذي يريد الزبون.

ووفقا لدراسات جهات الإشراف والرقابة الأمريكية والأوروبية، فإن هناك ثلاثة صور أساسية للبنوك الالكترونية على الانترنت:

- **الموقع المعلوماتي :** وهو المستوى الأساسي للبنوك الالكترونية، ومن خلاله فإن البنك يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.
- **الموقع الاتصالي :** بحيث يسمح الموقع بنوع ما من التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه، كالبريد الالكتروني وتعبئة طلبات أو تعديل معلومات القيود والحسابات.
- **الموقع التبادلي :** وهو المستوى الذي يمارس فيه البنك خدماته وأنشطته في بيئة الكترونية، حيث تشمل هذه الصورة السماح للزبون بالوصول إلى حساباته وإدارتها، وإجراء الدفعات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير، وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية، وإجراء الحوالات بين حساباته داخل البنك أو مع جهات خارجية .

2- النقود الالكترونية

عرفتها المفوضية الأوروبية على أنها قيمة نقدية مخزونة بطريقة الكترونية على وسيلة الكترونية، كبطاقة أو ذاكرة كمبيوتر، ومقبولة كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين غير المؤسسة التي أصدرتها، ويتم وضعها في متناول المستخدمين لاستعمالها كبديل عن العملات النقدية والورقية، وذلك بهدف إحداث تحويلات الكترونية المدفوعات ذات قيمة محددة.¹

1 مزريق عاشور، معموري صوري، عصرنة القطاع المالي والمصرفي وواقع الخدمات البنكية الالكترونية بالجزائر، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، ص 3-

أشكالها كما يلي:

- بطاقات الائتمان
- البطاقات سابقة الدفع
- بطاقات الخصم
- الشبكات الالكترونية
- القرص الصلب¹

ثانيا :أهداف الصيرفة الالكترونية

- تعزيز المصارف لمكانتها وحصتها في السوق المصرفي.
- خفض التكاليف.
- وسيلة للمصارف لتوسيع نشاطها داخل وخارج الحدود الوطنية. إتاحة المعلومات عن الخدمات التي تؤديها البنوك دون تقديم خدمات مصرفية على الشبكة المعتمدة.
- حصول العملاء على الخدمات المصرفية وغير المصرفية في أي وقت وفي أي مكان.²

الفرع الثالث: خصائص الصيرفة الإلكترونية:

للصيرفة الإلكترونية مميزات خاصة عن إدارة البنوك التقليدية الكلاسيكية بمجموعة خصائص ويمكن ذكرها باختصار في العناصر الآتية:

أولاً: اعتماد الإدارة الإلكترونية

وتتم ذلك بأداء كل المعاملات المنجزة من قبل المصرف وكل العملاء بطريقة إلكترونية لتسهيل العميل إمكانية إطلاع والسحب وتحويل كل أمواله إلكترونية دون تنقل إلى المصرف لذا تسعى البنوك إلى توظيف تكنولوجيا المعلومات واعتماد على البيئة التحتية للإدارة الإلكترونية التي تشكل من أجهزة تكنولوجيا حديثة ونظم معلومات وكوادر متخصصة وتوعية الموظفين لديها من خلال تكوينهم في الإدارة الإلكترونية.

1 مزريق عاشور، معموري صوري، المرجع السابق، ص5.

2 عائشة بوثلجة، الصيرفة الالكترونية، مطبوعة جامعية موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر، تخصص مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشلف حسبية بن بوعلي، 2020\2021، ص21.

ثانيا : إزالة القيد المكاني للخدمة البنكية

لقد كانت سياسة التوزيع قبل العقدين الأخيرين من القرن الماضي تركز على شبكة الفروع ولكن من تطبيق المتنامي للتكنولوجيات الحديثة في توزيع الخدمات البنكية ظهرت للوجود طرق جديدة في التوزيع المصرفي حيث لاحظنا في السنوات القليلة الماضية ظهور قنوات توزيع جديدة إلى جانب الفروع التقليدية وتمثل هذه القنوات في آلات الصراف الآلي ونقاط البيع الإلكترونية والصيرفة المنزلية والصيرفة المحمولة والصيرفة الهاتفية وبنوك الإنترنت إذ تجنب هذه القنوات مشقة التنقل إلى مقر إدارة البنك للحصول على خدمة باعتبارها تتيح إمكانية الالتقاء إلكترونياً.¹

ثالثا : إزالة القيد الزمني للخدمة البنكية:

حيث يسهل للعملاء من خلال الصيرفة الإلكترونية الحصول على الأموال أو تحويلها في أي لحظة زمنية ولا ينحصر في المجال الزمني المخصص لأداء موظفي البنك لمهامهم الإدارية باعتبار أن الاعتماد الإدارية الإلكترونية في البنوك من خلال وصلات الشبكات الداخلية ووصلات شبكات الإنترنت تضمن استمرارية ودوام أداء الخدمة.

رابعا: الاستقلالية عن الهيكل التنظيمي:

تعتمد الصيرفة الإلكترونية على حفظ المعلومات أكثر من اعتمادها على جهد الموظفين حيث تقوم الإدارة الإلكترونية على الهياكل التنظيمية ولا تعرف التسلسل الوظيفي المعمول به في دوائر الإدارة التقليدية بل ما تقوم به الإدارة الإلكترونية هو حفظ المعلومات حسب برامج معينة.

خامسا : سهولة التعامل والتواصل:

إن اعتماد البنك على الصيرفة الإلكترونية فإنه يكون قادر على توفير ونشر المعلومات اللازمة بسرعة ودقة فائقة حيث يؤدي إلى اختصار الجهد والوقت وتبسيط الإجراءات الإدارية وأداء الخدمات البنكية بأفضل ما يمكن تقديمه للعملاء وينعكس ذلك إيجاباً على جودة تلك الخدمات وتسهيل إجراءات التعامل وعمليات التواصل بين أقسام البنك والعملاء.

سادسا : المرونة الإدارية

يقوم البنك عند اعتماده على الصيرفة الإلكترونية إلى توسيع الخيارات المتاحة في عرض الخدمات إلى العملاء ويرجع ذلك إلى الإدارة الإلكترونية إدارة مرنة يمكنها بفعل التقنية الحديثة

1 طيبي جلال، الصيرفة الالكترونية في سياق القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، قانون أعمال، الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2021، ص 14-15.

الاستجابة السريعة للأحداث والتجاوب معها متحدية حدود الزمان والمكان وكل صعوبات الاتصال مما يؤدي لتقديم كثير (1) من الخدمات وجلب كثير من العملاء.¹

الفرع الرابع : مزايا وعيوب الصيرفة الإلكترونية

أولا : مزايا الصيرفة الإلكترونية:

أدت ثورة الاتصالات والمعلومات إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي، نظرا لان هذا القطاع سريع التأثير والاستجابة للمتغيرات الخارجية والتوجه نحو الصيرفة الإلكترونية وفتح وزيادة قنواتها. وتتميز الصيرفة الإلكترونية بعدة صفات منها ما يلي :

- أنها خدمات تتم عن بعد وبدون اتصال مباشر بين أنها خدمات تقوم على التعاقد بدون مستندات ورقية وهذا ما طرح عدد من المسائل القانونية المتعلقة بأداة الإثبات.
- أنها خدمات عبر الحدود ولا تعرف قيودا جغرافية.
- السياسة العامة في تأدية الخدمات المصرفية الإلكترونية؛
- الخيارات التقنية والسياسة الرقابية
- المشاكل القانونية المتعلقة بتقديم هذه الخدمة.²

ثانيا: عيوب الصيرفة الإلكترونية:

- مخاطر التشغيل: وهي المخاطر الناجمة عن الخسائر التي تنشأ عن عدم كفاءة أو فشل العمليات الداخلية والأفراد والنظم، أو تنشأ نتيجة لأحداث خارجية.
- المخاطر القانونية وتقع هذه المخاطر في حالة انتهاك القوانين والقواعد المقررة من قبل السلطات، وقد تقع هذه المخاطر نتيجة الإخفاق في توفير السرية الواجبة في معاملات العملاء.
- مخاطر السمعة: تنشأ هذه المخاطر في حال فشل المصرف في إرساء شبكة موثوقة وآمنة لتقديم الخدمات، أو تقديم خدمات غير كفؤة.

1 طيبي جلال، المرجع السابق، ص15-16.

2 رشيد بوعافية، الصيرفة الالكترونية والنظام المصرفي الجزائري - الآفاق والتحديات -، مذكرة ماجستير، تخصص نقود مائة وبنوك، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب بالبلدية، ديسمبر 2005، ص74.

- **المخاطر الائتمانية:** ويعد هذا النوع من أبرز أنواع المخاطر التي تتعرض لها الأعمال المصرفية حيث بنيت أوزان المخاطر بالدرجة الأولى على قدر المخاطر الائتمانية المتوقعة وتعرف بأنها الخسائر المالية الناتجة عن عدم قدرة العميل على الوفاء بالتزاماته في المواعيد المقررة.
- **مخاطر السوق:** وهي المخاطر المتعلقة بالإيرادات نتيجة التغيرات في أسعار الفائدة والتقلبات في أسعار الصرف وأسعار الأوراق المالية وأسعار السلع.¹

الفرع الخامس: خدمات الصيرفة الإلكترونية

يمكن إيجاز أهم الخدمات المصرفية الإلكترونية فيما يلي:

أ. خدمة أجهزة الصراف الآلي:

وهي تلك الآلات التي يمكن نشرها بالأماكن سواء بالجدار أو بشكل مستقل، وتكون متصلة بشبكة حاسب المصرف، ويقوم العميل باستخدام بطاقة بلاستيكية أو بطاقة ذكية للحصول على الخدمات المختلفة مثل السحب النقدي الإيداع النقدي، والاستفسار عن الحساب وغيرها من الخدمات، ولقد أصبحت هذه الأجهزة منذ بدء تشغيلها في عام 1675 من المستلزمات اليومية في تنفيذ العمليات المصرفية الحديثة للأفراد. وقد بلغ عدد ماكينات الصراف الآلي في الولايات المتحدة نحو 132.4 عام 1999، بينما يوجد في المملكة المتحدة نحو 22 ألف آلة تنفذ نحو 80% من مجموع العمليات النقدية في عام 1999. ومن الإرشادات المستخدمين الصراف الآلي ما يلي :

المحافظة على بطاقة الصراف الآلي والتي تسمى أيضا Debit Card والتأكد من وجودها مع العميل دائما.

الإبلاغ بسرعة في حالة فقدها: اختيار رقم سري للبطاقة مختلف عن رقم الهاتف، أو الرقم الوطني، أو تاريخ الميلاد لأن ذلك يؤدي إلى الصعوبة في استخدام في حالة السرقة.

وتتميز خدمة الصراف الآلي بالتالي :

- ✓ سرية المعاملات حيث لا يستطيع العميل التعامل مع النظام إلا من خلال الرقم السري الخاص به.
- ✓ سهولة وسرعة التعامل مع الآلة حلا لمشاكل الانتظار والزحام.
- ✓ إمكانية سداد الالتزامات الشهرية والنصف سنوية.²

1 عدنان محريق، الاقتصاد البنكي المعمق، موجهة لطلبة سنة أولى علوم اقتصادية تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر، 2020-2021، ص8.

2 جناح مسيكة، قرادي أسماء، الصيرفة الالكترونية ودورها في تحسين أداء الجهاز المصرفي مذكرة تخرج تدحل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص مالية، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون-تبارت، 2016-2017، ص48-49.

ب. نظام الإيداع المباشر:

يسمح هذا النظام بإضافة المبالغ التي تصل إلى العميل بصورة دورية متكررة إلى حسابه لدى المصرف الذي يتعامل معه مباشرة وبشكل آلي، كأن تضاف إلى الحساب مدفوعات الأجور ورواتب التأمين الاجتماعي المعاش، شيكات المعونة الحكومية، أرباح الأسهم وما يشبه ذلك من مدفوعات دورية .

ج. السحب الآلي المباشر:

في هذه الحالة على العميل أن يفوض المصرف الذي يتعامل معه مقدما على إجراء هذه المدفوعات بصفة دورية حسب التعليمات الصادرة إليه.

د. الاستعلام المصرفي:

يكتسي الاستعلام المصرفي أهمية خاصة في عصرنا الحاضر نظرا لسهولة الاتصالات وانتقال المعلومات بأساليب وطرق المكننة الحديثة، حيث يتيح الاستعلام المصرفي الاطلاع على المعلومات الخاصة بعملائها والتي لا تكون في متناول الآخرين وهي تؤمن إدارة مصالحها ومصالح عملائها بصورة أفضل.

هـ. وسائل الدفع والسداد الحديثة:

مع بداية التحول إلى عصر المعلوماتية وفي ظل تفجر الاستخدام المكثف لتقنيات المعلومات والاتصالات قامت صناعة الخدمات المصرفية بتوفير نظم وتطبيقات جديدة تحقق الاستفادة القصوى من إتاحة التكنولوجيات الحديثة لهذه الخدمات.

و. الاعتماد المصرفي الالكتروني:

يقوم المستورد بإرسال طلب إصدار اعتماد مستندي وذلك بواسطة الحاسب الالكتروني الفاكسميلي، فإذا قبل المصرف مصدر الاعتماد طلبه فإنه يقوم بإرسال رسالة معادة بالوسيلة نفسها ويرسل نص الاعتماد الكترونيا إلى المستفيد، وقبل انتهاء صلاحية الاعتماد يرسل المستفيد الكترونيا الفواتير اللازمة المتعلقة بالشحن، كما يقوم بالطلب مع الأطراف المشاركة في العملية كالشحن والمؤمن والمفتش أن يقوموا بإرسال رسائل الكترونية بمستنداتهم للمصرف مصدر الاعتماد، مع تحمل كل طرف من هؤلاء المسؤولية في الإرسال غير الدقيق لما أرسله من مستندات، ثم يقوم المصرف مصدر الاعتماد بإرسال الرسائل الالكترونية الواردة إليه للمصرف المبلغ، حيث يقوم هذا الأخير بفحص الرسائل المرسله في شكل ورقي للتأكد من مطابقتهم مع شروط الاعتماد المصرفي، فإذا تبين للمصرف المبلغ وجود خلافات في المستندات فإنه يقوم بإخطار المستفيد بذلك، أما إذا كانت الرسائل مطابقة الشروط الاعتماد

فإنه يتم الدفع إلكترونيا للمستفيد وذلك بالتحويل الإلكتروني للمبالغ إلى حساب المستفيد وإجراء قيد معاكس في نفس الأسلوب الإلكتروني على حساب طالب فتح الاعتماد.¹

المطلب الثاني: جودة الخدمات المصرفية

الفرع الأول: تعريف جودة الخدمة المصرفية :

قبل التطرق إلى تحديد مفهوم جودة الخدمات المصرفية، يجب أن نحدد مفهوم الخدمة المصرفية أولاً قبل ذلك: فالخدمة المصرفية تعرف على أنها: "عبارة عن ما يقدمه المصرف في إطار نشاطه للطرف الثاني المتمثل في العميل لإشباع حاجاته ورغباته المختلفة، أما من منظور المصرف فهي تمثل مصدر للربح. أما جودة الخدمة المصرفية فتعرف على أنها : "إرضاء المتطلبات الزبائن ودراسة قدرة المصرف على تحديد هذه المتطلبات والقدرة على التقائها، فإذا تبنى المصرف عملية تقديم خدمات ذات جودة عالية يجب أن يسعى من خلالها التفوق على متطلبات الزبائن 12 ويمكن تعريفها أيضاً بأنها : قدرة السلعة أو الخدمة على تحقيق الإشباع الكامل للحاجات ورغبات الزبون وبأقل التكاليف الممكنة"².

الفرع الثاني : أبعاد جودة الخدمة المصرفية

إن مفاتيح الجودة في تقديم الخدمات المصرفية تحدد وفقاً لمعايير ومواصفات محددة، ويمكن إجمالها في الجدول الآتي:

أولاً : الملموسية

هي الدلائل المادية التابعة لمنظمة الخدمة، وتتمثل في : حداثة وجاذبية مظهر البنك ظهور العنصر المادي - مظهر العاملين التسهيلات المادية...

ثانياً : الاعتمادية

تتمثل في قدرة مقدم الخدمة المصرفية على أداء الخدمة الموعودة بشكل يمكن الاعتماد عليها وبدرجة عالية من الدقة والصحة.

1 بركان أمينة، الصيرفة الالكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي، أطروحة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص نفود ومالية، الجزائر3، 2013*2014، ص102*103.

2 هالة عبدلي، الصيرفة الالكترونية آلية لضمان جودة الخدمات المصرفية، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والادارية، العدد الأول- جوان 2017، جامعة خنشلة، ص388.

ثالثا : الاستجابة أو خدمة العميل

تتعلق بمدى رغبة واستعداد مقدمي الخدمة لتقديم خدمة فورية للعملاء من خلال:

- ✓ إعلام العملاء بآجال الوفاء بالخدمة.
- ✓ السرعة والمساعدة : " سرعة تنفيذ المعاملات، سرعة الرد على
- ✓ شكاوي العملاء ".

رابعا : الأمان

ويتضمن الأمان المادي والمالي وسرية المعاملات، من خلال:

- ✓ ضمان الحصول على الخدمة حسب الوعد.
- ✓ انعدام الخطر والشك في تعاملات البنك.
- ✓ أداء سليم من طرف الموظفين.

خامسا : التعاطف

اي قدرة مقدم الخدمة على تفهم احتياجات العملاء وتزويدهم بالعناية والرعاية وفهم رغباتهم الاهتمام بالعمل.¹

الفرع الثالث: الخصائص الرئيسية لجودة الخدمة المصرفية:

تقسم الخصائص الرئيسية لجودة الخدمة المصرفية إلى النوعين التاليين:²

أولا : الجودة الفنية

يتطلب هذا النوع من الجودة الاعتماد على موظفي المصرف ذوي الخبرات والمعارف المتميزة بالخدمات المصرفية وإجراءاتها المتنوعة وبلاءهم هذا النوع الخدمات المصرفية المعقدة مثل: خطط التقاعد والمعاشات حيث تعد المعرفة الفنية متطلبا رئيسيا واضحا.

ثانيا : 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

1 هالة عبدلي، المرجع السابق، ص389.

2 حورية جنان، المرجع السابق ، ص389

الخدمة المصرفية ومتابعة احتياجات وتوقعات الزبائن، وقياس الجودة ورضا الزبون، ومن ثم القيام بإعادة تنظيم المصرف حول الزبون، وتحديد الأدوار الجديدة لمديري ومشرفي المصرف وتحقيق فوائد الإنتاجية المصرفية، وقياس وتخفيض تكاليف الخدمة المصرفية، وبناء قاعدة متينة لكسب ولاء الزبون.

المطلب الثالث: الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمات المصرفية

الفرع الأول: مختلف أدوات قياس جودة الخدمات المصرفية على الانترنت¹

أ- الجودة على الخط (webqual) عرفه (Barnes et al) بأنه الاستبيان على الخط (الاستبيان الالكتروني) الذي يقدم للعملاء لتقييم جودة المواقع على شبكة الانترنت وفقا لتطوراته الاستبيان ينجز من قبل العملاء يجيب على التساؤلات في الاستبيان وتقييم العملاء النوعي يحول إلى مقاييس كمية تعتبر مفيدة لإدارة عملية صنع القرار.

ب- E.Servqual: عرفه (parasurman and al) بأنه نموذج مفاهيمي لجودة الخدمة في محيط الجدار الالكتروني (E tailingenvirenmenment) وهي قائمة على هيكل جودة الخدمات التقليدية خارج الخط المسماة (servqual) وهي مشتقة من البحوث الاستكشافية حول مجموعات التعديل ومرحلتين من مجموعة المعلومة التجريبية والتحليلية.

ج- Sequal: عرفه (2003، Dawson et al) بأنه هيكل لجودة الخدمة التي تعتبر أساس تجربة وإدماج علاقات العملاء الالكترونية (E-CRM) واستراتيجيات HCI للتصميم الفعال وتطوير محيط الجدار الالكتروني (E-Tailingenvironments).²

د- E-S-Qual: على أنها مشتقة لقياس arvind، valarie، malhotra، zethaml، parasurman (عرفها كل من جودة الخدمة المقدمة على الخط).

الفرع الثاني: العلاقة بين جودة الخدمة والأعمال المصرفية عبر شبكة الانترنت

تدرس جودة الخدمة بشكل أساسي من خلال وجهتي نظر :

1 - وجهة نظر الزبون : بعد الزبون العامل الأكثر أهمية في تصميم وتقديم وتقييم مستوى الجودة، خصوصا في الصناعات الخدمية التي تكون أكثر حساسية وعرضة للتقلبات . فالجودة المطلوبة هي مستوى جودة الطلب الصريح أو الضمني للزبائن الذي يتوقعه مقدمو الخدمة، أي أنها تشكل توقعات الزبائن التي تنشأ بتأثير عوامل متعددة أهمها التجربة الشخصية السابقة للزبون مع الخدمة، وتوقعات المستعملين الآخرين للخدمة، وسمعة المصرف

1 حورية جنان، المرجع السابق، ص 57-58.

2 حورية جنان، المرجع السابق، 58.

أيضاً . في حين تعني الجودة المدركة الانطباع الكلي للزبون، والتجارب عن مستوى الجودة بعد التحقق من الخدمة . ويعطي الاحتمال بين الجودة المدركة والجودة المطلوبة مقدم الخدمة فرصة هامة لقياس رضا الزبون بناء على صياغة وتشكيل معيار دقيق وفعلي على أساس نتائج تقييم الزبائن للخدمة.

2- وجهة نظر مقدم الخدمة : إن التركيز على العملية المصرفية أو عرض الخدمة قاد إلى تعريف الجودة داخلياً على أنها المطابقة للمتطلبات. وهذا يؤكد على أهمية الإدارة والجودة من جانب عرض الخدمة، أو أن هناك دوراً هاماً للعملية في تحديد جودة النتائج . وتمثل جودة المطابقة ادراك الجودة من وجهة نظر مقدم الخدمة ويعد حاملو الأسهم المساهمين (Shareholder) وإدارة المصرف Bank Management والعمال Employees بمثابة مقدمي خدمات ويعتمد تحقيق جودة المطابقة بين مستوى الجودة المخطط (المستهدف) والجودة الحقيقية المسلمة للزبائن على نظام إدارة جودة الخدمة في المصرف.

الفرع الثالث : تأثير مصارف الانترنت على سلوك العملاء وأداء المصارف

للمصارف على الانترنت أثر كبير على سلوك العملاء من خلال الفوائد المتوقعة منه والأمن والتكاليف والشروط التسهيلية التي يوفرها والتي تدفع العميل لبناء الثقة في البنك أو العكس. كما أن أداء المصارف لا يتحقق إلا بتحسين جودة الخدمات وفتح أسواق جديدة مع تعزيز العلاقة مع العملاء.¹

1 حورية جنان، المرجع نفسه، ص59-61.

المبحث الثاني : الدراسات السابقة

لمعرفة المدى الذي وصلت إليه المعاملات بهذه التقنية الى الجودة المرجوة لبدة لنا من مقارنتها مع دراسات أعدت سابقا والخروج بأوجه الاختلاف وهل هي في اتجاه إيجابي أو في تراجع للوصول الى نتيجة تعكس الرقي الرقمي.

المطلب الأول: الصيرفة الالكترونية

الفرع الأول : الدراسات باللغة العربية

أولا : العربي حسيبة¹، 2016/2015، جودة الخدمات المصرفية في الجزائر من وجهة نظر الزبون

كان الهدف من الدراسة الوقوف على مدى تقييم العملاء لجودة الخدمات المصرفية التي تقدمها بعض البنوك الجزائرية، ومن أجل معالجة الإشكالية البحثية استخدم الباحث المنهج الوصفي بالاعتماد على الاستبيان لجمع البيانات وذلك باعتباره بنك من البنوك في الجزائر وهي البنك الوطني الجزائري والقرض الشعبي الجزائري والبنك الخارجي الجزائري وقد تحصل في النهاية على 100 استمارة صالحة للدراسة.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن تقييم الزبون الجزائري للخدمة المقدمة من طرف البنوك ألا وهي خدمة متوسطة ولم ترقى بعد على مستوى طموحات وتطلعات هذا الأخير. ولقد قدمت الدراسة مجموعة من المقترحات والتوصيات أهمها ضرورة صيانة الصراف الآلي وغيرها من الأجهزة بصفة دورية والاهتمام كذلك بمظهر الموظفين وكذا احترام الوقت في تقويم الخدمات.

ثانيا : حاضر صباح شعير، محمد فخري محمد، محمد خيضر أحمد² ، 2019 ، آليات الصيرفة

الالكترونية وأثرها في تحقيق القيمة السوقية

كان الهدف من الدراسة معرفة مدى تأثير الصيرفة الالكترونية في تحقيق القيمة السوقية للبنك اعتمادا على المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة واعتمادا على الاستبيانات كطريقة لتحصيل المعلومات ومن خلال اختيار عينة عشوائية مكونة من 94 عينة صالحة للدراسة وقد أجريت الدراسة على مجموعة من المصارف الشاملة في العراق. وبعد القيام بتحليل الاحصائيات المناسبة للمعلومات توصلت الدراسة إلى أن القيام بالصيرفة الالكترونية متوفر في المصارف العراقية بدرجة عالية وذلك يرجع لتوفير متطلبات نجاحها في البنوك العراقية بالإضافة إلى وجود أثر ذو

1 العربي حسيبة ، جودة الخدمات المصرفية في الجزائر من وجهة نظر الزبون ، رسالة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم التجارية ، تخصص سوق العمليات المالية والمصرفية ، (غير منشورة)، جامعة الجزائر 03، الموسم الدراسة 2015-2016

2 حاضر صباح شعير وآخرون ، آليات الصيرفة الالكترونية وأثرها في تحقيق القيمة السوقية ، دراسة استطلاعية لعدد من المصارف العراقية الخاصة، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 03، العدد، 02، المركز الجامعي ميلة، الجزائر، 2019، ص189-208

دلالة إحصائية لاستخدامها على زيادة القيمة السوقية للبنك وبالنظر إلى اتباع المتوصل لها قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات أهمها:

ضرورة نشر الوعي المصرفي الالكتروني بين العملاء عن طريق الاهتمام بالتسويق للصيرفة الالكترونية من خلال الوصول إلى الفئات التي لا تهتم بالصيرفة الالكترونية وذلك لتصديق المستمر لآليات الصيرفة الالكترونية ومعرفة رغبات واحتياجات العملاء وتحقيقها بأفضل صورة بالحصول على أفضل البرامج وأجود الأجهزة المقدمة لتحقيق النجاح للصيرفة الالكترونية.

ثالثا : ثائر عدنان قدومي¹ ، الصيرفة الالكترونية في المصارف التجارية الأردنية

الهدف من الدراسة التعرف على دور الخصائص الشخصية الجنس، الفئة العمرية، الوظيفة، الشهادة العلمية سنوات الخبرة في استخدام الصيرفة الالكترونية وماهي اهم مقومات وعناصر نجاحها من وجهة نظر عملاء البنك، فضلا "عن اهم معوقات ومخاطر الصيرفة الالكترونية في البنوك العاملة في الأردن، لتحقيق هدف الدراسة فقد قام الباحث بدراسة ميدانية الى عملاء البنوك الأردنية الذين يتعاملون بالصيرفة الالكترونية بشكل او باخر، وقد تم تحليل نتائج الدراسة الميدانية باستخدام برنامج Spss لحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار عند درجة معنوية 5 % مع استخدام كرونباخ الف " لاختبار مادية الاعتمادية الدراسة وصلت الى مجموعة النتائج، أهمها: ان اهم المعوقات الصيرفة الالكترونية عدم الوعي المصرفي بالخدمات المصرفية الالكترونية وعدم قيام البنك بالدور التوعوي اللازم لنشر ثقافة الصيرفة الالكترونية بالرغم من انخفاض مخاطر هذه الخدمات الالكترونية الى جانب نتائج أخرى مهمة.

انتهت الدراسة بمجموعة من التوصيات في مقدمتها ضرورة قيام البنوك العاملة في الأردن بحملة تثقيفية شاملة لنشر ثقافة الصيرفة الالكترونية مع توفير الخدمات المرتبطة بها مثل الانترنت بأسعار منخفضة.

1 ثائر عدنان قدومي ، الصيرفة الالكترونية في المصارف التجارية الأردنية ، (دراسة تطبيقية لدور الخصائص الشخصية _ المعوقات ومقومات النجاح) ، بحث بدعم من جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، عمان(الأردن)

الفرع الثاني: الدراسات الأجنبية

❖ Ahmad Zakaria Siam (2006) Role of the electronic banking services on the profits of Jordanian banks¹

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة أثر الصيرفة الإلكترونية على ربحية البنوك في الأردن. كيف يجد القطاع المصرفي نفسه أمام واقع جديد فرضته ثورة التكنولوجيا والأرقام لتغيير آليات عمله من الوسائل التقليدية إلى الوسائل الإلكترونية والتحديات التي تواجهها البنوك نتيجة لذلك. علاوة على ذلك، تبحث هذه الدراسة في أسباب تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الإنترنت وأثرها على الخدمات المصرفية بشكل عام وربحية البنوك بشكل خاص. وتناقش المخاطر والتحديات التي ينطوي عليها ذلك، ويتم تضمين النتائج والتوصيات. وأظهرت النتائج أن الخدمة المصرفية الإلكترونية لها تأثير سلبي على ربحية البنوك على المدى القصير. وتكمن أهمية هذه الدراسة والعوامل التي تجعلها فريدة من نوعها في أنها تناقش فقط موضوع تأثيرات الصيرفة الإلكترونية على ربحية البنوك، في حين أن معظم الدراسات الأخرى تناقش الموضوع بشكل عام. وتوصلت الدراسة إلى أن تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك سيكون سمة على المدى القصير بسبب استثمار رأس المال من قبل البنوك في البنية التحتية والتدريب ولكنه سيكون إيجابياً على المدى الطويل.

❖ M.M. Amina Abdel-Ilah Halbous (2014) Electronic banking in Iraqi banks²

لقد عرف عالم الأعمال تحولاً علمياً في الاستراتيجيات المصرفية في العقود القليلة الماضية، وكان ذلك نتيجة منطقية للثورة التكنولوجية في الاتصالات وعملة الأسواق المالية والمصرفية. وقد أدى ذلك إلى توجه المؤسسات المالية والمصرفية نحو تقديم نوع جديد من الخدمات، بما يتوافق مع ما يتميز به السوق المصرفي. ومن هنا رأى البعض أن على البنوك تطوير أدائها بما يتناسب مع الظروف المحيطة بهذا التطور المتمثل في الخدمات المصرفية الإلكترونية. انطلق البحث من مشكلة عدم تطبيق الصيرفة الإلكترونية في العراق كما هو الحال في البنوك العربية والعالمية. ولدراسة أسباب عدم انتشار الخدمات المصرفية الإلكترونية قمنا بإعداد استبيان تضمن ثلاثة محاور رئيسية. المحور الأول ركز على خطورة استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية. ويشرح المحور الثاني أساسيات نجاح الخدمات المصرفية الإلكترونية ويشير المحور الثالث إلى معوقات تطبيق الخدمات المصرفية الإلكترونية.

1 Ahmad Zakaria Siam (2006) Role of the electronic banking services on the profits of Jordanian banks , p15-16

2 M.M. Amina Abdel-Ilah Halbous (2014) Electronic banking in Iraqi banks , p15-16

تم تقسيم أسئلة الاستبيان إلى ثلاث مجموعات: السؤال الأول من كل مجموعة كان للمتغير التابع وبقية الأسئلة للمتغير المستقل، مع اعتماد أسلوب التحليل الإحصائي SPSS لحساب المتوسط والانحراف المعياري. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات أبرزها أن هناك رغبة في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية من قبل العملاء. ولكن عدم تعريف الخدمات المصرفية الإلكترونية سيؤدي إلى خوف العميل من استخدام هذا النوع من الخدمات، وتجنب المخاطر التي قد تنجم عن الدخول إلى شبكة المعلومات من قبل مستخدمين غير مصرح لهم، وهذا دليل على أن المسؤولية الكبرى عن عدم - انتشار الخدمات المصرفية الإلكترونية في العراق يعتمد على البنك نفسه .

المطلب الثاني: جودة الخدمات

الفرع الأول : الدراسات باللغة العربية

أولاً: دراسة علي محبوب، علي سنوسي¹

كان التحصيل للتطور السريع في تكنولوجيا الاعلام والاتصال الى عدة نتائج وتغيرات جوهرية في أسس الية القطاع المصرفي، وعلى الرغم من ان هذا القطاع له جاذبية كبيرة وسريعة التأثير والاستجابة للتغيرات الخارجية فكان من الضروري القيام بعدة أساليب من إعادة النظر في الدور التقليدي التي تعمل على أساسه البنوك والذي يعتمد على قبول الودائع ومنح الائتمان والتطلع الى خدمات بنكية متطورة وعديدة وذلك بالاتباع ما حققته التكنولوجيا والمعلومات من أساليب حديثة أدت تعويض الخدمات المصرفية التقليدية بخدمات على الرغم من الأهمية الكبيرة للاتصال المباشر بين الزبون والبنك، ومع اسقاط هذه الدراسة على حالة مصرف السلام حول ادراج احدث التكنولوجيات بالعمل المصرفي.

ومن خلال جميع الأساليب تفصل المصرف من خلال تنبيه المنتج كان يحاول تحقيق اهداف استراتيجية بتقديم هذه الخدمة مغطيا جميع الجوانب التجارية والقانونية، وبالتالي تسمح هذه الخدمة بتغيير العمل المصرفي باعتبارها موجهة لخدمة عملاء المصرف وتضمن توصيل المنتج المناسب للزبون في الوقت والمكان المناسبين وبالجودة المرجوة وبأقل تكلفة ممكنة.

ثانياً: دراسة مناور حداد

لا أحد ينكر ان القطاع المصرفي يلعب دورا مهما في الاقتصاد الوطني في أي دولة كانت، لأن أنشطته تدور حول قبوله للودائع من الغلاء. ومنحه القروض للمقترضين وتوفير السيولة النقدية اللازمة، وإن تقديمه الخدمات

1 علي محبوب ، علي سنوسي ، واقع الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية مصرف السلام الجزائر انموذجا، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، مجلد 004، العدد 02 المركز الجامعي، احمد بن يحيى الونشريسي تيسمسيلت، 2020، ص 11_24.

المتميّزة والتسهيلات المصرفية في صورته الجيدة تنعكس إيجابيا على تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في تلك الدولة. يعد القطاع المصرفي رافدا أساسيا ومهما لتمويل العديد من المشاريع والأنشطة الإنتاجية والاقتصادية في اقتصاديات دول العالم، وعلى ضوء المنافسة الشديدة في السوق المصرفي على المستويين المحلي والدولي وما تواجهه البنوك من تحديات في هذا السوق ومحاولاته الدائمة للحصول على أكبر حصة سوقية. تعمل البنوك العاملة في الأردن على تطوير وتحسين أداء خدماتها المصرفية بهدف الوصول إلى جودة متميزة وسرعة تقديم هذه الخدمات وفق رغبات واحتياجات العملاء لجذبهم للبنك وتعزيز وفائهم وولائهم للبنك، يركز القطاع المصرفي الأردني على تحقيق أهداف جودة الخدمات المصرفية باعتبارها سلاحا قويا يساعد على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك وتقديم خدمات متميزة للعملاء لتحقيق رضاهم عن البنك لأن إدارة الجودة الشاملة هي الورقة الراجحة في إدارة الاعمال وكفاءة عالية لجذب العملاء الجدد والمحافظة على العملاء الحاليين.

وخاصة مع دخول العالم عصر العولمة. أن عملية تطوير أداء وتميز جودة الخدمات المصرفية في القطاع المصرفي الأردني والذي يمثل أحد الأعمدة الرئيسية للاقتصاد الأردني يزداد عاما بعد عام. وهذه الخدمات لا تتوقف عند حدود جذب عملاء جدد للبنوك الأردنية فقط بل تهدف في الاعتناء الاحتفاظ بالعملاء الموجودين في البنوك الأردنية وتقديم لهم كل ما من شأنه رضاهم وكسبه للاستمرار معهم، ومن هذا المنطق جاءت أهمية جودة الخدمات المصرفية من حيث مفهومها ومحدداتها وأبعادها وذلك بهدف رفع مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة للتناسب مع احتياجات ورضا العملاء. وإننا نأمل من هذا البحث أن يسهم في تسليط المزيد من الضوء على أداء الجهاز المصرفي الأردني خلال العقد الأول من القرن الحادي والعشرين وخاصة في ظل ما شهدته هذه الحقبة من أزمات مالية واقتصادية عصفت بمعظم دول العالم.

ثالثا: دراسة حسين السيد طه، عبد العزيز عبد الرحمن حسين، عبد العزيز عبد الرحمان¹

يهدف هذا البحث إلى التعرف على مستوى الوعي الاستراتيجي من وجهة نظر العاملين بالبنوك التجارية الكويتية، وكذلك مستوى جودة الخدمة المصرفية بتلك البنوك، وتحديد نوع وقوة العلاقة بين الوعي الاستراتيجي بأبعاده المختلفة وجودة الخدمة المصرفية في البنوك التجارية الكويتية. ولتحقيق هذه الأهداف تم الاعتماد على قائمة استقصاء التي تحتوي على أبعاد المتغيرين، وحجم عينة البحث 367 مفردة تم تجميع آرائهم وتحليلها من الأساليب الإحصائية التي تتوافق مع طبيعة البيانات التي تم تجميعها، وقد أظهرت نتائج البحث أن مستوى الوعي الاستراتيجي في البنوك التجارية الكويتية مرتفع، كما أن جودة الخدمة المصرفية متوسطة، ووجود علاقة ارتباط إيجابية بين مستوى الوعي الاستراتيجي وجودة الخدمات المصرفية، وكذلك وجود تأثير معنوي إيجابي للوعي الاستراتيجي على جودة

1 حسين السيد طه وآخرون ، دور الوعي الإستراتيجي في تحسين جودة الخدمة المصرفية (دراسة تطبيقية) ، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية

الخدمة المصرفية. وفي ضوء تلك النتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية، قام الباحثان بوضع مجموعة من التوصيات التي من شأنها تعزيز مبادئ الوعي الاستراتيجي، وتحسين من مستوى جودة الخدمة المصرفية بالبنوك التجارية موضوع الدراسة.

الفرع الثاني: الدراسات الأجنبية

❖ **H Rawwash, F Masad, O Enaizan, B Eneizan, M Adaileh, A Saleh, R Almestarihi (2020) Factors affecting Jordanian electronic banking services¹**

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها البنوك الأردنية. إن الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام والثقة والخصوصية والأمن والراحة هي العوامل التي تم بحثها في هذه الدراسة. تم اختيار عينة عشوائية مكونة من 300 عميل من العاملين في مستشفى الملك عبد الله الجامعي والذين لديهم حسابات مصرفية نشطة في مختلف البنوك المحلية في الأردن. ولجمع البيانات الأولية، استخدمت الدراسة تصميم استبيان يعتمد على مقياس مكون من 5 نقاط. توصلت نتائج الدراسة إلى أن الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام والثقة والخصوصية أثرت بشكل مباشر وإيجابي على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية. وتبين أن الراحة ليس لها أي تأثير على الخدمات المصرفية الإلكترونية. وتوصي الدراسة بأن فهم العوامل المؤثرة على الخدمات المصرفية الإلكترونية أمر ضروري للغاية للممارسين الذين يبحثون عن طرق جديدة للخدمات المصرفية في البيئة التنافسية الحالية.

❖ **Kamal K Gupta, Ipshita Bansal (2012) Development of an instrument to measure internet banking service quality in India²**

تحاول هذه الورقة تطوير أداة موثوقة وصالحة لقياس جودة الخدمة المصرفية عبر الإنترنت في الهند، كما تحلل تأثير أبعاد جودة الخدمة المصرفية عبر الإنترنت على جودة الخدمة المصرفية عبر الإنترنت بشكل عام ورضا العملاء. ونظرًا للطبيعة الاستكشافية لهذا البحث، فقد تم استخدام مسح الأدبيات الموجودة ومناقشة مجموعة التركيز ومقابلات الخبراء لتطوير مجموعة من عناصر جودة الخدمة المصرفية عبر الإنترنت. تم مسح عينة مكونة من 1350 من عملاء الخدمات المصرفية عبر الإنترنت من القطاع الخاص والقطاع العام والبنوك الأجنبية في منطقة العاصمة دلهي. كشفت نتائج التحليل العامل الاستكشافي (EFA) عن خمسة أبعاد هي الأمان/الخصوصية، والموثوقية، والكفاءة،

1 Rawwash, F Masad, O Enaizan, B Eneizan, M Adaileh, A Saleh, R Almestarihi (2020) Factors affecting Jordanian electronic banking services

2 Kamal K Gupta, Ipshita Bansal (2012) Development of an instrument to measure internet banking service quality in India

والاستجابة، وجماليات الموقع. تم التحقق من صحة هذا النموذج الخماسي الأبعاد الذي تم التوصل إليه من خلال التعليم للجميع من خلال تحليل العامل التأكيدي (CFA). يوضح نموذج البحث المقترح مؤشرات التوافق المقبولة. تم تحليل تأثير هذه الأبعاد على الجودة الشاملة للخدمات المصرفية عبر الإنترنت ورضا العملاء باستخدام تقنية الانحدار المتعدد. تشير النتائج إلى أن جميع الأبعاد لها تأثير كبير على تصورات جودة الخدمة المصرفية عبر الإنترنت بشكل عام ورضا العملاء. ومع ذلك، فإن أبعاد الأمن/الخصوصية والكفاءة تحمل أقصى تأثير على جودة الخدمة المصرفية عبر الإنترنت بشكل عام والرضا على التوالي. [ملخص النشر]

❖ **Uma Sankar Mishra, Jyoti Ranjan Das, Sanjib Pattnaik, Ayasa Kanta Mohanty (2010)**
Service quality attributes affecting customer satisfaction in banking sector of India

خدمة العملاء هي النهاية الأساسية لأي بنك. يريد العميل دائماً شيئاً ما ويتوقع أن يصل البنك إلى المستوى الذي يلي تلك الاحتياجات. مرة أخرى، كلما قدمت أكثر، زادت احتياجات المستهلك. تتعلق جودة الخدمة بتلبية احتياجات العملاء ومتطلباتهم، ومدى توافق مستوى الخدمة المقدمة مع توقعات العملاء. جودة الخدمة في الخدمات المصرفية تعني توقع وتلبية احتياجات وتوقعات العملاء باستمرار. في هذا السياق، تقترح هذه الورقة نموذجين للمعادلات الهيكلية (SEMs)، أحدهما للعام والآخر لبنوك القطاع الخاص في الهند، لإظهار العلاقة بين رضا العملاء عن الخدمات المصرفية وخصائص جودة الخدمة المدركة. على وجه التحديد، تم صياغة نموذج المعادلة الهيكلية لاستكشاف تأثير العلاقة بها.

المطلب الثالث: الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمات

دراسة عبد الرضا شفيق البصري/ هديل عادل طاهر؛¹ بعنوان تقنيات الصيرفة الالكترونية وتأثيرها في جودة الخدمة المصرفية -دراسة استطلاعية مقارنة لبعض فروع المصارف العراقية الحوكمة والعملية.

يهتم البحث باختبار العلاقة التأثيرية بين استخدام تقنيات الصيرفة الإلكترونية في المصارف التجارية عينة البحث وجودة الخدمات التي تقدمها المصارف لزبائنهم، والاجابة على ما هو مستوى تطبيق تقنيات الصيرفة الإلكترونية، وما مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة لعينة من زبائن المصارف؟ فقد تم صياغة فرضيتين تمثلت بإيجاد العلاقة الارتباطية والتأثيرية بين أبعاد المتغير المستقل (التكنولوجيا، الأفراد، شبكات الاتصال، قاعدة البيانات، والبرمجيات) وأبعاد المتغير المستجيب جودة الخدمات المصرفية المقدمة لعينة من زبائن المصرف التجارية عينة البحث

1 عبد الرضا شفيق البصري و هديل عادل طاهر ، تقنيات الصيرفة الالكترونية وتأثيرها في جودة الخدمة المصرفية -دراسة استطلاعية مقارنة لبعض فروع المصارف العراقية الحوكمة والعملية ، ص 27-28

(الاستجابة، الاعتمادية، الكياسة والمجاملة، المصداقية، معرفة الزبون وفهمه، سهولة الحصول والوصول على الخدمة المصرفية، الجدارة والأهلية، الأمان والملموسية)

واستند البحث على مجموعة مقاييس عالمية جاهزة تم تطويرها، وجمعت البيانات من عينة من زبائن المصرف الرافدين والمصرف الأهلي العراقي ومصرف الشرق الأوسط للاستثمار العراقي العاملات في بغداد قوامها (85) زبائن واعتمدت على أساليب اقصائية وصيغة واستدلالية متقدمة من النظام (spss10) وتوصل البحث الى مجموعة من الاستنتاجات كان أبرزها أن زبائن المصارف المبحوثين يفضلون التعامل مع الفروع التقليدية للمصارف على استخدام الصيرفة الإلكترونية وبطئ خدمة الانترنت من قبل مزود الخدمة وكان البحث توصيات منها.

خلاصة الفصل :

تلعب العمليات البنكية الالكترونية دورا كبيرا في تحسين الخدمات التي تقدمها البنوك لعملائها وزبائنها بمختلف فئاتهم وشرائحهم، لذا ازدادت أهمية تطوير وتحسين الخدمات البنكية من طرف البنوك قصد تلبية رغبات الزبائن، وبالتالي سعت البنوك إلى التخلي عن وسائل الدفع التقليدية وعصرنتها بوسائل الدفع الالكتروني من أجل تحقيق منافسة قوية وتحسين نوعية الخدمات.

الفصل الثاني:

الدراسة الميدانية بنك الفلاحة والتنمية الريفية
وكالة تقرت

تمهيد:

بعد الدراسة النظرية لموضوع البحث وعرضنا لدراسات السابقة في الفصل الأول، حاولنا في هذا الفصل إسقاط ما تضمنه الجانب النظري على أرض الواقع، وتوضيح دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في مؤسسة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وهذا من خلال دراسة ميدانية لهذه المؤسسة، إذ تم الاعتماد على استمارة الاستبانة الموزعة على عينة من مجتمع الدراسة، وعرض الطريقة والأدوات المستخدمة بالإضافة إلى البرامج المستخدمة في معالجة البيانات، وعليه قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى مبحثين كما يلي:

المبحث الأول: الطريقة والأدوات:

في هذا المبحث سوف نقوم بتقديم المؤسسة محل الدراسة للتعريف بها وبمهامها، أهميتها وأهدافها، كما سنتطرق إلى الإطار المنهجي للدراسة كما يلي:

المطلب الأول: طريقة وأدوات الدراسة:

سنتناول في هذا المطلب عدة فروع الأول نظرة عامة على بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتقترت، أما الفرع الثاني تطرقنا إلى مهام وأهمية وأهداف البنك بينما قدمنا في الفرع الثالث نموذج الدراسة والفرع الرابع إلى عينة وأدوات الدراسة.

الفرع الأول : تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

هو مؤسسة تنتمي إلى القطاع العمومي الجزائري أنشئ في 13 مارس 1982 بحيث انبثق من البنك الوطني الجزائري وهو عبارة عن شركة مساهمة برأس مال قدره 33000000000 (ثلاث وثلاثون مليار دينار) وتتمثل مهامه في تنمية وتطوير القطاع الزراعي وتعزيز العالم الريفي ودعم نشاط الصناعة التقليدية والحرفية، كما تعتبر أعماله أعمال تجارية بالدرجة الأولى نذكر لمختلف الخدمات التجارية التي يقدمها... (1)

وهو يحتوي على أكثر من 7000 موظف يسهر على انشغالات عملائه موزعين على 321 وكالة عبر التراب الوطني و 39 مجمع جهوي... (2)

ومن بين وكالاته وكالة تقترت التي تحمل الرمز 944.

تعريف الوكالة المحلية للاستغلال تقترت (944):

هي أحد فروع بنك الفلاحة التابعة للمجمع الجهوي للاستغلال (30ن) والتي تهتم بتنمية وتطوير القطاع الفلاحي بمختلف فروع الزراعة والفلاحة وتربية المائيات وغيرها

وهو يحتوي بذلك على 14 موظف يحاولون جاهدين إرضاء زبائنهم بمختلف الخدمات التي ترتقي بالمجال الفلاحي من عالم الصيرفة التقليدية إلى الصيرفة الإلكترونية بإضفاء عالم التكنولوجيا والإعلام والاتصال الرقمي وهو يتربع على مساحة تقدر بحوالي 700م² ببنائة مكونة من طابقين تتوزع فيها مختلف مصالح الإدارية والتقنية المتمثلة في الخدمات الإلكترونية التي ترتقي بمعاملات زبائنه وتمكنهم من الانفتاح العالمي التجاري التكنولوجي الرقمي ولذلك يضع هيكله تنظيمية شاملة متكاملة ومتناسقة لضمان سرعة وسيرورة نشاطه بشكل دائم.

الفرع الثاني : أهداف ومهام البنك

أولاً: أهداف البنك :

لجأ بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى القيام بأعمال ونشاطات عديدة للوصول إلى إستراتيجية لجعله مؤسسة بنكية كبيرة وهذا بهدف تدعيم مكانته ضمن الوسط البنكي وتتمثل الأهداف الرئيسية في: (معلومات من بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة تقرت)

- توسيع وتنويع جودة الخدمات الحصول على أكبر حصة في السوق. تحسين نوعية وجودة الخدمات.
- تطوير الجهود قصد تحقيق نتائج في تحصيل القروض وفي جذب موارد إضافية.
- جلب العملة الصعبة.
- المساهمة في تنمية الاقتصاد المحلي والوطني.
- الرفع من قيمة الدخل القومي.
- تقديم أحسن الخدمات من أجل جلب الزبائن.
- العمل على احتكار تمويل أغلب المشاريع الخاصة بالمؤسسات الفلاحية والمقاولات ذات الطابع الاقتصادي والمؤسسات الصغيرة في إطار تشغيل الشباب، وبالتالي على البنك أن يجعل خدماته تتلاءم من المتطلبات والضروريات التي يفرضها اقتصاد السوق حالياً، وعلى هذا الأساس وضع بنك الفلاحة والتنمية الريفية جملة من الأهداف الإستراتيجية والتي منها:
- تحقيق أكبر مردودية.
- بقاءه أكبر بنك على مستوى التراب الوطني.

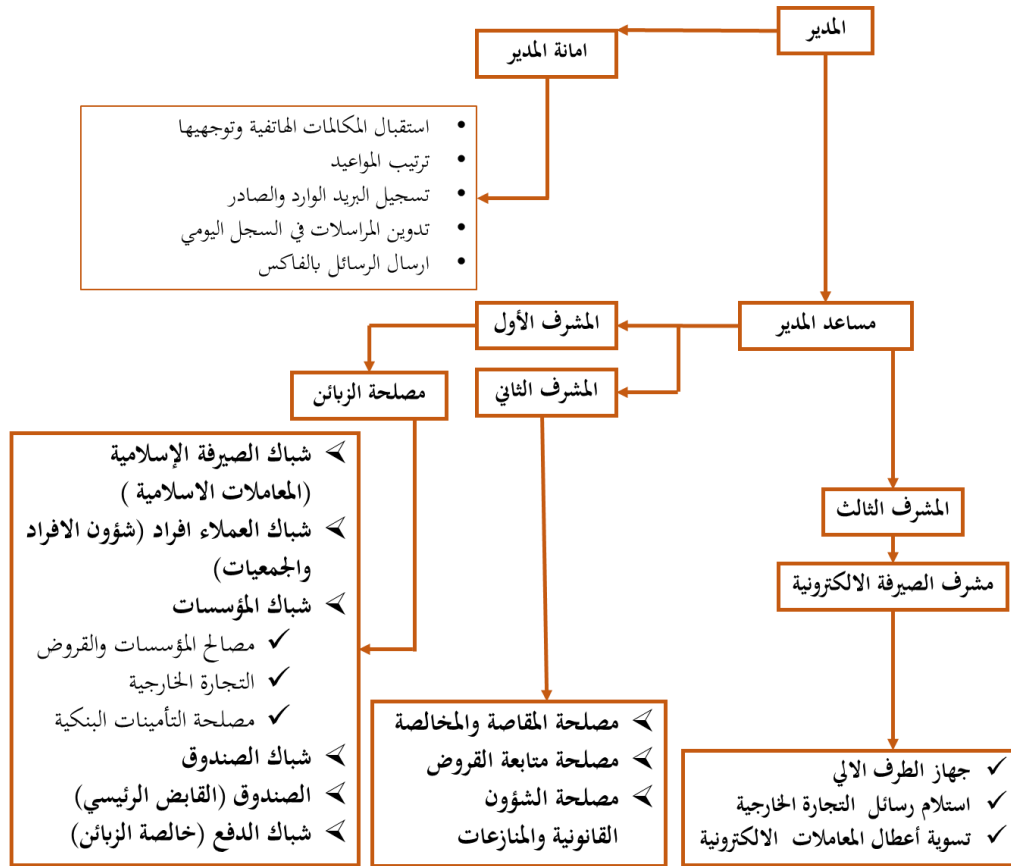
ثانياً : وظائف البنك :

يقوم بنك الفلاحة والتنمية الريفية حسب قانون تأسيسه بتنفيذ كل العمليات البنكية ومنح الائتمان بكل أنواعه، وهو يعطي امتياز للمهن الفلاحية والريفية، ويمنحها قروض بشروط أسهل وبضمانات أخف، ومن وظائفه الأساسية ما يلي: (معلومات من بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة)

- تمويل جميع المنشآت الزراعية المزارع التعاونيات المؤسسات الفلاحية والصناعية)
- تقديم المساعدات لجميع الأنشطة الأخرى التي تساهم في تطوير القطاع الزراعي مثل البيطرة
- منح الفروض بمختلف أنواعها مع قبول الودائع.
- تمويل عمليات التجارة الخارجية

الفرع الثالث : الهيكل التنظيمي

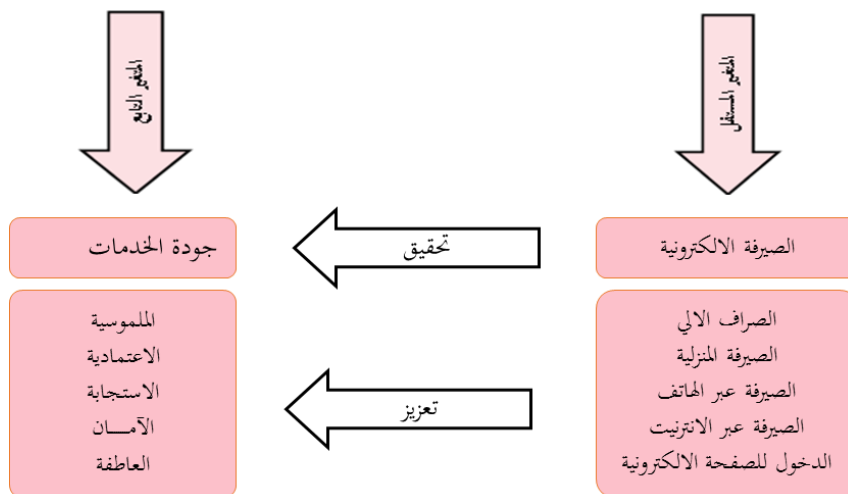
الشكل رقم (2-1): الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية



المصدر: من وثائق البنك

❖ نموذج الدراسة:

الشكل (2-2): نموذج الدراسة.



المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على ما تم التطرق إليه.

أولاً: المتغير المستقل:

وهو المتغير الذي يؤثر في باقي المتغيرات ويتمثل في دراستنا في الصيرفة الالكترونية، والمتغيرات المتعلقة به هي (الصراف الالي، الصيرفة المنزلية، الصيرفة عبر الهاتف، الصيرفة عبر الانترنت، الدخول الى الصفحة الالكترونية).

ثانياً: المتغير التابع:

هو المتغير الذي يتأثر بالمتغير المستقل ولا يؤثر فيه ويتمثل في دراستنا هذه في جودة الخدمات، وأبعاده (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، العاطفة).

الفرع الرابع: عينة وأدوات الدراسة:

سنتطرق في هذا الفرع إلى عينة الدراسة وأدوات الدراسة.

أولاً: عينة الدراسة:

عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تقرت، حيث تم اختيار عينة قصديه وتوزيع 120 استبيان على أفراد العينة وفيما يلي جدول يبين كيفية توزيع وجمع الاستبيانات:

الجدول رقم (1-2): يبين كيفية توزيع وجمع الاستبيان على عينة الدراسة.

النسبة المئوية %	العدد	البيان
100%	120	عدد الاستبيانات الموزعة
75%	90	عدد الاستبيانات المسترجعة
25%	30	عدد الاستبيانات الغير مسترجعة من قبل عينة الدراسة
0%	0	عدد الاستبيانات الملغاة (غير الصالحة)
75%	90	عدد الاستبيانات الصالحة

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماداً على الاستبيانات.

ويتضح من الجدول أعلاه أن نسبة الاستبيانات المعتمدة للتحليل هي 75% والتي تمثل 90 استبياناً من اصل 120 استبيان موزع وهي نسبة مقبولة عموماً والشكل التالي يعطي توضيحاً أكثر لإحصائية الاستبيان.

ثانياً: أدوات جمع البيانات:

يتطلب إعداد أي دراسة جمع المعلومات التي تحيط بالموضوع وتصب في فحواه، وتم الاستعانة بمجموعة من الأدوات للحصول على البيانات المطلوبة وتمثل فيما يلي:

01- الاستبيان: يعتبر الاستبيان الأداة الأكثر استخداما في البحوث الاجتماعية والإنسانية إذ يعتبر وسيلة لجمع البيانات من خلال احتوائه على مجموعة من الأسئلة أو العبارات ويطلب من عينة الدراسة الإجابة عليها ويتم توزيع الاستبيان عادة باليد أو من خلال إرسالها إليهم غير البريد وغيرها.

ثالثا: تصميم استبيان الدراسة:

وتتم عبر مراحل التالية:

1- تصميم استمارة الاستبيان: وهي أولى خطوات إعداد الاستبيان، سعيًا إلى إعداد عبارات قابلة للفهم خالية من التعقيد وتعدد المعاني من خلال انتقاء كلمات ومفردات سهلة ومتداولة، وصياغة بصفة بسيطة للأسئلة في ضوء الإشكالية الرئيسية للدراسة التي تتناول دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات الصيرفية كما استعنا بآراء المشرف وأساتذة ذوي الاختصاص والخبرة في إعداد الاستبيان بهدف تحكيمه، والتأكد من صحة وسلامة المنهجية وسلامة التصميم، كما اعتمدنا في إعداد الاستبيان على الجانب النظري للدراسة والدراسات السابقة ذات العلاقة بالموضوع وقد مرت عملية إعداد الاستبيان بالخطوات التالية:

- إعداد استبيان أولى بهدف جمع البيانات.
- عرض الاستبيان على المشرف لفحصه والتأكد من مدى ملامته لجمع البيانات والاسترشاد بتوجيهاته.
- عرض الاستبيان على محكمين من الأساتذة ذوي الاختصاص والأخذ بآرائهم وتوجيهاتهم.
- توزيع الاستبيان على أفراد العينة لجمع المعلومات الكافية والبيانات الملائمة للدراسة.

2- محتوى الاستبيان: لقد اعتمدنا في تقسيم الاستبيان إلى قسمين أوجزأين، آخذين بمعيار المعلومات المتعلقة بأفراد العينة والمعلومات المتعلقة بموضوع متغيرات الدراسة، حيث احتوى كل جزء على ما يلي (انظر الملحق رقم 1).

الجزء الأول: يتضمن البيانات الشخصية المتعلقة بالخصائص الشخصية والوظيفية عن أفراد عينة الدراسة (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، عدد السنوات التعامل مع البنك).

الجزء الثاني: يشتمل على متغيرات الدراسة، وبدورها تم تقسيمها إلى محورين كما يلي: المحور الأول: يتعلق بالمتغير المستقل للدراسة المتمثل في الصيرفة الالكترونية والذي احتوى على 15 عبارة وقسمت على خمسة أبعاد كما يلي:

البعد الأول: ويتمثل في الصراف الآلي احتوى على 3 عبارات.

البعد الثاني: ويتمثل في الصيرفة المنزلية احتوى على 3 عبارات.

البعد الثالث: ويتمثل في الصيرفة عبر الهاتف احتوى على 3 عبارات.

البعد الرابع: ويتمثل في الصيرفة عبر الانترنت احتوى على 3 عبارات.

البعد الخامس: ويتمثل في الدخول للصفحة الالكترونية احتوى على 3 عبارات

الجزء الثالث: يتعلق بالمتغير التابع للدراسة المتمثل جودة الخدمات في والذي احتوى على 15 عبارة وقسمت على خمسة أبعاد كما يلي:

البعد الأول: ويمثل الملموسية احتوى على 3 عبارات.

البعد الثاني: ويمثل الاعتمادية احتوى على 3 عبارات.

البعد الثالث: ويمثل الاستجابة احتوى على 3 عبارات.

البعد الرابع: ويمثل الآمان احتوى على 3 عبارات.

البعد الخامس : ويمثل العاطفة احتوى على 3 عبارات

رابعاً: مقياس ليكارت المستخدم في الاستبيان.

اعتمدنا على سلم "ليكارت" ثلاثي الأوزان، وذلك لقياس الاتجاهات أفراد العينة المعنية بالدراسة من خلال إجاباتها، ويعتبر مقياس "ليكارت" من أكثر المقاييس ملائمة لقياس الظواهر والمتغيرات السلوكية، وذلك لسهولة تعميمه واستخدامه وتراه المعلومات التي يمكن تحقيقها من تطبيقه وتعتبر فقرات الجزء الرابع والخامس والسادس هي من تحتوي على سؤال واحد حسب مقياس "ليكارت" ثلاثي الأبعاد، وتم إعطاء درجة لكل وزن كما يلي:

غير موافق: ولها درجة واحدة (1).

محايد: ولها درجتان (2).

موافق: ولها ثلاث درجات (3).

وسيتم حساب المتوسط الحسابي المرجح وذلك بحساب طول الفترة وهي عبارة عن حاصل قسمة 2 على 3، حيث تمثل 2 عدد المسافات من 1 إلى 2 مسافة أولى، ومن 2 إلى 3 مسافة ثانية، بينما 3 تمثل عدد الإمكانيات أو الخيارات المتاحة للمستجوبين، وبالتالي عند القيام بقسمة 2 على 3 تتحصل على طول الفترة ويساوي 0.66، والجدول الموالي يوضح المتوسط الحسابي المرجح، ودرجات الأوزان حسب مقياس ليكارت الثلاثي المستخدم في البحث موضحة في الجدول أدناه:

الجدول رقم (2-2): المتوسط الحسابي المرجح وفق مقياس "ليكات" ذوالأوزان الثلاثة.

الدرجات			
3	2	1	
موافق	محايد	غير موافق	درجة الموافقة
من 2.33 إلى 03	من 1.67 إلى 2.32	من 1.66 إلى 01	المتوسط الحسابي المرجح

المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على الاستبيانات.

المطلب الثاني: إعداد البيانات والأدوات المستخدمة في الدراسة:

تعتبر هذه الخطوة مهمة بحكم أن البيانات هي المصدر الأول للمعلومات والتي سيتم معالجتها إحصائيا بواسطة العديد من الأدوات الإحصائية التي تساعدنا في تحليل البيانات، وسيتم شرح ذلك كآتي:

الفرع الأول: إعداد بيانات الدراسة للتحليل والتفسير:

من أجل إعداد البيانات لعملية التحليل والوصول إلى نتائج مرجوة من هذا البحث قمنا بالعديد من الإجراءات التي تمكنا بواسطتها من تحليل البيانات الموجودة في قوائم الاستبانة بكل وضوح وذلك بالاستعانة ببرنامج Spss نسخة 26، والمنهجية المستخدمة في إعداد البيانات كانت كما يلي:

أولا: مراجعة قوائم الاستبانة:

بحيث وخلال عملية مراجعة الاستبيانات المسترجعة إلى إلغاء الاستبيانات التي لا تصلح للمعالجة الإحصائية، وهي الغير مكتملة الإجابة والتي بها أخطاء ومعلوماتها غير كافية، وحصر الاستبيانات الصالحة للدراسة والتي بلغ عددها النهائي (90) استمارة والتي تم استخدامها للتحليل الإحصائي للدراسة.

ثانيا: ترميز بيانات الاستمارات:

بعد الانتهاء من حصر العدد الإجمالي للاستمارات المستخدمة في الدراسة، بدأنا بالمرحلة الثانية وهي ترميز الأسئلة والعبارات. الواردة في الاستبانة، وذلك بتشكيل نموذج ترميز موجد لاستخدامه على جميع الاستمارات، وذلك بوضع حروف وأرقام للتعبير عن الأسئلة والعبارات والمتغيرات التي تحتويها الاستمارة، وذلك من أجل سهولة تفريخ المعلومات الواردة فيها في البرنامج الإحصائي المستخدم سابق الذكر.

ثالثا: تصنيف وتفرغ البيانات:

بعد المراجعة والترميز للبيانات قمنا بتصنيف البيانات على شاكلة أرقام وصياغتها في مجموعات مبوبة، وهذا من أجل تسهيل تفرغها في البرنامج الإحصائي Spss، وذلك باستخدام الخصائص المتاحة فيه من خلال عرض المتغيرات variableview الذي تم إدخال جميع الأسئلة الموجهة والخيارات الممكنة لكل سؤال، وعرض البيانات dataview التي أدخلنا من خلاله المعلومات المتواجدة في جميع الاستمارات وذلك عن طريق الأرقام والرموز المعدة مسبقا في المرحلة الثانية.

رابعا: تفسير المعلومات:

بعد الانتهاء من تفرغ البيانات في البرنامج الإحصائي المستخدم في الدراسة، والقيام بالمعالجات الإحصائية اللازمة توصلنا إلى العديد من المعلومات والتي من خلالها تمكنا من تحليل الظاهرة المدروسة واختبار الفرضيات الموضوعة، واستخلاص جملة من النتائج، وتم ذلك عن طريق العديد من الأدوات الإحصائية التي ستطرق لها في العنصر الموالي.¹

الفرع الثاني: الأدوات والأساليب الإحصائية المستخدمة في التحليل:

من خلال إعداد البيانات للتحليل والتفسير، والتي تلت جمعها قمنا بإجراء التحليل الإحصائي لهذه البيانات وذلك بالاستعانة ببرنامج Excel الخاص بتطبيقات جداول البيانات وبرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Spss النسخة 26 لمعالجة البيانات وتحليلها والوصول إلى نتائج تعبر عن الظاهرة التي نحن بصدد قياسها، وشملت عملية التحليل والمعالجة للبيانات استخدام العديد من الأساليب والاختبارات والمقاييس منها الوصفية والاستنتاجية حسب متغيرات الدراسة وبالتالي تحقيق التكامل في معالجة جميع البيانات فأسلوب الإحصاء الوصفي لوصف البيانات وأساليب الإحصاء الاستنتاجي عن طريق الاختبارات المتعددة الاختبار صحة الفرضيات، وملخص هذه الأساليب كالآتي:

1- معامل الثبات ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha (a): يستخدم هذا المقياس لتقدير ثبات الدراسة حيث

يأخذ هذا المعامل فيما يتراوح بين الصفر والواحد، وكلما اقترب من الواحد الصحيح فهذا يعني ثباتا أكبر للدراسة.

1 إبراهيم قعيد، الترويج الإلكتروني ودوره في التأثير على سلوكيات المستهلك اتجاه المنتجات المقدمة من طرف المؤسسات الاقتصادية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم، غير منشورة، فرع العلوم الاقتصادية، تخصص تسير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة الجزائر، 2017، ص ص 160-161.

2- التكرارات والنسب المئوية: تم الاعتماد عليها في محور البيانات العامة من الجزء الأول للاستبيان، من أجل وصف خصائص عينة الدراسة.

3- المتوسط الحسابي الموزون المرجح (Weighted Mean): وذلك لمعرفة مدى ارتفاع وانخفاض استجابات أفراد الدراسة عن المحاور الرئيسية (متوسط متوسطات العبارات)، مع العلم بأنه يفيد في ترتيب المحاور حسب أعلى متوسط حسابي.

4- المتوسط الحسابي (Mean): تم استعماله لمعرفة متوسط إجابات المبحوثين حول عبارات ومحاور الاستبيان ومن ثم معرفة ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة عن المحاور الرئيسية (متوسط متوسطات العبارات) عبارات متغيرات الدراسة، فكلما اقتربت قيمته من الصفر تركزت الاستجابات وانخفض تشتتها بين المقياس كما يفيد في ترتيب المتوسطات في حالة تساويها في القيم، حيث يكون المتوسط الأقل في قيمة الانحراف ومعرفة مستواها.

5- الانحراف المعياري (Std Deviation): يوضح التشتت في استجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، فكلما اقتربت قيمته من الصفر تركزت الاستجابات وانخفض تشتتها بين المقياس، كما يفيد في ترتيب المتوسطات في حالة تساويها في القيم حيث يكون المتوسط الأقل في قيمة الانحراف الأول في الترتيب.

6- معامل الانحدار البسيط (Simple Regression Analysis): من أجل تحديد أثر كل متغير مستقل في المتغير التابع واختبار الفرضيات الفرعية.

7- معامل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis): هو إمتداد لإنحدار الخطي البسيط حيث يستهدف الحصول على العلاقة الرياضية التي تربط بين عدة متغيرات مستقلة والمتغير التابع.

8- معامل ارتباط بيرسون: لمعرفة العلاقة بين المتغيرات.

9- اختبار فيشر (F): لقياس التأثير بين المتغيرات.

المطلب الثالث: اختبار أداة الدراسة (الاستبانة):

بعد الانتهاء من تصميم الاستبانة وإعدادها، قمنا بتقنين أداة الدراسة وذلك عن طريق اختبار مصداقيتها وثباتها، بمعنى مدى ملاءمتها لقياس ما صممت من أجله، وذلك عن طريق العديد من الإجراءات التي سيتم عرضها تباعاً.

الفرع الأول: التأكد من الصدق الظاهري:

يهدف اختبار صدق الأداة للتأكد من قدرة المقياس على قياس ما طور من أجل أن يقاس، وكذا التأكد من صحة العبارات الواردة في الاستبانة وإمكانية هذه الأسئلة من تغطية متغيرات الدراسة وفرضياتها وبالتالي تحقيق أهداف الدراسة في هذه المرحلة، وبعد تصميم الاستبانة فقد تم عرضها أولاً على الأستاذ المشرف لإبداء رأيه حولها ثم أخذ الإذن منه لعرضها للتحكيم، وبعد موافقته ثم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين من الأساتذة والدكاترة الذين ينتمون لجامعة الوادي، وكان عدد الأساتذة المحكمين (2) أساتذة من تخصصات مختلفة، وتجر الإشارة إلى أن جميع الأساتذة المحكمين قد وافقوا على قدرة الاستبانة على تغطية وقياس الظاهرة المدروسة مع بعض التعديلات كانت أغلبها شكلية وقليل منها موضوعية، فكانت الملاحظات مقسمة إلى ملاحظات تخص بعض التصحيحات اللغوية وأخرى بإعادة حذف بعض صياغة بعض التساؤلات، وحملت أيضاً ملاحظات بإضافة بعض العبارات الضرورية لاستيفاء الدراسة، وملاحظات أخرى تتعلق بحذف بعض الأسئلة التي تعتبر زائدة عن مستلزمات البحث، ولقد تم الأخذ في الحسبان جميع التوجيهات والملاحظات التي أبداها أعضاء لجنة التحكيم وإجراء التعديلات الضرورية، ولقد أخذنا برأي الأغلبية في تعديل الاستبانة والخروج بها على شاكلتها الحالية والنهائية.¹

الفرع الثاني: ثبات أداة الدراسة:

هناك العديد من الاختبارات التي تمكننا من قياس ثبات أداة الدراسة (الاستبانة)، ويقصد بالثبات (Reliability) درجة الموثوقية وهو درجة خلو المقياس من أخطاء القياس العشوائية،² وبعد الاتساق الداخلي للمقياس أبرز الطرق لاختبار الثبات، والتي سيتم قياسها باستخدام حساب معامل ألفا كرونباخ (Chronbach's Alpha) الذي يعكس لنا درجة ارتباط البنود بعضها البعض، وبالتالي كلما زاد الارتباط يعبر عن الاتساق الداخلي للمقياس، وتتراوح قيمة معامل ألفا كرونباخ قيمة بين العددين (0) و(1)، بحيث كلما اقتربت القيمة من الواحد دل

1 للاطلاع على الاستبانة في شكلها النهائي أنظر الملحق رقم (01).

2 Tharenou, P. Donohue, R. & Cooper, B. Management Research Methods, Cambridge University Press, New York, USA, 2007 p: 152.

منقول عن إبراهيم فعيد، مرجع سبق ذكره، ص 163.

ذلك على وجود ارتباط بين البنود وبالتالي هناك اتساق داخلي بين فقرات الاستبانة، وبينما يدل عكس ذلك كلما اقتربت قيمة المعامل من الصفر، وبشكل عام تشير قيمة (0.9) فما فوق المعامل ألفاكرونباخ إلى وجود درجة كبيرة من الاتساق الداخلي لدى المقياس موضع الاختبار في المقابل تعكس قيمة معامل ألفاكرونباخ التي تكون أقل من (0.7) مستويات متوسطة من الاتساق الداخلي، علماً بأن الحد الأدنى المقبول المعامل ألفاكرونباخ كي نقول إن المقياس يتمتع بالثبات الداخلي هو (0.6) فما فوق.

ولقد استخدمنا معامل ألفاكرونباخ لقياس ثبات المقاييس الخاصة بمتغيرات الدراسة، والجدول الموالي يوضح نتيجة اختبار معامل ألفاكرونباخ لاستبانة الدراسة التطبيقية.

الجدول رقم (2-3): اختبار معامل ألفاكرونباخ ومعامل الصدق.

المحور	البعد	عدد الفقرات	معامل ألفاكرونباخ
1	الصيرفة الإلكترونية	15	0.786
2	جودة الخدمات	15	0.623
الاستبيان ككل		30	0.696

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماداً على Spss.

من الجدول السابق نلاحظ أن معاملات ثبات كل أبعاد الاستبيان تقريبا تساوي الحد الأدنى المتفق عليه، وهو أن يكون معامل الثبات أكبر من 0.6 بحيث تراوحت معاملات الثبات بين 0.623 و 0.786 كما أن معامل ثبات محور الصيرفة الإلكترونية يساوي 0.786 وهو أكبر من 0، بالإضافة إلى أن معامل ثبات جودة الخدمات يساوي 0.623 في حين أن معامل الثبات للاستبيان ككل هو 0.696 وهو ما يبين أن الاستبيان صالح لأغراض الدراسة.

المبحث الثاني: النتائج ومناقشتها

يتم في هذا المبحث الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة من خلال عرض وتحليل البيانات الشخصية لعينة الدراسة من الجنس، السن، المستوى التعليمي، سنوات التعامل مع البنك بالإضافة إلى تحليل إجابات عينة الدراسة أفراد العينة على عبارات محاور الدراسة، كما تناولنا اختبار صحة الفرضيات ومناقشة النتائج.

المطلب الأول: عرض البيانات الشخصية لعينة الدراسة:

سنتناول في هذا المطلب التحليل الوصفي لخصائص أفراد العينة حسب التغيرات: الجنس، السن، المستوى التعليمي، سنوات التعامل مع البنك

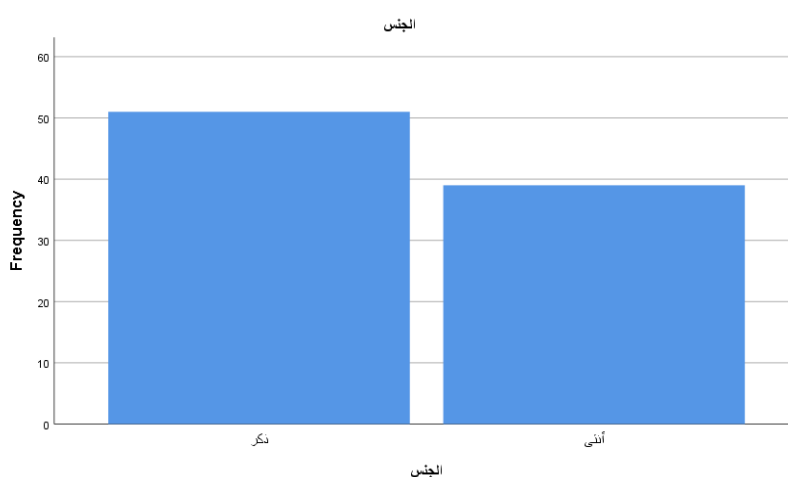
الفرع الأول: التوزيع حسب الجنس:

الجدول رقم (2-4): نسبة توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	56	56.7%
أنثى	90	43.3%
المجموع	90	100%

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماداً على البرنامج الإحصائي SPSS.

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



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على الجدول رقم (2-4).

من خلال الجدول والشكل البياني أعلاه يتضح لنا توزيع أفراد العينة حسب الجنس حيث نجد أن النسبة الأعلى كانت لذكور بنسبة 56.7% أما النسبة المتبقية 43.3% كانت للإناث وبالتالي في مجتمع العينة يتكون أغلبه من الذكور، وذلك دليل على عدم تعارض الثقافة المحلية لعمل المرأة والسعي إلى رفع نسب تمثيلها في مجال الشغل.

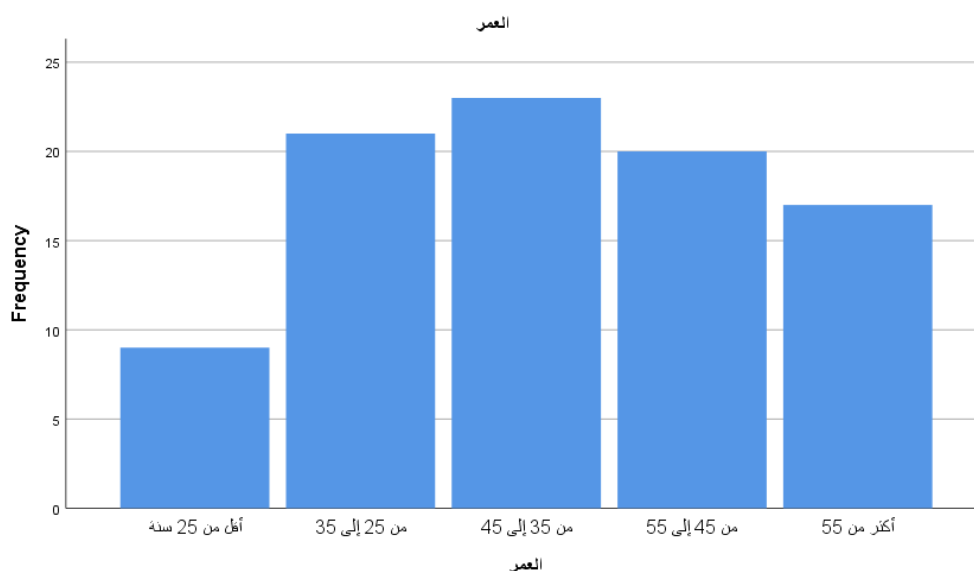
الفرع الثاني: التوزيع حسب السن:

الجدول رقم (2-5): نسبة توزيع أفراد العينة حسب السن.

النسبة المئوية	التكرار	السن
10 %	9	أقل من 25 سنة
23.3%	21	من 25 إلى 35 سنة
25.6%	25	من 35 إلى 45 سنة
22.2%	20	من 45 إلى 55 سنة
18.9%	17	أكثر من 55 سنة
%100	90	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماداً على البرنامج الإحصائي Spss.

الشكل رقم (2-5): توزيع أفراد العينة حسب السن.



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على الجدول رقم (2-5).

من خلال الجدول والشكل البياني أعلاه، يتضح لنا توزيع أفراد العينة حسب العمر، حيث نجد أن النسبة الأعلى كانت للفئة الثالثة 35 إلى 45 سنة بنسبة 25.6% ثم نسبة 23.3% لفئة 25 إلى 35 سنة ثم بنسبة 22.2% لفئة 45 إلى 55 سنة ثم الفئة الخامسة أكثر من 55 سنة بنسبة 18.9% أما النسبة المتبقية حظيت بها الفئة أقل من 25 سنة بنسبة 10%.

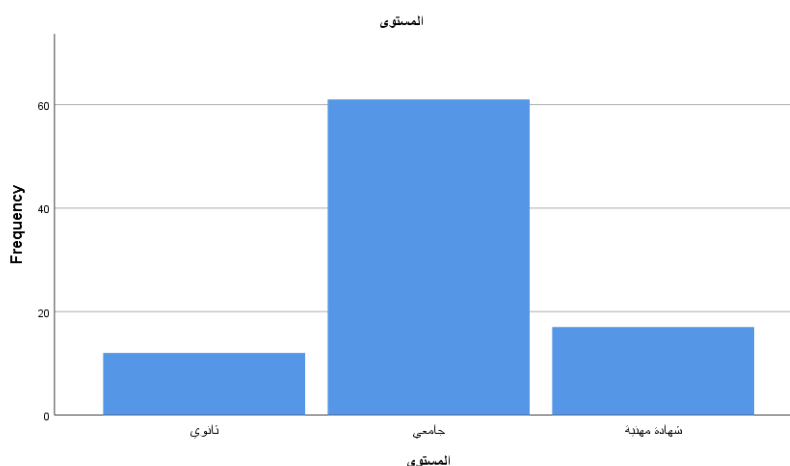
الفرع الثالث: توزيع الأفراد المستوى التعليمي:

الجدول رقم (2-6): نسبة توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي.

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي	12	13.3%
جامعي	61	67.8%
شهادة مهنية	17	18.9%
المجموع	90	100%

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماداً على البرنامج الإحصائي Spss.

الشكل رقم (2-6): توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي.



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على الجدول رقم (2-6).

يتبين من كل من الجدول والشكل البياني أعلاه توزيع مجتمع الدراسة حسب المؤهل العلمي، حيث تبين أن المؤهل العلمي الجامعي هو الأعلى من بين أفراد عينة الدراسة وتمثلت نسبته في 67.8% من النسبة الكلية للمستجوبين في حين أن. الشهادة المهنية كانت نسبته 18.9% كثاني مؤهل لأفراد العينة ويليه المؤهل العلمي ثانوي بنسبة 13.3% وبالتالي فإن مجتمع العينة المستهدفة من خلال هذه الدراسة له مؤهلات علمية تسمح لهم بفهم مضمون الاستبيان مما يعزز من مصداقيته.

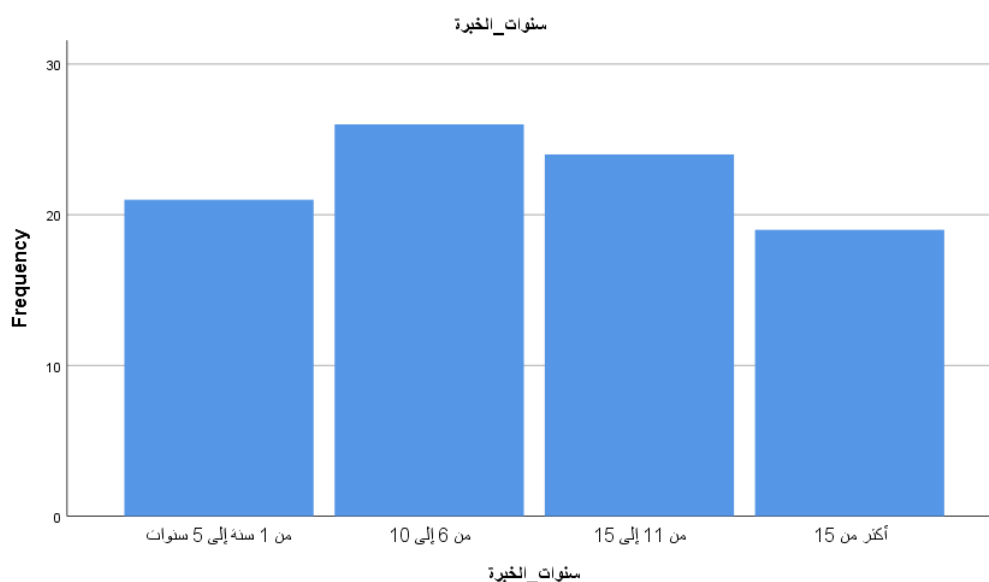
الفرع الرابع: توزيع الأفراد حسب مدة التعامل مع البنك:

الجدول رقم (2-7): توزيع أفراد العينة حسب سنوات التعامل مع البنك .

الخبرة المهنية	التكرار	النسبة المئوية
من 1 إلى 5 سنوات	21.	% 15.4
من 6 إلى 10 سنوات	.26	% 36.9
من 11 إلى 15 سنة	.24	% 26.2
أكثر من 5 سنة	.19	% 6.2
المجموع	90	% 100

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماداً على البرنامج الإحصائي SPSS.

الشكل رقم (2-7): توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة المهنية.



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على الجدول رقم (2-7).

من خلال الجدول أعلاه والشكل البياني، توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سنوات تعاملهم مع البنك، نلاحظ أن أفراد العينة الذين تقل سنوات تعاملهم مع البنك عن 05 سنوات تمثل نسبتهم 23.3% من إجمالي العينة، بينما بلغ عدد أفراد العينة الذي تتراوح سنوات تعاملهم مع البنك بين 06 سنوات إلى 10 سنوات، تمثل أعلى نسبة 28.9% أما الفئة الثالثة والذين تتراوح سنوات خبرتهم من 11 إلى 15 سنة فتعادل نسبتهم 26.9% وفي حين الفئة الرابعة والتي تحتل المرتبة الأخيرة فتعادل نسبتها 21% فمن خلال سنوات التعامل مع البنك التي تعتبر تراكم المعلومات والتي تساهم في إثراء الدراسة وتعزيز مصداقيتها.

المطلب الثاني: عرض وتحليل إجابات أفراد العينة على عبارات محاور الدراسة:

سنحاول في هذا المطلب عرض وتحليل للمتوسطات في المحاور الدراسة.

الفرع الأول: اتجاهات اجابات أفراد العينة حول متغير الصيرفة الالكترونية:

والتي قسمناها كما يلي:

أولاً: بعد الصراف الآلي

الجدول(2-8): اتجاهات اجابات افراد العينة حول الصراف الآلي.

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق	محايد	غير موافق	العبرة
			التكرار	التكرار	التكرار	
			النسبة %	النسبة %	النسبة %	
موافق	0.32306	2.9111	83	06	01.	يستطيع الصراف الآلي إعطاء الرصيد للزبون آلياً
			92.2 %	6.7%	1.1%	
موافق	0.49479	.2.8111	77	09	04	يستفيد صاحب الحساب من استيفاء السيولة عند الصراف
			%85.6	%10.00	4.4%	
موافق	0.62100	2.6556.	66	17	.07	يمكنك الصراف الآلي كزبون من معالجة وتسوية معاملتك مع زملاؤك دون تنقل
			73.3%	18.9%	7.8%	
موافق	0.47961	2.7926				المتوسط العام

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماداً على البرنامج الإحصائي Spss.

من خلال الجدول نلاحظ ان إجابات أفراد العينة الدراسة حول بعد الصراف الآلي حيث متوسط العام الحسابي 2.7926 والانحراف المعياري 1.02485 وهو ما يدل على ان اتجاهات أفراد العينة كانت موافق وهذا ما يدل ان الزبون يستطيع ان يحصل على الرصيد آلياً من طرف الصراف الآلي والصاحب الحساب متوفرة عند السيولة في الصراف وهذا الاخير في المرتبة الأولى العبرة رقم (3) والمتعلقة ب: تعمل إدارة المؤسسة على توعية العاملين بأهمية تطبيق أعمال الإدارة الإلكترونية ذات اعلى متوسط حسابي قدره 2.65 وانحراف معياري بلغ 0.623 مما يعني أن 72.3% من أفراد العينة قد وافقوا على عمل إدارة المؤسسة على توعية العاملين بأهمية تطبيق أعمال الإدارة.

ثانيا: الصيرفة المنزلية

الجدول(9-2): اتجاهات اجابات افراد العينة حول الصيرفة المنزلية.

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق	محايد	غير موافق	العبارة
			التكرار	التكرار	التكرار	
			النسبة %	النسبة %	النسبة %	
موافق	0.58112	2.7222	71	13	06	يمكن للعميل تسوية شؤونه المالية من المنزل بتقنية الصرف عن بعد.
			78.9%	14.4%	6.7%	
موافق	0.58112	2.7222	71	13	06	. تمكن من معرفة ميدان الصيرفة خارج أوقات العمل
			78.9%	14.4%	6.7%	
موافق	0.53129.	.2.7444	.71	15	.04	باعتبارك عميل دائم لدى بنك لديك شعور بالثقة والاطمئنان بتقنية الصراف المنزلي.
			%78.9.	.16.7.%	%4.4.	
موافق	0.5644	2.7296				المتوسط العام

المصدر : من إعداد الطلبة اعتماداً على البرنامج الإحصائي SPSS.

من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد العينة الدراسة حول بعد الصيرفة المنزلية، حيث متوسط العام الحسابي 2.7296 والانحراف المعياري 0.5644 وهو ما يدل على أن اتجاهات أفراد العينة بموافق وهذا يدل على أن البنك يوفر خدمة تسوية الشؤون المالية عن بعد كما يمكنه معرفة ميدان الصيرفة خارج أوقات العمل وهذا ما جعل العملاء يشعرون بالثقة والاطمئنان اتجاه البنك، وقد بلغت متوسطات الحسابية ما بين 2.7222 و 2.7444 والانحرافات المعيارية 0.53129 و 0.58112 .

ثالثاً: الصيرفة عبر الهاتف

الجدول (10-2): اتجاهات اجابات افراد العينة حول عبر الهاتف..

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق	محايد	غير موافق	العبارة
			التكرار	التكرار	التكرار	
			النسبة %	النسبة %	النسبة %	
موافق	0.55238	2.6222	59	28	06.	يستفيد العميل بإحاطة وحماية تحركاته المالية عن طريق رسائل اشعار SMS الى هاتفه
			65.6%	31.1%	%3.3	
موافق	0.49831	2.7667	72	15	03.	يتمكن المستخدم من مراقبة حسابه عبرالهاتف عن طريق شفرة سرية مخصصة له سرىا.
			80%	16.7%	%3.3	
موافق	0.69634	2.6222	67	12	11.	تمكن الصيرفة عبر الهاتف من الاطلاع على الجريدة اليومية لمختلف الحركات المالية للحساب
			74.4%	13.3%	%12.2	
موافق	0.5823	2.6703				المتوسط العام

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماداً على البرنامج الإحصائي SPSS.

من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة حول بعد الصيرفة غير الهاتف، حيث كان المتوسط الحسابي 26703 والانحراف المعياري 0.5823، وهو ما يدل على أن اتجاه أفراد العينة كانت بموافق، وهذا يدل أن البنك يوفر خدمة الرسائل والاشعارات و SMS عبر الهاتف بالإضافة الى الإطلاع على الجرائد اليومية المختلفة الحركات المالية للحساب في ظل المراقبة والتشفير السري. وقد كانت المتوسطات الحسابية ما بين 2،6222 و2،7667 والانحرافات المعيارية ما بين 0.49831 و0.69634.

رابعاً: الصيرفة عبر الانترنت

الجدول(11-2): اتجاهات اجابات افراد العينة حول عبر الانترنت..

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق	محايد	غير موافق	العبارة
			التكرار	التكرار	التكرار	
			النسبة %	النسبة %	النسبة %	
موافق	0.68659	2.5778	62	18	10.	يوفر البنك للعميل موقع على حسابه لتسهيل أعماله المالية دون تنقل وبحرية وسرعة
			68.9%	20%	%1.1	
موافق	0.57670	2.7333	72	12	6.	. توفر لك الصيرفة كزبون ربح الوقت والجهد وبأقل تكاليف
			20%	13.3%	%6.7	
محايد	0.81343	2.1111	35	30	25	. الاتصال ومقابلة موظفي البنك عبر تقنية الاتصال المرئي عن بعد باستخدام موقع البنك الالكتروني
			%38.9	33.3%.	%27.8	
موافق	0.69224.	2.4740				المتوسط العام

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماداً على البرنامج الإحصائي SPSS.

من خلال الجدول نلاحظ ان إجابات أفراد العينة المدروسة حول بعد الصيرفة عبر الإنترنت، حيث متوسطات من الحسابي العام 0.4740 والانحراف المعياري 0.69224، وهو يدل على ان اتجاهات أفراد العينة كانت بموافق، وهذا يدل على بنك يسهل ولوج العملاء في صفحته من اجل تسهيل اعماله وبيع الرقت بالإضافة إلى امكانية مقابلة موظفي البنك عبر تقنية المرئي عن بعد، وقد كانت المتوسطات الحسابية ما بين 2.1111 و2.7333 والانحرافات المعيارية 0.57670 و0.81343

خامسا: الدخول للصفحة الالكترونية

الجدول(12-2): اتجاهات اجابات افراد العينة حول الدخول للصفحة الالكترونية..

العبارة	غير موافق	محايد	موافق	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
يمكن للبنك المناقشة والتشاور في المعاملات المالية على الشاشات المواقع الإلكترونية المتاحة	37	28	27	1.8889	0.84060	محايد
	%41.1	28.9%	30%			
موقع البنك يفتح التغطية اللازمة لانشغالات العميل	13	47	30	2.1889	0.66863	محايد
	%14.4	52.2%	66.7%			
بإمكان العميل تسديد فواتيره وحساباته من الموقع	7	10	73	2.7333	0.59587	موافق
	%7.8	11.1%	%81.1			
المتوسط العام				2.2703	0.7017	محايد

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماداً على البرنامج الإحصائي spss.

من خلال الجدول نلاحظ أن اجابات أفراد العينة الدراسة حول بعد الدخول للصفحة الالكترونية حيث متوسط الحسابي العام 2,2703 والانحراف المعياري 0.7017 . وهذا ما يدل على أن إتجاهات أفراد العينة كانت محايدة وهذا يدل على أن البنك لا يعطي بشكل الكافي انشغالات العميل في صفحته الإلكترونية ولا يوفر جانب التشاور والمناقشة للمعاملة المالية عبر الصفحة إلا أن العميل يمكنه تسديد فواتيره من خلال موقع البنك الإلكتروني. وقد كانت متوسطات الحسابية 1.8889 و 2.7333 والانحرافات المعيارية 0.59587 و0.84060.

الفرع الثاني: اتجاهات اجابات أفراد العينة حول جودة الخدمات:

أولا : الملموسية

الجدول(2-13): اتجاهات اجابات افراد العينة حول الملموسية.

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق	محايد	غير موافق	العبارة
			التكرار	التكرار	التكرار	
			النسبة %	النسبة %	النسبة %	
موافق	0.74920	2.4222	52	24	14	. يعتبر المظهر الخارجي للبنك جذابا وعصري
			57.80%	26.70%	15.6%	
محايد	0.74995	2.2778	41	33	16	. يهتم موظف البنك باللباس اللائق (الموحد)
			45.60%	36.70%	17.80%	
محايد	0.80114	2.2556	43	27	20	. يتوفر لدى البنك أجهزة ومعدات متطورة.
			47.80%	30%	22.02%	
محايد	0.7667	2.3185				المتوسط العام

المصدر : من إعداد الطلبة اعتماداً على البرنامج الإحصائي spss.

نلاحظ من خلال الجدول التالي وهو يتمثل في اجابات أفراد لعينة حول الملموسة حيث كان المتوسط الحسابي العام 2.3185 وبالانحراف المعياري 0.7667 وهو مايدل على ان إجابات أفراد العينة بموافق وهذا يدل على البنك يولي إهتمام كبير بمظهر الخارجي إلا انه لا يتوفر على عدد كبير من الاجهزة والمعدات المتطورة كما ان موظفي البنك ليس لديهم لباس موحد مع العلم ان متوسط الحسابية للعبارات كانت مابين 2.2556 و 2.4222 وبالانحراف المعياري 0.74920 و 0.80114

ثانياً: الاعتمادية

الجدول (2-14): اتجاهات اجابات افراد العينة حول الاعتمادية

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق	محايد	غير موافق	العبارة
			التكرار	التكرار	التكرار	
			النسبة %	النسبة %	النسبة %	
موافق	0.65429	2.5667	59	23	8	يولي البنك اهمية لوقت الزبون خلال تقديم الخدمة.
			%65.60	%25.60	%8.90	
موافق	0.59639	2.7778	67	17	6	يهتم الموظف بحل المشاكل التي تواجه الزبائن
			%74.40	%18.90	%6.70	
موافق	0.70569	2.5444	60	19	11	يأخذ بعين الاعتبار الملاحظات المدونة يسجل الشكاوى
			%66.70	%21.10	%12.20	
موافق	0.6521	2.6296				المتوسط العام

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماداً على البرنامج الإحصائي SPSS.

من خلال الجدول نلاحظ ان اجابات افراد العينة الدراسة حول بعد الاعتمادية حيث متوسط العام 2.6296 والانحراف المعياري 0.6521 وهو ما يدل على ان اتجاهات أفراد العينة كانت اجابتهم بموافق وهذا يدل على ان البنك يولي اهمية لوقت الزبون وياخذ بعين الاعتبار ملاحظات مسجلة ويضع تحت تصرفهم الموظف المناسب من أجل حل المشاكل التي يواجهها الزبون مع العلم ان متوسطات الحسابية 2.5444 و 2.7778 والانحراف المعياري 0.59639 و 0.70569

ثالثا: الاستجابة

الجدول (2-15): اتجاهات اجابات افراد العينة حول الاستجابة..

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق	محايد	غير موافق	العبارة
			التكرار	التكرار	التكرار	
			النسبة %	النسبة %	النسبة %	
محايد	0.75418	2.2444	39	34	17	يقدم البنك الحلول الملائمة للمشاكل في الآجال المناسبة
			%43.3	%37.8	%18.90	
موافق	0.77894	2.3333	47	26	17	يقوم بإدراج في قائمة الأعمال في الإقتراحات من طرف الزبائن بدون تردد.
			%52.20	%28.90	%18.90	
موافق	0.2992	2.8222	57	20	13	يسعى أن تكون فترة انتظار الخدمة للعملاء قصيرة
			%63.40	%22.20	%14.40	
موافق	0.6107	2.4666				المتوسط العام

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماداً على البرنامج الإحصائي SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي يتمثل في إجابات أفراد العينة حول استجابة، حيث المتوسط العام 2.4666 وبالانحراف المعياري بمقدار 0.6107 وهو ما يدل على ان اتجاهات أفراد العينة بموافق، وهذا يدل على ان البنك سريع الاستجابة في الخدمات التي يقدمها لعملائه وذلك من خلال تقديم الحلول الملائمة في الآجال المناسبة، ويسعى الي تكون فترة الانتظار قصيرة من أجل الحصول على خدمة، كما يولي اهتماما كبير الإدراج قائمة الأعمال في الاقتراحات من طرف الزبائن مع العلم ان متوسطات حسابات للعبارات كانت ما بين 2.2444 و2.8222 والانحراف المعياري ما بين 0.75418 و0.2992

رابعاً: الأمان .

الجدول(2-16): اتجاهات اجابات افراد العينة حول الأمان.

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق	محايد	غير موافق	العبارة
			التكرار	التكرار	التكرار	
			النسبة %	النسبة %	النسبة %	
موافق	0.62251	2.7111	72	10	8	يتميز موظفوا البنك بالسرية فيما يخص معلومات العملاء
			%80	%11.10	%8.90	
موافق	0.67449	2.4889	53	28	9	لدينا نظام حماية الكتروني مدفوع ومتطور جدا
			%58.90	%31.10	%10	
موافق	0.70312	2.3333	42	36	12	يتوفر لدينا نظام حماية بديل في حال تعطل نظام الحماية الرئيسي
			%46.70	%40	%13.30	
موافق	0.6667	2.5111				المتوسط العام

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماداً على البرنامج الإحصائي SPSS.

من خلال الجدول نلاحظ ان إجابات أفراد العينة الدراسة حول حد الامان حيث متوسط العام الحسابي 2.5111 والانحراف معياري 0.66667 وهو ما يدل على إتجاهات أفراد العينة انت بموافق وهذا يدل على أن موظف البنك يحافظون على ربه المعلومات العملاء كما يتوفر لدى البنك نظام حماية الاكتروني متطور بالإضافة الى نظام حماية بديل في حال تعطل نظام الحماية الرئيسي وقد كانت متوسطات العامة بين 2.333 و 2.7111 والانحراف المعياري بين 0.62251 و 0.70312

خامسا: العاطفة

الجدول (2-17): اتجاهات اجابات افراد العينة حول العاطفة

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق	محايد	غير موافق	العبارة
			التكرار	التكرار	التكرار	
			النسبة %	النسبة %	النسبة %	
محايد	0.79079	2.1222	37.80	33	23	يوفر البنك شبك خاص لي ذوي للاحتياجات الخاصة.
			%37.80	%36.70	%25.60	
موافق	0.6994	2.5111	56	24	10	نضطر للعمل خارج أوقات الخدمة في بعض المناسبات
			%62.20	%26.70	%11.10	
موافق	0.62371	2.6444	65	18	7	يحاول الموظفون أن يتعاملو بودية خلال تقديم الخدمة
			%72.20	%20.00	%7.80	
موافق	0.7090	2.4259				المتوسط العام

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماداً على البرنامج الإحصائي SPSS.

من خلال الجدول نلاحظ ان إجابات أفراد العينة الدراسة حول بعد العاطفة حيث كان متوسط العام الحسابي 2.4259 والانحراف المعياري 0.7090 وهو ما يدل على ان اتجاهات أفراد العينة كانت بموافق وهذا يدل على ان البنك يوفر شبائك خاصة لذوي الاحتياجات الخاصة ليس بالعدد الكبير لكن موظفيه يقومون بالخدمة خارج أوقات العمل خاصة في المناسبات وبصفة ودية مع الزبائن وقد كانت متوسطات العام بين 2.1222 و 2.64444 والانحراف المعياري 0.62371 و 0.79079

المطلب الثالث: اختبار صحة الفرضيات ومناقشة النتائج:

الفرع الأول: اختبار صحة الفرضية الرئيسية:

نص الفرضية: "يوجد أثر بين الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمة".

ولاختبار الفرضية الرئيسية تمت الصياغة التالية:

H_0 : لا يوجد أثر بين عناصر عناصر الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمة.

H_1 : يوجد أثر بين عناصر الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمة.

لاختبار الفرضية الرئيسية قمنا أولاً باختبار كل من فرضياتها الفرعية المنبثقة منها وهي كالتالي:

◀ الفرضية الفرعية الأولى:

ولاختبار الفرضية الفرعية الأولى للدراسة تمت صياغتها كالتالي:

نص الفرضية: "يوجد أثر بين الصراف الآلي وجودة الخدمات".

H_0 : لا يوجد أثر بين الصراف الآلي وجودة الخدمات.

H_1 : يوجد أثر بين الصراف الآلي وجودة الخدمات.

للتأكد من صحة الفرضية الأولى أو عدم صحتها، تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط في بنا

النموذج الآتي: $Y=B_0+B_1X_1$ ، كمعادلة لتقدير قيم المتغير التابع وذلك بعد أن يتم تحديد قيمة معامل المتغير المستقل،

حيث أن:

- X_1 : عبارة عن متغير مستقل، تتمثل في الصراف الآلي.

- Y : عبارة عن متغير تابع تتمثل في جودة الخدمة.

- β_0 : قيمة الثابت.

- β_1 : معامل المتغير المستقل (الصراف الآلي).

والنتائج ملخصة كما في الجدول الآتي:

الجدول رقم (2-18): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس الأثر بين بعد الصراف الآلي وجودة الخدمة .

البيان	معاملات الانحدار	اختبار (t)	القيمة الاحتمالية (Sig)	التفسير
β_0 الثابت	42.076	7.872	0.00	معنوية
β_1 بعد الصراف الآلي	-0.611	0.966	0.337	غير معنوية
معامل الارتباط (R)	0.102	/	/	/
معامل التحديد (R^2)	0.01	/	/	/
معامل التحديد المعدل (R^2)	-0.001	/	/	/
اختبار (F)	0.933	/	0.337	النموذج غير معنوي
$Y=42.076 - 0.611 X_1$				

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS.

يتضح من نتائج الجدول أعلاه ما يلي:

- أظهرت نتائج الدراسة التقدير عدم وجود ارتباط بين بعد الصراف الآلي كمتغير مستقل وجودة الخدمات المقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة تقرت، من وجهة نظر الزبائن وذلك لأن معامل الارتباط البسيط (R) ضعيف حيث بقيمة 0.102 .
- نموذج الانحدار البسيط غير معنوي حيث بلغت قيمة اختبار (F) 0.933، وهي غير دالة إحصائياً لأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.337) وهي أقل من (0.05) وذلك لأن معظم أجهزة الصراف الآلي لا توجد بها السيولة الكافية وكذلك كثرة الأعطال المتكررة. على ضوء النتائج السابقة، فإننا:

نقبل الفرضية الصفرية القائلة:

"لا يوجد أثر بين الصراف الآلي وجودة الخدمة.

◀ الفرضية الفرعية الثانية

ولاختبار الفرضية الفرعية الثانية للدراسة تمت صياغتها كالتالي:

نص الفرضية: "يوجد أثر بين الصيرفة المنزلية وجودة الخدمات":

H_0 : لا يوجد أثر بين الصيرفة المنزلية وجودة الخدمات.

H_1 : يوجد أثر بين الصيرفة المنزلية وجودة الخدمات.

للتأكد من صحة الفرضية الثانية أو عدم صحتها، تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط في بنا النموذج

الآتي: $Y=B_0+B_1x_1$ ، كمعادلة لتقدير قيم المتغير التابع وذلك بعد أن يتم تحديد قيمة معامل المتغير المستقل، حيث أن:

- X1: عبارة عن متغير مستقل، تتمثل في الصيرفة المنزلية.

- Y: عبارة عن متغير تابع تتمثل في جودة الخدمة.

- β_0 : قيمة الثابت.

- β_1 : معامل المتغير المستقل (الصيرفة المنزلية).

والنتائج ملخصة كما في الجدول الآتي:

الجدول رقم (2-19): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس الأثر بين بعد الصيرفة المنزلية وجودة الخدمات.

البيان	معاملات الانحدار	اختبار (t)	القيمة الاحتمالية (Sig)	التفسير
β_0 الثابت	39.079	9.950	0.00	معنوية
β_1 بعد الصيرفة المنزلية	-0.259	-0.549	0.584	غير معنوية
معامل الارتباط (R)	0.058	/	/	/
معامل التحديد (R^2)	0.003	/	/	/
معامل التحديد المعدل (R^2)	-0.008	/	/	/
اختبار (F)	0.302	/	0.584	النموذج غير معنوي
$Y = 39.079 - 0.259 X_1$				

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS.

يتضح من نتائج الجدول أعلاه ما يلي:

- أظهرت نتائج الدراسة التقدير عدم وجود ارتباط بين بعد الصيرفة المنزلية كمتغير مستقل وجودة الخدمات

المقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة تقرت، من وجهة نظر الزبائن وذلك لأن معامل

الارتباط البسيط (R) ضعيف حيث بقيمة 0.058 .

- نموذج الانحدار البسيط غير معنوي حيث بلغت قيمة اختبار (F) 0.302، وهي غير دالة إحصائياً لأن

القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.584) وهي أقل من (0.05) وذلك يرجع إلى عدم توفر الشبكة الهاتفية

في نطاق واسع. على ضوء النتائج السابقة، فإننا:

نقبل الفرضية الصفرية القائلة:

"لا يوجد أثر بين الصيرفة المنزلية وجودة الخدمات".

الفرضية الفرعية الثالثة

ولاختبار الفرضية الفرعية الثالثة للدراسة تمت صياغتها كالتالي:

نص الفرضية: "يوجد أثر بين الصيرفة عبر الهاتف وجودة الخدمات":

H_0 : لا يوجد أثر بين الصيرفة عبر الهاتف وجودة الخدمات.

H_1 : يوجد أثر بين الصيرفة عبر الهاتف وجودة الخدمات.

للتأكد من صحة الفرضية الثالثة أو عدم صحتها، تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط في بنا النموذج

الآتي: $Y = B_0 + B_1 X_1$ ، كمعادلة لتقدير قيم المتغير التابع وذلك بعد أن يتم تحديد قيمة معامل المتغير المستقل، حيث أن:

X_1 : عبارة عن متغير مستقل، تتمثل في الصيرفة عبر الهاتف.

Y : عبارة عن متغير تابع تتمثل في جودة الخدمة.

β_0 : قيمة الثابت.

β_1 : معامل المتغير المستقل (الصيرفة عبر الهاتف).

والنتائج ملخصة كما في الجدول الآتي:

الجدول رقم (20-2): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس الأثر بين بعد الصيرفة عبر الهاتف وجودة الخدمات.

البيان	معاملات الانحدار	اختبار (t)	القيمة الاحتمالية (Sig)	التفسير
β_0 الثابت	32.818	7.687	0.00	معنوية
β_1 بعد الصيرفة عبر الهاتف	0.516	0.989	0.329	غير معنوية
معامل الارتباط (R)	0.104	/	/	/
معامل التحديد (R^2)	0.011	/	/	/
معامل التحديد المعدل (R^2)	0.000	/	/	/
اختبار (F)	0.964	/	0.329	النموذج غير معنوي
$Y = 32.818 + 0.516 X_1$				

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS.

يتضح من نتائج الجدول أعلاه ما يلي:

- أظهرت نتائج الدراسة التقدير عدم وجود ارتباط بين بعد الصيرفة عبر الهاتف كمتغير مستقل وجودة الخدمات المقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة تقرت، من وجهة نظر الزبائن وذلك لأن معامل الارتباط البسيط (R) ضعيف حيث بقيمة 0.104 .

- نموذج الانحدار البسيط غير معنوي حيث بلغت قيمة اختبار (F) 0.964، وهي غير دالة إحصائياً لأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.329) وهي أقل من (0.05) وذلك لضعف شبكة الهاتف وانقطاعها أحياناً. على ضوء النتائج السابقة، فإننا:

نقبل الفرضية الصفرية القائلة:

"لا يوجد أثر بين الصيرفة عبر الهاتف وجودة الخدمات".

◀ الفرضية الفرعية الرابعة

ولاختبار الفرضية الفرعية الرابعة للدراسة تمت صياغتها كالتالي:

نص الفرضية: "يوجد أثر بين الصيرفة عبر الانترنت وجودة الخدمات":

H_0 : لا يوجد أثر بين الصيرفة عبر الانترنت وجودة الخدمات.

H_1 : يوجد أثر بين الصيرفة عبر الانترنت وجودة الخدمات.

للتأكد من صحة الفرضية الرابعة أو عدم صحتها، تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط في بناء النموذج الآتي: $Y=B_0+B_1x_1$ ، كمعادلة لتقدير قيم المتغير التابع وذلك بعد أن يتم تحديد قيمة معامل المتغير المستقل، حيث أن:

X_1 : عبارة عن متغير مستقل، تتمثل في الصيرفة عبر الانترنت.

Y : عبارة عن متغير تابع تتمثل في جودة الخدمة.

β_0 : قيمة الثابت.

β_1 : معامل المتغير المستقل (الصيرفة عبر الانترنت).

والنتائج ملخصة كما في الجدول الآتي:

الجدول رقم (21-2): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس الأثر بين بعد الصيرفة عبر الانترنت وجودة الخدمات.

البيان	معاملات الانحدار	اختبار (t)	القيمة الاحتمالية (Sig)	التفسير
β_0 الثابت	32.366	9.093	0.00	معنوية
β_1 بعد الصيرفة عبر الانترنت	0.618	1.314	0.192	غير معنوية
معامل الارتباط (R)	0.139	/	/	/
معامل التحديد (R^2)	0.019	/	/	/
معامل التحديد المعدل (R^2)	0.008	/		
اختبار (F)	1.727	/	0.192	النموذج غير معنوي
$Y=32.366 + 0.618 X_1$				

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS.

يتضح من نتائج الجدول أعلاه ما يلي:

- أظهرت نتائج الدراسة التقدير عدم وجود ارتباط بين بعد الصيرفة عبر الانترنت كمتغير مستقل وجودة الخدمات المقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة تقرت، من وجهة نظر الزبائن وذلك لأن معامل الارتباط البسيط (R) ضعيف حيث بقيمة 0.129 .
- نموذج الانحدار البسيط غير معنوي حيث بلغت قيمة اختبار (F) 1.727، وهي غير دالة إحصائياً لأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.192) وهي أقل من (0.05) وذلك لضعف قوة تدفق شبكة الانترنت. على ضوء النتائج السابقة، فإننا:

نقبل الفرضية الصفرية القائلة:

"لا يوجد أثر بين الصيرفة عبر الانترنت وجودة الخدمات".

الفرضية الفرعية الخامسة

ولاختبار الفرضية الفرعية الخامسة للدراسة تمت صياغتها كالتالي:

نص الفرضية: "يوجد أثر بين الدخول الى الصفحة الالكترونية وجودة الخدمات":

H_0 : لا يوجد أثر بين الدخول الى الصفحة الالكترونية وجودة الخدمات.

H_1 : يوجد أثر بين الدخول الى الصفحة الالكترونية وجودة الخدمات.

للتأكد من صحة الفرضية الخامسة أو عدم صحتها، تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط في بنا النموذج الآتي: $Y=B_0+B_1X_1$ ، كمعادلة لتقدير قيم المتغير التابع وذلك بعد أن يتم تحديد قيمة معامل المتغير المستقل، حيث أن:

- X_1 : عبارة عن متغير مستقل، تتمثل في الدخول الى الصفحة الالكترونية.

- Y : عبارة عن متغير تابع تتمثل في جودة الخدمة.

- β_0 : قيمة الثابت.

- β_1 : معامل المتغير المستقل (الدخول الى الصفحة الالكترونية).

والنتائج ملخصة كما في الجدول الآتي:

الجدول رقم (2-22): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس الأثر بين بعد الدخول الى الصفحة الالكترونية وجودة الخدمات.

البيان	معاملات الانحدار	اختبار (t)	القيمة الاحتمالية (Sig)	التفسير
β_0 الثابت	29.467	10.427	0.00	معنوية
β_1 بعد الصيرفة الدخول الى الصفحة الالكترونية	1.099	2.727	0.008	معنوية
معامل الارتباط (R)	0.279	/	/	/
معامل التحديد (R^2)	0.078	/	/	/
معامل التحديد المعدل (R^2)	0.067	/	/	/
اختبار (F)	7.435	/	0.008	النموذج معنوي
$Y=29.467 + 1.099X_1$				

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS.

يتضح من نتائج الجدول أعلاه ما يلي:

- أظهرت نتائج الدراسة التقدير وجود ارتباط موجب طردي مرتفع بن بعد الدخول الى الصفحة الالكترونية كمتغير مستقل وجودة الخدمات المقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة تقرت، من وجهة نظر الزبائن وذلك لأن معامل الارتباط البسيط (R) ضعيف حيث بقيمة 0.279 .
- نموذج الانحدار البسيط غير معنوي حيث بلغت قيمة اختبار (F) 7.435، وهي غير دالة إحصائياً لأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.008) وهي أكبر من (0.05) وذلك لأن للبنك صفحة خاصة للزبائن يستطيع العملاء من خلالها الاطلاع على العمليات الخاصة بحساباتهم. وعلى ضوء النتائج السابقة، فإننا:

نقبل الفرضية الصفرية القائلة:

" يوجد أثر بين الدخول الى الصفحة الالكترونية وجودة الخدمات ".

◀ الفرضية الرئيسية :

ولاختبار الفرضية الرئيسية للدراسة تمت صياغتها كالتالي:

نص الفرضية: " يوجد أثر بين الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمات ":

H_0 : لا يوجد أثر بين الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمات.

H_1 : يوجد أثر بين الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمات.

للتأكد من صحة الفرضية الرئيسية أو عدم صحتها، تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط في بنا النموذج الآتي: $Y=B_0+B_1x_1$ ، كمعادلة لتقدير قيم المتغير التابع وذلك بعد أن يتم تحديد قيمة معامل المتغير المستقل، حيث أن:

- X_1 : عبارة عن متغير مستقل، تتمثل في الصراف الالي.
- X_2 : عبارة عن متغير مستقل، تتمثل في الصيرفة المنزلية.
- X_3 : عبارة عن متغير مستقل، تتمثل في الصيرفة عبر الهاتف.
- X_4 : عبارة عن متغير مستقل، تتمثل في الصيرفة عبر الانترنت.
- X_5 : عبارة عن متغير مستقل، تتمثل في الدخول للصفحة الالكترونية.
- Y : عبارة عن متغير تابع تتمثل في جودة الخدمة.
- β_0 : قيمة الثابت.
- β_1 : معامل المتغير المستقل (الصيرفة الالكترونية).

والنتائج ملخصة كما في الجدول الآتي:

الجدول رقم (23-2): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس الأثر بين الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمات.

البيان	معاملات الانحدار	اختبار (t)	القيمة الاحتمالية (Sig)	التفسير
β_0 الثابت	35.375	5.433	0.00	معنوية
β_1 بعد الدخول للصفحة الالكترونية	1.169	2.529	0.013	غير معنوية
β_2 بعد الصراف الآلي	-0.615	-0798	0.427	
β_3 بعد الصيرفة المنزلية	-0.338	-0570	0.570	/
β_4 بعد الصيرفة عبر الانترنت	0.272	0.494	0.622	/
β_5 بعد الصيرفة عبر الهاتف	-0.110	-0.180	0.857	
معامل الارتباط (R)	0.322	/	/	
معامل التحديد (R^2)	0.104	/	/	
معامل التحديد المعدل (R^2)	0.051	/	/	
اختبار (F)	1.950	/	0.095	النموذج غير معنوي
$Y=35.375 + 1.169X_1 - 0.615 X_2 - 0.338 X_3 + 0.272 X_4 - 0.110 X_5$				

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS.

يتضح من نتائج الجدول أعلاه ما يلي:

- أظهرت نتائج الدراسة التقدير وجود ارتباط موجب طردي لكنه ضعيف بين الصيرفة الالكترونية كمتغير مستقل وجودة الخدمات المقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة تقرت، من وجهة نظر الزبائن وذلك لأن معامل الارتباط البسيط (R) ضعيف حيث بقيمة 0.322 .
- نموذج الانحدار البسيط غير معنوي حيث بلغت قيمة اختبار (F) 1.950، وهي غير دالة إحصائياً لأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (0.095) وهي أكبر من (0.05). على ضوء النتائج السابقة، فإننا:

نقبل الفرضية الصفرية القائلة:

"لا يوجد أثر بين الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمات".

الفرع الثاني: مناقشة النتائج:

على ضوء النتائج المتحصل عليها سنحاول مناقشتها وتفسيرها من خلال ما يلي:

أولاً: لا يوجد أثر بين الصراف الآلي وجودة الخدمة: لا يوجد أثر على بعد الصراف الآلي بحيث يكمن الضعف في تأثير الصراف الآلي على جودة الخدمات في قلة الثقافة البنكية من طرف الزبائن لهذه الأخيرة وذلك راجع إلى سوء وراءة شبكة الانترنت وذلك راجع إلى عدم ووجد سيولة كافية بأجهزة الصراف بالإضافة إلى الأعطاب التقنية المتكررة. وذلك يؤدي إلى تأثير مباشر وكبير على عزوف المتعاملين على هذا النوع من الخدمات رغم عصرة النظام البنكي

ثانياً: لا يوجد أثر بين الصيرفة المنزلية وجودة الخدمة: لا يوجد أثر على بعد الصيرفة المنزلية بحيث يكمن الضعف في تأثير الصيرفة المنزلية على جودة الخدمات في قلة الثقافة البنكية من طرف الزبائن لهذه الأخيرة وذلك مرده إلى عدم توفر الشبكة الهاتفية بشكل واسع خاصة في مناطق الأحياء السكنية الجديدة وذلك راجع إلى سوء وراءة شبكة الانترنت وذلك يؤدي إلى تأثير مباشر وكبير على عزوف المتعاملين على هذا النوع من الخدمات رغم عصرة النظام البنكي

ثالثاً: لا يوجد أثر بين الصيرفة عبر الهاتف وجودة الخدمة: لا يوجد أثر على بعد الصيرفة عبر الهاتف بحيث يكمن الضعف في تأثير الصيرفة عبر الهاتف على جودة الخدمات في قلة الثقافة البنكية من طرف الزبائن لهذه الأخيرة وذلك راجع إلى ذلك سببه ضعف شبكة الهاتف سواء المحمول أو الثابت وذلك يؤدي إلى تأثير مباشر وكبير على عزوف المتعاملين على هذا النوع من الخدمات رغم عصرة النظام البنكي

رابعاً: لا يوجد أثر بين الصيرفة عبر الانترنت وجودة الخدمة: لا يوجد أثر على بعد الصيرفة عبر الانترنت بحيث يكمن الضعف في تأثير الصيرفة عبر الانترنت على جودة الخدمات في قلة الثقافة البنكية من طرف الزبائن لهذه الأخيرة وذلك راجع إلى سوء وراءة شبكة الانترنت وذلك يؤدي إلى تأثير مباشر وكبير على عزوف المتعاملين على هذا النوع من الخدمات رغم عصرة النظام البنكي

خامساً: يوجد أثر بين بعد الدخول للصفحة الالكترونية وجودة الخدمة: يوجد تأثير في عنصر الصيرفة للدخول للصفحة الالكترونية وهذا راجع إلى اهتمام شريحة معينة والتي تهتم ببرنامج التجارة الالكترونية مع العالم الخارجي لدول أجنبية بحيث نجد الحساب المالي لزبون داخل الوطن بينما التسوية تكون خارج الدولة الوطنية ولا بديل عن هذه العملية لحل سبل التسوية التجارية وذلك بالنظر إلى أن البنك يوفر خدمة الصفحة لعملائه، يستطيعون من خلالها الاطلاع على كافة العمليات الخاصة بحساباتهم.

سادسا: لا يوجد أثر بين الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمة: لا يوجد أثر على بعد الصيرفة الالكترونية وجودة الخدمة بحيث يكمن الضعف في تأثير الصيرفة الالكترونية على جودة الخدمات في قلة الثقافة البنكية من طرف الزبائن لهذه الأخيرة وذلك راجع إلى سوء ورداءة شبكة الانترنت وذلك يؤدي إلى تأثير مباشر وكبير على عزوف المتعاملين على هذا النوع من الخدمات رغم عصريته النظام البنكي

خلاصة الفصل الثاني:

من خلال هذا الفصل الذي قسم إلى مبحثين المبحث الأول تم التطرف بصفة عامة بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة تقرت وذلك بتعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة تقرت ومهامه وأهميته بالإضافة إلى أهم الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها ثم تطرقنا إلى الإطار المنهجي للدراسة الميدانية، من الأدوات المستخدمة في الدراسة، والاستبيان وطريقة تصميم الاستبيان وصدقه وثباته، وأخيرا قمنا بعرض نتائج الدراسة الميدانية بعد اختبار فرضياتها، وهذا من خلال المعالجة الإحصائية وتحليل الاستبيان الموزع على عينة الدراسة بحيث أظهرت النتائج أهمية التطبيق الصيرفة الالكترونية بأبعادها في تحقيق جودة الخدمة .

الخلاصة

لقد غيرت تكنولوجيا معلومات الاتصال جوانب كثيرة من حياة المجتمعات ووجدت عدة خدمات كالصيرفة الالكترونية التي حققت معدلات مرتفعة في نموها وانتشارها خلال فترة وجيزة والتي أدت إلى جعل البنوك تدرك أن زيادة قدرتها التنافسية وتعزيز أوضاعها في السوق لا يكون إلا بتقديم خدمات متنوعة ومتطورة ذات جودة عالية وعليه طرحنا الإشكالية هل يوجد تأثير للصيرفة الالكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتقوت.

أولا : نتائج البحث :

بعد دراسة الجانب النظري الموضوع والدراسة التطبيقية التي أجريت توصلنا إلى النتائج التالية:

إن تبني البنوك للصيرفة الالكترونية وسيلة جديدة من وسائل المعاملات البنكية بين البنك وزيائته كنتيجة لتنمية للتطور التكنولوجي والاقتصاد الرقمي.

الصيرفة الالكترونية نمط جديد في المجال البنكي يشهد إقبالا متزايدا من طرف الأفراد والمنشآت لما لها من فوائد ومميزات لم تكن متوفرة في الصيرفة التقليدية كاختصار الزمن والمسافة وتخفيض الأسعار وتلبية طلبات محددة للزبائن والتعرف على احتياجاتهم.

هناك محاولات جيدة لتطوير وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتي تعتبر حاليا ضعيفة نوعا ما ومحدودة، وهذا لما لها من أثر بالغ في تطوير الخدمة البنكية.

يرتبط مفهوم جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر العميل بمدى قدرة البنك على تقديم خدمة تقابل توقعاته أو تتجاوزها، فتقديم خدمات ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي.

إن اعتماد وسائل الدفع الالكتروني تساهم في تحسين جودة الخدمات البنكية، حيث يجعل العميل يستغني عن الذهاب إلى نقطة البيع أي باستطاعته الاستفادة من الخدمات البنكية من مكان إقامته أو عمله أو أي مكان تتوفر فيه خدمة الانترنت.

إن الخدمة البنكية هي العنصر العام في العمليات البنكية والطريقة الموضوعية في الانتقال إلى مجتمع المعلومات واقتصاديات المعرفة والارتقاء بالمستوى الذي يؤهل بتوكلنا للمنافسة العربية والعالمية.

لا تزال الصيرفة الالكترونية بمراحلها تحتاج تضافر الجهود من كل الأطراف البنكية وعلى كل المستويات.

يفضل بعض الزبائن في البنك التعامل بالأساليب التقليدية على استخدام الصيرفة الالكترونية بسبب عدم الإلمام بالخدمات البنكية الالكترونية وبطء خدمة الانترنت من مرود الخدمة.

يد النعم التكنولوجي من العوامل المساعدة في تطوير تقنيات الصيرفة الالكترونية بما يكفل أنسب الخدمات البنكية بكفاءة عالية، وإن حسن استغلال تقنيات الصيرفة الالكترونية هي من عوامل نجاح البنوك في ظل تحديات العصر ومواجهة ضغط منافاة البنوك الأجنبية.

ثانيا: التوصيات :

- 1- العمل على التجديد الدائم للخدمات البنكية الالكترونية لمواكبة التطورات التكنولوجية في هذا المجال.
- 2- الحرص على فهم رغبات الزبون وتوفيرها حسب توقعاته.
- 3- العمل على تطوير الإعلام البنكي للمساهمة في توعية العملاء بالخدمات الالكترونية.
- 4- استعمال البنوك للتكنولوجيا الحديثة.
- 5- العمل على زيادة ثقة العملاء
- 6- الاهتمام بالعنصر البشري في البنك وتدريبه على استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال والمعلومات

ثالثا : آفاق الدراسة:

يعتبر هذا الموضوع تمهيدا لعدة مواضيع أخرى، حيث يمكن التصق فيه ليشمل عدة جوانب أخرى، لذا سيتم اقتراح عدة عناوين البحوث مستقبلية

- 1- دور الصيرفة الالكترونية في تطوير العمل المصرفي الجزائري
- 2- اثر استخدام الصيرفة الالكترونية على تنافسية البنوك.
- 3- دراسة مقارنة بين البنوك الأجنبية الرائدة في تبني الصيرفة الالكترونية وبين البنوك الجزائرية لرصد الاختلاف في مستوى الجودة.

قائمة المراجع

- 1 عبد الغني ربوح، نور الدين غردة، المؤتمر الدولي العلمي، إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة. مداخلة بعنوان تطبيق أنظمة الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع والآفاق كلية الحقوق والعلوم الانسانية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2013.
- 1 مرادي سعيدة، الصيرفة الالكترونية في الجزائر بين الواقع والمأمول، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر اكايمي، اقتصاد نقدي وبنكي، العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية أدرار، 2018\2019، ص8\7.
- 1 مزريق عاشور، معموري صوري، عصنة القطاع المالي والمصرفي وواقع الخدمات البنكية الالكترونية بالجزائر، جامعة حسية بن بوعللي الشلف، ص 3\4.
- 1 مزريق عاشور، معموري صوري، المرجع السابق، ص5.
- 1 عائشة بوللجة، الصيرفة الالكترونية، مطبوعة جامعية موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر، تخصص مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشلف حسية بن بوعللي، 2020\2021، ص21.
- 1 طيبي جلال، الصيرفة الالكترونية في سياق القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، قانون أعمال، الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2021، ص 14\15.
- 1 رشيد بوعافية، الصيرفة الالكترونية والنظام المصرفي الجزائري -الآفاق والتحديات-، مذكرة ماجستير، تخصص نقود مائة وبنوك، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب بالبليدة، ديسمبر 2005، ص74.
- 1 عدنان محيريق، الاقتصاد البنكي المعقم، موجهة لطلبة سنة أولى علوم اقتصادية تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر، 2020\2021، ص8.
- 1 جناح مسيكة، قرادي أسماء، الصيرفة الالكترونية ودورها في تحسين أداء الجهاز المصرفي مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص مالية، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون-تيارت، 2016\2017، ص48\49.
- 1 بركان أمينة، الصيرفة الالكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي، أطروحة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص نقود ومالية، الجزائر 3، 2013\2014، ص102\103.
- 1 هالة عبدلي، الصيرفة الالكترونية آلية لضمان جودة الخدمات المصرفية، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والادارية، العدد الأول- جوان 2017، جامعة خنشلة، ص388.
- 1 العربي حسية، جودة الخدمات المصرفية في الجزائر من وجهة نظر الزبون، رسالة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص سوق العمليات المالية والمصرفية، (غير منشورة)، جامعة الجزائر 03، الموسم الدراسي 2015-2016
- 1 حاضر صباح شعير وآخرون، آليات الصيرفة الالكترونية وأثرها في تحقيق القيمة السوقية، دراسة استطلاعية لعدد من المصارف العراقية الخاصة، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 03، العدد، 02، المركز الجامعي ميله، الجزائر، 2019، ص189-208
- 1 نادر عدنان قدومي، الصيرفة الالكترونية في المصارف التجارية الأردنية، (دراسة تطبيقية لدور الخصائص الشخصية _ المعوقات ومقومات النجاح)، بحث بدعم من جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، عمان(الأردن)
- 1 Ahmad Zakaria Siam (2006) Role of the electronic banking services on the profits of Jordanian banks , p15/16
- 1 M.M. Amina Abdel-Ilah Halbous (2014) Electronic banking in Iraqi banks , p15/16
- 1 علي محبوب، علي سنوسي، واقع الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية مصرف السلام الجزائر اغودجا، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، مجلد 004، العدد 02 المركز الجامعي، احمد بن يحيى الونشريسي تيسمسيلت، 2020، ص11_24.
- 1 حسين السيد طه وآخرون، دور الوعي الإستراتيجي في تحسين جودة الخدمة المصرفية (دراسة تطبيقية)، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية 2022، 14 (1) 40-1
- 1 Rawwash, F Masad, O Enaizan, B Eneizan, M Adaileh, A Saleh, R Alkestarihi (2020) Factors affecting Jordanian electronic banking services
- 1 Kamal K Gupta, Ipshita Bansal (2012) Development of an instrument to measure internet banking service quality in India
- 1 عبد الرضا شفيق البصري و هديل عادل طاهر، تقنيات الصيرفة الالكترونية وتأثيرها في جودة الخدمة المصرفية -دراسة استطلاعية مقارنة لبعض فروع المصارف العراقية الحوكمة والعملية، ص27/28
- 1 إبراهيم قعيد، الترويج الإلكتروني ودوره في التأثير على سلوكيات المستهلك اتجاه المنتجات المقدمة من طرف المؤسسات الاقتصادية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم، غير منشورة، فرع العلوم الاقتصادية، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة الجزائر، 2017، ص ص 160-161.

- 1 للاطلاع على الاستبانة في شكلها النهائي أنظر الملحق رقم (01).
- 1 Tharenou, P. Donohue, R. & Cooper, B Managment Research Methods, Cambridge University Press, New York, USA, 2007 p: 152.
- منقول عن إبراهيم فعيد، مرجع سبق ذكره، ص 163.
 - المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية
 - الباحث العلمي (GOOGLE)
 - إبراهيم معروف ، التجارة الالكترونية والبنوك ، مجلس الغرفة التجارية والصناعية السعودية ، 2002/01/02
 - سحنون محمود ، النظام المصرفي بين النقود الورقية والنقود الآلية ، مجلة العلوم الإنسانية ، جامعة بسكرة.

الملاحق

الملحق رقم 01: الاستبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي جامعة
الشهيد حمة لخضر - الوادي
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية
السنة الثانية ماستر اقتصاد نقدي و بنكي

الاستبيان :

الأخت الفاضلة الأخ الفاضل : تحية طيبة
في إطار التحضير لمذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية تخصص إقتصاد
نقدي وبنكي على مستوى كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الوادي،
والتي نحاول من خلالها معالجة موضوع " الصيرفة الالكترونية ودورها في تحسين جودة
الخدمات المصرفية "
دراسة حالة بنك البدر - وكالة تقرت " نضع بين أيديكم هذا الاستبيان راجين منكم التكرم
بالإجابة على الأسئلة وذلك بتأشير الإجابة المناسبة من وجهة نظركم علما بأن كافة
المعلومات الواردة في الإستبيان لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.
تقبلوا منا فائق الشكر والتقدير لتعاونكم.

الأستاذ المشرف

د. قعيد إبراهيم

من إعداد الطلبة :

- العلوي ياسين
- بومعزة علي
- دندوقي منصف

السنة الجامعية 2024_2023

المحور الأول معلومات تعريفية "شخصية"

1- الجنس:

ذكر () أنثى ()

2- العمر:

أقل من 25 سنة () من 25 إلى 35 سنة () من 35 إلى 45 سنة ()
من 45 إلى 55 سنة () 55 سنة فما فوق ()

3- المستوى التعليمي:

ثانوي () جامعي () شهادة مهنية ()

4- عدد سنوات العمل بالبنك:

من سنة إلى 5 سنوات () من 6 إلى 10 سنوات ()
من 11 إلى 15 سنة () أكثر من 15 سنة ()

المحور الثاني الصيرفة الإلكترونية:

الرقم	عبارة القياس	درجات سلم القياس		
		غير موافق	محايد	موافق
البعد الصراف الآلي				
1	يستطيع الصراف الآلي إعطاء الرصيد للزبون آليا			
2	يستفيد صاحب الحساب من استيفاء السيولة عند الصراف			
3	يمكنك الصراف الآلي كزبون من معالجة وتسوية معاملتك مع زملاؤك دون تنقل			
الصيرفية المنزلية				
1	يمكن للعميل تسوية شؤونه المالية من المنزل بتقنية الصرف عن بعد			
2	تمكن من معرفة ميدان الصيرفة خارج أوقات العمل			
3	باعتبارك عميل دائم لدى بنك لديك شعور بالثقة والاطمئنان بتقنية الصراف المنزلي			
الصيرفة عبر الهاتف				
1	يستفيد العميل بإحاطة وحماية تحركاته المالية عن طريق رسائل اشعار SMS الى هاتفه			
2	يتمكن المستخدم من مراقبة حسابه عبرالهاتف عن طريق شفرة سرية مخصصة له سريا.			
3	تمكن الصيرفة عبر الهاتف من الاطلاع على الجريدة اليومية لاختلاف الحركات المالية للحساب			
الصيرفة عبر الانترنت				
1	يوفر البنك للعميل موقع على حسابه لتسهيل أعماله المالية دون تنقل وبحرية وسرعة			
2	توفر لك الصيرفة كزبون ربح الوقت والجهد وبأقل تكاليف			
3	الاتصال ومقابلة موظفي البنك عبر تقنية الاتصال المرئي عن بعد باستخدام موقع البنك الالكتروني			

الدخول للصفحة الإلكترونية			
			1
			2
			3

المحور الثالث: جودة الخدمات:

الرقم	عبارة القياس	درجات سلم القياس		
		غير موافق	محايد	موافق
الملموسية				
1	يعتبر المظهر الخارجي للبنك جذابا وعصري			
2	يهتم موظف البنك بالناس اللائق (الموحد)			
3	يتوفر لدى البنك أجهزة ومعدات متطورة.			
الاعتمادية				
1	يولي البنك اهمية لوقت الزبون خلال تقديم الخدمة.			
2	يهتم الموظف بحل المشاكل التي تواجه الزبائن			
3	يأخذ بعين الاعتبار الملاحظات المدونة يسجل الشكاوى.			
الاستجابة				
1	يقدم البنك الحلول الملائمة للمشاكل في الآجال المناسبة			
2	يقوم بادراج في قائمة الأعمال في الإقتراحات من طرف الزبائن بدون تردد.			
3	يسعى أن تكون فترة انتظار الخدمة للعملاء قصيرة			
الأمان				
1	يتميز موظفوا البنك بالسرية فيما يخص معلومات العملاء			
2	لدينا نظام حماية الكتروني مدفوع ومتطور جدا			
3	يتوفر لدينا نظام حماية بديل في حال تعطل نظام الحماية الرئيسي			
العاطفة				
1	يوفر البنك شباك خاص يدوي للاحتياجات الخاصة.			
2	نضطر للعمل خارج أوقات الخدمة في بعض المناسبات			
3	يحاول الموظفون أن يتعاملو بودية خلال تقديم الخدمة			

الملحق رقم 02: مخرجات الاستبيان

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	الصراف، الهاتف، الالكترونية، المنزلية الانترنت ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: الجودة

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.322 ^a	.104	.051	6.37815

a. Predictors: (Constant)، الالكترونية، الصراف، الهاتف، المنزلية الانترنت

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	396.631	5	79.326	1.950	.095 ^b
	Residual	3417.191	84	40.681		
	Total	3813.822	89			

a. Dependent Variable: الجودة

b. Predictors: (Constant)، الالكترونية، الصراف، الهاتف، المنزلية الانترنت

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	35.775	6.585		5.433	.000
	الالكترونية	1.169	.462	.297	2.529	.013
	الصراف	-.615-	.771	-.103-	-.798-	.427
	المنزلية	-.338-	.593	-.076-	-.570-	.570
	الانترنت	.272	.550	.061	.494	.622
	الهاتف	-.110-	.609	-.022-	-.180-	.857

a. Dependent Variable: الجودة

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	الالكترونية ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: الجودة

b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.279 ^a	.078	.067	6.32158

a. Predictors: (Constant)، الالكترونية

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	297.133	1	297.133	7.435	.008 ^b
	Residual	3516.689	88	39.962		
	Total	3813.822	89			

a. Dependent Variable: الجودة

b. Predictors: (Constant)، الالكترونية

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	29.467	2.826		10.427	.000
	الالكترونية	1.099	.403	.279	2.727	.008

a. Dependent Variable: الجودة

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	الانترنت ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: الجودة

b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.139 ^a	.019	.008	6.51958

a. Predictors: (Constant)، الانترنت

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	73.387	1	73.387	1.727	.192 ^b
	Residual	3740.435	88	42.505		
	Total	3813.822	89			

a. Dependent Variable: الجودة

b. Predictors: (Constant)، الانترنت

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	32.366	3.560		9.093	.000
	الانترنت	.618	.471	.139	1.314	.192

a. Dependent Variable: الجودة

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	الهاتف ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: الجودة

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.104 ^a	.011	.000	6.54745

a. Predictors: (Constant)، الهاتف

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41.339	1	41.339	.964	.329 ^b
	Residual	3772.483	88	42.869		
	Total	3813.822	89			

a. Dependent Variable: الجودة

b. Predictors: (Constant)، الهاتف

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	32.818	4.269		7.687	.000
	الهاتف	.516	.526	.104	.982	.329

a. Dependent Variable: الجودة

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	المنزلية ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: الجودة

b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.058 ^a	.003	-.008-	6.57197

a. Predictors: (Constant)، المنزلية

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.027	1	13.027	.302	.584 ^b
	Residual	3800.795	88	43.191		
	Total	3813.822	89			

a. Dependent Variable: الجودة

b. Predictors: (Constant)، المنزلية

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	39.079	3.928		9.950	.000
	المنزلية	-.259-	.472	-.058-	-.549-	.584

a. Dependent Variable: الجودة

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	الصراف ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: الجودة

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.102 ^a	.010	-.001-	6.54859

a. Predictors: (Constant)، الصرف

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	40.024	1	40.024	.933	.337 ^b
	Residual	3773.798	88	42.884		
	Total	3813.822	89			

a. Dependent Variable: الجودة

b. Predictors: (Constant)، الصرف

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	42.076	5.345		7.872	.000
	الصرف	-.611-	.633	-.102-	-.966-	.337

a. Dependent Variable: الجودة

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.786	15

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.623	15

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.696	30

الجنس

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	51	56.0	56.7	56.7
	أنثى	39	42.9	43.3	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing	System	1	1.1		
	Total	91	100.0		

		العمر			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	سنة 25 من أقل	9	9.9	10.0	10.0
	35 إلى 25 من	21	23.1	23.3	33.3
	45 إلى 35 من	23	25.3	25.6	58.9
	55 إلى 45 من	20	22.0	22.2	81.1
	55 من أكثر	17	18.7	18.9	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing	System	1	1.1		
Total		91	100.0		

		المستوى			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ثانوي	12	13.2	13.3	13.3
	جامعي	61	67.0	67.8	81.1
	مهنية شهادة	17	18.7	18.9	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing	System	1	1.1		
Total		91	100.0		

		الخبرة_سنوات			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5 إلى سنة 1 من سنوات	21	23.1	23.3	23.3
	10 إلى 6 من	26	28.6	28.9	52.2
	15 إلى 11 من	24	26.4	26.7	78.9
	15 من أكثر	19	20.9	21.1	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing	System	1	1.1		
Total		91	100.0		

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
V1	90	1.00	3.00	2.9111	.32306
V2	90	1.00	3.00	2.8111	.49479
V3	90	1.00	3.00	2.6556	.62100
V4	90	1.00	3.00	2.7222	.58112
V5	90	1.00	3.00	2.7222	.58112
V6	90	1.00	3.00	2.7444	.53129
V7	90	1.00	3.00	2.6222	.55238
V8	90	1.00	3.00	2.7667	.49831
V9	90	1.00	3.00	2.6222	.69634
V10	90	1.00	3.00	2.5778	.68659
V11	90	1.00	3.00	2.7333	.57670
V12	90	1.00	3.00	2.1111	.81343
V13	90	1.00	3.00	1.8889	.84060
V14	90	1.00	3.00	2.1889	.66863
V15	90	1.00	3.00	2.7333	.59587
V16	90	1.00	3.00	2.4222	.74920
V17	90	1.00	3.00	2.2778	.74995
V18	90	1.00	3.00	2.2556	.80114
V19	90	1.00	3.00	2.5667	.65429
V20	90	1.00	3.00	2.6778	.59639
V21	90	1.00	3.00	2.5444	.70569
V22	90	1.00	3.00	2.2444	.75418
V23	90	1.00	3.00	2.3333	.77894
V24	90	1.00	3.00	2.8222	.29992
V25	90	1.00	3.00	2.7111	.62251
V26	90	1.00	3.00	2.4889	.67449
V27	90	1.00	3.00	2.3333	.70312
V28	90	1.00	3.00	2.1222	.79079
V29	90	1.00	3.00	2.5111	.69094
V30	90	1.00	3.00	2.6444	.62371
Valid N (listwise)	90				

		V1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق غير	1	1.1	1.1	1.1
	محايد	6	6.6	6.7	7.8
	موافق	83	91.2	92.2	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing	System	1	1.1		
Total		91	100.0		

		V2			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	4	4.4	4.4	4.4
	محايد	9	9.9	10.0	14.4
	موافق	77	84.6	85.6	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

		V3			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	7	7.7	7.8	7.8
	محايد	17	18.7	18.9	26.7
	موافق	66	72.5	73.3	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

		V4			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	6	6.6	6.7	6.7
	محايد	13	14.3	14.4	21.1
	موافق	71	78.0	78.9	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

		V5			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	6	6.6	6.7	6.7
	محايد	13	14.3	14.4	21.1
	موافق	71	78.0	78.9	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

		V6			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	4	4.4	4.4	4.4
	محايد	15	16.5	16.7	21.1
	موافق	71	78.0	78.9	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

		V7			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	3	3.3	3.3	3.3
	محايد	28	30.8	31.1	34.4
	موافق	59	64.8	65.6	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

		V8			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	3	3.3	3.3	3.3
	محايد	15	16.5	16.7	20.0
	موافق	72	79.1	80.0	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

		V9			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	11	12.1	12.2	12.2
	محايد	12	13.2	13.3	25.6
	موافق	67	73.6	74.4	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

		V10			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	10	11.0	11.1	11.1
	محايد	18	19.8	20.0	31.1
	موافق	62	68.1	68.9	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

		V11			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	6	6.6	6.7	6.7
	محايد	12	13.2	13.3	20.0
	موافق	72	79.1	80.0	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

		V12			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	25	27.5	27.8	27.8
	محايد	30	33.0	33.3	61.1
	موافق	35	38.5	38.9	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

		V13			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	37	40.7	41.1	41.1
	محايد	26	28.6	28.9	70.0
	موافق	27	29.7	30.0	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

		V14			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	13	14.3	14.4	14.4
	محايد	47	51.6	52.2	66.7
	موافق	30	33.0	33.3	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

		V15			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	7	7.7	7.8	7.8
	محايد	10	11.0	11.1	18.9
	موافق	73	80.2	81.1	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

		V16			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	14	15.4	15.6	15.6
	محايد	24	26.4	26.7	42.2
	موافق	52	57.1	57.8	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

		V17			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	16	17.6	17.8	17.8
	محايد	33	36.3	36.7	54.4
	موافق	41	45.1	45.6	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

		V18			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	20	22.0	22.2	22.2
	محايد	27	29.7	30.0	52.2
	موافق	43	47.3	47.8	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

		V19			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	8	8.8	8.9	8.9
	محايد	23	25.3	25.6	34.4
	موافق	59	64.8	65.6	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

		V20			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	6	6.6	6.7	6.7
	محايد	17	18.7	18.9	25.6
	موافق	67	73.6	74.4	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

		V21			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	11	12.1	12.2	12.2
	محايد	19	20.9	21.1	33.3
	موافق	60	65.9	66.7	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

		V22			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	17	18.7	18.9	18.9
	محايد	34	37.4	37.8	56.7
	موافق	39	42.9	43.3	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

		V23			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	17	18.7	18.9	18.9
	محايد	26	28.6	28.9	47.8
	موافق	47	51.6	52.2	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

		V24			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	13	14.3	14.4	14.4
	محايد	20	22.0	22.2	36.7
	موافق	56	61.5	62.2	98.9
	33.00	1	1.1	1.1	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

		V25			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	8	8.8	8.9	8.9
	محايد	10	11.0	11.1	20.0
	موافق	72	79.1	80.0	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

V26					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق غير	9	9.9	10.0	10.0
	محايد	28	30.8	31.1	41.1
	موافق	53	58.2	58.9	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

V27					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق غير	12	13.2	13.3	13.3
	محايد	36	39.6	40.0	53.3
	موافق	42	46.2	46.7	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

V28					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق غير	23	25.3	25.6	25.6
	محايد	33	36.3	36.7	62.2
	موافق	34	37.4	37.8	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

V29					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موافق غير	10	11.0	11.1	11.1
	محايد	24	26.4	26.7	37.8
	موافق	56	61.5	62.2	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		

		V30			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	موافق غير	7	7.7	7.8	7.8
	محايد	18	19.8	20.0	27.8
	موافق	65	71.4	72.2	100.0
	Total	90	98.9	100.0	
Missing System		1	1.1		
Total		91	100.0		