



جامعة عين تموشنت بلحاج بوشعيب

Ain Temouchent University Belhadj Bouchaib

كلية علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير

قسم: مالية ومحاسبة

تخصص: مالية المؤسسة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر علوم المالية والمحاسبة

أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء

دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية B.A.D.R

إشراف الأستاذة

من إعداد الطالبتين:

المؤطرة:

ذ.العشابي فاطمة

بلابلي أمال

الزهراء

حمزي آية كريمة

مقدمة أمام لجنة المناقشة المكونة من:

رئيسا

دريش زهرة

الأستاذ (ة):

مشرفا

العشابي فاطمة الزهراء

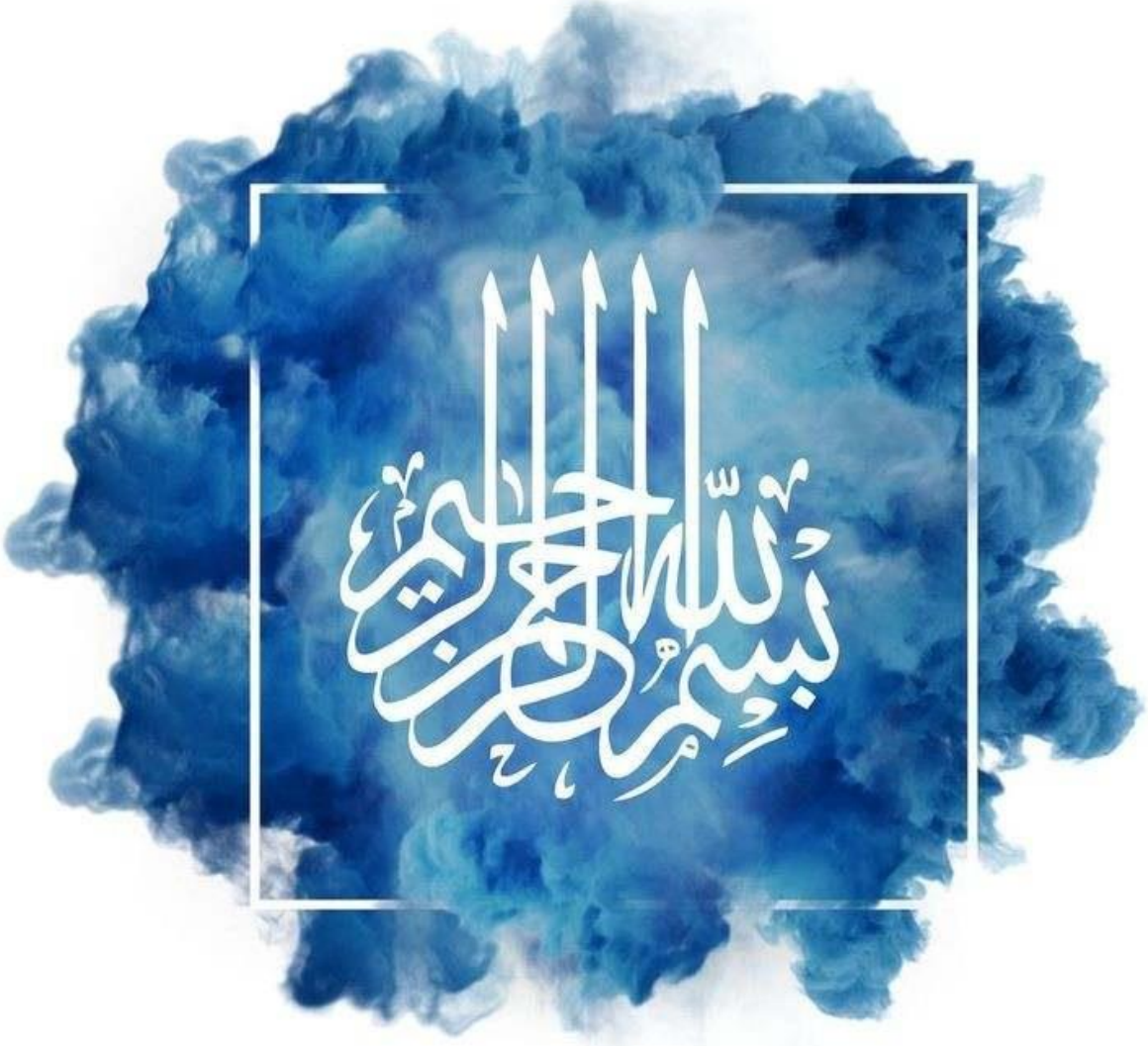
الأستاذ (ة):

ممتحنا

توزان فاطمة

الأستاذ (ة):

السنة الجامعية: 2023 - 2024



دعاء

اللهم لا تجعلنا نصاب بالغرور إذا نجحنا ولا
باليأس إذا أخفقتنا وذكرنا

ذكرنا أن الإخفاق هو صورة التجربة الاولى
التي تسبق النجاح

اللهم:

إذا أعطيتنا نجاحا فلا تأخذ تواضعنا

إذا أعطيتنا تواضعا فلا تأخذ عزتنا

إذا أعطيتنا مالا فلا تأخذ سعادتنا

إذا أعطيتنا قوة فلا تأخذ عقولنا

شكر

قال تعالى "ولئن شكرتم لأزيدنكم"

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا على أداء هذا الواجب ووفقنا إلى انجاز هذا العمل، نهدي ثمرة جهدنا هذا إلى الوالدين الكريمين وجميع الإخوة والأخوات الذين كانوا لنا العون والسند،

نتوجه بجزيل الشكر إلى الأستاذ المشرفة "العشابي فاطمة الزهراء لمساعدتها لنا وإشرافها على انجاز هذا العمل.

وإلى جميع الأساتذة الذين لم يبخلوا علينا بمساعدتهم ونصائحهم وتوجيهاتهم وإلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد على انجاز هذا العمل وفي تذليل ما واجهنا من صعوبات

إهداء

" في أجواء تفوح بعبق التحدي والإصرار، وبقلم مليء بالشكر والتقدير، أهدي هذه الكلمات البسيطة إلى كل من شارك في رحلة العلم والتعلم، التي امتزجت فيها الجهود والتحديات، وتجلت فيها الإرادة والعزيمة. أولاً وقبل كل

شيء، أود أن أعبر عن شكري العميق لله تعالى، الذي وفقني لإتمام هذه الرحلة بنجاح. إنه الله الذي منَّ علي بالعقل والقدرة، وهو من وهبني القوة والصبر لتحمل التحديات والصعوبات التي واجهتني على طول هذا الطريق. ثانياً، أود أن أعبر عن شكري وامتناني لأسرتي العزيزة (أمي حبيبتي وأبي الغالي واخوتي)، بفضلكم وبدعمكم اللامحدود، تجاوزت كل الصعوبات والعقبات، وواصلت السير نحو تحقيق الهدف المنشود. كما لا يمكنني نسيان دور أساتذتي الأفاضل (العشابي فاطمة الزهراء، درويش الزهرة)، الذين بذلوا جهوداً كبيرة في توجيهي وتوجيه مسار دراستي. إن توجيهاتكم ونصائحكم كانت النور الذي أرشدني في ظل الظلام، وكنتم دائماً حافظاً لي للمضي قدماً في هذا الطريق الشاق. وإلى أصدقائي الأعداء الذين شاركوا معي فرحة النجاح وأحزان الفشل، أعبر لكم عن شكري العميق على كل لحظة قضيناها معاً، وعلى كل كلمة دعم وتشجيع خطها أيديكم لي. أخيراً، أتوجه بالشكر والتقدير لكل من ساهم بطريقة أو بأخرى في إتمام هذا الإنجاز، سواء بمساندتهم المعنوية، أو بتقديم المساعدة العملية، فأنتم جزء لا يتجزأ من هذا النجاح. في ختام هذه الرحلة، أتمنى أن تكون هذه الأبحاث المتواضعة قد أسهمت بجزء صغير في مسيرة العلم والمعرفة، وأن تكون لي بدايةً لمسيرة علمية ومهنية مشرقة. شكراً للجميع، وأتمنى للجميع النجاح والتفوق في كل ما يسعون إليه. والحمد لله رب العالمين -اهداء اية-

إهداء

بقلم الشكر وبأعذب العبارات، أهدي إلى كل من كان له دور في رحلة التحصيل العلمي هذه، إلى كل من سطر لي بصمة لا تُمحى في هذه الرحلة الشاقة والممتعة في أن ما. لله الحمد والشكر على نعمة العلم والتعلم التي وهبني إياها، وعلى نعمة الصحة والقوة التي أمكنتني من التحمل والاستمرار في هذا المسار. أشكر أمي الحبيبة الهوارية أختي الحبيبة سعاد وزوجها وبناتها وأولادها زوجي العزيز عبد القادر وبناتي شيماء اخلاص محمد عبد الناصر وعمر، أخي عبد القادر وعائلته أخي سعيد ومحمد وعبد الرحمان هذه هي عائلتي الحنونة التي كانت الدافع والدعم اللامحدود خلال كل لحظة من لحظات هذه الرحلة، فلولاً حنانهم وتشجيعهم، لما استطعت الوصول إلى هذا اليوم. أشكر أيضاً أساتذتي الأفاضل، الذين أثروا

حياتي بمعرفتهم وخبراتهم، والذين ساهموا في بناء قدراتي العلمية والبحثية، وكنْتُ دائماً
مستعدّة لاستيعاب كل ما يُقدّمونه خاصة منهم الاستاذة العشابي فاطمة الزهراء والأستاذة
دريش الزهرة أسعدهم الله وأعانهم في عملهم الفضيل. وإلى أصدقائي الأعرّاء، الذين كانوا
دائماً إلى جانبي يوماً بعد يوم، فشكراً لكم على اللحظات الجميلة والداعمة التي قضيناها معاً،
وعلى كلماتكم الطيبة التي كانت دوماً مصدر قوتي. أخيراً، أرسل تحياتي وامتناني لكل من
شارك في هذه الرحلة بطريقة أو بأخرى، لقد كنتم جزءاً لا يتجزأ من هذا الإنجاز. في الختام،
أتمنى أن يكون عملي البحثي مساهمة متواضعة في ميدان العلم، وأن يكون هذا الإنجاز بداية
لمستقبل مليء بالإنجازات والتفوق. شكراً للجميع، وأتمنى للجميع النجاح والتوفيق في كل ما
يسعون إليه. وفقنا الله جميعاً. -إهداء أمل-

فهرس المحتويات

	الشكر
	الإهداء
01	مقدمة
الفصل الأول	
الخدمات الإلكترونية و مفاهيم جودة الخدمات المصرفية	
06	تمهيد
07	المبحث الأول : المفاهيم الأساسية حول الخدمات الإلكترونية و مفاهيم جودة الخدمات المصرفية
07	المطلب الأول : مفهوم الخدمات الإلكترونية
07	الفرع الأول : تعريف الخدمات الإلكترونية و متطلباته
10	الفرع الثاني:مزايا ومخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية
13	المطلب الثاني: جودة الخدمات المصرفية
13	الفرع الأول: مفهوم جودة الخدمات المصرفية وأبعادها
17	الفرع الثاني : تقييم جودة الخدمات المصرفية
23	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
23	المطلب الأول : الدراسات باللغة العربية و الأجنبية
34	المطلب الثاني : موقع الدراسة الحالية من الدراسة السابقة
	خلاصة

الفصل الثاني

دراسة ميدانية بنك الفلاحة و التنمية الريفية B.A.D.R

39	تمهيد :
40	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية
40	المطلب الأول: نشأة وتطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية
43	المطلب الثاني: مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية
44	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR
45	المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة
45	المطلب الأول : منهج وأداة الدراسة
49	المطلب الثاني: صدق أداة الدراسة
53	المطلب الثالث: تحليل النتائج
	خاتمة
	قائمة المصادر و المراجع
	فهرس الجداول
	فهرش الاشكال

قائمة الجداول

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
رقم 01	مقياس ليكارت الخماسي	44
رقم 02	مستوى الأهمية ودرجة الاستجابة للمتوسطات الحسابية	45
رقم 03	يوضح صدق الاتساق الداخلي لمحور جودة الخدمات المقدمة	47-46
رقم 04	يوضح صدق الاتساق الداخلي لأبعاد المحور الثاني	48
رقم 07	اختبار ألفا كرو نباخ لقياس ثبات المحور (جودة الخدمات المصرفية المقدمة)	49

49	اختبار ألفا كرو نباخ لقياس ثبات المحور (أبعاد الخدمات المصرفية)	رقم 08
50	اختبار ألفا كرو نباخ لقياس ثبات الاستبانة	رقم 10
50	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	رقم 11
51	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	رقم 12
53	يوضح توزيع العينة حسب المؤهل العلمي	رقم 13
54	يوضح توزيع العينة حسب المهنة	رقم 14
58-57-56-55	يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة لمحور جودة الخدمات المصرفية	رقم 15
59-58	يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة لمحور أبعاد جودة الخدمات المصرفية	رقم 16
61	نتائج معامل الارتباط واختبار فيشر للمعنوية الكلية لنموذج الانحدار للفرضية الرئيسية	رقم 17
61	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط للتحويل الرقمي على رضا العميل	رقم 18

قائمة الأشكال

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
18	نموذج الفجوة servqual	رقم 01
41	الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بعين تموشنت	رقم 01
51	يوضح توزيع افراد عينة دراسة حسب الجنس	رقم 01
52	يوضح توزيع افراد العينة حسب السن	رقم 02
53	يوضح توزيع افراد العينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	رقم 03
55	يوضح توزيع أفراد العينة الدراسة حسب المهنة	رقم 04

المخلصات

المخلص:

هدفت هذه الدراسة لقياس أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بأبعادها (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان) على رضا العملاء في بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية عين تموشنت، ولتحقيق أهداف هذه الدراسة فقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، من خلال الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات، ومن ثم معالجتها باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم والاجتماعية (spss) ، وقد أظهرت نتائج التحليل الاحصائي، أن مستوى جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية B.A.D.R بشكل عام كان مرتفعاً، وأن هناك أثر ذي دلالة احصائية لجودة الخدمات المصرفية الالكترونية (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان) على رضا العملاء في بنك الفلاحة والتنمية الريفية B.A.D.R ، كما أن هناك أثر ذي دلالة احصائية لأبعاد جودة الخدمات المصرفية

الالكترونية (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان) كلا على حده على رضا العملاء في بنك الفلاحة والتنمية الريفية B.A.D.R ، وقد أوصت الدراسة بضرورة قيام بنك الفلاحة والتنمية الريفية B.A.D.R بالمحافظة على المستوى المرتفع لأبعاد جودة الخدمات المصرفية الالكترونية ومراقبتها بشكل دوري، كما أنه لا بد من إجراء المزيد من الدراسات حول جودة الخدمات المصرفية الالكترونية من خلال ادخال أبعاد أخرى لم يتم التطرق اليها في هذه الدراسة.

Abstract:

This study aimed to measure the impact of the quality of electronic banking services in its dimensions (ease of use, time saving, confidentiality, and security) on customer satisfaction in the Bank of Agriculture and Rural Development in the state of Ain Temouchent. To achieve the objectives of this study, the descriptive analytical approach was used, through the questionnaire as a main tool for collecting... The data was then processed using the Statistical Packages for Science and Social Sciences (SPSS) program. The results of the statistical analysis showed that the quality level of electronic banking services at the Bank of Agriculture and Rural Development B.A.D.R in general was high. There is a statistically significant effect of the quality of electronic banking services (ease of use, saving time, confidentiality, security) on customer satisfaction in the Bank of Agriculture and Rural Development B.A.D.R. There is also a statistically significant effect of the dimensions of the quality of electronic banking services (ease of use, saving time, Confidentiality and security) individually affect customer satisfaction in the Bank of Agriculture and Rural Development B.A.D.R. The study recommended the need for the Bank of Agriculture and Rural Development B.A.D.R to maintain the high level of quality dimensions of electronic banking services and monitor them periodically. Moreover, more studies must be conducted on the quality of electronic banking services by introducing other dimensions that were not addressed in this study.

مقدمة

الخدمات الإلكترونية من أكثر وأهم الثمار التي نجنيها من تطور التكنولوجيا والتقنيات الحديثة، حيث نشهد في مجال الخدمات المقدمة إلكترونياً تطوراً كبيراً ينمو يوماً بعد يوم، وتمثل الخدمات الإلكترونية أهمية كبيرة في حياة الجميع ولها أثر بالغ الأهمية حيث أنها وفرت لنا الكثير من الوقت والجهد التي كانت تتطلبها الإجراءات اليدوية للحصول على هذه الخدمات بشكل عادي من تكفل عناء المواصلات وقضاء وقت طويل في طوابير الانتظار مع عدم جودة العمل وحوادث العديد من الأخطاء.

إلا أن الخدمات الإلكترونية عملت على إلغاء جميع هذه المظاهر السلبية ووفرت الوقت الضائع والجهد المستهلك في هذه الإجراءات مع توفير الدقة الكبيرة وتجنب الأخطاء بشكل كبير ودقيق للغاية كما مثلت حماية للعديد من البيانات الخاصة بالحاصلين على هذه الخدمات، وفي هذا البحث سوف نتعرف على الخدمات الإلكترونية بشكل أكثر تفصيلاً حيث أننا سوف نتناول جميع الجوانب المتعلقة بالخدمات الإلكترونية و المواضيع التي لها علاقة بها حتى نستطيع التعرف عليها بشكل جيد وكافي حيث أننا سوف نقوم بعرض تعريف الخدمات الإلكترونية و تاريخ الخدمات الإلكترونية و فوائد الخدمات الإلكترونية و المجالات الخاصة بالخدمات الإلكترونية وأهمية الخدمات الإلكترونية و الحكومات الإلكترونية

يعتبر القطاع البنكي من أهم قطاعات الخدمات التي إزداد حجم الاستثمار فيها في الدول المتقدمة والنامية، حيث يمثل عصب الحياة الاقتصادية، ويقوم هذا القطاع بدور الوساطة المالية بين المدخرين والمستثمرين، كما يقوم بتقديم العديد من الخدمات المالية والبنكية الأخرى، ونظراً لأهمية قطاع البنوك فإن اكتشاف جوانب القصور فيها تعد أحد السبل الهامة للرقى. اختبار جودة خدماته وقياس أدائه وتقويم فاعليته به وتطويره والنهوض به من أجل تحقيق أهداف التنمية والمساهمة الفعالة في الاقتصاد الوطني.

لذا فإن هذا البحث يسعى لقياس جودة الخدمات البنكية التي تقدمها البنوك، حيث أصبحت الخدمة المميزة هي الأساس في المفاضلة بين بنك وآخر حيث تتشابه عروض جميع البنوك تقريباً في كافة الخدمات البنكية التي تقدمها للزبائن وبالتالي أصبح مستوى جودة أداء الخدمات البنكية أحد الأسلحة التنافسية القوية في تأمين الاستمرار والنمو للبنوك.

وتعرف جودة الخدمة على أنها معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة وتوقعات الزبائن أو الفرق للأداء الفعلي للخدمة، وهو المفهوم الذي تبناه العديد من الباحثين منهم بين توقعات الزبائن إدراكهم (Parasuraman) وزملائه وقد ركزت هذه التعريفات حول حقيقة أن الجودة المدركة، هي حكم أو تقدير شخصي للزبائن ويعني ذلك أن أي تعريف لجودة الخدمة يجب أن يكون من منظور الزبائن، كما أن هناك نموذج آخر يرتبط بإدراك الزبون للأداء الفعلي للخدمة المقدمة يعرف بنموذج (servperf).

وبإزدياد حدة المنافسة بين البنوك من أجل تقديم أحسن الخدمات على إختلاف أنواعها، ظهرت الحاجة إلى فكر جديد يجعل الجودة نصب عينيها والتحسين المستمر هدفاً إستراتيجياً لها وضمن نموها مرتبط بمدى قدرتها على تلبية حاجات الزبائن ومعرفة توقعاتهم، بمعنى أن نجاح مؤسسات الخدمات البنكية يعتمد بدرجة كبيرة على مدى إستجابة البنوك لعناصر ومحددات الجودة التي يدركها الزبائن والتي تستند على المفهوم الحديث للتسويق، فدور الزبون في تطوير جودة الخدمة البنكية يعد ضرورياً وذلك لأن حاجاتهم وتوقعاتهم تعد عوامل ذات أهمية بالغة من أجل تقييم جودة الخدمات والحكم عليها، إلا أن تحديد وتوصيف

الجودة وقياسها يعد أمرا ليس من السهل على المؤسسات الخدمية القيام به وعلى الرغم من حداثة موضوع قياس جودة الخدمة، إلا أنه احتل مكانة الصدارة في الفكر التسويقي وقضايا الجودة الشاملة.

إن قياس وتقييم جودة الخدمات البنكية التي يقدمها البنك لزبائنه من وجهة نظرهم، يهدف لتحديد نقاط احتياجات الزبائن لكسب رضاهم وزيادة القوة والضعف فيها والعمل على تطويرها وتحسينها وفق رغبات وولائهم، ويتعين على إدارة البنك أن تسعى جاهدة لقياس جودة خدماتها المقدمة لزبائنها وتقييمها من وجهة نظر الزبائن، وبناء على ما سبق نطرح الأشكال الرئيسي التالي:

الاشكالية الرئيسية: ما مدى جودة مستوى الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية فرع عين تموشنت مقارنة مع أبعادها؟

وتندرج تحت هذا الاشكال الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

1- ما هو تقييم زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية بعين تموشنت لمستوى جودة الخدمات المقدمة لهم فعلا؟
2- هل هناك تفاوت في تقييم الزبائن لمستوى جودة الخدمات المقدمة لهم من البنك حسب جوانب الجودة المختلفة؟

3- ما هو تقييم زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية بعين تموشنت لبعدي الاستجابة والتعاطف؟

بناء على التساؤلات المطروحة تم وضع الفرضيات التالية:

- الفرضية الأولى: يقيم الزبائن مستوى جودة خدمات بنك الفلاحة والتنمية الريفية على أنه عموما متوسط.

- الفرضية الثانية: يتفاوت تقييم الزبائن لمستوى جودة الخدمات المقدمة لهم من قبل بنك الفلاحة والتنمية الريفية حسب جوانب الجودة المختلفة.

- الفرضية الثالثة: يقيم زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية بعد الاستجابة والتعاطف بمستوى عالي من الجودة.

الفرضية الرابعة: الخدمات المصرفية الإلكترونية تساهم في تطوير الخدمات بشكل عام والمالي بشكل خاص.

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة في كونها ذات طبيعة إستكشافية تستند إلى معرفة توجهات الزبائن ودورها في تقييم جودة الخدمات البنكية، فهي تقوم على مفاهيم ومتغيرات من شأنها إثراء البحوث المتعلقة بدراسة جودة الخدمات التي تقدمها البنوك وكل ما يتعلق بأساليب قياس وتقييم جودة الخدمات البنكية من وجهة نظر الزبائن.

وتتجلى أهداف هذه الدراسة في النقاط التالية:

- التعرف على مستوى جودة الخدمة البنكية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية ولاية عين تموشنت وتقييمها من وجهة نظر الزبائن.

- التعرف بشكل دقيق على أبرز المعايير التي يوليها الزبائن في تقييمهم لمستوى جودة الخدمة البنكية.

- تقييم آراء عدد من الزبائن من ناحية إدراكهم لمستوى جودة الخدمات البنكية المقدمة لهم فعليا، للوقوف على جودة الخدمات البنكية باعتبارها مرتكزا أساسيا للقدرة التنافسية للبنوك في ظل هذه الظروف، ولكي يكون بالإمكان معرفة إن كانت هذه الخدمات بحاجة إلى تطوير دون تحديد مستويات هذه الجودة وأبعادها.

- تحديد الأهمية النسبية للأبعاد التي يستخدمها زبائن البنوك التجارية في تقييمهم لجودة الخدمات البنكية.

- توفير قاعدة من المعلومات التي تساعد الإدارة في البنوك التجارية على قياس جودة ما تقدمه من خدمات مصرفية.

ومن الأسباب الموضوعية التي كانت وراء إختيار هذا الموضوع ما يلي:

- إفتقار أغلب البنوك الجزائرية لمثل هذه الدراسات التي تهتم بقياس الجودة وتضع الزبائن في محور إهتماماتها.

- تزايد إهتمام إدارات البنوك والمؤسسات المالية لتحسين جودة الخدمات المقدمة، نظرا لإحتدام المنافسة والتوجه نحو إقتصاد السوق.

- البحث في طرق كمية ونوعية لقياس جودة الخدمات البنكية من وجهة نظر الزبائن، خاصة وأنه يجد صعوبة أكبر في تقييم جودة الخدمة مقارنة بالسلع المادية.

و للإجابة على الإشكالية المطروحة، تم استخدام المنهج الوصفي والتحليلي من خلال ملاحظة تقييم آراء زبائن البنك للخدمات المقدمة لهم، وكان ذلك بإعداد إستبيان وتوزيعه على عينة من الزبائن، ثم تفرغ البيانات وتحليلها وذلك التعرف على مستوى جودة الخدمات المقدمة لهم بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لوصف إجابات الزبائن عن طريق النسب المئوية والتكرارات والتمثيل البياني باستعمال برنامج (SPSS) اقتراحات لتحليل آراء زبائن بنك الفلاحة و التنمية الريفية فيما يقدم لهم من خدمات للوصول إلى إستنتاجات وتساهم في تطوير وتحسين الخدمة البنكية.

الفصل الأول

مفاهيم عامة حول الصيرفة الإلكترونية وجودة خدماتها

تمهيد:

شهد القطاع المصرفي في السنوات الأخيرة على المستوى العالمي تطورا كبيرا من حيث الخدمات المصرفية المقدمة، والتي تختلف عن الخدمات التقليدية المعتادة، حيث تسعى المصارف جاهدة إلى خلق وابتكار وتقديم خدمات مصرفية إلكترونية جديدة، محاولة بذلك كسب رضا الزبائن واستمالتهم بغرض نيل ثقتهم وزيادة معاملاتها معهم وجذب زبائن جدد.

حتى يتحقق ذلك وجب تحقيق جودة في الخدمة المصرفية التي تقدمها المصارف، حيث تعتبر الجودة المصرفية من أساسيات العمل المصرفي، لذا أصبحت المصارف تركز بصفة أساسية على تحقيق الجودة في خدماتها، باعتبارها السلاح التنافسي الأكثر تحقيقا للتميز والريادة.

المبحث الأول: المفاهيم الأساسية حول الخدمات الإلكترونية ومفاهيم جودة الخدمات المصرفية

المطلب الأول: مفهوم الخدمات الإلكترونية

الفرع الأول: تعريف الخدمات الإلكترونية ومتطلباته

أولاً: تعريف الخدمات الإلكترونية:

قبل الحديث عن الخدمات الإلكترونية والتفاصيل الخاصة بها والمواضيع التي تتعلق بها يجب علينا أولاً معرفة ماهي الخدمات الإلكترونية حيث نتعرف عليها من خلال تعريفها، والخدمات الإلكترونية هي عبارة عن استخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة الخاصة بالاتصال والشبكات في القيام بالعديد من الأنشطة بدلاً من القيام بها بالطرق القديمة ، للخدمات الإلكترونية ثلاثة متطلبات رئيسية حتى تعمل بالشكل المناسب وهم مزود الخدمة والثاني مستقبل الخدمة والثالث هي الوسائل الخاصة بالاتصال والقنوات التي تعمل على دعم وتقديم هذه الخدمة بالشكل المناسب ومن خلال التقنيات الحديثة والمتطورة. من أهم قنوات الاتصال التي تقوم بتقديم الدعم للخدمات الإلكترونية هي شبكة الانترنت ومراكز الاتصالات المختلفة والهواتف المحمولة التي يستخدمها الجميع اليوم والتي من خلالها نتمكن من الحصول على الخدمات الإلكترونية المختلفة من الشركات أو المنصات التي تقوم بتقديم هذه الخدمة التي نرغب في الحصول عليه او الاستفادة منها بشكل أو بآخر.

تلعب شبكة الانترنت الدور الأهم والرئيسي في عمليات تقديم الخدمات الإلكترونية والحصول عليها حيث أنه حتى يحصل المستخدم على الخدمة الإلكترونية المختلفة يجب أن يكون لديه جهاز متصل بشبكة

الأنترنت حتى يستقبل من خلاله الخدمة التي يقدمها مزود الخدمة والذي يكون متصل بالأنترنت هو أيضا.
(أحمد، محمد سمير، 2009، ص 21).

نشأة الخدمات الإلكترونية

يعود تاريخ نشأة الخدمات الإلكترونية إلى ثمانينات القرن الماضي حيث كان أول ظهور لها في أوروبا بعد التوسع الذي شهده استخدام شبكة الأنترنت وتطور الحاسبات الآلية بشكل كبير بعدما كانت حكرًا على الإستخدامات العسكرية في الجيوش فقط وبدأت يكون لها استخدامات عامة تخضع للحكومات لاستغلالها في تقديم الخدمات المختلفة التي تم تسميتها بالخدمات الإلكترونية (السالمي علاء عبد الرزاق، 2005، ص 11).

وتطورت التقنيات حتى تغير المسمى الخاص بها من مجرد بضعة خدمات تقوم الحكومات بتقديمها إلى أن ظهر مسمى جديد في الفترات الأخيرة وهو الحكومات الإلكترونية حيث عملت العديد من الدول المتقدمة إلى تحويل جميع الخدمات الحكومية إلى خدمات إلكترونية سهل الحصول عليها دون عناء وتعب ولذلك غلب على هذه الحكومات مسمى الحكومة الإلكترونية نظرا لتعدد الخدمات الإلكترونية التي تقوم بتقديمها لمستخدمي هذه الخدمات.

صار للخدمات الإلكترونية أهمية استراتيجية كبيرة بين جميع فئات المجتمع حيث اعتمد عليها الجميع من خلال القيام بالعديد من الأنشطة البشرية التي كانت تتطلب الكثير من الوقت والجهد في السابق حيث يمكن للإنسان من خلال الخدمات الإلكترونية اليوم أن يقوم بعمليات الشراء والبيع المختلفة، توسعت الخدمات الإلكترونية خلال السنين القليلة الماضية وتطورت بشكل كبير وصارت جميع مؤسسات وحكومات الدول على مستوى العالم لا تخلو من الخدمات الإلكترونية وصارت البلدان والدول التي لا تعتمد على هذه الخدمات من الدول المتخلفة والمتأخرة عن سباق التقدم. (أحمد محمد سمير، 2009، ص 22).

فوائد الخدمات الإلكترونية

من أهم الفوائد التي توفرها لنا الخدمات الإلكترونية هي الكم الكبير من المعلومات والبيانات التفصيلية عن جميع المتعاملين من خلالها، بمعنى آخر أنه يمكن للحاصلين على الخدمات الإلكترونية الرجوع إلى هذه المعلومات والبيانات في أي وقت قبل التعامل مع مقدمي الخدمة، كما أنه من خلال الخدمات الإلكترونية صار هناك الكثير من قنوات التواصل بين المواطنين الحاصلين على الخدمة بحيث يمكنهم التواصل في أي وقت وتبادل النصائح والخبرات.

كما أن الخدمات الإلكترونية تخطت الحدود المكانية بحيث أنها لا ترتبط بحد مكاني بل وصلت إلى مناطق عديدة في العالم، ومن خلالها أصبح مقدم الخدمة قادرا على توسيع نشاطه والحصول على عملاء من مختلف بلدان العالم، كما أن ذلك مفيد للحاصلين على الخدمة الإلكترونية لأنها وفرت لهم العديد من الخدمات والسلع التي قد لا تكون متوفرة في العديد من الدول، وفرت الخدمات الإلكترونية الكثير من الوقت والمجهود الذي كانت عملية التسوق تتطلبه، وأصبح بإمكان المشتري الجلوس في منزله ومشاهدة جميع المنتجات التي يرغب في شرائها والحصول عليها بكل سهولة. كما أن الخدمات الإلكترونية قدمت ترويج ضخم للعديد من السلع التي انتشرت من خلال هذا الترويج على نطاق واسع، كما تمنح الذين يرغبون في الشراء إمكانية الحصول على العديد من الخصومات، كما عززت الخدمات الإلكترونية مبدأ الشفافية وذلك من خلال تكرار التعامل وتجارب الآخرين، من أهم فوائد الخدمات الإلكترونية أنها متوفرة بشكل مستمر حيث أن المتاجر الإلكترونية تعمل على مدار 24 ساعة ويمكننا الحصول على خدماتها في أي وقت.

أيضا شجعت الخدمات الإلكترونية الشباب وصغار المستثمرين على الاستثمار والعمل في المجال الذي يرغبون العمل فيه دون تحمل عناء الحصول على مكان لإقامة متجر، أو دون الحاجة لرأس مال ضخم كما أنها لا تحتاج إلى عمالة مثل الأعمال العادية و التي تتطلب دفع الكثير من الأجور، من فوائد الخدمات الإلكترونية التي قد لا تتوفر في غيرها هو النظام والدقة المتناهية، بحيث أن نسبة الوقوع في الخطأ تكون نادرة، كما أن العروض العديدة على نفس المنتج تمنح متلقي الخدمة إمكانية المقارنة بين الأسعار والعروض والجودة والاختيار من بينها وبين ما يناسبه. (ناصر أحمد، 2003، ص 63)

ثانيا: متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية في الخدمات العمومية:

إن تطبيق الإدارة الإلكترونية يتطلب تهيئة البيئة المناسبة لانطلاق نشاطها كي تتمكن من تنفيذ ما هو منوط بها، فتطبيق الإدارة الإلكترونية يجب أن يراعي عدة متطلبات منها:

1-المتطلبات الإدارية والأمنية : تنحصر المتطلبات الإدارية والأمنية الواجب مراعاتها عند تطبيق الإدارة الإلكترونية في العناصر التالية :

- وضع استراتيجيات وخطط التأسيس، والتي يمكن أن تشمل إدارة أو هيئة على المستوى الوطني لها وظائف التخطيط، والمتابعة والتنفيذ لمشاريع الإدارة الإلكترونية، وفي هذه المرحلة لا بد من توفير الدعم والتأييد من طرف الإدارة العليا في الهرم الإداري، مع توفير مخصصات مالية كافية لإجراء التحول المطلوب.

- توفير البنية التحتية للإدارة الإلكترونية: إذ لا بد من العمل على تطوير مختلف شبكات الاتصالات بما يتوافق مع بيئة التحول التي تستدعي شبكة واسعة ومستوعبة للكم الهائل من الاتصالات، دون إهمال التجهيزات التقنية الأخرى من معدات وأجهزة وحاسبات آلية، ومحاولة توفيرها للأفراد والمؤسسات.

- تطوير التنظيم الإداري والخدمات والمعاملات وفق تحول تدريجي وهذا بإعادة تنظيم الجوانب والمحددات الهيكلية، ومختلف الوظائف الحكومية، بما يجعلها تتسجم ومبادئ الإدارة الإلكترونية.

2-متطلبات الكفاءات المتخصصة : ضرورة وجود يد عاملة مؤهلة تمتلك زادا معرفيا يحيط بمبادئ التقدم التقني.

وضع التشريعات القانونية اللازمة لتطبيق الإدارة الإلكترونية (حجازي عبد الفتاح بيومي، 2003م، ص80)

3-المتطلبات السياسية : حيث تترجمها وجود إرادة سياسية داعمة لاستراتيجية التحول الإلكتروني، ومساندة لمشاريع الإدارة الإلكترونية، عن طريق تقديم العون المادي والمعنوي المساعد على اجتياز العقبات وتطوير برامج التحول الإلكتروني والإدارة الإلكترونية.

4-المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية: إذ تشمل العمل على خلق تعبئة اجتماعية مساعدة، ومستوعبة لضرورة التحول للإدارة الإلكترونية وعلى دراية كافية بمزايا تطبيق الوسائل التقنية في الأجهزة الإدارية الإلكترونية، وعلى دراية كافية بمزايا تطبيق الوسائل التقنية في الأجهزة الإدارية مع الاستعانة بوسائل الإعلام، مع ضرورة توفير المخصصات المالية الكافية لتغطية الإنفاق على مشاريع الإدارة الإلكترونية دون إهمال الاستثمار في ميدان تكنولوجيا المعلومات والاتصال وإيجاد مصدر تمويل لها تمتاز بالديمومة على المستوى المركزي والمحلي.

5-متطلبات البنية التحتية للاتصالات : حيث ترتبط بإيجاد حواسيب إلكترونية ونظم بيانات متكاملة وأكشاك إلكترونية في الأماكن العمومية، والهواتف والفاكسات وتعمل بنية الاتصالات على زيادة الترابط بين مختلف الأجهزة الإدارية داخل الدولة، وتختلف متطلبات الإدارة الإلكترونية بين مبادرة إلكترونية وأخرى، حسب برامج التحول الإلكتروني وتبعاً لحجم المشروع الذي يستهدف الكلية أو الجزئية لوظائف وأنشطة المنظمات الإدارية. (ترقي يونس، ص35)

الفرع الثاني: مزايا ومخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية

نظرا للتطور الكبير الذي حظيت به الخدمات المصرفية إلكترونيا، جعلها تتميز بمزايا كما لا تخلو من المخاطر التي سوف يتم التطرق إليها كما يلي:

أولاً: مزايا الخدمات المصرفية الإلكترونية

-إمكان وصول البنوك إلى قاعدة أعرض من العملاء المودعين والمقترضين وطالبي الخدمات المصرفية، حيث من خلال الخدمات المصرفية الإلكترونية تم إلغاء القصور الجغرافية والجهد والوقت. (منير الجنيبي، ممدوح محمد الجنيبي، 2009، ص 88)

-زيادة كفاءة البنوك الإلكترونية: طبيعة العمل في هذا النوع من البنوك يوفر لها السرعة في إنجاز كافة المعاملات بمقارنتها مع البنوك التقليدية، بالتالي كسب الوقت وعدم ملل الزبائن من الانتظار.

-تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة: مع انتشار التجارة الإلكترونية ظهرت عمليات مصرفية جديدة ومتطورة لا يمكن للبنوك التقليدية تقديمها.

-خفض تكاليف تشغيل البنوك وتكاليف إنجاز عمليات التجزئة محليا ودوليا (أحمد سفر، 2018، ص 4)

-تعزيز العلاقة مع العملاء: إن اعتماد الخدمات المصرفية الإلكترونية يسمح بتعزيز العلاقة مع العملاء، من خلال استخدام قنوات جديدة متعددة ومتكاملة إضافة إلى أنها متاحة في جميع الأوقات، وهذا ما يؤدي إلى الاستجابة الفعالة لمتطلبات العملاء ورغباتهم التي سوف تؤثر على مستوى رضاهم بالضرورة.

(عدالة العجال، أحلام كريمة، ص 55)

ثانياً: مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية

للخدمات الإلكترونية مخاطر كثيرة منها: (نادر عبد العزيز الشافي، 2016، ص 21)

-احتمال انقطاع الاتصال أو العلاقة المباشرة مع البنك.

-انخفاض جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

-صعوبة تشغيل أو استخدام بعض أنظمة المصارف وهذا يشكل خطورة في البنك لأن مختلف الأنشطة تتراجع أو تتوقف.

-احتمال انتشار فيروس الكمبيوتر.

-التجسس الإلكتروني: نظرا لتوسع التجارة الإلكترونية عبر شبكة الأنترنت تحولت الكثير من مصادر المعلومات إلى أهداف للتجسس التجاري، ففي تقرير صدر عن وزارة التجارة والصناعة البريطانية أشار إلى زيادة نسبة التجسس على الشركات من 36 % عام 1994 إلى 45 % عام 1999.

-القرصنة: يقصد بها استخدام أو النسخ غير المشروع لنظم أو برامج الحاسب الآلي، وقد أدت قرصنة البرامج إلى خسائر مادية باهظة جدا وصلت عام 1988 إلى 11 مليار دولار أمريكي في مجال البرمجيات وحدها، حيث ولحماية البرامج من عمليات القرصنة تم الاتفاق مع مزودي الخدمة لإبلاغهم عن أي مواقع مخصصة للبرامج المقرصنة، تنشأ لديهم وذلك لتقديم شكوى ضدهم ومقاضاتهم إن أمكن أو إقفال تلك المواقع على أقل تقدير.

-تزوير البيانات: تعتبر من أكثر المخاطر للخدمات المصرفية الإلكترونية وتتم عملية التزوير بالدخول إلى قاعدة البيانات وتعديل البيانات الموجودة بها، وإضافة معلومات مغلوطة بهدف تغيير أرقام الحسابات الجارية وأصحاب هاته الحسابات أو حتى الرصيد الموجود في مختلف هاته الحسابات.

-غسيل الأموال: مصطلح حديث نسبياً ولم يكن معروفاً لدى رجال الشرطة فضلاً عن العامة وقد بدأ استخدام المصطلح في أمريكا نسبة إلى مؤسسات الغسيل التي تملكها المافيا، وكان أول استعمال لها قانونياً عام 1931، إثر محاكمة لأحد زعماء المافيا في أمريكا واشتملت مصادر أموال قيل أنها متأتية من الانجاز غير المشروع بالمخدرات، واختلف الكثير في تعريف غسيل الأموال وقد يكون التعريف الأمثل هو أي عملية من شأنها إخفاء المصدر غير المشروع الذي اكتسبت منه الأموال، حيث تساهم البطاقات الذكية التي تشبه في شكلها بطاقة البنوك المستخدمة في مكائن الصراف الآلي، في تحويل الأموال مع ضمان تشفير وتأمين العملية، كل هذا جعل عمليات غسل الأموال تتم بسرعة أكبر بدون ترك أي آثار في الغالب.

-الاستيلاء على بطاقات الائتمان: ليس بالصعوبة الاستيلاء على بطاقات الائتمان فصوص بطاقات الائتمان مثلاً يستطيعون الآن سرقة مئات الآلاف من أرقام البطاقات في يوم واحد من خلال شبكة الانترنت، ومن ثم بيع هذه المعلومات للآخرين وكمثال عن ذلك استيلاء شخص ألماني أرقام بطاقات ائتمانية خاصة ببعض الأشخاص، ثم هدد مزود الخدمة بإفشاء أرقام تلك البطاقات ما لم يستلم فدية وقد تمكنت الشرطة الألمانية من القبض عليه.

-وأثبتت شبكة (MSNBC) عملياً سهولة الحصول على أرقام بطاقات الائتمان من الأنترنت، حيث قامت بعرض قوائم تحتوي على أكثر من (2500) رقم بطاقة ائتمان حصلت عليها من سبعة مواقع للتجارة الإلكترونية باستخدام قواعد بيانات متوفرة تجارياً، ولم يكن يصعب على أي متطفل استخدام ذات الوسيلة البدائية للاستيلاء على أرقام تلك البطاقات واستخدامها في عمليات شراء يدفع قيمتها أصحابها الحقيقيين.

- وتوسى البنوك الدولية والمحلية في تطبيق أنظمة تقلل من مخاطر فقدان بطاقة الائتمان والاستيلاء غير المشروع عليها.

ويتعدى الأمر المخاطر الأمنية التي تتعرض لها بطاقات الائتمان فنحن في ثورة نقدية تعرف باسم النقود الإلكترونية (Electronic cash) أو (Cyber)، والتي يتنبأ لها أن تكون مكملة للنقود الورقية والبلاستيكية (بطاقة الائتمان) وأن يزيد الاعتماد عليها والثقة بها، كما أن هناك الأسهم والسندات الإلكترونية المعمول بها في دول الاتحاد الأوروبي، والتي أقر الكونغرس الأمريكي التعامل بها عام 1990 وبالتالي فإن التعامل معها من خلال الأنترنت سيواجه مخاطر أمنية ولا شك.

-ولذلك لجأت بعض المنظمات مع البنوك إلى العمل سوياً لتجاوز هذه المخاطر، كالاتفاق الذي وقع بين مؤسسة هونغ كونغ وشنغهاي البنكية (HSBC) وهي من أكبر المؤسسات المصرفية في هونغ كونغ، وشركة كومباك للحاسب الآلي وذلك لتطوير نظام آمن للتجارة الإلكترونية، والذي يمنح العملاء خدمة نظام دفع آمن لتمرير عمليات الشراء إلكترونياً. (يوسف حجيم سلطان الطائي، هاشم فوزي دباس العبادي، ص 69-78)

المطلب الثاني: جودة الخدمات المصرفية

الفرع الأول: مفهوم جودة الخدمات المصرفية وأبعادها

اتجهت معظم المؤسسات إلى الاهتمام بالعمل على تحقيق الجودة في منتجاتها، لضمان البقاء والاستمرارية في وسط المحيط التنافسي الذي تنشط فيه، ويعد موضوع الجودة من المواضيع التي تصدرت اهتمامات الباحثين الأكاديميين والممارسين على حد سواء، وقد نتج عن ذلك العديد من الدراسات التي اهتمت بمعالجة ليست موضوع جودة السمع المادية، فحسب وإنما جودة الخدمة كذلك إذ يعتبر موضوع جودة الخدمة محل انشغال الكثير من الباحثين والمهتمين بمجال تسويق الخدمات ولغرض معرفة ماهية جودة الخدمة، نجد في البدء بأنه لا بد من معرفة ماهية الخدمة المصرفية والجودة حيث تعرف الخدمة حسب تعريف جمعية التسويق الأمريكية بأنها (منتج غير ملموس يقدم منفعة للزبون من خلال استخدامه بهذا بشريا أو آليا على أشخاص أو أشياء محددة ولا يمكنه حيازة شيء مادي الخدمة النشاطات أو المنافع معينة) التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة.

1- مفهوم جودة الخدمات المصرفية :

تعد جودة الخدمة سلاحا تنافسيا مهما، تستخدمه معظم المؤسسات لجذب الزبائن وتحقيق التميز والريادة في السوق، وفيما يلي توضيح لمفهوم جودة الخدمة

تعريف الجودة:

يرجع مفهوم الجودة (**Quality**) إلى الكلمة اللاتينية (**Qualitas**) والتي تعني طبيعة الشخص أو طبيعة الشيء ودرجة الصلابة، وقد كانت قديما تعني الدقة والإتقان أما حديثا فقد تغير مفهومها بعد تطور علم الإدارة، وظهور الإنتاج الكبير والثورة الصناعية والشركات الكبرى، وازدياد حدة المنافسة حيث أصبح لتعريف الجودة أبعاد جديدة ومتشعبة، وضمن هذا السياق تعددت التعاريف التي أوردها المهتمون بموضوع الجودة نذكر منها (أهمها) فيما يلي: (مأمون سليمان الدراكة، 2006ص 15)

عرفت الجودة بكونها: "الخصائص والصورة الكمية للمنتج التي تقوي القدرة على إشباع حاجات معينة أو ضمنية للزبون، وأنها خلو الخدمة من أي عيب أثناء

إنجازها، وأنها نتيجة الحكم المتعمقة بالتوقعات للزبون المدركة عن الخدمة والأداء الفعلي لها"

وعرفتها الجمعية الأمريكية للجودة (**ASQ**) بأنها: "المجموع الكلي للمزايا والخصائص التي تؤثر في مقدرة سمعة أو خدمة معينة على تلبية حاجات معينة وإنها أشياء مختلفة تتفق مع محيط الأفراد".

وأنها تسليم خدمة ممتازة أو متفوقة، وهي مجموع مظاهر وخصائص المنتج أو الخدمة التي تقوي من القدرة على خلق رضا معين وتلبية احتياجات معينة.

والمظهر المهم لهذا التعريف لدى المسوق هو التركيز على رضا وحاجات الزبون، ومن هنا فالجودة تعني عرض الخدمة للزبائن وإظهارها لهم بما يرضي ويشبع حاجاتهم، ويعرف منظور جودة القيمة بالجهود المبذولة لزيادة رضا الزبون والاهتمام الدائم بتحسين جودة الخدمة وتقليل تكاليف رضا الزبون.

تعريف جودة الخدمة:

عرفها المكتب القومي للتنمية الاقتصادية ببريطانيا (NEDO) على أنها: "مجموعة العوامل أو الخصائص التي يجب أن تتوافر في منتج أو خدمة معينة بهدف الوفاء بمتطلبات السوق"

وتم تعريفها وفقاً لـ ISO 9000 أنها: "تنتج جودة الخدمة من تنفيذ أو أداء مجموعة من الأنشطة توجه في اتجاه مقابلة احتياجات العميل" (توفيق محمد عبد المحسن، 2006 ص 29)

كما يقصد بجودة الخدمة: "أن يكون مستوى إنتاجها وتقديمها على النحو الذي يتوافق مع رغبات وتوقعات المستفيد المعلنة (سوسن شاكر مجيد، محمد عواد الزبادات، 2007 ص 17)

وهناك تعريف آخر ومهم لجودة الخدمة أيضاً على أنها: "تلك الجودة التي تشمل على البعد الإجرائي والبعد الشخصي كأبعاد مهمة في تقديم الخدمة ذات الجودة العالية" (مأمون سليمان الدراكية، 2006 ص 15) ويشير هذا التعريف إلى أن جودة الخدمة هي محصلة التفاعل بين البعد الإجرائي والبعد الشخصي، مما يستوجب ضرورة الاهتمام بهاذين الجانبين في تقديم الخدمة.

كما عرفت جودة الخدمة على أنها: "التفوق على توقعات العميل" (ريتشاردل وليامز، 1999 ص 39) والمقصود بجودة الخدمة في هذا التعريف أن تتفوق المنظمة في خدماتها التي تؤديها فعلياً على مستوى التوقعات التي يحملها الزبون اتجاه هذه الخدمات.

وينفس المنطق توصل كل من (booms and Lewis) إلى أن جودة الخدمة هي "مفهوم يعكس مدى ملائمة الخدمة المقدمة بالفعل لتوقعات المستفيد منها" (ثابت عبد الرحمان إدريس، 2006، ص 291) ومن هنا يتبين لنا أن الذي يحكم على جودة الخدمة هو المستفيد الفعلي منها، وهذا من خلال مقارنته بين توقعاته وبين الأداء الفعلي للخدمة التي يحصل عليها.

وقد اعتبرت جودة الخدمة بأنها "تعتبر من المجالات الرئيسية التي يمكن لمنظمات الخدمات أن تميز نفسها بها وهي: "تقديم نوعية عالية وبشكل مستمر وبصورة تفوق قدرة المنافسين الآخرين" (خضير كاظم حمود، 2002، ص 209-207)

جودة الخدمة البنكية:

استحوذت الجودة على الاهتمام الكثير والكبير من إدارات البنوك حتى صار ينظر إلى قيادة الجودة على أنها المحرك الرئيسي لنجاح البنوك وتطورها واستمرارها، إذ أصبحت الجودة الاستراتيجية الرئيسية للمنافسة اليوم، فضلاً عن ذلك فقد امتد تأثير الجودة لتخطى الحدود المحلية الضيقة ويمتد دولياً، حيث أصبحت المفتاح الرئيسي لزيادة الحصة السوقية وبالتالي زيادة الأرباح، وبهدف تحقيق الأرباح لا بد من إدراك أن الجودة هي ما يعبر عنه العميل وليس ما يعبر عنه البنك، فهي نتاج عمل يقوده العميل بقوة وجهد تعاوني بين أجزاء البنك ككل، وهي عمليات يفهمها العاملون في البنك ويؤمنون بها ويكونون جزءاً منها، وهي كذلك عمليات تتطور تلقائياً في ضوء أفضل الممارسات لتحسين وتطوير الجودة في العالم، فالفهم الأساسي للجودة أمراً جوهرياً وضرورياً للتنافس بفعالية كبيرة في الأسواق العالمية اليوم (عواطف إبراهيم الحداد، 2009 ص 5)

2. أبعاد جودة الخدمات :

هناك عدة أبعاد لقياس جودة الخدمة ولكن أغلب الباحثين اتفقوا على مجموعة من الأبعاد والتي تم اعتمادها في البحث وهي:

1- الاعتمادية :

تشير إلى قدرة المصرف على إنجاز أو أداء الخدمة المصرفية الموعودة بشكل دقيق يعتمد عليه، وتتضمن خمسة متغيرات يقاس من خلالها وفاء المنظمة بالتزامها التي وعدت بها عملائها.

2- الأمان : خلو المعاملات التي تتم بين العميل والبنك من الخطورة والشك، ويحتوي هذا البعد على أربعة متغيرات تقيس حرص الموظفين على زرع الثقة في نفوس العملاء.

3- العناصر الملموسة : وتتضمن أربعة متغيرات تقيس توافر حداثة الشكل وتعني مظهر التسهيلات المادية مثل المعدات والأجهزة والأفراد ووسائل الاتصال التابعة للمصرف.

4- سرعة الاستجابة : مدى استعداد ورغبة المصرف في تقديم المساعدة للعملاء والرد على استفساراتهم والسرعة في تقديم الخدمة التي يحتاجون إليها، ويتضمن هذا البعد أربعة متغيرات تقيس اهتمام المنظمة بأعلام عملائها بوقت تأدية الخدمة.

5- الاهتمام : ويشتمل هذا البعد على خمسة متغيرات تتعلق باهتمام موظفي المنظمة بالعملاء اهتماما شخسيا وتفهمهم لحاجات العملاء وملائمة ساعات عمل المنظمة لتتناسب جميع العملاء وحرص المنظمة على مصلحة العملاء العليا والدراية الكافية باحتياجاتهم.

الفرع الثاني: تقييم جودة الخدمات المصرفية

1. مقياس الفجوة :

يسند مقياس الفجوة إلى توقعات العملاء لمستوى الخدمة وإدراكهم لمستوى أداء الخدمة المقدمة بالفعل، ومن ثم تحديد الفجوة بين هذه التوقعات والادراكات، ومنه فإن مستوى جودة الخدمة يقاس بمدى التطابق بين مستوى الخدمة المقدمة للزبائن وبين ما يتوقعه الزبائن بشأنها. عند الحديث عن هذا المدخل لا بد من التطرق إلى مفهومين أساسيين يتقبلان لتحديد الفجوة في جودة الخدمة:

توقعات العملاء: هي المعايير والنقطة المرجعية للأداء الناتجة عن خبرات التعامل مع الخبرة و القابلة للمقارنة والتي إلى حد ما تصاغ في شروط ما يعتقد الزبون أن تكون في الخدمة أو سوف يحصل عليها. إدراكات الزبون وهي النقطة التي يدرك ها الزبون الخدمة فعليا كما قدمت له، و يمكن التعبير عن هذا المقياس بالمعادلة التالية:

جودة الخدمة = التوقعات – الإدراكات

إن الفجوة بين توقعات العملاء وبين إدراك الإدارة لهذه التوقعات تتكون من خمس فجوات كما يلي:
الفجوة 1 : تنتج عن الاختلاف بين توقعات العملاء وإدراك الإدارة لتلك التوقعات، فقد لا تعرف الإدارة ما يريده العملاء (بوعتروس عبد الحق، 2000 ، ص 08)

الفجوة 2: هي تلك الفجوة الموجودة بين إدراك الإدارة لتوقعات العميل والمواصفات الفعلية المحددة للجودة، فقد تعرف الإدارة توقعات العملاء ورغباتهم إلا أنه لا يتم ترجمة هذه الاحتياجات والرغبات إلى مواصفات محددة في الخدمة المقدمة.

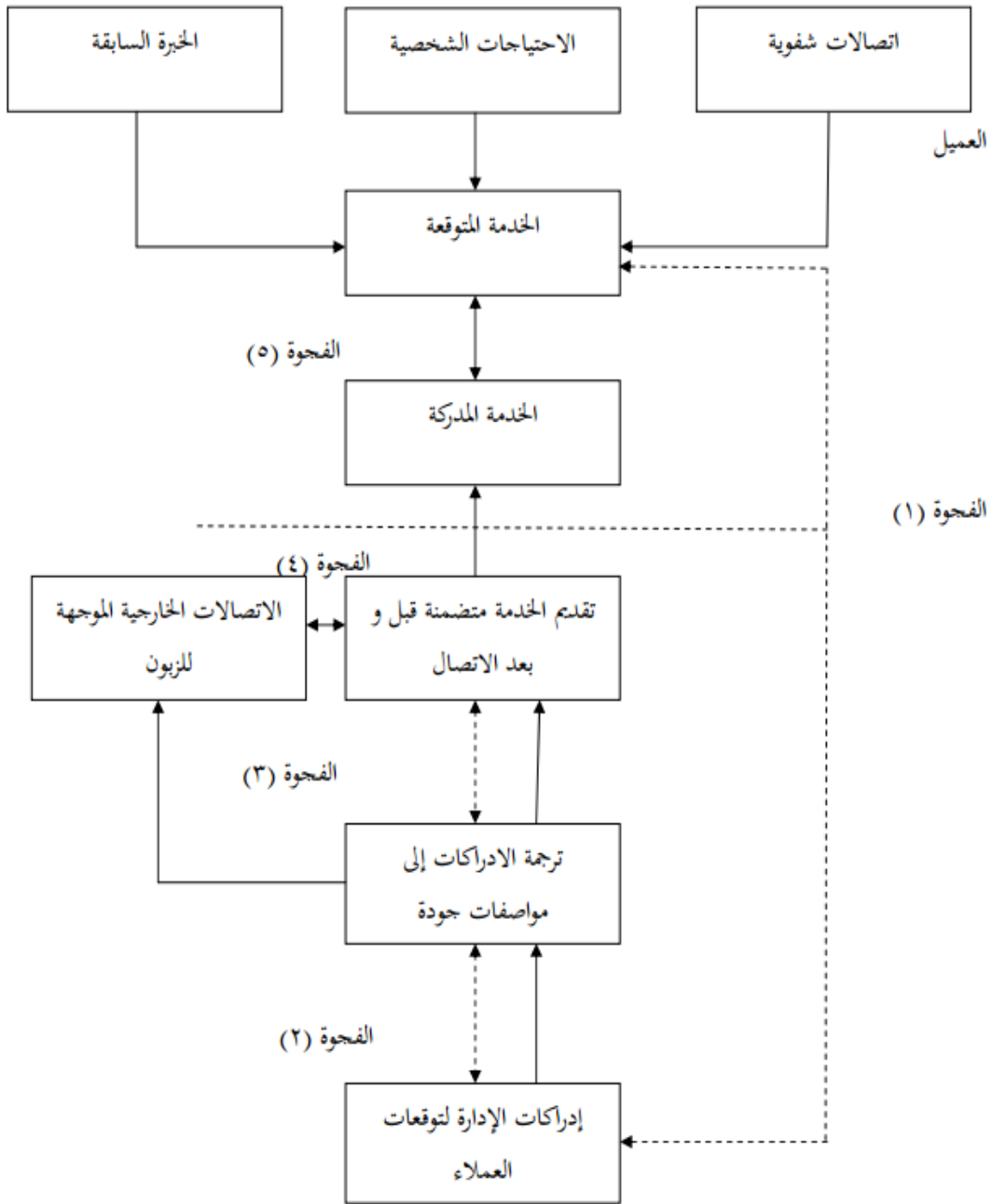
الفجوة 3: تنتج عن الاختلاف بين المواصفات المحددة للفجوة وأداء الخدمة بالفعل في الواقع العملي، فهناك العديد من العوامل التي قد تؤثر على أداء الخدمة في الواقع العملي كأن يكون مستوى مهارة وكفاءة القائمين على أداء الخدمة غير مناسب.

الفجوة 4 هي ألف + جوة بين مستوى الخدمة المقدمة بالفعل وبين الوعود التي تقدمها منظمة الخدمة من خلال اتصالاتها الخارجية بالعملاء.

الفجوة 5 تمثل الفجوة بين إدراك العملاء لمستوى الأداء الفعلي للخدمة وتوقعاتهم اتجاه جودة هذه الخدمة (رضوان حلوة حنان، 2009، ص 35)

يمكن تلخيص هذه الفجوات في الشكل التالي:

الشكل رقم 01 نموذج الفجوة servqual



المصدر: قاسم نايف علوان المحياوي 2006 إدراك الجودة الشاملة في الخدمات، (مفاهيم، عمليات وتطبيقات)، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، ص 111

لقد وجهت بعض الانتقادات لنموذج SERVQUAL يمكن ذكرها فيما يلي: (شاكر القزويني، 1992)

- أن نموذج SERVQUAL لم يضع وزن للأهمية النسبية للأبعاد المختلفة لجودة الخدمة، وهناك احتمال لإعطاء بعض العملاء أهمية أكبر لبعض أبعاد الخدمة في نوعيات خدمية مختلفة قياساً ببعض الآخر.
- في بيئة تتسم بحدة المنافسة سوف يتغير نوع العنصر وأهميته النسبية بمرور الوقت.

- تقييم أبعاد جودة الخدمة سوف يختلف باختلاف مجموعة العملاء واختلاف الثقافات في الوقت نفسه.
- قياس توقعات العملاء بعد حصولهم على الخدمة يعكس نوع من عدم الثقة في استخدام المقياس.
هناك عدد من الأساليب المقترحة لمعالجة الفجوات المسببة لمشكلات جودة الخدمة كما يدركها الزبون وهذه الأساليب هي:

- معرفة وإدراك المحددات الرئيسية لجودة الخدمة: تلعب البحوث الميدانية دورا مهما في معرفة وإدراك المحددات الحقيقية لجودة الخدمة كما يدركها الزبائن، سواء بالنسبة لمنظمة الخدمة المعينة أو بالنسبة لمنظمات الخدمة المنافسة.

- صياغة وتثبيت معايير الجودة وإبلاغها للعاملين وإفهامهم لها: من الضروري عند صياغة معايير الجودة أن تكون هذه المعايير مدونة، وأن يفهمها جميع العاملين في منظمة الخدمة، وأن يمارسوها في اتصالهم مع الزبائن وأن تكون هذه المعايير ممثلة حقيقيا لتوقعات الزبائن.
- وضع معايير للأداء تفوق الحد الأدنى للمعايير المتعارف عليها على مستوى صناعة الخدمة، حيث جرت العادة في المنظمات الخدمية، أن تتضمن مبادئ ممارسة العمل وعودا عامة بإخبار الزبائن تحريرا بأنها شروط خاصة أو استثنائية تتعلق بجوانب الخدمة المختلفة. (حنفي عبد الغفار، أبو قحف عبد السلام كندرية، 2000، ص 63)

- عرض ضمانات محددة لأداء الخدمة: قد يتعلق الضمان بالفترة التي تستغرقها إجراءات الحصول على الخدمة وهذه الضمانات تعزز سمعة منظمة الخدمة في أذهان العملاء إذا ما تم الوفاء بها،
- العلاقات التفاعلية بين مفهوم الخدمة والعميل: بما أن هذه العلاقات تعد حيوية في تحقيق الرضا لدى الزبون وهي إحدى محددات جودة الخدمة كما يدركها الزبون نفسه، فإن الضرورة تقتضي تدريب العاملين بشكل مستمر على الأساليب والطرق الايجابية في التعامل مع الزبائن.

- تحقيق التميز في الخدمة: بمعنى أن تصبح الجودة قيمة تنظيمية بالنسبة للعاملين في منظمة الخدمة، يتولد عنها الإشباع والرضا والحفز لدى العاملين عندها لن يكون هناك فجوات حقيقة تفصل بين منظمة الخدمة وزبائنهم.

النموذج الثاني: مقياس الأداء الفعلي للخدمة SERVPERF

نتيجة للانتقادات التي وجهت لمقياس SERVPERF لجأت بعض الدراسات إلى استخدام مقياس الأداء الفعلي SERVPERF والذي يركز على الأداء الفعلي للخدمة المقدمة باعتبار أن جودة الخدمة يمكن الحكم عليها بشكل مباشر من خلال اتجاهات العملاء والتعبير عن ذلك بالمعادلة التالية:
جودة الخدمة = الأداء

إن هذا المقياس يتميز عن سابقه بالبساطة وسهولة الاستخدام، وكذلك بزيادة درجة مصداقيته وواقعيته إلا أنه يعجز عن مساعدة الإدارة على الكشف عن مجالات القوة والضعف في الخدمة المقدمة والتي تتعلق بجوانب متعددة، وليست فقط إدراكات العميل من الخدمة.

و هكذا و بالرغم من المزايا التي يتمتع بها نموذج (SERVPERF) في قياس جودة الخدمة، إلا أنه لا يقلل من أهمية وملائمة نموذج (SERVQUAL) في هذا الصدد. ٢٧

ثالثاً: مقياس الشكاوي

إن أحد الطرق السهلة والبسيطة لقياس جودة الخدمات هو حصر عدد الشكاوي خلال فترة معينة وتصنيفها حسب نوع الشكاوي، وتتميز هذه الطريقة بالسهولة في إعطاء مؤشر نحو إدراك العملاء للخدمة المقدمة لهم وعلى الرغم من ذلك هناك بعض الانتقادات التي توجه إلى هذه الطريقة أهمها:

- عدد الشكاوي يعتمد في جزء منه على مدى سهولة تقدم العملاء بشكاوهم، فعدم وجود شكاوي ربما يعني أن العملاء لا يعرفون كيفية التقدم بشكاوهم، ليس لديهم الشجاعة للقيام بذلك.
- عدد قليل من المستفيدين بالخدمة سوف يتقدمون بشكاوهم بينما الغالبية سوف يترددون في القيام بذلك.
- هذه الطريقة لا تعكس الأسباب الحقيقية وراء شكاوي العملاء، أو أهمية الشكاوي لأداء الخدمة. (عبد الله نعمة جعفر 2007 ، ص 45)

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

في هذا المبحث سنتعرف على بعض الدراسات السابقة التي لها صلة بالموضوع لننتعرف أكثر على متغيرات الدراسة، وسرد نتائج هذه الدراسات لوضع مقارنة بين هذه الدراسات والدراسة الحالية.

الدراسات باللغة العربية:

الدراسة الأولى: دراسة سايحي الخامسة، طويل حدة (2019م) بعنوان: ' أثر وسائل الدفع الإلكتروني وإدارية، المجلد 13، على جودة الخدمة المصرفية '، مقال في مجلة أبحاث اقتصادية العدد 02.

أجريت هذه الدراسة في بنك الجزائر الخارجي -وكالة تبسة- تهدف هذه الدراسة إلى: بلورة أهم الأبعاد التي يقوم عليها نموذج الجودة، معرفة رأي الزبائن في جودة الخدمات المصرفية المقدمة بالبنك محل الدراسة، التعرف على أثر مستوى جودة الخدمة المصرفية على رضا الزبون وولائه، التعرف على وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية بالوكالة البنكية محل الدراسة، وقد تم اعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي والاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات من العينة العشوائية التي تتكون من 30 عميلاً من وكالة تبسة حيث تم توزيع 35 استمارة وجد منها 30 استمارة صالحة للتحليل، وفي ختام الدراسة تم تقديم توصيات نذكر منها:

- ضرورة التعريف والتوعية باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني في مختلف العمليات، وهو ما من شأنه أن يزيد من استعمالها ويحقق للعملاء ميزات تجذبهم للتعامل مع البنك والاستمرار في ذلك.

- العمل على توفير الكوادر البشرية المؤهلة لاستعمال تكنولوجيا المعلومات وصيانة الأجهزة وإيجاد نوع من الوعي العام لدى البنك والجمهور بأهمية تكنولوجيا المعلومات وما يمكن أن تحققه من منافع.

- العمل على تطوير وسائل الدفع بما يتماشى مع التطورات التكنولوجية وتكوين الموارد البشرية وفقاً لذلك.

- العمل على حماية شبكة الأنترنت من الاحتيال، وضمان سرية جميع العمليات المصرفية، وتأمين أكثر حماية بإنشاء إطار تنظيمي محكم وإقامة رقابة صارمة ضابطة لهذه التعاملات.

الدراسة الثانية: دراسة سبع فايزة (2020م) بعنوان: ' قياس اتجاهات المستهلكين نحو نظام الدفع الإلكتروني في الجزائر'، أطروحة دكتوراه، جامعة فرحات عباس سطيف-1.

هدفت هذه الدراسة إلى قياس اتجاهات المستهلك النهائي نحو الدفع الإلكتروني في الجزائر، أي التحري عن مدى قبول المستهلكين، الكشف عن العوامل التي يمكن أن يكون لها أثر على هذه الاتجاهات محاولة تقييم الأهمية النسبية لعدد من العوامل التي تؤثر في اتجاهات المستهلكين نحو الدفع الإلكتروني في الجزائر، وكذا قياس تأثير العوامل الديمغرافية عليها، تم الاعتماد بالأساس على المنهج الوصفي لتحقيق أهداف الدراسة والاجابة على الإشكالية الرئيسية وأسئلتها الفرعية.

تم استخدام الاستبيان كأداة للدراسة، وقد شملت الدراسة الميدانية على عينة من المجتمع الجزائري مكونة من 337 مستهلك تم اختيارهم باستخدام استبيانات ورقية وإلكترونية، وتم تحليل البيانات بالاستعانة ببرنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، أين لدى العينة المستجوبة اتجاهات إيجابية نحو خدمة الدفع الإلكتروني باستخدام البطاقة بين بنكية، كما توصلت الدراسة إلى نتائج منها:

- أقر 150 فرد، وهو ما يمثل نسبة (5.44) % من العينة المدروسة، أن لديهم خبرة في استعمال بطاقات أخرى من غير البطاقة البنكية في خدمة الدفع الإلكتروني مثل: -**MASTERCARD-VISCARD-PAYSERA-PAYONEER-AMERICAN EXPRESS** سواء في الجزائر لتوفر البعض منها، أو نتيجة تنقلهم خارج الوطن.

- لدى المستهلكين الجزائريين اتجاهات إيجابية نحو الدفع الإلكتروني باستخدام البطاقة بين بنكية.

- يعد الأداء المتوقع والجهد المتوقع من استخدام الدفع الإلكتروني، العاملين الأكثر تأثيراً على اتجاهات المستهلكين نحو الدفع الإلكتروني باستخدام البطاقة بين بنكية،

- تسهيلات المتاحة والتأثيرات الاجتماعية تؤثر على اتجاهات المستهلكين نحو الدفع الإلكتروني باستخدام البطاقة بين بنكية.

الدراسة الثالثة: دراسة دحية رباب (2020م) بعنوان: ' أثر التطور التكنولوجي على أنظمة ووسائل الدفع مع الإشارة إلى حالة الجزائر' أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر-3.

يسعى هذا البحث، إلى دراسة معمقة لواقع استخدام التكنولوجيا في الجانب المصرفي، خاصة بظهور مؤسسات التكنولوجيا المالية والتي أصبحت تمثل اتجاهاً جديداً في عالم الصيرفة، كما تقوم الدراسة بعرض تحليلي لمجمل المسارات والخطوات التي قامت بها الجزائر في سعيها نحو تجسيد الدفع الإلكتروني على أرض الواقع كآلية لتحسين أداء الجهاز المصرفي وزيادة كفاءته.

ولمعالجة موضوع البحث، اعتمدت الباحثة على المنهج الاستقرائي الوصفي في تناول الجزء النظري من الموضوع، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، لتناول واقع وسائل الدفع في الجزائر، ومن بين التوصيات التي قدمتها الباحثة في نهاية الدراسة ما يلي:

- تعميم استخدام وسائل الدفع؛ من خلال القيام بحملات ترويجية تساهم في توعية الأفراد حول الخدمات المصرفية والمزايا التي يمكن تحصيلها من استخدام وسائل الدفع.

- تسهيل اجراءات استخدام وسائل الدفع؛ من خلال التخلي عن اجراءات البيروقراطية التي تعرفها البنوك الجزائرية، حتى يتسنى لكافة طبقات المجتمع فهمها واستخدامها.

- فتح المجال للخواص ومؤسسات العالمية المختصة في المدفوعات عبر البطاقة للدخول إلى السوق الجزائري على غرار شركات MASTER CARD و CARD VISA لتوسيع خدمات الدفع بشكل أكبر وتوسيع نطاق استعمالها.

- إدماج وسائل الدفع ضمن الوسائط الافتراضية؛ كأن يعمم استعمال التحويلات والاقتطاعات عبر الأنترنت كخيار للدفع يضاف إلى البطاقات ضمن مختلف بوابات الدفع الإلكتروني والتي يمكن الولوج إليها من خلال الهاتف النقال.

- الدفع عبر الهاتف النقال، يعتبر من أهم الوسائط التي يمكن أن تشكل رافعة رقمية للاقتصاد الوطني.

الدراسة الرابعة: دراسة عبد الحفيظ حسام الدين (2021م) بعنوان : 'جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية' أطروحة دكتوراه، جامعة محمد بوضياف، المسيلة.

تهدف هذه الدراسة إلى التعريف بالخدمة بشكل عام وتمييزها عن المنتجات المادية، والخدمة المصرفية بشكل أخص وذلك في الجانب النظري، أما في الجانب التطبيقي فتهدف إلى معرفة أبعاد جودة الخدمة المصرفية في البنوك التجارية الجزائرية وكذا مجالات القدرة التنافسية فيها، والبحث عن مدى مساهمة جودة الخدمة المصرفية في زيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية، المنهج المعتمد في الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي، أما بالنسبة لأدوات الدراسة الميدانية فهي تتمثل في الاستبيان ثم معالجة النتائج بواسطة البرنامج الإحصائي SPSS، وتتكون عينة الدراسة العشوائية من 600 إداري في البنوك التجارية الناشطة في السوق الجزائري، ومن نتائج هذه الدراسة:

- تسعى البنوك التجارية الجزائرية الى جعل الخدمة المقدمة فيها ذات مرونة عالية تناسب جميع مستويات عملاءها.

- يساهم الاهتمام بجودة الخدمة المصرفية المقدمة في التكامل بين جميع العمليات والمصالح في البنوك التجارية الجزائرية.

- تساعد جودة الخدمة المصرفية الأفراد العاملين على تقديم الخدمة بالشكل المطلوب والمحدد.

- تساعد جودة الخدمة المصرفية على الهيكلية الصحيحة والسليمة التي تساهم في إحداث التغيير.

- تساعد جودة الخدمة المصرفية على التشارك الفعلي مع العملاء حين أداء وتقديم الخدمة المصرفية.

الدراسة الخامسة: دراسة بن أحسن ناصر الدين، (2022)، تقييم أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية- دراسة استقصائية لعينة من زبائن بنك الخليج-الجزائر- وكالة قالمة، مقال في مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، المجلد (15)، العدد (01)

أجريت هذه الدراسة في بنك الخليج الجزائر فرع والية قالمة، تهدف هذا الدراسة الى تحقيق الأهداف التالية: ابراز مدى تطبيق التسويق الإلكتروني في بنك الخليج من وجهة نظر زبائنهم، التعرف على واقع وجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك الخليج، التعرف على النقائص المتعلقة بالممارسات

المصرفية الإلكترونية المقدمة، التوصل الى مجموعة من النتائج والاقتراحات التي من شأنها أن تساهم في تحسين وتطوير مستوى الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنك محل الدراسة، وتم الاعتماد في الجانب النظري على المنهج الوصفي التحليلي، أما في الجانب الميداني فقد تم استقصاء آراء عينة البحث من خلال استبيان إلكتروني ثم تحليل البيانات من خلال برنامج SPSS، تم استرجاع 112 استمارة إلكترونية كانت قد وزعت على مختلف زبائن البنك عبر مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك عبر البريد الإلكتروني للزبائن، ومن بين أهم النتائج ما يلي:

- يعد التسويق الإلكتروني من المفاهيم المبتكرة والجديدة في عالم التسويق، اذ تساهم بشكل مباشر وكبير في تسهيل المعاملات التجارية، وذلك من خلال تقليص الوقت والجهد.

- يوفر التسويق الإلكتروني للمؤسسة مزايا عديدة تمكنها من المحافظة على مكانتها السوقية، وأهم تلك المزايا ميزة بناء علاقات متينة مع العملاء والمحافظة عليها من خلال استغلال إمكانات الأنترنت ومواكبة التطورات التكنولوجية.

- يعتمد المستفيد من الخدمة الإلكترونية في تقييم الجودة على معايير مختلفة تتمثل في: الاستجابة، الاعتمادية، سهولة الاستخدام، تصميم الموقع الإلكتروني، الخصوصية (السرية والأمان) التعاطف.

- إن تطبيق مفهوم جودة الخدمة الإلكترونية يفرض ضرورة التعاون بين المؤسسة والزيون، حيث البد من أن توفر المؤسسة الإمكانيات اللازمة لتقديم الخدمة إلكترونيا، كما ينبغي أن يكون لدى الزبون ثقافة إلكترونية.

الدراسة السادسة: دراسة حورية جنان (2012/2013)، الموسومة بدور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، " The role of electronic banking in improving the quality of banking services- Case Study - CPA Bank Ain Melilla"، جامعة العربي بن المهدي أم البواقي، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية. ومحاولة تقييم البنوك الإلكترونية لإمكانية مقارنتها بالبنوك التقليدية ومحاولة رصد مدى التطور الذي حققته البنوك الإلكترونية في الإقتصاد وإكتشاف الدور الذي تلعبه الصيرفة الإلكترونية في تحقيق جودة الخدمات المصرفية.

الدراسة السابعة: دراسة مخرمش حاج محمد (2017/2018)، الموسومة بدور الصيرفة الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية -دراسة حالة مجموعة من الوكالات البنكية في ولاية ورقلة- "The role of electronic banking in achieving the competitive advantage of commercial banks - a case study of a group of banking agencies in the state of Ouargla"، تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها : محاولة تحديد مفهوم دقيق و واضح لكل من الصيرفة الإلكترونية والميزة التنافسية و إلى تحليل العلاقة القائمة بين تطبيق الصيرفة الإلكترونية وإكتساب الميزة التنافسية للبنوك التجارية و أيضا إلى التعرف على مستوى الخدمة المقدمة من خلال القنوات الإلكترونية من وجهة نظر العملاء و تسليط الضوء على أهمية وضرورة تطبيق الصيرفة بالقطاع المصرفي في الوقت الحاضر.

الدراسة الثامنة دراسة بلعياش ميادة: أثر الصيرفة الإلكترونية على السياسة النقدية - دراسة مقارنة بين الجزائر وفرنسا -2015/2014.

The impact of electronic banking on monetary policy - a comparative study between Algeria and France –"

ترمي هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها : محاولة تحديد مفهوم دقيق و واضح للصيرفة الإلكترونية و السياسة النقدية، فهم السياسة النقدية في الجزائر و مقارنتها بالسياسة النقدية الفرنسية لإستخراج أوجه الشبه و الإختلاف بين الإقتصاديين، تحليل العلاقة القائمة بين السياسة النقدية و النقود الإلكترونية، الوقوف على أبرز معالم النظام المصرفي الجزائري و تشخيص المنظومة المصرفية من حيث فرص إندماجها في الإقتصاد العالمي و التحديات التي تواجهها، محاولة رصد إنعكاسات التطور الحاصل في الخدمات المصرفية على النشاط الإقتصادي، دراسة الآثار الناجمة عن إستخدام الصيرفة الإلكترونية على السياسة النقدية، الوقوف على أهم العراقيل و التحديات التي تواجه التعامل الحسن بخدمات الصيرفة الإلكترونية مع تحديد كل الإجراءات القانونية و التشريعية الخاصة بها، إبراز أهمية إعتداد الصيرفة الإلكترونية في المصارف الجزائرية و كيفية أدائها مستقبلا في الجزائر.

الدراسة التاسعة : دراسة د. أوصغير الويزة (ماي 2018)، الموسومة بخدمات الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية -دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري-، " Electronic banking services in Algerian banks - a case study of the Algerian popular loan " ، تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على واقع توفر خدمات الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية، حيث أن ما يميز الخدمة المصرفية الإلكترونية في البنوك الجزائرية أنها مازالت في مرحلة أولية من خلال إدخال بطاقات السحب، وإدخال بعض تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في القطاع المصرفي. ويعتبر القرض الشعبي الجزائري من بين المؤسسات المصرفية العريقة في الجزائر والتي استطاعت تطوير نظم خدماتها المقدمة للزبائن، من خلال إدخال النظام المتطور للبطاقات على خدماتها المصرفية المتعلقة سواء بالسحب أو الدفع وذلك على المستوى الوطني أو على المستوى الدولي، بالإضافة إلى إستخدام أسلوب تقديم الخدمة عبر الخط.

الدراسة العاشرة: دراسة بلقاسمي باهية وبيوسف فاطيمة (2018/2019)، الموسومة بالصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة النظام المصرفي في الجزائر -دراسة حالة مؤسسة بنك الخليج بولاية أدرار- " Electronic banking as an introduction to modernizing the banking system in Algeria - a case study of the Gulf Bank Corporation in the Wilayat of Adrar «- تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مستوى الخدمات التي تقدمها البنك محل الدراسة، أهم أنظمة الدفع الإلكترونية المتوفرة، تأثير الصيرفة الإلكترونية داخل البنوك الجزائرية.

الدراسة الحادية عشر: دراسة برباش أميرة (2014/2015) ، عمليات الصيرفة الإلكترونية في المؤسسات المصرفية ودورها في تدعيم ركائز الاقتصاد الرقمي -دراسة حالة عينة من الوكالات البنكية بألم البواقي-، " Electronic banking operations in banking institutions and their role in strengthening the pillars of the digital economy - A case study of a sample of banking agencies in Oum El Bouaghi -" ، تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الاقتصاد الرقمي وأهم تطبيقاته وكذا أهم التحديات التي تواجهه، معرفة العراقيل التي تواجه الجزائر في طريقها للإندماج في الاقتصاد الرقمي، معرفة مدى استجابة البنوك الجزائرية للتطورات الحاصلة في المجال المصرفي، التعرف على الصيرفة الإلكترونية الناتجة عن تطوير القطاع المصرفي والمالي وتطوير

مختلف الجوانب من بينها تطوير وسائل الدفع، التعرف على البنوك الإلكترونية و معرفة المعاملات الخاصة بها، إبراز أهمية اعتماد الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية وكيفية أدائها مستقبلا في الجزائر.

الدراسات باللغة الأجنبية:

الدراسة الاولى:

measurement of birgul küçük cirpin و koksar sarica بعنوان

1.Service quality in banking industry : a case study fronturkey

هدفت الدراسة إلى جودة الموضوعية لمقننات والخدمات بالموازاة مع الجودة من منظور شخصي والمصورة من طرف العملاء المهمة بشكل كبير، في عالم الأعمال المعاصر المنافسة، لقد أصبح إلزاما بالنسبة لشركات توفير منتجات ذات جودة عالية في السوق، أحد الانتقادات الأساسية الإنتاج المقننات وتوفير الخدمات هو التقييم الذاتي وجود القياسات المنجزة من طرف الشركات.

بينما قياس جودة المنتجات سيء بالنسبة للمشتريات فإنه صعب بالنسبة للخدمات.

على مستوى الدراسات، جودة الخدمات الموفرة عن طريق مشاركة المعاملات البنكية في تركيا فإنها تقاس باستعمال تحليل سورفكال الذي بدوره يمثل أحد المناهج التي استعملت لقياس جودة الخدمة المصرفية.

في هذا السياق: الجودة المتوقعة والمرجوة تحسب وتحلل بتقدير جودة أخرى، فيما بعد الموجودات ستحلل والشركات الفاعلة في الخدمات ستناقش نتائج سورفكال حسبت عبر أبعاد جودة الخدمات المصرفية الخمسة حيث قدرت هذه النتائج بـ: 483,1 هذه المنتوجات أثبتت أن 76% من توقعات العملاء كانت مرضية، بينما استجابة الشركات تصاعدت كأقوى شركة 87,84% في سياق توقعات العملاء، شركة التأمين أصبحت الأضعف 09,64%.

الدراسة الثانية:

.Wasim I. Al-Habil, Amal A. Al Hila, Mazen M. Al Shobaki, -Youssef M The Impact of the Quality of Banking Services on Improving the Marketing Performance of Banks in Gaza Governorates from the Point of View of Their Employees 1

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمات المصرفية على الأداء التسويقي، للمصارف العاملة في قطاع غزة، في ضوء التحولات المالية من وجهة نظر الممثلين والعلاقة بين جودة الخدمات المصرفية ونوعية الخدمات المصرفية.

¹⁻ Bugul küçük cirpu.koksar sarica , Measurement of service quality in banking industry :a case study from turkey.istanbul universitesi isletne fakultesi dergisi ,vol 43 ,No 02 ,Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi ,İstanbul,2014.

يؤطر الأداء التسويقي رسم رؤية الموظفين، استخدم الباحثون المنهج الوصفي التحليلي، تكوف مجتمع البحث من ممثلين للبنك (فلسطين المحدودة، فلسطين الإسلامية، الإسكاف، القدس، البنك العربي) كانت أداة الدراسة عبارة عن استبيان تم تطبيقه على عينة عشوائية بسيطة من الموظفين، تم الحصول على مجموعة 97 إجابة بمعدل 9756 إجابة على استبيان للموظفين، أوضحت نتائج الدراسة أن مستوى توافر الربحية المصرفية بحد كافي، قابلية الاستمرارية، كفاءة مقدمي الخدمات، اللباقة، التعاطف،

الموثوقية، التواصل، إمكانية الوصول والجوانب المادية والبشرية، مستوى الاستجابة في البنوك العامة في قطاع غزة من حيث قلة الموظفين كان مرتفعاً، و أظهرت النتائج أن مستوى الأداء التسويقي للمصارف العاملة في قطاع غزة من وجهة نظر العاملين كان عالياً، توجد علاقة ذات دلالة إحصائية على مستوى 0.05 fas تتعلق بجودة الخدمة المصرفية والتحويلات المالية من جهة والتحويلات المالية والأداء التسويقي في البنوك العامة في قطاع غزة من وجهة نظر المتطور، توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى 05 بين جودة الخدمة المصرفية وأداء التسويق في البنوك العاملة في قطاع غزة من وجهة نظر الموظفين: هناك تأثير ذي دلالة إحصائية على جودة الخدمات المصرفية، الخدمات المتعلقة بالأداء التسويقي للأطراف العاملة في قطاع غزة في ضوء التحويلات المالية من وجهة نظر الممثلين إن تغير الوسيط لمتحويلات النهائية يضعف التأثير بين جودة الخدمات المصرفية وأداء التسويق لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($a \leq 0.05$) بين متوسطات enetmatron المتعلقة لجودة الخدمات المصرفية،، وبيان الأداء والتحويلات المالية للمؤهلات الأيونية القابلة للتغيير.

الدراسة الثالثة:

Wasim I. Al-Habil, Amal A. Al Hila, Mazen M. Al Shobaki, Youssef M. Abu Amuna, Samy S. Abu Naser, The Impact of the Quality of Banking Services on Improving the Marketing Performance of Banks in Gaza Governorates from the Point of View of Their Employees

Journal of Engineering and Information Systems (IJEAIS), vol 01, No 07, Al-Azhar University, Gaza, Palestin9199

ومن أهم التوصيات تعزيز وتطوير مهارات موظفي البنك، وإعداد الكفاءات المصرفية على مستوى العالمي، وتطوير الصناعة المصرفية الاستعانة بوكالات خاصة لدراسة واكتشاف مجالات الرفاهية والقوة في الخدمات المصرفية من خلال استخدام نماذج مطورة عالمياً لرفع مصداقية النتائج محلياً ودولياً.

وضع سياسات واستراتيجيات لتحسين جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها دائرة البنوك، مع مراعاة الأهمية النسبية لجودة الخدمة المصرفية المقدمة بشكل فعال، في تصميم وتنفيذ استراتيجيات

الجودة لمواجهة التحولات المالية الناشئة من داخل البنك وعدم تطوير نظام نموذجي مستورد من الخارج أو من البنوك الأخرى لتحقيق الفعالية، يجب أن تتبنى البنوك استراتيجيات فعالة للارتقاء بخدماتها إلى مستوى هذه التحديات المختلفة، ولتطوير وتعزيز الدور الرقابي لسلطة النقد على البنوك، واعتماد خطة طموحة لإعادة هيكلة سلطة النقد وعملياتها لتصبح أكثر انسجاماً، مع المعايير والممارسات الدولية ولكي تصبح بنكا مركزيا حديثا يتمتع بصلاحيات كاملة، تحتاج البنوك إلى تشجيع الباحثين والمهتمين في خدمات هانكانج لإجراء الدراسات التطبيقية والبحث العلمي في هذا المجال من خلال تزويدهم بالدعم المالي والبيانات المطلوبة للقيام بذلك.

الدراسة الرابعة:

د راسة هاديذا سعيدو، شاد راك كيبكوش سيتيني (Hadiza Saidu, Shadrack Kipkoech)
(Sitienei)، بعنوان "تأثير تمكين العاملين في تحسين جودة الخدمة د راسة حالة للبنوة في مدينة -
إدوريت، كينيا"، المجلة الدولية متعددة اللغات للعلوم والتكنولوجيا، كينيا، المجلد - 07، العدد 08،
أوت 2022.

Kipruto Walter, Shadrack Kipkoech Sitienei, The Impact of Employee Empowerment in Enhancing Quality of Service-A Case Study of Banks in Eldoret Town-, International Multilingual Journal of Science and Technology, Kenya, Vol 07, No 08, Aug 2022

والتي هدفت إلى تحديد مدى ممارسة المصارف لتمكين الموارد البشرية وتحديد أهمية تمكين العاملين في القطاع المصرفي في كينيا وكذلك وصف استجابات العاملين وتصوراتهم ومواقفهم فيما يتعلق بالتمكين وتوفير خدمات جيدة. وشملت عينة الدراسة 105 عميل و9 موظفين واستخدمت أداة المقابلة وأداة الاستبيان في جمع وتحليل البيانات وفق المنهج الوصفي التحليلي وكان من أبرز نتائجها: أن ممارسة تمكين الموارد البشرية في القطاع المصرفي لها أهمية قصوى في تحسين جودة الخدمات التي يقدمها العاملون وهي مهمة في الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وجذب المزيد من العملاء وكذلك تقلل من معدل دوران لعاملين من خلال الرضا الوظيفي. كما أن تمكين الموارد البشرية في القطاع المصرفي هو ضرورة نظرا لطبيعة الخدمة نفسها. فبدون التمكين في تقديم الخدمات المصرفية سيفتقر العاملون إلى الثقة والإبداع مما قد يؤدي إلى ضعف أداء تقديم الخدمة كما يكسب التمكين العاملين الثقة والاستقلالية لاتخاذ المبادرات واتخاذ القرارات المتعلقة بخدمة العملاء بالنظر إلى الدراسات السابقة:

المطلب الثاني: موقع الدراسة الحالية من الدراسة السابقة

أوجه الشبه:

بعض النقاط المشتركة التي قد تجدها في هذه الدراسات:

1. معايير الجودة: غالبًا ما تستخدم الدراسات نفس المعايير أو الأبعاد لقياس جودة الخدمة، مثل الاعتمادية، والاستجابة، والاحترافية، وسهولة الوصول، وجودة المنتجات المالية، وغيرها.
2. أدوات القياس: يتم استخدام نفس الأساليب الإحصائية والاستبيانات وتقنيات تحليل البيانات لتقييم جودة الخدمة، مما يوفر قاعدة متسقة للمقارنة بين الدراسات المختلفة.
3. تأثير جودة الخدمة على الرضا العملاء: يتم التركيز في دراسات جودة الخدمة عادة على كيفية تأثير الجودة على رضا العملاء وولاءهم للبنك.
4. المتغيرات الديمغرافية: يمكن أن تتضمن الدراسات تحليلًا للعوامل الديمغرافية مثل العمر، والجنس، والدخل، والتعليم، والمهنة، وغيرها، لفهم كيفية تأثير هذه العوامل على تقييم العملاء لجودة الخدمة.
5. تحسين الخدمات: تتناول الدراسات العديد من التوصيات لتحسين جودة الخدمة في البنوك، مثل تطوير العمليات، وتحسين التواصل مع العملاء، وتحسين تكنولوجيا المعلومات، وتطوير مهارات الموظفين، وغيرها.

أوجه الاختلاف:

هناك بعض الاختلافات التي قد تظهر بين دراسات تقييم جودة مستوى الخدمات المصرفية في البنوك، وهذه بعض الأمثلة على الاختلافات الشائعة:

1. المنهجيات والأدوات: قد تختلف الدراسات في الأساليب والأدوات المستخدمة لتقييم جودة الخدمة، فقد تستخدم بعض الدراسات المنهجيات الكمية مثل استبيانات العملاء، في حين تفضل البعض الآخر المنهجيات النوعية مثل المقابلات الشخصية أو دراسات الحالة.
2. العينة والمشاركين: يمكن أن تختلف العينة المدروسة من دراسة إلى أخرى، وقد تشمل الدراسات عينات من العملاء الحاليين فقط، بينما قد تشمل البعض الآخر عينات من العملاء الحاليين والسابقين أو العاملين في البنوك.
3. المتغيرات المدروسة: قد تختلف الدراسات في المتغيرات التي تم دراستها، فقد تركز بعض الدراسات على جوانب معينة مثل الرضا العملاء، بينما تركز الأخرى على جوانب أخرى مثل الولاء والثقة.
4. السياق الثقافي والجغرافي: يمكن أن يؤدي الاختلاف في السياق الثقافي والجغرافي إلى اختلافات في تقييم الجودة والاحتياجات والتوقعات، مما يؤدي إلى اختلافات في نتائج الدراسات.
5. المؤشرات المستخدمة: قد تختلف الدراسات في المؤشرات التي تستخدمها لقياس جودة الخدمة، فقد تركز بعض الدراسات على مؤشرات كمية مثل متوسط الزمن الذي يستغرقه البنك لحل مشكلة العميل، بينما تركز الأخرى على مؤشرات نوعية مثل جودة التعامل مع الموظفين.

موقع الدراسة الحالية من الدراسة السابقة:

تقييم جودة مستوى الخدمات المصرفية في البنوك يمكن أن يكون مهمًا لفهم تجربة العملاء وتحسين أداء البنوك. يمكن تنفيذ هذا التقييم باستخدام مجموعة متنوعة من الطرق والأدوات. إليك بعض الخطوات التي يمكن اتخاذها في عملية تقييم جودة مستوى الخدمات المصرفية:

1. **تحديد الأبعاد المهمة:** تبدأ العملية بتحديد الأبعاد المهمة لجودة الخدمة في البنك، مثل الاعتمادية، والاستجابة، والاحترافية، والتواصل، وسهولة الوصول، وجودة المنتجات والخدمات المالية.
2. **تصميم استبيانات أو مقابلات:** يمكن إجراء استبيانات للعملاء لقياس مدى رضاهم عن الخدمات المصرفية المقدمة، أو إجراء مقابلات شخصية مع عينة من العملاء لفهم تجاربهم بشكل أعمق.
3. **جمع البيانات:** يجب جمع البيانات من العملاء ومنظورات أخرى ذات صلة، مثل الموظفين والمديرين، للحصول على صورة شاملة عن جودة الخدمة.
4. **تحليل البيانات:** يتم تحليل البيانات المجمعة باستخدام الأساليب الإحصائية وتقنيات تحليل البيانات لفهم الاتجاهات والمعلومات الرئيسية حول جودة الخدمة.
5. **تقديم التوصيات والتحسينات:** بناءً على النتائج، يمكن تقديم التوصيات لتحسين جودة الخدمة في البنك، سواء كانت ذات طابع تكنولوجي، أو تدريبي، أو عملياتي، أو غير ذلك.
6. **متابعة وتقييم التحسينات:** يجب متابعة تنفيذ التحسينات المقترحة وتقييمها بانتظام لضمان أنها تؤدي إلى تحسين مستمر في جودة الخدمة.

خلاصة:

إن ابتكار الخدمات المصرفية الإلكترونية له أثر إيجابي كبير في تحسين جودة الخدمات المصرفية لما تقدمه من ميزات للعمل المصرفي، فهي تساهم بالدرجة الأولى في تطوير أساليب تقديم الخدمة وبالتالي تطوير الجودة الفنية للخدمات المصرفية الإلكترونية وبأقل تكلفة، ومنه زيادة ثقة الزبائن بمصرفهم وكسب ولائهم، كما أنها تعمل على تطوير الأداء بالمصارف من خلال نظام رقابي وهيكل أكثر كفاءة وتقنية عالية فيظل العمل على تحقيق ميزة تنافسية مستدامة من خلال استراتيجية التطوير المبنية على الابتكار والتجديد وتبني الأساليب والأنظمة الإلكترونية، ومواكبة لتطورات الاقتصاد الرقمي وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

الفصل الثاني

دراسة ميدانية بنك الفلاحة والتنمية الريفية B.A.D.R

تمهيد:

عدما تطرقنا في الفصل الأول إلى الأدبيات النظرية حول محددات الخدمات المصرفية ورضا العملاء في البنوك، سنتطرق في الفصل الثاني إلى الدراسة التطبيقية بإسقاط المعارف المتوصل إليها لمعرفة ما مدى صدق وواقعية معلوماتنا، ولذلك قمنا باختيار بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وذلك عن طريق اختيار عملاء البنك بطريقة عشوائية للدراسة، ولهذا قمنا بتقييم الفصل إلى مبحثين ويتضمن

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية

المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة التطبيقية

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية

المطلب الأول: نشأة وتطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية

أنشئ بنك الفلاحة والتنمية الريفية بموجب المرسوم رقم 88/105 بتاريخ 13 مارس 1982، وهو مؤسسة مالية وطنية تنتمي إلى القطاع العمومي، ومع بداية التسوية الاقتصادية سنة 1988، عدل وأكمل بقانون 88/01 الذي حدد نهائيا النظام الأساسي للبنك 12/01/1988 ووضع طرق العمل وإجراءات التحويل، فتحول بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى شركة ذات أسهم وهذا التحويل سجل بعقد أصلي بتاريخ 19/02/1989 لدى مكتب التوثيق للسيد "مندسان" موثق بالجزائر العاصمة.

وجاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية لمهمة تطوير القطاع الفلاحي وترقية العالم الريفي، في بداية المشوار تكون البنك من 140 وكالة متنازل عنها من طرف البنك الوطني الجزائري BNA وأصبح اليوم يتكون من 35 مديرية و200 وكالة موزعة على المستوى الوطني. ويشغل بنك الفلاحة والتنمية الريفية حوالي 7000 عامل ما بين إطار وموظف نظرا لكثافة شبكته وأهمية تشكيلية البشرية.

صنف بنك الفلاحة والتنمية الريفية من طرف مجلس قاموس البنك (BANC Almanach) طبعة 2001 في المركز الأول في ترتيب البنوك التجارية ويمثل البنك كذلك المركز 668 في الترتيب العالمي ما بين 4100 بنك مصنف وقد مر بنك الفلاحة والتنمية الريفية بعدة مراحل نذكرها ما يلي:

*من 1982 إلى 1990: خلال السنوات الثمانية الأولى، كان الهدف البنك المنشود هو فرض وجوده ضمن العالم الريفي بفتح العديد من الوكالات في المناطق ذات الصبغة الفلاحية، وبمرور الزمن اكتسب البنك سمعة في ميدان تمويل القطاع الزراعي، قطاع الصناعة الغذائية والصناعة الميكانيكية الفلاحية.

*من 1991 إلى 1999: بموجب صدور قانون 90/10 الذي أتى لإنهاء فترة تخصص البنوك ووسع لبنك الفلاحة والتنمية الريفية أفاقه إلى مجالات أخرى من النشاط الاقتصادي خاصة المؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة بدون الاستغناء عن القطاع الفلاحي الذي تربطه معه علاقات مميزة في المجال التقني، هذه المرحلة كانت بداية لإدخال تكنولوجيا الإعلام الآلي 1991، وتطبيق نظام "SWIFT" لتطبيق عمليات التجارة الخارجية.

*في سنة 1992: تم وضع برمجيات (Progiciel Sybu) مع فروع المختلفة للقيام بالعمليات البنكية من تسيير القروض، عمليات الصندوق للودائع، الفحص بعد لحسابات الزبائن، إدخال الإعلام الآلي على جميع عمليات التجارة الخارجية، إدخال مخطط الحسابات الجديد على مستوى الوكالات.

* وفي سنة 1993: تم إنهاء عملية إدخال الإعلام الآلي على جميع العمليات البنكية.

* في سنة 1994: تشغيل بطاقة السحب والتسديد B.A.D.R.

* في سنة 1996: إدخال عملية الفحص السلك (Télétraitement) وفحص انجاز العمليات البنكية.

* في سنة 1998: تشغيل بطاقة السحب مابين البنوك.

أما المرحلة الثانية فتميزت بوجود التدخل الفعلي للبنوك العمومية لبعث نفس جديد في مجال الاستثمارات المنتجة وجعل نشاطها ومستوى مردوديتها يسايران قواعد اقتصاد السوق في مجال تمويل الاقتصاد، كما رفع البنك إلى حد كبير من حجم القروض لفائدة المؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة، مع وضع برنامج خماسي يركز خاصة على عصرنة البنك وتحسين الخدمات وكذلك أحداث تطهير في ميدان المحاسبة وفي الميدان المالي، ونتج عن هذا البرنامج الانجازات التالية:

✓ القيام بفحص دقيق لنقاط القوة ونقاط ضعف البنك وانجاز مخطط تسوية للمؤسسة لمطابقة القيم الدولية وكان هذا في سنة 2000.

✓ تعميم نظام الشبكة المحلية مع إعداد تنظيم البرنامج (Sybu) كزبون مقدم الخدمة (Client Serveur) وهذا في سنة 2002.
أما من جانب التطهير الحسابي والمالي:

✓ إعادة النظر في تقليل الوقت وتخفيف الإجراءات الإدارية والتقنية المتعلقة بملفات القروض "لمدة تتراوح ما بين 10 و90 يوما" سواء بالنسبة لقروض الاستغلال أو قروض الاستهلاك.

✓ تحقيق مشروع البنك الجالس "Banque Assisse" خدمات مشخصة.

✓ إدخال مخطط جديد في الحسابات على مستوى المحاسبة المركزية.

✓ إنشاء تطبيق إلى يختص بإدخال آليات الدفع في مجال التعامل الافتراضي.

من خلال ما سبق ذكره فان بنك الفلاحة والتنمية الريفية هو البنك الأول في ترتيب البنوك الجزائرية ويقوم باستعمال:

✓ نظام SWIFT منذ سنة 1991.

✓ الإعلام الآلي في جميع عمليات التجارة الخارجية.

✓ الشبكة الأكثر كثافة على التراب الوطني.

✓ بنك شامل يقوم بتمويل كل القطاعات الاقتصادية.

المطلب الثاني: مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية

إن بنك الفلاحة والتنمية الريفية يسعى إلى تحقيق أهدافه المتمثلة في تمويل القطاع الفلاحي وذلك من خلال تحديد مختلف المهام التي تساعد في تدعيم هذا القطاع الحيوي، ولهذا فإنه يمكن تلخيص أهم مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية فيما يلي:

- إمكانية المالية الممنوحة من قبل الدولة الجزائرية لتدعيم وتنمية القطاع الفلاحي، الري، الصيد، والنشاطات الحرفية.
- قيام بالمساعدات المالية الضرورية للنشاطات المتعلقة بالمؤسسات الخاصة، والتي تساهم في تنمية العالم الريفي كالأطباء، الصيدلانيين، أطباء الأسنان، البيطريون، الحرفيون (الصناعة التقليدية)، تجار الخواص.
- التطور الاقتصادي للوسيط الفني.
- اعتباره كأداة من أدوات التخطيط المالي قصد المشاريع الفلاحية المسطرة في مختلف المستويات التنموية.
- القيام بالعمليات التالية:
 - ✓ منح القروض طويلة ومتوسطة الاجل.
 - ✓ معالجة جميع العمليات البنكية (قروض، صرف، خزينة).
 - ✓ تمويل مختلف العمليات المتعلقة بالتجارة الخارجية.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR

يمكن أن نتطرق إلى الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية حسب ما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (1): الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بعين تموشنت

2- طرق جمع المعلومات:

الحصول عليها من خلال تصميم استبيان وتوزيعه على عينة يقدر عددها 40 عينة و ثم استرجاع 40 استبانة أي بنسبة 100 %، صالحة وقابلة للتحليل الإحصائي، وبهدف الوصول إلى النتائج المرجوة ثم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS الإصدار عشرين وذلك من أجل توظيف البيانات لتحقيق أهداف الدراسة.

3- مجتمع وعينة الدراسة:

أ. مجتمع الدراسة:

يقصد به جميع الأفراد أو الأشياء أو الأشخاص الذين يشكلون موضوع مشكلة البحث، وهو جميع العناصر ذات العلاقة بمشكلة الدراسة التي يسعى الباحث ان يعمم عليها نتائج الدراسة، يتمثل مجتمع الدراسة في هذه الدراسة في جميع زبائن وعملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية

ب. عينة الدراسة: وتعتبر مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة التي يتم اجراء الدراسة عليها وقمنا في دراستنا باختيار عينة ملائمة عشوائية تتمثل في 40 زبون.

4- حدود الدراسة: تمثلت حدود الدراسة فيما يلي:

a. الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية للدراسة في المؤسسة محل الدراسة والتمثلة في: بنك الفلاحة والتنمية الريفية فرع عين تموشنت

b. الحدود الزمنية: تمت الدراسة في الفترة الممتدة من 31/04/2024 الى غاية 07/04/2024

5- نموذج الدراسة:

تم وضع نموذج من أجل تحديد أبعاد المتغيرين (المتغير المستقل والمتمثل في جودة الخدمات المصرفية المقدمة والمتغير التابع والمتمثل في أبعاد جودة الخدمات المصرفية) وأيضا توضيح علاقات الارتباط والتأثير بين هذين المتغيرين لإثبات الفرضيات او نفيها بغرض الإجابة على الإشكالية محل الدراسة، ويمكن ان نلخص هذه العلاقة في الشكل المعادلة التالية: $Y=f(X)$: حيث ان:

- Y : أبعاد جودة الخدمات المصرفية وهو المتغير التابع
- X : الخدمات المصرفية المقدمة وهو المتغير المستقل

أداة الدراسة:

يهدف اختبار أثر بين متغيري الدراسة ثم تقسيم الاستبيان إلى قسمين:

1.2 القسم الأول : البيانات الشخصية (الجنس، الفئة العمرية، المؤهل العلمي، المهنة)

2.2 القسم الثاني : يتكون من محورين حيث مجموع عبارات عدد المحاور 36 موزعة كما يلي :

1.2.2. المحور الأول: المتغير المستقل (الخدمات المصرفية المقدمة) والذي يتكون من 12 عبارة.

2.2.2 المحور الثاني : المتغير التابع (أبعاد جودة الخدمات المصرفية) و الذي يتكون من 24 عبارة، ويتمثل في 4 أبعاد : الجوانب الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الامان، التعاطف.

وتم الاعتماد في الإجابة على فقرات الاستبيان من خلال سلم ليكارت الخماسي حيث ترجمت الاستجابات على النحو التالي:

الجدول رقم 01:

مقياس ليكارت الخماسي:

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

حيث تم تحديد مستوى الأهمية بالنسبة للمتوسطات الحسابية التي سوف تصل اليها الدراسة لتفسير البيانات على أساس المعيار التالي:

✓ طول الفئة= (أعلى طول فئة-أدنى طول فئة في المقياس الخماسي) / عدد الفئات

✓ وعليه $0.8 = 5 / (1-5)$ وبعد هذا يتم اضافة هذه القيمة الى أقل قيمة في المقياس وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، حيث يصبح طول الخلايا كما يلي:

الجدول رقم 02: مستوى الأهمية ودرجة الاستجابة للمتوسطات الحسابية

المتوسط المرجح	المستوى	درجة الاستجابة
$1.8=1+0.8$	غير موافق بشدة	منخفضة جدا
$2.6=1.8+0.8$	غير موافق	منخفضة
$3.4=2.6+0.8$	محايد	متوسطة
$4.2=3.4+0.8$	موافق	مرتفعة

مرتفعة جدا	موافق بشدة	5=4.2+0.8
------------	------------	-----------

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على سلم ليكارت الخماسي.

يظهر الجدول كل من مستوى الأهمية ودرجة الاستجابة للمتوسطات الحسابية للمحورين كل لوحده التي ثم التوصل اليها من خلال المدى وهو عبارة عن الفرق بين القيمة الأكبر والأصغر المعطاة لخيارات مقياس الاستمارة. و باعتبار اننا قمنا بالاعتماد على مقياس ليكارت الخماسي و الذي يحتوي على خمسة درجات من 1 الى 5 فقيمة المدى هي (1-5=4) والتي يتم قسمتها على الخلايا المقياس (0.8=4/5) ; حيث يتم إضافة هذه القيمة (0.8) للقيم المعطاة لكل خيار وبالتالي كلما كان الوسط الحسابي محصور في المجال (1-1.80) فهذا يدل على ان درجة الاستجابة منخفضة جدا، اما اذا كان محصور في المجال (1.80-2.60) فنقول ان درجة الاستجابة منخفضة، ثم المجال الذي يليه (2.60-3.40) درجة الاستجابة تكون متوسطة، و يليه المجال (3.40-4.20) التي تكون فيه درجة الاستجابة مرتفعة، اما بالنسبة للمجال الأخير (4.20-5) فان درجة الاستجابة تعتبر مرتفعة جدا وأن المتوسط المعياري يساوي 3.

6- المعالجة الاحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة ثم استخدام اختبارات الأساليب الإحصائية لتفريغ وتحليل الاستبانة من خلال الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS لمعالجة البيانات والمعلومات وكانت على النحو التالي:

- ❖ عامل ألفا كرو نباخ: ثم استخدامه للتأكد من درجة ثبات أداة الدراسة المستخدمة.
- ❖ معامل الارتباط بيرسون Pearson: ثم استخدامه لقياس قوة الارتباط بين درجات كل فقرة من فقرات الاستبانة والمعدل الكلي للمحور الذي تنتمي إليه أي صدق الاتساق الداخلي.
- ❖ المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية: ثم استخدام المتوسطات الحسابية للتعرف على مدى توجه عينة الدراسة نحو الفقرات التي من خلالها يتم قياس المتغيرات، كما استخدمت الانحرافات المعيارية لبيان مدى تشتت وتقارب إجابات عينة الدراسة.
- ❖ التكرارات والنسب المئوية: ثم استخدامه لإظهار نسب إجابات أفراد عينة الدراسة.
- ❖ تحليل التباين ANOVA: لاختبار العلاقة بين المتغيرين المستقل والتابع.
- ❖ تحليل الانحدار الخطي البسيط (Régression): لمعرفة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

المطلب الثاني: صدق أداة الدراسة:

1 - الصدق الظاهري (صدق المحكمين) : تم التأكد من صحة الأداة ومصداقيتها بعد أن تم عرضها على ثلاث محكمين والأخذ بملاحظاتهم واقتراحاتهم ومن ثم إجراء تعديلات في ضوء توصياتهم وأراءهم وقد اعتبرنا الأخذ بملاحظات المحكمين وإجراء التعديلات المطلوبة هو بمثابة الصدق الظاهري لأداة الدراسة كما وقد حكم الاستبيان من قبل أساتذة في الاختصاص في جامعة بلحاج بوشعيب.

2- صدق المحتوى : تم التأكد من صحة أداة الدراسة و أن مضمون فقرات الدراسة شامل و متسق، وذلك من خلال حساب الاتساق الداخلي وحساب معامل الثبات.

1.2 - صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاختبار :

تم التأكد من صدق الاتساق الداخلي من خلال دراسة الارتباط لكل محور من محاور الدراسة باستخدام معامل الارتباط بيرسون كما يبين الجدول التالي:

أ. دراسة صدق الاتساق الداخلي للمحور الأول (جودة الخدمات المقدمة):

الجدول رقم 03: يوضح صدق الاتساق الداخلي لمحور جودة الخدمات المقدمة

الرقم	العبرة	معامل الارتباط Pearson	القيمة الاحتمالية Sig
01	يقدم البنك تسهيلات ائتمانية من خلال البطاقات الذكية	0.446	0,000
02	تتم التحويلات الالكترونية بصورة سريعة	0.402	0,000
03	يستخدم البنك أحدث التقنيات التكنولوجية	0.488	0,000
04	يمتاز البنك بسمعة حسنة في خدمة عملاءه	0.536	0,000
05	يؤثر الموقع الالكتروني للبنك الخدمات اللازمة التي تحتاجها	0.655	0,000
06	يقدم البنك كشوف واضحة و دقيقة	0.641	0,000
07	أشعر بالأمان في المعاملات الالكترونية مع البنك	0.602	0,000
08	يحافظ البنك على سرية المعلومات	0,392	0,000
09	يمتلك المتعاملون الخبرة الكافية أو اللازمة في التعامل مع التكنولوجيا المستخدمة	0,447	0,000
10	تتم الاجابة على الاسئلة بشكل دقيق	0,479	0,000
11	موقع البنك الالكتروني سهل الدخول اليه	0,425	0,000
12	اللغة المستخدمة في الموقع الالكتروني واضحة ومفهومة	0,378	0,000

المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على SPSS. 20

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه ان معاملات الارتباط الخاص بمحور (جودة الخدمات المصرفية) دالة على وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين عبارات هذا المحور. أي دالة إحصائية عند مستوى الدالة 0.01 وهذا يعد مؤشرا على صدق الاتساق الداخلي مما يعكس درجة الصدق لما وضعت لقياسه.

الجدول رقم 04: يوضح صدق الاتساق الداخلي لأبعاد المحور الثاني:

الرقم	البعد	معامل الارتباط Pearson	القيمة الاحتمالية Sig
01	الجوانب الملموسة	0,425	0,002
02	الاعتمادية	0,573-	0,008
03	الاستجابة .	0,592	0,006
04	الامان	0,794	0,000
05	التعاطف	0,763	0,000

المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على SPSS. 20

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه ان معاملات الارتباط المحور الثاني دالة على وجود علاقة ارتباطية إيجابية ابعاد هذا المحور. أي دالة إحصائية عند مستوى الدالة 0.01 وهذا يعد مؤشرا على صدق الاتساق الداخلي لعبارات ابعاد المحور الثاني والذي يوضح معاملات الارتباط المبنية دالة عند مستوى المعنوية 0.01 مما يعكس درجة الصدق لما وضعت لقياسه.

2.2 - ثبات الاستبيان :

تم استخدام معامل الارتباط الفا كرونباخ «ALPHA CRONBACH» لقياس الثبات الكلي للاستبيان وكانت نتائج معامل الفا كرونباخ، الذي يحدد مستوى قبول أداة القياس بمستوى 0.00 حيث كانت النتائج كالتالي:

الجدول رقم 07: اختبار ألفا كرو نباخ لقياس ثبات المحور (جودة الخدمات المصرفية المقدمة):

Statistiques de fiabilité

عدد العناصر	الفا كرو نباخ
12	0,708

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS.V.20

يتضح من الجدول أن ألفا كرو نباخ الكلي لمحور "التحول الرقمي" 0,708 أي 70 % وهي قيمة تدل على ارتفاع معدل الثبات وهو ما يؤكد ثبات أداة الدراسة

الجدول رقم 08: اختبار ألفا كرو نباخ لقياس ثبات المحور (أبعاد الخدمات المصرفية):

Statistiques de fiabilité

عدد العناصر	الفا كرو نباخ
24	0,827

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS.V.20

يتضح من الجدول أن ألفا كرو نباخ الكلي لمحور "رضا العميل" بلغ 0,827 أي 82 % وهي قيمة تدل على ارتفاع معدل الثبات وهو ما يؤكد ثبات أداة الدراسة.

الجدول رقم 10: اختبار ألفا كرو نباخ لقياس ثبات الاستبانة:

Statistiques de fiabilité

عدد العناصر	الفا كرو نباخ
36	0,805

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS.V.20

يتضح من الجدول أن ألفا كرو نباخ الكلي أي لكل الاستبانة بلغ 0,805 أي 80.5 % وهي قيمة تدل على ارتفاع معدل الثبات وهو ما يؤكد ثبات أداة الدراسة.

المطلب الثالث: عرض وتحليل النتائج

نهدف من خلال هذا البحث الى تحليل نتائج المعلومات الشخصية المكونة للاستبيان، إضافة الى تحليل نتائج أسئلة المحورين، وأخيرا اختبار صحة الفرضيات من عدمها.

التحليل الوصفي للمعلومات الشخصية لعينات الدراسة

سنتطرق وفق هذا المطلب الى تحليل المعلومات الشخصية لأفراد عينة الدراسة وفق متغيرات: الجنس، السن، المستوى التعليمي.

- أولاً: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس:

ومما يلي يتم توضيح توزيع افراد عينة الدراسة حسب الجنس كالتالي:

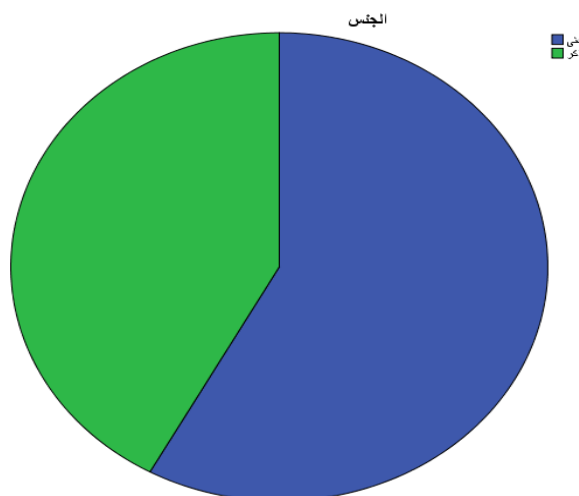
الجدول رقم 11: يوضح توزيع افراد العينة حسب الجنس:

الجنس	التكرار	النسبة
الذكر	16	40,0 %
الانثى	24	60,0 %
المجموع	40	100 %

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.20.

ويمكن توضيح توزيع افراد العينة الجنس من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم 01: يوضح توزيع افراد عينة دراسة حسب الجنس:



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SPSS 20

نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أن أكثر الأفراد المبحوثين ينتمون الى فئة الاناث حيث بلغ عددهم 58 زبونة أي بنسبة 58 % بينما بلغت فئة الذكور بعدد يقدر 42 زبون أي بنسبة 42 % وبالتالي فإن نسبة الاناث أعلى من نسبة الذكور بمعدل 58 % بمعنى أنه يغلب على العينة المدروسة بالمؤسسة.

ثانياً: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الفئة العمرية:

الجدول التالي يوضح توزيع افراد عينة الدراسة حسب السن كالتالي:

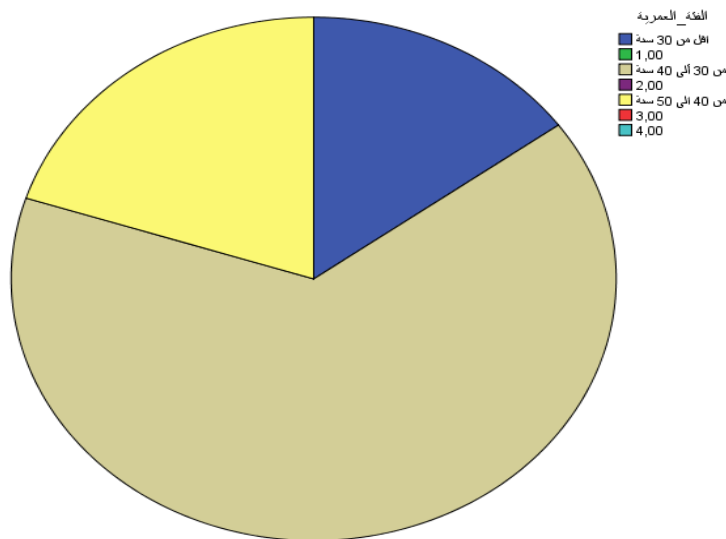
الجدول رقم 12: يوضح توزيع افراد العينة حسب السن:

السن	التكرار	النسبة
أقل من 30	06	15,0 %
من 30 الى 40 سنة	26	65,0%
من 40 الى 50 سنة	08	20,0 %
من 50 الى 60 سنة	0	0,0 %
المجموع	40	100,0 %

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS.V.20

ويمكن توضيح توزيع افراد العينة السن من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم 02: يوضح توزيع افراد العينة حسب السن:



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SPSS 22

نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أن أكثر الأفراد المبحوثين الذين يتراوح سنهم بين 30 و40 سنة حيث بلغ عددهم 26 زبون أي بنسبة 65 % بينما بلغت فئة الذين يتراوح سنهم بين 40 و50 سنة 08 زبائن أي بنسبة 20 %، تليها فئة العملاء الذين يقل سنهم عن 30 سنة 06 زبائن بنسبة 15 %، ولم نسجل أي فرد يتجاوز سنه الـ 50، وبذلك فإن فئة العملاء الذين يتراوح سنهم بين 30 و40 سنة هي الفئة الغالبة على العينة المدروسة بالبنك

ثالثًا: توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي:

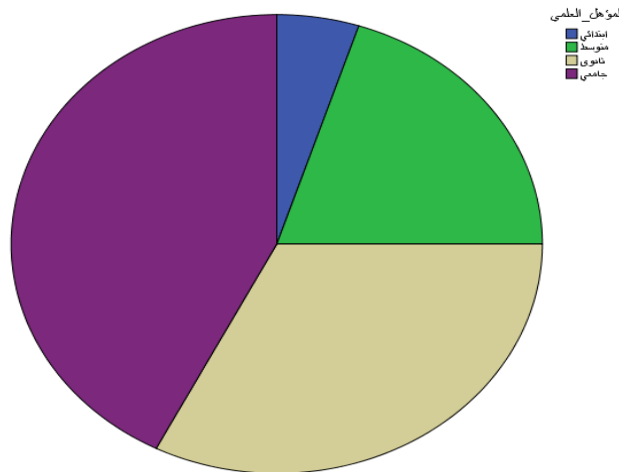
الجدول رقم 13: يوضح توزيع العينة حسب المؤهل العلمي:

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
ابتدائي	2	5,0%
متوسط	8	20,0%
ثانوي	13	32.5%
جامعي	17	42.5%
المجموع	40	100%

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SPSS.20

ويمكن توضيح توزيع أفراد عينة المؤهل العلمي من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم 03: يوضح توزيع افراد العينة الدراسة حسب المستوى التعليمي:



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SPSS 22

نلاحظ من خلال الشكل أعلاه أن أغلب أفراد العينة زبائن ذوي مستوى تعليمي جامعي وعددهم 17 فرد ونسبتهم المقدرة ب 42.5% وتليها فئة ذوي مستوى التعليم الثانوي وعددهم 13 فرد المقدرة نسبتهم ب 32.5%. أما أفراد العينة ذو المستوى المتوسط المقدر عددهم 8 بلغت نسبتهم 20% وأخيرا فئة ذوي المستوى الابتدائي وعددهم 2 أفراد ونسبتهم 5,0% ومنه نستنتج أن نسبة كبيرة من أفراد عينة الدراسة ذو المستوى الجامعي مؤهلين وذو كفاءة والقدرة على الاجابة على اسئلة الاستبيان بدقة عالية.

رابعاً: توزيع أفراد العينة حسب المهنة:

الجدول رقم 14: يوضح توزيع العينة حسب المهنة:

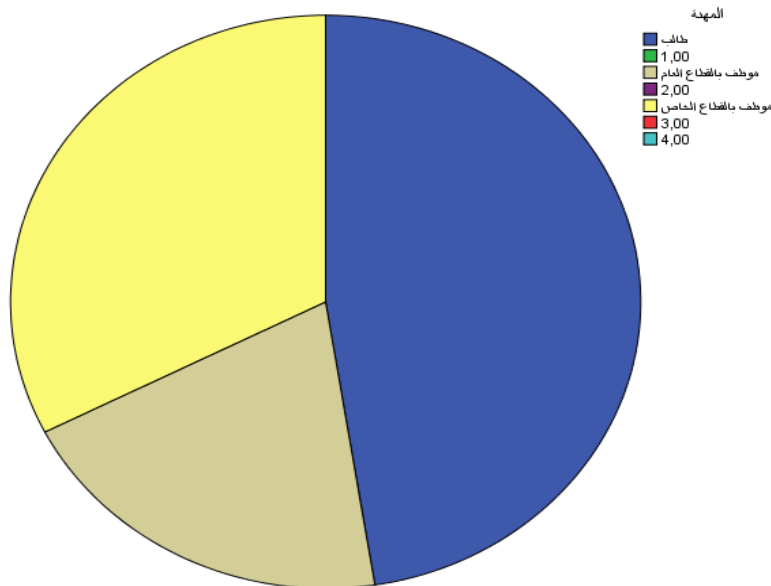
المهنة	التكرار	النسبة المئوية
--------	---------	----------------

طالب	19	47.5%
موظف بالقطاع الخاص	13	32,5%
موظف بالقطاع العام	8	20,0%
بدون عمل	0	0,0%
المجموع	40	100%

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SPSS 22

ويمكن توضيح توزيع أفراد عينة المؤهل العلمي من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم 04: يوضح توزيع أفراد العينة الدراسة حسب المهنة:



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SPSS 22

عرض وتحليل نتائج محاور الدراسة

سنتطرق في هذا المطلب الى تحليل نتائج محاور الدراسة المتمثلة في محور جودة الخدمات المصرفية المقدمة والمحور الثاني والمتمثل في ابعاد جودة الخدمات وقمنا بالتحليل عن طريق استخدام التوزيع التكراري والوسط الحسابي والانحراف المعياري بالاستعانة ببرنامج SPSS.

أولاً: تحليل نتائج استجابات أفراد العينة الخاصة بمحور " جودة الخدمات المصرفية المقدمة

الجدول رقم 15: يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة لمحور " جودة الخدمات المصرفية المقدمة "

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					العبارات
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	
1.18	2.67	26	12	1	0	1	تقدم البنك تسهيلات ائتمانية من خلال البطاقات الذكية
		65.0	30.0	2.5	0.0	2.5	تكم التحويلات الالكترونية بصورة سريعة
1.25	2.9	27	11	1	0	1	يستخدم البنك أحدث التقنيات التكنولوجية
		67.5	27.5	2.5	0.0	2.5	يمتاز البنك بسمعة حسنة في خدمة عملاءه
1.36	3.35	26	11	1	1	1	يؤثر الموقع الالكتروني للبنك الخدمات اللازمة التي تحتاجها
		65.0	27.5	2.5	2.5	2.5	يقدم البنك
1.31	3.05	9	15	8	7	1	يقدم البنك
		22.5	37.5	20.0	17.5	2.5	
1.15	2.55	3	14	4	19	0	يقدم البنك
		7.5	35.0	10.0	47.5	0.0	
1.31	3.35	3	21	8	7	1	يقدم البنك

		7.5	52.5	20.0	17.5	2.5	%	كشوف واضحة ودقيقة
1.38	2.7	4	12	10	13	1	تك	أشعر بالأمان في المعاملات الإلكترونية مع البنك
		10.0	30.0	25.0	32.5	2.5	%	
1.26	3.47	11	17	6	5	1	تك	يحافظ البنك على سرية المعلومات
		27.5	42.5	15.0	12.5	2.5	%	
1.10	4	10	11	11	7	1	تك	يمتلك المتعاملون الخبرة الكافية أو اللازمة في التعامل مع التكنولوجيا المستخدمة
		25.0	27.5	27.5	17.5	2.5	%	
0.62	4.65	14	17	7	2	0	تك	تتم الاجابة على الاسئلة بشكل دقيق
		35.0	42.5	17.5	5.0	0.0	%	
1.01	4.27	22	11	4	2	1	تك	موقع البنك الإلكتروني سهل الدخول اليه
		%55.0	%27.5	%10.0	%5.0	%2.5	%	
1.32	3.97	21	7	5	4	3	تك	اللغة المستخدمة في الموقع الإلكتروني واضحة ومفهومة
		%52.5	%17.5	%12.5	%10	%7.5	%	
/	3.41	المتوسط الحسابي العام						

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.20

من خلال الجدول أعلاه يتضح ان المتوسط الحسابي الاجمالي قد بلغ 3.41 بأهمية نسبية مرتفعة وجاءت النتائج كما يلي:

بعد تحليل النتائج استجابات افراد العينة تبين أن قيم المتوسط الحسابي للعبارات يتراوح ما بين (2.55-4.65)، وهذا يدل على أن استجابات افراد العينة في المؤسسة تميل إلى قيمة مرتفعة، أي يتجه نحو الموافقة، وهذا ما يدل على أن البنك يقدم خدمات ذات جودة عالية ويسعى إلى تطويرها وهذا من شأنه المساهمة في خدمة الزبون بشكل أفضل وأسرع.

ثانيا: تحليل نتائج محور "أبعاد جودة الخدمات الرقمية":

الجدول رقم 16: يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة لمحور " أبعاد جودة الخدمات الرقمية "

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة					الأبعاد	
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	(متوسطات العبارات)	
0.499	3.94	26	12	1	0	1	تك	الجوانب الملموسة
		65.0	30.0	2.5	0.0	2.5	%	
0.662	3.98	27	11	1	0	1	تك	الاعتمادية
		67.5	27.5	2.5	0.0	2.5	%	
0.717	4.00	26	11	1	1	1	تك	الاستجابة
		65.0	27.5	2.5	2.5	2.5	%	
0.472	3.80	9	15	8	7	1	تك	الأمان
		22.5	37.5	20.0	17.5	2.5	%	
0.425	4.13	3	14	4	19	0	تك	التعاطف
		7.5	35.0	10.0	47.5	0.0	%	
/	3.97	المتوسط الحسابي العام						

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.20

من خلال الجدول أعلاه يتضح ان المتوسط الحسابي الاجمالي قد بلغ 3.97 بأهمية نسبية مرتفعة وجاءت النتائج كما يلي:

بالنسبة للأبعاد الخمسة فهي تمثل المحور الثاني، وبعد تحليل نتائج استجابات أفراد العينة تبين أن قيم المتوسط الحسابي للعبارات يتراوح ما بين (3.80-4.13)، وهذا يدل على أن استجابات أفراد العينة في المؤسسة تميل إلى قيمة مرتفعة، أي يتجه نحو الموافقة، وهذا ما يدل على أبعاد قياس جودة الخدمات المقدمة من طرف البنك في أعلى مستوياتها.

اختبار فرضيات الدراسة:

في هذا المبحث سنناقش فروض الدراسة بعد تحليل البيانات وفقا لهدف موضوع الدراسة بتقييم جودة مستوى الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية فرع عين تموشنت، لتحقيق هذا الغرض تم استخراج معامل الارتباط ومعامل التحديد ومعامل الانحدار، وكذلك اظهر نتائج جميع العبارات المستخدمة لقياس فرضية الدراسة وفيما يلي تفصيلا لذلك من خلال الفرضية الرئيسية التي مضمونها أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين جودة مستوى الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية فرع عين تموشنت مقارنة مع أبعادها.

● اختبار الفرضية الرئيسية:

لمعرفة مدى جودة مستوى الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية فرع عين تموشنت مقارنة مع أبعادها، تم اختبار الفرضية التالية من خلال قبول أو رفض إحدى الفرضيتين المساعدةتين الآتيتين:
 H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين جودة مستوى الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة و التنمية الريفية فرع عين تموشنت مقارنة مع أبعادها.

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين جودة مستوى الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة و التنمية الريفية فرع عين تموشنت مقارنة مع ابعادها

للإجابة على الفرضية نستخدم نموذج الانحدار الخطي البسيط للتأكد من التأثير:

$$Y = a_0 + a_1X_1$$

حيث:

Y : المتغير التابع (أبعاد الخدمات المصرفية).

X1 : المتغير المستقل (جودة الخدمات المصرفية المقدمة).

a_0 : الثابت وتمثل قيمة المتغير التابع عندما تكون قيم المتغيرات المستقلة تساوي الصفر.

A1 : معامل الانحدار للمتغير المستقل.

الجدول رقم (17): نتائج معامل الارتباط واختبار فيشر للمعنوية الكلية لنموذج الانحدار للفرضية الرئيسية

قيمة الارتباط R	معامل R ²	معدل التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجة الحرية	F قيمة	مستوى الدلالة sig
0.655	0.429	بين المجموعات	3.179	0.454	7	99.515	0.000
		داخل المجموعات	0.146	0.005	32		
		المجموع	3.325		39		

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS.

يبين الجدول أعلاه أن قيمة معامل الارتباط والتي تقيس درجة الارتباط بين المتغير والمتغير المستقل، حيث تشير R الى نسبة الارتباط بين المتغيرين والتي تساوي 65% وهي درجة ارتباط مرتفعة، كما أن معامل التحديد R² تشير إلى أن المتغير المستقل التحول الرقمي يفسر 42.9% من التباين الحاصل في المتغير التابع

تشير نتائج تحليل التباين الأحادي إلى أن مستوى الدلالة sig 0.000 أقل من 0.05 وعليه نقول إن هناك دلالة معنوية كلية للنموذج.

الجدول رقم (18): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط للتحول الرقمي على رضا العميل

المتغير التابع	النموذج	معاملات المعادلة	معامل Bêta	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة sig
رضا العميل	الجزء الثابت	0.712		0.822	0.416
	نظم المعلومات المحاسبية	1.161	0.655	5.339	0.000

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS.

يبين الجدول أعلاه أن نتائج نموذج الانحدار إيجابية من خلال المعادلة والذي يعني وجود علاقة إيجابية بين المتغيرين لجودة الخدمات المصرفية على أبعاد مستوى الجودة حيث بلغ معامل الانحدار 1.161 الذي يعني التغيير في قيمة المتغير المستقل بوحدة واحدة يقابله التغيير بمقدار 1.161 من المتغير التابع الذي يمثل مختلف أبعاد قياس مستوى جودة الخدمات المصرفية

كما أن قيمة t المحسوبة تساوي 5.339 وهي موجبة وكما بلغت القيمة الاحتمالية sig 0.000 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 مما يدل على أن جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية هو متغير مفسر لتحقيق الأبعاد المرتبطة بالجودة وبالتالي نقول إنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المحاسبية على ترشيد القرارات الاستراتيجية على مستوى مؤسسة بنك الفلاحة والتنمية الريفية مما يعني رفض الفرضية العدمية H0 وقبول الفرضية البديلة H1 والمتمثلة فيما يلي:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين جودة مستوى الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية فرع عين تموشنت مقارنة مع أبعادها
والمعادلة التالية توضح العلاقة:

$$y = 0.712 + (\text{المصرفية الخدمات جودة}) 1.161$$

خاتمة

الخاتمة:

يتسم القطاع البنكي بالتغير المستمر في عدة جوانب حيث نرى أنه في السنوات الأخيرة ازدادت أهمية جودة الخدمات البنكية كأحد الخصائص الأساسية لإكتساب الميزة التنافسية التي آلت لها السوق البنكية، حيث أدركت البنوك أن زيادة قدرتها التنافسية وتعزيز أوضاعها في السوق لا يكون إلا بتقديم خدمات متنوعة ومتطورة ذات جودة عالية، والتي لا تتحقق إلا بتوفر المعلومات عن مستويات الجودة من منظور الزبائن ومحاولة قياس مدى إدراكهم لجودة الخدمة البنكية وتقييمهم لها، الأمر الذي يستلزم ضرورة تطوير النظام البنكي وتطبيق المعلوماتية وتوفير قاعدة معلومات تساعد البنوك في تحقيق جودة التعامل مع الزبائن والرفع من أداء خدماتها. وقد إستهدف الجزء التطبيقي من البحث تسليط الضوء على قياس وتقييم جودة الخدمات البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية عين تموشنت وكالة من وجهة نظر الزبائن وذلك من أجل الكشف عن درجة رضاهم عنها وتزويد إدارة البنك بمقترحات لتطوير وتحسين

جودة خدماته من أجل التميز في تقديم خدمات تبقى في ذهن الزبون وبالتالي إستمراره في أداء نشاطاته. وفيما يلي سنستعرض النتائج التي توصلنا إليها من خلال البحث ونقترح بعض التوصيات وآفاق لدراسات وأبحاث مستقبلية، لقد أفضت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- إنطباع متوسط من قبل زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية عين تموشنت على الجودة الكلية للخدمة البنكية المقدمة إليهم.

- إختلاف الأهمية النسبية من بعد لآخر من أبعاد الجودة عند تقييم أفراد عينة الدراسة لمستوى جودة الخدمة البنكية المقدمة لهم فعليا من طرف البنك.

-بعدي التعاطف والاستجابة كان تقييمهما منخفض من قبل زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية، تقييمهم الزبائن لأبعاد الجودة الثلاث والمتمثلة في الملموسية، الاعتمادية والأمان، كان حياذيا بدرجة موافقة متوسطة. عبر زبائن البنك عن حياذهم بتقييمهم لمجموع أبعاد جودة الخدمة المقدمة لهم والذي يعكس درجة متوسطة من الجودة بمتوسط حسابي.

على ضوء ما توصلت إليه النتائج السابقة فإننا نقدم لمسؤولي بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية عين تموشنت التوصيات التالية:

-تحسين المظهر العام للبنك من خلال توفير موقف سيارات واسع وتزويد البنك بأحدث التجهيزات.

-العناية والاهتمام الشخصي بالزبائن، وإبداء روح الصداقة والود لهم وتكييف الخدمة وفقا لاحتياجاتهم ومساعدتهم في حل مشاكلهم وتقديم المعلومات اللازمة عن كل خدمة جديدة.

-ضرورة اهتمام إدارة البنك بتدريب موظفيها على كيفية استقبال الزبائن والرد على استفساراتهم والاهتمام باحتياجاتهم والسعي لتحقيقها والمسارعة في تلبية طلباتهم دون تأخير والتعاطف معهم.

-ضرورة تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية عين تموشنت من أجل تحقيق التفوق التنافسي على باقي البنوك.

-ضرورة الانتباه إلى أن هناك عناصر تحتاج إلى المزيد من الاهتمام والتركيز وبالتالي يجب أن تكون ضمن أولويات عمليات التحسين.

-الاستماع إلى العملاء وتلقي شكاويهم ومقترحاتهم وسرعة حلها.

-قيام إدارة البنك على مدار فترات زمنية مختلفة بإجراء دراسات لقياس وتقييم جودة الخدمات التي يقدمها لزبائنه وهذا للتعرف على درجة رضاهم عنها والوقوف على جوانب القصور فيها والعمل على التغلب عليها إقامة البرامج التدريبية التي تركز على تنمية المهارات السلوكية لمقدمي الخدمات في التعامل مع العميل، خاصة موظفي المكاتب الأمامية.

آفاق الدراسة:

نشير في الأخير إلى أن مجال البحث واسع وعميق ويمكن دراسته من جوانب أخرى لذا فإننا نقترح بعض المواضيع ذات الصلة بموضوع البحث والتي يمكن أن تكون عناوين لبحوث مستقبلية كما يلي:

- اختبار نماذج أخرى لقياس جودة الخدمة.
- توسيع عينة الدراسة لتشمل عددا أكبر من المستجوبين.
- تطبيق نماذج القياس على قطاعات خدمية أخرى.
- إجراء دراسة مقارنة لنتائج القياس قبل وبعد عملية التحسين ومعالجة مكامن الضعف.

الملاحق

الملاحق

الجوانب الملموسة	الاعتمادية	الاستجابة	الامان	التعاطف	ابعاد_جودة_الخدمات_المصرفية
------------------	------------	-----------	--------	---------	-----------------------------

Corrélations

425, 002, 20	*523, 018, 20	201, 396, 20	*490, 028, 20	322,- 166, 20	1 20	Corrélacion de Pearson Sig. (bilatérale) N	الجوانب الملموسة
**573,-	- **584,	426,-	025,	1	322,-	Corrélacion de Pearson Sig. (bilatérale) N	لا اعتمادية
008, 20	007, 20	061, 20	918, 20		166, 20	Corrélacion de Pearson Sig. (bilatérale) N	
**592, 006, 20	259, 270, 20	393, 086, 20	1 20	025, 918, 20	*490, 028, 20	Corrélacion de Pearson Sig. (bilatérale) N	لا استجابة
**794, 000, 20	**681, 001, 20	1 20	393, 086, 20	426,- 061, 20	201, 396, 20	Corrélacion de Pearson Sig. (bilatérale) N	الامان
**763, 000, 20	1 001, 20	**681, 001, 20	259, 270, 20	**584,- 007, 20	*523, 018, 20	Corrélacion de Pearson Sig. (bilatérale) N	لتعاطف
1	**763, 000, 20	**794, 000, 20	**592, 006, 20	**573,- 008, 20	425, 062, 20	Corrélacion de Pearson Sig. (bilatérale) N	ابعاد_جودة_الخدمات_المصرفية

.La corrélacion est significative au niveau 0.05 (bilatéral) .

.La corrélacion est significative au niveau 0.01 (bilatéral) .

الملاحق

	ت1	ت2	ت3	ت4	ت5	ت6	ت7	ت8	ت9	ت10	ت11	ت12	جودة الخدمات المقدمة	
ت1	Corrélacion de Pearson	1	,664**	,455**	,534**	,167	,175	,099	-,017	,023	-,007	-,080	,055	,446**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,097	,081	,328	,869	,817	,947	,431	,588	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ت2	Corrélacion de Pearson	,664**	1	,462**	,586**	,061	,241*	-,012	,000	-,107	-,101	-,095	,129	,402**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000	,545	,016	,902	1,000	,291	,316	,347	,200	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ت3	Corrélacion de Pearson	,455**	,462**	1	,653**	,258**	,347**	,199*	-,151	-,106	-,038	-,086	,060	,488**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000	,009	,000	,047	,133	,294	,708	,393	,555	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ت4	Corrélacion de Pearson	,534**	,586**	,653**	1	,190	,411**	,008	-,157	,087	,069	-,017	,152	,536**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000		,058	,000	,935	,119	,391	,498	,864	,131	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ت5	Corrélacion de Pearson	,167	,061	,258**	,190	1	,475**	,437**	,180	,221*	,295**	,220*	-,083	,655**
	Sig. (bilatérale)	,097	,545	,009	,058		,000	,000	,074	,027	,003	,028	,411	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ت6	Corrélacion de Pearson	,175	,241*	,347**	,411**	,475**	1	,371**	,126	,087	,188	,056	,039	,641**
	Sig. (bilatérale)	,081	,016	,000	,000	,000		,000	,212	,391	,060	,581	,697	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ت7	Corrélacion de Pearson	,099	-,012	,199*	,008	,437**	,371**	1	,523**	,269**	,103	,128	,082	,602**
	Sig. (bilatérale)	,328	,902	,047	,935	,000	,000		,000	,007	,310	,203	,416	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ت8	Corrélacion de Pearson	-,017	,000	-,151	-,157	,180	,126	,523**	1	,434**	,315**	,035	,137	,392**
	Sig. (bilatérale)	,869	1,000	,133	,119	,074	,212	,000		,000	,001	,727	,173	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ت9	Corrélacion de Pearson	,023	-,107	-,106	,087	,221*	,087	,269**	,434**	1	,449**	,322**	,151	,447**
	Sig. (bilatérale)	,817	,291	,294	,391	,027	,391	,007	,000		,000	,001	,132	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ت10	Corrélacion de Pearson	-,007	-,101	-,038	,069	,295**	,188	,103	,315**	,449**	1	,416**	,216*	,479**
	Sig. (bilatérale)	,947	,316	,708	,498	,003	,060	,310	,001	,000		,000	,031	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ت11	Corrélacion de Pearson	-,080	-,095	-,086	-,017	,220*	,056	,128	,035	,322**	,416**	1	,444**	,425**

الملاحق

ت12	Sig. (bilatérale)	,431	,347	,393	,864	,028	,581	,203	,727	,001	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	Corrélation de Pearson	,055	,129	,060	,152	-,083	,039	,082	,137	,151	,216*	,444**	1	,378**
	Sig. (bilatérale)	,588	,200	,555	,131	,411	,697	,416	,173	,132	,031	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Corrélation de Pearson	,446**	,402**	,488**	,536**	,655**	,641**	,602**	,392**	,447**	,479**	,425**	,378**	1
جودة_الخدمات_المقدمة	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,708	12

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,827	24

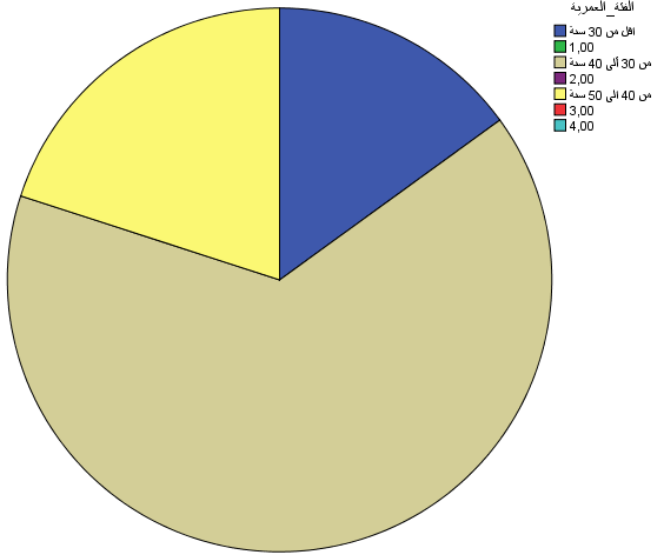
Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,805	36

الفئة العمرية

الملاحق

Pourcentage cumulé	Pourcentage valide	Pourcentage	Effectifs	
15,0	15,0	15,0	6	اقل من 30 سنة
80,0	65,0	65,0	26	من 30 إلى 40 سنة
100,0	20,0	20,0	8	من 40 إلى 50 سنة
	100,0	100,0	40	Total

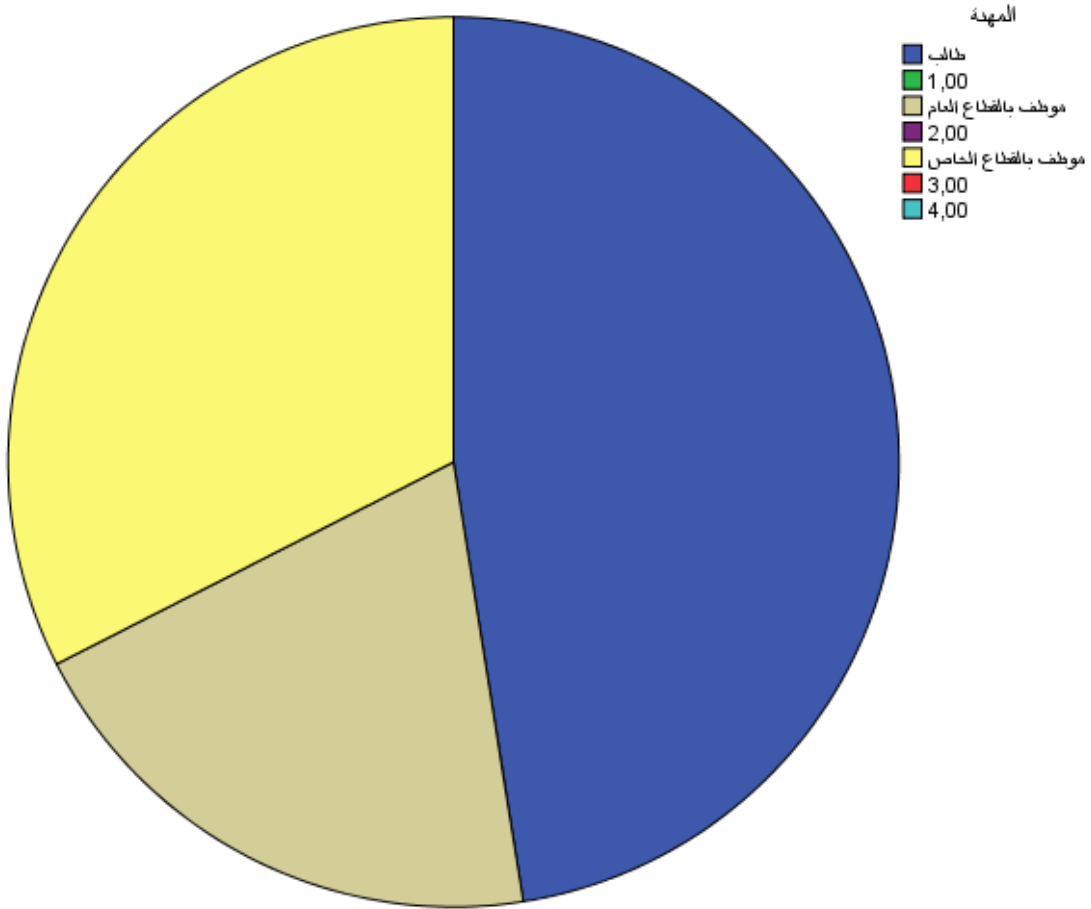


المؤهل العلمي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ابتدائي	2	5,0	5,0	5,0
متوسط	8	20,0	20,0	25,0
ثانوي	13	32,5	32,5	57,5
جامعي	17	42,5	42,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

المهنة

Pourcentage cumulé	Pourcentage valide	Pourcentage	Effectifs	
47,5	47,5	47,5	19	طالب
67,5	20,0	20,0	8	موظف بالقطاع العام
100,0	32,5	32,5	13	موظف بالقطاع الخاص
	100,0	100,0	40	Total



Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
س1	40	2,6750	1,18511
س2	40	2,9000	1,25678
س3	40	3,3500	1,36907
س4	40	3,0500	1,31948
س5	40	2,5500	1,15359
س6	40	3,3500	1,31168
س7	40	2,7000	1,38119
س8	40	3,4750	1,26060
س9	40	4,0000	1,10940
س10	40	4,6500	,62224
س11	40	4,2750	1,01242
س12	40	3,9750	1,32988
N valide (listwise)	40		

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
الجوانب_الملموسة	20	3,94	,499
الاعتمادية	20	3,98	,662
الاستجابة	20	4,00	,717
الامان	20	3,80	,472
التعاطف	20	4,1375	,42515
N valide (listwise)	20		

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,655 ^a	,429	,414	,39661

a. Valeurs prédites : (constantes), أبعاد_جودة_الخدمات_المصرفية

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,712	,866	,822	,416
	أبعاد_جودة_الخدمات_المصرفية	1,161	,218	,655	5,339

a. Variable dépendante : جودة_الخدمات_المصرفية

ANOVA à 1 facteur

أبعاد جودة الخدمات المصرفية

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	3,179	7	,454	99,515	,000
Intra-groupes	,146	32	,005		
Total	3,325	39			

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عين تموشنت "بلحاج بوشعيب"
كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
قسم: علوم المالية والمحاسبة
تخصص: مالية المؤسسة

استبيان

سيدي/سيدتي الموظف (ة):

في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم المالية والمحاسبة، تخصص مالية المؤسسة تحت عنوان " تقييم جودة مستوى الخدمات المصرفية في البنوك دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) " يشرفنا أن نضع بين أيديكم هذا الاستبيان ونرجو منكم الإجابة عليه بموضوعية كما نعلمكم أن المعلومات المتحصل عليها تستعمل لغرض البحث العلمي كما نعدكم أنها ستبقى سرية.

نشكركم مسبقا على التعاون في إعداد البحث العلمي.

من إعداد الطالبتين:

- 1- بلايلي أمال
- 2- حمزي أية كريمة

الرجاء الإجابة على الأسئلة التالية تكون بوضع علامة (x) في الخانة المناسبة

الجنس: ذكر أنثى

السن: أقل من 30 سنة بين 30-40 سنة

بين 14-50 سنة أكثر من 50 سنة

المستوى التعليمي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

الخبرة: أقل من 6 سنوات 6-10 سنوات 11-15 سنة أكثر من 15 سنة

طبيعة الوظيفة: مدير رئيس مصلحة تقني في الإعلام الألي موظف إداري أخرى

الرقم	العبارات	غير موافق	غير موافق بشدة	محايد	موافق	موافق بشدة

الملاحق

01	يقدم البنك تسهيلات ائتمانية من خلال البطاقات الذكية					
02	تتم التحويلات الإلكترونية بصورة سريعة					
03	يستخدم البنك أحدث التقنيات التكنولوجية					
04	يمتاز البنك بسمعة حسنة في خدمة عملائه					
05	يؤثر الموقع الإلكتروني للبنك الخدمات اللازمة التي تحتاجها					
06	يقدم البنك كشوف واضحة ودقيقة					
07	أشعر بالأمان في المعاملات الإلكترونية مع البنك					
08	يحافظ البنك على سرية المعلومات					
09	يمتلك المتعاملون الخبرة الكافية أو اللازمة في التعامل مع التكنولوجيا المستخدمة					
10	تتم الإجابة عن الأسئلة المطروحة بشكل دقيق					
11	موقع البنك الإلكتروني سهل الدخول إليه					
12	اللغة المستخدمة في الموقع الإلكتروني واضحة ومفهومة					

الرقم	العبارات	غير موافق	غير موافق بشدة	محايد	موافق	موافق بشدة
الملموسية						
01	التصميم و التنظيم الداخلي للبنك يشعرك بالراحة النفسية					
02	يستخدم البنك التكنولوجيا الحديثة					
03	يقدم البنك ارشادات عملية لاستخدام التقنيات الحديثة					
04	موقع البنك مناسب لك					

الملاحق

05	ترى أن مبنى البنك جذاب					
06	مظهر الموظفين أنيق و مرتب					
الإعتمادية						
07	يحافظ البنك على سرية المعلومات الخاصة بالعملاء					
08	يؤدي لك البنك الخدمة لأول مرة					
09	يعتبر البنك خدمة العملاء من أولوياته					
10	يتمتع موظفي البنك بمهارة في تقديم الخدمات					
11	يحدد البنك وقت انجاز الخدمة بدقة					
الإستجابة						
12	تحصل على الخدمة في الوقت الذي تطلبها و في أقصر وقت ممكن					
13	الموظفون في البنك يلبون طلباتك فوراً مهما كانت درجة انشغالهم					
14	الخدمات التي يقدمها إليك تشبع رغباتك و حاجياتك					
15	يوفر البنك خدمة الاستفسار عن العمليات من خلال الأنترنت					
16	يقدم البنك جميع المعلومات المتعلقة بأي خدمة أو استثمارات مستجدة					
الأمان						
17	أشعر بالأمان في التعامل مع هذا البنك					
18	يتم تنفيذ العمليات بدقة					
19	حسن الاستقبال في البنك يشعرك بالإطمئنان					
20	لديك ثقة كبيرة في موظفي البنك					
التعاطف						
21	يولي الموظفون بالبنك عناية شخصية بالعملاء					
22	يتم اخبار العملاء بالضبط عن مواعيد تقديم الخدمة و الانتهاء منها					
23	توجد تسهيلات داخلية خلال فترة انتظارك ريثما تحصل على الخدمة					
24	يتفهم الموظفون احتياجات العملاء و يسارعون الى تحقيقها					

قائمة المصادر والمراجع

الكتب:

- أحمد، محمد سمير، الإدارة الإلكترونية، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2009.
- السالمي، علاء عبد الرزاق، نظم دعم القرارات، عمان، دار وائل للنشر، 2005.
- أحمد، محمد سمير، الإدارة الإلكترونية، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2009.
- ناصر، أحمد، ندوة عن: منهجية التخطيط المنظومي نحو الحكومة الإلكترونية في إطار المؤتمر الدولي للإدارة عن بُعد والتجارة الإلكترونية، القاهرة، فندق سميراميس 22-24 أبريل، 2003.

- حجازي عبد الفتاح بيومي، النظام القانوني لحماية الحكومة الإلكترونية، شركة جلال للطباعة، الإسكندرية مصر 2003.
- ترقي يونس، دور الإدارة الإلكترونية في تحسين الأداء الخدمة العمومية رسالة ماستر جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
- منير الجنيهي، ممدوح محمد الجنيهي، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي للنشر، الاسكندرية،
- أحمد سفر، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس
- عدالة العجال، أحلام كريمة، "دور التسويق الإلكتروني في تحسين أداء البنوك التجارية الجزائرية"، مجلة المالية والأسواق، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم.
- نادر عبد العزيز الشافي، المصارف والنقود الإلكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس،
- يوسف حليم سلطان الطائي؛ هاشم فوزي دباس العبادي، "دور التسويق الإلكتروني في تحسين أداء البنوك التجارية الجزائرية"، مجلة المالية والأسواق، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم.
- مأمون سليمان الدراركة، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، دار الصفاء لمنشر والتوزيع، عمان، 2006.
- توفيق محمد عبد المحسن، قياس الجودة والقياس المقارن، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006.
- سوسن شاكر مجيد، محمد عواد الزبادات، (إدارة الجودة الشاملة تطبيقات في الصناعة والتعليم)، دار الصفاء، عمان، 2007.
- ريتشاردل وليامز، أساسيات إدارة الجودة الشاملة، ترجمة ونشر مكتبة جرير، بدون بحد النشر، 1999.
- ثابت عبد الرحمان إدريس، كفاءة وجود الخدمات اللوجستية: مفاهيم أساسية وطرق القياس والتقييم، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006.
- خضير كاظم حمود، إدارة الجودة خدمة العملاء، دار المسيرة لمنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2002،
- عواطف إبراهيم الحداد، إدارة الجودة الشاملة، دار الفكر لمنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- بوعتروس عبد الحق، الوجيز في البنوك التجارية، مطبوعات جامعة منتوري، قسنطينة، 2000
- رضوان حلوة حنان، تطور الفكر المحاسبي مدخل نظري المحاسبية، الطبعة الأولى، دار الثقافة النشر والتوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية، 2009.
- شاكر القرويني، محاضرات في اقتصاد البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 1992. حنفي عبد الغفار، أبو قحف عبد السلام، إدارة البنوك وتطبيقاتها (ط 01 دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2000.

قائمة المصادر والمراجع

عبد الله نعمة جعفر، النظم المحاسبية في البنوك وشركات التأمين، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.