

أثر عمليات الصيرفة الإلكترونية في ضمان جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية

دراسة إستطلاعية لأراء مسيري وكالات بنكية في أم البواقي

The impact of electronic banking operations in ensuring the electronic banking services quality

An exploratory study of the bank agency managers views in Oum El Bouaghi

أمال مهاوة

فراح خالدي*

جامعة قاصدي مرباح ورقلة- الجزائر

جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي- الجزائر

amelm115@gmail.com

samira.walid1@gmail.com

تاريخ النشر: 2020/12/31

تاريخ القبول للنشر: 2020/12/19

تاريخ الاستلام: 2020/10/31

ملخص:

تهدف الدراسة إلى تبيان دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، وتحليل واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المصرفي، وكذا توضيح أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدم والمتوفرة، وما أهميتها في ضمان خدمات مصرفية متميزة، وقد تم الاعتماد في ذلك على تحليل نتائج الاستبيان الموزع بواسطة البرنامج الإحصائي SPSS في وكالات بنكية في أم البواقي.

وتوصلت الدراسة إلى أنّ النظام المصرفي الجزائري استفاد من عمليات الصيرفة الإلكترونية، إلا أنّ الخدمات المصرفية الإلكترونية فيه لا تزال بطيئة ووسائل دفعه غير متنوّعة، ولم ترتقي إلى المستوى الذي وصلت إليه في البلدان المتقدمة؛ وأنّ هناك وعي لدى موظفي البنوك بأهمية إدخال المعاملات المصرفية الإلكترونية لما لها من تأثير على الأداء وتحويلها إلى بنوك إلكترونية تتبنى تطبيق التجارة الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: الصيرفة الإلكترونية؛ جودة الخدمة المصرفية؛ البنوك الإلكترونية؛ وسائل الدفع الإلكتروني؛ التجارة الإلكترونية.

تصنيف JEL: G2, G21, L81.

Abstract:

The study aims to clarify the role of electronic banking in improving the quality of banking services, and analyzing the reality of using information and communication technology in banks well as clarifying the types of electronic banking services provided and available, and their importance in ensuring distinguished banking services. We use a questionnaire tool and distribute it to a sample of banking agencies in Umm Al-Bouaghi, and analyze the results using the statistical program SPSS.

The study find that the Algerian banking system has benefited from electronic banking operations, but yet electronic banking services are still slow and the means of payment are not diversified, and have not risen to the level reached in developed countries. And that there is awareness among bank employees of the importance of introducing electronic banking transactions because of their impact on performance, and their transformation into electronic banks that adopt the application of e-commerce.

Keywords: electronic banking, quality of banking service, electronic payment methods, electronic commerce.

Jel Classification Codes: G2, G21, L81.

* المؤلف المراسل.

أثر عمليات الصيرفة الإلكترونية في ضمان جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية دراسة استطلاعية لآراء مسيري وكالات بنكية في أم البواقي

1. مقدمة:

يعيش العالم موجة من التغيرات والاكتشافات العلمية في مجال المعلوماتية، وعجلة من تغيير في الأساليب الإدارية والهيكل التقليدية، فالحواسيب الإلكترونية وشبكة الأنترنت أدت إلى ميلاد مجتمع معلومات القائم على التكنولوجيا الرقمية التي انعكست على جميع الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية، مما أدخل جميع القطاعات في تعقيدات كبيرة في التعاملات اليومية، ولعل أبرزها الأعمال الإلكترونية وعمليات الصيرفة الإلكترونية التي أصبحت التصميم الجديد لبناء البنك إلكتروني، يخدم الزبائن عن طريق الانترنت والوسائط الإلكترونية، وبذلك أصبح العمل المصرفي الإلكتروني واحد من التغيرات التكنولوجية الأكثر أهمية لما يوفره من خدمات مصرفية باستخدام الاتصالات الإلكترونية والحاسوب ويشمل هذا الأخير الدفع الإلكتروني والصيرفة الإلكترونية، وبذلك اتجهت البنوك إلى تبني تطبيق التجارة الإلكترونية.

✓ إشكالية الدراسة:

إنَّ تحوُّل البنوك إلى بنوك الإلكترونية يجعل كافة العمليات المصرفية في البنوك التقليدية تقدِّم خدمات مصرفية جديدة ومستحدثة مما يجعلها تتميزَّ بالسرعة والمرونة شديدة في الأداء، وبالتالي ضمان جودة والتميُّز.

ما أثر عمليات الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية في الوكالات البنكية محل الدراسة؟

وتتفرع هذه الإشكالية إلى التساؤلات التالية:

- هل تساهم عمليات الصيرفة الإلكترونية في تحول الوكالات البنكية محل الدراسة إلى بنوك إلكترونية؟
- هل تضمن عمليات الصيرفة الإلكترونية جودة الخدمات المصرفية في الوكالات البنكية محل الدراسة؟
- هل تساهم عمليات الصيرفة الإلكترونية في الوكالات البنكية محل الدراسة في تنوُّع وسائل الدفع الإلكتروني؟
- هل تشجع عمليات الصيرفة الإلكترونية تبني تطبيق التجارة الإلكترونية في الوكالات محل الدراسة؟
- ✓ **فرضيات الدراسة:** تنطلق هذه الدراسة من فرضية صفرية رئيسية مفادها أنه:
 - "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمة المصرفية في الوكالات البنكية محل الدراسة عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ " وتتفرع إلى الفرضيات التالية:
 - "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وتحوُّل الوكالات البنكية محل الدراسة إلى بنوك إلكترونية عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ ".
 - "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وضمن جودة الخدمات المصرفية للوكالات البنكية محل الدراسة عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ ".
 - "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وتنوُّع وسائل الدفع الإلكتروني في الوكالات البنكية محل الدراسة عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ ".
 - "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وتبني تطبيق التجارة الإلكترونية في الوكالات البنكية محل الدراسة عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ ".
- ✓ **أهمية الدراسة:** تستمد الدراسة أهميتها من تطور وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال وخاصة شبكة "الأنترنت" التي أثرت على مختلف الجوانب الاقتصادية والاجتماعية، هذا دفع بلدان العالم وخاصة تلك التي تعيش اقتصادياتها مرحلة

انتقالية إلى الإسراع في انتهاج سياسة تسمح بتحوُّل بنوكها إلى بنوك إلكترونية للتكيُّف مع طبيعة المرحلة التي تمتاز بالمنافسة الشديدة، وهنا ظهرت أهمية "الصيرفة الإلكترونية" كأداة لتحسين جودة الخدمات المصرفية وتحقيق التميُّز.

✓ أهداف الدراسة: تتجلى في:

■ إبراز جهود البنوك الجزائرية في سبيل تنوع وسائل دفعها الإلكتروني والتحول إلى بنوك إلكترونية؛

■ تبيان الخدمات المصرفية الإلكترونية المتوفرة في البنوك الجزائرية، ومساهمتها في ضمان جودة الخدمات المصرفية؛

■ تحليل معوّقات تبني تطبيق التجارة الإلكترونية في البنوك الجزائرية.

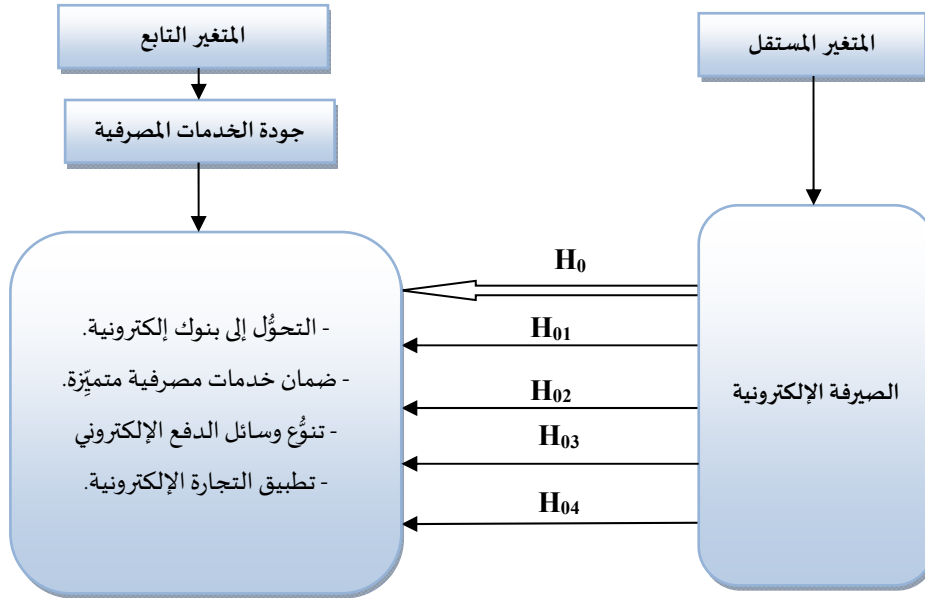
✓ منهج الدراسة والأدوات المستخدمة: للإجابة على إشكالية الدراسة والتحقق من فرضياتها سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي من خلال وصف وتحليل الأفكار والبيانات المتعلقة بالموضوع بمختلف جوانبه، وفي الجانب الميداني سيتم

الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع المعلومات ثم القيام تحليلها باستخدام برنامج الحزم الإحصائية الاستبيان spss بهدف

اختبار الفرضيات وتحليل ومناقشة النتائج.

✓ نموذج الدراسة:

الشكل رقم (01): نموذج



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الدراسات السابقة

2. الأدبيات النظرية والتطبيقية:

1.2. التعريف الإجرائي للمصطلحات:

✓ **الصيرفة الإلكترونية:** وهي استخدام التقنيات الحديثة كقنوات توزيع تقديم الخدمات المصرفية المبتكرة.

✓ **جودة الخدمات المصرفية:** تعد جودة الخدمة المصرفية سلاحًا تنافسيًا فاعلاً أصبحت البنوك تستعمله كوسيلة لتمييز

خدماتها عن منافسيها لتحقيق الميزة التنافسية.

✓ **البنوك الإلكترونية:** وهي بنوك ينشأ لها مواقع على شبكة الأنترنت لتقديم خدمات مصرفية إلكترونية، تساهم في خلق

التواصل بين الزبائن بطريقة سهلة وسريعة.

✓ **الخدمات المصرفية المتميِّزة:** تتمثل في ذلك البعد الذي يرتبط مباشرة بالدافع الذي يقف وراء طلب خدمة المصرفية؛ أي

مجموعة المنافع الأساسية التي تستهدف العميل لتحقيقها من وراء طلبه للخدمة.

✓ وسائل الدفع الإلكترونية: تعتبر وسائل الدفع عن أنظمة تتم إلكترونياً بدلاً من الورق (الكاش، الشيكات) وتستعمل في تسديد الفواتير إلكترونياً وفي تحويل النقود إلكترونياً عبر حسابه بنكي خاص، تسعى البنوك إلى تنويعها أجل التميّز وتبني تطبيق التجارة الإلكترونية.

✓ التجارة الإلكترونية: وهي شراء وبيع الخدمات المصرفية عبر القنوات الإلكترونية على شبكة الانترنت، وتعمل البنوك على تطبيقها بهدف انجاز المعاملات التجارية المالية إلكترونياً.

2.2. الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية:

✓ الصيرفة الإلكترونية:

■ تعريف الصيرفة الإلكترونية:

تعرف الصيرفة الإلكترونية على أنّها: "إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية؛ أي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة سواء تعلّق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية، أو الجديدة، وفي ظل هذا النمط لن يكون العميل مضطراً إلى التنقل إلى البنك إذا أمكن القيام بالأعمال التي يريدونها من بنكه من أي مكان وفي أي زمان" (نوري، 2012، صفحة 141)، فهي عبارة عن: "عمليات مصرفية إلكترونية تقوم من خلالها البنوك بتقديم خدمات مصرفية مبتكرة من خلال شبكات اتصال إلكترونية، وتقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفق لشروط العضوية التي تحددها البنوك، من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة اتصال العملاء". (حداد، 2012، صفحة 56)

فالصيرفة الإلكترونية هي: "تقديم خدمات مصرفية باستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال الانترنت والموزعات الآلية، والشبكات الخاصة، والهاتف النقال والثابت فهي تتيح الخدمة المصرفية عن بعد خلال 24 ساعة، وكل أيام الأسبوع، وبسرعة فائقة وتكاليف أقل، وبدون التقاء مكاني بين العميل والبنك".

✓ البنوك الإلكترونية: تمثل البنوك الإلكترونية البنوك التي تقدم خدماتها إلكترونياً عن بعد عن طريق شبكة معلومات البنك الداخلية، وتعرف على أنّها: "تلك البنوك التي تقوم بإجراء العمليات المصرفية بشكل الكتروني والتي تعدّ الانترنت من أهم أشكالها، وبذلك هي بنوك افتراضية تنشئ لها مواقع الكترونية على الانترنت لتقديم خدمات البنك من سحب ودفع وتحويل دون انتقال العميل إليها" (الصيرفي، 2015، صفحة 64).

✓ أهمية البنوك الإلكترونية: تعدّ تتجلى أهميتها في: (رشيدة، 2012)

■ تجعل تكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الانترنت منخفضة مقارنة بتكلفة إنشاء فرع جديد للبنك وما يتطلبه من مباني وأجهزة وكفاءة إدارية، إضافة إلى أن تسويق البنك لخدمة من موقعه على الانترنت تساعد على امتلاك ميزة تنافسية تعزز من مكانتها التنافسية وتؤهله إلى مستوى المعاملات التجارية العالمية؛

■ تجعل البنوك الصغيرة ملزمة بالارتقاء إلى التحديات التي تواجهها البنوك الإلكترونية العالمية، ووفقاً لذلك يقوم العملاء بالمقارنة بين خدمات البنوك لاختيار الأنسب وبذلك تكون الانترنت عامل منافسة قوي في جذب العملاء؛

■ تساهم الانترنت في التعريف بالبنوك والترويج للخدمات المصرفية بشكل إعلامي، وهو ما يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة؛

■ إنّ الصيرفة الإلكترونية تؤدي إلى تسيير التعامل بين البنوك وبناء علاقات مباشرة، وتوفير المزيد من فرص العمل والاستثمار، وهو ما يساعد على النجاح، والبقاء في السوق المصرفية؛

- استخدام الانترنت يساهم في تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاستفادة من الابتكارات الجديدة التي يكون لها انعكاس على أعمال البنوك.
- ✓ جودة الخدمة المصرفية:
- تعريف الخدمة المصرفية الإلكترونية:

عرّفها كل من "kotler & Armstrong" الخدمة المصرفية بأنها: "أنشطة أو منافع أو إشباع يقدمها طرف (البائع) لطرف آخر (المشتري)، وهي بطبيعتها غير ملموسة، ولا يترتب على بيعها نقل ملكية شيء، وقد يرتبط أو لا يرتبط إنتاجها وتقديمها بمنتج مادي ملموس (حسن، 1989، صفحة 34).

أما الخدمة المصرفية الإلكترونية فتعرّف على أنّها: "التقنيات والأساليب التكنولوجية الحديثة التي أفرزتها الثورة التكنولوجية في العالم المتقدم، والتي أدخلت في النظام المصرفي من أجل تسهيل العمليات المصرفية بين مختلف الأطراف الاقتصاديين والمتعاملين بشكل عام، ويشمل كل المعلومات المالية بين المؤسسات والأفراد، من أجل تعيين الربحية وتخفيض التكاليف" (مطر، 2009، صفحة 10).

فالخدمة المصرفية الإلكترونية بها خدمات أو نظم تمكن الزبائن من الوصول للحسابات المصرفية ولحصول على معلومات عن المنتجات المالية والخدمات من خلال شبكة خاصة أو عامة بما في ذلك شبكة الانترنت.

- ✓ أهمية الخدمة المصرفية الإلكترونية: إنّ قيام البنوك بتسوية مختلف معاملاتها وخدماتها المالية عبر الانترنت يعود بفوائد على البنوك يمكن توضيحها في (بشير، 2004، الصفحات 6-7):
- تخفيض النفقات التي يتحملها البنك لإجراء المعاملات: إذ لا يحتاج الزبون إلى الانتقال للبنك، وبالتالي عدم الحاجة إلى إنشاء فروع جديدة للبنوك، خاصة في المناطق المعزولة جغرافياً، بل يكفي إجراؤها عن طريق الخدمات الإلكترونية لبنك، وذلك عن طريق الانترنت، الهاتف النقال... الخ.
- الصمود في وجه البنوك الأخرى: إنّ تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية يمكّن من الحفاظ على الحصة السوقية، والقيام بزيادتها، وذلك من خلال الأساليب التسويقية المختلفة التي تساعد في مواكبة تطوّر الخدمات المصرفية الإلكترونية المختلفة عن طريق عن طريق تكنولوجيا الاتصالات.
- زيادة ارتباط الزبائن بالبنك: إنّ تقديم البنك لمعاملاته البنكية عن طريق الخدمات الإلكترونية تساعد على امتلاك ميزة تنافسية وتدعيم علاقاته مع زبائنه، مما يؤدي إلى زيادة ارتباطهم بهذا البنك والولاء له دون غيره.
- إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من الزبائن: من أهم مميزات الخدمات الإلكترونية ميزة الوصول إلى قاعدة عريضة من الزبائن عبر العالم دون التقيد بزمان معين.
- تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة: إذ أصبحت هناك عمليات مصرفية جديدة لا يمكن لأي بنك من أدائها إلا إذا كان يملك خدمات الكترونية معينة لها تتميزّ بالسرعة في الأداء والدقة.
- ✓ مفهوم جودة الخدمة المصرفية: لقد عدت آراء الباحثين في مجال مفهوم جودة الخدمات المصرفية حيث حدّدها "schwartz" في أربعة أبعاد رئيسية هي: الخدمة المصرفية، أسلوب تقديمها، وخدمة العميل، والموارد والإمكانيات المادية والإلكترونية (حسن، 1989، صفحة 38).

فعملية تحديد مفهوم جودة الخدمة المصرفية عملية صعبة مقارنة لجودة السلع على اعتبار أن الجودة المدركة في الخدمة المصرفية تختلف عن الجودة في السلع الملموسة التي تعتمد على معايير معينة، أما في الخدمة المصرفية يكون تقييم

الزبون لجودة الخدمة على أساس جودة عملية التقييم والمنافع التي يحصل عليها من الخدمة، وطريقة تعامل موظفي البنك مع العميل، فضلاً عن السرية والخصوصية ودقة المعلومات والسرعة في تقديم الخدمة المصرفية.

✓ قياس مستوى جودة الخدمة المصرفية: هناك خمس مستويات لجودة الخدمات المصرفية يمكن تحديدها كما يلي: (رفاه وراهام، 2016، صفحة 16).

■ الجودة المتوقعة: من قبل العملاء والتي تمثل مستوى الخدمة التي يتوقعون أن يحصلوا عليها من البنك الذي يتعاملون معه.

■ الجودة المدركة: وهي ما تدركه إدارة البنك في نوعية الخدمة التي يقدمها لعملائها، والتي تعتقد أنها تشبع حاجاتهم ورغباتهم لمستوى عالي.

■ الجودة الفنية: وهي الطريقة التي تؤدي بها الخدمة، وتعبّر عن مدى التوافق والقدرة في استخدام أساليب تقديم الخدمة بشكل جيد يرضي العملاء أو بعبارة أخرى كيف يرفع موظفي البنك من مستوى توقع العملاء للحصول على الخدمة المصرفية.

■ الجودة المرجوة للعملاء: أي مدى الرضا والقبول التي يمكن أن يحصل عليه البنك من عملائه من تلقيهم لتلك الخدمات.

✓ تنوع وسائل الدفع الإلكتروني أداة مساهمة في تبني تطبيق التجارة الإلكترونية:

■ تعريف وسائل الدفع الإلكتروني: عرّف قانون المبادلات الإلكترونية نظام الدفع بأنه "وفاء بالتزام نقدي بوسيلة الكترونية مثل الشيكات الإلكترونية وبطاقات الدفع المغنطة (قرة، 2009، صفحة 127).

وتعدُّ وسائل الدفع الكترونية من أهم مكونات نظام الدفع الإلكتروني وهي عبارة عن: "تقنية تستخدم فيها وسائل كهربائية أو مغناطيسية أو الكترومغناطيسية أو ضوئية في تبادل المعلومات وتخزينها، تتضمن عملية الدفع الإلكتروني أربعة أطراف المتعامل (الدافع أو المشتري) الذي أصدر وسيلة الدفع البنك الذي يتحصل على المبلغ لحساب المستفيد من الدفع (البائع)، شبكات البطاقات" (الكيلاي، 2008، صفحة 44)

وتتكوّن وسائل الدفع الإلكتروني من ثلاث زوايا أساسية في أداة وساطة مهمتها تسهيل التداول وتمكين إجراء الصفقات بسهولة، وهذا ينطبق بالأساس على النقود في شكلها المعاصر، وبصفة أقل على الأوراق التجارية عندما تكون محل تداول بين فئة التجار، ومن جهة أخرى تمثّل أدوات للدفع العاجل عندما تكون محل تداول فئة التجار، وهذا الأمر ينطبق خاصة على النقود والشيكات بدرجة أقل، وأخيراً هي أدوات تمكن من نقل الإنفاق في الزمن، حيث أن امتلاكها يسمح للأفراد بإنفاقها حالياً أو انتظار فرصة أفضل في المستقبل، وانطلاقاً من هذا المبدأ، فإن وسيلة الدفع إنّما تمثل قرض حيث تسمح بتحويل قوة شرائية حالياً وإعادة استرجاعها في المستقبل.

✓ أنواع وسائل الدفع الإلكتروني: تتجلى فيما يلي:

■ النقود الإلكترونية: ويعرّفها آخرون بأنّها عبارة عن: "مجموعة من البروتوكولات والتوقيعات الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل فعلياً محل تبادل العملات التقليدية؛ أي أنّ النقود الإلكترونية أو الرقمية هي المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية التي اعتدنا تداولها". (اللات، 2008، صفحة 60)

■ البطاقات البنكية: تعرف على أنها: "بطاقة بلاستيكية ومغناطيسية يصدرها البنك لصالح عملائه بدلاً من حمل النقود، فهي بطاقة بلاستيكية مستطيلة الشكل تحمل اسم المؤسسة المصدرة لها، وشعارها وتوقيع حاملها وبشكل بارز على وجه

الخصوص رقمها، واسم حاملها، ورقم حسابه وتاريخ انتهاء صلاحيتها، فهي وسيلة دفع حديثة تقدم مميزات أفضل من تلك التي تقدّمها وسائل الدفع التقليدية لذلك انتشر استعمالها عبر مختلف دول العالم. (حماد، 2007، ص122-123).

■ **المحفظة الالكترونية:** تعمل على توفير الوقت والجهد بحفظ كل المعلومات عن بطاقة اعتماد معينة بحيث بنقرة واحدة يتم إدراج كل هذه المعلومات بدون عناء طباعتها مرة أخرى باستخدام لوحة المفاتيح، فالمحفظة الالكترونية قادرة على حفظ معلومات عن العديد من بطاقات الاعتماد وعمليات الشحن والفواتير وغيرها ولكن هناك العديد من التجار عبر الانترنت، لذا قامت شركة "فيزا ماستر كارد" ومجموعة من تجار المحفظات الالكترونية بعملية وضع معايير قياسية لهذه التقنية، وذلك ليتم عملها بتقنية تسمى لغة النمذجة للتجارة الالكترونية حيث تم قبول هذا المقياس في سنة 1999 ومنذ ذلك الوقت قام العديد من التجار عبر الانترنت بتبني هذه الطريقة (اللات، 2008، صفحة 62)

وقد عرّفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية DECD آنذاك التجارة الإلكترونية بأنها: "جميع أشكال المعلومات التجارية التي تتم بين الشركات أو الأفراد والتي تقوم على أساس التبادل الالكتروني للبيانات، سواءً كانت مكتوبة أم مرئية أم مسموعة، وهذا بالإضافة إلى مثل الأثار المترتبة على عملية تبادل البيانات والمعلومات التجارية الكترونياً، ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم الأنشطة التجارية المختلفة. (الكيلاني، 2008، صفحة 46)

■ **الشيكات الالكترونية:** فالشيك الالكتروني عبارة عن وثيقة الكترونية تحتوي على البيانات التالية: رقم الشيك، اسم الدفع، رقم حساب الدفع، اسم البنك، اسم المستفيد، القيمة التي ستدفع، وحدة العملية المستعملة، تاريخ الصلاحية التوقيع الالكتروني للدفع، ويتم تحرير الشيكات الالكترونية وتبادلها عبر شبكة المعلومات الدولية، وعملية التحرير هذه تعتبر الفارق الأساسي بين الشيكات الالكترونية والشيكات العادية.

■ **التحويلات الالكترونية:** هي عملية تتم بين حسابين لدى بنك وآخر، فيقوم البنك بخصم مبلغ الحوالة من حساب الأمر وإضافته إلى حساب المستفيد فهي عملية بسيطة تتم في لحظة واحدة بدون فارق بين عملية الخصم، والاضافة عند استخدام القيد عن طريق الحاسوب.

2.3. الأدبيات التطبيقية:

✓ **إجراءات الدراسة الميدانية:** تعدّ منهجية الدراسة الميدانية مجموعة طرق وإجراءات، والهدف منها تحديد مستوى الربط بين ما هو نظري وما هو على أرض الواقع، حيث يمكن تطبيق المعارف النظرية فيها، من خلال إجراء اختبارات انتقائية على بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة عين الفكرين رقم 332، وبنك الفلاحة والتنمية عينة الدراسة:

■ **مجتمع الدراسة:** هو المجموعة التي يهتم بها الباحث، والتي يريد أن يعمّم عليها النتائج التي يصل إليها من العينة، وقد مثل جميع الإداريين (موظف، رئيس مصلحة، مدير) في بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة عين الفكرين رقم 332، وبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة أم البواقي رقم 324، وبالغ عددهم 43 موظف.

■ **عينة الدراسة:** هي عبارة عن شريحة (جزء) من مجتمع الدراسة، تحمل خصائص وصفات هذا المجتمع وتمثله فيما يخص الظاهرة موضوع البحث، ويتم اختيارها بطريقة معينة، وقد تضمنت الدراسة 30 فرد من أفراد بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة عين الفكرين رقم 332، وبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة أم البواقي رقم 324، وبالغ عددهم 43 موظف من أصل 40 فرد إداري من خلال العينة المقصودة.

إذ تم توزيع 30 إستمارة على (موظفين، رؤساء المصالح، المدراء المكلفين) بالوكالات محل الدراسة، وقد تم استرجاع 30 استمارة أي بنسبة 69.77% وهي نسبة ملائمة لتحليل الاستبيان الموزع.

أثر عمليات الصيرفة الإلكترونية في ضمان جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية دراسة إستطلاعية

- أداة الدراسة: لقد اعتمدنا على الاستبيان كأداة هامة للحصول على المعلومات والبيانات من أفراد عينة الدراسة وانطلاقاً من ذلك تم تصميم استبيان الّتي وُزِعَ على العينة (موظف، رئيس مصلحة، مدير)، وقد قسّم الاستبيان إلى ثلاثة حيث تضمّن المحور الأول البيانات الشخصية لعينة الدراسة أما المحور الثاني: تضمن عمليات الصيرفة الإلكترونية المحور الثالث: تناول جودة الخدمة المصرفية (المتغير التابع) والمشكل من 18 عبارة موزّعة على ثلاثة أبعاد هي: التحوّل إلى بنوك الكترونية، ضمان جودة الخدمة المصرفية، تنوع وسائل، وقد تم استخدام مقياس ليكارت الخماسي (likert scale) وقد تم مراعاة التدرج في المقياس المستخدم:

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
05	04	03	02	01

- صدق الأداة وثباتها: يقصد بثبات أداة الدراسة الاتساق في نتائج الأداة وإمكانية الحصول على نفس النتائج وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترة زمنية معينة، ويتم التحقق من ثبات استبانة الدراسة بالاعتماد على معامل ألفا كرونباخ، ومن أجل معرفة ثبات وصدق البيانات الواردة بالاستبانة تم استخدام اختبار كرونباخ، وهذا الأخير يقيس درجة ثبات وصدق أداة الدراسة عن طريق معامل α كرونباخ والجدول التالي يوضح نتائج الاختبار كما يلي:

الجدول رقم (01): نتائج اختبار ثبات وصدق أداة الدراسة

المحاور	عدد الفقرات	معامل الثبات	معامل الصدق
المتغير المستقل: عمليات الصيرفة الإلكترونية	10	0.851	0.854
المتغير التابع: جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية	20	0.890	0.889
البعد الأول: التحوّل إلى البنوك الإلكترونية	4	0.750	0.744
البعد الثاني: ضمان خدمات مصرفية متميزة	5	0.803	0.797
البعد الثالث: تنوع وسائل الدفع الإلكتروني	6	0.777	0.778
البعد الرابع: تبني تطبيق التجارة الإلكترونية	5	0.675	0.676
الاستبيان ككل	30	0.922	0.915

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج spss

- نلاحظ من خلال الجدول أن معامل الثبات ألفا كرونباخ 92.2% وهي نسبة جيدة مقارنة بالنسبة المقبولة إحصائياً والبالغة 60% أما معامل الصدق فقد بلغ 91.5% وهذا ما يشير إلى وجود علاقة اتساق وترابط جيد بين فقرات الاستبيان.
- تحليل خصائص أفراد العينة: يوضح الجدول الموالي خصائص أفراد عينة الدراسة:

الجدول رقم (02): توزيع مفردات العينة حسب الخصائص الشخصية والتنظيمية (حجم العينة 30)

المتغير	الفئات	العدد	النسبة
الجنس	ذكر	15	50
	أنثى	15	50
العمر	أقل من 30 سنة	16	53.33
	من 30 إلى 40 سنة	05	16.67
	أكثر من 40	09	30
المستوى التعليمي	ثانوي	2	6.7
	دراسات عليا	12	40

53.3	16	تقني سامي	
30	9	أقل من 5 سنوات	سنوات الخبرة
56.67	17	من 5 إلى 10 سنوات	
13.33	4	أكثر من 10 سنوات	
20	06	المناصب العليا	المستوى الإداري
46.66	14	المناصب الوسطى	
33.33	10	المناصب التشغيلية	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة الذكور مساوية لنسبة الإناث والمقدرة بـ 50%، وهذا ما يدل على أن فرص التوظيف في الوكالات البنكية محل الدراسة متساوية، كما أن أغلبهم أقل من 30 سنة، وذلك بنسبة 53.33% وهذا ما يفسر أن العينة المبحوثة هي فئة شبابية وهم يشغلون منصب تقني سامي حيث كانت نسبتهم 53.33% سنوات خبرتهم أكبر من 5 سنوات بنسبة 56.67، وبذلك يكون منصبتهم في الفئة الوسطى بنسبة 46.66%.

الريفية وكالة أم البواقي رقم 324.

4.2. النتائج والمناقشة:

✓ وصف متغيرات الدراسة:

■ عمليات الصيرفة الإلكترونية: يمثل الجدول المالي وصف عمليات الصيرفة الإلكترونية

الجدول رقم (03): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعمليات الصيرفة الإلكترونية

رقم العبارة	عمليات الصيرفة الإلكترونية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى القبول
01	يعتمد بنكمم في تقديم خدماته للعملاء على تكنولوجيا المعلومات والاتصال حديثة.	3.33	1.29	متوسط
02	يقوم بنكمم بتقديم خدمات مصرفية إلكترونية مبتكرة من خلال شبكة الاتصالات الإلكترونية.	3.46	1.27	متوسط
03	يقوم بنكمم بتقديم خدماته عبر شبكة الأنترنت، الموزعات الآلية، الشبكات الخاصة، الهاتف النقال والثابت.	3.56	1.35	مرتفع
04	يملك بنكمم موقعا إلكترونيا يحوي على معلومات وفيرة عن خدماته المصرفية المقدمة.	3.23	1.35	متوسط
05	تقوم بنكمم بتزويد الزبون بالخدمة المصرفية في أي وقت وفي أي مكان.	3.03	1.15	متوسط
06	يسعى بنكمم إلى تكثيف نشاطاته مع شركات التأمين والتوزيع من أجل زيادة المردودية.	2.96	1.27	متوسط
07	يتوفر بنكمم على المهارات الكافية لتسيير خدماته عبر شبكة الأنترنت، والقنوات الإلكترونية.	3	1.20	متوسط
08	يسهل بنكمم عمليات الدفع من خلال بطاقات مصرفية، الشيكات الإلكترونية، النقود الإلكترونية... الخ.	3.46	1.30	متوسط
09	يسعى بنكمم إلى تخفيض تكاليف إجراء بعض المعاملات المصرفية بإنشاء مواقع عبر شبكة الأنترنت.	2.6	1	متوسط
10	يقوم بنكمم بتحديث وعصرنة الإدارة بتقنيات مصرفية جديدة بهدف زيادة الكفاءة، وزيادة جاذبية الزبائن.	3.26	1.33	متوسط
	المتوسط العام	3.19	0.988	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

أثر عمليات الصيرفة الإلكترونية في ضمان جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية دراسة إستطلاعية

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أنّ أغلب إجابات العينة المبحوثة في الوكالات البنكية محل الدراسة وقع في المستوى متوسط بمتوسّطات حسابية (3.33)، (3.46)، (3.23)، (3.03)، (2.96)، (3)، (3.46)، (2.6)، (3.26)، وانحرافات معيارية (1.29)، (1.27)، (1.35)، (1.15)، (1.27)، (1.20)، (1.30)، (1)، (1.33) على التوالي، مما يفسّر أنّ الوكالات محل الدراسة لا تحتوي على عدد كافي من الحواسيب وأجهزة الإعلام الآلي، التي تساعد في أداء مهامه والتواصل مع العملاء، كما أنها لا تهتم بتحديث البرمجيات، وتحسينها وبالتالي تقل مرونتها مما يدل على حتمية توفر أجهزة الحاسوب والقيام بإعادة تحيين البرمجيات التطبيقية كلما تطلب ذلك نظراً لأهميتها، وهذا ما يفسّر أيضاً أنّ قواعد البيانات المتوفرة لا تؤدي دورها كما ينبغي، ولا تساعد على الربط بين المعلومات المخزّنة على أجهزة ووسائل التخزين، واستعمالها وقت الحاجة إليها، ونجد أيضاً أنّ الوكالات البنكية محل الدراسة لا تركز كثيراً على شبكة الانترنت في نقل، وتبادل المعلومات بين المستخدمين والعملاء، بل تستعمل أحياناً شبكة الإكسترنات، أما فيما يخص موقعها الافتراضي فهي تلجأ إليه في غالب الأحيان، وهذا ما يدل على أنها مازالت تعاني من ضعف الاتصالات الإلكترونية مع العملاء والدليل على ذلك ضعف تدفق الانترنت حيث يعتبر استخدام الانترنت بشكل جيد من الضروريات الهامة للقيام بالعمل المصرفي الإلكتروني على أكمل وجه.

■ جودة الخدمة المصرفية: يمثل الجدول الموالي وصف المتغير

الجدول رقم (04): المتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجودة الخدمات المصرفية

رقم العبارة	جودة الخدمة المصرفية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى القبول
12	يسعى بنككم إلى التوسع والانتشار بإنشاء مقرات له عبر شبكة الانترنت.	3	1.31	متوسط
13	يقوم بنككم بتوفير خدمات مصرفية خارج نطاق العمل الرسمية من خلال شبكة الانترنت.	2.63	1.18	متوسط
14	يستخدم بنككم شبكة الانترنت في معاملاته المصرفية للاستفادة من الابتكارات الجديدة	2.66	0.958	متوسط
15	يعتمد بنككم على شبكة الانترنت لإجراء عملياته المصرفية بهدف زيادة قدرته التنافسية.	2.16	1.16	متوسط
	المتوسط البعد	2.72	0.461	
16	يسعى بنككم إلى إدراك فجوة توقعات و الخدمة المصرفية وتخفيض تكاليفها.	2.93	1.36	متوسط
17	تتميز خدمات بنككم بالسرعة في الأداء والدقة والحداثة والتميز عن البنوك الأخرى.	2.56	1.22	متوسط
18	يسعى بنككم إلى معرفة ودراسة احتياجات ورغبات العملاء وإشباع رغباته وتوقعاته.	2.76	1.45	متوسط
17	يقوم بنككم بتسويق خدماته على قاعدة واسعة من الزبائن لضمان حصة سوقية كبيرة.	2.16	1.14	متوسط
	متوسط البعد	2.736	0.131	
18	يستخدم بنككم بالشيكات الإلكترونية وبطاقات الدفع المغنطة للوفاء بالالتزامات.	3.20	1.15	متوسط
19	يستخدم بنككم قيم نقدية مخزنة على وسيلة إلكترونية، وغير مرتبطة بحساب بنكي.	2.43	1.00	متوسط
20	يصدر بنككم بطاقات بلاستيكية ومغناطيسية للعملاء بدلاً من حمل النقود.	3.36	1.32	متوسط
21	يعتمد بنككم على المحفظة الإلكترونية لتسهيل عمليات المعالجة وتوفير الوقت	3.03	1.12	متوسط

			والجهد.		
	1,148	3.005	متوسط البعد		
متوسط	1.63	3.26	يقوم بنككم بإتمام الصفقات التجارية والمالية من خلال وسائل إلكترونية عبر شبكة الانترنت.	22	تطبيق التجارة الإلكترونية
متوسط	1.38	3.06	يعتمد بنككم على التبادل الإلكتروني للبيانات والمعلومات لاتمام المعاملات المالية.	23	
متوسط	1.31	3	يعمل بنككم على نقل العمليات المحولة في شكل إلكتروني بين الأطراف والمتعاقدين.	24	
متوسط	1.18	2.80	يقوم بنككم بتحديث نظم المعلومات دوريا عبر شبكة الانترنت.	25	
مرتفع	1.19	3.56	يعمل بنككم على تحديث وتطوير خدمات الإتصال في جميع الشبكات الداخلية والخارجية.	26	
	0.669	3.14	متوسط البعد		
	0.602	2.898	المتوسط العام		

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

من خلال بيانات الجدول أعلاه نلاحظ أن تطبيق التجارة الإلكترونية جاء في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (2.72) وانحراف معياري (0.461)، وفي المرتبة الثانية تنوع وسائل الدفع الإلكتروني بمتوسط حسابي (2.73)، وانحراف معياري (0.131)، وفي المرتبة الثالثة ضمان خدمات مصرفية متميزة بمتوسط حسابي (3.00) وانحراف معياري (1.148)، وفي المرتبة الأخيرة التحول لإلى بنوك إلكترونية بمتوسط حسابي (3.14) وانحراف معياري (0.669).

وهذا ما يفسر بأن جودة الخدمة المصرفية ذات مستوى متوسط من وجهة نظر العينة المبحوثة، كما بيّنت نتائج الجدول أعلاه أيضًا أنه لا يوجد تشتت كبير بين أفراد العينة المبحوثة مما يعكس تقارب وجهات النظر لدى المبحوثين في الوكالات البنكية محل الدراسة.

✓ اختبار الفرضيات:

▪ اختبار الفرضية الرئيسية:

الفرضية الصفرية H_0 : "لا توجد علاقة ذات دلالة بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمة المصرفية في الوكالات البنكية محل الدراسة $\alpha \geq 0.05$ ".

الفرضية البديلة H_1 : "لا توجد علاقة ذات دلالة بين الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمة المصرفية في الوكالات البنكية محل الدراسة $\alpha \geq 0.05$ ".

عند اختبار الفرضيات نموذج الانحدار الخطي البسيط يتم الأخذ بمجموعة من المعايير القياسية وأخرى إحصائية وسوف يتم اختبار النموذج المقدر للعلاقة بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية باستعمال المعايير الإحصائية التالية:

▪ اختبار معنوية المعلمات: يهدف إلى اختبار مدى الثقة الإحصائية في التقديرات الخاصة بمعلمات النموذج المقدر (α و β) باستخدام إحصائية ستودنت (t).

▪ تقدير المعلمة α : حيث نلاحظ من الجدول السابق إن قيمة المعلمة α لها معنوية إحصائية تدل عليها قيمة ستودنت المحسوبة $t=3.370$ بمعنوية ($\text{sig}=0.002$) أقل من المعنوية، ($\alpha=0.05$) المعتمدة في الدراسة، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية القائلة بأن قيمة (α) المقدر غير معنوية وقبول الفرضية البديلة لأنها معنوية.

أثر عمليات الصيرفة الإلكترونية في ضمان جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية دراسة إستطلاعية

- تقدير المعلمة β : حيث نلاحظ من الجدول السابق إن قيمة المعلمة β لها معنوية إحصائية تدل على قيمة ستيودنت $t=3.154$ بمعنوية ($\text{sig}=0.004$) أقل من المعنوية (0.05) المعتمدة في الدراسة وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية القائلة بأن قيمة (β) المقدرة غير معنوية أو نقبل الفرضية البديلة بأن قيمة (β) المقدرة معنوية.
- ✓ اختبار المعنوية الكلية للنموذج المقدر: نستعمل اختبار فيشر F ، ويستخدم هذا الاختبار لاختبار المعنوية الكلية للنموذج وجدول التالي يبين تحليل الانحدار بين المجموعات وخارج المجموعات.

الجدول رقم (05): اختبار معنوية النموذج

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
الانحدار	6.904	1	6.904	9.945	.004 ^b
الخطأ	19.43	28	0.694		
المجموع الكلي	26.34	29			

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

بعد إجراء تباين الانحدار (ANOVA) الذي يبينه الجدول أعلاه، فإن قيمة F الجدولية (D) والتي تقدر بـ 9.945 عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة الحرية (1 و 28) وبما أن $\text{sig}=0,004$ أقل من مستوى المعنوية 0.05 المعتمد في الدراسة، فإننا نرفض الفرضية الصفرية القائلة بأنه لا توجد علاقة إحصائية بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية عند مستوى معنوية $0.05 \geq \alpha$ في المؤسسات محل الدراسة ونقبل الفرضية البديلة القائلة بأنها توجد علاقة إحصائية بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية عند مستوى معنوية $0.05 \geq \alpha$ في الوكالات محل الدراسة، ومنه النموذج الكلي المقدر معنوي ومنه الفرضية الرئيسية مقبولة.

- ✓ اختبار جودة الارتباط بواسطة معامل تحديد (R^2): هو عبارة عن مؤشر يقيس القوة التفسيرية لنموذج الانحدار؛ أي نسبة التباين في المتغير التابع من قبل المتغيرات أو المتغير المستقل، والجدول التالي يوضح شدة العلاقة بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

الجدول رقم (06): معاملات الارتباط بين المتغيرات.

النموذج	معامل الارتباط R	معامل التحديد R-deux	تغيير في الإحصاءات				معامل التصحيح R-deux ajusté	معامل التحديد R-deux	معامل الارتباط R
			تباين R-deux	تباين F	Ddl2	الانحراف المعياري Sig			
Durbin-Watson	,512 ^{a0}	0.62	0.236	0.262	9.945	1	28	,0000	1.862

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول يتضح أن قيمة $R=0.512$ نقول أن هناك علاقة بين المتغيرين: عمليات الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية، كما أن معامل التحديد (R^2) بلغ 0.62، مما يعني أن 62% من المتغيرات الحاصلة في المتغير التابع (جودة

الخدمات المصرفية الإلكترونية) يرجع إلى التغير الحاصل في المتغير المستقل (عمليات الصيرفة الإلكترونية)، وهذا كافي لوجود علاقة بين المتغير المستقل والتابع.

وبما أن $Durbin-Watson = 1.862$ أكبر من 0 فإن هناك ارتباط ذاتي موجب بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

من خلال هذه الاختبارات ثبت أن هناك انحدار خطي بسيط وارتباط خطي وأن هناك علاقة تفسيرية بين المتغير التابع والمستقل قدرت بمعامل التحديد المعدل (62%)، مما يجب قبول الفرضية.

✓ اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

■ الفرضية الصفرية H_0 : "لا توجد علاقة إحصائية بين عمليات الصيرفة الإلكترونية والتحوُّل إلى البنوك الإلكترونية عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ في الوكالات البنكية محل الدراسة".

■ الفرضية البديلة H_1 : "توجد علاقة إحصائية بين عمليات الصيرفة الإلكترونية والتحوُّل إلى البنوك الإلكترونية عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ في الوكالات البنكية محل الدراسة".

الجدول رقم (07): اختبار الفرضية الفرعية الأولى

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
الانحدار	10.123	1	10.123	11.258	,002 ^b
الخطأ	25.177	28	0.899		
المجموع الكلي	35.300	29			

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات برنامج spss

بعد إجراء تباين الانحدار (ANOVA) الذي يبينه الجدول أعلاه فإن قيمة F الجدول ولية (D) والتي تقدَّر بـ 11.258 عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (1 و 28)، وبما أن $(sig=0.002)$ أقل من مستوى المعنوية (0.05) المعتمد في الدراسة فإننا نرفض الفرضية الصفرية القائلة بأنه لا توجد علاقة إحصائية بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وتحوُّل الوكالات البنكية محل الدراسة إلى بنوك إلكترونية عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ ، ونقبل الفرضية البديلة القائلة أنها توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وتحوُّل الوكالات البنكية محل الدراسة إلى بنوك إلكترونية عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ ومنه الفرضية الأولى مقبولة.

✓ اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

■ الفرضية الصفرية H_0 : "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وضمان جودة الخدمة المصرفية عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ في الوكالات البنكية محل الدراسة".

■ الفرضية البديلة H_1 : "توجد علاقة إحصائية بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وضمان جودة الخدمة المصرفية عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ في الوكالات البنكية محل الدراسة".

الجدول رقم (08): اختبار الفرضية الفرعية الثانية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
الانحدار	4.716	1	4.716	6.822	.014 ^b
الخطأ	19.359	28	0.691		
المجموع الكلي	24.075	29			

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج SPSS

بعد إجراء تباين الانحدار (ANOVA) الذي يبينه الجدول أعلاه فإن قيمة F الجدولية (D) والتي تقدر بـ 6.822 عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (1 و 28)، وبما أن $(\alpha=0.0014)$ أقل من مستوى المعنوية (0.05) المعتمد في الدراسة فإننا نرفض الفرضية الصفرية القائلة بأنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وضمان جودة الخدمة المصرفية عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ في الوكالات البنكية محل الدراسة، ونقبل الفرضية البديلة القائلة بأنها توجد علاقة إحصائية بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وضمان جودة الخدمة المصرفية عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ في الوكالات البنكية محل الدراسة ومنه الفرضية الثانية مقبولة.

✓ اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

- الفرضية الصفرية H_0 : "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وتنوع وسائل الدفع الإلكتروني عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ في الوكالات البنكية محل الدراسة".
- الفرضية البديلة H_1 : "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وتنوع وسائل الدفع الإلكتروني عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ في الوكالات البنكية محل الدراسة".

الجدول رقم (09): اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
الانحدار	8.333	1	8.333	8.177	.008 ^b
الخطأ	28.534	28	1.019		
المجموع الكلي	36.867	29			

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج SPSS

بعد إجراء تباين الانحدار (ANOVA) الذي يبينه الجدول أعلاه فإن قيمة F الجدولية (D) والتي تقدر بـ 8.177 عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (1 و 28)، وبما أن $(\alpha=0.008)$ أقل من مستوى المعنوية (0.05) المعتمد في الدراسة فإننا نرفض الفرضية الصفرية القائلة بأنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وتنوع وسائل الدفع الإلكتروني عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ في الوكالات البنكية محل الدراسة، ونقبل الفرضية البديلة القائلة بأنها توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وتنوع وسائل الدفع الإلكتروني عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ في الوكالات البنكية محل الدراسة، ومنه الفرضية الثالثة مقبولة.

✓ اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

- الفرضية الصفرية H_0 : "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وتبني تطبيق التجارة الإلكترونية في الوكالات البنكية محل الدراسة عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ ".
- الفرضية البديلة H_1 : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وتبني تطبيق التجارة الإلكترونية في الوكالات البنكية محل الدراسة عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ ".

الجدول رقم (10): اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
الانحدار	3.037	1	3.037	3.209	,084 ^b
الخطأ	26.505	28	0.947		
المجموع الكلي	29.542	29			

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج SPSS

بعد إجراء تباين الانحدار (ANOVA) الذي يبينه الجدول أعلاه فإن قيمة F الجدولية (D) والتي تقدّر بـ 3.209 عند مستوى معنوية (0.05) ودرجات حرية (1 و 28)، وبما أن (sig=0.084) أكبر من مستوى المعنوية (0.05) المعتمد في الدراسة فإننا نقبل الفرضية الصفرية القائلة بأنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وتبني تطبيق التجارة الإلكترونية عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ في الوكالات البنكية محل الدراسة، ونرفض الفرضية البديلة القائلة أنها توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عمليات الصيرفة الإلكترونية وتبني تطبيق التجارة الإلكترونية عند مستوى معنوية $\alpha \geq 0.05$ في الوكالات البنكية محل الدراسة، ومنه الفرضية الرابعة مرفوضة.

5. خاتمة:

- أصبحت الصيرفة الإلكترونية ضرورة حتمية يجب على أن توليها الدولة الجزائرية اهتمامًا بالغًا كي تستطيع أن تتحول بنوكها إلى بنوك الاللكترونية تبني تطبيق التجارة الإلكترونية وتضمن جودة خدماتها المصرفية الإلكترونية.
- ✓ النتائج: وعلاوة على ماسبق فالجزائر بإمكانها الولوج بقوة في مجال الصيرفة الاللكترونية إلا أن هناك مجموعة من العقبات التي يمكن أن تقف عائقًا أمام هذا الهدف، كشفتها نتائج الدراسة الميدانية المتمثلة في:
 - تسعى الوكالات البنكية محل الدراسة إلى تطبيق عمليات الصيرفة الإلكترونية من خلال تطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتوفرة، واستخدامها بشكل أمثل يضمن خدمات متميّزة؛
 - تواجه الوكالات البنكية محل الدراسة صعوبات في تنويع وسائل دفعها الإلكتروني ولعلها عدم ثقة الزبائن في المعاملات الإلكترونية التي تتم عبر شبكة الأنترنت؛
 - تسعى الوكالات البنكية محل الدراسة إلى توسيع أعمالها المصرفية ونقلها إلى شبكة الأنترنت وإتمام الصفقات المالية والتجارية، وزيادة نشر الوعي المصرفي لكسب ثقة الزبائن في هذه المعاملات، من خلال مجموعة من التدابير والإجراءات العملية تهدف إلى تنويع من وسائل الدفع، وتحويل عملها المصرفي إلى عمل إلكتروني يضمن لها خدمات مصرفية جيّدة و متميّزة،

✓ التوصيات المقترحة:

- ضرورة متابعة التطورات الحديثة في مجال الصيرفة الإلكترونية والوصول إلى العملاء عبر أحدث الوسائل الإلكترونية باعتبارها أن لها تأثير مباشر على جودة الخدمات المصرفية؛
- اعتماد البنوك على جودة الخدمات البنكية كونها سلاحًا تنافسيًا فعليًا تأخذ به كوسيلة لتمييز خدماتها وتحسين أدائها؛
- لا بد من اجراء الكثير من الدراسات من أجل الاستفادة من التجارب السابقة وتجارب الدول المتقدمة منها، والسائرة في طريق النمو في مجال تحديث وسائل الدفع وذلك للاطلاع على المشاكل المحتملة الحدوث ومناقشة كيفية إيجاد حلولها؛
- لا بد من تقوية البنية التحتية للجهاز المصرفي وذلك بزيادة الانفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات، والتوسع في استخدام شبكة الانترنت لتقديم تشكيلة متنوّعة من الخدمات الحديثة للعملاء بكفاءة أعلى وتكلفة أقل؛
- العمل فعليًا ببعض أدوات الصيرفة الإلكترونية مثل الشيكات الإلكترونية، البطاقات التي تتيح للعميل الدفع بواسطتها لمختلف المشتريات خاصة مع ظهور بعض المجالات التي تطبق هذه التقنية وبداية انتشار التجارة الإلكترونية.

6. قائمة المراجع:

1. شقيري موسى وآخرون نوري. (2012). الخدمات المصرفية الإلكترونية. عمان: دار مسيرة للنشر والتوزيع والطباعة .
2. صلاح الدين حسن. (1989). الحسابات والخدمات المصرفية . بيروت: دار وسام للطباعة والنشر .
3. عصام عبد الفتاح مطر. (2009). التجارة الإلكترونية في التشريعات الأجنبية والعربية. الاسكندرية : الدار الجامعية للنشر .
4. علاق بشير. (2004). الخدمات الإلكترونية بين النظرية والتطبيق . مصر : دار مجموعة النيل العربية .
5. محمد الصبري. (2015). التجارة الإلكترونية. الاسكندرية: مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع.
6. محمد الكيلاني. (2008). الموسوعة التجارية - عمليات بين البنوك. الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
7. محمود محمد أبو قرة. (2009). الخدمات الإلكترونية عبر الأنترنت. عمان: دار أسامة للنشر .
8. مفتاح صالح ومعارفي رشيدة. (2012). البنوك الإلكترونية . ولايات المتحدة الأمريكية : جامعة فيلا ديلفيا.
9. ناظم محمود نوري الشمري وعبد الفتاح عبد اللات. (2008). الصيرفة الإلكترونية . الأردن: دار وائل للنشر .
10. وسيم محمد حداد. (2012). الخدمات المصرفية الإلكترونية. الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.