جامعة يحي فارس - المديّة -
كليّة العلوم الاقتصادية والعلوم
التجارية وعلوم التسيير
قسم: علوم التسيير

دور الخدمات البنكية الالكترونية في تطوير جودة الخدمة البنكية

دراسة حالة البنك الوطني الجزائري BNA -وكالة المدية-

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في علوم التسيير

تخصّص: إدارة مالية

إعداد الطالبة:
- رانية تمزقيدي

-بإشراف الأستاذ:
ـ عبد الرزاق سلام

السنة الجامعيّة:2022/ 2023

جامعة يحي فارس - المديّة -
كليّة العلوم الاقتصادية والعلوم
التجارية وعلوم التسيير
قسم: علوم التسيير

دور الخدمات البنكية الالكترونية في تطوير جودة الخدمة البنكية

دراسة حالة البنك الوطني الجزائري BNA -وكالة المدية-

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في علوم التسيير

تخصّص: إدارة مالية

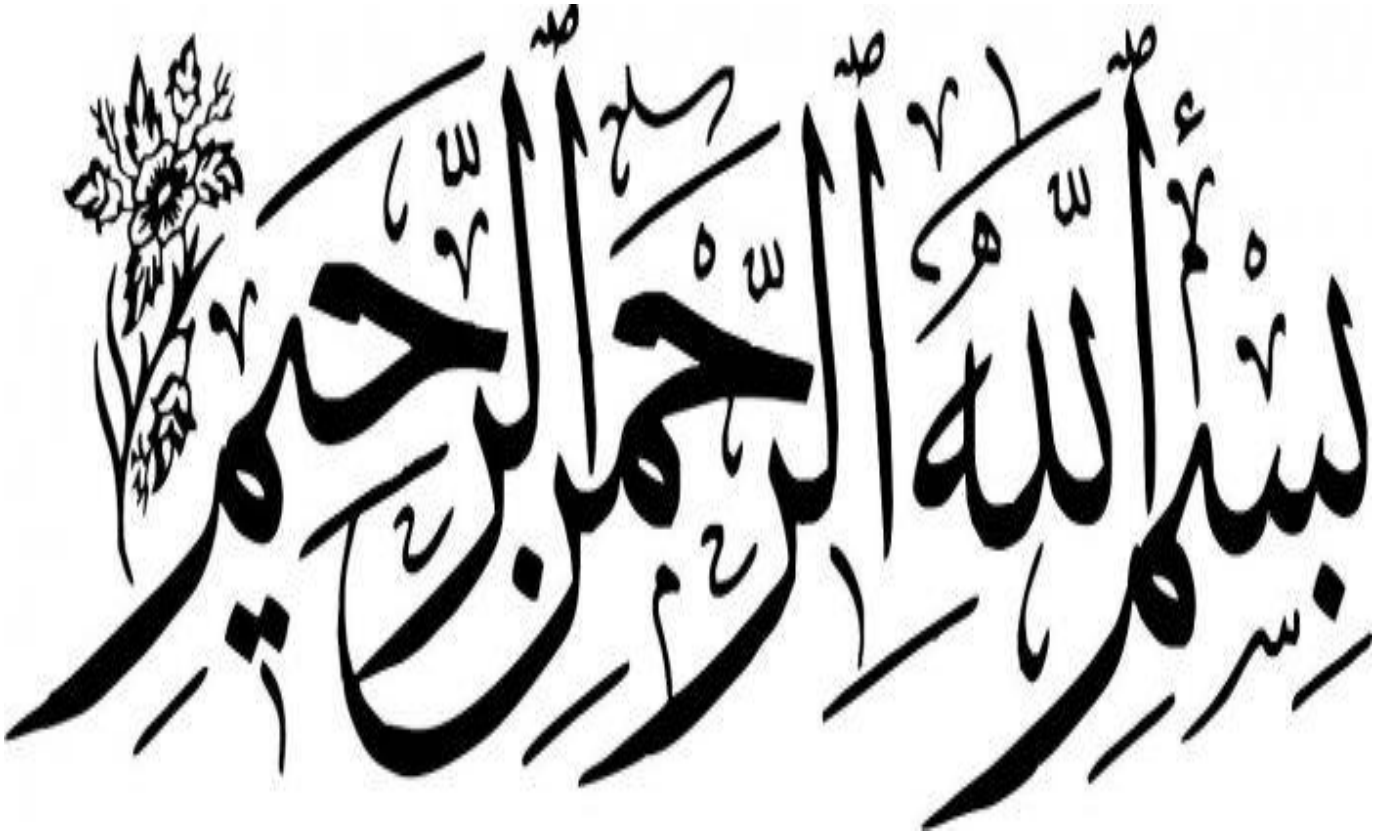
إعداد الطالبة:
- رانية تمزقيدي

بإشراف الأستاذ:
ـ عبد الرزاق سلام

لجنة المناقشة

الدكتور غزازي عماد	**رئيسا**
الدكتور سلام عبد الرزاق	**مشرفا**
الدكتور جعفري جمال	**مناقشا**

السنة الجامعية : 2022/ 2023


بسم الله الرحمن الرحيم

شكر و عرفان

الحمد الله كثيرا أن وفقني

لإتمام هذا العمل، والصلاة والسلام

على خير الخلق أجمعين سيدنا محمد صل الله عليه وسلم

أتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ الفاضل المشرف على هذا العمل: عبد الرزاق سلام والذي تفضل علي بنصائحه وتوجيهاته.

كما يسرني أن أتقدم بالشكر و التقدير للسادة الأساتذة الذين قبلوا مناقشة هذه المذكرة لإثرائها و الإرتقاء بها للمستوى المطلوب.

وإلى كل من ساهم من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل.





أهدي ثمرة جهدي إلى نفسي أولا على تعبها

وإلى من ظلت دعواتها ترافقني طوال حياتي

نبع الحنان ومربية الأجيال

إلى نور عيوني ونبض قلبي أمي الحبيبة

إلى سندي والدي العزيز

إلى أخي حبيبي

إلى كل من جمعني بهم القدر في رحاب العلم فكانوا نعم الزملاء



رانـيـــة

مستخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور الخدمات البنكية الإلكترونية في تطوير جودة الخدمة البنكية، من وجهة نظر عمال البنك الوطني الجزائري وكالة المدية، حيث بلغت العينة المدروسة 30 عامل، وقد استخدم للدراسة المنهج الوصفي التحليلي، كما تم الإعتماد على الاستبيان في جمع البيانات، وبعد تحليل البيانات واختيار الفرضيات باستعمال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS) تم التوصل إلى مايلي:

حسب ابعاد جودة الخدمة البنكية المعتمدة (تصميم الموقع، الإعتمادية، الإستجابة، الأمان، التعاطف) فإنه لا يوجد تأثير للخدمات البنكية الإلكترونية على جودة الخدمة البنكية، وفي ضوء هذه النتائج تم صياغة مجموعة من التوصيات أهمها توسيع العمل أكثر بالخدمة البنكية الإلكترونية، والتعريف أكثر بالخدمات البنكية الإلكترونية المقدمة من طرف البنك الوطني الجزائري حتى ينعكس ذلك بالإيجاب على جودة الخدمة البنكية، مع وجوب إخضاع العاملين لتكوين خاص على استخدام مختلف أنواع التكنولوجيا المصرفية وذلك لتسهيل التعامل بها وتحسين تجربة العملاء مما يساعد على تطوير وتحسين جودة الخدمة البنكية.

الكلمات المفتاحية: الخدمات البنكية الإلكترونية، جودة الخدمة البنكية، البنك الوطني الجزائري.

Extract

The aim of this study is to determine the role of electronic banking services in enhancing the quality of banking service from the perspective of employees at the National Bank of Algeria, Medea Agency, The sample size for the study was 30 employees, and adescriptive-analytical approach weemployed, Data was collected through the use of questionnaires, and data analysis and hypothesis

testing were conducted using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), The following findings were obtained:

Based on the dimensions of the adopted banking service quality (website design, reliability, responsiveness, security, and empathy), there was no significant impact of electronic banking services on the quality of banking service. In light of these results, a set of recommendations was formulated, including further expansion of electronic banking services, increasing awareness about the services provided by the National Bank of Algeria, particularly the positive impact they have on banking service quality. It is also recommended to provide specialized training to employees on various types of banking technology to facilitate their usage and improve customer experience, thus contributing to the development and enhancement of banking service quality.

Keywords: electronic banking services, banking service quality, National Bank of Algeria.

قائمة المحتويات

بسملة

إهداء

شكر وعرفان

ملخص

قائمة المحتويات

قائمة الأشكال

قائمة الجداول

مقدمة .....أ

الفصل الأول: الخدامات البنكية

تمهيد **1**

المبحث الأول: أساسيات حول البنوك الإلكترونية **2**

المطلب الأول: تعريف البنك **2**

المطلب الثاني: التطور التاريخي للبنوك الإلكترونية **5**

الفرع الأول–مفهوم البنوك الإلكترونية **5**

الفرع الثاني–نشأة البنوك الإلكترونية.....**6**

الفرع الثالث–مراحل تطور البنوك الإلكترونية **7**

المطلب الثالث: أهمية وخصائص البنوك الإلكترونية.....**9**

الفرع الأول–أهمية البنوك الإلكترونية.....**9**

الفرع الثاني–مزايا ومخاطر البنوك الإلكترونية **10**

المطلب الرابع: أنماط ومتطلبات البنوك الإلكترونية 14
الفرع الأول–أنماط البنوك الإلكترونية..... 14
الفرع الثاني–متطلبات البنوك الإلكترونية 16
المبحث الثاني: ماهية الخدمات البنكية..... 18
المطلب الأول: تعريف الخدمة وخصائصها..... 18
الفرع الأول–تعريف الخدمة 18
الفرع الثاني–خصائص الخدمة..... 19
المطلب الثاني: مفهوم وخصائص الخدمة البنكية 21
الفرع الأول–مفهوم الخدمة البنكية 21
الفرع الثاني–خصائص الخدمات البنكية 22
المطلب الثالث: أنواع الخدمة البنكية 23
الفرع الأول–الخدمات البنكية التقليدية 23
الفرع الثاني– الخدمات البنكية الحديثة..... 24
المبحث الثالث: تطور الخدمة البنكية في ظل الإنتقال لإقتصاد المعرفة..... 26
المطلب الأول: ماهية إقتصاد المعرفة..... 26
الفرع الأول– مفهوم اقتصاد المعرفة..... 26
الفرع الثاني–السمات الأساسية لاقتصاد المعرفة 27
المطلب الثاني: تطوير الخدمة البنكية واقتصاد المعرفة 29
الفرع الأول: مفهوم تطوير الخدمة البنكية..... 29
الفرع الثاني: عوامل تطوير الخدمة البنكية في ظل الإنتقال لاقتصاد المعرفة..... 30

المطلب الثالث: دورة حياة الخدمة البنكية 32
خلاصة 37

الفصل الثاني: الخدمة البنكية الإلكترونية و جودتها

تمهيد 39
المبحث الأول : ماهية الخدمات البنكية الالكترونية 40
المطلب الأول: مفهوم وأهمية الخدمة البنكية الالكترونية 40
الفرع الأول: مفهوم الخدمة البنكية الإلكترونية 40
الفرع الثاني: أهمية الخدمة البنكية الإلكترونية 41
المطلب الثاني : خصائص الخدمات البنكية الإلكترونية..... 42
المطلب الثالث: قنوات توزيع الخدمات البنكية الالكترونية 44
المطلب الرابع: التحديات التي تواجه الخدمات البنكية الالكترونية..... 46
الفرع الأول: تحديات عامة..... 46
الفرع الثاني: التحديات التكنولوجية 48
الفرع الثالث: التحديات القانونية والتشريعية 51
المبحث الثانية :عموميات حول جودة الخدمة البنكية الإلكترونية 51
المطلب الأول: مفهوم الجودة وجودة الخدمات 52
الفرع الأول: مفهوم الجودة 52
الفرع الثاني: مفهوم جودة الخدمات..... 53
المطلب الثاني : أهمية الجودة في الخدمات البنكية 54
المطلب الثالث : أبعاد جودة الخدمة البنكية وأساليب تحسينها 55

الفرع الأول: أبعاد جودة الخدمة البنكية 55
الفرع الثاني: أساليب تحسين جودة الخدمة البنكية 56
المبحث الثالث: أثر جودة الخدمات البنكية الإلكترونية على البنك 59
المطلب الأول: نماذج تقييم جودة الخدمة البنكية 59
الفرع الأول–نموذج جودة الخدمةSERVQUAL 59
الفرع الثاني–نموذج الأداء الفعليSERVPER 60
المطلب الثاني: العلاقة بين جودة الخدمة والخدمات البنكية الإلكترونية 61
الفرع الأول–وجهة نظر الزبون 61
الفرع الثاني–وجهة نظر مقدم الخدمة 62
المطلب الثالث : عوامل نجاح الخدمات البنكية الإلكترونية 63
خلاصة 65
الفصل الثالث: دور الخدمات البنكية الإلكترونية في تطوير جودة الخدمة البنكية
تمهيد 68
المبحث الأول: تقديم عام للبنك الوطني الجزائري BNA 68
المطلب الأول: التعريف بالبنك الوطني الجزائري 68
المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للبنك وبعض الأنظمة المعلوماتية 70
الفرع الأول–الهيكل التنظيمي للبنك الوطني الجزائري–وكالة المدية– 70
الفرع الثاني–نظام الإعلام الآلي ونظام الدفع 71
المطلب الثالث: الخدمات الإلكترونية المقدمة من طرف البنك الوطني الجزائر–وكالة المدية– 72

المبحث الثاني:منهجية دراسة الإستبيان واختيار المجتمع وعينة الدراسة **75**
المطلب الأول: اختيار المجتمع والعينة وحدود الدراسة **75**
المطلب الثاني: خصائص عينة الدراسة **76**
المطلب الثالث: أدوات الدراسة الميدانية **77**
المطلب الرابع : اختبار صدق عبارات استبيان جودة الخدمة البنكية **78**
المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية **81**
المطلب الاول: تحليل البيانات الشخصية للعينة **81**
المطلب الثاني: عرض وتحليل بيانات المحورين الثاني و الثالث **86**
المطلب الثالث : اختبار الفرضيات..... **95**
خلاصة **108**
خاتمة **112**
قائمة المصادر و المراجع..... **119**
الملاحق..... **130**

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
1-1	البنك كوسيط مالي	04
2-1	المراحل الأساسية لدورة حياة الخدمة البنكية	36
1-3	الهيكل التنظيمي لبنك BNA– وكالة المدية –	70
2-3	نموذج الدراسة	76
3-3	توزيع العينة حسب متغير العمر	83
4-3	توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	84
5-3	توزيع العينة حسب المستوى الوظيفي	85
6-3	توزيع العينة حسب متغير الخبرة	86
7-3	توزيع العينة حسب الإجابة على سؤال الإختراق	87

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1-1	الخدمات التي تقدمها البنوك الإلكترونية وفق كل نمط	15
1-3	سلم (likert)الخماسي	77
2-3	يوضح معامل الارتباط بين الأبعاد والدرجة الكلية لاستبيان	79
3-3	نتائج اختبار معامل الفا لكرونباخ	80
4-3	يوضح معامل الارتباط بين الأبعاد والدرجة الكلية لاستبيان	80
5-3	نتائج اختبار معامل الفا لكرونباخ	81
6-3	توزيع افراد العينة حسب العمر	82
7-3	توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي	83
8-3	توزيع افراد العينة حسب المستوى الوظيفي	84
9-3	توزيع العينة حسب المستوى الوظيفي	85
10-3	توزيع افراد العينة الاجابة على سؤال تعرض البنك للاختراق	86
11-3	يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات افراد العينة حول بعد انواع الخدمة البنكية الإلكترونية المتوفرة لدى البنك	88
12-3	يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاجابات افراد العينة حول بعد تصميم الموقع	90
13-3	يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاجابات افراد العينة حول بعد الاعتمادية	92

14-3	يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاجابات افراد العينة حول بعد الاستجابة	93
15-3	يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاجابات افراد العينة حول بعد الأمان	95
16-3	يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاجابات افراد العينة حول بعد التعاطف	96
17-3	يوضح نتائج تحليل التباين عن طريق الانحدار	97
18-3	يوضح نتائج التقدير الخطي	98
19-3	يوضح نتائج التقدير	99
20-3	يوضح نتائج تحليل التباين عن طريق الانحدار	100
21-3	يوضح نتائج التقدير الخطي	100
22-3	يوضح نتائج التقدير	101
23-3	يوضح نتائج تحليل التباين عن طريق الانحدار	102
24-3	يوضح نتائج التقدير الخطي	102
25-3	يوضح نتائج التقدير	103
26-3	يوضح نتائج تحليل التباين عن طريق الانحدار	104
27-3	يوضح نتائج التقدير الخطي	104
28-3	يوضح نتائج التقدير	105
29-3	يوضح نتائج تحليل التباين عن طريق الانحدار	106

3-30	يوضح نتائج التقدير الخطي	**106**
3-31	يوضح نتائج التقدير	**107**
3-32	يوضح نتائج تحليل التباين عن طريق الانحدار	**108**
3-33	يوضح نتائج التقدير الخطي	**108**
3-34	يوضح نتائج التقدير	**109**



مقدمة

مقدمة:

يشهد العالم تطورًا اقتصاديًا يترتب عليه انتعاش في الحركة الاقتصادية وتطور في وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وبالتالي أصبحت تلك المعرفة التكنولوجية هي موردًا أكثر أهمية بالمقارنة بالموارد الكلاسيكية. كما أصبح الاهتمام بها هو الشغل الشاغل لأي منظمة، باعتبارها نقطة القوة والتميز في عصر المعلوماتية، والبنوك كغيرها، اصبحت تسعى لتبني أحدث التقنيات لتوفير خدمات مصرفية إلكترونية تلبي رغبات العملاء وتتماشى مع احتياجات المجتمع لخدمات مالية وبنكية جديدة تتناسب مع التقدم التكنولوجي الكبير في المجال المصرفي.

كما أدى ظهور اقتصاد المعرفة إلى تغيرات كبيرة وملحوظة في عدة مجالات بشكل عام، وفي القطاع البنكي بشكل خاص. بحيث شهد القطاع البنكي منافسة شديدة بفعل استخدام تقنيات المعلومات وشبكات الإنترنت في جوانب مختلفة من نشاط البنوك، حيث أصبح الطابع الإلكتروني هو الأساس في توفير الخدمات المختلفة، مما ساهم في تحسين وتسريع نظم معالجة المعاملات البنكية والمالية.

في ظل كل هذا تسعى البنوك جاهدة إلى تحقيق أعلى مستويات الجودة وجعلها هدفاً أساسياً تبني عليه سمعتها، وذلك دون تجاهل أهمية عامل المنافسة، حيث أصبحت الجودة من أولويات البنوك ومطلب الزبائن، و تزايد الإهتمام بجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية، سواء من وجهة نظر البنك أو العميل، يعتبر من الأدوات الفعالة لتحسين مستوى الخدمات المقدمة والمتوقعة من طرف الزبائن كما وتؤثر جودة الخدمة الإلكترونية على مواقف ورضا العملاء ونواياهم السلوكية.

كما يتطلب النمو المستمر في توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمات المصرفية والخدمة المقدمة من البنك مواكبة وفهم اتجاهات وتوقعات العملاء في مستويات جودة الخدمات

التي يقدمها. ونظراً لتأثير التغيرات السريعة على الوضع التنافسي للمنظمات، فإن العديد منها تضطر إلى تبني استراتيجيات للبقاء والاستمرار في عالم الأعمال.

وبالتالي، فإن المنافسة في تحسين جودة الخدمات تعد قضية استراتيجية رئيسية للمنظمات التي تعمل في قطاع الخدمات، وخاصة البنوك والمؤسسات المالية في الوقت الحاضر.

أولا-الإشكالية العامة :

عل ضوء ما سبق نطرح الإشكالية التالية :

ما مدى مساهمة الخدمات البنكية الإلكترونية في تطوير جودة الخدمة المقدمة من طرف البنك الوطني الجزائري -وكالة المدية-؟

ومن أجل فهم الإشكالية و حلها نقوم بتحزأتها إلى أسئلة فرعية:

- هل يأثر استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية في تطوير جودة الخدمة البنكية من خلال بعد تصميم الموقع؟
- هل يأثر استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية في تطوير جودة الخدمة البنكية من خلال بعد الإعتمادية؟
- هل يأثر استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية في تطوير جودة الخدمة البنكية من خلال بعد الإستجابة؟
- هل يأثر استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية في تطوير جودة الخدمة البنكية من خلال بعد الأمان؟
- هل يأثر استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية في تطوير جودة الخدمة البنكية من خلال بعد التعاطف؟

ثانيا-الفرضيات:

تم صياغة مجموعة من الفرضيات لجعل موضوع الدراسة أكثر وضوحًا والإجابة عن التساؤلات الفرعية المطروحة سيتم تأكيد أو رفض هذه الفرضيات، وتأتي فرضيات الدراسة على النحو التالي:

- يأثر استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية في تطوير جودة الخدمة البنكية من خلال بعد تصميم الموقع؛
- يأثر استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية في تطوير جودة الخدمة البنكية من خلال بعد الإعتمادية؛
- يأثر استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية في تطوير جودة الخدمة البنكية من خلال بعد الإستجابة؛
- تؤثر الخدمات البنكية الإلكترونية في تطوير جودة الخدمة البنكية من خلال بعد الأمان؛
- يأثر استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية في تطوير جودة الخدمة البنكية من خلال بعد التعاطف؛

ثالثا-أسباب اختيار الموضوع:

من أهم الأسباب التي دفعتني إلى اختيار الموضوع محل الدراسة :

- قلة الدراسات المتناولة لهذا الموضوع ؛
- إرتباط هذا الموضوع بتخصصي ؛
- الرغبة في المعرفة أكثر عن تطور الخدمات البنكية وخاصة في الجزائر والمستوى الذي وصلت إليه؛
- محاولة تحديد التحديات والمخاطر التي تواجهها الخدمات البنكية واستخلاص ما يمكن من النتائج التي قد تساعد في تطوير هذا المجال أكثر؛
- الرغبة الشخصية في العمل البنكي وبالتالي محاولة معرفة هذا الميدان العملي أكثر؛

رابعا-أهمية الدراسة:

يمكن تلخيص أهمية الدراسة فيما يلي :

- محاولة تحديد النقائص التي يواجهها ميدان الخدمات البنكية الإلكترونية ومعالجتها بتقديم أقتراحات مساعدة؛
- محاولة تحسين جودة الخدمات البنكية مما يزيد من مستوى رضى العملاء ؛
- مواجهة القطاع البنكي للتحديات الجديدة الناتجة من التوجه نحو اقتصاد المعرفة ؛
- إيضاح أهمية الجودة في الخدمات البنكية ومساهمتها في تحسين مستوى الخدمات وزيادة الرضا والثقة بين البنك وعملائه ؛

خامسا-أهداف الدراسة :

يمكن تحديد أهداف الدراسة التي نسعى إليها من خلال مايلي :

- فهم الأثر الذي تلعبه الخدمات البنكية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة البنكية ؛
- تحديد مدى تأثير الخدمات البنكية الإلكترونية على تحسين رضا العملاء وزيادة ولاءهم؛
- تقييم أثر استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية على نمو البنوك وزيادة حصتها السوقية؛
- تحديد أهم التحديات التى تواجه الخدمات البنكية الإلكترونية؛
- تقييم الخدمات البنكية الإلكترونية من وجهة نظر العاملين على هاته الخدمات؛

سادسا-مجال حدود الدراسة :

نظرًا لأن موضوع الخدمات البنكية واسع جدًا، فإنه من المفترض أن يتم إجراء بحث شامل وتعمق في الموضوع ولذلك، فقد حددنا حدودًا موضوعية ومكانية وزمانية للدراسة:

-**الإطار الموضوعي:** يتمحور الموضوع حول الخدمات البنكية الإلكترونية ودورها في تطوير جودة الخدمة البنكية.

-**الإطار المكاني** : مكان الدراسة ولاية المدية، وكالة المدية للبنك الوطني الجزائريBNA.

-**الإطار الزماني** : تحدد الإطار الزماني للدراسة خلال الفترة الواقعة بين مارس و ماي من سنة 2023 .

سابعا-المنهج والأدوات المستعملة:

في هذا البحث تم الإعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي، في الفصلين النظريين تم استعمال المنهج الوصفي من أجل استعراض المفاهيم المختلفة للخدمات البنكية الإلكترونية وجودتها، أما الفصل التطبيقي فتم استعمال المنهج التحليلي بهدف جمع البيانات الخاصة بالبنك وتنضيمها و تفسيرها للوصول إلى النتائج وهذا بالإعتماد على الاستبيان كأداة للدراسة.

ثامنا-الدراسات السابقة:

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

طرحت هذه الدراسة إشكالية تتمحور حول أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن، كما هدفت إلى التعرف على أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بأبعادها (سهولة الإستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان) على رضا الزبائن، وتم استخدام المنهج الإحصائي الوصفي، كما توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها أن مستوى جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بشكل عام في البنك الإسلامي الأردني في مدينة عمان وفروعه كان مرتفعا، وأيضا مستوى سهولة استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنك الإسلامي الأردني كان مرتفعا؛

إذا العلاقة بين هذه الدراسة و دراستنا الحالية أن كلاهما تركزان على جودة الخدمة البنكية، واعتمدتا على عدة أبعاد في الدراسة، هي ابعاد مختلفة تشترك في بعد الأمان فقط، كما تشترك في المنهج الوصفي المستخدم.

2-نسيم بوكحيل(2017-2018): دور الخدمات البنكية كمدخل لتحقيق رضا الزبون في ظل اقتصاد المعرفة (دراسة حالة البنوك العاملة بولاية جيجل)، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال مؤسسة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي.

جاءت هذه الدراسة لطرح إشكالية الأثر الذي يخلفه اقتصاد المعرفة على تطوير الخدمات البنكية ورضا الزبون في البنوك العاملة بالجزائر بشكل عام، والبنوك العاملة بولاية جيجل بشكل خاص، حيث انطلق الباحث من فرضية أن العمل الإلكتروني يعتبر الطابع العصري للصناعة البنكية على المستوى العالمي في ظل اقتصاد المعرفة، كما تم التطرق في الجانب النظري إلى العمل البنكي وسلوك مستهلك الخدمات البنكية خاصة الإلكترونية وكل هذا في ظل اقتصاد المعرفة ليصل إلى الجانب التطبيقي الذي تناول فيه انعكاس اقتصاد المعرفة على عصرنة الخدمات البنكية وتحقيق رضا الزبون.

من أهم ما توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج أن اقتصاد المعرفة هو توجه اقتصادي حديث ناتج عن تزايد وتعاظم دور المعرفة وتكنولوجيا المعلومات والإتصال في تحقيق القيمة المضافة للاقتصاد، كما تم التوصل إلى أن تطوير الخدمات البنكية يؤدي إلى اتساع تشكيلة خدمات المؤسسة البنكية مما ينعكس على قدراتها في الإستجابة لقطاعات سوقية جديدة، مما يعني قدرة أكبر على إرضاء زبائن جدد، ومن أهم التوصيات التي جاءت بها الدراسة الإهتمام أكثر بتطوير الخدمات البنكية المقدمة من طرف البنك عبر تشجيعه عملية تبادل المعرفة والإستفادة من التكنولوجيا الحديثة ومواكبتها في تقديم خدمات جديدة ومتنوعة تتماشى مع حاجات ورغبات الزبون؛

تتمثل العلاقة بين دراستنا وهذه الدراسة في التطرق للخدمات البنكية، واقتصاد المعرفة بصفة عامة في دراستنا الحالية، وأيضا بعض التوصيات المشتركة في كلتاهما.

3-السعيد بريكة(2010-2011): واقع عمليات الصيرفة الإلكترونية وآفاق تطورها في الجزائر، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الإقتصادية تخصص بنوك وتأمينات.

هدفت الدراسة إلى التعرف على المشاكل التي تواجه عمليات الصيرفة الإلكترونية، وواقع التحديات والفرص المتاحة أمام بنوك الأنترنت، كما تعرفت الدراسة على وضعية وسائل الدفع وآفاق تطوير الصيرفة الإلكترونية في الجزائر.

وقد توصلت الدراسة إلى أن خدمات الصيرفة الإلكترونية توفر فوائد عظيمة بالنسبة للمستهلكين من حيث سهولة وتكلفة المعاملات، كما توصلت إلى أن طبيعة مشروع الصيرفة الإلكترونية وكذا مشروع الدفع الإلكتروني في الجزائر لم يرق إلى المستوى المنوط بهما، وأيضا ضرورة العولمة في سوق الخدمات المصرفية والمالية و اشتداد المنافسة بين البنوك، تقتضي استعداد البنوك الجزائرية لمنافسة و تحديث خدماتها المصرفية وفقا للبيئة المالية الراهنة؛

تشترك دراسة بريكة ودراستنا هذه أن كلاهما يركزان على الخدمات البنكية الإلكترونية من مشاكل وتحديات ...إلخ، كما تم استخلاص أن الصيرفة الإلكترونية في الجزائر مزالت لم تصل للمستوى العالمي وهو ما تم التوصل إليه في دراستنا هذه.

تاسعا-الصعوبات:

من الصعوبات القليلة التي واجهتني في هذا البحث :

- قلة المصادر والمراجع الكافية للدراسة.
- إحتواء الموضوع على الكثير من المصطلحات العلمية التي وجب تبسيطها.

عاشرا-هيكل البحث :

لقد تطرقت في هذا البحث إلى ثلاثة فصول منها فصلين نظريين وفصل تطبيقي ، بحيث عرضنا في الفصل الأول البنوك الإلكترونية وأيضا تطور خدماتها، أما الفصل الثاني تطرقت فيه إلى الخدمات البنكية الإلكترونية وجودتها، وآخر فصل عرضت فيه الخدمات البنكية الإلكترونية وهذا بدراسة حالة البنك الوطني الجزائري BNA.



الفصل الأول

الخدمات البنكية

تمهيد:

عرفت الصناعة المالية والبنكية تغيرات عدة صاحبتها تطورات بداية ثمانينات القرن الماضي، كل ذلك كان مدعوم بالتوسع والتقدم في مجال تكنولوجيات المعلومات والاتصالات، كما عرفت الساحة البنكية خلال العشرية الأخيرة توسعا كبيرا وانتشارا للبنوك الإلكترونية التي تعد اتجاها حديثا ومختلفا عن البنوك التقليدية لمزاياها المتعددة مثل: التحويلات الإلكترونية، خدمات الصيرفة عن بعد ...إلخ.

يتناول هذا الفصل الإطار النظري للخدمات البنكية ويحتوي على ثلاثة مباحث موزعة كالتالي:

المبحث الأول: أساسيات حول البنوك الإلكترونية.

المبحث الثاني: ماهية الخدمات البنكية.

المبحث الثالث: طور الخدمة البنكية في ظل الإنتقال لاقتصاد المعرفة.

المبحث الأول: أساسيات حول البنوك الإلكترونية

عرفت البنوك منذ ثمانينات القرن الماضي تطورات هائلة وسريعة في خدماتها، وكان ذلك نتيجة التقدم المعرفي الحاصل في عالم الأعمال المصرفية، حيث كان لزاما على البنوك ركوب أمواج التطور المحيطة بها.

المطلب الأول: تعريف البنك

تختلف أنواع البنوك وأحجامها وتخصصاتها، مثل البنوك التجارية والإستثمارية والإسلامية...إلخ، وتلعب جميعها دور هام في تمويل الإقتصاد وتنميته، منها ماهو بنك قديم ومنها جديد نوعا ما.

وردت عدة تعاريف للبنك منها الكلاسيكية ومنها الحديثة، فمن وجهة نظر الكلاسيكية يمكن القول أن البنك هو"مؤسسة تعمل كوسيط مالي بين مجموعتين رئيسيتين من العملاء، المجموعة الأولى لديها فائض من الأموال وتحتاج إلى الحفاظ عليه وتنميته، والمجموعة الثانية هي مجموعة من العملاء تحتاج إلى أموال لأغراض أهمها الإستثمار أو التشغيل أو كلاهما".

أما من الزاوية الحديثة يمكن النظر إلى البنك على أنه "مجموعة من الوسطاء الماليين اللذين يقومون بقبول ودائع تدفع عند الطلب أو لآجال محددة وتزاول عمليات التمويل الداخلي والخارجي وخدمته بما يحقق أهداف خطة التنمية وسياسة الدولة ودعم الاقتصاد القومي، وتباشر عمليات تنمية الإدخار والإستثمار المالي في الداخل والخارج، بما في ذلك المساهمة في إنشاء المشروعات وما يتطلب من عمليات مصرفية وتجارية ومالية وفقا للأوضاع التي يقررها البنك المركزي".[1]

[1]– محمد الصيرفي، إدارة المصارف، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر،الطبعة1، الإسكندرية ،2006،صفحة 07 .

وهناك تعريف آخر للبنك على أنه "مكان إلتقاء عرض الأموال بالطلب عليها ،أي أن البنوك تعمل كأوعية تتجمع فيها الأموال والإدخارات ليعاد إقراضها إلى من يستطيع ويرغب في الإستفادة وإفادة المجتمع منها عن طريق استثمارها".[1]

بالإضافة إلى هذه التعاريف وردت تعاريف أخرى للبنك:

"البنك عبارة عن منشأة مالية تقوم بجمع الودائع وقبولها ثم إقراضها قصد توظيف المال وإمداد المشاريع الإقتصادية بمصادر التمويل."[2]

ويلاحظ أن عدم الأخذ بالمفهوم الحديث للبنك قد يؤدي إلى مجموعة من المخاطر أهمها:

1. إنخفاض القدرة التنافسية للبنك وما لذلك من تأثير على إنخفاض ارباحه وزيادة مخاطره.
2. قد تبتعد التعاملات المالية للأفراد والمنظمات عن الجهاز المصرفي وخصوصا مع تعاظم دور شبكة الأنترنت كوسيلة مالية وتسويقية عالمية.
3. يتأثر إقتصاد الدولة بانخفاض مستوى أداء الجهاز المصرفي،فكلما نشط الجهاز المصرفي كلما انعكس ذلك على زيادة المبادلات المالية في الإقتصاد، ومن ثم زيادة نمو الدخل القومي بدرجة أكبر.[3]

إذا من التعاريف السابقة نستخلص أن البنك هو مكان لإلتقاء عرض النقود ممن لديهم فائض و الطلب عليها ممن هم بحاجة إليها لعدة أغراض منها إقتصادية و استثمارية و أغراض خاصة، ويكون ذلك وفق مراحل بحيث يحصل البنك على نسبته من هذه المراحل باعتباره الوسيط بين أصحاب الإدخارات المالية وأصحاب الإستثمارت، كما أنه يساهم في إنشاء المشروعات الخاصة مما يترتب عنه زيادة المبادلات المالية الإقتصادية.

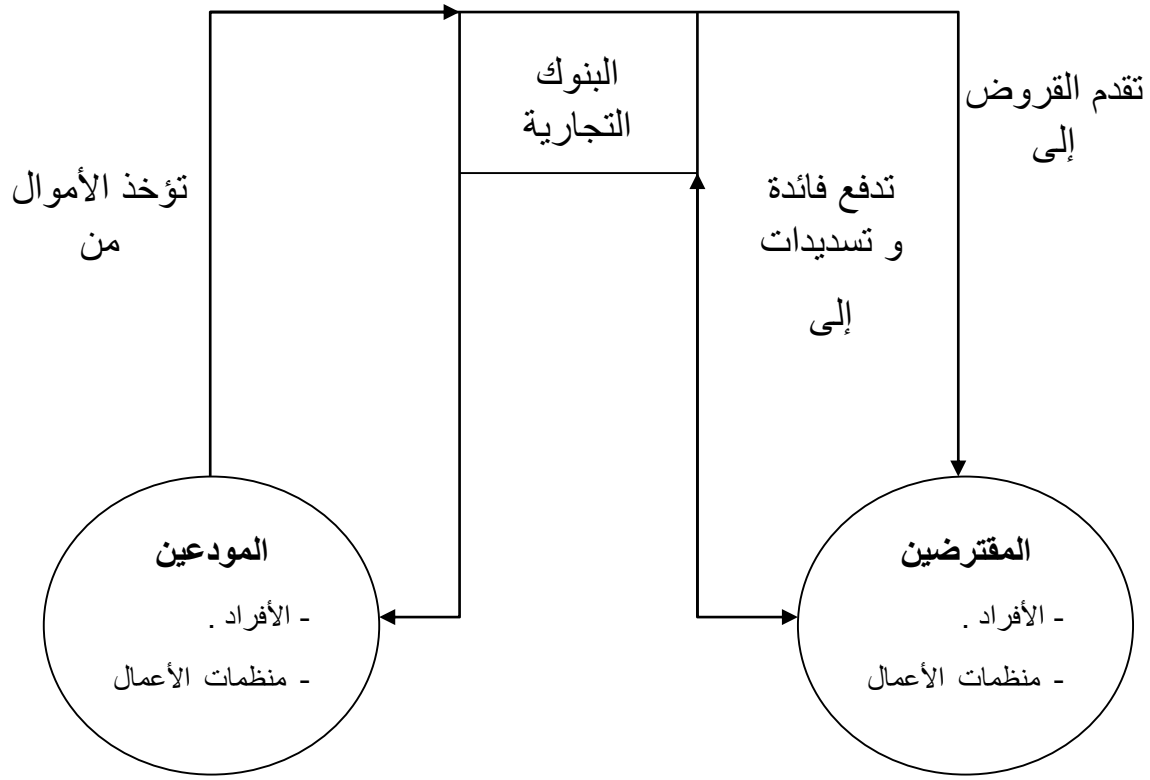
[1]– رعد حسن الصرن،عولمة جودة الخدمة المصرفية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة 1، دمشق، 2007، ص80.

[2]– خبابة عبد الله ،الإقتصاد المصرفي ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية، 2008،ص88.

[3]– عبد الكريم أحمد جميل، التسويق المصرفي، الجنادرية للنشر والتوزيع، الطبعة1، الأردن، 2015، ص 07-08.

الشكل التالي يوضح مفهوم البنك كوسيط مالي :

شكل رقم (01-01): البنك كوسيط مالي



المصدر : محمد الصيرفي، إدارة المصادر ، الطبعة الأولى ، 2007 ، ص 08

.

الشكل أعلاه يوضح دور البنك باعتباره وسيط مالي بين المودعين اللذين قد يكونون أفراد أو منظمات وبين المقترضين اللذين قد يكونون أيضا أفراد أو منظمات، حيث يقوم المودعين بإيداع الأموال في البنك، ويتم استخدام هذه الأموال من قبل البنك لتمويل المقترضين، بحيث يحصل البنك على فائدة من المقترضين مقابل القيام بالعملية الأخيرة، كما يمكن للبنك إستثمار أموال المودعين لتحقيق أرباح إضافية، وذلك عن طريق الإستثمار في الأسهم والسندات أو العقارات وغيرها من الأصول.

المطلب الثاني: التطور التاريخي للبنوك الإلكترونية

لمعرفة التطور التاريخي للبنوك الإلكترونية يجب أولا تعريف البنوك الإلكترونية:

الفرع الأول–مفهوم البنوك الإلكترونية:

هناك العديد من المصطلحات التي تطلق على البنوك المتطورة مثل البنوك الإلكترونية Electrnic Banking أو بنوك الأنترنت Internet Banking أو البنوك الإلكترونية عن نعد Rmote Electronic Banking أو البنك المنزلي Bbanking home أو البنك على الخط Online Banking أوبنوك الخدمة الذاتية Service Banking self أو بنوك الويب web banking وعلى اختلاف المصطلحات فجميعها تشير إلى قيام العميل بإدارة حساباته أو إنجاز أعماله المتصلة بالبنك عبر شبكة الأنترنت سواء كان في المنزل أو المكتب وفي أي مكان ووقت يرغبه.[1]

وفي تعريف آخر للبنوك الإلكترونية:

إن"مفهوم الخدمات المالية عن بعد للبنوك هو الذي يعرف عنه واقعيا ببنك الكمبيوتر الشخصي(Pc Bbanking) وهومفهوم لا يزال الأكثر شيوعا في عالم العمل البنكي، وعليه ووفقا لما تقدم فإن البنك الإلكتروني يشير إلى النظام الذي يتيح للزبون الوصول إلى حساباته أو أي معلومات يريدها والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات البنكية من خلال شبكة معلومات يرتبط بها جهاز الحاسوب الخاص به أو أي وسيلة أخرى."[2]

وفي تعريفات أخرى للبنوك الإلكترونية:

---

[1]– يوسف حسن يوسف ،البنوك الإلكترونية، المركز القومي للإصدارات القانونية، الطبعة الأولى،القاهرة ،2012،ص65 .

[2]– ضيف أحمد، محاضرات في مقياس الإقتصاد البنكي المعمق،جامعة آكلي محند أولحاج، البويرة ،سنة أولى ماستر تخصص إقتصاد نقدي و بنكي، سنة 2020–2021 ،ص 02 .

البنوك الإلكترونية هيا تلك البنوك التي تقوم على الركائز الإلكترونية وتوظيف كافة التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الإتصال والمعلومات لتقديم كافة الخدمات البنكية بأمان.[1]

–"البنوك الإلكترونية هي منافذ إلكترونية تقدم خدمات بنكية متنوعة وبدون عمالة بشرية ذات مدى متسع (خدمات لمدة 24ساعة) ومكانيا (في أماكن منتشرة جغرافيا).[2]

مما سبق نستطيع القول أن البنوك الإلكترونية :"هي قيام الزبائن بإدارة حساباتهم وإنجاز أعمالهم المتصلة بالبنك عن طريق المنزل أو المكتب أو أي مكان آخر ،وفي الوقت الذي يريد الزبون ،ويعبر عنه بعبارة الخدمة المالية في كل وقت ومن أي مكان ".[3]

كما أنه يشير إلى النظام الذي يمكن الزبون من الوصول إلي حساباته وأية معلومات أخرى يريدها والحصول على مختلف الخدمات المصرفية بواسطة شبكة معلومات يرتبط بها الحاسوب وأي وسيلة أخرى.

الفرع الثاني–نشأة البنوك الإلكترونية:

"ظهرت فكرة البنوك الإلكترونية بعد انتشار الهاتف الثابت في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية،حيث وفرت البنوك في ذلك للوقت وضمن الإمكانيات التكنولوجية المحدودة إمكانية الإستعلام عن الرصيد عن طريق الهاتف الثابت، لتقوم البنوك بعد ذلك بعقد من الزمن بتوفير أكشاك لسحب النقود بطريقة ميكانيكية، إلا أنها واجهت الكثير من المتاعب والصعاب حتى ظهرت أجهزة الحاسوب الآلي بداية الثمانينات وقدمت البنوك في تلك الفترة خدمات الصراف الآلي Cach Disponser كما قدمت البنوك لزبائنها الكبار خلال عقد الثمانينات من القرن الماضي خدمات متميزة من خلال شبكات خاصة موصولة بالكمبيوتر الخاص بالبنك مباشرة،حيث يقوم الزبون ومن خلال تلك الشبكات بإجراء عمليات مالية محدودة ،وفي مطلع

---

[1]– أديب قاسم شندي، الصيرفة الإلكترونية، مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية، العدد السابع والعشرون،2011،ص07.

[2]– السعيد بريبش وسارة طبيب،إدارة المخاطر كمدخل معاصر لتعزيز العمل المصرفي الإلكتروني في ظل التطورات التكنولوجية ،مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الثالث حول الصيرفة الإلكترونية التقليدية ومتطلبات التوقع الجيد،جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ،2 و 3 ديسمبر 2013 .

[3]–محمود حامد، إقتصاديات البنوك والأسواق المالية، دار حميثرا للنشر والترجمة، الطبعة 1، بدون بلد النشر، 2017، ص194.

التسعينات من القرن الماضي ظهرت ثورة الأنترنت والحاسوب الآلي وكان القطاع الخدمي والمالي على وجه الخصوص من أكبر المستفيدين من هذه الثورة، حيث كانت الإنطلاقة الحقيقية للبنوك الإلكترونية بشكلها الحالي وبمسميات مختلفة كل حسب نوع الخدمة المقدمة."[1]

وفي سنة 1995 عندما أنجزت Netscape أول برنامج يسمح بدخول مواقع الوابInternet browser أصبحت الصيرفة عبر الخطوط الحقيقية ممكنة، وويعتبر SFNB Security First National Bank أول بنك عبر الخط في العالم وهو بنك أمريكي،[2]ليتلاحق بعد ذلك ظهور البنوك من نفس النمط وبصورة متسارعة ،وفي مختلف مناطق العالم.

الفرع الثالث–مراحل تطور البنوك الإلكترونية :

شهد عام 1958 إصدار American Expressلأول بطاقة بلاستيكية في الولايات المتحدة الأمريكية لتنتشر على نطاق واسع بعد ذلك، ومن ثم قامت بعدها ثمانية بنوك بإصدار Bank Americanعام 1968 لتتحول بعد ذلك إلى شبكة Visa العالمية، كما تم في نفس العام إصدار البطاقة الزرقاء Carte Blue من طرف ستة بنوك فرنسية، وفي عام 1986قامت إتصالات فرنسا France Telecom بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئة للبطاقات لتصبح عام 1992 كل البطاقات المصرفية بطاقات برغوثية تحمل بيانات شخصية لحاملها.[3]

وفي سنة 1995 أنجزت Netscape أول برنامج يسمح بالدخول إلى مواقع الواب، وأصبحت الصيرفة عبر الخطوط ممكنة، ويعتبر SFNB أول بنك أمريكي عبر الخط في العالم، وقد ظهرت بنوك إلكترونية تحت مسميات مختلفة مثل بنك سوفت (soft) في عام

---

[1]– السعيد بريكة ونادية شبانة ،البنوك الإلكترونية E-Banking الواقع والآفاق، دار الكتاب الحديث، الطبعة 1، القاهرة 2016، ص 66–67.

[2]– تطار محمد منصف ،النظام المصرفي الجزائري و الصيرفة الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة ،2002،ص181 .

[3]– قدة حبيبة ،مداخلة بعنوان :آليات وضوابط البنوك الإلكترونية ،جامعة محمد بوضياف ،المسيلة ،18 نوفمبر 2018، ص 03 .

1995،ثم تلته بنوك أخرى مثلAmerican Online(Net Bank)عام 1996[1]،ومع مطلع الألفية الثانية حدث مايعرف بفقاعة الأنترنت وهو ما أدى إلى ظهور تكهنات بأن فرص الخدمات المقدمة على شبكة الأنترنت بما فيها البنوك الإلكترونية قد تلاشت.

من جهة أخرى فإن انخفاض التكاليف التشغيلية تجعل من تكلفة إنشاء موقع للبنك على الأنترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد له وما يتطلبه ذلك من مباني و أجهزة وكفاءة إدارية ،كما أن قدرة البنك على تسويق خدماته من موقعه على الأنترنت تساعد على امتلاك ميزة تعزز من مكانته التنافسية وتؤهله إلى مستوى المعاملات التجارية العالمية .

وبناءا على كل مما سبق فإن البنوك تعمل جاهدة لمعالجة توقعات المستهلكين المتغيرة وفقا للواقع الذي فرضته وتفرضه العجلة التكنولوجية التي ماتزال تدور مفرزة أوجها جديدة من التطور كل يوم، وقد أظهر استطلاع للرأي أجرته مؤسسة اكسنتشر (accenture) العالمية – المعنية بتوفير خدمات استشارية واستراتيجية ورقمية وتقنية وخدمات تشغيل – مطلع عام 2018 أن البنوك تتطور لتبني تقنيات الجيل التالي من الذكاء الإصطناعي ، وأن 50٪من المدراء التنفيذيين في البنوك يتوقعون أنه في غضون 4 سنوات سيكون للتقنيات الحديثة المستخدمة في تحسين العمليات تأثير أكبر على أعمالهم كما أن 47٪ من العملاء يقولون الشيء نفسه و 77٪ من التنفيذيين في البنوك يتوقعون أن يتم التعامل مع أكثر من نصف تفاعلات العملاء بشكل كبير من خلال مساعدين افتراضيين في غضون خمسة سنوات .[2]

في النصف الأول من العام 2020 دفعت جائحة الفيروس المستجد كوفيد–19 إلى زيادة الإتصالات الرقمية بين العملاء وبنوكهم ما دفع المؤسسات المالية إلى الإستجابة لهذه الزيادات من خلال التسريع في عملية التحول الرقمي للقطاع البنكي وحسب تقارير Capgemini's World Banking لعام 2020 بات حوالي 57٪ من العملاء حول العالم

[1]– عامر إبراهيم قنديلجي ، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة،الطبعة 2، عمان، 2016، ص 174.

[2]– بعلوج بولعيد ، المقارنة بين موارد واستخدامات البنوك الإسلامية والتقليدية في مداخلات الملتقى الوطني الأول حول النظام المصرفي الجزائري بكلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير ،جامعة 8 ماي 1945 ، 05–06 نوفمبر 2001 ص 172 .

يفضلون الخدمات البنكية عبر الأنترنت ، مقارنة بـ 49٪ قبل انتشار فيروس كورونا ، وفي الوقت نفسه يفضل 55٪ الآن استخدام تطبيقات الخدمة البنكية عبر الهاتف المحمول محققة ارتفاعا بنسبة 47٪ قبل الوباء.[1]

المطلب الثالث: أهمية وخصائص البنوك الإلكترونية

فيما يلي سنتعرف على أهمية البنوك الإلكترونية في مختلف المجالات وأهم خصائصها:

الفرع الأول-أهمية البنوك الإلكترونية:

إن البنوك الغير إلكترونية، تقدم جزأ من الحلول لمشكلات الزبون لكنها لا تقدم حلول شاملة، أو تقدم حلول جزئية بكلفة عالية، فإذا علمنا أن التنافس على أشده في سوق العمل البنكي، وعنوانه الخدمة الشاملة والأسرع بالكلفة الأقل، فإن البنوك الإلكترونية فرصة لتحقيق معدلات أفضل للمنافسة والبقاء في السوق، وببساطة فإن الظن أن البنك الإلكتروني مجرد إدارة لعمليات بنكية وحسابات مالية ظن خاطئ، لأن التقنية تتيح للزبون بذاته أن يدير مثل هذه الأعمال.[2]

ومن الأهمية الكبيرة للبنك نذكر منها :

- تخفيض النفقات التي يتحملها البنك يجعل تكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الأنترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد للبنك وما يتطلبه من مباني وأجهزة وكفاءة إدارية، إضافة إلى أن تسويق البنك لخدماته من موقعه على الأنترنت يساعده على امتلاك ميزة تنافسية تعزز من مكانته التنافسية وتؤهله إلى مستوى المعاملات التجارية العالمية.

[1]– محمد مسفر العجمي، البنوك الإلكترونية ، إعصار التكنولوجيا ومستقبل القطاع المصرفي ، صحيفة مال الإلكترونية،2 أكتوبر2020.

[2]– مداح عرايبي الحاج و بارك نعيمة ،أهمية البنوك الإلكترونية في تفعيل وسائل الدفع الإلكتروني في الوطن العربي الواقع والآفاق ،مجلة الإقتصاد الجديد ،العدد 02،جانفي 2010 ص 64

- إن توجه البنوك العالمية نحو شبكة الأنترنت وما تتميز به من قدرات تنافسية يلزم البنوك الصغيرة ضرورة الإرتقاء إلى مستوى هذه التحديات ووفقا لذلك سيقوم العملاء بالمقارنة بين خدمات البنوك لاختيار الأنسب، وبذلك تكون الأنترنت عامل منافسة قوي في جذب العملاء.
- تساهم الأنترنت في التعريف بالبنوك والترويج للخدمات المصرفية بشكل إعلامي وهو مايساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة.[1]

كما أن الإتجاه نحو الدفع النقدي الإلكتروني المصاحب لمواقع التجارة والأعمال الإلكترونية يقدم مبرر لبناء البنوك الإلكترونية ،فشركات التأمين ،النفط، الطيران، الفنادق،....إلخ ،تتجه بخطى واثقة نحو عمليات الدفع عبر الخط أو الدفع الإلكتروني وهي عمليات تستلزم إن لم يكن موقع الشركة يوفر وسائل الدفع النقدي، وجود حسابات بنكية أو حسابات تحويل أو نحوها، وترك الساحة دون تواجد يعني دفع القطاعات المشار إليها إلى ممارسة أعمال مالية على الخط لسد احتياجاتها التي لا توفرها جهات العمل المصرفي المتخصصة.[2]

الفرع الثاني–مزايا ومخاطر البنوك الإلكترونية :

نجد أن للبنوك الإلكترونية مزايا متعددة كما لها مخاطرها التي سنتناولها فيما يلي:

أولا–مزايا البنوك الإلكترونية :

1–مزايا المعاملات من خلال البنك الإلكتروني:

- تنظيم عمليات الدفع الدوري: يعني الإتفاق على وقت محدد لاستقطاع جزء محدد من الرصيد وتحويله إلى المستفيد بشكل دوري ومن دون أخطاء.
- السلامة والأمن: كان للتحويلات الإلكترونية دور كبير في إزالة المخاوف من عمليات السرقة للنقود أو الشيكات.

[1]– مفتاح صالح ومعارفي فريدة بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الخامس بعنوان البنوك الإلكترونية ،جامعة فيلادليفيا ،كلية العلوم الأدارية والمالية ،2007، ص08 .

[2]–مداح عرايبي الحاج وبارك نعيمة، نفس المرجع السابق، ص65

- تحسين عمليات التدفق النقدي: وهي سرعة تنقل النقد بشكل كبير وبثقة عالية.
- تقليل الإعتماد على الأعمال الورقية: وذلك لندرة احتياج الأعمال البنكية للنماذج الورقية.
- زيادة رضا العملاء من خلال سرعة ودقة إنجاز معاملاتهم.[1]

2- مزايا البنوك الإلكترونية للعملاء:

- منح العملاء قدرة أكبر لإختيار الخدمة المصرفية الأكثر ملائمة.
- تقديم خدمات بنكية طوال أيام الأسبوع وعلى مدار 24ساعة.
- تمكين العميل من الإطلاع على الحساب بالإضافة لمعرفة أسعار الفائدة وسهولة إحراء تحويلات مالية.
- إمكانية الإتصال من موقع البنك من أي مكان بالعالم :المكتب ،المنزل، مقاهي الأنترنت وجدت خدمة الأنترنت.
- إمكانية توفير درجة الأمان والسرية بدرجة عالية.
- الحصول على خدمات بنكية سريعة ومريحة وفي الوقت والمكان المناسب.

3-مزايا البنوك الإلكترونية للبنوك:

- زيادة المنافسة بين البنوك والسماح لها بالتغلغل إلى أسواق جديدة ومن ثم إلى زيادة انتشارها الجغرافي.
- إيجاد الولاء البنكي للعملاء الحاليين للحفاظ عليهم من جهة وجذب عملاء مرتقبين من جهة أخرى.
- تقليص التكاليف الإجرائية كاستخدام الأوراق، الجهد والوقت في البنوك لأنهاء معاملات العملاء، الأمر الذي يساعد على خفض التكلفة الكلية التي تقوي الميزة الإستراتيجية التي تعتبر تغييرا مهما في التمييز التنافسي.

[1]- حوتية عمر و بن مسعود محمد، التجارة الإلكترونية في الجزائر واقع وآفاق، عنوان المداخلة :دور البنوك الإلكترونية في دعم وتطوير التجارة الإلكترونية ، الجامعة الإفريقية أحمد دراية ،أدرار، 2007 ،ص04 .

4- مزايا البنوك الإلكترونية للإقتصاد الوطني:

- زيادة الدخل المالي للبنوك الإلكترونية ومن ثم مساهمتها في إجمالي الدخل الوطني، بإمكانية تحديد رسوم رمزية لمستخدمي الأنترنت في التعامل البنكي معها، تساعدها هذه الرسوم في تطوير الخدمة البنكية عبر الأنترنت ،فهي تعيد دورانها في اقتصاد البلد وتعيشه من خلال استثمار البنوك في الشركات المحلية التي تطور خدمات الأنترنت في هذا المجال .
- إن المعدلات المصرفية عبر الأنترنت يزيد من كفاءة الإنتاجية للبنوك ،والتي بدورها تساعد على تحسين الأداء الإقتصادي بشكل عام.[1]

ثانيا- مخاطر البنوك الإلكترنية:

لكل شيء جانبين سلبي و إيجابي، والبنوك وإن تعددت مزاياها نجد لها أيضا جانب سلبي بعض الشيء ،وهو يعبر عن المخاطر سواءا للبنك أو المتعاملين معه، وفيما يلي سوف نستعرض بعض من مخاطر البنوك الإلكترونية:

1-المخاطر الإستراتيجية :

المخاطر الإستراتيجية هيا المخاطر التي ترتبط بالقرارت والسياسات والتوجهات التي تتخذها الإدارة العليا للبنك، وتنشأ هذه المخاطر في العمليات البنكية الإلكترونية من الأخطاء أو الخلل الذي قد يحدث نتيجة تبني استراتيجيات وخطط تقديم هذه العمليات والخدمات وتنفيذها التي قد تقع فيها الإدارة العليا، وذلك في ضوء الحاجة الملحة لتقديم مثل هذه الخدمات في ظل تزايد الطلب عليها من جهة واشتداد المنافسة البنكية من جهة أخرى.

2-المخاطر التشغيلية :

[1]- .منير محمد الجنبيهي، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الطبعة 1، الإسكندرية، 2005، ص14.

المخاطر التشغيلية هي المخاطر المرتبطة باستخدام التقنيات والأنظمة ،الأمر الذي يجعل هذه المخاطر أكثر أهمية بالنسبة للخدمات المصرفية الإلكترونية،

وذلك نظرا للإعتماد الكبير على التقنيات في كافة أوجه تقديم هذه الخدمات.[1]

3- المخاطر التنظيمية :

تتعلق بعلاقة البنوك الإلكترونية بالبنك المركزي ، حيث أن النقود الإلكترونية تجعل من الصعب مراقبة وتحديد الكتلة النقدية ،كذلك تداول عدة أشكال من النقود صادرة عن مؤسسات مصرفية وغير مصرفية يجعل الكثير من المبالغ خارج رقابة السلطة النقدية من الناحية التنظيمية ، كما أن ذلك يؤدي إلى صعوبة في تحصيل الضرائب بالإضافة إلى مشكلة التهرب الضريبي.

4- المخاطر القانونية :

نظرا لسرية المعاملات المصرفية الإلكترونية فإن هذا يتيح درجة عالية من المخاطر القانونية بالنسبة للبنوك كعمليات غسيل الأموال، لذلك أصبحت البنوك تقوم جيدا بالتحقق من هوية العميل وعنوانه قبل فتح الحساب.[2]

5- مخاطر السمعة :

تنشأ مخاطر السمعة في حالة توافر رأي عام سلبي اتجاه البنك والذي قد ينشأ في عدم توفر وسائل الحماية الكافية والمؤكدة للبيانات التي يحتفظ بها البنك، والخاصة بعملائه، أو وقوع بعض عمليات الإختراق لنظم البنك الإلكترونية واقتحامها من قبل بعض الغرباء أو العاملين في البنك ذاته، وهذا ينشأ عنه وجود سمعة سيئة للبنك وعلى نشاطه مما يؤثر على عدد العملاء ويخفض نشاط البنك إلى أقصى حد مما يقلل من الأرباح.[3]

---

[1]- قاشي خالد ، العثماني مصطفى ،إستراتيجية إدارة مخاطر الصيرفة الإلكترونية، مجلة الإقتصاد الجديد، العدد 02، جانفي 2010،ص 245-246 .

[2]- بهوري نبيل، نشاد حكيم ،المخاطر الإلكترونية وتكنولوجيا الإبتكار في مجال الصناعة المصرفية ،مجلة اقتصاد المال و الأعمال ،المجلد 04 العدد 01،الجزائر، ميلة معهد العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2020، ص156 .

[3]- السعيد بريكة ونادية شبانة ،نفس المرجع السابق، ص 108، بتصرف .

المطلب الرابع: أنماط ومتطلبات البنوك الإلكترونية

البنوك أنماط وكل نمط له خدماته وهذا ما سنتعرف عليه فيما يلي:

الفرع الأول–نماط البنوك الإلكترونية :

ليس كل موقع للبنك على شبكة الأنترنت يعني بنكا إلكترونيا ،وسيظل معيار تحديد البنك الإلكتروني يثير تساؤلا في بيئتنا العربية على أن يتم تشريعيا تحديد معيار منضبط في هذا الحقل ،ووفقا للدراسات العالمية وتحديدا دراسات جهات الإشراف والرقابة الأمريكية والأوروبية فإن هناك ثلاث صور أساسية للبنوك الإلكترونية على الأنترنت.

1– الموقع المعلوماتي :

وهو المستوى الأساسي للبنوك الإلكترونية وما يمكن تسميته بصورة الحد الأدنى من النشاط الإلكتروني البنكي ،ومن خلال ذلك فإن البنك يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته البنكية.[1]

2– الموقع الإتصالي أو التفاعلي:

يوجد فيه نوع من الإتصال بين البنك والعملاء ويستطيع العميل تعبئة طلباته أو نماذج من خلال الموقع أو إرسال واستقبال بريد إلكتروني من وإلى البنك.

3–الموقع التبادلي :

وهنا يكون التواصل كاملا بين العميل والبنك من خلال الموقع ويستطيع العميل إنجاز كل معاملاته البنكية من خلال بيئة إلكترونية بالكامل.[2]

جدول رقم : (01) الخدمات التي تقدمها البنوك الإلكترونية وفق كل نمط

[1]– السعيد بريكة ونادية شبانة، فس المرجع، ص 77 .

[2]– حوتية عمر و بن مسعود محمد، نفس المرجع السابق، ص 4–5 .

الموقع المعلوماتي		
المستوى الأساسي	المستوى المتوسط	المستوى المتقدم
الكتيب الإلكتروني	روابط إلى موقع آخر	تقديم بعض خيارات الإشتراك
معلومات ترويجية	تنزيل تقارير	عرض إعلانات
طرق الإتصال بالبنك		مجموعات الحوار
الموقع التفاعلي		
المستوى الأساسي	المستوى المتوسط	المستوى المتقدم
إستخدام البريد الإلكتروني و ملئ الإستمارات من قبل العملاء للتعبير عن اقتراحاتهم و مشاكلهم	يزود العملاء بأدوات (مثل الآلة الحاسبة)	إستخدام التكنولوجيا المتقدمة مثل Videoconference
الموقع التبادلي		
المستوى الأساسي	المستوى المتوسط	المستوى المتقدم
فتح حسابات	يمكن أن يقوم العميل بالدخول إلى المعلومات المتعلقة بالحسابات .	الترويج لاستخدام النقود الإلكترونية باعتبارها أسلوب لتطوير الصفقات المنجزة عبر الويب .
طلب منتجات و خدمات	تحويل الأموال	
طلب البطاقات	دفع فواتير الحسابات	
القيام باستثمارات و طلب القروض	يسمح للعملاء بالدخول إلى قواعد البيانات الخاصة بالبنك	

المصدر : البنوك الإلكترونية www.arablaw.org/download/E-Banking

يمثل الجدول الأنماط الثلاثة للبنوك الإلكترونية والخدمات التي تقدمها وفق ثلاثة مستويات، فنلاحظ الموقع المعلوماتي عدة خدمات من الكتيب الإلكتروني إلى إنزال التقارير وتقديم الإعلانات والإشتراكات، أما الموقع التفاعلي فيعتبر أعلى مستوى من الأول وهذا لأنه يساعد الزبائن بتزويدهم مختلف المعلومات التي يحتاجونها حول خدمات البنك المتوفرة، وأخيرا الموقع التبادلي الذي نستطيع القول فعلا أن البنك يتعامل ويتفاعل مع زبائنه على مستوى موقعه الإلكتروني.

الفرع الثاني–متطلبات البنوك الإلكترونية :

ونذكر منها:

1–البنية التحتية التقنية:

تقع في مقدمة متطلبات البنوك الإلكترونية، لاسيما وأن البنى التحتية مرتبطة ببنى الإتصالات وتقنية المعلومات التحتية للدولة ومختلف القطاعات، لذلك يجب أن تنشأ البنوك الإلكترونية في بيئة تتميز بالأعمال والتجارة الإلكترونية والمتطلب الوحيد لضمان أعمال إلكترونية ناجحة، وضمان الدخول لعصر المعلومات ،عصر إقتصاد المعرفة(KE–)هو كفاءة البنى التحتية ،وذلك لسلامة السوق الإتصالي وتحديد السياسات السعرية مقابل خدمات الربط بالأنترنت.

2– التطوير والإستمرارية مع المستجدات :

إن (التطوير–التفاعلية –التنويعية) هيا من أهم عناصر متطلبات بناء البنوك الإلكترونية لا سيما وأن الجمود لا يلتقى مع فرص التمييز.[1]

3– عنصر الأمان :

[1]– يوسف حسن يوسف، نفص المرجع السابق، ص 125–126، بتصرف.

إن الخدمات التبادلية من أخطر الخدمات البنكية المقدمة عبر الأنترنت حيث يمكن لأي كان الدخول إلى الأنظمة الداخلية للبنك مشكلا بذلك خطر يهدد موجودات وأنظمة البنك ،وبالتالي يجب على البنك أن يتخذ الإجراءات الازمة للتحوط من المخاطر .

4-استخدام تكنولوجيا الجدران النارية :

وهي عبارة عن مجموع برمجيات وأجهزة تفصل بين شبكة المعلومات والأنظمة الداخلية للبنك والأنترنت ،وتقوم بمراقبة كافة التيارات الإلكترونية المارة من وإلى الشبكة الداخلية.

5- التوثيق :

وهي التوثيق والتأكد من هوية ومصدر الرسائل المتبادلة، وذلك باستغلال علم التشفير الإلكتروني، بحيث تقوم البنوك الإلكترونية باستخدام تكنولوجيا التشفير التي تكون على شكل برمجيات أو أجهزة.[1]

إذا البنوك الإلكترونية مرت بالعديد من المراحل والتطورات وهذا لمواكبة المجالات الأخرى، كما سعت دائما إلى التطوير من خدماتها حتى ترضي زبائنها وتكون عند مستوى توقعاتهم، وتسهيل وتسريع عملياتهم المصرفية.

[1]- داودي محمد ،وافي ميلود ، واقع ومتطلبات تفعيل البنوك الإلكترونية ،مجلة الدراسات التسويقية وإدارة الأعمال ،المجلد 01،العدد 01، 2017،ص13 بتصرف .

المبحث الثاني: ماهية الخدمات البنكية.

تعتبر الخدمات البنكية جزءًا أساسيًا من النظام المالي العالمي، حيث تساهم في دعم الاقتصاد وتوفير الثقة والاستقرار المالي، وتعمل المؤسسات المالية على تلبية احتياجات العملاء المختلفة، سواء كانت لأفراد أو للشركات والمؤسسات، من خلال تقديم خدمات متنوعة تشمل الإدخار والاستثمار والإقراض والتحويلات البنكية والخدمات الإلكترونية.

المطلب الأول: تعريف الخدمة وخصائصها

تعد الخدمات جزءًا أساسيًا من الاقتصاد العالمي وتشمل جميع الأنشطة التي تقدم للأفراد أو المؤسسات دون توريد منتجات ملموسة. وتتميز الخدمات بعدة خصائص سوف نتعرف عليها.

الفرع الأول–تعريف الخدمة:

تعددت آراء الباحثين في إعطاء مفهوم شامل ودقيق لمفهوم الخدمة، فمن الملاحظ بأن هناك اختلاف في وجهات النظر المتعلقة بمفهوم الخدمة لذلك وردت عدة تعاريف لها، فمنهم من نظر إليها على أنها "أي نشاط أو سلسلة من الأنشطة ذات طبيعة غير ملموسة في العادة ولاكن ليس ضروريا أن تحدث عن طريق التفاعل بين المستهلك وموظفي الخدمة أو الموارد المالية أو السلع أو الأنظمة والتي يتم تقديمها كحلول لمشاكل العميل.
وكذلك يرى البعض الآخر بأن مفهوم الخدمة يمكن تعريفه على أنه نشاط أو منفعة والتي يمكن

أن يقدمها طرف إلى طرف آخر والتي هي أساسا غير ملموسة ولا ينجم عنها تملك أي شيئ وكرق تقديم الخدمة قد يكون مرتبطا بمنتج مادي أو قد لا يكون.[1]

وفي تعريف آخر للخدمة :

تعرف الخدمة بطرائق متعددة حيث تؤكد معظم التعاريف على القابلية لعدم ملموسية الخدمة التي تقارن غالبا مع ملموسية السلع، فكلما هو ليس بسلعة فهو خدمة، وهو التعريف الموسع.

فالخدمة لا ترى بالعين المجردة ولاكن يمكن ملاحظة نتائجها بعد وضوح الحقائق.[2]

من التعاريف السابقة نستطيع القول أن الخدمة هي نشاط غير ملموس يقدمه طرف إلى طرف آخر وهو مستهلك الخدمة، قد يكون بمقابل مادي أو بدون مقابل أي خدمة مجانية، وتكون الخدمات في كل المجالات مادام يمكن تقديمها.

بعد تعرفنا على الخدمة سنتعرف الآن على خصائص الخدمة ،وفيما يلي سنعرض بعض من الخصائص:

الفرع الثاني–خصائص الخدمة:

تتضمن الخدمات جملة من المميزات التي تجعلها مختلفة على السلع المادية وحسب معظم الدراسات القائمة حول هذا الموضوع ،نجد أربع خصائص متصلة بالخدمات وهي:

1–عدم ملموسية الخدمة :

تعتبر هذه الميزة من أهم العناصر التي نستعملها للتفريق بين المنتج المادي والخدمة ،فالخدمات ليس لها جسم مادي وبالتالي لا يمكن إدراكها بالحواس كالمس أو الشم ..... إلخ

[1]– ربى محمد تيسير، بذول السقال، قياس جودة الخدمات المصرفية المقدمة في المصارف التجارية، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن،2016، ص 53–54 .

[2]– قاسمي مريم، مجاني غنية، مقال بعنوان تطوير وتنويع الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية في البنوك الجزائرية ،مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية ، العدد الإقتصادي، الجزائر، جامعة بن عاشور الجلفة، 2018،ص203 .

وبناءا على ذلك فإنه لا يمكن نقلها أو تخزينها أو بيعها أو فحصها قبل الشراء فمن الناحية العلمية إن إنتاج واستهلاك الخدمة تحدث في نفس الآونة كذلك يصعب علينا معاينتها كما سبق الذكر، لهذا فإن ترويج الخدمات لا يعتمد على خصائصها وإنما على مزاياها.[1]

2-الخدمة غير قابلة للتخزين:

هنا تعتبر الخدمة مستهلكة منذ لحظة تقديمها ،فمن غير الممكن تخزينها ،فلا يمكن إكسابها منفعة زمنية من التخزين لتزامن كل من الإنتاج والإستهلاك، فالخدمة تكتسب قيمتها من الوقت الذي تؤدى فيه ،فالمقاعد الخالية في السفينة أو الطائرة أو القطار الحافلة أو المسرح لا يمكن تخزينها أو الإستفادة منها في هذه المرحلة من العرض ،فمن خلال هذه الخاصية ،الخدمة غير مستهلكة، والتي لا يمكن تخزينها تزول مما يستوجب على المؤسسة أن تبحث عن تحقيق التوازن بين إمكانياتها "مستوى العرض ومستوى الطلب" وتعتبر الحالة المثلى بالنسبة للمؤسسة.

ج- الخدمة غير متجانسة :

يقصد بذلك صعوبة تنميط الخدمة فبائع الخدمة ليس له القدرة أو الإمكانية على التعهد بأن يقدم خدماته متماثلة أو متحانسة على الدوام ،الأمر الذي يجعل من الصعب على كل من مقدم الخدمة والمستفيد منها بالتنبؤ بالشكل الدقيق عما ستكون عليه الخدمة قبل تقديمها أو الحصول عليها ،فهي تتغير بتغير المهارات وقدرات المنتج في إنتاج نفس الخدمة من عميل إلى آخر ،حيث تتغير حسب الوضع الوقتي والحالة النفسية لمقدمها.[2]

د- عدم القابلية للتجزئة:

[1] - https://www.scribd.com 2023/04/12

[2]- قنطري زليخة ، بوباكور فارس ، مقال بعنوان جودة الخدمات :حول بعض المفاهيم، مجلة الإقتصاد الصناعي، الجزائر، جامعة الحاج لخضر - باتنة-،2011، ص 91-92 .

إن الخدمة كما أشرنا سابقا تنتج وتستهلك في نفس الوقت وهذا عكس المنتجات الملموسة وعليه فالخدمة لا يمكن للتجزئة فصلها عن الشخص الذي يقدمها، فإذا كان نوع الخدمة ذو طابع إنساني فالمسؤول عن أدائها يعتبر جزأ منها ولا يمكن استبداله بشخص آخر لأن قدرة الإنتاج محدودة بقدرة ومهارة الشخص المسؤول عن أدائها.[1]

المطلب الثاني: مفهوم وخصائص الخدمة البنكية

فيما يلي توضيح لخصائص الخدمة البنكية، ومحاولة ربطها ومقارنتها بالخدمة بصفة عامة:

الفرع الأول–مفهوم الخدمة البنكية :

لقد تعددت وتنوعت تعاريف الخدمة البنكية منها الآتي:

- تعرف بأنها "مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون النفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة والمقدمة من قبل البنك والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمتها المنفعية والتي تشكل مصدر لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والإئتمانية الحالية والمستقبلية وفي الوقت ذاته تشكل مصدرا لأرباح البنك من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين.[2]
- كما تعرف على أنها عبارة عن تصرفات وأنشطة أو أداء يقدم من طرف إلى طرف آخر، وهذه الأنشطة تعتبر غير ملموسة ولا يترتب عليها نقل ملكية أي شيء ،كما أن تقديم الخدمة قد يكون مرتبطا أو غير مرتبط بمنتج مادي ملموس .[3]

---

[1]– https://www.scribd.com12/04/2023

[2]– عبد الكريم حساني ،جبار بوكثير، تقييم ابعاد جودة الخدمة البنكية وأثرها على رضا الزبائن ، مجلة البحوث الإقتصادية والمالية، العدد 1، جامعة أم البواقي المجلد الخامس، جوان 2018، ص 584 .

[3]– ربى محمد تيسير ،بذول السقال، نفس المرجع السابق، ص 55 .

وتعرف أيضا بأنها "التسهيلات والمزايا التي يقدمها البنك لعملائه لإشباع احتياجاتهم وتحقيق رغباتهم ،فالبنك يقوم عادة بمجموعة من الوضائف ويقدم منتجات وخدمات عديدة منها خدمات بنكية مستحدثة ،وخدمات متعلقة بإدارة الأموال والإستثمار في الأوراق المالية.[1]

الفرع الثاني–خصائص الخدمات البنكية:

تتميز الخدمات البنكية كغيرها من الخدمات بخصائص يمكننا استخلاصها فيما يلي:

1–لاملموسية :

وتعني بأن الخدمة المصرفية ليس لها وجود (ليست شيء مادي) لذلك لا يمكن إدراكها بالحواس.[2]

2–لا يمكن صنع الخدمة مقدما أو تخزينها:

فمن المستحيل إنتاج الخدمة وتخزينها في انتظار العميل فالموظف يصنع الخدمة بمحرد أن يظهر العميل أمامه وفي لحظات قليلة يبدأ في تجهيز المواد الخام وبقية عناصر إنتاج الخدمة وفي نفس اللحظات تعد الخدمة بما يتناسب مع طلب العميل وبالتالي فإن موظف البنك لا يعمل في مصنع أمام خط إنتاج مستمر، إن البنك الذي قرر تعيين الموظف في هذا المنصب قد وضعه في خط المواجهة وعلى نقطة الحدود للتعامل مع العميل ،ويعلم البنك أنه من خلال التدريب والممارسة سيكون بإمكان الموظف تقديم الخدمة للعميل بما يجعله يشتهي العودة.

3–لا يمكن للموظف إنتاج عينات من الخدمة :

يقوم الموظف بإنتاج وتقديم خدمة وهي عبارة عن خبرة ومعايشة فهو لا يستطيع أن ينتج عينات من هذه الخدمة لكي يرسلها إلى المستهلك ويحصل منه على موافقة مسبقة عن

---

[1]– قاسمي مريم ،مجاني غنية، نفس المرجع السابق، ص203 .

[2]– بلمهدي يوسف وآخرون ،الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الجزائرية ،دراسة تقييمية للخدمات المصرفية الإلكترونية ،المجلة الجزائرية للأداء الإقتصادي ،العدد 03، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة –2–، 2018، ص 21 .

جودة هذه الخدمة قبل استعماله لها كما أنه لا يستطيع أن يوصل هذه الخدمة شفهيا إلى العميل مهما حاول وصفها له.[1]

4- خصائص أخرى للخدمة البنكية:

- الخدمة البنكية تلازمية أو تكاملية :

أي أنها تتصف بعدم قابليتها للتجزئة أو التقسيم أو الانفصال فهي متكاملة في ذاتها وفي أجزائها وعناصرها أي أنها مزيج متكامل ومندمج حتى تحقق الغرض والهدف منها.

- تعتمد الخدمة البنكية في تقديمها على التسويق الشخصي وعلى مهارة وكفاءة مقدم الخدمة.
- الإفتقار إلى هوية خاصة، بالرغم من تقارب وتماثل الخدمة البنكية التي تقدمها البنوك لعملائها فإنها تظهر بشكل ملح ضروري أن تتميز هذه الخدمات وربطها بالبنك الذي يقدمها يميزها عن الخدمات التي تقدم من طرف البنوك الأخرى والهدف من تمييز خدمات البنوك عن غيرها هو جذب العملاء لهذا البنك وتفضيل التعامل معه عن البنوك الأخرى.

المطلب الثالث: أنواع الخدمة البنكية

نظرا للتطورات في المعاملات البنكية الأمر الذي جعلها تأخذ اتجاهات مختلفة تمثلت بظهور النقود واتساع رقعة الأنشطة البنكية المقدمة، والتي يمكن تمثيلها فيما يلي :

الفرع الأول-الخدمات البنكية التقليدية :

ونذكر منها:

1-الخدمات البنكية غير إئتمانية:

يقصد بها الخدمات التي لا تنطوي على الإئتمان وهي متعددة ومتنوعة والتي يقدمها البنك لزبائنه مقابل عمولة أو أجر أو رسوم ،ومن أمثلة هذه الخدمات فتح الحسابات ،تحصيل الأوراق التجارية ،تحصيل الشيكات والكمبيالات ،إجراء الحوالات الصادرة وتلقي الواردة المحلية والخارجية وغيرها...إلخ

[1]- وسيم محمد الحداد وآخرون ،الخدمات المصرفية الإلكترونية ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ،عمان ،الطبعة الأولى ،2012 ص44-45 بتصرف .

2- الخدمات المتعلقة بالإستثمار في الأوراق المالية :

تشمل هذه الخدمات خدمة إدارة محافظ الأوراق المالية للزبائن والمساهمة في رؤوس أموال المشاريع الإستثمارية ،وتقديم الإستثمارات المالية ودراسة الجدوى الإقتصادية للمشاريع لصالح الزبائن بالإضافة إلى خدمات الهندسة المالية...إلخ ،كنا يلجأ البنك إلى توظيف الفائض عنده من الأموال نسبيا.[1]

3-القروض المصرفية :

إن القروض البنكية تلعب دورا حاسما في تمويل مختلف أوجه النشاط الإقتصادي وتحصيل مقابل ذالك على عوائد حيث أنها تقوم بتحويل الأرصدة العاطلة إلى أرصدة عاملة وبقدر أهمية القروض بقدر ما يمكن أن تحمل في طياتها مخاطر لا مناص منها سواء تعلق الأمر بالبنك نفسه أو بالعميل ،أو ماله علاقة بالظروف العامة.

وغيرها من الخدمات البنكية التقليدية التي لا تزال البنوك التجارية تقدمها إلى يومنا هذا مثل:

- القيام بصرف الشيكات المسحوبة على البنك بالعملة المحلية أو الأجنبية.
- القيام بجميع عمليات التحويلات حسب أوامر الزبون في الداخل والخارج.
- تحصيل و إصدار الشيكات لزبائن البنك.
- فتح مختلف الحسابات بالعملة المحلية أو الأجنبية.
- إصدار الشهادات التي تثبت القيام بمختلف العمليات مع الزبائن.

الفرع الثاني- الخدمات البنكية الحديثة :

لقد حدث تطور هام في أسلوب نشاط البنوك وتنوع وتعدد الخدمات المقدمة في هذا المجال خلال السنوات الأخيرة وذلك نتيجة الدخول في عصر إقتصاد المعرفة إذ أصبح بالإمكان تمرير الخدمات البنكية عبر قنوات توزيع إلكترونية لشريحة واسعة من الزبائن مما ساهم في زيادة القدرة التنافسية للبنوك.[2]

---

[1]- نسيم بوكحيل ،تطوير الخدمات البنكية كمدخل لتحقيق رضا الزبون في ظل اقتصاد المعرفة ،أطروحة دكتوراه الطور الثالث في علوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي ،أم البواقي، 2017-2018، ص74 .

[2]- نسيم بوكحيل ، نفس المرجع السابق، ص75 .

ويرجع ذلك لعدة أسباب منها:

- الإستفادة من مختلف التطورات في مجال المعلومات والحاسبات الآلية.
- التزايد الغير منتهي لرغبات الزبائن.
- التحول في فلسفة العمل المصرفي والسويق المصرفي حيث أمست البنوك تقوم باستهداف مختلف الزبائن ولا تقتصر على فئة معينة منهم وتحول الإهتمام من التركيز على أداء الخدمة إلى التركيز على مختلف رغبات الزبائن وإشباع حاجياتهم.

المبحث الثالث: تطور الخدمة البنكية في ظل الإنتقال لاقتصاد المعرفة

شهدت خدمات البنوك تطوراً كبيراً في ظل اقتصاد المعرفة، حيث تم تطوير تقنيات وحلول مالية جديدة تساعد على تحسين الكفاءة والتحكم في المخاطر المالية وتقليل التكاليف، مما ساهم في تعزيز النمو الاقتصادي وتحسين الأداء المالي للبنوك وعملائها، حيث تم تطوير مواقع الإنترنت والتطبيقات الذكية التي توفر خدمات مصرفية مباشرة للعملاء.

المطلب الأول: ماهية إقتصاد المعرفة

نجد جلّ البلدان المتقدمة والتي هي في مقدمة الإقتصاد المعرفي انتقلت من التركيز على الموارد إلى التركيز على المعرفة فهذه الأخيرة ورأس المال الفكري أخذتا مفهوم عميق لدورهما في تطور الإقتصاد وأصبحتا مصدر للقوة.

الفرع الأول– مفهوم اقتصاد المعرفة :

هناك من يرى بأنه ذلك الإقتصاد "الذي يقوم على أساس إنتاج المعرفة واستخدام نتائجها وثمارها وإنجازها واستهلاكها بالمعنى الإقتصادي لمفهوم المستهلك ،وبذلك تشكل المعرفة بمفهومها الحديث جزءا أساسيا من ثورة المجتمع المنظور ومن رفاهيته الإجتماعية .

أما منظمة التعاون للتنمية الإقتصادية للتعلم مدى الحياة فقد عرفته بأنه هو "الإقتصاد المبني أساسا على إنتاج ونشر واستخدام المعرفة والمعلومات".[1]

وفي تبسيط وتوضيح للمعرفة إلى أنها المرحلة الأخيرة من مراحل تحول البيانات إلى معلومات وتحول هذه المعلومات إلى معرفة من خلال توافر بيئة معرفية محيطة بهذا التحول مع ضرورة وجود ترابط أوعلاقة عضوية متداخلة بين البيانات والمعلومات والمعرفة.

[1]عامر بشير ،دور الإقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك ، أطروحة دكتوراه في العلوم الإقتصادية جامعة الجزائر ،2011–2012، ص33 .

ومن هنا تبنى أهمية (إقتصاد المعرفة –KE) والذي بدأ ينال اهتمام علماء الإقتصاد لتغيير جميع النظريات السائدة والتي يتعذر بواسطتها فهم دور المعلومات والمعرفة .[1]

كما يرى البعض الآخر أن الإقتصاد المعرفي هو "إحداث مجموعة من التغيرات الاستراتجية في طبيعة المحيط الإقتصادي وتنظيمه ليصبح أكثر استجابة وانسجاما مع تحديات العولمة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعالمية المعرفة.[2]

ومن هنا نستطيع القول أن اقصاد المعرفة هو كل عملية ناتجة عن المعلومات في بيئة علمية معرفية عالية المستوى هدفه تطوير الإقتصاد بدفع من التكنولوجيا لمواكبة التطور السريع في عصر المعلومات الذي نعيشه.

الفرع الثاني–السمات الأساسية لاقتصاد المعرفة :

اقتصاد المعرفة بمفاهيمه ومضامينه يتسم بعديد السمات الأساسية نجد منها:

- الاستخدام الكثيف للمعرفة العلمية والعملية وبالذات عالية المستوى في عمل الإقتصاد وفي أداء نشاطاته وفي توسعه ونموه .
- الموارد البشرية وتكوين رأس المال الفكري هي القاعدة الأساسية لتكوين الثروة المتجددة.
- الاعتماد على الجهد الفكري بدرجة أساسية في عمل إقتصاد المعرفة وفي القيام بنشاطاته، وإحلاله محل الجهد العضلي .
- في إطار إقتصاد المعرفة تحقق النشاطات قيمة مضافة مرتفعة نتيجة اعتمادها على المدخلات المعرفية كنشاطات البحث والبرمجيات .
- خضوع اقتصاد المعرفة لقانون تزايد العوائد أي تناقص التكاليف بدلا من قانون تناقص العوائد أي تزايد التكاليف .

---

[1]– شيرين بدري البارودي ،دور إقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات الإلكترونية ،بحث مقدم للمؤتمر العلمي الخامس:إقتصاد المعرفة والتنمية الإقتصادية ،جامعة الزيتونة الأردنية ،العراق ،2005 ص 03 .

[2]– هاشم الشمري، نادية الليثي ،الإقتصاد المعرفي ،دار صفاء، طبعة 1، عمان، 2008، ص 14.

- إن نشاطات اقتصاد المعرفة وارتباطها بمضامينه ومعطياته وتقنياته تحقق وفورات داخلية وخارجية ،بحيث تتضمن خفض واضح في التكاليف.[1]

وأيضا كما ذكرت **شيرين بدري** لأهم **سمات وخصائص اقتصاد المعرفة:**

1-التجارة الإلكترونية :

باختصار يشير مفهوم التجارة الإلكترونية إلى مجمل عمليات البيع والشراء والتسويق والخدمات المختلفة للسلع والمنتجات المتنوعة عبر شبكة معلوماتية حاسوبية هائلة ،والإطار العام للتجارة الإلكترونية (E-C) يتمثل من خلال القيام بالنشاطات التجارية الإقتصادية المختلفة باستخدام الوسائل الإلكترونية الحديثة ،أي الأنترنت ،الحواسيب....إلخ. وهكذا سيتم التعامل المصرفي وخدمات الزبائن والإعلانات وكل ما يتعلق بخدمات البيع والشراء بوسائل تقنية إلكترونية حديثة وهذا يتطلب قدرات عقلية تتميز بمستويات عالية معتمدة على المعرفة وكيفية تطويرها .

2-الزبائنية :

هو ما يحفظ حق الزبون في (التوعية والأمان) وفي جميع مجالات الخدمات العامة والمنتجات السلعية وهذه أهم ميزات مجتمعنا المعرفي الجديد الذي يعتمد على اقتصاد المعرفة وكذا خصوصية البحث عن الاستثمار في رأس المال المعرفي لإنتاج وابتكار أشياء جديدة تلبي دائما وأبدا رغبات الزبائن.[2]

ج-إقتصاد يركز على لا ملموسيات بدلا من الملموسيات يعني هذا أن الأصول الرئيسية هيا لاملموسيات كالأفكار والعلامات التجارية والمعلومات بدلا من الأرض والأصول المالية، هذا من ناحية المدخلات أما فيما يخص المخرجات هيمنة فيه الخدمات على السلع.

3-رقمي :

[1]- عامر بشير، نفس المرجع السابق، ص 36 .

[2]- شيرين بدري البارودي، نفس المرجع السابق،ص 04.

إذ أن الرقمنة أثرت بشكل كبير على حجم وتخزين ومعالجة المعلومات .

4- شبكي:

إن التطور في وسائل الإتصال الجديدة (الهواتف الخلوية، الإتصالات المباشرة عبر الأقمار الصناعية ،الأنترنت) وسع إمكانية التشارك ليس ضمن الشركة بل وأيضا الشركات ،الأمر الذي جعل التشبيك البيئي حقيقة واقعة.[1]

المطلب الثاني: تطوير الخدمة البنكية واقتصاد المعرفة

تطوير الخدمة البنكية أصبح من أولويات القرارات البنكية للبقاء في السوق ،وسنستعرض في هذا المطلب مفهوم تطوير الخدمة البنكية ،وكذا تطوير الخدمة البنكية في ظل اقتصاد المعرفة .

الفرع الأول: مفهوم تطوير الخدمة البنكية:

يرى الباحث النسور بأن الخدمة البنكية هي الخدمة التي تدخل ضمن الحالات التالية:

- **الخدمة البنكية الجديدة التي لم تكن معروفة من قبل:** وهي خدمات توجد أو تولد بشكل كامل في الأسواق الحديدة .
- **إنشاء خطوط الإنتاج الحديدة:** وهيا خدمات جديدة تسمح للبنك بالدخول إلى أسواق معينة للمرة الأولى .
- **إضافة إلى خطوط الإنتاج القائمة:** وهي الخدمات الجديدة المكملة لتأسيس خطوط الإنتاج الموجودة في البنك مثل :استخدام الأنترنت في إدارة حسابات الزبائن.
- **تقييم وتحسين الخدمات القائمة:** وهيا خدمات تعمل على تحسين الأداء أو تحقيق القيمة المدركة الأعلى .

[1]- زبير عياش ،بوكحيل نسيم ،تطوير وعصرنة الخدمات البنكية في ظل التوجه نحو اقتصاد المعرفة ،مجلة ميلاف للبحوث والدراسات ،العدد الخامس ،جامعة العربي بن مهيدي ،أم البواقي ،الجزائر ،2017 ص 583 .

- **إعادة التموضع السوقي:** وهي الخدمات القائمة في الأسواق المستهدفة الجديدة ،أو الأجزائ السوقية الجديدة .
- **تقليل التكاليف:** وهي الخدمات الجديدة التي توفر أداءا مماثلا أو مشابها في الأسواق القائمة ولكن بمستويات أقل من التكلفة .[1]

الفرع الثاني: عوامل تطوير الخدمة البنكية في ظل الإنتقال لاقتصاد المعرفة

1-الإهتمام ببحوث التطوير والإبتكار المصرفي:

يمثل الإهتمام بالبحوث والتطوير بعدا استراتيجيا في تفكير الإدارة البنكية الحديثة ويمكن التعبير عن هذا الإهتمام بتبني برنامج نشط وفعال للتطوير والإبتكار يكون قادرا على إنتاج خدمات بنكية ذات جودة عالية .

إن أي برنامج للبحوث والتطوير في المصرف لابد من أن يستهدف تحقيق الأهداف التالية:

- إنتاج خدمات جديدة قادرة على تلبية الحاجات والرغبات المتجددة للعملاء.
- الحصول على استخدامات جديدة لخدمات مصرفية حالية.
- تحسين مستوى الجودة للخدمات الحالية .
- تحسين وتطوير طرق وأساليب أداء الخدمة بما يؤدي إلى تخفيض تكلفة تقديمها.
- تطوير أساليب البيع والترويج بطريقة تؤدي إلى زيادة حجم التعامل وتحسين المركز التنافسي للمصرف .[2]

2- إدخال التكنولوجيا في العمل المصرفي:

ينصرف مدلول تطوير وعصرنة الخدمة ضمن مضامين هذا الإقتصاد الجديد إلى إدخال تكنولوجيا المعلومات والإتصال في النشاط البنكي والمالي، من خلال استخدام الشبكات

[1]- نسيم بوكحيل، نفس المرجع السابق، ص 96 .

[2]- نور الدين إيمان ، تطوير الخدمات البنكية في ظل اقتصاد المعرفة ،مجلة البحوث والدراسات التجارية ،مجلد 03 العدد02 ،جامعة محمد خيضر ،بسكرة ،2019 ص 142 .

الإتصال الحديثة ،التي أوجدت طرقا عديدة لنقل المعارف والمعلومات ،كما ساهمت في إلغاء الحدود المكانية والزمانية عند تقديم خدمات بنكية للزبون .[1]

التكنولوجيا هي رصيد المعرفة لذي يسمح بإدخال آليات ومعدات وعمليات وخدمات مصرفية جديدة و محسنة، ويعكس مصطلح التكنولوجيا في المجال المصرفي مجالين: الأول هو التكنولوجيا الثقيلة و تشمل الآلات والمعدات وما يطلق عليها اسم تكنولوجيا الصناعة المصرفية، مثلا الحاسبات وآلات عد النقود و شاشات عرض العملات و وسائل الربط والاتصال،

و المجال الثاني هو التكنولوجيا الخفيفة و تشمل الدراية و الإدارة و المعلومات والتسويق المصرفي.

و تهتم التكنولوجيا في المجال المصرفي بالاستفادة من الحقائق العلمية و وضعها موضع التنفيذ بحيث تساهم في:

- تقديم خدمات جديدة مبتكرة.
- تطوير الخدمات البنكية الحالية.[2]

و هناك أربعة عناصر متشابكة و متكاملة تشكل مظاهر استخدام التكنولوجيا في العمل المصرفي و هي:

- **الجانب المادي:** و يتمثل في الآلات و المعدات المستخدمة.
- **الجانب الإستخدامي:** و يتمثل في طرق استخدام هذه المعدات.
- **الجانب العلمي:** و يتمثل في المعرفة البنكية المطلوبة.
- **الجانب الابتكاري:** و يتمثل في اكتساب المهارات اللازمة لتقديم الخدمات البنكية.

[1]– عبد الكريم أحمد جميل ،التسويق المصرفي ،الجنادرية للنشر والتوزيع ،الطبعة الأولى، الأردن،2015 ص 07–08 .

[2]– غسان الطالب ،راكز الزعاير ،الإدارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني لمنظمات الأعمال المعاصرة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،2020، ص 101–102 بتصرف.

وبالتالي فيمكن تعريف التكنولوجيا بأنها تطبيق المعرفة العلمية من أجل إنتاج السلع والخدمات، إنطلاقا من القيام بالبحوث إلى غاية الوصول للسوق وعرض الخدمة.[1]

المطلب الثالث: دورة حياة الخدمة البنكية

يعتبر مفهوم دورة حياة المنتج أو الخدمة إلى التطورات في حجم التعامل عبر الزمن ،إذا فهذا المفهوم يمكن أن يساعد مدراء التسويق في التخطيط للاستراتيجية التسويقية للخدمة المصرفية ،بحيث يوضح هذا المفهوم التفاوت في الوضع التسويقي للخدمة من مرحلة لأخرى،ونجد أن المنتج أو الخدمة تمر بمراحل على النحو التالي:

1-مرحلة التقديم:تبدأ هذه المرحلة من الوقت الذي تقدم فيه الخدمة البنكية إلى السوق وقد تستغرق هذه المرحلة وقتا طويلا، كما أن توقيت بداية هذه المرحلة يعتبر بعدا استراتيجيا في نجاح الخدمة واستمرارها، ويشير السيناريو الخاص بهذه المرحلة إلى انخفاض نسبي في حجم التعامل بالخدمة لأن معدل نموها يكون بطيئا ،كذلك تتسم هذه المرحلة بانخفاض الأرباح وذلك بسبب ارتفاع النفقات وخاصة نفقات التوزيع والترويج أما فيما يتعلق بعمر نهاية هذه المرحلة فيرى المسؤولين في البنك ،أن هنالك معيارين أساسيين يمكن استخدامهما لمعرفة نهاية هذه المرحلة وهما:

المعيار الأول: وصول حجم التعامل بالخدمة إلى ماهو مخطط له من قبل ،وتحقيق المصرف للأرقام المخطط لها يكون بعوامل وظروف خاصة بالمصرف والفرص التسويقية المتاحة.

المعيار الثاني : ظهور المنافسة وازدياد حدتها ،وهذا المعيار هو دلالة على نجاح البنك في إيصال خدمته إلى نهاية مرحلة التقديم ونجاحه في مواجهة تحديات هذه المرحلة، مما يترتب

[1]- بريش عبد القادر ، التحرير المصرفي و متطلبات تطوير الخدمات المصرفية و زيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، 2005-2006 ، ص139-140 .

عليه دخوله في درجة عالية من المنافسة ،الأمر الذي سيؤدي به إلى تعديل برامجه وسياساته لمواجهة الآثار التي تمت على تقديم لخدمته المصرفية الجديدة.[1]

2-مرحلة النمو : إذا كان إطلاق المنتج صحيحا في الأسواق ،فإن النمو سيكون أمرا طبيعيا، وتعتبر هذه المرحلة بتسارع مبيعات الخدمة البنكية ،حيث يزداد إدراك ومعرفة العملاء بوجودها، وبالتالي يتوجب على البنك زيادة عدد الموظفين المخصص للتعامل مع هذه الخدمة، وأيضا من الضروري نشر بيع هذه الخدمة على أكبر عدد ممكن من المراكز ،وفي هذه المرحلة يبدأ البنك بجني الأرباح الحقيقية وبالتالي يتوجب عليه تكثيف عملية الإعلان الخاص برسم الصورة الذهنية والإحلال السلعي ،وتعتبر هذه المرحلة حاسمة لدخول المنافسين.[2]

إن أهم ما يميز هذه المرحلة هو قيام البنك ب:

- تطوير وتحسين ملامح جودة الخدمة .
- الوصول إلى أسواق كانت مرتقبة بعد الأسواق المغزوة.
- التركيز على إقناع العملاء بشراء الخدمة من خلال الإعلان .
- الإهتمام بشبكة التوزيع وتطويرها.
- تخفيض أسعار الخدمة لجلب الزبائن.[3]

3-مرحلة النضج: فيها يبدأ الإنخفاض التدريجي لمعدل نمو المبيعات وتزداد المنافسة في السوق وتزيد المصارف من ميزانياتها المخصصة للبحث والتطوير لتحسين الخدمة .[4]

---

[1]- غسان الطالب ،راكز الزعاير ،الإدارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني لمنظمات الأعمال المعاصرة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،2020، ص 101-102 بتصرف .

[2]- فراس الأشقر ،التسويق المصرفي ،محاضرة السادسة والسابعة بعنوان عناصر المزيج التسويقي (المنتج)،2018، ص68-69 .

[3]- جمال بوعتروس، دور التسويق الإلكتروني في تطوير سياسات التسويق المصرفي ،رسالة ماجيستير ،كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير ،جامعة منتوري، قسنطينة ،2008-2009 ص 25 .

[4]- عبد الكريم أحمد جميل، نفس المرجع السابق، ص 82 .

كما أن هذه المرحلة تتميز بكونها طويلة ،إذ يكتسب المنتج فيها شهرة كافية، وتعرف نوعا من الإستقرار بعد أن تصل الأرباح إلى قيمتها.[1]

ويسبب دخول البنوك المنافسة إلى السوق وفي هذه المرحلة يصبح المجال مفتوح لتحسين الخدمة وتطويرها ،ولهذا فإن أي استراتيجية تسويقية يتبناها البنك في هذه المرحلة يحب أن ترتكز على محورين:

- أسعار منخفضة لإغراء الجمهور استمالة رغباتهم.
- ترويج كثيف يتم من خلال تأكيد المكانة التنافسية للبنك وإبراز الميزة النسبية فيما يقدمه من خدمات .[2]

وهناك العديد من الأساليب والتي يمكن بها تقليل معدل الإنخفاض في المبيعات والإيرادات وفي الأجل القصير، ولكنوفي النهاية لا يكون هناك مفر من إحلال هذه الخدمة، ومن هذه الأساليب:

- تعديل الأسعار لجذب عملاء جدد.
- تخفيض الأسعار للإحتفاظ بالعملاء على الأقل .
- تغيير الإستراتيجية البيعية من خلال بيع الخدمة مع حزمة خدمات مكملة لإعطاء العميل نوعا من الخيارات المتعددة أو الواسعة .[3]

4-مرحلة الإنحدار: تبدأ هذه المرحلة مع توقف الخدمة البنكية عند مستوى تعامل ثابت ثم اتجاهها بعد ذلك إلى الإنخفاض ،وتعكس هذه المرحلة درجة عالية من التعثر الذي يفرض على الإدارة في كثير من الأحيان اتخاذ قرار التوقف نهائيا عن تقديم الخدمة واسقاطها من المزيج الخدمي للبنك ،والحقيقة أن الخدمة البنكية لا يجب أن تدخل في هذه المرحلة وخاصة

---

[1]- بوعزوز هواري وآخرون، تسويق خدنات التأنين واقع السوق الحالي وتحديات المستقبل، كنوز المعرفة، طبعة 1، 2013، ص201.

[2]- محمود عبد السلام علي ، الفكر الإعلامي الحديث ،دار المعتز للنشر والتوزيع ،الطبعة الأولى ،2017 ،ص149 .

[3]- ليلى محمد وليد بدران ، حلقة بحث بعنوان: تسويق الخدمات المصرفية ، جامعة دمشق، ماجستير إدارة الأعمال، 2009،ص 43.

في وجود برنامج للتطوير والتحسين يستطيع الإبقاء على جودة الخدمة والذي يفضله العميل ،أو العمل على استبدالها بخدمة مناسبة وبالتأكيد إعادة تدوير حياة الخدمة .[1]

قد تكون هذه المرحلة سريعة إذا ما قدمت التكنولوجيا تطويرا جذريا لما هو موجود ،كما قد تستغرق فترة طويلة يفقد المستهلكون خلالها اهتمامهم بالخدمة تدريجيا .[2]

وهناك البنك يكون أمام أربعة خيارات استراتيجية :

-إسقاط الخدمة من حزمة الخدمات التي يقدمها البنك.

-محاولة ضبط تكاليف التوزيع والترويج.

-اللجوء إلى تخفيض أسعار الخدمة إلى أدنى حد وقد تم اللحوء إلى مايسمى "نقطة الغلق" وهي التي تغطي فقط التكاليف المتغيرة للوحدة الواحدة ،وخاصة في حال كون هذه الخدمة ضرورية نتيجة وجودها ضمن مجموعة خدمات متكاملة .

-الإستغناء عن بعض التقسيمات السوقية وخاصة المكلفة منها ، خاصة في حال ضرورة الإستمرار في تقديم الخدمة بسبب أهميتها لبعض زبائن أصناف أخرى من الخدمات.[3]

وفيما يلي مخطط لدورة حياة الخدمة البنكية:

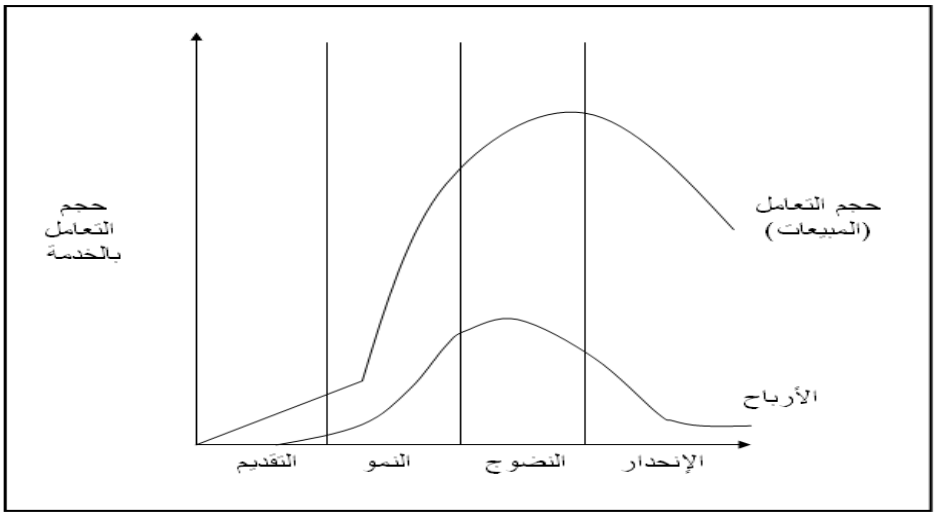
---

[1]- غسان الطالب، نفس المرجع السابق، ص 103 بتصرف .

[2]- وصفي عبد الرحمان أحمد النعسة ، التسويق المصرفي، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة 1، 2010، ص 122 .

[3]- رسلان علاء الدين، استراتيجيات الإصلاح الإداري، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا ،2020، ص 111 .

الشكل رقم (01-02): المراحل الأساسية لدورة حياة الخدمة البنكية [1]



المصدر: ناجي المعلا، التسويق المصرفي، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، 2021، ص126.

الشكل السابق توضيح لدورة حياة الخدمة البنكية التي سبق شرحها، ويمكن القول أن دورة حياة الخدمة البنكية تتميز بالتحول المستمر مثلها مثل باقي الخدمات الأخرى، حيث يتغير الطلب والإهتمام بتغير الوقت وتغيرات الأسواق والتكنولوجيا، ومن أجل الإستمرارية والنجاح في هذا النشاط الحيوي، يتطلب على البنوك الإستمرار في تحسين الخدمات وتلبية رغبات العملاء، وتحقيق الأرباح المستدامة والإستقرار في تقديم الخدمة، وهذا يتطلب إدارة جيدة للمخاطر والتنبؤ بالتغيرات في السوق والتكنولوجيا والإقتصاد، إلى جانب توفير الخدمة بالتكلفة المناسبة والجودة العالية.

[1] المعلا، التسويق المصرفي، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، 2021، ص126.

خلاصة

من خلال هذا الفصل اتضح أهمية انتقال البنوك لنط جديد في تقديمها للخدمات، وهذا مواكبة للتطورات الحاصلة في هذا المجال ، والذي أصبح من الضروري إعتماد تقنيات ووسائل جديدة أكثر حداثة، سواءا في وسائل الدفع الإلكترونية من بطاقات وشيكات إلكترونية وغيرها.....إلخ، حتى في التعاملات الخارجية للبنك مع زبائنه، مرافقة كل هذا بالجودة العالية والسرعة والدقة في التعاملات المطلوبة إرضاءا لزبون البنك.



الفصل الثاني

الخدمة الإلكترونية البنكية و جودتها

تمهيد:

تعتبر جودة الخدمة أحد العوامل الرئيسية لضمان نجاح القطاع البنكي، إذ يتطلب تطوير الخدمات المصرفية الحديثة لمواكبة التطورات الحالية في هذا القطاع، وذلك بهدف تعزيز القدرة التنافسية وضمان استمرار البنوك في السوق، وتعتبر الجودة واحدة من التقنيات الرئيسية التي تستخدمها البنوك لتقديم خدمات فعالة ومتميزة، وذلك من خلال تحسين كفاءة تلك الخدمات.

ومن خلال ماسبق سوف نتعرف في هذا الفصل على ثلاثة مباحث موزعة كالتالي:

المبحث الأول: ماهية الخدمات البنكية الالكترونية

المبحث الثاني: عموميات حول جودة الخدمة البنكية الإلكترونية

المبحث الثالث: أثر جودة الخدمات البنكية على البنك

المبحث الأول : ماهية الخدمات البنكية الالكترونية

إن التطور الحاصل في مجال التكنولوجيا والمعرفة أدى إلى الرقي بالخدمات البنكية من التقليدية إلى خدمات جد متطورة تواكب التغيرات الحاصلة في هذا المجال وتسعى لتكون عند حسن تطلعات الزبون ورغباته.

المطلب الأول: مفهوم وأهمية الخدمة البنكية الالكترونية

بعد تعرفنا على مفهوم الخدمة والخدمة البنكية وخصائصهما المتقاربة كثيرا، سنتعرف في هذا المبحث على الخدمة البنكية الإلكترونية على وجه الخصوص:

الفرع الأول: مفهوم الخدمة البنكية الإلكترونية

تعرف الخدمة البنكية الإلكترونية على أنها:" قيام البنك بتقديم الخدمات البنكية التقليدية والمبتكرة من خلال وسائط الاتصال الإلكترونية المفتوحة، وتقوم البنوك بتقديم الخدمات لتعزيز حصتها في السوق أو لخفض التكاليف أو كوسيلة لتوسيع نشاطها داخل وخارج حدودها الوطنية".[1]

كما عرفت أيضا أنها: "خدمة تنطوي على تقديم الخدمة عبر وسائل وشبكات إلكترونية مثل: الإنترنت، الهاتف الجوال، الرسائل القصيرة، ويتضمن هذا التصور ليس فقط الخدمات التي اعتادت مؤسسات الخدمة التقليدية على تقديمها، وإنما أيضا تلك الخدمات المقدمة من قبل الصناعيين وعليه فإن مفهوم الخدمة الإلكترونية واسع إطاره ولا يقتصر على مزودي

[1]– بشيراير عمران، تهتان موراد، أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على تحسين جودة الخدمات بالمصارف، معارف مجلة علمية محكمة،، العدد 20، جامعة البويرة، جوان 2016، ص171.

الخدمات فقط بل موجه للعميل أساسا،[1] وذلك باستخدام تطبيقات بنكية إلكترونية من أي مكان وفي زمان وهو ما يختصر الوقت والمسافات الجغرافية".[2]

كما تعرف على أنها: النظام الذي يتيح للزبون الوصول إلى حساباته أو أية معلومات يريدها، والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات البنكية من خلال شبكة المعلومات يرتبط بها جهاز الكمبيوتر الخاص به أو الوسائل الإلكترونية أو الرقمية أو الآلية الأخرى.[3]

من خلال التعاريف السابقة يمكن أن نخلص إلى تعريف الخدمات البنكية الإلكترونية على أنها كل عملية يقوم بها العميل للوصول إلى تأدية احتياجاته المتنوعة من المنتجات البنكية بالنظم والإمكانات التكنولوجية، التي وفرتها البنوك عبر نوافذ التوزيع ومواقعها الإلكترونية في الوقت والمكان الذي يرغب به.

الفرع الثاني: أهمية الخدمة البنكية الإلكترونية

إن توفير الخدمات البنكية في صورتها الإلكترونية مهمة ومفيدة للبنك وللعملاء على حد السواء، ويمكن إيجاز أهمية الخدمة المصرفية الإلكترونية في النقاط التالية:

1. تخفيض النفقات التي يتحملها البنك لإجراء المعاملات.
2. زيادة إرتباط العملاء بالبنك.
3. إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء.
4. تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة.

---

[1] – ليث محمود أحمد الحاج، نظام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر (SMS) ودوره في تحقيق ولاء العملاء في البنوك التجارية الأردنية، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012، ص14.

[2] – حمزة فائق وهيب الزبيدي، منار حيدر علي الغانمي، تطور الصيرفة الإلكترونية وأثر الرقابة الداخلية على العمليات المصرفية الإلكترونية، مجلة كلية التراث الجامعة، العدد العشرون، جامعة بغداد، العراق،2015،ص367.

[3] – اعمر ابن موسى، أحمد علماوي، الخدمات المصرفية الإلكترونية بين التحديات ومتطلبات النجاح، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، جامعة زيان عاشور الجلفة، مجلد6، العدد02، الجزائر، 2020، ص447.

5. الصمود بوجه المؤسسات البنكية الأخرى.[1]

6. إتاحة معلومات عن كل الخدمات التي يؤديها البنك دون تقديم خدمات بنكية على الشبكة.

7. حصول العملاء على خدمات محدودة كالتعرف على معاملاتهم وأرصدة حساباتهم وتحديث بياناتهم وطلب الحصول على قرض.

8. طلب العملاء تنفيذ عمليات بنكية مثل: تحويل الأموال.[2]

9. عرض التحويلات المكررة التي تم إنجازها حتى يتمكنوا من تكرار عمليات التحويل بضغطة زر واحدة فقط.[3]

المطلب الثاني : خصائص الخدمات البنكية الإلكترونية

غيرت تكنولوجيا المعلومات والاتصال الكثير من مظاهر الخدمة البنكية، وفرضت خصائص عديدة للخدمات المصرفية الإلكترونية، تلك الخصائص التي يحققها التسويق عبر الإنترنت، ومن بين هذه الخصائص ما يلي:

1. **ليس لها قيود زمنية:** من أهم الخصائص التي تتميز بها المصارف الإلكترونية أنها تقدم خدماتها لعملائها طوال الوقت دون التقيد بأوقات عمل معينة كالبنوك التقليدية، أي دون أن تكون هناك إجازات للموظفين مثلا أو غياب موظف ما، أي أنه لا توجد معوقات زمنية من

[1]– صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية، على رضا الزبائن، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال، كليوة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، عمان– الأردن، 2016، ص22.

[2]– السعيد بريكة، بوراس أحمد، واقع عمليات الصيرفة الإلكترونية (E-BANKING)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الإقتصادية،كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي– الجزائر، 2010– 2011، ص58.

[3]توفيق محمد فضل الله محمد، فاعلية نظم المعلومات الإدارية في اتخاذ القرارات الإدارية في اتخاذ القرار على الخدمات المصرفية، بحث تكميلي لنيل درجة ماجستير العلوم في إدارة الأعمال، كلية العلوم الإدارية، قسم إدارة الأعمال، عمادة الدراسات العليا، جامعية أفريقيا العالمية، الخرطوم، السودان 2019،ص62.

أي نوع لأي نوع من الخدمات التي تقدمها تلك المصارف الإلكترونية، فهي تقدم كافة خدماتها في كافة أيام الأسبوع وطوال ساعات اليوم.

2. **سهولة الإتصال بالمصرف:** حيث يقوم العميل بالاتصال بالمصرف من أي مكان عن طريق الأنترنت، فيرد عليه البنك ممثل في جهاز الرد الآلي ليستعلم من العميل عن رقمه السري المخصص له من البنك فيدخله العميل وعندئذ يكون العميل قد دخل البنك الإلكتروني، وتتم كافة الإجراءات التي يريدها في دقائق محددة.

3. **التقليل من الوثائق الورقية للمعاملات:** إذ أن كافة الإجراءات والمراسلات تتم بين الزبون ومقدم الخدمة البنكية إلكترونيا دون إستخدام ورق ووثائق رسمية.

4. **إمكانية تسليم الخدمات إلكترونيا:** وذلك دون حاجة الزبون للذهاب إلى البنك، وبذل جهد و وقت، إذ يمكن تسليم الخدمة إلكترونيا، وتوفير الوقت والجهد، على سبيل المثال كشوفات الحساب والأرصدة،[1] وأيضا تخفيض التكاليف بالنسبة للعميل المصرفي، وذلك لأنه من خلال حاسوبه الشخصي يمكنه أن يؤدي عملياته البنكية دون عناء ونفقات.[2]

5. **اللاملموسية:** يعني ليس لها وجود مادي فهي غير ملموسة أو غير محسوسة بحواس الإنسان الخمس الأمر الذي يجعل المستفيد من الخدمة المصرفية غير قادر على إصدار حكمه بالاستناد على تقييم محسوس، وعليه فإن المصارف تبدل جهود مضنية لإيصال رسالتها إلى الجمهور الزبائن من خلال استخدام أدوات ووسائل إعلانية مبتكرة ذات قدرة على شرح مزايا وأبعاد الخدمة المصرفية.[3]

---

[1]–ديدوش هاجرة، حريري عبد الغني، واقع الخدمات المصرفية الالكترونية بالنوك الجزائرية، مجلة استراتيجيات التحقيقات الاقتصادية والمالية، المجلد04، العدد01، جامعة الشلف، 2022، ص24.

[2]–إيلاف فاخر كاظم علي، مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية، الطبعة الأولى، المركز العربي للنشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية، 2017، ص26.

[3]– ديدوش هاجرة، مرجع سبق ذكره، ص24.

إن الخدمة المصرفية بطبيعتها ليست شيئا ماديا يمكن الحكم على مواصفاته بمعايير مطلقة وثابتة، فالحكم النهائي عليه مرتبط بما يطلبه العميل ويتوقعه عن هذه الخدمة، فكل عميل هو موضوع اهتمام خاص.[1]

المطلب الثالث: قنوات توزيع الخدمات البنكية الالكترونية

تجدر الإشارة إلى أن هذه القنوات الالكترونية تقدم من خلالها الخدمة المصرفية بشكل كامل من بداية اختيار الخدمة من قبل العميل مرورا بإجراءات إتمامها وانتهاءا بأدائها بشكل قانوني كاملا، ومن أهم قنوات توزيع الخدمات البنكي الالكتروني هي[2]:

1-خدمات آلة الصراف الآلي: تعرف بأنها محطات الكترونية متصلة بالحاسب الآلي للبنك، من خلالها يقدم خدمات بنكية دون مساعدة من موظف المصرف، وتجدر الإشارة هنا أن آلات الصراف الآلي وهي من أكثر الوحدات الالكترونية شيوعا واستخداما في مجال الخدمة المصرفية الإلكترونية، تعتمد آلية عمل آلات الصراف الآلي على وجود اتصال بين الحاسب الرئيسي للمصرف وآلة الصراف الآلي المتواجدة في أماكن جغرافية مختلفة، بحيث يمكن استقبال بيانات الزبون كرقم التعريف الشخصيPIN ورقم الحساب ثم ادخال رمز الخدمة لتقوم بعد ذلك بإعطاء إستجابة فورية تتمثل في:

- السحب النقدي
- الإيداع النقدي
- كشف الحساب
- بيان الأرصدة

[1]– سعيد محمد سعيد البردويل، الخدمات المصرفية الإلكترونية المطبقة في البنوك الإسلامية وعلاقتها برضا العملاء، قسم إدارة الأعمال، كلية الدراسات العليا، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، فلسطين، 2015، ص18.

[2]– دغنوش العطرة، استخدام شبكة الأنترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية وأثرها على الأداء البنكي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، قسم علوم اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2016/ 2017، ص134.

- تحويل الأموال
- وقف صرف الشيك....الخ.

يعني ذلك أن التعامل مع الآلة يتخذ شكل تفاعلي مباشر نمطه "زبون– آلة"، كما أن هناك ثلاث أنواع من آلات الصرف كقناة توزيع مصرفية وهي:[1]

- **آلات الصراف بعيدة المدى Remote ATM:** وهي محطات إلكترونية متواجدة في أماكن بعيدة جغرافيا عن مبنى المصرف، بحيث تعكس تلك الأماكن فرص تسويقية محتملة للتوزيع المصرفي نظرا لوجود تجمعات من الزبائن الحاليين والمحتملين بها، فالهدف الرئيسي وراء استخدام هذا النوع من الآلات هو تحقيق درجة أكبر من الملائمة المكانية، ومن الأمثلة عن تلك الأماكن النوادي الرياضية والمطارات وغيرها.
- **آلات صرف داخليةInternal ATM:** تتواجد داخل هياكل المصرف والغرضمنها امتصاص الطلب الزائد.
- **آلات الصرف خارج المبنى Off Premises ATM**: محطات طرفة الكترونية متواجدة حول المبنى الخارجي للمصرف بغرض توفير خدمات مصرفية بعد ساعات العمل الرسمية أي توفير الملائمة الزمنية للخدمة.

2-البطاقاتCards: تمثل البطاقات المصرفية أكثر القنوات غير التقليدية في توزيع الخدمات المصرفية ومجاراة لتطور الحياة العصرية ومتطلبات الحياة التجارية من سرعة، ومرونة وفعالية في الأداء، ظهرت أنواع مختلفة من البطاقات البلاستيكية التي استعملت في مختلف المجالات كوسيلة للمدفوعات، بدل النقود الحقيقية، وتتدرج كل هذه البطاقات تحت

[1]– دغنوش العطرة، مرجع سبق ذكره، ص135.

اسم "بطاقات المعاملات المالية أو البطاقات المصرفية" تمكن من سدّ الحاجة إلى وجود وسيلة لا تتطلب السداد النقدي عندكل عملية تعامل.[1] وتنقسم البطاقات المصرفية إلى نوعين هما:[2]

- **بطاقة الدفع الخصمDebitCards:** وهي البطاقات التي تعتمد على وجود أرصدةفعلية للعميل لدى البنك في صورة حسابات جارية تقابل المسحوبات المتوقعة للعميلصاحب البطاقة، يقتصر استخدامها خصما على حسابات دائنة للعملاء.
- **البطاقات الائتمانية CreditCards:** تشترك البطاقات الائتمانية في فكرة واحدة أساسية يمكن تلخيصها في أنها تمنح حد ائتماني متفق عليه مسبقا**limitPre-set credit** بين البنك والعميل بحيث يمكنه أن يسحب نقدا من أي فرع من فروع البنك المصدر للبطاقة أو من البنوك الأخرى التي تتعامل في هذه البطاقة مبالغ مالية في حدود حد الائتمان المسموح به أو يشتري من أي محلات(تقبل هذا النوع من البطاقات) دون الحاجة لدفع قيمة مشترياته نقدا وفورا ومن أمثلة هذا النوع من البطاقات بطاقة فيزا **Visa**بطاقة ماستركارد **Mastercard** وبطاقة أمريكان اكسبريس **American Expres**.

3-نقاط البيع الإلكتروني: وهي الآلات التي تنشر لدى المؤسسات التجارية والخدمية بمختلف أنواعها وأنشطتها باستخدام بطاقات بلا شبكة أو ذكية للقيام بأداء مدفوعات من خلال الخصم على حسابه إلكترونيا بتمرير هذه البطاقة داخل الآلة المتصلة إلكترونيا بحاسوب المصرف.[3]

المطلب الرابع: التحديات التي تواجه الخدمات البنكية الالكترونية

الفرع الأول: تحديات عامة

[1]- مصطفى كافي، النقود والبنوك الإلكترونية،دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2011، ص27.

[2]- وهاب نعمون، النظم المعاصرة لتوزيع الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد لرابع، جامعة محمد خيضر بسكرة- الجزائر، ديسمبر 2008، ص118.

[3]- عبد الهادي مسعودي، الأعمال المصرفية الإلكترونية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص24.

إذ يرى المهتمين بشأن الصيرفة الإلكترونية أن للأعمال البنكية الإلكترونية تحديات عامة يمكن تلخصيها في الآتي:[1]

1-افتقار معظم إدارات المصارف إلى الكوادر البشرية العاملة في الجهاز المصرفي إلى التأهيل العلمي والعملي في قضايا تكنولوجيا المعلومات والصيرفة الإلكترونية ومخاطرها وعدم توفر الخبرات الكافية في هذا المجال، بالإضافة إلى ضعف أو عجز برامج التدريب المصرفي في مجال تكنولوجيا المعلومات.

2-زيادةالإعتماد على تكنولوجيا المعلومات في إنجاز وتنفيذ الأعمال يؤدي إلى زيادة مستوى التعقيد في القضايا التشغيلية ومخاطر الأمن وحماية المعلومات المادية والمنطقية الناتجة عن قدرة العديد من مستخدمي شبكة الانترنت وتكنلوجيا المعلومات والاتصالات على الوصول إلى الأنظمة والبيانات البنكية وانتشار عمليات القرصنة وجرائم الكمبيوتر والتحديات التي تطرحها هذه المخاطر من حيث الحاجة إلى توفير ضوابط وإجراءات رقابية كافية للتأكد من هوية المستخدم وشرعية دخوله إلى النظام ومنع العمليات والممارسات غير السليمة.

3-ضعف أو عجز التشريعات القانونية المستعملة لأمن وحماية المعلومات الخاصة بالعملاء والحفاظ على سريتها.

4-ارتقاع التكاليف الرأسمالية المستعملة بتجهيزات البنية التحتية اللازمة لدعم الأعمال البنكية الإلكترونية.

5-التطورات المتسارعة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتزايد الطلب عليها وإشكالية التقادم والحاجة المستمرة إلى التطوير.

[1]- اعمر بن موسى، الخدمات المصرفية الالكترونية ومتطلبات تطويرها في الجزائر، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في ميدان علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية، فرع علوم التسيير، تخصص دراسات مالية، جامعة غرداية- الجزائر، 2019- 2020، ص60- 61.

6-تنامي حدة المنافسة بين مفردات الجهاز المصرفي والمؤسسات المالية والناتجة عن عولمة الصناعة المصرفية في ظل ممارسة الأعمال الإلكترونية وخصوصا مع دخول المؤسسات غير المصرفية إلى أسواق الصناعة المصرفية متمثلا فيما يعرف بمؤسسات التكنولوجيا المالية.

7-الإتجاه المتزايد للإبداع التكنولوجي الداعم للعمليات البنكية الإلكترونية أدى إلى إحداث تغيرات أساسية في حجم وطبيعة المخاطر الرقابية التي يتعرض لها العمل المصرفي الإلكتروني، كما أدى لخلق تحديات جديدة أمام السلطات الإدارية والرقابية للتحكم والسيطرة على هذه المخاطر، مما يضاعف الحاجة إلى إدارة كفؤة وفعالة للمخاطر الرقابية تقوم بإعادة تقييم الإجراءات الرقابية وتتبنى أسلوب متوازن في بناء وتصميم أدوات وضوابط رقابية تتلاءم وطبيعة الأنشطة والعمليات المصرفية الإلكترونية والتحديات التي تفرضها.

8-عدم كفاية المعايير المهنية المتعلقة بممارسة الأعمال الإلكترونية والبنكية جزء منها، ونقص معايير الرقابة والتدقيق على هذه النشاطات.

الفرع الثاني: التحديات التكنولوجية

أولا: مشكلة عدم الإتاحة التكنولوجية[1]

1-البيئة التحتية للاتصالات متمثلة في ضعف نوعية وسرعة وسائل الاتصالات نقل المعلومات للربط الإلكتروني وعدم وجود حيز حجمي كافي للاتصالات السلكية واللاسلكية؛

2-صعوبة عملية وصل الانترنت وبرمجيات التجارة الإلكترونية مع بعض التطبيقات وقواعد البيانات الستخدمة حاليا.

3-إحتياج المزودين إلى مزودات الويب ولبنى تحتية أخرى بالإضافة إلى مزودات الشبكات الحالية.

[1]- اعمر بن موسى، مرجع سابق ذكره، ص61.

4-بعض برمجيات التجارة الإلكترونية لا تتناسب برمجياً وتقنياً مع بعض المكونات الصلبة أو مع بعض أنظمة التشغيل المستخدمة حالياً.

5-عدم مواكبة تطور البرمجيات التي تتغير باستمرار وبسرعة؛

ثانيا: مشكلة الحماية والأمان

لقد بات من المعروف أن مسألة ضمان أمن الحاسوب تعتبر من القضايا التي تشغل المسؤولين الأمنيين والسياسيين والاقتصاديين في الدول المتقدمة، لذا بدأت الدوائر الأمنية في الدول المتقدمة بوضع معايير وقواعد ثابتة لتصنيف درجات ومستويات أمن الحواسيب وتتمثل في الآتي:[1]

- أمنية المعلومات ودرجة سريتها.
- الصعوبة في استرجاع المعلومات.
- حجم التكاليف المنفقة في الأجهزة والبرمجيات وحجم البيانات
- أهمية الأنظمة والتطبيقات المنفذة ودرجة الاعتماد عليها.

ثالثا: مشكلة التهديدات والاختراقات

إنّ عملية التهديد هي أنّ هناك احتمال لعملية خرق أمني للمؤسسة أو الأفراد وليس بالضرورة أن يكون الخرق قد حصل حقيقة ليتم اعتباره كتهديد وأن حقيقة أن الخرق الأمن قد حصل يعني بأن هناك مسببات لحدوث هذا الخرق الأمني لا بد من العمل على تحصينها من أجل عدم تكرار هذا الخرق الأمني، وتنقسم إلى:[2]

1-التطفل: هي نوع من عملية كشف وفضح سرية المعلومات، حيث يقوم الشخص غير مصرح له بالتنصت واستراق السمع، أو يقوم بعملية تصفح لملف ما أو لنظم معلومات وهذا

[1]-اعمر بن موسى، مرجع سابق ذكره، ص62- 63.

[2]-خضر مصباح إسماعيل الطيطي، أساسيات أمن المعلومات والحاسوب، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة1، عمان-الأردن-،2010، ص31-35، بتصرف.

النوع من الخرق الأمني يسمى بالخرق الأمني الخامل وذلك لأنه لا يشمل عملية تغيير في البيانات.

2-التغيير أو التعديل: وهي عملية غير مصرح لها وغير شرعية يتم فيها القيام بتغيير أو تعديل للمعلومات، والهدف من عملية التغيير هو الخداع والكثير من الأعمال التجارية في المؤسسات تعتمد على هذه المعلومات التي تم تغييرها حيث يتم قبول معلومات غير صحيحة على أنها معلومات صحيحة.

3-انتحال الشخصية أو التنكر: وهي عملية تمثيل أو انتحال شخصية اخرى وهو نوع من الخداع ونوع من أخذ السلطة لاستخدام النظام أو الوصول إلى معلومات بغير حق شرعي أو تصريح فهذا النوع يضلل الضحية على التصديق بأن الكائن المزور الذي يتعامل ويتواصل معه هو الكائن الحقيقي.

4-إنكار الإرسال والاستلام: إنّ عمليتي الإنكار الكاذب لإرسال أوالاستلام أو إنشاء كائن ما (رسالة، ملف...إلخ) هما شكل من أشكال الخداع بأن كائن ما أرسل أو استلم رسالة ما هو نوع من أنواع الخداع المستخدم حاليا عبر الأنترنت أو عبر الشبكات اللاسلكية.

5-التأخير: إنّ منع وحجب الخدمة مؤقتا هو نوع من أنواع قمع الصلاحية بدون حق شرعي.

رابعا: استمرار وتيرة التطور التقني[1]

بالرغم من حلول عصر المعلوماتية وظهور آثارها ومعطياتها على مختلف مجالات الحياة البشرية لا سيما الإقتصادية والمالية منها، إلا أن هذا العصر الإلكتروني ما زال يحمل في طياتها الكثير ليكتشف لنا في مستقبل الأيام، وكل يوم تخرج الشركات العالمية الرائدة في المجال المعلوماتي بمخترعات مذهلة وذات تأثير عميق، بما لا يدع للإنسان مجالا لفهم واستيعاب ما سبق ذلك من مخترعات وتطبيقات إلكترونية، وهذا يفرض عبئًا ثقيلا على المجال

[1]-اعمر بن موسى، مرجع سابق ذكره، ص 63- 64.

التشريعي ليتمكن من تسريع آلياتها بما يتوافق مع سرعة وتيرة التغيرات التقنية المعلوماتية، لكي يمكن تحقيق الأمن تحقيق الأمن المعلوماتي في مختلف المجالات التطبيقات الإلكترونية.

يبرز من خلال هذه التحديات التي تم التطرق إليها، أنها تحمل في طياتها جوانب متعددة ترتبط بعملية التطبيقات الإلكترونية، وهي ترتبط بشكل جذري بالدول الغير منتجة للمعرفة الرقمية والغير صانعة لتقنياتها المتعددة التي غزت كل مظاهر الحياة، وهذا يفرض عمق الفهم لهذه التحديات لكل منها على حدى ليمكن تجاوزها نظراً لحتمية استخدام مختلف التطبيقات الإلكترونية في المؤسسات المالية والمصرفية في حاضرنا ومستقبلنا.

الفرع الثالث: التحديات القانونية والتشريعية

تختلف التشريعات الإلكترونية عن غيرها من التشريعات من حيث متطلبات التطبيق، كون عملية بنائها وإصدارها لا يعني القدرة على تطبيقها، بل أبعد من ذلك حيث تكمن الصعوبة في تطبيق القوانين الإلكترونية، كونها تتطلب إلى جانب المعرفة القانونية معرفة مختلف جوانب تلك التطبيقات الإلكترونية للتمكن من إنزال القوانين على حالتها المحددة، أيضا تتطلب معرفة ودراية معلوماتية من فبل الجهات المباشرة للمخالفات الإلكترونية وهذا أمر يحتوي صعوبات عديدة، كذلك ما يتبع من إجراءات التقاضي والدفاع لأهمية الإلمام بكل الجوانب التقنية الإلكترونية، كل هذه الجوانب تفرض ضرورة المعرفة التقنية المعلوماتية وتطبيقاتها وآثارها لكل طرف له علاقة بالقوانين الإلكترونية، مما يولد صعوبات كبيرة في مجال التطبيق التشريعي للقوانين المنظمة للتطبيقات الإلكترونية، وهذا سينعكس حتما على تحقيق الأمن المعلوماتي للخدمات الإلكترونية.[1]

المبحث الثاني :عموميات حول جودة الخدمة البنكية الإلكترونية

يعد موضوع جودة الخدمة البنكية من الموضوعات التي تصدرت اهتمامات الباحثين، وقد نتج عن ذلك العديد من الدراسات التي عالجت الموضوع، فمن الدراسات ما انصب

1-اعمر بن موسى، مرجع سابق ذكره، ص66- 67، بتصرف

اهتمامها بالدرجة الأولى على وضع تعريف لجودة الخدمة البنكية وإيضاح مفهومها وأهميتها وركزت دراسات أخرى على أبعادها وأساليب تحسينها.

المطلب الأول :مفهوم الجودة وجودة الخدمات

الفرع الأول: مفهوم الجودة

الجودة هي مفهوم مطلق يعبّر عن أعلى مستويات التفوق والكمال والتميز، ويمكن قياسها وتحديدها بدقة متمثلة في المنتج الذي يتضمن ويحتوي على خاصية من الخواص أو عنصر من العناصر المكونة له،[1]إنّ الجودة يفترض أن تكون نظاما متكاملا ومتصلا، يهدف إلى تحقيق حد تنافسي والاحتفاظ به بشكل مستمر، وتشير الجودة إلى الشيء الجيد ومن الناحية العملية فأغلب المصادر تشير إلى أن الجودة تعني القدرة على التميز الإنتاجي في منتج يتميز عن غيره من المنتجات بمواصفات فريدة.[2]

أصبحت الجودة من الموضوعات الحيوية في العالم المعاصر، حيث أولى رجال الأعمال والصناعات وأصحاب القرار في الدول اهتماما كبيرا بدراسة وتحقيق الجودة. يهدف السعي لتحقيق الجودة إلى الحصول على منتجات وخدمات عالية الجودة وكفاءة عالية، وهذا الهدف واحد بغض النظر عن الجانب الاقتصادي أو العلمي أو الاجتماعي. وعلى الرغم من أن مصطلح الجودة له صلة بالجانب الاقتصادي، إلا أنه تجاوز إدارة الشركات والمصانع واستخدم في جميع المجالات الحياتية، وذلك نتيجة لظروف التقدم الصناعي والتقني. وبالتالي، يمكن القول إن تحقيق الجودة أصبح أمرا مهما للعديد من المجالات والمؤسسات، حيث يساعد على تحسين الرضا لدى العملاء وزيادة الولاء للعلامة التجارية، ويؤدي إلى تحسين الحياة الاجتماعية

[1]–بهجت راضي، يوسف العربي، إدارة الجودة الشاملة (المفهوم والفلسفة والتطبيقات)، شركة روابط للنشر وتقنية المعلومات، الطبعة 1، القاهرة– مصر، 2015، ص22.

[2]عادل محمد عبد الله، إدارة جودة الخدمات، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة 1، عمان– الأردن، 2013،ص14.

والثقافية للأفراد والمجتمعات. ولذلك، يجب على جميع الأطراف المعنية التعاون والعمل بجد لتحقيق الجودة في جميع المجالات والمؤسسات، والسعي لتحقيق التنمية المستدامة.[1]

إذا يُمكن تعريف الجودة بأنها مدى التميز والكمالية في المنتجات أو الخدمات المقدمة وذلك من خلال تلبية احتياجات وتوقعات المستهلكين بشكل مستمر وفعال، وبمعنى آخر تُعد الجودة قدرة المنتجات أو الخدمات على تحقيق المطلوب منها بطريقة مرضية ومقبولة من قبل العملاء، وذلك وفقًا للمعايير المحددة.

الفرع الثاني: مفهوم جودة الخدمات

تشتمل صعوبة تحديد جودة الخدمات المصرفية على خصائص فريدة تميزها عن السلع المادية. ويتمثل الفارق الأساسي في تعريفات جودة الخدمة، حيث تعتبر معيارًا لتوافق أداء الخدمة الفعلي مع توقعات العملاء، أو الفرق بين توقعات العملاء والإدراك الفعلي لأداء الخدمة. ويتم تصميم وتسليم الخدمات المصرفية بشكل صحيح من المرة الأولى، ويتم التغلب على أي أخطاء تحدث بسهولة وفعالية، وذلك بحيث لا يؤثر على مفهوم جودة الخدمة في ذهن العملاء. وبسبب هذه الخصائص الفريدة للخدمات المصرفية، فإن تقييم جودة الخدمة يستلزم تحليلًا دقيقًا لعدة عوامل مختلفة، بما في ذلك تجربة العميل وتوقعاته واستجابة المصرف لاحتياجاته.[2] وتعرف أيضا بأنها: دالة التغيرات والإختلافات بين التوقعات والأداء الفعلي لأبعاد الخدمة،[3] وتعرف جودة الخدمة أيضا بأنها: "تلك الجودة التي تشمل على البعد الإجرائي والبعد الشخصي كأبعاد مهمة في تقديم الخدمة ذات الجودة العالية، حيث يتكون الجانب الإجرائي

[1]- عوض الطراونة، الجودة الشاملة في تنمية مهاراتي، دار الخليج للنشر والتوزيع، الطبعة 1،الأردن، 2016، ص 39-40 .

[2]–إلهام عطاوي، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على أداء البنوك، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الإقتصادية تخصص مالية ، جامعة الجيلالي اليابس، سيدي بلعباس،2014–2015، ص 28–29.

[3]– يوسف صوار، كلتومة ماحي ، أثر جودة الخدمات البنكية على ولاء العميل، مجلة البشائر الاقتصادية، العدد05، جامعة سعيدة، جوان 2016، ص109.

من النظم والإجراءات المحددة لتقديم الخدمة أما الجانب الشخصي أو الإنساني للخدمة فهو كيف يتفاعل العاملون بمواقفهم وسلوكياتهم وممارساتهم اللفظية مع العملاء".[1]

تبين من خلال التعاريف السابقة أن جودة الخدمة تتعلق بذلك التفاعل بين الزبون ومقدم الخدمة إذ يرى الزبون جودة الخدمة من خلال مقارنته بين ما يتوقعه والأداء الفعلي للخدمة.

المطلب الثاني :أهمية الجودة في الخدمات البنكية

تلعب جودة الخدمات البنكية أهمية بالغة في تصميم منتجاتها وتسويقها، حيث أنها ذات أهمية لكل من المصارف وزبائنهم، وقد زادت المصارف من أهمية ودور تطبيق مفهوم إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية، وأصبح موضوع تطبيقه الأكثر استحواذا واهتماما في مؤسسات الأعمال في العقد الأخير، كما أن موضوع الجودة والقضايا المتعلقة استحوذت على اهتمام الكثير من رجال الأعمال والحلقات والمؤتمرات العلمية، وأصبح الزبائن أيضا أكثر إدراكا واهتماما بالجودة وبالتالي أنشأت المصارف مصالح تهتم وتعتني بجودة الخدمات المصرفية بجميع أبعادها، ويمكن توضيح أهمية الجودة في الخدمات البنكية فيما يلي:[2]

1-إن الجودة تؤثر على حجم الطلب على الخدمة المصرفية وعلى المصرف الذي يقدمها.

2-إن جودة الخدمة تعد وسيلة لصنع المكانة التنافسية للبنك بالمقارنة مع البنوك الأخرى المنافسة له في السوق.

[1]- احمد خليفة الدلابيح، جودة الخدمات الصحية المقدمة من مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي من وجهة نظر متلقي الخدمة، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإدارة العامة، عمادة الدراسات العليا، جامعة آل البيت، السعودية، 2014/ 2015، ص9.

[2]- فضيلة شيروف، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، رسالة ماجستير، (غير منشورة)، تخصص تسويق، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2010، ص16- 17.

3–تعتبر جودة الخدمة المصرفية أحد أهم مصادر تحقيق الربح للمصرف، فهي تسعى لتخفيض تكلفة الخدمة.

4–تعتبر جودة الخدمة مصدرا من مصادر المحافظة على الزبائن الحاليين للمصرف بالإضافة إلى جذب زبائن جدد.

المطلب الثالث :**أبعاد جودة الخدمة البنكية وأساليب تحسينها**

الفرع الأول: أبعاد جودة الخدمة البنكية

تباينت آراء الباحثين في عدد الأبعاد الأساسية لجودة الخدمة البنكية في محاولة لوضع مقياس لجودة الخدمة والتي تتمثل مجملها في ما يلي:

1. الاعتمادية /الموثوقية:

وتتمثل في ثبات الأداء، أي الالتزام بتقديم الخدمة حسب الموعد المحدد و بشكل دقيق و مستقل.

2. الملموسية:

تمثل المرافق والتسهيلات المادية المستخدمة في تقديم الخدمة والمعدات ومظهر الموظفين في مكان الخدمة.

3. الاستجابة:

تتمثل في الاستعداد والرغبة لمساعدة العميل، وقدرة إدارة المصرف على تقديم الخدمة السريعة وتطويرها.[1]

4. الأمان:

[1]– عمر علي بابكر الطاهر، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 14، محافظة الدرب، المملكة العربية السعودية، 2019، ص84.

ويعكس ذلك خلو المعلومات مع البنك مع الشك والخطورة، ويتضمن الأمان المادي وسرية المعاملات.[1]

5. التعاطف والاعتناق:

يشير التعاطف إلى الطريقة التي تهتم بها الشركة اهتماما فرديا لعملائها، لجعل العملاء يشعرون بقيمة إضافية وخصوصية، ويشمل الوصول والتواصل وفهم احتياجات العملاء، تهتم بتوفير والرعاية والإهتمام الفردي للعملاء.[2]

الفرع الثاني: أساليب تحسين جودة الخدمة البنكية

تعددت آراء الباحثين حول أساليب تحسين جودة الخدمات المصرفية حيث تم إيجازها كالآتي:

أولا- الاهتمام ببرامج التسويق الداخلي

ويتطلب تحقيق أهداف برامج التسويق الداخلي من إدارات المصارف، القيام بمجموعة من الجهود المتمثلة في تزويد العاملين في تلك المصارف بتصور كامل وفهم واضح للأهداف والمهام التي ترغب المصارف بتحقيقها، من خلال استقطاب واختيار أفضل الكوادر والكفاءات وتدريب العاملين وتطوير قدراتهم بصورة مستمرة وبشكل منتظم، وتوفير الحوافز والمكافآت تقديرا لهم نظير قيامهم بعملهم على أحسن ما يكون، مما سيؤدي حتما إلى تشجيعهم وزرع الثقة فيهم، إضافة إلى استخدام نظم تقييم العاملين بصورة موضوعية.[3]

ثانيا: تطبيق المفهوم الحديث للتسويق البنكي

---

[1]- بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا. العدد3، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف- الجزائر، 2005، ص257.

[2]- وليد بيبي محمد ريضا جعفاري، أثر أبعاد جودة الخدمات البنكية على رضا الزبائن من وجهة نظر زبائن بنك التنمية المحلية، دراسة لمجلة المقريزي للدراسات الإقتصادية والمالية، المجلد06، العدد01، الجزائر، 2022، ص315.

[3]- زيدان محمد، قورين حاج قويدر، جودة الخدمات المصرفية، مداخلة في المؤتمر الدولي الثالث حول الجودة والتميز في منظمات الأعمال، جامعة سكيكدة، 2007، ص48.

يعد تبني مفهوم التسويق الحديث في البنوك من أهم التطورات المتلاحقة التي يشهدها القطاع المصرفي وحدة المنافسة به، فتطبيق هذا المفهوم يسهم في زيادة موارد المصرف ويحقق التوازن في هيكل موارده واستخداماته، وإجمالا يمكن القول: إن أهم الفوائد التي يحققها تطبيق التسويق المصرفي الحديث للقطاع المصرفي تتمثل في:[1]

1. المساهمة في اكتشاف الفرص التسويقية ودراستها.
2. تصميم مزيج الخدمات المصرفية بما يلبي حاجات ورغبات الزبائن وإشباعها.
3. تحقيق التكامل بين الوظائف التسويقية المختلفة والوظائف المصرفية الأخرى لضمان وحدة الرؤية ووضوح المهام.
4. اتساع المفهوم الحديث للتسويق ليستوعب مهام التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة لتدفق الخدمات المصرفية وانسيابها عبر شبكة متكاملة من فروع المصرف لتلبية رغبات الزبائن المستهدفين وإشباعها.

ثالثا: مواكبة المصارف للمعايير الدولية[2]

إن التطورات الهامة التي شهدها العالم في القطاع المصرفي أوجبت على صانعي السياسة المصرفية والمؤسسات الدولية وضع العديد من القواعد والمعايير الرامية إلى تحقيق السلامة المصرفية الدولية.وبالتالي يتوجب على المصارف مراعاة تلك القواعد والمعايير في سياق سعيها إلى توزيع خدماتها والارتقاء بمستوى الخدمة المقدمة في السوق المصرفية.

رابعا: مواكبة أحداث التطورات التكنولوجيا في العمل المصرفي[3]

---

[1]– نجاح بولودان،دور توقعات العملاء في تحسين جودة الخدمة البنكية، بحث مقدم إلى ملتقى الدوري، إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010، ص54.

[2]– بوعيشة مبارك، الشامية بن عباس، واقع وآفاق تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة بالجزائر–القطاع المصرفي–، مداخلة في الملتقى الدولي حولتطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، جامعة قسنطينة، 2010، ص15.

[3]–أحمد طرطار، سارة حليمي، جودة الخدمات المصرفية كآلية. لتفعيل الميزة التنافسية للبنك، مداخلة الملتقى الدولي حول إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، جامعة تبسة، 2010، ص36.

يعد التطور التكنولوجي من أهم العوامل في نمو القطاع المصرفي فهو يساعد المصارف على تقديم خدمات أسرع بأسعار أقل الأمر الذي يدفع المصارف إلى توفير الخدمات الإلكترونية الحديثة المتمثلة في خدمة الصراف الآلي، وخدمات الهاتف المنزلي، وخدمات عبر الإنترنت...إلخ، وتحفزيها على امتلاك إمكانية التعرف على سلوك عملائها واحتياجاتهم لتوفير الخدمة المصرفية المطلوبة لهم.

المبحث الثالث :أثر جودة الخدمات البنكية الإلكترونية على البنك

المطلب الأول: نماذج تقييم جودة الخدمة البنكية

تشير الدراسات السابقة إلى تعدد محاولات قياس وتقييم مستوى جودة الخدمة إلا أن نتائج مراجعة هذه الدراسات تشير إلى وجود نموذجين رئيسيين يتمتعان بقبول واسع في هذا المجال وهما: نموذج جودة الخدمة SERVQUAL ونموذج الأداء الفعليSERVPERE.

الفرع الأول–نموذج جودة الخدمةSERVQUAL[1]

يطلق عليه نموذج الفجوات، ويعتمد هذا النموذج في قياسه لجودة الخدمة على المقارنة بين ما يدركه العملاء من الخدمة المتلقاة وتوقعاتهم المسبقة عن الخدمة.

ويمكن التعبير عن ذلك بالمعادلة الآتية:

جودة الخدمة = إدراك العميل للجودة المتلقاة– توقعات العميل المسبقة عن الخدمة

ويقصد بالادراك هنا بأنه شعور العميل اتجاه الخدمة التي تلقاها أو جربها بالفعل، كما يقصد بالتوقعات أنها رغبات أو احتياجات العملاء من الخدمة المقدمة أو ما الذي يجب على مقدم الخدمة أن يقدمه من مستويات أداء الخدمة.

وعندما تكون جودة الخدمة المتوقعة أكبر من جودة الخدمة التي حصل عليها العميل عندئذ تكون جودة الخدمة أقل من مرضية أو تكون غير مقبولة على الإطلاق تبعا لقيمة الفرق بينهما أما إذا تساوت الجودة المتوقعة مع الجودة المتلقاة يكون تقييم العميل لجودة الخدمة مرضيا وفي حالة زيادة الجودة المتلقاة عن الجودة المتوقعة يصبح أكثر من مرض، لذلك يعرف البعض الجودة بأنها "القدرة على تحقيق رضا العملاء وتجاوز توقعاتهم".

[1]–قاسم شاوش سعيدة، دراسة بعنوان تقييم جودة الخدمة المصرفية بالبنوك الجزائرية باستخدام نموذج الفجوات، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، ديسمبر 2018، ص144– 145.

وقد أوضح هؤلاء الباحثون أن الفجوة بين توقعات العملاء وبين إدراك الإدارة لهذه التوقعات تتنوع في خمس فجوات هي:

1. الفجوة بين توقعات العملاء وإدراك الإدارة لتلك التوقعات: فقد لاتعرف الإدارة بدقة ما يريده العملاء ولا كيف يحكم العميل على ما يقدم إليه.
2. الفجوة بين إدراك الإدارة لتوقعات العميل والمواصفات الفعلية المحددة للفجوة: فقد تعرف الإدارة توقعات العملاء ورغباتهم إلا انه لاتتم ترجمة هذه الاحتياجات والرغبات إلى مواصفات محددة في الخدمة المقدمة.
3. الفجوة بين المواصفات المحددة للجودة وأداء الخدمة بالفعل في الواقع العملي: فهناك العديد من العوامل التي قد تؤثر على أداء الخدمة في الواقع العملي كأن يكون مستوى مهارة وكفاءة القائمين على أداء الخدمة غير مناسب.
4. الفجوة بين مستوى الخدمة المقدمة بالفعل وبين الوعود التي تقدمها منظمة الخدمة من خلال اتصالاتها الخارجية بالعملاء.
5. الفجوة بين إدراك العملاء لمستوى الأداء الفعلي للخدمة وتوقعاتهم اتجاه جودة هذه الخدمة.

الفرع الثاني–نموذج الأداء الفعلي SERVPER

وقد توصل إلى هذا النموذج الباحثان Cronin وTaylor عام 1992 ويعتمد هذا النموذج جودة الخدمة على الأداء الفعلي للخدمة المقدمة للعملاء ويمكن التعبير عن ذلك بالعبارة الآتية:[1]

جودة الخدمة = الأداء الفعلي

ويتفق هذا النموذج مع نموذج جودة الخدمة في أن كلا منهما يعتمد على الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة(الجوانب المادية الملموسة، الإعتمادية، الإستجابة، التعاطف، الضمان)ومن أهم

[1]– قاسم شاوش سعيدة، نفس المرجع السابق، ص145.

الانتقادات التي وجهت لهذا النموذج، محدودية النتائج المستخلصة من استخدامه نظرا لتجاهلها قياس التوقعات أو التعرف على فجوة الخدمة إضافة إلى بعض النواحي المنهجية والتحليلية.

ونظرا لتمتع نموذج جودة الخدمة SERVQUAL أو مايطلق عليه نموذج الفجوات بدرجة عالية من المصداقية والثبات من وجهة نظر الباحثين، اتجهت العديد من الدراسات إلى استخدامه لقياس جودة الخدمة المقدمة في العديد من قطاعات الخدمات مثل: الخدمة الصحية، الخدمة المصرفية، الخدمة الفندقية، الخدمة التعليمية، خدمة المعلومات الفنية، لذلك يعد هذا المقياس من أكثر المقاييس استخداما في مجال قياس جودة الخدمة، وعلى ذلك اعتمد الباحث على نموذج جودة الخدمة SERVQUAL لقياس جودة الخدمة المصرفية المقدمة من طرف البنوك الجزائرية.

المطلب الثاني: العلاقة بين جودة الخدمة والخدمات البنكية الإلكترونية [1]

تدرس جودة الخدمة بشكل أساسي من خلال وجهتي نظر، الأولى، وجهة نظر خدمة الزبون التي تميز بين الجودة المدركة والجودة المطلوبة، والثانية، وجهة نظر مقدم الخدمة، التي تميز بين الجودة المسلمة والمستهدفة وفيما يلي سوف نتطرق لكليهما:

الفرع الأول–وجهة نظر الزبون: الزبون العامل الأكثر أهمية في تصميم وتقديم مستوى الجودة في الصناعات الخدمية، خصوصاً الصناعات التي تكون أكثر حساسية وعرضة للتقلبات، فالجودة المطلوبة هي مستوى الجودة المتوقع من قبل الزبائن، سواء كانت صريحة أم ضمنية ،وهذه الجودة المتوقعة تعكس توقعات الزبائن التي تنشأ نتيجة عوامل متعددة، أهمها تجربة الزبون السابقة مع الخدمة وتوقعات المستخدمين الآخرين للخدمة وسمعة المؤسسة, ويعني مستوى الجودة المدركة للانطباع الكلي للزبون وتجاربه بعد استخدام الخدمة. ويعطي فرصة

[1]– رعد حسن الصرن، أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الأنترنت وجدة الخدمة المصرفية ،جامعة دمشق، مجلة العلوم الإنسانية–جامعة محمد خيضر بسكرة– 2005، ص 35–38 بتصرف .

لمقدمي الخدمات لقياس رضا الزبون بناءً على صياغة وتشكيل معيار دقيق وفعال لتقييم الخدمة.

وبالنسبة لتعزيز جودة الخدمة المصرفية عبر الإنترنت بشكل فعال، يجب على المصارف فهم الخصائص والمواصفات التي يستخدمها الزبائن لتحديد جودة الخدمة. وتم تحديد الأبعاد الرئيسية للجودة في البيئة المصرفية التقليدية من خلال العديد من الدراسات. وفي الوقت الحالي، يشكل بحث جودة الخدمة في البيئات الإلكترونية جزءًا هامًا من أنشطة وبحوث علوم الإدارة والمعلومات. ولا يوجد شكل موحد لتوقعات جودة خدمة الزبائن وإدراكاتهم للتجارة الإلكترونية، ولذلك يعتمد مدير الأعمال المصرفية الإلكترونية على مجموعة من الأبعاد التي تدعم معيار جودة الخدمة الذي يرضي زبائن الخدمات المصرفية عبر الإنترنت بشكل كامل.

وتعتبر الأعمال المصرفية الإلكترونية جزءًا هامًا من التجارة الإلكترونية، حيث تمنح الزبون فرصة لشراء الخدمات المصرفية عبر الإنترنت في أي وقت ومن أي مكان، وتتميز الأعمال المصرفية الإلكترونية بالاتصال الغير مباشر بين المصرف والزبون، وتعتبر الأساس لتنفيذ أي نوع من معاملات التجارة الإلكترونية. ويمتلك المصرفون المعارف الكافية والدعم الفني اللازم لتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية بشكل كامل.

وتعد الأعمال البنكية الإلكترونية بمثابة سلعة تمويلية ومصرفية لمجموعة الخدمات الموصوفة ضمنيا وذلك بتوجيه عدة عناصر غير ملموسة عبر الشبكة، ومن خلال الإتصال الغير مباشر مع الزبائن الذي يدعم بشكل كامل عن كريق تبادل المعلومات والمعارف بين البنك وزبائنه.

الفرع الثاني–وجهة نظر مقدم الخدمة: يمكن تصوير التركيز على العملية المصرفية أو عرض الخدمة بأنه يدفع إلى تعريف الجودة داخليا على أنها المطابقة للمتطلبات، وهذا يؤكد على أهمية الإدارة والجودة من جانب عرض الخدمة. ومن الممكن أيضاً أن يكون هناك دور للعملية في تحديد جودة النتائج، حيث تمثل جودة المطابقة إدراك الجودة من وجهة نظر مقدم الخدمة، الذين يشملون حاملي الأسهم وإدارة المصرف والعمال كمقدمين للخدمة. ويعتمد تحقيق جودة المطابقة بين مستوى الجودة المخطط والجودة الحقيقية المسلمة للزبائن على نظام إدارة

جودة الخدمة في المصرف، الذي يمثل نظام فرعي من النظام التنظيمي العالمي الذي يراقب ويأكد على جودة الخدمة المصرفية. ومن الضروري أن يرتبط هذا النظام الفرعي للجودة بالوظائف المناسبة للنظام العالمي. يتضمن نظام الجودة عناصر فرعية مختلفة مثل الأهداف الشخصية أو الموضوعة للخدمة المصرفية، والقواعد التشغيلية، ومؤشرات الأداء وشبكة الاتصالات. ويمكن تسمية هذا النظام الإداري بـ "النظام الذي يتجسد في جميع وظائف القيادة والتوجيهات والتعليمات، وطرائق التنسيق وإصدار القوانين والرقابة والتغذية العكسية والداخلية والخارجية الناتجة عن التفاعل بين جميع هذه الأمور.

المطلب الثالث :عوامل نجاح الخدمات البنكية الإلكترونية[1]

أولا: البنية التحتية التقنية

ان البنوك الإلكترونية تزاول نشاطها في بيئة الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، فالمطلب الرئيسي الأول مرهون بمدى التحكم في إدماج شبكات الاتصال في الحياة المصرفية بشكل يضمن الأمن والسلاسة في أداء الأعمال الإلكترونية، أما العنصر الثاني للبناء التحتي يتمثل في تقنية المعلومات من حيث الأجهزة، البرامج، والكفاءات البشرية المدربة التي تواكب العمل في بيئة تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتجددة والمتسارعة؛ وفيما يتعلق بعنصر استراتيجيات البناء التحتي في حقل الاتصالات وتقنية المعلومات، فإنه يتم تحديد أولويات وأغراض تطوير سوق الاتصالات في الدولة، وتنظيم الالتزامات لمقدمي الخدمات مع تحديد معايير ومواصفات الخدمة المتميزة، وفي مقدمتها أمن وسلامة تبادل المعلومات وسريتها، وتوفير الإطار القانوني الواضح الذي يحدد الالتزامات على أطراف العلاقة، وكدا تحديد نطاق التدخل الحكومي، وتحديد أولويات الدعم وما يتعين أن يكون محلا للتشجيع الاستثماري من قبل الدولة.

[1]–اعمر بن موسى، أحمد علماوي، مرجع سبق ذكره، ص449– 450.

ثانيا: الكفاءة الأدائية المتفقة مع عنصر التقنية

هي الكفاءة القائمة على فهم احتياجات الأداء والتواصل التأهيلي والتدريبي، والأهم من ذلك أن تمتد كفاءة الأداء لكافة الوظائف الفنية، المالية، التسويقية، القانونية، الاستشارية والإدارية المتصلة بالعمل المصرفي الإلكتروني.

ثالثا: التطوير، الاستمرارية والتفاعلية مع المستجدات

يتفق العمل المصرفي الإلكتروني مع عناصر (التطوير، التنويع والاستمرارية) باعتبارها هي التي تحدث الفارق بين البنوك الإلكترونية والبنوك التقليدية، فالجمود وانتظار الآخرين لا يتفق مع اكتساب المزايا التنافسية، وفرض المكانة داخل القطاع المصرفي.

رابعا: التفاعل مع متغيرات الوسائل والاستراتيجيات

هو الاهتمام بتجديد الوسائل والبرامج مواكبة لتطورها العالمي وتطلعات الزبائن التي تفرض على البنوك الإلكترونية توفيرها بالنوعية والوقت التكنولوجي، وكذا الاهتمام بالأفكار والنظريات الحديثة في حقول الأداء الفني، التسويقي، المالي والخدمي، تلك الأفكار التي تنشأ وليدة تفكير إبداعي وليس نتيجة تفكير نمطي روتيني.

خامسا: الرقابة التقييمية الحيادية

تقوم البنوك الإلكترونية بتقييم عملها المصرفي الإلكتروني من خلال الاستعانة بخبرات وجهات مشورة في تخصصات التقنية، التسويق، القانون والنشر الإلكتروني من أجل الاستفادة من توجيهات هذه الخبرات وتقويم ما من شأنه أن يكون مؤشرا سلبيا على تواجد البنك في واجهة تقديم الخدمات الإلكترونية. وعليه فان مرتكزات اقامة العمل المصرفي الإلكتروني، لابد من توافر شبكة اتصالات متطورة، برامج ووسائل، موارد بشرية مؤهلة للعمل الإلكتروني، قوانين منظمة للعمل الإلكتروني، الاستفادة من نظريات الجودة الشاملة للمصارف، وأخيرا اقامة استراتيجية لتقييم العمليات المصرفية الإلكترونية و تقويمها.

خلاصة

من خلال هذا الفصل تم استنتاج أن الخدمات البنكية الإلكترونية تتماشى مع التطور الحاصل في شبكة الإنترنت، وتعتمد على التكنولوجيا الحديثة في مجال المعلومات والاتصالات، وبما أن البنوك تقدم عدة خدمات، فإن ذلك يساعد على توسيع نطاق أنشطتها في الخدمات التقليدية والائتمانية، وتقديم منتجات جديدة لتعزيز مركزها التنافسي بالإضافة إلى ذلك، فإن الخدمات البنكية الإلكترونية تسهل عملية التعامل مع البنك، وتوفر سرعة وفعالية، وتقلل التكلفة، دون الحاجة للذهاب إلى البنك، وهذا يدل على أن الخدمات البنكية الإلكترونية لها تأثير إيجابي كبير في تحسين جودة الخدمات البنكية، وتساهم في تحسين أساليب تقديم الخدمة وتطوير الجودة للخدمات البنكية الإلكترونية.

الفصل الثالث

دور الخدمات البنكية الإلكترونية في تطوير جودة الخدمة البنكية

-دراسة حالة البنك الوطني الجزائري BNA -

تمهيد :

تتطلب جودة الخدمة البنكية الإلكترونية توفر خدمات بنكية سهلة الاستخدام و آمنة و موثوقة للعملاء ، و التي يمكن الوصول إليها بسهولة عبر الإنترنت أو الهاتف المحمول و يتضمن ذلك أيضا توفير خدمات الدعم الفني و التواصل الفعال مع العملاء ، وخلال هذا الفصل سنقوم بالتطرق للجانب التطبيقي في دراستنا التي قمنا بإسقاطها على البنك الوطني الجزائري وكالة المدية، كما قسم الفصل لثلاثة مباحث:

المبحث الأول : تقديم عام للبنك الوطني الجزائري bna

المبحث الثاني : منهجية دراسة الاستبيان و اختيار المجتمع و عينة الدراسة

المبحث الثالث : تحليل النتائج و اختبار الفرضيات

المبحث الأول: تقديم عام للبنك الوطني الجزائري BNA

يعد البنك الوطني الجزائري واحداً من أكبر البنوك في الجزائر، حيث يوفر خدمات مصرفية متنوعة للأفراد، الشركات والمؤسسات الحكومية، وقد تطورت خدماته عبر السنوات ليشمل عدداً كبيراً من المجالات المصرفية، كما يتميز البنك بتوفير خدمات مصرفية عالية الجودة ويعتبر داعماً للتنمية الإقتصادية والإجتماعية في الجزائر، حيث يتبنى سياسات استثمارية عميقة ويدعم العديد من المشاريع الاقتصادية والاجتماعية في البلاد.

المطلب الأول: التعريف بالبنك الوطني الجزائري

أنشىء البنك الوطني الجزائري بتاريخ 13 جوان 1966، حيث مارس كافة نشاطات البنك الشاملة، من بينها تمويل القطاع الزراعي، حيث يعتبر البنك الوطني الجزائري بنك تجاري تمت إعادة هيكلته وهذا بإنشاء بنك جديد متخصص "بنك الفلاحة والتنمية الريفية " مهمته الأولى والأساسية هي التكفل بالتمويل وتطوير القطاع الفلاحي؛

منذ إنشائه سنة 1966، رافق البنك الوطني الجزائري زبائنه، سواء كانوا أفراد، مهنيين ومؤسسات، وهذه مهمته الأساسية. ما يجعله اليوم، أحد أكثر البنوك الفاعلة في الساحة المصرفية، مع أكثر من 2.5 مليون زبون؛ ومن جهة أخرى، سنة 2018 تم رفع رأسمال البنك من 41600 مليار دينار جزائري إلى 150000 مليار دينار جزائر؛

بفضل هندسته المصرفية الاستباقية، يُحصي البنك الوطني الجزائري مجموعة غنية ومتنوعة من المنتجات والخدمات. كما يقدم أيضًا منتجات للتأمين البنكي، تهدف أساسًا إلى تغطية العديد من المخاطر؛

كما تتميز منتجات وخدمات البنك الوطني الجزائري بالبساطة والتنافسية التي تتوافق مع القوانين السارية المفعول، ومكيفة مع جميع احتياجات زبائنها، ويَبْرُزُ البنك الوطني الجزائري كبنكٍ جواري بامتياز بـ 214 وكالة منتشرة عبر كافة التراب الوطني، ونظرًا لكونه استثمر

بالكامل في رقمنة منتجاته وخدماته وكذا في توسيع نطاق وسائل الدفع الرقمية، تصدر البنك الوطني الجزائري من حيث عدد البطاقات البنكية الممنوحة مجانًا على زبائنه، وبُغية تسهيل عملياتهم المصرفية اليومية تمّ وضع 100 شباك أوتوماتيكي للبنك و 171 موزع أوتوماتيكي للأوراق النقدية.[1]

ويملك البنك فروعا ومساهمات في 25 مؤسسة داخل الجزائر منها شركات الخدمات البنكية وهيا كالتالي:

- شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوكSATIM
- شركة AMNALللخدمات ووسائل الأمن
- معهد التكوين البنكي.
- مركز ماقبل المقاصة بين المصارف C.P.I
- شركة مابين المصارف لإدارة الخدمات العقارية SIGESIM
- شركة الخدمات المصرفية SSB

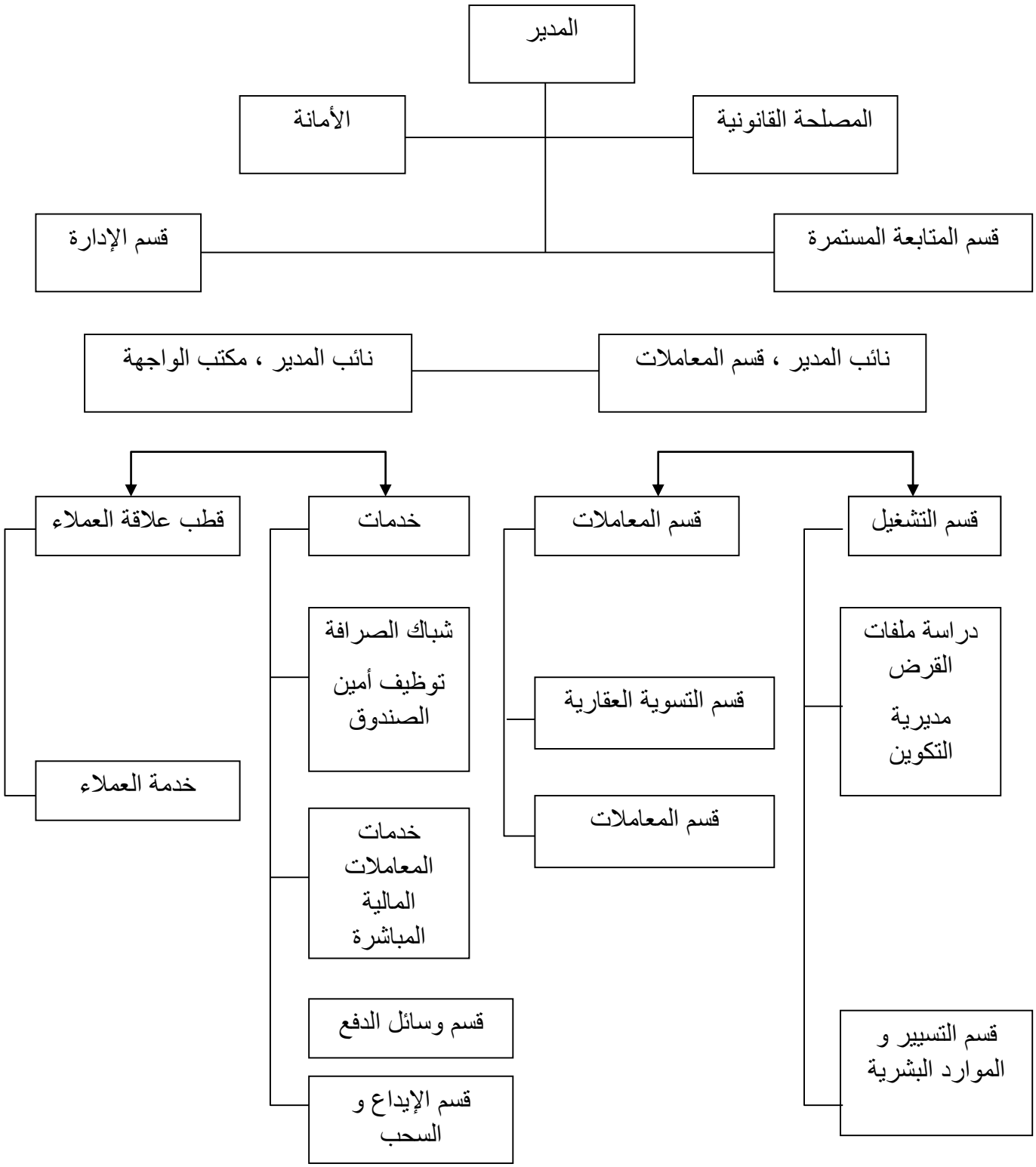
كما شهد البنك عدة إنجازات منذ سنة 2017 منها :

- إطلاق منتوج البنك عن بعد BNA.Net
- إطلاق مشروع اقتناء وتعميم النظام المعلوماتي الشامل الجديد للبنك
- إطلاق مشروع بعث نافذة (التمويل البديل) على مستوى شبكة وكالات البنك والذي تم إطلاق العمل به سنة 2023 تحت مسمى الصيرفة الإسلامية.

[1]– الموقع الإلكتروني للبنك 2023،ماي، 18www.bna.dz

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للبنك وبعض الأنظمة المعلوماتية

الفرع الأول–الهيكل التنظيمي للبنك الوطني الجزائري–وكالة المدية–[1]



الشكل رقم : (03–01) : الهيكل التنظيمي لبنك BNA– وكالة المدية –.

[1]- وثائق مقدمة من طرف مساعدة المدير للبنك الوطني الجزائري –وكالة المدية– 2023.

من خلال الشكل السابق نلاحظ أن البنك الوطني الجزائري–وكالة المدية– يتفرع لعدة تقسيمات ولكل قسم مهامه ووظائفه، وكل قسم مرتبط بأقسام أخرى، وقد يختلف التنظيم الدقيق وفقًا للحجم والأهداف والاحتياجات المحددة للبنك في كل فرع أو وكالة.

الفرع الثاني–نظام الإعلام الآلي ونظام الدفع

واصل البنك تطوير نظام معلوماته الحالي، بهدف تعزيز إدارة جودة خدماته المقدمة لزبائنه على النحو التالي:

- مواصلة عملية الإنتقال من قاعدة البيانات المركزية من ALPHA نحو الأرضية ESCALA
- وضع قيد الخدمة برنامج محاكاة طلبات مختلف صيغ القروض العقارية (11 صيغة) المسوقة على شبكة الأنترنت.
- تطوير البرنامج الخاص بحساب TEG
- تطوير البرنامج الخاص بمعالجة السفتجات التجارية والتوقيعات على النظام المعلوماتي.

من جهة أخرى، تم تسجيل إنجاز عدة عمليات أخرى تهدف إلى تعزيز وحماية النظام المعلوماتي للبنك من ضمنها:

- حماية الأنظمة المعلوماتية للبنك ضد مختلف الهجمات الإلكترونية.
- مراجعة سياسة التخزين المعلوماتي لنظام الإستغلال مايكروسفت.
- تمكين مهندسي الإعلام الآلي على مستوى المديريات الجهوية من الولوج لنظام SCCM

وفيما يتعلق بالعمليات التي نفذت في مجال تطوير تقنيات وهندسة الشبكات المعلوماتية، فنذكر:

- تحسين عمليات تسيير شبكات الإتصالات الواسعة WANوالمحلية LAN
- تحسين أمن النظام المعلوماتي.
- ربط قسم المطابقة مع نظام (سويفت) للقسم الدولي قصد التحكم أكثر في أعمال الرقابة المنجزة وفق هذا النظام.
- تعميم الولوج إلى قاعدة البيانات المركزية للمخاطر إلى كل المديريات الجهوية للاستغلال على مستوى البنك.
- ربط مديرية مشروع عصرنة النظام المعلوماتي الجديد مع قاعدة الإنتاج المعلوماتي على مستوى بابا حسن.

المطلب الثالث: الخدمات الإلكترونية المقدمة من طرف البنك الوطني الجزائر–وكالة المدية–

عمل البنك الوطني الجزائري–وكالة المدية– بشكل جاد على التطوير من خدماته وربطها بشبكة الأنترنت مما يسمح بمسايرة التطور المعرفي البنكي من خدمات وإجراءات بسرعة أكبر وجهد أقل وفيما يلي سنحاول عرض بعض وظائف وخدمات البنك عبر موقعه الإلكتروني:

1–الخدمات البنكية عبر الإنترنت: وهي خدمة تتيح للعملاء إمكانية الدخول إلى حساباتهم البنكية عبر الإنترنت وإجراء عمليات مثل استعراض رصيد الحساب، وتحويل الأموال، وغيرها من العمليات البنكية.

2–التطبيق البنكي الذكيBNAtic: وهو تطبيق يمكن تحميله على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، ويتيح للعملاء إجراء العديد من العمليات المصرفية الإلكترونية مثل تحويل الأموال، وشراء الرصيد، وتحديث بيانات الحساب وغيرها، وأيضا تطبيق WIMPA BNA الذي يمكن العملاء من الوصول والتحكم بشكل كامل في حساباتهم البنكية لدي البنك.

3-الدفع الإلكتروني: وهي خدمة تتيح للعملاء إمكانية الدفع الإلكتروني للفواتير والمدفوعات المختلفة عبر الإنترنت، وتشمل الفواتير الخاصة بالكهرباء والغاز والمياه والهاتف والإنترنت وغيرها.

4-بطاقات الدفع الإلكتروني CIB: وهي بطاقات تتيح للعملاء إجراء العمليات البنكية الإلكترونية والدفع الإلكتروني عبر الإنترنت وفي المتاجر والمحلات التجارية، ومن هاته البطاقات: البطاقة الكلاسيكية، البطاقة الذهبية، البطاقة الدولية.

5-الوسائط الإلكترونية البنكية ونجد منها:

-الصراف الآلي DAB: وهي خدمة تتيح للعملاء سحب النقود وإيداع الأموال والاستعلام عن رصيد الحسابات والعديد من العمليات الأخرى عبر شبكة الصراف الآلي التابعة للبنك، كما يوجد الموزع الآلي البنكيGAB ، وجهاز الدفع الإلكتروني TPE.

6-الخدمات البنكية عبر الهاتف: وهي خدمة تتيح للعملاء إجراء العمليات البنكية عبر الهاتف المحمول، وتشمل استعراض الرصيد، وتحويل الأموال، ودفع الفواتير وغيرها.

7-خدمات الخزينة الإلكترونية: وهي خدمة تتيح للشركات والمؤسسات إدارة حساباتهم البنكية والمعاملات المصرفية الخاصة بهم عبر الإنترنت، وتتضمن إدارة الحسابات، وتحويل الأموال، وخدمة النقد والبنك عن بعد، كما تحوي خدمة الودائع وباقات أخرى من الخدمات.

ومؤخرا تم أطلاق خدمات أخرى على مستوى الموقع الإلكتروني ومنها:

-الصيرفة الإسلامية: وهيا خدمة موجهة للأفراد والمؤسسات كما أنها تعرض منتجات تمويلية بالمرابحة، وحسابات التوفير الإسلامي.

وخلال هذه السنة 2023 أضاف البنك خدمة جديدة لمجموعة خدماته لتعزيز التجارة الخارجية E-Trade BNA، وهي خدمة إطلاع وإشعار خاصة بعمليات التجارة الخارجيةSwift.[1]

[1] الموقع الرسمي للبنك الوطني للجزائري ،نفس المرجع السابق.

إذا حسب كل ما تقدم فإن البنك الوطني الجزائري–وكالة المدية–، يقدم خدمات متنوعة منها ما هو على مستوى الموقع الإلكتروني للبنك الذي يعرف بالخدمات الإلكترونية ويسمح بفتح مختلف الحسابات البنكية والقيام بمختلف العمليات كإجراء أولي، ليتم تأكيدها ومواصلة الإجراءات على مستوى البنك الأقرب للزبون، من جهة أخرى يوفر البنك عدة أجهزة في أماكن مختلفة تمكن الزبون من القيام بعملياته المالية إلكترونيا من تحويلات وغيرها حتى تختصر على زبائنها الوقت، وكل هذا يندرج ضمن تطوير و مواكبة التقدم التكنولوجي الحاصل.[1]

[1]– وثائق مقدمة من البنك– وكالة المدية–، من طرف مساعدة المدير، 2023.

المبحث الثاني: منهجية دراسة الإستبيان واختيار المجتمع وعينة الدراسة

خلال هذا المبحث سوف نتناول كل من منهجية الدراسة الميدانية وكذا مصادر البيانات والأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة، بالإضافة إلى صدق وثبات أداة الدراسة.

المطلب الأول: اختيار المجتمع والعينة وحدود الدراسة

أولا- اختيار المجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من عمال البنك الوطني الجزائري -وكالة المدية-، أما عينة الدراسة فتتكون من 30 عامل، تم اختيارهم وفق ما يتواجد في البنك من عمال.

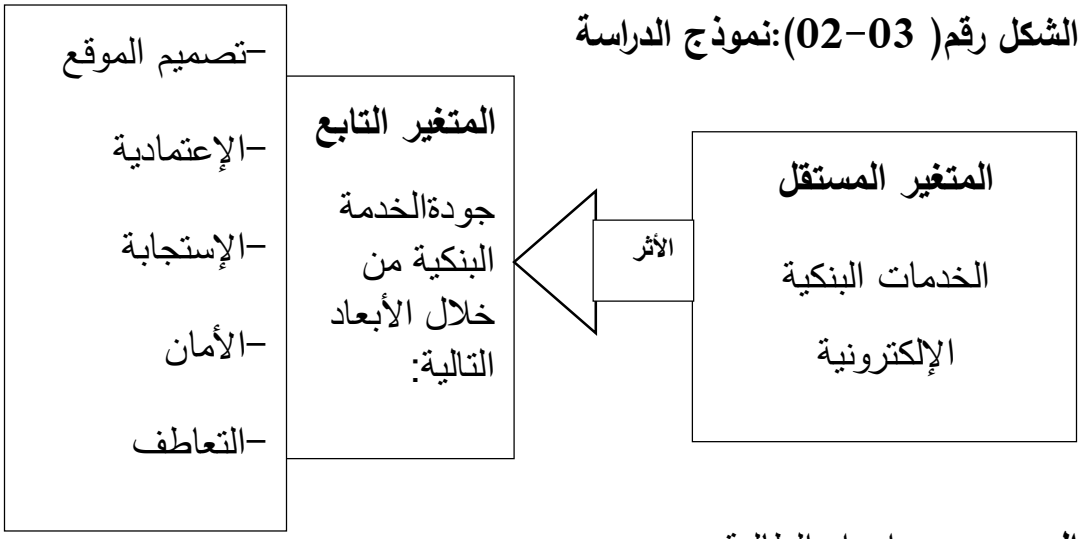
ثانيا- حدود الدراسة:

1-الحدود الزمنية: تمتد الفترة الزمنية للدراسة الميدانية خلال الثلاثي الأول لسنة 2023، إبتداءا بالتحضير للإطار التطبيقي للدراسة وصولا إلى إعداد نموذج أولي للاستبيان ثم مرحلة التحميل واستخلاص النتائج.

2-الحدود المكانية: اقتصرت دراستنا عل عينة من عمال البنك الوطني الجزائري- وحدة المدية- ،الذين يعملون بهذه الخدمات ويعتبرون أكثر الأشخاص معرفة بها.

واستنادا إلى إشكالية البحث والأسئلة الفرعية المقترحة، تم اعتماد نموذج الدراسة من خلال تحديد المتغير التابع والمتغير المستقل حسب الشكل البياني التالي:

الشكل رقم(03-02):نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبة

المطلب الثاني: خصائص عينة الدراسة

تم اختيار العينة وفق ما تحتاجه الدراسة حيث تم اختيار عمال البنك الوطني الجزائري لوكالة المدية لعدة اسباب منها:

1. توفر العينة: من السهل الوصول إلى عمال البنك والحصول على قائمة بأسماء الموظفين وبالتالي سهولة الوصول إليهم وجمع الإستبيان؛
2. الموضوعية والتكامل: قد يكون عمال البنك مصدرا جيدا للمعلومات والعمليات الداخلية وكذا الخدمات المقدمة من طرف البنك وبالتالي الحصول على معلومات دقيقة وموضوعية حول الخدمات البنكية الإلكترونية كون العمال هم الفئة المنتجة لهذه الخدمات وكونهم الأقرب إلى الزبون وبالتالي معرفة مدى رضا هذا الأخير عن الخدمة المقدمة؛
3. الهدف المحدد: وهو معرفة رأي العاملين حول ممارستهم لمجموع الخدمات المقدمة والذي يمكن من إعطاء فكرة لتحسين وتطوير جودة الخدمات إرضاءا لزبائن البنك، وبالتالي اختيار الموظفين قد يساعد في تحقيق هذا الهدف بسرعة ودقة.

وقد تم توزيع 32استمارة على الموظفين، استعيد منها 30 استمارة صالحة للتحليل، وقد عرضت جميعها على مقياس **likert** الخماسي، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم(03-01):سلم (likert)الخماسي

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

المصدر: من إعداد الطالبة

المطلب الثالث: أدوات الدراسة الميدانية

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

أولا-الإستبيان

تمثلت الأداة في الإستبيان والذي اعتبر مناسبا للدراسة وفيما يلي سنتعرف على المراحل التي اعتمدت في إعداد الاستبيان:

1. إعداد النموذج الأولي من أجل جمع البيانات والمعلومات؛
2. عرض النموذج على الأستاذ المشرف من أجل اختبار مدى ملاءمته؛
3. عرض الاستبيان على مجموعة أساتذة في الاختصاص لتحكيمه وإعطاء نصائح ليتلاءم الموضوع والعينة؛
4. تعديل الاستبيان حسب ما يراه المشرف والأساتذة؛
5. توزيع الاستبيان على جميع أفراد العينة لجمع البيانات لازمة؛

ثانيا-أساليب المعالجة الإحصائية

للإجابة على تساؤلات الدراسة ولغاية تحميل البيانات فقد تمت الإستعانة ببرنامج SPSS وتماشيا مع إشكالية وفرضيات الدراسة تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- اختبار الثبات ألفا كرونباخ للتحقق من الاتساق الداخلي لفقرات الإستبيان؛
- التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص عينة الدراسة وتحديد استجابتهم؛
- المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمعرفة درجات الموافقة على عبارات الإستبيان وتأكيد أو نفي استعمال البنك الوطني الجزائري–وكالة المدية–للخدمات البنكية الإلكترونية؛
- معامل الإرتباط لبيرسنR لمعرفة وقياس اتجاه ودرجة الإرتباط بين متغيرات الدراسة والمتمثلة في الخدمات البنكية الإلكترونية ومتغيرات جودة الخدمة البنكية؛

الإنحدار البسيط وذلك لاختبار أثر استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية على متغيرات جودة الخدمة البنكية.

المطلب الرابع : اختبار صدق عبارات استبيان جودة الخدمة البنكية

تم التحقق من صدق الاستبيان من خلال طريقة الاتساق الداخلي حيث تم حساب معامل الارتباط بين الأبعاد والدرجة الكلية للمقياس والجدول الثاني يوضح التاريخ معامل ارتباط برسون.

جدول رقم (03-03): يوضح معامل الارتباط بين الأبعاد والدرجة الكلية لاستبيان

الإبعاد	معامل ارتباط برسون مع الدرجة الكلية للاستبيان
تصميم	0.68 **
الاعتمادية	0.89 **
الاستجابة	0.91 **
الامان	0.62 **
التعاطف	0.70 **

** دال عند 0,01

المصدر: مخرجات SPSS22

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن الأبعاد الخمسة لاستبيان جودة الخدمة البنكية ذات علاقة إرتباطية بالدرجة الكلية لاستبيان دالة عند مستوى الدلالة 0,01وهذا يعبر عن مستوى مقبول جدا من الاتساق الداخلي بين الأبعاد الاستبيان أي أنه يتمتع بدرجة مقبولة جدا من الصدق.

– اختبار ثبات عبارات استبيان جودة الخدمة البنكية عن طريق (معامل ثبات الفا لكرونباخ):
هذا المعامل يعبر عن درجة ثبات اجابات عينة الدراسة ويمكن الحكم على ثبات الاستبيان من خلال اختبار معامل الفا لكرونباخ وحتى نقول ان الاستبيان ثابت يجب ان يكون المعامل اكبر من 65% وهذا ما اكده الجدول التالي:

جدول رقم (03-04) نتائج اختبار معامل الفا لكرونباخ

عدد العبارات	معامل الفا لكرونباخ
23	880.

المصدر: مخرجات SPSS22

من خلال الجدول نلاحظ ان قيمة معامل الفا كرونباخ المحسوبة تساوي 88% وهي تفوق 65 % اذن الاستبيان ثابت.

– اختبار صدق عبارات استبيان الخدمات البنكية الالكترونية

تم التحقق من صدق الاستبيان من خلال طريقة الاتساق الداخلي حيث تم حساب معامل الارتباط بين البنود والدرجة الكلية للمقياس والجدول الثاني يوضح التاريخ معامل ارتباط برسون

جدول (03-05): يوضح معامل الارتباط بين الأبعاد والدرجة الكلية لاستبيان

الإبعاد	معامل ارتباط برسون مع الدرجة الكلية للاستبيان
البند 1	0,49
البند 2	0,41
البند3	0,45
البند 4	0.23
البند5	0.74
البند6	0.49
البند7	0.05
البند8	0.24
البند9	0.37
البند10	0.58
البند11	0.18
	** دال عند 0,05

المصدر: مخرجات SPSS 22

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن البنود الاحدى عشر لاستبيان الخدمات البنكية الالكترونية ذات علاقة إرتباطية بالدرجة الكلية لاستبيان دالة عند مستوى الدلالة 0,05 وهذا يعبر عن مستوى مقبول من الاتساق الداخلي بين الأبعاد الاستبيان أي أنه يتمتع بدرجة مقبولة من الصدق.

اختبار ثبات عبارات استبيان الخدمات البنكية الالكترونية عن طريق (معامل ثبات الفا لكرونباخ):

هذا المعامل يعبر عن درجة ثبات اجابات عينة الدراسة ويمكن الحكم على ثبات الاستبيان من خلال اختبار معامل الفا لكرونباخ وحتى نقول ان الاستبيان ثابت يجب ان يكون المعامل اكبر من 65% وهذا ما اكده الجدول التالي:

جدول رقم (03-06) نتائج اختبار معامل الفا لكرونباخ

عدد العبارات	معامل الفا لكرونباخ
11	.650

المصدر: مخرجات SPSS 22

من خلال الجدول نلاحظ ان قيمة معامل الفا لكرونباخ المحسوبة تساوي 80 % وهي تفوق 65 % اذن الاستبيان ثابت

المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية:

بعد عملية جمع الاستبيانات التي أجاب عليها افراد العينة، تأتي عملية عرض البيانات المتحصل عليها وتحليلها.

المطلب الاول: تحليل البيانات الشخصية للعينة

أولا- توزيع افراد عينة الدراسة حسب السن

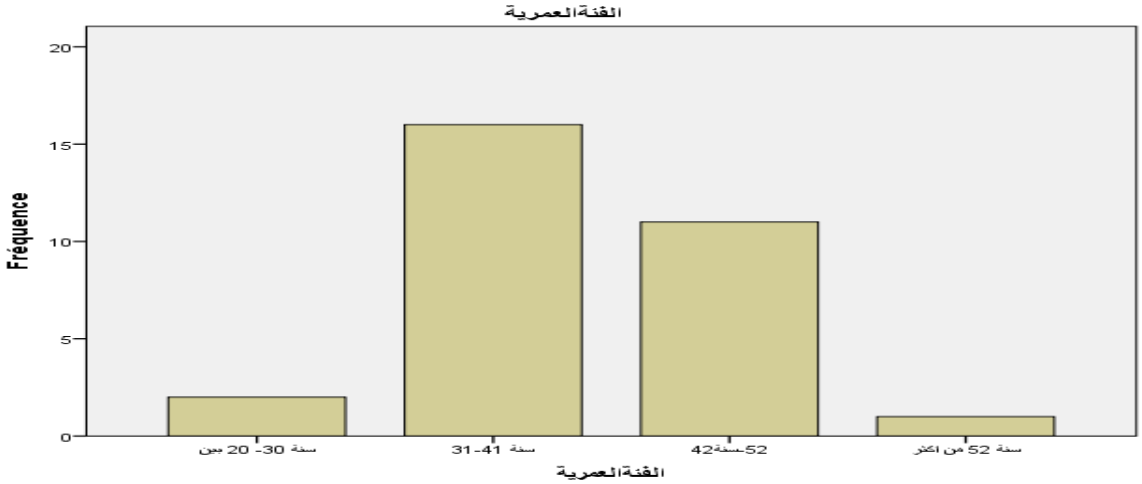
جدول رقم(03-07) توزيع افراد العينة حسب العمر

السن	التكرارات	النسبة المئوية
بين 20-30 سنة	2	%7
بين 31-41 سنة	16	%53
بين 42-52 سنة	11	%37
اكثر من 52 سنة	1	%3
المجموع	30	%100

المصدر: مخرجاتSPSS رقم 22

يبين الجدول أعلاه أن توزيع أفراد العينة حسب العمر، والملاحظ أن موظفي البنك الوطني الجزائري لوكالة المدية جاء اغلبهم ضمن الفئة العمرية الثانية ما بين 31- 41 سنة حيث قدر عددهم ب 16 موظفا بنسبة 53% تليه الفئة العمرية الثالثة بين 42-52 سنة بلغ عددهم 11 موظفا بنسبة 37% تأتي بعدها من 20 سنة الى 30 سنة بنسبة 7%، اما الفئة الرابعة فهي أكبر من 52 سنة جاءت بنسبة 3%، يبين من خلال هذه النسب ان ما نسبته 60% من موظفي البنك هم شباب اقل من 41 سنة، وما نسبته 40% هم اكبر من 42 سنة، أي أن البنك يهتم توظيف الشباب حتى يعطي حيوية للقطاع أكثر.

الشكل رقم(03-03): توزيع العينة حسب متغير العمر



المصدر: معالجة البيانات باستخدام برنامج **Excel**

ثانيا-توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي:

جدول رقم(03-08): توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي

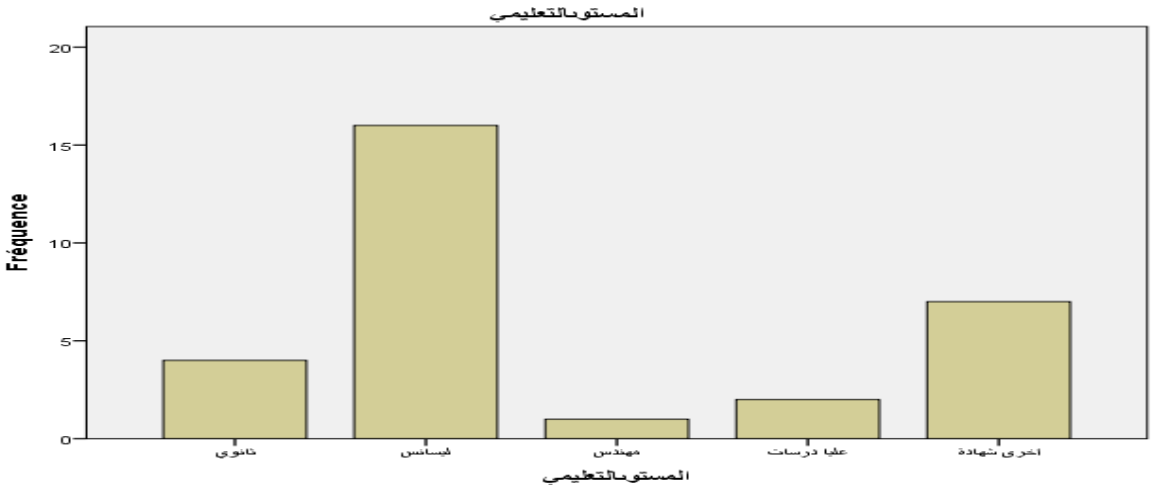
المستوى التعليمي	التكرارات	النسب المئوية
ثانوي	4	%13
ليسانس	16	%53
مهندس	1	%3
دراسات عليا	2	%7

شهادة أخرى	7	%24
المجموع	30	%100

المصدر: مخرجاتSPSS رقم 22

يبين الجدول اعلاه توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي(ثانوي- ليسانس- مهندس- دراسات عليا- شهادة اخرى) وتمثلت اعلى نسبة في مستوى لسانس ب 53%تليها شهادات أخرى ب24% و ثانوي ب 13% اما ما نسبته 7% من افراد العينة من اصحاب الدراسات العليا ويأتي أخيرا المهندس ب 3٪اي ان 63% من افراد العينة من اصحاب المستوى الجامعي وهذا يدل على اهتمام البنك بالمؤهل العلمي في انتقاء موظفيه.

الشكل رقم (03-04): توزيع العينة حسب المستوى التعليمي



المصدر: معالجة البيانات باستخدام برنامج **Excel**

ثالثا- توزيع افراد العينة حسب المستوى الوظيفي:

جدول رقم (03-08): توزيع افراد العينة حسب المستوى الوظيفي

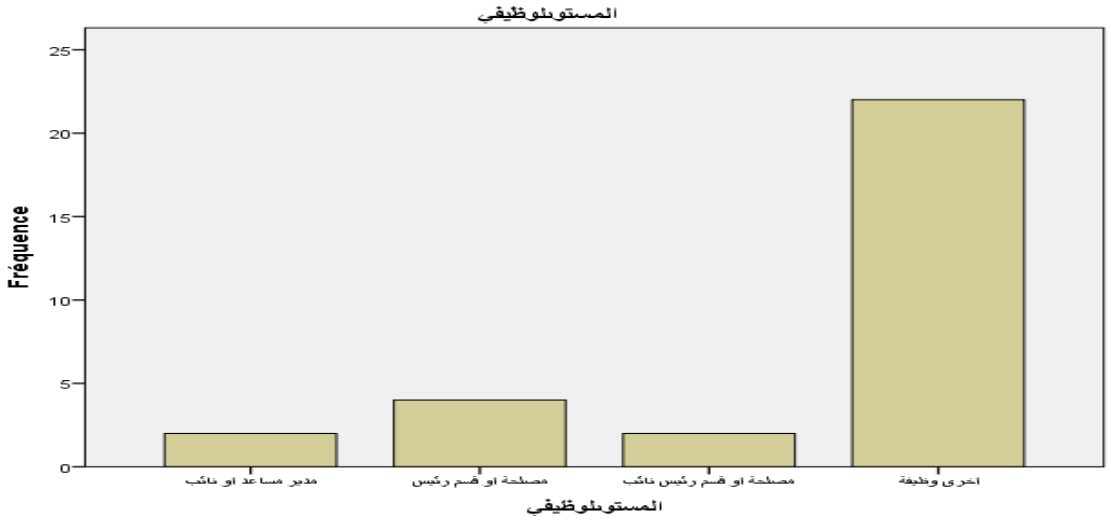
المستوى الوظيفي	التكرارات	النسبة المئوية
نائب او مساعد مدير	2	%7
رئيس قسم او مصلحة	4	%13
نائب رئيس قسم أو مصلحة	2	%7
وظيفة أخرى	22	%73

الدرجة الكلية	30	%100

المصدر: مخرجاتSPSS رقم 22

يمثل الجدول اعلاه توزيع افراد العينة حسب المستوى الوظيفي حيث ان ما نسبته 73% يندرجون ضمن فئة الموظفين العاديين 27% ضمن فئة اصحاب الوظائف العليا في البنك.

الشكل رقم (03-05): توزيع العينة حسب المستوى الوظيفي



المصدر: معالجة البيانات باستخدام برنامج **Excel**

رابعا- توزيع افراد العينة حسب الخبرة:

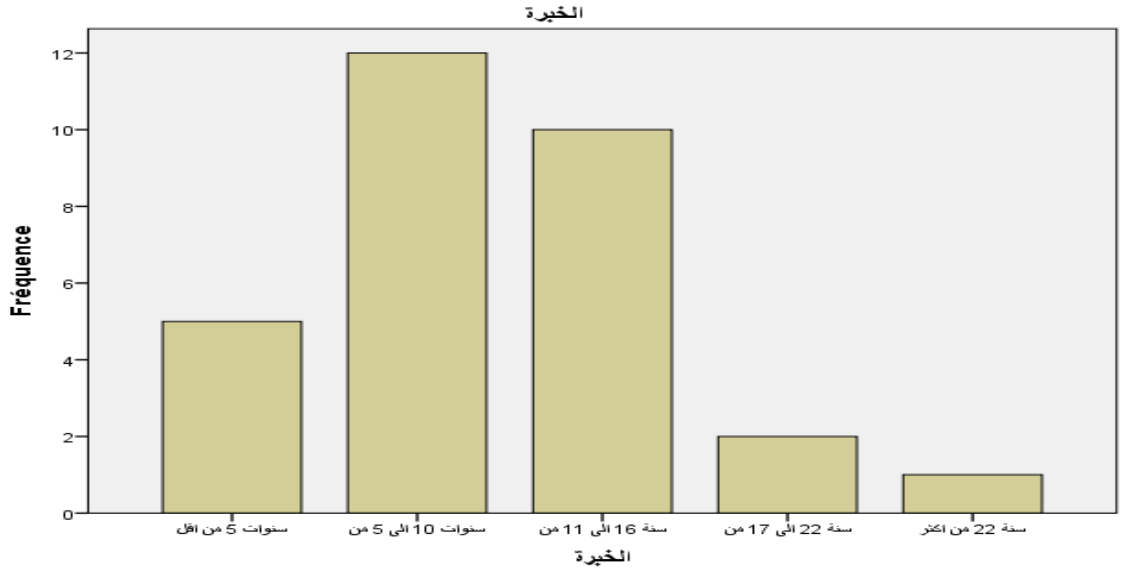
جدول رقم (03-09) :توزيع افراد العينة حسب الخبرة

الخبرة	التكرارت	النسبة المئوية
اقل من 5 سنوات	5	%17
من 5 الى 10 سنوات	12	%40
من 11 الى 16 سنة	10	%33
من 17 الى 22 سنة	2	%7
اكثر من 22 سنة	1	%3
الدرجة الكلية	30	%100

المصدر: مخرجاتSPSS رقم 22

يمثل الجدول اعلاه توزيع افراد العينة حسب سنوات الخبرة حيث ان ما نسبته 57% يندرجون ضمن الموظفين اقل من 10 سنوات خبرة و 33% ضمن بين فئة 11 و 16 سنة خبرة اما 10% المتبقية فهم اكثر من 17 سنة خبرة ومن خلال هذه النسب يتضح ان معظم موظفي البنكأي 90٪ من اصحاب الخبرة المهنية اقل من 16 سنة، وهي نسبة جيدة مساعدة في الدراسة ومهمة للبنك في تعامله مع الزبائن.

الشكل رقم(03-06): توزيع العينة حسب متغير الخبرة



المصدر: معالجة البيانات باستخدام برنامج **Excel**

خامسا- توزيع افراد عينة الدراسة حسب الاجابة على سؤال تعرض البنك للاختراق

جدول رقم(03-10) توزيع افراد العينة الاجابة على سؤال تعرض البنك للاختراق

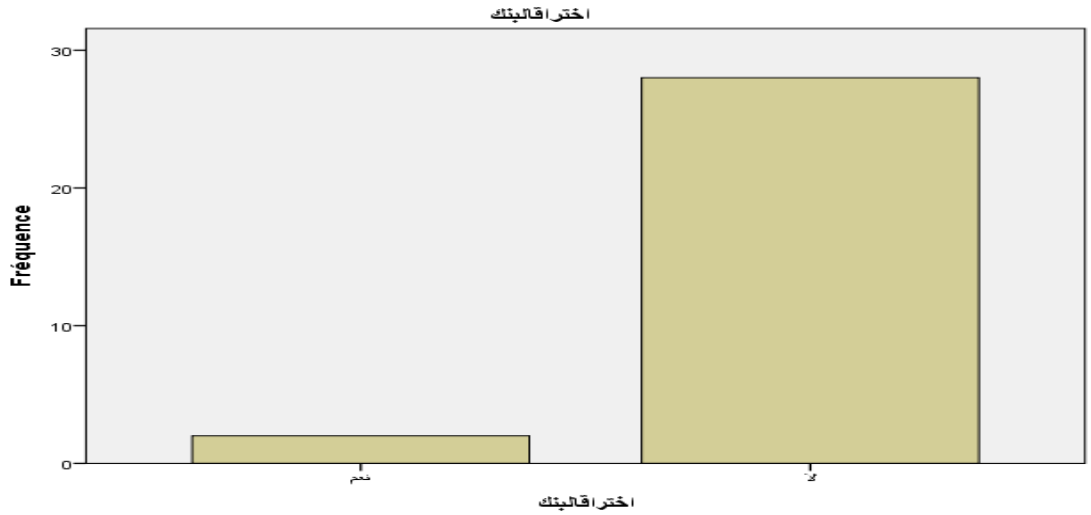
اختراق البنك	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	2	% 7
لا	28	% 93
المجموع	30	%100

مخرجات SPSS رقم 22

يبين الجدول رقم ان عدد الموظفين بالبنك الذين أجابوا ب لا حول تعرض البنك للاختراق قدر عددهم ب 28 موظف أي بنسبة 93%، في مقابل عدد الموظفين الذين اجابوا بنعم بلغ

2 بنسبة 7% بفارق 26 فرد ما نسبته 86% والذي يعتبر فارقا كبيرا جدا، يدل على درجة الأمان الكبيرة للموقع ضد الإختراقات الخارجية.

شكل رقم(03-07): توزيع العينة حسب الإجابة على سؤال الإختراق



المصدر: معالجة البيانات باستخدام برنامج Excel

المطلب الثاني: عرض وتحليل بيانات المحورين الثاني و الثالث

اولا-تحليل بيانات المحور الثاني(المتغير المستقل) انواع الخدمة البنكية المتوفرة لدى البنك:

لتحليل هذا النوع من الاسئلة يتناسب مع استخدام مقياس ليكرت الخماسي وهذا كالاتي:

جدول رقم(03-11): يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات افراد العينة حول بعد انواع الخدمة البنكية الإلكترونية المتوفرة لدى البنك

العبارة	درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	التكرار						
	النسبة						
	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		

1-يولي البنك أهمية في التعامل مع زبائنه عبر شبكة الأنترنت	4	17	7	1	1	3.73	0.86
	%14	%57	%23	%3	%3		
2-يقدم البنك خدمات عبر الصراف الآلي بصفة دورية	9	20	00	0	1	4.20	0.76
	%30	%67	%00	%00	%3		
3-يقدم البنك خدمات الدفع أثناء الشراء الإلكتروني	6	22	2	0	00	4.13	0.50
	%20	%73	%7	%00	%00		
4-يوفر البنك أجهزة (قارئ بطاقات الائتمان) في المؤسسات التجارية بأنواعها لتمكين الزبون من أداء مدفوعاته	4	18	5	2	1	3.73	0.90
	%13	%60	%17	%7	%3		
5-يقدم البنك لعملائه بطاقة الدفع عند كل طلب	5	18	5	2	0	3.87	0.69
	%17	%60	%17	%7	%00		
6-يقوم البنك باستخدام الشيكات الالكترونية لتسهيل وتسريع عمليات الدفع والمحاسبة	2	15	9	3	1	3.47	0.90
	%7	%50	%30	%10	%3		
7-يقوم البنك بتحويلات مالية الكترونية من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر	5	20	5	00	00	4.00	0.58
	%17	%67	%17	%00	%00		
8-يوفر البنك لعملائه الكمبيالة الالكترونية التي تمكن الساحب من تحرير الكمبيالة وارسالها إلى المصرف عبر جهاز الحاسوب	3	6	20	00	1	3.33	0.80
	%10	%20	%67	%00	%00		
9-يوفر البنك الاعتماد المستندي الالكتروني لتحقيق ضمان أكثر والذي يمكن من تبادل الوثاق الالكترونية من خلال البريد الالكتروني بين الزبون والبنك	2	7	17	2	2	3.17	0.91
	%7	%23	%56	%7	%7		

10-يوفر البنك خدمة المحافظ الالكترونية لعملائه	2	9	18	00	1	3.37	0.76
	%7	%30	%60	%00	%3		
11-يوفر البنك خدمة المقاصة الالكترونية	6	16	7	00	1	3.87	0.86
	%20	%54	%23	%00	%3		
انواع الخدمات البنكية الالكترونية المتوفرة لدى البنك	الاتجاه العام للبعد الاول					40.87	3.38

المصدر: مخرجاتSPSS رقم 22

الجدول اعلاه يبين اجابات افراد العينة على المحور الثاني(أنواع الخدمة البنكية المتوفرة لدى البنك) ونجد ان المتوسط الحسابي الاكبر للمحور قدر ب 4.20 وهو يقع ضمن المستوى المتوسط اي الاختيار الخامس (موافق بشدة) حسب مقياس ليكرت الخماسي وهذا يدل على اتجاه افراد العينة على انواع الخدمات البنكية المتوفرة لدى البنك كان بالتأييد التام.

كما يظهر من خلال الجدول اعلاه ان العبارات رقم(1،2،3،4،5،7،6،11) لديهم اكبر نسبة مئوية تفوق 50%وبمتوسط حسابي ضمن مستوى(3.47، 4.20) ما يعبر عن الاختيار الرابع موافق، تليها العبارات رقم (8،9،10) جاءت نسبتها المئوية اكبر من50% تعبر عن الاختيار الثالث محايد، وانحراف معياري قدره (0.8،0.76) مابين التشتت النسبي في الآراء، مما يدل على ان استجابات افراد العينة المتحفظة على وجود خدمات الكمبيالة والسند والمحافظ الإلكترونية إلا أن معظم الاجابات جاءت توافق توفر مختلف انواع الخدمة البنكية لدى البنك.

ثانيا- تحليل بيانات المحور الثالث (المتغير التابع) جودة الخدمة البنكية

لتحليل هذا النوع من الاسئلة يتناسب مع استخدام مقياس ليكرت الخماسي وهذا كالاتي:

1- اجابات افراد العينة على بعد تصميم الموقع:

جدول رقم(03-12) يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاجابات افراد العينة حول بعد تصميم الموقع

العبارة	درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	التكرار						
	النسبة						
	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
12-يتميز الموقع الالكتروني للبنك بسهولة التصفح	6	22	2	00	00	4.13	0.50
	%20	%73	%7	%00	%00		
13-يتميز الموقع الالكتروني بتصميم جذاب	5	19	5	00	1	3.93	0.69
	%17	%63	%17	%00	%3		
14-يستخدم البنك عدة لغات واضحة ومفهومة على مستوى الموقع الإلكتروني	8	18	3	1	00	4.10	0.71
	%27	%60	%10	%3	%00		
15- يتم تحديث الموقع الالكتروني للبنك بشكل مستمر	5	15	10	00	00	3.83	0.69
	%17	%50	%33	%00	%00		
16-يحتوي الموقع الالكتروني للبنك معلومات وخدمات كافية للزبون	6	13	11	00	00	3.83	0.74
	%20	%43	%37	%00	%00		
تصميم الموقع	الاتجاه العام للبعد الاول					19.83	2.78

المصدر: مخرجاتSPSS رقم 22

الجدول اعلاه يبين اجابات افراد العينة على البعد الاول تصميم الموقع من المحور الثالث جودة الخدمة البنكية المتوفرة لدى البنك، ونجد ان المتوسط الحسابي للفقرات قد تجاوز ب 3.80 ضمن الاختيار الثاني غير موافق حسب مقياس ليكرت الخماسي وهذا يدل على اتجاه افراد العينة على تحقيق تصميم الموقع لجودة الخدمة البنكية.

كما يظهر من خلال الجدول اعلاه ان العبارات رقم 12 و13 و14 لديهم اكبر نسبة مئوية تفوق 60% جاءت في الإختيار موافق، اما العبارة رقم 15 و16 قدر اكبر نسبة مئوية لها ب37% على الاختيار الثالث محايد ما يعني تحفظ افراد العينة على تحديث الموقع وكفاية خدماته ، وهذا يدل أن إجابات العينة جاءت معظمها بالموافقة على محتوى تصميم الموقع للبنك،مما يدل ان استجابات افراد العينة تعبر عن تمتع البنك بتصميم لموقعه الإلكتروني الذي يحقق جودة الخدمة البنكية.

2- اجابات افراد العينة على بعد الاعتمادية:

جدول رقم(03-13) يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاجابات افراد العينة حول بعد الاعتمادية

العبارة	درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	التكرار						
	النسبة						
	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
17-يقوم العاملون للبنك بتقديم الخدمات الالكترونية بطريقة صحيحة من أول مرة	5	16	9	00	00	3.87	0.68
	%17	%53	%30	%00	%00		
18-يوجد التزام بتقديم الخدمات الالكترونية في المواعيد المتفق عليها	4	15	11	00	00	3.77	0.67
	%13	%50	%37	%00	%00		
19-يحتفظ البنك بمعلومات دقيقة بخصوص زبائنهم	6	22	2	00	00	4.13	0.50
	%20	%73	%7	%00	%00		
20-يتمتع مقدمي الخدمة بالمهارات الكفاءات العالية	8	17	5	00	00	4.10	0.66
	%27	%56	%17	%00	%00		

21-يعمل الموقع الإلكتروني 24/24 ساعة و 7/7 أيام	12	13	5	00	00	4.23	0.72
	%40	%43	%17	%00	%00		
الاعتمادية	الاتجاه العام للبعد الثاني					20.10	2.56

المصدر: مخرجاتSPSS رقم 22

الجدول اعلاه يبين إجابات افراد العينة على البعد الثاني الاعتمادية من المحور الثالث جودة الخدمة البنكية المتوفرة لدى البنك ونجد ان المتوسط الحسابي للفقرات 17 و18 تجاوز ب 3.70 أما الفقرات الاخرى للبعد فقد فاق المتوسط الحسابي لها 4.10 ضمن الاختيار الرابع والخامس موافق وموافق بشدة حسب مقياس ليكرت الخماسي وهذا يدل على ان اتجاه افراد العينة على اعتمادية الخدمة البنكية المتوفرة جاء الموافقة.

كما يظهر من خلال الجدول اعلاه ان العبارات رقم 19 لديها اكبر نسبة مئوية تقدر ب 73% جاءت تعبر عن موافقة افراد العينة لعبارة احتفاظ البنك بمعلومات دقيقة عن عملائه كما ان الاجابات كلها انحصرت بين موافق و موافق بشدة ، مما يدل ان استجابات افراد العينة تعبر عن تمتع البنك بالاعتمادية التي تحقق جودة الخدمة البنكية.

3- اجابات افراد العينة على بعد الاستجابة:

جدول رقم(03-14) يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاجابات افراد العينة حول بعد الاستجابة

العبارة	درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	التكرار						
	النسبة						
	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
	11	17	2	00	00	4.30	0.59

22-يقوم البنك للاستجابة لشكاوي واستفسارات الزبائن	%37	%56	%7	%00	%00		
23-يظهر مقدمي الخدمة الالكترونية اهتماما صادقا لحل المشاكل التي تواجه الزبائن في البنك	9	17	3	1	00	4.13	0.73
	%30	%57	%10	%3	%00		
24- يهتم مقدي الخدمة الالكترونية باقتراحات الزبائن	7	7	9	7	0	3.47	1.10
	%23	%23	%31	%23	%00		
25-يزود مقدمي الخدمة الالكترونية الزبائن بالمعلومات الكافية والدقيقة عن الخدمة	9	13	8	00	00	4.03	0.76
	%30	%43	%27	%00	%00		
26- يقدم البنك الخدمة بسرعة وفي الوقت المناسب	7	14	9	00	00	3.93	0.74
	%23	%47	%30	%00	%00		
الاستجابة	الاتجاه العام للبعد الثالث					19.87	3.40

المصدر: مخرجاتSPSS رقم 22

الجدول اعلاه يبين اجابات افراد العينة على البعد الثالث الإستجابة من المحور الثالث جودة الخدمة البنكية المتوفرة لدى البنك ونجد ان المتوسط الحسابي للفقرات قد تجاوز ب 3.40 ضمن الإختيار الرابع موافق حسب مقياس ليكرت الخماسي وهذا يدل على اتجاه افراد العينة الموافق حول استجابة خدمات البنك الالكترونية، أما الفقرة رقم 22 فجاء المتوسط الحسابي لها4.30 اي ما يقابله الاختيار الخامس موافق بشدة وهذا حول دور الاستجابة لشكاوى الزبائن في تحقيق جودة الخدمة البنكية .

كما يظهر من خلال الجدول أعلاه ان العبارات رقم 22 و23 لديهم اكبر نسبة مئوية تفوق 56% جاءت ضمن اختيار موافق، كما تراوحت نسبة الموافقة بشدة23% و 37% ما يعني ان درجة استجابة الخدمة البنكية عالية.

4- اجابات افراد العينة على بعد الامان:

جدول رقم(03-15) يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاجابات افراد العينة حول بعد الامان

العبارة	درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	التكرار						
	النسبة						
	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما		
27-يوفر البنك كل الإجراءات الأمنية مثل الرقم السري	12	16	1	00	1	4.27	0.56
	%40	%54	%3	%00	%3		
28-يعتمد البنك على برامج الالكترونية للأمن والأمان	12	16	2	00	00	4.43	0.62
	%40	%54	%6	%00	%00		
29-يشعر الزبائن بالأمان عند طلبهم للخدمات البنكية الالكترونية	11	16	2	1	00	4.23	0.72
	%37	%54	%6	%3	%00		
30-لا يسيء البنك استخدام المعلومات الشخصية للعملاء من خلال الخدمات الالكترونية	12	13	5	00	00	4.23	0.74
	%40	%43	%17	%00	%00		
الأمان	الاتجاه العام للبعد الرابع					17.17	2.29

المصدر: مخرجات SPSS رقم 22

الجدول اعلاه يبين اجابات افراد العينة على البعد الرابع الأمان من المحور الثالث جودة الخدمة البنكية المتوفرة لدى البنك، ونجد أن المتوسط الحسابي لجميع فقرات البعد قد تجاوز ب 4.20 ضمن الإختيار الرابع موافق بشدة حسب مقياس ليكرت الخماسي، وهذا يدل على اتجاه افراد العينة الخدمة البنكية تتمتع بالأمان.

كما يظهر من خلال الجدول اعلاه ان العبارات رقم 27 و28 و29 لديهم اكبر نسبة مئوية تقدر ب54% جاءت بين اختيار موافق، مما يدل ان استجابات افراد العينة على ان الخدمة البنكية تتمتع بالأمان عالي.

5- اجابات افراد العينة على بعد التعاطف:

جدول رقم(03-16) يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاجابات افراد العينة حول بعد التعاطف

العبارة	درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	التكرار						
	النسبة						
	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما		
31-يولي العاملون عناية شخصية بالعملاء	8	19	3	0	0	4.18	0.59
	%27	%63	%10	%00	%0		
32-يضع البنك مصلحة الزبون في مقدمة اهتماماته	0	0	1	20	9	4.27	0.52
	%00	%00	%3	%67	%30		
33- يوفر البنك ساعات عمل ملائمة حسب ظروف الزبون	7	13	9	1	00	3.87	0.84
	%23	%43	%30	%3	%00		
34- يعرف العاملون للبنك احتياجات الزبائن ويسعون لتحقيقها	6	19	5	00	00	4.03	0.61
	%20	%63	%17	%00	%00		
التعاطف	الاتجاه العام للبعد الرابع					16.33	2.25

المصدر: مخرجاتSPSS رقم 22

الجدول اعلاه يبين اجابات افراد العينة على البعد الخامس التعاطف من المحور الثالث جودة الخدمة البنكية المتوفرة لدى البنك ونجد ان المتوسط الحسابي لجميع فقرات البعد يفوق3.80 ضمن الاختيار الرابع موافق حسب مقياس ليكرت الخماسي وهذا يدل على اتجاه افراد العينة على دور تعاطف البنك مع الزبائن بالموافقة.

كما يظهر من خلال الجدول اعلاه ان العبارات رقم 31 و32 و 34 لديهم اكبر نسبة مئوية تفوق 63% جاءت ضمن اختيار موافق، مما يدل ان استجابات افراد العينة على ان البنك يولي اهمية للتعاطف مع الزبائن في تحقيق جودة الخدمة البنكية .

المطلب الثالث : اختبار الفرضيات.

من خلال دراستنا هذه سنحاول اختبار بعض الفرضيات الدراسة وتبيين الدور يتم من خلال تحليل العلاقة بين المتغيرات و الأبعاد لذلك سيتم تحليلها إتباع طريقة من الجزء الى الكل التي تفرضها علينا منهجية البحث أي إختبار الفرضيات الفرعية ثم الرئيسية وسيتم ذلك كما يلي:

1-اختبار الفرضية الفرعية الاولى:

توجد علاقة ايجابية ذات دلالة احصائية بين الخدمات البنكية الالكترونية وتصميم الموقع

جدول (03-17): يوضح نتائج تحليل التباين عن طريق الانحدار

مصدر التباين النموذج	مجموع مربع الانحرافات	درجة الحرية	متوسط الانحراف	القيمة الفائية	مستوى الدلالة
الانحدار	0.086	3	0.086	0.01	0.91
تباين الخطأ	224.08	28	8.003		
تباين كلي	224.16	29			

المصدر: مخرجاتSPSS رقم 22

يوضح الجدول أعلاه نتائج تحليل التباين الأحادي لاختبار معنوية الانحدار حيث نلاحظ ان القيمة الفائية تقدر بـ 0.01 دالة عند مستوى دلالة 0.91 وهي اكبر من مستوى الدلالة المعنوية 0.05 أي ان الانحدار غير معنوي وبالتالي لا يمكن التنبؤ بتصميم الموقع كمؤشر على جودة الخدمة البنكية من خلال درجات الخدمات البنكية الالكترونية.

مدى الدقة في تقدير المتغير التابع (تصميم الموقع)

جدول (3-18) يوضح نتائج التقدير الخطي

معامل الارتباط البسيط R	معامل التحديدR2	معامل التحديد المصحح R deux ajuste
0.020	0.000	0.035

المصدر: مخرجاتSPSS رقم 22

يظهر من الجدول أعلاه أن قيمة معامل الارتباط البسيط بلغت 20.0 ومعامل التحديد 00.00 اي ما نسبته 0 % بمعامل تصحيح قدره 0.035 ما نسبته 3%من التغيرات الحاصلة في تصميم الموقع سببها الخدمات البنكية الالكترونية.

اختبار مصداقية معلمات النموذج

جدول (03-19): يوضح نتائج التقدير

مصدر التباين	الثابت	قيمة بيتا beta	الخطأ المعياري	قيمة ت المحسوبة	مستوى الدلالة
الحد الثابت Constante	19.17		6.37	3.01	5,00
الخدمات البنكية الالكترونية	016,0	020,	15,	0.10	91,

المصدر: مخرجات SPSSرقم 22

يوضح الجدول أعلاه مساهمة المتغير المستقل في المتغير التابع حيث نلاحظ ان قيمة اختبار ت لدلالة المعنوية لمعامل الانحدار جاءت 0.91 اكبر من 0.05 أي انه لا يمكن تحديد أثر الخدمات البنكية الالكترونية على تصميم الموقع.

2-اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

توجد علاقة ايجابية ذات دلالة احصائية بين الخدمات البنكية الالكترونية والاعتمادية

جدول (03-20): يوضح نتائج تحليل التباين عن طريق الانحدار

مصدر التباين النموذج	مجموع مربع الانحرافات	درجة الحرية	متوسط الانحراف	القيمة الفائية	مستوى الدلالة
الانحدار	0.21	1	0.21	0.031	0.85

تباين الخطأ	190.48	28	6.80		
تباين كلي	190.70	29			

المصدر: مخرجات SPSS قم 22

يوضح الجدول أعلاه نتائج تحليل التباين الأحادي لاختبار معنوية الانحدار حيث نلاحظ ان القيمة الفائية تقدر بـ 0.031 دالة عند مستوى دلالة 0.85 وهي اكبر من مستوى الدلالة المعنوية 0.05 أي ان الانحدار غير معنوي وبالتالي لا يمكن التنبؤ بالاعتمادية كمؤشر على جودة الخدمة البنكية من خلال درجات الخدمات البنكية الالكترونية.

مدى الدقة في تقدير المتغير التابع (الاعتمادية)

جدول رقم (03-21): يوضح نتائج التقدير الخطي

معامل الارتباط البسيط R	معامل التحديدR2	معامل التحديد المصحح R deux ajuste
0.033	0.001	0.035

المصدر: مخرجاتSPSSرقم 22

يظهر من الجدول أعلاه ان قيمة معامل الارتباط البسيط بلغت0.20 ومعامل التحديد 0.00 0 اي ما نسبته 0 % بمعامل تصحيح قدره 0.035 ما نسبته %3من التغيرات الحاصلة في الاعتمادية سببها الخدمات البنكية الالكترونية

اختبار مصداقية معلمات النموذج

جدول (03-22): يوضح نتائج التقدير

مصدر التباين	الثابت	قيمة بيتا beta	الخطأ المعياري	قيمة ت المحسوبة	مستوى الدلالة

الحد الثابت Constante	19.17		6.37	3.01	5,00
الخدمات البنكية الالكترونية	016,0	020,	15,	0.10	91,

المصدر: مخرجات SPSSرقم 22

يوضح الجدول أعلاه مساهمة المتغير المستقل في المتغير التابع حيث نلاحظ ان قيمة اختبار ت لدلالة المعنوية لمعامل الانحدار جاءت 0.91 اكبر من 0.05 أي انه لا يمكن تحديد أثر الخدمات البنكية الالكترونية على الاعتمادية.

3-اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

توجد علاقة ايجابية ذات دلالة احصائية بين الخدمات البنكية الالكترونية والاستجابة

جدول رقم (03-23) يوضح نتائج تحليل التباين عن طريق الانحدار

مصدر التباين النموذج	مجموع مربع الانحرافات	درجة الحرية	متوسط الانحراف	القيمة الفائية	مستوى الدلالة
الانحدار	8.62	1	8.62	0.739	0.39
تباين الخطأ	326.84	28	11.67		
تباين كلي	335.46	29			

المصدر: مخرجات SPSS22

يوضح الجدول أعلاه نتائج تحليل التباين الأحادي لاختبار معنوية الانحدار حيث نلاحظ ان القيمة الفائية تقدر بـ 0.739 دالة عند مستوى دلالة 0.39 وهي اكبر من مستوى الدلالة

المعنوية 0.05 أي ان الانحدار غير معنوي وبالتالي لا يمكن التنبؤ بالاستجابة كمؤشر على جودة الخدمة البنكية من خلال درجات الخدمات البنكية الالكترونية.

مدى الدقة في تقدير المتغير التابع (الاستجابة)

جدول (03-24) يوضح نتائج التقدير الخطي

معامل الارتباط البسيط R	معامل التحديدR2	معامل التحديد المصحح R deux ajuste
0.16	0.026	0.009

المصدر: مخرجات SPSS22

يظهر من الجدول ان قيمة معامل الارتباط البسيط بلغت 0.16 ومعامل التحديد 0.026 اي ما نسبته 2.6% بمعامل تصحيح قدره 0.009 ما نسبته 0%من التغيرات الحاصلة في الاستجابة سببها الخدمات البنكية الالكترونية

اختبار مصداقية معلمات النموذج

جدول (03-25): يوضح نتائج التقدير

مصدر التباين	الثابت	قيمة بيتا beta	الخطأ المعياري	قيمة ت المحسوبة	مستوى الدلالة
الحد الثابت Constante	13.27		7.69	1.72	69,0
الخدمات البنكية الالكترونية	16,0	16,	18,	0.86	39,0

المصدر: مخرجات SPSS22

يوضح الجدول مساهمة المتغير المستقل في المتغير التابع حيث نلاحظ ان قيمة اختبار ت لدلالة المعنوية لمعامل الانحدار جاءت 0.39 اكبر من 0.05 أي انه لا يمكن تحديد أثر الخدمات البنكية الالكترونية على الاعتمادية.

4-اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

توجد علاقة ايجابية ذات دلالة احصائية بين الخدمات البنكية الالكترونية والامان

جدول (03-26): يوضح نتائج تحليل التباين عن طريق الانحدار

مصدر التباين النموذج	مجموع مربع الانحرافات	درجة الحرية	متوسط الانحراف	القيمة الفائية	مستوى الدلالة
الانحدار	0.005	1	0.005	0.001	0.97
تباين الخطأ	138.16	28	4.93		
تباين كلي	138.16	29			

المصدر:SPSS22

يوضح الجدول نتائج تحليل التباين الأحادي لاختبار معنوية الانحدار حيث نلاحظ ان القيمة الفائية تقدر بـ 0.001 دالة عند مستوى دلالة 0.97 وهي اكبر من مستوى الدلالة المعنوية 0.05 أي ان الانحدار غير معنوي وبالتالي لا يمكن التنبؤ بالامان كمؤشر على جودة الخدمة البنكية من خلال درجات الخدمات البنكية الالكترونية.

مدى الدقة في تقدير المتغير التابع (الامان)

جدول رقم(03-27): يوضح نتائج التقدير الخطي

معامل الارتباط البسيط R	معامل التحديدR2	معامل التحديد المصحح R deux ajuste

0.006	0.000	0.036

المصدر: مخرجات SPSS22

يظهر من الجدول أن قيمة معامل الارتباط البسيط بلغت 0.03 ومعامل التحديد 0.000 اي ما نسبته 0% بمعامل تصحيح قدره 0.006 ما نسبته 0%من التغيرات الحاصلة في الامان سببها الخدمات البنكية الالكترونية

اختبار مصداقية معلمات النموذج

جدول (03-28): يوضح نتائج التقدير

مصدر التباين	الثابت	قيمة بيتا beta	الخطأ المعياري	قيمة ت المحسوبة	مستوى الدلالة
الحد الثابت Constante	17.33		5.00	3.46	02,00
الخدمات البنكية الالكترونية	-0.004	006,-0	12,	0.03	97,0

المصدر: مخرجات SPSSرقم 22

يوضح الجدول مساهمة المتغير المستقل في المتغير التابع حيث نلاحظ ان قيمة اختبار ت لدلالة المعنوية لمعامل الانحدار جاءت 0.97 اكبر من 0.05 أي انه لا يمكن تحديد أثر الخدمات البنكية الالكترونية على الامان

5-اختبار الفرضية الفرعية الخامسة:

توجد علاقة ايجابية ذات دلالة احصائية بين الخدمات البنكية الالكترونية والتعاطف

جدول (03-29): يوضح نتائج تحليل التباين عن طريق الانحدار

مصدر التباين النموذج	مجموع مربع الانحرافات	درجة الحرية	متوسط الانحراف	القيمة الفائية	مستوى الدلالة
الانحدار	1.78	1	1.78	0.36	0.55
تباين الخطأ	138.88	28	4.96		
تباين كلي	140.66	29			

المصدر: مخرجات SPSS22

يوضح الجدول نتائج تحليل التباين الأحادي لاختبار معنوية الانحدار حيث نلاحظ ان القيمة الفائية تقدر بـ 0.36 دالة عند مستوى دلالة 0.55 وهي اكبر من مستوى الدلالة المعنوية 0.05 أي ان الانحدار غير معنوي وبالتالي لا يمكن التنبؤ بالتعاطف كمؤشر على جودة الخدمة البنكية من خلال درجات الخدمات البنكية الالكترونية.

مدى الدقة في تقدير المتغير التابع (التعاطف)

جدول رقم (03-30) يوضح نتائج التقدير الخطي

معامل الارتباط البسيط R	معامل التحديدR2	معامل التحديد المصحح R deux ajuste
0.11	0.013	0.023

المصدر: مخرجات SPSS22

يظهر من الجدول ان قيمة معامل الارتباط البسيط بلغت 0.11 ومعامل التحديد 0.013 اي ما نسبته 1.3 % بمعامل تصحيح قدره 0.023 ما نسبته 0%من التغيرات الحاصلة في التعاطف سببها الخدمات البنكية الالكترونية.

اختبار مصداقية معلمات النموذج

جدول (03-31): يوضح نتائج التقدير

مصدر التباين	الثابت	قيمة بيتا beta	الخطأ المعياري	قيمة ت المحسوبة	مستوى الدلالة
الحد الثابت Constante	13.33		5.01	2.65	13,0
الخدمات البنكية الالكترونية	073 ,0	11,0	12,0	0.60	553,

المصدر: مخرجات SPSS22

يوضح الجدول مساهمة المتغير المستقل في المتغير التابع حيث نلاحظ ان قيمة اختبار ت لدلالة المعنوية لمعامل الانحدار جاءت 0.553 اكبر من 0.05 أي انه لا يمكن تحديد أثر الخدمات البنكية الالكترونية على التعاطف

6-اختبار الفرضية الرئيسية:

لمعرفة شكل العلاقة وقوتها بين الخدمات البنكية الالكترونية وجودة الخدمات البنكية سنفترض انها خطية ونقوم بصياغتها واختبارها كالاتي:

Y: المتغير التابع جودة الخدمة البنكية

x_1: المتغير المستقل الخدمات البنكية الالكترونية

ولاختبار هذا النموذج سنفرض الفرضيات التالية:

الفرضية الصفرية H0: خط الانحدار لا يتلائم مع البيانات وبالتالي لا علاقة بين الخدمات البنكية الالكترونية و جودة الخدمة البنكية عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$.

الفرضية البديلة H1: خط الانحدار يتلائم مع البيانات وبالتالي توجد علاقة بين جودة الخدمات البنكية الالكترونية و جودة الخدمة البنكية عند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$.

لاختبار هذه الفرضيات سنقوم باستعمال طريقة (Stepwise) التي تهدف الى ادخال جميع النماذج خالي من المتغيرات لا معنوية وهذا بالاستعانة ببرنامج SPSS22 كما هو موضح في الجدول:

جدول (03-32): يوضح نتائج تحليل التباين عن طريق الانحدار

مصدر التباين النموذج	مجموع مربع الانحرافات	درجة الحرية	متوسط الانحراف	القيمة الفائية	مستوى الدلالة
الانحدار	24.54	3	24.54	0.20	0.65
تباين الخطأ	75,3413	28	119.34		
تباين كلي	3366.30	29			

المصدر: مخرجات SPSS22

يوضح الجدول نتائج تحليل التباين الأحادي لاختبار معنوية الانحدار حيث نلاحظ ان القيمة الفائية تقدر بـ 0.20 دالة عند مستوى دلالة 0.65 وهي اكبر من مستوى الدلالة المعنوية 0.05 أي ان الانحدار غير معنوي وبالتالي لا يمكن التنبؤ بجودة الخدمات البنكية الالكترونية من خلال درجات الخدمات البنكية الالكترونية.

مدى الدقة في تقدير المتغير التابع (جودة الخدمة البنكية)

جدول رقم (03-33): يوضح نتائج التقدير الخطي

معامل الارتباط البسيط R	معامل التحديدR2	معامل التحديد المصحح R deux ajuste

0.085	0.007	0.028

المصدر: مخرجات SPSS22

يظهر من الجدول ان قيمة معامل الارتباط البسيط بلغت 0.08 ومعامل التحديد 0.007 اي ما نسبته 0.7 % بمعامل تصحيح قدره 0.028 ما نسبته 2 %من التغيرات الحاصلة في جودة الخدمة البنكية سببها الخدمات البنكية الالكترونية

اختبار مصداقية معلمات النموذج

جدول (03-34): يوضح نتائج التقدير

مصدر التباين	الثابت	قيمة بيتا beta	الخطأ المعياري	قيمة ت المحسوبة	مستوى الدلالة
الحد الثابت Constante	82.17		24.60	3.34	2,00
الخدمات البنكية الالكترونية	27,0	5,08	0,60	0.45	65,

المصدر: مخرجاتSPSS22

يوضح الجدول مساهمة المتغير المستقل في المتغير التابع حيث نلاحظ ان قيمة اختبار ت لدلالة المعنوية لمعامل الانحدار جاءت 0.65 اكبر من 0.05 أي انه لا يمكن تحديد أثر الخدمات البنكية الالكترونية على جودة الخدمة البنكية.

خلاصة :

بعد الدراسة التي أجريناها حول البنك الوطني للجزائر– وكالة المدية–، يمكن القول أن البنك يلعب دورًا مهمًا في دعم النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة في الجزائر، وذلك من خلال تقديمه لمجموعة واسعة من الخدمات المصرفية والمالية للأفراد والشركات والمؤسسات العامة والخاصة. ونتيجة لذلك، فإن البنك يحظى بثقة كبيرة من قبل عملائه، بفضل سياساته الاستراتيجية الرائدة والمتطورة، واستخدامه تكنولوجيا المعلومات المتقدمة لتوفير خدماته.

وعلى الرغم من التحديات التي يواجهها البنك، فإنه يسعى جاهدًا لتحسين جودة خدماته، ولا سيما خدماته الإلكترونية والمالية، وذلك من خلال تقديم أفضل وأجود الخدمات، بما في ذلك وسائل الدفع المختلفة والتعاملات المالية عبر موقع البنك الرسمي، بهدف كسب ثقة ورضا العملاء وتطوير جودة خدماته. وإستنادًا إلى نتائج الدراسة التي أجريناها، فإن هذا النهج يساعد البنك على تحقيق هدفه في دعم النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة في الجزائر، وتحسين حياة المواطنين والمجتمع بصفة عامة.



خاتمة

من خلال هذه الدراسة تم التطرق للعديد من الجوانب و النقاط التي تدخل ضمن الخدمات البنكية الإلكترونية ودورها في تطوير وتحسين جودة الخدمة البنكية، بحيث تناولت الدراسة مفهوم عام للخدمات البنكية وخصائصها وكذا أنواع الخدمات البنكية الإلكترونية ومختلف قنوات توزيعها، كما تم التطرق إلى أهمية إقتصاد المعرفة وعلاقته بتطوير الخدمة البنكية، بالإضافة إلى هذا فقد تم التعرف على جودة الخدمات البنكية الإلكترونية من مفهوم وأبعاد إلى نماذج تقييمها وكذا أساليب تحسينها، وهذا من أجل الإلمام بالجانب النظري للدراسة.

من جهة أخرى كان الجانب التطبيقي عبارة عن دراسة حالة البنك للوطني الجزائري وكالة المدية، وهذا من أجل تطبيق أداة الدراسة المتمثلة في الإستبيان، وكان ذلك من خلال توزيع الإستمارات على عمال البنك محل الدراسة، للتمكن بعدها من تحليل ودراسة العينة المختارة وذلك بعدة أساليب إحصائية لتحليل إستجابة عمال البنك مع الدراسة، وهذا من خلال تحليل معطيات spss لمعرفة أنواع الخدمات البنكية الإلكترونية المقدمة ومدى مساهمة هذه الأخيرة في تطوير جودة الخدمة البنكية.

نتائج الدراسة: بعد القيام بالدراسة النظرية والميدانية تم التوصل لجملة من النتائج، سنتعرف عليها فيما يلي:

النتأئج النظرية: وهي كالتالي:

- ✓تطور الخدمات البنكية كان لابد منه لمواكبة التغيرات الحاصلة بشكل مستمر وهذا لتطوير الخدمات حسب ما فرضته التكنولوجيا، بحيث أصبحت الخدمات تقدم بشكل مستمر دون انقطاع.
- ✓تنوعت واختلفت الخدمات البنكية حتى من ناحية الخصائص والمميزات.
- ✓تعد الخدمات البنكية أحد العوامل التي تعتمد عليها البنوك في تحسين تجربة العملاء وتلبية رغباتهم.
- ✓توفير وسائل دفع مختلفة دفع بتوسيع الآفاق نحو تعاملات دولية مختلفة.

- ✓محاولة تقريب العميل أكثر بالبنك وذلك بتوفير تطبيقات خاصة تسهل تعاملاته البنكية، بهدف الرفع من جودة خدماته المقدمة.
- ✓تعدد وتنوع قنوات توزيع الخدمات البنكية الإلكترونية من أهم الخطوات المساعدة في التقريب بين البنك والمواطن.
- ✓مع التطورات السريعة والتعاملات المختلفة وكذا تنوع الخدمات البنكية الإلكترونية أصبح هناك نوع من عدم الإستيعاب للمواطن، وهذا يرجع إلى نقص المعرفة لهذه الخدمات من جهة، وكذا نقص الإشهار من طرف البنك من جهة أخرى.

نتائج الدراسة الميدانية:

بعد القيام بالزيارة الميدانية للبنك الوطني الجزائري–وكالة المدية– وبعد التعرف على مختلف الخدمات المقدمة من البنك، وكذا الإطلاع على الموقع الرسمي للبنك على شبكة الأنترنت، وتحليل استمارات الإستبيان الموزعة على عمال البنك باستخدام معطيات spss، تم التوصل لجملة من النتائج، نذكرها فيما يلي:

- ✓يولي البنك أهمية في اختيار العاملين، سواء من ناحية المستوى التعليمي وحتى العمر.
- ✓يسعى البنك الوطني الجزائري–وكالة المدية– إلى تقديم مختلف الخدمات البنكية الإلكترونية بالسرعة والدقة المناسبة.
- ✓توصلت نتائج الدراسة الميدانية أن أداة الدراسة المتمثلة في الإستبيان تتمتع بمصداقية جيدة وثبات عالي، وهذا ما أثبته معامل ألفا كرونباخ والذي بلغت قيمته المحسوبة ما يساوي 80٪ وأكثر للمحور الثاني والثالث، وهي قيمة جيدة تدل على ثبات عالي تتمتع به هذه الدراسة ويمكن الإعتماد عليه في التطبيق الميداني.
- ✓من بين النتائج التي توصلت إليها الدراسة والمتعلقة بالخصائص الشخصية للعينة محل الدراسة، أغلبهم تقل أعمارهم عن 41سنة بنسبة 60٪، أي أن البنك يهتم بتوظيف الشباب، أما المستوى التعليمي فقد سجل بنسبة أعلى عند مستوى لسانس ب 53%، مما يدل على

اهتمام البنك بالمؤهل العلمي في انتقاء موظفيه، أما من ناحية سنوات الخبرة فقد سجلت أعل نسبة ب 40٪ ممن لديهم خبرة تتراوح بين 5 و 10 سنوات و بنسبة 33٪ ممن تتراوح سنوات خبرتهم بين 11 إلى 16 سن، وهي تعتبر نسب جيدة مساعدة للبنك في تقديم خدماته بدقة ومعرفة أكثر، ومن ناحية تعرض موقع البنك للإختراق فكانت معظم الإجابات ب لا وهذا دليل على الأمان الكبير الذي يوفره البنك لسرية خدماته البنكية الإلكترونية مما يعتبر مؤشرا جيدا على جودة خدماته المقدمة عبر البنك.

من خلال تحليل نتائج المتغير المستقل والمتمثل في الخدمات البنكية الإلكترونية تبين أن البنك يقدم تشكيلة متنوعة من الخدمات وهذا حسب المتوسط الحسابي، بحيث نجد المتوسط الحسابي 3.73 للعبارة رقم 1 والتي تميل للاختيار موافق بنسبة 57% والذي يعني أن البنك يولي أهمية كبيرة في التعامل مع زبائنه عبر شبكة الأنترنت، كما نجد العبارة رقم 2 بمتوسط حسابي 4.2 والتي تميل للاختيار موافق بنسبة 67% مما يدل أن البنك يهتم بتقديم خدماته بصفة دورية عبر الصراف الآلي، أما العبارة رقم 3 فهي بمتوسط حسابي 4.13 والذي يميل للاختيار موافق بنسبة 73٪ أي أن البنك يقدم خدمات الدفع أثناء الشراء، والعبارة رقم 4 بمتوسط حسابي 3.73 ومنه إجابات العمال كانت تميل إلى الإختيار موافق بدرجة 60٪ومنه البنك يوفر لزبائنه أجهزة تساعدهم على أداء مدفوعاتهم في مختلف المؤسسات التجارية، كما وافق عمال البنك على العبارة رقم 5 بنسبة 60٪ وجاء المتوسط الحسابي ب 3.76 مما يعني أن البنك يساعد عملاءه في الحصول على بطاقات الدفع عند كل طلب منهم، كما جاء المتوسط الحسابي للعبارة رقم 6 ب 3.47ومنه يميل العمال للاختيار موافق بنسبة 50٪ على استخدام الشيكات الإلكترونية وذلك من أجل تسهيل وتسريع عملياتهم، كما جاء المتوسط الحسابي ب 4.00 وبنسبة 67٪ على الإختيار موافق للعبارة 7 أي أن البنك يقوم بعمليات التحويل المالية بين الحسابات، غير أن المتوسط الحسابي للعبارة رقم 8 كان 3.33 وهذا لأن إجابات العمال تميل للأختيار محايد على توفير البنك لخدمة الكمبيالة الإلكترونية ويرجع هذا

لأنها تكنولوجيا جديدة ليس للعمال دراية كاملة بهذه الخدمة، كما جاء المتوسط الحسابي للعبارة رقم 9 ب 3.17 وهذا لاختيار العمال الحيادية في الإجابة على توفير البنك الإعتماد المستندي الإلكتروني بنسبة 56٪ وهذا يعبر عن عدم معرفة العمال لمثل هذا النوع من الخدمات ربما لنقص التعامل به أو أن البنك لايتعامل بهذا النوع من الخدمات، ويعبر المتوسط الحسابي 3.37 للعبارة رقم 10 عن اختيار البنك للحيادية في توفير البنك لخدمة المحافظ الإلكترونية لعملائه أي أن البنك لا يتعامل بهذه الخدمة، كما جاء المتوسط الحسابي ب 3.87 وبنسبة 54٪ على الموافقة لتوفير البنك لخدمة المقاصة الإلكترونية، إذا الإجابة بالحيادية عن خدمة الكمبيالة الإلكترونية وخدمة الإعتماد المستندي و المحافظ الإلكترونية دليل أن العمال يجهلون وغير واثقين من الخدمات المقدمة من طرف البنك.

- ✓ لاتوجد علاقة بين الخدمات البنكية الإلكترونية وتصميم الموقع، وهذا لأن اختبار ت لدلالة المعنوية لمعامل الإنحدار 0.91 أكبر من 0.05 أي أنه لا يمكن تحديد أثر الخدمات البنكية الإلكترونية على تصميم الموقع كبعد من جودة الخدمة البنكية.
- ✓ لا توجد علاقة بين الخدمات البنكية الإلكترونية و الإستجابة، وهذا لأن اختبار ت لدلالة المعنوية لمعامل الإنحدار 0.91 أكبر من 0.05، أي أنه لا يمكن تحديد اثر الخدمات البنكية الإلكترونية على الإعتمادية كبعد من جودة الخدمة البنكية.
- ✓ لا توجد علاقة بين الخدمات البنكية الإلكترونية والإعتمادية، وهذا لأن اختبار ت لدلالة المعنوية لمعامل الإنحدار 0.39 أكبر من 0.05 أي أنه لا يمكن تحديد أثر الخدمات البنكية الإلكترونية على الإعتمادية كبعد من جودة الخدمة البنكية.
- ✓ لا توجد علاقة بين الخدمات البنكية الإلكترونية والأمان، وهذا لأن اختبار ت لدلالة المعنوية لمعامل الإنحدار 0.97 أكبر من 0.05، أي أنه لا يمكن تحديد أثر الخدمات البنكية الإلكترونية على الأمان كبعد من جودة الخدمة البنكية.

- ✓ لا توجد علاقة بين الخدمات البنكية الإلكترونية والتعاطف، وهذا لأن قيمة اختبار ت لدلالة المعنوية لمعامل الإنحدار 0.553 أكبر من 0.05 أي أنه لا يمكن تحديد أثر الخدمات البنكية الإلكترونية على التعاطف كبعد من جودة الخدمة البنكية.
- ✓ حسب ابعاد جودة الخدمة البنكية، فإنه لا يوجد تأثير للخدمات البنكية الإلكترونية على جودة الخدمة البنكية، وهذا حسب اختبار ت لدلالة المعنوية لمعامل الإنحدار 0.65 أكبر من 0.05, يرجع هذا لكون التكنولوجيا المستخدمة جديدة نوعا ما، ونقص المنافسة بين البنوك على تقديم أجود الخدمات، كما أن هناك نقص في خبرة الموظفين في التعامل مع أنواع الخدمات.

المقترحات: على ضوء النتائج المتوصل إليها من خلال الدراسة، يمكن طرح مجموعة اقتراحات المتمثلة في :

- ✓ توفير خدمات مصرفية متعددة اللغات لتحسين تجربة المستخدم العالمية وتقديم خدمات أكثر شمولية للعملاء من جنسيات مختلفة.
- ✓ تقديم الدعم الفني وذلك عن طريق توفير خدمة المكالمات أو الرد على الإيمايل لحل مشاكل واستفسارات الزبائن.
- ✓ توفير خدمات مصرفية متخصصة لفئات معينة من المنظمات والأفراد ذوي الاحتياجات الخاصة، وذلك لتحسين تجربتهم وتلبة احتياجاتهم الخاصة.
- ✓ الاستفادة القصوى من التكنولوجيا الحديثة المتاحة مثل الذكاء الاصطناعي وتقنيات التعلم الآلي، وهذا لإعطاء الزبون خدمة بنكية إلكترونية ذات جودة عالية فريدة من نوعها.
- ✓ الإشهار والترويج أكثر لخدمات البنك الإلكترونية من أجل زيادة الوعي والثقافة المصرفية لدى مستخدمي الخدمات البنكية خاصة الإلكترونية.
- ✓ الاستفادة من التحليلات البيانية لمستخدمي الخدمات البنكية الإلكترونية، وبالتالي زيادة جودة الخدمة المقدمة من طرف البنك.

- ✓فتح شراكات مع بنوك دولية متعددة وذلك من أجل الإستفادة من خبراتهم و وتفوقهم في مجال الخدمات البنكية الإلكترونية.
- ✓الإستثمار في العنصر البشري عن طريق تكوين إطارات من العمال المتخصصين في المجال البنكي.

آفاق الدراسة: وفي الأخير تبقى هذه الدراسة مجرد محاولة لربط الخدمات البنكية الإلكترونية للبنك الوطني الجزائري وكالة المدية بجودة الخدمة عن طريق عدة أبعاد، ومن الممكن التوسع في الموضوع باقتراح المواضيع التالية:

-دراسة أثر استخدام التقنيات الحديثة في تحسين جودة الخدمة البنكية .

-مدى تأثير الإبتكار والتطور في تقديم خدمة بنكية إلكترونية ذات جودة عالمية.



قائمة المصادر و المراجع

قائمة المصادر و المراجع :

أولا : الكتب

01 إيلاف فاخر كاظم علي، مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية، الطبعة الأولى، المركز العربي للنشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية، 2017.

02 بهجت راضي، يوسف العربي، إدارة الجودة الشاملة (المفهوم والفلسفة والتطبيقات)، شركة روابط للنشر وتقنية المعلومات، الطبعة 1، القاهرة– مصر، 2015.

03 بوعزوز هواري وآخرون، تسويق خدمات التأنين واقع السوق الحالي وتحديات المستقبل، كنوز المعرفة، طبعة 1، 2013 .

04 خبابة عبد الله ،الإقتصاد المصرفي ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية، 2008.

05 خضر مصباح إسماعيل الطيطي، أساسيات أمن المعلومات والحاسوب، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة1، عمان–الأردن–،2010.

06 ربى محمد تيسير، بذول السقال، قياس جودة الخدمات المصرفية المقدمة في المصارف التجارية، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن،2016.

07 رسلان علاء الدين، استراتيجيات الإصلاح الإداري، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا ،2020.

08 رعد حسن الصرن، عولمة جودة الخدمة المصرفية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة 1، دمشق، 2007.

09 السعيد بريكة ونادية شبانة ،البنوك الإلكترونية E-Banking الواقع والآفاق، دار الكتاب الحديث، الطبعة 1، القاهرة 2016.

10 عادل محمد عبد الله، إدارة جودة الخدمات، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة 1، عمان– الأردن، 2013.

11 عامر إبراهيم قنديلجي ، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة 2، عمان، 2016.

12 عبد الكريم أحمد جميل ،التسويق المصرفي ،الجنادرية للنشر والتوزيع ،الطبعة الأولى، الأردن،2015.

13 عبد الكريم أحمد جميل، التسويق المصرفي، الجنادرية للنشر والتوزيع، الطبعة1، الأردن، 2015.

14 عبد الهادي مسعودي، الأعمال المصرفية الإلكترونية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.

15 عوض الطراونة، الجودة الشاملة في تنمية مهاراتي، دار الخليج للنشر والتوزيع، الطبعة 1،الأردن، 2016.

16 غسان الطالب ،راكز الزعاير ،الإدارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني لمنظمات الأعمال المعاصرة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،2020، ص 101– 102.

17 محمد الصيرفي، إدارة المصارف، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر،الطبعة1، الإسكندرية ،2006 .

18 محمود حامد، إقتصاديات البنوك والأسواق المالية، دار حميثرا للنشر والترجمة، الطبعة 1، بدون بلد النشر، 2017.

19 محمود عبد السلام علي ، الفكر الإعلامي الحديث ،دار المعتز للنشر والتوزيع ،الطبعة الأولى ،2017.

20 مصطفى كافي، النقود والبنوك الإلكترونية، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2011.

21 منير محمد الجنبيهي، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الطبعة 1، الإسكندرية، 2005.

22 هاشم الشمري، نادية الليثي ،الإقتصاد المعرفي ،دار صفاء، طبعة 1، عمان، 2008.

23 وسيم محمد الحداد وآخرون ،الخدمات المصرفية الإلكترونية ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ،عمان ،الطبعة الأولى ،2012.

24 وصفي عبد الرحمان أحمد النعسة ، التسويق المصرفي، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة 1، 2010،.

25 يوسف حسن يوسف ،البنوك الإلكترونية، المركز القومي للإصدارات القانونية، الطبعة 1،القاهرة ،2012.

ثانيا : المجلات والمقالات و الملتقيات

01 أحمد طرطار، سارة حليمي، جودة الخدمات المصرفية كآلية. لتفعيل الميزة التنافسية للبنك، مداخلة الملتقى الدولي حول إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات،جامعة تبسة، 2010.

02 أديب قاسم شندي، الصيرفة الإلكترونية، مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية، العدد السابع والعشرون،2011.

03 اعمر ابن موسى، أحمد علماوي، الخدمات المصرفية الإلكترونية بين التحديات ومتطلبات النجاح، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، جامعة زيان عاشور الجلفة، مجلد6، العدد02، الجزائر، 2020

04 بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا. العدد3، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف– الجزائر، 2005.

05 بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا. العدد3، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف– الجزائر، 2005.

06 بشيراير عمران، تهتان موراد، أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على تحسين جودة الخدمات بالمصارف، معارف مجلة علمية محكمة،، العدد 20، جامعة البويرة، جوان 2016.

07 بعلوج بولعيد ، المقارنة بين موارد واستخدامات البنوك الإسلامية والتقليدية في مداخلات الملتقى الوطني الأول حول النظام المصرفي الجزائري بكلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير ،جامعة 8 ماي 1945 ، 05–06 نوفمبر 2001.

08 بلمهدي يوسف وآخرون ،الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الجزائرية ،دراسة تقييمية للخدمات المصرفية الإلكترونية ،المجلة الجزائرية للأداء الإقتصادي ،العدد 03، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة –2–، 2018.

09 بهوري نبيل، نشاد حكيم ،المخاطر الإلكترونية وتكنولوجيا الإبتكار في مجال الصناعة المصرفية ،مجلة اقتصاد المال و الأعمال ،المجلد 04 العدد 01،الجزائر، ميلة معهد العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2020.

10 بوعيشة مبارك، الشامية بن عباس، واقع وآفاق تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة بالجزائر–القطاع المصرفي–، مداخلة في الملتقى الدولي حولتطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، جامعة قسنطينة، 2010.

11 تطار محمد منصف ،النظام المصرفي الجزائري و الصيرفة الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة ،2002.

12 حمزة فائق وهيب الزبيدي، منار حيدر علي الغانمي، تطور الصيرفة الإلكترونية وأثر الرقابة الداخلية على العمليات المصرفية الإلكترونية، مجلة كلية التراث الجامعة، العدد العشرون، جامعة بغداد، العراق،2015.

13 حوتية عمر و بن مسعود محمد، التجارة الإلكترونية في الجزائر واقع وآفاق، عنوان المداخلة :دور البنوك الإلكترونية في دعم وتطوير التجارة الإلكترونية ، الجامعة الإفريقية أحمد دراية ،أدرار، 2007.

14 داودي محمد ،وافي ميلود ، واقع ومتطلبات تفعيل البنوك الإلكترونية ،مجلة الدراسات التسويقية وإدارة الأعمال ،المجلد 01،العدد 01، 2017.

15 ديدوش هاجرة، حريري عبد الغني، واقع الخدمات المصرفية الالكترونية بالنوك الجزائرية، مجلة استراتيجيات التحقيقات الاقتصادية والمالية، المجلد04، العدد01، جامعة الشلف، 2022،.

16 رعد حسن الصرن، أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الأنترنت وجدة الخدمة المصرفية ،جامعة دمشق، مجلة العلوم الإنسانية–جامعة محمد خيضر بسكرة– 2005.

17 زبير عياش ،بوكحيل نسيم ،تطوير وعصرنة الخدمات البنكية في ظل التوجه نحو اقتصاد المعرفة ،مجلة ميلاف للبحوث والدراسات ،العدد الخامس ،جامعة العربي بن مهيدي ،أم البواقي ،الجزائر ،2017.

18 زيدان محمد، قورين حاج قويدر، جودة الخدمات المصرفية، مداخلة في المؤتمر الدولي الثالث حول الجودة والتميز في منظمات الأعمال، جامعة سكيكدة، 2007.

19 زيدان محمد، قورين حاج قويدر، جودة الخدمات المصرفية، مداخلة في المؤتمر الدولي الثالث حول الجودة والتميز في منظمات الأعمال، جامعة سكيكدة، 2007.

20 السعيد بريبش وسارة طبيب، إدارة المخاطر كمدخل معاصر لتعزيز العمل المصرفي الإلكتروني في ظل التطورات التكنولوجية ،مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الثالث حول الصيرفة الإلكترونية التقليدية ومتطلبات التوقع الجيد،جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ،2 و 3 ديسمبر 2013.

21 شيرين بدري البارودي ،دور إقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات الإلكترونية ،بحث مقدم للمؤتمر العلمي الخامس: إقتصاد المعرفة والتنمية الإقتصادية ،جامعة الزيتونة الأردنية ،العراق ،2005.

22 عبد الكريم حساني ،جبار بوكثير، تقييم ابعاد جودة الخدمة البنكية وأثرها على رضا الزبائن ، مجلة البحوث الإقتصادية والمالية، العدد 1، جامعة أم البواقي المجلد الخامس، جوان 2018.

23 عمر علي بابكر الطاهر، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 14، محافظة الدرب، المملكة العربية السعودية، 2019.

24 عمر علي بابكر الطاهر، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 14، محافظة الدرب، المملكة العربية السعودية، 2019.

25 فراس الأشقر ،التسويق المصرفي ،محاضرة السادسة والسابعة بعنوان عناصر المزيج التسويقي (المنتج)،2018.

26 قاسم شاوش سعيدة، دراسة بعنوان تقييم جودة الخدمة المصرفية بالبنوك الجزائرية باستخدام نموذج الفجوات، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، ديسمبر 2018 .

27 قاسمي مريم، مجاني غنية، مقال بعنوان تطوير وتنويع الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية في البنوك الجزائرية ،مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية ، العدد الإقتصادي، الجزائر، جامعة بن عاشور الجلفة، 2018.

28 قاشي خالد ، العثماني مصطفى ،إستراتيجية إدارة مخاطر الصيرفة الإلكترونية، مجلة الإقتصاد الجديد، العدد 02، جانفي 2010 .

29 قنطري زليخة ، بوباكور فارس ، مقال بعنوان جودة الخدمات :حول بعض المفاهيم، مجلة الإقتصاد الصناعي، الجزائر، جامعة الحاج لخضر – باتنة–،2011.

30 محمد مسفر العجمي، البنوك الإلكترونية ، إعصار التكنولوجيا ومستقبل القطاع المصرفي ، صحيفة مال الإلكترونية،2 أكتوبر 2020.

31 مداح عرايبي الحاج و بارك نعيمة ،أهمية البنوك الإلكترونية في تفعيل وسائل الدفع الإلكتروني في الوطن العربي الواقع والآفاق، مجلة الإقتصاد الجديد ،العدد 02،جانفي 2010.

32 نجاح بولودان، دور توقعات العملاء في تحسين جودة الخدمة البنكية،بحث مقدم إلى ملتقى الدوري، إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010.

33 نجاح بولودان، دور توقعات العملاء في تحسين جودة الخدمة البنكية، بحث مقدم إلى ملتقى الدوري، إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010.

34 نور الدين إيمان ، تطوير الخدمات البنكية في ظل اقتصاد المعرفة ،مجلة البحوث والدراسات التجارية ،مجلد 03 العدد02 ،جامعة محمد خيضر ،بسكرة ،2019.

35 وليد بيبي محمد ريضا جعفاري، أثر أبعاد جودة الخدمات البنكية على رضا الزبائن من وجهة نظر زبائن بنك التنمية المحلية، دراسة لمجلة المقريزي للدراسات الإقتصادية والمالية، المجلد06، العدد01، الجزائر، 2022.

36 وليد بيبي محمد ريضا جعفاري، أثر أبعاد جودة الخدمات البنكية على رضا الزبائن من وجهة نظر زبائن بنك التنمية المحلية، دراسة لمجلة المقريزي للدراسات الإقتصادية والمالية، المجلد06، العدد01، الجزائر، 2022.

37 وليد بيبي محمد ريضا جعفاري، أثر أبعاد جودة الخدمات البنكية على رضا الزبائن من وجهة نظر زبائن بنك التنمية المحلية، دراسة لمجلة المقريزي للدراسات الإقتصادية والمالية، المجلد06، العدد01، الجزائر، 2022.

38 وهاب نعمون، النظم المعاصرة لتوزيع الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد لرابع، جامعة محمد خيضر بسكرة– الجزائر، ديسمبر 2008.

39 يوسف صوار، كلتومة ماحي ، أثر جودة الخدمات البنكية على ولاء العميل، مجلة البشائر الاقتصادية، العدد05، جامعة سعيدة، جوان 2016 .

ثالثا : المذكرات

01 احمد خليفة الدلابيح، جودة الخدمات الصحية المقدمة من مستشفى الملك المؤسس عبد الله الجامعي من وجهة نظر متلقي الخدمة، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإدارة العامة، عمادة الدراسات العليا، جامعة آل البيت، السعودية، 2014/ 2015.

02 اعمر بن موسى، الخدمات المصرفية الالكترونية ومتطلبات تطويرها في الجزائر، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في ميدان علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية، فرع علوم التسيير، تخصص دراسات مالية، جامعة غرداية– الجزائر، 2019– 2020.

03 إلهام عطاوي، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على أداء البنوك، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الإقتصادية تخصص مالية ، جامعة الجيلالي اليابس، سيدي بلعباس،2014–2015.

04 بريش عبد القادر ، التحرير المصرفي و متطلبات تطوير الخدمات المصرفية و زيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، 2005–2006.

05 توفيق محمد فضل الله محمد، فاعلية نظم المعلومات الإدارية في اتخاذ القرارات الإدارية في اتخاذ القرار على الخدمات المصرفية، بحث تكميلي لنيل درجة ماجستير العلوم في إدارة الأعمال، كلية العلوم الإدارية، قسم إدارة الأعمال، عمادة الدراسات العليا، جامعية أفريقيا العالمية، الخرطوم، السودان 2019،.

06 جمال بوعتروس، دور التسويق الإلكتروني في تطوير سياسات التسويق المصرفي ،رسالة ماحيستير ،كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير ،جامعة منتوري، قسنطينة ،2008–2009.

07 دغنوش العطرة، استخدام شبكة الأنترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية وأثرها على الأداء البنكي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، قسم علوم اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2016/ 2017.

08 السعيد بريكة، بوراس أحمد، واقع عمليات الصيرفة الإلكترونية (E-BANKING)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي– الجزائر، 2010– 2011.

09 سعيد محمد سعيد البردويل، الخدمات المصرفية الإلكترونية المطبقة في البنوك الإسلامية وعلاقتها برضا العملاء، قسم إدارة الأعمال، كلية الدراسات العليا، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، فلسطين، 2015.

10 صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية، على رضا الزبائن، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال، كليوة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، عمان– الأردن، 2016.

11 ضيف أحمد، محاضرات في مقياس الإقتصاد البنكي المعمق، جامعة آكلي محند أولحاج، البويرة ،سنة أولى ماستر تخصص إقتصاد نقدي و بنكي، سنة 2020-2021.

12 عامر بشير ،دور الإقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك ، أطروحة دكتوراه في العلوم الإقتصادية جامعة الجزائر ،2011-2012،.

13 فضيلة شيروف، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، رسالة ماجستير، (غير منشورة)، تخصص تسويق، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2010.

14 قدة حبيبة ،مداخلة بعنوان :آليات وضوابط البنوك الإلكترونية ،جامعة محمد بوضياف ،المسيلة ،18 نوفمبر 2018.

15 ليث محمود أحمد الحاج، نظام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر (SMS) ودوره في تحقيق ولاء العملاء في البنوك التجارية الأردنية، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012،.

16 ليلى محمد وليد بدران ، حلقة بحث بعنوان: تسويق الخدمات المصرفية ، جامعة دمشق، ماجستير إدارة الأعمال، 2009.

17 مفتاح صالح ومعارفي فريدة بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الخامس بعنوان البنوك الإلكترونية ،جامعة فيلادليفيا ، كلية العلوم الإدارية والمالية ،2007.

18 نسيم بوكحيل ،تطوير الخدمات البنكية كمدخل لتحقيق رضا الزبون في ظل اقتصاد المعرفة ،أطروحة دكتوراه الطور الثالث في علوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي ،أم البواقي، 2017-2018.

رابعا : المواقع الإلكترونية

01 12/2023/https://www.scribd.com

02 www.bna.comالموقع الإلكتروني للبنك 2023،ماي، 18

قائمة الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة يحي فارس–المدية–

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

تخصص: إدارة مالية

استبيان حول: دور الخدمات البنكية الالكترونية في تطوير جودة الخدمة البنكية

دراسة حالة عينة من البنك الوطني الجزائري BNA

استبيان موجه للموظفين

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته:

هذا الاستبيان يندرج في إطار دراسة ميدانية للحصول على شهادة الماستر تخصص إدارة مالية، ويناقش موضوع الخدمات البنكية الالكترونية ودورها في تطوير جودة الخدمة البنكية على البنك الوطني الجزائري، لذا أرجو منكم التكرم بقراءة عبارات الاستبيان بتأني، والإجابة بوضع علامة (×) في الخانة المناسبة.

علما أن اجابتكم مهمة جدا لنا ومفيدة، ولن تستخدم إلا في أغراض البحث العلمي، وفي الأخير لكم كل الشكر على تعاونكم ومساعدتكم لنا.

الطالبة:

رانية تمزقيدي

A-المحور الأول: خصائص عينة الدراسة:

1- الفئة العمرية: 20-30 سنة ☐ 31-41 سنة ☐ 42-52 سنة ☐ أكثر من 52 سنة ☐

2- مستوى التعليمي: ثانوي ☐ ليسانس ☐ مهندس ☐ دراسات عليا ☐ أخرى (حدد).....

3- المستوى الوظيفي: مدير إطار ☐ نائب أو مساعد مدير ☐ رئيس قسم أو مصلحة ☐ نائب رئيس قسم أو مصلحة ☐ وظيفة أخرى (حدد).....

4- عدد سنوات الخبرة: أقل من 5 سنوات ☐ من 5 إلى 10 سنوات ☐

من 11إلى 16 سنة ☐ من 17 إلى 22سنة ☐ أكثر من 22 سنة ☐

5- هل تعرض موقع البنك الإلكتروني للاختراق من قبل؟ نعم ☐ لا ☐

B- المحور الثاني: أنواع خدمات البنكية الالكترونية المتوفرة لدى البنك

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	يولي البنك أهمية في التعامل مع زبائنه عبر شبكة الأنترنت					
2	يقدم البنك خدمات عبر الصراف الآلي بصفة دورية					
3	يقدم البنك خدمات الدفع أثناء الشراء الإلكتروني					
4	يوفر البنك أجهزة (قارئ بطاقات الائتمان) في المؤسسات التجارية بأنواعها لتمكين الزبون من أداء مدفوعاته					
5	يقدم البنك لعملائه بطاقة الدفع عند كل طلب					
6	يقوم البنك باستخدام الشيكات الالكترونية لتسهيل وتسريع عمليات الدفع والمحاسبة					

7	يقوم البنك بتحويلات مالية الكترونية من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر					
8	يوفر البنك لعملائه الكمبيالة الالكترونية التي تمكن الساحب من تحرير الكمبيالة وارسالها إلى المصرف عبر جهاز الحاسوب					
9	يوفر البنك الاعتماد المستندي الالكتروني لتحقيق ضمان أكثر والذي يمكن من تبادل الوثاق الالكترونية من خلال البريد الالكتروني بين الزبون والبنك					
10	يوفر البنك خدمة المحافظ الالكترونية لعملائه					
11	يوفر البنك خدمة المقاصة الالكترونية					

C- المحور الثالث: جودة الخدمات البنكية الالكترونية

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	غير موافق بشدة
تصميم الموقع						
1	يتميز الموقع الالكتروني للبنك بسهولة التصفح					
2	يتميز الموقع الالكتروني بتصميم جذاب					
3	يستخدم البنك عدة لغات واضحة ومفهومة على مستوى الموقع الإلكتروني					
4	يتم تحديث الموقع الالكتروني للبنك بشكل مستمر					
5	يحتوي الموقع الالكتروني للبنك معلومات وخدمات كافية للزبون					
الاعتمادية						

1	يقوم العاملون للبنك بتقديم الخدمات الالكترونية بطريقة صحيحة من أول مرة					
2	يوجد التزام بتقديم الخدمات الالكترونية في المواعيد المتفق عليها					
3	يحتفظ البنك بمعلومات دقيقة بخصوص زبائنهم					
4	يتمتع مقدمي الخدمة بالمهارات الكفاءات العالية					
5	يعمل الموقع الإلكتروني 24/24 ساعة و 7/7 أيام					
الاستجابة						
1	يقوم البنك للاستجابة لشكاوي واستفسارات الزبائن					
2	يظهر مقدمي الخدمة الالكترونية اهتماما صادقا لحل المشاكل التي تواجه الزبائن في البنك					
3	يهتم مقدي الخدمة الالكترونية باقتراحات الزبائن					
4	يزود مقدمي الخدمة الالكترونية الزبائن بالمعلومات الكافية والدقيقة عن الخدمة					
5	يقدم البنك الخدمة بسرعة وفي الوقت المناسب					
الأمان						
1	يوفر البنك كل الإجراءات الأمنية مثل الرقم السري					
2	يعتمد البنك على برامج الالكترونية للأمن والأمان					
3	يشعر الزبائن بالأمان عند طلبهم للخدمات البنكية الالكترونية					

4	لا يسيء البنك استخدام المعلومات الشخصية للعملاء من خلال الخدمات الالكترونية					
التعاطف						
1	يولي العاملون عناية شخصية بالعملاء					
2	يضع البنك مصلحة الزبون في مقدمة اهتماماته					
3	يوفر البنك ساعات عمل ملائمة حسب ظروف الزبون					
4	يعرف العاملون للبنك احتياجات الزبائن ويسعون لتحقيقها					

الملحق رقم 01 : إستبيان الدراسة

جامعة الدكتور يحيى فارس بالمدية

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم التسيير

تخصص: إدارة مالية

الاسم : رانية
اللقب : تمزقيدي

العنوان : دور الخدمات البنكية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة البنكية

قائمة الأساتذة المحكمين:

اسم ولقب الأستاذ(ة)	الدرجة العلمية	الإمضاء
بوخرص عبد العزيز	أستاذ محاضر "ب"	الأستاذ: بوخرص عبد العزيز
تعانا نصيرة	أستاذة محاضرة "أ"	
يرفي كريم	محاضر "أ"	
سلام عبد الرزاق	أستاذ التعليم العالي	

السنة الجامعية : 2023/2022

ملحق رقم 02 : قائمة الأساتذة المحكمين



ملحق رقم 03 : بطاقة مسبقة الدفع



ملحق رقم 04 :شكل بطاقة CIB الذهبية



ملحق رقم 05 : شكل بطاقة CIB الكلاسيكية



ملحق رقم 06 : مطوية توضيحية لجهاز الدفع الإلكتروني TPE

ملحق رقم 07 : المعلومات الشخصية

Fréquences

Statistiques

		الفئة العمرية	المستوى التعليمي	المستوى لوظيفي	الخبرة	اختراق البنك
N	Valide	30	30	30	30	30
	Manquant	0	0	0	0	0

Table de fréquences

الفئة العمرية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بين 20 -30 سنة	2	6,7	6,7	6,7
	31-41سنة	16	53,3	53,3	60,0
	سنة42-52	11	36,7	36,7	96,7
	اكثر من 52 سنة	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

المستوى التعليمي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ثانوي	4	13,3	13,3	13,3
	ليسانس	16	53,3	53,3	66,7
	مهندس	1	3,3	3,3	70,0
	درسات عليا	2	6,7	6,7	76,7
	شهادة اخرى	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

المستوى لوظيفي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نائب او مساعد مدير	2	6,7	6,7	6,7
	رئيس قسم او مصلحة	4	13,3	13,3	20,0
	نائب رئيس قسم او مصلحة	2	6,7	6,7	26,7
	وظيفة اخرى	22	73,3	73,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

الخبرة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	اقل من 5 سنوات	5	16,7	16,7	16,7
	من 5 الى 10 سنوات	12	40,0	40,0	56,7
	من 11 الى 16 سنة	10	33,3	33,3	90,0
	من 17 الى 22 سنة	2	6,7	6,7	96,7
	اكثر من 22 سنة	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

اختراق البنك

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	2	6,7	6,7	6,7
	لا	28	93,3	93,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

المصدر: من مخرجات SPSSرقم 22

الملحق رقم 08 : متغيرات الدراسة للمحور الثاني والثالث

Descriptives

Statistiques descriptives

	N	Plage	Moyenne	Ecart type
ب1	30	4	2,27	,868
ب2	30	4	1,80	,761
ب3	30	4	1,93	,785
ب4	30	3	2,13	,776
ب5	30	3	2,07	,691
ب6	30	4	2,53	,900
ب7	30	2	2,00	,587
ب8	30	4	2,67	,802
ب9	30	4	2,83	,913
ب10	30	4	2,63	,765
ب11	30	4	2,13	,860
الخدماتالبنكيةالإلكترونية	30	15	25,00	3,373
ب12	30	2	1,87	,507
ب13	30	3	2,07	,691
ب14	30	3	1,90	,712
ب15	30	2	2,17	,699
ب16	30	2	2,17	,747
تصميم الموقع	30	12	10,17	2,780
ب17	30	2	2,13	,681
ب18	30	2	2,23	,679
ب19	30	2	1,87	,507
ب20	30	2	1,90	,662
ب21	30	2	1,77	,728

الاعتمادية	30	10	9,90	2,564
ب22	30	2	1,70	,596
ب23	30	3	1,87	,730
ب24	30	3	2,53	1,106
ب25	30	2	1,97	,765
ب26	30	2	2,07	,740
الاستجابة	30	11	10,13	3,401
ب27	30	2	1,60	,563
ب28	30	2	1,53	,629
ب29	30	3	1,77	,728
ب30	30	2	1,73	,740
الامان	30	8	6,63	2,297
ب31	30	2	1,83	,592
ب32	30	2	1,73	,521
ب33	30	3	2,10	,845
ب34	30	2	1,97	,615
التعاطف	30	8	7,63	2,251
جودة الخدماتالبنكيةالالكترونية	30	46	44,47	11,029
N valide (liste)	30			

Corrélations

		جودةالخدماتالبنكيةالالكترونية	الخدماتالبنكيةالالكترونية	تصميمالموقع
Corrélation de Pearson	جودةالخدماتالبنكيةالالكترونية	1,000	,139	,747
	الخدماتالبنكيةالالكترونية	,139	1,000	-,029
	تصميمالموقع	,747	-,029	1,000
	الاعتمادية	,902	,032	,723
	الاستجابة	,912	,258	,530
	الامان	,737	,071	,399
	التعاطف	,820	,218	,396
Sig. (unilatéral)	جودةالخدماتالبنكيةالالكترونية	.	,096	,000
	الخدماتالبنكيةالالكترونية	,096	.	,392
	تصميمالموقع	,000	,392	.
	الاعتمادية	,000	,383	,000
	الاستجابة	,000	,007	,000
	الامان	,000	,252	,000
	التعاطف	,000	,020	,000
N	جودةالخدماتالبنكيةالالكترونية	90	90	90
	الخدماتالبنكيةالالكترونية	90	90	90
	تصميمالموقع	90	90	90
	الاعتمادية	90	90	90
	الاستجابة	90	90	90
	الامان	90	90	90
	التعاطف	90	90	90

Corrélations

		الاعتمادية	الاستجابة	الامان	التعاطف
Corrélation de Pearson	جودةالخدماتالبنكيةالالكترونية	,902	,912	,737	,820
	الخدماتالبنكيةالالكترونية	,032	,258	,071	,218
	تصميمالموقع	,723	,530	,399	,396
	الاعتمادية	1,000	,769	,550	,662
	الاستجابة	,769	1,000	,611	,804
	الامان	,550	,611	1,000	,547
	التعاطف	,662	,804	,547	1,000
Sig. (unilatéral)	جودةالخدماتالبنكيةالالكترونية	,000	,000	,000	,000
	الخدماتالبنكيةالالكترونية	,383	,007	,252	,020
	تصميمالموقع	,000	,000	,000	,000
	الاعتمادية	.	,000	,000	,000
	الاستجابة	,000	.	,000	,000
	الامان	,000	,000	.	,000
	التعاطف	,000	,000	,000	.
N	جودةالخدماتالبنكيةالالكترونية	90	90	90	90
	الخدماتالبنكيةالالكترونية	90	90	90	90
	تصميمالموقع	90	90	90	90
	الاعتمادية	90	90	90	90
	الاستجابة	90	90	90	90
	الامان	90	90	90	90
	التعاطف	90	90	90	90