

الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية :

بين السعي لكسب رضا العميل و تحديات الواقع

Electronic banking in the Algerian banks: Between striving to win customer satisfaction and the challenges of reality

تاريخ الاستلام 2019/07/23 تاريخ القبول 2019/07/25

د. بن خالد نوال جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان

nbenkhaldi@yahoo.fr

د. بن يوب لطيفة جامعة جيلالي اليابس سيدي بلعباس

latifasanaa@yahoo.fr

الملخص: لقد شهدت السوق المصرفية العالمية تطورات متسارعة خلال السنوات الأخيرة و ذلك نتيجة لتنامي ظاهرة العولمة المالية، مما أدى إلى وضع البنوك أمام رهانات و تحديات وحب عليها كسبها، الأمر الذي دفعها إلى وضع إستراتيجيات مواجهه أهمها التحول إلى بنوك إلكترونية تقدم كافة الخدمات الإلكترونية. ومن بين هذه البنوك، الجزائرية التي وجدت نفسها أمام الأمر الواقع، و هذا ما دفعها للبحث عن السبل الكفيلة للتأقلم مع هذا الوضع بالشكل الذي يمكنها من تحسين أدائها و بالتالي مكانتها السوقية. و عليه يتلخص هذا البحث في دراسة مدى مساهمته الصيرفة الإلكترونية في كسب رضا عملاء البنوك الوطنية و من ثم تطور أدائها .

الكلمات المفتاحية: البنوك الجزائرية ، الصيرفة الإلكترونية ، الأداء البنكي، رضا العميل، الإقتصاد الجزائري.

Abstracts : The global banking market has evolved rapidly in recent years due to the growth of financial globalization, this put banks against issues and challenges which they have to face. Therefore, banks have developed specific strategies including the transition to Electronic Banks Offers all electronic services. Among these banks, Algerian ones, which found themselves in the face of the fait accompli, and this has

led to the search for ways to adapt to this situation, in a manner that enables them to improve their performance and thus their market position. The main objective of this paper is the study of the contributions of E-banking in the satisfaction of customers of national banks and then develop their performance.

Key words: Algerian banks, electronic banking, banking performance, customer satisfaction, Algerian economy.

المقدمة:

تعتبر البنوك أهم الركائز التي يقوم عليها الاقتصاد الوطني لمختلف الدول، نتيجة للدور الكبير الذي تقوم به في تعبئة المدخرات من الجمهور ووضعها رهن إشارة المشروعات و الاستثمارات للدولة وبالتالي فإن تلقي الودائع ومنح الائتمان يشكل النشاط الرئيسي للبنوك إلا أنه لا يشكل النشاط الوحيد لها، إذ تقوم كذلك بمجموعة مع عملائها، ومن أجل جذب عدد آخر من الوظائف المهدف منها توفير الوسائل للملائمة لتسهيل تعاملات أكبر منهم خاصة في ظل المنافسة الشديدة.

وقد شهدت العقود الأخيرة تطورات تكنولوجية كبيرة أحدثت تغيرات كبيرة في قطاعات النشاط الاقتصادي، ولعل من أبرزها القطاع البنكي، حيث شرعت مختلف البنوك بتكثيف الاستفادة من أحدث التقنيات الحديثة كتكنولوجيا المعلومات والاتصال، والحواسيب الآلية وكذلك شبكة الإنترنت، وتطويعها بكفاءة عالية بغية ابتكار خدمات مصرفية مستحدثة، وتطوير أساليب تقديمها سعياً منها لمواكبة التطورات الحاصلة في هذا النوع من الصناعة.

وفي هذا الصدد عملت المصارف الجزائرية على عصنة قطاعها المالي والمصرفي وتبني الصيرفة الإلكترونية في السنوات الأخيرة من خلال الجهود المبذولة في إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النشاط المصرفي.

أولاً: الإطار العام للدراسة:

1- إشكالية الدراسة:

لقد دفعت التحولات الراهنة في الصناعة المصرفية العالمية، البنوك الوطنية التحول من الخدمات التقليدية نحو الالكترونية وذلك سعياً منها إلى كسب رضا

عملائها من أجل تعزيز مركزها التنافسي و تطوير أدائها و عليه تتبلور إشكالية دراستنا هذه كالآتي:

ما مدى رضا العملاء على الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية و ما التحديات التي تواجهها ؟

2-أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى إجراء دراسة تطبيقية لعينة من البنوك العمومية لمعرفة واقع الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية و مدى رضا العملاء عليها.

3-منهج الدراسة:

من أجل الإجابة عن هذه الإشكالية و الإلمام بجميع جوانبها إستخدمنا المنهج الوصفي التحليلي حيث إستعنا بالإستبيان في دراسة الحالة .

4-فرضيات الدراسة:

للإجابة عن الإشكالية السابقة تم وضع الفرضيات التالية:

أثر الأخذ بنموذج الصيرفة الإلكترونية على رضا العميل على البنوك الجزائرية.

ثانيا: النظام المصرفي الجزائري والصيرفة الالكترونية

1- أهمية العمل بالصيرفة الالكترونية في الجزائر

رغم كل المعوقات التي تواجه تبني نظام الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، إلا أن هذه الأخيرة ستؤدي إلى حدوث العديد من التغيرات الإيجابية على الاقتصاد بصفة عامة و النظام المصرفي الجزائري بصفة خاصة و ذلك كالآتي:

1-1: تأثير الصيرفة الالكترونية على الاقتصاد الجزائري

للصيرفة الإلكترونية تأثير على الإقتصاد الجزائري نجلها في الآتي:

- بناء الإقتصاد الرقمي في الجزائر:

إن تبني نظام الصيرفة الإلكترونية يكون القاعدة نحو الانطلاق في مشاريع رقمية أخرى، تنقل الإقتصاد الوطني نحو إقتصاد رقمي يقوم أساسا على التقنية المعلوماتية الرقمية، ويوظف المعلومات والمعرفة في إدارته، بوصفها المورد الجديد للثورة، ومصدر إلهام للابتكارات الجديدة، وبذلك تساهم الصيرفة الإلكترونية بشكل كبير في تبني هذا النوع من الإقتصاد.⁽¹⁾

- محاربة الإقتصاد الموازي:

لقد فرض تأخر وسائل الدفع في المنظومة المصرفية الجزائرية على المتعاملين التجاريين التعامل خارج الدائرة المصرفية، هذا التعامل قد ساعد على تداول النقود خارج هذا الإطار والذي ساهم في بروز ظاهرة الإقتصاد الموازي و تفشي ثقافة الاكتناز، كلها عوامل ساعدت على ارتفاع السوق الموازية ، وهذا الأمر أصبح يهدد الإقتصاد الوطني الذي مازال هشاً، و بالتالي فإن اعتماد الصيرفة الإلكترونية و إقامة أنظمة دفع إلكترونية سوف يسهل دخول النقود المتداولة في السوق الموازي إلى دائرة السوق المصرفية و بالتالي المساهمة في التخفيف من حدة الإقتصاد غير الرسمي.

- تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر:

إن أساس ظهور التجارة الإلكترونية يعود في الأصل إلى مدى انتشار استخدام وسائل الدفع الإلكترونية والصيرفة الإلكترونية، و بالتالي على الجزائر تدعيم الصيرفة و وسائل الدفع الإلكترونية لإيجاد وسط مناسب لهذه التجارة.⁽²⁾

1-2: تأثير الصيرفة الإلكترونية على النظام المصرفي الجزائري

¹ - إبراهيم بخي، "الانترنت في الجزائر"، مجلة الباحث، العدد 01، جامعة ورقلة، السنة 2002، ص 07.

² - عماد أحمد أبو شنب، الخدمات الإلكترونية، دار الفكر الثقافي، الأردن، 2012، ص 126-127.

إن اعتماد الصيرفة الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري سوف يتيح للنظام ما يلي⁽³⁾:

- مواكبة المصارف الجزائرية للتطورات العالمية :خاصة في ميدان الخدمات المصرفية الإلكترونية،علما أنها تستعد للاندماج في الاقتصاد العالمي و تبحث عن جلب الاستثمار الأجنبي .

- تخفيض التكاليف: من خلال تخفيض النفقات التي تتحملها المصارف في أداء الخدمات و إنشاء فروع جديدة في مناطق مختلفة، خاصة أن الجزائر مساحتها واسعة و التواجد على الإنترنت قادر على التكفل بالوصول إلى عدد كبير من الزبائن و تقديم خدمات جيدة و متنوعة و بتكلفة أقل، إضافة إلى إمكانية تسويق خدماتها المصرفية،فضلا عن التعاملات بين المصارف و المبادلات الإلكترونية.

- تعزيز الشفافية: إن استخدام الانترنت في المصارف الجزائرية يشكل نافذة إعلامية لتعزيز الشفافية و ذلك من خلال التعريف بهذه المصارف و الترويج لخدماتها و الإعلام عن تطورات المؤشرات المالية لوضعها تحت تصرف الباحثين و سائر الأطراف الأخرى المعنية بالأمر.

- تفعيل دور بورصة القيم المنقولة بالجزائر: من خلال إقامة سوق مالية إلكترونية و إقامة أنظمة دفع إلكتروني تساهم في تطور أداؤها و ترقيتها.

2- التحديات التي تواجه تطبيق الصيرفة الالكترونية في الجزائر:

على الرغم من الجهود المبذولة من طرف البنوك لنقل العديد من التقنيات المصرفية الحديثة والاستفادة من التكنولوجيات الحديثة التي جاءت بها الثورة الرقمية، إلا أن هناك العديد من التحديات والصعوبات يمكن إدراجها كالاتي:

³ وسيم محمد الحداد وآخرون"الخدمات المصرفية الالكترونية" دار المسيرة للنشر والتوزيع- الأردن، سنة 2012، ص35.

- ضعف البنية التحتية اللازمة لإقامة مثل هذه المشاريع (كالنقص في الشبكة العالمية للمعلومات Internet، وكذلك نقصها وضعفها ما بين البنوك).

- عدم ثقة الزبون بوسائل الدفع الحديثة كالبطاقات الائتمانية، فمازالت المفاهيم التقليدية مرسخة (النقود الورقية هي وسيلة الدفع الرئيسية والأكثر أمانا بالنسبة له).

- غياب البحث والتطوير لتوظيف هذه التقنية.

- ضعف التكوين القاعدي للأطر البشرية ذات الكفاءة، بالرغم من توفر الكفاءات والموارد البشرية اللازمة، إلا أنها تعاني من قلة مردوديتها وضعف فاعليتها وانعدام روح المبادرة والإبداع فيها. (4)

- نقص التشريعات الضرورية لتسهيل انتشار الأعمال الإلكترونية، وخصوصاً المتعلقة بالصرافة الإلكترونية. (5)

ويرجع كذلك عدم إقبال الأفراد على التعامل المصرفي عبر الإنترنت أيضا إلى نقص الإعلام والاتصال بالشعب الجزائري عموما لا يملك ثقافة تكنولوجية متطورة، فهو يفضل دائما التعامل الشخصي مع البنك.

ثالثا: الدراسة التطبيقية

1- نبذة عن البنوك المدروسة

1-1: القرض الشعبي الجزائري CPA

⁴ معطى سيد احمد، "واقع وتأثير التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية"، رسالة ماجستير، جامعة تلمسان، 2011/2012، ص 66.

⁵ مصطفى يوسف كافي، النقود والبنوك الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، دمشق، 2013، ص 172-173

لقد عرف القرض الشعبي الجزائري عدة تطورات في نشاطه من اجل تحسين نوعية عروضه للزبائن فبعدما كان في الستينات والسبعينات محدود النشاط أصبح في الوقت الحالي متنوع النشاطات.

حيث استطاع هو الأخير مواكبة التطورات الحاصلة وذلك من خلال إدخاله لتكنولوجيا المعلومات وذلك من خلال مختلف الخدمات الالكترونية التي يقدمها إلى زبائنه.

وعموما بالإضافة إلى العمليات المصرفية التقليدية التي يقوم بها القرض الشعبي الجزائري هناك وظائف أخرى يقوم بها: (6)

-تقديم القروض للحرفيين والفنادق وقطاع السياحة والصيد،التعاونيات الفلاحية في ميادين الإنتاج والتوزيع والمتاجرة وعموما المنشآت الصغيرة والمتوسطة وكذا تقديم قروض لأصحاب المهن الحرة وقطاع الري والمياه.

-تقديم القروض وسلفات لقاء سندات عامة إلى الإدارة المحلية،وتتمويل مشتريات الدولة والولاية والبلدية والشركات الوطنية.

-يقوم بعملية البناء والتشييد من خلال القروض متوسطة وطويلة الأجل، كما يقوم بتمويل مختلف المؤسسات الخاصة بالخدمات.

-استقبال الودائع وجمع رؤوس الأموال على أشكال مختلفة،(حسابات جارية،حسابات الرصيد،سندات الصندوق،دفاتر الادخار...الخ).

1-2: البنك الخارجي الجزائري BEA

قد مرّ بعدة مراحل خلال تطوره، فلعّب دور التسهيل(تقديم القروض) والتنمية في مجال التخطيط الوطني والعلاقات الاقتصادية والمالية بين الجزائر والدول الأخرى، وتمثل دوره الأساسي في القيام بكل العمليات البنكية بين المؤسسات الصناعية الكبرى والمؤسسات الأجنبية.

وخلال الثمانينات وبفضل تطبيق القانون 88-02 المؤرخ في 12 جانفي 1988 والذي يتعلق باستقلالية المؤسسة،عرف بنك الجزائر الخارجي تغيرات

⁶ وثائق مقدمة من القرض الشعبي الجزائري

جديدة، وهو يعتبر من البنوك الأولى التي تحولت إلى مؤسسات مستقلة ضمن المرسوم 88-61 في جانفي 1988. و يعتبر بنك ودائع مملوكة للدولة ويخضع للقانون التجاري، مقره الرئيسي في الجزائر العاصمة، كانت مهمته عند إنشائه تمويل التجارة الخارجية أما حاليا فيقوم بعدة اختصاصات كمنح الإعتمادات عن الإستيرادات و إعطاء ضمانات للمصدرين الجزائريين لتسهيل مهامهم، وكذلك يمول الاستثمارات على المستوى الخارجي والمحلي ويمنح أنواع مختلفة من القروض (القروض الاستثمارية، الاستهلاكية، قروض تشغيل الشباب... الخ).

وعموما بالإضافة إلى العمليات المصرفية التي ذكرناها هناك وظائف أخرى يقوم بها:
- تنمية العلاقات التجارية بين المتعاملين الخواص والقطاع العام.
- دراسة القروض البنكية الممنوحة للعملاء وإخضاعها لشروط المديرية في حالة القروض ذات المبالغ المرتفعة.

- استقبال مختلف الإيداعات.

- تمويل المشاريع الاقتصادية الكبرى.

- تقديم خدمات لزبائن المؤسسات العمومية وكذا الزبائن الخواص في إطار العمل.

- تمويل عمليات الاستيراد والتصدير مع الهيئات وشبكات البنك.⁷

1-3: الخدمات الالكترونية المقدمة من طرف البنكين.

تتمثل فيما يلي:⁽⁸⁾

1- خدمة المقاصة الالكترونية.

2- خدمة الصراف الآلي، وذلك من خلال:

-DAB: الموزع الآلي للأوراق النقدية.

-GAB: الشباك الأوتوماتيكي للبنك.

-TPE: نهائي نقطة البيع الالكتروني.

⁷ - وثائق مقدمة من البنك الخارجي الجزائري

8- بنك الجزائر "التقرير السنوي 2017: التطور الاقتصادي والنقدي للجزائر"، سنة 2018، على الموقع التالي:

<https://www.bank-of-algeria.dz/pdf/rapport2017arabe.pdf>

3- خدمة الهاتف المحمول والهاتف المصرفي.

4- خدمة البطاقات البنكية CIB، وهذه البطاقات تنقسم إلى:

- بطاقة CIB: وهذه البطاقة تتطلب وجود حساب جاري بالعملة الوطنية لأجل

إصدارها ونجد نوعين من هذه البطاقة:

* CIB CLASSIQUE: تصدر لأصحاب الدخل الذي لا يقل عن

25.000 دينار جزائري.

* CIB GOLD: تصدر للأشخاص الذين يزيد دخلهم عن 50.000 دينار

جزائري.

- بطاقة VISA: تتطلب وجود حساب جاري بالعملة الصعبة لأجل إصدارها وهناك

نوعين من هذه البطاقة:

* VISA CLASSIQUE: يجب أن يكون دخل الشخص 1500 أورو وما

أكثر.

* VISA GOLD: تصدر لدوي الدخل العالية من 5000 أورو وأكثر.

2- منهجية الدراسة

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي و ذلك من خلال الدراسة الميدانية و جمع المعلومات اللازمة من مجتمع الدراسة بواسطة تعبئة استمارات، و تحليلها إحصائيا باستخدام برنامج (SPSS)⁽⁹⁾، و ذلك لاختبار صحة الفرضية التي تم تقديمها و استخلاص النتائج التي تحقق أهداف الدراسة، و تجيب عن أسئلتها.

3-مجتمع وعينة الدراسة

3-1: مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من مجموعة من البنوك الجزائرية و المتمثلة في: القرض الشعبي الجزائري، وبنك الجزائر الخارجي.

3-1:عينة الدراسة

⁹ عبد الله ابراهيم الفقي"الاحصاء التطبيقي باستخدام برنامج SPSS دار الثقافة للنشر والتوزيع-الأردن، سنة 2014، ص93-120.

لقد اعتمدنا على عينة واحدة لإجراء هذه الدراسة وهي عملاء وكالات البنوك المدروسة، حيث قمنا بتوزيع 100 استمارة وتم استردادها كلها أي بنسبة 100%.
4-أداة الدراسة:

إن انصب وسيلة لجمع المعلومات حول تأثير نموذج الصيرفة الالكترونية على رضا العميل هي الاستبيان، لذلك قمنا بتصميم استبيان موجه لعملاء وكالات البنوك المدروسة حيث يتكون من قسمين وهما:

***القسم الأول:** عبارة عن مجموع بيانات شخصية وذلك لتوضيح خصائص عينة البحث وشمل الجنس العمر، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، الوظيفة.

***القسم الثاني:** تضمن عبارات تقيس متغيرات الدراسة وتكونت من 13 فقرة موزعة على بعدين:

-التنوع: وتضمن 7 عبارات.

-الرضا وتضمن 6 عبارات.

وعليه فان هذا الاستبيان ينطوي على نوعين من المتغيرات، المتغير المستقل وهو الصيرفة الالكترونية والمتمثلة في التنوع والمتغير التابع وهو الرضا(رضا العميل).
وقد تم الاعتماد على مقياس "ليكرت الخماسي" لقياس استجابات المستقيمين لفقرات الاستبيان كما هو موضح في الجدول (1).

الجدول (1): درجات مقياس ليكرت الخماسي

الاستجابة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

5- صدق وثبات الاستبيان

1-5: صدق الاستبيان

قمنا بالتأكد من صدق المحتوى من خلال حساب معاملات الارتباط لبيرسون بين درجة كل جانب من جوانب الاستبيان والدرجة الكلية لها، ومعامل الارتباط بين كل

فقرة من فقرات كل جانب على حدا، وذلك لمعرفة مدى ارتباط كل فقرة بالدرجة الكلية لكل جانب على حدى.

الجدول(2): معامل الارتباط بين جوانب الاستبيان والدرجة الكلية

القيمة الاحتمالية	معامل الارتباط	عدد الفقرات	الجانب
0.000	0.809	7	التنوع
0.000	0.809	6	الرضا

دالة عند المستوى 0.01

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي SPSS

تبين من خلال الجدول السابق أن جوانب الاستبيان تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودالة إحصائية، حيث أن معامل الارتباط كان 0.809 وهذا يدل على أن جوانب الاستبيان تتمتع بمعامل صدق عالي .

2-5: ثبات الاستبيان

يقصد بثبات الاستبيان أن يعطي هذا الاستبيان نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعها أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط. وقد تحققنا من ثبات الاستبيان من خلال طريقة معامل ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha) حيث يتم من خلاله دراسة ثبات أداة الدراسة وذلك من خلال حساب قيمة معامل الثبات كرونباخ ألفا لكل بعد. وحسب دراسة للباحثين "Strong" و "Hensley" فإنه حتى يتحقق ثبات الأداة يجب أن يكون معامل كرونباخ ألفا أكبر أو يساوي 0.60.

لقد تم استخدام طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول رقم(3):

الجدول(3): نتائج قياس ألفا كرونباخ لقياس ثبات استبيان العملاء

معامل ألفا كرونباخ	عدد الفقرات
0.91	13

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي SPSS

من خلال الجدول رقم(3) نلاحظ أن قيم معامل الثبات هو 0.91 لكل أبعاد النموذج، وهذه القيمة مقبولة وتدل على ثبات أداة الدراسة.

6- اختبار الفرضيات وتحليل النتائج

1-6: الفرضيات

لقد وضع الاستبيان بهدف دراسة تأثير الصيرفة الالكترونية على رضا العميل على البنك وذلك من خلال دراسة اثر التنوع على رضا العميل، وفي هذا السياق تم وضع الفرضيات التالية:

الفرضية الصفرية:

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95% بين تنوع الخدمات ورضا عملاء البنوك الجزائرية.

الفرضية البديلة:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95% بين تنوع الخدمات ورضا عملاء البنوك الجزائرية.

2-6: وصف وتشخيص متغيرات الدراسة:

يدرس استبيان العملاء تأثير متغيرات الصيرفة الالكترونية المتمثلة في التنوع على رضا العملاء. وقد اعتمدنا في ذلك على مقياس ليكرت الخماسي والذي يكون فيه المتوسط الحسابي المرجح كما هو مبين في الجدول (4).

الجدول(4): المتوسط الحسابي المرجح

المستوى الموافق له	مجال المتوسط الحسابي المرجح
لا أوافق بشدة	من 1 إلى 1.79
لا أوافق	من 1.80 إلى 2.59
محايد	من 2.60 إلى 3.39
أوافق	من 3.40 إلى 4.19
أوافق بشدة	من 4.20 إلى 5

بما أن المتغير الذي يعبر عن الخيارات (لا أوافق بشدة، لا أوافق، محايد، أوافق، أوافق بشدة) مقياس ترتيبي، والأرقام التي تدخل في البرنامج وهي تعبر عن الأوزان (أوافق بشدة=5، أوافق=4، محايد=3، لا أوافق=2، لا أوافق بشدة=1) ثم نحسب ذلك المتوسط الحسابي ويتم ذلك بحساب طول الفترة أولاً وهي عبارة عن حاصل قسمة 4 على 5، حيث 4 تمثل عدد المسافات من 1 إلى 2 مسافة أولى، ومن 2 إلى 3 مسافة ثانية، ومن 3 إلى 4 مسافة ثالثة، ومن 4 إلى 5 مسافة رابعة، 5 تمثل عدد الاختيارات. وعند قسمة 4 على 5 ينتج طول الفترة ويساوي 0.80 ويصبح التوزيع على حسب الجدول السابق.

6-2-1: متغير التنوع

الجدول (5): تقييم الصيرفة الالكترونية من ناحية التنوع

النتيجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات					العبارات	الرقم
			أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة		
			5	4	3	2	1		
أوافق	1,13	3.08	8	45	6	29	12	البنك الذي تتعامل معه يقدم خدمات الكترونية متنوعة	1
محايد	1.23	2.87	8	31	18	27	16	سهولة الوصول إلى البنك عن طريق الهاتف (موظف أو الرد الآلي)	2
محايد	1.18	2.8	5	32	18	29	16	يقدم البنك لزيائنه خدمات مختلفة وذات جودة عبر الانترنت	3
محايد	1.17	2.76	5	30	19	30	16	يملك البنك نظام فعال لتقديم الخدمات الالكترونية	4
محايد	1.15	2.98	6	37	15	33	9	الخدمات الالكترونية المقدمة من طرف البنك تلي حاجات زبائنه	5
محايد	1.23	2.93	7	38	14	26	15	تكلفة أداء الخدمات الالكترونية منخفضة مقارنة	6
محايد	1.15	2.7	4	27	18	37	14	البنك يحل مشاكل معاملاتك الالكترونية بسرعة	7
محايد	1.20	2.98	43	240	108	211	98	نتيجة الجانب	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي SPSS بعد دراسة الجدول السابق المتعلق بنتائج أول محور وهو التنوع (الصيرفة الالكترونية) نجد انه تم الحصول على 2.98 أي محايد وذلك حسب مقياس ليكارت الخماسي، وهذا يعني أن أغلبية العينة المدروسة محايدة فيما يخص التنوع في تقديم الخدمات أي أنها وافقت على العبارات المطروحة بشكل متوسط.

6-2-2: متغير الرضا

الجدول (6): تقييم الصيرفة الالكترونية من ناحية الرضا

النتيجة	الانحاف المعايي	المتوسط الحسا بي	التكرارات					العبارات	الرقم
			أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة		
			5	4	3	2	1		
محايد	1.22	3.12	3	54	12	14	17	يملك البنك تجهيزات تقنية حديثة	1
محايد	1.24	3.06	8	45	6	29	12	يعرف البنك حاجات زبائنه	2
محايد	1.25	3.19	6	35	16	27	16	اشعر بالأمان في معاملاتي الالكترونية مع البنك	3
محايد	1.22	2.73	5	30	21	27	17	الزبون راضي عن	4

								الخدمات الالكترونية المقدمة من طرف البنك	
محايد	1.19	2.8	4	33	21	22	20	5 يتيح البنك المجال لتقديم مقترحات خاصة بتحسين وتطوير مجال الصرافة الالكترونية	
محايد	1.23	2.86	12	44	10	24	10	6 الخدمة المقدمة أفضل من المرّة السابقة	
محايد	1.20	2.93	38	241	86	143	92	نتيجة الجانب	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي SPSS

بعد دراسة الجدول السابق، الخاص بنتائج ثاني محور المتمثل في الرضا نجد انه حصل على 2.93 أي محايد وذلك حسب مقياس ليكارت الخماسي، وهذا يعني أن أغلبية العينة المدروسة لديها راضيا بدرجة متوسطة على البنوك المدروسة.

3-6: دراسة واختبار الفرضيات

يعتبر الانحدار الخطي البسيط مقياس لنوعية العلاقة بين متغيرين إذ يعتبر من الأساليب الإحصائية التي تستخدم في قياس العلاقة بين متغيرين على هيئة علاقة دالة، يسمى احد المتغيرات متغير تابع والآخر مستقل وهو المتسبب في تغيير المتغير التابع. لهذا ومن اجل دراسة العلاقة بين الصرافة الالكترونية ورضا العميل اعتمدنا هذا التحليل.

الجدول(7):المتغيرات المدخلة/المقسية

الطريقة	المتغيرات المقسية	المتغيرات التي أدخلت	النموذج
إدخال	/	التنوع	1

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي SPSS

أ:المتغير التابع(رضا العميل)

ب: كل المتغيرات المطلوبة تم إدخالها

الجدول(7)يبين لنا الطريقة المتبعة في تحليل الانحدار هي طريقة المربعات الصغرى و المتغير المستقل هو التنوع والذي يمثل الصيرفة الالكترونية،والمتغير التابع هو رضا العميل.

الجدول(8):ملخص نموذج الانحدار

الخطأ المعياري للتقدير	R^2 المعدلة	R^2	R	النموذج
3,15678	0,650	0,654	0,809 ^a	1

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي SPSS

يبين هذا الجدول الارتباط الخطي، حيث يبين لنا نتيجة حساب معامل الارتباط R ومعامل التحديد أو مربع قيمة معامل الارتباط R^2 ، حيث نجد أن معامل الارتباط الخطي بين التنوع في تقديم الخدمة ورضا العميل هو 0.809 وان مدى الدقة في تقدير المتغير التابع رضا العميل هو 0.654.

الجدول(9):تحليل تباين خط الانحدار¹

مستوى الدلالة	F	مربع المتوسطات	درجات الحرية	مجموع المربعات	النموذج
ب0,000	185,007	1843,645	1	1843,645	1الانحدار
		9,965	98	976,595	الباقى
			99	2820,240	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي SPSS

أ: المتغير التابع (رضا العميل)

ب: المتغير المستقل (التنوع)

يدرس الجدول أعلاه مدى ملائمة خط انحدار البيانات وفرضيته الصفرية التي تنص على أن خط الانحدار لا يلاءم البيانات المعطاة فمن الجدول يتبين ما يلي:

- مجموع مربعات الانحدار هي 1843.645 ومجموع مربعات البواقي 976.595 ومجموع المربعات الكلي 2820.240.

- درجة حرية الانحدار هي 1 ودرجة حرية البواقي هي 98.

- معدل مربعات الانحدار هو 1843.645 ومعدل مربعات البواقي هو 9.965.

- قيمة اختبار تحليل التباين لخط الانحدار هي 185.007.

- مستوى دلالة الاختبار 0.000 وهي اقل من مستوى دلالة الفرضية الصفرية 0.05 وهذا معناه رفضها وبالتالي فان خط الانحدار يلاءم البيانات.

الجدول (10): معاملات الانحدار¹

مستوى الدلالة	T	β	الخط المعياري	B	النموذج
0.002	3.153	-	1.098	3.461	1 الثابت
0.000	13.602	0.809	0.060	0.821	التنوع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي SPSS

أ: المتغير التابع (رضا العميل)

يبين هذا الجدول مجموعة من النتائج، أولها قيم الميل ومقطع خط الانحدار، حيث أن مقطع خط الانحدار هو 3.461 وهو يمثل الحرف a من معادلة الخط المستقيم

$y = a + bx$ ، أما ميل خط الانحدار b فهو:

-0.821 بالنسبة للمتغير المستقل التنوع (الصيرفة الالكترونية).

ومن ذلك معادلة خط الانحدار للمتغير المستقل (الصيرفة الالكترونية) هي:

$y = 3.461 + 0.821x$ مع العلم أن المتغير التابع هو y والمتغير المستقل هو x .

-نتيجة اختبار t على فرضيات ميل خط الانحدار للمتغير المستقل "التنوع" هي 13.602.

-عند دراسة قيمة مستوى الدلالة نجد أن قيمة 0.000 مقبولة لأنها اصغر من 0.05 وبالتالي تحقق الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95% بين التنوع (الصيرفة الالكترونية) ورضا العميل.

4-6: نتائج الدراسة

لقد تمحورت هذه الدراسة على نموذج الصيرفة الالكترونية وذلك من خلال استبيان وجه لعملاء القرض الشعبي الجزائري و البنك الخارجي الجزائري، لمعرفة مدى رضاهم عن البنكين المدروسين بعد تبنيهما نموذج الصيرفة الالكترونية.

ومن خلال ما سبق وبما أن نتائج الاختبار أدت إلى قبول الفرضية البديلة والتي تنص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 95% بين التنوع (الصيرفة الالكترونية) ورضا العميل، وهذا ما معناه أن تبني البنوك الجزائرية للصيرفة الإلكترونية أثر على رضا العميل على هذه البنوك، لكن يمكن القول أنه وبالرغم من تأثيرها الإيجابي على رضا العملاء و بالتالي على أداء هذه البنوك إلا أن هذا التأثير لم يرقى للمستوى المطلوب ذلك أن هناك العديد من العقبات التي حالت دون ذلك و على رأسها غياب الثقافة البنكية لدى جمهور العملاء.

الخاتمة:

يعتبر النظام المصرفي عجلة الاقتصاد بما يقوم به من عمليات التمويل و الدعم و تنشيط و تفعيل العمليات الاقتصادية ، و تسهيل عملية اندماج الاقتصاد في الاقتصاد العالمي و ذلك بمواكبة كل تطور يشهده و الاستفادة من كل ما يقترحه من حلول أهمها الصيرفة الإلكترونية.

فالنسبة للبنوك الجزائرية فلا يزال مفهوم الصيرفة الإلكترونية غائبا عنها وذلك لأن المنظومة المصرفية الجزائرية مازالت تتخبط في المشاكل و متاهات البرامج الإصلاحية

المتعددة التي جزء كبير منها يعتمد على عصنة النظام و اعتماد الصيرفة الإلكترونية على وجه الخصوص.

النتائج:

- من خلال ما سبق قد تم التوصل إلى النتائج التالية:
- النظام المعمول به حاليا في البنوك الجزائرية يعيق نموذج الصيرفة الإلكترونية وذلك يعود لعدة عوامل.
 - غياب الوعي و الثقافة البنكية لدى الزبائن.
 - انعدام الآليات الدقيقة لنجاح هذا النظام.
 - نقص الكفاءات البشرية المختصة في هذا الميدان.
- التوصيات:
- بناء البنية التحتية اللازمة لإقامة مثل هذه المشاريع.
 - سن التشريعات الضرورية لتسهيل انتشار الأعمال الإلكترونية .
 - العمل على خلق ثقة لدى الزبون بوسائل الدفع الحديثة كالبطاقات الائتمانية.
 - تفعيل التكوين القاعدي للأطر البشرية و خلق روح المبادرة والإبداع فيها.

المراجع:

1. إبراهيم بختي،"الانترنت في الجزائر"،مجلة الباحث،العدد 01، جامعة ورقلة،السنة 2002.
2. بنك الجزائر"التقرير السنوي 2017: التطور الاقتصادي والنقدي للجزائر"، سنة 2018، على الموقع التالي: <https://www.bank-of-algeria.dz/pdf/rapport2017arabe.pdf>

3. عبد اللاه إبراهيم الفقي "الإحصاء التطبيقي باستخدام برنامج SPSS دار الثقافة للنشر والتوزيع-الأردن، سنة 2014.
4. عماد أحمد أبو شنب، الخدمات الإلكترونية، دار الفكر الثقافي، الأردن، 2012.
5. معطى سيد احمد، "واقع وتأثير التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية"، رسالة ماجستير، جامعة تلمسان، 2012/2011.
6. مصطفى يوسف كافي، النقود و البنوك الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة، دار الأكاديميون للنشر و التوزيع، دمشق، 2013 .
7. وسيم محمد الحداد وآخرون "الخدمات المصرفية الالكترونية" دار المسيرة للنشر والتوزيع- الأردن، سنة 2012.
8. وثائق مقدمة من البنك الخارجي الجزائري
9. وثائق مقدمة من القرض الشعبي الجزائري.