

استخدام الانترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية و أثره على العمل البنكي
دراسة حالة البنوك الجزائرية

أ.دغنوش العطرة

جامعة الجزائر 3- الجزائر

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على "أثر استخدام شبكة الانترنت على العمل البنكي لدى البنوك الجزائرية ولتحقيق هدف الدراسة تم تطوير استبانة، و توزيعها على عينة الدراسة المكونة من ثمانية بنوك العاملة في ولاية الجزائر و التي تمثل الادارات الرئيسية للبنوك دون الفروع. و تم توزيع الاستبانة على مجموع الاطارات العاملة في هذه البنوك المكونة من كل المديرين و نوابهم و رؤساء الدوائر و رؤساء المصالح، ومن أبرز نتائج الدراسة تمثلت في أن أغلب البنوك الجزائرية تقدم خدمات مصرفية عبر شبكة الانترنت و أنه هناك أثر لاستخدام الانترنت على العمل البنكي فتقديم الخدمات البنكية عبر الانترنت يؤدي الى تخفيض التكاليف التشغيلية المتمثلة في تكاليف الدعاية و الاعلان و تكاليف تقديم الخدمة مباشرة من مبنى البنك مما يدل على فعالية الانترنت كبديل عن الطرق التقليدية . كما يؤدي الى زيادة الإيرادات و سرعة انجاز المعاملات و دقتها و تلبية حاجيات العملاء .

ABSTRACT

This study aimed to identify the "impact of the use of the Internet on the bank to work for Algerian banks To achieve the objective of the study was the development of a questionnaire, and ensure validity and reliability then distributed to a random sample of 96 framework factor in the Algerian banks that are the study population and the estimated number eight 8 banks, and were excluded (10) questionnaires for non-suitability tests for statistical analysis, and thus the number of questionnaires recoverable statistical analysis operations (80) questionnaire, and highlighted the results of the study was that most Algerian banks offer banking services via the Internet and that there is a trace to use online banking work Providing banking services via the Internet leads to a reduction of advertising costs and advertising operational costs and the costs of providing the service directly from the bank building which shows the effectiveness of the Internet as an alternative to traditional methods. also lead to increased revenues and the speed of completion of transactions and accuracy and meet the needs of customers..

تمهيد

لقد ساهم تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة NTIC : Les Nouvelles Technologies de l'Information et des Communication في سهولة تبادل ونقل وتخزين المعلومات والمعارف بصورها المختلفة عبر العالم وتخطي كل الحواجز والحدود التي كانت تفصل ما بين الدول ومجتمعات هذا العالم وجعلت منه قرية عالمية صغيرة « village planétaire » مراقبة بذلك تيار العولمة الذي شمل مجتمعات واقتصاديات العالم بوصفه تيار جارف يصعب التجديف عكس اتجاهه وقد صاحب ظهور عصر المعلومات تحول وانتقال الى اقتصاد جديد Nouvelle économie أو اقتصاد المعرفة Economie du savoir والذي يركز على المعرفة والاتصالات و ثورة المعلومات كما سمح الانتشار السريع والكاسح لشبكة الانترنت التي مدت خيوطها لتربط بين معظم بلدان العالم وتضم الملايين من المستخدمين عبر المعمورة بظهور وتطوير أشكال جديدة من التبادل في العديد من المجالات والنشاطات وخلق ثورة في مجال التجارة والأعمال، وأصبحت الانترنت جزءا لا يتجزأ من الطريقة التي تمارس بها مؤسسات عديدة أعمالها عبر العالم، مما أدى إلى اتساع قاعدة المتعاملين معها، كما تأثرت جميع القطاعات بما فيها القطاع المصرفي الذي يشهد تحولا من العمل بشكل تقليدي إلى تبني الأشكال الالكترونية المجسدة في منتجاته الحديثة كالعلاقات المصرفية الالكترونية وبطاقة الائتمان المصرفية وخدمات الصراف الآلي وتقديم خدمات متعددة لعملائه عن طريق استخدام الانترنت.

يشكل الجهاز المصرفي في الجزائر مكونا أساسيا للنظام الاقتصادي الذي يعيش تحولات كبيرة متمثلة في الانفتاح الذي يعرفه اقتصادنا الوطني على الأسواق الخارجية وتحرير التجارة الخارجية ولا نضيف جديدا إذا قلنا أن البنوك الجزائرية مطالبة أكثر من غيرها لتتأقلم مع هذه المتغيرات الوطنية والعالمية على حد سواء وما تفرضه من تحديات، وهذا عن طريق استغلالها لكل الفرص المتاحة أمامها، بما فيها تكنولوجيا الانترنت بدمجها في أعمالها بفضل ما توفره شبكة الانترنت العالمية من خدمات والتي يمكن اعتبارها وسيلة لا ينبغي تجاهلها لرفع مستوى أداء ومردودية هذا الأخير. ومن هنا نتضح لنا معالم إشكالية بحثنا المتمثلة:

هل يوجد أثر لاستخدام شبكة الانترنت في تقديم الخدمات المصرفية على أداء البنوك الجزائرية؟

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

- 1- التعرف على واقع استخدام البنوك الجزائرية للانترنت في أعماله.
 - 2- التعرف على نوعية ومستوى الخدمات المقدمة من طرف البنوك الجزائرية.
 - 3- معرفة مدى تأثير استخدام شبكة الانترنت على عمل البنك.
- والفوائد التي تجنيها جراء تقديم خدماته عبر الانترنت.

فرضيات الدراسة:

- 1- تستخدم البنوك الجزائرية شبكة الانترنت لتقديم خدمات بنكية للعملاء.
- 2- هناك أثر لاستخدام شبكة الانترنت في تقديم الخدمات المصرفية على العمل البنكي اذا ما تم قياسه بـ:

- انخفاض التكاليف التشغيلية. - الزيادة في عدد العملاء.
- الزيادة في الإيرادات - الزيادة في حجم الودائع.
- النمو السنوي في عدد الحسابات. - تحويل الأموال بين الحسابات للفروع المختلفة للمصرف.

أولاً: الإطار النظري

ا. نبذة تعريفية عن شبكة الاتصالات وأنواعها:

1- تعريف شبكة الاتصالات:

شبكة الاتصالات هي عبارة عن سلسلة من المواقع المرتبطة بعضها البعض بواسطة قنوات اتصال أو مجموعة من الحواسيب المرتبطة ببعضها البعض.

2- أنواع الشبكات:

1- الشبكات المحلية (Lan) Local Area Networks:

هي مجموعة الحواسيب والأجهزة الأخرى الموجودة على مساحة محدودة نسبياً ومرتبطة بأجهزة الاتصالات تسمح لأي جهاز بالتفاعل مع الآخر.¹

2- الشبكة الموسعة: Wide Area net Works (WAN)

وهي شبكة تغطي مناطق جغرافية واسعة وغالبا ما تكون عالمية لذا فإن المؤسسات تمتلك الشبكات المحلية في الغالب ولا تمتلك الشبكات واسعة النطاق، فهي تستخدم شبكات القيمة المضافة أو الانترنت.

-شبكات القيمة المضافة: Value-added net works (Van)

وهي عبارة عن نظام اتصال واسع النطاق وطويل الأمد صمم من قبل شركة مستقلة، حيث تقدم عروضاً معينة من البرمجيات ومعدات تسهل تبادل البيانات بين مختلف الشبكات الخاصة.

-شبكة الانترنت: شبكة عالمية من الشبكات الحاسوبية المختلفة والمتصلة ببعضها البعض بواسطة وصلات اتصالات بعيدة وهذه الشبكة مكونة من منظمات ومؤسسات متنوعة تشمل الدوائر الحكومية والجامعات والشركات التجارية التي قررت السماح للآخرين بالاتصال بحواسيبها ومشاركتهم المعلومات.

وإن كان بالإمكان تلخيص الانترنت في جملة نستطيع القول أن الانترنت هي مجموع عدة مكونات تجعل منها مجردة من الشبكات والمستخدمين ونلخصها في المعادلة التالية:

$$\text{الانترنت (Internet)} = \{ \text{الهياكل} + \text{خدمات} + \text{المستخدمين} + \text{الموارد} \}^2$$

II. البنوك الالكترونية

1- مفهوم البنوك الالكترونية:

إن اصطلاح البنوك الالكترونية يعد تعبيراً متطوراً وشاملاً لكافة المفاهيم التي ظهرت في مطلع التسعينيات كمفهوم الخدمات المالية عن بعد (Remote electronic banking) أو البنك المنزلي (Home banking) أو البنك المكتبي office bank أو البنك على الخط (on-line banking) والخدمات المالية الذاتية (self service banking)، فالتعريف المحدد للبنوك الالكترونية هو "النظام الذي يتيح للعميل الوصول إلى حساباته أو الحصول على الخدمة المصرفية من خلال شبكة معلومات مرتبطة بجهاز كمبيوتر العميل أو أي وسيلة أخرى"³. وتجدر الإشارة إلى أنه ليس كل موقع بنك على شبكة الانترنت يعني أن هذا البنك هو بنك الكتروني، إذ يجب أن يقوم المصرف بعمليات مصرفية عبر الوسائل الالكترونية، إضافة إلى شروط ومعايير عديدة ومعقدة من الصعب تحديدها قبل صدور تشريعات خاصة تراعي

هذا النوع من البنوك وتحدده ضوابطه الالكترونية. و الجدول التالي يوضح الملامح الأساسية للبنوك الالكترونية:

جدول رقم 01: الملامح الأساسية للبنوك الالكترونية

الموقع المعلوماتي	الموقع الاتصالي التفاعلي	الموقع التبادلي
هو الحد الأدنى للنشاط الالكتروني المصرفي ويقدم البنك من خلاله معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته.	يؤمن هذا الموقع نوعا من التبادل الاتصالي بين البنك وزبائنه كالبريد الالكتروني وتعبئة نماذج الخط أو تعديل معلومات القيود والحسابات.	هو المستوى الذي يمارس فيه البنك خدماته ونشاطاته في البنية الالكترونية حيث يسمح للزبون الوصول إلى حسابه و إعداد الدفعات النقدية والتحويلات بين الحسابات داخل البنك أو مع جهات خارجية.

المصدر: شيرين بدري البارودي، دور اقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات البنكية (دراسة تحليلية عن

البنوك الالكترونية) مؤتمر جامعة الزيتونة الأردنية، 2005، ص 6- ص 7.

2- مزايا وعيوب البنوك الالكترونية:

- 1- يتيح للعملاء فرصة التعرف على حساباتهم في البنك ومراجعتها أول بأول.
 - 2- العلاقة بين العميل والبنك تأخذ شكلا آخر حيث يتم التعامل بينهم عن بعد، مما يوفر للعملاء والبنك الكثير من الوقت والجهد والكلفة.
 - 3- يتيح للعملاء فرصة لتسديد الالتزامات التي عليهم بطريقة الكترونية.
 - 4- يعطي العملاء القدرة على إدارة محافظهم المالية وتغيير تركيبتها في زمن قياسي.
 - 5- يتيح الفرصة للعملاء للقيام بعمليات تحويل الأموال للداخل والخارج ودفع أثمان السلع وتحريك رأس المال وتوجيهه نحو المجالات الاستثمارية المختلفة.
 - 6- يسمح للبنك بالقيام بعمليات المقاصة بين حسابات العملاء بطريقة الكترونية.
- ومع اتساع وتطور استخدام شبكة الانترنت سيتمكن العملاء من مقابلة موظفي البنك الالكتروني وعقد اجتماعات معهم على شبكة الانترنت والحصول على أجوبة لكافة استفساراتهم، وتشير بعض الدراسات إلى أن الخدمات البنكية التي يقدمها البنك الالكتروني أصبحت تحل محل الخدمات التقليدية بنسبة (60%) وقد وصل العائد من تلك الخدمات إلى (13%) من دخل البنوك حاليا.⁵

على الرغم من أن التقنيات للفتوات الالكترونية التي تقدم خدمات ملائمة تعمل على تخفيض التكاليف إلا أن تطبيق البنوك الالكترونية يتضمن مخاطر جوهرية وتكاليف مرتفعة.

وعلى الرغم من أن الانترنت يقدم الكثير من الفرص للبنوك مثل السداد الالكتروني، توفير التكاليف، تعزيز السمعة، وخدمة مالية متطورة، وجذب الأموال، ووحدة الثقة، والوساطة،

إلا أن استخدام الانترنت في الخدمة البنكية لا زالت محدودة نظرا للمشاكل التكنولوجية ومشاكل الأمان.

III. الخدمات البنكية المقدمة عبر شبكة الانترنت:

1- الخدمات المعلوماتية: Informational services

يمكن للبنك أن يقوم بعرض وتسويق خدماته ومنتجاته التي يقدمها للعملاء في فروعه التقليدية من خلال موقع الكتروني على شبكة الانترنت وهذا النوع من الخدمات لا يشتمل على مخاطر عالية وذلك لعدم وجود قناة اتصال الكتروني عبر شبكة الانترنت تسهل لأي كان امكانية الوصول إلى شبكة وأنظمة المعلومات الداخلية للبنك وبذلك فإن المخاطر التي قد يتعرض لها البنك من خلال تقديم هذا النوع من الخدمات تتمثل في احتمالية تعرض موقع البنك على الشبكة للعبث والتغيير من قبل الآخرين.⁶

2- الخدمات الاتصالية: communicational services

وينطوي هذا النوع من الخدمات على مخاطر أعلى، حيث أنه يسمح بنوع من الاتصال المحدود بشبكة وأنظمة المعلومات الداخلية للمصرف والمثال على هذه الخدمات: طلب كشف حساب وتقديم طلب الحصول على تسهيلات ائتمانية وغيرها.⁷

3- الخدمات التنفيذية: Transactional services

وهذا النوع من الخدمات يسمح لعميل البنك بتنفيذ الخدمة المصرفية المطلوبة عبر الأنترنيت حيث يمكن للعميل إجراء عمليات التحويل النقدي من الحساب ودفع الفواتير وإجراء عمليات تنفيذية على حسابه... الخ، ويعتبر هذا النوع من الخدمات الأكثر خطورة على الاطلاق، حيث أنه يمكن عميل البنك من الدخول الى أنظمة المعلومات الداخلية وتنفيذ العمليات المطلوبة وعليه فإن هذا النوع من الخدمات يحتاج من المصرف عمل كافة الاجراءات الاحترازية اللازمة للحيطه والسيطرة على مخاطره.⁸

4- الخدمات المتقدمة:

يقوم البنك في هذا النوع من الخدمات بتقديم الخدمات الاستشارية للعملاء، اضافة الى تقديم خدمات دراسة الجدوى الاقتصادية وفرص الاستثمار المتاحة.⁹ وفيما يلي سنقدم موجزا عن الخدمات البنكية الالكترونية.

✓ خدمة الصراف الآلي:

الصراف الآلي يعتبر من أهم أدوات وأساليب التحويل الالكتروني للأموال وأكثرها شيوعا وقد بدأ استخدام هذا النظام لوحده الصرافة الآلية التي كانت عبارة عن آلات توزيع نقدي، وتم تطوير هذه الآلات حيث أدخل عليها نظام التوزيع الالكتروني، وهي وحدات مرتبطة بالحاسب الآلي مباشرة، ولها القدرة على الاتصال والتعرف على جميع البيانات الخاصة بحسابات العميل.¹⁰

✓ الصيرفة عبر الهاتف: Phone banking

أو تسمى أيضا مركز خدمة العملاء call center تعتمد هذه الخدمة على وجود شبكة تربط فروع المصرف بعضها مع بعض ويمكن الموظف المسؤول عن تقديم الخدمة الهاتفية من الوصول لبيانات العميل مباشرة من أي فروع من فروع المصرف باستخدام رقم سري وتعمل هذه المراكز على مدار الساعة مما يسمح بالحصول على الخدمة في أي وقت خلال اليوم وخلال الأسبوع (24 ساعة يوميا، 7 أيام بالأسبوع).¹¹

✓ خدمة الدفع الالكتروني: Electronic payment service

وهي عبارة عن خدمة تمكن الأفراد والشركات والمؤسسات والهيئات العامة والخاصة... الخ، من عملاء تسديد مستحققاتهم الكترونيا للجهات المشتركة في خدمات الدفع الالكتروني.¹²

✓ البنك المنزلي Home banking

ويطلق عليها أيضا البنوك الالكترونية عن بعد أو البنك المكتبي وهو ذلك الحاسب الشخصي الموجود بالمنزل أو العمل أو أي مكان آخر والذي يتصل بحاسب المصرف ليتمكن من خلال كلمة سر أو رقم سري أو كليهما لإتمام العمليات المصرفية المطلوبة وهذا يضمن السرية العالية في التعامل.¹³

✓ بنوك الهاتف الجوال:

وهي الخدمات المصرفية المتوفرة من خلال ربط الهاتف الجوال مع البنك بالانترنت وتعطى هذه الخدمة من خلال نظام فيديو مزدوج وتثنائي الاتجاه لإجراء اتصالات مباشرة من خلال الصوت والصورة وانتشرت هذه الخدمة نتيجة تزايد استعمال الاجهزة الخلوية والحواسيب المحمولة في مختلف البلدان.¹⁴

✓ بنوك الإنترنت: Internet banks

لها عدة تسميات البنك على الخط Online bank أو بنوك الويب Web Bank وتعد الأشمل والأسهل والأكثر أهمية في مجال الخدمة المصرفية الالكترونية بفضل اتساع شبكة الأنترنت والزيادة النوعية لمستخدميها¹⁵.

✓ البنوك الافتراضية: Virtual banks

وهي منظمات تتكون من أطراف أعمال مصرفية متعددة تصمم مواقعها لخلق وتقديم خدمات مصرفية بشكل سريع عن طريق الاستمرار أو ايجاد وتجميع مجال واسع من الموارد المصرفية وهذه المصارف تعمل بشكل كامل على الأنترنت وتتم العلاقات والمعاملات فيها عن طريق الوسائل الالكترونية وليس بشكل مباشر.¹⁶ ومما سبق نستخلص أنه مهما اختلفت التسميات وتعددت أشكال الخدمات فإن البنوك استطاعت بفضل استخدام الأنترنت والتواصل مع الزبائن في أي مكان من العالم وهكذا انتجت الخدمات عن بعد: Remote electronic والخدمات المالية الذاتية بكل سير ومرونة Self services banking.

8- خدمات التحويل الإلكتروني للشبكات والمقاصة الآلية:

هناك نظام للشبكات المتداولة يتم بموجبه تحويل بيانات الشبكات الكتابية الى بيانات الكترونية ويتم تسوية الشبكات عن طريق تحويل الأموال بناء على البيانات الالكترونية بدلا من حركة الشيك الورقي أي التحويل الإلكتروني أما المقاصة الالكترونية فهي نظام لتسوية مدفوعات الشبكات اليكترونيا بين البنوك بدلا من المدفوعات الورقية في غرف المقاصة.¹⁷

ثانيا: الإطار التطبيقي للدراسة:

1. -مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع البنوك الجزائرية المعتمدة و البالغ عددها واحد وعشرون 21 بنك . أما عينة الدراسة فقد تمثلت في ثمانية بنوك بعد أن رفضت باقي البنوك استلام الاستبيان الخاص بموضوع دراستنا ؟ لذلك فقد تم استبعاد هذه البنوك من الدراسة. وبالتالي تمثلت عينة الدراسة في البنوك التالية:

1 بنك الجزائر الخارجي BEA

2 بنك الفلاحة والتنمية الريفية

3 بنك التنمية المحلية

4 -القرض الشعبي الجزائري

5 -المؤسسة المصرفية العربية ABC

6 -سوسيتي جنرال الجزائر

7 بنك الخليج

8 -البنك العربي الجزائري.

وقد تم اختيار البنوك العاملة في ولاية الجزائر العاصمة نظرا لكثرة حجم العمل البنكي فيها مقارنة بالفروع في الولايات الأخرى وإمكانية الوصول اليهم وملء الاستبيان.

II. أداة الدراسة وأسلوب جمع البيانات:

اعتمدنا على أسلوب الاستبيان كأداة للدراسة تضمن المعلومات اللازمة لاختبار فرضيات الدراسة والإجابة على التساؤلات الواردة في الدراسة.

III. المعالجة الإحصائية:

تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical package for social sciences (SPSS) في إجراء هذه التحليلات والاختبارات الإحصائية.

IV. مناقشة نتائج واختبار الفرضيات:

أولاً: لاختبار الفرضية الأولى تم حساب التكرارات والنسب المئوية للبنوك الجزائرية التي تقدم خدمات بنكية باستخدام شبكة الانترنت، و هي موضحة في الجدول رقم 01.

جدول رقم (01) التكرارات والنسب المئوية للبنوك الجزائرية التي تقدم خدمات بنكية باستخدام شبكة

الانترنت

النسبة المئوية	التكرار	تقدم البنك خدماته البنكية باستخدام شبكة الانترنت
%100	08	نعم
%0	00	لا
%100	08	المجموع

يبين الجدول رقم (01) أن مجمل البنوك تقدم خدمات بنكية باستخدام شبكة الانترنت، وتشكل ما نسبته (100%) من البنوك الجزائرية التي تشكل مجتمع الدراسة، وهذا يدل على مواكبة البنوك الجزائرية للتقدم التكنولوجي، وتجدر الإشارة إلى أن هذه البنوك تقدم بعض الخدمات المصرفية فقط وليس كل الخدمات وهذا يؤكد صحة الفرضية الأولى التي تنص على: "تستخدم البنوك الجزائرية شبكة الانترنت لتقديم خدمات بنكية لعملائها".

كما تم حساب التكرارات والنسب المئوية للخدمات التي تقدمها البنوك الجزائرية لعملائها عبر الانترنت حيث كانت كما هي موضحة في جدول رقم (02).

جدول رقم (02) التكرارات والنسب المئوية للخدمات التي تقدمها البنوك الجزائرية لعملائها عبر الانترنت

النسبة المئوية	التكرار	الخدمات التي تقدمها المصارف
		خدمات استعلامية عن:
100%	08	البنك
100%	08	الخدمات المقدمة
		خدمات اتصالية:
100%	08	طلب كشف الحساب
62.5%	05	تقديم طلب للحصول على دفتر شيكات
37.5%	03	تقديم طلب للحصول على قروض
		خدمات تنفيذية:
62.5%	05	اجراء عمليات تنفيذية على الحساب المصرفي
75%	06	تحويل نقدي بين الحسابات
37.5%	03	دفع فواتير
37.5%	03	التسوق الفوري

يبين الجدول رقم (02) عدد البنوك التي تقدم هذه الخدمات حيث يظهر لنا أن هنالك (08) بنوك تقدم خدمات معلوماتية عن البنك وعن الخدمات المقدمة وتشكل ما نسبته (100%)، وهذا لأن جميع البنوك تمتلك موقعا الكترونيا على شبكة الأنترنت، وأن هنالك (08) بنوك تقدم خدمات اتصالية تتعلق بطلب كشف الحساب، وتشكل ما نسبته (100%)، وأن هنالك (03) بنوك تقدم خدمات اتصالية تتعلق بتقديم طلب للحصول على القروض، وخدمات تنفيذية تتعلق بدفع الفواتير بنسبة (37,5%)، كما أن هنالك (05) بنوك تقدم خدمات اتصالية تتعلق بتقديم طلب للحصول على دفتر شيكات، وخدمات تنفيذية تتعلق بإجراء تحويل نقدي بين الحسابات وتشكل ما نسبته (75%) من البنوك، أما بالنسبة للخدمات التنفيذية الأخرى فهناك (05) بنوك تقدم خدمات تنفيذية تتعلق بإجراء عمليات تنفيذية على الحساب المصرفي وتشكل ما نسبته (62.5%)، اما خدمات التسوق الفوري فتشكل ما نسبته (37,5%) أي ثلاثة

بنوك توفر هذه الخدمة ، حيث أنه من الملاحظ أن الخدمات التنفيذية كانت الأقل انتشارا نظرا لحساسية هذا النوع من الخدمات، حيث يتطلب من البنك القيام بكافة الاجراءات الوقائية لحماية أنظمتها، والسيطرة على هذه المخاطر قدر الامكان وهذا ما جعل الخدمات المقدمة من قبل البنوك الجزائرية تتمثل في معلومات وصور اشهارية تهدف الى تسهيل الاتصال مع العملاء، والتحويل من حساب لحساب آخر، ودفع فواتير وهذا يؤكد صحة الفرضية الأولى أيضا التي تنص على: "تستخدم البنوك الجزائرية شبكة الانترنت لتقديم خدماتها البنكية للعملاء".

ثانيا: لاختبار الفرضية الثانية تم حساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية و درجة الموافقة لإجابات أفراد العينة على أثر استخدام شبكة الانترنت في تقديم الخدمات البنكية على العمل البنكي، وتم اعطاء رتب لهذه البيانات وفقا للوسط الحسابي، كما تم وضع أعلى نسبة في الاجابات على فقرات أداة الدراسة (تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي)، وإحصاء الاجابات في الاتجاه موافق (أوافق، وأوافق بشدة)، والاتجاه غير موافق (لا أوافق، ولا أوافق بشدة)، والاتجاه المحايد حيث كانت كما هي موضحة في جدول رقم (03).

جدول رقم (03) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة على

أثر استخدام شبكة الانترنت في تقديم الخدمات البنكية على العمل البنكي

الرقم	نص الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
1	عامل المنافسة، حيث يساعدنا ذلك في الحفاظ على عملائنا الحاليين ، وجذب عملاء جندا وهذا يساعد على زيادة عدد العملاء.	4.60	0.55	الأولى	%97.5 أوافق
3	توحيد العلاقة بين البنك والعميل وبالتالي خلق نوع من الولاء للبنك	4.38	0.59	الثانية	%95 أوافق
2	التوسع الجغرافي وبالتالي الوصول إلى أكبر عدد من العملاء	4.25	0.63	الثالثة	%90 أوافق
7ب	زيادة النمو السنوي في عدد الحسابات	4.07	0.26	الرابعة	%85 أوافق
8	يساعد الأفراد على تحويل الأموال بين الحسابات فروع المصرف المختلفة من خلال الانترنت	4.02	0.89	الخامسة	%87.5 أوافق
5	تفضيص مصاريف المراسلات والأوراق خاصة بين الفروع.	4.00	0.91	السادسة	%75 أوافق
6	يؤدي إلى الزيادة في الإيرادات.	3.93	0.73	السابعة	%75 أوافق
7أ	يؤدي إلى زيادة حجم الودائع	3.93	0.76	الثامنة	%72.5
4	تفضيص التكاليف التشغيلية (تكاليف الدعاية والإعلان وتكاليف تقديم الخدمات مباشرة من مبنى البنك)	3.85	0.83	التاسعة	%77.5 أوافق
	للمجال ككل (أثر استخدام شبكة الانترنت على العمل البنكي)	4.11	0.41	-	أوافق

يبين الجدول رقم (03) أن الفقرة رقم (01) والتي نصت على "عامل المنافسة، حيث يساعدنا ذلك على المحافظة على عملائنا الحاليين ويستقطب عملاء جدد وبالتالي يساعد على زيادة عدد العملاء" قد احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.60) بنسبة (92%) وهي نسبة مرتفعة جدا بانحراف معياري (0.55)، حيث يعتبر عامل المنافسة من أقوى العوامل التي تدفع البنوك الى استخدام الانترنت لتقديم خدمات بنكية للعملاء، لأنه يساعد في عملية توسيع قاعدة العملاء، وجاءت الفقرة رقم (03) والتي كان نصها "توطيد العلاقة بين البنك والعميل وبالتالي خلق نوع من الولاء للبنك" بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.38) بنسبة (87.6%) وانحراف معياري (0.59)، فمن المعروف أن البنوك تحرص دائما على تعميق العلاقة بينها وبين عملائها لخلق نوع من الولاء، وبالتالي فإن استخدام الانترنت يعمل على زيادة فرص اتصال العميل ببنكه، وحصوله على الخدمات في أي وقت، ومن أي مكان مما يساعد على زيادة ولاء العميل للبنك، وهذا أيضا يساعد على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين، وجذب عملاء جدد وبالتالي زيادة عدد العملاء، بينما احتلت الفقرة رقم (04) والتي نصت على "تخفيض التكاليف التشغيلية المتمثلة في تكاليف الدعاية وتكاليف تقديم الخدمة مباشرة من مبنى البنك".

المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.85) بنسبة (77%) وهي نسبة تتجاوز الـ (50%) وانحراف معياري (0.83)، حيث أن كلفة تقديم الخدمات المصرفية عبر شبكة الانترنت أقل بكثير من كلفة تقديمها من مبنى البنك، لأن تأمين الخدمة البنكية عبر الانترنت دون الحاجة الى العنصر البشري داخل مبنى البنك له دور كبير في تخفيض كلفة الخدمة وهذا ينعكس بشكل ايجابي على تخفيض المصاريف التشغيلية والنفقات الادارية، وقد بلغ المتوسط الحسابي لتقديرات أفراد العينة على إثر استخدام شبكة الانترنت على العمل المصرفي ككل (4.11) بنسبة (82.2%)، وهذا يقابل التقدير موافق حيث أن الوسط الحسابي للمجال ككل كان بين هذه الاجابات. وهذا يؤكد صحة الفرضية الثانية التي تنص على: هناك أثر لاستخدام الانترنت على الأداء البنكي إذا ما قيس بـ:

-انخفاض المصاريف التشغيلية- زيادة الايرادات- زيادة حجم الودائع- تحويل الأموال بين الحسابات للفروع المختلفة للمصرف- النمو السنوي في عدد الحسابات- زيادة قاعدة العملاء".

خاتمة:

نتائج الدراسة:

- 1- لقد تبين من خلال دراستنا أن أغلب البنوك الجزائرية تقدم خدمات مصرفية عبر شبكة الانترنت، حيث أصبح العمل المصرفي عبر الانترنت أمرا لا بد منه لمواكبة التطورات التكنولوجية وتلبية حاجات العميل المتغيرة، ومن الملاحظ أن الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك الجزائرية في أغلبها خدمات معلوماتية، أما الخدمات التنفيذية فقد كانت أقل نظرا لحساسية هذا النوع من الخدمات وحاجته الى اجراءات تكنولوجية وأمنية محكمة.
- 2- يعتبر عامل المنافسة سببا رئيسيا لتقديم الخدمات المصرفية عبر شبكة الانترنت حيث أن هذه الخدمات تساعد في المحافظة على العملاء الحاليين واستقطاب عملاء جدد وبالتالي توسيع قاعدة العملاء بالنسبة للبنوك الجزائرية.
- 3- يسمح تقديم الخدمات المصرفية عبر الانترنت بتخفيض التكاليف التشغيلية المتمثلة في تكلفة الدعاية والاعلان وتكلفة تقديم الخدمة مباشرة من مبنى البنك، وهذا يدل على فعالية الانترنت في تقليل التكاليف على البنك كبديل عن الطرق التقليدية كما يؤدي الى زيادة الإيرادات وحجم الودائع، ويحقق نموا سنويا في عدد الحسابات ويساعد الأفراد على تحويل الأموال بين حساباتهم.

توصيات الدراسة:

- 1- التوسع في استخدام شبكة الانترنت لتقديم الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية.
- 2- أصبحت الخدمات المصرفية الالكترونية أمر لا مفر منه إذ أنها تلاقي إقبالا متزايدا من يوم لآخر، الأمر الذي يفرض على البنوك الجزائرية ضرورة تعريف عملائها بهذه الخدمات وتوضيح مزاياها.
- 3- على البنوك القيام بحملات توعية مكثفة لعملائها عن الخدمات الالكترونية الجديدة وتشجيعهم على استخدامها.
- 4- ضرورة وضع خطط لتطوير أعمال البنوك الالكترونية في الجزائر لمواجهة المنافسة العالمية في الصناعة المصرفية.
- 5- وضع أنظمة حماية قادرة على الاحتفاظ بأسرار العميل وخصوصيته وطمأنة عملائها عن سلامة وأمان هذه الخدمات.

- 6- على البنوك بذل أقصى الجهود لاقناع عملائها بأمان هذه الخدمات وتوفير الأجهزة الكافية لتأمين وحماية أموال العملاء وخصوصياتهم.
- 7- نظرا لأن تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية أصبح أمرا لا بد منه فإنه لا بد للإدارات العليا في البنوك الجزائرية بتكوين وتطوير اطراتها في هذا المجال.

الهوامش:

- 1- محمد الكيلاني، التشريعات التجارية والمعاملات الإلكترونية، الطبعة 1، دار وائل، عمان 2004، ص 23.
- 2- ANDRIEU OLIVIER, internet et l'intreprise, édition eyrolles, Paris, 1996 p30.2 –
- 3- د. ناظم محمد نوري الشمري، د. عبد الفتاح زهير العبدالات، الصيرفة الإلكترونية الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، 2008، ص 23.
- 4- شيرين بدري البارودي، دور اقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات الإلكترونية، دراسة تحليلية عن البنوك الإلكترونية المؤتمر العلمي السنوي الدولي الخامس، اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة الزيتونة الأردنية عمان، 25- 27 أفريل 2000، ص 6.
- 5- شيرين بدري البارودي، مرجع سابق ص 11.
- 6- عرب يونس، البنوك الإلكترونية الفكرة وخيارات القبول والرفض (الجزء الأول) مجلة البنوك، الاردن العدد 3، المجلد 19، ص 24.
- 7- د. ناظم محمد نوري الشمري، د. عبد الفتاح زهير العبدالات، الصيرفة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 39.
- 8- نادر أفرد قحوش، العمل المصرفي عبر الانترنت، الدار العربية للعلوم، بيروت، الطبعة الأولى، 2001، ص 37-38.
- 9- عرب يونس، دراسة شاملة حول البنوك الإلكترونية، مرجع سابق، ص 26.
- 10- السبسي صلاح الدين، الحسابات والخدمات المصرفية الحديثة، بيروت، دار الوسام للطباعة والنشر، 1998، ص 99.
- 11- د-وسيم محمد الحداد، د-شقيري نوري موسى، د-محمود ابراهيم نور، د-صالح طاهر الزرقان، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المبصرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الطبعة الأولى 2012م، ص 65.
- 12- النجار خليل، الخدمات البنكية الجديدة، مجلة البنوك في الأردن، مجلد 6، 2000، ص 15.
- 13- ناظم محمد نور الشمري، الصيرفة الإلكترونية، مرجع سابق ص 73.
- 14- د-وسيم محمد الحداد وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، مرجع سابق، ص 64.
- 15- MARIE- ELISABETH MATHIEU- les services bancaires et financiers en ligne, la revue banque France 2005, p250.
- 16- أحمد سفر، العمليات المصرفية الإلكترونية في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2006، ص 183.
- 17- رعد حسن الصرن، عولمة جودة الخدمات المصرفية، دار التواصل العربي ومؤسسة الوراق، عمان 2007،