

واقع الخدمات الالكترونية في البنوك الجزائرية و مدى رضا العميل عنها —دراسة حالة البنك الوطني الجزائري وكالة
تلمسان—

العجاج فاطمة الزهراء

—أستاذة محاضرة قسم "ب" — جامعة تلمسان

fatima16alger@hotmail.fr

ملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى إعطاء صورة حقيقية عن الجهاز المصرفي الجزائري الذي عرف تطورات عديدة و تغيرات لا متناهية بسبب مظاهر العولمة و زيادة المنافسة بين البنوك فيما يخص الجودة و النوعية ،و الخدمات الالكترونية احد أهم هذه الخدمات المقدمة حيث ساهمت بشكل كبير في تقليل الجهد و الوقت بالنسبة للعملاء و على هذا الأساس قمنا بدراسة مسحية لعينة من عملاء البنك الوطني الجزائري BNA الذين اظهروا تحاوبهم و ترحيبهم بفكرة التنوع و التجديد في الخدمات المصرفية المعروضة التي تجعل من البنوك الالكترونية قريبة جدا من عملائها.

الكلمات المفتاحية:الخدمات المصرفية،الخدمات المصرفية الالكترونية ،وسائل الدفع الالكترونية ،البنوك الالكترونية ،رضا العميل.

Abstract :

The aim of this study is to give a real picture of the Algerian banking system, which has known many developments and endless changes due to the manifestations of globalization and increased competition between banks in terms of quality and quality. The electronic services are one of the most important services provided, which contributed greatly to reducing the effort and time For customers, we have conducted a survey of a sample of BNA's customers who have shown their satisfaction with the idea of diversification and innovation in the banking services offered, which make electronic banks very close to their customers.

Keywords: Banking services, Electronic Banking, Electronic Payment, Electronic Banking, Customer Satisfaction.

مقدمة:

تعتبر البنوك الالكترونية احد احدث المواضيع المصرفية التي تلقى اهتماما كبيرا في الاقتصاد المعاصر نظرا لما ينطوي عليه هذا العمل من نظم و تقنيات متطورة على مستوى عال من التعقيد ،و في ظل هذه التطورات و التغيرات المتتالية أصبح القطاع المصرفي الجزائري يواجه تحديا كبيرا لمواجهة كل هذه المستجدات من خلال الارتقاء بالنظام المصرفي ككل إلى ذلك المستوى بتحديث أنظمة الدفع و كذا جل الخدمات المقدمة من قبل البنوك لإرضاء عملائها حيث باتت هذه البنوك توفر لهم العديد من الميزات كالحصول على المعلومات و الوصول إلى الحسابات و كذا التعرف على مختلف الخدمات التي يقدمها البنك عن طريق شبكات الانترنت و على مدار الساعة و كامل أيام الأسبوع.

مما سبق يمكن صياغة إشكالية بحثنا على النحو الآتي:

ما مدى رضا العميل على الخدمات الإلكترونية المقدمة من طرف البنك؟

—فرضيات الدراسة:

— لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات الإلكترونية و رضا العملاء.

—أهمية البحث: تكمن أهمية البحث في إعطاء صورة حقيقية عن الخدمات الإلكترونية الحديثة و دورها في تعزيز النظام المصرفي الجزائري خاصة في ظل التغيرات الحاصلة بسبب مظاهر العولمة و التخصص.

—منهج الدراسة :

للإجابة على إشكالية البحث و إثبات صحة أو نفي الفرضيات اعتمدنا على المنهج التحليلي و الوصفي و هذا بالاعتماد على البرنامج الإحصائي SPSS²² لتحليل نتائج الاستبيان الموزعة على عينة من 130 زبون تم اختيارهم بصفة عشوائية و كذا مختلف الكتب المتخصصة في هذا المجال باللغة العربية ، الفرنسية و الإنكليزية بالإضافة إلى استعمال مواقع الانترنت و متابعة الأحداث الحاصلة خلال فترة الدراسة.

—الحدود المكانية للدراسة:

دراسة حالة البنك الوطني الجزائري وكالة تلمسان.

—التعريف بالمصطلحات:

1- الخدمات المصرفية: هي مجموعة من العمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في مجموعة من العناصر الملموسة و الغير ملموسة المدركة من قبل الأفراد أو المؤسسات من خلال دلالتها و قيمتها المنفعية التي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم المالية و الائتمانية¹ منها الخدمات التجارية²، خدمات التحصيل .

2- الخدمات الإلكترونية المصرفية: هي قنوات و منافذ إلكترونية تمثل البنك و تقدم خدمات مصرفية للعملاء.³

3- البنوك الإلكترونية: ما هي إلا وسيلة إلكترونية لنقل المنتجات و الخدمات البنكية التقليدية و الحديثة مباشرة إلى العملاء عبر الانترنت و هي بذلك تمكنهم من الوصول إلى حساباتهم و إجراء العمليات و الحصول على المعلومات دون الحاجة إلى التنقل بين الفروع البنك بالإضافة إلى احتصار الوقت و الجهد و المال بالنسبة للعميل خفض التكاليف، العمل، زيادة الأرباح بالنسبة للبنك.⁴

4- وسائل الدفع الإلكترونية: تعرف على أنها محركات معالجة إلكترونية بصفة كلية أو جزئية، تمثل حق موضوع مبلغ من النقود، و قابلة للتداول بطرق مقام النقود، و قابلة للتداول بالطرق التجارية و مستحقة الدفع لدى الاطلاع أو بعد اجل قصير و تقوم مقام النقود.⁵ يقصد بالدفع الإلكتروني على انه مجموعة الأدوات و التحويلات الإلكترونية التي تصدره المصارف و المؤسسات كوسيلة دفع مثل البطاقات البنكية (هي البطاقات المدفوعة مسبقاً، و تكون القيمة المالية مخزنة فيها، و تستخدم للدفع عبر شبكات الإنترنت، كما يمكن استخدامها للدفع في نقاط البيع التقليدية) و النقود الإلكترونية و الشيكات الإلكترونية .

5- رضا العميل: هو ردة فعل ايجابية أو سلبية من خلال خبرته الشرائية نتيجة المقارنة بين توقعاته للمنتج و الأداء المدرك. و يمثل

الشعور بالسعادة نتيجة تلبية رغباته.⁶

-البنوك الجزائرية والمتغيرات المستجدة :

بقي الجهاز المصرفي الجزائري بعيدا عن التطورات الدولية المعروفة اليوم، ومنها ظاهرة المصارف الالكترونية. اندماج المصارف وظاهرة اندماج الأسواق المالية الدولية نتيجة إزالة القيود على حركة رؤوس الأموال، وتوريد الخدمات المالية والمصرفية. ومن جهة أخرى توجهت الجزائر نحو الدخول في الاقتصاد الدولي، فرض على المصارف الجزائرية مواجهة هذه التغيرات المستجدة، حيث ما يميز العمل المصرفي في عصر العولمة المالية هو تفاقم دور التكنولوجيا المصرفي، فانتقال المصارف الجزائرية إلى عصر المعلوماتية أوجب عليها ضرورة التكيف مع تغيرات وتطورات المحيط الجديد، هذا التكيف يقتضي اتخاذ عدة إجراءات تعتمد أساسا على ما يلي⁷:

أ - الارتقاء بالموارد البشرية: يعد العنصر البشري من الركائز الأساسية للارتقاء بالأداء المصرفي على اعتبار أن الكفاءة في الأداء هي الفاصل ما بين المصارف، فمهما تنوعت مصادر الكفاءة يظل العامل البشري وراعاها، ويتطلب الارتقاء بالعنصر البشري تبنى العديد من الاستراتيجيات أهمها إنشاء المعاهد المتخصصة وتطوير البحث العلمي في ميدان الخدمة المصرفية.⁸

ب - مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية في العمل المصرفي: لعل ما يميز العمل المصرفي في عصر العولمة المالية هو تفاقم دور التكنولوجيا المصرفية والسعي الحثيث وراء تحقيق الاستفادة القصوى من فوائد تكنولوجيا الإعلام والاتصال من أجل ترقية وتطوير وسائل تقديم الخدمة المصرفية بما يتوافق والإيقاع المتسارع للصناعة المصرفية في القرن الواحد والعشرين، وسعيها منها لمواكبة التطورات عملت المصارف الجزائرية على نقل العديد من التقنيات المصرفية إلى السوق الوطنية، لاسيما منذ سنة 1997 حيث شرعت في إدخال آلات السحب الآلي، إذ بلغ عددها في مطلع سنة 2006 حوالي 300 جهازا.⁹

وفي ظل هذه المتغيرات الجديدة وجدت المصارف الجزائرية نفسها في وضع بالغ الحساسية، لاسيما مع تطبيق اتفاقيات تحرير التجارة في الخدمات المالية، إذ أصبحت ملزمة بتدعيم قدراتها التنافسية لمواجهة هذه التحديات المرهونة بمدى نجاحها في تحقيق مكاسب تقنية المعلومات، ولعل أهم المحاور التي يجب أخذها بعين الاعتبار لتعظيم الاستفادة القصوى من ثورة العلم والتكنولوجيا في العمل المصرفي تتمثل فيما يلي :

- زيادة الإنفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات.
- التوسع في استخدام الانترنت لتقديم تشكيلة متنوعة من الخدمات المصرفية للعملاء بكفاءة أعلى وتكلفة أقل.
- العمل على خلق شبكة مصرفية تكون بمثابة حلقة وصل إلكترونية بين المصارف من جهة وبين الشركات والعملاء من جهة أخرى.
- تفعيل دور شبكة الاتصال بين المركز الرئيسي لكل مصرف وبين باقي فروعها بما يحقق السرعة في تداول المعلومات الخاصة بالعملاء وإجراء التسويات اللازمة عليها، بالإضافة إلى الارتباط بالشبكات الإلكترونية الخاصة بالمصارف والمؤسسات المالية الأخرى.
- تنويع الخدمات المصرفية في ضوء التحديات الجديدة التي أصبحت تواجه المصارف الجزائرية، ليس فقط من المصارف الأجنبية بل وحتى من المؤسسات المالية غير المصرفية، والمؤسسات التجارية الأخرى.
- ج- تطوير التسويق المصرفي : يعتبر التسويق الحديث أمرا في غاية الأهمية في ظل التحولات العميقة التي تشهدها الساحة المصرفية، فهو يركز في الأساس على توجهات العملاء، حيث يتأثر التسويق المصرفي بما يريد العملاء وبما يدور في حواظهم ومن أهم وظائف التسويق الحديث التي ينبغي التركيز عليها نذكر ما يلي¹⁰:
- خلق أو صناعة العميل بالسعي نحو العميل المرتقب.
- العمل على اكتشاف الفرص الاقتصادية ودراستها وتحديد المشروعات الجيدة.
- تصميم مزيج الخدمات المصرفية بما يحقق حاجات ورغبات العملاء ورضاهم.

- تصميم مزيج الخدمات المصرفية بالشكل الذي يتلاءم وحاجات وقدرات العملاء المالية وذلك باستخدام الأساليب الحديثة، سواء من حيث النوعية أو سبل تقديم الخدمة.
- متابعة ومراقبة السوق المصرفي والوقوف على انطباعات العملاء حول مزيج الخدمات المصرفية المقدمة لهم.
- تدعيم وسائل الاتصال الشخصي وتكثيف وسائل الحوار المتبادل مع العملاء .
- د - مواكبة المعايير الدولية :** يجب على المصارف الجزائرية أن تواكب المعايير الدولية المتطورة وأن تستجيب لكفاية رأس المال، وتطور السياسات الائتمانية و أن تهتم بإدارة المخاطر المصرفية، كما يجب تفعيل دور الدولة والبنك المركزي في تطوير النظام ومراقبته والتدخل في وقت الحاجة لتفعيل وتنشيط السوق المصرفية، والمساهمة في عمليات تحديث الخدمة المصرفي. و من وجهة نظر تسييرية يلعب رضا العميل دورا هاما في العمليات البنكية وحسب (*Kotler and Keller 2009*) نجد أن تقديم البنك لخدمات ذات جودة أم عدمها نجد أن تقديم البنك لخدمات ذات جودة أم عدمها يعتمد على انعكاساتها لدى العميل ومظاهره السلوكية كنتيجة لما يحصل عليه من هذه البنوك مثل خدمات استقبال و عروض و تخفيضات وال تفاعل الاجتماعي مع الموظفين و جودة الخدمة البنكية في حد ذاتها.

واقع الخدمة المصرفية في الجهاز المصرفي الجزائري:

نتيجة الجهود التي بذلتها السلطات الجزائرية لإصلاح وتطوير وتحديث الجهاز المصرفي، عرف هذا الأخير تطورا ملحوظا في السنوات الأخيرة، لكن نتائج هذه الجهود كانت غير كافية ولا تتناسب مع الوضع الداخلي والخارجي، لذلك لا بد من المزيد من التحديث والتطوير. ويمكن أن نوجز أهم سمات الخدمة المصرفية في الجهاز المصرفي الجزائري فيما يلي:¹¹

- نقص أو غياب التسويق المصرفي، الشيء الذي يقف كعائق أمام هذه المصارف في تسويق خدماتها.
- لا تستجيب الخدمات المقدمة لأبسط التطور الحاصل في المجتمع فلا تزال معظمها تقليدية، حيث نجد المصارف في العالم تقوم بتقديم أكثر من 360 خدمة لزيائنها و تقدر في الجزائر بـ 40 خدمة مصرفية فقط.
- ضعف كفاءة أداء العنصر البشري، خاصة أن هناك مدرسة وحيدة متخصصة وطنية وغير كافية.
- ثقل الإجراءات البيروقراطية والتعقيدات في المعاملات المصرفية، حيث تتجاوز فترة دراسة طلب قرض السنة في معظم الأحيان، كما أن تحصيل الشيك من ولاية إلى ولاية يأخذ في الغالب أكثر من شهر.
- توسيع وامتداد المجال الجغرافي، مما يعوق التنسيق الداخلي وتبادل المعلومات بين مختلف الهياكل الإدارية للمصرف¹².
- **دوافع ظهور البنوك الالكترونية:**¹³ إن ظهور البنوك الالكترونية كان نتيجة تفاعل عدة عناصر منها:

*ثورة الاتصالات والمعلومات التي أدت إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي و المالي و منه التطلع إلى تقديم خدمات مصرفية و مالية متطورة و متنوعة اعتمادا على ما أنتجته التكنولوجيا و ثورة المعلومات.

*التجارة الالكترونية التي تتم باستخدام الوسائل الالكترونية و خاصة الانترنت و التي أصبحت تتميز بخصائص عديدة.

*وجود منافسة شديدة بين البنوك بعضها البعض و مع غيرها من المؤسسات المالية هذه المنافسة التي أصبحت لا تقتصر على الاقتصاديات الوطنية بل اكتسبت أبعادا دولية في ظل تحرير التجارة العالمية.

*تزايد دخول العديد من المؤسسات المالية غير المصرفية مثل شركات التأمين و شركات الأوراق المالية و منافستها للبنوك، حيث أصبح العديد من هذه المؤسسات يقدم مجموعة من الخدمات وثيقة الصلة بعمل البنك.

-أنواعها وخدماتها:

ليس كل موقع لمصرف على شبكة الانترنت يعني مصرف الكتروني، وفقا للدراسات العالمية وتحديدًا دراسات جهات الإشراف و الرقابة الأمريكية و الأوربية، فان هناك ثلاث صور أساسية للبنوك الالكترونية على الانترنت:

*الموقع المعلوماتي **informational** : و هو المستوى الأساسي للبنوك الالكترونية أو ما يمكن تسميته بصورة الحد الأدنى من النشاط الالكتروني المصرفي و من خلاله فان المصرف يقدم معلومات حول برامجه و منتجاته و خدماته المصرفية، و ينطوي هذا النوع من الخدمات على مخاطر متدنية نسبيًا، بسبب عدم وجود قناة اتصال الكتروني عبر الانترنت تمكن أحدا من الدخول إلى الشبكة و أنظمة المعلومات الداخلية للمصرف.¹⁴

*الموقع الاتصالي أو التفاعلي **communicative** : بحيث يسمح الموقع بنوع ما من التبادل الاتصالي بين المصرف و عملائه، كالبريد الالكتروني و تعبئة طلبات أو نماذج على الخط أو تعديل معلومات القيد و الحسابات، و ينطوي هذا النوع على المخاطر أعلى.

*الموقع التبادلي **transnational** : و هذا هو المستوى الذي يمكن القول أن المصرف فيه يمارس خدماته و أنشطته في بيئة الكترونية، حيث تشمل هذه الصورة السماح للزبون بالوصول إلى حساباته و إدارتها و إجراء الدفعات التقليدية و الوفاء بقيمة الفواتير و إجراء كافة الخدمات الاستعلامية و إجراء التحويلات بين حساباته داخل المصرف أو مع جهات خارجية.

15: إيجابيات البنوك الالكترونية و سلبياتها:

تمثل البنوك الالكترونية آخر و أرقى المعاملات عبر المصارف باستعمال الانترنت و الكمبيوتر و تشمل قاعدة أوسع من الزبائن وفي ما يلي نوضح أهم سلبيات و إيجابيات هذه البنوك:

الجدول رقم (1) إيجابيات البنوك الالكترونية و سلبياتها

سلبيات البنوك الالكترونية	إيجابيات البنوك الالكترونية
على المستخدم أن يكون قادرًا على التكيف مع استخدام الحاسوب بالإضافة إلى اتصاله المستمر بشبكة الانترنت.	إمكانية القيام بأية عملية من البيت أو من أي مكان به حاسوب أو خط هاتفي و مودم.
إتقان تعامل العميل البنوك الالكترونية يحتاج إلى استثمار الوقت و الجهد للتعلم.	تعرض الخدمات على طول ساعات اليوم و خلال أيام الأسبوع مع تنفيذ العمليات و تأكيدها بسرعة فائقة.
تغير البرنامج يتطلب جهد إعادة إدخال معلومات جديدة، و لكن هذا لا يعني عملاء المصارف التي تعتمد على أنظمة الانترنت، بالإضافة إلى المنافسة خفضت من حدة المتاعب، حيث أن برنامج إدارة الأموال الشخصية يقبل إدخال معلومات من برامج أخرى.	توفير درجة أكبر من الأمان حيث تستخدم البنوك الالكترونية أجهزة خادمة تدعم بروتوكول الحركات المالية الآمنة SET.

المصدر: رشيد صالح عبد الفتاح "البنوك الشاملة و تطوير الجهاز المصرفي" دار النهضة العربية 2000 ص 51

4/المقارنة بين البنوك الالكترونية و التقليدية:

أصبحت البنوك الالكترونية تفرض نوع جديد من العلاقات مع العملاء حيث يترك للعميل حرية الاختيار نمط المكان و الزمان الذي يرغب فيه العميل للقيام بالعمليات المصرفية و نتيجة تعدد الأدوات الأكثر فعالية في سرعة تقديم الخدمة، إمكانية الحصول على الخدمة في أي مكان يكون فيه العميل و في فترة زمنية قصيرة و تعدد الخدمات المعروضة تجعل من البنوك الالكترونية قريبة جدا من عملائها ورغم ذلك فاحتمال بقاء البنوك التقليدية لازال قائما و الجدول التالي يشمل جميع المعايير الأساسية التي من خلالها يتم التمييز بين هذين النوعين كما يلي:

الجدول رقم (2)مقارنة بين البنوك الالكترونية و البنوك التقليدية

البنوك التقليدية	البنوك الالكترونية	الخاصية
عالية	منخفضة	التكلفة الاستثمارية.
عالية	منخفضة	تكلفة تسيير المعلومات(العميل)
منخفضة	نحو العلاقة أكثر تخصصا	جودة العلاقة مع العميل.
متوسطة	عالية	تكلفة الحصول على عملاء جدد
عالية	عالية	وفاء العملاء.
عالي	منخفضة	عدد الموظفين.
ضرورية	ثانوية	كفاءات الموظفين.
متوسطة	عالية	إنتاجية الموظفين.
خلال أوقات العمل العادية	24سا/24سا	إمكانية الالتحاق بالبنك.
عالية	منخفضة	تكلفة المعاملات.
طويلة	قصيرة	المدة الزمنية اللازمة للمعاملات
موجود	منعدم	الاتصال البشري.
موجودة	منعدمة	استشارات خاصة.

5/أهداف البنوك الالكترونية:

تهدف هذه البنوك إلى تقديم العديد من الخدمات المصرفية للزبائن عنونها الخدمة الشاملة الأسرع و الأقل تكلفة و بالتالي تحقيق معدلات أفضل في المنافسة و الاستمرار بالسوق.

لعل من أهم هذه الأهداف هو التحول إلى الموقع الالكتروني لتقديم معلومات صحيحة و الاستشارات المتخصصة في النشاطات المصرفية و المالية و التجارية و فتح آفاق العمل و الاستثمارات و إدارتها.

الإطار التطبيقي للدراسة:

البنك الوطني الجزائري (محل الدراسة):¹⁶

أسس البنك الوطني الجزائري بمرسوم 66-178 بتاريخ 13 جوان 1966 على شكل شركة وطنية تدير بواسطة القانون الأساسي لها و التشريع التجاري و التشريع الذي يخص الشركات الخفية ما لم تعارض مع القانون الأساسي المنشئ لها و يمكن تلخيص أهم وظائفه كما يلي: تقديم الخدمات المالية للأفراد و المؤسسات ، كل الخدمات التقليدية ، خدمة البريد الالكتروني، تظاقا الدفع من نوع CIB.

منهج، مجتمع و عينة الدراسة ويمكن معالجته كما يلي:

أولاً: منهج الدراسة ومصادر جمع المعلومات.

– منهج الدراسة: تم الاستعانة بالمنهج الوصفي التحليلي، الذي يصف الظاهرة، و يقوم بتحليلها، ومستوى الارتباط والعلاقات بين عناصرها، كما تم استخدام البرنامج الإحصائي لما يتميز به من إيجابيات في حل مختلف رموز العينة، SPSS20 .

– عينة الدراسة المسحية : لقد تم توجيه الاستبيان إلى زبائن البنك الوطني الجزائري على مستوى ولاية تلمسان ، و شمل عينة متكونة من 130 زبون من عملاء البنك، و تضمن الاستبيان ثلاث أجزاء و هي البيانات الشخصية، الخدمات المقدمة من قبل البنك و رضا العميل عنها كما يلي:

الرقم	الأسئلة التي يغطيها الاستبيان	أرقام العبارات
1	مجموع البيانات الشخصية للزبون متمثلة في الجنس العمر المستوى التعليمي و المهنة.	د-1
2	الخدمات المصرفية الالكترونية	7-1
3	رضا العميل	14-8

المصدر: من إعداد الباحثة

كما و تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي لقياس نتائج الفقرات كما يلي:

الجدول رقم(3) مقياس ليكرت الخماسي

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

أدوات التحليل الإحصائي: استوجبت الدراسة استخدام برنامج الحزمة الإحصائية

للعلم الاجتماع SPSS 20 ، الذي يسمح بتحليل البيانات الخاصة بالدراسة، من خلال استخراج مقاييس الإحصاء الوصفي والتمثلة في حساب التكرارات، والنسب المئوية، وذلك بالاعتماد على العلاقات التالية:

1- **معامل الارتباط (PEARSON CORRELATION)** (لتأكيد الصدق البياني، وصدق الاتساق الداخلي واثبات أنه يقيس ما حدد لقياسه من شدة ارتباط متغيرين، كما يستخدم في تحديد طبيعة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

2- **معامل الثبات**: الذي يقيس مدى استقرار المتغير القابل للقياس، وعدم تناقضه وذلك باستخدام معامل الثبات Alpha Cronbach's.

3- **التكرارات**: لمعرفة تكرار اختيار كل بديل من بدائل أسئلة الاستبيان.

4- **النسب المئوية**: لمعرفة الأهمية النسبية لاختيار كل بديل من البدائل المطروحة.

5- **المتوسط الحسابي**: للحصول على متوسط إجابات أف ا رد العينة، على أسئلة الاستبيان، أي القيمة الوسطية التي يعطيها أف ا رد مجتمع الدراسة لكل عبارة.

6- **الانحراف المعياري**: معرفة مدى التشتت المطلق بين أوساطها الحسابية،

7- **الانحدار الخطي البسيط**.

ثبات و صدق الاستبيان:

تحققنا من ثبات الاستبيان من خلال استعمال معامل الثبات Alpha Cronbach's الذي يجب أن يكون أكبر أو مساوي ل 0.60. بعد استعمال البرنامج الإحصائي كانت النتيجة 0.80 وهي مقبولة و تدل على ثبات أداة الدراسة.

2 **خصائص عينة الدراسة (السن و الجنس ومستوى التعليمي)**

أ- **حسب الجنس:**

الجدول(4): توزيع العينة حسب الجنس

الجنس	تكرارات	نسب المئوية
ذكر	95	73.07%
أنثى	35	26.93%
مجموع	130	100%

المصدر : من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

حسب الجدول(1) يتبين أن نسبة 73.07% من الزبائن المستجوبين كانوا ذكورا، في حين بلغت نسبة الإناث 26.93%، ويرجع سبب انخفاض نسبة المستجوبين الإناث لصعوبة التعامل معهم بحكم طبيعة المجتمع (محافظ)

ب- حسب السن:

الجدول (5): توزيع العينة حسب السن

نسب مئوية	تكرارات	
16.92	22	أقل من 30
48.46	63	ما بين 31 و 40
19.23	25	ما بين 41 و 50
15.38	20	ما فوق 50
100%	130	مجموع

المصدر : من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من الجدول (2)، أن معظم أفراد العينة هم من الفئة العمرية (ما بين 31-إلى 40) بنسبة 48.4%، لتليها الفئة العمرية ما تحت 30 بنسبة 19.23%، ثم الفئة العمرية (ما بين 41 و 50) بنسبة 16.92%، لتكون الفئة العمرية 50 وما فوق في مرتبة الأخيرة بنسبة 15.38%، وبهذا نكون قد غطينا جميع الفئات العمرية في المجتمع.

ج- حسب المستوى التعليمي:

الجدول (6): توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرارات	المستوى التعليمي
0%	0	أمي
0%	0	ابتدائي
19.23%	25	متوسط
33.07%	43	ثانوي
39.23%	51	جامعي
8.46%	11	دراسات عليا
100%	130	المجموع

المصدر : من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من خلال الجدول(3)، أن نسبة عالية من أفراد العينة ذات مستوى تعليمي جامعي بنسبة %39.23، أما الأفراد ذو المستوى التعليمي الثانوي بنسبة %33.07، و في الأخير فئة الدراسات العليا بنسبة %8.46. وهذا راجع لكون الفئات المتعلمة أكثر تفاهما و تعاونا في الإجابة .

د-حسب الوظيفة:

الجدول رقم (7) توزيع العينة حسب الوظيفة

الوظيفة	التكرارات	النسب
موظف	75	%57.69
أعمال حرة	55	%42.30
المجموع	130	%100

المصدر : من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول نلاحظ أن أغلبية الفئة المدروسة هم الموظفون بنسبة %57.69 أما الأعمال الحرة فكانت بنسبة %42.30.

الجدول رقم (8) الخدمات الالكترونية المقدمة من طرف البنك:

الرقم	العبارة	التكرارات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القرار
		لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة			
1	يقدم البنك خدمات حديثة و متنوعة	5	6	19	55	45	4.13	1.15	موافق
2	يسعى البنك دائما إلى تحسين و تطوير خدماته	2	4	14	52	60	3.70	1.25	موافق
3	يوفر البنك خدماته عبر وسائل الاتصال الحديثة (هاتف ذكي، البريد الالكتروني)	1	2	2	45	80	4.17	1.18	موافق
4	يقدم البنك امتيازات لعملائه الأوفياء	5	3	12	42	68	4.00	1.19	موافق
5	يقوم البنك بصيانة أجهزته الالكترونية	2	1	10	62	55	3.71	1.20	موافق
6	يستعمل البنك البطاقات الالكترونية من كافة الأنواع (الذهبية، الفضية)	3	3	2	4	118	4.15	1.21	موافق
7	يتمتع البنك بقدرة عالية	5	7	20	50	48	4.25	3.51	موافق

								على توفير المعلومات لعملائه	
	1.54	4.01	475	310	79	26	32		المجموع

المصدر : من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

الجدول رقم (9) رضا العميل عن الخدمات المقدمة من طرف البنك:

الرقم	العبرة	التكرارات					الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	القرار
		لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة			
1	الشعور بالأمان عند استعمال وسائل الدفع الحديثة	5	15	10	58	42	4.17	موافق	
2	سهولة الحصول على معلومات حول الخدمات المقدمة من قبل البنك	2	26	18	20	64	4.00	موافق	
3	يهتم البنك بنوعية الخدمة المقدمة	3	17	15	60	35	3.35	موافق	
4	ترغب في وجود أجهزة الدفع من نوع TPE** في المحلات التجارية و الفنادق...	2	12	16	15	85	3.52	موافق	
5	تعرضت إلى خلل عند استعمالك لهذا النوع من الخدمات	30	42	20	18	10	3.97	موافق	
6	يهتم البنك برأي العميل في نوعية الخدمة التي يقدمها	13	17	10	65	25	3.75	موافق	
7	هناك رضا عن هذه الخدمات المقدمة	2	15	7	55	51	3.79	موافق	
		57	144	96	291	312	3.79	المجموع	

المصدر : من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلبية العينة المدروسة لها رضا على نوعية الخدمات الالكترونية المقدمة من قبل البنك.

دراسة و اختبار الفرضيات:

من اجل دراسة العلاقة بين الخدمات الالكترونية و رضا العميل اعتمدنا الفرضيات التالية:

H0: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات الالكترونية و رضا العملاء عند مستوى الثقة 5%.

H1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات الالكترونية و رضا العملاء.

المتغير التابع: رضا العميل.

المتغير المستقل: الخدمات الالكترونية.

يهدف التحقق من صدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان، قمنا بحساب الاتساق الداخلي للاستبيان للعينة، بعد حساب معامل الارتباط لبيرسون، لكل عبارة مع المحور الذي تنتمي إليه، ومع جميع عبارات الاستبيان، وعليه يمكن استخراج النتائج الخاصة بالاتساق الداخلي للبيانات كما يلي:

الجدول رقم (10) نموذج الانحدار

الخطأ المعياري للتقدير	R ² المعدلة	R ²	R	النموذج
4.38661	0.402	0.405	0.631 ^a	

المصدر : من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول نلاحظ أن معامل الارتباط بين رضا العميل و الخدمات الالكترونية المقدمة من قبل البنك هي 0.631.

الجدول رقم (11) تحليل الانحدار

مستوى الدلالة	F	مربع المتوسطات	درجات الحرية	مجموع المربعات	النموذج
0.00	91.472	1765.985	1	1765.98	الانحدار
		19.238	130	2578.475	البواقي
			131		المجموع

المصدر : من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول نلاحظ أن مستوى دلالة الاختبار 0.00 اقل من مستوى دلالة الفرضية الصفرية 0.05 وهو ما يعني رفض الفرضية .

الجدول رقم (12) معاملات الانحدار

المستوى	T	β	الخط المعياري	B	النموذج
0.00	4.031	-	.1.9900	8.018	الثابت
	9.575	0.635	0.070	0.663	الخدمات

المصدر : من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول نستخرج معادلة خط الانحدار كما يلي:

$$Y=8.018+0.663x$$

مستوى الدلالة مساوي ل 0.00 اصغر من 0.05 و بالتالي تحقق الفرضية البديلة بان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات الالكترونية و رضا العملاء.

أهم نتائج الدراسة:

من خلال دراسة موضوع الخدمات الالكترونية الحديثة و مدى رضا العميل عنها توصلنا إلى :

وجود تجاوب من قبل العملاء مع الخدمات الحديثة المقدمة من قبل البنك الوطني لوكالة تلمسان لما تقدمه لهم من تسهيلات و ربح في الوقت و الجهد.

خاتمة:

في الأخير فقد اتفق الباحثين باختلاف خصائصهم الديموغرافية مثل الفئة العمرية والمستوى التعليمي، أن الخدمات الإلكترونية المصرفية لها أثر في تحقيق الميزة التنافسية وأنها تميز بنك عن آخر وهذا يتفق مع دراسة¹⁷ (Akinyosoye and Gbadeyan, 2011) وهذا يعود إلى أن غالبية الباحثين هم من أصحاب المستويات التعليمية الثانوية فما فوق. و اظهروا مستوى رضاهم عن الخدمات الإلكترونية المصرفية التي يقدمها البنك عبر الموقع الإلكتروني إذ تعتبر أهم وأبرز الخدمات التي يفضلها العملاء من بين الخدمات المصرفية الأخرى وهذا ما يتفق مع دراسة¹⁸ (Porter, 2005) ، ويعود السبب للأهمية التي يوليها الباحثون للجهد والوقت الذي يتم توفيره من خلال استخدام الموقع الإلكتروني، إضافة إلى وضوح وسهولة تنفيذ العمليات المصرفية، مثل الاضطلاع على الحساب و دفع بعض الفواتير...

الهوامش و المراجع:

- ¹ - زكي خليل المساعد "تسويق الخدمات و تطبيقاته" دار الماهج للنشر و التوزيع عمان الأردن ط 1 2003 ص15.
- ² - jean marc béguin ; Arnaud Bernard «l'essentiel des technique bancaire »édition d'organisation eyrole paris France 2eme tirage2010p167
- ³ -Koo, Chulmo; Wati, Yulia, Chung, Namho (2013), A Study of Mobile and Internet Banking Service: Applying for IS success Model, Asia Pacific Journal of Information Systems, Vol. 23, No. 1
- ⁴ - عبد المنعم راضي، فرج عزت "اقتصاديات النقود و البنوك" البيان للطباعة و النشر الإسكندرية 2001 ص45.
- ⁵ - رعد حسن الصرف "عولمة جودة الخدمات المصرفية" دار التواصل العربي للطباعة و النشر و التوزيع و مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع عمان الأردن ص23.
- ⁶ -يوسف حجيم سلطان الطائي، هاشم فوزي دباس العبادي "إدارة علاقات الزبون" مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع الطبعة الأولى 2009 ص36.
- ⁷ - محمد كرباح، البنوك الالكترونية، دار النهضة العربية، بيروت، 2000 ص34
- ⁸ - صالح مفتاح، البنوك الالكترونية والتجارة الالكترونية، المؤتمر العلمي الخامس، جامعة فيلادلفيا، الأردن. ص 6

- ⁹ - شول شهرة، مدوخ ماجدة، "الصيرفة الالكترونية : ماهيتها- مخاطرها- حمايتها"، مداخلة مقدمة إلى المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة: منافسة، مخاطر، تقنيات، جامعة جيغل- الجزائر، يومي 07/06 جوان 2005، ص: 10.
- ¹⁰ - تسيير العجاردة "التسويق المصرفي" دار مكتبة الخامد الطبعة الأولى 2004 ص 20.
- ¹¹ - بعلي حسني مبارك "إمكانيات رفع كفاءة أداء الجهاز المصرفي الجزائري في ظل التغيرات الاقتصادية و المصرفية المعاصرة مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية جامعة منتوري قسنطينة 2011-2012
- ¹² - عبد الرزاق يلام "القطاع المصرفي الجزائري في ظل عولمة تقييم الأداء و متطلبات الإصلاح" رسالة دكتوراه في علوم التسيير جامعة الجزائر 2012.
- ¹³ - شول شهرة، مدوخ ماجدة، "الصيرفة الالكترونية : ماهيتها- مخاطرها- حمايتها"، مرج سابق .
- ¹⁴ - نادية عبد الرحيم "تطور الخدمات المصرفية و دورها في تفعيل النشاط الاقتصادي مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية جامعة الجزائر 3 2010-2011 ص 74.
- ¹⁵ - رشيد صالح عبد الفتاح "البنوك الشاملة و تطوير الجهاز المصرفي" دار النهضة العربية 2000 ص 51.
- ¹⁶ - الموقع الرسمي للبنك الوطني الجزائري تاريخ الاضطلاع 2017/09/25 www.bna.dz

* CIB « carte interbancaire de paiement ».

** TPE « terminal de paiement électronique ».

¹⁷ - Akinyosoye, O. and Gbadeyan, R. (2011), CUSTOMERS' PREFERENCE FOR E – BANKING SERVICES: A CASE STUDY OF SELECTED BANKS IN SIERRA LEONE. Australian Journal of Business and Management Research, Vol.1, NO.4, PP 108-116

¹⁸ Porter, Q. (2005), Internet and Competitive advantage: An empirical study of UK retail banking sector, A Thesis Submitted for the Degree of PhD, Coventry, The University of Warwick