أثر الخدمات المصرفية الالكترونية على تحسين جودة الخدمات بالمصارف دراسة حالة الوكالات العمومية و الخاصة بولاية البليدة

د. بشراير عمران * د. تهتان موراد **

المستخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر الخدمات المصرفية الالكترونية على تحسين جودة الخدمات بالمصارف من خلال بعض الوكالات العمومية و الخاصة العاملة بمدينة البليدة ، وذلك بإستخدام استبيان وجه لعينة مكونة من 223 عميل من عملاء تلك الوكالات ، و لقد بينت نتائج الدراسة أن جودة الخدمة المصرفية تتأثر بمستوى الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة و هذا حسب مختلف أبعاد الجودة ، كما أنه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتطبيق الخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية.

الكلمات الدالة: المصارف العمومية و الخاصة، جودة الخدمات المصرفية، الخدمات المصرفية الالكترونية.

Abstract:

The purpose of this paper is to clarify the importance of electronic banking services to improve the quality of services in Algerian banks; case of public and private organizations in Blida.

For this goal, we will use the sampling method with nonprobability sampling (Quota), in contrast, population elements are selected on the basis of their availability or because of the researcher's personal judgment that they are representative.

Our study based on 223 individuals, with fashion collection face to face, the results of the study showed that the quality of banking services is affected by the level of electronic banking services, and that, according to the different dimensions of quality, the study also shows that there is a significant effect between the application of electronic banking services

* أستاذ محاضر - أ- المدرسة الوطنية العليا للإحصاء و الاقتصادالتطبيقي - القليعة.
**أستاذ محاضر- أ - جامعة الدكتور يحي فارس – المدية.

and improving the quality of banking services.

Keywords: *public and private banks, the quality of banking services, sampling methods, electronic banking services.*

أولا- مقدمة:

تُعتبر مواكبة التطورات التكنولوجية المتلاحقة في مجال الصناعة المصرفية، أحد المداخل الرئيسية لتطوير جودة الخدمات المقدمة من طرف المصارف، من خلال تحديث الخدمات المصرفية وتكثيف الإستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطويعها بكفاءة بغية ابتكار خدمات مصرفية مستحدثة وتطوير أساليب تقديمها بما يكفل انسيابها من المصارف إلى العملاء بدقة وسهولة.

فقد استخدمت الشبكة العالمية للمعلومات (الانترنت) على نطاق واسع في جميع المجالات وخاصة في الأغراض التجارية، وفتحت المجال للمصارف لتقديم خدماتها وكذا المعلومات الخاصة بها لشرائح عريضة من المتعاملين، وذلك لمساعدتها في تحسين خدماتها وتحديثها وكذا تكييفها لمواجهة الآثار السلبية الناجمة عنها والاستفادة من المكاسب التي تحققها، فظهر للوجود مفهوم حديث للصيرفة هو الصيرفة الالكترونية، مُضيفةً بذلك للنشاط التقليدي لها الذي يقوم على قبول الودائع ومنح الائتمان، نشاطاً أخر أكثر تطوراً وجاذبيةً من خلال تقديم خدمات مصرفية ومالية متنوعة في المكان والزمان المناسبين.

وبما أن تطور النظام المصرفي لأي دولة مرتبط أساسا بتطور نشاطها الاقتصادي، فإن الجزائر وكغيرها من الدول النامية انتهجت عدة إصلاحات مصرفية قصد تحديث نظامها المصرفي ومسايرة تطور نشاطها الاقتصادي، وذلك بإدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، من خلال تبني عدة مشاريع تدخل في إطار تحديث وسائل الدفع والتسوية ومحاولة عصرنتها.

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى مساهمة الخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات بوكالات المصارف العمومية و الخاصة العاملة بمدينة البليدة ؟

و ينبثق عن هذا التساؤل الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو الاطار النظري لجودة الخدمات المصرفية، و ما مستواها في وكالات المصارف محل الدراسة إعتماداً على وجهة نظر العملاء ؟

- ماهي المعايير المستخدمة لتقييم و تحديد مستوى جودة الخدمات المصرفية في وكالات المصارف محل الدراسة ؟

- كيف أثرت الخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في وكالات المصارف محل الدراسة من وجهة رأي العملاء؟.

فرضيات الدراسة:

لمعالجة إشكالية هذه الدراسة، قمنا بصياغة بعض الفرضيات التي نعتبرها كإجابات محتملة للأسئلة المطروحة، والتي تبقى دائما قابلة للاختبار والمناقشة ، وهي كالتالي:

الفرضية الأولى: لا يوجد تأثير (ذو دلالة إحصائية) لتطبيق الخدمة المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية من منظور العملاء .

الفرضية الثانية: يختلف تقييم عملاء و كالات المصارف العمومية و الخاصة العاملة بولاية البليدة حول تأثير الخدمات المصرفية في تحسين جودة الخدمات المقدمة لهم فعلياً، حسب كل متغير من المتغيرات الشخصية (النوع ، المؤهل العلمي، المهنة، مدة التعامل مع المصرف).

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي من هذه الدراسة في رصد واقع الخدمات المصرفية الالكترونية في الجزائر، بالإضافة إلى قياس جودة الخدمات بوكالات المصارف العمومية و الخاصة العاملة بمدينة البليدة و معرفة مدى مساهمة الخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين جودة هذه الخدمات عند المتعاملين.

منهج الدراسة و أساليب جمع البيانات:

تم إستخدام المنهج الوصفي التحليلي و منهج دراسة الحالة، بهدف وصف و تحليل مختلف جوانب الموضوع و الوصول إلى النتائج المتوخاة ، و إعتمدنا في ذلك على أسلوبين هما: أسلوب المسح المكتبي لمجموعة من المراجع العربية والأجنبية التي تناولت هذا الموضوع، وكذا المجلات والأبحاث السابقة، والإنترنت، و أسلوب المسح الميداني عن طريق أسئلة موجهة لأفراد العينة.

حدود الدراسة:

ركزت هذه الدراسة على بعض البنوك العمومية و الخاصة العاملة في مدينة البليدة فقط، كما و إستهدفت الزبائن الذين يتعاملون مع هذه المصارف.

ثانيا- الإطار النظري للدراسة

1- تعريف الخدمات المصرفية الإلكترونية :

هناك العديد من التعاريف التي أعطيت للخدمات المصرفية الإلكترونية نذكر :

-الخدمات المصرفية الالكترونية هي : " قيام المصارف بتقديم الخدمات المصرفية التقليدية والمبتكرة من خلال وسائط الاتصال الإلكترونية المفتوحة، وتقوم المصارف بتقديم الخدمات لتعزيز حصتها في السوق أو لخفض التكاليف أو كوسيلة لتوسيع نشاطها داخل وخارج حدودها الوطنية" (1).

- كما تُعَرف أيضاً على أنها : تقديم المصارف الخدمات المصرفية من خلال شبكات اتصال إلكترونية تقتصر صلاحية الدخول إليها إلى المشاركين فيها وفقا لشروط العضوية التي تحددها المصارف وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة لاتصال العملاء بها بهدف(2):

- إتاحة معلومات على الخدمات التي يؤديها المصرف دون تقديم خدمات مصرفية على الشبكة.
- حصول العملاء على خدمات مثل التعرف على معاملاتهم وأرصدة حساباتهم وتحديث بياناتهم وطلب الحصول على قروض .
- طلب العملاء تنفيذ عمليات مصرفية مثل تحويل الأموال .

2- أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية

تتنوع الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها المصارف التجارية بتنوع قنوات الاتصال المستخدمة في تقديمها والتي يمكن عرض أهمها فيما يلي :

- أجهزة الصراف الآلي: الموزع الألي للأوراق (DAB)،الشباك الألي للأوراق (GAB)، نهائي نقطة البيع الالكترونية (TPV): ظهرت أجهزة الصراف الآلي في السبعينات من القرن العشرين الماضي كبديل لموظفي الصرافة في الفروع المصرفية لتقليل المعاملات داخل المصرف(3)، وبالتالي هي صورة بسيطة للمكننة في القطاع المصرفي، هو آلة أوتوماتيكية أكثر تعقيدا وتنوعا، فبالإضافة لخدمة السحب النقدي تقدم خدمات أخرى كقبول الودائع، طلب صك، عمليات التحويل من حساب لآخر، ودفع الفواتير، كل ذلك والشبابيك الأوتوماتيكية للأوراق متصلة بالحاسوب

1- مصطفى إبراهيم عبد النبي ، " دور السلطات النقدية في مواجهة مخاطر الصيرفة الإلكترونية"،دراسات وأبحاث ، مجلة المصرفي ، العدد32، يوليو 2004، ص17.

2- محمود احمد إبراهيم الشرقاوي ،"مفهوم الأعمال المصرفية الإلكترونية واهم تطبيقاتها "، مؤتمر الأعمال المصرفية بين الشريعة والقانون ، المجلد الأول ،ماي 2003،دبي، ص17.

3- طارق طه،" إدارة البنوك في بيئة العولمة والانترنت"،دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2007،ص210.

الرئيسي للمصرف[1].

- **الصيرفة عبر الهاتف (Phone Bank):** يعد الهاتف المصرفي من قنوات الخدمات المصرفية الإلكترونية الذي يستطيع المصرف من خلاله الرد على استفسارات العملاء وتقديم خدمات أخرى مثل تسديد فاتورة أو إجراء عملية دفع، تحويل مبالغ نقدية لجهات معلومة ،طلب خدمات كدفتر الشيكات ...الخ[2]، و تعتمد هذه الخدمة كذلك على وجود شبكة تربط فروع المصرف الواحد ككل وتمكن الموظف المنوط به تقديم الخدمة الهاتفية من الوصول لبيانات العميل مباشرة من أي فرع من فروع البنك، وآخر التطورات التي شهدها هذا النوع من الصيرفة استخدام هذه المراكز للإجابة على رسائل البريد الإلكتروني والذي أصبح أداة فعالة في التخاطب بين المصرف والعميل[3].

- **أوامر الدفع المصرفية الالكترونية و خدمات المقاصة الالكترونية:** المقاصة الالكترونية عبارة عن آلية يتم من خلالها تحويل الاموال من حسابات العملاء إلى حسابات أشخاص أو هيئات أخرى في نفس البنك أو أي فرع ، حيث تعتبر هذه الوسيلة طريقة سهلة ومحكمة لإجراء المدفوعات المتكررة مثل سداد أقساط الرهن العقاري ، سداد أقساط التامين ، سداد فواتير هيئات المنفعة العامة ، سداد الضرائب، سداد رواتب العاملين لدى العميل ...الخ، ويعرف هذا النوع في الدوائر المصرفية بالخصم المصرح به مقدما ،ويفيد ذلك في سداد مثل هذه المدفوعات تلقائيا في موعدها خصما من حساب العميل ودون تحرير شيكات بالقيمة مما يقلل من الجهد والنفقة وسداد المدفوعات في وقتها[4].

كما يتم تسوية المدفوعات المصرفية عن طريق نظام تسوية المبالغ الإجمالية في الوقت الحقيقي، والذي هو عبارة نظام مركزي إلكتروني يعمل على أساس فوري إجمالي نهائي ومستمر لتنفيذ أوامر التحويل الدائنة ويوفر نقطة تسوية لأنظمة التصفية

1- نفس المرجع السابق و نفس الصفحة.

2- عز الدين كامل أمين مصطفى، "الصيرفة الإلكترونية " ، مأخوذ من الموقع الالكتروني: www.bank of sudan .org ، تاريخ التصفح: 2006/12/13.،ص2 .

3 -Monique Zollinger, Eric Lamarque, Marketing et stratégie de la banque, (Paris : 4 édition, édition Dunod, 2006), p 124.

4- يدو محمد، "تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودورها في تحديث الخدمة المصرفية، دراسة حالة الجزائر "، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب، 2007.،ص67.

العاملة من خلال الحسابات المركزية للمصارف[1].

ثالثا- الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

1- مجتمع الدراسة و عينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من عملاء بعض المصارف التجارية العاملة في مدينة البليدة و هي: **بنك الفلاحة والتنمية الريفية، بنك سوسيتي جنرال الجزائر، بنك الخليج الجزائر، بنك بي أن بي باريبا الجزائر** ، و بخصوص عينة الدراسة فقد تم توزيع (250) استمارة من الاستبانة على عملاء المصارف الأربعة كالتالي: 85 استمارة على عملاء بنك الخليج الجزائر، 65 استمارة على زبائن بنك سوسيتي جنرال الجزائر، 50 استمارة على زبائن بي أن بي باريبا الجزائر، 50 استمارة على زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية، حيث استعيد منها (223) استمارة كاملة و صالحة للتحليل الإحصائي، أي بمعدل 89,20 % من إجمالي الاستمارات المرسلة.

2- أدوات الدراسة:

بالاعتماد على عديد المراجع تم إعداد استبانة موجهة لزبائن البنوك محل الدراسة و تضمنت مايلي:

الجزء الأول: يحتوي على 05 فقرات تهدف إلى معرفة بعض المعلومات الشخصية للعملاء وهي(النوع أو الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المهنة، مدة التعامل مع المصرف).

الجزء الثاني: و الهدف منه إبراز مدى مساهمة الخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية حسب أبعادها الخمسة و يضم 23 عبارة .

وقد تم اعتماد مقياس ليكرت (likert scale) المتدرج ذي النقاط الخمس لقياس العبارات والتي تدرجت كما يلي: **(موافق بشدة** بدرجة **1، موافق** بدرجة **2، محايد** بدرجة **3، غير موافق** بدرجة **4، غير موافق بشدة** بدرجة**5) 2**، وانطلاقاً من هذه الدرجات جاءت مجالات الاتجاهات لهذا المقياس كما يلي:

1- عبد المنعم راضي، فرج عزت،"إقتصاديات النقود و البنوك"، البيان للطباعة و النشر، الاسكندرية،2009، ص31.

2- يمكن التدرج حسب المعايير والعبارات التالية (غير موافق بشدة بدرجة 1، غير موافق بدرجة 2، محايد بدرجة 3، موافق بدرجة 4، موافق بشدة بدرجة 5)، و بالتالي مجالات اتجاه العبارات تصبح معكوسة.

الجدول رقم(01): مجالات الاتجاهات حسب ليكرت (الصيغة الخماسية)

المتوسط المرجح	الاتجاه	درجة الموافقة
من 1 إلى 1,79	موافق بشدة	عالية جدا
من 1,80 إلى 2,59	موافق	عالية
من 2,60 إلى 3,39	محايد	متوسطة
من 3,40 إلى 4,19	غير موافق	ضعيفة
من 4,20 إلى 5	غير موافق بشدة	ضعيفة جدا

المصدر: عبد الفتاح عز،"مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام spss"، خوارزم العلمية للنشر والتوزيع، جدة، 2008، ص 450.

3- ثبات الاستبانة:

بلغت قيمة الثبات (معامل ألفا كرونباخ (alpha cronbach)) 89,90%، مما يعني أن إستبانة البحث تتمتع بدرجة ودلالة ثبات جيدة، بحيث تزيد هذه النسب عن النسبة المقبولة إحصائيا والبالغة 60 %، مما يؤكد وجود علاقة ترابط و اتصال بين عبارات الاستبانة.

الجدول رقم(02): نتائج اختبار معامل الثبات ألفا كرونباخ

محاور الاستبانة	عدد الفقرات	قيمة ألفا
الأبعاد الخمسة ككل	23	0,899

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.20)

رابعا- مناقشة النتائج:

1- تحليل الخصائص العامة لعينة الدراسة:

بخصوص الخصائص العامة لعينة الدراسة فهي كما يلي:

- أغلب أفراد العينة هم ذكور، حيث بلغت نسبتهم 67,70%، بينما نسبة الإناث كانت 32,30% .

- كما يتضح من خلال نفس الجدول أن معظم مفردات العينة تتراوح أعمارهم بين 31و40 سنة وعددهم 111 عميل أي تتمركز في الفئة الثانية بنسبة 49,80%، تليها مباشرة الفئة الأولى التي تتراوح أعمارهم بين 21 و 30 سنة ب73 زبون والتي تقدر نسبتها 32,70%، أما باقي مفردات العينة فتتمركز في الفئة الثالثة التي تزيد أعمارهم عن 40 سنة.

- معظم أفراد العينة ذوو مستوى جامعي بنسبة 71,30%، يليها مباشرة ذووا المستوى الثانوي بنسبة 20,60%.

- أغلب أفراد العينة هم موظفون وتجار على الترتيب في حين نجد أن الفئة الأخيرة خاصة بالمهن الحرة والمتقاعدين...الخ، وذ سبهم هي كالتالي 48,90% ، 33,20% ، 17,90% على الترتيب، وهذا راجع إلى مدى احتياج الفئتين الأولى والثانية إلى حسابات بنكية لتسيير احتياجاتها المختلفة، كدفع وتحصيل الراتب، دفع الفواتير ...الخ، في حين أن الفئة الثالثة المتمثلة في المتقاعدين والمهن الحرة الأخرى التي يمارسها عادة الكبار في السن فإنهم لا يستعملون كثيرا الخدمات المصرفية الالكترونية وهذا إما لعدم حاجتهم لها أو لنقص تحكمهم في هذه التقنيات الحديثة.

- غالبية أفراد العينة لهم خبرة تعامل مع المصرف من سنتين إلى 10 سنوات بنسبة مئوية تقدر ب56,10%، بينما نجد أن الزبائن الذين لهم خبرة تعامل مع المصرف أقل من سنتين في المرتبة الثانية بنسبة 31,80%، وفي المرتبة الأخيرة الزبائن الذين لهم خبرة تعامل أكثر من 10 سنوات بنسبة 12,10%.

2- تحليل البيانات المتعلقة بتقييم العملاء لمدى مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات بوكالات المصارف محل الدراسة:

نستعرض فيما يلي،إجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المقدمة إليهم حسب أبعادها الخمسة، والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول رقم(03): بعض الخصائص الاحصائية لأبعاد جودة الخدمات المصرفية

إسم البعد	المتوسط	الانحراف	درجة موافقة	الترتيب
الملموسية	**2,53**	**0,90**	**عالية**	**1**
الاعتمادية	**2,52**	**0,963**	**عالية**	**2**
الاستجابة	**422,**	**0481,**	**عالية**	**3**
الثقة و الأمان	**2,17**	**0,777**	**عالية**	**4**
التعاطف و الاتصال	**392,**	**1,041**	**عالية**	**5**

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.20)

تشير نتائج الجدول أعلاه إلى مدى موافقة عينة الدراسة من العملاء على التأثير الايجابي للخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المقدمة لهم وهذا حسب كل بعد من أبعاد هذه الأخيرة، و هو ما يتضح من خلال المتوسطات الحسابية لكل بعد و التي تنتمي إلى مجال درجة الموافقة العالية (حسب الجدول رقم (01)) ، ومنه

فإن العملاء يرون أن جودة الخدمة المصرفية تتأثر بمستوى الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة و هذا حسب مختلف أبعاد الجودة .

3- **اختبار الفرضيات:**

تتمثل أولى الخطوات في عملية اختبار الفروض في معرفة ما إذا كانت إجابات أفراد العينة تتبع التوزيع الطبيعي أو لا، و الجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (04):نتائج اختبار كولمنجروف-سميرنوف (I-Sample K-S) للتوزيع الطبيعي.

البيان	قيمة الاختبار	مستوى الدلالة SIG	التوزيع
البعد الأول: الملموسية	**2,247**	**0.000**	**غير طبيعي**
البعد الثاني: الاستجابة	**2,007**	**0.001**	**غير طبيعي**
البعد الثالث: الاعتمادية	**1,618**	**0.011**	**غير طبيعي**
البعد الرابع: الثقة الأمان	**3,188**	**0.000**	**غير طبيعي**
البعد الخامس: التعاطف والاتصال	**2,429**	**0.000**	**غير طبيعي**

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.20)

يبين الجدول رقم (4) أعلاه نتائج اختبار كولمنجروف - سميرنوف، حول التوزيع الطبيعي، حيث أن قيمة مستوى الدلالة sig=0.000 بالنسبة لإجابات أفراد العينة على عبارات الأبعاد أقل من مستوى الدلالة الحرج (0.05)، لذلك نرفض الفرضية العدمية (H0) ونقبل الفرضية البديلة (H1)، أي أن إجابات أفراد العينة على المحاور لا تتبع التوزيع الطبيعي[1].

✓ **إختبار الفرضية الأولى:** و التي تنص على:

- H0: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتطبيق الخدمة المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية.

- H1: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتطبيق الخدمة المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية.

بما أن إجابات أفراد العينة لا تتبع التوزيع الطبيعي، فيمكن اختبار الفرضية أعلاه باستخدام اختبار الإشارة Sign Test، ويعتبر هذا الاختبار غير المعلمي بديلاً

1- تنص الفرضية العدمية لاختبار معلمية التوزيع أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

لاختبار t للعينة الواحدة المعلمي، ويستخدم للتحقق من مطابقة متوسط إجابات أفراد العينة مع المتوسط المعياري المستخدم وهو الدرجة 3 ، والنتائج موضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (05): نتائج اختبار الإشارة (Sign Test) حول كل أبعاد الدراسة

العبارة	الموافقون > 3	غير الموافقين < 3	مستوى الدلالة Sig
أبعاد (محاور) الدراسة ككل	**89%**	**11%**	**0.000****

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.20) ، (**) دال إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.05.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة موافقة إجابات أفراد العينة ككل قد بلغت 89%، بمستوى معنوية sig=0.000 وهو أقل من مستوى الدلالة الحرج (0.05)، وبناءً على ذلك نرفض الفرضية العدمية (H0) ونقبل الفرضية البديلة (H1)، أي أنه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتطبيق الخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية.

✓ **اختبار الفرضية الثانية:** والتي مفادها:

H0: لا يختلف تقييم عملاء وكالات المصارف محل الدراسة حول مدى مساهمة الخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المقدمة لهم فعليا حسب كل متغير من المتغيرات الشخصية.

H1: يختلف تقييم عملاء وكالات المصارف محل الدراسة حول مدى مساهمة الخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المقدمة لهم فعليا حسب كل متغير من المتغيرات الشخصية.

إن الهدف من هذه الفرضية هو إختبار فيما إذا كانت هناك علاقة بين الجزء الخاص بعبارات أبعاد الجودة من جهة والجزء المتعلق بالخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة من جهة ثانية، حيث نختبر في البداية البيانات المتعلقة بالخصائص الشخصية إن كانت تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، و في هذا السياق أكدت نتائج التوزيع الطبيعي باستخدام اختباري (Shapiro-Wilk) و (Kolmogorov-Smirnov) للمتغيرات الشخصية ، أن معنوية الاختبارين أقل من مستوى الدلالة الحرج(0.05)، و بالتالي إجابات أفراد العينة على الجزء الخاص بالمتغيرات الشخصية لا تتبع التوزيع الطبيعي، و في هذه الحالة يتم تطبيق كل من اختبار مان

ويتني[1] (Mann-Whitney) و كرو سكال-وا لاس[2] (Kruskal-Wallis) لمقارنة توزيع عدة عينات مستقلة، ونلخص النتائج كما يلي (الجدولين:(6) و(7) أدناه):

- لا يختلف تقييم عملاء وكالات المصارف محل الدراسة حول مدى مساهمة الخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المقدمة لهم فعليا حسب المتغيرات الشخصية التالية: النوع،المستوى التعليمي،مهنة العميل، مدة التعامل مع المصرف.
- يختلف تقييم عملاء وكالات المصارف محل الدراسة حول مدى مساهمة الخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات تعزى لمتغير العمر، بين الفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة، والفئة أكبر من 40 سنة، لصالح الفئة العمرية من 21 إلى 30 سنة ،والفئة العمرية اكبر من 40 سنة لصالح الفئة العمرية 31 إلى 40 سنة.

الجدول رقم (06): اختبار مان وتني (Mann-Whitney) لمتغير النوع

وصف العينات		متوسط الرتب	النتائج		
النوع (الجنس)	الحجم		khi-deux	Ddl	Sig
ذكر	151	110,78	0,166	1	0.684
أنثى	72	114,55			

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج(SPSS.20)

الجدول رقم (07): اختبار كرو سكال وا لاس(Kruskal-Wallis) للمتغيرات: العمر، المستوى التعليمي، المهنة ، مدة التعامل مع المصرف

وصف العينات		متوسط الرتب	النتائج		
السن	الحجم		khi-deux	Ddl	Sig
من 21 إلى 30	73	128,86	11,519	2	0.003 **
من 31 إلى 40	111	110,11			

[1]- يستخدم اختبار مان- ويتني لمقارنة توزيع عينتين مستقلتين، وهو إختبار لامعلمي يستخدم كبديل لإختبار ستيودنت لعينتين مستقلتين المعلمي.

[2]- يستخدم اختبار كروسكال - والاس لمقارنة توزيع 3 عينات فأكثر من المجتمعات المستقلة، وعادة ما يطبق عندما لا تتوفر شروط اختبار تحليل التباين الأحادي أو عندما تكون البيانات المتوفرة هي بيانات ترتيبية، وهو يعمل على اختبار الفروق بين متوسط ثلاث عينات فأكثر.

اكبر من 40	39	85,82			
المستوى	الحجم		khi-deux	Ddl	Sig
ثانوي فأقل	46	102,55	3,804	2	0.149 **
جامعي	159	11,851			
ما بعد التدرج	18	0137,5			
المستوى	الحجم		khi-deux	Ddl	Sig
موظف	109	117,97	3,59	2	0.166 **
تاجر	74	0100,4			
أخرى	40	117,19			
مدة التعامل مع المصرف	الحجم		khi-deux	Ddl	Sig
أقل من سنتين	71	119,57	1,74	2	0.419
من 02 إلى 10 سنوات	125	0109,8			
أكثر من 10 سنوات	27	102,26			

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.20)، (**) دال إحصائيا عند مستوى 0.05.

خامسا: الخاتمة

سعت هذه الدراسة إلى معرفة دور الخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات بوكالات بعض المصارف العمومية و الخاصة العاملة بمدينة البليدة، و قد أفرزت الدراسة النتائج التالية:

- تساهم الخدمات المصرفية الالكترونية بدرجة كبيرة في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للزبون، لما تقدمه من مزايا وايجابيات مختلفة؛
- تحاول المصارف العاملة في الجزائر جاهدة، سواء منها العمومية أو الخاصة مواكبة التطورات الهائلة في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية، من خلال تقديم بعض الخدمات المصرفية الالكترونية المتطورة، إلا أنها مازلت بطيئة وغير متنوعة، ولم تصل لحد الآن إلى المستوى المطلوب لمنافسة المصارف الرائدة في هذا المجال؛
- تعتبر المصارف الخاصة أكثر تطورا من المصارف العمومية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية، لما تحمله من خبرة من بلدانها الأصلية، مثل بنك الخليج الجزائر، بنك سوسيتي جنرال الجزائر،

• يرى عملاء وكالات المصارف محل الدراسة أن جودة الخدمة المصرفية تتأثر بمستوى الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة و هذا حسب مختلف أبعاد الجودة (الملموسية، الاستجابة، الاعتمادية، الثقة والأمان، التعاطف والاتصال).

• يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتطبيق الخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية.

• لا يختلف تقييم عملاء وكالات المصارف محل الدراسة حول مدى مساهمة الخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم فعليا حسب المتغيرات الشخصية التالية: النوع،المستوى التعليمي،مهنة العميل، مدة التعامل مع المصرف.

• يختلف تقييم عملاء وكالات المصارف محل الدراسة حول مدى مساهمة الخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية تعزى لمتغير العمر، بين الفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة، والفئة أكبر من 40 سنة، لصالح الفئة العمرية من 21 إلى 30 سنة ،والفئة العمرية اكبر من 40 سنة لصالح الفئة العمرية 31 إلى 40 سنة.

قائمة المراجع:

1. بشير عباس العلاق، "الخدمات الالكترونية بين النظرية والتطبيق، مدخل تسويقي استراتيجي "،المنظمة العربية للتنمية الإدارية، عمان، الأردن، 2004.

2. بن احمد لخضر، "متطلبات تطوير وتحرير الخدمات المصرفية في الجزائر، دراسة الواقع والأفاق"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2012/2011.

3. بوعافية رشيد، "الصيرفة الالكترونية والنظام المصرفي الجزائري "، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سحب دحلب، 2005.

4. تيسير العجارمة، "التسويق المصرفي "، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2005.

5. ثريا عبد الرحيم الخزرجى، شرين بدري البارودي، "اقتصاد المعرفة، الأسس النظرية والتطبيق في المصارف التجارية "، الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2012.

6. جلال عايد الشورة " وسائل الدفع الالكتروني"، دار الثقافة، الأردن، 2009.

7. جليد نور الدين "تطوير وسائل الدفع الالكترونية في ظل التجارة الالكترونية، حالة الجزائر 2005-2010"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2010/2009.

8. خبابه عبد الله، "الاقتصاد المصرفي، المصارف الالكترونية، المصارف التجارية، السياسة النقدية "، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2008.

9. رشدي فتاح عبد الفتاح، "المصارف الشاملة وتطوير الجهاز المصرفي المصري"، (بدون دار نشر)، مصر، 2000.

10. رعد حسن الصرن، "عولمة جودة الخدمة المصرفية"، دار التواصل العربي، مؤسسة الوراق للنشر،سوريا، عمان، 2007.

11. رؤى رشيد سعيد القاسم، "أثر الالتزام التنظيمي في تحسين جودة الخدمة المصرفية، دراسة تطبيقية على عينة من البنوك التجارية الأردنية "، مذكرة ماجستير غير منشورة، إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012/2011.

12. طارق طه، "إدارة المصارف في بيئة العولمة والانترنت"، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007.

13. طارق عبد العالي، "التجارب الالكترونية، المفاهيم، التجارب،الخدمات، الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية "، شركة جلال للطباعة، مصر، 2003.

14. عبد الفتاح عز، "مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام spss"،خوارزم العلمية للنشر والتوزيع، جدة، 2008.

15. عبد المنعم راضي، فرج عزت،"إقتصاديات النقود و البنوك"، البيان للطباعة و النشر، الاسكندرية ،2009، ص31.

16. عوض بدير الحداد، "تسويق الخدمات المصرفية "، البيان للطباعة والنشر، القاهرة، الطبعة الأولى، 1999.

17. عمر وصفي عتيلي ، قحطان العبدلي،حمد الغدير،"مبادئ التسويق:مدخل متكامل" ، دار زهران للنشر والتوزيع عمان ،1994.

18. فريد النجار "الاقتصاد الرقمي : الانترنت وإعادة هيكلة الاستثمار والمصارف الالكترونية "،الدار الجامعية، مصر، 2007.

19. مصطفى إبراهيم عبد النبي ، " دور السلطات النقدية في مواجهة مخاطر الصيرفة الإلكترونية "،دراسات وأبحاث ، مجلة المصرفي ، العدد32، يوليو 2004.

20. منير محمد الجنبيهي وآخرون، "المصارف الالكترونية "، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006.

21. محمود احمد إبراهيم الشرقاوي ،"مفهوم الأعمال المصرفية الإلكترونية واهم تطبيقاتها "، مؤتمر الأعمال المصرفية بين الشريعة والقانون ، المجلد الأول ، ماي 2003.

22. ناجي معلا ،" أصول التسويق المصرفي"،الجامعة الأردنية ، الأردن ،1994، ص50 .

23. ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبدلات، "الصيرفة الالكترونية، الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع"، الأردن، دار وائل للذشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2008.

24. وسيم محمد الحداد، شقيري نوري موسى، محمود إبراهيم نور، صالح طاهر الزرقان، "الخدمات المصرفية الالكترونية"، دار المسيرة للذشر والتوزيع والطباعة، عمان، الطبعة الأولى، 2012.

25- Christine Ennew&Nigel Waite, Financial Service Marketing : An International Guide To Principales And Practice, Boston : Buterworth-Heinemann, 2007.

26- Monique Zollinger, Eric Lamarque, Marketing et stratégie de la banque, (Paris : 4 édition, édition Dunod, 2006), p 124.

27- Parasuraman.A ;Zeithaml,V.A, ,And Berry .L ,"Delivering Quality Service,Balancing Customer Perception And Expectations ",The Free Press,New.Yourk,1990.