

جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية كمدخل لتعزيز رضا الزبون دراسة حالة بنك السلام الجزائر

the quality of electronic banking services as an entry for the promotion of customer satisfaction: an empirical study on Alsalam Bank-Algeria

د. كتنزة سكر

Soukeur kenza

جامعة الجزائر 3 – الجزائر

Soukeur.kenza@univ-alger3.dz

تاريخ النشر: 2021/06/30

تاريخ القبول: 2021/06/27

تاريخ الاستلام: 2021/05/03

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة للزبائن بأبعادها (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان) من وجهة نظر الزبائن، بحيث كانت عينة الدراسة زبائن بنك السلام الجزائر، وقد تم توزيع استبيانات على الزبائن بلغت 61 استبانة وقد تمت معالجة البيانات باستخدام برنامج spss. وقد أوضحت الدراسة أنه هناك علاقة قوية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة ورضا الزبائن وأن الأهمية النسبية لمحددات الجودة تختلف في التأثير على توقعات زبائن بنك السلام الجزائر، بحيث أن المؤشرات التي أثرت على رضا الزبائن تأثيرا أكبر هي مؤشر سهولة استخدام ومؤشر الأمان.

الكلمات المفتاحية: الجودة، الخدمات المصرفية الإلكترونية رضا الزبون، جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية

تصنيف M30:JEL

Abstract:

this study aimed to know the quality electronic of banking services including dimensions (ease of use, security, save of times, privacy).provided to customers and the level of customer point of view, so that the study sample was a Al Salam Bank- Algeria, and has been distributing questionnaires.the identification of customers amounted to 61 and has been processed data using SPSS program the study has shown that there is strong relationship statistically significant differences between the quality of electronic banking service and customer satisfaction, and the relative importance of the determinants of quality vary in influencing the Al Salam Bank customer expectation, so that the indicators that affected the customer satisfaction biggest impact is ease of use and security

Key words: quality –E-banking services, costomer satisfaction, E-banking services quality

JEL classification codes: M30

1. مقدمة:

التطور التكنولوجي الكبير يسهل عملية انجاز المعاملات المصرفية والإتصال السريع بالزبائن وتقليل الجهد الوقت والعناء اعتمادا على الأساليب الإلكترونية الحديثة في تقديم الخدمات المصرفية كخدمات الصرف الآلي ونظام التحويل الإلكتروني للنقود، بالإضافة إلى التغيرات التي طرأت على نمط سلوك الزبائن من خلال اهتمامهم المتزايد بكلا من الزمان والمكان الذي يقدم فيه الخدمة المصرفية، وهذا ما جعل البنوك المعاصرة تستجيب للتغيرات الحاصلة من أنماط الزبائن لضمان المحافظة عليهم وإرضاءهم.

سنحاول من خلال دراستنا التركيز على مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تعزيز رضا الزبون وعليه جاءت الإشكالية على النحو التالي:

- ما مدى تأثير جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا زبون بنك السلام الجزائري؟

وبناء على عناصر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية تتفرع الأسئلة الفرعية للدراسة كمايلي:

1- ما تأثير بعد سهولة استخدام على رضا زبائن بنك السلام الجزائري؟

2- ما تأثير بعد توفير الوقت على رضا زبائن بنك السلام الجزائري؟

3- ما تأثير بعد الأمان على رضا زبائن بنك السلام الجزائري؟

4- ما تأثير بعد السرية على رضا زبائن بنك السلام الجزائري؟

من أجل الإجابة على التساؤلات، تم وضع الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية H_0 : لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا زبائن بنك السلام الجزائري.

ويشتق منها الفرضيات الفرعية التالية:

- لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لسهولة الإستخدام على رضا زبائن بنك السلام الجزائري.

- لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لتوفير الوقت على رضا زبائن بنك السلام الجزائري.

- لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للأمان على رضا زبائن بنك السلام الجزائري.

- لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للسرية على رضا زبائن بنك السلام الجزائري.

الهدف الرئيسي لهذه الدراسة هو التعرف على تأثير جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تعزيز رضا زبائن بنك السلام الجزائر وذلك من خلال التعرف على تقييم الزبائن لمستوى جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المتاحة لهم.

تم استخدام **المنهج** الوصفي التحليلي بحيث قمنا باستخدام وسائل جمع البيانات من الأدبيات المتعلقة بالموضوع والخاصة بجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية، أما فيما يتعلق بالدراسة التطبيقية فقد تم الإعتماد على أسلوب الإستقصاء من خلال تصميم استبيان وقد تمت البيانات باستخدام برنامج spss.

تم تبني **التعريفات الإجرائية** التالية: "جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية هي حكم زبائن بنك السلام-الجزائر على مدى تطابق توقعاتهم مع إدراكاتهم الفعلية للمنفعة التي يتحصلون عليها من الخدمة المصرفية الإلكترونية المقدمة من طرف بنك السلام الجزائر." "رضا الزبون هو شعور بنك السلام الجزائر بالقبول والارتياح الناتج عن مدى التطابق بين توقعات وإدراك الزبائن للمنفعة من الخدمة عند القيام وانجاز معاملاتهم المصرفية الإلكترونية، وقدرة بنك السلام الجزائر على تلبية وإشباع حاجاتهم و رغباتهم.

2- التأصيل النظري

2-1- الخدمات المصرفية الإلكترونية: تتيح الخدمات المصرفية الإلكترونية تقديم الخدمات المصرفية التقليدية كافة بأقل تكلفة، وبأسرع وقت، وبأقل جهد وكل ذلك في صالح الزبائن. **أ-تعريف الخدمات المصرفية الإلكترونية:** يمكن تعريف الخدمة المصرفية الإلكترونية على أنها: " استخدام المصرف لتكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال الأنترنت، الموزعات الآلية والهواتف الذكية...الخ. بشكل يلبي حاجات الزبون وتكسب المصرف مركزا تنافسيا قويا. (بن موسى أعمار، 2019، ص244).

كما تعرف أيضا بأنها: " إجراء العمليات المصرفية بطرق مبتكرة من خلال شبكات الإيصال الإلكترونية سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أم الجديدة، وفي ظل هذا النمط لن يكون الزبون مضطرا إلى القدوم للمصرف، وتقتصر صلاحية الدخول إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية على المشاركين فيها فقط وفقا لشروط الإثبات التي يحددها المصرف. (العدوان عبود صالح أحمد، 2015، ص60).

ب- تصنيف الخدمات المصرفية الإلكترونية تصنف الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى خمسة أصناف هي: (شيوخ فضيلة، 2016، ص75)

- المنتجات المصرفية القاعدية: تتمثل في فتح الحساب وغلقة، تحويل الأموال الخارجية، الخصم الفوري، اعتماد بطاقة الخصم الفوري.
- منتجات القروض: تتمثل في اعتماد القروض، اعتماد بطاقة الائتمان.
- منتجات الإستثمار: تتمثل في فتح ودائع تحت الطلب والإدارة الداخلية، استثمار السندات، التأمين.
- منتجات مالية أخرى: مثل عقد تأمين الحياة، عقد تأمين التجارة.
- الجزء الثالث من الخدمات: تتمثل في التسديد التجاري، معدل تسديد عبر الخط، دفع الضرائب وإدارة الحساب، النقود الإلكترونية.
- المنتجات المناسبة: مثل بنك الهاتف، التسديد بالهاتف، رسائل الكترونية، تأمين البريد الإلكتروني.

ج- مزايا الخدمات المصرفية الإلكترونية. (أبو بكر خضر شعبان، 2014، ص85)

- إمكانية وصول البنك إلى قاعدة عريضة الزبائن المودعين والمقترضين وطالبي مختلف الخدمات المصرفية.
- تقديم خدمات مصرفية جديدة تواكب احتياجات الزبون
- تخفيض تكاليف التشغيل بالبنوك و زيادة كفاءة أداء البنوك
- إمكانية حصول الزبون على البيانات المالية الخاصة دون الحاجة لزيارة مقر الصرف أي تحقيق الملاءمة المكانية للزبون.

2-2- جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية

أ -تعريف جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية: تعرف جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية بأنها: "التقييم العام للزبائن لدى إمتياز الخدمة المقدمة عبر القنوات الإلكترونية مثل الأنترنت، جهاز الصرف الآلي، والصيرفة الهاتفية" (أي محمود، علاء محمد، 2016، ص100). كما تعرف بأنها: "ملائمة ما يتوقعه الزبائن من الخدمة المصرفية المقدمة إليهم مع إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحصل عليها الزبائن نتيجة حصولهم على الخدمة" (بودية بشير، 2016، ص112)

ب- قياس جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية: هناك العديد من المقاييس المستخدمة هذا الغرض من بينها نموذج (e-servqual) الذي سيتم الإعتماد عليه في دراستنا. تشمل الخدمات الإلكترونية على أبعاد لقياس جودتها وفيما يلي تعريفات لأبعاد جودة الخدمة الإلكترونية المستخدمة في هذا النموذج:

سهولة الاستخدام: تشير إلى سهولة الوصول واستخدام موقع البنك على الأنترنت من حيث البحث والتنقل والتعامل، وتتعلق بسهولة استخدام الموقع وتنظيم وهيكلته المحتوى على الأنترنت، التي يجعل من الموقع سهل المتابعة مع أقل جهد (Moghaddams, 2015, p202)

توفير الوقت: الحصول على تحديث المعلومات كلما كان ذلك ضروريا في أقصر وقت ممكن (Elisha MesisorAnta, 2010, p150)

السرية: وتعرف بأنها الدرجة التي عندها يدرك الزبون أن معلوماته الشخصية محمية. (الأشهب نوال عبد الكريم، 2015، ص270).

الأمان: يمثل الاطمئنان بأن "الخدمة خالية من الخطورة والمخاطر والشك". (الطائي حميد وآخرون، 2013، ص175).

2-3- رضا الزبون وعلاقته بجودة الخدمة:

يستحوذ رضا الزبون على أهمية كبيرة في سياسة أي مؤسسة لاسيما عندما يكون توجه هذه المؤسسة نحو الجودة.

أ- تعريف رضا الزبون: يعرف رضا الزبون بأنه: "حالة نفسية لما بعد شراء واستهلاك خدمة معينة، يترجم بواسطة شعور عابر (مؤقت) ناتج عن الفرق بين توقعات الزبون والأداء المدرك، ويعتمد بالموازاة مع ذلك على الموقف السابق تجاه الخدمة."

إن تعريف **p. Kotler** يضيف فكرة مهمة مفادها أن الإنطباع الذي يتكون لدى الزبون يعتمد على تجربة شراء أو استهلاك، أي يستند إلى خبرات سابقة، لكن الرضا في الواقع هو حالة شعورية داخلية مرتبطة بالحالة النفسية للزبون، كما هناك بعض المواقف الظرفية (الخارجة عن سيطرة المؤسسة) تجعل الزبون غير راض حتى ولو توافقت الأداء مع التوقعات.

ومن خلال ما سبق نستنتج أن الرضا عبارة عن شعور وإحساس نفسي يعبر عن الفرق بين أداء السلعة أو الخدمة المدركة وتوقعات الزبون (عدالة العجال، 2016، ص102).

ب- أهمية رضا الزبون:

يستحوذ رضا الزبون على أهمية كبيرة في سياسة أي مؤسسة ويعد أكثر المعايير فعالية للحكم على أدائها لاسيما عندما تكون هذه المؤسسة متوجهة نحو تحقيق الجودة، وتبرز أهمية رضا الزبون في كونه:

- إذا كان راضيا عن الخدمة المقدمة إليه من قبل المؤسسة فإن قرار بالعودة إليها سيكون سريعا واحتمال توجهه إلى المؤسسة الأخرى يبقى منخفضا
- يمثل رضا الزبون تغذية عكسية للمؤسسة فيما يخص الخدمة المقدمة إليه مما يقود المؤسسة إلى تطوير خدماتها المقدمة.
- إذا كان الزبون راض عن أداء المؤسسة فإنه سيتحدث للآخرين خاصة الإيصال عن طريق الكلمة المنطوقة الموجبة، وهذا ما يولد زبائن جدد.
- فضلا عن أن رضا الزبون يعد أهم مقياس لجودة الخدمة، إذ يساعد المؤسسة على تقديم مؤشرات لتقييم كفاءتها وتحسينها نحو الأفضل.

ج- علاقة جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية برضا الزبون: في سياق الأعمال المصرفية الإلكترونية يجب التركيز أكثر على الجودة، وذلك لسهولة مقارنة الزبون بين الخدمات المصرفية الإلكترونية من قبل المنافسة في البيئة الإلكترونية. فالإيداع، السحب والتحويل كلها ترتبط بعنصر الجودة من حيث الدقة والسرعة والكفاءة في العمل والانترنت بطبيعة الحال يقدم ذلك. تعتبر الجودة أحد المحددات الرئيسية للرضا، فالتحسن في الجودة سوف يؤدي إلى تحقيق مستوى أعلى من الرضا. ولأن الرضا ينتج عن المقارنة بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة، بينما جودة الخدمة تشير إلى المقارنة بين الخدمة المطلوبة أو المرغوب فيها من قبل الزبائن والخدمة المدركة فإن فجوة الخدمة تتطرق إلى مفهومين وهما توقعات الزبون وإدراك الزبون وبالتالي فإن الجودة والرضا يستندان على إدراك الزبون للخدمة. والادراك مرتبط ومتلازم للتوقعات ولأن التوقعات ليست ثابتة فإن التقييم يختلف من وقت لآخر ومن شخص لآخر ومن ثقافة لأخرى.

الرضا مفهوماً أوسع من جودة الخدمة، فالرضا يمثل تقييم الزبون للخدمة من خلال قدرتها على تلبية حاجاته، أما الجودة فهي أحد مكونات رضا الزبون ، لأن الزبون يتأثر بإدراكه لجودة الخدمة.

2-4- تقديم مصرف السلام: مصرف السلام - الجزائر، بنك شمولي يعمل طبقا للقوانين الجزائرية، ووفقا لأحكام الشريعة الإسلامية في كافة تعاملاته، كثمرة للتعاون الجزائري الخليجي، تم اعتماد المصرف من قبل بنك الجزائر في سبتمبر 2008، ليبدأ مزاولة نشاطه مستهدفا تقديم خدمات مصرفية مبتكرة، برأس مال قدره 7.2 مليار دينار جزائري، يعتبر ثاني بنك إسلامي ينشط في السوق المصرفية الجزائرية بعد بنك البركة الجزائري الذي يمارس نشاطه منذ 1990، وقد بدأ مصرف السلام الجزائر مزاولة نشاطه مستهدفا تقديم خدمات مبتكرة تاريخ 20 أكتوبر 2008، ويضم اليوم 18 فرعا موزعة عبر ولايات مختلفة من الوطن.

مصرف السلام الجزائر يعمل وفق استراتيجية واضحة تماشى ومتطلبات التنمية الاقتصادية في جميع المرافق الحيوية بالجزائر، من خلال تقديم خدمات مصرفية عصرية تنبع من المبادئ والقيم الأصيلة الراسخة لدى الشعب الجزائري بغيت تلبية حاجيات السوق، والمتعاملين، والمستثمرين وتضبط معاملاته هيئة شرعية تتكون من كبار العلماء في الشريعة والاقتصاد.

- **مهمة المصرف:** اعتماد أرفع معايير الجودة في الأداء لمواجهة التحديات المستقبلية في الأسواق المحلية والإقليمية والعالمية، مع التركيز على تحقيق أعلى نسب من العائدات للزبائن والمساهمين على السواء.

- **رؤية المصرف:** الريادة في مجال الصيرفة الشاملة بمطابقه مفاهيم الشريعة الإسلامية، وتقديم خدمات ومنتجات مبتكرة، من الهيئة الشرعية للمصرف.

- **قيم المصرف:** التميز - الالتزام - التواصل.

2-5- الخدمات الإلكترونية لمصرف السلام:

استطاع مصرف السلام أن يوفر مجموعة من الخدمات الإلكترونية لصالح زبائنه تعمل على اختصار الوقت والتكلفة وتلبي حاجياتهم وهي:

أ- خدمات ما قبل التوطين: لجعل التحويلات البنكية الدولية آمنة يمنح مصرف السلام الجزائر وسائل الدفع المستندية أكثر أمانا متوافقة مع المعايير الدولية ومتلائمة مع حاجياتكم كمشتري أو بائع، ذلك عبر بوابة الويب الخاصة بمعالجة طلبات الزبائن قبل التوطين للإستيراد بكل أمان.

ب- الإعتماد المستندي E-CREDOC: يعتمد المصرف على وسائل الدفع المستندية أكثر أمانا المتوافقة مع المعايير الدولية والمتلائمة مع حاجيات العميل، عبر بوابة الويب الخاصة التي تسمح بملىء استمارة افتتاح اعتماد مستندي لعملية طوال أيام السنة بكل أمان.

ج- السلام مباشر للأفراد: تقنية الإطلاع المباشر على الموقع الإلكتروني أو عبر الهاتف.

البحث في عمليات الحساب، تحميل كشوفات الحساب، طبع كشوفات الحساب، طبع بيانات الحساب البنكي، دمج الحسابات، متابعة العمليات الإلكترونية، طلب دفتر الشيكات، متابعة التسهيلات، الإطلاع على الودائع لأجل، التحويل بين الحسابات، التحويل للمستفيدين، طلب بطاقة⁽¹²⁾ (موقع بنك السلام).

د- البحث في عمليات الحساب، تحميل كشوفات الحساب، طبع كشوفات الحساب، طبع بيانات الحساب البنكي، دمج الحسابات، متابعة العمليات الإلكترونية، طلب دفتر الشيكات، متابعة التسهيلات، الإطلاع على الودائع لأجل، التحويل بين الحسابات، التحويل للمستفيدين، طلب بطاقة.

هـ - السلام مباشر للشركات: تقنية الإطلاع المباشر عبر الموقع الإلكتروني أو عبر الهاتف على:

جدول رقم (01) تقنية الإطلاع المباشر عبر موقع الإلكتروني أو عبر الهاتف

حزمة غولد	حزمة بريميوم
كل خدمات حزمة بريميوم + دمج الحسابات التلخص الإلكتروني لمستحقات الجبائية.	الإطلاع على الأرصدة،مراجعة الأرصدة،الإطلاع على العمليات الأخيرة، الرسائل النصية،المعارضة على الشيك،البحث في عمليات الحساب، تحميل كشوفات الحساب، طبع كشوفات الحساب،طبع بيانات الحساب البنكي، طلب دفتر الشيكات، متابعة التسهيلات، الإطلاع على الودائع لأجل،التحويل بين الحسابات،التحويل للمستفيدين، إدخال التحويلات المكثفة،ارسال ملفات التحويلات المكثفة، تقرير التنفيذ.

المصدر: موقع بنك السلام

و-السلام سمارت بنكنغ (للأفراد- للشركات): تقنية للإطلاع على الحساب، محاكاة التمويل وتحويل العملات بتطبيق السلام سمارت بنكنغ 24 سا/ 7 و 24 أيام/ 7 أيام عبر الهاتف الذكي أو اللوحة الإلكترونية، بالإتصال بالمصرف، بالبريد الإلكتروني ، الهاتف والرسائل القصيرة، كما يعمل المصرف على توفير مجموعة من البطاقات المصرفية كأمانة بطاقة الدفع، دفتر التوفير، بطاقة التوفير أميني، السلام فيزا مسبقة الدفع والسلام فيزا الذهبية، السلام فيزا بلاتينيوم.

3-دراسة ميدانية حول جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية كمدخل لتعزيز رضا الزبون-

دراسة حالة بنك السلام الجزائر

من أجل معرفة أهمية جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في كسب وتعزيز الزبون، وكيف يقيم هذا الأخير مستوى جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية المقدمة من طرف البنك قمنا بدراسة ميدانية شملت زبائن بنك السلام الجزائر.

3-1- الإطار المنهجي للدراسة الميدانية

أ- مجتمع وعينة الدراسة

-مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع دراستنا في جميع الزبائن "مصرف السلام" المتواجدين على مستوى مختلف ولايات الوطن.

-عينة الدراسة: اعتمدنا على عينة عشوائية من الزبائن المتعاملين مع "مصرف السلام الجزائر" محل مجتمع الدراسة والذين بلغ عددهم 100 زبون، نظرا للصعوبات الميدانية وكذلك الأزمة التي واجهت بحثنا المتمثلة في الحجر الصحي بعد انتشار وباء كوفيد19 فإننا تعاملنا مع العينة بطريقة غير مباشرة، حيث تم إعادة تصميم الاستبيان النهائي في شكل الكتروني وإرساله إلى البريد الإلكتروني لأفراد العينة، وفيمايلي يبين كيفية توزيع وجمع الاستبيانات:

جدول رقم(02): كيفية توزيع وجمع الاستبيان على عينة الدراسة

البيان	العدد
عدد الاستبيانات الموزعة	100
عدد الاستبيانات المسترجعة	80
عدد الاستبيانات الملغاة (غير صالحة)	19
عدد الاستبيانات الصالحة	61

المصدر: من إعداد الباحثة

ب- أداة جمع البيانات: من أجل الإجابة على إشكالية الدراسة والتحقق من فرضياتها تم إعداد استبيان بشكل يساعد على جمع البيانات، وروعي في تصميمه ما تم تناوله في الجانب النظري وأيضا ما تم التطرق إليه في الدراسات السابقة وأيضا وضوح العبارات لتسهيل فهمها، كما تم عرضه من أجل مراجعته من قبل محكمين، وفي الأخير خلصنا إلى بناء الاستبيان ليصبح في صورته النهائية متكون من 28 عبارة وتضمن الاستبيان بجزيئين على النحو التالي:

الجزء الأول: يتضمن البيانات الشخصية المتعلقة بالخصائص الديمغرافية عن أفراد عينة الدراسة

الجزء الثاني: يشتمل على متغيرات الدراسة، وبدورها تم تقسيمها إلى محورين كمايلي:

المحور الأول: يتعلق بالمتغير المستقل للدراسة المتمثل في جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

العنصر الأول: يمثل سهولة الاستخدام ويحتوي على 04 عبارات

العنصر الثاني: يمثل توفير الوقت ويحتوي على 04 عبارات

العنصر الثالث: يمثل الأمان وتحتوي على 4 عبارات

العنصر الرابع: يمثل السرية ويحتوي على 04 عبارات

المحور الثاني: يتعلق بالمتغير التابع للدراسة المتمثلة في رضا الزبون ويحتوي على 08 عبارات

ج- أدوات الدراسة الاحصائية:

تم استخدام بعض الأدوات الإحصائية في هذه الدراسة وتمت معالجة البيانات باستخدام برامج

SPSS ومن بين الأدوات المستخدمة في هذه الدراسة نجد:

- النسب المئوية والتكرارات لأجل توزيع خصائص زبائن بنك السلام محل الدراسة.
 - المتوسط الحسابي لأجل التعرف على أداء الزبائن في حالة تطابق جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية مع متطلبات الزبائن والمتمثلة في (سهولة لاستخدام، توفير الوقت، الأمان والسرية)، كما تم استخدام الإنحراف المعياري لقياس درجة تشتت لقيم استجابات الزبائن عن المتوسط الحسابي.
 - **مقياس ليكرت:** اعتمدت الدراسة على أسلوب القياس المستند على مقياس ليكرت حيث يقابل كل عبارة قائمة تحمل البدائل التالية (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة) وتمثل رقمياً (5، 4، 3، 2، 1) على التوالي.
- استخدام أدوات تحليل الارتباط وذلك للتحقق من وجود علاقة ارتباطية بين الجودة المدركة ورضا الزبائن حيث يتم اختيار الفرضية عند مستوى الدلالة 1%.

3-2- دراسة وتحليل البيانات واختبار الفرضيات

أ-دراسة خصائص العينة

بلغ أفراد عينة الدراسة 61 فرد وهم يتوزعون حسب البيانات الشخصية كمايلي:

- أغلبية زبائن بنك السلام الجزائر هم ذكور بنسبة 60.7% مقارنة بنسبة الإناث البالغ 39.9%.
- معظم الزبائن بنك السلام أعمارهم أكثر من 30 سنة حيث بلغت نسبة فئة من 30 إلى 50 سنة بنسبة 70.4% ونسبة فئة أكثر من 50 سنة بلغت 19.6%.
- نسبة 59.1% لصالح الأفراد ذوي المستوى الجامعي، ونسبة 32.8% لأفراد ما بعد التدرج أما أصحاب دون الجامعي بنسبة 8.1%.
- أكثر من نصف زبائن بنك السلام الجزائر هم موظفون لدى الدولة بنسبة 59% ثم تليها قطاع خاص ب 26.3% أما أصحاب المهن الحرة فيمثلون نسبة 14.7%.
- معظم زبائن بنك السلام الجزائر بنسبة 64.94% ويمثلون فئة التي تتعامل مع البنك [2]، 10] تليها فئة أكثر من 10 سنوات بنسبة 19.67% ويرجع هذا لأن البنك بدأ النشاط في الجزائر سنة 2018 وفي الأخير نجد فئة أقل من سنتين بنسبة 16.39%.

ب- عرض وتحليل إجابات أفراد العينة

- عرض وتحليل إجابات أفراد العينة على عبارات المحور الأول والمتعلق بمقياس جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية

لوصف جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، الأمان والسرية) في بنك السلام الجزائر، لجأنا إلى استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي وتحديد تقييم كما هو موضح في الجداول التالية

جدول(03): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات: سهولة الاستخدام

العبرة	المتوسط الحسابي	انحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة التقييم الموافقة
متوسط سهولة الإستخدام في البنك السلام الجزائر حسب وجهة نظر أفراد العينة	3,9385	0,6449	78,77	بدرجة مرتفعة

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج spss

يوضح الجدول أعلاه إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بسهولة الإستخدام حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لسهولة الإستخدام بين [3.85-4.02] بمتوسط كلي مقداره (3.938) على المقياس الخماسي الذي يشير إلى المستوى المرتفع لسهولة استخدام

الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك السلام الجزائر، ويبين أيضا الجدول التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول سهولة استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية لبنك السلام الجزائر، ويشير أيضا الجدول إلى تقارب في قيم المتوسطات الحسابية، وبشكل عام يتبين أن مستوى سهولة استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك السلام الجزائر من وجهة أنظر عينة الدراسة كان مرتفعا.

جدول(04): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات: توفير الوقت

العبرة	المتوسط الحسابي	انحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة التقييم الموافقة
متوسط توفير الوقت في البنك السلام الجزائر حسب وجهة نظر أفراد العينة	3,483	0,857	69,67	بدرجة مرتفعة

المصدر: من اعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الإستين ومخرجات برنامج spss يوضح الجدول أعلاه إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بتوفير الوقت حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لتوفير الوقت بين [3.33-3.59] بمتوسط كلي مقداره(3.483) على المقياس الخماسي الذي يشير إلى المستوى المرتفع لتوفير الوقت الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك السلام الجزائر، ويبين أيضا الجدول التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول توفير الوقت الخدمات المصرفية الإلكترونية لبنك السلام الجزائر، ويشير أيضا الجدول إلى تقارب في قيم المتوسطات الحسابية، وبشكل عام يتبين أن مستوى توفير الوقت الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك السلام الجزائر من وجهة أنظر عينة الدراسة كان مرتفعا.

جدول(05): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات: الأمان

العبرة	المتوسط الحسابي	انحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة التقييم الموافقة
متوسط الأمان في البنك السلام الجزائر حسب وجهة نظر أفراد العينة	3,6352	0,8740	72,70	بدرجة مرتفعة

المصدر: من اعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الإستين ومخرجات برنامج spss يوضح الجدول أعلاه إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالأمان حيث تراوحت المتوسطات الحسابية للأمان بين [3.56-3.72] بمتوسط كلي مقداره(3.6352) على المقياس الخماسي الذي يشير إلى المستوى المرتفع للأمان الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك السلام

الجزائر، ويبين أيضا الجدول التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول الأمان الخدمات المصرفية الإلكترونية لبنك السلام الجزائر، ويشير أيضا الجدول إلى تقارب في قيم المتوسطات الحسابية، وبشكل عام يتبين أن مستوى الأمان في الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك السلام الجزائر من وجهة أنظر عينة الدراسة كان مرتفعا.

جدول(06): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات: السرية

العبارة	المتوسط الحسابي	انحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة التقييم الموافقة
متوسط السرية في البنك السلام الجزائر حسب وجهة نظر أفراد العينة	3,6225	0,7185	72,28	بدرجة مرتفعة

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الإستبيان ومخرجات برنامج spss يوضح الجدول أعلاه إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالسرية حيث تراوحت المتوسطات الحسابية للسرية بين [3.51-3.90] بمتوسط كلي مقداره (3.6225) على المقياس الخماسي الذي يشير إلى المستوى المرتفع للسرية للخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك السلام الجزائر، ويبين أيضا الجدول التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول السرية الخدمات المصرفية الإلكترونية لبنك السلام الجزائر، ويشير أيضا الجدول إلى تقارب في قيم المتوسطات الحسابية، وبشكل عام يتبين أن مستوى السرية في الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك السلام الجزائر من وجهة أنظر عينة الدراسة كان مرتفعا.

-عرض وتحليل إجابات أفراد العينة على عبارات المحور الثاني والمتعلق برضا الزبون

لوصف رضا الزبون على الخدمات المصرفية الإلكترونية لبنك السلام الجزائر، قمنا بحساب المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والوزن النسبي كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول(07): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات: رضا الزبون

العبارة	المتوسط الحسابي	انحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة التقييم الموافقة
مستوى رضا الزبون في بنك السلام الجزائر محل الدراسة حسب وجهة نظر أفراد العينة	3,4525	0,78751	68,32	بدرجة مرتفعة

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الإستبيان ومخرجات برنامج spss يوضح الجدول أعلاه إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة برضا الزبائن، حيث تراوحت المتوسطات لرضا الزبون بين [3.40-3.60] بمتوسط كلي مقداره (3) على المقياس الخماسي

الذي يشير إلى المستوى المرتفع لرضا الزبائن ويبين أيضا الجدول التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول رضا الزبون بفقراتها وهو ما يعكس التقارب في قيم المتوسطات الحسابية وبشكل عام يبين أن مستوى رضا الزبون من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعا.

3-3-إختبار فرضيات الدراسة:

أ- اختبار الفرضية الرئيسية

جدول(08): ملخص مخرجات تحليل الانحدار البسيط للعلاقة التأثير بين (جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية ورضا الزبون).

معنوية التأثير لمعاملات الانحدار بين المتغيرين				معنوية العلاقة بين المتغيرين			
				معامل التفسير	معامل الارتباط	معنوية الكلية لنموذج الانحدار ANOVA	
(SIG)	t	B	معاملات نموذج الانحدار	R ² R square	r	(SIG)	قيمة F المحسوبة
0,770	0,293	0,178	B ₀ مقدار الثابت	0,325	0,570	0,000	28,361
0,000	5,325	0,873	B ₁ متغير مستقل				

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الإستبيان ومخرجات برنامج spss

يتبين من جدول تحليل الانحدار البسيط مايلي:

- معامل الارتباط بيرسون (n): n=0570 وهو موجب يدل ذلك أن اتجاه العلاقة بين المتغيرين ايجابي.
- معامل التحديد R² قد بلغ 0.325 أي أن ما قيمته 0.325 من التغيرات في رضا زبائن بنك السلام-الجزائر ناتج عن التغير في جودة الخدمات المصرفية الالكترونية (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، الأمان والسرية).
- معنوية العلاقة بين المتغيرين: قيمة F المحسوبة بلغت F_{cal} وهي دالة إحصائية حيث أن قيمة SIG = 0.000 المصاحبة لقيمة F وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يشير إلى معنوية النموذج الانحدار البسيط الممثل للعلاقة المدروسة المتغيرين ومنه توجد علاقة دالة إحصائية بينهما وعليه نستنتج قرار إختبار الفرضية الرئيسية: نرفض الفرضية الصفرية (H₀)

ونقبل الفرضية البديلة (H_1): يوجد تأثير دلالة عند مستوى ($0.05 \geq \alpha$) لجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبون ببنك السلام الجزائر.

ب- اختبار الفرضيات الفرعية

- اختبار الفرضية الأولى

جدول (09): ملخص مخرجات تحليل الانحدار البسيط للعلاقة (سهولة الإستجابة رضا الزبون)

دراسة العلاقة بين المتغيرات		معنوية العلاقة بين المتغيرين						معنوية تأثير بين متغيرين	
المتغير المستقل	المتغير التابع	قيمة F المحسوبة	مستوى المعنوية SIG	معامل الارتباط r	معامل التفسير R^2	معامل الانحدار	معامل T (t-test)	مستوى المعنوية SIG	
مؤشر سهولة الإستخدام	رضا الزبون	51,797	0,000	0,684	0,467	0,581	7,197	0,000	
دلالة قيم المعامل الثابت		1,379	$B_0 =$	0,000	SIG	4,280	T=		

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الإستبيان ومخرجات برنامج spss

من خلال الجدول أعلاه نجد:

- يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين.
- معامل التحديد R^2 قد بلغ 0.467 أي أن ما قيمته 0.467 من التغيرات في رضا زبائن بنك السلام-الجزائر ناتج عن التغير في سهولة الاستخدام.
- يوجد تأثير معنوي (دال احصائي) بسهولة الإستخدام على رضا الزبون.
- نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1): يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($0.05 \geq \alpha$) الجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبون من ناحية سهولة الإستخدام.

- اختبار الفرضية الثانية

جدول (10): ملخص مخرجات تحليل الانحدار البسيط للعلاقة (توفير الوقت رضا الزبون)

دراسة العلاقة بين المتغيرات		معنوية العلاقة بين المتغيرين						معنوية تأثير بين متغيرين	
المتغير المستقل	المتغير التابع	قيمة F المحسوبة	مستوى المعنوية SIG	معامل الارتباط r	معامل التفسير R^2	معامل الانحدار	معامل T (t-test)	مستوى المعنوية SIG	
المتغير المستقل	المتغير التابع	48,581	0,000	0,672	0,452	0,430	6,970	0,000	

مؤشر توفير الوقت	رضا الزبون						
دلالة قيم المعامل الثابت	2,172	$B_0 =$	0,000	SIG	9,822	$T =$	

المصدر: من اعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الإستبيان ومخرجات برنامج **spss**

من خلال الجدول أعلاه نجد:

- يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين.
- معامل التحديد R^2 قد بلغ 0.452 أي أن ما قيمته 0.452 من التغيرات في رضا زبائن بنك السلام-الجزائر ناتج عن التغير في توفير الوقت.
- يوجد تأثير معنوي (دال احصائي) **توفير الوقت** على رضا الزبون.
- نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1): يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \geq 0.05$) الجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبون من ناحية توفير الوقت.

-اختبار الفرضية الثالثة-

جدول(11): ملخص مخرجات تحليل الإنحدار البسيط للعلاقة (مؤشر الأمان رضا الزبون)

دراسة العلاقة بين المتغيرات		معنوية العلاقة بين المتغيرين					معنوية تأثير بين متغيرين	
المتغير المستقل	المتغير التابع	قيمة F المحسوبة	مستوى المعنوية SIG	معامل الارتباط r	معامل التفسير R^2	معامل الإنحدار B	T (t-test)	مستوى المعنوية SIG
مؤشر الأمان	رضا الزبون	28,074	0,000	0,568	0,322	0,265	5,298	0,000
دلالة قيم المعامل الثابت		2,705	$B_0 =$	0,000	SIG	14,156	$T =$	

المصدر: من اعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات الإستبيان ومخرجات برنامج **spss**

من خلال الجدول أعلاه نجد:

- يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين
- معامل التحديد R^2 قد بلغ 0.322 أي أن ما قيمته 0.322 من التغيرات في رضا زبائن بنك السلام-الجزائر ناتج عن التغير في الأمان.

- يوجد تأثير معنوي (دال احصائي) مؤشر الأمان على رضا الزبون.
- نرفض الفرضية الصفريّة (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1): يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($0.05 \geq \alpha$) الجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبون من ناحية مؤشر الأمان.

-اختبار الفرضية الرابعة-

جدول(12): ملخص مخرجات تحليل الإنحدار البسيط للعلاقة (السرية رضا الزبون)

دراسة العلاقة بين المتغيرات		معنوية العلاقة بين المتغيرين						معنوية تأثير بين متغيرين	
المتغير المستقل	المتغير التابع	قيمة F المحسوبة	مستوى المعنوية SIG	معامل الارتباط T	معامل التفسير R^2	معامل الإنحدار	معامل B	T (t-test)	مستوى المعنوية SIG
السرية	رضا الزبون	32,161	0,000	0,594	0,353	0,334	0,334	5,617	0,000
دلالة قيم المعامل الثابت		2,466	$B_0 =$	0,000	SIG	11,224	T=		

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الإستبيان ومخرجات برنامج spss

من خلال الجدول أعلاه نجد:

- يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين.
- معامل التحديد R^2 قد بلغ 0.353 أي أن ما قيمته 0.353 من التغيرات في رضا زبائن بنك السلام-الجزائر ناتج عن التغير في السرية.
- يوجد تأثير معنوي (دال احصائي) السرية على رضا الزبون.
- نرفض الفرضية الصفريّة (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1): يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($0.05 \geq \alpha$) الجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبون من ناحية مؤشر السرية.

4-الخاتمة:

يعد بنك السلام الجزائر من البنوك التي استطاعت أن تقدم العديد من الخدمات المصرفية الإلكترونية مسايرة بذلك التطورات التكنولوجية في العمل المصرفي ولأن الزبون في الوقت الحالي أصبح أكثر إلماما بالخدمات المصرفية الإلكترونية التي أحدثت تغيير كبير في حجم تطلعاته للخدمات التي تقدمها له البنوك، وقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى أن جودة الخدمة

- المصرفية الإلكترونية لها تأثير على رضا زبون كما يؤثر كل بعد من أبعادها على مدى (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان) على رضا زبون بنك السلام الجزائر. وعليه نقترح -استحداث التكنولوجيا عن طريق وظيفة البحث والتطوير لضمان المحافظة على مستوى جودة الخدمات الإلكترونية المقدمة خاصة وأن هذا القطاع في تطور مستمر.
- القيام بدورات تكوينية للموظفين للتعرف على آخر مستجدات المجال الإداري التنظيمي التكنولوجي والعلمي.
- متابعة رضا الزبائن من خلال القيام بدراسات دورية لقياس فعالية جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة.
- نشر ثقافة الخدمات المصرفية الإلكترونية بين الزبائن.

5-قائمة المراجع:

المؤلفات:

- 1- بودية بشير، قندوز طارق، (2016)، "أصول ومضامين تسويق الخدمات"، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن.
- 2- الأشهب نوال عبد الكريم، (2015)، "التجارة الإلكترونية"، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن.
- 3- الطائي حميد وآخرون، (2013)، "التسويق الحديث، مدخل شامل"، الطبعة العربية، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن.
- 4- مصطفى كافي، (2011)، نقود والبنوك الإلكترونية، دار رسلان، سوريا.

الأطروحات:

- 1- العدوان عبود صالح أحمد، (2015)، "أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تعزيز الأداء-دراسة على المصارف التجارية الأردنية"، أطروحة دكتوراه، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، الأردن، ص60.
- 2- شيروف فضيلة، (2016)، "أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر"، أطروحة دكتوراه، جامعة منتوري، قسنطينة، تخصص تسويق، الجزائر،
- 3- أبو بكر خضر شعبان، (2014)، "تقييم مدى فاعلية وكفاءة نظم المعلومات المحاسبية في ظل تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية، دراسة تطبيقية على المصارف التجارية العاملة في قطاع غزة"، رسالة ماجستير في المحاسبة والتمويل، الجامعة الإسلامية، فلسطين.

المقالات:

1. بن موسى أعمر، (ديسمبر 2019)، "نحو بناء ميزة تنافسية من خلال تطوير الخدمات المصرفية الإلكترونية- دراسة استطلاعية لمجموعة من البنوك العمومية الجزائرية"، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، المجلد 06، العدد 4، ص244.

2. أبي محمود، علاء محمد، (2016)، "جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها في رضا العميل - دراسة مقارنة بين فروع المصارف العامة والخاصة في مدينة حماة"، مجلة جامعة البحث للعلوم الإنسانية، العدد 38.
3. عدالة العجال، جلام كريمة، (2016)، "التسويق الإلكتروني وأثره على رضا العميل، دراسة حالة لبعض البنوك التجارية، مجلة رماح للبحوث والدراسات، الأردن، العدد 18.
4. بن زكوة العونية، (ديسمبر 2019)، تكنولوجيا المعلومات ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية - دراسة حالة بنك السلام الجزائر -، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة، المجلد 2، العدد 2.
5. بشرير عمارن، تهمان مراد، (2016)، أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على تحسين جودة الخدمات بالمصارف - دراسة حالة الوكالات العمومية والخاصة بولاية البليدة -، جامعة بوير، مجلة المعارف، العدد 20.
6. هالة عبدلي، (جوان 2017)، الصيرفة الإلكترونية آلية لضمان جودة الخدمات المصرفية، مجلة الأصل للبحوث الاقتصادية والإدارية، جامعة خنشلة، العدد 1.

مواقع أنترنت:

الموقع الرسمي لبنك السلام (2020)

المراجع باللغة الأجنبية:

LES ARTICLES :

1. Moghadams, (2015), "Analyzing Electronic service qualite from customer point of vieu in telecommunications company of Esfahan, international journal of life science and engineering,
2. Elisha MesisorAnta, (2010), "E-hanhing in developing Economy :EnpiricalEoidencefromNageria », journal of applied quantitatinnuethods