



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



قسم العلوم المالية والمحاسبة

الميدان: العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

الشعبة: علوم مالية ومحاسبة

التخصص: مالية المؤسسة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بعنوان:

البنوك الالكترونية ودورها في تحسين الخدمات المالية
دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط-ولاية ميله-

الأستاذ المشرف	إعداد الطلبة	
د. مناع ريمة	بلكرشة شيماء	1
	فدغوش راضية	2

لجنة المناقشة:

الصفة	اسم ولقب الأستاذ(ة)
رئيسا	د. بودرجه رمزي
مشرفا ومقرا	د. مناع ريمة
ممتحنا	د. تريش حسينة

السنة الجامعية 2024/2023

المخلص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور البنوك الالكترونية في تحسين الخدمات المالية و ذلك بتحديد ابعاد للمتغير الأول والمتمثلة في (التنظيم،التخطيط، اتخاذ القرارات المالية ،الشبكات والبرامج، أجهزة الاعلام الآلي، الكفاءات البشرية) و دراسة العلاقة بين المتغير الأول (البنوك الالكترونية) والمتغير الثاني (الخدمات المصرفية)حيث قمنا باسقاط نتائج الدراسة النظرية على الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط وكالة ميله ، حيث قمنا بتوزيع استبيان على عينة من موظفي البنك والمقدرة ب 31 موظف ثم تم تفريغ البيانات ومعالجتها بواسطة التحليل الاحصائي Spss

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- هناك موافقة ذات دلالة احصائية من أهل الاختصاص في الخدمات المالية على أهمية تحسين الخدمات المالية في البنوك الالكترونية حيث بلغ المتوسط

الحسابي ما قيمته **3,89**

- لا وجود لاثر ذو دلالة احصائية للخدمات المالية على أبعاد البنوك الالكترونية

ولقد خلصت هذه الدراسة إلى أن البنوك الالكترونية تساهم في تحسين الخدمات المالية

كلمات مفتاحية

البنوك الالكترونية ، الخدمات المالية ، وسائل الدفع الالكتروني ، البنك الوطني للتوفير والاحتياط.

Résumé

Cette étude visait à identifier le rôle des banques électroniques dans l'amélioration des services financiers en définissant les dimensions de la première variable, qui sont (organisation, planification, prise de décision financière, réseaux et programmes, dispositifs d'information automatisés, compétences humaines) et en étudiant la relation entre la première variable (banques électroniques) La deuxième variable (services bancaires), où nous avons projeté les résultats de l'étude théorique sur le Fonds National d'Épargne et de Réserve, Agence Mila, où nous avons distribué un questionnaire à un échantillon d'employés de la banque, estimé à 31 salariés, puis les données ont été retranscrites et traitées par analyse statistique (SPSS).

L'étude a abouti à un ensemble de résultats dont les plus importants sont : Il existe un accord statistiquement significatif parmi les spécialistes des services financiers sur l'importance d'améliorer les services financiers dans les banques électroniques, la moyenne arithmétique atteignant 3,89.

- Il n'y a pas d'effet statistiquement significatif des services financiers sur les dimensions des banques électroniques

Cette étude conclut que les banques électroniques contribuent à l'amélioration des services financiers

Mots clés

Banques électroniques, services financiers , Méthodes de paiement électronique, Banque nationale d'épargne et de réserve.

شكر و عرفان

الحمد لله ككرمه والحمد لله كعز جلاله الذي اعاننا بفضلله العظيم
على اتمام هذا العمل المتواضع.

اتقدم بشكري و عرفاني إلى الاستاذة المشرفة مناع ريمة
على قبولها الاشراف على هذه الدراسة وعلى نصائها
وتوجيهاتها القيمة

كما نتوجه بالشكر لكل من ساهم وتعب معنا في اتمام هذا البحث
من قريب أو من بعيد ولو بكلمة طيبة.

كما لا يفوتني أن اشكر لجنة المناقشة الذين سانال شرف مناقشتهم لبحثي ، فلهم
مني كل الشكر والتقدير .

أيضا اتوجه بالشكر لكل موظفي بنك القرض الشعبي الجزائري CPA محل الدراسة
على حسن الاستقبال و كذلك على كل المعلومات التي افادوني بتا.

اهداء

احمد الله الذي انار لي درب العلم والمعرفة و اعانني و وفقني لهذا العمل المتواضع
اهدي هذا العمل إلى كل من كان السبب في تحقيقه اليوم

إلى والداي الغاليين عز الدين وفاطمة
إلى صديقاتي ورفيقات الدرب من ساندوني ودعموني
إلى من شاركني عناء هذا التقدير الاستاذة المشرفة
إلى كل من ساعدني في انجاح هذا العمل من قريب أو بعيد.

خريجتكم: راضية

اهداء

" باسم خالقي ومسير اموري وعصمت امري ، لك كل الحمد والامتنان "

اهدي هذا النجاح لنفسي اولا ثم إلى كل من سعى

معي لاتمام هذه المسيرة ،دمتم لي سنداً لا عمر له ..

من كلكه الله بالهيبة والوقار .. إلى من احمل اسمه بكل فخر .. إلى من حصده

الاشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم بعد فضل الله ما انا فيه يعود إلى " ابي "

الرجل الذي سعى طوال حياته لكي نكون افضل منه

" ابي الغالي "

إلى ملاكي في الحياة إلى معنى الحب والى معنى الحنان والتفاني .. إلى بسمه

الحياة وسر الوجود

إلى كل من كان دعاؤها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي

التي كانت لي الام والاخت والصديقة داعمي الأول ووجهتي التي استمد منها القوة

" امي الحبيبة "

إلى مصدر قوتي ، الداعمين الساندين ، ارضي الصلبة و جداري المتين

إلى من يذكرني بمدى قوتي واستطاعتي ، الذين لا يحبطوني ويؤمنوا

بشجاعتي مهما ضعفت وارتخيت واقفين خلفي ..

"اخي واختي "

لله الشكر كله أن وفقني لهذه اللحظة ، فالحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام

على نبيه الكريم

خريجتكم: شيما

رقم الصفحة	المحتوى
	الملخص
	كلمة شكر
	الاهـداء
-	خطة البحث
- -	قائمة الجداول
	قائمة الاشكال
	الملاحق
02	مقدمة عامة
09	الفصل الأول : الاطار النظري للبنوك الالكترونية
10	تمهيد
11	المبحث الأول : ماهية البنوك الالكترونية
11	المطلب الأول : نشأة و تطور البنوك الالكترونية
12	المطلب الثاني : مفهوم البنوك الالكترونية وأصنافها
14	المطلب الثالث : أهمية وعوامل نجاح البنوك الالكترونية
15	المطلب الرابع : المخاطر والعقبات التي تواجه البنوك الالكترونية
16	المبحث الثاني : أنظمة ووسائل الدفع الالكترونية
16	المطلب الأول : مفهوم أنظمة الدفع الالكترونية
17	المطلب الثاني : مفهوم وسائل الدفع الالكترونية
19	المطلب الثالث : أنواع وسائل الدفع الالكتروني
27	المطلب الرابع : قنوات الخدمات المصرفية الالكترونية

30	خلاصة الفصل
31	الفصل الثاني: الإطار النظري للخدمات المالية المصرفية الإلكترونية
32	تمهيد
33	المبحث الأول: مدخل إلى الخدمات المالية المصرفية الإلكترونية
33	المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية
34	المطلب الثاني: أنواع الخدمات المالية المصرفية الإلكترونية
37	المطلب الثالث: العمليات المصرفية في البنوك الإلكترونية
41	المبحث الثاني: جودة الخدمات المصرفية
41	المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمات المصرفية
43	المطلب الثاني: أبعاد جودة الخدمات المصرفية
45	المطلب الثالث: أدوات قياس جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية
47	المبحث الثالث: تأثير الخدمات الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية
47	المطلب الأول: أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين إنتاجية الخدمات المصرفية
48	المطلب الثاني: أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في تقوية العلاقة مع الزبائن
52	خلاصة الفصل
53	الفصل الثالث: دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط
54	تمهيد
55	المبحث الأول: عرض عام للصندوق الوطني للتوفير والاحتياط
55	المطلب الأول: لمحة عامة عن الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط

58	المطلب الثاني: أهم الحسابات في الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط
63	المبحث الثاني: الصيرفة الالكترونية في الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط
63	المطلب الأول: آلية عمل الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط
66	المطلب الثاني: البطاقات البنكية التي يوفرها الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط
69	المبحث الثالث: اجراءات الدراسة
69	المطلب الأول: تحديد مجتمع و عينة الدراسة
70	المطلب الثاني: طريقة جمع البيانات و تحليلها
105	خلاصة الفصل
106	خاتمة
107	قائمة المراجع

قائمة الجداول

رقم الجداول	عنوان	الصفحة
01	ابرز العملات المستقرة المتداولة عالميا	26
02	ابعاد جودة الخدمات المصرفية	43
03	نسبة عينة الدراسة	70
04	تقييم فئة المتوسط الحسابي المرجح	72
05	معاملات الارتباط بين كل درجة محور والدرجة الكلية للاستبانة	74
06	معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الأول والدرجة الكلية لهذا المحور	75
07	معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الثاني والدرجة الكلية لهذا المحور	76
08	معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الثالث والدرجة الكلية لهذا المحور	76
09	معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الرابع والدرجة الكلية لهذا المحور	76
10	معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الخامس والدرجة الكلية لهذا المحور	77
11	معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور السادس والدرجة الكلية لهذا المحور	77
12	معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور السابع والدرجة الكلية لهذا المحور	78

79	مقياس ثبات الفا كرونباخ لمحاور الدراسة	13
80	مواصفات عينة الدراسة	14
81	اتجاهات اراء افراد العينة على مستوى إستراتيجية التنظيم الالكتروني	15
83	اتجاهات اراء افراد العينة على مستوى إستراتيجية التخطيط الالكتروني	16
84	اتجاهات اراء افراد العينة على مستوى إستراتيجية اتخاذ القرارات الالكترونية	17
86	اتجاهات اراء افراد العينة على مستوى إستراتيجية الشبكات والبرامج	18
88	اتجاهات اراء افراد العينة على مستوى إستراتيجية اجهزة الاعلام الالي	19
90	اتجاهات اراء افراد العينة على مستوى إستراتيجية الكفاءات البشرية	20
92	اتجاهات اراء افراد العينة حول الخدمات المالية	21
96	اختبار التوزيع الطبيعي (اختبار كولمجروف سمرنوف)	22
96	اختبار التوزيع الطبيعي (اختبار شابيرو)	23
97	نتائج تحليل التباين للانحدار لاختبار الفرضية الرئيسية	24
97	نتائج تحليل الانحدار لاثر البنوك الالكترونية في تحسين الخدمات المصرفية	25

قائمة الجداول

98	نتائج تحليل الانحدار لاثـر بعد التنظيم في تحسين الخدمات المصرفية	26
99	نتائج تحليل الانحدار لاثـر بعد التخطيط في تحسين الخدمات المصرفية	27
100	نتائج تحليل الانحدار لاثـر بعد اتخاذ القرارات في تحسين الخدمات المصرفية	28
101	نتائج تحليل الانحدار لاثـر بعد الشبكات والبرامج في تحسين الخدمات المصرفية	29
102	نتائج تحليل الانحدار لاثـر بعد اجهزة الاعلام الالي في تحسين الخدمات المصرفية	30
103	نتائج تحليل الانحدار لاثـر بعد الكفاءات البشرية في تحسين الخدمات المصرفية	31

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
23	تصنيف العملات الرقمية	01
57	الهيكل التنظيمي للصندوق الوطني للتوفير والاحتياط	02
64	خدمة E BANKING على تطبيق CNEP CONNECT	03
65	خدمة البريد الالكتروني للصندوق الوطني للتوفير والاحتياط	04
65	خدمة كشف الحسابات على تطبيق CNEP CONNECT	05
66	خدمة طلب الشيك البنكي عبر تطبيق CNEP CONNECT	06
68	البطاقات البنكية المتوفرة في الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط	07

الصفحة	عنوان الملاحق	رقم الشكل
114	الاستبيان	01
122	قائمة الاساتذة محكمي الاستبيان	02
123	مخرجات Spss	03

مقدمة عامة

مقدمة عامة :

شهدت العقود الأخيرة تطورات تكنولوجية أحدثت تأثيرا في القطاع البنكي ،حيث شرعت البنوك في الاستفادة من تلك التطورات لاستخدامها في تقديم خدماتها ،نظرا للفوائد المترتبة عنها وقد أدى الانتشار الواسع الذي عرفته بعض الخدمات البنكية الناتجة عن التطور التكنولوجي كما هو شأن البطاقات البنكية ،إلى تكوين قناعة لدى البنوك مفادها أن الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة لتقديم الخدمة البنكية أمر لا غنى عنه في ظل المنافسة الشديدة التي يشهدها القطاع البنكي ،حيث أدى هذا التطور غير المسبوق الى إنشاء بيئة افتراضية تحاكي الواقع في أغلب مظاهره وصالحة لاستيعاب معظم الأنشطة الممارسة فيه عن بعد ،وهذه الخاصية كانت دافعا أساسيا للاستفادة من شبكة الإنترنت في كافة المجالات التي تتطلبها فظهرت مايسمى بالبنوك الإلكترونية لتسهيل المعاملات وتقديم خدمات مصرفية جديدة لاتوفرها البنوك العادية .

فالبنوك الإلكترونية تحقق العديد من المزايا لكل من البنك وعملائه على حد سواء ،حيث يمكن البنك من تقديم خدماته على مدار الساعة بدون ارتباط بأوقات العمل ومن أي مكان في العالم متواجد به خدمة الأترنت ،ومن ثم يحصل العملاء على الخدمات المطلوبة ببسر وسهولة ،كما أنه يعد وسيلة منخفضة التكلفة لتوزيع الخدمات البنكية وترويج أعمال البنك من خلال الموقع الإلكتروني على شبكة الإنترنت بالإضافة إلى إمكانية توسيع أعمال البنك جغرافيا دون الحاجة إلى فتح عدد كبير من الفروع وما يصاحب ذلك من تكلفة.

➤ اشكالية الدراسة:

مما سبق ذكره يمكن صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي :

الى أي مدى تساهم البنوك الإلكترونية في تحسين الخدمات المصرفية في بنك التوفير والاحتياط - ولاية ميله - ؟

وللإجابة على هذه الإشكالية نطرح الأسئلة الفرعية الآتية :

- ما المقصود بالبنوك الإلكترونية ؟
- ما المقصود بالخدمات المصرفية الإلكترونية ؟
- ما هي الآليات التي ساهمت على تحسين الخدمات المصرفية في البنوك الإلكترونية ؟

➤ فرضيات الدراسة

للإجابة على التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية نطرح الفرضيات التالية :

الفرضية الرئيسية : توجد علاقة ذات دلالة احصائية للبنوك الالكترونية في تحسين الخدمات المصرفية

وتتفرع هذه الفرضية الى الفرضيات الفرعية التالية :

• **الفرضية 1:**

• **0H:** لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية لبعء التنظيم الالكتروني في تحسين الخدمات المصرفية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0,05$

• **H1:** يوجد اثر ذو دلالة احصائية لبعء التنظيم الالكتروني في تحسين الخدمات المصرفية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0,05$

• **فرضية 2:**

• **0H:** لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية لبعء التخطيط الالكتروني في تحسين الخدمات المصرفية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0,05$

• **H1 :** يوجد اثر ذو دلالة احصائية لبعء التخطيط الالكتروني في تحسين الخدمات المصرفية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0,05$

• **فرضية 3 :**

• **0H:** لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية لبعء اتخاذ القرارات الالكتروني في تحسين الخدمات المصرفية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0,05$

• **H1:** يوجد اثر ذو دلالة احصائية لبعء اتخاذ القرارات الالكتروني في تحسين الخدمات المصرفية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0,05$

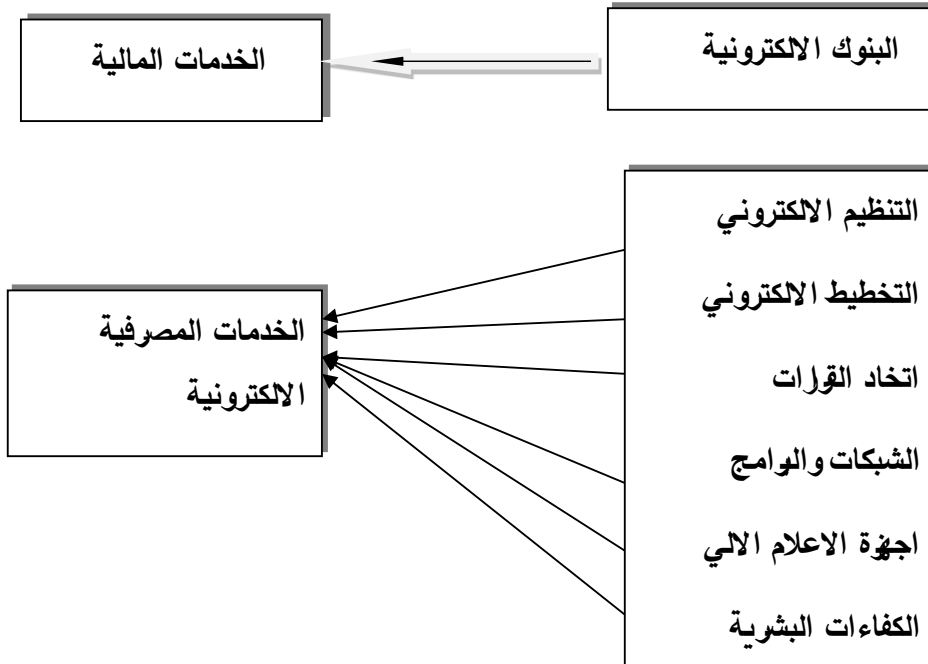
• **فرضية 4**

• **0H:** لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية لبعء الشبكات والبرامج الالكتروني في تحسين الخدمات المصرفية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0,05$

• **H1 :** يوجد اثر ذو دلالة احصائية لبعء الشبكات والبرامج الالكتروني في تحسين الخدمات المصرفية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0,05$

- الفرضية 5 :
- **H0**: لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية لبعدها اجهزة الاعلام الآلي الالكتروني في تحسين الخدمات المصرفية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0,05$
- **H1**: يوجد اثر ذو دلالة احصائية لبعدها اجهزة الاعلام الآلي الالكتروني في تحسين الخدمات المصرفية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0,05$
- فرضية 6 :
- **H0**: لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية لبعدها الكفاءات البشرية الالكتروني في تحسين الخدمات المصرفية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0,05$
- **H1**: يوجد اثر ذو دلالة احصائية لبعدها الكفاءات البشرية الالكتروني في تحسين الخدمات المصرفية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0,05$
- نموذج الدراسة

قصد الالمام بحيثيات ومتطلبات البحث وعلى ضوء مشكلة الدراسة وفرضياتها ومن اجل تحقيق غرض الدراسة والوصول إلى اهدافها تم تطوير الاطار المفاهيمي للدراسة في شكل متغيرات حيث يوضح الشكل رقم (01) أن المتغير المستقل يتمثل في البنوك الالكترونية بابعادها الستة والمتغير التابع يتمثل في الخدمات المالية والشكل رقم (01) يوضح ذلك:



المتغير التابع	المتغيرات الشخصية والتعريفية	المتغير المستقل
----------------	---------------------------------	-----------------

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على الدراسات السابقة

➤ أهداف الدراسة :

تسعى الدراسة الى تحقيق مجموعة من الأهداف من خلال :

- إبراز دور وسائل الدفع الالكتروني في تسهيل المعاملات المصرفية .
- إظهار مزايا الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل نشاط البنك وتوسيع نشاطه وتحقيق رضا العملاء .
- تبيان تأثير الخدمات الالكترونية على جودة الخدمات المصرفية.
- إبراز دور البنوك الالكترونية في تحسين الخدمات المالية عن طريق معالجة بيانات الاستبيان المتحصل عليها باستخدام برمجية SPSS.

➤ أهمية الدراسة :

تتبع أهمية الموضوع بشكل رئيسي من البنوك الإلكترونية والدور الفعال الذي تلعبه في تحسين الخدمات المصرفية ،حيث تسعى جاهدة لمسايرة التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال للنهوض بخدماتها من خلال تعميم شبكة إعلام الآلي وترقية وسائل الدفع الإلكتروني ، ومنه يمكن ان تكون نتائج البحث ذات أهمية للجهاز المصرفي .

➤ أسباب اختيار الموضوع

هناك العديد من الأسباب التي دفعتنا لإختيار الموضوع وهي:

- قلة هذا النوع من الدراسات بسبب نقص الاهتمام بالبطاقات البنكية الالكترونية التي خلقتها البنوك الالكترونية مما دفع الباحث إلى العناية بها ومعالجتها .
- تواجه البنوك تحديات كبيرة في ظل الاقتصاد الرقمي و بالتالي فهي مطالبة بمواكبة هذه التحديات على كافة الاصعدة.
- إبراز دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين الخدمات المصرفية.
- غياب ثقافة العمل بالبنوك الالكترونية خاصة لدى المجتمع الجزائري مما دفعنا الى جعل هذا الموضوع محل دراسة لاستجلاء الغموض عنه..

➤ منهج الدراسة :

للإجابة على الأسئلة المطروحة في الإشكالية والتساؤلات المطروحة ، سيتم الإعتماد في هذه الدراسة على الاسلوب الوصفي في الجانب النظري من خلال استعراض مختلف المفاهيم المتعلقة بالموضوع محل الدراسة ، وكما نعتد في الجانب التطبيقي على المنهج التحليلي من أجل دراسة مدى مساهمة البنوك الإلكترونية في تحسين الخدمات المصرفية ، فقد قمنا بالاستعانة بدراسة عينة من موظفي البنك محل الدراسة من خلال الاعتماد على أداة الاستبيان في جمع البيانات وتحليلها كأداة إحصائية لاختبار الفروض.

➤ هيكل الدراسة :

من أجل الإلمام بمختلف جوانب الدراسة قسمت هذه الأخيرة إلى ثلاثة فصول منها فصلين نظريين وفصل تطبيقي كما يلي :

- الفصل الأول : بعنوان الإطار النظري للبنوك الإلكترونية ، نقسمه الى مبحثين حيث نتناول في المبحث الأول ماهية البنوك الإلكترونية ، وفي المبحث الثاني أنظمة ووسائل الدفع الإلكترونية.
- الفصل الثاني بعنوان الإطار النظري للخدمات المالية المصرفية الإلكترونية ونقسمه الى ثلاثة مباحث ، حيث نتطرق في المبحث الأول الى مدخل الى الخدمات المالية المصرفية ، وفي المبحث الثاني الى جودة الخدمات المصرفية ، اما المبحث الثالث فتتطرق فيه الى تأثير الخدمات الإلكترونية في جودة الخدمات المصرفية
- الفصل الثالث : نقوم فيه بدراسة حالة بنك الاحتياط والتوفير بولاية ميلة ، حيث نقسمه الى ثلاث مباحث ، نعرض في المبحث الأول عموميات حول البنك محل الدراسة وفي المبحث الثاني الصيرفة الإلكترونية للبنك ، اما المبحث الثالث نقوم بتحليل الاستبيان

➤ إطار الدراسة :

- الحدود المكانية : تقتصر دراستنا على بنك التوفير والاحتياط بولاية ميلة .
- الحدود الزمنية :هي المدة المستغرقة من 16 فيفري الى غاية 2 مارس .

➤ الدراسات السابقة :

2. دراسة بركان أمينة 2013/ 2014، (قدمت لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، بعنوان: "الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي - حالة الجزائر" -، وقد هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهمية تطوير الخدمة المصرفية في المصارف التجارية، بالإضافة إلى تقديم الطرق الحديثة لتحديث الخدمات المصرفية وجعلها ذات جودة عالية، ومحاولة إبراز تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على الرفع من أداء وفعالية المصارف، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة أن جميع المصارف الجزائرية لديها مواقع على شبكة الانترنت وتقدم الخدمات المصرفية الإلكترونية بدرجات متفاوتة.

دراسة بوعكاز عام، 2020 أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث، تخصص إدارة المنظمات تحت عنوان " تطبيق الإدارة الإلكترونية كألية لتحسين جودة الخدمات المصرفية". هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر تطبيق الإدارة الإلكترونية بأبعادها على تحسين جودة الخدمات المصرفية بأبعادها المتمثلة في (الاعتمادية، الاستجابة، الثقة والتوكيد، التقمص والاعتناق، وبعد الملموسية) ، ولتحقيق الأهداف المرجوة أجريت هذه الدراسة على عينة قوامها (101) موظف لبنك BADR، كما تم الاعتماد على أداة الاستبانة والتي شملت على (54) عبارة وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى إدراك كل من تطبيق الإدارة الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية كان مرتفعا، بالإضافة الى وجود ارتباط قوي وموجب بين كل بعد من أبعاد الإدارة الإلكترونية بصفة منفردة ومجمعة مع جودة الخدمات المصرفية.

دراسة بن موسى اعمر، (2020)، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث تخصص دراسات مالية، تحت عنوان: الخدمات المصرفية الإلكترونية ومتطلبات تطويرها في الجزائر

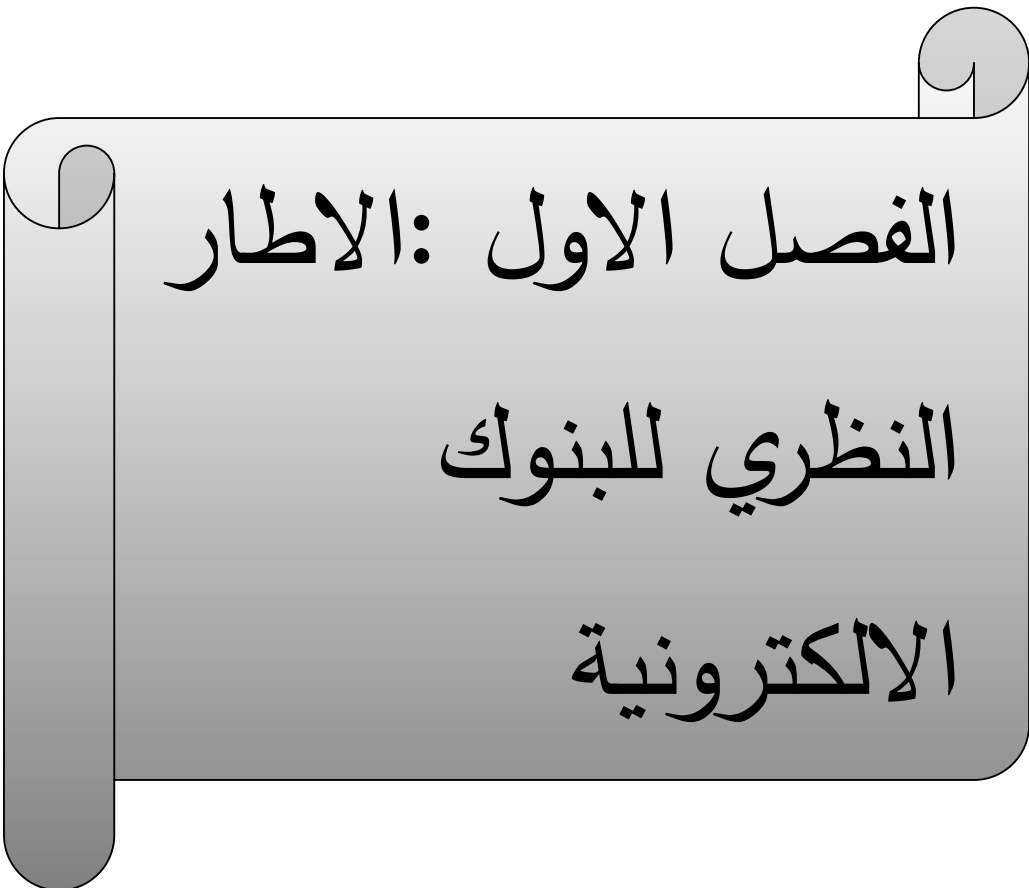
تهدف هذه الدراسة الى معرفة واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية بالجزائر، وذلك من خلال مختلف التحديات والعقبات التي تحول دون تطورها، وصولا لمعرفة أهم المتطلبات الضرورية لتطوير المعاملات المصرفية الإلكترونية في البنوك الجزائرية من وجهة نظر العاملين فيها، وتحديد آفاق نجاحها حيث تمت الاستعانة بأسلوب الدراسة الاستقصائية، من خلال توزيع 126 استمارة استبيان على 9 بنوك بولاية غرداية، وأشارت أهم نتائج الدراسة الى عدم وجود فروق في إجابات افراد العينة، كما سمح بتوفير متطلبات قانونية مناسبة لحماية حقوق العملاء ومحاربة الجريمة الإلكترونية بزيادة ثقة العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية، أيضا فإن اهتمام البنوك بالتكنولوجيا والعمل على تحديث

الوسائل والبرامج الالكترونية بشكل دوري يحافظ على استمرارية النشاط ، ومن ثم الرفع من نسب التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية بالجزائر .

دراسة م. مضر عيسى خليل، 2021/2019 ، مشروع أعد لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال ، بعنوان أثر استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن .

تهدف الدراسة الى معرفة دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في مدينة دمشق ومعرفة الأهمية النسبية للأبعاد المختلفة الممثلة في اكتساب رضا الزبائن ، ومن أهم النتائج التي توصل إليها الدراسة بأنه يوجد دور كبير للخدمات الإلكترونية تحسين وتطوير أداء البنوك مما يزيد من ولاء الزبائن .

➤ هدفت الدراسات السابقة الى معالجة الخدمات الإلكترونية من زوايا مختلفة مثل التنافسية ، وتسويق خدمات ...، تختلف دراستنا في كونها تطرقت بشكل عام للبنوك الالكترونية وليس فقط الخدمات الالكترونية .



الفصل الاول : الاطار
النظري للبنوك
الالكترونية

تمهيد

أدت ثورة الاتصالات والمعلومات في هذا العصر، عصر التطورات المتلاحقة إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي والمالي، نظرا إلى أن القطاع سريع التأثر والاستجابة للمتغيرات الخارجية والتي أدت إلى وجود كيانات مصرفية عملاقة، فكان لابد من إعادة النظر في الدور التقليدي للمصارف الذي يقوم على قبول الودائع وضمان الائتمان، والتطلع إلى تقديم خدمات مصرفية ومالية متطورة ومتنوعة حيث قامت البنوك بالعمل على تطوير نفسها من أجل كسب رضا عملائها، فتبنت تكنولوجيا جديدة للصمود في وجه رياح العولمة، وذلك بإنشاء فروع لها على شبكة الانترنت من أجل التواصل السريع مع العملاء وهذا مايسمى بالبنوك الإلكترونية من خلال تقديم خدمات إلكترونية.

وعليه تم تقسيم الفصل إلى مبحثين:

- المبحث الأول: ماهية البنوك الالكترونية

- المبحث الثاني: أنظمة ووسائل الدفع الالكترونية

المبحث الأول: ماهية البنوك الالكترونية

لقد أدت الثورة العلمية والتطور السريع والمتوالي في مجال الإلكترونيات، خلال القرن الحالي إلى قفزة نوعية في مجال الأعمال المصرفية مما أدى إلى السماح لزبائن البنوك بإجراء العمليات البنكية بآلية حديثة تواكب التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا المعلومات والتطور المسمى في مجال التقنية المصرفية.

المطلب الأول: نشأة وتطور البنوك الالكترونية:

في البداية كانت المصارف عبارة عن مجال مخصص بإيداع ما يملكه التجار من ذهب وفضة فكان التجار يودعون ما يملكونه من معادن نفيسة بتلك المصارف قبل أن يسافرون ويتسلمون بدلا منها صكوك تثبت ممتلكاتهم لتلك المعادن على أن يتسلمون ما أودعوه عند رجوعهم من السفر، وشيئا فشيئا أصبح التجار يستخدمون تلك الصكوك في إنهاء المعاملات المالية فيما بينهم على أساس ما تقيده تلك الصكوك من امتلاكهم لما هو مثبت فيها من كميات الذهب والفضة. وعليه فإن تلك الصكوك لم تكن تقبل في تسوية المعاملات المالية لذاتها وإنما لما تقيده من امتلاك كميات الذهب والفضة المثبتة بها ومع التطور بدأت تلك المصارف في تقديم خدمات إلى زبائنهم، بدأت بماكينات الصرف الآلي التي تسمح بسحب مبلغ من المال من رصيده لدى هذا المصرف، ثم تطور أمر الماكينات في تقديم كشف حساب العميل برصيده في المصارف وإيداع النقود في حسابه عبر تلك الماكينات وهكذا تطورت هذه المصارف وأصبحت تسمى بالبنوك الإلكترونية وفي ظل هذا التقدم الهائل الذي نعيشه من التطور الاتصالات و الإنترنت واستخدامها بشكل يكاد يكون رئيسيا في مجال التجارة أصبح العالم الآن اصغر من قرية تدور البيانات فيما بين أجزاءه في سرعة البرق فالبنوك الالكترونية أصبحت ككيان ليس له مقر على الأرض فهو الآن موجود على شبكة الإنترنت فقط ويمكن تنظيم مراحل تطور نشأة البنوك الالكترونية كما يلي :

أ- 1970_1980 :الصراف الآلي (توسع في أوروبا وأمريكا الشمالية)

ب- 1980_1990: البنوك المنزلية حيث تسمح للعميل عن طريق موزعات بالصوت والصورة أن يقوم بعدة عمليات بنكية انطلاقا من محل إقامته

ت- فترة التسعينات: البنوك الالكترونية E banking والبنوك الافتراضية Internet

on-line التي تكفي أي اتصال مباشر مع فرع البنك، فكان Net Bank هو

أول بنك افتراضي أين ساهمت تكنولوجيا المعلومات و الإنترنت بشكل كبير على

انتشار البنوك الالكترونية. (مجدوب و العزيز، 2013، صفحة 210)

يلاحظ مما سبق أن البنوك الإلكترونية تطورت بشكل كبير في السنوات الأخيرة، حيث أصبحت تقدم خدمات مصرفية متطورة ومرنة عبر الانترنت وتطبيقات الهواتف الذكية، وتشمل هذه الخدمات إدارة الحسابات، وتحويل الأموال، والدفع الإلكتروني، والاستثمار، وغيرها.

المطلب الثاني: مفهوم البنوك الالكترونية وأصنافها

هناك تسميات كثيرة للبنوك الالكترونية ضمن هذه التسميات

- بنوك الانترنت Banquets internet
- بنوك الويب Banquets web
- البنك على الخط Banques en ligne

أولاً: تعريف البنوك الالكترونية:

يستخدم تعبير البنوك الالكترونية Electronic Banking أو بنوك الانترنت Internet Banking كتعبير متطور وشامل للمفاهيم التي ظهرت في مطلع التسعينات كمفهوم الخدمات المالية عن بعد Remote Electronic Banking، أو البنك المنزلي Home Banking أو الخدمات المالية الذاتية Self service Banking وجميعها تعبيرات تتصل بقيام الزبائن بإدارة حساباتهم، وإنجاز أعمالهم ذات العلاقة بالبنك عن طريق المنزل، أو المكتب وفي أي وقت يريده الزبون أي (الخدمة المالية في كل وقت وكل مكان)، وتطور هذا المفهوم مع شيوخ الانترنت وليتمكن الزبون الدخول من خلال الاشتراك العام عبر الانترنت (يوسف، التسويق الالكتروني، 2011، صفحة 271،272،273)

تعرف البنوك الالكترونية أيضا ببنوك الانترنت، وهي ليست مجرد فرع لبنك قائم يقدم خدمات مالية، بل عبارة عن مواقع الكترونية تقدم خدمات مصرفية ومالية وإدارية شاملة، لها وجود مستقل على الشبكة الإلكترونية، قادرة على التعاقد وتقديم الخدمات المصرفية (شافي، 2008، صفحة 63،64)

يمكن التوصل الآن إلى مفهوم شامل للبنوك الالكترونية: هي عبارة عن بنوك افتراضية تقوم بتقديم نفس الخدمات المالية والمصرفية التقليدية ولكن بشكل أسرع وأحدث وأوسع، وذلك عن طريق استخدام شبكة الانترنت.

ثانياً : خصائص البنوك الالكترونية

إنما يميز البنوك الالكترونية عن البنوك التقليدية بعض الخصائص ومن هذه الخصائص مايلي
: (الحداد، الخدمات المصرفية الالكترونية، 2011، صفحة 74، 73)

- اختفاء المعاملات والوثائق الورقية بحيث إن كافة الإجراءات تتم عن طريق الشبكة دون الحاجة إلى استخدام الأوراق
- البنوك الالكترونية فتحت المجال أمام البنوك صغيرة الحجم والتي تعمل في مجال ضيق لتوسيع نشاط عملها عالميا حيث دخلت إلى أسواق جديدة دون الحاجة إلى التفرغ لذلك.
- القدرة على إدارة العمليات المصرفية للبنوك عبر شبكة الإنترنت بكفاءة عالية في أي موقع جغرافي.
- عدم إمكانية تحديد الهوية، حيث لا يرى طرفا التعاملات الالكترونية كل منهما الآخر مما يثبت السرية بالتعامل بين البنك وعميله .
- إمكانية تسليم بعض الخدمات إلكترونيا وبسرعة دون الحاجة إلى الانتظار مثل كشف الحساب وكالرصيد وغيرها .

ثالثا : أنماط البنوك الالكترونية وخدماتها :

لا يمكن اعتبار أن كل موقع لبنك ما على شبكة الإنترنت هو بنك إلكتروني ما هي معايير تحديد ذالبنك الإلكتروني ؟ هنا سنحاول الإجابة على هذا التساؤل من خلال تحديد الملامح الأساسية للبنوك الالكترونية على الانترنت وكما هو موضح كالاتي : (يوسف، التسويق الإلكتروني، 2011، صفحة 274، 275)

الموقع المعلوماتي Information : هو المستوى الأساسي للبنوك الإلكترونية أو هو الحد الأدنى للنشاط الإلكتروني المصرفي ويقدم من خلاله معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.

الموقع التفاعلي (الاتصالي) communicative :يؤدي هذا الموقع نوع من التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه كالبريد الإلكتروني وتعبئة نماذج الخطأ وتعديل معلومات القيود والحسابات.

الموقع التبادلي Transactional :هو المستوى الأدنى الذي يمارس فيه البنك خدماته وأنشطته في بيئة إلكترونية حيث يسمح للزبون الوصول إلى حساباته.

مما سبق نستخلص أن تطور البنوك الإلكترونية وأنماطها يعد جزءا أساسيا من التحول الرقمي الذي يجتاح قطاع الخدمات المالية، فهي تجسد التقدم التكنولوجي الذي يسهل على المستخدمين الوصول إلى الخدمات المصرفية بسهولة وراحة.

المطلب الثالث: أهمية وعوامل نجاح البنوك الالكترونية

تمثل البنوك الإلكترونية تطورا هاما في قطاع الخدمات المالية، حيث تقدم مزايا هائلة للعملاء والمؤسسات على حد سواء وتأتي أهمية البنوك الإلكترونية من قدرتها على توفير وصول مريح وآمن للخدمات المالية عبر الانترنت والهواتف المحمولة، دون الحاجة إلى الذهاب إلى الفروع البنكية التقليدية.

أولا : الأهمية العلمية والاقتصادية للصيرفة الإلكترونية :

إن قيام البنوك بتسوية أنشطتها وخدماتها المالية عبر الإنترنت يحقق فوائد كثيرة نذكر من أهمها: (الحداد و شقيري نوري موسى، الخدمات المصرفية الالكترونية، 2011، صفحة 74،75)

1. تخفيض النفقات التي يتحملها البنك بجعل تكلفة إنشاء موقع للبنك على الإنترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد للبنك وما يتطلبه من مباني وأجهزة وكفاءة إدارية إضافة إلى تسويق البنك لخدماته من موقعه على الانترنت .
2. إن توجه البنوك العالمية نحو شبكة الانترنت وما يتميز به من قدرات تنافسية يلزم البنوك الصغيرة ضرورة الارتقاء إلى مستوى هذه التحديات ،ووفقا لذلك سيقوم العملاء بالمقارنة بين خدمات البنوك لاختيار الأنسب وبذلك تكون الانترنت عامل منافسة قوي في جذب العملاء .
3. يساهم الانترنت في التعريف بالبنوك والترويج للخدمات المصرفية بشكل إعلامي وهو يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة .
4. إن الصيرفة الالكترونية تؤدي إلى تسهيل التعامل بين المصارف ،وبناء علاقات مباشرة ،وتوفير المزيد من فرص العمل والاستثمار وهو يساعد على النجاح والبقاء في السوق المصرفية .
5. استخدام الانترنت يساهم في تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاستفادة من الابتكارات الجديدة التي يكون لها انعكاس على أعمال البنوك .

ثانيا :عوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية :

إن إقامة نظام للصيرفة الإلكترونية يقتضي الالتزام بجملة من العوامل والتي هي بمثابة قواعد للعمل الالكتروني والتي تتمثل فيما يلي: (الحداد و شقيري نوري موسى، الخدمات المصرفية الالكترونية، 2011، صفحة 75،76)

1. وجود شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات صلة وترتبط بالانترنت وفقا للأسس القياسية مع مراعاة التأمين في تصميم هذه الشبكة .

2. وضع خطط للبدء في إدخال خدمات الصيرفة الالكترونية، بداية من وضع إستراتيجية على مستوى البنك المركزي أو البلد أو التحالفات الدولية .
3. وضع تنظيمات قياسية تسمح بالربط بين مختلف الجهات والعالم ككل.
4. إعداد خطة لتدريب الموارد البشرية .
5. العمل على إنشاء تنظيم إداري يعمل على التنسيق بين الأطراف .

مما سبق نستخلص أن نجاح الصيرفة الإلكترونية يمثل تحديًا مستمرًا يتطلب الابتكار والتطور المستمرين، بالإضافة إلى الاستجابة لتطلعات العملاء وضمان الأمان والفعالية.

المطلب الرابع: المخاطر والعقبات التي تواجه البنوك الالكترونية

تطورت البنوك الإلكترونية بسرعة مذهلة في العقود الأخيرة، وعلى الرغم من الفوائد الكبيرة التي تقدمها، فإنها تواجه أيضًا مجموعة من المخاطر والعقبات التي يجب التعامل معها بجدية.

أولاً: مخاطر البنوك الالكترونية: يوجد هناك الكثير من المخاطر التي تحيط بعمل البنك الإلكتروني والنقود الالكترونية، إلا أن هذه المخاطر تتباين تبعاً لدرجة تطور التقنية المستخدمة وطرق الإقراض المعتمدة وكذلك طبيعة النظم الأمنية وهذه المخاطر: (يوسف، التسويق الالكتروني، 2011، صفحة 283، 282)

- **خطر سعر الفائدة Interest rate risk** : يتعلق بتحركات غير ملائمة لسعر الفائدة التي تخفض من قيمة النقد الالكتروني وبالتالي تؤثر على الوضع المالي للبنك .
- **خطر السيولة Liquidity risk**: ويشكل خطر كبير للبنوك الالكترونية المتخصصة ومصدر هذا الخطر هو الزيادة المفاجئة لاستيراد النقود الإلكترونية.
- **خطر السمعة Reputational risk** : يتمثل في محاولة لتدمير النظام الأمني عن طريق إدخال فيروس إلى البنك الإلكتروني مما يعطل نظام المعلومات.
- **خطر السوق Market risk** : يأتي من التبادلات الخارجية وقبول العملات الأجنبية في مدفوعات النقد الإلكتروني.
- **خطر الائتمان Credit risk** : يتمثل في التوسع في منح الاعتمادات للزبائن خارج السوق المعتاد وعندما ترافقه عدد متوفر للمعلومات.
- **خطر التحويل الخارجي Transfer risk** : يتمثل في عدم إمكانية الإيفاء بالالتزامات للعمليات الخارجية بسبب عوامل اقتصادية سياسية اجتماعية.
- **الخطر القانوني Legal risk** : وهذا مصدره الغموض أو الصعوبة في إمكانية تطبيق القوانين المتعلقة بالتوقيع الالكتروني .

ثانيا العقبات التي تواجه هذه البنوك:

تواجه المصارف الالكترونية بعض المشاكل والعقبات التي قد تحد من نشاطها بنسبة تختلف باختلاف الدول والأنظمة المعتمدة فيها، ولعل أبرز تلك المشاكل والعقبات هي التالية: (شافي، 2008، صفحة 69.70)

- ✓ احتمال تعرض الأموال لأفعال جرمية، كالسرقة والاحتيال وغيرها عبر الوسائل الإلكترونية.
- ✓ العجز عن حماية الخصوصية المتعلقة بالعملاء .
- ✓ احتمال انتشار فيروس الكمبيوتر .
- ✓ احتمال انقطاع الاتصال أو العلاقة المباشرة مع البنك .
- ✓ انخفاض جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- ✓ صعوبة تشغيل أو استخدام بعض أنظمة المصارف الالكترونية.
- ✓ وجود تحديث وتطوير الأجهزة والأنظمة الالكترونية بصورة مستمرة .
- ✓ تحديد المسؤوليات القانونية عن عمل وتشغيل هذه الخدمات .
- ✓ تأثير هذه المصارف على السرية المصرفية .
- ✓ مدى إمكانية توفير الحماية القانونية للقيام بالعمليات المصرفية واستخدام الصراف الآلي وبطاقات الائتمان وإجراء التحويلات الالكترونية .

في نهاية هذا المبحث تمكنا من التعرف على أن البنوك الإلكترونية تطورت بشكل ملحوظ خلال السنوات الأخيرة، حيث أصبحت جزءاً أساسياً من النظام المالي العالمي كما أن لها عدة أنماط وتقدم العديد من الخدمات لكن على الرغم من النجاح الذي حققته هذه البنوك إلا أنها تواجه مخاطر كثيرة يجب تقاديتها لضمان استمرارها .

المبحث الثاني : أنظمة ووسائل الدفع الالكترونية

في ضوء اكتساح التكنولوجيا الحديثة وانتشار التجارة الإلكترونية أصبح من الضروري ابتكار وسائل الدفع الالكترونية والتي سنتطرق في هذا المطلب إلى إعطاء تعريف لها ثم التطرق إلى أنواعها .

المطلب الأول : مفهوم أنظمة الدفع الالكترونية

أنظمة الدفع الإلكتروني هي محور أساسي في عمليات البنوك الإلكترونية، حيث تساهم في تيسير وتسريع عمليات التحويلات المالية والمدفوعات عبر الإنترنت .

أولاً : تعريف أنظمة الدفع الإلكترونية

تعتبر أنظمة الدفع الإلكترونية عن الانظمة التي تستخدم في تسوية العمليات المالية عبر الوسائط الإلكترونية، إذ تم اعتمادها بين المصارف أو الشركات أو الأفراد داخل الوطن الواحد أو خارجه وتعمل هذه الأنظمة على أساس نظامين أساسيين الأول معروف باسم نظام التحويل الالكتروني، أما الثاني فيعرف باسم نظام التبادل الإلكتروني للبيانات المالية ويختلف هذا الأخير عن الأول بأنه يحول بيانات وشروح الصفقات التي تمت، بمعنى تحويل كل البيانات بصورة آنية، عكس الأول الذي يقوم بتحويل المعلومات المتعلقة بقيمة الصفقة فقط.

ولقد عرف النظام 5-7 الصادر عن بنك الجزائر، المتضمن أمن أنظمة الدفع، المشاركين على انه : إجراء وطني أو دولي ينظم العلاقات بين الطرفين على الأقل لهما صفة بنك أو مؤسسة مالية أو هيئة مالية مختصة أو مؤسسة منخرطة في غرفة مقاصة أو مؤسسة غير مقيمة تتمتع بوضع قانوني مماثل، تسمح بتنفيذ بصفة اعتيادية عن طريق المقاصة أم بالتسديد وكذا فيما يتعلق بأنظمة التسوية وتسليم أدوات مالية وتسليم السندات بين المشاركين. (بونفلة، 2020، صفحة 46،47)

يمكن تعريف نظام الدفع الالكتروني بأنه طريقة لاجراء المعاملات المالية بطريقة الكترونية دون استخدام الشيكات أو النقد.

ثانيا : اطراف نظام الدفع الالكتروني

- العميل أو الزبون (Customer/payer/Buyer): وهو الطرف الذي يقوم بالدفع إلكترونيا لشراء السلع والخدمات.
- التاجر أو البائع (Merchant/payee/seller): وهو الطرف الذي يقوم بالحصول واستقبال الدفعة الالكترونية من العميل .
- المصدر (Issuer): وهو المصدر لأداة الدفع الإلكترونية وقد يكون مؤسسة بنكية أو غير بنكية .
- غرفة المقاصة الالكترونية (Automated Clearing House): وهي الشبكة

الإلكترونية التي تنقل الأموال بين البنوك (الشمري، 2008، صفحة 46،47)

المطلب الثاني : مفهوم وسائل الدفع الالكترونية:

كانت التجارة الإلكترونية من أهم الأسباب التي أدت إلى استخدام وسائل الدفع الالكترونية مما أدى إلى تحول النقود من شكلها المادي الملموس لتصبح تيار غير مرئي من الالكترونيات المحفوظة في البطاقات الذكية .

أولا : تعريف وسائل الدفع الالكترونية :

يعرف البنك المركزي الأوروبي الدفع الالكتروني انه كل عملية دفع صدرت وعولجت بطريقة الكترونية ،وهذا يعني أن العملية هي عبارة عن تحويل نقدي من خلال نقل معطيات من طرف إلى آخر، أو من نظام إلى آخر، وهذه المعطيات تتم معالجتها من طرف نظام وسيط (نظام معالجة) يتمثل في شبكة مصرفية .

وتتم هذه العملية عن طريق مجموعة الأدوات الالكترونية التي تصدرها المصارف ومؤسسات الائتمان . وبسبب تنوع هذه الوسائل واختلاف طبائعها أصبح من الصعب تقديم تعريف موحد للنقد الالكتروني.

تتضمن عملية الدفع الالكتروني أربعة أطراف: المتعامل (الدافع أو المشتري)، البنك الذي اصدر وسيلة الدفع(البطاقة)،البنك الذي يتحصل على المبلغ لحساب المستفيد من الدفع (البائع)، وشبكة البطاقات، وهناك شبكات خاصة للبطاقات المصرفية على غرار شبكة Mastercard أو شبكة visa العالميتين . (حسين، 2008، صفحة 150)

تعرف وسائل الدفع الالكترونية بمختلف أدوات الوفاء الالكترونية بحيث يصبح الوفاء بموجب هذه الأدوات وفاء الدين كليا أو جزئيا ومن بين الوسائل الحديثة التي تلاقي إقبالا واسعا الدفع عن طريق البطاقات البنكية والالكترونية .

ثانيا : خصائص وسائل الدفع الإلكترونية

1. **سرعة التنفيذ** :تعتبر وسائل الدفع الالكترونية سريعة جدا في إتمام العمليات المالية يمكن إجراء الدفعات عبر الإنترنت في ثوان معدودة ، مما يوفر الوقت والجهد للمستخدمين .
2. **سهولة الاستخدام** :تتميز وسائل الدفع الإلكترونية بسهولة الاستخدام ، فمعظمها يتطلب توفر حساب إلكتروني أو تطبيق محمول ، ومن ثم يمكن استخدامها بسهولة عبر الهواتف الذكية أو الحواسيب الشخصية .
3. **أمان المعلومات** :تحظى وسائل الدفع الإلكترونية بمستوى عالي من الأمان ، تستخدم تقنيات التشفير والحماية لحماية بيانات المستخدمين وتأمين العمليات المالية مما يقلل من مخاطر الاحتيال والاختراقات .
4. **تتيح التعامل الدولي** :يمكن استخدام وسائل الدفع الالكترونية لإجراء معاملات دولية بكل سهولة ، فهي تدعم عمليات التحويل العالمية وتسهل التجارة العابرة للحدود .
5. **التتبع و السجلات** :يتم توثيق وتسجيل جميع العمليات المالية التي تتم عبر وسائل الدفع الإلكترونية ، يمكن للمستخدمين تتبع سجلاتهم المالية بسهولة والاحتفاظ بسجلات دقيقة للمعاملات .

6. **التوفر و الدعم على مدار الساعة**: تتوفر وسائل الدفع الإلكترونية على مدار الساعة ، مما يعني أنه يمكن إجراء الدفعات والمعاملات في أي وقت من اليوم وأيام الأسبوع، كما يتم توفير دعم مستمر للمستخدمين في حالة وجود أي مشكلات أو استفسارات.
(<http://www.9anon4dz.com/2023/06/e-commerce-payment.html>)

ثالثا: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكترونية:

لوسائل الدفع عدة مزايا وسيتم شرح أهم المزايا فيما يلي : (الحاج و نعيمة، أهمية البنوك الإلكترونية في تفعيل وسائل الدفع الحديثة، 2010، صفحة 69)

- ✓ **بالنسبة لحاملها**: تحقق وسائل الدفع الإلكترونية لحاملها مزايا عديدة أهمها سهولة ويسر الاستخدام، كما تمنحه الأمان بدل حمل النقود الورقية وتقادي السرقة والضياع ، كما أن لحاملها فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترات محددة ،كذلك تمكنه من إتمام صفقاته فوراً بمجرد ذكر رقم البطاقة .
- ✓ **بالنسبة للتاجر**: تعد أقوى ضمان لحقوق البائع ،تساهم في زيادة المبيعات كما أنها أزاحت عبء متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق البنك والشركات المصدرة .
- ✓ **بالنسبة لمصدرها**: تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات المالية، فقد حقق City bank أرباح من حملة البطاقات الائتمانية سنة 1991 بلغت 1 بليون دولار.

رابعا : عيوب وسائل الدفع الإلكترونية.

- بالرغم من حداثة وسائل الدفع الإلكترونية وتوفرها على عدة ايجابيات فلها بالمقابل بعض السلبيات منها : (الحاج و نعيمة، أهمية البنوك الإلكترونية في تفعيل وسائل الدفع الحديثة، 2010، صفحة 70)
- ✓ **بالنسبة لحاملها**: من المخاطر الناجمة عن استخدام هذه الوسائل زيادة الاقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية ، وعدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء .
- ✓ **بالنسبة للتاجر**: إن بمجرد حدوث بعض المخالفات من جانبه أو عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه ويضع اسمه في القائمة السوداء ،وهو ما يعني تكبد التاجر صعوبات جمة في نشاطه التجاري .
- ✓ **بالنسبة لمصدرها**: أهم خطر يواجه مصدرها هو سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم، وكذلك تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها.

مطلب الثالث: أنواع وسائل الدفع الالكتروني

تعددت أشكال وسائل الدفع الالكترونية واتخذت أشكالا تتلائم مع طبيعة المعاملات عبر شبكة الإنترنت، حيث سنركز في هذا المطلب على الأنواع المختلفة لوسائل الدفع الإلكتروني.

أولا : وسائل الدفع المطورة : (الأوراق التجارية الالكترونية)

ومن أنواع الأوراق التجارية الالكترونية:

1. الشيك الإلكتروني : وهو المكافئ للشيكات الورقية التقليدية وهو رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله) وقد يكون بائعا أو مستفيد آخر يعمل عبر الإنترنت ويحتفظ بحساب مصرفي ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الإنترنت ليقوم البنك بتحويل قيمة الشيك إلى حساب حامل الشيك وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادته إلكترونيا إلى مستلم الشيك (حامله) ليكون دليلا على انه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه. (يوسف، التسويق الالكتروني، 2011، صفحة 172،171)

2. السفتجة الإلكترونية: لا يختلف تعريفها عن مثلتها الورقية ومن ثم يمكن القول بأنها محرر شكلي ثلاثي الأطراف معالج إلكترونيا بصورة كلية أو جزئية ، يتضمن أمرا من شخص يسمى الساحب إلى شخص آخر يسمى المسحوب عليه بأن يدفع مبلغا من النقود لشخص ثالث يسمى المستفيد بتاريخ معين وهي تقسم إلى نوعين :

- **سفتجة الكترونية ورقية :** وهي التي تصدر من البداية في شكل ورقة كأى سفتجة تقليدية ثم يتم معالجتها الكترونيا عند تقديمها لدى البنك لتحويلها أو بمناسبة تظهيرها لأي طرف آخر .

- **سفتجة الكترونية ممغنطة:** وهي التي تصدر من البداية على دعامة ممغنطة ، وهذا النوع يمثل الاستعادة المثلث من التقنيات الإلكترونية الحديثة. (طه و بندق، 2005، صفحة 345)

3. السند لأمر الالكتروني: وهو محرر شكلي ثنائي الاطراف معالج إلكترونيا بصورة كلية أو جزئية يتضمن تعهدا من محرره بدفع مبلغ معين لإذن شخص آخر يسمى المستفيد ، والسند لأمر الالكتروني يخضع لذات الأحكام التي تخضع لها السفتجة الإلكترونية من ضرورة صدوره على نموذج مطبوع إذا كان ورقيا ، وتوفر بعض البيانات مثل اسم البنك المحرر ، رقم الحساب (طه و بندق، 2005، صفحة 349)

ثانيا : وسائل الدفع الحديثة :

سنحاول التركيز هنا على أهم وسائل الدفع على شبكة الانترنت: (الشمرى، 2008، صفحة 48،47)

1. بطاقات الدفع payment Card

وهي بطاقات بلاستيكية تستخدم لأغراض الدفع ، ويوجد في الولايات المتحدة 700 مليون بطاقة دفع مقبولة من أكثر من 4مليون تاجر في أمريكا و11 مليون تاجر حول العالم ، ويوجد ثلاثة أنواع من بطاقات .

أ- **البطاقات الائتمانية Credit cards** : وهي بطاقات تمنح الحامل سقفا ائتمانيا محدد السحب ، وتكون هذه البطاقة عادة برسوم سنوية للإصدار ، وفائدة على الرصيد غير مدفوع ، ومن أهم الجهات المصدرة لتلك البطاقات شركة visa وشركة MasterCard

ب- **البطاقات الوفائية Charge Cards** : وهي البطاقات التي تعطي سقف محدد ، ويقوم العميل بدفع قيمة المطالبة كاملة خلال فترة ما بين ثلاثين إلى خمسة وأربعين يوما ، ويوجد عادة رسوم سنوية ، ومن أهم الجهات المصدرة للشركة American Express

ت- **البطاقات المدينة Debit Card** : وهنا يتم خصم قيمة فاتورة الشراء مباشرة من حساب العميل ومن أهم الجهات المصدرة هي (MasterCard).(visa).

2.البطاقات الذكية Smart Cards

وهي من الاختراعات الحديثة التي دعمت نظام الدفع الالكتروني ، وهي بطاقة دفع بلاستيكية تتميز بوجود قرص رقيق محفور على البطاقة قادر على التحكم والمحافظة على البيانات المخزنة من أي شطب أو إضافة ، وهذه البيانات ممكن قراءتها من خلال القارئ عندما تمرر البطاقة عليه ، ويوجد نوعان من البطاقات الذكية : (الشمري، 2008، صفحة 49)

أ- **بطاقة الاتصال المباشر Direct Contact Card** : ويحتوي هذا النوع من البطاقات على صحيفة معدنية ذهبية قطرها نصف إنش تقع في المقدمة عندما تمرر البطاقة على القارئ يحدث اتصال إلكتروني ، ويتم تمرير البيانات من خلال القرص .

ب- **بطاقة الاتصال غير المباشر Indirect Contact Card** : وفي هذا النوع إضافة إلى وجود قرص محفور على البطاقة ، يوجد هوائي محفور أيضا ، وهنا المعلومات تمرر من وإلى البطاقة عن طريق الهوائي إلى هوائي آخر مربوط بقارئ البطاقة أو أي أداة أخرى ، ويستخدم هذا النوع من البطاقات التي تحتاج إلى معالجة سريعة مثل : الدفع في الباصات أو القطارات وغيرها ، ويوجد العديد من التطبيقات للبطاقات الذكية منها بطاقة الولاء Loyalty card وهي من تطبيقات البطاقات الذكية ويستخدمها تجار التجزئة لتمييز

عملائهم ومكافأتهم ، وتسمح لعملائهم بالحصول على نقاط عند كل عملية بيع وبالتالي الحصول على مكافأة عند مستوى معين من النقاط ، ويوجد استخدامات أخرى للبطاقات الذكية في مجال المواصلات ، والخدمات ، والرعاية الصحية خصوصا في ألمانيا ، ويوجد حاليا البطاقة متعددة الأغراض Multipurpose Card وهي بطاقة لكل التطبيقات كأن تكون بطاقة ائتمانية ، وبطاقة مدينة وبطاقة ولاء في الوقت نفسه .

3. النقود الالكترونية:

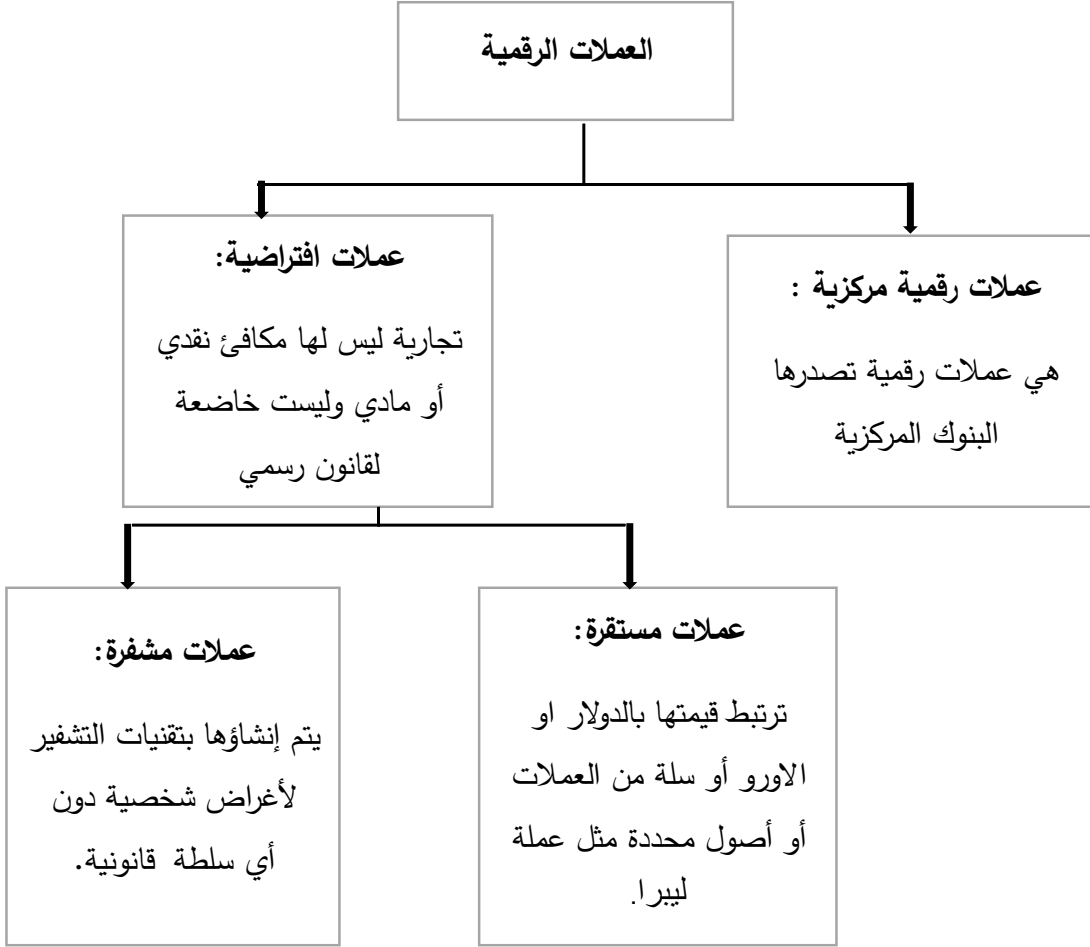
ويمكن تعريفها ، بأنها قيمة نقدية مخزنة بطريقة إلكترونية على وسيلة إلكترونية كبطاقة أو ذاكرة الكمبيوتر ومقبولة كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين غير المؤسسة التي أصدرتها ويتم وضعها في متناول المستخدمين لاستعمالها كبديل عن عملات النقدية والورقية وذلك بهدف إحداث تحويلات إلكترونية لمدفوعات ذات قيمة محددة ودون ارتباطها بحساب بنكي ، وقد تكون النقود الالكترونية بطاقة ذكية يمكن تثبيتها على الكمبيوتر أو تكون قرصا مرنا يمكن إدخاله في فتحة القرص المرن في الكمبيوتر الشخصي ليتم نقل القيمة منه وإليه عبر الإنترنت ، والبطاقة الذكية مزودة بشريحة chip حوسبية قادرة على تخزين بيانات تعادل 500 ضعف مما تخزنه البطاقات البلاستيكية الممغنطة ، ويمكن استخدامها عبر الإنترنت وفي نقاط البيع أما استخدامها فتتم عبر الخطوات التالية :

- ✓ يفتح المستخدم حسابا بنكيا لدى البنك ويتلقى بطاقة ذكية .
- ✓ يفرغ المستخدم العملة على البطاقة.
- ✓ يدخل المستخدم البطاقة بالقارئ.
- ✓ تتحول العملة من بطاقة المستخدم إلى البائع.
- ✓ تسليم البضاعة.
- ✓ يسترد البائع العملة من المؤسسة التي أصدرت البطاقة وقد يكون مصرفا أو مؤسسة متخصصة بإصدار هذه البطاقات.

ففي نقاط البيع يتم استخدام البطاقة الذكية كما يتم استخدام البطاقات الائتمانية

التقليدية (يوسف، التسويق الالكتروني، 2011، صفحة 171،170)

الشكل (02): تصنيف العملات الرقمية



المصدر: عائشة بوتلجة، العملات الرقمية المركزية ودورها في الحد من مخاطر العملات المشفرة، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة الشلف، العدد 2، ص 184

1.3. مفهوم العملات الافتراضية المشفرة

تعتبر العملات الافتراضية المشفرة واحدة من الابتكارات التكنولوجية التي أحدثت تغييرا هاما في المجال النقدي والمالي، لأنها تختلف في خصائصها عن العملات المعتادة.

1.1.3. تعريف العملة الافتراضية: هناك عدة تعريفات للعملات الافتراضية وكلها تتفق في كون هذه العملة ليس لها وجود مادي وغير خاضع لسلطة نقدية نظامية، ومن أهم هذه التعريفات:

وقد عرفها البنك المركزي الأوروبي: بأنها نوع من الأموال الرقمية غير المنظمة التي تصدر، وعادة ما يسيطر عليها المطورون، يتم استخدامها وقبولها بين أعضاء مجتمع افتراضي معني. (بوثلجة، صفحة 185)

هي وحدة اعتبارية ليس لها وجود فيزيائي أو كيان مادي ملموس، والتي تصدر عن بنك مركزي أو هيئة نقدية، إضافة إلى أنها لا تقتصر بأي عملة نقدية محلية كانت أو عالمية، ويمكن تحويلها وتخزينها إلكترونياً، وإصدارها يتم بواسطة حواسيب متطورة، ويتم التداول بها في الأوساط الإلكترونية وعبر المنصات المخصصة لها دون رقابة أو إشراف حكومي. (بوثلجة، صفحة 185)

2.1.3. أهم العملات الافتراضية المشفرة: أحصت الدراسات مع نهاية عام 2020، نحو 4 آلاف عملة افتراضية، نذكر منها ما يلي:

البيتكوين: هي أول عملة افتراضية يرمز لها بالرمز (BTC)، استطاع Bitcoin تجاوز جميع الهزات التي تعرض لها بسبب انتشار التداول به على نطاق واسع وبسبب اعتماده من قبل آلاف المؤسسات والشركات حول العالم كوسيلة دفع رسمية، الأمر الذي دفع القيمة لتحقيق رقم قياسي جديد منذ أن تجاوز سعر البيتكوين 1000 دولار، حيث وصل سعر البيتكوين في عام 2011 إلى 35 دولار، ثم 1000 دولار مع بداية 2017 ثم 4000 دولار في جوان من نفس السنة استمرت المضاربات على هذه العملة صعوداً وهبوطاً حتى تجاوز البيتكوين كل ذلك وبدأ مسيرة صعود جديدة ليحقق مستويات تاريخية عند سعر 53.000 دولار في شهر فيفري من عام 2021. (بوثلجة، صفحة 187)

اللايتكوين: ويرمز لها بالرمز (LIT) وهي ثاني عملة مشفرة ظهوراً، تم إصدارها سنة 2011 وفقاً لبرنامج مفتوح المصدر يشبه برنامج بيتكوين، إلا أن هناك اختلافين هما:

■ **الاختلاف الأول:** يتمثل في سرعة أداء المعاملات في اللايتكوين تتم بشكل أسرع من البيتكوين، إنشاء كتلة في اللايتكوين يستغرق حوالي دقيقة واحدة بينما يستغرق ذلك حوالي عشرة دقائق في البيتكوين.

■ **الاختلاف الثاني:** الحد الأقصى لعرض لعملة، حيث يبلغ العدد الكلي للوحدات التي سيتم إصدارها من اللايتكوين (84 مليون وحدة)، وهو أعلى بكثير من البيتكوين من عدد وحدات البيتكوين والبالغ (21 مليون وحدة) البنك المركزي الأردني. (بوثلجة، صفحة 187)

الريبيل: ويرمز له بالرمز (XRP) تم طرحها أول مرة من طرف شخص يدعى Fugger Rayan سنة 2012، وأصبحت ثاني أكبر عملة افتراضية مشفرة بعد البيتكوين، وفي العام 2015 تبنت العديد من البنوك التعامل بالريبيل مثل البنك الملكي في كندا وبنك أبو ظبي الوطني ومن طرف

العديد من الهيئات والأفراد، وفي 2017 وصل التعامل بالريبل إلى 10 مليار دولار. وتعتبر الريبل العملة الافتراضية الوحيدة التي لا تعمل بنظام الكتل بل تعتمد على شبكة عالمية لا مركزية خاصة بها تشبه البلوكتشين، والتعامل بالريبل يختلف عن غرض التعامل بالبيتكوين إذ أنها نظام تسوية عالمية مرتبطة مع الأنظمة المصرفية العالمية فهي تعمل بشكل وثيق مع البنوك وتقدم كفاءة من حيث التكاليف وسرعة التعامل، حيث يمكنها التعامل مع 1000 معاملة في الثانية بينما البيتكوين يمكنها التعامل مع 3 إلى 6 معاملة في الثانية. وللعلم فإن الريبل لا تتطلب عمليات الإصدار الرقمية والمسمى بالتعدين كما في البيتكوين، حيث لها رقم محدد من الوحدات يقدر بـ 100 مليار وحدة، ولكن ما تصدر جميعها خوفاً من التضخم المفرط. (بوثلجة، صفحة 187)

البيركوين: أنشأت هذه العملة في أوت 2012، وهي تستند كأغلب العملات الافتراضية إلى بروتوكول الانترنت (الند للند)، ولكنها تمتاز بزيادة في كفاءة التعدين، ورفع درجة الأمان والضمانات، لتجنب سوء المعاملات من المعدنين، وقد احتلت المرتبة الرابعة في وقت مضى بين المعاملات الافتراضية المشفرة. (بوثلجة، صفحة 188، 187)

الايثيريوم: يرمز لها بـ (ETH) وتعرف أيضا بعملة الخدمات ظهرت هذه العملة سنة 2013 من طرف المبرمج الروسي فيتاليك بوتريين، يعمل تعدين الايثيريوم منذ بدايته على نموذج خوارزمية إثبات العمل مثل البيتكوين، وبحلول سنة 2017 أعلن الفريق المسئول عن الايثيريوم عن خطط للتحويل إلى نموذج خوارزمية إثبات الملكية وهي ثاني أشهر عملة بعد البيتكوين من حيث التداول والانتشار، وتعتمد عملة الايثيريوم على منصة (Ethereum) وهي منصة عالمية الإصدار وتوثيق العقود الذاتية التنفيذ حيث تمكن المطورين من إنشاء تطبيقات غير مركزية تتيح للعقود الذكية تشغيل التعليمات البرمجية على أن لا تكون هناك احتمالية توقف نظم التشغيل أو الاحتيال عليها دون تدخل طرف ثالث، فالايثيريوم هي عملة العقود الذكية وتسهيل تبادل الأموال أو الممتلكات أو أي شيء ذا قيمة. (بوثلجة، صفحة 188)

2.3 مفهوم العملات الرقمية المستقرة

نتيجة التقلبات الحادة التي واجهتها الأصول المشفرة، ظهر ما يعرف بالعملات المستقرة والتي يمكن تعريفها بأنها وحدات رقمية لا تمثل في حد ذاتها شكلا من أشكال أي عملة محددة (أو سلة منها)، لكنها بدلا من ذلك تمثل عملة رقمية تكتسب أهميتها من خلال ربط/تثبيت قيمتها بمجموعة من أدوات التثبيت (ربطها بأصول معينة كالذهب أو الدولار الأمريكي أو سلة من العملات أو ربطها بأحد الأصول المشفرة الأكثر استقرارا فيما يطلق عليها العملات المستقرة المضمونة خارج السلسلة)، والهدف من إصدار هذه العملات هو الحفاظ على سوق مستقر للعملات الرقمية

والحفاظ على قيمتها السوقية والحد من التذبذب والتقلبات المستمرة، كما أن هناك عملات مستقرة غير مرتبطة مباشرة بأي عملة تقليدية أو عملة مشفرة، ولكنها تدار من خلال عقود ذكية تحافظ على أسعارها عند الارتفاعات المفاجئة في عمليات العرض والطلب. (عمر، صفحة 41)

الجدول (01) : ابرز العملات المستقرة المتداولة عالميا

العملة	التعريف والظهور
Thether(USDT)	عملة مستقرة مرتبطة بالدولار الأمريكي (خامس اكبر الأصول المشفرة من حيث القيمة السوقية).
True USD	صنفت كأكثر العملات المستقرة استقرارا عام 2019، بدعم من الربط بالدولار الأمريكي، و وجود نماذج للتداولات شفافة وقابلة للتدقيق و محمية قانونيا.
Maker DAO	تم تطويرها عام 2017، وترتبط بال ethereum التي تعتبر احد الأصول المشفرة المتداولة.
Paxos standard	أول عملة مستقرة خاضعة للتنظيم من قبل سلطة إشرافية ممثلة في إدارة الخدمات المالية لولاية نيويورك ومدفوعة بالدولار الأمريكي بما يعادل 1:1
Gemini Dollar	مماثلة ل paxos وتتسم بكون تداولاتها يتم تدقيقها كل شهر لضمان دقة التعاملات ويتم مراجعة تقارير التدقيق لضمان الشفافية.
Libra	ظهرت عملة الفايسبوك المرتبطة بالدولار الأمريكي في يونيو 2019 لاستخدامها عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتنفيذ المعاملات المالية ما بين شراء أو بيع أو تحويلات مالية.

المصدر: الأخصر بن عمر، العملات الرقمية وتحديات إصدارها من قبل البنوك المركزية، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، جامعة ورقلة، العدد2، ص41.

4. **المحافظ الالكترونية: Electronic Wallets**: وهو برنامج يقوم المستخدم بتصيبه على جهاز الحاسب الشخصي ، ويتم تخزين المعلومات الشخصية وأرقام البطاقة الائتمانية في هذا البرنامج ، وعندما يقوم المستخدم بعملية الشراء يضغط على كبسة واحدة على هذا البرنامج ليتم تعبئة المعلومات المطلوبة آليا ، وظهرت هذه الطريقة بدلا من قيام العميل بتعبئة نموذج الشراء عن كل عملية ، ومن أهم الشركات المصدرة ، visa card ، MasterCard (الشمري، 2008، صفحة 48)

المطلب الرابع: قنوات الخدمات المصرفية الإلكترونية

تعددت قنوات الخدمات المصرفية منها : (الشمري، 2008، صفحة 31)

أولا:الصراف الآلي: automatic teller Machine

وهي تلك الآلات التي يمكن نشرها بأماكن مختلفة سواء بالجدار أو بشكل مستقل وتكون متصلة بشبكة حاسب المصرف ويقوم العميل باستخدام بطاقة بلاستيكية أو بطاقة ذكية للحصول على الخدمات المختلفة ، وللاستفادة من خدمات الصراف الآلي يتطلب الحصول على بطاقة الفيزا كارد أو الماستر كارد .

أهم الخدمات التي يقدمها الصراف الآلي:

- السحب النقدي .
- إيداع النقد .
- إيداع الشيكات .
- دفع فواتير .
- الحصول على البطاقات المدفوعة مسبقا من البطاقة التي تسمح بالدخول على الانترنت .
- الاستفسار عن الأرصدة والتحويل من الحسابات .
- طلب كشف حساب .
- تغيير الرقم السري .
- طلب دفتر الشيكات .
- الاستفسار عن أسعار العملات .

ثانيا : نقاط البيع الإلكترونية Electronic Points of Sale

وهي الآلات التي تنتشر لدى المؤسسات التجارية والخدمية بمختلف أنواعها وأنشطتها ، ويمكن للعميل استخدام بطاقات بلاستيكية أو بطاقات ذكية للقيام بأداء مدفوعات من خلال الخصم على حسابه إلكترونياً بتمرير هذه البطاقة داخل هذه الآلات المتصلة إلكترونياً بحساب المصرف .

ثالثاً :الصيرفة المنزلية Home Banking

وهو ذلك الحاسب الشخصي الموجود بالمنزل أو العمل أو أي مكان، والذي يتصل بحاسب المصرف ليتمكن من خلال كلمة سر Password أو رقم سري PIN NUMBER أو كليهما لإتمام العمليات المصرفية المطلوبة.

رابعاً : الصيرفة المحمولة Mobile Banking

وهي تلك الخدمات المصرفية التي تتاح من خلال التليفون المحمول ، من خلال استخدام العميل رقم سري يتيح له الدخول إلى حسابه للاستعلام عن أرصده ، وكذلك للخصم منه تنفيذاً لأي من الخدمات المصرفية المطلوبة .

خامساً : الصيرفة الهاتفية phone Banking

تعتمد هذه الخدمة كذلك على وجود شبكة تربط فروع المصرف الواحد وتمكن الموظف من الوصول لبيانات الزبون مباشرة من أي من فروع المصرف ، ويقوم الزبون بالاتصال برقم موحد للحصول على خدمة محددة من مصرف يتكفل الموظف بعد ذلك بالرد عليه ، أو استخدام مراكز للاتصال في الإجابة على رسائل الزبائن ، كما لجأت بعض المصارف إلى المشاركة في مراكز الخدمات الهاتفية المصرفية لتقليل التكلفة الكلية وتوحيد الجهد . (لغته، 2013، صفحة 321)

سادساً : الصيرفة عبر التليفزيون Banking Via Television

يعتبر التليفزيون من الوسائل الناجحة في الإعلام الجماهيري ولذلك تم تطوير نظام التليفزيون لتيح المراسلة بين المشترك ومقدمي خدمة الإرسال وهو ما اصطلح عليه بالتلفزيون التخطابي Interactivetv ، إذ بدأ التلفزيون التخطابي في الانتشار في الدول المتقدمة وبدأت العديد من الشركات في التحول لتقديم خدماتها بالمشاركة مع المؤسسات المالية ، نظراً للسعة التي يتيحها التلفزيون لنقل المعلومة عبر الصور . (لغته، 2013، صفحة 322)

في نهاية هذا المبحث تمكنا من التعرف على أن نظام الدفع الإلكتروني هو مجموعة من التنظيمات والوسائل والتقنيات التي تتم من خلالها عملية الدفع ، ظهر نتيجة التطور التكنولوجي وبالأخص نتيجة ظهور شبكة الإنترنت ، تحقق هذه الوسائل الأمان باعتبار النقود تبقى داخل

جهاز المصرفي .وهي ضرورية للأفراد حيث يتمكن الأفراد من دفع فواتيرهم وإجراء عمليات الشراء وتحويل الأموال.

خلاصة الفصل

تعد أنظمة الدفع مصدرا مهما لإيرادات البنوك فبفضل وسائل دفع إلكترونية تم نقل المعاملات المالية والمصرفية من أرض الواقع إلى فضاء افتراضي أين اختفت المعاملات الورقية والحدود الجغرافية جزئيا ، وتم تعويضها بفضاء الانترنت الذي تم فيه التواصل عن بعد بطرق إلكترونية بحتة ، مما سبق استخلصنا أن البنوك الالكترونية هي تلك البنوك والمؤسسات التي تقوم بإجراء أعمالها من خلال توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتقديم كافة الخدمات بالسرعة والدقة اللازمين بأقل تكلفة وجهد وقد ساهم ظهور البنوك الالكترونية في تعدد وسائل الدفع حيث ظهر منها الشيك الالكتروني السند والسفتجة الالكترونية ذلك لان وسائل الدفع القديمة أصبحت عبئا ثقيلًا على البنوك لاعتمادها على الاستخدام الورقي والبشري .

الفصل الثاني :الاطار
النظري للخدمات المالية
المصرفية الالكترونية

تمهيد

تعتبر الخدمات المالية المصرفية الإلكترونية بأنها عمليات يجرى تقديمها عبر المواقع الالكترونية للبنوك، تحدث تحولاً جذرياً في طريقة تعاملنا مع الأموال والمعاملات المالية تعكس هذه الخدمات الانتقال العالمي نحو الرقمنة وتكنولوجيا المعلومات، حيث يتم توفير الخدمات المالية الأساسية عبر الانترنت ومن خلال التطبيقات الذكية على الهواتف المحمولة، تعتمد الخدمات المالية المصرفية الإلكترونية على التكنولوجيا الحديثة مثل الانترنت والهواتف الذكية والتطبيقات المصرفية، مما يسهل على المستخدمين الوصول إلى حساباتهم وإجراء المعاملات في أي وقت ومن أي مكان كما توفر هذه الخدمات مستويات عالية من الأمان، مما يحمي المعلومات المالية الحساسة للعملاء، بفضل الراحة والسرعة والأمان التي توفرها، أصبحت الخدمات المالية المصرفية الإلكترونية جزءاً لا يتجزأ من حياة الأفراد والشركات على حد سواء، وتعتبر محركاً رئيسياً للابتكار في قطاع الخدمات .

وعليه تم تقسيم الفصل الى ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: مدخل إلى الخدمات المالية المصرفية الإلكترونية.

المبحث الثاني: جودة الخدمات المصرفية.

المبحث الثالث: تأثير الخدمات الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية.

المبحث الأول: مدخل إلى الخدمات المالية المصرفية الإلكترونية

في ظل التطور الهائل في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال شهدت الصناعة المصرفية تغيرات جوهرية من خلال استخدام شبكات الاتصال الالكترونية لإجراء العمليات المصرفية لمواكبة التزايد الكبير في حجم المعاملات المالية ، وتمكين العميل من الحصول على الخدمات في أي وقت وفي أي مكان .

المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية

سنحاول في هذا المطلب استخلاص مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية وأهم خصائصها:

أولاً: تعريف الخدمات المصرفية الإلكترونية

هناك العديد من التعاريف التي قدمت حول مفهوم الخدمة المصرفية الالكترونية :

تعني الخدمات المصرفية الإلكترونية توفير معلومات حول البنك وخدماته عبر الصفحة الرئيسية على شبكة الإنترنت العالمية ،توفر الخدمات المصرفية الإلكترونية المتطورة للعملاء إمكانية الوصول إلى الحسابات، والقدرة على نقل أموالهم بين حسابات مختلفة، وإجراء الدفعات أو التقديم للحصول على القروض عبر القنوات الإلكترونية. (shah & clarke, 2009, p. 2)

كما أدت الخدمات المصرفية عبر الانترنت إلى رفع مستوى المنافسة في عالم الخدمات المالية ، وفي ظل هذه المنافسة الشديدة ، تتجه البنوك إلى الانترنت في محاولة للتفوق على بعضهم البعض بالخدمات التي يقدمونها (nixon & dixon, 2000, p. 19)

في تعريف آخر عرفت الخدمات المصرفية الإلكترونية بتقديم البنوك الخدمات المصرفية التقليدية، أو المبتكرة من خلال شبكات الاتصال الإلكترونية تقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها فقط وفقاً لشروط العضوية التي تحددها البنوك. (الحداد و شقيري نوري موسى، الخدمات المصرفية الالكترونية، 2011، صفحة 194)

واتساقاً مع ما تم تقديمه من تعاريف لتوضيح مصطلح الخدمة المصرفية الإلكترونية ، نستنتج أن الخدمات المصرفية الإلكترونية هي الخدمات المؤقتة ، والتي تجرى تقديمها عبر المواقع الإلكترونية للبنوك ، هذه المواقع تخول للعملاء طلب الخدمة من خلال وسائل الاتصال التي تستخدمها البنوك في تقديم هذه الخدمات إلى العميل ، دون انتقال هذا الأخير إلى مقر البنك أو الفرع ، من ثم فهذه الخدمات هي خدمات مصرفية تقدم عن بعد ، أو بدون فرع .

ثانياً: خصائص الخدمات المصرفية الإلكترونية Electronic Banking Services:

غيرت تكنولوجيا المعلومات والاتصال الكثير من مظاهر الخدمة المصرفية، وفرضت خصائص عديدة للخدمات المصرفية الإلكترونية، تلك الخصائص التي يحققها التسويق عبر الإنترنت، ومن بين هذه الخصائص ما يلي.

1. ليس لها قيود زمنية : من أهم الخصائص التي تتميز بها المصارف الإلكترونية أنها تقدم خدماتها لعملائها طوال الوقت دون التقيد بأوقات عمل معينة كالبنوك التقليدية ، أي دون أن تكون هناك إجازات للموظفين مثلا أو غياب موظف ما ، أي انه لا توجد أي معوقات من أي نوع لأي نوع من الخدمات التي تقدمها تلك المصارف الالكترونية ، فهي تقدم كافة خدماتها في كافة أيام الأسبوع وطوال الساعات اليوم .
2. سهولة الاتصال بالمصرف : حيث يقوم العميل بالاتصال بالمصرف من أي مكان عن طريق الانترنت ، فيرد عليه البنك ممثل في جهاز الرد الآلي ليستعلم من العميل عن رقمه السري المخصص له من البنك فيدخله العميل وعندئذ يكون العميل قد دخل المصرف الإلكتروني ، وتتم كافة الإجراءات التي يريدتها في ثوان محددة .
3. التقليل من الوثائق الورقية للمعاملات : إذ أن كافة الإجراءات والمراسلات تتم بين الزبون ومقدم الخدمة المصرفية إلكترونيا دون استخدام ورق ووثائق رسمية .
4. إمكانية تسليم الخدمات إلكترونيا : وذلك دون حاجة الزبون للذهاب إلى البنك ، وبذل جهد ووقت إذ يمكن تسليم الخدمة إلكترونيا وتوفير الوقت والجهد ، على سبيل المثال كشوفات الحساب والأرصدة . (هاجرة، صفحة 24)

المطلب الثاني: أنواع الخدمات المالية المصرفية الإلكترونية.

يمكن تقسيم مواقع البنوك على الانترنت إلى نوعين هما:

1. مواقع الإعلان عن الخدمات والمنتجات التي يقدمها البنك في الفروع التقليدية الخاصة به ويسمى مواقع المعلومات.
 2. مواقع التعاملات المتكاملة والتي من خلالها الحصول على الخدمات التالية : (الصيرفي، 2016، صفحة 219،220،221،222،223)
- مراجعة الحسابات:

وحيث يمكن للعميل مراجعة حسابه في أي وقت وكذلك مراجعة آخر التعاملات التي تمت، كما يمكن أيضا فتح حساب لدى البنك من خلال استخدام بطاقة الائتمان

- تحويل المدخرات:

يعني إمكانية تحويل الأموال من حساب إلى آخر ، بعض البنوك تقوم بهذه العملية فور طلب العميل لها والبعض الآخر بأخذ بعض الوقت .

• دفع الفواتير :

هنا يمكن للعميل دفع أي فواتير خاصة به من خلال موقع البنك على الإنترنت وذلك مقابل رسوم معينة وبعض البنوك تقدم هذه الخدمة مجاناً والبعض الآخر يقدم هذه الخدمة مجاناً في حدود معينة لمبلغ الفاتورة.

• تحديد المواصفات الخاصة بالعميل:

بعض البنوك تسمح للعميل بتحديد مواصفات الصفحة الخاصة به مثل تغيير استخدامات بعض الأزرار حيث تقوم بسؤال العميل عدد من الأسئلة لتصميم عروض تتناسب مع إمكانياته ورغباته.

• توفير أسواق جديدة للمستهلك:

حيث يقدم البنك عروض خاصة لمنتجات غير بنكية من خلال توضيح عناوين هذه الأماكن على الصفحة الخاصة بالبنك مع إعطاء تحقيقات إذا تم الشراء من هذه المواقع.

• فتح حساب جاري بفوائد:

يتم فتح حساب جاري بفوائد كوسيلة لجذب العملاء وتشجيعهم على استخدام الإنترنت، حيث تضع بعض البنوك آلة حاسبة للقيام بالعمليات الحسابية فوراً .

• إعادة جزء من رسوم ماكينات الدفع الآلي :

بعض بنوك الإنترنت لا تملك ماكينات دفع خاصة بها وبالتالي تعرض على العميل إمكانية استخدام ماكينة بنك آخر مع إعادة رسوم استخدام هذه الماكينة للعميل.

• شراء شهادات الادخار:

حيث تعرض البنوك معدلات فائدة أعلى على هذه الشهادات إذا تم شرائها عن طريق الإنترنت وذلك نظراً لشدة المنافسة بين البنوك فيما يتعلق بمعدلات الفائدة .

• الحصول على قروض :

حيث يمكن الحصول على القرض من خلال موقع البنك على الإنترنت فوراً وبالإضافة إلى ذلك يسمح للعميل بمقارنة أسعار الفائدة للبنوك الأخرى وذلك من خلال الموقع الخاص بالبنك الذي يتم التعامل معه.

- **مأ طلب الحصول على بطاقات ائتمانية:**

حيث يمكن للعميل ملاً هذا الطلب عن طريق الانترنت والحصول على البطاقة في المنزل وذلك بعد المقارنة بين البنوك المختلفة فيما يتعلق بالرسوم أو الفوائد.

وأحد أفضل المميزات هنا هو إمكانية الحصول على بطاقة جديدة عند انتهاء البطاقة القديمة مباشرة.

- **خدمات التخطيط المالي:**

مع زيادة درجة التعقد في الأسواق المالية تقوم بعض البنوك بمساعدة العملاء في إدارة أموالهم حيث يمكن للعميل أن يستخدم موقع البنك على الانترنت بإدخال مجمل العمليات المقترحة فيقوم البنك بتحديد أيهما أعلى فائدة ومخاطرة قبل إعطاء الأمر بالقيام بالعملية.

- **تقديم خدمات تأمينية:**

حيث تسمح بعض البنوك للعميل بمعرفة عروض التأمينات المتاحة بكل أنواعها والمقارنة فيما بينها على أفضل عروض التأمينات.

- **خدمات السمسرة:**

وذلك لمساعدة العملاء في شراء أفضل الأسهم عن طريق موقع لبنك على الانترنت وهذه أسهل وأضمن وسيلة شراء للشخص غير المحترف نظراً لنصائح التي يقدمها البنك لهؤلاء العملاء.

- **الخدمات الفنية:**

وتتمثل في تعديل البرامج الخاصة بعملاء البنك لتتوافق مع البرامج الخاصة بالبنك وذلك فيما يتعلق ببرامج إدارة الأموال.

- **الخدمات الضريبية:**

مثل مساعدة العميل في الحصول على معلومات عن حجم الضرائب المطلوب دفعها بعد مراجعة الأرباح والمصرفات الخاصة بالعميل.

- **الحماية والخصوصية:**

هذه لا تعتبر خدمة خاصة لكن البنوك تهتم بها بشكل كبير حتى يشعر العميل بدرجة عالية من الحماية للعمليات التي يقوم بها مع البنك حيث أن هذا هو الفارق بين بنك وآخر.

المطلب الثالث: العمليات المصرفية في البنوك الالكترونية.

تختلف البنوك التقليدية في تكوينها وإنشائها عن البنوك الالكترونية إلا أن هذا الاختلاف لا يؤثر على طبيعة العمليات المصرفية التي يمكن تقديمها للعملاء .

أولا : الودائع والحسابات المصرفية في البنوك الالكترونية

للودائع المصرفية أهمية من حيث البحث عن البنك الالكتروني الذي يتميز بنسبة أمان وموثوقية أكبر و ذلك لجعل الأشخاص أو المؤسسات يفتحون أموالهم فيها .

1-الودائع المصرفية في البنوك الالكترونية:

وسيقصر الحديث هنا على إيداع النقود وإيداع الصكوك فقط لمحاولة إبراز هاتين العمليتين في الشكل الالكتروني .

أ-إيداع النقود:

تعتبر الوديعة النقدية بأنها عقد يعطي للبنك ملكية النقود المودعة والتصرف فيها بما يتفق ونشاطه مع التزامه برد مثلها للمودع طبقا لشروط العقد، ومحل الحديث هنا هو النقود الالكترونية، حيث تتطلب أداتين رئيسيتين (موسى، 2001، صفحة 26)

- مستند أو صك أي بطاقة إلكترونية ذات قوام بلاستيكي (البطاقات البنكية)
- منفذ إلكتروني تستخدم فيه البطاقة لإنجاز عملية تسجيل الكترونية لمعلومات مالية.

وبذلك نكون متفقين مع آلية التعامل التقليدي الذي يجري على الوديعة النقدية المصرفية، لكن كل ما في الأمر هو تغيير وسيلة التعامل إلى وسيلة إلكترونية ويستطيع العميل التصرف الكترونيا في نقوده المودعة في حسابه بعدة طرق إما عن طريق السحب مباشرة من البنك باستخدام الشيك الالكتروني، أو عن طريق التحويل المصرفي الالكتروني. (الحامد، 2003، صفحة 239)

ب-إيداع الصكوك:

يكون الإيداع بطريقة إلكترونية ، كما أن هذه الصكوك هي صكوك الكترونية ، فالشيك الالكتروني والكمبيالة الإلكترونية والسند الإلكتروني كل هذه الصكوك يتم تحريرها الكترونيا من قبل المصدر لها ، وذلك بتحرير بياناتها بصورة الكترونية وعن طريق شريط مغنط يصدر كل منهم ثم ترسل إلى البنك الذي يريد المصدر التعامل معه في رسالة موثقة وآمنة ليقوم البنك بفحصها إلكترونيا للتأكد من صحتها. (الجنبيهي و الجنبيهي، صفحة 49)

2-الحسابات المصرفية في البنوك الالكترونية:

سنقوم بعرض هذا النوع من الأعمال المصرفية بنفس هيكل عرض النوع التقليدي وبالتالي سنتتبع ما يلي:

أ- الفرق بين العميل العابر والعميل الدائم :

في علاقة البنك مع المتعاملين هناك نوعين من العملاء العميل العابر و هو من يسعى إلى إنجاز معاملته فوراً و دون حاجة إلى فتح حساب لدى البنك و مثال على ذلك الوفاء بقيمة الشيك أو غيره من المعاملات البنكية و هناك العميل الدائم و هو من يقوم بعمليات بنكية متعددة عن طريق حساباته الخاصة في البنك حيث يتم تقييد جميع معاملاته .
(<https://www.areejhamadah.com/newsDetails/70>, 2024)

ب- الحساب البسيط في حساب الودائع النقدية

سننظر إلى طريقة فتح الحساب ثم تشغيله .

- **فتح الحساب :** يتم فتح الحساب في البنك الإلكتروني بطريقة إلكترونية على موقع البنك من خلال شبكة الإنترنت في أي وقت ومكان ، حيث تقوم البنوك بتزويد العميل بمجموعة من البرامج سواء كانت بمقابل أو دون مقابل ، ويقوم العميل بتحميل تلك البرامج على كمبيوتره الخاص ، ثم يقوم بإتمام معاملته مع البنك عن بعد ، ويتم به عملية فتح الحساب وتشغيله سواء بإيداع النقود الإلكترونية أو سحبها . (مؤمن، 2003، صفحة 39)
- **تشغيل الحساب :** بعد أن يتم فتح الحساب يمكن تشغيله عن طريق قيد العمليات فيه من إيداع وسحب ، ويتضمن الحساب جانبين ، جانب مدين يمثل دين على العميل وحقا للبنك ، وجانب دائن يمثل ديناً على البنك وحقا للعميل ، ويقوم العميل بالاتصال بالبنك من أي مكان عن طريق شبكة الإنترنت ، ويرد عليه البنك بجهاز الرد الآلي يستعلم عن العميل وعن اسمه وعن رقمه السري المخصص له من قبل البنك ، وبمجرد إدخال العميل لهذا الرقم يسمح له بدخول البنك والقيام بكافة الخدمات المقدمة من البنك ، وكذا إجراء كافة العمليات على حسابه مستخدماً بطاقة السحب الآلي . (الجنبيهي و الجنبيهي، صفحة 13)

ت-الحساب الجاري : لا يختلف عن الحسابات الأخرى في طريقة فتحه إلكترونياً وكذلك التعامل من خلال شبكة الإنترنت ، والقاعدة العامة هنا أن العميل يلجأ لإجراء عدة عمليات مثل طلب قرض ، وفتح اعتماد ، تكليف البنك بتحصيل أوراق تجارية للعميل ...، ويقوم العميل بإدراج مختلف العمليات في حساب واحد هو الحساب الجاري ويتم إجراء هذه العمليات إلكترونياً باستخدام الرقم السري للعميل، وتكون هناك تسوية واحدة للحساب عند غلقه. (الجنبيهي و الجنبيهي، صفحة 75)

ثانيا :عمليات الائتمان في البنوك الالكترونية :

تقوم البنوك بدور هام في عمليات الائتمان ، وتأسيسا على هذه الأهمية سنقوم بإبراز عمليات الائتمان من الناحية الالكترونية .

1. **القرض المصرفي الإلكتروني:** يتمثل القرض المصرفي الإلكتروني في بطاقات الائتمان، حيث يقوم البنك بتقديم ائتمان للعميل يسمح له بالوفاء بواسطة هذه البطاقة بالقيمة النقدية المطلوب الوفاء بها حتى ولم يكن له حساب في البنك ، على أن يلتزم خلال مدة معينة على سداد كافة المبلغ الذي قام بدفعه مستخدما هذه البطاقة على دفعات منتظمة أو غير منتظمة . (حجازي، 2002، صفحة 114)

2. **الكفالة المصرفية الإلكترونية:** تتمثل الكفالة في بطاقات ضمان الشيكات ، وفي هذا النوع البطاقات يضمن البنك مصدر بطاقة الوفاء بقيمة الشيكات التي يصدرها العميل حامل البطاقة ، حيث تكون هذه البطاقة نوع من أنواع الضمان (لأنها تحتوي على اسم العميل وتوقيعه ورقم حسابه ، والحد الأقصى الذي يلزم البنك بالوفاء به في كل شيك يحرره العميل)، والكفالة التي يمنحها البنك للعميل صادرة في شكل مستقل . (غنام، 2007، صفحة 33،34)

3. **الخصم الإلكتروني:** في حالة الخصم الإلكتروني يكون عن طريق إرسال الكمبيالة الالكترونية إلى البنك الذي سيتم التعامل معه عبر جهاز الكمبيوتر قبل موعد استحقاقها مقترنة بطلب الخصم ، ثم يقوم البنك بالتوقيع إلكترونيا عليها بقبول الخصم ، ثم تتم عملية الخصم بالقواعد المنصوص عليها في القانون ، ويتم التسديد عن طريق التحويل الإلكتروني ، حيث يقيد قيمة الكمبيالة في الجانب الدائن لحساب المستفيد في البنك الذي يحدده ويتملك البنك الكمبيالة . (حجازي، 2002، صفحة 116)

4. **الإعتمادات المصرفية الإلكترونية:** وتنقسم إلى الاعتماد المصرفي البسيط والاعتماد المستندي ، وسيتم التطرق إليهما كالتالي :

• **الاعتماد المصرفي الإلكتروني البسيط :** في النظام التقليدي الاعتماد المصرفي " هو عقد يلتزم البنك بمقتضاه بأن يضع تحت تصرف المستفيد وسائل دفع في حدود مبلغ معين ، بحيث يكون من حق العميل سحب هذا المبلغ دفعة واحدة أو على دفعات متتالية خلال مدة معينة ، كما يتفق على الكيفية التي يستفيد بها العميل من الاعتماد إما بقبض المبلغ نقدا أو سحب شيكات أو كمبيالات .. وسحب هذا المبلغ يكون مقابل عمولة وفوائد للبنك "

أما في النظام الالكتروني فإن وسيلة التعاقد هي شبكة الإنترنت ، حيث يتم الإيجاب بوسيلة اتصال مسموعة أو مرئية ، ويتم وضع المبلغ بعد الاتفاق في الجانب الدائن من حساب المستفيد ، ويتم سحب المبلغ بوسائل الكترونية أيضا سواء كان عن طريق محفظة الكترونية ويقوم العميل عند الرغبة في استعمال البطاقة بتحميل الكارت عددا من الوحدات الالكترونية من ماكينات الصرف الآلي وذلك بعد إدخاله للرقم السري الخاص ببطاقته ، بطاقة الدفع المسبق لو كان العميل يريد سحب المبلغ نقدا ، أما إذا كان يريد السحب باستخدام الأوراق التجارية كالشيك أو الكمبيالة ، فإنه يستخدم الشيك الالكتروني أو الكمبيالة الالكترونية . (حجازي، 2002، صفحة 117،116)

• **الاعتماد المستندي الالكتروني** : إن الاعتماد المستندي هو عبارة عن تعهد كتابي غير قابل للإلغاء صادر من البنك (فاتح الاعتماد) بناء على تعليمات عملية طالب الاعتماد لصالح المستفيد بالدفع أو قبول كمبيالات مستندية مسحوبة عليه من قبل المستفيد وقد يفوض فاتح الاعتماد بنكا آخر في بلد المستفيد ليتولى عنه الدفع أو قبول تلك الكمبيالات. (عمر، 2020، صفحة 120)

• اما الكترونيا وسيلة التعاقد هي شبكة الإنترنت ، حيث يقوم المستورد بإرسال طلبه للإصدار الاعتماد المستندي عن طريق الكمبيوتر ، وعندها يوافق مصدر الاعتماد على طلب العميل فإنه يقوم بإرسال نص الاعتماد إليه ، وقبل انتهاء الأجل المحدد في الاعتماد فإن المستفيد يقوم بإرسال كافة الفواتير المتعلقة بالشحن واللازمة للحصول على قيمة الاعتماد ويطلب من كافة الأطراف المشاركة في المعاملة بأن يقوموا بإصدار مستنداتهم المتعلقة بالعملية للبنك مصدر الاعتماد ويتم ذلك الكترونيا أيضا ، ويتم فحص هذه المستندات للتأكد من مطابقتها لشروط الاعتماد المستندي ، فإذا وجدت مطابقة يقوم البنك بالدفع للمستفيد بصورة إلكترونية عن طريق التحويل الإلكتروني للمبالغ إلى حسابه ، وإجراء قيد عكسي في حساب العميل طالب الاعتماد إذا لم يكن هناك تطابق بين المستندات فإن البنك يقوم بإخطار المستفيد بطريقة الكترونية . (حجازي، 2002، صفحة 117،116)

ثالثا : التحويل المالي الإلكتروني :

يقصد بنظام التحويلات المالية الالكترونية TFE مجموعة القواعد والإجراءات المعتمدة في تحويل الأموال عبر مصارف إلكترونية أو مصارف إنترنت مرخص لها للقيام بهذه العملية ويتم إصدار أمر التحويل عن طريق الكمبيوتر أو الهاتف المحمول .

وبفضل تعزيز الأنظمة الأمان أصبحت التحويلات المالية الإلكترونية تحظى أكثر بالمصداقية والأمان لدى المتعاملين هذا فضلا عما يتيح هذا النظام من اختصار للزمن ووفر الجهد والتكلفة ويسر في التعامل ، فمن خصائص هذا التحويل قابليته للتجزئة ، إذ يمكن توزيع مبلغ مستند التحويل على أكثر من مستفيد وهو ما لا يتوفر في الشيك .

وبطبيعة الحال لا بد أن يتوفر لدى الزبون في كمبيوتره الخاص برنامج يسمح له بإجراء العملية ، وإلا سيضطر إلى الاتصال بوسيط متخصص ، والذي يتولى بدوره تحويل الأمر إلى غرفة المقاصة الآلية (وهي شبكة تابعة لمجموعة بنوك)، والتي بدورها أيضا تقوم بتبليغ المصرف المعني حتى يتأكد من كفاية الرصيد لاقتطاع المبلغ المراد تحويله ، ويمكن للزبون إرفاق شيك مصادق عليه حتى يتم تحويل المبلغ دون مراجعة الرصيد لدى المصرف ، إذ أن مصادقة المصرف على الشيك تجعله ضامنا لمبلغ الشيك . (حسين، النقد والسياسة النقدية، 2006، صفحة 32)

إن نظام تحويل النقود إلكترونيا هي عملية كاملة مبنية على برمجيات الكمبيوتر والتي تعمل على تسهيل عملية تحويل الأموال أو عملية معالجة المعاملات النقدية بين مؤسستين ماليتين حيث تتم عملية التحويل خلال يوم واحد وعبر شبكات مثل شبكة الإنترنت ، إن غرفة المقاصة والتي تعمل على التأكد من عملية التحويل التي تتم بين مؤسستين ماليتين يجب أن يتم بالشكل الصحيح بحيث أن الحسابات الصحيحة يتم استخدامها في عملية الدين credit والمدين debit . (الحداد، الخدمات المصرفية الالكترونية، 2011، صفحة 184)

في الأخير تمكنا من خلال هذا المبحث الوصول إلى أن الخدمات المصرفية أتاحت قدرا أوسع من الفعالية في تنفيذ العمليات المصرفية بشكل فوري ومباشر حيث عملت على تغيير المشهد المصرفي التقليدي بطريقة كبيرة ، وفرت للعملاء مستوى غير مسبوق من الراحة والمرونة والتحكم في حياتهم المالية .

المبحث الثاني: جودة الخدمات المصرفية

جودة الخدمات المصرفية تشير إلى مدى توفر الخدمات المصرفية بطريقة مرضية وفعالة للعملاء، وتشمل عناصر مثل الاعتمادية، والسرعة، والتميز، والتكلفة، والتعامل الودي، وحل المشكلات بفعالية، بما يلبي توقعات العملاء ويرتقي إلى مستوى الجودة المطلوب ، والتي سنتطرق لها في هذا المبحث.

المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمات المصرفية

من الصعب وضع تعريف محدد لجودة الخدمة المصرفية فالجودة في السلع الملموسة تختلف عن الجودة المدركة في الخدمة المصرفية وذلك لصفات الخدمات المصرفية و لتواجد العنصر البشري كمقدم للخدمة و متلقي للخدمة و كذلك أن الحكم على جودة الخدمة المصرفية يعتمد على رأي العميل ،و تعني جودة الخدمة المصرفية " قدرة المصرف على الاستجابة لتوقعات العملاء و متطلباتهم أو التفوق عليها فمن خلال الجودة تسعى المصارف لدعم قدرتها التنافسية من خلال تقديم الخدمة الممتازة التي تعزز موقف المصرف و مكانته في السوق المستهدفة" وعليه فإن الحكم الحقيقي على تقييم مستوى جودة الخدمة هو العميل و ليس المصرف كما تعرف جودة الخدمة المصرفية على أنها " سلسلة من العلاقات بين العملاء و العاملين بالمصرف وعليه يجب تحسين تلك العلاقة باختيار أفراد قادرين على تقديم خدمة أفضل "كذلك جودة الخدمة المصرفية تعرف على أنها " إرضاء لمتطلبات العملاء دراسة قدرة المصرف على تحديد هذه المتطلبات و القدرة على التقائها فإذا تبنى المصرف عملية تقديم خدمات ذات جودة عالية يجب أن يسعى من خلالها للتفوق على متطلبات العملاء، وهي تشير إلى التقييم العام للمستهلك وحكمه على جودة الخدمات المقدمة عبر الانترنت، كما عرفت بأنها تقييم المستهلك للعملية وجودة نتائج التفاعل مع القنوات الإلكترونية لمزود الخدمة. (الطاهر، 2019، صفحة 83)

تعرف جودة الخدمة المصرفية على أنها "معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء لهذه الخدمة، أو الفرق بين توقعات العملاء لهذه الخدمة وإدراكهم للأداء الفعلي لها". (النقيب، 2023، صفحة 2)

وينظر إلى جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر إحداهما داخلية وأخرى خارجية: حيث تركز الأولى على أساس الالتزام بالموصفات القياسية التي تكون الخدمة المصرفية التي قد صممت على أساسها، وتركز الثانية على جودة الخدمة المصرفية كما يدركها العملاء ، فالجودة من الأساسيات التي تسبق رضا العملاء الذي يؤثر على قرار الشراء المستقبلي للعميل وإدراكه، وبالتالي احتفاظ المصرف به. (الله و فاطمة، 2015، صفحة 26)

يلاحظ من خلال التعاريف السابقة الذكر ،أنها تشترك في أن الجودة هي تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء ،غير أن كل مفكر صاغها بطريقة الخاصة وبالتالي يمكننا إعطاء التعريف الثاني لجودة الخدمات المصرفية :جودة الخدمة المصرفية هي توفر الخدمة المصرفية على المواصفات التي يرغب فيها العميل، والتي تؤدي في الأخير إلى إشباع رغباته.

المطلب الثاني: أبعاد جودة الخدمات المصرفية

جودة الخدمات المصرفية تتكون من عدة أبعاد مهمة تؤثر جميعها على تجربة العملاء ورضاهم تلك الأبعاد تشمل الاعتمادية، الاستجابة، الكفاءة، الوصول إلى الخدمة، المجاملة، الاتصال، المصداقية، الأمان، معرفة العميل، والجوانب المادية الملموسة سنتطرق لها في هذا المطلب.

الجدول رقم (02): أبعاد جودة الخدمات المصرفية

الشرح	الابعاد
وتتمثل في ثبات الأداة وقدرة المنظمة على تقديم الخدمة التي وعدت بها بشكل يمكن من الاعتماد عليها، بالإضافة إلى أداء الخدمة بطريقة صحيحة من أول مرة، ويضم هذا البعد ما يلي: (الدقة في الحسابات، الحفاظ على سجلات صحيحة، تقديم الخدمة في مواعيد محددة).	الاعتمادية
وتتعلق بمدى رغبة واستعداد مقدمي الخدمة لتقديم خدمة فورية للعملاء وتشمل: (الاستجابة الفورية لاحتياجات العملاء، الرد الفوري على استفسارات العملاء أو شكاويهم، تقديم خدمة فورية مثل تقديم المواعيد بسرعة).	الاستجابة
وتعني امتلاك المهارات والمعارف المطلوبة لتقديم الخدمة وتتضمن: (معارف ومهارات موظفي المكاتب الامامية، معارف ومهارات موظفي الجهاز التنظيمي، قدرة المنظمة على انجاز بحوث من اجل تقديم خدمات افضل).	الكفاءة

<p>ويتعلق الامر بالقرب وسهولة الاتصال بمقدم الخدمة ويضم هذا البعد ما يلي : (سهولة الوصول الى الخدمة عن طريق الهاتف "الخطوط غير مشغولة او ترك العميل ينتظر "مدة الانتظار من اجل الحصول على الخدمة في البنك مثلا ليست طويلة ،ملائمة اوقات العمل، ملائمة مكان تقديم الخدمة).</p>	<p>الوصول الى الخدمة</p>
<p>وتشمل ادب واحترام مراعاة صداقة موظفي المكاتب الامامية للعملاء، ويشمل هذا البعد ما يلي : (مراعاة ظروف العمال والتعاطف معهم ،حسن مظهر موظفي المكاتب الامامية).</p>	<p>المجاملة</p>
<p>ويقصد بهذا البعد أن يعمل موظفوا البنك على جعل العملاء على علم دوما بخصائص الخدمة وكيفية الحصول عليها ، عن طريق مخاطبتهم باللغة التي يستطيعون فهمها وتعديل هذه اللغة حسب كل عميل وذلك بزيادة التعقيد مع الزبون المثقف، والتحدث ببساطة ووضوح مع الأقل تثقيفا ، بالإضافة الى الانصات لهم، ويشمل هذا البعد ما يلي : (شرح الخدمة نفسها للعملاء، توضيح تكلفة الخدمة، توضيح المفاضلة بين الخدمة والتكلفة، طمأنة العميل على امكانية حل مشكلة ما).</p>	<p>الاتصال</p>
<p>وتعبر عن الثقة ،الصدق ، الأمانة ،فهي تعني جعل خدمة العميل من أهم أولويات المنظمة ،ويشمل هذا البعد ما يلي: (الثقة في اسم المنظمة ،الثقة في سمعة المنظمة ،الثقة في الخصائص الشخصية لموظفي المكاتب الامامية، درجة الصعوبة في البيع أثناء التعامل مع العملاء).</p>	<p>المصداقية</p>

<p>ويعني الخلو من الخطر ، المخاطرة الشك ويتضمن هذا البعد ما يلي : (الأمن المادي ،الأمن المالي ،المحافظة على سرية تعامل العميل مع المنظمة).</p>	<p>الأمان</p>
<p>ويتعلق هذا البعد ببذل جهد من أجل فهم حاجات العميل وذلك عن طريق : (معرفة حاجات العملاء بدقة، تقديم اهتمام فردي لكل عميل، معرفة العملاء الدائمين لكل منظمة).</p>	<p>فهم/معرفة العميل</p>
<p>وتشير الى الدلائل المادية المتابعة لمنظمة الخدمة، ويشمل هذا البعد ما يلي : (التسهيلات المادية، الأدوات والتجهيزات المستخدمة في تقديم الخدمة، مظهر الموظفين في منظمة الخدمة ، الصورة المادية للخدمة).</p>	<p>الجوانب المادية الملموسة</p>

المصدر : عمر علي بابكر الطاهر ،اثر جودة الخدمة المصرفية على رضا العملاء، المجلة العربية للنشر العلمي،جامعة مدرسة الدرب،العدد الرابع عشر ، 2019،ص 84.

التعليق على الجدول

كلما تمكن البنك من التحكم في هذه الأبعاد أمكنه تقديم خدمات بجودة عالية، فجودة الخدمة ترتبط وتعتمد على احتياجات وتوقعات العملاء، فإذا تم تقديم خدمة تتفق مع احتياجات العملاء أو تتفوق عليها قيل أن الخدمة تتصف بالجودة.

المطلب الثالث: أدوات قياس جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

لقد تطورت جودة الخدمات من التقليدية إلى الالكترونية نتيجة توجه العديد من المنظمات إلى عرض خدماتهم على مواقع في الانترنت، مما دفع العديد من الباحثين إلى إيجاد أدوات قياس تتماشى مع هذا التطور.

أولاً: الجودة على الخط (Webqual).

عرفه Barnes بأنه الاستبيان على الخط (الاستبيان الالكتروني) الذي يقدم للعملاء لتقييم جودة المواقع على شبكة الانترنت وفقا لتطوراتها، الاستبيان ينجز من قبل العملاء ليجيب على التساؤلات في الاستبيان وتقييم العملاء النوعي يحول إلى مقاييس كمية تعتبر مفيدة لإدارة عملية صنع القرار Webqual يسمح بإجراء مقارنات بين بيئة التجارة الإلكترونية في نفس الميدان ومع 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، وانتشارها في بيئة التجارة الإلكترونية ان Webqual أصبحت سلوك متكرر تنجز وتعديل حسب كل ميدان في التجارة الإلكترونية.

ثانيا: E servqual

عرفه (al and parasurman) بأنه نموذج مفاهيمي لجودة الخدمة في محيط الجدار الإلكتروني (tailing en vironnennent) وهي قائمة على هيكل جودة الخدمات التقليدية خارج الخط المسماة (Servqual) وهي مشتقة من البحوث الاستكشافية حول مجموعات التعديل ومرحلتين من مجموعة المعلومة التجريبية التحليلية، هذا ينتج سبعة خصائص لجودة الخدمة، الكفاءة، الاعتمادية، الإنجاز السرية، الاستجابة، التعويض، الاتصال المباشر كل هذه الخصائص تمثل مقاييس، الاتصال المباشر كل هذه الخصائص تمثل مقاييس يستعملها العملاء لتقييم الخدمات على الخط على سبيل المثال: خاصية الاستجابة تقيس قدرة الإجابة على أسئلة العملاء، الأداء السريع تحديث نظام القوانين، ويمكن استعمال (E.servqual) كهيكلمديري التسويق لتقييم جودة الخدمات في محيط الجدار الإلكتروني.

ثالثا: E.sequal

عرفه (Pawsonetal) بأنه هيكل لجودة الخدمة التي تعتبر أساس تجربة وإدماج علاقات العملاء الإلكترونية (CRM.E) واستراتيجيات HCI للتصميم الفعال وتطوير محيط الجدار الإلكتروني (E.ailingenvironoments.) E.sequal يمكن أن يوفر توجيهات وإرشادات للتجارة الإلكترونية فيما يتعلق بتكامل الواجهة وإنهاء الإجراءات التجارية وعبر مختلف النقاط التماسا للعملاء مثل: الهاتف، الفاكس، البريد الإلكتروني... ويمكن تطبيقه كوسيلة تقييمية لتوجيه مصممي web ومختصي التسويق لطريقة استخدام تتماشى مع الشروط الأساسية لإدماج توقعات العملاء لتحقيق جودة الخدمة، وقابلية الاستعمال في تصميم محيط الجدار الإلكتروني.

رابعا: E.S.Gual

عرفها كل من (arvind, valarie, malhotra, zethaml, parasurma) أنها مشتقة لقياس جودة الخدمة المقدمة على الخط، ومن المعلومات التجريبية المجمع، اكتسبت وضعيتين مختلفتين وضروريتين لقياس جودة الخدمة الالكترونية الوضعية الأولى (E.squal) تضم أربعة أبعاد لها 121 صفة منها : الكفاءة، الوفاء، توفر النظام والخصوصية والوضعية الثانية (E.squal.Recs) هي تكون مع العملاء الذين ليس لهم روتين مع الموقع وتضم ثلاثة أبعاد لهم 55 صفة منها : الاستجابة، التعويض، الاتصال. (شريف، 2010، صفحة 55،55)

في نهاية هذا المبحث استخلصنا أن جودة الخدمات المصرفية هي عنصر أساسي يؤثر على تجربة العميل وثقته في المؤسسة المالية كما أن لها عشرة أبعاد مختلفة كما استنتجنا أن لجودة الخدمات المصرفية أدوات قياس عديدة باختصار تحقيق جودة الخدمات المصرفية يتطلب جهود مستمرة من جميع الأطراف المعنية.

المبحث الثالث: تأثير الخدمات الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية.

سننظر فيما يلي إلى تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية من حيث تحسين إنتاجية الخدمات المصرفية، وكذا تقوية العلاقة مع الزبائن.

المطلب الأول: أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين إنتاجية الخدمات المصرفية:

تلجأ المصارف لتطوير إنتاجيتها إلى التوجه نحو إدخال الخدمات الإلكترونية والإكثار من الاعتماد على الأنظمة، فمدخل الأنظمة يحاول تحديد عناصر التشغيل الأساسية المطلوب عملها واختيار الطرق البديلة للقيام بأدائها والتوصية بالطرق البديلة وتحسين التنسيق داخل النظام ككل، يمكن تطبيق هذا المدخل من خلال ثلاثة طرق: من خلال تكنولوجيا الأجهزة والمعدات أو تكنولوجيا البرامج أو كلاهما.

1. تكنولوجيا الأجهزة: تعني إحلال الآلات والوسائل محل العنصر البشري.
2. تكنولوجيا البرامج: تعني إحلال أنظمة البرامج المعدة محل عمليات الخدمات التقليدية، هذه الأنظمة قد تشمل على بعض التكنولوجيا لكن خصائصها الأساسية هو بالنظام ذاته الذي يصمم للحصول على أفضل النتائج.
3. خليط من النوعين السابقين: حيث يتم إدخال برامج مخصصة على الأجهزة لزيادة الفعالية والسرعة في عملية إنتاج الخدمة.

وبالتالي هذا المدخل له تأثير كبير على إنتاجية الخدمات وينعكس التأثير على الخصائص التالية:

- زيادة تنميط الأداء والإنتاج الكبير.
- تقسيم الوظائف يكون الاهتمام فيه منصبا حول كيف يمكن لطرق التحسين من أجل أن تجعل أداء الوظيفة مختلفا وأكثر فعالية، وكيف يمكن للوظائف والمهام أن تتغير.
- التخصيص في الجهود والأسواق لجعل العامل أكثر إنتاجية.

هذه الخصائص هي موضع اهتمام بعض الخدمات التي يمكن تنميطها وذات تقدير من قبل الزبائن، إلا أن إحدى المشاكل هي أن القدرة على تنميط مدى كبير من الخدمات أمر محدد يكون صعبا في بعض الأحيان، وقد يكون السبب هو أن الزبون قد يطلب اهتماما وعناية شخصية أو قد يرجع إلى طبيعة المهمة نفسها والتقييد تكون في شكل خدمات مهنية كالخدمات القانونية.

- إن الزيادة في البراعة في أداء بعض الخدمات من الممكن فعله من خلال تحسين الجوهر المادي للخدمة وهذا قد يكون بديلا للعمالة أو كطريق لتقوية الطبيعة الشخصية وجوهر الخدمة. (خضر، 2008، صفحة 541،542،543)

المطلب الثاني: أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في تقوية العلاقة مع الزبائن.

بعد أن أصبح العميل سيد السوق أو هو المنتج، فقد توجب على منظمات الأعمال الإلكترونية استخدام التكنولوجيا التي تخلق علاقات ربط مباشرة أو حقيقية مع العملاء.

أولا: أثر الخدمات الإلكترونية المصرفية في تعزيز العلاقة بين المصرف والعملاء.

إن تطور الخدمات الإلكترونية وتوفرها، أتاح للعملاء خيارات متعددة مما جعل البنوك التي تفشل في انتهازها عدم النجاح في السوق، فعلى البنوك أن تبحث عن وسائل تحرك جديدة تستطيع من خلالها الاستماع إلى العميل والتعلم منه بدل من الأساليب القديمة التي تنظر إلى العميل من منظور ساكن، لذلك على المصارف أن تفكر في:

- كيفية فتح باب النقاش للعميل، وتقديم كل ما هو مبتكر له.
- قدرة المصارف على فهم واستيعاب متعمق للكيفية والأسباب التي تجعل تكنولوجيا الاتصالات قادرة على تغيير العلاقة الأساسية القائمة بين البنوك وعملائها.
- كيفية تغيير تدفق الخدمات والمعلومات في المصارف.
- كيفية بناء وتعزيز وتفعيل الشبكات في المؤسسة .

و إذا امتثلت البنوك لهاته النقاط السابقة يتعين عليها إحداث تغييرات وحالات تكيف جوهرية في النماذج التقليدية للخدمة لتعزيز دور الخدمات الإلكترونية في المصارف ويمكن أن تضيف تكنولوجيا الاتصالات أيضا للعلاقة القائمة بين البنك والعميل قيمة تعزز من خلالها القدرة على الوصول والتي تعرف على أنها "قدره الوصول إلى المصارف أو إلى المعلومات التي يحتاجها العميل وفي الوقت الذي يحتاج إليه، كذلك يمكن القول إن قدرة الوصول هي قدرة باتجاهين إلى المصارف أي المدى الذي يجعل المصارف في وضع أو حالة تمكنها من مساعدة العميل الوصول إلى الشخص أو المعلومات التي يحتاجها وزمن حاجته إليها وبالتالي تضيف البنوك قيمة لعلاقتها مع العميل، وبنفس الأسلوب فإن تمكين البنوك من الوصول إلى العميل ومعلوماته من خلال التكنولوجيا، من شأنه أن يضيف قيمة للعلاقة بينهما والواقع أن الأشكال الجديدة للوصول من البنوك للعميل والعكس قد قلبت مفاهيم التسويق التقليدية رأسا على عقب فالعميل أصبح قادر على اختيار زمان ومكان الاتصال بالبنك، ومكان وزمان وكيفية التعامل معه، والقناة المستخدمة في التعامل، ويرى كل من BOUMAN&NARA أن العميل صار يحدد التكتيكات التسويقية وبذلك أصبح العميل يحقق الآتي: (شريف، 2010، صفحة 118)

- المبادرة في إرسال إشارة حول اهتمامه بسلعة أو خدمة ما.
- المشاركة في نشاطات الخدمة الذاتية والتي تمنحهم القدرة للسيطرة على عملية التبادل ، متابعة مشترياتهم ووضعهم المادي، حساباتهم والمشاركة في إتمام معاملاتهم التي لا تتطلب تفاعل بشري.
- إيجاد حلول ممكنة جديدة أو البحث عنها لأي مشكلة تواجههم والحصول على إجابات لمختلف أسئلتهم.
- المشاركة والانخراط في المجتمعات الافتراضية (على الخط) لإيجاد سوق السلع والخدمات أو لتسويق أنفسهم .
- توفير الوقت اللازم للشراء والبيع وإعادة الطلبية .
- الانخراط في أنواع جديدة من الحوار مع البنوك التي توفر معرفة جديدة للعملاء تفيدهم في اتخاذ قراراتهم.
- المساهمة في وضع أو تحديد السعر.

ومن هنا نستنتج أن العميل أصبح سيد الموقف في احتياجاته الخاصة واختيار مزود الخدمة الذي يلبي هذه الاحتياجات في المكان والزمان المناسبين له.

أما من جهة البنك أصبح بإمكانه الحصول على معلومات فورية من العميل والتفاعل معه بشكل منفرد وبسريرة تامة، وبالتالي توفر تكنولوجيا الاتصالات القدرة على الوصول إلى العملاء

وتحديثهم في الوقت الحقيقي ، وتؤدي استخداماتها وتطبيقاتها الفعلية إلى إحداث ثورة حقيقية في ميدان الخدمات الإلكترونية ، ومن هنا يتضح ما يلي:

- أن تكوين مفهوم التوجه بالعميل يعتمد أساسا على نجاح وقدرة الخدمات الإلكترونية في خدمة العميل وتحقيق الاستجابة الفورية لحاجاته وخصوصياته بأقل جهد ممكن من قبله وتحقيق أعلى مستويات الرضا.
- توفر الخدمات الإلكترونية اتخاذ قرارات وتعاملات صائبة وفي الوقت الحقيقي وخدمات ذات جودة عالية .
- إن الخدمات الإلكترونية توفر وبشكل كبير الوقت والمال والجهد بالنسبة لكافة الأطراف، وبالأخص العملاء ، كما أنها تقدم حلول ترضيهم وتكرس ولاءاتهم للمصرف (خاصة إذا كانت التكنولوجيا المطبقة متطورة وتوفر تأمين أكثر) .
- إن استخدام الخدمات الإلكترونية لقواعد البيانات وتفعيلها من خلال عمليات التحديث المتواصلة لتكنولوجيا الاتصالات يضيف عليها قدرا من الدقة والمصدقية والموثوقية أي الجودة .

ثانيا: أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في الوصول إلى العملاء والاحتفاظ بهم.

إنه من الصعب جدا جذب العملاء والمحافظة عليهم وتحويل رغباتهم إلى خدمات حقيقية، ويكمن الحل في استخدام مجموعة من الأساليب التكنولوجية هدفها الأساسي هو خلق تعاون بين الأنشطة الخدمية والتسويق والعملاء داخل المصرف، وبالتالي جذب العملاء والاحتفاظ بهم حيث تقوم باستخدام الويب لخلق علاقات الفريق بين المصرف والعملاء، حيث عرف dyche 2002 e-CRM على أنها مزيج بين البرمجيات والأجهزة وتطبيق إدارة الالتزام، لذلك فإن عملية تنظيم التفاعل بين البنك والعملاء يستدعي وضع برامج مهياة لتتفق وعملاء البنك ، فالخطوط بين التسويق والإنتاج مثال تختلف من بنك لآخر، هذا يعني أن كل بنك يحتاج إلى مجموعة من البرمجيات تتفق وسير العمل داخله، ومن فوائد e-CRM هي :

- إنتاج تقارير منتظمة تمكن الإدارة من تتبع الجهود في مجال التوزيع ونتائجها، حيث تمكن مديرين الإطلاع على البيانات المتعلقة بالعملاء الفعليين والمحتملين تساعد (e-CRM) على استعمال الإلكترونيات كالبريد الإلكتروني والتقارير الآلية، في دعم المنتجات المقدمة والهواتف المزودة بمتصفح وتشتمل أيضا على نظم قواعد وبيانات ضخمة، لكن يجب أن تدريب الأفراد على استخدام هذا لمتابعة اتصالات العملاء.

• إن استخدام موقع الويب المدعم بالصوت، وغيره من أنواع الاتصالات الأخرى بالعملاء يؤدي العمل المطلوب بصورة أوتوماتيكية عبر مناطق مختلفة لتنفيذ طلبات العملاء وتقوم بمراقبة مستوى الخدمات للتأكد من تحقيق الجودة، والنظام المثالي يتم من خلال اتخاذ الخطوات المختلفة بواسطة المعلومات المتاحة السابقة مثل: تفضيلات العملاء وحجم عمليات الشراء التي يقوم بها، ثم يتم ربط كل هذا بنظام تخطيط موارد البنك وتطبيقات قواعد البيانات.

من خلال ما سبق نجد أن قدرة البنك على توفير إدارة العلاقات مع العملاء من خلال أدوات الأعمال الإلكترونية التي تسمى (e-CRM) تجعل من الصورة المثالية للعملاء تقترب من الواقع بدرجة كبيرة، وتقوم بتتبع كافة أوجه العملاء بصورة أفضل هو الذي جعل مديري التسويق يطورون إدارة علاقات العملاء وذلك باستخدام تقنيات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لأن هذه القنوات نجحت بنفوذها بذكاء للعملاء حيث أن التفاعلات الإلكترونية مع العملاء تسمح للبنوك الحصول على كميات ضخمة من المعلومات تساعدهم على تطوير خدماتهم بجودة عالية. (شريف، 2010، صفحة 119)

في نهاية هذا المبحث استنتجنا أن الخدمات المصرفية الإلكترونية قد أثرت بشكل كبير على جودة الخدمات المصرفية بشكل عام، فبفضل هذه الخدمات، تحسنت تجربة العملاء وتوفرت لهم خدمات مصرفية مرنة وسهلة الوصول، مما أدى إلى زيادة رضا العملاء وتحسين جودة الخدمات المقدمة.

خلاصة الفصل

تناولنا في هذا الفصل الخدمات المصرفية الإلكترونية حيث أتاحت للزبائن التعبير إلكترونيا عن احتياجاتهم وأولياتهم مما سمح للبنوك استحداث خدمات مالية ومصرفية جديدة بأعلى جودة ، ويعتبر تحسين جودة الخدمات المصرفية من الأساليب التي تحقق التميز في مواجهة المنافسين والمفاضلة بين البنوك وذلك من خلال تحسين وتطوير المواقع الإلكترونية للبنوك وتسهيل التعامل مع هذه المواقع ،توظيف التكنولوجيا في البنوك واستثمارها في التعرف على احتياجات الزبون والسعي لتحقيق أعلى مستويات الإشباع لرغبات الزبائن ،وعليه فإنه كلما قام البنك بتحسين وتطوير الخدمات المصرفية كسب زبائن جدد.

الفصل الثالث :دراسة
حالة الصندوق الوطني
للتوفير والاحتياط

تمهيد

الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط هو مؤسسة مالية تهدف إلى تشجيع الادخار والاحتياط المالي في الدولة، يقوم الصندوق بتقديم حسابات مختلفة للعملاء تتيح لهم حفظ أموالهم بطريقة آمنة وتحقيق عوائد مالية عليها، كما يوفر الصندوق خدمات الصيرفة الإلكترونية التي تسهل عمليات الدفع والتحويل والاستعلام عن الحسابات عبر الإنترنت أو التطبيقات الخاصة به، بالإضافة إلى ذلك، يتيح الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط الوصول إلى خدمات بنكية متنوعة مثل قروض الإسكان والتمويل الشخصي، مما يساهم في تلبية احتياجات العملاء المالية المختلفة، ويعمل الصندوق أيضا على تقديم الاستشارات المالية للمواطنين والمساهمة في تعزيز ثقافة الادخار والاستثمار في المجتمع.

وعليه تم تقسيم الفصل الى ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: عرض عام للصندوق الوطني للتوفير والاحتياط

المبحث الثاني: الصيرفة الالكترونية في الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط

المبحث الثالث: اجراءات الدراسة

المبحث الأول: عرض عام للصندوق الوطني للتوفير والاحتياط

الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط هو بنك جزائري متخصص في جمع أموال التوفير، منح القروض العقارية للخواص، تمويل المقاولين العموميين والخواص، وتمويل مؤسسات إنتاج عتاد البناء ومؤسسات الإنجاز التي لها صلة بالبناء.

المطلب الأول: لمحة عامة عن الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط

على مدى أكثر من نصف قرن من وجوده، تمكن CNEP-Banque من التكيف مع مختلف التغييرات وإعادة الهيكلة التي شهدتها الاقتصاد الجزائري ومع متطلبات التحديث وتحرير القطاع المصرفي، ولم تؤذي هذه الرحلة الرائعة إلا إلى ترسيخ أساسيات النمو المتوازن مع ضمان السمعة الجيدة والقدرة التنافسية والثقة لدى ملايين العملاء لبنك CNEP.

أولا : نشأة وتطور الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط

على مدى عقود، كان CNEP-Banque شاهدا نشطا على التحولات الاقتصادية والتطورات في القطاع المالي في البلاد، بناء على تراثه وتقدمه وثقة عملائه وشركائه، بدأ CNEP-Banque منذ عدة سنوات تحوله نحو بنك عالمي حديث يستمع إلى بيئته منذ تحوله إلى بنك في عام 1997، قام CNEP-Banque بتوسيع آفاقه، من إدارة المدخرات الشعبية والتمويل العقاري إلى عرض متنوع من المنتجات والخدمات لمجموعة واسعة من العملاء والأفراد والمهنيين والشركات العاملة في مختلف القطاعات الاقتصادية.

لقد كان الابتكار والتحديث هو الخيط المشترك بين الأعمال الرئيسية للبنك، وكان الإصلاح الشامل لنظام المعلومات من خلال تنفيذ الحل المصرفي العالمي خطوة أساسية لتحسين كفاءته وخدمة العملاء بشكل أفضل، وقد سمح هذا التحول بدمج مجالات جديدة من النشاط وتحسين عمليات البنك لتلبية الاحتياجات المتطورة للسوق والالتزام تماما بالرؤية الإستراتيجية للسلطات العامة، من خلال تعزيز القطاع الخاص من خلال تنويع المحفظة والمنتجات لا سيما لصالح الشركات الصغيرة والمتوسطة / الشركات الصغيرة والمتوسطة والمهنيين، بهدف دعم النمو الاقتصادي من خلال دعم اللاعبين الرئيسيين في اقتصاد البنك ومن هذا المنطلق، يعمل على إطلاق نشاط جديد مخصص للتجارة الخارجية للاستجابة بشكل شامل لاحتياجات الفاعلين الاقتصاديين، بالإضافة إلى ذلك، كان الالتزام بمجال الخدمات المصرفية الإلكترونية، سواء في الإصدار أو القبول، ركيزة أساسية لتحديثه، مما يضعه بين اللاعبين الرئيسيين في هذا القطاع.

الرقمنة هي في قلب استراتيجياته، يعد إطلاق CNEP CONNECT "، الخدمة المصرفية عن بعد، خطوة مهمة نحو تجربة مصرفية أكثر سهولة ، وفي هذا السياق وبمناسبة إطلاق الموقع الإلكتروني الجديد للبنك، أعلن عن إطلاق خدمة طلب التمويل عن بعد، والتي يمكن الولوج إليها بشكل خاص عبر هذا الموقع.

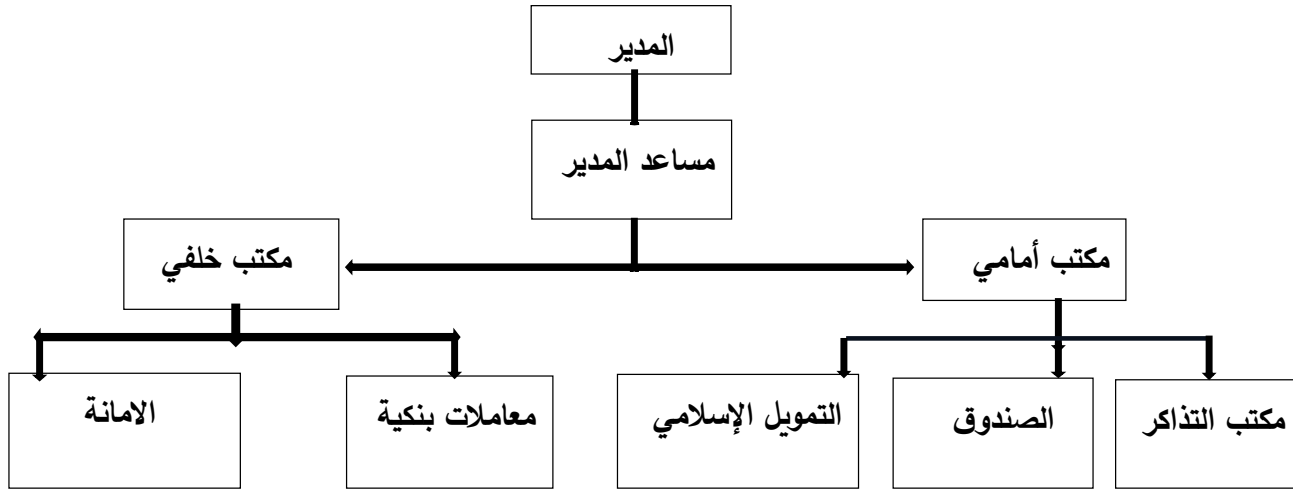
بفضل الهيكل المعاد تصميمه بالكامل والأكثر ديناميكية، يهدف هذا الموقع المؤسسي الجديد الذي تم تجديده بالكامل إلى أن يكون نقطة وصول بسيطة وبديهية ،الهدف منه هو أن يقدم للعميل تجربة ممتعة أثناء زيارته.

منذ إنشائه عام 1964، واصل بنك CNEP تأكيد نفسه في السوق المالية ليس فقط كبنك لتمويل الإسكان، ولكن أيضا كبنك عالمي ومدني وحديث أقرب إلى الجزائريين ، يلتزم بنك CNEP بدعم جميع الأفراد الجزائريين، المهنيين والشركات، المقيمين وغير المقيمين، المدخرين وغير المدخرين، طوال حياتهم في تنفيذ مشاريعهم ، يحافظ CNEP-Banque، مع جميع عملائه وأصحاب المصلحة، على علاقة شراكة تقوم على قيمه الأساسية الثقة ، الفعالية ،المسؤولية ،التقدم و شملت هذه القيم تاريخ البنك، وأملت حاضره، ورسمت الطريق لمستقبله، وهي تنعكس في رؤية وإستراتيجية وسياسات وإجراءات البنك، يتم نقلها بالقدوة وتضع المبادئ التوجيهية لسلوك كل موظف فيه ، ومن خلال التطبيق المستنير والطبيعي والمستمر لقيم البنك يساهم في الوحدة والأداء والقدرة التنافسية والاستدامة ونقل الصورة الجيدة للمصرف.

ثانياً: الهيكل التنظيمي للصندوق الوطني للتوفير والاحتياط

ينقسم الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بنك وكالة ميلة إلى عدة مصالح مرتبطة مع بعضها وتشكل هيكل تنظيمي متين وسوف نتطرق إلى هذا الهيكل بالشكل رقم

الشكل رقم (03) : الهيكل التنظيمي للصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط



المصدر: من الوثائق الداخلية للصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط.

ثالثاً: أهمية ومهام الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط

نظراً للأهمية الكبيرة التي يلعبها cneq-banque على الميدان المصرفي، يطلق الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط عدة خدمات مصرفية متنوعة وفائقة الجودة ومواكبة للحدثة بشكل كبير

تتمثل أهمية ومهام الوكالة في ما يلي:

- خدمات التوفير والاحتياط كخدمات التوفير للتقاعد وتجميع أموال التوفير.
- تمويل قطاع العقارات.
- قروض سواء عقارية أو استهلاكية.
- خدمات التمويل للخواص والمؤسسات والمقاولين العموميين وكل ما يندرج في إطار البناء والعقار.
- خدمات بنكية للأفراد.
- خدمات بنكية للمؤسسات الكبرى المتوسطة حتى الصغيرة.
- خدمات بنكية إلكترونية تتم عبر الإنترنت لتسهيل المعاملات مع الزبائن.
- فتح حساب للعملاء.

- خدمات تابعة للصيرفة الإسلامية.

يقدم صندوق الجزائر الوطني للتوفير والاحتياط عدة خدمات متنوعة، ويقوم بتطبيق إستراتيجية جديدة وهي العمل على تمويل المشاريع الاستثمارية إلى جانب خدمات التوفير والاحتياط واستغلال ذلك لرفع عدد عملاء البنك.

المطلب الثاني: أهم الحسابات في الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط

يوفر الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط لعملائه خدمة افتتاح حساب بنكي، بهدف توفير المال واستهلاكه بأريحية، سوف نتطرق إلى أنواع الحسابات المتوفرة وطرق عمل حساب في cnep-banque

أولاً: حساب الصكوك

حساب الصكوك العادي هو حساب بنكي للإيداع عند الطلب غير منشئ لفوائد، والذي يتيح إجراء جميع العمليات البنكية ذات الصلة بالاحتياجات الشخصية باستثناء العمليات التجارية.

1. الأشخاص الذين يمكنهم فتح حساب الصكوك

- أي شخص طبيعي من جنسية جزائرية أو أجنبية.
- شخص طبيعي جزائري مقيم في الجزائر أو خارجها.
- الأشخاص البالغين، أي من سن 19 سنة وما فوق.
- المستقلين.
- التجار لاحتياجاتهم بصفقتهم خواص
- المعنويين، والجمعيات المدنية التي تمارس أنشطة غير ربحية، والمهنة الحرة.

2-مزايا فتح حساب الصكوك

- _ توظيف المداخيل مثل الراتب أو منحة التقاعد.
- القدرة على القيام بالمعاملات بحرية في جميع وكالات الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط على التراب الوطني.
- الاستفادة من وسائل الدفع مثل بطاقة الدفع ما بين البنوك، ودفتر الشيكات، وشيك البنك.
- القدرة على الاشتراك في التأمينات "صحتي، رحلتي، الادخار الكلي كساب (CTP) عبر حساب الصكوك الخاص بالعمل.

- إجراء عمليات سحب نقدي باستخدام بطاقة الدفع ما بين البنوك من أجهزة الموزع الآلي للأوراق النقدية على مدار الساعة وطوال أيام الأسبوع.
- القدرة على دفع المشتريات عبر الإنترنت (الدفع الإلكتروني).
- القدرة على دفع المشتريات في المتاجر المجهزة بمحطات الدفع الإلكتروني (TPE).
- القدرة على الاطلاع على رصيد الحساب وتاريخ العمليات السابقة من خلال CNEP .CONNECT
- الاستفادة من خدمة الرسائل القصيرة للخدمات البنكية (SMS Banking)
- إمكانية إجراء تحويلات داخلية أو بين البنوك على مدار الساعة وطوال أيام الأسبوع من خلال تطبيق CNEP Connect.

ثانيا :حساب الادخار للسكن

حساب الادخار للسكن هو حساب يتيح تخزين مدخرات العميل بفائدة تفضيلية ويمكنه من التصرف فيه بحرية من خلال إجراء جميع العمليات البنكية الخاصة به في جميع فروع الشبكة التجارية للبنك الوطني للتوفير والاحتياط.

1-الأشخاص الذين يمكنهم فتح حساب الادخار للسكن

أي شخص طبيعي بدون استثناء :

- من جنسية جزائرية ومقيم في الجزائر أو خارجها.
- من جنسية أجنبية ومقيم في الجزائر.
- الأشخاص البالغين، من سن 19 سنة فأكثر.
- القاصرين الممثلين قانونياً من طرف وصي قانوني.
- أي شخص ليست له الأهلية القانونية ويمثله شخص آخر.

2-مزايا فتح حساب الادخار للسكن

- تأمين مدخرات الزبون.
- المدخرات بنسبة فائدة تفضيلية .
- إجراء عمليات على حساب العميل بحرية لدى جميع فروع الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط على التراب الوطني
- تحويلات داخلية أو بين البنوك على مدار الساعة وطوال أيام الأسبوع من خلال تطبيق CNEP Connect .

- الاستفادة من بطاقة ادخار مجانية.
- عمليات سحب نقدي من جميع أجهزة الموزع الآلي للأوراق النقدية / الشباك الآلي للأوراق النقدية على مدار الساعة وطوال أيام الأسبوع.
- الاستفادة من سعر فائدة تفضيلي في حالة طلب قرض.
- التقديم للحصول على سكن عند بيع السكنات وفقاً للقوائم.
- الاطلاع على رصيد الحساب وتاريخ العمليات السابقة من خلال CNEP CONNECT على مدار الساعة وطوال أيام الأسبوع.
- الاستفادة من خدمة الرسائل القصيرة للخدمات البنكية (SMS Banking).
- إمكانية تحويل حساب الادخار للسكن إلى حساب رأسمالي في أي وقت عن طريق نقل كل الأموال أو جزء منها.
- تعيين ممثل واحد أو أكثر لتشغيل الحساب.

ثالثاً: حساب الادخار الشعبي

حساب الادخار الشعبي هو حساب يتيح للعميل تكوين ادخار بنسبة فائدة تفضيلية ويمكنه من التصرف فيه بحرية من خلال إجراء جميع العمليات البنكية الخاصة به في جميع فروع الشبكة التجارية للصندوق الوطني للتوفير والاحتياط - بنك.

1-الأشخاص الذين يمكنهم فتح حساب الادخار الشعبي

أي شخص طبيعي بدون استثناء:

- من جنسية جزائرية ومقيم في الجزائر أو خارجها .
- جنسية أجنبية ومقيم في الجزائر .
- البالغين، من سن 19 سنة فأكثر .
- القاصرين الممثلين قانونياً من طرف وصي قانوني .
- شخص ليست له الأهلية القانونية ويمثله شخص آخر .

2-مزايا فتح حساب الادخار الشعبي

- تأمين المدخرات
- توفير المدخرات بنسبة فائدة تفضيلية.
- إجراء العمليات على حساب العميل بحرية لدى جميع فروع الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط - بنك على التراب الوطني

- إجراء تحويلات داخلية أو بين البنوك على مدار الساعة وطوال أيام الأسبوع من خلال تطبيق CNEP Connect .
- الاستفادة من بطاقة ادخار مجانية.
- إجراء عمليات سحب نقدي من جميع أجهزة الموزع الآلي للأوراق النقدية / الشباك الآلي للأوراق النقدية على مدار الساعة وطوال أيام الأسبوع.
- الاستفادة من سعر فائدة تفضيلي في حالة طلب قرض.
- القدرة على التقديم للحصول على سكن عند بيع السكنات وفقاً للقوائم.
- القدرة على الاطلاع على رصيد الحساب وتاريخ العمليات السابقة من خلال CNEP CONNECT على مدار الساعة وطوال أيام الأسبوع.
- الاستفادة من خدمة الرسائل القصيرة للخدمات البنكية (SMS Banking)
- إمكانية تحويل حساب الادخار للسكن إلى حساب رأسمالي في أي وقت عن طريق نقل كل الأموال أو جزء منها.

رابعا: حساب الادخار الرأسمالي

حساب الادخار رأسمالي هو حساب يتيح للعميل تكوين ادخار غير منشئ لفائدة ويمكنه التصرف فيه بحرية من خلال إجراء جميع العمليات البنكية الخاصة به مجاناً في جميع فروع الشبكة التجارية للصندوق الوطني للتوفير والاحتياط - بنك.

1- الأشخاص الذين يمكنهم فتح حساب الادخار الرأسمالي

- أي شخص طبيعي بدون استثناء .
- من جنسية جزائرية ومقيم في الجزائر أو خارجها .
- من جنسية أجنبية ومقيم في الجزائر .
- الأشخاص البالغين، من سن 19 سنة فأكثر .
- الأشخاص القاصرين الممثلين قانونياً من طرف وصي قانوني .
- أي شخص ليست له الأهلية القانونية ويمثله شخص آخر .

2-مزايا فتح حساب الادخار الرأسمالي

- تأمين المدخرات.
- مجانية تسيير الحساب وجميع العمليات التي يتم إجراؤها.

- إجراء عمليات على حساب الزبون بحرية لدى جميع فروع الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط - بنك على التراب الوطني.
- اجراء تحويلات داخلية أو بين البنوك على مدار الساعة وطوال أيام الأسبوع من خلال تطبيق CNEP Connect .
- الاستفادة من بطاقة ادخار مجانية.
- إجراء عمليات سحب نقدي من جميع أجهزة الموزع الآلي للأوراق النقدية / الشباك الآلي للأوراق النقدية على مدار الساعة وطوال أيام الأسبوع.
- منح سعر فائدة تفضيلي في حالة طلب قرض من خلال الحصول على صفة "مدخر".
- التقديم للحصول على سكن عند بيع السكنات وفقاً للقوائم.
- الاطلاع على رصيد الحساب وتاريخ العمليات السابقة من خلال CNEP CONNECT على مدار الساعة وطوال أيام الأسبوع.
- خدمة الرسائل القصيرة للخدمات البنكية (SMS Banking).
- تحويل حساب الادخار للسكن أو حساب الادخار الشعبي إلى حساب رأسمالي في أي وقت عن طريق نقل كل الأموال أو جزء منها.
- إمكانية تعيين ممثل واحد أو أكثر لتشغيل الحساب.

خامساً: الحساب الجاري التجاري

الحساب الجاري التجاري هو حساب بدون فائدة مفتوح للأفراد التجاريين أو الأشخاص الاعتباريين لتلبية احتياجاتهم من العمليات المصرفية المرتبطة بنشاطهم الصناعي أو التجاري.

1- الأشخاص الذين يمكنهم فتح الحساب الجاري التجاري

- الأشخاص الطبيعيون: التجار، المهنيون.
- أي كيان قانوني: شركات تجارية أو صناعية أو مقدمي الخدمات.

2- مزايا فتح الحساب الجاري التجاري

- إدارة الحساب الجاري التجاري تسهل على العميل إدارة محاسبة أعماله.
- إصدار دفاتر الشيكات وبطاقات CIB.
- الوصول إلى العمليات المصرفية: صرف الشيكات والشيكات المصرفية وغيرها.
- القيام بتحريك الحساب بكل حرية مع جميع وكالات بنك CNEP على التراب الوطني.

- إمكانية الاطلاع على رصيد الحساب وتاريخ العمليات عبر CNEP .CONNECT
- إمكانية تعديل RIB الخاص بالعميل في أي وقت إمكانية إجراء تحويلات داخل أو بين البنوك 7 أيام في الأسبوع، 24 ساعة في اليوم عبر تطبيق CNEP . Connect Enterprise

في نهاية هذا المبحث تمكنا من التعرف على نشأة وتطور الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط وهيكله التنظيمي كذلك استنتجنا انه يقدم عدة خدمات متنوعة منها التوفير والاحتياط ويوفر لعملائه خدمة فتح حساب بنكي بهدف توفير المال واستهلاكه بأريحية.

المبحث الثاني: الصيرفة الالكترونية في الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط

تلعب الصيرفة الالكترونية دورا هاما في تحسين الخدمات المالية من خلال الاستراتيجيات التي تتبعها البنوك في تقديم الخدمات البنكية وتوسعى البنوك التجارية من خلال تبني الصيرفة الإلكترونية إلى توسيع مجال تعاملاتها، لزيادة توريد الخدمات ما بين البنوك، وما بين البنوك والعملاء وذلك من خلال الخدمات البنكية الإلكترونية التي تتميز بتكلفة منخفضة وسرعة توريدها من أي جهاز .

المطلب الأول: آلية عمل الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط

يقدم الصندوق الخدمة البنكية الإلكترونية وهي اشتراك مجاني يتيح للعميل الولوج إلى حسابه البنكي عن بعد عبر الإنترنت على مدار الساعة وفي جميع أيام الأسبوع بكل أمان.

1. موقع الصندوق على شبكة الانترنت:

“cnep Connect” هو تطبيق محمول تم تطويره من قبل الصندوق الوطني للتوفير والادخار - بنك والذي يتيح للزبائن الولوج عن بعد إلى حساباتهم وميزات أخرى بأمان على مدار الساعة وفي جميع أيام الأسبوع.

توفر مؤسسة بنك التوفير والاحتياط cnep الجزائرية خدمة E-BANKING حيث يقوم الزبون بالتسجيل فيها اونلاين عن طريق الانترنت، ثم يتقدم زبون cnep إلى الوكالة للحصول على رقم الزبون والرمز السري حيث يتسنى له بعد ذلك متابعة حسابه عبر الانترنت 7/7 و 24/24

- الاطلاع على كشف الحساب وكشف العمليات.

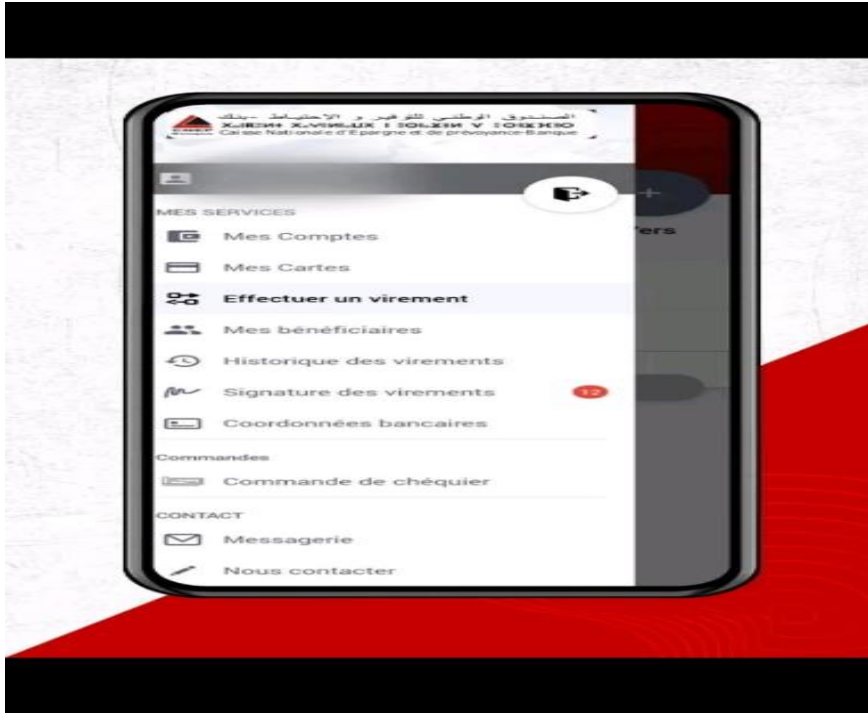
- طلب دفتر الصكوك البنكية و عدة خدمات أخرى.

هذه الخدمة مؤمنة ومجانية تتيح هذه الخدمة تسيير حساب الزبون عبر الهاتف والحاسوب يمكن أيضا التسجيل بعدها في خدمة cnep connect بنفس اسم المستخدم وكلمة المرور التي تم الحصول عليها من وكالة بنك cnep

1.1 خطوات التسجيل في خدمة E-BANKING في بنك cnep

1. فتح حساب لدى بنك cnep.
2. طلب الاشتراك في خدمة e-banking لبنك cnep.
3. الحصول على الرقم السري واسم المستخدم عبر الهاتف أو البريد الالكتروني.
4. الدخول للموقع الرسمي لبنك cnep من اجل تسجيل الدخول.
5. الاطلاع على الرصيد والعمليات البنكية اونلاين.

الشكل رقم (04): يوضح خدمة E-BANKING على تطبيق CNEP CONNECT



المصدر: <https://ebanking.cnepbanque.dz/customer> تم الاطلاع عليه في 2024/02/24

2. خدمة البريد الالكتروني للصندوق

يمكن لزبائن الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط القيام بمجموعة من العمليات المصرفية البنكية عبر شبكة الانترنت بالولوج إلى الموقع <https://ecnep.poste.dz> الإطلاع على رصيدهم.

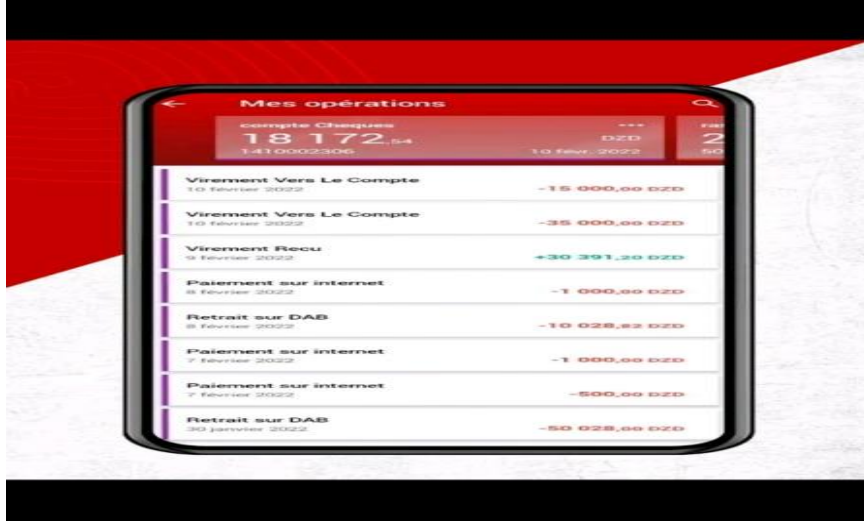
الشكل رقم (05) : يوضح خدمة البريد الالكتروني للصندوق الوطني للتوفير والاحتياط

المصدر: <https://ecnep.poste.dz> تم الاطلاع عليه في 2024/02/24

3. خدمة كشف الحسابات وطلب دفتر الصكوك البنكية

يمكن للزبون من خلال التطبيق الاطلاع على كشف الحسابات وكشف العمليات وطلب دفتر الصكوك البنكية.

لشكل رقم (06) : يوضح خدمة كشف الحسابات على تطبيق CNEP CONNE



المصدر: <https://ebanking.cnepbanque.dz/customer/> تم الاطلاع عليه في 20/02/24

الشكل رقم(07): يوضح خدمة طلب الشيك البنكي عبر تطبيق CNEP CONNECT



المصدر: <https://ebanking.cnepbanque.dz/customer/> تم الاطلاع عليه في 24/02/2024.

المطلب الثاني: البطاقات البنكية التي يوفرها الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط

تعتبر بطاقة الدفع ما بين البنوك "CIB" بمثابة امتداد مباشر لحساب العميل وهي بطاقة دفع ما بين البنوك تتيح للزبون إجراء السحب والدفع عن قرب وعن بعد بكل أمان ، وكذلك عمليات التحويل والاستلام.

يقدم الصندوق الوطني للتوفير والادخار - بنك هذه البطاقة مجاناً عند فتح حساب شيك الصيرفة الإسلامية.

أولاً: بطاقة CIB

بطاقة CIB، المرتبطة مباشرة بحساب العميل، هي بطاقة بين البنوك تتيح له إجراء عمليات السحب والمدفوعات المحلية والبعيدة والتحويلات والتحصيل بأمان تام يمنح CNEP-Banque هذه البطاقة مجاناً عند فتح حساب جاري.

1. متوفر بطاقتين:

- بطاقة CIB الذهبية.
- بطاقة CIB الكلاسيكية.

2. شروط الأهلية

يمكن لأي شخص طبيعي بالغ الاشتراك في بطاقة CIB.

- صالحة للاستعمال 7/24.

- تسمح بأداء المدفوعات على TPE والمدفوعات عبر الإنترنت، السحب من أجهزة الصراف الآلي/ATM، الاطلاع على رصيدك على أجهزة الصراف الآلي وإمكانية مراقبة العمليات عبر الإنترنت.

ثانياً: بطاقة التوفير CE

بطاقة التوفير "CE" هي بطاقة مزودة بشريحة مطابقة للمعايير الدولية مدعوماً بحساب التوفير الخاص بالعميل، فهو يسمح له بإجراء عمليات السحب والإيداع في أي مكان وفي أي وقت يتم تسليمها إلى صاحب حساب التوفير من قبل وكالة التوطين الخاصة بهم.

- مميزات بطاقة التوفير

- عملية وسهلة الاستخدام.

- توفير الوقت.

- أمانة وسرية.

- الإيداع والسحب على قارئ البطاقات المثبتة على العدادات.

- السحب 7 أيام في الأسبوع، 24 ساعة يومياً من أجهزة الصراف الآلي.

-استشارة الرصيد وإصدار كشف الحساب لآخر 10 معاملات (ATM CNEP-Banque).

- مدة صلاحية بطاقة التوفير

بطاقة التوفير صالحة لمدة 5 سنوات، وتجدد تلقائياً عند انتهاء صلاحيتها.

3. شروط الاستعمال

- تجنب ملامسة الماء أو المجال المغناطيسي (التلفزيون، بوابة الدخول، الماسح الضوئي،

إلخ.)

- لا تقم بتصفيحه أو خدشه أو تثنيه.

- تجنب وضعه بجوار مصدر حرارة مرتفع أو مع أشياء معدنية (مفاتيح، عملات معدنية).

الشكل رقم (08): بوضح البطاقات البنكية المتوفرة في الصندوق الوطني للتوفير

والاحتياط



- تسعير بعض الخدمات البنكية

-عمولة طلب شيك بنكي 800 دج.

-عمولة إلغاء الشيك البنكي 1000 دج.

-عمولة تعطيل البطاقة البنكية 50 دج.

-عمولة تجديد بطاقة CIB بدون رمز 300 دج وبالرمز 400 دج .

- عمولة تجديد بطاقة التوفير بدون رمز 300 دج وبالرمز 400 دج .
- عمولة فتح حساب الصكوك مجانا .
- عمولة فتح حساب تجاري مجانا .
- عمولة فتح حساب توفير مجانا .
- عمولة إدارة وصيانة حساب الصكوك 600 دج .
- عمولة إدارة وصيانة الحساب التجاري 1500 دج .
- عمولة إدارة وصيانة حساب التوفير مجانا .
- عمولة طلب سجل الحساب لكل عميل 110 دج .

مما سبق نستخلص أن الصيرفة الإلكترونية في الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط تعزز تجربة العملاء وتسهل الوصول إلى الخدمات المالية بشكل آمن وفعال مما يعزز الثقة في الصندوق ويساهم في تحقيق أهداف الرقمنة والتحول الرقمي وتعزيز الابتكار في القطاع المالي.

المبحث الثالث: اجراءات الدراسة

سوف نستعرض من خلال هذه الدراسة أهم الخطوات و الاجراءات المنهجية التي تم الاعتماد عليها

المطلب الأول: تحديد مجتمع وعينة الدراسة :

في هذه النقطة سيتم التعرف على طبيعة المجتمع المتعلق بهذه الدراسة و كذا العينة التي تم تحديدها لاجراء الدراسة الميدانية في البنك الوطني للتوفير والاحتياط ميلة

أولاً: مجتمع الدراسة

ان مجتمع الدراسة هو المفهوم الاحصائي الاكثر استعمالا في الاحصاء الوصفي ويقصد به جملة العناصر أو الأفراد الذين تستند الدراسة اليهم ولما يتعدى عمليا اجراء البحث على كافة أفراد المجتمع يلجأ الباحث إلى اختيار عينة من عينات هذا المجتمع ، و بالرجوع إلى دراستنا فان مجتمع الدراسة يتمثل في جميع موظفي بنك الاحتياط و التوفير بولاية ميلة.

ثانياً: عينة الدراسة

يعد اختيار العينة من الخطوات الهامة في اجراء الدراسة الميدانية ، وتعرف العينة على أنها " جزء من المجتمع و يتم اختيارها بطرق مختلفة ، بغرض دراسة هذا المجتمع ".(بوعكاز ، 2021، ص 252).

و بهدف الحصول على البيانات اللازمة للدراسة تم اختيار عينة الدراسة و التي شملت جميع الموظفين في بنك التوفير والاحتياط بولاية ميله ، و تعود أسباب اختيار جميع الموظفين كعينة مدروسة أن العدد ليس كبير جدا .

الجدول رقم (03): نسبة عينة الدراسة

العينة	الاستثمارات الموزعة	النسبة	الاستثمارات المسترجعة	النسبة	الاستثمارات القابلة للتحليل	النسبة
عدد الاستثمارات	30	100 %	30	100%	30	100%

المصدر: من اعداد الطالبتين

المطلب الثاني : طريقة جمع البيانات و تحليلها

من أجل الوصول إلى الأهداف المسطرة استخدمنا استبيان كأداة لجمع البيانات كما هو موضح فيما يلي:

أولاً: طريقة جمع البيانات :

بناء على طبيعة البيانات المراد جمعها وعلى المنهج الذي تم اختياره لهذه الدراسة، تبين أن الأداة المناسبة لتحقيق أهداف البحث هي الاستبيان ، و ذلك نظرا لصعوبة الحصول على البيانات المطلوبة باستخدام الأدوات الأخرى كالمقابلات الشخصية ، و الملاحظة ... الخ ، رغم أنه تم الاعتماد على الملاحظة و المقابلات الشخصية و لكن بدرجة بسيطة للحصول على بعض المعلومات التي تخدم هذه الدراسة.

ثانيا - وصف الاستبيان

يحتوي هيكل الاستبيان على ثلاثة محاور هي كالتالي : (ملحق رقم 01)

المحور الأول : بيانات أساسية شخصية عن المستجوبين موظفي البنك (الجنس ، العمر ، المستوى التعليمي ، عدد سنوات التعامل مع البنك) .

المحور الثاني : الذي يضم 06 أبعاد و يتكون من 21 عبارة مقسمة كمايلي :

✓ بعد التنظيم الالكتروني للبنوك الالكترونية: 03 عبارات .

✓ بعد التخطيط الالكتروني في البنوك الإلكترونية: 03 عبارات.

✓ بعد اتخاذ القرارات الالكترونية: 04 عبارات .

✓ بعد الشبكات والبرامج : 04 عبارات.

✓ بعد اجهزة الإعلام الآلي: 03 عبارات .

✓ بعد الكفاءات البشرية : 04 عبارات .

المحور الثالث : يتكون من 10 عبارات التي تقيس المتغير التابع وهو الخدمات المصرفية الإلكترونية.

ثالثا - طريقة تحليل البيانات :

لوصف خصائص عينة الدراسة وبيان الأهمية النسبية لإجابات فقرات الاستبانة من قبل عينة الدراسة عن طريق برنامج (SPSS) وهو برنامج يحتوي على مجموعة كبيرة من الاختبارات الإحصائية التي تتدرج ضمن الإحصاء الوصفي مثل التكرارات، المتوسطات والانحرافات المعيارية... الخ، وضمن الإحصاء الاستدلالي مثل معاملات الارتباط، التباين الأحادي... الخ، وفي مايلي مجموعة الأساليب الإحصائية التي تم استخدامها في هذه الدراسة:

❖ **معامل الثبات ألفا كرونباخ :** لمعرفة ثبات فقرات الاستبيان .

❖ **التكرارات و النسب المئوية:** بهدف تحديد مؤشرات القياس المعتمدة في الدراسة وتحليل خصائص العينة .

❖ **اختبار كولموكروف سمرنوف Kolmogorov smirnov واختبار شابيرو shapiro :** للتأكد من أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

❖ **المتوسط الحسابي المرجح :** وهو متوسط مجموعة من القيم المدروسة على عددها، وذلك لغرض التعرف على متوسط إجابات المبحوثين حول الاستبيان وتحديد الاتجاه من خلال الأوزان، ونستطيع من خلال المتوسط الحسابي تحديد الوزن المئوي من أجل تحديد الأهمية النسبية حول العبارة التي تم الإجابة عليها، وكذلك يساعد في ترتيب العبارات وفق أعلى قيمة له ويتم حسابه وفق المعادلة الاحصائية التالية:

$$\bar{x} = \frac{\sum nixi}{N}$$

❖ **الانحراف المعياري** : وهو مقياس من مقاييس التشتت ،استخدم من أجل معرفة مدى انحراف إجابات عينة الدراسة اتجاه كل عبارة أو بعد أو متغير ،ويوضح هذا المقياس مقدار التشتت في إجابات عينة الدراسة عن المتوسط الحسابي ،فكلما كانت قيمته أقل من (01) واقتربت هذه القيمة من الصفر فهذا يعني تركيز الإجابات حول متوسطها الحسابي وعدم تشتتها ،وبالتالي تكون النتائج أكثر مصداقية ،كما أنه يستعان به في ترتيب العبارات في حالة تساوي المتوسط الحسابي لصالح الأقل تشتتاً أما إن كانت قيمته أكبر أو يساوي الواحد(01) فإنه يشير إلى تشتت الإجابات وعدم تركزها ،مما يدل على تباين أو تباعد استجابات الأغلبية لموضوع أو محتوى العبارة ويتم حسابه وفق المعادلة الاحصائية التالية :

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum ni(xi - \bar{x})}{N}}$$

❖ **سلم ليكارت** : تم استخدام مقياس ليكارت الخماسي المتدرج ذو النقاط الخمس لقياس العبارات حيث يقابل كل عبارة قائمة تحمل الاختيارات التالية: (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة) 1 لا اوافق بشدة 2 لا اوافق 3 غير متأكد 4 اوافق 5 اوافق بشدة .

إن تحديد طول الفئات لمقياس ليكارت الخماسي ،تطلب حساب المدى (5-1=4) ، ثم تقسيمه على فئات المقياس للحصول على طول الفئة الصحيح، أي (4/5= 0.8) ، يتم بعدها إضافة هذه القيمة في كل درجة للمقياس فنحصل على الحدود الدنيا والعليا لكل درجة والتي تم إدراجها في الجدول أدناه:

الجدول 04 : تقييم فئة المتوسط الحسابي المرجح

درجة التقدير في الدراسة	تقييم ليكارت الخماسي	فئة المتوسط الحسابي المرجح
منخفض جدا	موافقة ضعيفة جدا] 1.8 - 1[
منخفض	موافقة ضعيفة] 2.6 - 1.8 [
متوسط	موافقة متوسطة] 3.4 - 2.6 [
مرتفع	موافقة عالية] 4.2 - 3.4 [
مرتفع جدا	موافقة عالية جدا] 5 - 4.2 [

- ❖ **معامل ارتباط كاندال** : لمعرفة مدى ارتباط درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان مع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي اليه (الاتساق الداخلي لأداة الدراسة).
- ❖ **معامل الارتباط البسيط لكارل بيرسون** : لتوضيح طبيعة وقوة العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع محل الدراسة.
- ❖ **اختبار t test** : لاختبار تأثير كل متغير مستقل في النموذج على المتغير التابع.
- ❖ **تحليل التباين ANOVA** : من أجل اختبار الفرضيات .
- ❖ **الانحدار البسيط (Simple regression)** : من أهم التطبيقات الاحصائية في الاقتصاد والادارة والعلوم البحتة و العلوم التربوية ، و هو يبنى على وجود علاقة بين متغيرين ، و لمعرفة كيف يؤثر المتغير المستقل المتمثل في البنوك الالكترونية على المتغير التابع المتمثل في الخدمات المالية من خلال ادخال المتغير المستقل مع كل بعد من المتغير التابع على حدى في المعادلة ، و يتم تقييم كل متغير مستقل بناءا على قدرته التنبؤية بالمتغير التابع .
- ❖ **معامل التحديد** : لمعرفة مدى جودة التوفيق لخط الانحدار المقدر للمتغير التابع على المتغير المستقل .

رابعا :الصدق وثبات وسيلة الدراسة

أ. صدق أداة الدراسة:

يعتبر المقياس صادقا عندما يخلو من الخطأ المنتظم والعشوائي معا ،حيث يقصد بالصدق بأنه التأكد من قدرة أداة القياس على قياس الغرض المعد لأجله، وهذا لضمان أن الاستبيان يشتمل على مجموعة من العبارات الكافية والملائمة والممثلة للمفهوم ، فكلما كانت عبارات الاستبيان أكثر تمثيلا للمفهوم المقاس كلما زاد صدق أداة الدراسة ، ولغرض اختبار صدق أداة الدراسة يوجد عدة طرق يمكن استخدامها من بينها ما يلي :

• الصدق الظاهري (Face validity):

يعتبر من أبسط أشكال صدق المحتوى ، ويقصد بالصدق الظاهري Face validity شمول الاستبيان على كل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية ووضوح عباراته من ناحية أخرى ، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها ، ومن أجل التحقق من قدرة الاستبيان في قياس ما ينبغي قياسه .

لقد تم التأكد من صدق المحتوى لأداة القياس (الاستبانة) والمستخدم في هذه الدراسة ، حيث تم عرضها بعد تطوير الشكل الأولي على عدد من المحكمين الدكاترة للتأكد من مدى ملائمة

بنودها في تغطية جوانب موضوع الدراسة ، و مدى وضوحها وسلامة صياغتها (قائمة الأساتذة المحكمين أنظر الملحق رقم (02)).

وقد ركزت ملاحظاتهم على إعادة صياغة الجمل بحيث تكون مفهومة لدى جميع أفراد العينة المستقصات وعدم التركيز على المصطلحات التقنية المستخدمة في مجال التسويق ، وهذا لزيادة إمكانية تعاون عينة الدراسة ، و لضمان الحصول على اجابات مكتملة .

وعلى ضوء ملاحظات الأساتذة المحكمين عدلت الأداة حيث تم حذف بعض العبارات ، وتعديل إعادة صياغة البعض منها ، لتصبح أكثر وضوحا وفهما لدى أفراد عينة الدراسة وأكثر صدقا في قياس موضوعها ، لتخرج الاستبانة في شكلها النهائي متكونة من 31 عبارة .

• الصدق التجريبي (الاتساق الداخلي):

وللتأكد من الاتساق الداخلي ، الذي يعنى به مدى اتساق كل فقرة أو كل محور من الاستبانة مع الدرجة الكلية ، ثم استخدام البرنامج الاحصائي spss لحساب معاملات الارتباط بيرسون بين كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة ، وهو ما يسمى بصدق التكوين (البنائي) ، ثم حساب معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات الاستبانة والمحور الذي تنتمي اليه و هو ما يسمى بصدق المحك .

• صدق التكوين (البنائي): يعتبر أحد مقاييس صدق الأداة و الذي يقيس مدى تحقق

الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها ، ويبين مدى ارتباط كل محور من محاور الاستبانة بالدرجة الكلية ل فقرات الاستبانة ، ويتم ذلك أيضا بحساب معاملات ارتباط درجة كل بعد من أبعاد المتغير والدرجة الكلية لهذا المتغير و قد كانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (05) : معاملات الارتباط بين كل درجة محور والدرجة الكلية للاستبانة

المحاور	معامل الارتباط	Sig	مستوى الدلالة
محور البنوك	0,725	0,000	0,01
محور الخدمات	0,854	0,000	0,01

المصدر : من اعداد الطالبتين على ضوء مخرجات spss 21

يبين الجدول السابق أن جميع معاملات الارتباط في جميع محاور الاستبانة دالة احصائية عند مستوى معنوية (0,01) أي أنها دالة عند مستوى ثقة مقداره (99%) وكون هذا المستوى أكبر من مستوى الثقة المعتمد في هذه الدراسة والبالغ (95%) ، ويتضح من الجدول أن جميع

المحاور ترتبط ببعضها البعض وبالدرجة الكلية للاستبانة، وبذلك تعتبر جميع محاور الاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه.

- **صدق المحك:** وذلك بحساب العلاقة الارتباطية بين كل عبارة من عبارات المحور والدرجة الكلية لهذا المحور، وكانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (06): معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الأول والدرجة الكلية لهذا

المحور

العبارة 03	العبارة 02	العبارة 01	
0,655	0,743	0,602	المحور الأول: التنظيم

المصدر : من اعداد الطالبتين على ضوء مخرجات spss 21

يبين الجدول رقم (06) معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات محور التنظيم والدرجة الكلية لهذا المحور ، ويتضح منه أن جميع معاملات الارتباط موجبة تتراوح بين 0,602 و 0,743 و جميع العبارات دالة عند مستوى معنوية $\alpha=0,05$ وبذلك يعتبر المحور الأول صادقا لما وضع لقياسه.

جدول رقم (07): معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الثاني والدرجة الكلية لهذا

المحور

العبارة 03	العبارة 02	العبارة 01	
0,381	0,769	0,828	المحور الثاني: التخطيط

المصدر : من اعداد الطالبتين على ضوء مخرجات spss 21

يبين الجدول رقم (07) معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات محور التخطيط والدرجة الكلية لهذا المحور ، ويتضح منه أن جميع معاملات الارتباط موجبة تتراوح بين 0,381 و 0,828 و جميع العبارات دالة عند مستوى معنوية $\alpha=0,05$ وبذلك يعتبر المحور الثاني صادقا لما وضع لقياسه.

جدول رقم (08): معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الثالث والدرجة الكلية لهذا المحور

العبارة 04	العبارة 03	العبارة 02	العبارة 01	
0,454	0,598	0,666	0,753	المحور الثالث: الاتخاذ

المصدر : من اعداد الطالبتين على ضوء مخرجات spss 21

يبين الجدول رقم (08) معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات محور اتخاذ والدرجة الكلية لهذا المحور ، ويتضح منه أن جميع معاملات الارتباط موجبة تتراوح بين 0,454 و 0,753 و جميع العبارات دالة عند مستوى معنوية $\alpha=0,05$ وبذلك يعتبر المحور الثالث صادقا لما وضع لقياسه.

جدول رقم (09): معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الرابع والدرجة الكلية لهذا

المحور

العبارة 04	العبارة 03	العبارة 02	العبارة 01	
0,556	0,629	0,621	0,576	المحور الرابع: الشبكات

المصدر : من اعداد الطالبتين على ضوء مخرجات spss 21

يبين الجدول رقم (09) معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات محور الشبكات والبرامج والدرجة الكلية لهذا المحور ، ويتضح منه أن جميع معاملات الارتباط موجبة تتراوح بين 0,556 و 0,629 و جميع العبارات دالة عند مستوى معنوية $\alpha=0,05$ وبذلك يعتبر المحور الرابع صادقا لما وضع لقياسه.

جدول رقم (10) : معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الخامس والدرجة الكلية لهذا

المحور

العبارة 03	العبارة 02	العبارة 01	
0,299	0,816	0,703	المحور الخامس: اجهزة

المصدر : من اعداد الطالبتين على ضوء مخرجات spss 21

يبين الجدول رقم (10) معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات محور أجهزة والدرجة الكلية لهذا المحور ، ويتضح منه أن جميع معاملات الارتباط موجبة تتراوح بين 0,299

و0,703 و جميع العبارات دالة عند مستوى معنوية $\alpha=0,05$ وبذلك يعتبر المحور الخامس صادقا لما وضع لقياسه.

جدول رقم (11): معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور السادس والدرجة الكلية لهذا المحور

العبارة 04	العبارة 03	العبارة 02	العبارة 01	
0,581	0,412	0,747	0,612	المحور السادس: الكفاءات

المصدر : من اعداد الطالبتين على ضوء مخرجات spss 21

يبين الجدول رقم (11) معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات محور الكفاءات والدرجة الكلية لهذا المحور ، ويتضح منه أن جميع معاملات الارتباط موجبة تتراوح بين 0,412 و 0,747 و جميع العبارات دالة عند مستوى معنوية $\alpha=0,05$ وبذلك يعتبر المحور السادس صادقا لما وضع لقياسه.

جدول رقم (12): معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور السابع والدرجة الكلية لهذا المحور

العبارة 10	العبارة 09	العبارة 08	العبارة 07	العبارة 06	العبارة 05	العبارة 04	العبارة 03	العبارة 02	العبارة 01	
0,146	0,531	0,276	0,356	0,399	0,621	0,451	0,267	0,633	0,550	المحور السابع: الدرجة الكلية

المصدر : من اعداد الطالبتين على ضوء مخرجات spss 21

يبين الجدول رقم (12) معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات محور الخدمات والدرجة الكلية لهذا المحور ، ويتضح منه أن جميع معاملات الارتباط موجبة تتراوح بين 0,146 و 0,633 و جميع العبارات دالة عند مستوى معنوية $\alpha=0,05$ وبذلك يعتبر المحور السابع صادقا لما وضع لقياسه.

ب. ثبات أداة الدراسة (Reliability):

• ألفا كرونباخ:

للتأكد من صدق وثبات أداة الدراسة نقوم بحساب معامل ألفا كرونباخ لقياس الثبات ، حيث تمكن كرونباخ (cronbach) من اشتقاق صيغة عامة لتقدير ثبات درجات أنواع الاختبارات و المقاييس المختلفة وتؤدي هذه الطريقة إلى معامل اتساق داخلي لبنية الاختبار ويسمى أيضا معامل التجانس و هي كالتالي : (الكناي ، 2014،ص266).

$$RTT = \left(\frac{N}{N-1} \right) \left(1 - \frac{\sum sdi^2}{sdi^2} \right)$$

وتعتبر من أفضل الطرق المستعملة لقياس ثبات الاستبانة ، وهناك شبه اتفاق بين الباحثين على أن معامل ألفا لتقييم الثبات الذي يكون أعلى النسبة المقبولة (60%) يعتبر كافيا ومقبولا وأن معامل ألفا الذي تصل قيمته إلى (80%) يعتبر المقياس مثاليا ذو مستوى ممتاز من الثقة والثبات (ثابت بدون نشر، ص 108).

الجدول رقم(13): مقياس ثبات ألفا كرونباخ لمحاور الدراسة

الرمز	المحاور	عدد العبارات	معامل الثبات " ألفا كرونباخ"	معامل الصدق
X	المحور الأول : البنوك الالكترونية	21	0,605	0,777
Y	المحور الثاني: الخدمات المصرفية	10	0,616	0,784
	اجمالي المحاور	31	0,785	0,886

المصدر: من اعداد الطالبتين على ضوء مخرجات Spss21

التعليق:

تعتبر النتائج السابقة نتائج جيدة و مقبولة في مثل هذه الدراسات و أن قيمة ألفا كرونباخ لردود المستجوبين للاستبانة بشكل عام 78,5% وهي نسبة أكبر من قيمة الحد الأدنى المقبول بمعامل ألفا كرونباخ 60% مما يدل على ثبات العبارات المكونة لكل محور من محاور الدراسة ، و كذلك معامل الصدق كان 88,6% و هو أكبر من 70% مما يدل على صدق العبارات المكونة لكل

محور من محاور الدراسة ومنه يمكننا الاعتماد على هذه الاجابات في تحقيق أهداف الدراسة و تعميم نتائج البحث.

أولاً: وصف خصائص العينة

بعد تفريغ البيانات وتحليلها باستخدام برنامج spss21 قمنا بحساب النسب المئوية للمتغيرات الشخصية والوظيفية للعينة المبحوثة كما هو موضح في الشكل التالي:

الجدول رقم (14): مواصفات عينة الدراسة

الرقم	المتغير	الفئة	العدد	النسبة المئوية %
01	الجنس	ذكر	14	46 ,7
		أنثى	16	53 ,3
02	العمر	من 20 إلى 30	13	43,3
		من 31 إلى 40	13	43,3
		من 41الى 50	3	10
		51 فأكثر	1	3 ,3
03	المستوى التعليمي	ثانوي أقل	-	-
		جامعي	22	73 ,3
		دراسات عليا	8	26,7
		أقل من سنة	4	13 ,3
		من سنة إلى سنتين	14	46 ,7
		من سنتين إلى ثلاثة سنوات	4	13 ,3

عدد سنوات التعامل مع البنك	من ثلاثة سنوات فأكثر	8	26,7
----------------------------	----------------------	---	------

المصدر : من اعداد الطالبتين على ضوء مخرجات spss 21

التعليق: من نتائج الجدول السابق نلاحظ أن هناك تفوق في نسبة الاناث من أفراد العينة مقارنة بالذكور بنسبة %53,3 أما في ما يخص العمر الفئة الطاغية هي من 20 إلى 30 و من 31 إلى 40 بنسبة %43,3 ، والمستوى التعليمي لأغلبية الأفراد هم حاملي الشهادات الجامعية بنسبة 73,3 و أما بالنسبة لعدد سنوات التعامل مع البنك فكانت أعلى نسبة للموظفين الذين تتراوح مدة تعاملهم من سنة إلى سنتين .

ثانيا :تحليل النتائج

1. تحليل اتجاه اجابات أفراد العينة حول متغيرات الدراسة

من خلال هذا الجزء سنقوم بدراسة تحليل الاحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة ، و ذلك بايجاد المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لكل عبارة من العبارات الواردة في استبيان الدراسة ، وكذا تحديد درجة الموافقة على كل عبارة و ذلك بعرض كل محور على حدا.

أ. تحليل اتجاهات آراء أفراد العينة حول أبعاد البنوك الالكترونية

• اتجاهات أفراد العينة حول بعد التنظيم الالكتروني

تم جمع آراء أفراد العينة حول بعد التنظيم الالكتروني من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم(25): اتجاهات آراء أفراد العينة على مستوى إستراتيجية التنظيم الالكتروني

الترتيب	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة
03	مرتفع	1,149	3,70	هل يعتمد البنك على نظام إدارة معلومات متكامل لتحقيق أهدافه الالكترونية
				هل يتم تقديم التدريب والتطوير المناسب للموظفين

01	مرتفع	1,048	3,93	لتعزيز مهاراتهم في التعامل مع التكنولوجيا المصرفية الالكترونية
02	مرتفع	1,048	3,73	هل يوجد توجيه استراتيجي واضح لاستخدام التكنولوجيا في توسيع نطاق الخدمات المصرفية الالكترونية
	مرتفع	0,71911	3,7889	المتوسط المرجح العام

المصدر : من اعداد الطالبتين على ضوء مخرجات spss 21

من خلال الجدول السابق يتضح أن هناك درجة موافقة مرتفعة لاتجاه أفراد العينة حول البعد الأول من أبعاد البنوك الالكترونية ألا وهو بعد التنظيم وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام للبعد حيث يقدر ب 3,7889 و انحراف معياري 0,719 ، ويمكن ترتيب عبارات هذا البعد تنازليا من مستوى الموافقة الأعلى إلى مستوى الموافقة المنخفض بناءا على المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري الخاص بأراء عينة الدراسة حول كل عبارة من عبارات هذا البعد كما يلي:

جاءت في المرتبة الأولى العبارة رقم(02): " هل يتم تقديم التدريب والتطوير المناسب للموظفين لتعزيز مهاراتهم في التعامل مع التكنولوجيا المصرفية الالكترونية" بمتوسط حسابي بلغ 3,93 يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة و بانحراف معياري 1,048 مرتفع نوعا ما مما يدل على عدم تمركز الاجابات حول المتوسط الحسابي و هذه النتائج تدل على وجود تباين في

آراء العينة ومنه البنك محل الدراسة يهتم بتقديم التدريب و التطوير المناسب للموظفين لتعزيز مهاراتهم في التعامل مع التكنولوجيا المصرفية

جاءت في المرتبة الثانية العبارة رقم (03): " هل يوجد توجيه استراتيجي واضح لاستخدام التكنولوجيا في توسيع نطاق الخدمات المصرفية الالكترونية" بمتوسط حسابي بلغ 3,73 يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة و انحراف معياري مرتفع نوعا ما 1,048 يدل على عدم تمركز الاجابات حول المتوسط الحسابي و هذه النتائج تدل على وجود تباين في آراء العينة ومنه البنك محل الدراسة يقدم توجيه استراتيجي واضح لاستخدام التكنولوجيا في توسيع نطاق الخدمات.

جاءت في المرتبة الثالثة العبارة رقم (01): " هل يعتمد البنك على نظام إدارة معلومات متكامل لتحقيق أهدافه الالكترونية " بمتوسط حسابي بلغ 3,70 مرتفع على العبارة و بانحراف معياري مرتفع بلغ 1,49 هذا يدل على عدم تمركز الاجابات حول المتوسط الحسابي و هذه النتائج تدل على وجود تباين في آراء العينة و منه البنك محل الدراسة يعتمد على نظام إدارة معلومات متكامل لتحقيق أهدافه الالكترونية.

• اتجاهات أفراد العينة حول بعد التخطيط الالكتروني

تم جمع اتجاهات أفراد العينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (16): اتجاهات آراء أفراد العينة على مستوى إستراتيجية التخطيط الالكتروني

الترتيب	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة
02	مرتفع	1,081	3,93	هل تجد تصميم موقع البنك الالكتروني سهل الاستخدام
03	مرتفع	1,066	3,63	هل تنوي البقاء مشتركا في خدمات البنك الالكتروني في المستقبل

01	مرتفع جدا	0,407	4,20	هل تجد أن البنك الإلكتروني يقدم معلومات كافية حول الخدمات والمنتجات المتاحة
	مرتفع	0,62320	3,9222	المتوسط المرجح العام

المصدر : من اعداد الطالبتين على ضوء مخرجات spss 21

من خلال الجدول السابق يتضح ، أن هناك درجة موافقة مرتفعة لاتجاه أفراد العينة حول البعد الثاني من أبعاد البنوك الإلكترونية الا وهو بعد التخطيط وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام للبعد حيث يقدر ب 3,922 و انحراف معياري 0,623 ، ويمكن ترتيب عبارات هذا البعد تنازليا من مستوى الموافقة الأعلى إلى مستوى الموافقة المنخفض بناءا على المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري الخاص بآراء عينة الدراسة حول كل عبارة من عبارات هذا البعد كما يلي:

جاءت في المرتبة الأولى العبارة رقم (03) : " هل تجد أن البنك الإلكتروني يقدم معلومات كافية حول الخدمات والمنتجات المتاحة" بمتوسطة حسابي بلغ 4,20 يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة وبانحراف معياري منخفض 0,407 هذا يدل على تمركز الاجابات حول المتوسط الحسابي و هذا يدل على أن البنك مهتم بتقديم معلومات كافية حول الخدمات والمنتجات المتاحة.

جاءت في المرتبة الثانية العبارة رقم (01): "هل تجد تصميم موقع البنك الإلكتروني سهل الاستخدام" بمتوسط حسابي بلغ 3,93 يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة و بانحراف معياري 1,081 مرتفع نوعا ما يدل على عدم تمركز الاجابات حول المتوسط الحسابي و هذه النتيجة تدل على وجود تباين في آراء افراد العينة و منه تصميم موقع البنك الإلكتروني سهل الاستخدام .

جاءت في المرتبة الثالثة العبارة رقم (02): "هل تنوي البقاء مشتركا في خدمات البنك الإلكتروني في المستقبل" بمتوسط حسابي 3,63 مرتفع وبانحراف معياري مرتفع نوعا ما 1,066 هذا يدل على عدم تمركز اجابات أفراد العينة حول المتوسط الحسابي و هذه النتيجة تدل على وجود تباين في آراء افراد العينة و منه أغلبية الموظفين يفضلون البقاء مشتركين في خدمات البنك الإلكتروني مستقبلا.

• اتجاهات أفراد العينة حول بعد اتخاذ القرارات الإلكترونية

تم جمع اتجاهات أفراد العينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (17): اتجاهات آراء أفراد العينة على مستوى إستراتيجية اتخاذ القرارات الالكترونية

الترتيب	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة
04	مرتفع	1,432	3,50	هل تعتمد على خدمات البنك الالكتروني لادارة حسابك المصرفي
02	مرتفع	1,230	3,93	هل تشعر بالراحة والثقة في اتخاذ القرارات المالية عبر البنوك الالكترونية
03	مرتفع	0,913	3,83	هل تعتقد أن البنك الالكتروني يوفر معلومات كافية للمساعدة في اتخاذ القرارات المالية
01	مرتفع	0,995	4,10	هل تفضل القيام بالعمليات المالية بنفسك أم تفضل استشارة مستشار مالي
	مرتفع	0,72363	3,8417	المتوسط المرجح العام

المصدر : من اعداد الطالبتين على ضوء مخرجات spss 21

من خلال الجدول السابق يتضح أن هناك درجة موافقة مرتفعة لاتجاه أفراد العينة حول البعد الثالث من أبعاد البنوك ألا وهو اتخاذ القرارات، وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام

للمحور حيث يقدر ب 3,841 وانحراف معياري 0,723، و يمكن ترتيب عبارات هذا المحور تنازلياً من مستوى الموافقة الأعلى إلى مستوى الموافقة المنخفض بناء على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الخاص بآراء عينة الدراسة حول كل عبارة من عبارات هذا المحور كمايلي:

-جاءت في المرتبة الأولى العبارة رقم (04): " هل تفضل القيام بالعمليات المالية بنفسك أم تفضل استشارة مستشار " بمتوسط حسابي بلغ 4,10 يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة وبانحراف معياري منخفض 0,995 يدل على تمركز الاجابات حول المتوسط الحسابي ، وهذه النتائج تبين أن استشارة مستشار مالي مفضل للقيام بالعمليات المالية.

-جاءت في المرتبة الثانية العبارة رقم (02): " هل تشعر بالراحة والثقة في اتخاذ القرارات المالية عبر البنوك الالكترونية " بمتوسط حسابي بلغ 3,93 لكن بانحراف معياري مرتفع قدر ب 1,230 يدل على هذا يدل على عدم تمركز اجابات أفراد العينة حول المتوسط الحسابي و هذه النتيجة تدل على وجود تباين في آراء أفراد العينة ومنه أفراد العينة يشعرون بالراحة والثقة في اتخاذ القرارات المالية عبر البنوك الالكترونية.

-جاءت في المرتبة الثالثة العبارة رقم (03): " هل تعتقد أن البنك الالكتروني يوفر معلومات كافية للمساعدة في اتخاذ القرارات المالية" بمتوسط حسابي بلغ 3,83 مرتفع و انحراف معياري 0,913 منخفض مما يدل على تمركز اجابات أفراد العينة حول المتوسط الحسابي مما يدل على البنك محل الدراسة يوفر معلومات كافية للمساعدة في اتخاذ القرارات المالية .

جاءت في المرتبة الرابعة العبارة رقم(01): " هل تعتمد على خدمات البنك الالكتروني لادارة حسابك المصرفي " بمتوسط حسابي 3,50 مرتفع على العبارة و بانحراف معياري 1,432 مرتفع هذا يدل على عدم تمركز اجابات أفراد العينة حول المتوسط الحسابي و هذه النتيجة تدل على وجود تباين في آراء أفراد العينة ومنه أفراد العينة يفضلون الاعتماد على خدمات البنك الالكتروني لادارة حساباتهم المصرفية .

• اتجاهات افراد العينة حول بعد الشبكات والبرامج

تم جمع اتجاهات افراد العينة في الجدول التالي :

الجدول رقم(18): اتجاهات آراء أفراد العينة على مستوى إستراتيجية الشبكات والبرامج

الترتيب	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة
---------	---------	-------------------	-----------------	---------

01	مرتفع	1,062	3,90	هل تجد أن أداء شبكات البنوك الالكترونية موثوق به وسريع
03	مرتفع	0,973	3,87	هل واجهت مشاكل في الوصول إلى خدمات البنوك الالكترونية بسبب مشاكل في الشبكات
02	مرتفع	0,995	3,90	هل تشعر بالقلق بشأن الأمان والحماية عند استخدام البرامج في البنوك الالكترونية
04	مرتفع	1,186	3,80	هل تستخدم التطبيقات المصرفية المحمولة بانتظام
	مرتفع	0,62537	3,8667	المتوسط المرجح العام

المصدر : من اعداد الطالبتين على ضوء مخرجات spss 21

من خلال الجدول السابق يتضح ، أن هناك درجة موافقة مرتفعة لاتجاه أفراد العينة حول البعد الرابع من أبعاد البنوك الالكترونية الا وهو بعد الشبكات والبرامج وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام للبعد حيث يقدر ب 3,866 و انحراف معياري 0,625 ، ويمكن ترتيب عبارات هذا البعد تنازليا من مستوى الموافقة الأعلى إلى مستوى الموافقة المنخفض

بناء على المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري الخاص بآراء عينة الدراسة حول كل عبارة من عبارات هذا البعد كما يلي:

جاءت في المرتبة الأولى العبارة رقم (01): "هل تجد أن أداء شبكات البنوك الالكترونية موثوق بت وسريع" بمتوسط حسابي مرتفع 3,90 على العبارة و بانحراف معياري 1,062 مرتفع نوعا ما و هذا يدل على عدم تمركز اجابات أفراد العينة حول المتوسط الحسابي و هذه النتيجة تدل على وجود تباين في آراء أفراد العينة ومنه أفراد العينة يرون أن أداء شبكات البنوك الالكترونية موثوق بها وسريع.

جاءت في المرتبة الثانية العبارة رقم (03): "هل تشعر بالقلق بشأن الامان والحماية عند استخدام البرامج في البنوك الالكترونية" بمتوسط حسابي بلغ 3,90 يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة و بانحراف معياري 0,995 منخفض يدل على تمركز الاجابات حول المتوسط الحسابي و هذا يدل على أن افراد العينة يشعرون بالقلق بشأن الامان عند استخدام البرامج في البنوك الالكترونية

جاءت في المرتبة الثالثة العبارة رقم (02): "هل واجهت مشاكل في الوصول إلى خدمات البنوك الالكترونية بسبب مشاكل في الشبكات" بمتوسط حسابي بلغ 3,87 مرتفع يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة و بانحراف معياري 0,973 منخفض ما يدل على تمركز الاجابات حول المتوسط الحسابي و هذا يدل على أن افراد العينة يواجهون مشاكل في الوصول إلى خدمات البنوك الالكترونية بسبب مشاكل في الشبكات.

جاءت في المرتبة الرابعة العبارة رقم (04): "هل تستخدم التطبيقات المصرفية المحمولة بانتظام" بمتوسط حسابي بلغ 3,80 يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة و بانحراف معياري 1,186 مرتفع هذا يدل على عدم تمركز اجابات أفراد العينة حول المتوسط الحسابي و هذه النتيجة تدل على وجود تباين في آراء افراد العينة ومنه أفراد العينة يفضلون استخدام التطبيقات المصرفية المحمولة بانتظام.

• اتجاهات أفراد العينة حول بعد أجهزة الاعلام الالي

تم جمع اتجاهات أفراد العينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (19): اتجاهات آراء أفراد العينة على مستوى إستراتيجية أجهزة الاعلام الآلي

الترتيب	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة
---------	---------	-------------------	-----------------	---------

01	مرتفع	1,042	4,13	هل تجد أن استخدام أجهزة الاعلام الآلي يوفر الوقت والجهد في اجراء العمليات المصرفية
03	مرتفع	1,402	3,63	هل تستخدم أجهزة الاعلام الآلي في البنوك الالكترونية لاجراء العمليات المصرفية
02	مرتفع	0,999	4,03	هل واجهت أي صعوبات في التعامل مع أجهزة الاعلام الآلي في البنوك الالكترونية
مرتفع		0,86540	3,8222	المتوسط المرجح العام

المصدر : من اعداد الطالبتين على ضوء مخرجات spss 21

من خلال الجدول السابق يتضح ، أن هناك درجة موافقة مرتفعة لاتجاه أفراد العينة حول البعد الخامس من أبعاد البنوك الالكترونية ألا وهو بعد أجهزة الاعلام الآلي وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام للبعد حيث يقدر ب 3,822 و انحراف معياري 0,865 ، ويمكن ترتيب عبارات هذا البعد تنازليا من مستوى الموافقة الأعلى إلى مستوى الموافقة المنخفض بناء على المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري الخاص بآراء عينة الدراسة حول كل عبارة من عبارات هذا البعد كما يلي:

جاءت في المرتبة الأولى العبارة رقم (01): "هل تجد أن استخدام أجهزة الاعلام الآلي يوفر الوقت والجهد في اجراء العمليات المصرفية" بمتوسط حسابي بلغ 4,13 يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة و بانحراف معياري 1,042 مرتفع هذا يدل على عدم تركيز اجابات أفراد العينة حول المتوسط الحسابي و هذه النتيجة تدل على وجود تباين في آراء أفراد العينة ومنه استخدام أجهزة الاعلام الآلي يوفر الوقت والجهد في اجراء العمليات المصرفية.

جاءت في المرتبة الثانية العبارة رقم(03): "هل واجهت اي صعوبات في التعامل مع أجهزة الاعلام الآلي في البنوك الالكترونية" بمتوسط حسابي 4,03 يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة و بانحراف معياري 0,999 منخفض يدل على تركيز الاجابات حول المتوسط الحسابي و هذا يدل على أن أفراد العينة يواجهون صعوبات في التعامل مع اجهزة الاعلام الآلي.

جاءت في المرتبة الثالثة العبارة رقم(02): "هل تستخدم أجهزة الاعلام الآلي في البنوك الالكترونية لاجراء العمليات المصرفية" بمتوسط حسابي 3,63 يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة و بانحراف معياري 1,402 مرتفع هذا يدل على عدم تركيز اجابات أفراد العينة حول المتوسط الحسابي و هذه النتيجة تدل على وجود تباين في آراء أفراد العينة ومنه أفراد العينة يستخدمون أجهزة الاعلام الآلي لاجراء العمليات المصرفية.

• اتجاهات أفراد العينة حول بعد الكفاءات البشرية

تم جمع اتجاهات أفراد العينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (20): اتجاهات آراء أفراد العينة على مستوى إستراتيجية الكفاءات البشرية

الترتيب	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة
04	مرتفع	1,179	3,70	هل تعتقد أن القدرة على حل المشكلات واتخاذ القرارات بسرعة مهمة لموظفي البنوك الالكترونية
				هل لاحظت تحسنا في مستوى خدمة

01	مرتفع	1,112	4,07	العملاء في البنوك الالكترونية مع مرور الوقت
03	مرتفع	1,135	3,77	هل تعتقد أن القدرة على التواصل مع العملاء بشكل فعال هي كفاءة أساسية لموظفي البنوك الالكترونية
02	مرتفع	0,947	4	هل تجد أن الموظفين في البنوك الالكترونية مدربين جيدا على الخدمات والتقنيات المتوفرة
	مرتفع	0,64237	3,8833	المتوسط المرجح العام

المصدر : من اعداد الطالبتين على ضوء مخرجات spss 21

من خلال الجدول السابق يتضح ، أن هناك درجة موافقة مرتفعة لاتجاه أفراد العينة حول البعد السادس من أبعاد البنوك الالكترونية ألا وهو بعد الكفاءات البشرية وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام للبعد حيث يقدر ب 3,88 و انحراف معياري 0,642، ويمكن ترتيب عبارات هذا البعد تنازليا من مستوى الموافقة الأعلى إلى مستوى الموافقة المنخفض بناء على المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري الخاص بأراء عينة الدراسة حول كل عبارة من عبارات هذا البعد كما يلي:

جاءت في المرتبة الأولى العبارة رقم(02): " هل لاحظت تحسنا في مستوى خدمة العملاء في البنوك الالكترونية مع مرور الوقت" بمتوسط حسابي بلغ 4,07 يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة وبانحراف معياري 1,112 مرتفع هذا يدل على عدم تمركز اجابات أفراد العينة

حول المتوسط الحسابي و هذه النتيجة تدل على وجود تباين في آراء افراد العينة ومنه افراد العينة يلاحظون تحسنا في مستوى خدمة العملاء .

جاءت في المرتبة الثانية العبارة رقم(04): " هل تجد أن الموظفين في البنوك الالكترونية مدربين جيدا على الخدمات والتقنيات المتوفرة" بمتوسط 4 يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة وبانحراف معياري 0,947 منخفض و هذا يدل على تمركز اجابات أفراد العينة حول المتوسط الحسابي و هذا يدل على أن الموظفين في البنوك الالكترونية مدربون جيدا على الخدمات والتقنيات المتوفرة.

جاءت في المرتبة الثالثة العبارة رقم (03): " هل تعتقد أن القدرة على التواصل مع العملاء بشكل فعال هي كفاءة اساسية لموظفي البنوك الالكترونية" بمتوسط حسابي 3,77 يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة و انحراف معياري مرتفع 1,135 و هذا يدل على عدم تمركز اجابات أفراد العينة حول المتوسط الحسابي و هذه النتائج تدل على وجود تباين في آراء العينة و هذه النتيجة تبين أن افراد العينة يعتقدون أن القدرة على التواصل مع العملاء هي كفاءة اساسية لموظفي البنوك الالكترونية .

جاءت في المرتبة الرابعة العبارة رقم (01): " هل تعتقد أن القدرة على حل المشكلات واتخاذ القرارات بسرعة مهمة لموظفي البنوك الالكترونية" بمتوسط حسابي 3,70 يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة و بانحراف معياري 1,179 و هذا يدل على عدم تمركز اجابات أفراد العينة حول المتوسط الحسابي و هذه النتائج تدل على وجود تباين في آراء العينة ومنه أفراد العينة يتفقون على أن القدرة على حل المشكلات واتخاذ القرارات بسرعة مهمة لموظفي البنوك الالكترونية.

ب. تحليل اتجاهات آراء أفراد العينة حول الخدمات المالية

الجدول رقم(21): اتجاهات آراء أفراد العينة حول الخدمات المالية

الترتيب	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة
03	مرتفع	1,174	4	هل يتواصل بنكم مع زبائنه بواسطة الرسائل النصية

08	مرتفع	1,291	3,70	هل يساعد بنكم زبائنة على تعلم استخدام الخدمات الالكترونية والتعامل معها
04	مرتفع	0,923	3,90	هل لبنكم موقع رسمي يوفر جميع المعلومات الخاصة بالخدمات المقدمة
10	مرتفع	1,322	3,67	هل يوفر بنكم خدمات الكترونية
05	مرتفع	1,242	3,90	هل استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية يؤدي إلى تقليل التكلفة وزيادة الربحية
07	مرتفع	1,305	3,77	هل تتمتع الخدمات المصرفية الالكترونية بخواص تأمينية ضد الاختراق
09	مرتفع	1,119	3,70	هل يتم اعلام المتعاملين مع بنكم بالخدمات المصرفية الالكترونية الجديدة

06	مرتفع	0,961	3,80	هل يتواصل بنككم مع زبائنه بواسطة البريد الالكتروني
01	مرتفع جدا	0,971	4,23	هل يمكن للزبون انجاز أعماله البنكية من المنزل أو في أي مكان وفي أي وقت يريد
02	مرتفع جدا	0,568	4,23	هل الصرافات الآلية توفر خدماتها في جميع أيام الاسبوع و 24/24
	مرتفع	0,48590	3,8900	المتوسط المرجح العام للمحور

المصدر : من اعداد الطالبتين على ضوء مخرجات spss 21

من خلال الجدول السابق يتضح ، أن هناك درجة موافقة مرتفعة لاتجاه أفراد العينة حول المحور الثاني ألا وهو محور الخدمات وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام للمحور حيث يقدر ب 3,89 و انحراف معياري 0,485، ويمكن ترتيب عبارات هذا البعد تنازليا من مستوى الموافقة الأعلى إلى مستوى الموافقة المنخفض بناء على المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري الخاص بآراء عينة الدراسة حول كل عبارة من عبارات هذا المحور كما يلي:

جاءت في المرتبة الأولى العبارة رقم (09): " هل يمكن للزبون انجاز أعماله البنكية من المنزل أو في أي مكان وفي أي وقت يريد" بمتوسط حسابي 4,23 يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة و بانحراف معياري 0,971 منخفض و هذا يدل على تمركز اجابات أفراد العينة حول المتوسط الحسابي و هذه النتيجة تدل على أن الزبون يمكنه انجاز أعماله من المنزل .

جاءت في المرتبة الثانية العبارة رقم (10): " هل الصرافات الآلية توفر خدماتها في جميع أيام الاسبوع و 24/24 " بمتوسط حسابي 4,23 يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة و بانحراف

معياري 0,568 منخفض وهذا يبين تمركز اجابات أفراد العينة حول المتوسط الحسابي و هذا يدل على أن الصرافات الآلية توفر خدماتها في جميع أيام الاسبوع.

جاءت في المرتبة الثالثة العبارة رقم (01): "هل يتواصل بنكم مع زبائنه بواسطة الرسائل النصية" بمتوسط حسابي 4 يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة و بانحراف معياري 1,174 مرتفع يدل على عدم تمركز اجابات أفراد العينة حول المتوسط الحسابي و هذه النتيجة تدل على وجود تباين في آراء العينة ومنه البنك يتواصل مع زبائنه بواسطة الرسائل النصية.

جاءت في المرتبة الرابعة العبارة رقم (03): "هل لبنكم موقع رسمي يوفر جميع المعلومات الخاصة بالخدمات المقدمة" بمتوسط حسابي 3,90 يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة و بانحراف معياري 0,923 منخفض وهذا يبين تمركز اجابات افراد حول المتوسط الحسابي و هذا يدل على أن البنك يوفر موقع رسمي به جميع المعلومات الخاصة بالخدمات.

جاءت في المرتبة الخامسة العبارة رقم (05): "هل استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية يؤدي إلى تقليل التكلفة وزيادة الربحية" بمتوسط حسابي 3,90 يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة و بانحراف معياري 1,242 مرتفع يدل على عدم تمركز اجابات افراد العينة حول المتوسط الحسابي و هذه النتيجة تدل على وجود تباين في آراء العينة ومنه افراد العينة يوافقون على أن اسخدام الخدمات المصرفية يؤدي إلى تقليل التكلفة وزيادة الربحية .

جاءت في المرتبة السادسة العبارة رقم (08): "هل يتواصل بنكم مع زبائنه عبر البريد الالكتروني" بمتوسط حسابي 3,80 يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة و بانحراف معياري 0,961 منخفض يبين تمركز اجابات افراد حول المتوسط الحسابي و هذا يدل على أن البنك يتواصل مع زبائنه عبر البريد الالكتروني .

جاءت في المرتبة السابعة العبارة رقم (06): "هل تتمتع الخدمات المصرفية الالكترونية بخواص تامينية ضد الاختراق" بمتوسط حسابي 3,77 يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة و بانحراف معياري 1,305 مرتفع يدل على عدم تمركز اجابات افراد العينة حول المتوسط الحسابي وهذه النتيجة تدل على وجود تباين في آراء العينة و هذا يدل على تمتع الخدمات المصرفية الالكترونية بخواص تامينية ضد الاختراق .

جاءت في المرتبة الثامنة العبارة رقم (02) : "هل يساعد بنكم زبائنه على تعلم استخدام الخدمات الالكترونية والتعامل معها" بمتوسط حسابي 3,70 يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة و بانحراف معياري 1,291 مرتفع يدل على عدم تمركز اجابات افراد العينة حول المتوسط

الحسابي وهذه النتيجة تدل على وجود تباين في اراء العينة و هذا يدل على أن البنك محل الدراسة يساعد زبائنه على تعلم استخدام الخدمات الالكترونية.

جاءت في المرتبة التاسعة العبارة رقم (07) : " هل يتم اعلام المتعاملين مع بنكمم بالخدمات المصرفية الالكترونية الجديدة " بمتوسط حسابي 3,70 يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة وبانحراف معياري 1,119 مرتفع يدل على عدم تمركز اجابات افراد العينة حول المتوسط الحسابي وهذه النتيجة تدل على وجود تباين في اراء العينة و هذا يبين ان البنك محل الدراسة يقوم باعلام متعامليه بالخدمات المصرفية الالكترونية.

جاءت في المرتبة العاشرة العبارة رقم (04) : " هل يوفر بنكمم خدمات الكترونية " بمتوسط حسابي 3,67 يبين درجة موافقة مرتفعة على العبارة وبانحراف معياري 1,322 مرتفع يدل على عدم تمركز اجابات افراد العينة حول المتوسط الحسابي وهذه النتيجة تدل على وجود تباين في اراء العينة و هذا يبين أن البنك محل الدراسة يوفر خدمات الكترونية .

ثالثا: نتائج الفرضيات

يجب التأكد من أن المجتمع خاضع لتوزيع طبيعي و ذلك لكي تكون التحليلات والتفسيرات أكثر مصداقية ثم نقوم بالتأكد من صحة أو خطأ الفرضيات ومناقشة النتائج التي توصلنا اليها.

أ. اختبار التوزيع الطبيعي

للتأكد إذا كانت البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي أولاً، نقوم باستخدام اختبار كولمجروف-سمرنوف بحيث تختبر الفرضية الصفرية القائلة بأن " العينة المسحوبة من المجتمع لا تتبع بيانات التوزيع الطبيعي" مقابل الفرضية البديلة القائلة بأن " العينة المسحوبة من المجتمع تتبع بيانات التوزيع الطبيعي " واذا كانت قيمة (sig) أكبر أو تساوي مستوى الدلالة (ألفا) ، فإنه يخضع للتوزيع الطبيعي .

الجدول رقم (22): اختبار التوزيع الطبيعي (اختبار كولمجروف سمرنوف)

الرقم	البعد	قيمة Z	مستوى الدلالة (القيمة الاحتمالية Sig)
01	الخدمات	0 ,145	0,106

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Sps 21

الجدول رقم (23): اختبار التوزيع الطبيعي (اختبار شابيرو)

الرقم	البعد	قيمة shapiro	مستوى الدلالة
01	الخدمات	0,955	0,236

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Spss 21

من الجدول الذي يوضح نتائج الاختبار تبين أن قيمة (sig) كانت أكبر من مستوى الدلالة (ألفا 0,05) لجميع الأبعاد ، كما يبين الجدول أن درجة المعنوية ل Z وشابيرو المحسوبة أكبر من 0,05 فان متغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي و منه نستطيع أن نقوم بدراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة.

ب. اختبار الفرضية الرئيسية وتفسير النتائج

• نتائج اختبار الفرضيات

لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية للبنوك الالكترونية بأبعادها الستة (التنظيم ، التخطيط ، اتخاذ القرارات ، الشبكات و البرامج ، أجهزة الاعلام الالي ، الكفاءات البشرية) في تحسين الخدمات المالية عند مستوى الدلالة (a= 5%) .

للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار هذه الفرضية تم استخدام النتائج التباين للانحدار والجدول رقم 21 يبين ذلك

الجدول رقم (24): نتائج تحليل التباين للانحدار لاختبار الفرضية الرئيسية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة
الانحدار	0,468	1	0,468	2,053	0,163
الخطأ	6,379	28	0,228		
المجموع الكلي	6,847	29			

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Spss 21

يتبين من الجدول السابق أن هناك ثبات في صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية حيث و صلت قيمة F المحسوبة 2,053 و هي أقل من قيمتها الجدولية و بقيمة احتمالية 0,163 و

هي أكبر من مستوى الدلالة المعتمد ($\alpha \leq 0,05$) ومنه لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية للبنوك الالكترونية في تحسين الخدمات المالية عند مستوى الدلالة المعتمد ($\alpha \leq 0,05$) .

ومن أجل تحديد العلاقة بين المتغيرين المستقل الذي يمثل البنوك الالكترونية والمتغير التابع المتمثل في الخدمات المصرفية باستخدام أسلوب الانحدار البسيط ، تم تلخيص أهم النتائج في الجدول التالي :

الجدول رقم (25): نتائج تحليل الانحدار لأثر البنوك الالكترونية في تحسين الخدمات المصرفية

المتغير المستقل	معامل الانحدار B	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة sig	قيمة F المحسوبة	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	مستوى الدلالة Sig
البنوك	0,261	1,433	0,163	2,053	0,261	0,068	0,163

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Sps 21

من خلال النتائج الواردة في الجدول رقم (25) نجد أنه لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) بين البنوك الالكترونية والخدمات المصرفية في العينة محل الدراسة ، مما يشير إلى وجود علاقة سلبية بين المتغيرين ، وهذا ما يؤكد كل من F المحسوبة التي بلغت 2,053 و هي أقل من الجدولية و أيضا قيمة T البالغة 1,433 بمستوى دلالة 0,163 و نلاحظ أن معامل الارتباط بلغ 0,261 اي أن قيمته تدل على أن الارتباط ضعيف بين المتغيرين أما معامل التحديد البالغ 0,068 اي أن 6,8% من التغيرات الحاصلة في البنوك الالكترونية ترجع إلى التغيرات الحاصلة في الخدمات المالية ، اما العلاقة الرياضية للانحدار الخطي البسيط فجاءت من الشكل التالي :

$$y = 0,261x + 0,346$$

من خلال المعادلة يمكن القول أن التغيير في البنوك الالكترونية بدرجة واحدة تؤدي إلى التغيير الطردي في y بمقدار 0,261 درجة ، وعلى هذا الاساس يتم قبول الفرضية الصفرية القائلة بأنه " لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية للبنوك الالكترونية في تحسين الخدمات المصرفية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) ، ونرفض الفرضية البديلة المطروحة اي :

لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية للبنوك الالكترونية في تحسين الخدمات المالية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) .

ج . نتائج اختبار الفرضيات الفرعية وتفسير النتائج

• الفرضية الفرعية الأولى

لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للبنوك الالكترونية في تحسين الخدمات المالية من خلال بعد التنظيم عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) :

الجدول رقم (26): نتائج تحليل الانحدار لاثر بعد التنظيم في تحسين الخدمات المصرفية

المتغير المستقل	معامل الانحدار B	قيمة المحسوبة T	مستوى الدلالة sig	قيمة F المحسوبة	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	مستوى الدلالة Sig
إستراتيجية بعد التنظيم	0,148	0,794	0,434	0,630	0,148	0,022	0,434

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Spss 21

من خلال النتائج الواردة في الجدول رقم (26) نجد أنه لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) بين الخدمات المالية وبعد التنظيم في العينة محل الدراسة ، مما يشير إلى وجود علاقة سلبية بين المتغيرين ، و هذا ما يؤكد كل من F المحسوبة التي بلغت 0,630 و هي أقل من الجدولية و أيضا قيمة T البالغة 0,794 بمستوى دلالة 0,434 و نلاحظ أن معامل الارتباط بلغ 0,148 أي أن قيمته تدل على أن الارتباط ضعيف بين الخدمات المالية و البعد الأول من أبعاد البنوك الالكترونية أما معامل التحديد البالغ 0,022 أي أن 2,2% من التغيرات الحاصلة في التنظيم ترجع إلى التغيرات الحاصلة في الخدمات المالية ، أما العلاقة الرياضية للانحدار الخطي البسيط فجاءت من الشكل التالي :

$$y = 0,148x + 0,100$$

من خلال المعادلة يمكن القول أن التغيير في التنظيم بدرجة واحدة تؤدي إلى التغيير الطردي في y الذي يمثل الخدمات المالية بمقدار 0,148 درجة ، وعلى هذا الأساس يتم قبول الفرضية الصفرية القائلة بأنه " لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعد التنظيم في تحسين الخدمات المصرفية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) ، ونرفض الفرضية البديلة المطروحة اي :

لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للتنظيم في تحسين الخدمات المالية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) .

• الفرضية الفرعية الثانية :

لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية للبنوك الالكترونية في تحسين الخدمات المالية من خلال بعد التخطيط عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$)

الجدول رقم (27): نتائج تحليل الانحدار لاثر بعد التخطيط في تحسين الخدمات المصرفية

المتغير المستقل	معامل الانحدار B	قيمة المحسوبة T	مستوى الدلالة sig	قيمة F المحسوبة	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	مستوى الدلالة Sig
إستراتيجية بعد التخطيط	0,145	0,778	0,443	0,605	0,145	0,021	0,443

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Spss 21

من خلال النتائج الواردة في الجدول رقم (27) نجد أنه لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) بين الخدمات المالية وبعد التخطيط في العينة محل الدراسة ، مما يشير إلى وجود علاقة سلبية بين المتغيرين ، و هذا ما يؤكد كل من F المحسوبة التي بلغت 0,605 و هي أقل من الجدولية و أيضا قيمة T البالغة 0,778 بمستوى دلالة 0,434 و نلاحظ أن معامل الارتباط بلغ 0,148 اي أن قيمته تدل على أن الارتباط ضعيف بين الخدمات المالية و البعد الثاني من أبعاد البنوك الالكترونية أما معامل التحديد البالغ 0,021 اي أن 2,1% من التغيرات الحاصلة في التخطيط ترجع إلى التغيرات الحاصلة في الخدمات المالية ، أما العلاقة الرياضية للانحدار الخطي البسيط فجاءت من الشكل التالي :

$$y = 0,145x + 0,113$$

من خلال المعادلة يمكن القول أن التغيير في التنظيم بدرجة واحدة تؤدي إلى التغيير الطردي في y الذي يمثل الخدمات المالية بمقدار 0,145 درجة ، وعلى هذا الاساس يتم قبول الفرضية

الصفرية القائلة بأنه " لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية للتخطيط في تحسين الخدمات المصرفية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) ، ونرفض الفرضية البديلة المطروحة اي :

لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية للتخطيط في تحسين الخدمات المالية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) .

• الفرضية الفرعية الثالثة:

لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية للبنوك الالكترونية في تحسين الخدمات المالية من خلال بعد اتخاذ القرارات عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$)

الجدول رقم (28): نتائج تحليل الانحدار لاثربعد اتخاذ القرارات في تحسين الخدمات المصرفية

المتغير المستقل	معامل الانحدار B	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة sig	قيمة F المحسوبة	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	مستوى الدلالة Sig
إستراتيجية بعد اتخاذ القرارات	0,319	1,781	0,086	3,172	0,102	0,102	0,086

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Sps 21

من خلال النتائج الواردة في الجدول رقم (28) نجد أنه لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) بين الخدمات المالية وبعد القرارات في العينة محل الدراسة ، مما يشير إلى وجود علاقة سلبية بين المتغيرين ، و هذا ما يؤكد كل من F المحسوبة التي بلغت 3,172 و هي اقل من الجدولية و أيضا قيمة T البالغة 1,781 بمستوى دلالة 0,086 و نلاحظ أن معامل الارتباط بلغ 0,102 اي أن قيمته تدل على أن الارتباط ضعيف بين الخدمات المالية و البعد الثالث من أبعاد البنوك الالكترونية أما معامل التحديد البالغ 0,102 اي أن 1,02% من التغيرات الحاصلة في اتخاذ القرارات ترجع إلى التغيرات الحاصلة في الخدمات المالية ، أما العلاقة الرياضية للانحدار الخطي البسيط فجاءت من الشكل التالي :

$$y = 0,319x + 0,214$$

من خلال المعادلة يمكن القول أن التغيير في اتخاذ القرارات بدرجة واحدة تؤدي إلى التغيير الطردي في y الذي يمثل الخدمات المالية بمقدار 0,319 درجة ، وعلى هذا الاساس يتم قبول

الفرضية الصفرية القائلة بأنه " لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية لبعثاتخاد القرارات في تحسين الخدمات المصرفية عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0,05)$ ، ونرفض الفرضية البديلة المطروحة اي :

لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية لاتخاذ القرارات في تحسين الخدمات المالية عند مستوى الدلالة $(\alpha \geq 0,05)$.

• الفرضية الفرعية الرابعة

لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للبنوك الالكترونية في تحسين الخدمات المالية من خلال بعد الشبكات و البرامج عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0,05)$.

الجدول رقم (29): نتائج تحليل الانحدار لاثر بعد الشبكات والبرامج في تحسين الخدمات المصرفية

المتغير المستقل	معامل الانحدار B	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة sig	قيمة F المحسوبة	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	مستوى الدلالة Sig
إستراتيجية بعد الشبكات والبرامج	0,140	0,749	0,460	0,561	0,140	0,020	0,460

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Sps 21

❖ من خلال النتائج الواردة في الجدول رقم (29) نجد انه لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0,05)$ بين بعد الشبكات والبرامج والخدمات المصرفية الالكترونية حسب آراء العينة محل الدراسة ، مما يشير وجود علاقة سلبية بين المتغيرين ، وهذا يؤكد كل من F المسحوبة التي بلغت 0.561 وهي اقل من قيمتها الجدولية وايضا قيمة T البالغة 0.749 بمستوى الدلالة 0.460 اكبر من مستوى الدلالة المعتمد 0.05 ، و نلاحظ ان معامل الارتباط بلغ 0.140 ومعامل التحديد 0.020 أي انه توجد علاقة ضعيفة بين بعد الشبكات والبرامج والخدمات المصرفية ، أما العلاقة الرياضية للانحدار الخطي البسيط فجاءت من الشكل التالي :

$$Y=0,140x + 0,109 .$$

من خلال المعادلة يمكن القول أن التغيير في بعد الشبكات والبرامج بدرجة واحدة يؤدي الى التغيير الطردي في Y بمقدار 0,140 ، وعلى هذا الاساس يتم قبول الفرضية الصفرية بأنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده الشبكات والبرامج في تحسين الخدمات المصرفية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) ونرفض الفرضية البديلة أي :

لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعده الشبكات والبرامج في تحسين الخدمات المصرفية عند مستوى الدلالة ($0.05 \leq \alpha$)

• الفرضية الفرعية الخامسة

لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية للبنوك الالكترونية في تحسين الخدمات المالية من خلال بعد اجهزة الاعلام الآلي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) .

الجدول رقم (30): نتائج تحليل الانحدار لاثربعد اجهزة الاعلام الآلي في تحسين الخدمات المصرفية

المتغير المستقل	معامل الانحدار B	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة sig	قيمة F المحسوبة	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	مستوى الدلالة Sig
إستراتيجية بعد أجهزة الاعلام الآلي	- 0,021	- 0,110	0,913	0,012	0,021	0,0004	0,913

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Spss 21

❖ من خلال النتائج الواردة في الجدول رقم (30) نجد انه لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) بين بعد اجهزة الإعلام الآلي والخدمات الالكترونية حسب آراء العينة محل الدراسة ، مما يشير وجود علاقة سلبية بين المتغيرين ، وهذا يؤكد كل من F المحسوبة التي بلغت (-0.012) وهي اقل من قيمتها الجدولية وايضا قيمة T البالغة (-0.110) بمستوى الدلالة 0.913 اقل من مستوى الدلالة المعتمد 0.05 ، و نلاحظ ان معامل الارتباط بلغ 0,021 ومعامل التحديد 0.0004 أي انه توجد علاقة ضعيفة بين بعد الشبكات والبرامج والخدمات المصرفية ، أما العلاقة الرياضية للانحدار الخطي البسيط فجاءت من الشكل التالي :

$$Y = -0,021 x + (- 0,012) .$$

من خلال المعادلة يمكن القول أن التغيير في بعد أجهزة الإعلام الآلي بدرجة واحدة يؤدي إلى التغيير العكسي في γ الذي يمثل بعد أجهزة الإعلام الآلي بمقدار 0,012 درجة ، وعلى هذا الأساس يتم قبول الفرضية الصفرية القائلة بأنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد أجهزة الإعلام الآلي في تحسين الخدمات المصرفية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) ونرفض الفرضية البديلة أي :

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد أجهزة الإعلام الآلي في تحسين الخدمات المصرفية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$).

• الفرضية الفرعية السادسة

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبنوك الإلكترونية في تحسين الخدمات المالية من خلال بعد الكفاءات البشرية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) .

الجدول رقم (31): نتائج تحليل الانحدار لأثر بعد الكفاءات البشرية في تحسين الخدمات المصرفية

المتغير المستقل	معامل الانحدار B	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة sig	قيمة F المحسوبة	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	مستوى الدلالة Sig
إستراتيجية بعد الكفاءات البشرية	0,120	0,642	0,526	0,412	0,120	0,015	0,526

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات Spss 21

❖ من خلال النتائج الواردة في الجدول رقم (31) نجد انه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) بين بعد الكفاءات البشرية والخدمات المصرفية الإلكترونية حسب آراء العينة محل الدراسة ، مما يشير وجود علاقة سلبية بين المتغيرين ، وهذا يؤكد كل من F المحسوبة التي بلغت 0.412 وهي اقل من قيمتها الجدولية وايضا قيمة T البالغة 0.642 بمستوى الدلالة 0.526 اكبر من مستوى الدلالة المعتمد 0.05 ، ونلاحظ ان معامل الارتباط بلغ 0.120 ومعامل التحديد 0.015 أي انه توجد علاقة ضعيفة بين بعد أجهزة الإعلام الآلي والخدمات المصرفية ، أما العلاقة الرياضية للإنحدار الخطي البسيط فجاءت من الشكل التالي :

$$Y=0,120x + 0,091 .$$

من خلال المعادلة يمكن القول أن التغيير في بعد الكفاءات البشرية بدرجة واحدة يؤدي الى التغيير الطردي في Y الذي يمثل بعد الكفاءات البشرية بمقدار 0,012 درجة ، وعلى هذا الاساس يتم قبول الفرضية الصفرية الثالثة بأنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الكفاءات البشرية في تحسين الخدمات المصرفية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$) ونرفض الفرضية البديلة أي :

لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعد الكفاءات البشرية في تحسين الخدمات المصرفية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0,05$).

خلاصة الفصل

استنتجنا من هذا الفصل أن الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط يعد ركيزة اساسية في دعم الاستقرار المالي للدولة من خلال سياساته و استراتيجياته استطاع الصندوق تحقيق اهدافه بنجاح و المتمثلة في تحقيق الاستقرار والتنمية الاقتصادية من خلال إدارة الاحتياطيات و الاستثمارات بشكل فعال و مستدام مما يعكس قوة الادارة ، وكذلك بتوفيره لخدمة E-BANKING التي تتبع اجراءات امنية صارمة لحماية المعلومات الشخصية والمالية للعملاء مما يزيد من ثقتهم في البنك ويحد من مخاطر الاحتيال المصرفي ومنه فالبنك يسعى لتحقيق كفاءة أكبر من خلال تقليل التكاليف و تشجيع العملاء على استخدام الخدمات الالكترونية

خاتمة

من خلال دراستنا لموضوع البنوك الإلكترونية ودورها في تحسين الخدمات المالية على مستوى بنك الاحتياط والتوفير بميلة حاولنا معالجة الاشكالية وذلك من خلال الجمع بين الجانب النظري والتطبيقي .

تطرقنا في الجزء النظري الى فصلين حاولنا في الفصل الاول القاء الضوء على البنوك الإلكترونية وذلك للأهمية الكبيرة التي تحظى بها في هذا الوقت وفي الفصل الثاني تناولنا الاطار النظري للخدمات المصرفية الالكترونية .

في حين تم تخصيص الجانب التطبيقي لدراسة حالة بنك الاحتياط والتوفير بميلة ، حيث لجأنا الى اجراء استبيان مقدم لعينة من موظفي البنك وفي الاخير تم تفريغ الاستبيان بواسطة برنامج الحزمة الاحصائية SPSS ، و تحليل المعطيات والبيانات المتحصل عليها ، واختبار الفرضيات واستخلاص النتائج النهائية .

النتائج :

نتائج النظرية :

- ✓ شبكة الإنترنت هي الاساس في ظهور شكل جديد من الصناعة المصرفية وهو البنوك الإلكترونية
- ✓ تقدم البنوك الإلكترونية فوائد عديدة لعملائها من سرعة وأمان واختصار جهد
- ✓ إن النقود الالكترونية تسهل على الافراد الاستعمال بسبب سهولة تنقلها
- ✓ بالرغم من انتشار البنوك الإلكترونية وتطورها المستمر الا ان البنوك العادية مازالت واسعة الاستخدام .

النتائج التطبيقية :

- أظهرت نتائج أن هناك موافقة عالية ذات دلالة احصائية من طرف أفراد العينة على أهمية البنوك الإلكترونية ومساهمتها في تحسين الخدمات المصرفية الإلكترونية من خلال ابعادها الستة حيث احتل بعد تخطيط المرتبة الاولى بمتوسط حسابي بلغ 3,92 ، في المرتبة الثانية بعد كفاءات البشرية بمتوسط حسابي بلغ 3,88 ، في المرتبة الثالثة بعد شبكات والبرامج بمتوسط حسابي 3,86 ، في المرتبة الرابعة بعد اتخاذ القرارات بمتوسط حسابي 3,84 ، في المرتبة الخامسة بعد اجهزة الاعلام الآلي بمتوسط حسابي قدره 3,82 ، واخيرا بعد تنظيم بمتوسط حسابي قدره 3.78 .

- أظهرت نتائج الاستبيان موافقة عالية من طرف افراد العينة على اهمية تطبيق الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الالكترونية حيث بلغ المتوسط الحسابي ما قيمته 3,89 .
- أظهرت نتائج الاستبيان انه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمتغير المستقل البنوك الإلكترونية على المتغير التابع الخدمات المصرفية ، وهذا ما دفعنا الى قبول الفرضية الصفرية القائلة بأنه " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبنوك الالكترونية من خلال ابعادها الستة في تحسين الخدمات المصرفية عند مستوى الدلالة $(0.05 \leq \alpha)$.
- لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لبعء التنظيم الالكتروني على الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك التوفير والاحتياط بولاية ميلة .
- لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لبعء التخطيط الالكتروني على الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك التوفير والاحتياط بولاية ميلة.
- لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لبعء اتخاذ القرارات الالكترونية على الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك التوفير والاحتياط بولاية ميلة.
- لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لبعء الشبكات والبرامج على الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك التوفير والاحتياط بولاية ميلة.
- لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لبعء اجهزة الاعلام الآلي على الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك التوفير والاحتياط بولاية ميلة.
- لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لبعء الكفاءات البشرية على الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك التوفير والاحتياط بولاية ميلة.

التوصيات :

- ✓ على البنوك العادية بذل مجهود كبير لمواكبة هذه النظم الحديثة والمتقدمة ، والعمليات المصرفية المبتكرة والجديدة ، نظرا الى ما تقدمه هذه التكنولوجيا من فرص كبيرة لتقديم الخدمات المالية الأكثر تنوعا واقل خطورة ، وبالطبع الاكثر ربحا .
- ✓ تعزيز سلامة تشغيل و أمن الخدمات المصرفية الإلكترونية والعمل على تطوير آليات الحماية ، لزيادة ثقة العملاء الحاليين او المحتملين .
- ✓ إجراء اختبارات دورية للنظم لحمايتها من الاختراق ، وإجراء مراجعة دورية للتأكد من فعالية إجراءات التأمين .
- ✓ العمل على تبسيط التقنية المستعملة في تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية لإدراكها من قبل كل افراد المجتمع .

- ✓ لا بد من اجراء الكثير من الدراسات من احل الاستفادة من تجارب الدول السابقة سواء كانت متقدمة او في كريق النمو فيما يخص تحديث وسائل الدفع والإلمام بجميع المشاكل داخل البنوك الإلكترونية وكيفية ايجاد حلول لها .
- ✓ العمل على نشر ثقافة استعمال وسائل الدفع الإلكتروني لما لها من فوائد على البنوك والعملاء .



قائمة المراجع

Bibliographie

- <http://www.9anon4dz.com/2023/06/e-commerce-payment.html>: تاريخ الاسترداد 02 03, 2024، من <http://www.9anon4dz.com/2023/06/e-commerce-payment.html>
- <https://www.areejhamadah.com/newsDetails/70>. (2024, 04 12). Retrieved from <https://www.areejhamadah.com/newsDetails/70>
- nixon, B., & dixon, m. (2000). *E_ BANKING managing your money and transaction online*. indiana.
- shah, m., & clarke, s. (2009). *E-banking management*. new york.
- الاخضر بن عمر. (بلا تاريخ). العملات الرقمية وتحديات اصدارها من قبل البنوك المركزية. مجلة المنتدى للدراسات والابحاث الاقتصادية .
- دار وائل للنشر والتوزيع: الاردن، عمان. (1 ed.). (2008). م. ن، الشمري
- دار الفجر للنشر والتوزيع: مصر، القاهرة. (1 ed.). (2016). م. الصيرفي
- انور محمود النقيب. (2023). تأثير جودة الخدمة المصرفية الالكترونية على ولاء العملاء. مجلة البحوث الادارية .
- بحوصي مجدوب، و سفيان بن عبد العزيز. (2013). واقع وافاق البنوك الالكترونية. مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية ، 210.
- بشار طلال احمد مؤمن. (2003). مشكلات التعاقد عبر الانترنت دراسة مقارنة (رسالة دكتوراه في الاقتصاد والعلوم المالية). المنصورة، كلية الحقوق، مصر.
- بن موسى اعمر. (2020). الخدمات المصرفية الالكترونية(اطروحة دكتوراه الطور الثالث في علوم التسيير). غرداية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر.
- خليل عبد الله، و يحيوي فاطمة. (2015). جودة الخدمات المصرفية وتأثيرها على رضا العملاء. مجلة الاقتصاد والتنمية .
- ديدوش هاجرة. (بلا تاريخ). واقع الخدمات المصرفية الالكترونية بالبنوك الجزائرية. مجلة استراتيجيات التحقيقات الاقتصادية والمالية .
- رحيم حسين. (2008). الاقتصاد المصرفي (الإصدار 1). قسنطينة، الجزائر: دار بهاء الدين للنشر والتوزيع.
- رحيم حسين. (2006). النقد والسياسة النقدية (الإصدار 1). عمان، الاردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- سعيد عبد الله الحامد. (10-12 05, 2003). العمليات المصرفية الالكترونية (بحث مقدم لمؤتمر الاعمال المصرفية الالكترونية بين الشريعة والقانون). دبي.
- شريف محمد غنام. (2007). محفظة النقود الالكترونية رؤية مستقبلية (الإصدار 2). الاسكندرية، مصر: الدار الجامعية للنشر.
- صالح بونفلة. (2020). النظام القانوني للعمليات المصرفية الالكترونية (اطروحة دكتوراه). قالمة، كلية الحقوق والعلوم السياسية.
- عائشة بوتلجلة. (بلا تاريخ). العملات الرقمية المركزية ودورها في الحد من مخاطر العملات المشفرة. مجلة الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية .
- عبد الفتاح بيومي حجازي. (2002). النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية (الإصدار 1). الاسكندرية، مصر: دار الفكر الجامعي.
- عمر علي بابكر الطاهر. (2019). اثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء. المجلة العربية للنشر العلمي .
- فضيلة شريف. (2010). اثر التسوق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية(مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في التسويق). قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر.
- الذاكرة للنشر والتوزيع: العراق، بغداد. (1 ed.). (2013). ا. ع، لفتة

- مداح عرابي الحاج، و بارك نعيمة. (2010). اهمية البنوك الالكترونية في تفعيل وسائل الدفع الحديثة. *مجلة الاقتصاد الجديد* ، 70.
- مداح عرابي الحاج، و بارك نعيمة. (2010). اهمية البنوك الالكترونية في تفعيل وسائل الدفع الحديثة. *مجلة الاقتصاد الجديد* ، 69.
- مصطفى كمال طه، و وائل انور بندق. (2005). *الاوراق التجارية ووسائل الدفع الالكترونية الحديثة* (الإصدار 1). الاسكندرية، مصر: دار الفكر الجامعي.
- منير الجنبهي، و ممدوح الجنبهي. *التوقيع الالكتروني وحجته في الاثبات* (الإصدار 2). الاسكندرية، مصر: دار الفكر الجامعي.
- مجلة البحوث الاقتصادية*. النقود الالكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في ادارة السياسة النقدية. (2001). ج. ا، موسى والفانونية
- نادر عبد العزيز شافي. (2008). *المصارف والنقود الالكترونية* (الإصدار 2). بيروت، لبنان: المؤسسة الحديثة للكتاب.
- هاني محمود خضر. (2008). *تسويق الخدمات* (الإصدار 4). دمشق، سوريا: دار وائل للنشر.
- وسيم محمد الحداد. (2011). *الخدمات المصرفية الالكترونية* (الإصدار 1). عمان، الاردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- وسيم محمد الحداد، و محمود ابراهيم نور صالح طاهر الزرقان شقيري نوري موسى. (2011). *الخدمات المصرفية الالكترونية* (الإصدار 1). عمان، الاردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- يوسف حسن يوسف. (2011). *التسويق الالكتروني* (الإصدار 2). القاهرة، مصر: المركز القومي للاصدارات القانونية.
- يوسف حسن يوسف. (2011). *التسويق الالكتروني* (الإصدار 1). القاهرة، مصر: المركز القومي للاصدارات القانونية.



الملحق رقم 01: الاستبيان

تحية طيبة وبعد

تم اعداد هذه الاستبانة في اطار بحث علمي بعنوان "البنوك الالكترونية و دورها في تحسين الخدمات المالية " و نظرا لاهمية آرائكم حول الموضوع قمنا باختياركم كعينة لهذه الدراسة ، و عليه نرجو منكم التفضل بالاجابة على فقراتها بدقة وموضوعية . نحيطكم علما بان المعلومات الواردة في هذه الاستبانة ستعامل بسرية تامة و تستخدم لاغراض البحث العلمي فقط .

اشراف الاستاذة : مناع ريمة

الطالبيتين : - بلكرشة شيما

- فدغوش راضية

المحور الاول:البيانات الشخصية

1. الجنس :

 ذكر انثى

2. العمر:

 من 20 الى 30 من 31 الى 40 من 41 الى 50 51 فاكثر

3. المستوى التعليمي

ثانوي فاقل

جامعي

دراسات عليا

4. عدد سنوات التعامل مع البنك

اقل من سنة

من سنة الى سنتين

من سنتين الى ثلاثة سنوات

من ثلاثة سنوات فاكثر

المحور الثاني: البنوك الالكترونية

البعد الاول: التنظيم الالكتروني للبنوك الالكترونية

الرجاء اختيار الإجابة المناسبة ، و وضع علامة (x) امام كل عبارة من العبارات التالية .

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	هل يعتمد البنك على نظام ادارة معلومات متكامل لتحقيق اهدافه الإلكترونية؟					

					هل يتم تقديم التدريب والتطوير المناسب للموظفين لتعزيز مهاراتهم في التعامل مع التكنولوجيا المصرفية الإلكترونية؟	02
					هل يوجد توجيه استراتيجي واضح لاستخدام التكنولوجيا في توسيع نطاق الخدمات المصرفية الإلكترونية؟	03

البعد الثاني: التخطيط الإلكتروني في البنوك الإلكترونية

الرقم	العبرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	هل تجد تصميم موقع البنك الإلكتروني سهل الاستخدام؟					
02	هل تنوي البقاء مشتركا في خدمات البنك الإلكتروني في المستقبل؟					
	هل تجد ان البنك الإلكتروني يقدم معلومات كافية حول					

					الخدمات والمنتجات المتاحة؟	03
--	--	--	--	--	----------------------------	----

البعد الثالث: اتخاذ القرارات الإلكترونية

البعد	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	هل تعتمد على خدمات البنك الإلكتروني لإدارة حسابك المصرفي؟					
02	هل تشعر بالراحة والثقة في اتخاذ القرارات المالية عبر البنوك الإلكترونية؟					
03	هل تعتقد ان البنك الإلكتروني يوفر معلومات كافية للمساعدة في اتخاذ القرارات المالية؟					
04	هل تفضل القيام بالعمليات المالية بنفسك ام تفضل استشارة مستشار مالي؟					

البعد الرابع: الشبكات والبرامج

البعد	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	هل تجد ان اداء شبكات البنوك الإلكترونية موثوق به وسريع؟					
02	هل واجهت مشاكل في الوصول الى خدمات البنوك الإلكترونية بسبب مشاكل في الشبكات؟					
03	هل تشعر بالقلق بشأن الأمان والحماية عند استخدام البرامج في البنوك الإلكترونية؟					
04	هل تستخدم التطبيقات المصرفية المحمولة بانتظام؟					

البعد الخامس: اجهزة الإعلام الآلي

البعد	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة

					هل تجد ان استخدام أجهزة الإعلام الآلي يوفر الوقت والجهد في اجراء العمليات المصرفية ؟	01
					هل تستخدم اجهزة الإعلام الآلي في البنوك الإلكترونية لإجراء عمليات مصرفية؟	02
					هل واجهت اي صعوبات في التعامل مع اجهزة الاعلام الآلي في البنوك الإلكترونية ؟	03

البعد السادس: الكفاءات البشرية

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارة	البعد
					هل تعتقد ان القدرة على حل المشكلات واتخاذ القرارات بسرعة مهمة لموظفي البنوك الإلكترونية؟	01
					هل لاحظت تحسنا في مستوى خدمة العملاء في	02

					البنوك الإلكترونية مع مرور الوقت؟	
					هل تعتقد ان القدرة على التواصل مع العملاء بشكل فعال هي كفاءة اساسية لموظفي البنوك الإلكترونية ؟	03
					هل تجد ان الموظفين في البنوك الإلكترونية مدربين جيدا على الخدمات والتقنيات المتوفرة؟	04

المحور الثاني : الخدمات المصرفية الإلكترونية

البعد	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	هل يتواصل بنكم مع زبائنه بواسطة الرسائل النصية ؟					
02	هل يساعد بنكم زبائنه على تعلم استخدام الخدمات الإلكترونية والتعامل معها ؟					

					هل لبنككم موقع رسمي يوفر جميع المعلومات الخاصة بالخدمات المقدمة؟	03
					هل يوفر بنككم خدمات إلكترونية؟	04
					هل استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يؤدي الى تقليل التكلفة وزيادة الربحية؟	05
					هل تتمتع الخدمات المصرفية الإلكترونية بخواص تأمينية ضد الإختراق؟	06
					هل يتم اعلام المتعاملين مع بنككم بالخدمات المصرفية الإلكترونية الجديدة؟	07
					هل يتواصل بنككم مع زبائنه عبر البريد الإلكتروني؟	08
					هل يمكن للزبون إنجاز أعماله البنكية من المنزل أو في أي مكان وفي أي وقت يريد؟	09

					هل الصرافات الآلية توفر خدماتها في جميع أيام الأسبوع و 24/24 ؟	10
--	--	--	--	--	--	----

الملحق رقم 02

قائمة الاساتذة محكمي الاستبيان

اسم و لقب الاستاذ	الرتبة	جامعة الانتماء
د. لفيلف عبد الحق	استاذ محاضر - أ -	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف - ميلة -

الملحق رقم 03 : مخرجات spss

نتائج قياس الثبات (ألفا كرونباخ):

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,605	22

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,616	11

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,785	2

المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
اهدافه لتحقيق متكامل معلومات ادارة نظام على البنك يعتمد هل الالكترونية	30	3,70	1,149
في مهاراتهم لتعزيز للموظفين المناسب والتطوير التدريب تقديم يتم هل ؟ الالكترونية المصرفية التكنولوجيا مع التعامل	30	3,93	1,048
نطاق توسيع في التكنولوجيا لاستخدام واضح استراتيجي توجيه يوجد هل الالكترونية المصرفية الخدمات	30	3,73	1,048

التنظيم	30	3,7889	,71911
N valide (listwise)	30		

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
الاستخدام سهل الالكتروني البنك موقع تصميم تجد هل	30	3,93	1,081
المستقبل في الالكتروني البنك خدمات في مشتركا البقاء تنوي هل	30	3,63	1,066
الخدمات حول كافية معلومات يقدم الالكتروني البنك ان تجد هل المتاحه والمنتجات	30	4,20	,407
التخطيط	30	3,9222	,62320
N valide (listwise)	30		

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
المصرفي حسابك ادارة في الالكتروني البنك خدمات على تعتمد هل	30	3,50	1,432
البنوك عبر المالية القرارات اتخاذ في والثقة بالراحة تشعر هل الالكترونية	30	3,93	1,230
اتخاذ في للمساعدة كافية معلومات يوفر الالكتروني البنك ان تعتقد هل المالية القرارات	30	3,83	,913
مالي مستشار استشارة تفضل ام بنفسك المالية بالعمليات القيام تفضل هل اتخاذ	30	4,10	,995
N valide (listwise)	30	3,8417	,72363

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
وسريع به موثوق الالكترونية البنوك شبكات اداء ان تجد هل	30	3,90	1,062
بسبب الالكترونية البنوك خدمات الى الوصول في مشاكل واجهت هل الشبكات في مشاكل	30	3,87	,973
البنوك في البرامج استخدام عند والحماية الامان بشأن بالقلق تشعر هل الالكترونية	30	3,90	,995
باننظام المجرولة المصرفية التطبيقات تستخدم هل الشبكات	30	3,80	1,186
N valide (listwise)	30	3,8667	,62537

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
--	---	---------	------------

اجراء في والجهد الوقت يوفر الالى الاعلام اجهزة استخدام ان تجد هل المصرفية العمليات	30	4,13	1,042
عمليات لاجراء الالكترونية البنوك في الالى الاعلام اجهزة تستخدم هل مصرفية	30	3,63	1,402
البنوك في الالى الاعلام اجهزة مع التعامل في صعوبات اي واجهت هل الالكترونية	30	4,03	,999
اجهزة	30	3,8222	,86540
N valide (listwise)	30		

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
مهمة بسرعة القرارات واتخاذ المشكلات حل على القدرة ان تعتقد هل الالكترونية البنوك لموظفي	30	3,70	1,179
مع الالكترونية البنوك في العملاء خدمة مستوى في تحسنا لاحظت هل الوقت مرور	30	4,07	1,112
كفاءة هي فعال بشكل العملاء مع التواصل على القدرة ان تعتقد هل الالكترونية البنوك لموظفي اساسية	30	3,77	1,135
الخدمات على جيدا مدربين الالكترونية البنوك في الموظفين ان تجد هل المتوفرة والتقنيات	30	4,00	,947
الكفاءات	30	3,8833	,64237
N valide (listwise)	30		

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
النصية الرسائل بواسطة زبائنه مع بنكم يتواصل هل	30	4,00	1,174
والتعامل الالكترونية الخدمات استخدام تعلم على زبائه بنكم يساعد هل معها	30	3,70	1,291
المقدمة بالخدمات الخاصة المعلومات جميع يوفر رسمي موقع لبنكم هل	30	3,90	,923
الالكترونية خدمات بنكم يوفر هل	30	3,67	1,322
وزيادة التكلفة تقليل الى يؤدي الالكترونية المصرفية الخدمات استخدام هل الربحية	30	3,90	1,242
الاختراق ضد تامينية بخواص الالكترونية المصرفية الخدمات تتمتع هل	30	3,77	1,305
الجديدة الالكترونية المصرفية بالخدمات بنكم مع المتعاملين اعلام يتم هل	30	3,70	1,119
الالكتروني البريد عبر زبائنه مع بنكم يتواصل هل	30	3,80	,961

اي وفي مكان اي في او المنزل من البنكية اعماله انجاز للزبون يمكن هل وقت	30	4,23	,971
24/24 و الاسبوع ايام جميع في خدماتها توفر الالية الصرافات هل الخدمات	30	4,23	,568
	30	3,8900	,48590
N valide (listwise)	30		

اختبار التوزيع الطبيعي

Tests de normalité

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistique	ddl	Signification	Statistique	Ddl	Signification
الخدمات	,115	30	,200*	,952	30	,188

*. Il s'agit d'une borne inférieure de la signification réelle.

a. Correction de signification de Lilliefors

اختبار الانحدار البسيط

Variables introduites/supprimées^a

Modèle	Variables introduites	Variables supprimées	Méthode
1	البنوك ^b	.	Entrée

a. Variable dépendante : الخدمات

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,261 ^a	,068	,035	,47731

a. Valeurs prédites : (constantes), البنوك

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	,468	1	,468	2,053	,163 ^b
1 Résidu	6,379	28	,228		
Total	6,847	29			

a. Variable dépendante : الخدمات

b. Valeurs prédites : (constantes), البنوك

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	2,555	,936		2,731	,011
البنوك	,346	,242	,261	1,433	,163

a. Variable dépendante : الخدمات

Variables introduites/supprimées^a

Modèle	Variables introduites	Variables supprimées	Méthode
1	التنظيم ^b	.	Entrée

a. Variable dépendante : الخدمات

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,148 ^a	,022	-,013	,48903

a. Valeurs prédites : (constantes), التنظيم

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	,151	1	,151	,630	,434 ^b
Résidu	6,696	28	,239		
Total	6,847	29			

a. Variable dépendante : الخدمات

b. Valeurs prédites : (constantes), التنظيم

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	3,510	,487		7,212	,000
التخطيط	,100	,126	,148	,794	,434

a. Variable dépendante : الخدمات

Variables introduites/supprimées^a

Modèle	Variables introduites	Variables supprimées	Méthode
1	التخطيط ^b	.	Entrée

a. Variable dépendante : الخدمات

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,145 ^a	,021	-,014	,48925

a. Valeurs prédites : (constantes), التخطيط

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	,145	1	,145	,605	,443 ^b
1 Résidu	6,702	28	,239		
Total	6,847	29			

a. Variable dépendante : الخدمات

b. Valeurs prédites : (constantes), التخطيط

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	3,445	,579		5,953	,000
التخطيط	,113	,146	,145	,778	,443

a. Variable dépendante : الخدمات

Variables introduites/supprimées^a

Modèle	Variables introduites	Variables supprimées	Méthode
1	الاتخاذ ^b	.	Entrée

a. Variable dépendante : الخدمات

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,319 ^a	,102	,070	,46867

a. Valeurs prédites : (constantes), اتخاذ

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	,697	1	,697	3,172	,086 ^b
Résidu	6,150	28	,220		
Total	6,847	29			

a. Variable dépendante : الخدمات

b. Valeurs prédites : (constantes), اتخاذ

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	3,067	,470		6,527	,000
الاتخاذ	,214	,120	,319	1,781	,086

a. Variable dépendante : الخدمات

Variables introduites/supprimées^a

Modèle	Variables introduites	Variables supprimées	Méthode
1	الشبكات ^b	.	Entrée

a. Variable dépendante : الخدمات

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,140 ^a	,020	-,015	,48963

a. Valeurs prédites : (constantes), الشبكات

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1	Régression	,134	1	,134	,561	,460 ^b
	Résidu	6,713	28	,240		
	Total	6,847	29			

a. Variable dépendante : الخدمات

b. Valeurs prédites : (constantes), الشبكات

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	3,469	,569	6,094	,000
	الشبكات	,109	,145	,140	,749

a. Variable dépendante : الخدمات

Variables introduites/supprimées^a

Modèle	Variables introduites	Variables supprimées	Méthode
1	اجهزة ^b	.	Entrée

a. Variable dépendante : الخدمات

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,021 ^a	,000	-,035	,49440

a. Valeurs prédites : (constantes), اجهزة

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	,003	1	,003	,012	,913 ^b
1 Résidu	6,844	28	,244		
Total	6,847	29			

a. Variable dépendante : الخدمات

b. Valeurs prédites : (constantes), اجهزة

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	3,935	,415		9,471	,000
1 اجهزة	-,012	,106	-,021	-,110	,913

a. Variable dépendante : الخدمات

Variables introduites/supprimées^a

Modèle	Variables introduites	Variables supprimées	Méthode
1	الكفاءات ^b	.	Entrée

a. Variable dépendante : الخدمات

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,120 ^a	,015	-,021	,49091

a. Valeurs prédites : (constantes), الكفاءات

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	,099	1	,099	,412	,526 ^b
1 Résidu	6,748	28	,241		
Total	6,847	29			

a. Variable dépendante : الخدمات

b. Valeurs prédites : (constantes), الكفاءات

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	3,536	,558		6,334	,000
1 الكفاءات	,091	,142	,120	,642	,526

a. Variable dépendante : الخدمات

