



جامعة عين تموشنت بلحاج بوشعيب



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم المالية والمحاسبة

التخصص: مالية مؤسسة

الموضوع:

1

موقف المستهلكين تجاه الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الإسلامية في الجزائر

مذكرة مقدمة للحصول على شهادة ماستر أكاديمي

تحت إشراف الأستاذ :

زايدي أوسامة شهاب

إعداد الطالبتين:

-نوالي فاطمة الزهرة

-رحماني خديجة

مقدمة أمام لجنة المناقشة المكونة من :

رئيسا

الأستاذ (ة): مراد إسماعيل

ممتحنا

الأستاذ (ة): مداوي إيمان

مشرفا

الأستاذ (ة): زايدي أوسامة شهاب

السنة الجامعية: 2023-2024

الله أكبر

# الدعاء

قال الله تعالى: " إقرأ باسم ربك الذي خلق خلق الإنسان من علق "

سورة العلق

اللهمَّ إِنِّي أَسْأَلُكَ خَيْرَ الْمَسْأَلَةِ، وَخَيْرَ الدُّعَاءِ، وَخَيْرَ النِّجَاحِ،

وَخَيْرَ الْعَمَلِ، وَخَيْرَ الثَّوَابِ، وَخَيْرَ الْحَيَاةِ، وَخَيْرَ الْمَمَاتِ،

وَتُبَّتَّنِي، وَتَقِلْ مَوَازِينِي، وَحَقِّقْ إِيمَانِي، وَارْفَعْ دَرَجَاتِي،

وَتَقَبَّلْ صَلَاتِي، وَاصْفُرْ خَطِيئَتِي، وَأَسْأَلُكَ الدَّرَجَاتِ الْعُلَى

مِنَ الْجَنَّةِ.

## الإهداء

الحمد لله الذي وفقنا لهذا و لم نكن لنصل إليه لولا فضل الله علينا أما بعد:

في مثل هذه اللحظات يتوقف اليراع ليفكر قبل أن يخط الحروف ليجمعها في كلمات، ولا يبقى لنا في نهاية المطاف إلا قليلا من الذكريات، فواجب علينا الشكر و الوداع و نحن نخطو خطواتنا الأولى نحوى الحياة، ونخص بجزيل الشكر و العرفان إلى كل من أشعل شمعة في دروب علمنا و إلى من وقف على المنابر و أعطى من حيلة فكرة لينيرا دربنا إلى الأساتذة الكرام.

إلى قدوتي الأولى، و نبيراس الذي ينير دربي، إلى من أعطاني و لا يزال يعطيني بلا حدود، إلى من رفعت رأسي عاليا افتخارا به أبي الغالي أدامه الله ذخرا لي. إلى التي رأيت قلبها قبل عينيها، و حضنتني أحشاؤها قبل يديها، إلى شجرتي التي لا تذبل، إلى الظل الذي أوي إليه كل حين أمي الحبيبة حفظها الله.

إلى الشموع التي تنير لي الطريق إخواني.

إلى الجوهرة المضيئة و الدرّة المصونة أختي.

إلى من امتازت لي بالوفاء و العطاء، ورافقتني في هذا المشوار صديقتي.

فاطمة الزميرة

## الإهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات بادنا ببدء و أولى بالهدية، أهدي ثمرة

جهدى إلى من ربتنى و أكرمتنى و علمتنى، إلى روح "أمى" الطاهرة أسأل الله أن

يرحمها برحمته الواسعة،

إلى والدى أطل الله في عمره إلى من ساندنى إخوتى و أخواتى وفقهم الله

أينما حلّت خطاهم و حفظهم، إلى أخى يسر الله أمره أنار دربه " طاهر أمين " إلى

حبيبتي فاطمة و خديجة و خاصة نسرين و أمهم الكريمة " عائشة " أطل الله في عمرها

إلى خالى الذى غمرنى بالدعاء ، فتيحة و بشير إلى دعاء، بشرى، فراح، لينه، زكريا،

وسيم" حفظهم الله جميعا.

خديجة

## الشكر و التقدير

من لا يشكر الناس لا يشكر الله قال الله تعالى "لئن شكرتم لأزيدنكم"

صدق الله العظيم

شكرا لله الذي منحنا الصحة لإتمام هذه المذكرة المتواضعة لعلها تكون عوناً  
لطلبة العلم في هذا الاختصاص فحين يكون العمل رانعا و العطاء مميذا و حين

يكون

الإبداع منهاجا سيصبح الشكر واجبا و الثناء لازما.

فشكرا للأستاذ المشرفه "زايدى" على عطائه و مجهوداته الجبارة و شكرا  
لكل أساتذتنا الكرام، نسأل الله أن يبارك في جهودهم و يسدد خطاهم لما هو  
خييرا لهم.

يهدف هذا البحث إلى دراسة أثر العوامل المحددة لتبني استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية على موقف و نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية، في البنوك الجزائرية خاصة، ولتحقيق أهداف البحث اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي تم الاعتماد على أسلوب الاستقصاء جمع البيانات وزعت على عينة تتكون من 110 موظف، وتحليل البيانات تم الاعتماد على البرنامج الإحصائي version spss26 بطريقة الانحدار الخطي المتعدد و الخطي البسيط، توصلت نتائج الدراسة إلى انه يوجد علاقة ارتباط بين العوامل المحددة لتبني استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية و موقف و نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية و أن عاملان الفائدة المتوقعة و جودة الخدمات المصرفية الالكترونية يؤثران بدلالة احصائية معنوية على موقف اتجاه استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية .

**الكلمات المفتاحية:** الفائدة المتوقعة، جودة الخدمات المصرفية الالكترونية، موقف و نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.

**Abstract:**

This research aims to study the impact of the determinants of the adoption of the use of electronic banking services on the position and intention of using electronic banking services, in Algerian banks in particular, and to achieve the objectives of the research we followed the descriptive analytical approach was based on the survey method Data collection distributed to a sample of 110 employees, and to analyze the data was relied on the statistical program 26 version spss by multiple linear regression method and simple linear regression, the results of the study found that there is a correlation between the factors determining the adoption of The use of electronic banking services and the attitude and intention to use electronic banking services and that the factors of expected benefit and quality of electronic banking services affect statistically significant the attitude towards the use of electronic banking services.

**Keywords:** Expected benefit, quality of electronic banking services, attitude and intention to use electronic banking services.

الفهرس

.....	الإهداء.....
.....	الشكر .....
.....	الملخص.....
.....	قائمة الجداول.....
.....	قائمة الأشكال.....
.....	قائمة الملاحق.....
1 .....	المقدمة.....
	الفصل الأول: مراجعة الأدبيات المتعلقة بالخدمات المصرفية الالكترونية و البنوك الإسلامية
6.....	تمهيد.....
7.....	المبحث الأول: الإطار النظري للخدمة المصرفية الالكترونية و البنوك الإسلامية.....
7.....	المطلب الأول: ماهية الصناعة المصرفية الإسلامية.....
8.....	المطلب الثاني: البنوك الإسلامية في الجزائر .....
10.....	المطلب الثالث: استخدامات الأموال لدى المصارف الإسلامية.....
13.....	المطلب الرابع: مفهوم الخدمات المصرفية الالكترونية.....
14.....	المطلب الخامس: أنواع و خصائص الخدمات المصرفية الالكترونية.....
19.....	المبحث الثاني: العلاقة بين المتغيرات .....
19.....	المطلب الأول: العلاقة بين الفائدة المتوقعة و الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية.....

المطلب الثاني: العلاقة بين سهولة الاستخدام والموقف تجاه الخدمات المصرفية الاللكترونية.....	20
المطلب الثالث: العلاقة بين المصدقية المدركة والموقف تجاه الخدمات المصرفية الاللكترونية.....	21
المطلب الرابع: العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية الاللكترونية والموقف تجاه الخدمات المصرفية الاللكترونية.....	21
المطلب الخامس: العلاقة بين الموقف تجاه الخدمات المصرفية الاللكترونية و نية استخدام الخدمات المصرفية الاللكترونية.....	22
<b>المبحث الثالث: الدراسات السابقة.....</b>	23
المطلب الأول: الدراسات العربية.....	23
المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية.....	24
المطلب الثالث: الفجوة البحثية.....	26
خلاصة الفصل.....	27
الفصل الثاني: دراسة ميدانية لموقف المستهلكين تجاه الخدمات المصرفية الاللكترونية في البنوك الإسلامية في الجزائر....	28
<b>المبحث الأول: منهجية البحث.....</b>	29
المطلب الأول: الطريقة المتبعة.....	29
المطلب الثاني: الأدوات المستعملة.....	30
<b>المبحث الثاني: دراسة بيانات الاستبيان و ثباته.....</b>	32
المطلب الأول: عرض النتائج.....	32
المطلب الثاني: مناقشة النتائج.....	38
خلاصة الفصل:	45
الخاتمة.....:	46

50..... قائمة المراجع:

قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
32	ثبات الاستبيان للانحدار الخطي المتعدد	01
33	مصفوفة الارتباط بين متغيرات نموذج الانحدار المتعدد	02
34	المتغيرات التي تم إدخالها أو إزالتها في نموذج الانحدار المتعدد	03
34	نموذج الانحدار المتعدد	04
35	تحليل التباين الانحدار ANOVA للانحدار المتعدد	05
36	اختبار معنوية معاملات الانحدار المتعدد	06
39	مصفوفة الارتباط بين متغيرات نموذج الانحدار الخطي البسيط	07
40	المتغيرات التي تم إدخالها أو إزالتها في نموذج الانحدار البسيط	08
40	نموذج الانحدار الخطي البسيط	09
41	تحليل تباين الانحدار ANOVA للانحدار البسيط	10
42	اختبار معنوية معاملات الانحدار البسيط	11

قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
38	انحدار الوحدة المتبقية (الانحدار المتعدد)	01
44	انحدار الوحدة المتبقية (الانحدار البسيط)	02

قائمة الملاحق:

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
56	الاستبيان	01
59	مخرجات Spss version 26	02
72	نموذج الدراسة	03

قائمة المختصرات:

**ATT : ATTITUDE TOWARDS ELECTRONIC BANKING SERVICES :** الموقف تجاه

الخدمات المصرفية الإلكترونية

**PU : PERCEIVED UTILITY:** الفائدة المتوقعة:

**PEU : Perceived Ease Of Use :** سهولة الاستخدام

**SQ : SERVICE QUALITY:** جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية:

**BI : BEHAVIOR INTENTION:** نية استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية:

**PC : PERCEIVED CREDIBILITY :** المصدقية المدركة

# المقدمة

**المقدمة:**

يعد التقدم المصرفي التكنولوجي احد أهم المتغيرات الحديثة التي ساهمت في التحول الجذري لاستراتيجيات العمل المصرفي .حيث تتضمن التكنولوجيا استخدام الطرق والوسائل اللازمة لتقديم الخدمة المصرفية بالاعتماد على المعارف و المهارات و الخبرات المتاحة و التي يمكن استيرادها من الخارج. (برعي، 1989، ص 94).

فإن اختيار البنوك الإسلامية لأنظمة و برامج حديثة من بين منتجات عدد كبير من شركات الأنظمة العالمية يفسح لها المجال لمواكبة مسيرتها و خططها المستقبلية بتوسيع أعمالها عالميا بما يتوافق مع معايير الشريعة الإسلامية و القواعد المصرفية، فقد صارت الأنظمة التكنولوجية بالبنوك الإسلامية ضرورة لتصنيف عملاء البنك إلى شرائح، حيث تصمم خدمات مصرفية إسلامية تلائم كل شريحة، كما أضافت الجديد لمفاهيم تسويق الخدمة و هو الأمر الذي يحتاج إيصال تلك المفاهيم الجديدة إلى العملاء و تدريبهم و تعليمهم على كيفية استخدامها، فمن بين مقومات و سبل تنمية القدرة التنافسية للبنوك دراسة و تحليل اتجاهات و رغبات العملاء،(محمد،2014،ص57-60).

وحسب(Awad,2002)تمتاز الخدمات المصرفية الالكترونية بانخفاض التكاليف و جودة خدمة العملاء و سرعتها وكذلك مساعدة العميل في إمكانية المقارنة و المفاضلة بين كم هائل من البدائل المتاحة كما تمتاز بزيادة الإنتاجية حيث تزيد من خلال مواقعها الالكترونية.

وفيما يخص الجزائر ورغم أن هناك بعض الدراسات التي تناولت موضوع الخدمات المصرفية الالكترونية(دراسة هاجره و عبد الغني،"واقع الخدمات المصرفية الالكترونية بالبنوك الجزائرية"،2022،ص21-40)(دراسة ميلود و وسام،"دور الخدمات المصرفية الالكترونية في تحقيق الميزة التنافسية"،2022،ص267-283)، إلا أن عدد قليل منها تناول موقف العملاء تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية. ومن هنا يمكن طرح الإشكالية التالية:

**الإشكالية الرئيسية:**

انطلاقا مما سبق يمكن طرح الإشكالية التي سيتم معالجتها في بحثنا كالتالي:

"ماهي العوامل المؤثرة على كل من موقف و نية المستهلكين الجزائريين لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية؟"

**الأسئلة الفرعية:**

و تندرج تحت هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي العلاقة بين الفائدة المدركة و الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية .
- ماهي العلاقة بين سهولة الاستخدام والموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية.
- ماهي العلاقة بين المصدقية المدركة والموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية .
- ماهي العلاقة بين جودة الخدمة والموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية.
- ماهي العلاقة بين الموقف تجاه الخدمات و نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.

### فرضيات الدراسة:

للإجابة على التساؤلات المطروحة و الوصول إلى النتائج المرغوبة تم صياغة الفرضيات التالية:

- **H1**: يوجد أثر ايجابي ذو دلالة إحصائية للفائدة المتوقعة على الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية.
- **H2**: يوجد أثر ايجابي ذو دلالة إحصائية لسهولة الاستخدام على الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية.
- **H3**: يوجد أثر ايجابي ذو دلالة إحصائية للمصدقية المدركة على الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية.
- **H4**: يوجد أثر ايجابي ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة المصرفية على الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية.
- **H5**: يوجد أثر ايجابي ذو دلالة إحصائية للموقف تجاه الخدمات المصرفية على نية استخدام الخدمات المصرفية

الالكترونية.

### مبررات اختيار الموضوع:

- معرفة مدى اهتمام البنوك بموقف العملاء و العمل على تحسين خدماتها لإرضائهم و كسب عملاء جدد.
- الميل الشخصي إلى مواضيع لها علاقة بالمصارف و التكنولوجيا.
- المساهمة في دعم فكرة و ممارسة استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية لبعض الفئات في الجزائر

### أهداف البحث:

يهدف البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف لعل من بينها:

- تسليط الضوء على الخدمات المصرفية الالكترونية و البنوك الإسلامية.
- الوصول إلى نتائج تفسر وجهة نظر المستهلكين نحو استخدامهم للخدمات المصرفية الالكترونية.
- معرفة العوامل المساعدة على انتشار و سائل الصيرفة الالكترونية و كيفية التعامل معها.
- إلقاء نظرة على الجهاز البنكي الجزائري في مجال الدفع الالكتروني.

## أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية هذه الدراسة من خلال:

- معالجتها لأهم المواضيع التي تهتم بالخدمات المصرفية الالكترونية و التي تلعب دورا هاما لدى البنوك و العملاء و الاقتصاد.
- المساهمة في دعم فكرة استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية من أجل تنمية و تحفيز البنوك من التقليدية إلى الالكترونية بالجزائر و مواكبتها للثورة التكنولوجية.

## مجال و حدود الدراسة:

يمكن تحديد مجال و حدود البحث بالبعدين التاليين:

- من حيث البعد المكاني: يتضمن البحث دراسة استبيان على مستوى جامعة عين تموشنت و إدارات و مؤسسات عمومية بولاية عين تموشنت.
- من حيث البعد الزمني: تم إنجاز هذه الدراسة خلال من شهر مارس إلى شهر أبريل سنة 2024 .
- الحدود البشرية: تتمثل في جميع المستهلكين للخدمات المصرفية الالكترونية بولاية عين تموشنت.

## تعريف مصطلحات الدراسة:

-موقف العملاء (المستهلكين): هو ذلك التصرف الذي يبرزه المستهلك في البحث عن شراء أو استخدام السلع والخدمات والأفكار التي يتوقع أنها ستشبع رغباته أو حاجاته حسب إمكانياته الشرائية المتاحة،(ابراهيم عبيدات،2004،ص13).

-الخدمات المصرفية الالكترونية: أنها مجموعة متنوعة من القنوات الإلكترونية، للقيام بالمعاملات المصرفية من خلال شبكة الإنترنت والهاتف المحمول والكمبيوتر(Taiwo ,& Agwu,2017)

- البنوك الإسلامية: هي مؤسسات مالية مصرفية لتجميع الأموال و توظيفها في نطاق الشريعة الإسلامية بما يخدم بناء مجتمع التكافل الإسلامي ، وتحقيق عدالة التوزيع ووضع المال في المسار الإسلامي( عبد الفضيل، 2007، ص398).

## منهج الدراسة:

إن طبيعة الموضوع فرضت علينا إتباع المنهج التالي:

- **المنهج الوصفي التحليلي:** تم وضع الإطار النظري للبحث من خلال مختلف المراجع و المصادر و من ثم جمع المعلومات اللازمة و تحديد المتغيرات و الربط بين العلاقات من خلال طرح الأسئلة و الفرضيات و كآخر خطوة استخراج النتائج وفقا لشواهد و قرائن متنوعة عن طريق برامج إحصائية.

## صعوبات الدراسة:

هذا الموضوع كباقي المواضيع لا يخلو من الصعوبات و المشاكل أثناء القيام بإنجاز الدراسة حيث كانت هناك عدة صعوبات و عوائق لم تسمح لنا بالحصول على المعلومات الكافية و اللازمة لإثراء البحث نذكر منها:

- صعوبة اتخاذ العينة الملائمة من مجتمع الدراسة.
- قلة الدراسات السابقة العربية الخاصة بموضوع البحث.
- عدم توفر المراجع بقدر كافي و لازم حول الموضوع مما أدى بنا إلى اللجوء إلى الملفات في الأنترنت و الملتقيات العلمية.

## هيكل الدراسة:

من خلال المعلومات المتوفرة لدينا قمنا بتقسيم بحثنا إلى فصلين وفق طريقة IMRAD حيث الفصل الأول تطرقنا فيه إلى الجانب النظري، و حاولنا التركيز على الأساس النظري المرتبط مباشرة بموضوعنا و المتعلق بالعوامل المؤثرة على موقف المستهلكين تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية ، إضافة إلى ذكر أهم الدراسات و الأبحاث العلمية السابقة لموضوع دراستنا ولهذا قسمنا الفصل الأول إلى ثلاثة مباحث، يضم كل مبحث خمسة مطالب. أما الفصل الثاني فيتعلق بالدراسة الميدانية للموضوع حيث قسمنا الفصل إلى مبحثين ، يضم كل مبحث مطلبين و تم إدراج الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة لتوضيح كيفية إنجاز الدراسة كما أشرنا فيه إلى عرض نتائج الدراسة وتحليلها ومناقشتها.

### الفصل الأول: مراجعة الأدبيات المتعلقة بالخدمات المصرفية الإلكترونية و البنوك الإسلامية

#### تمهيد:

تتماثل المصارف الإسلامية مع المصارف التقليدية في القيام ببعض أوجه الاستثمار في حين تختلف في الصيغ التي يتم بها تمويل هذا الاستثمار، حيث تعتمد المصارف الإسلامية صيغ في استخدام الموارد لديها تتضمن المشاركة في الربح و الخسارة، دون استخدام الفائدة المحرمة، كما تخضع إلى رقابة شرعية إلى جانب الرقابة المالية ، وقد أعطت الأزمة المالية العالمية 2008 فرصة كبرى لنجاح البنوك الإسلامية بزيادة الطلب على الخدمات المالية المتوافقة مع الشريعة الإسلامية، في العديد من الدول، في ظل التقدم التكنولوجي الذي ساهم في تطور الأنشطة المصرفية.

## المبحث الأول: الإطار النظري للخدمة المصرفية الالكترونية و البنوك الاسلامية

### المطلب الأول: ماهية الصناعة المصرفية الإسلامية

الصيرفة الإسلامية هي إحدى صور الصيرفة المعقدة التي تتمثل قواعدها إلى تعاليم الشريعة الإسلامية فيما يتعلق بالمعاملات المالية، ففي ظل متطلبات العصر أصبحت الصيرفة الإسلامية ضرورة حتمية لكل مجتمع إسلامي يرفض التعامل بالربا ويحارب الاكتناز ويعمل على تشجيع الاستثمار الحقيقي بإقامة مشاريع اقتصادية تساهم في زيادة الناتج القومي والدخل القومي، والعائد الاجتماعي معاً (الوادي، سمحان، 2007، ص37).

كما تعرف على أنها جميع الأعمال المصرفية التي تقوم بها المؤسسات المالية الإسلامية و التي تلتزم فيها بتطبيق

قواعد و أحكام الشريعة الإسلامية و تبتعد فيها عن جميع ما نهى عنه الشرع من ربا و التعامل في المحرمات النظام

رقم ( 02/20 المادة 02 منه ).

ويمكن حصر خصائصها فيما يلي:

1. خاصية استبعاد الفوائد الربوية: أي أن تجميع المواد في المصارف الإسلامية لا يتم بإعطاء الفائدة وان استخدام هذه المواد لا يتم بأخذ الفائدة.
2. الاستثمار في المشاريع الحلال: أي الالتزام بقاعدة الحلال والحرام عند قيامها بأعمالها ونشاطاتها وتجنب استخدامها فيما هو حرام.
3. إحياء نظام الزكاة: لأنه يقتضي عدم الانتفاع من المواد التي يتم اكتنازها سواء من طرف صاحبها أو المجتمع.
4. المشاركة في الربح و الخسارة بين صاحب المال الذي يمثله (المصرف) و بين طالب التمويل (العميل) أي المشاركة التامة بين الطرفين.
5. تحقيق الربح: يعتبر هدف أساسيا باعتبارها مؤسسات مالية ومصرفية إلى جانب الأهداف الأخرى المتمثلة في تطوير الاقتصاد وتنمية خدمة المجتمع، (الوادي، سمحان، 2007، ص 37).

### المطلب الثاني: البنوك الإسلامية في الجزائر

حقق العمل المصرفي الإسلامي العديد من الإنجازات من خلال إقامة مصارف إسلامية في دول عديدة والتوسع في فتح فروع لها ولم يقتصر هذا على الدول الإسلامية فقط بل امتد إلى دول العالم حتى الغربية منها.

وقد انتهجت الجزائر هذه الصيغة بموجب قانون النقد والقرض 90-10 الذي فتح المجال لإنشاء البنوك الإسلامية حيث تقدم هذه الأخيرة صيغ تمويل تختلف من تلك التي تقدمها البنوك، التقليدية مثل المضاربة، المراجحة والمشاركة. ويعتبر النظام 20-02 الصادر عن مجلس النقد والقرض الإطار القانوني الوحيد لمنتجات الصيرفة الإسلامية، وقد عاشت الجزائر فترتين الأولى كانت فيها المعاملات المصرفية لكل من بنك البركة وبنك السلام في ظل فراغ قانوني الخاص بالشرعية الإسلامية، وفترة ثانية جاءتها بصور النظام 20-02 وضع الإطار القانوني والتنظيمي لعمل الصيرفة الإسلامية وفتح الباب واسع أمام البنوك العاملة بالجزائر لفتح نوافذ إسلامية، (الوادي، سمحان، 2007، ص 92).

### ماهي البنوك الإسلامية بالجزائر:

عرفت اتفاقية إنشاء الاتحاد الدولي للبنوك الإسلامية في الفقرة الأولى من المادة الخامسة كالتالي:

"البنوك الإسلامية هي تلك البنوك التي ينص قانون إنشائها على الالتزام بمبادئ الشريعة الإسلامية و عدم التعامل بالربا أخذًا و عطاءً" (الشرقاوي، 2000، ص 26)

كما تعرف على أنها "المؤسسة المالية الحديثة التي تلتزم بأحكام الشريعة الإسلامية ومبادئها في المعاملات المدنية و لاسيما النقود، و تعتمد على تجميع الأموال بطريقة شرعية و استثمارها و تنميتها بأساليب و أدوات مشروعة لمصلحة المشتركين، هادفة إلى إعادة بناء مجتمع مسلم و تحقيق آفاق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية و تفعيل متطلبات التعاون الإسلامي بحسب الأصول الشرعية ( الزحيلي، 2003، ص 516)

وقد اعتمدت الجزائر المستقلة أول بنك إسلامي عام 1991 بنك البركة الجزائري ثم يليه مصرف السلام الجزائري

بنك البركة الجزائري: يعتبر أول مصرف إسلامي في الجزائر برأسمال مختلط (عام وخاص) تم إنشاؤه في

1991/03/20 برأسمال قدره 500000000 دج بدأ بمزاولة نشاطه في سبتمبر 1991 أما فيما يخص المساهمين فهما

بنك العلاقات والتنمية الريفية (الجزائر) ومجموعة البركة المصرفية (البحرين) في إطار القانوني 11/03 المؤرخ في 2003/09/26، والبنك له الحق في مزاولة جميع العمليات البنكية من تمويلات واستثمارات وذلك موافقته لأحكام الشريعة الإسلامية (الزحيلي، 2003، ص516).

**مصرف السلام الجزائري:** تم إنشاؤه بعد بنك البركة ويعمل طبق للقوانين الجزائرية ووفق أحكام الشريعة الإسلامية في كافة معاملاته كثمرة للتعاون الجزائري الخليجي، تم اعتماد المصرف من قبل بنك الجزائر في سبتمبر 2008 بدأ مزاولة نشاطه مستهدفا عدة خدمات مبتكرة تاريخ 2008/10/20 يضم 18 مصرفا موزعا عبر ولايات مختلفة من الوطن في مارس 2020 رفض البنك المركزي الجزائري قيام البنوك العاملة في السوق المحلية بالتسويق لثمانية منتجات مصرفية إسلامية جديدة باعتبارها إحدى أدوات مواجهة تداعيات الصدمة النفطية عن طريق أنظمة البنك المركزي لعام 2020 خاصة النظام 2020 – 02 المؤرخ في 2020/03/15 المحدد للعمليات البنكية المتعلقة بالصرافة الإسلامية وقواعد ممارستها من طرف البنوك والمؤسسات المالية ويتعلق الأمر بتسويق ثمان منتجات مصرفية إسلامية هي المراجعة، المضاربة، المشاركة، الإيجار، السلم و الاستصناع، حسابات الودائع، ودائع الاستثمار وتهدف صيغ التمويل الإسلامية إلى المساهمة في تعبئة الادخار وخصوصا ضخ النقد المتداول خارج البنوك (سوق الموازنة) ليصبح داخل السوق الرسمية (الزحيلي، 2003، ص516).

### ❖ التحديات التي تواجه البنوك الإسلامية في الجزائر:

- أ- التحديات الخارجة: تتمثل في:
  - خضوع البنوك الإسلامية لمعايير وضوابط قانونية لا تتفق مع طبيعة عملها إذ تلزمها السلطات الرقابية والتنفيذية لنفس المعايير المطبقة على البنوك التقليدية.
  - المنافسة القوية للبنوك التقليدية في اقتحامها لسوق الخدمات المصرفية الإسلامية.
  - الهجمات الإعلامية الشرسة والانتقادات اللاذعة لهذه المصارف.
- ب- التحديات الداخلة:
  - نقص الموارد البشرية المؤهلة تأهيلا شرعيا ومحاسبيا وماليا.
  - عدم وجود هيئات رقابة شرعية في المستوى المطلوب.
  - ارتفاع تكلفة التمويل الإسلامي في الجزائر، (الزحيلي، 2003، ص516).

### المطلب الثالث: استخدامات الأموال لدى المصارف الإسلامية

تقوم المصارف الإسلامية بنشاطات متعددة من حيث قبول عدة أنواع من الودائع كودائع تحت الطلب وحسابات الاستثمار المشترك التي تعتمد على المشاركة في الربح والخسارة وفي جانب الاستثمار هناك عدة نشاطات مثل المشاركة، المراجعة، المضاربة، الاستصناع، السلم، الإجارة.

#### 1) المضاربة: عرفها الفقهاء بطرق مختلفة:

عرفها ابن رشد بأن يعطي الرجل للرجل المال ليتجر به على أن يأخذ جزءا من ربح المال كان متفقان عليه ثلثا أو ربعا أو نصفا.

وعرفها ابن قدامة بان يدفع رجل ماله إلى آخر يتجر له فيه على أن ما حصل من الربح بينهما حسب ما يشترطانه. فالمضاربة هي الأسلوب المهم والأساسي الذي اعتقدته البنوك الإسلامية في القيام بنشاطها خاصة علاقتها بالمدعين الذين يقدمون أموالهم لها بصفتهم مالكي هذه الأموال ليعمل فيها البنك بصفة مضارب على أساس المشاركة في الأرباح بين البنك والمدعين بنسب معلومة ومحددة مسبقا.

وفي حالة عدم تحقيق أي ربح فان صاحب المال يخسر الربح الذي كان ممكن تحقيقه ويخسر العامل الذي يعمل في المال (المضارب) عند ممارسة النشاط جهده وعمله.

فالخسارة يتحملها صاحب المال وحده باعتباره مالكة لذلك ينبغي التنويه إلى أن المضاربة تتضمن درجة مخاطرة عالية لان صاحب المال يسلم ماله إلى المضارب ولا يكون ضامنا للمال لذلك يتم التحوط بدرجة كافية للتقليل من درجة الخطورة ولضمان حسن القيام بالمضاربة لذلك فان المصارف الإسلامية تقوم بدراسة عملية المضاربة من كافة جوانبها للتأكد من أنها ذات جدوى اقتصادية واجتماعية وان مخاطرها منخفضة. (حسن، 2006، ص 226-227)

تساهم المضاربة في تحقيق التنمية الاقتصادية وتوفير فرص الاستخدام والتشغيل لكل من العمل الذي لا تتاح الفرصة لاستخدامه وتحقيق درجة كفاءة الخبرة في تخصيص الموارد (الوادي، سمحان، 2007، ص 56).

2) المشاركة: تعني اشتراك شخصين (طرفين) أو أكثر في القيام بمشروع معين وتقاسم ما ينتج عن نشاطه من ربح أو خسارة ليكون الغنم بالغرم بينهم حسب الاتفاق (حسن، 2006، ص 261).

كما عرفها آخرون على أنها " تعاقد بين اثنين أو أكثر على العمل للكسب بواسطة الأموال أو الأعمال أو الوجاهة ليكون الغنم بالغرم بينهم حسب الاتفاق. وقد اجمع علماء المسلمين على جواز أنواع من الشركات (الوادي ، سمحان، 2007، ص 165).

ويمكن أن تتخذ المشاركة أنواع وأشكال أهمها:

أ- تمويل الصفقة: وهي اشتراك البنك الإسلامي مع أحد التجار أو إحدى المؤسسات في تمويل الصفقة معينة على أن يتقسما الربح بنسب معينة فيتم تصفية الصفقة واحتساب حصة كل طرف من الأرباح وتسليمها له بعد إعادة رأسماله له وبهذا تنتهي الشركة. (حسن، 2006، ص275).

ب- المشاركة المنتهية بالتملك (المشاركة المتناقصة): وهي اشتراك البنك الإسلامي مع طرف أو أطراف أخرى في إنشاء مشروع معين برأسمال معين بهدف الربح حيث يساهم البنك والشركاء بنسب معينة على أن يتم شراء حصة البنك تدريجياً من الأرباح التي يحصل عليها إلى أن تنتقل حصة البنك في رأسمال المشروع بالكامل وبشكل تدريجي للطرف الآخر، (حسن، 2006، ص278).

3) المراجعة: هي اتفاق بين مشتري السلعة وبائعها بمواصفات محددة وعلى أساس كلفتها أي ثمنها ومصاريفها بالإضافة إلى هامش الربح يتفقان عليه البائع والمشتري يتم تسليم هاته السلعة إما في الحال أو في أجل معين، ودفع ثمنها قد يتم في الحال أو لاحقاً. (حسن، 2006، ص293)

ويعتبر بيع المراجعة من أكثر صيغ التمويل استخداماً في البنوك الإسلامية بالذات في التجارة وفي الاستيراد، كما أنها تؤدي إلى تحقيق ربح مناسب للمصارف والمودعين خلال فترة زمنية قصيرة الأجل.

كما تقتضي المراجعة أن تكون السلعة موجودة إما وقت التعاقد وإما لاحقاً حتى يمكن التعاقد عليها وحتى تكون محل عقد بيع أو مراجعة. (حسن، 2006، ص295).

4) الإجارة: هي المقابل أو الثمن مقابل المنفعة التي يحصل عليها المستأجر من الأصل طيلة فترة استئجاره ويجب أن تتوفر فيها العديد من الشروط حتى تتمكن المصارف الإسلامية من التعامل بها:

- أنها تمثل الثمن الذي يتم دفعه للحصول على منفعة العين المؤجرة
  - أن تكون المنفعة التي يتم الحصول عليها مشروعة
  - أن تكون المنفعة معلومة والأجرة معروفة ومحددة مسبقاً والمدة محددة أيضاً. (حسن، 2006، ص393).
- والهدف من الإجارة هو تشغيل الأموال حيث يستطيع المالك استثمار الأصل دون التخلي عن ملكيته وإنما تنقل المنفعة فقط.

- تحقيق عوائد جيدة ومضمونة خلال مدة سريان العقد
- تقليل مخاطر الائتمان بالنسبة للمستثمرين وذلك لسرعة استعادة الأصل في حالة عدم التزام المستأجر بالدفع.

(الوادي، سمحان، 2007، ص 209).

5) الاستصناع: هو عقد بين طرفين يقوم أحدهما (الصانع) بصنع شيء محدد الجنس والصفات للطرف الآخر على أن تكون المواد الخام من عند الصانع مقابل ثمن معين يدفعه المستصنع للصانع إما حالا أو مؤجلا أو مقسما ( الوادي ، سمحان ، 2007، ص 191) ويعتبر من الصيغ المهمة التي تعتمدها المصارف الإسلامية خاصة في تمويل السلع مرتفعة الثمن التي يتم صنعها حسب الطلب كالتائرات، السفن حيث لا يكون عقد بيع المراجحة فعالا في تمويل مثل هذه السلع.

كما تساهم عمليات الاستصناع في تحريك عجلة الاقتصاد باعتبارها تولد مشروعات حقيقية وتزيد من الطلب الفعال. (الوادي ، سمحان ، 2007، ص 194).

6) بيع السلم: هو عقد بيع يتم بموجبه دفع ثمن السلعة في الحال على أن يتم استلامها لاحقا ،أو هو بيع موصوف في الذمة ببدل يتم دفعه فورا . (حسن ، 2006، ص 331).

وهو عقد على موصوف في الذمة مؤجل بثمن مقبول في مجلس العقد ويقتضي أن تتوفر فيه الشروط التالية:

- أن تكون السلعة من النوع الذي يكون موجودا في العادة في الوقت الذي تستلم فيه.
- إن يتم وصف المباع بدقة مع تحديد الوقت ومكان التسليم.
- أن تكون السلعة من الأموال التي يتم بيعها بالوصف كالقمح، الزيتون، الثمر..... الخ.

#### أهداف بيع السلم:

يساهم بيع السلم الذي تقوم به المصارف الإسلامية بدرجة كبيرة في تنشيط الزراعة باعتبارها قطاع رئيسي في الدول النامية خاصة.

يؤدي بيع السلم أيضا دورا هاما في توسيع النشاطات التجارية عن طريق توفير التمويل للتجار سواء ارتبط هذا بالتجارة الداخلية أو التجارة الخارجية حيث يستلم التجار ثمن السلع عاجلا وتسليمها آجلا بعد شرائها سواء من الداخل أو من الخارج، ويقوم البنك ببيع السلع بعد استلامها بسعر أعلى من سعر بيع السلم الذي يكون عادة اقل والحصول على ربح ويمكن أن يتناسب مع طبيعة موارد هذه المصارف ذات الأجل القصير، (حسن ، 2006، ص 345-346)

### المطلب الرابع: مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية

لقد ورد العديد من التعريفات للخدمات المصرفية الإلكترونية سنذكر منها ما يلي:

1. تعرف على أنها إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية، أي باستخدام تكنولوجيايات الإعلام والاتصال الجديدة، سواء تعلق الأمر بالسحب أو بالدفع أو بالائتمان أو بالتحويل أو بالتعامل في الأوراق المالية أو غير ذلك من أعمال المصارف، ( رقت رضوان، 2000، ص15).

2. كما أنها الخدمات المصرفية التي تتعامل معها المصارف والتي تعتمد على المعالجة الإلكترونية للبيانات (النص والصورة والصوت) بما يشمل التبادل الإلكتروني للمعلومات. وأضاف إلى أن هذه العمليات تعتمد على نوعي التكنولوجيا المعلومات والاتصالات، من خلال ما أفرزته من بنية تحتية "الانترنت"، (الصمادي، 2003، ص13،12).

### ❖ أهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية:

تتجلى أهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية حول عدة نقاط وفيما يلي أبرزها(سعد الباهي، 2016، ص22):

- تخفيض النفقات التي يتحملها البنك إجراء المعاملات.
- زيادة ارتباط العملاء بالبنك.
- إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء.
- تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة.
- الصمود بوجه المؤسسات المصرفية الأخرى.

### المطلب الخامس: أنواع وخصائص الخدمات المصرفية الإلكترونية

#### ❖ أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية:

- تنوعت خدمات الصيرفة الإلكترونية في المصارف ويرجع ذلك إلى تطور نظم الاتصالات وتقدم التقنيات مما أتاح للجمهور التعامل مع المصارف للاستفادة من نوعية هذه الخدمات ونذكر منها: ( حفيظة كراع، ، 2021 ص 118).

#### 1. النقود الإلكترونية:

التكلم عن النقود الإلكترونية يقتضي علينا فهم تحديد تقسيماتها وخصائصها الأساسية:

#### ❖ تعريف النقود الإلكترونية: هي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات الكترونية تخزن على القرص الصلب

لجهاز الحاسب الآلي في مكان يسمى المحفظة الإلكترونية، ويمكن استخدام هذه الوحدات في إتمام التعاملات المالية والتجارية عبر شبكة الانترنت بما في ذلك شراء المستلزمات اليومية ودفع ثمنها في شكل وحدات من النقود الإلكترونية، وتتميز النقود الإلكترونية بمجموعة من الخصائص نذكر منها: ( حفيظة كراع، ، 2021 ص 118).

- **النقود الإلكترونية قيمة نقدية مخزنة الكترونياً:** فهي عبارة عن بيانات مشفرة يتم وضعها على وسائل الكترونية

في شكل بطاقات بلاستيكية أو على ذاكرة الكمبيوتر الشخصي.

- **النقود الإلكترونية ثنائية الأطراف:** يتم حفظ القيمة النقدية كمعلومات رقمية مستقلة عن أي حساب مصرفي إذ

يتم نقلها من الزبون إلى التاجر دون الحاجة إلى وجود طرف ثالث بينهما.

- **النقود الإلكترونية ليست متجانسة:** حيث أن لكل مصدر يقوم بخلق وإصدار النقود الكترونية مختلفة من ناحية

القيمة أو من ناحية عدد السلع والخدمات التي يمكن أن يشتريها حامل النقود الإلكترونية بواسطتها.

- **سهولة الاستخدام:** حيث أن الزبون يسعى إلى الحصول على أدوات لا تتسم بالتعقيد، وهذا ما يتوفر في النقود

الإلكترونية لأنها تناسب كافة المستخدمين، بالإضافة إلى أن إجراء المدفوعات باستخدام النقود الإلكترونية يتم بطريقة آلية،

( حفيظة كراع، 2021 ص 118).

❖ تقسيمات النقود الإلكترونية: وتكون النقود الإلكترونية على عدة أشكال نذكر منها: (مصطفى يوسف كافي، 2011، ص22).

- **النقود الإلكترونية البرمجية:** هناك أنظمة برمجية تعتمد بالكامل على برمجيات مخصصة لدفع النقود عبر الانترنت، فقد أصبح من الممكن عن طريق استخدام برمجيات معينة من أشهرها برنامج Ecash's استخدام النقود الإلكترونية لإتمام عمليات الشراء والدفع عبر الانترنت كما أن هذه البرمجيات تتيح إرسال النقود الإلكترونية بالإرفاق مع رسالة بريد الكتروني.
- **المحفظة الإلكترونية:** قد تكون المحفظة الإلكترونية بطاقة ذكية بلاستيكية مغطاة يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي ل يتم نقل القيمة المالية عبر الانترنت، ويمكن استخدام المحفظة الإلكترونية للدفع عبر الانترنت وفي الأسواق التقليدية التي تستعمل أنظمة الدفع الإلكتروني.
- **الشبكات الإلكترونية:** الشبك الإلكتروني هو المطابق للشبك الورقي التقليدي الذي اعتدنا التعامل بيه والشبك الإلكتروني هو رسالة الكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشبك إلى مستلم الشبك ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنت، ليقوم البنك أولاً بتحويل قيمة الشبك المالي إلى حساب حامل الشبك وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشبك وإعادة الكترونيا إلى مستلم الشبك ليكون دليلاً على أنه تم صرف الشبك فعال ويمكن لمستلم الشبك أن يتأكد الكترونياً من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ إلى حسابه.
- **البطاقات المصرفية:** مجازة 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 وتندرج كل هذه البطاقات تحت اسم بطاقات المعاملات المالية أو البطاقات المصرفية حيث تمكن حاملها من الحصول على نقود وسلع وخدمات أو أي شيء آخر له قيمة مالية، (مصطفى يوسف كافي، 2011 ص22).

### 2. البطاقات البنكية:

❖ **تعريف البطاقات البنكية:** هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية مغناطيسية تقوم على مبدأ الدفع المسبق باعتبارها أداة مصرفية للوفاء بالالتزامات المالية يصدرها البنك لصالح عملائه بدلا من حمل النقود، وتتميز بشكلها المستطيل وتحمل اسم المؤسسة المصدرة لها وشعارها وتوقيع وحساب حاملها، وفي الوجه الأمامي تحمل رقمها واسم حاملها وتاريخ انتهاء الصالحة ، وبالتالي فهي تحل محل النقود في مختلف الالتزامات، كما تستخدم هذه البطاقات في السحب النقدي من جهاز الصرف آلي وفي شراء السلع والحصول على خدمات، حيث تعطي لحاملها قدرا كبيرا من المرونة في السداد والأمان وتكلفة اقل في إتمام العمليات وهناك عدة أنواع من هذه البطاقات نذكر منها: (مصطفى طويطي ، 2013 ص56).

● **بطاقات السحب آلي** يمكن للعميل بمقتضاها سحب مبالغ نقدية من حسابه بحد أقصى متفق عليه والغرض منها تقليل الزحام على شبابيك الصرف وكذلك لتمكين العميل من صرف المبالغ التي يحتاجها في الفترة التي يكون فيها البنك مغلقا.

● **بطاقات الدفع** وهي بطاقات تخول لحاملها سداد ثمن السلع والخدمات التي يحصل عليها من بعض المحلات التجارية التي تقبلها بموجب اتفاق مع الجهة المصدرة لها وذلك بتحويل ثمن البضائع من حساب العميل إلى حساب التاجر.

● **بطاقات الائتمان** ويمنح فيها البنك لحاملها تسهيلات ائتمانية حيث يستطيع استعمالها للحصول على السلع والخدمات بمجرد تقديمها للتاجر بصرف النظر عن وجود أو عدم وجود رصيد كافي للعملية حيث يقوم التاجر بتحرير فاتورة بقيمة المشتريات والتي عليها توقيع العميل ويقدمها للبنك مصدر البطاقة ليسدد القيمة له ويخصمها البنك من حساب العميل الجاري، ( مصطفى طويطي ، 2013 ص56).

### 3. التحويلات الالكترونية:

❖ **تعريف التحويلات الالكترونية:** يتمثل في مجموعة القواعد والإجراءات المعتمدة في تحويل الأموال عبر المصارف الالكترونية مرخص لها القيام بعملية إصدار أمر التحويل عن طريق الحاسوب، فالتحويل المصرفي هو عقد بين الأمر بالتحويل المصرفي والبنك مصدر للحوالة ، يلتزم بموجبه البنك بان يدفع بنفسه أو بواسطة غيره مبلغا من النقود يعادل قيمة الحوالة إلى المستفيد من الحوالة مقابل عمولة متفق عليها، وبذلك فان التحويل المصرفي الالكتروني لا يختلف عن التحويل المصرفي العادي سوى بوجود وسائل الاتصال الالكترونية تسمح بالقيام بالعملية عن بعد والتي تتم بعلاقة عقدية بين المؤسسات المالية، وبتطوير الوسائط الالكترونية وأنظمة المعلوماتية وقنوات الاتصال ، أصبحت التحويلات المصرفية الالكترونية أكثر انتشارا وذلك راجع إلى السرعة في تنفيذ هذه العقود والثقة ما بين المتعاملين في مجال التحويل المصرفي، الذي يعتبر عملية لانقضاء التزام أصلي ناتج عن الدفع الالكتروني ما بين المشتري الذي يستعمل وسيلة الكترونية لاقتناء حاجياته من سلع وخدمات، ( جلول بن قشوة، 2017 ص93).

### 4. الاوراق التجارية الالكترونية:

تعريف الأوراق التجارية الالكترونية: يمكن تعريفها بأنها "محررات معالجة الكترونيا بصورة جزئية أو كلية تمثل حقا نقديا وقابلة للتداول بالطرق التجارية ومستحقة الدفع لدى الاطلاع أو بعد أجل قصير، وتقوم مقام النقود في الوفاء، (باطلي غنية، 2018 ص233).

### ❖ أنواع الاوراق التجارية الالكترونية:

- الكمبيالة الالكترونية: كما عرفها البعض على أنها " صك مكتوب وفقا لبيانات حددها القانون تتضمن أمراً صادرا من الساحب إلي شخص ثاني يسمى المسحوب عليه بدفع مبلغ نقدي باسم شخص ثالث يسمى المستفيد أو لأمره في تاريخ معين أو قابل للتعين أو بمجرد الاطلاع(محمد هلالية، 2001، ص 98).

- الشيك الإلكتروني: هو محرر مكتوب، يتضمن أمراً صادراً من محرره، من الساحب موجهها إلى المسحوب عليه بدفع مبلغ محدد من النقود لأمر شخص محدد أو لحامله، وذلك حال إطلاع المسحوب عليه على هذا المحرر ومطالبته بالوفاء، (أحمد بربري، 1996 ص355).
- السند لأمر الكتروني: يعرف على أنه محرر شكلي ثنائي الأطراف معالج إلكتروني بصورة كلية أو جزئية، يتضمن تعهداً من محرره بدفع مبلغ من النقود في تاريخ معين لإذن شخص آخر يسمى المستفيد، (فتححي الحموري، 2009، ص165).

### ❖ خصائص الخدمات المصرفية الإلكترونية:

- تميزت الصيرفة الإلكترونية بتقديم خدمات متميزة عن خدمات الصيرفة التقليدية في تلبية احتياجات الزبون وهو ما يحقق مزايا عديدة من أهمها: (ناريمان و محمد، 2022 ص 103 – 105).
- ليس لها قيود زمنية: تتميز الصيرفة الإلكترونية بقدرتها للوصول إلى قاعدة أوسع من الزبائن دون التقيد بمكان أو زمان معين، كما تتيح لهم إمكانية طلب الخدمة في أي وقت وعلى طول أيام الأسبوع وهو ما يوفر الراحة للزبون إضافة إلى سرية المعلومات والتي تزيد من ثقة الزبون.
  - سهولة الاتصال: يسمح استخدام الوسائل الإلكترونية الهاتف والفاكس والانترنت بسهولة اتصال الزبائن بالبنك والتعرف على الخدمات المصرفية الكترونياً وكذا طرح انشغالاتهم واستفساراتهم والتي يرد عليهم موظف البنك ممثل في جهاز الرد الآلي ويكون الاتصال ذو اتجاهين بين الزبون والبنك وهذا من شأنه تعزيز العالقة بينهما كما تسمح هذه الخاصية بإرسال معلومات من طرف الزبائن إلى البنك حول اهتماماتهم بخدمة مصرفية معينة وبالتالي يستفيد البنك من التغذية العكسية ودراسة السوق. (ناريمان و محمد، 2022 ص 103 – 105).
  - تقديم خدمات مصرفية متكاملة وجديدة: تتضمن الصيرفة الإلكترونية كافة الخدمات المصرفية التقليدية وإلى جانبها خدمات أكثر تطوراً باستخدام وسائل حديثة تميزها عن الأداء التقليدي مثل:
    - إصدار النشرات الإلكترونية العالمية عن الخدمات المصرفية .

- إمداد الزبائن بطريقة التأكد من أرصدهم لدى المصرف.
  - تقديم طريقة دفع الزبائن للكمبيالات المسحوبة عليهم الكترونيا .
  - تحويل الأموال بين حسابات الزبائن الكترونيا.
- **خفض التكاليف:** من أهم ما يميز الصيرفة الإلكترونية أن تكاليف تقديم الخدمة الإلكترونية منخفضة مقارنة بتقديم الخدمات التقليدية كما يقدر العاملون في القطاع المصري في أن تكلفة تقديم الخدمة من خلال القنوات التقليدية يكلف مالا يقل عن ستة أضعاف تقديمها من خلال القنوات الإلكترونية الحديثة.
- **سرعة التحديث:** تعني القدرة على تكوين مصادر المعلومات من خلال تحديث المعلومات المجمعة من الزبائن ومن التفاعلات التي تحدث بين الزبون والبنك بشكل متواصل مما يعزز كفاءة وفعالية قواعد البيانات، وبالتالي الوصول الى الدقة والمصدقية.
- **سرعة إنجاز الأعمال المصرفية:** إنما أحدثته الوسائل التقنية الحديثة من سرعة في إنجاز الأعمال المصرفية يسهل على الزبون الاتصال بالمصرف، وأصبح بإمكانه الاستفادة من الخدمات في أجزاء صغيرة من الدقيقة الواحدة وذلك بأداء جيد وبكفاءة عالية، وبدون انتقاله شخصا إلى مكان وجود المصرف لطلب ما يحتاجه، (ناريمان و محمد، 2022 ص 103 – 105).

### المبحث الثاني: العلاقة بين متغيرات الدراسة.

هناك العديد من العوامل التي تؤثر في موقف المستهلكين تجاه الخدمات المصرفية الإلكترونية، نذكر منها حسب دراستنا الفائدة المتوقعة، سهولة الاستخدام، المصدقية المدركة وجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية كمتغيرات مستقلة أما المتغير التابع يتمثل في الموقف تجاه الخدمات المصرفية الإلكترونية، كما يتأثر هذا الأخير بدوره ببنية استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية كمتغير تابع ليصبح الموقف تجاه الخدمات المصرفية الإلكترونية متغيرا مستقلا.

**المطلب الأول: العلاقة بين الفائدة المتوقعة والموقف تجاه الخدمات المصرفية الإلكترونية.**

وقد بينت العديد من الدراسات منها دراسة (Eriksson,2005) أن عامل الفائدة المتوقعة له تأثير كبير على مستوى استخدام العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية.

كما أكد ذلك (PikkArianne n2004) أن الفائدة المتوقعة من العوامل الأكثر تأثيراً على زيادة مستوى استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية.

حسب دراسة (Ghezelayagh&Davar para n 2015) التي استهدفت قياس العوامل المؤثرة على الخدمات المصرفية الإلكترونية وتوصلت إلى أن عامل الفائدة المتوقعة ذو تأثير على درجة قبول المستخدمين للخدمات المصرفية الإلكترونية.

وبناءً على ما سبق نطرح الفرضية التالية

H1: يوجد اثر ذو دلالة إحصائية للفائدة المتوقعة على الموقف تجاه الخدمات المصرفية الإلكترونية.

وقد أيدت دراستنا هذه الدراسات من حيث النتيجة حيث توصلنا إلى نتيجة إيجابية بين الفائدة المتوقعة و الموقف تجاه الخدمات المصرفية الإلكترونية

المطلب الثاني: العلاقة بين سهولة الاستخدام والموقف تجاه الخدمات المصرفية الإلكترونية.

استهدفت دراسة (Ghezelayagh&Davar para n 2015) قياس العوامل المؤثرة على الخدمات الإلكترونية و توصلت إلى أن عامل سهولة الاستخدام، إضافة إلى عوامل أخرى كلها ذات تأثير إيجابي على درجة قبول المستخدمين للخدمات المصرفية الإلكترونية.

كما تناولت دراسة ( Adesina&chanles n 2010 ) قياس مدى قبول المستخدمين للخدمات المصرفية الإلكترونية و التعرف على العوامل التي تؤثر في تبنيها و العوائق التي تحول دون استخدامها، و توصلت الدراسة إلى أن المستخدمين يفضلون استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية لأنها سهلة الاستخدام و توفر الوقت و الجهد.

هدفت دراسة (Salihu, et al 2019) إلى معرفة مدى تأثير الأمن وسهولة الاستخدام على الخدمات المصرفية الإلكترونية. بعد مراجعة شاملة الأدبيات، تقدم هذه الدراسة تحليلاً إحصائياً من خلال استبيان موزع لفحص تأثير الأمان وسهولة الاستخدام في تقليل المشكلات المتعلقة بالخدمات المصرفية الإلكترونية. وتوصلت الدراسة إلى أن الأمان وسهولة استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية لها تأثير سلبي على المشكلات المتعلقة بالخدمات المصرفية الإلكترونية، مما يعني أنه مع تعزيز الأمان و / أو سهولة الاستخدام، يتم تقليل مشاكلها.

ويمكن صياغة الفرضية المتعلقة بسهولة الاستخدام بناءً على ما سبق:

H2: يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لسهولة الاستخدام على موقف تجاه الخدمات المصرفية الإلكترونية.

وقد أظهرت دراستنا نتيجة سلبية بين سهولة الاستخدام و الموقف تجاه الخدمات و بذلك فهي تتوافق مع دراسة (salihu ,et al 2019)

### المطلب الثالث: العلاقة بين المصدقية المدركة والموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية

وقد أشارت بعض الدراسات منها دراسة (داليا عبد الله، 2008) إلى أن أهم التحديات التي تواجهها الخدمات المصرفية الالكترونية هي رغبة العملاء في فحص المنتج و التأكد منه قبل شرائه بالإضافة إلى امن وسرية الموقع و خوفهم من سرقة أرقام بطاقاتهم الائتمانية.

و أضافت دراسة (مي محفوظ، 2014) أن أكثر المعوقات التي تؤثر في قبول العملاء لاستخدام الخدمات المصرفية الالكترونية هي عدم توفير وسائل الأمن و الخصوصية.

كما هدفت دراسة (Samar Rani & other's,2020) إلى التعرف على أهم العوامل المؤثرة في استخدام العملاء للخدمات المصرفية الالكترونية، هي تصميم الموقع الالكتروني للبنك، و الاهتمام بالشكاوي و المقترحات عبر الموقع.

ومنه نطرح الفرضية التالية:

H3: يوجد اثر ذو دلالة إحصائية للمصدقية المدركة على موقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية.

حسب دراستنا في العلاقة بين المصدقية المدركة و الموقف تجاه الخدمات أظهرت النتائج تأثير إيجابي بينهما و بذلك فهي تتوافق مع هذه الدراسات.

### المطلب الرابع : العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية الالكترونية والموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية.

حيث هدفت دراسة (Carlson & o'cass, 2010) إلى تطوير نموذج نظري لدراسة العلاقة بين جودة الخدمات الالكترونية و رضا المستهلك و الموقف اتجاه الموقع على شبكة الانترنت وأكدت نتائج الدراسة أن لجودة الخدمة تأثير إيجابي على مستوى رضا الزبائن و موقفهم اتجاه الموقع تبعاً للخدمة التي يقدمها.

كما أشارت دراسة (Akhtar, al, 2011) إلى العلاقة بين جودة الخدمات المصرفية و رضا الزبائن في البنوك الإسلامية (باكستان)، و أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة مباشرة بين أبعاد جودة الخدمة و رضا الزبائن، و للوجود دور مهم في قياس مستوى رضا العملاء في المؤسسات المالية الإسلامية.

وهدفنا دراسة (Ahmadi, et al, 2015) إلى الكشف عن تأثير جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على التزام الزبون و كانت حالة الدراسة على فروع البنك الفارسي، وكانت نتيجة دراسة الاستبيان أن جودة الخدمة لها تأثير ايجابي على رضا الزبائن و على الثقة جزئياً و عليه قدمت الدراسة اقتراحات لتحسين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية.

وتكون صياغة الفرضية لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على الشكل الموالي:

H4: يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على موقف تجاه الخدمات المصرفية الإلكترونية.

وقد تطابقت نتائج دراستنا مع النتائج السابقة في العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية والموقف تجاه الخدمات.

المطلب الخامس: العلاقة بين الموقف تجاه الخدمات المصرفية الإلكترونية ونية استخدام الخدمات المصرفية

الإلكترونية.

أشارت دراسة (فايزة، 2020) بعنوان قياس اتجاهات المستهلكين نحو نظام الدفع الإلكتروني في الجزائر إلى مدى تبني العملاء لهذه الخدمة مع وجود عوامل مؤثرة على هذه الاتجاهات متمثلة في الأداء المتوقع، الجهد المتوقع وهي ذات دلالة إحصائية، في حين أن عامل المخاطرة لم يكن له أي تأثير على اتجاهات المستهلكين.

أظهرت دراسة (Ajzen and Fishbein 1980) أنه يمكن التنبؤ بموقف الفرد تجاه أي كائن بدرجة عالية من الدقة من معرفة معتقدات الفرد حول كائن الموقف وجانب التقييم لهذه المعتقدات. استنادا إلى نموذج Ajzen و Fishbien ، فإن موقف 249 مستهلكا تجاه موقف الخدمات المصرفية الإلكترونية هو دالة على القوة التي يحمل بها هذه المعتقدات (الاحتمال الشخصي للشخص بأن الخدمات المصرفية الإلكترونية مرتبطة بسمات مختلفة) وتقييمه لكل سمة. وبالتالي فمن المعقول افتراض أن مواقف المستهلكين لها تأثير قوي ومباشر وإيجابي على نية المستهلكين في استخدام أنظمة هوية جديدة بالفعل. ولكن لفهم محددات موقف المستهلكين ، يقال إن هذا الموقف له تأثير قوي ومباشر وإيجابي على نوايا المستهلكين لاستخدام التكنولوجيا أو النظام الجديد فعليا (Hernandez and Mazzon, 2007). وفقا لذلك ، من المعقول توقع أن تؤثر مواقف العملاء على قبول الخدمات المصرفية الإلكترونية.

و أوضحت دراسة (Amir hsnaoui, Frank- Mahé, 2011) في مقال أوضحت محددات تبني نظام الدفع الإلكتروني الذي يحوى المتغيرات المتمثلة في اتجاهات المستهلكين، سهولة الاستخدام، الفوائد المتوقعة باعتبارها تؤثر مباشرة على نية الاستخدام، و هذه الأخيرة تؤثر في الاستخدام الفعلي للنظام. ويمكننا صياغة الفرضية كالتالي:

H5: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للموقف تجاه الخدمات المصرفية الإلكترونية على نية استخدام الخدمات المصرفية

الإلكترونية.

اتضح أن نتائج دراستنا تشابهت مع الدراسات السابقة في العلاقة بين الموقف تجاه الخدمات المصرفية الإلكترونية ونية استخدام الخدمات المصرفية.

### المبحث الثالث: الدراسات السابقة لموقف المستهلكين تجاه الخدمات المصرفية الإلكترونية

#### المطلب الأول: الدراسات العربية

عند مراجعتنا للدراسات السابقة باللغة العربية وجدنا دراسات تقترب من موضوع دراستنا و هي:

#### • دراسة ممدوح عبد الفتاح أحمد محمد (2021) بعنوان: "العوامل المؤثرة والمعيقة لتبني العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية بالمصارف السعودية والمصرية"

استهدفت الدراسة التعرف على العوامل المؤثرة والمعيقة لتبني العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية بالمصارف السعودية والمصرية ومعرفة أثر العوامل الديمغرافية في تبني تلك الخدمات، تكون مجتمع الدراسة من مختلف العملاء لتلك المصارف، تم توزيع 384 استبانة خضع منها للتحليل الإحصائي 350 استبانة بنسبة 91% تم تحليل البيانات باستخدام حزمة (SPSS)، بينت نتائج الدراسة أنه: توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في اتجاهات عملاء المصارف نحو الخدمات المصرفية الإلكترونية، وأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعوامل (الإتاحة، والدور للمصرف، وسرعة تنفيذ التعاملات، وتكلفة الخدمة، والفوائد المدركة، والثقة، وسهولة الاستخدام، والسرية، والأمن، والقدرة الذاتية) كعوامل مؤثرة على تبني العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية، كما إنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعوامل (تدني الأمن، وتدني السرية، وانخفاض وعي العملاء، و بطء خدمة الأنترنت، وانخفاض الثقة، وكثرة الأعطال والأخطاء، وارتفاع التكلفة، والانتشار العشوائي لمواقع الصراف الآلي، وعدم توفر خدمات شاملة، وارتفاع درجة المخاطر، وغياب التشريعات القانونية، وعدم انتشار نقاط البيع POS، وصعوبة الاستخدام كعوامل معيقة لتلك الخدمات، وأنه توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات العملاء السعوديين والمصريين في تلك العوامل المؤثرة والمعيقة، وأفادت دراسة العوامل الديموغرافية بوجود أثر ذو دلالة إحصائية لعوامل (السن، والمهنة، والدخل الشهري، والمستوى التعليمي) ولا يوجد هذا الأثر لعاملي (الجنس، والحالة الاجتماعية) في تبني العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية ممثلة في (الصراف الآلي ATM، ونقاط البيع POS، والبنك الناطق، والبنك المنزلي).

#### • دراسة غيداء إبراهيم سلمان (2015) بعنوان: "دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في زيادة مستوى رضا العملاء في المصرف التجاري السوري"

هدفت الدراسة إلى معرفة النقاط الأساسية التي يبحث عنها العملاء ويفضلون تواجدها في الخدمة المصرفية الإلكترونية و التعرف على درجة رضا عملاء المصرف محل الدراسة عن الخدمات المصرفية الإلكترونية، والأهمية التي يوليها المصرف التجاري السوري لمفهوم رضا العملاء. تم الاعتماد على المنهج الاستقرائي المنهج التحليلي الوصفي. تم جمع البيانات عن طريق توزيع الاستبانة على عينة مكونة من 953 عميل من عملاء المصرف التجاري السوري بفروعه الخمسة. و توصلت الدراسة إلى وجود فروقات ذات دلالة معنوية بين مستوى الخدمات التي يقدمها المصرف التجاري السوري لعملائه وبين مستوى الخدمات الواجب تقديمها لتحقيق رضا العملاء. كما أن هناك فروقاً ذات دلالة معنوية بين مشاكل الخدمات

المصرفية الإلكترونية و رضا العملاء حيث أن مشاكل الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها المصرف التجاري السوري لعملائه تؤثر وبشكل واضح في مستوى رضا العملاء.

### • دراسة وديع نصري (2015) بعنوان: "تبني استخدام الإنترنت في الخدمات المصرفية في تونس"

تهدف هذه الدراسة إلى استقصاء العوامل المؤثرة على نية المستهلكين تجاه استخدام الإنترنت في الخدمات المصرفية في تونس، باستخدام نموذج قبول التكنولوجيا " تام " ونظرية السلوك المخطط. وتم تحليل 150 استبانة باستخدام أسلوب تنميط المعادلة المنتظمة Modeling Equation Structural. وتوصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن الاتجاه نحو الاستخدام، والصعوبة المدركة، و المعايير الموضوعية، والفائدة المدركة لها تأثير إيجابي على النية تجاه استخدام الإنترنت في الخدمات المصرفية. كما تشير نتائج الدراسة إلى تأثير سهولة الاستخدام على المنفعة المدركة والاتجاه نحو الاستخدام. وقد اقترحت الدراسة عدة توصيات من شأنها أن تفيد المؤسسات المصرفية في رسم استراتيجيات تسويقية لمزيد دفع العملاء إلى استخدام الإنترنت في الخدمات المصرفية.

### • دراسة (Doman, et al, 2010) بعنوان: "الانترنت المصرفي من وجهة نظر العملاء في موريتانيا".

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة العوامل المؤثرة في نية العملاء تجاه استخدامهم خدمات الانترنت المصرفي في موريتانيا و تكونت عينة الدراسة من 400 عميل يقطنون بمحافظتين هامتين في موريتانيا، اعتمدت الدراسة بشكل رئيسي على تحليل الانحدار المتعدد من أجل ثبات صحة الفرضيات، . وتوصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن المنافع المدركة و السهولة المدركة لهما أثر إيجابي في نية العملاء تجاه استخدامهم خدمات الانترنت المصرفي، كما تشير نتائج الدراسة إلى أن الأمن و الخصوصية المدركة لبيانات العميل لهما أثر إيجابي في نية العملاء نحو استخدامهم خدمات الانترنت المصرفي، و تبين أن مقاومة التغيير لها أثر سلبي في نية العملاء نحو استخدامهم خدمات الانترنت المصرفي، و وصول جيد إلى شبكة الانترنت ليس له أثر جوهري في نية العملاء نحو استخدامهم خدمات الانترنت المصرفي.

### المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية

### • دراسة (Ahmadi, et. al., 2015) بعنوان: "Review the influence of E-Banking Service Quality on Consumer's Commitment (Case Study: Persian Branches) Tehran ,Bank"

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن تأثير جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على التزام الزبون، وكانت حالة الدراسة على فروع البنك الفارسي في إيران، ومن أجل ذلك تم توزيع 350 استبياناً على زبائن البنك الفارسي في طهران، وقد تم تحليل 332 من إجمالي الاستبيانات، وكانت النتيجة قد بينت أن جودة الخدمة لها تأثير على ابتهاج الزبائن، وأيضاً وجود تأثير لرضا أو ابتهاج الزبائن على الثقة والالتزام، وكان تأثير جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على الثقة جزئياً .

### • دراسة (Agrawal, et. al., 2014) بعنوان: "Review of E-"A Conceptual Framework on Service Quality in Banking Industry."

هدفت هذه الدراسة إلى اقتراح نموذج نظري لقياس جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في قطاع البنوك بالهند، من خلال تسعة أبعاد معبراً عنها بالموثوقية، وسهولة الاستخدام، والطابع الشخصي، والأمن، والثقة، جمالية الموقع، والاستجابة، الاتصال، الوفاء، وذلك لما لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية من أهمية كبرى في تحقيق مستوى عالي من رضا الزبائن وللدور الذي تلعبه جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحقيق النجاح أو الفشل في أي بنك، وأن تقديم خدمات الأترنت سيزيد من المنافسة بين البنوك لجذب الزبائن على أساس جودة الخدمة المقدمة من قبل البنك، وأن أفضل جودة للخدمة الإلكترونية ستعزز من العلاقة مع الزبائن وتحقق الرضا لهم. لذلك فإن قياس جودة الخدمات الإلكترونية في القطاع البنكي مهمة جداً، كما أنها تعتبر عملية معقدة بسبب الطبيعة المعقدة للخدمات. وتتوقع هذه الدراسة أن هناك قصور في وجود تعريف متقدم لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية، وأشارت النتائج في هذه الدراسة إلى وجود أثر إيجابي لكل من الموثوقية والاستجابة وسهولة الاستخدام وإضفاء الطابع الشخصي والأمن والثقة وجمالية موقع الويب والكفاءة والاتصال والوفاء على جودة الخدمة الإلكترونية، واقترحت إطار نظري لقياس جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في القطاع البنكي في الهند، لذلك فإن التطوير السليم في قياس جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في القطاع البنكي الهندي يمكن أن يساعد على صيانة وتحسين أداء وفعالية جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية والاحتفاظ بالزبائن.

### • دراسة (Akhtar, et. al., 2011) بعنوان: "Relationship between customer satisfaction and service quality of Islamic banks".

هدفت هذه الدراسة إلى قياس مستوى وعي العملاء حول البنوك الإسلامية، وتبسيط الضوء على العلاقة بين جودة الخدمات المصرفية و رضا الزبائن في البنوك الإسلامية العاملة في باكستان، ويتمثل المتغير التابع في رضا العملاء، بينما المتغير المستقل هو جودة الخدمة بأبعادها: الامتثال، والضمان والتعاطف والاستجابة، و اعتمدت الدراسة على جمع البيانات من عينة تمثل مجتمع الدراسة تكونت من 285 وتم استرجاع عدد 187 استبانة، منها فقط 167 استبانة صالحة للتحليل، و أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة مباشرة بين أبعاد جودة الخدمة وهي الامتثال، الموثوقية، التعاطف، الاستجابة، ورضا الزبائن، وأن بعدي الامتثال والاستجابة لهما تأثير أكبر على رضا الزبائن في البنوك الإسلامية في باكستان، وأظهرت أن جميع الأبعاد التي تمثلت في جودة الخدمات لديها دور مهم في قياس مستوى رضا العملاء في المؤسسات المالية الإسلامية، ويتعين على المصارف الإسلامية أن تركز على توفير مجموعة واسعة من المعلومات لعملائها بشأن المنتجات والخدمات التي تقدمها و نوهت إلى أن هناك حاجة ملحة لوضع برامج للتدريب وورش عمل للعملاء، كما أوصت الدراسة بضرورة تركيز البنوك على الحملات لتوعية الزبائن بما يتعلق بخصائص النظم البنكية الإسلامية.

### • دراسة (Carlson, &O' Casss, 2010) بعنوان: " Exploring the relationships between e-service equality, satisfaction, attitudes and behaviors

### "sites web service-e driven-contentin".

هدفت هذه الدراسة إلى تطوير نموذج نظري لدراسة العلاقة بين جودة الخدمة الإلكترونية ورضا المستهلك والمواقف تجاه الموقع على شبكة الأنترنت والنوايا السلوكية للزبائن من خلال محتوى الموقع، واستخدمت الدراسة منهجية جمع البيانات من 518 زبون عبر استطلاع على موقع الأنترنت في استراليا، وركزت هذه الدراسة على مواقع الويب ذات المحتوى في مجال الخدمات الرياضية المهنية، و أكدت نتائج الدراسة أن التقييمات الإيجابية لجودة الخدمة الإلكترونية لها تأثير إيجابي على مستوى رضا الزبائن ومواقف الزبائن تجاه الموقع على شبكة الأنترنت وسلوكياتهم تبعاً للخدمة التي يقدمها الموقع، وبالتالي فإن الدراسة تدعم أن لجودة الخدمة الإلكترونية تأثيراً على رضا وسلوك ومواقف الزبائن.

### ● دراسة ( Awoke, 2015 ) بعنوان: "Service Quality and Customer Satisfaction: Empirical Evidence from Saving Account Customers of Banking Industry"

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم جودة الخدمات لزبائن حسابات التوفير في البنك في أثيوبيا، لأن في الوقت الحاضر تسعى وتحاول المنظمات إلى تحقيق الزيادة في رضا الزبائن من خلال التركيز على جودة الخدمات المقدمة، وقياس الرضا العام عن جودة الخدمات التي يقدمها البنك، حيث تم استخدام المنهج الوصفي، والمسح للحصول على الإجابات ذات الصلة والمناسبة لأسئلة البحث، واختيار ما مجموعه 100 زبون يمثلون أفراد العينة وأخذ العينات المناسبة والمریجة وتم تصميم الاستبيانات وتوزيعها، على أساس نموذج SERVQUAL لقياس جودة الخدمة المدركة وتوقعات العملاء، من خلال خمسة أبعاد لجودة الخدمة وهي: الملموسية، والموثوقية، والاستجابة، وضممان، والتعاطف. وأظهرت النتائج أن جودة خدمة البنك من خلال بعدي، الملموسية والضممان في البنك تشير إلى مستوى رضا إيجابي لزبائن البنك، ومن ناحية أخرى، أبعاد كل من الموثوقية والاستجابة والتعاطف، كانت سلبية وتكشف أن العملاء كانوا غير راضين عن هذه الأبعاد، وأوصت الدراسة إدارات البنك أن تحتاج إلى أن تأخذ بعين الاعتبار إدراك العملاء عن جودة الخدمة وتوقعاتهم، خاصة في تلك الأبعاد التي لها أثر سلبي والتي تسبب الفجوة، وينبغي أن تطبق تحسينات مناسبة للخدمة.

### المطلب الثالث: الفجوة البحثية .

- تشابهت دراستنا مع الدراسات السابقة من حيث الموضوع، بحيث تطرقت دراستنا والدراسات السابقة إلى موضوع الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- أما عن أوجه الاختلاف بين دراستنا و الدراسات الأخرى فقد تمثلت في :

-أما دراستنا فقد استهدفت العميل(المستهلك الجزائري) بتسليط الضوء على أربعة عوامل اعتبرت كقاسم مشترك بين مختلف الدراسات وهي الفائدة المتوقعة وسهولة الاستخدام، المصادقية المدركة و جودة الخدمات.

-كما أضافت دراستنا على غرار الدراسات السابقة لاسيما الأجنبية، كونها جمعت بين موضوعين هامين استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية ومجال تطبيقها لدى البنوك الإسلامية.

### خلاصة الفصل:

في هذا الفصل حاولنا التطرق إلى مراجعة الأدبيات المتعلقة بالخدمات المصرفية الالكترونية و البنوك الإسلامية، حيث اشتمل ثلاثة مباحث رئيسية أولها تتضمن الإطار النظري للخدمة المصرفية الالكترونية و البنوك الإسلامية، أما المبحث الثاني تناول دراسة العلاقة بين متغيرات و هي الفائدة المتوقعة ، سهولة الاستخدام، المصدقية المدركة و جودة الخدمات المصرفية الالكترونية و في المبحث الثالث دعمنا دراستنا بالدراسات السابقة المشابهة لموضوع بحثنا.

و كي تتمكن البنوك الإسلامية من تعزيز استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية يمكنها إتباع بعض الإجراءات التي يمكن تلخيصها فيما يلي:

1. مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية في العمل البنكي.
2. تنويع الخدمات المصرفية المقدمة للمستهلك.
3. سن قوانين و النصوص التشريعية اللازمة لانتشار الأعمال المصرفية الالكترونية و حماية المستهلك من مخاطرها.
4. الارتقاء بالعنصر البشري من خلال الرفع من مستوى كفاءة العاملين، و التدريب على استخدام التكنولوجيا الحديثة.

## الفصل الثاني: دراسة ميدانية لموقف المستهلكين تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك الإسلامية في الجزائر

الفصل الثاني: دراسة ميدانية لموقف المستهلكين تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك الإسلامية في

الجزائر.

تمهيد:

بعد تطرقنا في الفصل الأول إلى الأدبيات النظرية المتعلقة بالدراسة وفي إطار توطيد و انسجام جانبي الدراسة، الجانب النظري و الجانب التطبيقي، تطرقنا في هذا الفصل إلى نتائج التحليل الإحصائي بعد استجابة أفراد عينة الدراسة إلى المتغيرات التي اعتمدت فيها من خلال القيام باستبيان كأداة لجمع البيانات و الاعتماد على برنامج spss موضحين بذلك موقف العملاء اتجاه استخدامهم للخدمات المصرفية الالكترونية

المبحث الاول: منهجية الدراسة.

المطلب الاول: الطريقة المتبعة.

تشمل الطريقة المتبعة مجتمع الدراسة و عينة الدراسة و كذا أهم المتغيرات.

❖ مجتمع و عينة الدراسة و حدود الدراسة:

- مجتمع الدراسة: جميع المستهلكين للخدمات المصرفية الالكترونية .
- عينة الدراسة: اختيرت العينة العشوائية حيث وزعت الاستثمارات على مجموعة موظفين و طلبة و بلغ عددها 110 استمارة (طلبة +موظفين) و كل عدد الاستثمارات المسترجعة صالحة للدراسة أي أنها مناسبة للدراسة.

● حدود الدراسة :

✓ الحدود المكانية: جامعة بلحاج بوشعيب عين تموشنت و إدارات و مؤسسات عمومية بولاية عين تموشنت.

✓ الحدود الزمنية: امتدت فترة توزيع الاستبيان من 19 مارس 2024 إلى 18 افريل 2024 .

❖ متغيرات الدراسة:

● المتغيرات المستقلة: الفائدة المتوقعة ،سهولة الاستخدام، المصدقية المدركة و جودة الخدمات المصرفية الالكترونية.

● المتغير التابع: الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية، نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.

ملاحظة: الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية يكون متغيرا تابعا في حالة الانحدار الخطي المتعدد، و يصبح متغيرا مستقلا في حالة الانحدار الخطي البسيط.

المطلب الثاني: الأدوات المستعملة:

يشمل على طريقة جمع البيانات و كذا أدوات جمع البيانات و البرامج المستخدمة في معالجة المعطيات.

❖ طريقة جمع البيانات: تم الاعتماد على نوعين من البيانات:

- البيانات الأولية: من خلال البحث في الجانب الميداني بتوزيع الاستبيان لتجميع المعلومات الميدانية اللازمة لموضوع البحث، و تم تفرغها و تحليلها في البرنامج الإحصائي Spss version 26 و استخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة بهدف الوصول لدلالات ذات قيمة و مؤشرات تدعم موضوع الدراسة.
- البيانات الثانوية: عن طريق مراجعة المقالات الموجودة في المجالات الجزائرية، العربية والعالمية بالإضافة إلى الكتب وأطروحات الدكتوراه المتعلقة بموضوع الدراسة.

❖ أدوات جمع البيانات:

يعتبر الاستبيان من بين أهم الأدوات المستعملة في الدراسة باعتباره وسيلة للكشف عن آراء العمال و المعرفة السابقة لهم و جمع المعلومات بغرض تحليلها و الوصول إلى نتائج، حيث وجه الاستبيان إلى موظفين في الإدارة العمومية و طلبة الجامعة. تم تقسيم الاستبيان إلى محورين:

المحور الأول : الأسئلة المتعلقة بمتغيرات الدراسة

المحور الثاني : البيانات الشخصية

❖ عبارات القياس المستخدمة في الاستبيان:

تطرقتنا في الاستبيان إلى عدة عبارات قياسية نذكرها فيما يلي:

- PU1: إن استخدام الأنظمة المصرفية الالكترونية من شأنه أن يحسن أدائي في إجراء المعاملات المصرفية.
- PU2: إن استخدام الأنظمة المصرفية الالكترونية يجعل من السهل بالنسبة لي إجراء المعاملات المصرفية.
- PU3: أجد أن الأنظمة المصرفية الالكترونية مفيدة في إجراء معاملاقي المصرفية.
- PEU1: إن تفاعلي مع أنظمة الخدمات المصرفية الالكترونية واضح ومفهوم.
- PEU2: إن تعلم كيفية استخدام الأنظمة المصرفية الالكترونية أمر سهل بالنسبة لي.
- PEU3: سيكون من السهل بالنسبة لي أن أصبح ماهرًا في استخدام الأنظمة المصرفية الالكترونية.
- PEU4: أجد أن الأنظمة المصرفية الالكترونية سهلة الاستخدام.
- PC1: إن استخدام الأنظمة المصرفية الالكترونية لن يكشف عن معلوماقي الشخصية.

## الفصل الثاني: دراسة ميدانية لموقف المستهلكين تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك الإسلامية في الجزائر

- PC2: سأجد أن الأنظمة المصرفية الالكترونية آمنة في إجراء معاملاتي المصرفية.
- ATT1: في رأيي، من المستحسن استخدام الأنظمة المصرفية الالكترونية.
- ATT2: يعد استخدام الأنظمة المصرفية الالكترونية تجربة ممتعة.
- ATT3: يعد استخدام الأنظمة المصرفية الالكترونية فكرة حكيمة (رأي جيد).
- SQ1: يتم تحديث موقع الخدمات المصرفية الإلكترونية بانتظام.
- SQ2: موقع الخدمات المصرفية الالكترونية منظم بشكل جيد.
- SQ3: يتضمن موقع الخدمات المصرفية الالكترونية ميزات تفاعلية.
- SQ4: يتميز موقع الخدمات المصرفية الالكترونية بسهولة الاستخدام.
- BI1: افترض أن لدي إمكانية الوصول إلى أنظمة الخدمات المصرفية الالكترونية، فإنني أنوي استخدامها.
- BI2: أنوي زيادة استخدامي لأنظمة الخدمات المصرفية الالكترونية في المستقبل.

### ❖ البرامج المستخدمة في معالجة المعطيات:

تطبيق البرنامج الإحصائي spss version26 لتحليل البيانات.

## الفصل الثاني: دراسة ميدانية لموقف المستهلكين تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك الإسلامية في الجزائر

المبحث الثاني: دراسة بيانات الاستبيان و ثباته

المطلب الأول: عرض النتائج

❖ نتائج الانحدار الخطي المتعدد:

● ثبات الاستبيان:

من خلال تطبيق برنامج spss version26 تم إجراء اختبار الثبات لإجابات العينة المدروسة وتحصلنا على النتائج

التالية:

الجدول رقم 01: ثبات الاستبيان.

البيان	عدد العبارات	درجة معامل ألفا كرو نباخ
مجاميع محاور الاستبيان	18	0,799

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات spss version26

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمة ألفا كرو نباخ قد بلغت 0.799 وهي قيمة مرتفعة وهذا ما يدل على أن

المقياس بعباراته 18 يتمتع بالثبات، حيث يجب أن يكون أكبر من 0.6 وهو الحد الأدنى المقبول لقيمة معامل ألفا كرو نباخ.

## الفصل الثاني: دراسة ميدانية لموقف المستهلكين تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك الإسلامية في الجزائر

### ❖ ارتباط الاستبيان:

الجدول رقم 02: مصفوفة الارتباط بين متغيرات نموذج الانحدار.

جودة الخدمات المصرفية الالكترونية	المصدقية المدركة	سهولة الاستخدام	الفائدة المتوقعة	موقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية	
0,421	0,267	0,189	0,472	1,000	معامل ارتباط Pearson
0,206	0,203	0,334	1,000	0,472	الفائدة المتوقعة
0,292	0,206	1,000	0,334	0,189	سهولة الاستخدام
0,514	1,000	0,206	0,203	0,267	المصدقية المدركة
1,000	0,514	0,292	0,206	0,421	جودة الخدمات المصرفية الالكترونية
0,000	0,002	0,024	0,000	.	معامل ارتباط القيمة الاحتمالية sig
0,015	0,017	0,000	.	0,000	الفائدة المتوقعة
0,001	0,015	.	0,000	0,024	سهولة الاستخدام
0,000	.	0,015	0,017	0,002	المصدقية المدركة
.	0,000	0,001	0,015	0,000	جودة الخدمات المصرفية الالكترونية
110	110	110	110	110	العينة
110	110	110	110	110	الفائدة المتوقعة
110	110	110	110	110	سهولة الاستخدام
110	110	110	110	110	المصدقية المدركة
110	110	110	110	110	جودة الخدمات المصرفية الالكترونية

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات spss version 26

يوضح الجدول (02) أعلاه مصفوفة الارتباط بين متغيرات نموذج الانحدار حيث نلاحظ انه يوجد ارتباط ايجابي بين الفائدة المتوقعة و الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية بقيمة 0.472 بدلالة إحصائية معنوية اصغر من 0.05 ، و كذلك يوجد ارتباط ايجابي بين سهولة الاستخدام و الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية بقيمة 0.189 بدلالة إحصائية معنوية اصغر من 0.05 ، و أيضا وجود ارتباط ايجابي ذو دلالة إحصائية معنوية بين المصدقية المدركة و الموقف

## الفصل الثاني: دراسة ميدانية لموقف المستهلكين تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك الإسلامية في الجزائر

تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية بقيمة 0.267 و أيضا بين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية والموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية بقيمة 0.421.

### • المتغيرات التي تم إدخالها:

الجدول رقم 03: المتغيرات التي تم إدخالها أو إزالتها.

النموذج	المتغيرات التي تم إدخالها	المتغيرات التي تمت إزالتها	الطريقة
1	الفائدة المتوقعة سهولة الاستخدام المصدقية المدركة جودة الخدمات المصرفية الالكترونية		قياسية

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات spss version 26.

وضح الجدول (03) أعلاه أسماء المتغيرات التي أدخلت في معادلة الانحدار (موقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية) كمتغير تابع و المتغيرات المستقلة (الفائدة المتوقعة و سهولة الاستخدام المصدقية المدركة و جودة الخدمات المصرفية الالكترونية) و التحليل لم يستبعد أي متغير، كما أن الطريقة المستخدمة في النموذج هي الانحدار القياسي.

### • القدرة التفسيرية للنموذج:

من أجل اختبار قدرة النموذج على التفسير تم استخدام كل من معامل الارتباط " $R$ " ، معامل التحديد، " $R^2$ " والاهم معامل التحديد المعدل " $R^2$ " الذي يقدم تفسير أدق وأقرب للصحة، وهذا ما يبينه الجدول الموالي:

الجدول رقم 04: نموذج الانحدار.

معامل الارتباط $R$	معامل التحديد $R^2$	معامل التحديد المعدل $R^2$	الخطأ المعياري
0,579 <sup>a</sup>	0,335	0,310	0,50174

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات spss version 26.

يوضح الجدول (04) السابق معامل ارتباط بيرسون بين المتغير التابع و المتغيرات المستقلة حيث بلغ قيمة مرتفعة تقدر ب 0.579 و هذا يعني وجود علاقة ارتباط متوسطة وطردية بين المتغيرات المستقلة مجتمعة و المتغير التابع. و قد بلغت قيمة معامل التحديد المعدل (0.310) و هذا يعني أن المتغيرات المستقلة تفسر معا ما نسبته 31% من التباين في

## الفصل الثاني: دراسة ميدانية لموقف المستهلكين تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك الإسلامية في الجزائر

المتغير التابع (موقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية) أما النسبة المتبقية من التباين و المقدرة ب69% فتعود إلى عوامل أخرى لا يمكن لدراستنا تفسيرها.

### ● معنوية الانحدار:

بهدف اختبار فرضيات الدراسة تم استخدام اختبار الانحدار المتعدد لمعرفة إن كان هناك أثر ذو دلالة إحصائية للمتغيرات المستقلة (الفائدة المتوقعة , سهولة الاستخدام , المصدقية المدركة و جودة الخدمات المصرفية الالكترونية) على المتغير التابع (الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية) عند مستوى دلالة إحصائية  $p\text{-value}=0.05$ .

**الفرضية الصفرية:  $H_0$**  نموذج الانحدار غير معنوي أي أن المتغيرات المستقلة(الفائدة المتوقعة ,سهولة الاستخدام , المصدقية المدركة و جودة الخدمات المصرفية الالكترونية) لا تؤثر على المتغير التابع (الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية).

**الفرضية البديلة  $H_1$** : نموذج الانحدار معنوي أي أن المتغيرات المستقلة(الفائدة المتوقعة ,سهولة الاستخدام , المصدقية المدركة و جودة الخدمات المصرفية الالكترونية) تؤثر على المتغير التابع (الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية). من خلال تحليل التباين يظهر الجدول أدناه ما يلي:

### الجدول رقم 05: تحليل التباين الانحدار ANOVA.

مستوى المعنوية	قيمة F محسوبة	متوسط المربعات التباين	درجة الحرية	مجموع مربع التباين	
0,000 <sup>b</sup>	13,216	3,327	4	13,308	الانحدار
		0,252	105	26,433	البواقي
			109	39,741	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات spss version 26.

يوضح الجدول (05) السابق نتائج تحليل أنوفا اختبار معنوية الانحدار و نلاحظ أن قيمة sig هي (0.000) و هي اقل من (0.05) و بالتالي نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة و هو أن الانحدار معنوي و بالتالي يوجد تأثير من المتغيرات المستقلة على المتغير التابع و نستطيع التنبؤ بالمتغير التابع من خلال هذه المتغيرات المستقلة.

### ● معنوية المعاملات:

الفصل الثاني: دراسة ميدانية لموقف المستهلكين تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك الإسلامية في الجزائر

الجدول رقم 06: اختبار معنوية معاملات الانحدار

القيمة الاحتمالية SIG	T	BETA	الخطأ المعنوي	B	
0,000	4,960		0,369	1,829	الثابت
0,000	4,859	0,416	0,069	0,333	الفائدة المتوقعة
0,541	-0,614	-0,053	0,082	-0,050	سهولة الاستخدام
0,846	0,195	0,018	0,078	0,015	المصدقية المدركة
0,001	3,588	0,342	0,076	0,271	جودة الخدمات المصرفية الالكترونية

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات spssversion26.

من اجل تفسير نتائج الجدول (06) أعلاه، لابد من تفصيل دقيق للفرضيات الجزئية الواجب اختبارها و التي سيتم عرضها فيما يلي:

- **الفرضية الأولى H1:** يوجد اثر ايجابي ذو دلالة إحصائية للفائدة المتوقعة على الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية محل الدراسة.
- **الفرضية الثانية H2:** يوجد اثر ايجابي ذو دلالة إحصائية سهولة الاستخدام على الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية محل الدراسة.
- **الفرضية الثالثة H3:** يوجد اثر ايجابي ذو دلالة إحصائية المصدقية المدركة على الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية محل الدراسة.
- **الفرضية الرابعة H4:** يوجد اثر ايجابي ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات المصرفية الالكترونية على الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية محل الدراسة.

## الفصل الثاني: دراسة ميدانية لموقف المستهلكين تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك الإسلامية في الجزائر

يوضح الجدول (06) السابق معاملات الانحدار المعيارية و غير المعيارية و الخطأ المعياري و قيمة اختبار (T) مع القيمة الاحتمالية للاختبارات (الدلالة الإحصائية). نلاحظ بأن مستوى المعنوية المحسوب (sig) لكل من المتغيرات المستقلة (سهولة الاستخدام, المصدقية المدركة) بلغ 0.541, 0.846 على التوالي و هي قيم اكبر من مستوى المعنوية المعتمد (0.05) فهذا يعني رفض الفرضيتان H2 و H3 كما نلاحظ أيضا أن المتغيرات المستقلة المتبقية (الفائدة المتوقعة وجودة الخدمات المصرفية الالكترونية) بلغت قيمتها الاحتمالية 0.000, 0.001 على الترتيب و هي قيمة اصغر من مستوى المعنوية المعتمد (0.05) و هذا يعني قبول الفرضيتان الأولى H1 و الرابعة, H4 التي تنص على وجود اثر ذو دلالة إحصائية (للفائدة المتوقعة و جودة الخدمات المصرفية الالكترونية) على الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية محل الدراسة.

### ■ النموذج الرياضي:

قمنا بتحديد علاقة العوامل الاقتصادية بدلالة القرار الاستثماري بالمعادلة التالية:

$$Y=B_0+B_1 X_1+B_2 X_2+B_3 X_3+.....+f$$

Y: المتغير التابع للموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية.

X: يمثل المتغيرات المستقلة التي تشرح الانحدار و تتمثل في (الفائدة المتوقعة, سهولة الاستخدام, المصدقية المدركة و

جودة الخدمات المصرفية الالكترونية).

B0: المستوى المتوسط للموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية عندما تكون المتغيرات المستقلة منعدمة.

B: يمثل معاملات المتغيرات المستقلة.

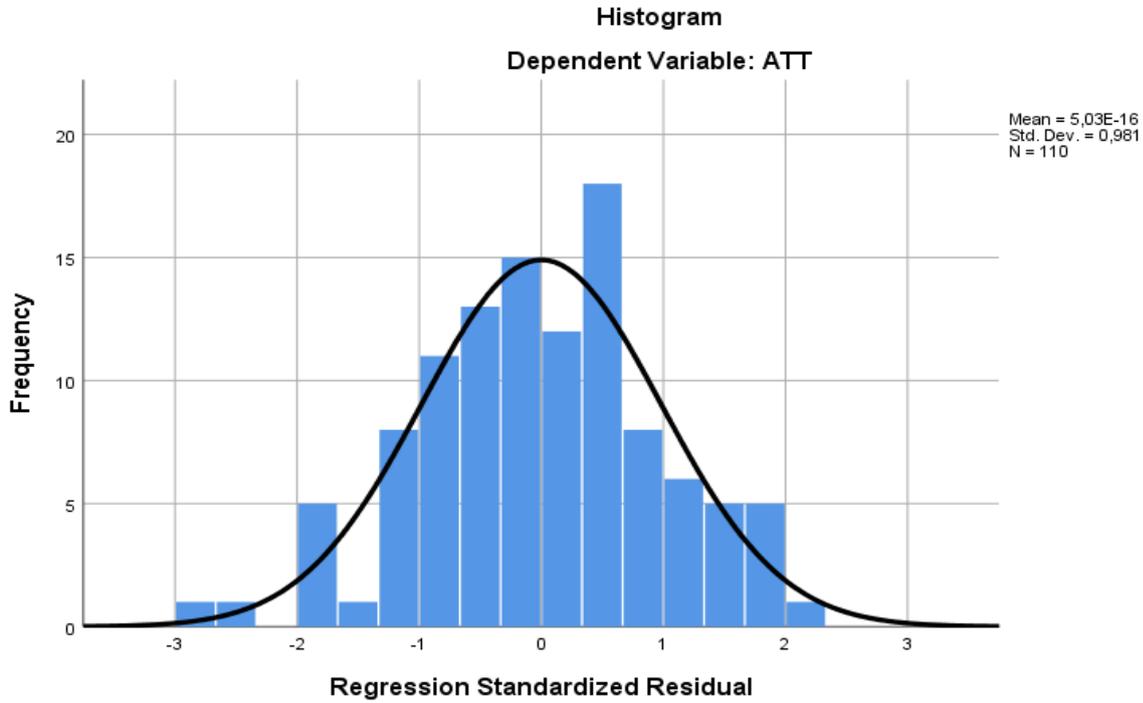
f: الخطأ العشوائي

و مما سبقا يمكن تشكيل نموذج للانحدار الخطي المتعدد على النحو التالي:

الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية = 1.829 + 0.333 الفائدة المتوقعة - 0.050 سهولة

الاستخدام + 0.015 المصدقية المدركة + 0.271 جودة الخدمات المصرفية الالكترونية + الخطأ العشوائي.

الشكل رقم 01: الأنحدار الموحدة المتبقية



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات spssversion26 .

يوضح الشكل رقم 01 أن البواقي تتبع التوزيع الطبيعي و هو من شروط صحة إجراء تحليل الأنحدار.

#### المطلب الثاني: مناقشة النتائج

الفرضيات	BETA	SIG	القرار
الفرضية H1	0,416	0,000	مقبولة
الفرضية H2	-0,053	0,541	مرفوضة
الفرضية H3	0,018	0,846	مرفوضة
الفرضية H4	0,342	0,001	مقبولة

## الفصل الثاني: دراسة ميدانية لموقف المستهلكين تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك الإسلامية في الجزائر

### ❖ نتائج الانحدار الخطي البسيط:

#### • ارتباط الاستبيان:

الجدول رقم 07: مصفوفة الارتباط بين متغيرات نموذج الانحدار.

الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية	نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية		
0,263	1,000	نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية	معامل بيرسون Pearson
1,000	0,263	الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية	
0,003	.	نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية	القيمة الاحتمالية sig
.	0,003	الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية	
110	110	نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية	العينة
110	110	الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية	

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات spss version26

يوضح الجدول (07) أعلاه مصفوفة الارتباط بين متغيرات نموذج الانحدار حيث نلاحظ انه يوجد ارتباط ايجابي بين الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية و نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية بقيمة 0.263 بدلالة إحصائية معنوية اصغر من 0.05 .

## الفصل الثاني: دراسة ميدانية لموقف المستهلكين تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك الإسلامية في الجزائر

### • المتغيرات التي تم إدخالها:

الجدول رقم 08: المتغيرات التي تم إدخالها أو إزالتها.

النموذج	المتغيرات التي تم إدخالها	المتغيرات التي تمت إزالتها	الطريقة
1	الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية		بسيط

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات Spss version 26.

وضح الجدول (08) أعلاه أسماء المتغيرات التي أدخلت في معادلة الانحدار (نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية) كمتغير تابع و المتغير المستقل (الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية) و التحليل لم يستبعد أي متغير، كما أن الطريقة المستخدمة في النموذج هي الانحدار البسيط.

### • القدرة التفسيرية للنموذج:

من أجل اختبار قدرة النموذج التفسير تم استخدام كل من معامل الارتباط " $R$ " ، معامل التحديد، " $R^2$ " والاهم معامل التحديد المعدل " $R^2$ " الذي يقدم تفسير أدق وأقرب للصحة، وهذا ما يبينه الجدول الموالي:

الجدول رقم 09: نموذج الانحدار.

معامل الارتباط $R$	معامل التحديد $R^2$	معامل التحديد المعدل $R^2$	الخطأ المعياري
0,263 <sup>a</sup>	0,069	0,060	0,67902

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات spss version 26.

يوضح الجدول (09) السابق معامل ارتباط بيرسون بين المتغير التابع و المتغير المستقل حيث بلغ قيمة مرتفعة تقدر ب 0.263 و هذا يعني وجود علاقة ارتباط طردي ضعيف بين المتغير المستقل مجمع و المتغير التابع. و قد بلغت  $R^2$  قيمة معامل التحديد المعدل (0.060) وهذا يعني أن المتغير المستقل يفسر معا ما نسبته 6% من التباين في المتغير التابع (نية

## الفصل الثاني: دراسة ميدانية لموقف المستهلكين تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك الإسلامية في الجزائر

استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية) أما النسبة المتبقية من التباين و المقدرة ب94% فتعود إلى عوامل أخرى لا يمكن لدراستنا تفسيرها.

### ● معنوية الانحدار:

الهدف من اختبار فرضيات الدراسة أنه تم استخدام اختبار الانحدار البسيط ولمعرفة إن كان هناك أثر ذو دلالة إحصائية للمتغير المستقل (الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية) على المتغير التابع (نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية) عند مستوى دلالة إحصائية  $p\text{-value}=0.05$ .

**الفرضية الصفرية:  $H_0$**  نموذج الانحدار غير معنوي أي أن المتغير المستقل (الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية) لا يؤثر على المتغير التابع (نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية).

**الفرضية البديلة  $H_1$** : نموذج الانحدار معنوي أي أن المتغير المستقل (الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية) يؤثر على المتغير التابع (نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية).

من خلال تحليل التباين يظهر الجدول أدناه ما يلي:

### الجدول رقم 10: تحليل التباين الانحدار ANOVA.

مستوى المعنوية	قيمة F محسوبة	متوسط المربعات التباين	درجة الحرية	مجموع مربع التباين	
0,006 <sup>b</sup>	8,014	3,695	1	3,695	الانحدار
		0,461	108	49,796	البواقي
			109	53,491	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات spss version 26.

يوضح الجدول (10) السابق نتائج تحليل أنوفا لاختبار معنوية الانحدار و نلاحظ قيمة sig هي (0.000) و هي اقل من (0.05) و بالتالي نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة و هو أن الانحدار معنوي و بالتالي يوجد تأثير من المتغير المستقل على المتغير التابع .

## الفصل الثاني: دراسة ميدانية لموقف المستهلكين تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك الإسلامية في الجزائر

### • معنوية المعاملات:

الجدول رقم 11: اختبار معنوية معاملات الانحدار.

القيمة الاحتمالية SIG	T	BETA	الخطأ المعيوي	B	
0,000	6,471		0,431	2,786	الثابت
0,006	2,831	0,263	0,108	0,305	موقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات spss version 26.

من اجل تفسير نتائج الجدول (11) أعلاه، لابد من تفصيل دقيق للفرضية الجزئية الواجب اختبارها و التي سيتم عرضها فيما يلي:

• **الفرضية الخامسة H5** : يوجد اثر ايجابي ذو دلالة إحصائية للموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية على نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية محل الدراسة.

كما يوضح الجدول (11) السابق معاملات الانحدار المعيارية و غير المعيارية و الخطأ المعياري و قيمة اختبار (T) القيمة الاحتمالية للاختبارات (الدلالة الإحصائية). نلاحظ بأن مستوى المعنوية المحسوب (sig) لكل من المتغير المستقل (الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية) بلغ 0.006، هي قيمة اصغر من مستوى المعنوية المعتمد (0.05) و هذا يعني قبول الفرضية H5.

### ▪ النموذج الرياضي:

قمنا بتحديد الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية بدلالة نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية بالمعادلة التالية:

$$Y=B0+BT XT+\mathcal{L}$$

## الفصل الثاني: دراسة ميدانية لموقف المستهلكين تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك الإسلامية في الجزائر

**Y** : المتغير التابع نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.

**X** : يمثل المتغير المستقل الذي يشرح الانحدار و يتمثل في (الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية).

**B0** : المستوى المتوسط نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية عندما يكون المتغير المستقل منعدم.

**B** : يمثل معاملات المتغير المستقل.

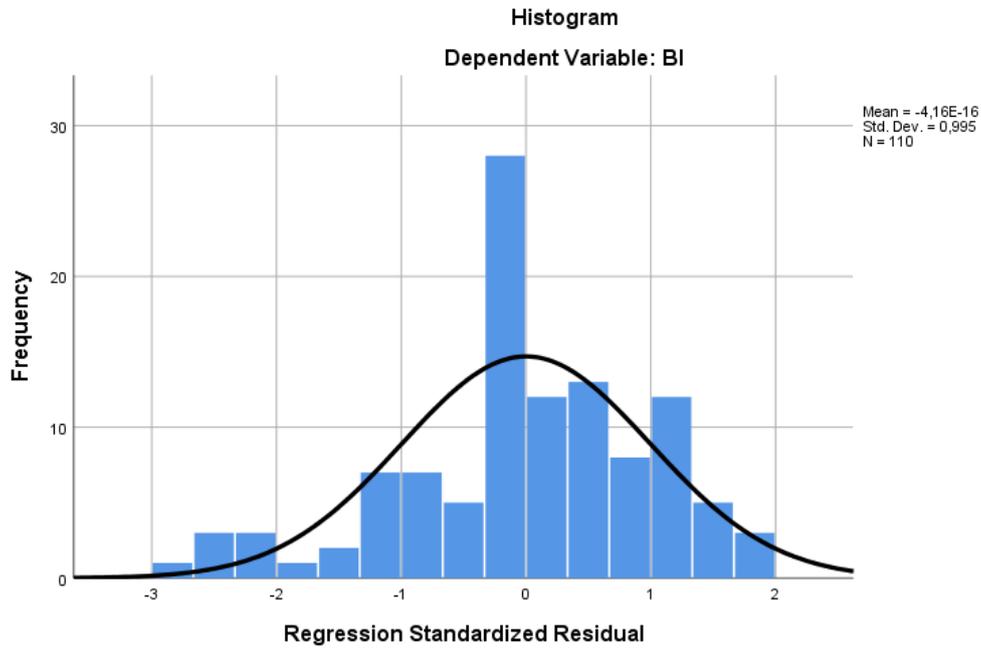
**ε** : الخطأ العشوائي

و مما سبق يمكن تشكيل نموذج للانحدار الخطي البسيط على النحو التالي:

نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية =  $2,786 + 0,305$  الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية + الخطأ

العشوائي.

الشكل رقم 02: الانحدار الوحد المتبقية



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات Spss version 26 .

يوضح الشكل رقم 02 البواقي تتبع التوزيع الطبيعي و هو من شروط صحة إجراء تحليل الانحدار.

#### المطلب الثاني: مناقشة النتائج.

القرار	SIG	BETA	الفرضيات
مقبولة	0,006	0,263	الفرضية H5

خلاصة الفصل:

بعد عرض نتائج الدراسة التي اعتمدت على توزيع عدد من الاستبيانات على مجموعة من الطلبة بجامعة عين تموشنت إضافة إلى مجموعة من الموظفين بإدارات و مؤسسات مختلفة بولاية عين تموشنت، و التي أظهرت من خلالها الإجابة على الإشكالية التالية: ما هي العوامل المؤثرة على كل من موقف و نية العملاء الجزائريين لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية؟ و بعد تحليل الاستبيان عن طريق برنامج spss version 26. تبين أن كل من الفائدة المتوقعة، المصداقية المدركة، جودة الخدمات لها تأثير ايجابي على الموقف تجاه استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية بينما سهولة الاستخدام أثرت سلبا على الموقف تجاه الخدمات و هذا راجع إلى عدم تفاعل المستهلكين مع الخدمات المصرفية الالكترونية.

# الخاتمة :

## الخاتمة:

إن ظهور العولمة ساعد على إعادة صياغة النظام العالمي بأكمله، لاسيما العولمة الاقتصادية و المالية حيث اتجهت العديد من الدول إلى إتباع نظام الصيرفة الالكترونية من اجل رفع مستوى الخدمات المصرفية و التي تطورت بشكل كبير بفعل التقدم التكنولوجي ،وكان لها دور فعال في تحسين طريقة عمل البنوك و توسيع دائرتها لتشمل العالمية و تكسب عملاء على المستوى العالمي .

كغيرها من دول العالم اعتبرت الجزائر التحول إلى أسلوب الصيرفة الالكترونية المشروع الأكثر أهمية في الجهاز البنكي ، إلا أن تحقيق نجاحه مرهون بإدارة متطورة وتوفر متطلبات ميدانية لدى العميل وقد استهدفت دراستنا بعض العوامل المؤثرة في موقف العملاء لتبنيهم هذا النوع من الخدمات المصرفية كغيرها من الدراسات سواء العربية أو الأجنبية وفسرت نتائجها وجود قاسم مشترك بينها تمثل في عامل الجودة وعامل الفائدة المتوقعة حيث يؤثران تأثيرا ايجابيا على التزام العميل ، مع الاهتمام و البحث في عاملي سهولة الاستخدام و المصدقية المدركة وذلك بضرورة تركيز البنوك على حملات لتوعية العملاء بمختلف تطبيقات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات إلى جانب دراسة مختلف معيقات توسع الصيرفة الالكترونية التي أصبحت تعد واقعا إداريا حتميا و بديلا عصريا عن الخدمات التقليدية، حيث أزال القيد المكاني و الزمني لها كما اعتمدت سهولة التعامل و التواصل بين البنك و عملائه باعتبارهم محور اهتمام من حيث الأهداف المسطرة كما ترجح كفتهم و تطلعاتهم على كفة المنتج أو الخدمة وهذا ما فرض على البنوك البحث في حاجة العميل و معرفة رغباته و تحقيقها بأحسن الطرق مع الحفاظ عليها لفترة طويلة لتحقيق رضاه.

و تعتبر التجربة الجزائرية ناشئة وحديثة، إذ يمكنها الاستفادة من تجارب عدة دول سبقتها في هذا المجال. و تمحورت الإشكالية العامة لدراستنا حول: "ماهي العوامل المؤثرة على كل من موقف و نية المستهلكين الجزائريين لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية؟"

قمنا بدراسة ميدانية لموقف المستهلكين تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك الإسلامية في الجزائر حيث اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي قمنا بتحليل البيانات عن طريق البرنامج الإحصائي spss version 26، خلصنا في ختام الدراسة إلى عرض النتائج وتحليلها.

## ❖ توصلت دراستنا إلى النتائج التالية:

- ✓ أظهرت نتائج اختبار الفرضية الأولى أن للفائدة المتوقعة تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية على الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية محل الدراسة.
- ✓ أظهرت نتائج اختبار الفرضية الثانية أن سهولة الاستخدام لها تأثير سلبي ليس ذو دلالة إحصائية على الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية محل الدراسة.
- ✓ أظهرت نتائج اختبار الفرضية الثالثة أن المصدقية المدركة لها تأثير إيجابي ليس ذو دلالة إحصائية على الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية محل الدراسة.
- ✓ أظهرت نتائج اختبار الفرضية الرابعة أن جودة الخدمة المصرفية الالكترونية تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية على الموقف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية محل الدراسة.
- ✓ أظهرت نتائج اختبار الفرضية الخامسة أن الموقف تجاه الخدمات المصرفية له تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية على نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.

## ❖ التوصيات:

- على أساس النتائج الرئيسية و تحليل العوامل المحددة لتبني استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المؤثرة على الموقف و نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك الإسلامية في الجزائر سوف نقدم بعض التوصيات:
- ضرورة الاهتمام بعامل الثقة لزيادة تبني العملاء في الجزائر لخدمات المصارف الالكترونية
- التركيز على عامل امن و سرية المعلومات و استخدام النشرات التعريفية لتوفير المعلومات الكافية التي يحتاجها العميل.
- تقديم الخدمة و تصميمها على أن تكون سهلة الاستخدام و ليست ذات إجراءات معقدة فليس جميع العملاء بمستوى واحد من المعرفة و المهارة التقنية.

## الدراسات المستقبلية:

نصح الدراسات المستقبلية بما يلي :

-إضافة متغيرات أخرى للدراسة مثل :أثر تطبيق التكنولوجيا و التقنيات الحديثة في الخدمات المصرفية الالكترونية، و انخفاض تكلفة الخدمة المصرفية الإلكترونية.

-محاولة إجراء دراسة مقارنة بين الجزائر ودول أخرى مثل تونس و مصر .

-محاولة إجراء الدراسة التطبيقية ببرنامج آخر غير الspss.

-الاهتمام حجم العينة .

# قائمة المراجع:

قائمة المراجع:

الكتب:

- وسيم محمد الحداد، نوري شقيري موسى و آخرون (2012)، الخدمات المصرفية الالكترونية، ط1، دار الميسرة للنشر و التوزيع ، الأردن ص56، ص57.
- مصطفى يوسف كافي (2011) ، النقود والبنوك الالكترونية في ظل التقنيات الحديثة، ط1، دار المؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، ص22.
- محمود حسين الوادي، حسين محمد سمحان (2007)، المصارف الإسلامية "الأسس النظرية والتطبيقات العملية" ، ط1، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، الأردن.
- عادل عبد الفضيل (2007) ،الربح و الخسارة في معاملات المصارف الإسلامية ( دراسة مقارنة) ، ط1 ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية.
- فليح حسن خلف (2006)، البنوك الإسلامية ، ط1 ، جدارا للكتاب العالمي للنشر و التوزيع، عمان
- محمد وهبة الزحيلي (2003) ، المعاملات المالية المعاصرة، ط1 ، دار الفكر ،دمشق.
- حازم نعيم الصمادي (2003) ، المسؤولية في العمليات المصرفية الالكترونية ط1، دار وائل للنشر، عمان.
- الشرفاوي، ع.(2000) البنوك الإسلامية بين التجربة و الفقه، الدار البيضاء المغرب، المركز الثقافي العربي
- رفت رضوان(2000)، الضرائب في عالم الأعمال الالكترونية، مجلة التنمية، العدد الثاني، الكويت.
- محمود خليل برعي (1989) مبادئ الاقتصاد، مكتبة النهضة الشروق، القاهرة.
- ناهد فتحي الحموري (2009)، الأوراق التجارية الالكترونية، ط1، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، ص165.
- مختار أحمد بربري (1996)، الأوراق التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، ص355.
- محمد محمد هلالية (2001) ،مبادئ القانون التجاري وفق لأحكام قانون التجارة رقم 17 لسنة 1999، مكتبة الجلاء الجديدة بالمنصورة ، الطبعة الأولى ، ص 98.
- محمد إبراهيم عبيدات،(2004)، سلوك المستهلك مدخل استراتيجي، الطبعة الرابعة، دار وائل للنشر، الأردن، ص13

الأطروحات:

- سبع فائزة "قياس اتجاهات المستهلكين نحو نظام الدفع الالكتروني في الجزائر " دراسة ميدانية – دكتوراه جامعة فرحات عباس سطيف -1- كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، قسم العلوم التجارية، 2020/2019.
- حفيظة كراع. (2021). العمل المصرفي الالكتروني والمسؤولية المدنية للبنك فيه، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة

- داليا محمد عبد الله (2008) العوامل المؤثرة على فعالية التسويق المباشر في مصر، دراسة مقارنة على الوسائل و الجمهور، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم العلاقات العامة و الإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- باطلي غنية، وسائل الدفع الالكترونية، الطبعة الأولى، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع ، الجزائر، سنة 2018 ،ص 233.

#### المجلات:

- مصطفى طويطي ، وسائل الدفع الالكتروني، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، 6(9)، 53-70.
- جلول بن قشوة. (2017). آليات الدفع الحديثة في المؤسسات المالية الجزائرية ومساهماتها في انتشار استعمال التسويق الالكتروني، مجلة دراسات العدد الاقتصادي، 8(2)، 85-103.
- خليلي ناريمان و بن بوزيان محمد. (2022). دور وخصائص الخدمات المصرفية الالكترونية في تعزيز العالقة مع الزبون، مجلة العلوم الاقتصادية، 17(1)، 97-125.
- ممدوح عبد الفتاح أحمد محمد. (2021). العوامل المؤثرة والمعيقة لتبني العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية (دراسة ميدانية مقارنة بين عملاء المصارف السعودية و المصرية). المجلة العربية للإدارة، 41(4)، 223-257.
- نايلي حسيبة و لبادي هاجر (2023) بعنوان. جودة الخدمة الالكترونية و أثرها على رضا العملاء (دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر). مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، 9(2)، 20-39.
- غيداء إبراهيم سلمان، سامر أحمد قاسم، هرمز نور الدين. (2015) . دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في زيادة مستوى رضا العملاء ، (دراسة ميدانية في المصرف التجاري السوري)، مجلة جامعة تشرين للدراسات و البحوث العلمية، 37(6)، 83-103.
- وديع نصري (2015). تبني استخدام الإنترنت في الخدمات المصرفية في تونس، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، 11(3)، 669-683.
- الشايب محمد (2014)، المصارف الإسلامية و حتمية تبني التكنولوجيا الحديثة مقارنة بنظيرتها التقليدية، مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية، 4(28)، 57-60.
- وافي ميلود و بوزيان وسام (2022)، دور الخدمات المصرفية الالكترونية في تحقيق الميزة التنافسية (دراسة حالة البنك الوطني الجزائري و وكالة مغنية ولاية تلمسان)، مجلة الاقتصاد و إدارة الأعمال، 6(1)، 267-283.
- ديدوش هاجر و حريري عبد الغني (2022)، واقع الخدمات المصرفية الالكترونية بالبنوك الجزائرية، مجلة استراتيجيات لتحقيقات الاقتصادية و المالية، 4(21)، 1-40.

#### النصوص القانونية:

- النظام 02/20 المؤرخ في 15/03/2020 المحدد للعمليات البنكية المتعلقة بالصيرفة الإسلامية و قواعد ممارستها من طرف البنوك و المؤسسات المالية ، الجريدة الرسمية ، عدد 16 الصادرة بتاريخ 2020/03/24
- القانون 10/90 المؤرخ في 14/04/1990 الخاص بالنقد و القرض ، الجريدة الرسمية العدد 16 بتاريخ 1990/04/14.

## قائمة المراجع باللغة الأجنبية:

- Aderonke, A. A., Charles, A.K. (2010). An empirical investigation of the level of users' acceptance of e-banking in Nigeria. *Journal of internet banking and commerce*, 15(1), 1-13
- Ahamid, L., Zade, H., & Karimi, O. (2015). Review the influence of EBanking Service Quality on Cosomer's Commitment (Case Study: Persian Bank, Tehran Branches). *AULA ORIENTALIS*, 1, 360-369.
- Ajzen, I. and Fishbein, M. (1980), *Understanding Attitudes and Predicting Social Behaviour*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Awad, E. M. (2002). *Electronic commerce: From vision to fulfillment*. Prentice-Hall, Inc..12(3),531-543
- Awoke, H. M., &Wollo, S. (2015). Service quality and customer satisfaction: Empirical evidence from saving account customers of banking industry. *European Journal of Business and Management*, 7(1), 144-164.
- Bellahcene, M., & KHEDIM, M. M. (2016). Les facteurs influençant l'adoption de l'e-banking par les clients des banques algériennes. *Economie & Société*, 12, 71-85.
- Carlson, J., &O'Cass, A. (2010). Exploring the relationships between e-service quality, satisfaction, attitudes and behaviours in content-driven e-service web sites. *Journal of services marketing*, 24(2), 112-127.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., &Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management science*, 35(8), 982-1003.
- Doman Rishi, et al (2010) "Internet Banking: A Customer-Centric Perspective for Mauritius" *TheInternational Research Symposium in Service Management* , 24 -27 August, pp:1-19.
- Ghezelayagh, M., &Davarpanah, M. (2015). Factors influencing the adoption of electronic banking using rough set theory (case study: Mellat Bank). *Indian Journal of Fundamental and Applied Life Science*, 2594-2599.
- Hasnaoui 1, A., &Lentz 2, F. M. (2011). Proposition d'un modèle d'analyse des déterminants de l'adoption et de l'usage des systèmes de paiement électronique «B2C». *Revue management et avenir*, (5), 223-237.
- Hunjra, A. I., Akhtar, M. N., Akbar, S. W., &Niazi, G. S. K. (2011). Relationship between customer satisfaction and service quality of Islamic banks. *World Applied Sciences Journal*, 13(3), 453-459.

- Hunjra, A. I., Akhtar, M. N., Akbar, S. W., & Niazi, G. S. K. (2011). Relationship between customer satisfaction and service quality of Islamic banks. *World Applied Sciences Journal*, 13(3), 453-459.
- Mansour, I. H. F., Eljelly, A. M., & Abdullah, A. M. (2016). Consumers' attitude towards e-banking services in Islamic banks: the case of Sudan. *Review of International Business and Strategy*, 26(2), 244-260.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49(4), 41-50.
- Rahi, S., Ghani, M. A., & Ngah, A. H. (2020). Factors propelling the adoption of internet banking: the role of e-customer service, website design, brand image and customer satisfaction. *International Journal of Business Information Systems*, 33(4), 549-569.
- Salihu, Armend, Metin, Hasan, Edmond, Hajrizi, & Muhamet, Ahmeti, (2019), "The Effect of Security and Ease of Use on reducing the problems/deficiencies of Electronic Banking Services", *IFAC-PapersOnLine*, Vol. 52, No. 25, P. 159-163.
- Taiwo, J. N., & Agwu, M. E., (2017), "The role of e-banking on operational efficiency of banks in Nigeria", *Basic Research Journal of Business Management and Accounts*, Vol. 6, No. (1), pp. 1-10.

# قائمة الملاحق:

قائمة الملاحق:

الملحق رقم 01: الاستبيان

السلام عليكم نقوم حاليا بتوزيع استمارة بحثية لدراسة موقف المستهلكين تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك الإسلامية في الجزائر، نرجو منكم وضع علامة "X" في الخانة المناسبة بعد قراءة الأسئلة جيدا. نشير الى أن هذه المعلومات ستستخدم لأغراض الدراسة فقط. كما نشكركم على تعاونكم معنا.

المتغيرات	رمز المتغير	العناصر	غير موافق	غير موافق تماما	محايد	موافق	موافق تماما
الفائدة المتوقعة	PU1	إن استخدام الأنظمة المصرفية الالكترونية من شأنه أن يحسن أدائي في إجراء المعاملات المصرفية					
	PU2	إن استخدام الأنظمة المصرفية الالكترونية يجعل من السهل بالنسبة لي إجراء المعاملات المصرفية					
	PU3	أجد أن الأنظمة المصرفية الالكترونية مفيدة في إجراء معاملاي المصرفية					
سهولة الاستخدام	PEU1	إن تفاعلي مع أنظمة الخدمات المصرفية الالكترونية واضح ومفهوم.					
	PEU2	إن تعلم كيفية استخدام الأنظمة المصرفية الالكترونية أمر سهل بالنسبة لي					
	PEU3	سيكون من السهل بالنسبة لي أن أصبح ماهراً في استخدام الأنظمة المصرفية الالكترونية					
	PEU4	أجد أن الأنظمة المصرفية الالكترونية سهلة الاستخدام					
المصدقية المدركة	PC1	إن استخدام الأنظمة المصرفية الالكترونية لن يكشف عن معلوماتي الشخصية					
	PC2	سأجد أن الأنظمة المصرفية الالكترونية آمنة في إجراء معاملاي المصرفية					
الموقف تجاه	ATT1	في رأيي، من المستحسن استخدام الأنظمة المصرفية الالكترونية					

				يعد استخدام الأنظمة المصرفية الالكترونية تجربة ممتعة	ATT2	<u>الخدمات المصرفية الإلكترونية</u>
				يعد استخدام الأنظمة المصرفية الالكترونية فكرة حكيمة (رأي جيد)	ATT3	
				يتم تحديث موقع الخدمات المصرفية الإلكترونية بانتظام	SQ1	<u>جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية</u>
				موقع الخدمات المصرفية الالكترونية منظم بشكل جيد	SQ2	
				يتضمن موقع الخدمات المصرفية الالكترونية ميزات تفاعلية	SQ3	
				يتميز موقع الخدمات المصرفية الالكترونية بسهولة الاستخدام	SQ4	
				افتراض أن لدي إمكانية الوصول إلى أنظمة الخدمات المصرفية الالكترونية، فإنني أنوي استخدامها	B11	<u>نية استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية</u>
				أنوي زيادة استخدامي لأنظمة الخدمات المصرفية الالكترونية في المستقبل	BI2	

• المعلومات الشخصية: أرجو وضع علامة "x" في الخانة المناسبة، كما أن الاسم غير ضروري.

1-النوع (الجنس) :

-ذكر

-أنثى

2-السن:

- 15-20 سنة

- 21-25 سنة

- 26-30 سنة

- 31-35 سنة

- 40-36 سنة

- أكثر من 40 سنة

**3- الوظيفة:**

- طالب جامعي

- موظف في القطاع العام

- موظف في القطاع الخاص

- عامل لحسابه الخاص

- أخرى (حدد) .....

**3- المستوى التعليمي:**

- ثانوي

- جامعي

- ما بعد التدرج

- أخرى (حدد) .....

1. نتائج ألفا كروباخ:

```

NEW FILE.
DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.
SAVE OUTFILE='C:\Users\LIBERTY\Desktop\Khadija et Fatimaproject.sav'
/COMPRESSED.
DATASET ACTIVATE DataSet1.
SAVE OUTFILE='C:\Users\LIBERTY\Desktop\Khadija et Fatimaproject.sav'
/COMPRESSED.
RELIABILITY
/VARIABLES=pu1 pu2 pu3 peu1 peu2 peu3 peu4 pc1 pc2 att1 att2 att3 SQ1 SQ2 SQ3 SQ4
BI1 BI2
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE
/SUMMARY=TOTAL.
    
```

**Reliability**

Notes		
	Output Created	25-APR-2024 12:09:02
	Comments	
Input	Data	C:\Users\LIBERTY\Desktop\khadija et fatimaproject.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	110
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.

Syntax	<pre> RELIABILITY /VARIABLES=pu1 pu2 pu3 peu1 peu2 peu3 peu4 pc1 pc2 att1 att2 att3 SQ1 SQ2 SQ3 SQ4 BI1 BI2 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA  /STATISTICS=DESCRI PTIVE  /SUMMARY=TOTAL. </pre>				
Resources	<table border="1"> <tr> <td>Processor Time</td> <td>00:00:00,02</td> </tr> <tr> <td>Elapsed Time</td> <td>00:00:00,02</td> </tr> </table>	Processor Time	00:00:00,02	Elapsed Time	00:00:00,02
Processor Time	00:00:00,02				
Elapsed Time	00:00:00,02				

[DataSet1] C:\Users\LIBERTY\Desktop\khadija etFatimaproject.sav

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	110	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	110	100,0

a. List wise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,799	18

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
pu1	3,9455	,99389	110
pu2	4,0909	,81888	110
pu3	4,1091	,80532	110
peu1	3,5364	,93531	110
peu2	3,5545	,92455	110
peu3	3,8000	,99356	110
peu4	3,5182	,86451	110
pc1	3,6364	,96477	110
pc2	3,5818	1,05258	110
att1	4,0455	,85011	110
att2	3,9000	,88773	110
att3	3,9091	,95346	110
SQ1	3,1364	1,03585	110
SQ2	3,3636	1,03806	110
SQ3	3,2909	1,00773	110
SQ4	3,4909	,95539	110
BI1	3,7182	,96861	110
BI2	4,2636	,73793	110

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
pu1	62,9455	56,419	,468	,784
pu2	62,8000	57,941	,464	,785
pu3	62,7818	58,264	,446	,786
peu1	63,3545	58,653	,340	,792
peu2	63,3364	60,812	,189	,802
peu3	63,0909	57,276	,408	,788
peu4	63,3727	58,474	,391	,789
pc1	63,2545	61,164	,152	,804
pc2	63,3091	56,252	,445	,785
att1	62,8455	60,224	,261	,797
att2	62,9909	57,495	,454	,785
att3	62,9818	58,312	,355	,791

SQ1	63,7545	56,756	,421	,787
SQ2	63,5273	55,041	,537	,778
SQ3	63,6000	55,875	,498	,782
SQ4	63,4000	56,572	,481	,783
BI1	63,1727	59,594	,258	,798
BI2	62,6273	60,933	,253	,797

2. نتائج انحدار المتعدد:

GET

FILE='C:\Users\LIBERTY\Desktop\Khadija et Fatimasps\Khadija et Fatimaproject.sav'.

DATASET NAME DataSet3 WINDOW=FRONT.

REGRESSION

/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N

/MISSING LISTWISE

/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA

/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)

/NOORIGIN

/DEPENDENT ATT

/METHOD=ENTER PU PEU PC SQ

/SCATTERPLOT=(\*ZRESID ,\*ZPRED)

/RESIDUALS HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)

/SAVE MAHAL.

### Regression

Notes		
	Output Created	27-APR-2024 19:57:23
	Comments	
Input	Data	C:\Users\LIBERTY\Desktop\khadija et Fatimasps\Khadija et Fatimaproject.sav
	Active Dataset	DataSet3
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	110
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.

Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax	<pre> REGRESSION /DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT ATT /METHOD=ENTER PU PEU PC SQ  /SCATTERPLOT=(*ZRE SID ,*ZPRED) /RESIDUALS HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID) /SAVE MAHAL. </pre> <p>[DataSet3] C:\Users\LIBERTY\Desktop\khadija etFatimasps\KhadijaetFat imaproject.sav</p>
Resources	Processor Time 00:00:00,98
	Elapsed Time 00:00:00,72
	Memory Required 4864 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots 632 bytes
Variables Created or Modified	MAH_1 Mahalanobis Distance

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
ATT	3,9515	,60382	110
PU	4,0485	,75262	110
PEU	3,6023	,63921	110
PC	3,6091	,72435	110
SQ	3,3205	,76186	110

**Correlations**

		ATT	PU	PEU	PC	SQ
Pearson Correlation	ATT	1,000	,472	,189	,267	,421
	PU	,472	1,000	,334	,203	,206
	PEU	,189	,334	1,000	,206	,292
	PC	,267	,203	,206	1,000	,514
	SQ	,421	,206	,292	,514	1,000
Sig. (1-tailed)	ATT	.	,000	,024	,002	,000
	PU	,000	.	,000	,017	,015
	PEU	,024	,000	.	,015	,001
	PC	,002	,017	,015	.	,000
	SQ	,000	,015	,001	,000	.
N	ATT	110	110	110	110	110
	PU	110	110	110	110	110
	PEU	110	110	110	110	110
	PC	110	110	110	110	110
	SQ	110	110	110	110	110

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	SQ, PU, PEU, PC <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: ATT

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,579 <sup>a</sup>	,335	,310	,50174

a. Predictors: (Constant), SQ, PU, PEU, PC

b. Dependent Variable: ATT

**ANOVA<sup>a</sup>**

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13,308	4	3,327	13,216	,000 <sup>b</sup>
	Residual	26,433	105	,252		
	Total	39,741	109			

a. Dependent Variable: ATT

b. Predictors: (Constant), SQ, PU, PEU, PC

**Coefficients<sup>a</sup>**

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,829	,369		4,960	,000
	PU	,333	,069	,416	4,859	,000
	PEU	-,050	,082	-,053	-,614	,541
	PC	,015	,078	,018	,195	,846
	SQ	,271	,076	,342	3,588	,001

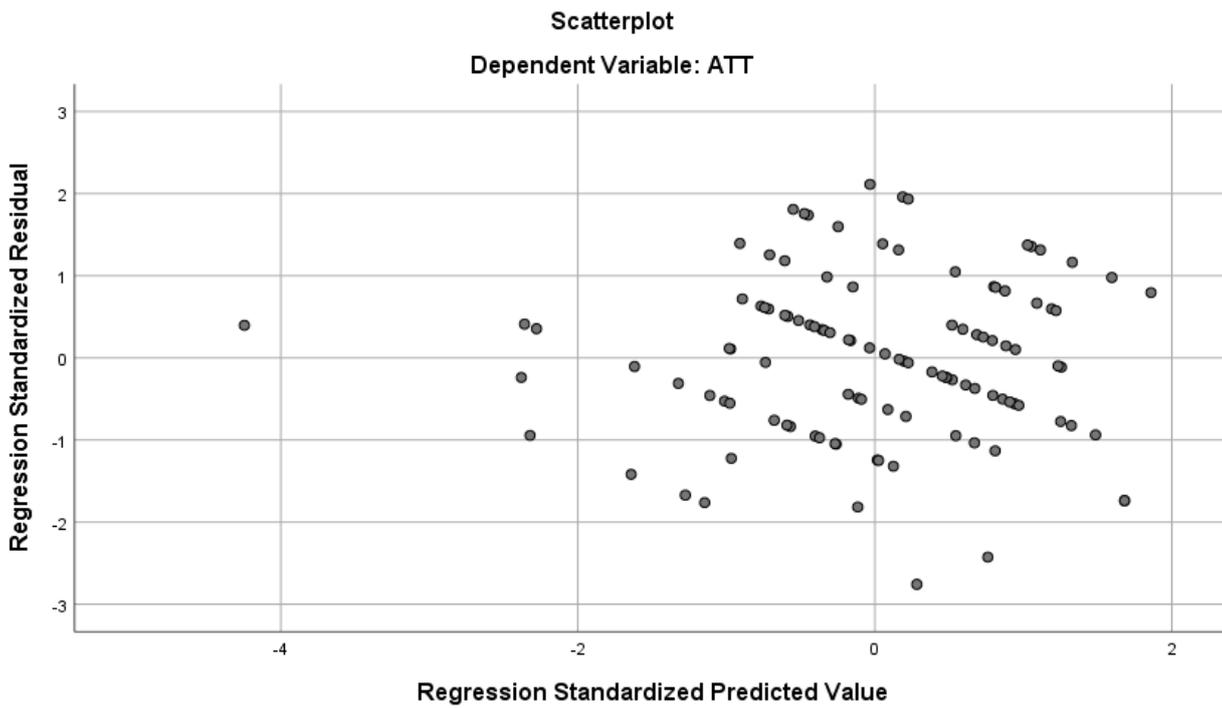
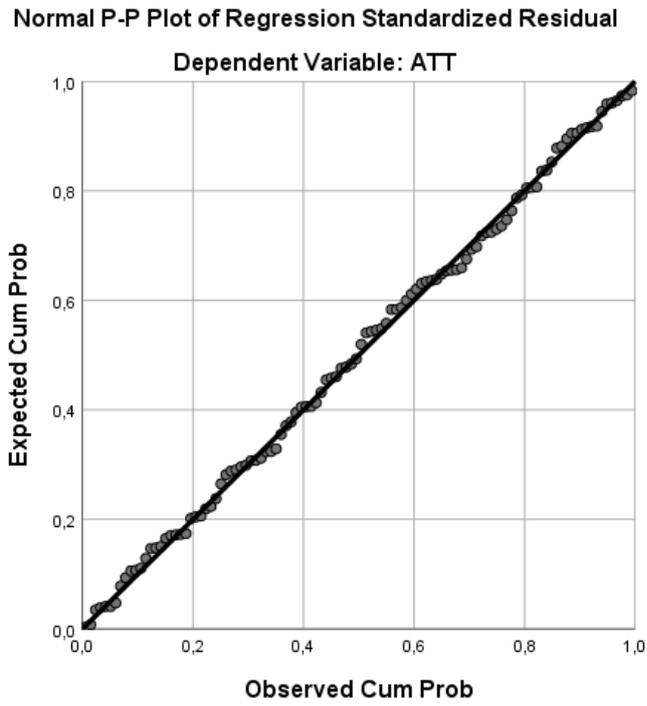
a. Dependent Variable: ATT

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,4680	4,6012	3,9515	,34942	110
Std. Predicted Value	-4,246	1,859	,000	1,000	110
Standard Error of Predicted Value	,049	,215	,102	,032	110
Adjusted Predicted Value	2,4231	4,6100	3,9518	,34999	110
Residual	-1,38359	1,06002	,00000	,49245	110
Std. Residual	-2,758	2,113	,000	,981	110
Stud. Residual	-2,776	2,131	,000	1,003	110
Deleted Residual	-1,40232	1,07808	-,00027	,51421	110
Stud. Deleted Residual	-2,870	2,168	-,001	1,012	110
Mahal. Distance	,040	19,112	3,964	3,327	110
Cook's Distance	,000	,063	,009	,012	110
Centered Leverage Value	,000	,175	,036	,031	110

a. Dependent Variable: ATT

**Charts**



```
REGRESSION
/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT BI
/METHOD=ENTER ATT
/SCATTERPLOT=(*ZRESID ,*ZPRED)
/RESIDUALS HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)
/SAVE MAHAL.
```

### Regression

		Notes
Output Created		27-APR-2024 20:00:33
Comments		
Input	Data	C:\Users\LIBERTY\Desktop\khadija et Fatima spss\Khadija et Fatima Project SAV
	Active Dataset	DataSet3
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	110
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.

Syntax		REGRESSION /DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT BI /METHOD=ENTER ATT  /SCATTERPLOT=(*ZRES ID ,*ZPRED) /RESIDUALS HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID) /SAVE MAHAL.
Resources	Processor Time	00:00:01,11
	Elapsed Time	00:00:00,76
	Memory Required	3360 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	680 bytes
Variables Created or Modified	MAH_3	Mahalanobis Distance

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
BI	3,9909	,70053	110
ATT	3,9515	,60382	110

### Correlations

		BI	ATT
Pearson Correlation	BI	1,000	,263
	ATT	,263	1,000
Sig. (1-tailed)	BI	.	,003
	ATT	,003	.
N	BI	110	110
	ATT	110	110

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ATT <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: BI

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,263 <sup>a</sup>	,069	,060	,67902

a. Predictors: (Constant), ATT

b. Dependent Variable: BI

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,695	1	3,695	8,014	,006 <sup>b</sup>
	Residual	49,796	108	,461		
	Total	53,491	109			

a. Dependent Variable: BI

b. Predictors: (Constant), ATT

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,786	,431		6,471	,000
	ATT	,305	,108	,263	2,831	,006

a. Dependent Variable: BI

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3,5991	4,3106	3,9909	,18412	110
Std. Predicted Value	-2,128	1,736	,000	1,000	110
Standard Error of Predicted Value	,065	,153	,088	,026	110
Adjusted Predicted Value	3,5777	4,3415	3,9905	,18471	110
Residual	-2,00569	1,19759	,00000	,67590	110
Std. Residual	-2,954	1,764	,000	,995	110

Stud. Residual	-2,967	1,780	,000	1,004	110
Deleted Residual	-2,02421	1,22042	,00045	,68797	110
Stud. Deleted Residual	-3,082	1,799	-,003	1,016	110
Mahal. Distance	,006	4,528	,991	1,244	110
Cook's Distance	,000	,073	,009	,013	110
Centered Leverage Value	,000	,042	,009	,011	110

a. Dependent Variable: BI  
**Charts**

