

أثر وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين ورفع جودة الخدمات المصرفية دراسة على عينة من الوكالات البنكية التجارية بالجلفة

*The impact of electronic payment methods on improving and raising the
quality of banking services*

A study on a sample of commercial banking agencies in Djelfa

ط.د. سفيان راخ¹، د. سعد قصري²

¹ جامعة الجلفة (الجزائر)، مخبر الطرق الكمية في العلوم الاقتصادية وعلوم إدارة الأعمال وتطبيقاتها من أجل التنمية

المستدامة soufiane.rakh@univ-djelfa.dz

² جامعة الجلفة (الجزائر)، مخبر سياسة التنمية الريفية في السهوب kesri.saad@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2024/06/01

تاريخ القبول: 2024/03/14

تاريخ الاستلام: 2024/01/16

ملخص: تهدف الدراسة إلى معرفة تأثير وسائل الدفع الإلكترونية على الرفع والتحسين من جودة الخدمات المصرفية على العينة والمتمثلة في مجموعة من الوكالات البنكية في ولاية الجلفة، وهذا عن طريق استبيان وجه لعينة مكونة من 40 موظف في الوكالات البنكية محل الدراسة، وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج ذات دلالة إحصائية أهمها: وجود علاقة بين تحسين جودة الخدمات المصرفية ونظام الدفع الإلكتروني، وجود تأثير لوسائل الدفع الإلكترونية على مختلف أبعاد الجودة المصرفية. الكلمات المفتاحية: أبعاد جودة الخدمة المصرفية؛ وسائل الدفع الإلكتروني؛ الخدمات المصرفية الإلكترونية. تصنيف JEL: G21؛ O39؛ E58.

Abstract:

The study aims to determine the impact of electronic means of payment on raising and improving the quality of banking services on the sample, which is represented by a group of banking agencies in the state of djelfa. This is through a questionnaire for a sample of 40 employees in the banking agencies under consideration. The study concluded with a set of statistically significant results, the most important of which are: A relationship between improving the quality of banking services and the electronic payment system, the impact of electronic payment methods on different dimensions of banking quality.

Keywords: dimensions of banking service quality; Electronic payment methods; Electronic banking services.

JEL Classification Codes: G21; O39; E58.

1. مقدمة:

يمر العالم بعصر يتميز بالتحرر الاقتصادي والتجاري كأهم سماته، وتعتبر الصناعة المصرفية من أكثر الأنشطة تأثراً بالتطورات العالمية، حيث يلعب هذا القطاع دوراً مهماً في تحقيق أهداف التنمية الاقتصادية، ومن أجل هذا تسعى البنوك جاهدة إلى تحقيق رضا العملاء، مما يسمح لها بالبقاء في السوق وتميز نفسها عن المنافسين. ونجد أن الجودة أصبحت سمة مميزة لهذا القرن، حيث تعتبر جودة الخدمة من أبرز المواضيع الحديثة في الفكر التسويقي.

أصبحت المنافسة بين البنوك قائمة على تنوع الخدمات المقدمة، أو على التطوير والابتكار فيها، ولهذا أصبح مفهوم جودة الخدمات المصرفية من أهم المواضيع في الفكر التسويقي، وأصبح بمثابة استراتيجية تنافسية للبنوك لتمييزها عن غيرها من البنوك المنافسين ولتحقيق أهدافهم التسويقية.

أدى التطور التكنولوجي الكبير إلى تسهيل وسرعة إنجاز المعاملات المصرفية للعملاء، وذلك من خلال اعتماد وسائل وأساليب إلكترونية حديثة في تقديم الخدمات المصرفية، مثل خدمات الصراف الآلي ونظام التحويل الإلكتروني للنقود والعمليات المصرفية الإلكترونية، واستخدام بطاقات الدفع. وقد برز هذا التطور بشكل واضح خلال الأزمة الصحية العالمية التي بدأت في عام 2020، والتي تسببت في انتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19). وفي مواجهة هذه الأزمة، وجدت البنوك نفسها ملزمة بتطوير أساليبها في تقديم الخدمات المصرفية، وتكثيف استخدام البطاقات الإلكترونية. وذلك بهدف الحفاظ على مكانتها وارباحتها، وضمان جودة خدماتها وأدائها بكفاءة واستمرارية.

وبناء على ما سبق تأتي هذه الدراسة للإجابة على الإشكالية الرئيسية الآتية:

ما أثر استعمال وسائل الدفع الحديثة (الإلكترونية) على التحسين والرفع من جودة الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية؟

ومن خلال الإشكالية الرئيسية نطرح مجموعة من التساؤلات وهي كالتالية:

- "هل توجد علاقة بين وسائل الدفع الإلكترونية ومستوى اعتمادية الخدمة المصرفية؟"
- "هل توجد علاقة بين وسائل الدفع الإلكترونية ومستوى استجابة الخدمة المصرفية؟"
- "هل توجد علاقة بين وسائل الدفع الإلكترونية ومستوى ملموسية الخدمة المصرفية؟"
- "هل توجد علاقة بين وسائل الدفع الإلكترونية ومستوى أمن وخصوصية الخدمة المصرفية؟"
- "هل توجد علاقة بين وسائل الدفع الإلكترونية ومستوى التعاطف في الخدمة المصرفية؟"

فرضيات: بعد تحديد المشكلة المراد دراستها بأبعادها المختلفة نطرح الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية:

- "لا توجد علاقة قوية بين وسائل الدفع الإلكترونية ومستوى جودة الخدمة المصرفية في

الوكالات البنكية محل الدراسة".

الفرضيات الفرعية:

- "لا توجد علاقة قوية بين استخدام وسائل الدفع الإلكترونية ومستوى اعتمادية الخدمة المصرفية في الوكالات البنكية محل الدراسة".
- "لا توجد علاقة قوية بين استخدام وسائل الدفع الإلكترونية ومستوى استجابة الخدمة المصرفية في الوكالات البنكية محل الدراسة".
- "لا توجد علاقة قوية بين استخدام وسائل الدفع الإلكترونية ومستوى ملموسية الخدمة المصرفية في الوكالات البنكية محل الدراسة".
- "لا توجد علاقة قوية بين استخدام وسائل الدفع الإلكترونية ومستوى أمن وخصوصية الخدمة المصرفية في الوكالات البنكية محل الدراسة".
- "لا توجد علاقة قوية بين استخدام وسائل الدفع الإلكترونية ومستوى التعاطف في الخدمة المصرفية في الوكالات البنكية محل الدراسة".

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة الى تحقيق مجموعة من العناصر وهي:

- التعريف بجودة الخدمات المصرفية وابعادها، وكذلك بوسائل الدفع الحديثة (الإلكترونية)؛
- معرفة دور الذي تلعبه وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين وتسهيل المعاملات المالية؛
- إظهار أثر الاستخدام المكثف لوسائل الدفع الإلكترونية على تحسين جودة ونوعية الخدمة المصرفية الإلكترونية في البنوك؛

أهمية الدراسة: تنبع أهمية الدراسة في مجموعة من الأمور وهي:

- تسليط الضوء على أهمية التنوع في تقنيات وأساليب تقديم الخدمات المصرفية وفقا لتطورات التكنولوجيا التي تحدث في المجال المصرفي؛
- معرفة أهم وسائل الدفع الإلكترونية المتعامل بها في البنوك الجزائرية؛

منهج المتبع لدراسة الأدوات المستخدمة فيها: من أجل الإجابة على تساؤلات البحث واختبار فرضياته، قمنا بالاستعانة بالمنهج الوصفي التحليلي في طرح مختلف الجوانب المتعلقة بالموضوع. ومن ثم تم استخدام برنامج SPSS للتحليل بهدف اختبار الفرضيات وتحليل النتائج ومناقشتها.

أجزاء الدراسة: تم تقسيم الدراسة على النحو التالي:

1. جودة الخدمة المصرفية
2. وسائل الدفع الإلكتروني
3. الدراسة التطبيقية في الوكالات البنكية محل الدراسة.

2. وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر

أدى تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى ظهور تحولات كبيرة في قطاع العمل البنكي، حيث ظهرت وسائل الدفع الإلكتروني كأحد أهم هذه التحولات، والتي لجأت إليه البنوك لتحسين أدائها وتحقيق رضا العملاء.

1.2. الدفع الإلكتروني ووسائله

في هذا الجزء، سنتعرف على تعريف الدفع الإلكتروني، وأنواع وسائل الدفع الإلكترونية.

1.1.2. تعريف الدفع الإلكتروني:

الدفع الإلكتروني هو وسيلة للدفع عن طريق البطاقات المصرفية، والتي يتم قبولها محلياً ودولياً من قبل الأفراد والتجار والبنوك. ويعمل الدفع الإلكتروني كبديل للنقد، حيث يمكن لحامل البطاقة استخدامها لدفع قيمة السلع أو الخدمات التي يحصل عليها مقابل توقيعه على إيصال بقيمة المبلغ المستحق.

يقوم التاجر بتحصيل قيمة البيع من البنك المصدر للبطاقة، والذي يقوم بدوره بتحويل المبلغ إلى البنك الذي صرح للتاجر بقبول البطاقة كطريقة للدفع. وتسمى عملية تحويل الأموال بين البنوك بنظام الدفع الإلكتروني، والذي يتم تنفيذه من قبل الهيئات الدولية المصدرة للبطاقات. (العجمي، 2013)

2.1.2. مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني: تعرف وسائل الدفع الإلكترونية أنها:

- "الدفع الإلكتروني: تحويل الأموال إلكترونياً من المشتري إلى البائع، بتكلفة منخفضة وبسرعة عالية، عبر وسطاء ماليين". (عبابسة، 2016، صفحة 347)
- "وسائل الدفع الإلكترونية هي عنصر أساسي من أنظمة الدفع، وهي تتخذ أشكالاً عديدة، مثل البطاقات المصرفية والتحويلات البنكية والشيكات الإلكترونية. وتمكن هذه الوسائل من تحويل الأموال بين البنوك والمؤسسات المالية الأخرى".
- "كل وسيلة دفع مسموح بها قانوناً تتيح لصاحبها إجراء عملية دفع، سواء كان ذلك عن قرب أو عن بعد، من خلال نظام إلكتروني".
- نستنتج من خلال ما تم ذكره أن الدفع الإلكتروني هو وسيلة لنقل الأموال إلكترونياً، بهدف تسهيل عملية التبادل التجاري وجعلها أكثر أماناً وسرعة وكفاءة.

2.2. خصائص الدفع الإلكتروني:

- الطبيعة الدولية: يُقبل الدفع الإلكتروني في جميع الدول، حيث يمكن استخدامه لتسوية

- المعاملات التجارية التي تتم عبر الإنترنت بين مستخدمين من جميع أنحاء العالم.
- استخدام النقود الإلكترونية: تتم عمليات الدفع الإلكتروني باستخدام النقود الإلكترونية، وهي قيمة نقدية مخزنة على بطاقة أو في ذاكرة المؤسسة التي تقدم خدمة الدفع الإلكتروني.
- الدفع عن بعد: يتم الدفع الإلكتروني عن بعد، حيث لا يحتاج المشتري والبائع إلى التواجد في نفس المكان في نفس الوقت. يتم الدفع عبر الإنترنت باستخدام شبكة الإنترنت أو وسائل الاتصال اللاسلكية الأخرى. (حورية، 2019، صفحة 126)

3.2. إيجابيات وسلبيات وسائل الدفع الإلكترونية

1.3.2. إيجابيات وسائل الدفع الإلكترونية

- السهولة والأمان: توفر وسائل الدفع الإلكترونية سهولة وأمانًا أكبر من وسائل الدفع التقليدية، حيث يمكن استخدامها في أي وقت ومن أي مكان، دون الحاجة إلى حمل النقود أو الشيكات. كما أنها توفر الحماية من السرقة والضياع.
- زيادة المبيعات: تساهم وسائل الدفع الإلكترونية في زيادة المبيعات، حيث تسهل على العملاء إجراء عمليات الشراء عبر الإنترنت أو من خلال نقاط البيع. كما أنها تساهم في خفض تكلفة عمليات الدفع بالنسبة للبائعين.
- تحقيق أرباح المصارف: توفر وسائل الدفع الإلكترونية فرصًا جديدة لتحقيق الأرباح بالنسبة للمصارف والمؤسسات المالية، من خلال فرض رسوم وفوائد على عمليات الدفع. (حورية، 2019، صفحة 130)

2.3.2. سلبيات وسائل الدفع الإلكترونية

- زيادة الديون: يمكن أن تؤدي وسائل الدفع الإلكترونية إلى زيادة الديون، حيث تسمح لحاملي البطاقات الائتمانية بالاقتراض بما يتجاوز قدرتهم المالية.
- مخاطر الاحتيال: يمكن أن تتعرض بيانات حاملي البطاقات الإلكترونية للاختراق، مما قد يؤدي إلى الاحتيال المالي.
- تحمل البنك للمخاطر: يتحمل البنك المصدر لوسائل الدفع الإلكترونية المخاطر المتعلقة بعمليات الدفع، مثل عدم سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم أو فقدان البطاقات. (حورية، 2019، صفحة 131)

بشكل عام، تتمتع وسائل الدفع الإلكترونية بالعديد من المزايا، ولكنها تواجه أيضًا بعض العيوب. ومن المهم أن يكون مستخدمو وسائل الدفع الإلكترونية على دراية بهذه المزايا والعيوب، وذلك لتجنب

المخاطر المحتملة.

4.2. أنظمة الدفع الإلكترونية في الجزائر:

1.4.2. نظام التسوية الإجمالية الفورية (ARTS): دخل نظام الدفع الإجمالي الفوري للمبالغ الكبيرة والمدفوعات المستعجلة المسى "أرتس" (ARTS)، قيد التشغيل في فيفري 2006، يعتبر قاعدة عصرنه أنظمة الدفع وبزيادة وتيرة تشغيله تدريجياً، أثر إيجابياً على إدارة خزنه البنوك.

نظام الدفع بين البنوك هو نظام إلكتروني يسمح للبنوك بتبادل المدفوعات فيما بينها. ويشمل هذا النظام المدفوعات التي تفوق مليون دينار، والمدفوعات العاجلة.

كما يسمح نظام الدفع بين البنوك للبنوك بتحويل الأموال إلى حساباتها الخاصة، وإلى حسابات المؤسسات المالية الأخرى، وإلى مركز الصكوك البريدية. ويمكن للبنوك أيضاً استخدام هذا النظام لتحويل الأموال إلى حسابات عملائها.

أهداف نظام (أرتس) في الجزائر: يهدف نظام (أرتس) في الجزائر إلى تحقيق مجموعة من الأهداف من بينها تسوية عمليات الدفع الإلكترونية بشكل فوري، بما في ذلك عمليات البطاقات المصرفية ووسائل الدفع الإلكترونية الأخرى، وكذا تلبية احتياجات جميع المستخدمين من خلال نظام الدفع الإلكتروني، خفض التكاليف وتسهيل التسويات وتعزيز النقود الإلكترونية وجعل نظام الدفع الجزائري يتوافق مع المعايير الدولية في إدارة مخاطر السيولة، والعمل على تعزيز العلاقات بين البنوك، ومحاولة استقطاب المصارف الأجنبية من أجل انشاء فروع لها في الجزائر من خلال توفير البيئة المصرفية المناسبة لها. (عراة، 2012، صفحة 20)

2.4.2. المقاصة الإلكترونية (ATC): يسمح نظام المقاصة الإلكترونية (ATC)، الذي تم إطلاقه في مايو 2006، بتبادل جميع وسائل الدفع للمدفوعات الخاصة بالجمهور العريض. وتشمل هذه الوسائل:

- ❖ الصكوك
- ❖ الأوراق التجارية
- ❖ التحويلات المصرفية
- ❖ الاقتطاعات الآلية
- ❖ عمليات البطاقات

أهداف نظام المقاصة الإلكترونية في الجزائر

يهدف نظام المقاصة الإلكترونية في الجزائر إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، منها: (بلعائش و بن اسماعين، 2014، صفحة 84)

- التسيير المحاسبي اليومي: يوفر نظام المقاصة الإلكترونية إمكانية إجراء التسويات المالية

اليومية بين البنوك، مما يساهم في تسهيل عملية المحاسبة وإعطاء نظرة شاملة وحقيقية عن وضعية الخزينة في السوق المالية والوطنية.

- تقليص آجال المعالجة: يهدف نظام المقاصة الإلكترونية إلى تسريع عملية المعالجة، بحيث يتم قبول أو رفض العملية في غضون 5 أيام كحد أقصى، مع العمل على تقليص هذه المدة إلى 3 أيام ثم 48 ساعة.
- تأمين أنظمة الدفع العام: يساهم نظام المقاصة الإلكترونية في تأمين أنظمة الدفع العام من خلال استخدام تقنيات متقدمة في مجال التشفير وحماية البيانات.
- إعادة الثقة للزبائن في التعامل بوسائل الدفع: يساهم نظام المقاصة الإلكترونية في إعادة الثقة للزبائن في التعامل بوسائل الدفع، خاصة الصكوك، من خلال توفير نظام آمن وسريع.
- محاربة عملية تبييض الأموال في الجزائر: يساهم نظام المقاصة الإلكترونية في محاربة عملية تبييض الأموال في الجزائر، من خلال توفير نظام يسمح بمراقبة ومتابعة المعاملات المالية. (زاقى وطلحة ، 2022 ، صفحة 335)

3.4.2. الصيرفة على خط الجزائر:

سعت الجزائر إلى تطوير قطاع الصيرفة الإلكترونية لديها، فأنشئت في عام 2004 شركة "الجزائر للخدمات المصرفية الإلكترونية" (AEBS) بالشراكة مع شركة "DIAGRAMEDI" الرائدة في مجال البرمجيات المتعلقة بالصيرفة الإلكترونية، وثلاث مؤسسات جزائرية أخرى هي (MAGACTMULTIMEDIA) و (SOFTENGINEERING) و (CERIST).

تقدم شركة AEBS خدماتها المتعلقة بالبنوك عن بعد وتسيير أمن لتبادل البيانات المالية للبنوك والمؤسسات المالية. وقد ركزت الشركة في بدايتها على عصنة وتطوير الخدمات البنكية وأنظمة الدفع الإلكترونية.

تسعى شركة AEBS إلى تقديم حلول برمجية مبتكرة لتلبية حاجيات المؤسسات المالية، وذلك من خلال تسهيل وتأمين المبادلات الإلكترونية.

تقسم الخدمات المقدمة من طرف شركة AEBS إلى قسمين:

- الصنف الخاص بالبنك "E- Banking gramDia": يوفر هذا الصنف مجموعة من الخدمات المصرفية الإلكترونية، مثل:
 - فتح الحسابات المصرفية
 - إدارة الحسابات المصرفية
 - إجراء المعاملات المالية

- الحصول على المعلومات المصرفية
- صنف التبادل الإلكتروني للبيانات EDI متعدد الأقسام "Gram Dia": يوفر هذا الصنف مجموعة من الخدمات المتعلقة بتبادل البيانات المالية بين البنوك والمؤسسات المالية، مثل:
 - تسوية المدفوعات
 - تبادل المعلومات المالية
 - التقارير المالية

يمكن القول أن شركة AEBS لعبت دورًا مهمًا في تطوير قطاع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر. فقد ساهمت الشركة في توفير مجموعة من الخدمات المصرفية الإلكترونية وخدمات التبادل الإلكتروني للبيانات المالية، مما ساعد على تعزيز الشمول المالي وحماية النظام المالي الجزائري. (خوبيري، 2015، صفحة 50)

3. جودة الخدمات المصرفية

1.3. تعريف جودة الخدمة المصرفية

من أجل التطرق لجودة الخدمة البنكية، من المهم معرفة جودة الخدمة أولا.

- تعريف الجودة:

تُعرّف الجودة بأنها "مدى تلبية الخصائص المتأصلة في المنتج أو الخدمة لمتطلبات العملاء". (جودة، 2004، صفحة 19)

وتعرفها الجمعية الأمريكية للجودة بأنها "جموع المزايا والخصائص التي تؤثر في قدرة السلع والخدمات على تحقيق مجموعة من الحاجات للعملاء، وهي أشياء متميزة تتوافق مع محيط الزبائن". (أبو خريص وشكشك، 2015، صفحة 159)

مما سبق ذكره يمكن القول أن جودة الخدمة هي مدى تلبية الخدمة المصرفية لاحتياجات وتوقعات العميل، وذلك من خلال المواصفات والمعايير المحددة، والاعتمادية، والاستجابة، والسهولة في الاستخدام، والقيمة، بالإضافة إلى مراعاة تقليص التكاليف.

ومن خلال استعراض التعاريف السابقة نستخلص أن الجودة هي مزيج من الخصائص التي تجعل المنتج أو الخدمة يلبي احتياجات وتوقعات العميل، وذلك من خلال توفيرها بدقة وكفاءة وتميز، مع مراعاة تخفيض التكاليف.

- تعريف جودة الخدمة:

جودة الخدمة هي درجة تلبية الخدمة لاحتياجات وتوقعات العميل. (لعراف و بوقرة، 2014،

يمكن أيضاً تعريف جودة الخدمة على أنها مقياس للأداء الفعلي للخدمة مقارنة بتوقعات العميل.

من خلال التعاريف السابقة، يمكن استنتاج أن جودة الخدمة تُقاس من منظور العميل، وليس من منظور البنك. لذلك، يجب على البنك فهم توقعات العملاء واحتياجاتهم، وتقديم خدمة تلي هذه التوقعات.

تتمثل جودة الخدمة البنكية في درجة تطابق الخدمة الفعلية لاحتياجات وتوقعات العميل. يجب على البنك أن يسعى إلى تجاوز توقعات العملاء، من خلال تقديم خدمة مميزة واستثنائية. (جعفاري و وليد بيبي، 2022، صفحة 312).

- تعريف جودة الخدمة المصرفية:

جودة الخدمة البنكية هي درجة تلبية الخدمة المصرفية لاحتياجات وتوقعات العميل. (شيروف، 2009/2010، صفحة 28)

الخدمات المصرفية هي مجموعة من العمليات التي تقدمها البنوك للأفراد أو المؤسسات، وتهدف إلى إشباع احتياجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية.

وتشمل الخدمات المصرفية مجموعة من العناصر الملموسة وغير الملموسة، مثل:

- المنتجات المصرفية، مثل: الحسابات المصرفية، والقروض، والاستثمارات.
- الخدمات المصرفية، مثل: خدمة المتعاملين، التحويلات المالية، الدفع الإلكتروني.

تساعد هذه الأخيرة في تحقيق ربحية البنك من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين، حيث يحصل البنك على مقابل مالي مقابل تقديمه لهذه الخدمات المصرفية.

يمكن أن نستنتج من التعاريف السابقة أن جودة الخدمة البنكية هي درجة تلبية الخدمة المصرفية لاحتياجات وتوقعات العميل، وكذا إرضاء متطلباته.

ولكي يحقق البنك جودة عالية في الخدمة البنكية، يجب عليه أن يسعى إلى تجاوز توقعات العملاء.

2.3. أبعاد جودة الخدمات المصرفية:

يمكن تصنيفها إلى قسمين رئيسيين: (الجديلي، 2008، صفحة 30)

- الأبعاد الوظيفية: وهي الأبعاد التي تتعلق بخصائص الخدمة نفسها، مثل:
 - الموثوقية: وهي مدى قدرة البنك على تقديم الخدمة بالشكل المطلوب، وعدم

حدوث أخطاء أو تأخيرات.

- الكفاءة: وهي مدى سرعة وفعالية تقديم الخدمة.
- الاستجابة: وهي مدى سرعة استجابة البنك لمتطلبات العميل.
- السلامة: وهي مدى أمان الخدمة، وعدم تعرضها للمخاطر.
- الأبعاد النفسية: وهي الأبعاد التي تتعلق بمشاعر العميل تجاه الخدمة، مثل:
 - الاعتبار: وهي مدى اهتمام البنك بالعملاء واحتياجاتهم.
 - التعاطف: وهي مدى فهم البنك لمشاعر العملاء واحتياجاتهم.
 - الثقة: وهي مدى شعور العملاء بالثقة بالبنك.
 - الرضا: وهو مدى شعور العملاء بالرضا عن الخدمة المقدمة.

يمكن أن تختلف أهمية كل بعد من هذه الأبعاد حسب طبيعة الخدمة المصرفية المقدمة، واحتياجات وتوقعات العملاء. على سبيل المثال، قد تكون الموثوقية والكفاءة من الأبعاد الأكثر أهمية بالنسبة للخدمات المصرفية التي تتعلق بالأموال، مثل: الحسابات المصرفية والقروض. بينما قد تكون الاعتبار والتعاطف من الأبعاد الأكثر أهمية بالنسبة للخدمات المصرفية التي تتعلق بالعلاقات الشخصية، مثل: خدمة العملاء. (فروانة، 2018، صفحة 201)

ولكي يحقق البنك جودة عالية في الخدمات المصرفية المقدمة، يجب عليه مراعاة جميع الأبعاد المذكورة أعلاه، وبذل الجهود لتحسينها.

3.3. مزايا جودة الخدمة المصرفية:

تتمتع جودة الخدمة المصرفية بالعديد من المزايا التي تعود بالنفع على البنك والعملاء على حد سواء، ومن أهم هذه المزايا ما يلي:

- ❖ الميزة التنافسية: تُساعد جودة الخدمة المصرفية البنك على تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن غيره من البنوك، وذلك من خلال تقديم خدمات متميزة تلبي احتياجات وتوقعات العملاء.
- ❖ انخفاض التكاليف: تؤدي جودة الخدمة المصرفية إلى انخفاض التكاليف، وذلك من خلال قلة الأخطاء في العمليات البنكية، وزيادة الإنتاجية.
- ❖ زيادة المبيعات: تُساعد جودة الخدمة المصرفية على زيادة المبيعات، وذلك من خلال تقديم خدمات متميزة تجذب العملاء وتجعلهم أكثر رغبة في الشراء من البنك.
- ❖ التسويق غير المباشر: تُساعد جودة الخدمة المصرفية على التسويق غير المباشر للبنك، وذلك من خلال جعل العملاء بمثابة مندوبي بيع للبنك، حيث يقومون بتوصية البنك لأصدقائهم ومعارفهم.
- ❖ زيادة الربحية: تُساعد جودة الخدمة المصرفية على زيادة الربحية، وذلك من خلال بناء

صورة ذهنية إيجابية للبنك لدى العملاء، وتحقيق رضاهم.

❖ **زيادة الأسعار والعمولات:** تُساعد جودة الخدمة المصرفية على زيادة الأسعار والعمولات،

وذلك من خلال تقديم خدمات متميزة يرغب العملاء في دفع المزيد مقابل الحصول عليها.

وبشكل عام، يمكن القول أن جودة الخدمة المصرفية تُعد من أهم العوامل التي تؤثر على نجاح البنك في تحقيق أهدافه.

4. الدراسة الميدانية

1.4. تقديم أداة الدراسة: تم توزيع استبانة بها مجموعة من الأسئلة حول موضوع الدراسة، وتم إنجاز هذه الدراسة باستخدام إحدى الأساليب الإحصائية التي تستعمل لتحليل البيانات والمعالجات الإحصائية المتمثل في برنامج SPSS.

2.4. **مكونات ومنهجية الدراسة:** نستعرض من خلال هذا الجزء عناصر الدراسة التي اختيرت بناء على ملاءمتها مع الموضوع، ممثلة في مجتمع الدراسة، والجزء محل الدراسة والمتمثل في العينة.

◀ منهج الدراسة ومصادر البيانات:

استخدام المنهج الوصفي التحليلي في دراسة أثر وسائل الدفع الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لجمع البيانات، وهو أحد أدوات المنهج المسحي. وذلك بهدف التعرف على أثر وسائل الدفع الإلكترونية في الرفع والتحسين من جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك.

وقد تم اعتماد نوعين أساسيين من البيانات في الدراسة، هما:

❖ **البيانات الأولية:** تم إعداد استبانة الدراسة وتوزيعها على مجتمع الدراسة، لغرض تجميع

المعلومات اللازمة حول موضوع البحث واستخدام برنامج الإحصاء SPSS والاختبارات الإحصائية المناسبة بهدف الوصول لدلالات ذات قيمة ومؤشرات تدعم موضوع الدراسة.

❖ **البيانات الثانوية:** تم جمعها من خلال الدراسات السابقة والتقارير الصادرة عن الجهات

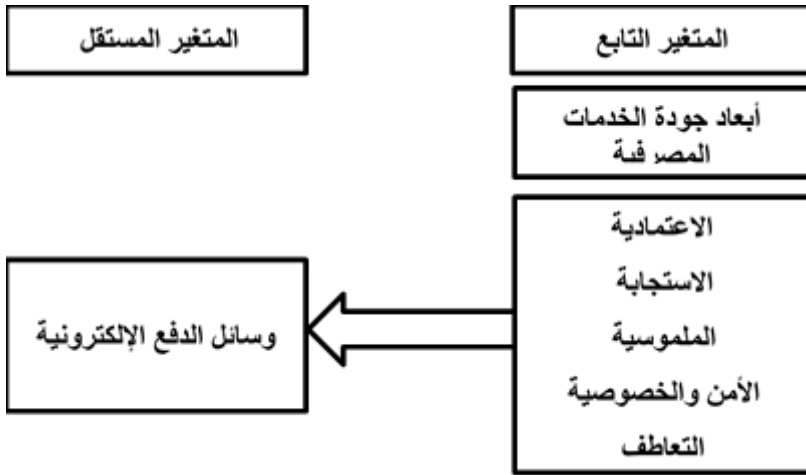
المختصة، واستخدام الانترنت والأبحاث التي تساهم في إثراء هذه الدراسة.

وقد تم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، وذلك للوصول إلى النتائج التي

توصلت إليها الدراسة.

◀ **نموذج الدراسة:** يمكن توضيح نموذج الدراسة من خلال الشكل التالي:

الشكل 1: نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثين

يمثل الشكل رقم 1 مجموعة من المتغيرات التابعة والمستقلة وذلك نظرا لطبيعة الدراسة، حيث تتمثل المتغيرات المستقلة في أبعاد جودة الخدمات المصرفية، بينما يتمثل المتغير التابع في وسائل الدفع الإلكترونية.

◀ **مجتمع وعينة الدراسة:** يتكون مجتمع الدراسة من مجموعة من الموظفين التابعين للوكالة البنكية المعنية بدراسة (BNA، BADR، CPA) وهم الأشخاص المعنيون بالاستبيان، وقد تم توزيع 40 استبانة، وهي موضحة كما يلي:

جدول 1 عينة الدراسة.

الرقم	العينة	عدد الاستبيانات
01	BNA	15
02	BADR	15
03	CPA	10
المجموع		40

المصدر: من إعداد الباحثين

3.4. تفرغ بيانات الاستبيان ومعالجتها إحصائيا

◀ **أداة الدراسة:** تم إعداد الاستبانة كما ذكرنا سالفًا وكان ذلك على النحو التالي:

- إعداد استبانة أولية من أجل استخدامها في جمع البيانات والمعلومات.

- عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين من أجل التصحيح والتعديل.
- إجراء دراسة اختبارية ميدانية أولية للاستبانة وتعديل حسب ما يناسب.
- توزيع الاستبانة على جميع أفراد العينة لجمع البيانات اللازمة للدراسة ومتابعة الإجابة على الاستبيان.

ولقد تم تقسيم الاستبانة إلى ثلاثة محاور: المحور الأول يتكون من البيانات الشخصية لعينة الدراسة، والمحور الثاني يتناول وسائل الدفع الإلكترونية، والمحور الثالث تضمن جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

﴿ صدق وثبات الاستبيان: تم التأكد من صدق وثبات فقراتها كالتالي:

- صدق فقرات الاستبيان: تم التأكد من صدق فقرات الاستبيان عن طريق الاتساق الداخلي والبنائي من خلال استخدام كل من معامل الارتباط سيرمان فيما يخص الاتساق الداخلي وكذا معامل الارتباط بيرسون بالنسبة للاتساق البنائي.

- ثبات فقرات الاستبانة: تم التحقق من الثبات بطريقة معامل الثبات ألفا كرونباخ، إذ قام الباحثين بإجراء اختبار مدى الاتساق الداخلي لفقرات المقياس، حيث تم تقييم تماسك المقياس بحساب معامل الثبات ألفا كرونباخ، وقد بلغ ألفا كرونباخ للدراسة ككل 0.933، أي 93.3% وهي نسبة ثبات ممتازة لأداة الدراسة.

جدول 2 معامل الثبات (Alpha Cronbach)

المحور	معامل الثبات ألفا كرونباخ
وسائل الدفع الإلكترونية	0.9097
جودة الخدمات المصرفية	0.9576
الاستبيان ككل	0.9333

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

5. اختبار صحة الفرضيات وتحليلها.

1.5. النموذج القياسي والاقتصادي لنموذج الدراسة:

تمت إجراء مجموعة من الاختبارات للتحقق من صحة النموذج القياسي المقدر لأثر وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في الوكالات البنكية المحلية. بعد ذلك، تم اختيار النموذج الأفضل للاختبار الاقتصادي.

يعتمد النموذج القياسي على بيانات المسوحات، ويشمل متغيرين رئيسيين:

• وسائل الدفع الإلكترونية كمتغير مستقل.(X)

• جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية كمتغير تابع.(Y)

بعد القيام بعملية جمع بيانات الدراسة وكذا معرفة المتغيرين التابع والمستقل، يتم تحديد النموذج القياسي بشكل رياضي وتعبير عنه من خلال دالة، وهذا يعتبر أول مرحلة في بناء النموذج القياسي باستخدام الانحدار الخطي البسيط.

جدول 3: يبين الانحدار الخطي البسيط

الفرضية الرئيسية	معاملات التأثير	درجة الحرية	t	β	الدالة الإحصائية
الثابت	0.828	1	2.513	/	0.017
وسائل الدفع الإلكترونية	0.818	38	10.098	0.855	0.000

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

في النموذج القياسي، يُفترض أن العلاقة بين المتغير المستقل (وسائل الدفع الإلكترونية) والمتغير التابع (جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية) علاقة خطية. ويمكن التعبير عن هذه العلاقة بالمعادلة التالية:

$$Y = \alpha + \beta X$$

حيث:

جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية = $0.818 + 0.828$ وسائل الدفع الإلكترونية

وعليه يمكننا القيام بالدراسة الاقتصادية من خلال دراسة إشارة المتغيرات السابقة مع مراعاة توافقها مع النظرية الاقتصادية.

ومن خلال النتائج الإحصائية في الجدول أعلاه يتبين أن هناك علاقة إيجابية بين طرق الدفع الإلكتروني وجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية. كلما كثرت طرق الدفع الإلكترونية، كلما ارتفعت جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

وهذا يتفق مع التوقعات السابقة ومنطق النظرية الاقتصادية، حيث أن وسائل الدفع الإلكترونية تسهل على العملاء إجراء المعاملات المالية إلكترونياً، مما يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن القول أن وسائل الدفع الإلكترونية لها معنوية اقتصادية في

تحسين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

2.5. اختبار الفرضيات

1.2.5. اختبار الفرضية الرئيسية

جدول 4: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

الاتجاه	R ²	R	β	Sig	قيمة F
رفض الفرضية	0.728	0.855	0.855	0.000	101.994

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

يوضح الجدول السابق نتائج تحليل العلاقة بين وسائل الدفع الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

يمكن ملاحظة أن قيمة معامل الارتباط (R) تساوي 0.855، وهي قيمة قريبة من الواحد، مما يعني أن هناك علاقة طردية بين المتغيرين. فكلما زادت وسائل الدفع الإلكترونية، زادت جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

كما يمكن ملاحظة أن معامل التحديد (R^2) يساوي 0.728، وهو رقم كبير يشير إلى وجود علاقة قوية بين وسائل الدفع الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية، ويمكن تفسير معامل التحديد على أنه النسبة المئوية من التباين في جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يمكن تفسيرها بالتغيرات في وسائل الدفع الإلكترونية، وبالتالي، فإن 72.8% من التباين في جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية يمكن تفسيره بالتغيرات في وسائل الدفع الإلكترونية.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن القول أن وسائل الدفع الإلكترونية لها تأثير كبير على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية، حيث تساهم في تحسينها بشكل كبير.

وقد أظهرت النتائج ما يلي:

- هناك انحدارًا خطيًا بسيطاً بين المتغيرين، مما يعني أن العلاقة بين المتغيرين علاقة خطية.
- معامل التحديد المعدل بلغ 0.728، مما يعني أن 72.8% من التباين في جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية يمكن تفسيره بالتغيرات في وسائل الدفع الإلكترونية.

الأمر الذي يؤدي بنا لقبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية الرئيسية.

2.2.5. اختبار صحة الفرضيات:

أ. اختبار صحة الفرضية الأولى:

- H_0 : لا توجد علاقة قوية بين استخدام وسائل الدفع الإلكترونية ومستوى اعتمادية الخدمة المصرفية في الوكالات البنكية محل الدراسة".
- H_1 : توجد علاقة قوية بين استخدام وسائل الدفع الإلكترونية ومستوى اعتمادية الخدمة المصرفية في الوكالات البنكية محل الدراسة".

جدول رقم (05): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى

قيمة F	Sig	β	R	R^2	الاتجاه
25.630	0.000	0.636	0.636	0.404	رفض الفرضية

المصدر: من إعداد الباحثين مخرجات البرنامج الاحصائي SPSS

يوضح الجدول السابق نتائج تحليل العلاقة بين وسائل الدفع الإلكترونية وبعد اعتمادية الخدمة المصرفية.

خلصت النتائج إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين وسائل الدفع الإلكترونية وبعد اعتمادية الخدمة المصرفية في الوكالات البنكية محل الدراسة. فقد أظهرت النتائج أن قيمة F تقدر بـ 25.630 عند مستوى معنوية (0.005)، مما يعني أن هناك أثراً ذو دلالة إحصائية بين المتغيرين.

كما يمكن ملاحظة أن قيمة معامل الارتباط (R) تساوي 0.636، وهي قيمة قريبة من الواحد، مما يعني أن هناك علاقة طردية بين المتغيرين. فكلما زادت وسائل الدفع الإلكترونية، زادت اعتمادية الخدمة المصرفية الإلكترونية.

كما يمكن ملاحظة أن معامل التحديد (R^2) يساوي 0.404، وهو رقم متوسط يشير إلى وجود علاقة بين وسائل الدفع الإلكترونية وبعد اعتمادية الخدمة المصرفية، ويمكن تفسير معامل التحديد على أنه النسبة المئوية من التباين في بعد اعتمادية الخدمة المصرفية التي يمكن تفسيرها بالتغيرات في وسائل الدفع الإلكترونية، وبالتالي فإن 40.4% من التباين في بعد اعتمادية الخدمة المصرفية يمكن تفسيره بالتغيرات في وسائل الدفع الإلكترونية.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن القول أن وسائل الدفع الإلكترونية لها تأثير كبير على بعد اعتمادية الخدمة المصرفية، حيث تساهم في زيادة اعتماد العملاء على الخدمات المصرفية الإلكترونية.

الأمر الذي يؤدي بنا لقبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية الرئيسية.

ب. اختبار الفرضية الثانية:

- H_0 : لا توجد علاقة قوية بين استخدام وسائل الدفع الإلكترونية ومستوى استجابة الخدمة المصرفية في الوكالات البنكية محل الدراسة".
- H_1 : توجد علاقة قوية بين استخدام وسائل الدفع الإلكترونية ومستوى استجابة الخدمة المصرفية في الوكالات البنكية محل الدراسة".

جدول 6: نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية

الاتجاه	R^2	R	β	Sig	قيمة F
رفض الفرضية	0.580	0.762	0.762	0.000	52.287

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

يوضح الجدول السابق نتائج تحليل العلاقة بين وسائل الدفع الإلكترونية وبعد استجابة الخدمة المصرفية الإلكترونية.

خلصت النتائج إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين وسائل الدفع الإلكترونية وبعد استجابة الخدمة المصرفية الإلكترونية في الوكالات البنكية محل الدراسة. فقد أظهرت النتائج أن قيمة F تقدر بـ 52.287 عند مستوى معنوية (0.005)، مما يعني أن هناك أثراً ذو دلالة إحصائية بين المتغيرين.

كما يمكن ملاحظة أن قيمة معامل الارتباط (R) تساوي 0.762، وهي قيمة قريبة من الواحد، مما يعني أن هناك علاقة طردية بين المتغيرين. فكلما زادت وسائل الدفع الإلكترونية، زادت استجابة الخدمة المصرفية الإلكترونية.

كما يمكن ملاحظة أن معامل التحديد (R^2) يساوي 0.580، وهو رقم كبير يشير إلى وجود علاقة بين وسائل الدفع الإلكترونية وبعد استجابة الخدمة المصرفية الإلكترونية، ويمكن تفسير معامل التحديد على أنه النسبة المئوية من التباين في بعد استجابة الخدمة المصرفية الإلكترونية التي يمكن تفسيرها بالتغيرات في وسائل الدفع الإلكترونية، وبالتالي فإن 58.0% من التباين في بعد استجابة الخدمة المصرفية الإلكترونية يمكن تفسيره بالتغيرات في وسائل الدفع الإلكترونية.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن القول أن وسائل الدفع الإلكترونية لها تأثير كبير على بعد استجابة الخدمة المصرفية الإلكترونية، حيث تساهم في زيادة سرعة وسهولة استجابة البنوك للمتطلبات العملاء واحتياجاتهم.

الأمر الذي يؤدي بنا لقبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية الرئيسية.

ج. اختبار الفرضية الثالثة:

- H_0 : "لا توجد علاقة قوية بين استخدام وسائل الدفع الإلكترونية ومستوى ملموسية الخدمة المصرفية في الوكالات البنكية محل الدراسة".
- H_1 : "توجد علاقة قوية بين استخدام وسائل الدفع الإلكترونية ومستوى ملموسية الخدمة المصرفية في الوكالات البنكية محل الدراسة".

جدول 7: نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

الاتجاه	R^2	R	β	Sig	قيمة F
رفض الفرضية	0.493	0.702	0.702	0.000	36.767

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات البرنامج الاحصائي SPSS

يوضح الجدول السابق نتائج تحليل العلاقة بين وسائل الدفع الإلكترونية وبعد ملموسية الخدمة المصرفية الإلكترونية.

خلصت النتائج إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين وسائل الدفع الإلكترونية وبعد ملموسية الخدمة المصرفية الإلكترونية في الوكالات البنكية محل الدراسة. فقد أظهرت النتائج أن قيمة F تقدر بـ 36.767 عند مستوى معنوية (0.005)، مما يعني أن هناك أثراً ذو دلالة إحصائية بين المتغيرين.

كما يمكن ملاحظة أن قيمة معامل الارتباط (R) تساوي 0.701، وهي قيمة قريبة من الواحد، مما يعني أن هناك علاقة طردية بين المتغيرين. فكلما زادت وسائل الدفع الإلكترونية، زادت ملموسية الخدمة المصرفية الإلكترونية.

كما يمكن ملاحظة أن معامل التحديد (R^2) يساوي 0.493، وهو رقم متوسط يشير إلى وجود علاقة بين وسائل الدفع الإلكترونية وبعد ملموسية الخدمة المصرفية الإلكترونية، ويمكن تفسير معامل التحديد على أنه النسبة المئوية من التباين في بعد ملموسية الخدمة المصرفية الإلكترونية التي يمكن تفسيرها بالتغيرات في وسائل الدفع الإلكترونية، وبالتالي فإن 49.3% من التباين في بعد ملموسية الخدمة المصرفية الإلكترونية يمكن تفسيره بالتغيرات في وسائل الدفع الإلكترونية.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن القول أن وسائل الدفع الإلكترونية لها تأثير كبير على بعد ملموسية الخدمة المصرفية الإلكترونية، حيث تساهم في زيادة سهولة ووضوح الخدمات المصرفية الإلكترونية.

الأمر الذي يؤدي بنا لقبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية الرئيسية.

د- اختبار الفرضية الرابعة:

- H_0 : "لا توجد علاقة قوية بين استخدام وسائل الدفع الإلكترونية ومستوى أمن وخصوصية الخدمة المصرفية في الوكالات البنكية محل الدراسة".
- H_1 : "توجد علاقة قوية بين استخدام وسائل الدفع الإلكترونية ومستوى أمن وخصوصية الخدمة المصرفية في الوكالات البنكية محل الدراسة".

جدول 8 نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

قيمة F	Sig	β	R	R^2	الاتجاه
64.101	0.000	0.793	0.793	0.630	رفض الفرضية

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

يوضح الجدول السابق نتائج تحليل العلاقة بين وسائل الدفع الإلكترونية وبعد أمن وخصوصية الخدمة المصرفية الإلكترونية.

خلصت النتائج إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين وسائل الدفع الإلكترونية وبعد أمن وخصوصية الخدمة المصرفية الإلكترونية في الوكالات البنكية محل الدراسة. فقد أظهرت النتائج أن قيمة F تقدر بـ 64.101 عند مستوى معنوية (0.005)، مما يعني أن هناك أثراً ذو دلالة إحصائية بين المتغيرين.

كما يمكن ملاحظة أن قيمة معامل الارتباط (R) تساوي 0.793، وهي قيمة قريبة من الواحد، مما يعني أن هناك علاقة طردية بين المتغيرين. فكلما زادت وسائل الدفع الإلكترونية، زاد أمن وخصوصية الخدمة المصرفية الإلكترونية.

كما يمكن ملاحظة أن معامل التحديد (R^2) يساوي 0.630، وهو رقم كبير يشير إلى وجود علاقة بين وسائل الدفع الإلكترونية وبعد أمن وخصوصية الخدمة المصرفية الإلكترونية، ويمكن تفسير معامل التحديد على أنه النسبة المئوية من التباين في بعد أمن وخصوصية الخدمة المصرفية الإلكترونية التي يمكن تفسيرها بالتغيرات في وسائل الدفع الإلكترونية، وبالتالي فإن 63.0% من التباين في بعد أمن وخصوصية الخدمة المصرفية الإلكترونية يمكن تفسيره بالتغيرات في وسائل الدفع الإلكترونية.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن القول أن وسائل الدفع الإلكترونية لها تأثير كبير على بعد أمن وخصوصية الخدمة المصرفية الإلكترونية، حيث تساهم في زيادة شعور العملاء بالأمان والثقة في الخدمات المصرفية الإلكترونية.

الأمر الذي يؤدي بنا لقبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية الرئيسية.

هـ- اختبار الفرضية الخامسة:

- H_0 : لا توجد علاقة قوية بين استخدام وسائل الدفع الإلكترونية ومستوى التعاطف في الخدمة المصرفية في الوكالات البنكية محل الدراسة.
- H_1 : توجد علاقة قوية بين استخدام وسائل الدفع الإلكترونية ومستوى التعاطف في الخدمة المصرفية في الوكالات البنكية محل الدراسة.

جدول 9: نتائج اختبار الفرضية الفرعية الخامسة

قيمة F	Sig	β	R	R^2	الاتجاه
103.722	0.000	0.854	0.854	0.733	رفض الفرضية

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

يوضح الجدول السابق نتائج تحليل العلاقة بين وسائل الدفع الإلكترونية وبعد التعاطف في الوكالات البنكية.

خلصت النتائج إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين وسائل الدفع الإلكترونية وبعد التعاطف في الوكالات البنكية في الوكالات البنكية محل الدراسة. فقد أظهرت النتائج أن قيمة F تقدر بـ 103.722 عند مستوى معنوية (0.005)، مما يعني أن هناك أثراً ذو دلالة إحصائية بين المتغيرين.

كما يمكن ملاحظة أن قيمة معامل الارتباط (R) تساوي 0.854، وهي قيمة قريبة من الواحد، مما يعني أن هناك علاقة طردية بين المتغيرين. فكلما زادت وسائل الدفع الإلكترونية، زاد التعاطف في الوكالات البنكية.

كما يمكن ملاحظة أن معامل التحديد (R^2) يساوي 0.733، وهو رقم كبير يشير إلى وجود علاقة بين وسائل الدفع الإلكترونية وبعد التعاطف في الوكالات البنكية، ويمكن تفسير معامل التحديد على أنه النسبة المئوية من التباين في بعد التعاطف في الوكالات البنكية التي يمكن تفسيرها بالتغيرات في وسائل الدفع الإلكترونية، وبالتالي فإن 73.3% من التباين في بعد التعاطف في الوكالات البنكية يمكن تفسيره بالتغيرات في وسائل الدفع الإلكترونية.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن القول أن وسائل الدفع الإلكترونية لها تأثير كبير على بعد التعاطف في الوكالات البنكية، حيث تساهم في زيادة شعور العملاء بالاهتمام والرعاية من قبل البنك.

الأمر الذي يؤدي بنا لقبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية الرئيسية.

6. الخاتمة:

1.6. النتائج:

خلصت الدراسة إلى أن وسائل الدفع الإلكترونية لها تأثير إيجابي على جودة الخدمة المصرفية في الوكالات البنكية محل الدراسة. وهذا يعني أن زيادة استخدام وسائل الدفع الإلكترونية يؤدي إلى زيادة جودة الخدمة المصرفية المقدمة للعملاء. وأوضحت الدراسة أن وسائل الدفع الإلكترونية تساهم في تعزيز جودة الخدمة المصرفية من خلال دور أبعادها المختلفة، وهي:

- الاعتمادية: تساهم وسائل الدفع الإلكترونية في زيادة شعور العملاء بالثقة في قدرة البنك على تقديم الخدمة المصرفية بشكل موثوق.
- الاستجابة: تساهم وسائل الدفع الإلكترونية في زيادة سرعة وسهولة الحصول على الخدمة المصرفية.
- الملموسية: تساهم وسائل الدفع الإلكترونية في زيادة وضوح وسهولة فهم الخدمة المصرفية.
- أمن وخصوصية: تساهم وسائل الدفع الإلكترونية في زيادة شعور العملاء بالأمان والثقة في حماية بياناتهم الشخصية.
- التعاطف: تساهم وسائل الدفع الإلكترونية في زيادة شعور العملاء بالاهتمام والرعاية من قبل البنك.

2.6. توصيات:

- من أجل تعزيز استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، يوصى باتخاذ الإجراءات التالية:
- سن التشريعات والقوانين التي تنظم وتحمي عمليات الدفع الإلكترونية، بما في ذلك حماية بيانات العملاء وضمان أمن وسلامة هذه العمليات.
 - تطبيق فكرة التعامل الإلكتروني في البنوك الجزائرية، والتحول التدريجي من نظام الدفع التقليدي إلى نظام الدفع الإلكتروني.
 - دعم القطاع المصرفي في مجال الدفع الإلكتروني، من خلال تقديم التسهيلات والحوافز اللازمة، ووضع برامج توعية للعملاء حول أهمية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية.
 - تطوير وسائل الدفع الإلكترونية بشكل مستمر، بما يتماشى مع التطورات التكنولوجية في القطاع الاقتصادي.
 - تكوين وإعداد إطارات مؤهلة ذات كفاءة عالية للعمل في مجال الدفع الإلكتروني.
 - تشجيع التجارة الإلكترونية، من خلال منح تراخيص لإنشاء مواقع التسوق الإلكتروني الآمنة، وتوفير الدعم اللازم للتجار الإلكترونيين.

قائمة المراجع:

الكتب:

1. العجمي أحمد عبد العليم، (2013)، نظم الدفع الإلكتروني وانعكاساتها على سلطات البنك المركزي، الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة.
2. جودة محفوظ أحمد، (2004)، إدارة الجودة الشاملة: مفاهيم وتطبيقات، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.

المقالات:

1. بلعاش ميادة. بن سماعيل حياة، (2014)، مشروع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، جامعة بسكرة، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، 8(2)، ص ص 69-90.
2. جعفراري محمد رياض، ببي وليد (2022)، أثر ابعاد جودة الخدمات البنكية على رضا الزبائن من وجهة نظر زبائن بنك التنمية المحلية (BDL)، المركز الجامعي آفلو، مجلة المقريري للدراسات الاقتصادية والمالية، 6(1)، ص ص 309-328.
3. حازم أحمد فروانة (2018)، قياس جودة الخدمة المصرفية في البنوك العاملة في قطاع غزة، المركز الجامعي آفلو، مجلة المقريري للدراسات الاقتصادية والمالية، 2(2)، ص ص 197-216.
4. مريم خوبيزي (2015). واقع استخدام وسائل الدفع الإلكترونية وكيفية إدارة المخاطر الناتجة عنها وفقا لنموذج لجنة بازل الدولية للرقابة المصرفية، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، جامعة أم البواقي، 2(2)، ص ص 35-59.
5. رابح بوقرة، لعراف فايزة، (2014)، تقييم جودة الخدمة البنكية المقدمة من منظور الزبائن، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية – وكالة المسيلة، مجلة الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة المسيلة، 7(12)، ص ص 17-28.
6. عرابة رابح (2012)، دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية في عصنة الجهاز المصرفي الجزائري، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة شلف، 4(2)، ص ص 22-12.
7. زاقى أبو بكر، طلحة محمد (2022)، تطور المعاملات المصرفية الإلكترونية في ظل جائحة كورونا (كوفيد-19) -دراسة تحليلية لحالة الجزائر للفترة (2017-2021)، المركز الجامعي آفلو، مجلة المقريري للدراسات الاقتصادية والمالية، 6(1)، ص ص 329-346.
8. سمية عباسية (2016)، وسائل الدفع الإلكتروني في النظام البنكي الجزائري-الواقع والمعوقات والآفاق المستقبلية، جامعة أم البواقي، مجلة العلوم الإنسانية، 2(3)، ص ص 346-360.
9. بركات عماد الدين، طيبي حورية، (2019)، وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية. جامعة أدرار، مجلة القانون والتنمية المحلية، 1(2)، ص ص 123-134.

10. عمران علي أبو خريص ومصطفى أحمد شكشك (2015) التسويق الالكتروني وأثره على جودة الخدمات المصرفية (دراسة ميدانية عن المصارف التجارية بمدينة زليتن)، مجلة الجامعة، جامعة الزاوية، ليبيا، 2(17)، ص ص 151-186.

الرسائل والاطروحات:

1. شيروف، فضيلة، 2010، أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية: دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر، رسالة تخرج ماجستير، تخصص تسويق، قسم العلوم التجارية، جامعة منتوري قسنطينة.
2. الجديلي، فراس يوسف احمد (2008)، مدى رضا المنظمات الأهلية عن الخدمات المصرفية المقدمة لها في محافظة غزة، رسالة تخرج ماجستير، تخصص ادارة اعمال، غزة: الجامعة الإسلامية.