

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université Mohamed KHIDHER -Biskra
Faculté des Sciences Economiques,
Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des Sciences Commerciales



جامعة محمد خيضر - بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

الموضوع

أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العميل
" دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية "
وكالة جامعة (ولاية الوادي)

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية
شعبة العلوم التجارية
تخصص: تسويق مصرفي

الأستاذ المشرف:

قطاف فيروز

إعداد الطالب(ة):

مالكي هند

لجنة المناقشة

الرقم	أعضاء اللجنة	الرتبة	الصّفة	مؤسسة الانتماء
1	قاسمي خضرة	أستاذة محاضرة - ب	رئيسا	جامعة بسكرة
2	قطاف فيروز	أستاذة محاضرة - ب	مشرفا	جامعة بسكرة
3	عزيز آمنة	أستاذة مساعدة - أ	ممتحنا	جامعة بسكرة

السنة الجامعية: 2020/ 2019

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université Mohamed KHIDHER -Biskra
Faculté des Sciences Economiques,
Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des Sciences Commerciales



جامعة محمد خيضر - بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

الموضوع

أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العميل
" دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية "
وكالة جامعة (ولاية الوادي)

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية
شعبة العلوم التجارية
تخصص: تسويق مصرفي

الأستاذ المشرف:

قطاف فيروز

إعداد الطالب(ة):

مالكي هند

لجنة المناقشة

الرقم	أعضاء اللجنة	الرتبة	الصّفة	مؤسسة الانتماء
1	قاسمي خضرة	أستاذة محاضرة - ب	رئيسا	جامعة بسكرة
2	قطاف فيروز	أستاذة محاضرة - ب	مشرفا	جامعة بسكرة
3	عزيز آمنة	أستاذة مساعدة - أ	ممتحنا	جامعة بسكرة

السنة الجامعية: 2020/ 2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّعَةَ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّعَةَ

شكر و عرفان

أشكر الله العالي القدير الذي أنار قلبي بنور العلم و المعرفة و أهداني بالقوة و العون لإنجاز
مذكرتي هذه

و لا يسعني وأنا أنهى دراستي لهذه المذكرة إلا أن أتوجه بجزيل الشكر و خالص التقدير
و العرفان لكل الذين قدموا لي يد العون و ساهموا بقدر كبير في توجيهي و نصحي
وأخص بالذكر مؤطرتي المحترمة الأستاذة : قطاف فيروز التي أشرفت على عملي هذا
و قدمت لي الكثير من النصائح و التوجيهات القيمة من أجل إتمامه

كما أتقدم بجزيل الشكر إلى إدارات و موظفي و عملاء بنك الفلاحة و التنمية الريفية ولاية
الوادي ووكالة جامعة

وشكرا

الطالبة : هند

الإهداء

أبدأ باسم الحي القيوم الذي لا إله إلا هو عليه توكلت و له أمنت

أضع هذا العمل المتواضع بين أيدي أحسن و أروع امرأة في الوجود و التي غمرتني بكامل

الحب و العنان أمي الحبيبة

إلى أبي العزيز رمز التحدي و مثال الوفاء و قدوتي في المستقبل الذي زرع في نفسي الإيمان

و أيقض في قلبي المحبة

إلى الذين تقاسمت معهم البسمة قبل اللقمة و حلو الحياة و مرها

إلى أخواتي الأحباء : نورة - صفية - سعيدة - نجاة - زين العابدين - عبد الأمين -

مبروكة - نبلة - حسين

إلى زوجان أخواتي كريمات : إمام - دليلة - إيمان

إلى من كان سندي في الدراسةإلى الذي حفزني دوما على تخطي الصعاب

إلى أخي الغالي : محمد ياسين

إلى الذي نظرت إليه شعرت بالحبه والأمان زوجي المستقبل « نصر الدين »

إلى أمي الثانية : متبقة

إلى الزهور و براعم العائلة : نصر الدين - نسبية - مينة - منار - أسماء - نور اليقين - محمد

عبد القادر - عبد العزيز - عبد مؤمن - إسحق - محمد حذيفة - وجدان فاطمة الزهراء - بلقيس -

قصي مجيب الرحمان - حواء - ادريس - موسى - باديس و كتكوتنا الصغيرة . « زينب »

إلى كل أفراد العائلة : مالحى . العمري . بن دبكة . كل واحد بإسمه

إلى الذي تقاسمت معهم كأس محبة و الصداقة صديقاتي : رندة - أماني - زينب - سارة - صبرينة

سماعيلية - صبرينة زهري - صبرينة حمارني - شيما - محبدة - خديجة - نهاد - نهلة

إلى كل من عرفتهم في الحياة الجامعة و دفعة 2018-2020 - تخصص تسويق مصرفي

خاصة أجمل و أرق بنات : شيما - دنيا

إلى كل أساتذتي في كل الأطوار .

إلى كل من في قلبي

هنا

المخلص:

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بأبعادها (سهولة الاستخدام توفير الوقت، السرية، الأمان) على رضا العميل المصرفي، وتحقيقا لهدف الدراسة تم تصميم استبيان موجه لعينة مكونة من 56 زبوناً من زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة بولاية الوادي وقد تمت معالجة البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss) الإصدار v25، وقد أظهرت نتائج الدراسة أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية بأبعادها على رضا العميل وأن هناك أثر إيجابي لكل أبعاد جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية (السرية، توفير الوقت سهولة الاستخدام، الأمان) على رضا العميل المصرفي؛ كما أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة عن جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر المستوى التعليمي، المهنة، سنوات التعامل مع البنك).

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية، رضا العميل، بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

Summary:

This study aimed to determine the impact of the quality of electronic banking on its dimensions (Ease of use, time savings, confidentiality, security) on the satisfaction of the banking customer. To achieve the goal of the study, a questionnaire was designed for a sample of 56 clients of the Bank of Agriculture and Rural Development agency of Dajmaa in the state of El oued, the data was processed using the SSPSS V25 program. The results of the study showed that there is a statistically significant effect of the quality of electronic banking in its dimensions on customer satisfaction and that there is a positive effect for all dimensions of the quality of electronic banking (confidentiality, time savings, ease of use, security) on customer banking satisfaction and there are no statistically significant differences in the study sample responses to the quality of e-banking service due to personal variables (gender, age, educational level, occupation, bank years).

Key words: Quality of e-banking services, customer satisfaction, Bank of Agriculture and Rural Development.

الفهرس

فهرس المحتويات:

الصفحة	المحتوى
/	البسمة
/	الشكر
/	الإهداء
I	الملخص
II	فهرس المحتويات
III	فهرس الجداول
IV	فهرس الأشكال والملاحق
أ-ح	مقدمة
الفصل الأول: جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية ورضا العميل	
10	تمهيد
11	المبحث الأول: رضا العميل
11	المطلب الأول: مدخل لرضا العميل
14	المطلب الثاني: أهمية قياس وفوائد رضا العميل
15	المطلب الثالث: أسس رضا العميل المصرفي
17	المبحث الثاني: جودة خدمة المصرفية الإلكترونية
17	المطلب الأول: مدخل للخدمة المصرفية الإلكترونية
19	المطلب الثاني: مفهوم الخدمة المصرفية الإلكترونية ومخاطرها ومزايا استخدامها
21	المطلب الثالث: مفهوم جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية وأبعاد تقييمها
26	المبحث الثالث: العلاقة بين جودة خدمة المصرفية الإلكترونية ورضا العميل
27	المطلب الأول: الرضا الإلكتروني
27	المطلب الثاني: العوامل المؤثرة في الرضا الإلكتروني
28	المطلب الثالث: علاقة جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية برضا العميل
30	خلاصة

الفصل الثاني: أثر الجودة خدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي	
32	تمهيد
33	المبحث الأول:مدخل عام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية
33	المطلب الأول: نشأة وتطور ومهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية
35	المطلب الثاني: ماهية بنك الفلاحة والتنمية الريفية – وكالة جامعة ولاية الوادي-
38	المطلب الثالث: خدمات بنك الفلاحة والتنمية الريفية – وكالة جامعة ولاية الوادي-
50	المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة
50	المطلب الأول: أدوات جمع البيانات.
51	المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة
52	المطلب الثالث: صدق وثبات الاستبيان
53	المبحث الثالث: المعالجة الإحصائية للدراسة الميدانية
53	المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة
55	المطلب الثاني: تقييم العينة المتغيرات الدراسة
60	المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة
70	خلاصة
72	الخاتمة
76	قائمة المراجع
/	الملاحق

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	أبعاد جودة الخدمات المصرفية الالكترونية	22
02	مؤشرات ثبات معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Coefficient Alpha)	52
03	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية	53
04	الحدود العليا والدنيا لمقياس ليكرت (Likert) الخماسي	55
05	مستويات جودة الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل، والأهمية النسبية لكل مفردة	56
06	قيم الأهمية النسبية لجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية	58
07	نموذج أثر سهولة الاستخدام على رضا العميل	60
08	تحليل نتائج الانحدار البسيط لأثر سهولة الاستخدام أثر على رضا العميل في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ولاية الوادي	60
09	نموذج أثر توفير الوقت على رضا العميل	61
10	تحليل نتائج الانحدار البسيط لأثر توفير الوقت على رضا العميل	61
11	نموذج أثر السرية على رضا العميل	62
12	تحليل نتائج الانحدار البسيط لأثر السرية على رضا العميل	62
13	نموذج أثر الأمان على رضا العميل	63
14	تحليل نتائج الانحدار البسيط لأثر الأمان على رضا العميل	63
15	نموذج أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل	64
16	تحليل نتائج الانحدار البسيط لأثر الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل	64
17	الفروق في متوسط إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا للجنس	65
18	الفروق في متوسط إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا للعمر	66
19	الفروق في متوسط إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا للمستوى التعليمي	67
20	الفروق في متوسط إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا للمهنة	68
21	الفروق في متوسط إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا لسنوات التعامل مع البنك	68

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
07	تحديد متغيرات الدراسة	01
12	خصائص الرضا	02
36	الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية	03
44	بطاقة الدفع الذهبية	04
44	شبكة الدفع الإلكتروني	05
45	البطاقة CIB	06
45	البطاقة CIBR	07
46	البطاقة بدر توفير	08
48	الموقع الإلكتروني لبنك الفلاحة والتنمية الريفية	09

فهرس الملاحق

الصفحة	العنوان	الرقم
82	طلب المساعدة لاستكمال مذكرة التخرج	01
84	استبيان موجه لعملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي	02
90	قائمة الأساتذة المحكمين	03

مفرد

مقدمة

شهد العالم حاليا تطورا هائلا على كافة الأصعدة خاصة في مجال الاتصالات والمعلوماتية وزيادة انتشار العولمة بمختلف أشكالها. فأصبحت الأسواق مكانا مفتوحا لجميع المستثمرين، مما أدى إلى زيادة حدة المنافسة بين المؤسسات في مختلف القطاعات بصفة عامة والمؤسسات المصرفية بصفة خاصة.

فنجاح أي مؤسسة مصرفية مرهون بالعميل، وبالتالي رضا العميل هو الهدف الذي تسعى المؤسسة لتحقيقه كما يعد العميل معيارا للحكم على جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها المؤسسة، ولذا لا بد عليها أن تحقق الجودة في خدماتها بهدف كسب رضا العميل، خاصة وأن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مكنت البنوك من التسابق لتقديم المزيد من الخدمات المصرفية الالكترونية.

وبالتالي فإن الاهتمام بجودة الخدمات المصرفية الالكترونية سواء بالنسبة للبنك أو العميل في آن واحد يعتبر الأداة الفعالة لتقييم ومعرفة مدى مستوى الخدمات المقدمة والمتوقعة، حيث أن قياس جودة الخدمات الالكترونية التي تقدمها البنوك يمكن من معرفتها عن طريق سلوك العملاء ومدى رضاهم على الخدمة المقدمة لهم، الأمر الذي يتطلب منها البحث عن منافذ جديدة لضمان بقائها في سوق العمل والخدمة المصرفية تحتل نسبة جيدة في قطاع الخدمات ولاستمرار المؤسسات المصرفية في أداء نشاطها بشكل جيد يتحتم عليها جذب أكبر عدد ممكن من العملاء، ولن يتحقق هذا إلا بتلبية حاجاتهم وتطلعاتهم، ويتوقف هذا على مدى قدرة المؤسسة المصرفية على تطوير وابتكار خدمات مصرفية كالخدمة المصرفية عبر الإنترنت التي أصبحت جزءا من الساحة التكنولوجية الجديدة، نظرا لفائدتها على العميل فقد سهلت عليه إنجاز معاملاته ومن هنا يعتبر العميل مركز اهتمام المؤسسات المصرفية.

فالعميل اليوم أصبح أكثر توجها للخدمات المصرفية الالكترونية التي تمكنه من تخفيض تكاليف الحصول على الخدمات وقدرته على المفاضلة بسهولة بين عروض مختلف المصارف.

مقدمة

أولاً: الإشكالية و فرضيات الدراسة

1) إشكالية الدراسة:

ومن هذا المنطلق يمكن طرح الإشكالية والمتمثلة في التساؤل التالي:

"هل يوجد أثر لجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العميل في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة بولاية الوادي؟"

الأسئلة الفرعية:

وينبثق من السؤال الجوهري أسئلة فرعية ندرجها فيما يلي:

- أ. ما أثر سهولة الاستخدام على رضا العميل في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي؟
- ب. ما أثر توفير الوقت على رضا العميل في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي؟
- ج. ما أثر السرية على رضا العميل في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي؟
- د. ما أثر الأمان على رضا العميل في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي؟

2) فرضيات الدراسة:

وللإجابة على هذه التساؤلات نقتح الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العميل في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي.

ويشتق منها الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لسهولة الاستخدام على رضا العميل في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي.

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتوفير الوقت على رضا العميل في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي.

الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لسرية على رضا العميل في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي.

الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأمان على رضا العميل في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي.

مقدمة

الفرضية الرئيسية الثانية: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات العينة حول جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية تعزى للمتغيرات الشخصية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي.

ثانيا: أسباب اختيار الموضوع

لم يكن اختيارنا للموضوع من باب الصدفة أو العشوائية بل كان الاختيار مبنيا على مبررات علمية هادفة منها:

- ✓ ارتباط الموضوع بتخصص الطالبة وهو تخصص: تسويق مصرفي.
- ✓ الميول الشخصي والرغبة في البحث في المواضيع ذات العلاقة بتطبيقات التكنولوجيا في القطاع المصرفي.
- ✓ حداثة الموضوع خاصة توجه البنوك للخدمات المصرفية الإلكترونية.
- ✓ توجه البنوك لتطوير خدماتها وبالتالي البحث عن ما يزيد رضا العميل عن خدماتها المصرفية.

ثالثا: أهمية الدراسة

تعتبر هذه الدراسة مهمة انطلاقا من أهمية مخرجاتها بالنسبة للبنوك فهي تساهم في التعرف على أبعاد جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية وأهميتها النسبية من وجهة نظر العميل، ما يساهم في التلبية الأفضل لحاجات ورغبات العملاء وتقديم تشكيلة خدمات إلكترونية ترضي العميل، إضافة إلى أهمية الدراسة على المستوى الكلي خاصة توجه الجزائر لتشجيع البنوك على استخدام تطبيقات التكنولوجيا والتوجه نحو الصيرفة الإلكترونية.

رابعا: أهداف الدراسة:

- يتلخص الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في التعرف على أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بأبعادها على رضا العميل.
- وينبثق عن الهدف الرئيسي الأهداف الفرعية التالية:
- ✓ تقديم إطار مفاهيمي لجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية ورضا العميل.
- ✓ التعرف على مستوى رضا العميل عن جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي.
- ✓ معرفة مدى أثر مستوى جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في رضا العميل بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي.

مقدمة

✓ الخروج باقتراحات وتصورات قد تساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي.

خامسا: حدود الدراسة

تمثلت حدود الدراسة فيما يلي:

الحدود الموضوعية: اهتمت هذه الدراسة بدراسة أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية (كمتغير مستقل) على رضا العميل (كمتغير تابع).

الحدود الزمانية: بالنسبة للجانب النظري تم جمع المعلومات من مختلف المصادر وذلك بداية من شهر جانفي 2020 إلى غاية شهر جويلية 2020، أما الجانب التطبيقي فكان من بداية مارس 2020 إلى غاية شهر أوت 2020.

الحدود المكانية: انحصرت الدراسة الميدانية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي . وذلك من خلال أخذ عينة من عملائها كنموذج لتطبيق هذه الدراسة.

الحدود البشرية: استهدفت ووجهت الدراسة لزبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة بتخليل 56 استبيانا وزع على عينة من زبائن البنك.

سادسا: منهج الدراسة

باعتبار أن البحث العلمي مهما كانت درجته يجب أن يعتمد على منهج يمكن الباحث من تحقيق الهدف من الدراسة، ومن أجل الدراسة المعمقة والتحليل الشامل لمختلف العناصر وتماشيا مع أهداف وأهمية وطبيعة هذا الموضوع سوف نعتمد على تطبيق المنهج الوصفي التحليلي من خلال استعراض كل من المفاهيم المتعلقة بالرضا وجودة الخدمات المصرفية وتحليل العلاقة والأثر بين المتغيرين، إضافة إلى منهج دراسة الحالة بتطبيق الدراسة على بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة بولاية الوادي.

سابعا: الدراسات السابقة

1. دراسة صلاح الدين مفتاح سعد الباهي بعنوان "أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن " مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية الأعمال جامعة الشرق الأوسط 2016 بحيث تتخلص إشكالية هذه في الدراسة : هل هناك أثر لجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان) على رضا العميل؟ حيث توصل الباحث إلى النتائج التالية:

مقدمة

- مستوى تأثير أبعاد جودة الخدمة المصرفية الالكترونية محل الدراسة: (سهولة الاستخدام وتوفير الوقت والسرية والأمان) كانت مرتفعة، مما يتطلب من البنك ضرورة المحافظة على مستويات الجودة ومراقبتها من حين لآخر.

- إجراء دراسة مقارنة بين البنوك حول جودة الخدمات المصرفية الالكترونية ومستوى رضا الزبائن، لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة وللحفاظ على مكانة البنك في القطاع المصرفي.

- القيام بدراسة جودة الخدمات المصرفية الالكترونية من خلال أبعاد أخرى، ومتغيرات أخرى لم يتم التطرق لها في هذه الدراسة وقياس مستوى رضا الزبائن.

- العمل على مواكبة التطورات التكنولوجية المصرفية وتحديث الخدمات المصرفية للعملاء من خلال تطوير قنوات موجودة أصلاً أو إضافة قنوات الكترونية جديدة للحفاظ على الزبائن الحاليين وجذب زبائن جدد.

2. دراسة رفاه لحلول، رهام زين الدين، "أثر جودة الخدمة المصرفية على رضا العملاء في البنوك التجارية في مدينة نابلس" نوع الدراسة في جامعة النجاح الوطنية، كلية الاقتصاد وعلوم الإدارية، قسم إدارة الأعمال 2016 حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية في مدينة نابلس ومعرفة الأهمية النسبية للأبعاد المختلفة الممثلة لجودة الخدمة المصرفية، بحيث توصل الباحثين إلى النتائج التالية:

- أن تتبنى إدارة البنك جودة الخدمة كإستراتيجية للمنافسة والتميز وأن يكون تطوير وتحسين جودة الخدمات التي يقدمها البنك من أولوياتها وخاصة ما يتعلق ببعدي الاعتمادية والاستجابة.

- أن تعمل إدارة البنك باستمرار على تطوير وتحسين التكنولوجيا المستخدمة في تقديم الخدمات، وزيادة قدرة موظفي الخدمات المصرفية على سرعة الاستجابة للعملاء.

- العمل على قياس جودة الخدمة بصورة منتظمة، وذلك باستخدام أساليب قياس مختلفة مثل المقابلات الشخصية، أو أي نموذج آخر، فتعد أساليب التحليل يعمل على إثراء عملية التحليل من جوانب مختلفة والهدف من ذلك إعطاء إدارة البنك مؤشرا عن التطور في مستوى جودة الخدمات المقدمة من وجهة نظر العملاء.

3. دراسة (حلوز والضمور)، 2012 هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر جودة الخدمة المصرفية في ولاء الزبائن للبنوك الأردنية ومساعدتها في تبني استراتيجيات مناسبة تمكنها من الحفاظ على زبائنها. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن كافة أبعاد جودة الخدمة المصرفية لها تأثير في ولاء الزبائن للبنوك الأردنية، كما يؤثر

مقدمة

كل بعد على حدة في ولاء الزبائن للبنوك الأردنية، وأظهرت النتائج أن مكون الفعالية والأمان هو الأكثر تأثير مقارنة بباقي المكونات.

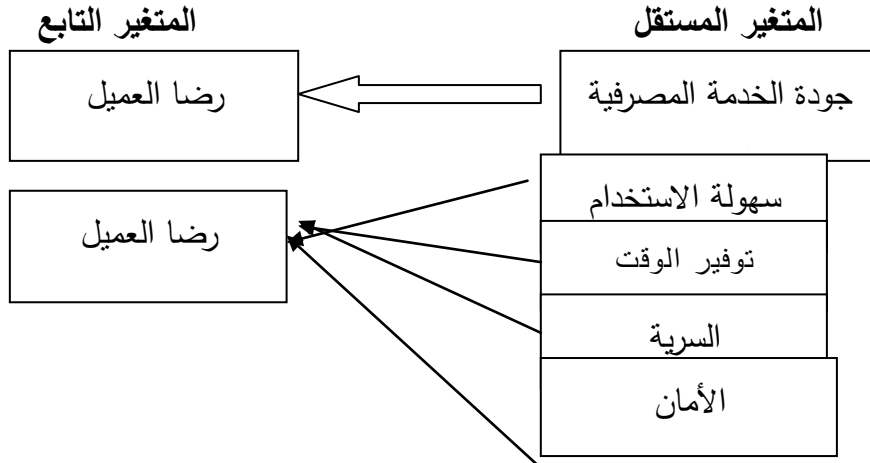
- موقع البحث من الدراسات السابقة:

تبعاً للاطلاع على عدد من الدراسات السابقة فالبحث يتفق مع الدراسة الأولى دراسة صلاح الدين مفتاح سعد الباهي من حيث التشابه في متغيري الدراسة، إلا أن الاختلاف يكمن في الحدود المكانية للدراسة أي أن الدراسة السابقة تم تطبيقها في البنوك في دولة الأردن في حين دراستنا تمت على مستوى القطاع المصرفي وبالضبط في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي.

مقدمة

ثامنا: نموذج الدراسة

الشكل رقم (01) يوضح تحديد المتغيرات الدراسة:



المصدر: من إعداد الطالبة استنادا إلى الدراسات السابقة

التعريفات الإجرائية:

-جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية:أساس ملائمة ما يتوقعه العملاء من الخدمة المصرفية الإلكترونية المقدمة إليهم، مع إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحصلون عليها نتيجة حصولهم على خدمة الإلكترونية لذا فالخدمة الإلكترونية الجيدة من وجهة نظر العملاء هي التي تتفق وتتطابق مع توقعاتهم.

-أبعاد جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية:سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان.

- رضا العميل: هو ذلك الانطباع الإيجابي أو السلبي الذي يشعر به عميل ما اتجاه تجربة شراء أو استهلاك وهو ناتج عن مقارنة بين توقعاته اتجاه الخدمة وأدائه المدرك.

تاسعا: هيكل الدراسة

بغرض الإجابة عن إشكالية البحث واختبار فرضياته تم تقسيم الدراسة إلى مقدمة و فصلين وخاتمة كالتالي:

الفصل الأول: تم التطرق فيه إلى رضا العميل المصرفي و جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية وأبعادها ثم دراسة أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العميل.

الفصل الثاني: تم إسقاط الدراسة النظرية على بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة لولاية الوادي وذلك من خلال التعريف بالبنك وأهم خدماته الإلكترونية ثم تحليل نتائج الاستبيان واختبار فرضيات الدراسة.

مقدمة

عاشرا: صعوبات الدراسة

- عدم التمكن من إجراء المقابلة التي كان مخططا لها بسبب وباء الكوفيد19.
- نقص المراجع والدراسات السابقة الخاصة بجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية.
- عدم التمكن من الاستفادة من المراجع الورقية من المكتبات بسبب ظروف الوباء.
- صعوبات الوصول إلى مجتمع الدراسة والتفاعل مع عينة البحث.
- صعوبة الحصول على معلومات كافية من البنك.

الجلالين التظرفي

الفصل الأول

جودة خدمة مصرفية إلكترونية ورضا العميل

تمهيد

لقد زاد اهتمام المنظمة برضا العميل في ظل الظروف المتغيرة والتطورات والتحديات الراهنة حيث اتبعت أساليب حديثة لمواجهة هذه الظروف من أجل خلق ميزة تنافسية لتحقيق رضا العميل الذي يؤثر ايجابيا على نجاح المنظمة، حيث لا يكون هذا إلا عن طريق تقديم منتجات أو خدمات تلبي حاجاته ورغباته وتتلاءم مع توقعاته وفي ظل الثورة التكنولوجية والوسائل الحديثة المبتكرة التي تشهدها الخدمة المصرفية الالكترونية فهي بحاجة إلى متابعة آخر مستجدات الخدمة الالكترونية وتطويرها واستخدامها بالجودة المطلوبة، ومنه يكون النجاح مرتبطا برضا وقناعة العميل بجودة الخدمات المقدمة التي تضمن للمصرف البقاء و الاستمرار في تأدية نشاطاته.

ويهدف هذا الفصل إلى تقديم الإطار النظري للدراسة من خلال التعرف على المفاهيم الأساسية لرضا العميل وخصائصه وأهمية قياسه وأبعاده و جودة الخدمة المصرفية الالكترونية وأبعادها وكذا إبراز العلاقة النظرية بين متغيرات الدراسة وهذا انطلاقا من المباحث التالية:

المبحث الأول: رضا العميل المصرفي.

المبحث الثاني: جودة الخدمة المصرفية الالكترونية.

المبحث الثالث: العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.

المبحث الأول: رضا العميل المصرفي

يعد رضا العميل هو أساس بقاء كل مصرف في ظل البيئة التي اشتدت فيها المنافسة، وذلك لإدراك العديد من مصارف العالم أن سبب تميزها قائم على أساس احترام العميل والعمل على إرضائه.

المطلب الأول: مدخل لرضا العميل

تسعى المصارف إلى اكتساب ثقة العملاء والوصول إلى رضاهم من خلال التركيز على جودة خدماتها للإشباع حاجاتهم ورغباتهم، وتسعى كذلك إلى زيادة درجة الرضا لديهم للمحافظة على بقائها بين المصارف ولهذا سنتطرق في هذا المطلب إلى أساسيات حول الرضا العميل المصرفي.

أولاً: مفهوم العميل

هنالك العديد من التعاريف التي تطرقت إلى العميل منها:

- يعرف العميل على أنه: " ذلك الذي يشتري أو يتعامل مع المنظمة بغرض الحصول على المنتجات (سلع أو خدمات)". (معلا، 2010، صفحة 109)
- ويعرف العميل أيضا على أنه: " ذلك المشتري للخدمات الفعلي أو المتوقع ولديه رغبة والقدرة في شراء تلك الخدمة كما أنه يشكل الهدف النهائي في العملية التسويقية وهو مفتاح نجاح المؤسسة أو فشلها. " (جودة، 2006، صفحة 71)
- وعليه فالعميل هو: " ذلك الشخص الذي يتيح للمؤسسة فرصة كي تخدمه بشكل مادي أو معنوي حيث يكون لديه القدرة و الرغبة للقيام بعملية الشراء."

ثانياً: مفهوم رضا العميل

هناك العديد من التعاريف تخص رضا العميل، حيث يعرف كل من:

- عرف (koter and keller) رضا العميل بأنه: " ذلك انطباع الإيجابي أو السلبي الذي يشعر به عميل ما اتجاه تجربة شراء و/أو استهلاك، وهو ناتج المقارنة بين توقعات العميل اتجاه منتج وأدائه المدرك عموماً. " (بلاك، 2016، صفحة 26)

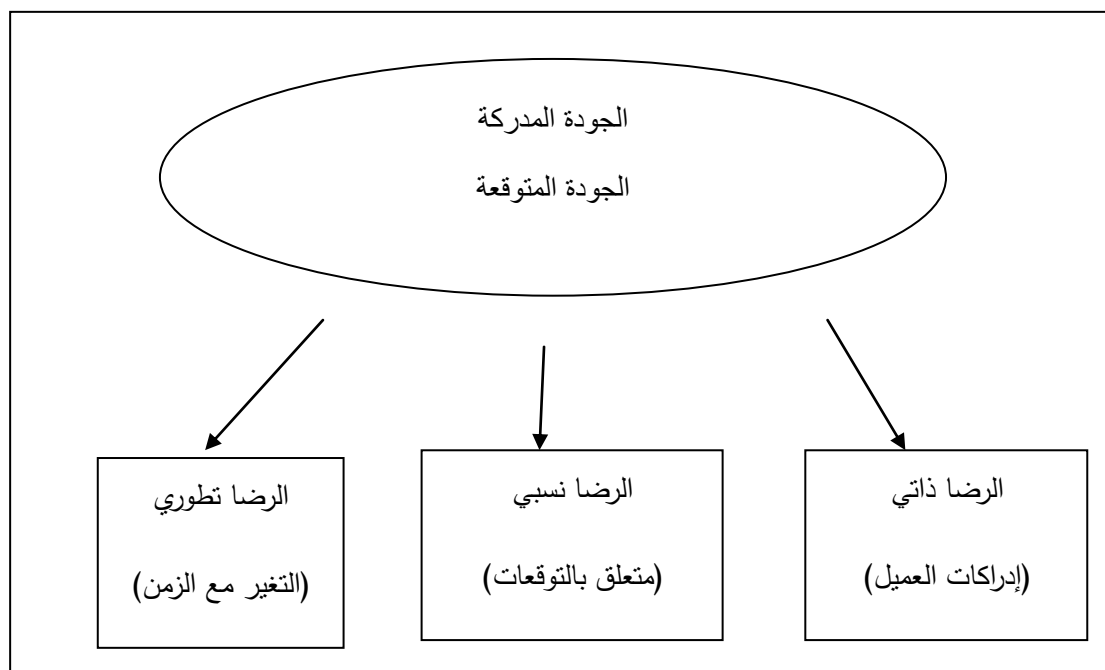
الفصل الأول: جودة الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل

- عرفه كل من hall & Reed رضا الزبون على أنه "درجة إدراك الزبون مدى فاعلية المنظمة في تقديم المنتجات التي تلبي احتياجاته ورغباته." (مراد، 2007، صفحة 243)
- وعرفه ahonen على أنه "مقياس له مكانته في ثقافة المنظمة يمتد تأثيره ليشمل التحسينات المستمرة لكافة أنشطتها (الصحف، 2002، صفحة 71)
- بينما يرى kotler على انه شعور شخص بالبهجة أو بخيبة الأمل نتيجة مقارنة أداء المنتج مع توقعات الزبون (مزيان، 2012، صفحة 99)
- وعليه يمكننا القول أن رضا العميل هو: إحساس وجداني يصف حالة العميل من حيث القناعة والقبول بالإيجاب أو السلب وذلك من خلال استخدام السلعة أو الخدمة.

ثالثاً: خصائص الرضا

يمكن التعرف على طبيعة الرضا من خلال الخصائص الثلاثة الموضح في الشكل رقم (02):

الشكل رقم (02): خصائص الرضا



المصدر: (نوري، 2013، صفحة 317)

وهذه الخصائص نوضحها بالتفصيل فيما يلي:

1. الرضا ذاتي: يتعلق هنا رضا العميل بطبيعة ومستوى التوقعات الشخصية للعميل من جهة، وإدراك العميل الذاتي للخدمة المقدمة له فعليا من جهة أخرى، إن نظرة العميل هي الوحيدة التي يمكن أخذها بعين الاعتبار عند الحديث عن تقييم الرضا؛ وعلى المؤسسة أن تقدم خدمات وفق ما يتوقعه ويحتاجه العميل؛ ولا تلتزم فقط بالموصفات والمعايير المحددة؛ وهنا على المؤسسة أن تتبنى وجهة النظر الخارجية التي تعتمد على (الجودة - الرضا) ولا تتبنى وجهة النظر الداخلية التي تركز على (الجودة - المطابقة). (الباهي، 2016، صفحة 48)

2. الرضا نسبي: لا يتعلق الرضا النسبي بأحكام مطلقة وإنما بتقدير نسبي فكل عميل يقوم بالمقارنة من خلال نظريته لمعايير السوق إذا كان هناك عملاء اثنين يستمتعان بخدمة واحدة يمكن أن يختلف مستوى الرضا لكل منهما التوقعات الأساسية نحو الخدمة مختلفة وهذا ما يفسر أن الخدمة الأحسن هي التي تتوافق مع توقعات العملاء. (عتيق، 2012، صفحة 125)

3. الرضا تطوري: يتغير رضا العميل من خلال تطوير هاذين المعيارين: مستوى التوقع من جهة، ومستوى الأداء المدرك من جهة أخرى، فمع مرور الزمن يمكن لتوقعات العميل أن تعرف تطورا نتيجة لظهور خدمات جديدة أو تطور المعايير الخاصة بالخدمات المقدمة، وذلك بسبب زيادة المنافسة ونفس الشيء بالنسبة لإدراك العميل لجودة الخدمة الذي يمكن أن يعرف هو أيضا تطورا خلال عملية تقديم الخدمة. (بوعنان، 2007، صفحة 115)

المطلب الثاني: أهمية قياس وفوائد رضا العميل

تتلخص في تلك الجهود المنهجية التي تقوم بها المنظمة للوقوف على مدى رضا زبائنها عما تقدمه لهم من خدمات وبرامج بهدف إجراء التعديلات اللازمة بحيث تصبح أكثر استجابة لاحتياجات وتطلعات العميل وأفراد المجتمع التي تخدمهم.

أولاً: أهمية قياس رضا العميل

رضا العملاء هو موضوع بالغ الأهمية لتحقيق النجاح في أي الأعمال سواء التقليدية أو عبر الإنترنت، وتبرز أهمية قياس رضا العميل من خلال مايلي: (لحوج و زين الدين، 2016، صفحة 17)

- للوقوف على تحديد مدى رضا العميل.
- تقديم النتائج للشركاء في أي منظمة ومنهم مثلاً جميع الممولين.
- يساعد في تشخيص أسباب عدم تحقيق أهداف المنظمات.
- معرفة هل إن الفئة المستهدفة قد استفادت من الخدمة المقدمة.
- يساعد المشرفين على إمكانية توسيع نطاق الأنشطة والخدمات التي تقدمها المنظمة في لتشمل مجتمعات أخرى.
- تجنب تكرار نفس الأخطاء في الأنشطة والخدمات التي سوف تقدمها المنظمة.
- معرفة إذا كان نمط الإدارة المتبع يحقق رضا الزبائن أم يحتاج إلى مراجعة.

ثانياً: فوائد رضا العميل

فيما حدد (Awoke) فوائد رضا العميل والتي يمكن تلخيصها في النقاط التالية: (الباهي، 2016، صفحة 50)

- دعم الرعاية المستمرة وتعزيز الولاء.
- يمكن أن تخلق الميزة المستدامة.
- خفض التكاليف وجذب زبائن جدد.
- التعزيز من إيجابية الكلمة المنطوقة.
- عزل/إبعاد الزبائن عن المنافسة.
- تقليل تكاليف الإخفاق أو الفشل.

المطلب الثالث: أسس رضا العميل المصرفي

إن العميل هو الركيزة الأساسية للنشاط المصرفي لان نجاحه واستقراره مرهونا بمدى قدرته على معرفة وتحديد حاجات ورغبات العملاء وقدرته على تلبيتها، بهدف كسب إرضائهم وهذا لا يكتفي بتحقيق رضا عملائه فقط بل عليه أن يقيسه لتعرف على درجة رضاهم.

أولاً: العلاقة التفاعلية بين المصرف والعميل

تعرف (shostack) العلاقة التفاعلية بين مؤسسة الخدمة والمستفيد بالقول " هي عبارة عن الفترة الزمنية التي يتم خلالها تفاعل المستفيد بشكل مباشر مع الخدمة." إن هذا التعريف لا يحدد العلاقة التفاعلية بالتفاعلات الشخصية المتداخلة فحسب؛ بل يشمل أيضا تفاعل المستفيد مع التسهيلات المادية والعناصر الملموسة أخرى. أما (Baron) فيقول واصفا هذه العلاقة " إنها العلاقة الشخصية المتبادلة التي تتطور ما بين المستفيد من الخدمة والقائمين عليها لبلوغ أهداف ومصالح مشتركة." (أحمد، 2011، صفحة 167.168)

وتصف (shostack) ثلاثة أنواع من العلاقات التفاعلية بين مؤسسة الخدمة و المستفيد وهي: (أحمد، 2011، صفحة 168)

1. العلاقات التفاعلية القصية أو البعيدة (remoteencounters) وهي علاقات تتحقق عندما يتفاعل المستفيد مع الخدمة عن طريق البريد، أو من خلال الآلة.
2. العلاقات التفاعلية المباشرة والشخصية (direct personalencounters) حيث يكون المستفيد حاضرا بشرط مادي في مصنع الخدمة؛ ويكون وجها لوجه مع عناصر نظام الخدمة (كأن يكون في اتصال مباشر وشخصي مع القائمين على تقديم الخدمة).
3. العلاقات التفاعلية الشخصية غير المباشرة (indirect personalencounters) وتحصل عندما يتفاعل المستفيد مع الخدمة عن طريق الهاتف.

ثانياً: متطلبات رضا العميل المصرفي

هناك ثلاثة متطلبات الخدمة من حيث مدى تأثيرها في رضا العملاء تتمثل فيمايلي: (شيروف، 2010، صفحة 45.46)

- 1. المتطلبات الأساسية:** يتوقع أن تكون هذه المتطلبات موجودة في الخدمة وبالتالي لا حاجة إلى التعبير عنها، أما إذا لم يتم تلبية هذه المتطلبات فإن العميل لن يكون راضيا بالمقابل إذا كانت هذه المتطلبات موجودة فإن ذلك لن يزيد من مستوى رضا العميل.
- 2. المتطلبات الأداء:** تكون باتجاه واحد أي مستوى رضا العميل يتناسب طرديا مع درجة تلبية هذه المتطلبات ، فكلما كانت درجة تلبيتها عالية كلما كان مستوى الرضا عالي والعكس بالعكس وهذه المتطلبات يطلبها العميل صراحة.
- 3. المتطلبات الجاذبية:** إن هذه المتطلبات تحتل أكبر درجة من التأثير على رضا العملاء وحسب طبيعة هذه المتطلبات فإنها غير معبر عنها من قبل العميل وكذلك فهي غير متوقعة منه.

المبحث الثاني: جودة الخدمة المصرفية الالكترونية

تسعى المؤسسة لتطوير خدماتها المصرفية في مجال تكنولوجيا والاتصال باستخدام الإنترنت من أجل تسريع احتياجات العملاء بأفضل جودة ممكنة ، لأن كلما زادت جودة هذه الخدمات زاد معها رضا العملاء، وبهذا تتبع أهمية الخدمات المصرفية الالكترونية من أنها تتيح تقديم الخدمات بأقل جهد وأقل تكلفة، وبالإضافة ذلك تمكن مؤسسة من الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء.

المطلب الأول: مدخل للخدمة المصرفية الالكترونية

مع التطور التكنولوجي واستخدام الإنترنت في الأعمال الالكترونية، أصبحت الخدمات المصرفية تقدم عبر وسائل وشبكات الكترونية للعملاء، حيث أن المصارف تطبق الخدمات الالكترونية من أجل تخفيض في كلفة الخدمة.

أولاً: تعريف الخدمة

- لقد عرفها (Armstrong and Kotler) بأنها: " نشاط أو منفعة غير ملموسة يستطيع أن يقدمها طرف إلى طرف آخر، دون أن يترتب على ذلك نقل للملكية، وإنتاجها قد يرتبط وقد لا يرتبط بنتائج مادي ملموس." (كافي، 2017، صفحة 90)
 - وهناك تعريف لستانتون 1997 (stanton) يقول أنها: " النشاطات غير المحسوسة (intangible) والتي تحقق منفعة للزبون أو المستفيد والتي ليست بالضرورة مرتبطة ببيع سلعة أو خدمة أخرى أي أن إنتاج خدمة معينة أو تقديمها لا يتطلب استخدام سلعة مادية." (كورتز، 2009، صفحة 64)
- ❖ من التعاريف السابقة يمكن أن نستنتج مايلي:
- تعتبر الخدمات نشاط غير ملموس أي غير مادي.
 - لا يمكن نقل ملكية الخدمة للمستفيد ولكن يستطيع استفاضة منها.
 - قد تكون الخدمة مقدمة من طرف إلى طرف آخر.
 - قد يمكن إنتاجها يرتبط أو لا يرتبط بنتائج مادي ملموس.

ثانياً: مفهوم الخدمة المصرفية وخصائصها

لا يختلف مفهوم الخدمة المصرفية عن الخدمة بصفة عامة، وبهذا سوف نتطرق إلى تعريفها وخصائصها.

• تعرف الخدمة المصرفية على أنها: "مجموعة من العمليات ذات المضمون المنفعي الذي يتصف بتغليب العناصر غير الملموسة على العناصر الملموسة والتي تدرك من قبل الأفراد أو المؤسسات من خلال دلالاتها وقيمها المنفعية التي تشكل مصدر الربحية المصرف وذلك من خلال علاقة تبادلية بين طرفين." (الحداد و موسى، 2012، صفحة 220)

• إن مفهوم الخدمة المصرفية لا يختلف عن مفهوم الخدمات بصورة عامة، وتتمثل الخدمة المصرفية والمالية مجموعة خدمات التي تقدمها البنوك لعملائها، وترتبط هذه الخدمات بالوظائف الأساسية للبنوك وهي الائتمان وخدمات الاستثمار وإيداع الأموال وهناك من يقسمها إلى خدمات تقليدية وخدمات مصرفية المستحدثة، والخدمات المتعلقة بإدارة الأموال والاستثمار وأوراق مالية. (حامد ابو زيد الدسوقي، 1998)

• مما سبق يمكننا نستنتج تعريف الخدمة المصرفية على أنها: "منفعة غير ملموسة، وتكون مقدمة من طرف المصرف للمستفيد من أجل إشباع حاجاته ورغباته، ويمكن ارتباطها بالمنتج المادي من أجل تحقيق ربحية المصرف."

تتميز الخدمة المصرفية بعدة خصائص أساسية، وتتمثل أهم خصائص فيما يلي:

1. لا يمكن صنع الخدمة مقدماً أو تخزينها: من المستحيل إنتاج الخدمة مقدماً وتخزينها لحين طلب العميل، فالموظف [يصنع] الخدمة بمجرد أن يظهر العميل أمامه، وفي لحظات قليلة يبدأ في تجهيز [المواد الخام] وبقية عناصر إنتاج الخدمة، وفي نفس اللحظات يتم إعداد الخدمة بما يتناسب مع طلب العميل ويفرض ذلك عليه أن يهتم بتقديم الخدمة بنفس مستوى الجودة قدر الإمكان في كل مرة، بالإضافة إلى ما يتطلبه ذلك من مهارة في التعامل مع العملاء. (نعسة، 2010، صفحة 129)

2. لا يمكن للموظف إنتاج عينات من الخدمة: يقوم الموظف بإنتاج وتقديم خدمة وهي عبارة عن خبرة و معايشة، فهو لا يستطيع أن ينتج عينات من هذه الخدمة لكي يرسلها إلى المستهلك ويحصل منه على موافقة مسبقة عن جودة هذه الخدمة قبل استعماله لها، كما أنه لا يستطيع أن يوصل هذه الخدمة شفها ومهما حاول أن يصفها له فإن المعايشة شيء آخر، ومن غير المتصور إرسال عينة من نوعية الخدمة للعميل قبل أن يحصل عليها حين حضوره إلى البنك. (الحداد ع.، 1999، صفحة 52)

3. **التأكد من تقديم ما يطلبه العميل:** لأن الخدمة بطبيعتها ليست شيئاً مادياً ملموساً يمكن الحكم على مواصفاته بمعايير مطلقة وثابتة بين كل العملاء، فإن الحكم النهائي على ما يقدمه موظف البنك سوف يرتبط بما يطلبه ويتوقعه العميل عن هذه الخدمة، ولكنه يدير لحظات هامة من تجربة العميل أثناء معاشته للخدمات التي يتلقاها من البنك. (الزامل، 2012، صفحة 58)
4. **الخدمات المصرفية تنتج وتستهلك في نفس الوقت:** يقوم العميل باستهلاك الخدمات التي تقدم إليه في نفس لحظة إنجازها أو إنتاجها، وبالتالي فالعميل لا يستطيع أن يتداول هذه الخدمة مع طرف ثالث وكل ما يبقى للعميل هو سعادته أو تعاسته من الخدمة والتي يصعب عليه حتى أن يعيد وصفها للآخرين بأكثر من شعوره بالسعادة أو التعاسة. (كافي، 2017، صفحة 100)
5. **الخدمات غير قابلة للاستدعاء مرة أخرى**

بعض المنتجين لسلع معينة يضطرون إلى سحب سلعهم من السوق بسبب أخطاء فنية في إنتاجها، أو أحياناً بسبب فسادها أو عدم صلاحيتها للاستهلاك الأدمي.

أما الخدمة المصرفية التي تقدم للعميل فلها طبيعة مختلفة ذلك أنها غير قابلة للاستدعاء مرة أخرى بعد تقديمها، وبمجرد أن تصنع الخدمة وتقدم للعميل فإنها تستهلك في التو واللحظة وعادة لا يكون هناك فرصة لإضافة أية تعديلات إليها أو سحب أي جزء منها. (معل، 2005، صفحة 81)

المطلب الثاني: مفهوم الخدمة المصرفية الإلكترونية ومخاطر ومزايا استخدامها

قبل التطرق لأهم التعاريف الخاصة بالخدمة المصرفية الإلكترونية جيب التمييز بين نوعين من البنوك التي تمارس هذه الخدمة فهناك البنوك التي ليس لها بيانات تأوي هيكلها وتسمى بالبنوك الإلكترونية أو الافتراضية، وهناك بنوك عادية أو المصارف الأرضية وهي تقدم خدمات تقليدية بإضافة إلى ممارسة الخدمة المصرفية الإلكترونية، وبصفة عامة فإن أغلب الخدمة المصرفية الإلكترونية تقدم عبر الانترنت إضافة إلى وسائل أخرى كالهاتف والحاسوب.. الخ. (الحداد و موسى، 2012)

أولاً: مفهوم الخدمة المصرفية الالكترونية

- لقد عرفها (العدوان 2015) بأنها: "إجراء العمليات المصرفية بطرق مبتكرة من خلال شبكات الاتصال الالكترونية سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أم الجديدة، وفي ظل هذا النمط لن يكون العميل مضطراً إلى القدوم للمصرف، وتقتصر صلاحية الدخول إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية على المشاركين فيها فقط وفقاً لشروط الإثبات التي يحددها المصرف." (صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، 2016، صفحة 28)
- يمكن تعريفها أيضاً بأنها: "إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية أي باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة، سواء تعلق الأمر بالسحب أو بالدفع أو بالائتمان أو بالتحويل أو بالتعامل في الأوراق المالية أو غير ذلك من أعمال المصارف." (جلام، 2014، صفحة 42)
- وعرفها كل من (kasper and helsding) على أنها: "تتألف من جميع الخدمات التفاعلية على الإنترنت باستخدام الاتصالات السلكية و اللاسلكية والمعلومات وتقنيات الوسائط المتعددة." (حسين، 2011، صفحة 21)
- وعرفت أيضاً على أنها: "مجموعة من التقنيات والأساليب التكنولوجية الحديثة التي أفرزتها الثورة التكنولوجية في العالم المتقدم، والتي أدخلت في النظام المصرفي من أجل تسهيل العمليات المصرفية بين مختلف الأطراف الاقتصاديين والمتعاملين بشكل عام، وتشمل كل المعلومات المالية بين المنظمات والأفراد والشركات ومن أجل تحسين الربحية وتخفيض التكاليف." (رضون، 1999، صفحة 10)
- ونستنتج من التعاريف السابقة بأنها: "عبارة عن العمليات المصرفية التي طبقت بأساليب وتقنيات تكنولوجيا الحديثة في أعمال المصارف من أجل تحقيق الربحية و تخفيض التكاليف."

ثانياً: مخاطر ومزايا الخدمات المصرفية الالكترونية

1- مخاطر الخدمات المصرفية الالكترونية

- لا يمكن إغفال بعض المخاطر الناجمة عن التكنولوجيا ومزجها بالخدمات المصرفية منها: (راحو، 2015، صفحة 31)
- تزايد الاعتماد على التكنولوجيا في تقديم الخدمات المصرفية، أي إحلال الآلة مكان الموارد البشرية في الأنظمة الخدماتية، كاستخدام شبكات اتصال الكترونية لتأدية خدمات مصرفية تقليدية أو مبتكرة لفئة الزبائن، وهذا يعد أحد المنافذ للتعرض لخسائر تشغيلية.

- فشل برامج تغذية وصيانة الأنظمة، لاسيما للرقابة الداخلية أو عدم كفاية النفقات والموارد إزاء ذلك.
- ضعف السياسة الأمنية المصاحبة للعمل المصرفي الالكتروني، بحيث تنشأ المخاطر من جراء أخطاء المرخص لهم مثل: تجاوزات من الموظفين في المصرف أو إساءة الاستخدام من قبل الزبائن لعدم الإحاطة بإجراءات أو تنشأ من اختراق من أشخاص غير مرخص لهم.
- الاستخدام المتزايد لتقنيات تخفيف المخاطر وفق السياسات الوقائية الأمنية، مثل: التشفير، التحقق من المستخدم، التوقيع الالكتروني، تدريب الموظفين، الضمانات، الاستعانة باتفاقيات من الباطن وأنظمة المقاصة والتسوية و الإخراجية (externolisation) هذا قد يخفف من مخاطر معينة لكنه يوسع تعرض المصرف لمخاطر هامة أخرى.

2- مزايا الخدمات المصرفية الالكترونية

نلخص أهم المزايا في ما يلي: (جيج، 2018، صفحة 46)

- حصول العميل على الخدمات المصرفية التي يحتاجها من خلال استخدامه لأي جهاز يختاره وفي أي وقت ومكان وذلك لان العمل المصرفي يفترض بين المصرف والعميل حول العالم.
- سرعة الحصول على الخدمة التي يحتاجها.
- الصفحات التي يشاهدها مستعمل البنك الالكتروني تكون مصممة بشكل مبسط وذلك لأنها تتوجه إلى قطاع واسع من المستعملين الذين لا يملكون القدرة والصبر الكافيين للتعامل مع تعليمات معقدة.
- توسيع قاعدة العملاء البنك عن طريق جذب عملاء جدد من خلال الخدمات الالكترونية المختلفة المقدمة، وكذلك الاحتفاظ بعملائها المتناقلين بين الدول.

المطلب الثالث: مفهوم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية وأبعاد تقييمها

بالرغم من المجهودات المبذولة في مجال جودة الخدمات المصرفية إلا أنه تبقى جودة الخدمات المصرفية الالكترونية موضوعا جديدا، وموضع جدل بين الباحثين في مجال تسويق الخدمات، فيرى البعض أن جودة الخدمات المصرفية الالكترونية تعني عنصر قابلية التنبؤ بالعلاقة الزبون و الاتساق في تقديم قابلية الخدمة المصرفية الالكترونية من قبل المصرف. وذلك بالاهتمام بتحقيق جودة في المعايير الأساسية التي يقوم عليها الموقع الالكتروني.

أولاً: جودة الخدمة المصرفية الالكترونية

- عرفها (zeithaml) على أنها: "الفهم أو الإدراك للخدمة من وجهات نظر مختلفة سواء قبل أو بعد تقديمها على شبكة الإنترنت، ويمكن أن تفهم على أنها تقييم كفاءة وفعالية التسوق، الشراء والتسليم الخدمات عبر الإنترنت." (شيروف، 2010، صفحة 49)
- وتعرف جودة الخدمة من منظور الخدمة الالكترونية بأنها: "التقييم والحكم الشامل للعملاء عن جودة للخدمات الالكترونية المطروحة في السوق الافتراضي." (صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، 2016، صفحة 31)
- كما تعرف على أنها: "أساس ملائمة ما يتوقعه العملاء من الخدمة المصرفية الالكترونية المقدمة إليهم، مع إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحصلون عليها نتيجة حصولهم على خدمة الالكترونية لذا فالخدمة الالكترونية الجيدة من وجهة نظر العملاء هي التي تتفق وتتطابق مع توقعاتهم." (جيج، 2018، صفحة 90)
- هي عبارة عن تعزيز قدرة البنك التنافسية من حيث معايير يمكن للعميل من خلالها استفادة من خدمات الإلكترونية، التي تسمح له بإحساس الحقيقي للخدمة الموجودة فعلياً التي تدخل في دائرة الاقتصاد الرقمي باعتماد على وسائل حديثة .

ثانياً: أبعاد تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية

تشمل الخدمات الالكترونية على أبعاد عديدة لقياس جودتها وهذا ما نلخصه في الجدول التالي:

الجدول (01): أبعاد جودة الخدمات المصرفية الالكترونية

الوصف	أبعاد جودة الخدمة المصرفية الالكترونية
سهولة تصفح الموقع وتقديم الطلبات و اكتمال المعاملات والوصول للتعليمات ودرجة توفر على معيار تصميم واجهة سهلة الإدارة يسهل قراءتها حتى للعملاء الذين ليس لديهم معرفة بالكمبيوتر بالإضافة إلى خيارات سهلة وجميع اللغات وتكييف الموقع وفقاً لاحتياجات العملاء، الأداء، سرعة التسوق. ومظهر جيد للموقع الذي يحتوي على وظائف تساعد العملاء للحصول على ما يحتاجونه من دون صعوبة، يمتلك محرك بحث جيد، تتيح للعملاء سهولة و سرعة الانتقال ذهاباً و إياباً بين الصفحات	سهولة الاستخدام

الفصل الأول: جودة الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل

<p>النتيجة المرجوة التالية بعد تنفيذ العملية والخاصة بسرعة تنفيذ أو إجراء المعاملات ولاستجابة الفورية لاحتياجات العملاء والرد الفوري على استفساراتهم أو شكاويهم وتقديم خدمة فورية مثل تحديد المواعيد بسرعة وملائمة وقت عمل العميل و</p>	<p>توفير الوقت</p>
<p>الدرجة التي عندها يدرك العميل أن معلوماته الشخصية محمية والمحافظة على سرية تعاملات العميل مع المنظمة و المعلومات الداخلية التي قد تحصل عليها في سياق عملها المتعلق بأنشطة الأوراق المالية ، وعلى وجه الخصوص البيانات و المعلومات المتعلقة بعملائها واستثماراتهم في إطار ميثاق السلوك المهني و القيم الأخلاقية</p>	<p>السرية</p>
<p>الاطمئنان من قبل بأن الخدمة المقدمة للعملاء تخلوا من الخطأ أو الخطر أو الشك شاملا الاطمئنان النفسي والمادي و يتضمن هذا البعد مايلي:لأمن المادي لأمن المالي حيث تقوم بتطبيق أعلى المعايير الأمنية والإجراءات التي من شأنها المساعدة في منع تسريب أي من المعلومات السرية التي حصلت عليهما من خلال أنظمة حماية نظم التشغيل وأنظمة حماية البرامج والتطبيقات،أنظمة حماية قواعد البيانات، أنظمة حماية الولوج أو الدخول إلى الأنظمة بإضافة إلى الدرجة التي يعوض فيها الموقع حل مشاكل العملاء بالإضافة إلى أداء الخدمة بطريقة صحيحة من أول مرة</p>	<p>الأمان</p>

المصدر: (صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، 2016، صفحة 45)

- وأدى كذلك العديد من الباحثين إلى إيجاد أدوات قياس جديدة ومن أبرزها: (راحو، 2015، الصفحات 108-109)

1. الجودة على الخط webqual: عرفه (stuartbarnes et richard vidgen) بأنه الاستبيان على الخط، الاستبيان الالكتروني، الذي يقدم للعملاء لتقييم جودة المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت والتجارة الالكترونية وفقا لتطوراتها، كما أن الاستبيان ينجز من قبل المصرف ويقوم العملاء بالإجابة على التساؤلات المطروحة في الاستبيان، وتقييم العملاء النوعي يحول إلى مقاييس كمية تعتبر مفيدة لإدارة عملية صنع القرار في المصرف.

Webqual يسمح بإجراء مقارنات بين بيئة التجارة الالكترونية في نفس الميدان و مع مرور الوقت وقد تم تطبيقه في العديد من المجالات منها مواقع الجامعة على الشبكة، مواقع البيع بالمزاد العلني موقع

بيع الكتب على الشبكة، كما أنها تعتبر تتابع جزئي لتقييم جودة المعلومة و انتشارها في بيئة التجارة الالكترونية إن وسيلة webqual أصبحت سلوك متكرر تنجز و تعدل حسب متغيرات كل ميدان في التجارة الالكترونية.

2. E-Servqual: عرفه (parasurman and all) بأنه نموذج مفاهيمي لجودة الخدمة في محيط الجدار الالكتروني، وهي قائمة على هيكل جودة الخدمات التقليدية خارج الخط المسماة servqual و هي مشتقة من البحوث الاستكشافية حول مجموعات التعديل و مرحلتين من مجموعة المعلومة التجريبية و التحليلية، هذا ينتج سبعة خصائص لجودة الخدمة: الكفاءة، الاعتمادية، الإنجاز السرية، الاستجابة، التعويض، الاتصال المباشر كل هذه الخصائص تمثل مقاييس يستعملها العملاء لتقييم الخدمات على الخط، إلى سبيل المثال خاصية الاستجابة تقيس، قدرة الإجابة على أسئلة العملاء الأداء السريع تحديث نظام القوانين، و يمكن استعمال E. Servqual كهيكول لمديري التسويق لتقييم جودة الخدمات في محيط الجدار الالكتروني.

3. E-Sequal: عرفه (dawson and all) بأنه هيكل لجودة الخدمة التي تعتبر أساس تجربة وإدماج علاقات العملاء الالكترونية E-CRM واستراتيجيات HCI لتصميم الفعال لهذه الخدمة وتطوير محيط الجدار الالكتروني E - Tailingenvironments. يمكن أن يوفر توجيهات و إرشادات للتجارة الالكترونية فيما يتعلق بتكامل الواجهة وإنهاء الإجراءات التجارية. end-back عبر مختلف نقاط التماس للعملاء مثل: الهاتف، الفاكس البريد الالكتروني...، ويمكن تطبيقه كوسيلة تقييمية لتوجيه مصممي web ومختصي التسويق لطريقة استخدام تتماشى مع الشروط الأساسية لإدماج توقعات العملاء لتحقيق جودة الخدمة، و قابلية الاستعمال في تصميم محيط الجدار الالكتروني.

4. E-S-Qual: عرفها كل من (parasurman, zethaml, malhotra, valarie, arvind) على أنها مشتقة لقياس جودة الخدمة المقدمة على خط، ومن المعلومات التجريبية المجمعمة اكتشفت وضعيتين مختلفتين وضروريتين لقياس جودة الخدمة الالكترونية الوضعية الأولى (E-S-Qual) تضم أربعة أبعاد لها 22 صفة و هي الكفاءة، الوفاء، توافر النظام و الخصوصية، والوضعية الثانية E-S-Qual هي تكون مع العملاء الذين ليس لهم لقاء روتيني مع الموقع وتضم ثلاثة أبعاد لهم 11 صفة و هي الاستجابة، التعويض، الاتصال.

ثالثاً: معايير تقييم جودة المواقع الالكترونية

اختلفت الآراء في معايير جودة المواقع والخدمات الالكترونية المقدمة بسبب العلمية و التخصصية

ولكن يمكن حصر أهم المعايير في تقييم جودة المواقع الالكترونية وهي: (عبيدي، 2009، صفحة 60_64)

1- جودة المحتوى: ويشمل: المعاصرة، ومقدار مواكبة المحتوى للتطور في المجال الموضوعي والتحديث

المستمر والدائم ، ومعرفة تاريخ ظهور الملف الالكتروني ومواعيد التحديث والتغطية المعرفية والإشارة

إذا كان المحتوى لم تكتمل معلوماته بعد، والموضوعية والابتعاد عن أشكال التحريف المقصود بما

يؤدي إلى فقدان مصداقية الموقع، ولا بد أن يرافق الموضوعية الدقة في المعلومات لخلق ثقة لدى

المتصفح، والتأكد من خلو المعلومة من القصور والأخطاء العلمية وكذلك المطبعية واللغوية والنحوية

ووضوح مصادر المعلومة.

2- جودة التصميم: وهو أحد العناصر الرئيسية في عملية التقويم ويقصد به : إظهار الموقع بأبهى صورة

بحيث يجذب المستفيدين إليه، ومكوته وأطول مدة وتكرار زيارته مرات أخرى.

3- جودة التنظيم أو الترتيب: وهو من أهم عناصر عملية التقويم، ويعني المنهجية الواضحة والميسرة

والمنظمة، مثل الترتيب الزمني أو الأبجدي أو الجغرافي أو الهيكل التنظيمي، وكل ذلك لغرض

تسهيل مهمة المستفيد.

4- جودة سهولة التعامل: وهي تعني سهولة استعمال الموقع من قبل المستفيد بغض النظر عن خلفيته

العلمية، للحصول على المعلومة المطلوبة، وسرعة الإنجاز بأقل قدر من الوقت والجهد، مما يحفز

على معاودة الاستعمال، وهذا يزيد من قيمة الموقع.

المبحث الثالث: العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل

يرى الباحثون أن المستفيدين يحكمون على جودة الخدمة من خلال مقارنة الخدمة التي يتلقوها فعلا مع الخدمة التي يتوقع أن يتلقوها، وعليه فإن هؤلاء الباحثين يعرفون جودة الخدمة على أنها " حالة التناقص بين توقعات المستفيدين وبين إدراكا تهم"

وعليه هناك عوامل كثيرة تؤثر في إدراكات العميل للخدمة والتي أهمها: (قطاف، 2011، صفحة 171)

1-1- خدمة المواجهة (اللحظات الحقيقية): وتكون عندما يتفاعل العميل مع المصرف، وتمكن تقسيم خدمة المواجهة إلى ثلاث أنواع:

1-1-1- المواجهة عن بعد: كان يتفاعل العميل مع المصرف من خلال نظام الصراف الآلي ATM أو بطاقات الائتمان مثل ماستركارت أو فيزاكارت، حيث يحكم العميل على جودة الخدمة هنا من خلال مدى الثقة في البطاقة وحجم المصارف التي تعتمد هذه البطاقة.

1-1-2- المواجهة بالهاتف و الانترنت: حيث يحصل العميل على الخدمة باستخدام الهاتف أو الانترنت والحكم على الجودة هنا يكون أكثر تعقيدا لأن نبرة الصوت على الهاتف وحجم المعرفة يؤثر في حكم الزبون على الجودة الخدمة.

1-1-3- المواجهة وجها لوجه: وهنا يكون التفاعل مباشرا بين العميل ومقدم الخدمة.

1-1-4- دليل أو ملامح الخدمة: حيث أن عدم ملموسية الخدمة المصرفية تجعل العميل يبحث عن مظهر الخدمة من خلال مقدم الخدمة أو العملاء الآخرين والتكنولوجيا المستخدمة والبيئة والتي تحصل فيها عملية التفاعل وكيفية معالجة الأنشطة المصرفية ومرونة العمليات.

2- الصورة الذهنية: وهي صورة التي يحتفظ بها العميل في ذاكرته عن المصرف ، هذه الصورة تبنى من خلال الاتصالات كالإعلان والعلاقات العامة والكلمة والمنطوقة، حيث أن شخصية المصرف تعد محصلة للكثير من العناصر فجودة الخدمات المقدمة وتنوعها والاهتمام بحاجات ورغبات العميل والثقة والأمان اللتان يوفرهما المصرف وسرعة الانجاز والخدمات وأساليب التعامل كلها عناصر تكون الصورة الذهنية للمصرف إضافة إلى أهمية البرامج الترويجية ودورها الكبير في تحديد ملامح الصورة الذهنية للمصرف وتحسين سمعة لدى العملاء.

3- السعر: حيث يعد عنصرا مهما في تحديد توقعات إدراكات العميل للخدمة فالسعر العالي يتوقع معه مستوى جودة مرتفعة، أي أن السعر له دور كبير في إدراك الزبون للقيمة.

المطلب الأول: الرضا الالكتروني

يتضمن مفهوم الرضا الالكتروني أوجها عدة فيمكن أن يعني المنافع المحصل عليها من الاستهلاك ففي هذه الحالة يهتم بجودة المنتج، أو الخدمة الناجمة عن مقارنة الجودة المرغوبة وجودة المنتج أو الخدمة كما يدركها الزبون. (حسن الحلبي، 2017، صفحة 13)

حيث أكدت نتائج دراسة للعلاقة بين جودة الخدمات الالكترونية المقدمة عبر مواقع الانترنت وكل من الرضا والالتزام، على جودة أثر إيجابي لجودة الخدمات الالكترونية على الرضا والتزام الزبائن.

لذلك يمكن اعتبار الرضا نتيجة لتقييم منتظم لتجربة لمرة واحدة مع منتج أو الخدمة فيما يتعلق بشراء واستهلاك منه، ومن هنا يمكن اعتبار الرضا الالكتروني باعتباره شعورا إيجابيا من قبل العملاء المرتبطة بالخدمة الالكترونية نتيجة تعاملهم بها.

أي أن الرضا الالكتروني يمكن تعريفه بأنه محصلة تجربة سابقة عن الخدمات المقدمة من طرف موقع الالكتروني تسمح هذه التجربة بتقييم فعالية قناة التوزيع المتمثلة في شبكة الانترنت، وتحديد مدى رضاه عن الموقع الالكتروني.

المطلب الثاني: العوامل المؤثرة في الرضا الالكتروني

هناك اهتمام متزايد من المنظمات بالحفاظ على العملاء الحاليين وفي نفس الوقت تحاول جذب عملاء جدد، لذا يعد قياس رضا العملاء مؤشرا لمدى نجاح المنظمة في تقديم المنتجات والخدمات إلى السوق.

فمن خلال التعاريف السابقة التي تناولت مفهوم الرضا الالكتروني نحاول معرفة مدى تأثير التجارب السابقة الرضا، فهناك عوامل عدة من أهمها: (حسن الحلبي، 2017، صفحة 14)

1- عوامل مرتبطة بالموقع: وتشمل خصائص الموقع والتي تضم سهولة الشراء، خصائص العرض (المنتجات التي يتم عرضها والمعلومات المقدمة عن المنتج) تصميم الموقع، الأمن المالي السعر، ظروف التسليم، وبصفة عامة كل العوامل المساهمة في جودة موقع ويب.

2- عوامل مرتبطة بخدمات الزبائن: تعد جودة خدمات الزبائن عاملا هاما في تحديد رضاهم، فكلما كانت الخدمات أكثر قدرة على الرد على الأسئلة وحل المشكلات زاد رضا العملاء.

المطلب الثالث: علاقة أبعاد جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية برضا العميل

إن للأبعاد الجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية أثر كبير على سلوك العملاء من خلال الفوائد المتوقعة منه و الأمن و التكاليف و الشروط التسهيلية التي يوفرها من أجل زيادة رضا العملاء واستخدام خدمة مصرفية متكاملة ومتاحة في جميع الأوقات و التي تدفع العميل لبناء الثقة في البنك أو العكس ، كما أن أداء المصارف لا يتحقق إلا بتحسين جودة الخدمة المصرفية لتحقيق رضا العميل وهذا ما سنعرضه فيما يلي:(فضيلة، 2009-2010، صفحة 54)

أولاً: علاقة سهولة الاستخدام برضا العميل:

فهي من الشروط التسهيلية فالمعاملات المصرفية الإلكترونية هي الطريقة الأكثر سهولة لأنها خالية من أي جهد بإضافة إلى تطوير الخدمات الاستشارية عن بعده وهو أحد سمات النظام نفسه يشير إلى سرعة وسهولة الاتصال والتصفح والعكس صحيح لأنه يمكن أن يتخذ العميل موقفاً سلبياً اتجاه المعاملات المصرفية الإلكترونية لصعوبة أو عدم القدرة على استخدام هذه التكنولوجيا.(عبد الستار محمدالعلي، 2000)

ثانياً: علاقة توفير الوقت برضا العميل

وهي موقف اتجاه الخدمة حيث انه سرعة استخدام التكنولوجيا في الخدمة المصرفية الإلكترونية تلعب دوراً أساسياً يزيد من أداء رضا العميل في التنظيم فهي تؤثر إيجاباً على الموقف من العمل المصرفي الإلكتروني على شبكة الانترنت.(عبد الستار محمدالعلي، 2000)

ثالثاً: علاقة السرية برضا العميل

السرية تأخذ معناها الكامل، إن افتراضية الصفقات تدفع بالعملاء للاعتماد على السرية في المصرف فالعميل سوف يسعى للحد من عدم اليقين وتعقيد المعاملات المصرفية الإلكترونية فهي تؤثر سلبياً على رضا العميل إذا فقد المصرف مصداقيته فالسرية هي الكفاءة والنزاهة و حسن الثقة.(عبد الستار محمدالعلي، 2000)

رابعاً: علاقة الأمان برضا العميل

تعد من العقبات التي يواجهها البنوك وهي من أهم النتائج المتوقعة لتحقيق رضا العميل لقد ثبت أن الأمان هو أحد العوامل التي تحدد للعميل أن يبدأ أو يواصل معاملاته المصرفية الإلكترونية أو العكس. فعلى البنك أن يوفر موقع آمن يحافظ على خصوصية العميل ويحافظ على سرية معاملاته وتزيد من عملية تبادل المعلومات الموثوقة والأمنة. (عبد الستار محمدالعلي، 2000)

خلاصة

إن سبب وجود المصارف مرتبط بدرجة كبيرة بإرضاء عملائها وإشباع حاجاتهم ورغباتهم وكسب ولائهم وتصميم خدمات مصرفية تتفق مع توقعاتهم، وعليه فعملاء المصارف يتجهون لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية لما تحققه لهم من مزايا خاصة سرعة الأداء وقلّة التكاليف، هذا التوجه جعل المصارف تتجه لاستخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تقديم خدماتها للاستفادة بدورها من مزايا تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية.

إن تقديم الخدمات الإلكترونية يحتم على المصارف التركيز على جودتها والتخطيط لجعلها تلبّي حاجات ورغبات عملائها، ومن ثم ضرورة البحث عن أهمية أبعاد جودة الخدمة الإلكترونية (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية والأمان) وتأثيرها في رضا العميل المصرفي، وتكمن الأهمية في مختلف ردود الأفعال المعبر عنها من طرف العميل لذلك يجب على المصارف الاهتمام بالأبعاد المكونة لجودة الخدمة الإلكترونية واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومختلف تطبيقاتها لإشباع حاجات ورغبات العملاء ومن ثم التغطية والمتابعة المستمرة لرضا العميل.

الجانب التطبيقي

الفصل الثاني
أثر جودة الخدمة
المصرفية الإلكترونية
على رضا العميل
لبنك الفلاحة
والتنمية الريفية
وكالة جامعة
ولاية الوادي

تمهيد

بعد التطرق إلى الجانب النظري لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية وعلاقتها برضا العميل وبغرض اختبار هذه المفاهيم من خلال حالة عملية سيتم في هذا الفصل دراسة حالة عينة من عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR لوكالة جامعة ولاية الوادي ومحاولة التعرف على واقع جودة الخدمات الإلكترونية ورضا العميل في هذا البنك.

وعليه سنحاول من خلال هذا الفصل التطرق لمدخل عامة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية من خلال التطرق لنشأة البنك والتعريف بالوكالة محل الدراسة، إضافة إلى الإطار المنهجي للدراسة الميدانية لبنك BADR وعرض وتحليل نتائج الدراسات .

ومن خلال هذا سنقوم بتوضيح أهم وسائل الدفع الإلكتروني وبطاقات الدفع الإلكترونية المتاحة حالياً في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وبإضافة لخدمة موقع الإلكتروني للبنك على الانترنت والتسهيلات المتوفرة عبر خدمة المقاصة الإلكترونية وهذا انطلاقاً من المباحث التالية:

المبحث الأول: مدخل عام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية.

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة.

المبحث الثالث: المعالجة الإحصائية للدراسة الميدانية.

المبحث الأول: مدخل عام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية

يعد بنك الفلاحة والتنمية الريفية من البنوك الأكثر انتشارا على مستوى الوطن، ويحتوي على وكالات وفروع مكثفة، وذلك لتقريب مصالح البنك من مختلف المستفيدين منه، حيث سنتطرق في هذا المبحث إلى البنك محل الدراسة من ناحية نشأته، تعريفه، هيكله، ومهامه.

المطلب الأول: نشأة وتطور ومهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية

أولا: نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية

عرفت المنظومة المصرفية الجزائرية سلسلة من الإصلاحات و ميلاد البنوك، كان لها دور في تفعيل المهنة المصرفية، منها بنك الفلاحة و التنمية الريفية الذي عرف النور بعد إعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري بمقتضى المرسوم رقم 82 / 106 الصادر في 11 جمادى الأولى 1402 هـ الموافق ل 13 مارس 1982، وكانت الانطلاقة الفعلية لهذا البنك في 2 نوفمبر 1982. (معلومات مقدمة من طرف بنك التنمية الفلاحة والتنمية الريفية، 2020)

حيث اعتبر آنذاك وسيلة من الوسائل الرامية إلى المشاركة في تنمية القطاع الزراعي وترقية الريف حيث قدر رأس ماله في تاريخ الإنشاء 12 000.00 دج، كما يعتبر بنك تجاري يمكنه جمع الودائع و هو مؤسسة ذات أسهم يقدر رأسمالها الحالي إلى 54 مليار دج و مقرها الاجتماعي هو 17 شارع العقيد عميروش في الجزائر العاصمة، ويتكون من 300 وكالة و 39 مديرية جهوية.

يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية البنك الأول في ترتيب البنوك الجزائرية حسب التقرير الذي نشرته مجلة قاموس البنوك طبعة 2001 وذلك من حيث توزيع وكثافة شبكته ويحتل البنك حسب نفس المجلة المركز 668 في الترتيب العالمي من بين 4100 بنك. (معلومات مقدمة من طرف بنك التنمية الفلاحة والتنمية الريفية، 2020)

ثانيا - مراحل تطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية

مر بنك الفلاحة والتنمية الريفية بأربعة مراحل أساسية، أبرزها (معلومات مقدمة من طرف بنك التنمية الفلاحة والتنمية الريفية، 2020)

1-2- المرحلة الأولى (1982- 1990): كان هدف البنك فرض وجوده ضمن العالم الريفي، فقام بفتح العديد من الوكالات في المناطق ذات الطبيعة الفلاحية، وبذلك اكتسب البنك سمعة جيدة ومكانة عالمية في القطاع الزراعي، قطاع الصناعات الغذائية والصناعات الميكانيكية الفلاحية .

2-2- المرحلة الثانية (1990- 1999): تميزت هذه المرحلة بصور قانون 10/90 القاضي بإلغاء تخصص البنوك الشيء الذي مكن بنك الفلاحة والتنمية الريفية من توسيع مجالات نشاطه خاصة في قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة مع إبقاءه على نشاطه في المجال الفلاحي، وتميزت هذه الفترة بإدخال تكنولوجيا الإعلام الآلي إلى البنك.

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

- سنة 1991: تم تطبيق نظام (SWIFT) لتطبيق عمليات التجارة الخارجية.
- سنة 1992: وضع برنامج 3(SYBU) لتطبيق عمليات التجارة الدولية للقيام بالعمليات البنكية من تسيير القروض وتسيير عمليات الصندوق، وتسيير مودعات الفحص عن بعد لحساب الزبائن واستخدام الإعلام الآلي في العمليات التجارية الدولية.
- سنة 1993: إنهاء عملية إدخال الإعلام الآلي على جميع العمليات البنكية.
- سنة 1994: استخدام بطاقة السحب والتسديد لبنك الفلاحة والتنمية الريفية .
- سنة 1996: إدخال عملية الفحص السلبي (ELETRAITMONT) في فحص وانجاز العمليات البنكية عن بعد في الوقت الحقيقي.
- سنة 1998 : تشغيل بطاقات السحب ما بين البنوك(CIB) .

2-3- المرحلة الثالثة (2000-2002)

- شهدت هذه الفترة عدة انجازات من طرف البنك من أجل بعث نفس جديدة في مجال الاستثمارات المنتجة حتى يساير نشاطها و مستوى مردود قواعد السوق، حيث رفع بنك بدر في إطار تدخله في تمويل الاقتصاد حجم القروض لفائدة المؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة، كما رفع من مستوى معاوناته للقطاع الفلاحي، وقام في إطار مسيرته للتحويلات الاقتصادية والاجتماعية العميقة بوضع برنامج خماسي فعلي، يركز على عصرنه البنك وتحسين الخدمات، ونتجت عن هذه الإنجازات في الفترات التالية:
- سنة 2000: القيام بإحصاء دقيق لنقاط ضعف وقوة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، ووضع مخطط لمسايرة المعايير الدولية.
 - سنة 2001: تم إحداث تطهير في الميدان المحاسبي والمالي، بالإضافة إلى إعادة النظر و تقليل الوقت وتخفيف الإجراءات الإدارية و النقدية المتعلقة بملفات القروض لمدة تتراوح من 20 إلى 90 يوما سواء بالنسبة لقروض الاستغلال أو بالنسبة لمكان التسليم لغرض الدراسة، كما قام بإدخال مخطط جديد في الحسابات على مستوى الحسابات المركزية، و تعميم شبكة (PAE-MEGA) على الوكالات .
 - سنة 2002: دراسة مشروع "البنك الجالس" وتدعيم نظام الشبكة المحلية مع إعادة تنظيم البرنامج "SYBU" كزبون مقدم للخدمة".SERVEUR CLIENT.

2-4- المرحلة الرابعة (2003-2004):

- تحسين مشروع بنك جالس بخدمات مشخصة عبر جميع الوكالات الأساسية على المستوى الوطني.

2-5- المرحلة الخامسة (2005-2015)

يمكن حصر أهم التطورات التي مست بنك الفلاحة والتنمية الريفية في الآتي:
القيام بتقديم خدماته مصرفية الكترونية كعرفة العميل لرصيده وحركة حسابه البنكي، بالإضافة إلى جميع كشوف الحسابات عن طريق فتحه لحساب في موقع تابع للموقع الرسمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية.
- فتح مركز اتصال للإيجابية على جميع التساؤلات العملاء الحاليين والمحتملين وانشغالهم على الرقم (0.21.42.84.28).

- المشاركة كعضو في النقابة التي أنشأتها بورصة الجزائر للقيام بدور وسيط يتمثل في جمع طلبات شراء أسهم الروبية لإنتاج المشروبات والعصائر وإرسالها إلى مكتب البورصة في الجزائر العاصمة.

ثالثا: مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية

تتمثل مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية في:

1. فتح الحسابات التجارية للزبائن بالدينار أو بالعملة الصعبة .
2. تمويل القطاع الفلاحي و الأنشطة المختلفة في الريف .
3. منح القروض و تلقي الودائع .
4. جمع الإدخارات التي يحصل عليها أصحاب الفائض المالي .
5. تحريك الدورة الاقتصادية و الإنعاش الاقتصادي .
6. كراء الخزائن الحديدية للزبائن .

كما له وظيفتين رئيسيتين هما: (ادارة بنك بدر، 2020)

- منح القروض وتلقي الودائع منحها لأصحاب العجز المالي.
 - جمع الودائع والإدخارات التي يحصل عليها أصحاب الفائض المالي.
- أما فيما يخص جانب الاقتراض لهذا البنك فهو يعتبر بنك مختص في هذا المجال ، فهو يمنح قروض لتمويل عدة قطاعات كالأشغال العمومية.

المطلب الثاني: ماهية بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة جامعة ولاية الوادي-

بعد التعرف على نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية- الجزائر- نتوجه إلى التعرف على بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة.

أولا: تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة جامعة ولاية الوادي -

دخل بنك الفلاحة والتنمية الريفية حيز الخدمة في سنة 1984 ، حيث يقع هذا الأخير وسط المدينة و يضم حاليا 12 عاملا وبالإضافة إلى (المدير). (معلومات مقدمة من طرف بنك التنمية الفلاحة والتنمية الريفية، 2020)

شرح الهيكل التنظيمي:

- 1- المدير: هو أعلى هيئة في الوكالة باعتباره مصدر كل القرارات و ينسق و يسير جميع المصالح.
 - 2- السكرتارية: استقبال و إرسال البريد ، تسجيل و تنظيم المراسلات الداخلية و الخارجية و القيام ببعض الخدمات الخاصة بالمدير .
 - 3- نائب المدير: يساعد المدير و ينوب عنه عند غيابه.
 - 4- المراقب: (1) يحتوي على:
المصلحة الداخلية (الخلفية) و هو قسم داخلي للبنك تتجمع فيه الإمكانيات التقنية و البشرية، و تتكون هذه المصلحة من:
 1. المكلف بالقروض: أي يختص بالدراسة المالية والتحليل المالي للملف و أخطار قيمة القروض و تقدير نسبة الربح و المتابعة المستمرة من أجل تقدير المشاريع الاستثمارية الممولة من طرف البنك و تحضير تقرير مفصل عن النشاط التدريجي.
 2. المكلف بالتمويل: خاصة بالتمويل من حساب إلى حساب .
 3. المكلف بالحفاظة: الخاص بالشبكات و السفنجة للأموال.
 4. المكلف بالتجارة الخارجية: كصرف العملة الصعبة .
 5. المكلف بالمحاسبة و المراقبة: أي المراقبة اليومية و المقيدة و القوانين و يحفظ الحسابات
 6. المكلف بالمقايضة: في السابق كانت آلية في البنك المركزي و الآن أصبحت الكترونية
 - 5- المراقب: (2) و يحتوي على:
المصلحة الخارجية الواجبة و تتكون من:
 1. فحص الحسابات و تكون المراقبة يومية شهرية، إذا كان هناك خلل تقني تقوم بالتحقيق .
 2. قسم الخدمات الحرة: و يضم سحب الكشوفات و التوزيع الآلي للأوراق.
 3. قسم الخدمات الشخصية: و يضم مرشد الزبائن المكلف بالزبائن و ينوع عددهم حسب الخدمات الموجودة داخل البنك ويتراوح بين 4 أو أكثر.
- و يتم الربط بين القسمين عن طريق منسق. (مصلحة القروض بنك الفلاحة والتنمية الريفية، 2020)

المطلب الثالث: خدمات بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة جامعة ولاية الوادي-

أولاً: الخدمات التقليدية للبنك : (معلومات مقدمة من طرف بنك التنمية الفلاحة والتنمية الريفية، 2020)

يقدم بنك الفلاحة والتنمية الريفية مجموعة متنوعة من الإيداع والقروض يتمثل أهمها فيما يلي:

1- خدمات الادخار:

تتمثل الخدمات التي يقدمها البنك لجذب مدخرات الزبائن وتمكينهم من توظيفها لديه على شكل :

1-1- سند صندوق: هو عبارة عن ورقة مالية أو سند مالي له شكل خاص به، مسجل فيه كل المعلومات الخاصة و مرقم بمبالغ مالية تبدأ من 10 آلاف دينار إلى غاية 100 مليون، وهو نوع من أنواع استقطاب المال للبنك تختلف المدة فيه حسب طلب الزبون، فهناك سندات صندوق تختلف من حيث معدل الفائدة وتاريخ سحب الفرد لها.

1-2- دفتر التوفير بفائدة: هذا الدفتر لبنك الفلاحة والتنمية الريفية جعل بهدف جذب الودائع ابتداء من 10.000 دج إلى أقصى حد مقابل إعطاء البنك لفائدة جراء هذا الادخار سنويا، وتقدر نسبة الفائدة ب 1.75% و لصاحب هذا الدفتر الحق في الحصول على أمواله في الوقت الذي يريد ويشاء، غير أن هناك إجراءات تنظيمية قصد الحفاظ على الزبون و دفتري، ففي الحالة التي يريد الزبون سحب مبلغ مالي من غير الوكالة التي فتح فيها الدفتر فهو ملزم بسحب 20.000 دج فقط أسبوعيا، أما في الوكالة التي فتح فيها الدفتر فيحق له سحب المبلغ كاملا متى يشاء، وتقدم الوكالة عدة نصائح حول هذا الدفتر وله شكل معين.

1-3- دفتر التوفير من غير فائدة: وفرت الدولة هذا الدفتر قصد إيداع الناس لأموالهم باعتباره أن هناك شريحة كبيرة في المجتمع ترفض التعامل بالفائدة طبقا لما جاء في الشريعة الإسلامية فهو يقوم بادخار الأموال المودعة من الغير وله نفس الإجراءات المطبقة على دفتر التوفير بفائدة وهو جديد .

1-4- دفتر ادخار الأشبال: جاء هذا النوع من الودائع لفئة معينة من المجتمع، فهو موجه لمن هم غير مؤهلين قانونا بوصاية أولياء أمورهم، وهو منتج لقي رواج كبير لدى المجتمع وشجعت الدولة كونه يسهل الحياة للصغير دون 18 سنة، قصد مواجهة حياته الخاصة مقابل فائدة، وله إجراءات تنظيمية تختلف عن إجراءات دفتر الادخار الكبار، كون أن ولي الصغير له الحق في الفوائد فقط أما إذا أصر عن سحب ما دفع من المبالغ فإن البنك يقوم بغلق الحساب مباشرة ولهذا الدفتر امتيازات ذلك أن إيداع المال لمدة 5 سنوات على الأقل إلى غاية وصول الطفل إلى 18 سنة، يصبح له الحق في قرض بنكي ب 200.000.000 دج وعند منح البنك لهذا الدفتر فإنه يقدم مجموعة من التوصيات العامة .

1-5- ودائع لأجل: وهو عبارة عن حساب يوضع تحت تصرف الأشخاص الطبيعيين و المعنويين بإيداع الأموال الفائضة عن حاجتهم فيه إلى آجال محددة مقابل نسبة فوائد متغيرة من طرف البنك، الإشارة حدد

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

المبلغ الأدنى ب.10.000 دج لمدة لن تقل على ثلاثة أشهر، أما بالنسبة لودائع العملة الصعبة فقط حدد المبلغ.

2- خدمات الإقراض :

فيما يخص أبرز القروض الممنوحة من طرف بنك الفلاحة و التنمية الريفية - وكالة جامعة ولاية الوادي - ما يلي:

2-1- قروض استثمار: القروض الممنوحة لتمويل المشاريع طويلة المدى معظمها موجهة لاستصلاح الأراضي، حفر الآبار تجهيز بين 05 و 07 سنوات (CNAC,ANGEM,ANSEJ) العتاد الفلاحي...الخ و هي متمثلة في قروض التحدي أي القروض الممنوحة لتمويل المشاريع طويلة المدى معظمها موجهة للاستصلاح الأراضي.

2-2- قروض استغلال: و هي القروض الموجهة لتمويل الدورة الاستغلالية غالبا ما تكون لتمويل الأشغال العمومية و الأسواق و هي متمثلة في القرض الرفيق لمدة سنة عادة.

إضافة إلى هذه القروض هناك قروض تمنح لدعم الشباب إذ يشترط من طالب القرض تقديم شهادة التأهيل للاستفادة من الوكالة الوطنية لدعم و تشغيل الشباب و سنه بين 19 و 35 سنة، شهادة بطلالة زيادة على شهادة تأدية أو الإعفاء من الخدمة الوطنية، حيث تكون هنا مساهمة البنك المقدمة له من إجمالي القرض هي % 70 و النسبة الباقية (% 30) تقسم إلى مساهمة المقترض و مساهمة الدولة إضافة إلى ذلك تقديم الملف التقني الاقتصادي الذي يوضح أبعاد المشروع، أهدافه و مراحل له للبنك.

3- خدمات أخرى:

3-1- خدمات التأمين:

يقوم بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتقديم خدمة التأمين لزبائنه ضمن نشاطات 05 وكالة نموذجية للبنك بموجب اتفاقية الشراكة الموقعة شهر أبريل 2008 بين بنك الفلاحة والتنمية الريفية والشركة الجزائرية للتأمين وتتعلق هذه الخدمة ببيع منتجات التأمين المقترحة من قبل الشركة الجزائرية للتأمين عبر الوكالات الرئيسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية المتواجدة خاصة على مستوى عواصم الولايات، ويخص هذا الاتفاق منتجات التأمين على المخاطر الفلاحية المتعلقة بالحرائق والمحاصيل والبرد والمخاطر المتعددة للزراعات البلاستيكية، ومختلف أنواع تربية المواشي، كما تخص هذه الصيغة التي يقترحها بنك الفلاحة والتنمية الريفية التأمين على الأشخاص، والتأمين على السكن، ولضمان أحسن تسويق لمنتجاتها في مجال التأمين أجرى

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

المكلفون بالزبائن على مستوى البنك دورة تكوينية نظرية وتربصا تطبيقيا على مستوى وكالات الشركة الجزائرية للتأمين.

3-2- تبديل العملة: أي التحويلات المصرفية .

3-3- خدمة تأجير الخزائن الحديدية: يرى العميل في البنك المكان الأمين و المناسب لحفظ ممتلكاته الثمينة و سنداته المهمة من السرقة و الضياع، لهذا يلجأ إلى طلب خدمة تأجير الخزائن الحديدية التي توفرها البنوك و يقبل عليها العملاء لما تحققه لهم من أعلى درجات الأمان و السرية، و من هذا المنطلق يلتزم البنك بضمان سلامة الخزانة و المحافظة على محتوياتها و هو الالتزام بتحقيق النتيجة، مما يجعل البنك مسؤولا بقوة القانون عن الضرر الذي قد يلحق العميل نتيجة لعدم صلاحية مكان الخزانة، أو لوجود عيب فيها أو لتقصير في حراستها و ذلك لان خطاه مفترضا باستثناء حالة القوة القاهرة، كما يلتزم البنك بضمان سرية محتوى الخزانة و يتحقق هذا الأمر بجعل العميل ينفرد باستعمالها بشكل يحول دون علم احد بمحتوياتها، و ينطبق ذلك حتى على البنك فلا يمكنه معرفة نوعية و مقدار الأشياء الموجودة داخل الخزنة.

3-4- الخدمات المتعلقة بالدفع و التحصيل فيما يخص التعاملات الخارجية.

3-5- خدمات البنك للمعينة **consulte BADR**: التي تمكن الزبائن من معاينة و مراجعة التحويلات التي

طرأت على أرصدهم عبر استعمال الأرقام الشخصية السرية لهم المعطاة من طرف البنك من خلال

استعمال أجهزة الإعلام الآلي المتاحة.

3-6- فتح مختلف الحسابات للزبائن و تخليص الصكوك بأمر المعني أو بأمر الآخرين.

3-7- خدمات الفحص السلبي **télétraitement**: التي تسمح بخدمة أحسن لزبائن البنك باستعمال شبكة.

ثانيا: الخدمات الإلكترونية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة جامعة ولاية الوادي-

يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية من البنوك التي واكبت التغيرات التطورات الحاصلة على الساحة المصرفية من خلال انتهاجها مجموعة من الأنظمة الإلكترونية وذلك بغرض الارتقاء بخدماتها وابتكار أخرى أكثر حداثة من أجل تلبية حاجيات عملائها.يقوم المصرف بتقديم خدمات إلكترونية نذكر منها:

1- أنظمة الدفع الحديثة بالوكالة: (محمد محمود ابوفروة، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الانترنت، 2009)

تطبق وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية مجموعة من أنظمة الدفع الحديثة والتي بدورها تسهل عملية تقديم الخدمات وتسيير النشاط على مستوى الوكالة، ومن بين هذه الأنظمة نذكر منها:

1-1- نظام سويفت :

ويعرف أيضا بنظام التحويل الآلي للمدفوعات الدولية، والذي يتم بطلب من العميل حيث يلجأ هذا الأخير للبنك ويطلب منه أن يصدر تحويل لصالح عميل آخر بالخارج، فيخصم مبلغ التحويل من حساب العميل بالعملة الوطنية ويحول للعميل الآخر بالخارج بالعملة الأجنبية، ويعتبر الهدف الرئيسي من هذا النظام ضمان التبادل الآمن لمستندات المعاملات التجارية الإلكترونية، إذ يمكن من خلاله إرسال المعلومات بين المستعملين بسرية وأمان حيث يعمل هذا النظام بوضع توقيع رسمي على كل رسالة يتم إرسالها. ويعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية أول مصرف بالجزائر أستعمل شبكة سويفت للتحويل الآلي للمدفوعات سنة 1991، وتتميز هذه الشبكة بالخصائص التالية: الجاهزية، الحماية ، السرعة والأمان.

1-2- نظام المقاصة الإلكترونية:

بدأت الوكالة العمل بنظام المقاصة الإلكترونية سنة 2006، حيث أن العميل يقدم شيك للبنك من أجل تحصيله قيمته من بنك آخر، أو بهدف تحويل مبالغ لعملاء في بنوك أخرى، عند تسليم الشيك أو التحويل في شباك البنك يتم ملاً استمارة صكوك التحصيل حيث تسلم نسخة للعميل ويحتفظ البنك بنسختين وعندما تحول الشيكات لمصلحة المقاصة الإلكترونية تتم عملية تفقد البيانات ومن ثم تسوية الشيكات بإدخال بيانات الشيكات في النظام .

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

1-3- نظام سيرات:

SYRAT يقوم هذا النظام بتسوية العمليات لأي وكالة من وكالات بنك الفلاحة والتنمية الريفية، حيث تتم المعاملات بين فروع فقط، بدأ تطبيق هذا النظام فعليا على مستوى وكالة الوادي سنة 2005، يتم من خلاله تسوية شيكات العملاء كما هو الحال في المقاصة الإلكترونية مع ضمان مدة تحويل تصل إلى 3 أيام بعد أن كانت التسوية تتم في مدة 15 يوم.

1-4- نظام التسويات الفورية الإجمالية:

- يعتمد هذا النظام من طرف الوكالة في المعاملات المالية الكبيرة والتي تتجاوز قيمتها 10.000.000 دج، يحقق نظام التحويلات المالية الإجمالية عديد المنافع للمتعاملين نذكر منها :
 - تقليل من الأعمال الورقية، وكذا تكاليف العمليات المصرفية.
 - السلامة والأمن على غرار نظام المقاصة الإلكترونية حيث ألغى الخوف من سرقة الشيكات الورقية والحاجة إلى تناقل الأموال السائلة .
 - تحسين التدفق النقدي وسرعة تنقله.

1-5- معالجة التحويلات السريعة على مستوى الوكالة المرسله :

- تتلقى أمر بالتحويل وفاكس عليه عبارة (URGENT) ويتم التأكد من المعلومات كما هو الحال في العملية السابقة ثم تنفيذها، ويتم تحويل المبلغ لحساب المستفيد في نفس اليوم مع اقتطاع رسوم الخدمة وتكون مرتفعة نوعا ما عن رسوم التحويلات العادية .
- ومنه فإن بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة جامعة الوادي - يستخدم نظام الدفع الشامل لتسوية المبالغ الإجمالية في وقت حقيقي حيث تتم فيه التحويلات بصفة مستمرة وعلى الفور بدون تأجيل وعلى أساس.

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

3-2- أنواع بطاقة CIB: (موقع بنك بدر، 2020)

3-2-1- البطاقة الذهبية CIB:

هي بطاقة ذات سحب كبير بين البنوك تتيح إجراء المدفوعات والسحب بأمان على مدار الساعة والأسبوع، وهي مخصصة لعملاء بدر الدين يتجاوز راتبهم 100.000.00 دينار جزائر، والأشخاص الطبيعيين الذين يشتغلون مهمة معترف بها حسب الأصول ودخل الثابت و ممثلو أو وكلاء الشركات والشركات التي لها حساب جاري ولها ميزة المدفوعات على TPE، المدفوعات عبر الانترنت، عمليات السحب DAB-GAB، والتحقق من رصيد شبكة DAB/ATM BADAR.

شكل رقم (04): بطاقة الدفع الذهبية



المصدر: (موقع بنك الفلاحة والتنمية الريفية الجزائر، 2020)

وبطاقات الدفع تسمح باستخدامها على أجهزة TPE، وآلية الدفع يوضحها الشكل أدناه

شكل رقم (05): شبكة الدفع الإلكتروني



المصدر: (موقع بنك الفلاحة والتنمية الريفية الجزائر، 2020)

و TPE هو جهاز يتم تثبيته في نقاط البيع الخاصة بالعميل المعروفة باسم محطة الدفع الإلكتروني وهي إحدى الأصول التجارية التي تتيح قبول المدفوعات ومعالجتها بشكل آمن. (بنك بدر TPE، 2020)

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل ببنك الفلاحة والتنمية الريفية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

3-2-2- البطاقة الكلاسيكية CIB-CBR:

هي بطاقة صالحة في الجزائر مدة صلاحيتها محددة بسنتين تتيح إجراء السحب والدفع بأمان على مدار 24 ساعة في اليوم و7 أيام /7 ولها ميزة المدفوعات على TPE، المدفوعات عبر الانترنت، عمليات السحب DAB-GAB، والتحقق من رصيد شبكة DAB/ATM BADAR. وهي بطاقة مخصصة للأصحاب الحسابات بالدينار الطبيعيين الذين يشتغلون مهمة معترف بها حسب الأصول ودخل الثابت و ممثلو أو وكلاء الشركات والشركات التي لها حساب جاري.

شكل رقم (06): البطاقة CIB



المصدر: (موقع بنك الفلاحة والتنمية الريفية الجزائر، 2020)

شكل رقم (07) : البطاقة CIBR



المصدر: (موقع بنك الفلاحة والتنمية الريفية الجزائر، 2020)

3-2-3- بطاقة بدر توفير:

هي بطاقة مدعومة من حساب التوفير بفائدة أو غير فائدة LEB/LEF وهي صالحة لمدة سنين في الجزائر فقط تتيح إجراء بأمان على مدار 24 ساعة في اليوم و7 أيام /7 ولها ميزة المدفوعات على TPE المدفوعات عبر الانترنت، عمليات السحب DAB-GAB، والتحويلات من الحساب الجاري إلى حساب التوفير عبر الصراف الآلي لشبكة بدر. (موقع بنك بدر، 2020)

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل ببنك الفلاحة والتنمية والتممية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

شكل رقم (6) : البطاقة بدر توفير



المصدر: (موقع بنك الفلاحة والتنمية الريفية الجزائر، 2020)

3-3- كيف أستخدم بطاقة CIB:

- الدفع عن قرب: مستحقات السلع و الخدمات المقتتية من تجار شبكة.
- الدفع عن بعد: مستحقات السلع و الخدمات المقتتية عبر المواقع التجارية لشبكة السحب النقدي على آلات شبكة.
- استخدام خدمات أخرى التي يمنحها البنك.
- وصل الدفع: لكل معاملة دفع تمت ببطاقة يتم إصدار الوصل لزبون يحتوي على معلومات تتعلق بمعاملة الدفع ومعطيات أخرى، نشؤها يجب الحفاظ على وصل الدفع لاستخدامه في حالة شكوى.
- المحلات التي تتوفر على خدمة الدفع، و التي تحتوي في واجهتها على شعار CIB دفع الفواتير عن بعد بالنسبة لسيال، اتصالات الجزائر، موبيليس، جيزي، أوريدو و تذاكر الطائرات بالنسبة للخطوط الجوية الجزائرية و طيران الطاسيلي و التأمينات على شركة أمانة و الصندوق الوطني للعمال الأجراء. (موقع بنك بدر، 2020)

3-4- البطاقة البنكية الدولية:

بطاقة ماستر كارد الدولية الجديدة المصممة لتوفير للعميل أعلى مستوى من الراحة والثقة والأمان وتوجد أنواع لها: (موقع بنك بدر، 2020)

3-4-1- بطاقة التيتانيوم :

يمكن الاستفادة منها في الخصومات الكبيرة الممنوحة عبر الموقع الإلكتروني <https://www.priceless.com/> والاستفادة أيضا من مائة عرض في الفنادق والمطاعم الفاخرة والمنتجات المحلية الفاخرة والأنشطة الترفيهية في منطقة الشرف الأوسط وإفريقيا، وتتم الاستفادة منها عن طريق فتح حساب بالدينار وأخر باليورو ومن ثم إيداع 200 يورو على الأقل في حساب اليورو بإضافة إلى مبلغ الدينار. وتتميز بطاقة انه يمكن سحب 1000 أورو في الأسبوع ويكون الدفع أو الشراء أون لاين بمبلغ 5000 أورو في الأسبوع أما السحب يكون من الموزعات النقدية التي تحمل شعار ماستر كارد فقط وتبلغ رسوم بطاقة ب 8500 دينار سنويا بإضافة إلى مصاريف السحب والشراء المقدرة ب 25% + 2 أورو عن كل عملية سحب وتقدر مدة صلاحية بسنتين قابلة لتجديد أما مدة وصل البطاقة من البنك تقدر ب 15 يوما تقريبا.

3-4-2- البطاقة الكلاسيكية:

يمكن الاستفادة منها في الخصومات الكبيرة الممنوحة عبر الموقع الإلكتروني <https://www.priceless.com/> وهي بطاقة ماستر كارد عادية ولديها مميزات وشروط خاصة بها من خلال مايلي : (ماستر كارد لبتك BADAR، 2020)

حيث تم وضع شروط للحصول عليها منها يجب فتح حساب بالدينار وأخر باليورو وإيداع 100 يورو على الأقل في حساب اليورو بإضافة إلى مبلغ الدينار وتكمن مميزات البطاقة تمكن من سحب 800 أورو في الأسبوع ويكون الدفع أو الشراء أون لاين بمبلغ 250 أورو في الأسبوع أما السحب من الموزعات النقدية التي تحمل شعار ماستر كارد و تبلغ الرسوم 6000 دينار سنويا بإضافة إلى مصاريف السحب والشراء المقدرة ب 25% + 2 أورو عن كل عملية سحب .

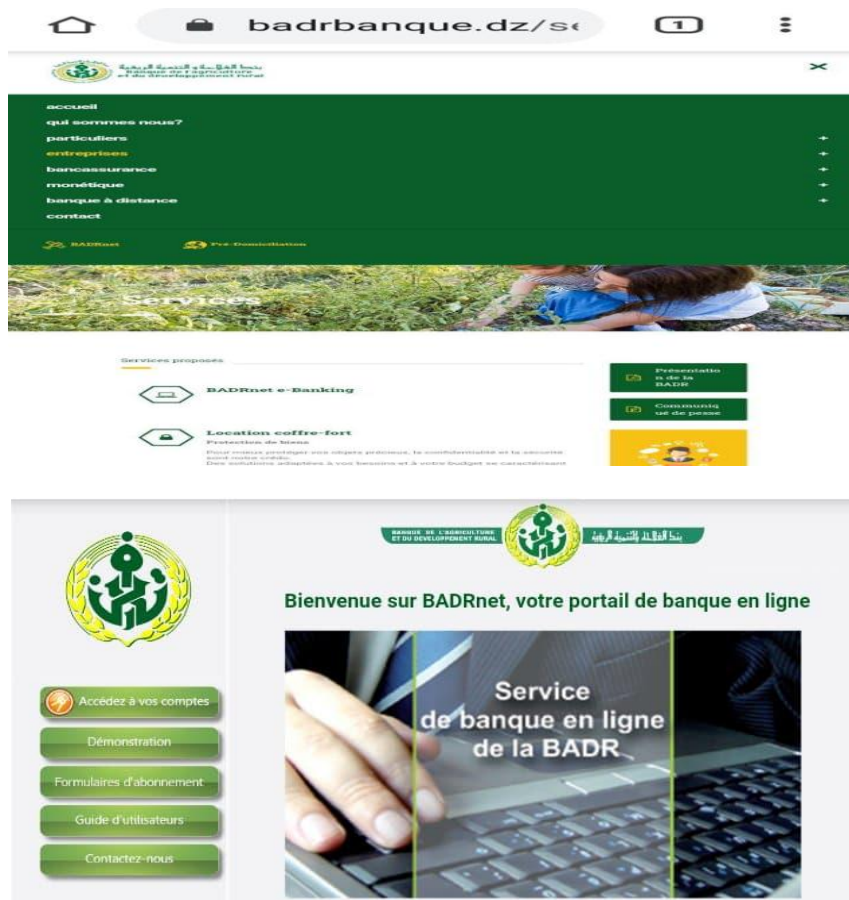
ثالثا: الخدمات المقدمة عبر الموقع الإلكتروني للبنك:

يعتبر مصرف بدر من أهم المصارف العمومية التي حاولت جاهدة من اجل تطوير الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تندرج ضمن ما يسمى E-Banking، وهذه الخدمة تسمح للعميل بفحص الحساب إلكترونيا أي باستخدام الإنترنت وذلك من خلال 24/24 ساعة و 7/7 أيام، وتعتبر هذه الخدمة نقطة تحول في مستوى تقديم الخدمات وعلاج الكثير من المشاكل، كالسرقة والضياع، بالإضافة إلى اختصار للوقت والجهد وتقليل التكاليف، واستخدام تكنولوجيا حديثة تتوافق مع احتياجات العملاء.

ويتمثل الموقع الرسمي وهو: <https://badrbanque.dz/>

و الشكل الموالي يوضح صورة الموقع الإلكتروني للبنك محل الدراسة:

الشكل(09): الموقع الإلكتروني لبنك الفلاحة والتنمية الريفية



المصدر: (موقع بنك الفلاحة والتنمية الريفية الجزائر، 2020)

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

ومن بين الخدمات الإلكترونية التي يقدمها مصرف الفلاحة والتنمية الريفية الإلكتروني نجد:

- 1- **طلب الاشتراك:** مخطط مصرف بدر الإلكتروني يمكن الاستفادة من عدة خدمات يقوم العميل بإدخال البيانات الشخصية المطلوبة بشكل صحيح، ويطلب منه طريقة وصول كلمة السر إليه، بالإضافة إلى إتباع بعض الخطوات وذلك ليقوم المصرف بحفظ المعلومات بطريقة آمنة .
- 2- **الاطلاع على الحساب:** بعد إدخال العميل لكلمة المرور ورقم الاشتراك الخاص به، يعرض المصرف الإلكتروني مباشرة كشف الحساب الخاص به .
- 3- **طلب دفتر الشيكات:** أصبح بإمكان العميل طلب دفتر الشيكات دون التنقل إلى مقر الوكالة وذلك عن طريق ملئ استمارة إلكترونية في الموقع .
- 4- **التحويل المالي:** ويكون من حساب العميل إلى حساب آخر .
- 5- **قبول طلبات القروض:** و التسليفات لغايات شخصية أو استهلاكية، أو لتنشيط الأعمال من خلال قروض مباشرة أو تسهيلات مصرفية مربوطة بالحساب الجاري .
- 6- **الإطلاع على أسعار العملات في البورصات العالمية:** والقيام بعمليات المتاجرة بالأوراق المالية، عن طريق إرسال العميل إلى المصرف لطلب شراء أو بيع الأوراق المالية.

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة

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

وسوف يتم من خلال الدراسة الميدانية معرفة أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية كمتغير مستقل على رضا العميل المصرفي، تم إجراء هذه الدراسة وفق الخطوات الآتية:

1. إعداد أداة الدراسة بصورتها النهائية.
2. تحديد أفراد مجتمع الدراسة.
3. اختيار عينة الدراسة.
4. توزيع الاستبيانات على عينة الدراسة.
5. تفرغ البيانات وإدخال البيانات إلى الحاسب ومعالجتها إحصائياً باستخدام البرنامج spss.

المطلب الأول: أدوات جمع البيانات

تم الاعتماد على مجموعة من الأدوات لجمع البيانات للوصول إلى أهداف الدراسة، هذه الأدوات هي:

1- الملاحظة: تعتبر الملاحظة من الوسائل الأساسية التي يتم من خلالها تم تجميع البيانات التي يتطلبها البحث العلمي، وبناء على هذا كانت الملاحظة وسيلة هامة لجمع المعلومات ذات الصلة بموضوع دراستنا، وكان ذلك من خلال الزيارات الاستطلاعية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بجامعة، وعند تطبيق وتوزيع الاستمارة على أفراد العينة وقد ساعدت الملاحظة على فهم أعمق بما يدور في البنك.

2- المقابلة: وهي محادثة موجهة بين الباحث وشخص أو أشخاص آخرين بهدف الوصول إلى حقيقة أو موقف معين يسعى الباحث للتعرف عليه من أجل تحقيق أهداف الدراسة، وقد تم التخطيط للاعتماد على المقابلة المخططة لكن ظروف انتشار وباء الكوفيد جعلتنا نكتفي بالاستمارة كأهم وسيلة لجمع البيانات.

3- الاستبيان:

تم الاعتماد على الاستبيان وذلك بعد مراجعة أدبيات الدراسة والدراسات السابقة ذات العلاقة بالموضوع

وقد تضمنت الاستبانة التي يوضحها الملحق (2) جزأين:

الجزء الأول: خاص بالبيانات الشخصية لعينة الدراسة وتمثل في: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، سنوات التعامل مع المصرف، الخدمات الإلكترونية المستفاد منها.

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

الجزء الثاني: خاص بمتغيرات الدراسة وبلغت عدد فقراته 31 فقرة و التي هي : جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية كمتغير مستقل و رضا العميل المصرفي كمتغير تابع.

جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية:

- 1- توفير الوقت : تشمل العبارات من 01 إلى 06
- 2- سهولة الاستخدام: تشمل العبارات من 07 إلى 13
- 3- السرية: تشمل العبارات من 14 إلى 18
- 4- الأمان: يشمل العبارات من 19 إلى 25
- 5- رضا العميل المصرفي: يشمل العبارات من 26 إلى 31

وقد صممت فقرات الاستبيان على أساس مقياس ليكرت (Likert Scale) خماسي الأبعاد

المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة

1- **مجتمع الدراسة:** من العوامل الأساسية التي يجب على أي باحث تحديدها قبل البدء في دراسته وهو تحديد مجتمع الدراسة، والذي يعرف على أنه جميع المفردات التي لها صفة أو صفات مشتركة وجميع هذه الصفات خاضعة إلى الدراسة .

وقد تم تطبيق هذه الدراسة على بنك الفلاحة والتنمية الريفية لوكالة جامعة ولاية الوادي، وبالتالي فالمجتمع يمثل كل عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية لوكالة جامعة ولاية الوادي.

2-عينة الدراسة:

مجتمع الدراسة المتمثل في زبائن بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة جامعة وأمام استحالة الحصر الشامل لكل مفردات المجتمع تم اختيار عينة وتم توزيع 60 استبيانا على عينة عشوائية من عملاء البنك وتم استرجاع 56 استبيانا صالحا للمعالجة الإحصائية كما تم توزيع الاستبيان ورقيا بمساعدة موظفي البنك.

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

المطلب الثالث: صدق وثبات الاستبيان

أولاً: صدق المحكمين (الصدق الظاهري):

يتمتع مقياس الدراسة، ومن خلال نظرة المحكمين الظاهرية له بدرجة جيدة من الصدق الظاهري، ونلجأ للصدق الظاهري للتأكد من مدى ملائمة العبارات لقياس ما وضعت لأجله ومدى وضوحها ومدة كفايتها لتغطية كل محور من محاور متغيرات الدراسة، وقد تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين الملحق رقم (3) وقد تم أخذ ملاحظاتهم وعلى هذا الأساس تم إجراء التعديلات المطلوبة، وتمت صياغة الاستبيان في شكله النهائي.

ثانياً: معامل ثبات درجات المقياس:

وللتحقق من مؤشرات ثبات المقياس وأبعاده تم حساب معامل ألفا كرونباخ وهو ثبات للاتساق الداخلي (Cronbach's Alpha) والجدول رقم (02) يوضح نتائج مؤشرات ثبات المقياس:

جدول (02) مؤشرات ثبات معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Coefficient Alpha)

المقياس وأبعاده	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
توفير الوقت	06	0.635
سهولة الاستخدام	07	0.871
السرية	05	0.854
الأمان	07	0.709
رضا العميل	06	0.751
المقياس الكلي	31	0.914

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج Spss

يتضح من الجدول رقم (02)، أن قيم الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ للمقياس الكلي قد بلغ (0.914) علماً أن مستوى القبول لمعامل ألفا كرونباخ هو (0,60) فأكثر، وتراوحت قيم معامل الثبات لدى أبعاد المقياس ما بين (0.635) بالنسبة لبعد توفير الوقت و(0.871) بالنسبة لبعد سهولة الاستخدام، وهي قيم لمعامل ثبات مرتفعة باستخدام معامل ألفا كرونباخ، وجميعها قيم مقبولة في مثل هذه المقاييس، وبالتالي صلاحيتها للاستخدام في هذه الدراسة.

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

المبحث الثالث: المعالجة الإحصائية للدراسة الميدانية

من خلال هذا المبحث سنقوم بتحليل الإحصائي لنتائج الاستبيان باستخدام برنامج spss، وذلك انطلاقاً

من وصف خصائص العينة وتحليل إجابات العينة حول متغيرات الدراسة ثم اختبار فرضيات الدراسة.

المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة

سوف نقوم بعرض خصائص عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول(03): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	أنثى	34	60.7%
	ذكر	22	39.3%
	المجموع	56	100%
السن	من 20 سنة - إلى 30 سنة	18	32.1%
	من 30 سنة - إلى 40 سنة	28	50%
	من 40 سنة - إلى 50 سنة	6	10.7%
	من 50 سنة فأكثر	4	7.1%
	المجموع	56	100%
التحصيل العلمي	ثانوي وأقل	20	35.7%
	جامعي	33	58.9%
	دراسات عليا	3	5.4%
	المجموع	56	100%
سنوات التعامل مع المصرف	من سنة - إلى 5 سنوات	32	57.1%
	من 5 سنوات - إلى 10 سنوات	18	32.1%
	من 10 سنوات فأكثر	6	10.7%
	المجموع	56	100%
الخدمات الإلكترونية التي استفاد منها العميل	البطاقة الذهبية (CIB)	31	55.4%
	البطاقة الكلاسيكية (CIB-CBR)	14	25%
	بطاقة بدر للتوفير	7	12.5%
	البطاقة الدولية تيتانيوم	1	1.8%
	البطاقة الدولية الكلاسيكية	2	3.6%
	جهاز محطة الدفع الإلكتروني (TPE)	1	1.8%
	المجموع	56	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

من خلال الجدول رقم (03) نلاحظ مايلي:

- 1- **الجنس:** أن عدد الإناث اكبر من عدد الذكور حيث بلغ 22 بنسبة 39.3% و عدد الإناث 34 بنسبة 60.7% من إجمالي عينة الدراسة.
- 2- **العمر:** توزعت على الفئات الأربع و لكن بنسب متفاوتة حيث نجد اكبر نسبة في الفئة من 30 سنة إلى 40 سنة بنسبة 50 % تليها الفئة الأولى من 20 سنة إلى 30 سنة بنسبة 32.1% ثم الفئة الثالثة من 40 سنة إلى 50 سنة بنسبة 10.7% ثم تليها الفئة الأخير من 50 فأكثر بنسبة 7.1%.
- 3- **التحصيل العلمي:** من خلال الجدول نلاحظ أن غالبية أفراد عينة الدراسة توزعت بنسب متفاوتة بين المستوى العلمي ثانوي أو أقل بنسبة 35.7% بينما نجد المستوى الجامعي بنسبة 58.9% و أما حملة شهادة دراسات عليا متخصصة بنسبة 5.4% و في الأخير من خلال هذه النتائج نجد أن اكبر نسبة هي لمستوى الجامعي مما ينعكس على توافر الرصيد المعرفي لدى هؤلاء الأفراد
- 4- **سنوات التعامل مع المصرف:** توزعت على الفئات الثلاثة و لكن بنسب متفاوتة حيث نجد اكبر نسبة في الفئة الأولى من سنة إلى 5 سنوات بنسبة 57.1% تليها الفئة الثانية من 5 سنوات إلى 10 سنوات بنسبة 32.1% ثم الفئة الثالثة من 10 سنوات فأكثر بنسبة 10.7%.
- 6- **الخدمات المصرفية المستفاد منها:** حيث توزعت إلى 6 خدمات حيث نجد أكبر نسبة البطاقة الذهبية (CIB) بنسبة 55.4% ثم في مرتبة الثانية البطاقة الكلاسيكية بنسبة 25% ثم مرتبة الثالثة بطاقة بدر للتوفير بنسبة 12.5% ثم المرتبة الرابعة البطاقة الدولية الكلاسيكية بنسبة 3.6% ثم في الأخير تأتي البطاقة الدولية تيتانيوم جهاز (TPE) بنفس النسبة بنسبة 1.8%.

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

المطلب الثاني: تقييم العينة لمتغيرات الدراسة

تهدف هذه الدراسة التعرف على أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل و من أجل تحقيق ذلك استخدمنا إستبانة مؤلفة من (31) فقرة تم توزيعها على عينة مؤلفة من (56) من زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية بجامعة ولاية الوادي، و قد تم استخدام مقياس (ليكارت الخماسي) المكون من خمس درجات (1-5)، وقد اخترنا أن يكون المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين على كل عبارة .

الجدول رقم (04): الحدود العليا والدنيا لمقياس ليكارت (Likert) الخماسي

الوزن	الرأي	عندما يقع المتوسط في هذا المجال	فاتجاه المبحوثين هو
نحسب المدى الإحصائي 5 -4=1 ثم يقسم على عدد الخلايا 4/5 = 0.79 تقريبا ويتم إضافته إلى الحدود الدنيا بدء من الواحد الصحيح			
1	غير موافق بشدة	1.79-1	منخفض جدا،
2	غير موافق	2.59-1.8	منخفض
3	محايد	3.39-2.6	محايد
4	موافق	4.19 -3.4	مرتفع، عال
5	موافق بشدة	5 -4.2	مرتفع جدا، عال

المصدر: (مسعود ربيع، رندة جرودي،، 2017)

وللإجابة على هذا السؤال تم استخدام التكرارات والنسبة المئوية للإجابات على مفردات مقياس جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية ورضا العميل في أبعاده الخمسة وباستخدام كذلك المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لكل مفردة وترتيب مستوى الأهمية، والجدول التالية، توضح نتائج ذلك:

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

جدول (05) مستويات جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية ورضا العميل، والأهمية النسبية لكل مفردة.

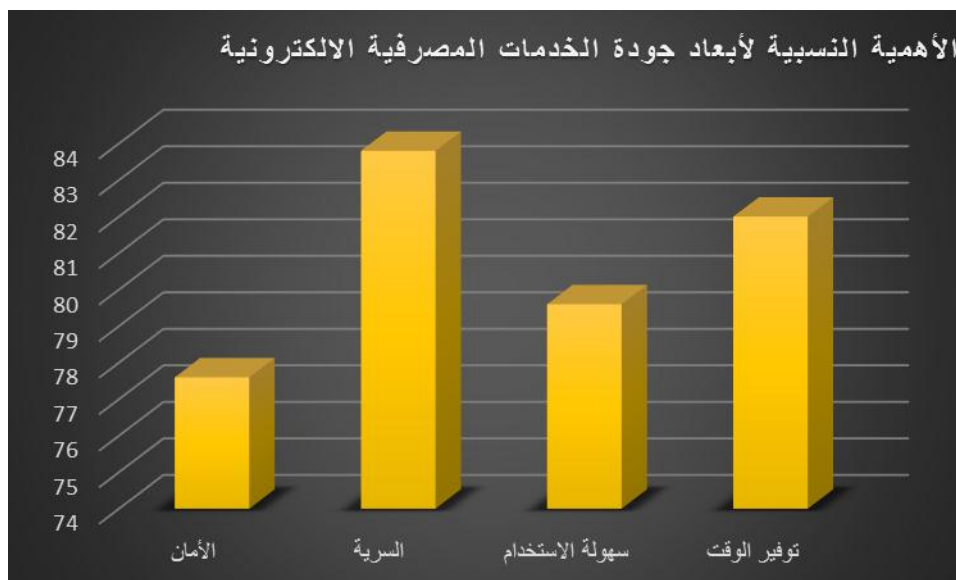
رقم العبارة	العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى القبول
01	أفضل استخدام الخدمات الإلكترونية المقدمة عبر الموقع الإلكتروني لأنها توفر لي الوقت.	4.43	0.684	88.6	مرتفع جدا عالي
02	أفضل الخدمات المقدمة عبر الصراف الآلي لأنها توفر لي الوقت.	4.39	0.493	87.8	مرتفع جدا عالي
03	أفضل الحصول على الخدمات عبر هاتفي النقال لأنها توفر لي الوقت.	4.25	0.837	85	مرتفع جدا عالي
04	يقوم البنك بتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية دون تأخير.	4.07	0.783	81.4	مرتفع عالي
05	يتم الرد على استفساراتي بشكل سريع.	3.66	1.014	73.2	مرتفع عالي
06	يمكن الدخول لموقع البنك والاستفادة من الخدمات في وقت قصير.	3.79	0.929	75.8	مرتفع عالي
	توفير الوقت	4.10	0.318	82	مرتفع عالي
07	يمكنني استخدام موقع الانترنت الخاص بالبنك وفهمه والتعامل بسهولة من خلال الهاتف النقال أو الكمبيوتر.	4.13	0.896	82.6	مرتفع عالي
08	من السهل إيجاد المعلومات والخدمات المصرفية أثناء تصفحي لموقع بنك الفلاحة والتنمية الريفية.	3.98	0.863	79.6	مرتفع عالي
09	يمكنني الاستفادة من خدمات الصراف الآلي بسهولة.	3.91	0.867	78.2	مرتفع عالي
10	من السهل التسجيل والدخول على الموقع الإلكتروني للبنك.	3.91	0.978	78.2	مرتفع عالي
11	يمكنني فهم لغة الموقع الإلكتروني بسهولة.	4.04	0.934	80.8	مرتفع عالي
12	يمكنني الاستفادة بسهولة من الخدمات الإلكترونية التي يقدمها البنك.	4.00	0.809	80	مرتفع عالي
13	يمكنني الاستفادة من المساعدة الفورية من البنك عبر الموقع الإلكتروني أو خدمات الهاتف.	3.89	0.824	77.8	مرتفع عالي
	سهولة الاستخدام	3.98	0.086	79.6	مرتفع عالي
14	يحافظ البنك على معلوماتي الشخصية عند التعامل بالخدمات الإلكترونية.	4.41	0.733	88.2	مرتفع جدا عالي
15	أقدم معلوماتي الشخصية عند الاستفادة من الخدمات الإلكترونية دون تردد.	4.21	0.825	84.2	مرتفع جدا عالي
16	يحافظ البنك على سرية التعاملات الإلكترونية المصرفية.	4.21	0.780	84.2	مرتفع جدا

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

مرتفع عالي					
مرتفع عالي	81	0.818	4.05	أثق في قدرة البنك على حماية تعاملاتي المصرفية من خلال البرامج الإلكترونية التي يستخدمها.	17
مرتفع عالي	81.4	0.783	4.07	أثق في قدرة البنك على عدم الإساءة في استخدام معلوماتي الشخصية.	18
مرتفع عالي	83.8	0.144	4.19	السرية	
مرتفع عالي	82.6	0.810	4.13	أشعر بالأمان أثناء التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية مع البنك.	19
مرتفع عالي	77.2	0.962	3.86	يجتهد البنك في حل المشاكل التي قد تواجهني عند الاستفادة من الخدمات الإلكترونية.	20
مرتفع عالي	77.6	0.955	3.88	المعلومات التي تقدم لي الكترونيا دقيقة وصحيحة.	21
مرتفع عالي	79	0.923	3.95	أشعر بالأمان عند الاستفادة من خدمات الصراف الآلي.	22
مرتفع جدا عالي	85.4	0.646	4.27	أدى تعاملي بالخدمات المصرفية الإلكترونية إلى التقليل من مخاطر ضياع وثائقي شيك، حوالة.	23
محايد	66.4	1.046	3.32	الخدمات المصرفية الإلكترونية خالية من الأخطاء.	24
مرتفع عالي	75	1.240	3.75	يمكنني الحصول على الكثير من الخدمات المصرفية الإلكترونية بشكل آمن دون الاضطرار لزيارة البنك.	25
مرتفع عالي	77.6	0.303	3.88	الأمان	
مرتفع جدا عالي	87.2	0.586	4.36	الخدمات المصرفية الإلكترونية للبنك تلبى حاجاتي و رغباتي.	26
مرتفع عالي	75	0.879	3.75	أنا واثق من مهارة موظفي البنك في تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية.	27
مرتفع عالي	76.8	0.804	3.84	الخدمات المصرفية الإلكترونية زادت من ارتباطي بالبنك.	28
مرتفع عالي	77.2	1.034	3.86	يسعى البنك إلى إضافة خدمات مصرفية الكترونية جديدة لتشكيلة خدماته.	29
مرتفع عالي	77.6	0.833	3.88	أنا راضي عن الخدمات الإلكترونية التي يقدمها البنك.	30
مرتفع عالي	82.2	0.867	4.11	سأوصي الآخرين أن يستخدموا الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها البنك.	31
مرتفع عالي	79.4	0.227	3.97	رضا العميل	

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

شكل رقم (06): قيم الأهمية النسبية لجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية



المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (05) والشكل رقم (06) ما يلي:

1- **بعد السرية:** نرى أن بعد "السرية" جاء بالترتيب الأول من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل عينة البحث بنسبة مئوية قدرت ب(83.8)، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (4.19) بانحراف معياري (0.144) وفقا لمقياس الدراسة فإن البعد يشير إلى مستوى قبول مرتفع عالي، كما نلاحظ من متوسط إجابات أفراد عينة البحث على عبارات مقياس "السرية" أنها تشكل مستوى مرتفع عالي، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (4.05 - 4.41) بانحرافات معيارية ما بين (0.825-733.0) فاستعرضنا لهذه المتوسطات والانحرافات تبين لنا إدراك أفراد العينة لأهمية **بعد السرية** وهذا يدل رضا العملاء على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من ناحية سرية المعلومات.

2- **بعد توفير الوقت:** نرى أن بعد "توفير الوقت" جاء بالترتيب الثاني من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل عينة البحث بنسبة مئوية قدرت ب (82)، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (4.10) بانحراف معياري (0.318) وفقا لمقياس الدراسة فإن البعد يشير إلى مستوى قبول مرتفع عالي، كما نلاحظ من متوسط إجابات أفراد عينة البحث على عبارات مقياس "توفير الوقت" أنها تشكل مسد توى مرتفع

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

عالي حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.66 - 4.43) بانحرافات معيارية ما بين (1.014-493.0) فاستعراضنا لهذه المتوسطات والانحرافات تبين لنا إدراك أفراد العينة لأهمية **ببعد توفير الوقت** وهذا يدل رضا العملاء على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من ناحية توفير الوقت.

3- بعد سهولة الاستخدام: نرى أن بعد "سهولة الاستخدام" جاء بالترتيب الثالث من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل عينة البحث بنسبة مؤوية قدرت ب (79.6)، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.98) بانحراف معياري (0.086) وفقا لمقياس الدراسة فإن البعد يشير إلى مستوى قبول مرتفع عالي كما نلاحظ من متوسط إجابات أفراد عينة البحث على عبارات مقياس "سهولة الاستخدام" أنها تشكل مستوى قبول مرتفع عالي ، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.89 - 4.13) بانحرافات معيارية ما بين (0.809-0.978) فاستعراضنا لهذه المتوسطات والانحرافات تبين لنا إدراك أفراد العينة لأهمية **ببعد سهولة الاستخدام** وهذا يدل رضا العملاء على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من ناحية سهولة الاستخدام.

4- بعد الأمان: نرى أن بعد "الأمان" جاء بالترتيب الرابع من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل عينة البحث بنسبة مؤوية قدرت ب (77.6)، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.88) بانحراف معياري (0.303) وفقا لمقياس الدراسة فإن البعد يشير إلى مستوى قبول مرتفع عالي ، كما نلاحظ من متوسط إجابات أفراد عينة البحث على عبارات مقياس "الأمان" أنها تشكل مستوى قبول مرتفع عالي ، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.32 - 4.27) بانحرافات معيارية ما بين (0.646-1.240) فاستعراضنا لهذه المتوسطات والانحرافات تبين لنا إدراك أفراد العينة لأهمية **لبعد الأمان** وهذا يدل إلى أن هناك بعض الشك مازال عند بعض العملاء على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من ناحية الأمان.

5- رضا العميل: نرى أن مقياس رضا العميل من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل عينة البحث بنسبة مؤوية قدرت ب (79.4)، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.97) بانحراف معياري (0.227) وفقا لمقياس الدراسة فإن المقياس يشير إلى نسبة مستوى قبول مرتفع عالي، كما نلاحظ من متوسط إجابات أفراد عينة البحث على عبارات مقياس "رضا العميل" أنها مستوى قبول مرتفع عالي، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.75 - 4.36) بانحرافات معيارية ما بين (0.586-1.034) فاستعراضنا لهذه المتوسطات والانحرافات تبين لنا إدراك أفراد العينة لرضاهم على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

كان فوق المتوسط ولكنه لم يرقى إلى الجودة المرتفعة للخدمات المصرفية الإلكترونية المنتظرة منها لدى عملائها.

المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

أولاً: اختبار الفرضية الرئيسية الأولى والتي تنص على أنه "جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية أثر على رضا العميل في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ولاية الوادي .

اختبار الفرضية الفرعية الأولى: والتي تنص على أنه " لسهولة الاستخدام أثر على رضا العميل في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ولاية الوادي .

الجدول رقم (07): نموذج أثر سهولة الاستخدام على رضا العميل

النموذج	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	قيمة F المحسوبة	مستوى المعنوية Sig
أثر سهولة الاستخدام على رضا العميل	0.866	0.749	351.1	0.000

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج Spss

يتضح من الجدول وجود أثر ذو دلالة إحصائية سهولة الاستخدام على رضا العميل ، حيث بلغ معامل الارتباط (0.866) وبمعامل تحديد يبلغ (0.749) أي ما قيمته 74% من التغييرات في رضا العميل ناتج عن التغيير في سهولة الاستخدام، وقد بلغت قيمة F (351.1) عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.000$)، وهو أقل من مستوى الدلالة المطلوب ($\alpha=0.01$)، وبالتالي التأكيد على صلاحية النموذج.

الجدول رقم (08): تحليل نتائج الانحدار البسيط لأثر سهولة الاستخدام أثر على رضا العميل في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ولاية الوادي .

النموذج	المعاملات غير المعيارية		المعاملات المعيارية Béta	T	Sig
	A	الخطأ المعياري			
الثابت	2.300	0.218		6.360	0.000
سهولة الاستخدام	0.219	0.116	0.866	1.895	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج Spss

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

طبقا للجدول أعلاه نلاحظ أن درجة التأثير قد بلغت ($\beta=0.866$) أي أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى رضا العميل يؤدي إلى الارتفاع في درجة فعالية سهولة الاستخدام، كما أن قيمة T المحسوبة (1.895) عند مستوى دلالة (0.000).

نستنتج مما سبق وجود أثر لسهولة الاستخدام على رضا العميل لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة الوادي ، ومنه نقبل الفرضية الفرعية الأولى.

اختبار الفرضية الفرعية الثانية: والتي تنص على أنه " لتوفير الوقت أثر على رضا العميل في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ولاية الوادي عند مستوى الدلالة 0.01.

الجدول رقم (09): نموذج أثر توفير الوقت على رضا العميل

النموذج	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	قيمة f المحسوبة	مستوى المعنوية Sig
أثر توفير الوقت على رضا العميل	0.773	0.597	126.7	0.000

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج Spss

يتضح من الجدول وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتوفر الوقت رضا العميل، حيث بلغ معامل الارتباط (0.773) وبمعامل تحديد يبلغ (0.597) أي ما قيمته 59% من التغييرات في رضا العميل ناتج عن التغيير في توفير الوقت ، وقد بلغت قيمة F (126.7) عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.000$)، وهو أقل من مستوى الدلالة المطلوب ($\alpha=0.01$)، وبالتالي التأكيد على صلاحية النموذج.

الجدول رقم (10): تحليل نتائج الانحدار البسيط لأثر توفير الوقت على رضا العميل

Sig	T	المعاملات المعيارية Béta	المعاملات غير المعيارية		النموذج
			الخطأ المعياري	A	
0.000	10.888		0.180	2.500	الثابت
0.000	1.014	0.773	0.179	0.181	توفير الوقت

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Spss

طبقا للجدول أعلاه نلاحظ أن درجة التأثير قد بلغت ($\beta=0.773$) أي أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال للبنك يؤدي إلى الارتفاع في درجة فعالية الإعلان المصرفي كما أن قيمة T المحسوبة (1.014) عند مستوى دلالة (0.000).

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

نستنتج مما سبق وجود أثر لتوفير الوقت على رضا العميل لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي ، ومنه نقبل الفرضية الفرعية الثانية.

1- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: والتي تنص على أنه "سرية أثر على رضا العميل في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي " عند مستوى الدلالة 0.01.

الجدول رقم (11): نموذج أثر السرية على رضا العميل

النموذج	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	قيمة F المحسوبة	مستوى المعنوية Sig
اثر السرية على رضا العميل	0.738	0.544	229.5	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Spss

يتضح من الجدول وجود أثر ذو دلالة إحصائية لسرية على رضا العميل ، حيث بلغ معامل الارتباط (0.738) وبمعامل تحديد يبلغ (0.544) أي ما قيمته 54% من التغييرات في رضا العميل في السرية ، وقد بلغت قيمة F (229.5) عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.000$)، وهو أقل من مستوى الدلالة المطلوب ($\alpha=0.01$) وبالتالي التأكيد على صلاحية النموذج.

الجدول رقم (12): تحليل نتائج الانحدار البسيط لأثر السرية على رضا العميل

Sig	T	المعاملات المعيارية Béta	المعاملات غير المعيارية		النموذج
			الخطأ المعياري	A	
0.000	7.984		0.358	2.700	الثابت
0.000	0.977	0.738	0.165	0.161	السرية

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Spss

طبقا للجدول أعلاه نلاحظ أن درجة التأثير قد بلغت ($\beta=0.738$) أي أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى السرية للبنك يؤدي إلى الارتفاع في درجة فعالية رضا العميل، كما أن قيمة T المحسوبة (0.977) عند مستوى دلالة (0.000).

نستنتج مما سبق وجود أثر لسرية على رضا العميل لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي ومنه نقبل الفرضية الفرعية الثالثة.

2- اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: والتي تنص على أنه "للأمان أثر على رضا العميل في بنك الفلاحة

والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي ".

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

الجدول رقم (13): نموذج أثر الأمان على رضا العميل

النموذج	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	قيمة F المحسوبة	مستوى المعنوية Sig
أثر الأمان على رضا العميل	0.802	0.643	177.3	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Spss

يتضح من الجدول وجود أثر ذو دلالة إحصائية للأمان على رضا العميل، حيث بلغ معامل الارتباط (0.802) وبمعامل تحديد يبلغ (0.643) أي ما قيمته 64% من التغييرات رضا العميل ناتج عن التغيير في الأمان، وقد بلغت قيمة F (177.3) عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.000$)، وهو أقل من مستوى الدلالة المطلوب ($\alpha=0.01$)، وبالتالي التأكيد على صلاحية النموذج.

الجدول رقم (14): تحليل نتائج الانحدار البسيط لأثر الأمان على رضا العميل

Sig	T	المعاملات المعيارية Béta	المعاملات غير المعيارية		النموذج
			الخطأ المعياري	A	
0.000	9.530		0.250	2.810	الثابت
0.000	2.887	0.802	0.114	0.328	الأمان

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Spss

طبقا للجدول أعلاه نلاحظ أن درجة التأثير قد بلغت ($\beta=0.802$) أي أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الأمان للبنك يؤدي إلى الارتفاع في درجة رضا العميل، كما أن قيمة T المحسوبة (2.887) عند مستوى دلالة (0.000).

نستنتج مما سبق وجود أثر للأمان على رضا العميل لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي، ومنه نقبل الفرضية الفرعية الرابعة.

➤ بعد اختبار الفرضيات الرابعة الأولى نأتي للفرضية الرئيسية الأولى والتي تنص على أنه "الجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية أثر على رضا العميل بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي عند مستوى الدلالة 0.01.

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

الجدول رقم (15): نموذج أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل

النموذج	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	قيمة F المحسوبة	مستوى المعنوية Sig
أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل	0.737	0.543	319.7	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Spss

يتضح من خلال الجدول وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأثر جودة الخدمة المصرفية على رضا العميل، حيث بلغ معامل الارتباط (0.737) وبمعامل تحديد يبلغ (0.543) أي أن ما قيمته 54% من التغييرات في رضا العميل ناتج عن التغيير في جودة الخدمة المصرفية، وقد بلغت قيمة F (319.7) عند مستوى دلالة ($\alpha=0.000$)، مما يدل أنه يوجد أثر لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل، وبالتالي التأكيد على صلاحية النموذج.

الجدول رقم (16): تحليل نتائج الانحدار البسيط لأثر الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل

النموذج	المعاملات غير المعيارية		المعاملات المعيارية Béta	T	Sig
	A	الخطأ المعياري			
الثابت	1.894	0.243		9.530	0.000
أثر الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل	0.430	0.210	0.737	0.180	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Spss

طبقا للجدول أعلاه نلاحظ أن درجة التأثير قد بلغت ($\beta=0.737$) أي أن الزيادة بدرجة واحدة في

مستوى خدمة المصرفية الإلكترونية في البنك يؤدي إلى الارتفاع في درجة رضا العميل، كما أن قيمة T المحسوبة (0.180) عند مستوى دلالة (0.000).

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

ثانيا: اختبار الفرضية الرئيسية الثانية:

التي تنص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تعزى إلى العوامل الشخصية لعينة الدراسة.

والهدف من هذه الفرضية هو البحث في الخصائص الشخصية لعينة الدراسة وتأثيرها على إجاباتهم عن مستوى تطبيق رضا العميل والعوامل الشخصية هي: (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المهنة، سنوات التعامل مع البنك).

1- الجنس: للبحث في الفروقات في تقييم عينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا لمعيار الجنس. لدينا:

H₀: لا توجد فروق بين متوسطي إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا للجنس.

H₁: توجد فروق بين متوسطي إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا للجنس.

الجدول رقم (17): الفروق في متوسط إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا للجنس

مستوى Sig	قيمة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية
0.900	0.790	0.700	1	0.700	جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية
		2.00	54	30.50	المصرفية الإلكترونية
			55		

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج Spss

انطلاقا من الجدول فإن قيمة مستوى المعنوية لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تأخذ القيمة (0.900) وهي قيمة أكبر من (0.01) أي عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية يمكن إرجاعها لعامل الجنس وبذلك فإننا نقبل فرضية العدم التي تنص على أنه لا توجد فروق بين متوسطي إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا للجنس ونرفض الفرضية البديلة.

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

2- العمر: للبحث في الفروقات في تقييم عينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا لمعيار العمر لدينا:

H_0 : لا توجد فروق بين متوسطي إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا للعمر.

H_1 : توجد فروق بين متوسطي إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا للعمر.

الجدول رقم (18): الفروق في متوسط إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا للعمر

مستوى Sig	قيمة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية
0.681	0.660	0.890	1	0.890	جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية
		1.950	54	30.50	المصرفية الإلكترونية
			55		

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج Spss

انطلاقا من الجدول فإن قيمة الجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تأخذ القيمة (0.681) وهي قيمة أكبر من (0.01) أي عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية يمكن إرجاعها لعامل الجنس وبذلك فإننا نقبل فرضية العدم التي تنص على أنه لا توجد فروق بين متوسطي إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا للجنس ونرفض الفرضية البديلة.

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

3- المستوى التعليمي: للبحث في الفروقات في تقييم عينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا لمعيار الجنس لدينا:

H_0 : لا توجد فروق بين متوسطي إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا للمستوى التعليمي.

H_1 : توجد فروق بين متوسطي إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا للمستوى التعليمي.

الجدول رقم (19): الفروق في متوسط إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا للمستوى التعليمي

مستوى Sig	قيمة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية
0.0790	1.460	0.620	1	0.620	جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية
		1.990	54	30.50	المصرفية الإلكترونية
			55		

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج Spss

انطلاقا من الجدول فإن قيمة مستوى المعنوية بالنسبة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تأخذ القيمة (0.0790) وهي قيمة أكبر من (0.01) أي عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية يمكن إرجاعها لعامل الجنس، وبذلك فإننا نقبل فرضية العدم التي تنص على أنه لا توجد فروق بين متوسطي إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا للجنس ونرفض الفرضية البديلة.

4- المهنة: للبحث في الفروقات في تقييم عينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا لمعيار المهنة لدينا:

H_0 : لا توجد فروق بين متوسطي إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا المهنة.

H_1 : توجد فروق بين متوسطي إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا المهنة.

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

الجدول رقم (20): الفروق في متوسط إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا للمهنة

مستوى Sig	قيمة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية
0.345	1.350	1.200	1	1.200	جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية
			54	30.50	المصرفية الإلكترونية
			55		

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج Spss

انطلاقا من الجدول فإن قيمة مستوى المعنوية بالنسبة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تأخذ القيمة (0.345) وهي قيمة أكبر من (0.01) أي عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية يمكن إرجاعها لعامل المهنة، وبذلك فإننا نقبل فرضية العدم التي تنص على أنه لا توجد فروق بين متوسطي إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا للجنس ونرفض الفرضية البديلة.

5- سنوات التعامل مع البنك: للبحث في الفروقات في تقييم عينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا لمعيار سنوات التعامل مع البنك لدينا:

H_0 : لا توجد فروق بين متوسطي إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا لسنوات

التعامل مع البنك.

H_1 : توجد فروق بين متوسطي إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا لسنوات التعامل

مع البنك.

الجدول رقم (21): الفروق في متوسط إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا لسنوات التعامل مع

البنك

مستوى Sig	قيمة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية
0.698	0.775	0.660	1	0.660	جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية
			54	30.50	المصرفية الإلكترونية
			55		

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج Spss

انطلاقاً من الجدول فإن قيمة مستوى المعنوية بالنسبة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تأخذ القيمة (0.698) وهي قيمة أكبر من (0.01) أي عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية يمكن إرجاعها لعامل سنوات التعامل مع البنك وبذلك فإننا نقبل فرضية العدم التي تنص على أنه لا توجد فروق بين متوسطي إجابات العينة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تبعا لسنوات التعامل مع البنك ونرفض الفرضية البديلة.

الفصل الثاني: أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي

خلاصة

من خلال ما قدمناه في الجانب النظري وما قمنا بتجسيد في جانب التطبيقي، تعرفنا في هذا الفصل على بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي، من خلال التطرق لنبذة عنه وعن نشاطه وهيكله التنظيمي مع التعرف على خدماته المصرفية التي يقدمها لعملائه، حيث أتخذ العديد من الإجراءات وجسدها ميدانيا لتحسين أدائه وكذا تحسين القدرة على منافسة البنوك المحلية وذلك من خلال إدخال التكنولوجيا الإلكترونية على العمل المصرفي، وما يثبت ذلك المراحل التي مر بها منذ نشأته والتي حملت الكثير من التغيرات الهامة، كما قام البنك بتطوير الجانب التقني والجانب البشري له كما تطرقنا في هذا الفصل إلى القيام بدراسة ميدانية على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي من أجل جمع البيانات الأولية، وذلك بالاعتماد على (56) إستبانة كأداة رئيسية موزعة على مجتمع الدراسة المتمثل في عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي "ونتيجة لتحليل نتائج الاستبيان قصد الكشف عن تأثير جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل والذي كان موضوع بحثنا، باستخدام برنامج SPSS وذلك من أجل الخروج بنتائج واضحة من خلال طرحنا لإشكاليات الدراسة والتي سنقوم بعرضها في الخاتمة لهذه الدراسة.

الآنتممة

تبحث المصارف من خلال تقديم تشكيلة متنوعة من الخدمات إلى إرضاء عملائها والمحافظة على علاقات طويلة الأجل معهم واكتساب ثقتهم بالبحث عن حاجاتهم ورغباتهم ومحاولة تلبيةها، فالعميل المصرفي أصبح يبحث عن الجودة في الخدمات المقدمة ما جعل المصارف تتابع باهتمام أبعاد الجودة التي يبحث عنها العميل وقامت بالاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في القطاع المصرفي.

حيث أصبح من الضروري على المصارف لمواجهة العولمة والتطور التطور التكنولوجي الإلكتروني باتخاذ الخطوات الملائمة التي تساعدها على الانخراط في الاقتصاد العالمي بتحولاته وتغييراته المتزايدة والمستمرة للوقوف على أعمال البنوك العالمية كنتيجة حتمية، ولعل أهم ما يميز هذه الأعمال في هذا العصر هو تفاقم دور التكنولوجيا المصرفية الإلكترونية والسعي لتحقيق الاستفادة القصوى منها، وذلك من خلال إعادة صياغة إستراتيجيات وانتهاج سياسات أكثر تطورا وشمولا بهدف التكيف مع الاتجاهات الإبداعية في العمل المصرفي الدولي، ورفع كفاءة الأداء وتمثل أهم محاور هذه الإستراتيجية في تعميق استخدام التكنولوجيا في العمل المصرفي من أجل ترقية وتطوير وسائل تقديم الخدمة المصرفية الإلكترونية. ولا شك أن نجاح البنوك في تنفيذ إستراتيجيات التطوير بكفاءة وفاعلية هو أمر مرهون بتطوير الخدمة المصرفية الإلكترونية عن طريق الموقع الإلكتروني أو نظام الدفع الإلكتروني أو باستعمال بطاقات الدفع الإلكتروني المصرفي كأحد ركائز هذه الإستراتيجية.

وركزت هذه الدراسة على الربط بين جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية ورضا العميل المصرفي بتطبيق الدراسة على عينة عشوائية تمثلت في 56 عميلا من عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة بولاية الوادي.

أولا-نتائج الدراسة:

انطلاقا من الدراسة الميدانية التي تمت ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة ولاية الوادي تم استخلاص النتائج التالية:

- 1- يمتلك بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة جامعة بولاية الوادي عددا من الخدمات الإلكترونية من أهمها:
أ- يتعامل البنك بمجموعة من الأنظمة الإلكترونية تشمل (نظام سويفت، نظام المقاصة الإلكترونية، نظام سيرات نظام التسويات الفورية الإجمالية، معالجة التحويلات السريعة على مستوى الوكالة المرسله)
ب- أجهزة السحب والدفع الإلكتروني وهي عبارة عن (أجهزة السحب D.A.B، الشباك الإلكتروني G.A.B).

ج- يتعامل البنك بمجموعة من البطاقات وهي بطاقة CIB لبنك الفلاحة و التنمية الريفية وتشمل (البطاقة الذهبية CIB البطاقة الكلاسيكية CIB-CBR، بطاقة بدر توفير) إضافة إلى البطاقة البنكية الدولية (بطاقة التيتانيوم، البطاقة الكلاسيكية).

د- تشمل الخدمات المقدمة عبر الموقع الإلكتروني للبنك خدمة (E-Banking) بإجراء عدد من العمليات كفتح الحساب إلكترونياً أي باستخدام الإنترنت وذلك من خلال 24/24 ساعة و 7/7 أيام والتي تسمح بطلب الاشتراك الاطلاع على الحساب، طلب دفتر الشيكات، التحويل المالي.

2- أوضحت نتائج الاستبيان أن عينة البحث رتبت أبعاد جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية بنسب مئوية تراوحت بين (83.8 بالمائة و 77.6 بالمائة) حيث جاءت الأبعاد وفق الترتيب التالي: السرية، توفير الوقت، سهولة الاستخدام وأخيراً بعد الأمان، في حين أن مستوى الرضا جاء تقييمه بنسبة 79.4 بالمائة.

3- أظهرت نتائج اختبار الفرضيات أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية بأبعادها على رضا العميل حيث بلغ معامل الارتباط بين المتغيرين (0.737) وأن هناك أثر إيجابي لكل أبعاد جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية (السرية، توفير الوقت، سهولة الاستخدام، الأمان) على رضا العميل المصرفي.

4- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة عن جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المهنة، سنوات التعامل مع البنك).

ثانياً: الاقتراحات

في ضوء نتائج الدراسة ولتطوير وتحسين جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية المقدمة في البنك نوصي بما يأتي:

1- إن لترتيب أثر أبعاد جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل أهمية تطبيقية بحيث يجب على إدارة البنك أن تأخذ بعين الاعتبار عند القيام بتحسين جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية التركيز على بعد السرية وتوفير الوقت كونهم أكثر الأبعاد تأثيراً على رضا العميل.

2- يجب على البنك مراعاة نقاط الضعف في كل من بعد سهولة الاستخدام وخاصة الأمان بكونه جاء في الترتيب الأخير ويمكن تحسينه من خلال الإكثار من أستخدم أجهزة المراقبة حول آلات الصرف الإلكتروني

والاهتمام بأمن المعلومات بالنسبة للتحويلات الإلكترونية من مخاطر السرقة والقرصنة واختراق حسابات العملاء.

3- إن تطبيق مفهوم جودة خدمة المصرفية الإلكترونية يحتاج إلى إحداث تغييرات في نظام الدفع الإلكتروني وتحسين الخدمة المقدمة عبر الموقع الإلكتروني.

4- العمل على تطوير الإعلام المصرفي للمساهمة في نشر الثقافة المصرفية الإلكترونية في المجتمع لكسب ثقة العملاء وتحفيزهم وتقديم تشجيع لهم خاصة في استخدام بطاقات الدفع وأجهزة الدفع.

5- العمل على قياس جودة الخدمة المصرفية المقدمة بصورة منتظمة، وذلك باستخدام أساليب قياس مختلفة مثل المقابلات الشخصية أو أي نموذج آخر، فتعد أساليب التحليل يعمل على إثراء عملية التحليل من جوانب مختلفة.

6- جعل الموقع الإلكتروني سهل الاستخدام ومتعدد اللغات وتدعيمه خاصة باللغة العربية.

7- تفصيل الخدمة حسب نوعية العملاء حيث تشكل عاملا مهما في تقديم الخدمة والعمل على تبسيط إجراءات الحصول على الخدمة المصرفية الإلكترونية.

ثالثا: آفاق الدراسة

حاولنا من خلال هذه الدراسة الوقوف على أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العميل إلا أنه

هنالك بعض النقاط التي تستدعي فتح آفاق علمية تمثل مواضيع يمكن البحث فيها من بينها:

- أثر استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني على رضا العميل.
- دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحقيق ميزة تنافسية.
- معوقات تطبيق الصيرفة الإلكترونية في الجزائر.

العنوان

قائمة المراجع :

أولاً: الكتب

1. احمد محمدغني. (2007). إدارة البنوك، تقليدية الماضي وإلكترونية المستقبل. مصر: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.
2. أحمد محمود أحمد. (2011). *تسويق الخدمات المصرفية* (المجلد 1). الأردن: دار البركة للنشر والتوزيع.
3. أحمد محمود الزامل. (2012). *تسويق الخدمات المصرفية*. عمان: دار إثراء للنشر و التوزيع.
4. جلال عابد جلال عابد الشورة. (2000). *وسائل الدفع الإلكترونية*. الأردن: دار الثقافة لنشر والتوزيع.
5. حامد ابو زيدالدسوقي. (1998). *إدارة البنك*. القاهرة: دار الثقافة العربية.
6. رأفت رضون. (1999). *عالم التجارة الإلكترونية*. مصر: المنظمة العربية للتنمية.
7. سامي أحمد مراد. (2007). *تفعيل التسويق المصرفي* (المجلد 1). مصر: دار المكتب العربي للمعارف.
8. عبد الستار محمدالعلي. (2000). *إدارة الإنتاج والعمليات*. عمان: دار وائل لنشر.
9. عوض بدير الحداد. (1999). *تسويق الخدمات المصرفية*. القاهرة: البيان للطباعة والنشر.
10. فريد كورنيل. (2009). *تسويق الخدمات*. عمان: دار كنوز المعرفة العلمية.
11. محفوظ أحمد جودة. (2006). *إدارة الجودة الشاملة* (المجلد 2). الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
12. محمد جاسم الصميدعي، و ردينة عثمان يوسف. (2005). *التسويق المصرفي*. الأردن: دار المناهج.
13. محمد محمود ابوفروة. (2009). *الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الانترنت*. الأردن: دار الثقافة لنشر والتوزيع.
14. محمد فريد الصحن. (2002). *قراءات في ادارة التسويق*. مصر: الدار الجامعية.
15. مصطفى يوسف كافي. (2017). *التسويق المصرفي*. قسنطينة: دار النشر ألفا للوثائق.

16. منير نوري. (2013). سلوك المستهلك المعاصر. الشلف: ديوان المطبوعات الجامعية.
17. ناجي ذيب معلا. (2005). الأصول العلمية للتسويق المصرفي. عمان: دار المسيرة.
18. ناجي ذيب معلا. (2010). خدمة العملاء (المجلد 1). الأردن: دار رمز لنشر والتوزيع.
19. ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زبير العبدلات،. (2007). الصيرفة الإلكترونية. الأردن: دار وائل لنشر والتوزيع.
20. وائل الدبسي. (2004). البطاقات المصرفية، أنظمة وعقود. لبنان: المنشورات الحقوقية .
21. وسيم محمد الحداد، و شقيري نوري موسى. (2012). الخدمات المصرفية الالكترونية. عمان: دار المسيرة.
22. وصفي عبد الرحمان نعسة. (2010). التسويق المصرفي . عمان: دار كنوز المعرفة العلمية.

ثانيا : الأطروحات والمذكرات

23. إيمان محمد حسين. (2011). قياس جودة الخدمات الإلكترونية باستخدام مدخل الفجوات (رسالة ماجستير). كلية الأعمال، الأردن: جامعة الشرق الأوسط.
24. بلال راحو. (2015). الخدمات المصرفية الالكترونية وأثرها في تحسين جودة الخدمات المصرفية (رسالة ماجستير). كلية العلوم الاقتصادية، المدينة: جامعة الدكتور يحي فارس.
25. خديجة عتيق. (2012). أثر المزيج التسويقي المصرفي على رضا الزبون (مذكرة ماجستير). كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير والعلوم التجارية، تلمسان: جامعة أبو بكر بلقايد.
26. رفاه لحوح، و رهام زين الدين. (2016). أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في البنوك التجارية (مذكرة ماجستير). كلية الإقتصاد و العلوم الإدارية ، نابلس: جامعة النجاح الوطنية.
27. شهرزاد عبيدي. (2009). معايير تقييم جودة مواقع الالكترونية دراسة استطلاعية لبعض مواقع التجارة الالكترونية (مذكرة ماجستير). كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، باتنة: جامعة الحاج لخضر.

28. شيروف فضيلة. (2009-2010). أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية-دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر. قسنطينة: جامعة منتوري، قسنطينة-الجزائر. (رسالة ماجستير)
29. صلاح الدين سعد الباهي. (2016). أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن (رسالة ماجستير). كلية الأعمال ، الأردن: جامعة الشرق الأوسط.
30. عبد القادر مزيان. (2012). أثر محددات جودة الخدمات على رضا العملاء (مذكرة ماجستير). كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، تلمسان: جامعة أبي بكر بلقايد.
31. فايذة جيجخ. (2018). جودة الخدمات الإلكترونية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، بسكرة: جامعة محمد خيضر .
32. فيروز قطاف. (2011). تقييم جودة الخدمات المصرفية ودراسة أثرها على رضا العميل البنكي (أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بسكرة: جامعة محمد خيضر .
33. كريمة جلام. (2014). دور التسويق الإلكتروني في تحسين أداء البنوك وتحقيق رضا العميل (مذكرة الماجستير). كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير، مستغانم: جامعة عبد الحميد بن باديس.
34. مايا بلاك. (2016). أثر الخدمات على رضا العملاء في بنك سورية والمهجر (مذكرة ماجستير). الجامعة الإقتصادية السورية.
35. مؤمن عبد السميع حسن الحلبي. (2017). جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها على رضا المستخدمين (شهادة الماجستير). كلية التجارة، غزة: الجامعة الإسلامية.
36. نورالدين بوعنان. (2007). جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء (مذكرة الماجستير). كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، المسيلة: جامعة محمد بوضياف.

ثالثاً: المقالات

37. مسعود ربيع، رندة جرودي،. (جوان، 2017). تحليل الإستبيان بإستخدام برنامج spss. مجلة الإقتصاديات المالية البنكية وإدارة الأعمال جامعة بسكرة العدد 30 .

رابعاً: المواقع الإلكترونية

38. بنك بدر TPE. (14 8، 2020). [./https://badrbanque.dz/monetique](https://badrbanque.dz/monetique).
39. حلول مصممة موقع الكتروني بنك بدر مركز علاقات العملاء. (فيفري مارس افريل، 2020). *بنك الفلاحة والتنمية الريفية - الجزائر*. من [./https://badrbanque.dz](https://badrbanque.dz).
40. موقع البطاقة الدولية بنك بدر. (14 8، 2020). <https://badrbanque.dz/carte-internationale>.
41. موقع بنك الفلاحة والتنمية الريفية الجزائر. (الجمعة 8، 2020). [./https://badrbanque.dz/monetique](https://badrbanque.dz/monetique).
42. موقع بنك بدر. (14 8، 2020). [./https://badrbanque.dz/cartes](https://badrbanque.dz/cartes).
43. موقع كيفية طلب بطاقة ماستر كارد لبنك BADAR. (الجمعة 8، 2020). <http://www.immigrantdiaries.info/2020/03/mastercard-banque-badr-algeria.html>.

الملاحق

الملحق رقم (1):

Université Mohamed Khider –Biskra
Faculté des Sciences Economiques
Commerciales et des Sciences de gestion



جامعة محمد خيضر – بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم والتسيير

LE DECANAT

عمادة الكلية

الرقم : 4.03 / ك.ق.ت.ب/2020

إلى السيد : مدير بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR
- ولاية الوادي -

طلب المساعدة لاستكمال مذكرة التخرج

دعما منكم للبحث العلمي ، نرجو من سيادتكم تقديم التسهيلات اللازمة للطالبة :

1- مالكي هند

تخصص : تسويق مصرفي

المسجلة بالسنة : الثانية ماستر

و ذلك لاستكمال الجانب الميداني للمذكرة المعنونة بـ : " أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على

رضا العميل "

تحت إشراف : د/ قطاف فيروز

و في الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام و التقدير

بسكرة في : 16-03-2020

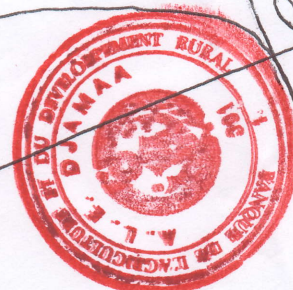
ع / عميد الكلية

تأشيرة المؤسسة المستقبلة



نائب العميد المكلف بالدراسات
و المسائل المرتبطة بالطلبة
أ. جنان عبد الحق

LE DIRECTEUR D'AGENCE
ADAÏKA NABIL



الملحق رقم:

(2)

ملحق رقم (02)



جامعة محمد خيضر - بيسكرة-

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم التجارية

استبانه موجهة إلى زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية

-وكالة جامعة ولاية الوادي-

أخي الكريم/ أختي الكريمة

تحية طيبة و بعد /

تقوم الباحثة بإعداد دراسة حول " أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العميل" دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية"، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تسويق مصرفي. و عليه يرجى من سيادتكم التكرم بالإجابة على الأسئلة التالية بتمعن كمساعدة منكم على إنجاح الدراسة. علماً بأن إجاباتكم ستعامل بشكل سري لغايات علمية فقط، و أشكركم على جهودكم و تعاونكم مسبقاً.

الأستاذة المؤطرة/

قطاف فيروز

الطالبة/

مالكي هند

السنة الجامعية: 2020-2019

الجزء الأول :البيانات الشخصية:

الرجاء وضع إشارة (✓) أمام الاختيار المناسب

- الجنس: ذكر أنثى
- السن: من 20 إلى أقل من 30 من 30-40 أقل من سنة من 40 إلى أقل من 50 من خمسين فأكثر
- التحصيل العلمي: ثانوي وأقل جامعي دراسات عليا
- سنوات التعامل مع المصرف: من 1 - أقل من 5 سنوات من 5 إلى 10 سنوات 10 سنوات فأكثر

الخدمات الإلكترونية التي استفدت منها :

- البطاقة الذهبية CIB البطاقة الكلاسيكية CIB/CBR
- بطاقة بدر توفير البطاقة الدولية تيتانيوم البطاقة الدولية الكلاسيكية
- جهاز TPE محطة الدفع الإلكتروني

خدمات الموقع الإلكتروني للبنك:

خدمات أخرى استفدت منها أذكرها

.....

.....

.....

.....

الجزء الثاني: أسئلة متغيرات الدراسة

1- جودة الخدمات المصرفية الالكترونية:

رقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
توفير الوقت						
1	أفضل استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة عبر الموقع الالكتروني لأنها توفر لي الوقت					
2	أفضل الخدمات المقدمة عبر الصراف الآلي لأنها توفر لي الوقت					
3	أفضل الحصول على الخدمات عبر هاتفي النقال لأنها توفر لي الوقت					
4	يقوم البنك بتقديم الخدمات المصرفية الالكترونية دون تأخير					
5	يتم الرد على استفساراتي بشكل سريع					
6	يمكن الدخول لموقع البنك والاستفادة من الخدمات في وقت قصير					
سهولة الاستخدام						
7	يمكنني استخدام موقع الانترنت الخاص بالبنك وفهمه والتعامل بسهولة من خلال الهاتف النقال أو الكمبيوتر.					
8	من السهل إيجاد المعلومات والخدمات المصرفية أثناء تصفحي لموقع بنك الفلاحة والتنمية الريفية					
9	يمكنني الاستفادة من خدمات الصراف الآلي بسهولة					
10	من السهل التسجيل والدخول على الموقع الالكتروني للبنك					
11	يمكنني فهم لغة الموقع الالكتروني بسهولة					
12	يمكنني الاستفادة بسهولة من الخدمات الالكترونية التي يقدمها البنك					
13	يمكنني الاستفادة من المساعدة الفورية من البنك عبر الموقع الالكتروني أو خدمات الهاتف					

رقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
السرية						
14	يحافظ البنك على معلوماتي الشخصية عند التعامل بالخدمات الالكترونية					
15	أقدم معلوماتي الشخصية عند الاستفادة من الخدمات الالكترونية دون تردد					
16	يحافظ البنك على سرية التعاملات الالكترونية المصرفية					
17	أثق في قدرة البنك على حماية تعاملاتي المصرفية من خلال البرامج الالكترونية التي يستخدمها					
18	أثق في قدرة البنك على عدم الإساءة في استخدام معلوماتي الشخصية					
الأمان						
19	أشعر بالأمان أثناء التعامل بالخدمات المصرفية الالكترونية مع البنك					
20	يجتهد البنك في حل المشاكل التي قد تواجهني عند الاستفادة من الخدمات الالكترونية					
21	المعلومات التي تقدم لي الكترونيا دقيقة وصحيحة					
22	أشعر بالأمان عند الاستفادة من خدمات الصراف الآلي					
23	أدى تعاملي بالخدمات المصرفية الإلكترونية إلى التقليل من مخاطر ضياع وثائقي شبك، حوالة ..					
24	الخدمات المصرفية الإلكترونية خالية من الأخطاء					
25	يمكنني الحصول على الكثير من الخدمات المصرفية الالكترونية بشكل آمن دون الاضطرار لزيارة البنك					

2-رضا العميل المصرفي:

رقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
رضا العميل						
26	الخدمات المصرفية الالكترونية للبنك تلبي حاجاتي و رغباتي					
27	أنا واثق من مهارة موظفي البنك في تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية					
28	الخدمات المصرفية الالكترونية زادت من ارتباطي بالبنك					
29	يسعى البنك إلى إضافة خدمات مصرفية الكترونية جديدة لتشكيلة خدماته					
30	أنا راضي عن الخدمات الالكترونية التي يقدمها البنك					
31	سأوصي الآخرين أن يستخدموا الخدمات المصرفية الالكترونية التي يقدمها البنك					

شكرا على حسن تعاونكم

الملحق رقم:

(3)

ملحق :رقم (03)

أسماء الأساتذة المحكمين:

الرقم	الأستاذ(ة)	الرتبة	الجامعة
1	بزقاري عبلة	محاضر - أ	جامعة محمد خيضر بسكرة
2	قحموش إيمان	محاضر - ب	جامعة محمد خيضر بسكرة
3	بن عيسى ليلي	محاضر - أ	جامعة محمد خيضر بسكرة

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ