

الآية

قال تعالى :

{اللَّهُ نُورُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ مِثْلُ نُورِهِ كَمِشْكَاةٍ فِيهَا
مِصْبَاحٌ الْمِصْبَاحُ فِي زُجَاجَةٍ الزُّجَاجَةُ كَأَنَّهَا كَوْكَبٌ
دُرِّيُّ يُوقَدُ مِنْ شَجَرَةٍ مُبَارَكَةٍ زَيْتُونَةٍ لَا شَرْقِيَّةٍ وَلَا
غَرْبِيَّةٍ يَكَادُ زَيْتُهَا يُضِيءُ وَلَوْ لَمْ تَمْسَسْهُ نَارٌ نُورٌ
عَلَى نُورٍ يَهْدِي اللَّهُ لِنُورِهِ مَنْ يَشَاءُ وَيَضْرِبُ اللَّهُ
الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ}
صدق الله العظيم

سورة النور الآية (٣٥)

إهداء

إلى الأعماء
والدي ووالدي
الشموع التي احترقت لتضيء لنا الدرب
إلى أفراد أسرتي

إلى بحر العلوم والمعرفة
أساتذتي
إلى زملائي الأعماء في بنك أم درمان الوطني

إلى وطني الحبيب

أهدي هذا الجهد المتواضع

الشكر والتقدير

(رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن أعمل
صالحاً ترضاه). صدق الله العظيم
الشكر للمولى عز وجل أولاً وأخيراً ولأستاذي ومشرفي من هدايتي إلى معين
المعرفة .

الدكتور / ضياء الدين عبد الباسط
الذي ما توانا في خدمتي نصحاً وإرشاداً وتوجيهاً حتى رأى بحثي هذا
النور فله مني خالص الود وأجزل الشكر والتقدير وقائمة المبحوثين الذين تعاونوا
معنا في الإجابة على أسئلة صحيفة الاستبيان .

والشكر موصول إلى موظفي بنك أم درمان الوطني وأسرة مكتبة أكاديمية السودان للعلوم المصرفية والمالية والشكر موصول إلى كل من غفلت نفسي عن ذكره .

أجزل الشكر وأعرق آيات التقدير أخص بها الوالد العزيز الفريق / وقيع الله الطيب وقيع الله الذي كانت لملاحظاته عظيم الأثر في تقويم البحث وإلباسه الثوب العلمي والشكر لكل من سعى جاهداً لتجميع أحرفنا المبعثرة لإحالتها عقداً منظوماً ليغطي لمسات جمالية على بحثنا هذا ...

المستخلص

هدفت هذه الدراسة لمعرفة الخدمات المصرفية الالكترونية التي يقدمها البنك ومعرفة أثر تسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية وقياس مدى جودة الخدمات التي يقدمها البنك .

- التطابق الكبير بين توقعات الزبائن ومستوى الخدمة المقدمة فعلا في عدد من الجوانب مثل متابعة البنك للتطورات الحديثة في مجال التسويق الالكتروني وتمتع الخدمات الالكترونية التي يقدمها البنك بالاستمرارية وإمكانية الاعتماد عليها ودرجة الأمان والسرية .

- تجد الخدمات المصرفية الالكترونية التي يقدمها البنك قبولا واسعا لدى عملاءه من خلال متوسط الفجوة العام

- أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية الالكترونية التي يقدمها البنك

وعلى أوصت الدراسة بـلاتى :

على البنك أن يقوم بالاعتماد على الوسائل التقنية الحديثة فى تقديم خدماته وضرورة متابعة كل ما هو جديد فيما يتعلق بتطوير الخدمات المصرفية لتأثير إستخدام تلك الوسائل الالكترونية على كفاءة تقديم الخدمة الحديثة والوصول الى عملاءه عبر وسائل الكترونية ، الاهتمام بالجودة ككل لانها تساهم فى كسب رضا العملاء عند تطابقها مع توقعاتهم ، دراسة وتحليل الفجوة بين توقعات الزبائن والخدمة المقدمة فعلا ومحاولة الارتقاء بها بشكل مستمر والاهتمام بتسويق الخدمات المصرفية الكترونياً لتأثيرها على جودة الخدمات المصرفية ، مراعاة تباين العوامل الديمغرافية واختلاف رغبات العملاء ، التركيز على تنويع الخدمات المقدمة عبر وسائل الكترونية وضرورة تبني البنك لموقع الكتروني فعال لتقديم خدماته عبره .

Abstract

This study targeted the knowledge of the electronic banking services extended by the bank, and the effect of electronic marketing on the quality of the banking services, and to gauge the extend of the quality of the services.

- The great conformity between the customers expectations and the level of service actually extended in a number of sides, most important are : The bank's follow-up to the modern developments in the sphere electronic marketing, and the enjoyment of continuity of the electronic services and the possibility of depending upon it, beside the degree safety & secrecy.
- The electronic services extended by the bank are wildly accepted by the customers.

Accordingly the study recommended the following:

- The bank must rely upon the modern means of technology when extending their services now concerning the banking services development because these means affect the capacity of extending modern services, and reach its customers across electronic means. Care must be taken for quality for if contributes in the customer's satisfaction. The study and analysis of the gap between the customer's expectation and the services actually extended. And the trial to promote it continuously. Taking care to market the electronic banking services for its effect on the quality of banking services. Care must be taking for the disparity of demographic factors and the different in customer's wishes.

Concentrate on the variety of services across electronic means and the importance for the bank adopt an effective electronic site through which it extend services.

قائمة الموضوعات

الموضوع	رقم الصفحة
الآية	أ
الإهداء	ب
الشكر والتقدير	ج
مستخلص الدراسة باللغة العربية	د - هـ
Abstract	و - ز
قائمة الموضوعات	ح
قائمة الجداول	ط - ي
المقدمة	١
الفصل الأول : التسويق الالكتروني	
المبحث الأول : مفهوم التسويق الالكتروني	٨
المبحث الثاني : المزيج التسويقي الالكتروني	٢٤
الفصل الثاني : الخدمات المصرفية الالكترونية	
المبحث الأول : مفهوم وخصائص الخدمات	٣٦
المبحث الثاني : الخدمات المصرفية الالكترونية	٤٤
الفصل الثالث : جودة الخدمة المصرفية	
المبحث الأول : المفهوم والأهمية والخصائص	٥٩

٦٧	المبحث الثاني : قياس جودة الخدمات
	الفصل الرابع : الدراسة الميدانية
٧٤	المبحث الأول : نبذة تعريفية عن بنك أم درمان الوطني
٨٤	المبحث الثاني : تحليل البيانات واختبار الفروض
١٠٦	تحليل الفجوة
١٠٨	إختبار الفروض
١١٤	النتائج والتوصيات
١١٦	قائمة المراجع
١١٨	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
٨٣	توزيع أفراد العينة حسب العمر والمستوى التعليمي وسنوات التعامل مع البنك	(١-٤)
٨٤	توفر لدى المصرف وسائل تقنية حديثة لتقديم خدماته	(٢-٤)
٨٥	أثر التسويق الالكتروني على كفاءة تقديم الخدمة	(٣-٤)
٨٦	سهولة التعامل والمعرفة لكافة العملاء	(٤-٤)
٨٨	تميز الخدمات الالكترونية بتنوع كبير يلئم الاحتياجات المختلفة	(٥-٤)
٨٩	تميز الخدمات الالكترونية المقدمة بإمكانية الاعتماد عليها	(٦-٤)
٩٠	تميز الخدمات الالكترونية بالدقة وعدم ارتكاب الأخطاء	(٧-٤)
٩٢	تميز الخدمات الالكترونية بالسرعة في الحصول عليها والاستفادة منها	(٨-٤)
٩٣	تميز الخدمات الالكترونية بإمكانية الحصول عليها خلال ٢٤ ساعة	(٩-٤)
٩٤	تميز الخدمات الالكترونية بدرجة أمان وسرية أكبر من الخدمات التقليدية	(١٠-٤)
٩٦	توفير الوسائل الالكترونية الشعور بالارتياح والاطمئنان	(١١-٤)

٩٧	تميز المصرف الذي أتعامل معه بسرعة إنجاز الخدمات التي يقدمها لعملائه	(١٢-٤)
٩٨	تلبية الوسائل الالكترونية جميع حاجات العميل التي يحتاج إليها	(١٣-٤)
١٠٢	إمكانية تلقي الخدمة التي يريدها العميل في الوقت الذي يناسبه	(١٤-٤)
١٠١	ضرورة متابعة المصرف للتطورات الحديثة في التسويق الالكتروني والوصول للعملاء عبر الوسائل الالكترونية	(١٥-٤)
١٠٢	ضرورة أن يكون لدى المصرف موقع على الإنترنت يقدم خدماته من خلاله	(١٦-٤)
١٠٤	تحليل الفجوة بين توقعات العملاء وإدراكاتهم لجودة الخدمة المصرفية الالكترونية	(١٧-٤)
١٠٦	الفرضية الأولى	(١٨-٤)
١٠٨	الفرضية الثانية	(١٩-٤)
١١٠	الفرضية الثالثة	(٢٠-٤)
١١٢	الفرضية الرابعة	(٢١-٤)



جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
أكاديمية السودان للعلوم المصرفية والمالية



بحث تكميلي لنيل درجه الماجستير فى الدراسات المصرفيه

بعنوان :

أثر التسويق الالكتروني على جوده الخدمات المصرفية : دراسة
حاله بنك امدرمان الوطني

Impact of E. Marketing on the of Bank Services Quality

A Case Study of Omdurman National Bank

إعداد:

إشـــــراف :

وجدي وقيع الله الطيب وقيع الله
عبد الباسط

د. ضياء الدين

1k

الفصل الأول

التسويق الالكتروني

الفصل الثاني

الخدمات المصرفية الإلكترونية

الفصل الثالث
جودة الخدمة المصرفية

الفصل الرابع الدراسة الميدانية

الملاحق