

أهمية استخدام وسائط الصيرفة الالكترونية في تطوير الخدمات المصرفية:  
دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية والبنك الوطني الجزائري بولاية سطيف

The importance of using Electronic Banking platforms in developing banking  
Services: Case Study of BADR and BNA Banks in the city of Setif

منصف شرفي*	عبد المالك هبال	عبد الرزاق براهيمي
جامعة قسنطينة 2 <a href="mailto:moncef.chorfi@univ-constantine2.dz">moncef.chorfi@univ-constantine2.dz</a>	جامعة مسيلة <a href="mailto:abdelmalek.hebal@univ-msila.dz">abdelmalek.hebal@univ-msila.dz</a>	جامعة مسيلة <a href="mailto:abderazak.brahimi@univ-msila.dz">abderazak.brahimi@univ-msila.dz</a>
تاريخ النشر: 2020/06/23	تاريخ القبول: 2020/06/03	تاريخ الاستلام: 2020/04/27

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهمية استخدام وسائط الصيرفة الالكترونية في تطوير الخدمات المصرفية في البنوك التجارية العمومية من وجهة نظر موظفيها، وقد شملت الدراسة عينة حجمها 58 مفردة من موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية والبنك الوطني الجزائري بمدينة سطيف بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي. وقد أكدت النتائج أن هناك اتفاق تام لدى موظفي البنوك محل الدراسة على أهمية استخدام وسائط الصيرفة الإلكترونية في تطوير الخدمات المصرفية المقدمة للزبائن، كما بينت النتائج عدم وجود اختلاف في إجابات أفراد العينة فيما يتعلق بأهمية استخدام وسائط الصيرفة الالكترونية تعزى لمتغيري السن والمستوى التعليمي.

كلمات مفتاحية: صيرفة الكترونية، خدمات مصرفية، بنوك تجارية.

تصنيف JEL: G21، L49

Abstract

This study aimed at highlighting the importance of using electronic banking platforms in developing banking services from employees' point of view. The study involved a sample of 58 employees from both BADR and BNA Banks in the city of Setif (east algeria) using a descriptive analytical approach. The results confirmed that there was a complete agreement among employees on the importance of using electronic banking platforms in developing banking services provided for customers, the results showed as well that there was no difference in the respondents' answers with regard to the importance of using electronic banking platforms whatever were the age and the education's level.

**Keywords:** Electronic Banking, Banking Services, Commercial Banks.

**Jel Classification :** G21, L49.

## مقدمة

تعتبر البنوك أحد أهم الركائز الأساسية التي يقوم عليها الاقتصاد الوطني لأي بلد، لما لها من دور كبير في جلب الودائع ومنح الائتمان بغرض الاستثمار، بالإضافة إلى مختلف العمليات والوظائف التي تناط بها، وتهدف إلى توفير وسائل ملائمة تسهل تعاملاتها المصرفية مع عملائها، من أجل المحافظة عليهم واستقطاب عملاء جدد، والعمل على كسب وبناء المزايا التنافسية في القطاع المصرفي.

يعد استخدام أدوات وتقنيات الصيرفة الحديثة، من بين أهم الأساليب التي تستعين بها المؤسسات المصرفية للتميز عن منافسيها، والتي على أساسها يمكن المفاضلة بين خدمات البنوك، إذ يعتبر استخدام الصيرفة الالكترونية من أهم مقومات الاستمرار والنمو والتوسع السوقي للبنوك بهدف تحقيق تميز تنافسي ومستويات ربحية أعلى. من هذا المنطلق تبرز أهمية استخدام البنوك لمنتجات وتقنيات الصيرفة الإلكترونية الحديثة في تقديم خدماتها.

## أولاً: إشكالية الدراسة

تسعى الدراسة لإبراز أهمية استخدام وسائط الصيرفة الالكترونية في تطوير الخدمات المصرفية للبنوك التجارية العمومية في الجزائر، وتنبع مشكلة الدراسة من كون أن البلدان المتقدمة قطعت أشواطاً كبيرة في مجال استخدام التقنية المصرفية لتقديم خدمات ذات جودة عالية وبأقل تكلفة وفي أسرع وقت، وتلاقي رضا العملاء. في حين لا تزال البنوك العمومية في الجزائر تسير بخطى بطيئة نحو تطبيق مفاهيم الصيرفة الالكترونية والاستفادة من المزايا التي توفرها، من هذا المنظور تكمن مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

هل يمكن أن يؤدي استخدام وسائط الصيرفة الالكترونية إلى تطوير الخدمات المصرفية من وجهة نظر موظفي البنوك التجارية محل الدراسة؟

## ثانياً: فرضيات الدراسة

للإحاطة بموضوع البحث والإجابة عن الإشكالية المطروحة قمنا بطرح فرضيتين رئيسيتين هما:

### الفرضية الرئيسية الأولى:

لا يؤدي استخدام وسائط الصيرفة الإلكترونية (الصراف الآلي، الموقع الإلكتروني، بطاقات الائتمان، الهاتف النقال) إلى تطوير الخدمات المصرفية من وجهة نظر موظفي البنوك التجارية محل الدراسة.

## الفرضية الرئيسية الثانية:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لاستخدام وسائل الوساطة الالكترونية في تطوير الخدمات المصرفية تعزى للبيانات الشخصية (السن، المستوى التعليمي، الخبرة في العمل) من وجهة نظر موظفي البنوك محل الدراسة.

## ثالثا: الهدف من الدراسة

تهدف الدراسة إلى:

- التعرف على تأثير استخدام وسائط الصيرفة الالكترونية في تطوير الخدمات المصرفية للبنوك العمومية الجزائرية، من وجهة نظر موظفي البنوك محل الدراسة؛
- معرفة الوضعية التي توجد عليها البنوك العمومية الجزائرية، في استخدام التقنيات الحديثة في مجال الصيرفة الإلكترونية في تقديم الخدمات المصرفية للزبائن.

## رابعا: منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الإحصائي، من خلال تقديم إطار نظري، يتناول المفاهيم والأطر النظرية التي تناولت موضوع الدراسة، وإطار عملي اعتمد على جمع البيانات الأولية من مصادرها الرئيسية، مستخدما أداة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات من عينة الدراسة، حيث وزعت على عدد من موظفي البنوك العاملين في القطاع المصرفي الجزائري.

## خامسا: الدراسات السابقة

- دراسة: (درويش، 2018) بعنوان "انعكاسات استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمات المصرفية على تحسين أداء البنوك العاملة في فلسطين"، هدفت هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على انعكاسات استخدام التكنولوجيا الحديثة في تحسين أداء البنوك العاملة في فلسطين، استخدم الباحث الاستبيان لجمع البيانات من مديري الفروع ورؤساء أقسام التسويق في البنوك العاملة في الضفة الغربية في فلسطين المحتلة، وتوصلت الدراسة إلى أن البنوك العاملة في فلسطين تستخدم التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية بدرجة كبيرة، وأن هذا الاستخدام يعكس آثار إيجابية على تحسين أداء البنوك من حيث القدرة على المنافسة وتخفيض التكاليف والفاعلية في تقديم الخدمة المصرفية، وتلبية احتياجات العملاء في المكان والوقت المناسبين.

- دراسة (عياش و عبايسة، 2016)، بعنوان "الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة وتطوير البنوك الجزائرية". هدفت هذه الدراسة إلى إبراز واقع الصيرفة الالكترونية في الجزائر كاتجاه حديث لتطوير وعصرنة البنوك الجزائرية، وتوصلت إلى أن البنية التقنية التحتية للصيرفة الالكترونية بالبنوك الجزائرية غير مهيأة كما ينبغي وتحتاج إلى شبكة أنترنت، وتأمين خدمة الاتصالات التي تخدم العملاء على أكمل وجه. ويتطلب تبني الصيرفة الالكترونية وجود بيئة الكترونية تركز على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مع ضرورة وجود معايير وتشريعات قانونية تنظم الصيرفة الالكترونية.

- دراسة (شليبي، 2015) بعنوان "دور الخدمات الإلكترونية المالية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية". هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الخدمات المالية في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف التجارية الأردنية، وشملت الدراسة عينة حجمها 350 مفرد من متعاملي 13 بنك تجاري أردني، ومن أهم النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات المالية الإلكترونية التي تقدمها المصارف الأردنية في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العملاء، كما بينت النتائج أن خدمة الصيرفة عبر شبكة الأنترنت هي الخدمة الأكبر في تحقيق الميزة التنافسية، بينما خدمة الصراف الآلي هي الأقل تأثير من وجهة نظر العملاء.

- دراسة (Yiu, Grant, & Edgar, 2007) بعنوان: "Factors affecting the adoption of implications for the banking sector". Internet Banking in Hong Kong

ركزت هذه الدراسة على تبني العملاء لبنوك الأنترنت في مدينة هونغ كونغ، من خلال التركيز على ثلاثة محاور رئيسية، المعدل الحالي لتبني بنوك الأنترنت، مدى إدراك الأهمية والمخاطر، وكذا الإبداع في تكنولوجيا المعلومات، وتأثيرها على النشاط الاستراتيجي للمؤسسات المصرفية العاملة في سوق هونغ كونغ، باستخدام نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) مع إضافة عنصرين آخرين للنموذج، وهما إدراك المخاطر، والإبداع الشخصي، للتعرف على العوامل المختلفة التي لها علاقة مع تبني الصيرفة الالكترونية، وتوصلت الدراسة إلى أن العوامل السالفة الذكر لها علاقة ايجابية ومميزة في تبني الأفراد للبنوك الالكترونية، وأوصت الحكومة والبنوك باتخاذ الإجراءات اللازمة لتشجيع الصيرفة الالكترونية عبر الأنترنت.

- دراسة (White & Nteli, 2004) بعنوان: "Internet Banking in the UK : Why are there not More Customers ?"

أجريت هذه دراسة على عملاء البنوك البريطانية، حيث تمثلت مشكلة الدراسة في عدم وجود زيادة في عدد مستخدمي الأنترنت المصرفي (البنوك الالكترونية) بالدرجة نفسها مع الازدياد الكبير في أعداد مستخدمي الأنترنت، وتوصلت الدراسة إلى أهمية تأكيد توفر السرية والأمان، وأن استخدام الصيرفة الالكترونية يحقق مزايا عديدة مثل توفير وقت وجهد المستخدم، بالتالي يشجع العملاء على تبني تكنولوجيا الصيرفة الالكترونية فيما يتعلق ببنوك الأنترنت.

## 1. الإطار العام للدراسة:

تعتبر الصيرفة الالكترونية من بين أهم الأدوات المصرفية، التي تساهم وبقدر كبير في تعزيز الميزة التنافسية للبنوك التجارية، من خلال هذا المحور سنتناول المفاهيم والوسائط التي من خلالها يتم تقديم الصيرفة الالكترونية.

### 1.1 تعريف الصيرفة الالكترونية

توجد العديد من التعاريف للصيرفة الالكترونية نذكر منها: الصيرفة الالكترونية هي: "تقديم المصارف لخدماتها عبر الوسائل الالكترونية، سواء في المنزل أو المكتب أو بواسطة الهاتف الثابت أو الهاتف الجوال وغيرها من الوسائل الالكترونية المتطورة". (بوراس و بريكة، 2014، صفحة 99)

الصيرفة الالكترونية هي: "قيام المصارف بتقديم خدماتها المصرفية التقليدية أو المبتكرة من خلال استخدام وسائط الاتصال الالكترونية المفتوحة، وتقوم المصارف بتقديم الخدمات لتعزيز حصتها في السوق المصرفي أو لخفض التكاليف أو كوسيلة لتوسيع نشاطها داخل وخارج الحدود الوطنية". (صبيح، 2015، صفحة 42)

عرفها بنك التسويات الدولية بأنها: "تقديم الخدمات المصرفية عن بعد أو على الخط أو من خلال قنوات الكترونية، سواء للمقيمين بالبلد أو غير المقيمين به" (عبدلي، 2017، صفحة 386) من خلال ما سبق فإن الصيرفة الالكترونية تعبر عن استخدام مجموعة من التقنيات والأدوات والأساليب التكنولوجية الحديثة، من قبل النظام المصرفي بهدف تسهيل العمليات المصرفية بين مختلف الأطراف عن بعد، دون الحاجة إلى التقدم للبنك.

### 2.1 خصائص الصيرفة الالكترونية

تتصف عمليات الصيرفة الالكترونية بعدد من الخصائص نذكر أهمها فيما يلي:

1.2.1. التطور السريع: نظرا لارتباطها بالتطور التكنولوجي المستمر، وتلبية توقعات العملاء المتغيرة بشكل دائم.

2.2.1. تنسم الصيرفة الالكترونية بالطبيعة الدولية: لأنها مقبولة من جميع الدول وتتم عبر فضاء الكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم، لذلك فهي تساهم في توسيع قاعدة العملاء.

3.2.1. الانسيابية في العلاقة بين العميل والبنك: من خلال قنوات التفاعل الالكترونية.

4.2.1. سهولة الدخول للأسواق الجديدة: توفير إمكانية الوصول إلى جميع الأسواق العالمية، وكذا العملاء في أي مكان.

5.2.1. إلغاء الحواجز الجغرافية: من خلال تقديم خدمات عالمية تصل إلى أبعد نقطة في الكرة الأرضية.

### 3.1. العناصر الرئيسية في الصيرفة الالكترونية

حتى يؤدي نظام الصيرفة الالكترونية عبر الأنترنت خدماته إلى العملاء بصورة جيدة وجب توافر مجموعة من العناصر الأساسية لتشغيل هذا النظام، نذكرها كما يلي: (خالد أمين، 2014، صفحة 25): (عبد الرزاق و بوعبدلي، 2004، صفحة 6)

1.3.1. الأجهزة: ممثلة في الشركات التي توفر خدمة الاشتراك في الأنترنت، وأجهزة التخزين وقنوات الاتصال والربط وأجهزة التسديد عن بعد.

2.3.1. البرامج: تتمثل في أنظمة التشغيل ونظم إدارة قواعد البيانات وتطبيقات الأعمال المصرفية الالكترونية وتطبيقات برامج الأمن.

3.3.1. البيانات: تتضمن قواعد البيانات التي تحتوي على معلومات العملاء وحساباتهم.

4.3.1. الموظفين: الكوادر البشرية المؤهلة للعمل المصرفي الالكتروني، موظفي الإدارة والكتاب وموظفي عمليات الكمبيوتر.

5.3.1. المتابعة والتطوير: يعتبر التطوير أمرا مهما في مجال العمل المصرفي الالكتروني القادر على إقحام الأسلوب الجديد في نظم المعلومات الالكترونية، الذي يركز على التخطيط، التنظيم، التوجيه، التنسيق والرقابة.

6.3.1. وسائل الحماية والأمان: يعد مفهوم الحماية والأمان أحد المكونات التقنية لتكنولوجيا المعلومات التي تستند عليها العمليات المصرفية الالكترونية بشكل أساسي لتوفير إجراءات الأمن لحماية الأجهزة والمعدات والبرمجيات والشبكات وقواعد البيانات، التي تشكل الأساس لبناء ثقة العملاء في البنك.

#### 4.1. وسائط تقديم الصيرفة الالكترونية

تستخدم البنوك الصيرفة الالكترونية لبناء وتعزيز الميزة التنافسية، وذلك من خلال عدد من الوسائط نذكر أهمها كما يلي:

1.4.1. الصيرفة الالكترونية عبر الأنترنت (الموقع الالكتروني للبنك): تسمح هذه الخدمة لعملاء البنوك القيام بالمعاملات المالية من خلال الدخول إلى الصفحة الالكترونية التي تشغلها المؤسسة البنكية عبر الأنترنت. (عياش و عبابسة، 2016، صفحة 344)

2.4.1. الصيرفة الالكترونية عبر الهاتف البنكي (البنك الناطق): تعتبر الخدمات البنكية المقدمة عبر الهاتف البنكي، الطريقة التي تسمح للعملاء بالوصول إلى المعلومات الموثقة المتعلقة بحساباتهم وبشكل فوري، من خلال استخدام الهاتف من أي مكان وفي جميع الأوقات. (قاشي و العثماني، 2010، صفحة 292)

3.4.1. الصيرفة الالكترونية عبر الموبايل (الجوال المصرفي): تشير الخدمات البنكية عبر الموبايل إلى استخدام الهواتف النقالة الذكية أو الأجهزة الخلوية الأخرى لأداء المهام البنكية من أي مكان، بعيدا عن أجهزة الكمبيوتر المتواجدة في المنزل أو المكتب، مثل مراقبة أرصدة الحسابات، تحويل الأموال بين الحسابات، سداد الفواتير، تحديد مواقع أجهزة الصراف الآلي. (قاسم، 2011، صفحة 8)

4.4.1. وسيط الصراف الآلي (ATM): يعتبر الصراف الآلي من أهم المنافذ الالكترونية التي تسمح للعملاء بإتمام معاملاتهم البنكية الأساسية دون الحاجة للذهاب إلى أحد فروع البنك أو الحضور أمام موظف البنك. (تريزة، 2014، صفحة 27)

5.4.1. الفرع الالكتروني: يعد هذا النوع من الفروع آلي بالكامل ومجهز بأحدث ما توصلت إليه التكنولوجيا لتمكين العملاء من خدمة أنفسهم وإنجاز معظم معاملاتهم واحتياجاتهم البنكية. كما يعمل على مدار 24 ساعة في اليوم وسبعة أيام في الأسبوع، مما يتيح للعملاء إجراء أي نوع من المعاملات في أي وقت وبما يناسبهم. (تريزة، 2014، صفحة 35)

#### 5.1. وسائل الدفع الالكتروني

تطورت وسائل الدفع الالكتروني مع انتشار عمليات التجارة الإلكترونية، ويقصد بالدفع الالكتروني على أنه مجموعة الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدره المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع، وتتمثل في البطاقات البنكية، والنقود الإلكترونية، والشبكات الإلكترونية، والبطاقات الذكية. سنتناول الوسائل باعتبارها المكمل الرئيسي الذي من خلاله يستطيع العميل استخدام وسائط الكترونية: (تريزة، 2014، صفحة 36)

1.5.1. البطاقات البنكية: هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية مغناطيسية يستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة، قد تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو الإتلاف. وتنقسم البطاقات البنكية إلى ثلاث أنواع بطاقات الدفع، بطاقات الائتمان، بطاقات الصرف الشهرية.

2.5.1. البطاقات الذكية: تماشيا مع التطورات التكنولوجية ظهرت البطاقات الذكية Smart Cards والتي هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية الكترونية، يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل الاسم، العنوان، المصرف المصدر، أسلوب الصرف، المبلغ المصروف وتاريخه، وتاريخ حياة العميل المصرفية. إن هذا النوع من البطاقات الجديدة يسمح للعميل باختيار طريقة التعامل سواء كان ائتماني أو دفع فوري.

## 2. الإطار التطبيقي للدراسة

### 1.2. منهجية الدراسة وإجراءاتها

#### 1.1.2. مجتمع وعينة الدراسة

تم إجراء الدراسة الميدانية على مستوى مؤسستين مصرفيتين من بين المؤسسات المصرفية التي تزاوّل نشاطها على مستوى تراب ولاية سطيف وهما: البنك الوطني الجزائري (BNA)، بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR). ويتكون مجتمع الدراسة من جميع الموظفين الإداريين في هذه الوكالات المصرفية. وقد تم توزيع 100 استمارة بطريقة عشوائية (50 استمارة في كل بنك) خلال الفترة الممتدة ما بين 15 أفريل إلى غاية 30 جوان 2019. استرجع منها 78 استمارة، وبعد فحصها استبعد منها 20 استمارة لعدم صلاحيتها للتحليل، ليبلغ في النهاية حجم عينة البحث 58 فردا.

#### 2.1.2. أداة الدراسة

في هذه الدراسة تم الاعتماد على الاستمارة لجمع البيانات الميدانية، حيث تم تقسيمها إلى جزئين كما يلي:

- الجزء الأول: خصص للبيانات الشخصية لعينة البحث.

- الجزء الثاني: لقياس مدى استخدام وسائل الوساطة الإلكترونية في الوكالات المصرفية محل الدراسة ويضم هذا الجزء 16 بنداً.

كما تم الاستعانة بمقياس ليكرت الخماسي في إجابات أفراد العينة، حيث كانت درجة (1) لغير موافق بشدة، درجة (2) غير موافق، درجة (3) محايد، درجة (4) موافق، درجة (5) موافق بشدة. ولمناقشة النتائج تم وضع المعيار التالي:

إذا كان المتوسط الحسابي يقع في المجال [1.79-1] فهو غير موافق بشدة، في المجال [2.59-1.80] فهو غير موافق، في المجال [3.39-2.60] فهو محايد، في المجال [4.19-3.40] فهو موافق، في المجال [5-4.20] فهو موافق بشدة.

### 3.1.2. صدق وثبات أداة الدراسة

- الصدق الظاهري: تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين في جامعتي المسيلة و سطيف، أخذت آرائهم وملاحظاتهم بالحسبان إما بالإضافة أو التعديل في بنود الاستبيان.  
- ثبات أداة الدراسة: وقع الاختيار في هذه الدراسة على اختبار ألفا كرونباخ لقياس الثبات الداخلي للمقياس، وبينت النتائج أن معامل ألفا كرونباخ لجميع محاور الاستبيان بلغ 0.94 وهي نسبة تتعدى 0.60 المقبول إحصائياً، مما يدل أن أداة الدراسة ذات ثبات كبير، وأن الاستمارة مقبولة لتحليل وتفسير نتائج هذه الدراسة.

### 2.2. عرض ومناقشة نتائج الدراسة

#### 1.2.2. النتائج الاحصائية الوصفية للمتغيرات الشخصية لعينة الدراسة

##### الجدول 1: نتائج بيانات أفراد العينة حسب بياناتهم الشخصية

متغير المستوى العلمي			متغير سنوات الخبرة في العمل			متغير السن		
النسبة	التكرار	المستوى	النسبة	التكرار	الخبرة	النسبة	التكرار	الجنس
8.6	5	تقي سامي	29.3	17	أقل من 5 سنوات	10.3	6	أقل من 25 سنة
67.2	39	ليسانس	25.9	15	من 5 سنوات إلى 10 سنوات	36.2	21	من 25 إلى 35 سنة
3.5	2	ماجستير	44.8	26	فوق 10 سنوات	53.5	31	أكثر من 35 سنة
20.7	12	أخرى						
%100	58	المجموع	%100	58	المجموع	%100	58	المجموع

المصدر: (مخرجات برنامج SPSS.21)

من خلال ملاحظة نتائج الجدول رقم (01) نجد أن 53.4% من أفراد العينة ستهم يفوق 35 سنة، كما دلت النتائج أن نسبة من لديهم المستوى الجامعي (ليسانس وماجستير) في عينة البحث قد بلغت 70.7 %، وبخصوص سنوات الخبرة فقد بينت النتائج أن النسبة الكبيرة من الموظفين في البنوك محل الدراسة 70.7 % لديهم خبرة تفوق 5 سنوات وأكثر.

## 2.2.2. عرض النتائج واختبار الفرضيات

قبل عرض النتائج واختبار الفرضيات يجب اختبار طبيعة توزيع البيانات.

### 1.1.2.2. اختبار طبيعية توزيع البيانات

يجب تحديد ما إذا كانت بيانات متغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي أم لا؟ بما أن حجم عينة البحث أكبر من 50 مفردة في هذه الحالة نستخدم اختبار Kolmogorov-Smirnov ويكون القرار بأن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي إذا كانت قيمة مستوى المعنوية sig أكبر من 0.05. وقد جاءت النتائج كما هي مبين في الجدول التالي:

### الجدول 2: نتائج اختبار Kolmogorov-Smirnov

الاختبار	Kolmogorov-Smirnov		
	Statistiques	ddl	Sig
العينة	.765	58	.602

المصدر: (مخرجات برنامج SPSS.21)

من الجدول السابق يتبين لنا أن مستوى المعنوية Sig أكبر من 0.05 حسب اختبار Kolmogorov- Smirnov وعليه فبيانات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي، ومن ثم نستخدم الأدوات الإحصائية المعلمية لتحليل إجابات عينة الدراسة واختبار الفرضيات المطروحة.

### 2.2.2.2. اختبار فرضيات الدراسة

#### - اختبار الفرضية الرئيسية الأولى

" لا يؤدي استخدام وسائط الصيرفة الإلكترونية (الصراف الآلي، الموقع الإلكتروني، بطاقات الائتمان، الهاتف النقال) إلى تطوير الخدمات المصرفية من وجهة نظر موظفي البنوك التجارية محل الدراسة".

تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاختبار صحة الفرضية، وقد جاءت النتائج كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول 3: نتائج قياس الأسئلة المتعلقة باستخدام وسائط الصيرفة الالكترونية.

الرقم	السؤال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الإجابة
<b>المحور الأول: الصراف الآلي</b>				
01	الصراف الآلي يساعد على تحسين سمعة البنك	4.27	0.765	موافق بشدة
02	الصراف الآلي يحقق توسع جغرافي للبنك	4.23	0.722	موافق بشدة
03	الصراف الآلي يحقق ثقة أكبر لعملاء البنك	4.17	0.663	موافق
04	الصراف الآلي يحقق خدمة على مدار 24 ساعة	4.40	0.610	موافق بشدة
05	الصراف الآلي يحقق تحسين خدمة السحب البنكية	4.44	0.616	موافق بشدة
<b>المحور الثاني: الموقع الإلكتروني</b>				
06	الموقع الإلكتروني يقدم خدماته على مدار 24 ساعة	4.02	1.021	موافق
07	الموقع الإلكتروني للبنك تفاعلي بين العميل والبنك	3.79	1.166	موافق
08	موقع البنك يرد بسرعة على استفسارات العملاء	3.94	0.932	موافق
09	موقع البنك يتميز بالخصوصية والسرية والأمن	4.19	0.891	موافق
<b>المحور الثالث: بطاقات الائتمان</b>				
10	تعد بطاقة الائتمان وسيلة دفع الكترونية فعالة	4.19	0.734	موافق
11	تعد بطاقة الائتمان الأكثر استعمالاً من بين خدمات البنك	3.71	1.031	موافق
12	لا تحتوي بطاقة الائتمان أية مخاطر	3.63	1.044	موافق
<b>المحور الرابع: الهاتف النقال</b>				
13	يستخدم البنك الهاتف النقال للتعريف بالخدمات البنكية	3.48	1.185	موافق
14	استخدام الهاتف النقال لإعلام العميل عن حركة حسابه	3.63	1.214	موافق
15	يتيح استخدام الهاتف النقال تعزيز وتقوية العلاقة مع العميل	3.69	1.075	موافق
16	استخدام الهاتف النقال يتيح للبنك كسب عملاء جدد وبالتالي زيادة الحصة السوقية	3.88	1.024	موافق

المصدر: (مخرجات برنامج SPSS.21)

من الجدول السابق جاءت إجابات عينة الدراسة على النحو الآتي:

- الصراف الآلي: كانت المتوسطات الحسابية للإجابات أفراد العينة كالتالي: (4.27، 4.23، 4.17، 4.40، 4.44)، واتجاه الإجابة الأولى والثانية والرابعة والخامسة كان درجة "موافق بشدة"،

في حين أن اتجاه الإجابة الثالثة كان عند درجة "موافق" وهذا يعني أن موظفي البنوك عينة الدراسة يؤكدون على أن استخدام الصراف الآلي يساعد على تقديم الخدمات المطروحة من طرف البنك بدرجة عالية.

- الموقع الإلكتروني: المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة جاءت كما يلي: (4.02، 3.79، 3.94، 4.19)، وبالتالي اتجاه الإجابات الأربعة لهذا الوسيط كانت عند درجة "موافق"، وهذا يعني أن الموقع الإلكتروني للبنك من وجهة نظر الموظفين، يقدم الخدمات والمعلومات على مدار 24 ساعة، كما أنه يعتبر موقع تفاعلي يسمح للعميل بإدارة حسابه وتقديم الاقتراحات بشأنه، ويتسم بالخصوصية والأمان اللازمين، وكذا السرعة في الرد على استفسارات العملاء.

- بطاقات الائتمان: المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة هي: (3.63، 3.71، 4.19)، واتجاه الإجابة كان بدرجة موافق لجميع الأسئلة، وهذا يعني أن البطاقة الائتمانية تعد وسيلة دفع وسحب الأكثر استعمالا من قبل العملاء، بالإضافة إلى خلوها من مخاطر الاستعمال وهذا من وجهة نظر موظفي البنك.

- الهاتف النقال: المتوسطات الحسابية للإجابات المتعلقة بهذا الوسيط كالتالي: (3.48، 3.63، 3.69، 3.88)، واتجاه الإجابة عند درجة "موافق" لكافة الأسئلة، وهو ما يعني أن الهاتف النقال يستخدم للتعريف بخدمات البنك وإعلام العملاء عن حركة حساباتهم، وكذلك يتيح استخدامه تعزيز العلاقة مع العملاء وزيادة الحصة السوقية للبنك.

مما سبق نتائج الجدول رقم (3) تؤكد عدم "صحة الفرضية الأولى" أي: أن استخدام وسائط الصيرفة الإلكترونية الحديثة من شأنه أن يؤدي إلى تطوير العمل المصرفي في البنوك التجارية العمومية.

#### - اختبار الفرضية الرئيسية الثانية

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوي معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لاستخدام وسائل الوساطة الإلكترونية في تطوير الخدمات المصرفية تعزى للبيانات الشخصية (السن، المستوى التعليمي، الخبرة في العمل) من وجهة نظر موظفي البنوك محل الدراسة".

لاختبار صحة هذه الفرضية، ومن أجل معرفة الاختلاف في إجابات أفراد العينة نستعين باختبار تحليل التباين الأحادي "Anova". وقد جاءت النتائج كما هو مبين في الجدول الموالي:

الجدول 4: نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لإجابات أفراد العينة حول أهمية استخدام وسائط الصيرفة الإلكترونية باختلاف بياناتهم الشخصية (السن، المستوى التعليمي، الخبرة في العمل)

مستوى الدلالة Sig	قيمة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	البيانات	
0.104	2.362	403,116	2	806,233	ما بين المجموعات	
		170.648	55	9387,647	داخل المجموعات	
			57	10193,879	المجموع	
0.629	0.583	106.659	3	319.977	ما بين المجموعات	
		182.850	54	9873,903	داخل المجموعات	
			57	10193,879	المجموع	
(*)0.019	3.602	566,623	3	1699,868	ما بين المجموعات	
		157.296	54	8494,011	داخل المجموعات	
			57	10193,879	المجموع	

المصدر: (مخرجات برنامج SPSS.21)

(\*): دال عند مستوى معنوية ( $\alpha=0.05$ )

نتائج تحليل الاختبار الأحادي في الجدول السابق تبين لنا:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha=0.05$ ) تعزى لمتغير السن فيما يخص إجابات أفراد العينة، فيما يتعلق باستخدام وسائط الصيرفة الإلكترونية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha=0.05$ ) تعزى لمتغير المستوى التعليمي فيما يخص إجابات أفراد العينة، فيما يتعلق باستخدام وسائط الصيرفة الإلكترونية.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha=0.05$ ) تعزى لمتغير السن، فيما يخص إجابات أفراد العينة فيما يتعلق باستخدام وسائط الصيرفة الإلكترونية (قيمة Sig=0.019).

هذه النتائج تؤكد لنا: صحة "الفرضية الرئيسية الثانية" بالنسبة للبيانات الشخصية التالية: السن والمستوى التعليمي، وعدم صحتها فيما يتعلق بمتغير الخبرة في العمل.

## خاتمة

لقد وجدت البنوك الجزائرية نفسها أمام حتمية تطوير الأساليب المصرفية التقليدية إلى أساليب حديثة، وذلك بتبنيها استخدام ما يعرف بالصيرفة الإلكترونية عن طريق مجموعة من الوسائط الإلكترونية الحديثة التي تعتمد على تقنيات المعلومات والاتصالات والحواسيب الآلية بهدف تطوير خدماتها المصرفية، من أجل تلبية رغبات وحاجيات عملائها بطرق أكثر عصريّة وبأقل تكلفة وأعلى ربحية. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والاقتراحات نوردتها كما يلي:

## نتائج

- استخدام وسائط الصيرفة الإلكترونية ككل يؤدي إلى تطوير وعصرنة الخدمات المصرفية بدرجة كبيرة من وجهة نظر الموظفين الإداريين باعتبارهم مقدمي الخدمات للعملاء في البنوك محل الدراسة؛
- هناك درجة موافقة كبيرة جدا من وجهة نظر موظفي البنوك في أن استخدام الصراف الآلي سيؤدي إلى زيادة سمعة البنك، وزيادة إقبال العملاء على خدمات السحب الإلكتروني، كما يتيح هذه الخدمة على مدار اليوم والأسبوع كاملا؛
- هناك درجة موافقة كبيرة من وجهة نظر موظفي البنوك محل الدراسة في أن استخدام الموقع الإلكتروني سيساهم في خلق فضاء تفاعلي مهم بين البنك وعملائه، مما سيزيد من ولائهم ورضاهم عن خدماته؛
- هناك درجة موافقة كبيرة من وجهة نظر موظفي البنوك باعتبار أن استخدام بطاقات الائتمان في تقديم خدمة التعاملات المالية (دفع أو سحب) من شأنها جلب أكبر عدد من العملاء للبنك خاصة مع توفرها على جانب الأمان والسرية؛
- هناك درجة موافقة كبيرة جدا من وجهة نظر موظفي البنوك في أن استخدام الهاتف النقال سيساعد العميل على الاطلاع على كافة المعلومات المتعلقة بخدمات البنك، وإدارة حساب العملاء دون عناء التنقل والتواجد على مستوى الوكالات البنكية بصورة شخصية، وهذا من شأنه تقوية العلاقة بين البنك والعميل.

## اقتراحات

- على البنوك العمومية الجزائرية القيام بحملة توعية لتعريف العملاء بالمزايا والفوائد التي يحصل عليها مثل توفير الوقت والجهد والتكلفة وحصوله على الجودة المطلوبة، وهذا من خلال تطوير الأساليب الترويجية والتسويقية التي تعكس الواقع الحقيقي

- للمنتج المصرفي من أجل ضمان المصداقية في التعامل وتعريف العملاء بما يستجد من خدمات إلكترونية يقدمها البنك؛
- الاستفادة من تجارب البنوك الرائدة في مجال استخدام وسائط الصيرفة الإلكترونية وإدارتها، بما يحسن من خدمات البنوك العمومية الجزائرية؛
  - ضرورة توفير الحماية الكافية لنظم المعلومات من المخاطر التي قد تصاحب استخدام وسائط الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية؛
  - عقد المؤتمرات والندوات من الجهات الرسمية حول موضوع الصيرفة الإلكترونية حتى تستفيد البنوك والمؤسسات الأخرى ذات العلاقة من نتائج الدراسات لتطوير خدماتها المصرفية الإلكترونية.

## المراجع

- White, H., & Nteli, F. (2004). Internet Banking in the UK : Why are there not More Customers ? *Journal of Financial Services Marketing*, 49-56. <https://doi.org/10.1057/palgrave.fsm.4770140>
- Yiu, C. S., Grant, K., & Edgar, D. (2007). actors affecting the adoption of Internet Banking in Hong Kong—implications for the banking sector. *International Journal of Information Management*, 27(5), 336-351. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2007.03.002>
- أحمد بوراس، والسعيد بريكة. (2014). أعمال الصيرفة الإلكترونية: الأدوات والمخاطر. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- أديب قاسم. (2011). الصيرفة الإلكترونية أنماطها وخيارات القبول والرفض. مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة. (27). 20-1.
- خالد قاشي، ومصطفى العثماني. (2010). استراتيجية إدارة مخاطر الصيرفة الإلكترونية. مجلة الاقتصاد الجديد. 1(1). 322-289
- خليل عبد الرزاق، وأحلام بوعبدلي. (2004). الصناعة المصرفية العربية وتحديات اتفاقيات بازل 2. جامعة عنابة.
- زبير عياش، وسمية عبابسة. (2016). الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة وتطوير البنوك الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية. 27(3). 357-339.
- سعد مراد تريزة. (2014). تقييم الصيرفة الإلكترونية في القطاع المصرفي السوداني. مذكرة ماجستير غير منشورة في الدراسات المصرفية. جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- عبد الله خالد أمين. (2014). الرقابة الداخلية في ظل استخدام الحاسبات الإلكترونية. مجلة الدراسات المالية والمصرفية. (2). 21-18.
- عطية أحمد صبيح. (2015). الصيرفة الإلكترونية في العراق: عناصر النجاح والاختفاق. مجلة كلية الكوت الجامعة. 39-64.

أهمية استخدام وسائط الصيرفة الالكترونية في تطوير الخدمات المصرفية  
دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية والبنك الوطني الجزائري بولاية سطيف

---

- مروان درويش. (2018). انعكاسات استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمات المصرفية على تحسين أداء البنوك العاملة في فلسطين. *مجلة الاقتصاد والمالية*. 4(2). 69-83.
- هالة عبدلي. (2017). الصيرفة الالكترونية آلية لضمان جودة الخدمات المصرفية. *مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية*. 1(1). 383-394.
- هيثم حمود شلي. (2015). دور الخدمات الإلكترونية المالية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية. *المجلة العربية للدراسات المعلوماتية*. 5(5). 190-228.