



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



المرجع :/2019

الميدان : العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

قسم : العلوم الاقتصادية والتجارية

الشعبة : علوم اقتصادية

التخصص : إقتصاد نقدي وبنكي

مذكرة بعنوان :

دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة

الخدمات المصرفية

دراسة ميدانية على مستوى عينة من موظفي بنك الفلاحة و التنمية
وكالات ميله.

مذكرة مكمله لنيل شهادة الماستر في العلوم الإقتصادية (ل.م.د) تخصص " إقتصاد نقدي و بنكي "

إشراف الأستاذ(ة):

- د داي وسام

إعداد الطالبة:

- بن العمري رانية

لجنة المناقشة :

| الصفة | الجامعة | اسم ولقب الأستاذ |
|-------------|---------------------|------------------|
| مشرف | المركز الجامعي ميله | داي وسام |
| رئيسا | المركز الجامعي ميله | رحيم إبراهيم |
| عضوا/مناقشا | المركز الجامعي ميله | بوزاهر صونية |

السنة الجامعية: 2018/2019



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي يُضَوِّتُ النَّجْمَ
وَالَّذِي يُنْزِلُ الْغَيْثَ
وَالَّذِي يُخْرِجُ الْحَيَّ مِنَ الْمَيِّتِ
وَالَّذِي يُحْيِي الْمَوْتَى
وَالَّذِي يُحْيِي الْمَوْتَى
وَالَّذِي يُحْيِي الْمَوْتَى

سنة ١٤٢٠
١٤٢٠

دعاء

ربي اشرح لي صدري و يسّر لي أمري و احل العقدة من
لساني يفقه قولي
اللهم لا تدعني أصاب بالغرور إذا نجحت و لا باليأس إذا فشلت
و ذكرني بأن الفشل هو الخطوات التي تسبق
النجاح
اللهم علمني أن التسامح هو أكبر رتبة القوة و أن حب الانتقام
هو أول مظاهر الضعف
يا رب إذا أجردتني من المال أترك لي الأمل و إذا أسأتني إلى
الناس أعطني شجاعة الاعتذار و إذا أساء لي الناس أعطني
مقدرة العفو
يا رب إذا نسيتك لا تنساني .
" اللهم آمين "

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إظهار دور استخدام تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية، ويظهر هذا الدور جليا من خلال تغيير شكل وكيفية ومكان تقديم الخدمات المصرفية من شكلها التقليدي والذي يستلزم الاتصال المباشر مابين العميل والبنك، إلى الشكل الإلكتروني، لذلك فإن استخدام تكنولوجيا المعلومات على مستوى البنوك جعل من الخدمات المصرفية الإلكترونية أمرا حتميا يفرض نفسه في مستقبل البنوك وتطورها، وهذا ما يحاول بنك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية ميلة العمل عليه، حيث يظهر أن هذا الأخير يعتمد من خلال موقعه الإلكتروني إضافة إلى تعريف العملاء بخدماته المصرفية التقليدية منها والإلكترونية، هذه الأخيرة مازالت تقتصر فقط على خدمة الصرافات الآلية والبطاقات البنكية، إضافة إلى تقديم بعض الخدمات على موقعه الإلكتروني مثل: خدمة الإطلاع على الحساب، طلب دفتر الشيكات... الخ.

وتم التوصل إلى عدة نتائج ميدانية من خلال هذا البحث أهمها: انه لا توجد علاقة ارتباطية بين أبعاد الجوانب المادية الملموسة، الاعتمادية والتعاطف عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، على عكس أبعاد : (الاستجابة ، الأمان) حيث تبين أنه توجد بينها وبين تكنولوجيا المعلومات علاقة ارتباطية طردية متوسطة وطرديّة ضعيفة جدا على التوالي عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) وهذا ما يعكس الاستخدام المتزايد لتكنولوجيا المعلومات بهدف الاستجابة لاحتياجات ورغبات العملاء المتزايدة و سعي بنك الفلاحة والتنمية الريفية في دمج التكنولوجيا مع مظاهر التعاطف والاعتمادية التي يقدمها موظفو البنك محل الدراسة للعملاء.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات، جودة الخدمات المصرفية، الخدمات المصرفية الإلكترونية، بنك الفلاحة والتنمية الريفية – ولاية ميلة -.

Abstract:

This study aims to demonstrate the role of using information technology on the quality of banking services. This role becomes evident by changing the shape, manner and place of presenting the banking services in terms of their traditional form, and which requires a direct contact between the customer and the bank, to the electronic form. Therefore, the use of information technology at the banking level has made electronic banking services an imperative that imposes itself on the future and development of banks, and this is actually what the Agriculture and Rural Development Bank in the state of Mila is working on; where it appears that the latter depends on its website in addition to presenting the traditional and electronic banking services to its customers. The electronic services are still limited to automated teller machines and bank cards in addition to providing some services on the website such as account access service, check book request ... etc. Several field results were obtained through this research: There is no correlation between the dimensions of tangible physical aspects, reliability and empathy at the abstract level ($0.05 \geq \alpha$). Unlike dimensions: (response, safety) where it was found that there is a direct and medium as well as weak correlation between the last dimensions and information technology respectively at the abstract level ($0.05 \geq \alpha$). This reflects the increasing use of information technology in order to respond to the customers' growing needs and desires, and also for the Agriculture and Rural Development Bank to seek and integrate technology with the aspects of reliability and empathy offered by the bank's staff to customers.

Keywords: Information Technology, Quality of Banking Services, Electronic Banking Services, Bank of Agriculture and Rural Development - Mila Province.

كلمة شكر وتقدير

بفضل الله و عونه تم انجاز هذا العمل الذي نسأله عز وجل أن يجعله خالصا لوجهه الكريم.

ويسعدني بعد حمد الله و شكره أن أتقدم بالشكر إلى الأستاذة المشرفة: "داني وسام" على هذا العمل والتي لم تبخل عليا بالنصائح و التوجيهات.

و في الأخير أتقدم بالشكر إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد في إتمام هذا العمل المتواضع.

إهداء

بسم خير الأسماء رب العرش و السماء أبدا به واستعين فالحمد و الشكر له إلى يوم الدين إلى حبيبي و قرة عيني وخافية بدني و نور بصري و شفيعي محمد صلى الله عليه و سلم تسليما كثيرا.

من منطلق الحب و الوفاء و بدمعة فرحة النجاح و فراق الأحبة أهدي بإتمام عملي هذا إلى:

إلى من وعيت على الدنيا وهي أمامي إلى من زرعت في قلبي بذور الحياة فكانت لي السند فيها إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلم جراحي أمي الحبيبة "يمينه".

إلى من كلفه الله بالهبة و الوقار إلى من علمني العطاء بدون انتظار إلى من أحمل اسمه بكل افتخار إلى القلب الكبير والدي العزيز "عبد الباقي" حفظه الله.

إلى من اظهروا لي ما أجمل من الحياة إلى من كانوا ملجئي و ملاذي إلى من تذوقته معهم أجمل اللحظات إلى أخي "أحمد" و أخواتي "نادية ابتسام أحلام فريال" و لا أنسى أزواج أخواتي "جمال طيبه شمس الدين".

إلى براعم ورموز البراءة "أميرة مهدي لؤي أيوب أسيل راند عبد الودود محمد عبد العزيز ساجد لله".

إلى من معهم سعدت برفقتهم في دروب الحياة الحلوة و الخزينة حبيباتي:

"سمية خولة سهيلة مفيدة".

إلى كل من سال لي النجاح و التوفيق يوما.


A decorative rectangular border with ornate floral and scrollwork patterns, featuring a central floral motif at the top and bottom, and smaller scrollwork elements along the sides.

الفهارس

| فهرس المحتويات | |
|----------------|--|
| | الدعاء . |
| | الملخص . |
| | كلمة شكر و تقدير . |
| | الإهداء . |
| III-I | فهرس المحتويات . |
| V-IV | فهرس الجداول . |
| V | فهرس الأشكال . |
| VI | فهرس الملاحق . |
| أ - ط | مقدمة عامة . |
| 20 - 2 | الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات . |
| 2 | تمهيد . |
| 5 - 3 | المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول تكنولوجيا المعلومات . |
| 3 | المطلب 1: ماهية التكنولوجيا . |
| 5 - 4 | المطلب 2: ماهية المعلومات . |
| 11 - 6 | المبحث الثاني: نظام المعلومات و علاقتها بتكنولوجيا المعلومات . |
| 7 - 6 | المطلب 1: مفهوم نظام المعلومات . |
| 9 - 7 | المطلب 2: أهداف وعناصر نظام المعلومات . |
| 11 - 10 | المطلب الثالث: علاقة التكنولوجيا بنظام المعلومات . |
| 20 - 12 | المبحث الثالث: مدخل إلى تكنولوجيا المعلومات . |
| 13 - 12 | المطلب 1: مفهوم تكنولوجيا المعلومات . |
| 17 - 14 | المطلب 2: خصائص و مكونات تكنولوجيا المعلومات . |
| 20 - 18 | المطلب 3: أهمية تكنولوجيا المعلومات و الآثار المترتبة المترتبة على إستخدامها |
| 20 | خاتمة الفصل . |
| 44 - 21 | الفصل الثاني: الخدمة المصرفية في ظل أهم التطورات التكنولوجية . |

| | |
|---------|---|
| 21 | تمهيد. |
| 29 - 22 | المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الخدمة المصرفية. |
| 25 - 23 | المطلب 1: مفهوم الخدمة المصرفية و أهم خصائصها. |
| 26 - 25 | المطلب 2: أنواع الخدمات المصرفية. |
| 29 - 27 | المطلب 3: دورة حياة الخدمة المصرفية. |
| 38 - 29 | المبحث الثاني : مفاهيم أساسية حول جودة الخدمات المصرفية. |
| 32 - 29 | المطلب 1: مفهوم و أهمية جودة الخدمة المصرفية و أهم مزاياها. |
| 35 - 33 | المطلب 2: مستويات وأبعاد جودة الخدمات المصرفية. |
| 38 - 35 | المطلب 3: نماذج قياس جودة الخدمات المصرفية. |
| 44 - 39 | المبحث الثالث : التطور التكنولوجي في العمل المصرفي. |
| 40 - 39 | المطلب 1: مراحل تطور التكنولوجيا في العمل المصرفي. |
| 42 - 40 | المطلب 2: جودة الخدمات المصرفية الالكترونية. |
| 43 - 42 | المطلب 3: دور التكنولوجيا في الخدمات المصرفية. |
| 44 | خاتمة الفصل. |
| 86 - 45 | الفصل الثالث : دراسة ميدانية في وكالات بنك الفلاحة و التنمية الريفية. |
| | تمهيد. |
| 49 - 46 | المبحث الأول: تقديم عام لبنك الفلاحة وتنمية الريفية BADR. |
| 48 - 46 | المطلب 1: نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية ومراحل تطوره. |
| 48 | المطلب 2: وظائف بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR. |
| 49 | المطلب 3: أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية. |
| 55 - 50 | المبحث الثاني: المزيج الخدمي لبنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة ميلة "834". |
| 51 - 50 | المطلب 1: منتجات بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة ميلة "834". |
| 52 - 51 | المطلب 2: خدمات بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة ميلة "834". |

| | |
|-----------|---|
| 55 - 53 | المطلب 3: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة و التنمية الريفية. |
| 59 - 56 | المبحث الثالث : لمحة شاملة حول وكالة شلغوم العيد "833". |
| 57 - 56 | المطلب 1: التعريف بوكالة شلغوم العيد "833". |
| 59 - 57 | المطلب 2: الهيكل التنظيمي لوكالة شلغوم العيد "833". |
| 86 - 60 | المبحث الرابع: الإطار المنهجي للدراسة. |
| 61 - 60 | المطلب 1: طريقة الدراسة. |
| 61 | المطلب 2: أساليب المعالجة الإحصائية أداة الدراسة (الاستمارة). |
| 63 - 62 | المطلب 3: صدق و ثبات أداة الدراسة. |
| 85 - 63 | المطلب 4: تحليل استبيان و اختبار الفرضيات. |
| 86 | خلاصة الفصل . |
| 92 - 88 | الخاتمة العامة. |
| 98 - 94 | قائمة المراجع. |
| 115 - 100 | الملاحق. |

A decorative rectangular border with ornate floral and scrollwork patterns, featuring a central medallion at the top and bottom.

قائمة الجداول و الأشكال والملحق

| قائمة الجداول | | |
|---------------|---|---------------|
| رقم الصفحة | عنوان الجدول | رقم الجدول |
| 30 | تعريف الجودة . | 01 |
| 62 | نتائج معامل الارتباط بيرسون لمحاوّر الاستبيان . | 02 |
| 63 | معامل الثبات * ألفا كرونباخ * . | 03 |
| 64 | توزيع أفراد العينة حسب المتغير الجنس. | 04 |
| 65 | توزيع أفراد العينة حسب المتغير العمر. | 05 |
| 66 | توزيع أفراد العينة حسب المتغير المستوى التعليمي . | 06 |
| 67 | توزيع أفراد العينة حسب المتغير الوضعية المهنية . | 07 |
| 68 | توزيع أفراد العينة حسب المتغيرالخبرة المهنية. | 08 |
| 69 | مجالات تقييم الوزن النسبي للمتوسط الحسابي . | 09 |
| 70-69 | وصف متغير الدراسة المستقل . | 10 |
| 71 | وصف الجوانب المادية الملموسة . | 11 |
| 72 | وصف الإعتمادية . | 12 |
| 73 | وصف الاستجابة . | 13 |
| 74 | وصف الأمان . | 14 |
| 75 | وصف التعاطف . | 15 |
| 76 | وصف متغير الدراسة الأساسين (المستقل والتابع) . | 16 |
| 77 | معامل الارتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الجوانب المادية الملموسة . | 17 |
| 78 | معامل الارتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الاعتمادية . | 18 |
| 79 | معامل الارتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الاستجابة . | 19 |
| 80 | معامل الارتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الأمان . | 20 |
| 81 | معامل الارتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد التعاطف . | 21 |
| 82 | معامل الارتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و تحسين جودة الخدمات المصرفية . | 22 |

| | | |
|----|-----------------------------------|-------|
| 23 | إختبار الفرضية الرئيسية الثانية . | 83 |
| 24 | تحديد مصدر الاختلاف . | 84-83 |
| 25 | إختبار الفرضية الثالثة . | 85 |

| قائمة الأشكال | | |
|---------------|---|------------|
| رقم الشكل | عنوان الشكل | رقم الصفحة |
| 01 | مفهوم نظام المعلومات . | 06 |
| 02 | عناصر نظام المعلومات . | 09 |
| 03 | تكنولوجيا المعلومات و نظام المعلومات . | 11 |
| 04 | مكونات تكنولوجيا المعلومات . | 17 |
| 05 | دورة حياة الخدمات المصرفية . | 27 |
| 06 | مفهوم جودة الخدمات . | 31 |
| 07 | نموذج مفاهيمي لجودة الخدمة (نموذج تحليل الفجوات) . | 37 |
| 08 | نموذج قياس جودة الخدمة وتقييمها من وجهة نظر مقدّم الخدمة . | 38 |
| 09 | التطوّر نحو جودة المعرفة وجودة الخدمة الالكترونية . | 41 |
| 10 | الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة ميلة "834" . | 53 |
| 11 | الهيكل التنظيمي لوكالة شلغوم العيد "833" . | 59 |
| 12 | توزيع أفراد العينة حسب المتغير الجنس . | 64 |
| 13 | توزيع أفراد العينة حسب المتغير العمر . | 65 |
| 14 | توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي . | 66 |
| 15 | توزيع أفراد العينة حسب المتغير الوضعية المهنية . | 67 |
| 16 | توزيع أفراد العينة حسب المتغير الخبرة المهنية . | 68 |

| قائمة الملاحق | | |
|---------------|---------------------|---------------|
| رقم الملحق | عنوان الملحق | رقم الملحق |
| 106 - 100 | إستمارة الإستبيان . | 01 |
| 107 - 106 | ثبات الإستمارة . | 02 |
| 116 - 108 | متغيرات الدراسة . | 03 |

مقدمة

تمهيد:

تعتبر ثورة المعلومات والتكنولوجيا من أهم سمات هذا القرن، وانعكس أثرها على مختلف القطاعات الاقتصادية بما فيها القطاع المالي والمصرفي، بما يحتم بالضرورة على البنوك ضرورة التكيف مع هذه المتغيرات والاستفادة من المكاسب التي حققتها وكذا مواجهة آثارها السلبية، بالتالي فقد أصبح مواكبة التطورات التكنولوجية المتلاحقة في مجال الصناعة المصرفية من أهم أولويات البنوك من خلال العمل على تحقيق جودة في الخدمات المصرفية بما يحقق رضا العملاء، خاصة وأن العملاء أصبحوا يطالبون بضرورة إدراج الجودة ضمن إستراتيجيات البنوك.

إن إستغلال البنوك للتطور الحاصل في تكنولوجيا المعلومات أظهر طرق جديدة ومتطورة في تقديم الخدمة المصرفية وأفضل مثال على ذلك الصيرفة الإلكترونية التي مكنت من تقديم الخدمة للعملاء إلكترونيا حيث سهلت عملية انجاز المعاملات المصرفية والاتصال السريع بين الموظفين و العملاء، وتقليل الجهد، الوقت والعناء إعتقادا على الأساليب الالكترونية الحديثة في تقديم الخدمات المصرفية إلكترونيا، كما انتشرت العديد من قنوات توزيع الخدمة المصرفية كخدمات الصراف الآلي ونظام التحويل الالكتروني للنقود والعمليات المصرفية المنزلية.

إن البنوك الجزائرية سرعان ما اضطرت إلى مواجهة تحديات جديدة في ظل التخلي عن النظام الاشتراكي والتوجه نحو اقتصاد السوق وتحرير تجارة الخدمات المصرفية، وفتح السوق المصرفية الجزائرية أمام البنوك الأجنبية، بما يحتم عليها ضرورة السعي وبخطوات متسارعة نحو تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة على اعتبار أن القطاع المصرفي يحتل المكانة الأساسية لبناء الاقتصاد الوطني، وذلك من خلال تطوير وتحسين الأساليب والطرق لتقديم الخدمة المصرفية معتمدة في ذلك على التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات بما ينعكس بدوره على جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.

بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك الجزائرية يسعى إلى تحسين جودة خدمات المصرفية التي يقدمها باستغلال الأمثل لتكنولوجيا المعلومات من خلال إدخال الصيرفة الالكترونية في مجال عمله، وكذا توفير مختلف الوسائل والبرامج اللازمة لذلك.



- إشكالية الدراسة :

وانطلاقاً مما سبق تتجلى معالم إشكالية هذه الدراسة في سؤال جوهري مضمونة ما هو دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالات ميله- من وجهة نظر الموظفين ؟

ينبثق عن هذا السؤال الجوهري جملة من الأسئلة الفرعية ندرجها فيما يلي:

- هل توجد علاقة بين إستخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الجوانب المادية الملموسة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالات ميله- ؟

- هل توجد علاقة بين إستخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الاعتمادية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالات ميله- ؟

- هل توجد علاقة بين إستخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الاستجابة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالات ميله- ؟

- هل توجد علاقة بين إستخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الأمان الثقة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالات ميله- ؟

- هل توجد علاقة بين إستخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد التعاطف في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالات ميله- ؟

- فرضيات الدراسة:

من أجل الإجابة على التساؤلات المطروحة، تم وضع الفرضية الرئيسية التالية: الفرضية الرئيسية:

- لا توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 ما بين استخدام تكنولوجيا المعلومات و تحسين جودة الخدمات المصرفية بمختلف أبعادها (الجوانب المادية الملموسة ، الاعتمادية، الاستجابة،الأمان، التعاطف).

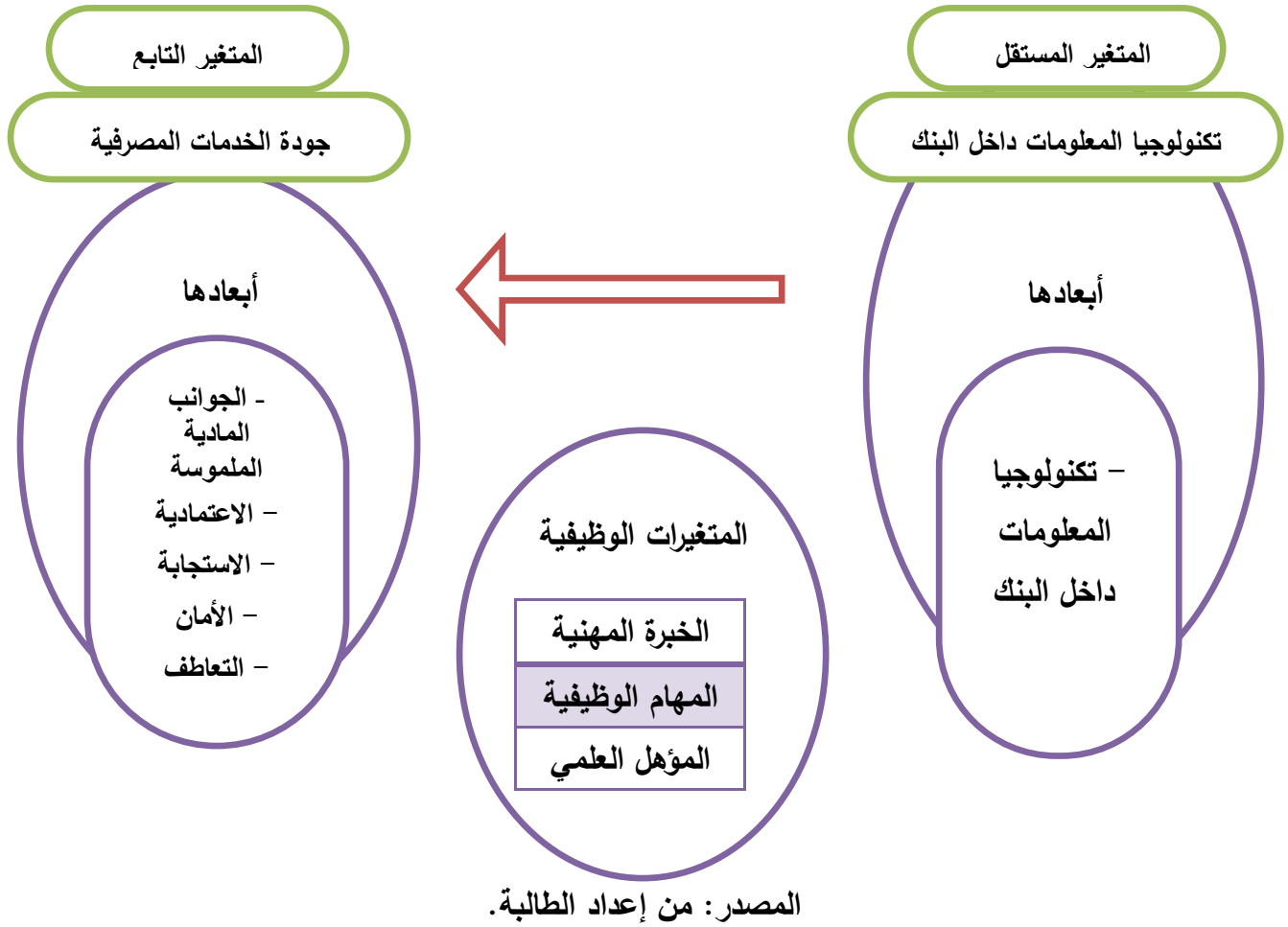
وتتبع عن الفرضية الرئيسية مجموعة من الفرضيات الفرعية ندرجها فيما يلي:

- الفرضية الفرعية الأولى: لا توجد علاقة إرتباطية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الجوانب المادية الملموسة عند مستوى معنوية 0.05.



- الفرضية الفرعية الثانية: لا توجد علاقة ارتباطية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الاعتمادية عند مستوى معنوية 0.05.
- الفرضية الفرعية الثالثة: لا توجد علاقة ارتباطية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الاستجابة عند مستوى معنوية 0.05
- الفرضية الفرعية الرابعة: لا توجد علاقة ارتباطية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الأمان عند مستوى معنوية 0.05.
- الفرضية الفرعية الخامسة: توجد علاقة إيجابية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد التعاطف عند مستوى معنوية 0.05.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاستخدام تكنولوجيا المعلومات تعزى إلى الخبرة المهنية للمبحوثين.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاستخدام تكنولوجيا المعلومات تعزى إلى المستوى الوظيفي للمبحوثين.
- أولاً- نموذج الدراسة: يحدد النموذج المالي الإطار العام للدراسة، من خلال تحديد المتغير المستقل والمتغير التابع، والمتغيرات الأخرى.





يربط نموذج الدراسة بين تكنولوجيا المعلومات داخل البنك مستقل و جودة الخدمات المصرفية كمتغير تابع، حيث تندرج ضمن المتغير المستقل: بعد التكنولوجيا المطبقة في البنك، بعد المعلومات و مدى توفرها في البنك، بعد استخدام نظم المعلومات من طرف البنك، بعد الآثار المترتبة عن تكنولوجيا المعلومات داخل البنك، ويندرج ضمن المتغير التابع أبعاد جودة الخدمات المصرفية ، بعد الجوانب المادية الملموسة، جودة بعد الاعتمادية ، جودة بعد الاستجابة ، جودة بعد الأمان، جودة بعد التعاطف.

ثانياً - أهمية البحث:

يعتبر السعي للحصول على تكنولوجيا المعلومات في الوقت الحالي جزءاً مهماً من نشاط البنوك سواء منها العامة أو الخاصة، وموضوع العلاقة بين التكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة المصرفية المقدمة من البنوك ليس بالجديد، وإنما الأمر الجديد الذي يتم متابعته هو تجديد البحث والدراسة في هذا الموضوع هو التطور السريع والمستمر لهذه التكنولوجيا وانتشارها وإتساع تطبيقاتها في مختلف الميادين والمجالات.

كما تأتي هذه الدراسة أنه على بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالات ميلة - الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات والاستفادة منها في تحسين جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها، لمواكبة التطورات والتحولت العالمية وكذا فرض بقاءه ونموه في السوق المحلي بحيث:

1- يتناول موضوعا مهما ألا وهو تكنولوجيا المعلومات وعملية تبنيه وتطبيقه من قبل المصارف التجارية لتحسين جودة الخدمة المصرفية.

2- الأهمية البالغة التي يحظى بها النشاط المصرفي ومؤسسات الوساطة المالية والدور الفعال الذي تلعبه المصارف في تحريك النشاط الاقتصادي وتمويل المجالات الاقتصادية.

ثالثا - أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى تحقيق جملة من الأهداف التالية:

- إبراز دور تكنولوجيا المعلومات والتي أصبحت ضرورة حتمية في العمل البنكي، في تسهيل المعاملات المصرفية.

- إبراز دور تكنولوجيا المعلومات ليس على جودة الخدمات المصرفية فقط، وإنما في على طبيعة هذه الخدمات في حد ذاتها، فقد ساعدت على ظهور الخدمات المصرفية الإلكترونية.

رابعا - الدراسات السابقة:

1- دراسة بريش عبد القادر بعنوان: " التحرير المالي والمصرفي ومتطلبات تطوير الخدمة المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية"، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2006، وجاءت تحت إشكالية: ماهي انعكاسات سياسة التحرير المالي على القدرة التنافسية للبنوك التجارية في الدول النامية؟.

هدف الباحث من خلال دراسته إلى تحديد الآليات والميكانيزمات التي تمكن إرساء منظومة مصرفية وطنية قادرة على المنافسة في ظل المتغيرات والتطورات التي تعرفها البيئة المصرفية العالمية، حيث توصل الباحث إلى أن تبني سياسة التحرير المصرفي فرضته التطورات الاقتصادية العالمية، خاصة موجة التحرير الاقتصادي والمصرفي التي شملت الاقتصاديات الاشتراكية التي تبنت التحول نحو اقتصاد السوق، ووجد الباحث أن تبني الجزائر لهذه السياسة جاء في سياق الإصلاحات الاقتصادية و المصرفية التي تم مباشرتها



مع مطلع التسعينيات من القرن الماضي، بهدف التحول من نظام الإقتصاد الموجه إلى تبني آليات إقتصاد السوق .

2- الشيخ ولد محمد بعنوان: "استخدام نظم المعلومات في اتخاذ القرارات في المؤسسة الاقتصادية ، دراسة حالة المؤسسة الموريتانية للألبان"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص بحوث العمليات وتسيير المؤسسات، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، السنة الجامعية 2010-2011 ، وجاءت تحت إشكالية: هل تميل الإدارة في المؤسسة الموريتانية توب لي إلى استخدام نظم المعلومات بالكفاءات اللازمة التي تسمح لها بتفعيل عملية اتخاذ القرارات؟.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: - وجود علاقة قوية بين التنظيم المهيكل والهادف والذي ينبغي أن يتأقلم مع محيطه الخارجي ومع نظم المعلومات المساعدة على اتخاذ القرارات الرشيدة.

- المؤسسة بحاجة إلى تطوير نظام معلومات بصفة أكثر وتوسيع الاستفادة منها لتعم مختلف المستويات الإدارية والعمل على تأهيل العمال الذين ينقصهم التأهيل.

3- دراسة رمزي طلال حسن الردايدة بعنوان: "أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تقوية العلاقة بين المصرف و الزبائن"، مذكرة ماجستير في الأعمال الإلكترونية جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011، وجاءت تحت إشكالية: إلى أي مدى تشابه أو تختلف مستويات جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في المصارف الأردنية و المصرفية الأجنبية العاملة في الأردن؟.

حيث خلصت الدراسة إلى كون البنوك الأردنية تعمل على تطوير خدماتها المصرفية الإلكترونية لزيادة قدرته التنافسية شأنها شأن القطاعات الأخرى ما قد يساهم في تحسين نوعية العلاقة ، و تحقيق رضاهم من خلال الخدمات و تقديمها بأساليب غير تقليدية وفقا لأحدث أنواع التكنولوجيا المتاحة، و ذلك لتقوية العلاقة مع العملاء الحاليين و تعزيز ثقتهم بالبنك والعمل على جذب عملاء جدد.

أما القيمة المضافة لبحثي هذا تكمن في تحليل دور تكنولوجيا المعلومات في البنوك على جودة الخدمات المصرفية ، و مساهمتها في الاستجابة لتوقعات العملاء لمستوى جودتها، خاصة في ظل التطورات التكنولوجية المتلاحقة و التي تحتم على البنك ضرورة مواكبة هذه التطورات بما يسمح لها المحافظة على العملاء الحاليين و جذب عملاء جدد.

4- دراسة صلاح الدين سعد الباهي بعنوان: "أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العميل" - دراسة ميدانية على البنك الإسلامي الأردني في عمان، رسالة ماجستير، 2016. هدف هذه دراسة إلى



التعرف على أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بأبعادها (سهولة الاستخدام، توفير الوقت ، السرية، الأمان) على رضا الزبون، وجاءت تحت إشكالية: هل هناك اثر لجودة الخدمة المصرفية الالكترونية (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان) على رضا الزبائن؟.

ومن أهم ما توصل إليه الباحث أن مستوى جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بشكل عام في البنك الإسلامي الأردني في مدينة عمان وفروعه من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً .

خامساً- دوافع إختيار الموضوع:

لقد حفزنا على اختيار موضوع البحث جملة من الأسباب التي نبرزها على النحو التالي:

- الدوافع الموضوعية : وتتمثل فيما يلي:

- الأهمية التي يكتسبها الموضوع خاصة في ظل المستجدات التكنولوجية المتسارعة التي يشهدها القطاع المالي والمصرفي في الوقت الراهن.

- انعكاسات تكنولوجيا المعلومات على أعمال البنوك ومساهمتها في ظهور البنوك الإلكترونية .

- الإنتشار الواسع لإستخدام تكنولوجيا المعلومات، وتزايد الوعي والإهتمام بها سواء من قبل البنوك أو العملاء.

- معرفة واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات من قبل بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالات ميله-، ومختلف الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها للعملاء .

- معرفة مدى تقديم الخدمة للعملاء في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالات ميله - للخدمات الإلكترونية التي يوفرها.

- الدوافع الذاتية : تتمثل فيما يلي:

- الرغبة الذاتية في دراسة المواضيع المتعلقة بالبنوك التجارية وتكنولوجيا المعلومات ومعرفة المستجدات في هذا المجال.

- تماشي الموضوع مع التخصص: "إقتصاد نقدي وبنكي".

- الرغبة في إضافة مرجع جديد للدارسين في هذا المجال.



سادسا - المنهج و الأدوات المستخدمة في البحث:

من اجل الإحاطة بكل جوانب الموضوع والإجابة على الإشكالية الرئيسية المطروحة، وكذا باختبار صحة الفرضيات فقد تم الاعتماد على:

- **المنهج الوصفي التحليلي:** قصد الإلمام بمختلف بكل جوانب الموضوع وفهم كل مكوناته وتحليل أبعاده.

- **المنهج التاريخي:** تم اعتماده من أجل استعراض ظهور وتطور كل من تكنولوجيا المعلومات والخدمات المصرفية، وكذا استعراض التطور التاريخي الذي مر به بذلك الفلاحة والتنمية الريفية.

- **أسلوب المسح باستخدام العينات:** تم استخدامه في الجانب التطبيقي والذي اعتمدت فيه على الاستبيان الذي نعتبره الأداة الكفيلة لمعرفة آراء واتجاهات عن استخدام البنوك محل الدراسة لتكنولوجيا المعلومات ودورها على جودة الخدمات المصرفية.

- **البرنامج الإحصائي SPSS النسخة 23:** تم الاستعانة به من أجل اختبار فرضيات الدراسة و معالجة البيانات المتحصل عليها من جمع الاستبيانات، حيث تم الاعتماد على بعض مقاييس النزعة المركزية (الوسط الحسابي، التباين، الإنحراف المعياري)، بالإضافة إلى اختبار الفروض باستخدام (معامل الارتباط).

سابعا - حدود الدراسة :

الحدود الزمانية: فترة الدراسة الميدانية كانت من 10 ماي 2019 إلى 23 ماي 2019.

-**الحدود الموضوعية:** تتمثل حدود الدراسة في دراسة كيفية إدماج بعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ضمان تحسين وتطوير الخدمات المصرفية وذلك من وجهة موظفي البنك.

-**الحدود المكانية:** تقتضي الإجابة عن الإشكالية المقدمة التقيد ببعد مكاني، حيث وقعت الدراسة على بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالات ميلة (وكالة ميلة "834"، وكالة شلغوم العيد "833").

ثامنا - هيكل الدراسة:

لقد قمنا بتجزئة المذكرة إلى ثلاثة فصول طبقا للإشكالية العامة و التساؤلات الفرعية المنبثقة منها،

- **الفصل الأول:** تناول الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات من خلال ثلاثة مباحث تطرقنا في المبحث الأول لأهم المفاهيم الأساسية للتكنولوجيا والمعلومات، أما المبحث الثاني فقد جاء نظام المعومات وعلاقته بتكنولوجيا المعلومات ، وفي الأخير يأتي المبحث الثالث الذي تطرقنا فيه إلى مدخل لتكنولوجيا المعلومات.



- **الفصل الثاني:** تطرقنا فيه إلى جودة الخدمات المصرفية في ظل التطور التكنولوجي وكان ذلك في ثلاثة مباحث المبحث الأول تطرقنا فيه إلى الخدمات المصرفية وأهم المفاهيم، أما المبحث الثاني فتناولنا جودة الخدمة المصرفية، وفي الأخير يأتي المبحث الثالث الذي تطرقنا فيه إلى جودة الخدمة المصرفية في ظل التطور التكنولوجي .

- **الفصل الثالث:** تم فيه إجراء دراسة تطبيقية في بنك عمومي هو بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالات ميله- وذلك من خلال توزيع الإستبيان على موظفي هذا المصرف، ويتضمن أسئلة حول تكنولوجيا المعلومات والخدمات المصرفية الإلكترونية المستخدمة في المصرف، وجاءت هذه الدراسة في أربعة المباحث الأول كان على شكل تقديم المصرف الفلاحة والتنمية الريفية بصفة عامة، أما المبحث الثاني جاء فيه تقديم عام لوكالة ميله وكذا المبحث الثالث قدم فيه تعريفا لوكالة شلغوم العيد ، أما المبحث الرابع فقد تم فيه سرد منهجية الدراسة وتحليل الإستبيان مع إختبار الفرضيات.

صعوبات الدراسة:

لقد واجهت صعوبات ومشاكل عديدة في هذا البحث أورد أهمها:

- عامل الوقت.
- قلة المراجع والدراسات السابقة حول الموضوع.
- التعطل في سيرورة البحث بسبب الإضرابات التي توالى بصفة متكررة.
- صعوبة التعامل مع برنامج SPSS.





الإطار المفاهيمي

لتكنولوجيا

المعلومات



تمهيد الفصل:

لقد شهد العالم في السنوات الأخيرة تطورات في مختلف الميادين و المجالات مما أدى إلى ظهور تغيرات جوهرية و نوعية من كافة أوجه الحياة بوتيرة عالية، بحيث أصبحت تكنولوجيا المعلومات قوة مؤثرة تتحكم في مختلف نواحي الحياة الأمر الذي أدى إلى ظهور عدد من المداخل و الأنظمة و المفاهيم الحديثة لمواكبة تلك التطورات، و لا سيما تطوير و تحسين الأداء و الإرتقاء بمستوى الأهداف نحو تحقيق الأفضل لها، فمن خلال هذا الفصل سنحاول إستعراض أهم مفاهيم تكنولوجيا المعلومات من خلال ثلاثة مباحث بحيث المبحث الأول نستعرض أهم المفاهيم الأساسية حول تكنولوجيا المعلومات أما المبحث الثاني فتطرقنا فيه إلى نظام المعلومات وعلاقته بالتكنولوجيا المعلومات و في الأخير فقد تناولنا في المبحث الثالث مدخل إلى تكنولوجيا المعلومات.

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول تكنولوجيا المعلومات

المطلب الأول: مفهوم التكنولوجيا:

تعدد كلمة تكنولوجيا "Technology" من المصطلحات التي تواجه الكثير من الأسباب و التأويل، إذ يستخدمها البعض كمرادف للتقنية "Technique" في حيث يرى آخرون إختلافا واضحا بينهما، و يرجع أصل التكنولوجيا إلى اليونانية التي تتكون من مقطعين هما "Techno" تعني التشغيل الصناعي، و الثاني "Logos" أي العلم و المنهج لذا تتكون بكلمة واحدة هي علم التشغيل الصناعي و يعرف معجم "Webster" التكنولوجيا بأنها التقنية و العلم التطبيقي و الطريقة الفنية لتحقيق غرض علمي، فضلا عن كونها مجموعة الوسائل المستخدمة لتوفير كل ما هو ضروري لمعيشة الناس و رفاهيتهم، أما التقنية كما يوردها المعجم ذاته بأنها أسلوب أو الطريقة معالجة التفاصيل الفنية أو طريقة لإنجاز غرض منشود⁽¹⁾.

وإذا رجعنا إلى القواميس ، فهناك من يعرف التكنولوجيا بأنها : فرع من المعرفة يتعامل مع العلم و الهندسة او تطبيقاتها في المجال الصناعي ، فهي تطبيق العلم .

وهناك من يعرفها بأنها : الجهد المنظم الرامي لإستخدام نتائج البحث العلمي في تطوير أساليب أداء العمليات الإنتاجية بالمعنى الواسع الذي يشمل الخدمات و الأنشطة الإدارية و التنظيمية و الإجتماعية ،وذلك بهدف التوصل إلى أساليب جديدة يفترض أنها أجدى للمجتمع⁽²⁾.

كما عرفها الباحثين في كثير من المفاهيم كما يلي:

عرف Bounds التكنولوجيا تشمل جميع المواد و المعارف التي تؤدي إلى خلق المنتجات أو خدمات لمنظمة معينة.

يرى كل من عقيلي و المؤمن بأن التكنولوجيا في المنظمات تكون على شكلين:

الأول- تكنولوجيا الآلات: و تختص بتوفير الوسائل الإنتاجية و الأدوات الأساسية و المساعدة كالمكائن و الأدوات و المعدات و الأجهزة المختلفة⁽³⁾.

الثاني- تكنولوجيا العمل: و تختص بتوفير الأساليب الإنتاجية و الأدوات للعاملين كأساليب

وإجراءات العمل و الداء و التقنية فيما نجد لـ cnffin رأيا آخر مفاده أن التكنولوجيا تمثل العمليات

⁽¹⁾ محمد الصيرفي، ادارة تكنولوجيا المعلومات، دار الذكر الجامعي 30 شارع سوتير ، ط1، الإسكندرية 2009، ص13.

⁽²⁾ هناء عيداوي، مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم التسيير، تخصص تسيير المنظمات، جامعة محمد خيضر -بسكرة-، 2015-2016، ص21.

⁽³⁾ علي كريم الخفاجي ،توظيف تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية دراسة تطبيقية مقارنة بين المصارف الحكومية والأهلية ،قسم إدارة أعمال ،كلية الإدارة و لاقتصاد ،مجلة جامعة بابل العراقية ،المجلد 8، العدد32، 2012، ص47.

المستخدمة في تحويل المدخلات المتمثلة بالموارد و البيانات على مخرجات متمثلة بالمنتجات و المدخلات.

في حين يرى قفديجي بان التكنولوجيا بأنها التنظيم و الإستخدام الفعال و المؤثر لمعرفة الإنسان و خبراته من خلال وسائل ذات كفاءة تطبيقية عالية و توجيه الإكتشافات و القوى الكامنة المحيطة بنا لغرض تطوير و تحقيق الأداء الأفضل أي بعبارة أخرى فإن التكنولوجيا هي التطبيق المنظم للمعرفة العلمية و مستجداتها في الإكتشافات في تطبيقات و أغراض علمية (1).

من خلال ما سبق نلاحظ بأن التكنولوجيا تم تعريفها بوجهات نظر مختلفة من قبل الباحثين و المختصين، و يمكننا تعريفها على أنها التنظيم و الإستخدام الفعال و المؤثر لمعرفة الإنسان و خبراته من خلال وسائل ذات كفاءة تطبيقية عالية و توجيه الإكتشافات و القوى الكامنة المحيطة بنا لغرض التطوير و تحقيق الأداء الأفضل و بعبارة أخرى أن التكنولوجيا هي التطبيق المنظم للمعرفة العلمية و مستجداتها في الإكتشافات و تطبيقات أغراض عملية.

المطلب الثاني: مفهوم المعلومات

لقد دخلت جميع القطاعات الاقتصادية و المؤسسات عنصر المعلومات لتصبح المعلومة العامل أو المورد الرئيسي في أنشطتها، و الذي أدى إلى ضرورة الإستخدام الأنفع للمعلومة لامتلاك قدرة تنافسية أكبر كما أن التحصيل عليها مسبقا يمكن من تحضيرها و ترتيبها و جعلها لإستعمال المستخدم في الوقت المناسب.

تساعدنا المعلومات على نقل خبراتنا للآخرين و على حل المشكلات التي نقوم بها، و على إتخاذ القرارات بطريقة أفضل في كل القطاعات و على كل المستويات، و هذا ما توضحه التعاريف:

عرفها عمار عبد الرزاق الناصر على أنها مجموعة من البيانات المنظمة و المرتبطة بموضوع معين و التي تشكل الحقائق و المفاهيم و الآراء و الإستخدام الحالي أو المتوقع، و نحصل على المعلومات نتيجة معالجة البيانات من خلال عمليات التحويل و التصنيف و التحليل و التنظيم بطريقة مخصصة تخدم هدف معين (2).

(1) علي كريم الخفاجي، مرجع سبق ذكره، ص47.

(2) حسن عماد مكاري، محمود سليمان علم الدين، تقرير حول تكنولوجيا المعلومات و الإتصال، الدورة 220، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الملحق 1-399-233-977، I.S.B.N، 2000، ص28.

أما سيد سالم عرفة المعلومات على أنها: الأرقام و الحقائق التي تساعد الإدارة على تصور ما يحيط بها من مواقف، و تفسير ما يحدث من مظاهر و أحداث وصولاً إلى التنسيق الدقيق لما يمكن أن يحدث في المستقبل⁽¹⁾.

كما تعرف على أنها عبارة عن الحقائق و الأفكار التي يتبادلها الناس في حياتهم العامة، عبر وسائل الإتصال المختلفة، ومن خلال مراكز ونظم المعلومات المختلفة في المجتمع، والإنسان الذي يحتاج ويستخدم

المعلومات، هو نفسه منتج لمعلومات أخرى، وناقل لها عبر وسائل الإتصال المتاحة له⁽²⁾. وتعني كلمة (informaties) عند البحث عنها في المرجع الانجليزية العربية بمعنى " المعلومات، المعطيات ، البيانات، الحقائق ، الوقائع ، الاعلام "⁽³⁾. و غالبا ما يرتبط بمفهوم المعلومات مفهوم آخران هما المعلوماتية "informaties" و المعرفة (Knowledge)

فالمعلومات يمكن تعريفها بأنها مجموعة من البيانات المنظمة و المنسقة بطريقة توليفية مناسبة بإذ تعطي معنى "خاصا" و تركيبية متجانسة من الأفكار و المفاهيم تمكن الإنسان الإستفادة منها في الوصول إلى المعرفة و إكتشافها و يكون ذلك عن طريق البرمجيات و الأساليب الفنية المستخدمة في أجهزة الحاسوب عادة، و المعلومات تقودنا إلى المعرفة (knowledge) هي الحصيلة النهائية لإستخدام و إستثمار المعلومات من قبل الباحثين و متخذي القرارات في تحويل المعلومات إلى معرفة و عمل مثمر يخدمهم و يخدم مجتمعاتهم⁽⁴⁾.

من خلال ما سبق يمكننا تعريف المعلومات على أنها الحقائق و الأفكار التي يتبادلها الناس في حياتهم العامة، و يكون هذا التبادل عبر وسائل الإتصال المختلفة، و عبر مراكز نظم المعلومات المختلفة في المجتمع، و الإنسان الذي يحتاج إلى معلومات و يستخدمها، هو نفسه *منتج للمعلومات أخرى و ناقل لها عبر وسائل الإتصال المتاحة له.

⁽¹⁾ حسن عماد مكاي، مرجع سبق ذكره، ص28

⁽²⁾ عامر إبراهيم قنديلجي، علاء الدين عبد القادر الجنابي، نظم المعلومات الإدارية، دار المسيرة للنشر و التوزيع والطباعة، عمان، ط3، 2008، ص30.

⁽³⁾ ليث عبد الله القهيوي و آخرون، جودة المعلومات و الذكاء الاستراتيجي في بناء المنظمات المعاصرة، دار الحامد للنشر و التوزيع، ط1، عمان- 2013، ص144.

⁽⁴⁾ علي كريم الخفاجي، مرجع سبق ذكره، ص ص48-49.

المبحث الثاني: نظام المعلومات و علاقته بالتكنولوجيا المعلومات

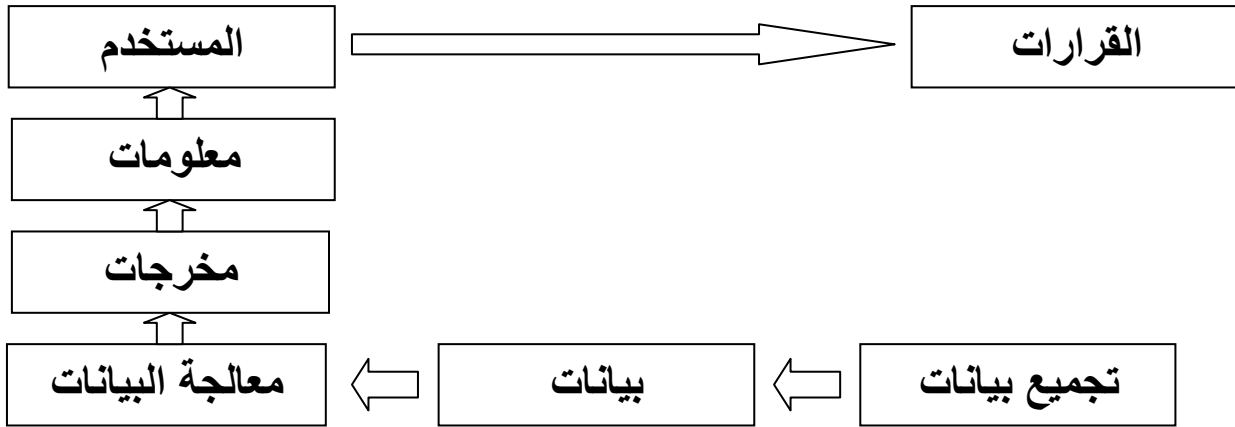
المطلب الأول: مفهوم نظام المعلومات

يوجد مفهومان لنظم المعلومات يتعلق المفهوم الأول بنظم المعلومات كحقل من حقول المعرفة، فتعتبر نظم المعلومات مجالا جديدا نسبيا و يركز على علاقة المعلومات بالتكنولوجيا و المورد البشري و المؤسسة و المجتمع ككل، أما المفهوم الثاني فينظر إلى نظم المعلومات كنظام يزود الأفراد و المؤسسات بإحتياجاتهم إلى المعلومات و لأغراض إتخاذ القرارات.

تعرف نظم المعلومات على أنها عبارة عن: "مجموعة من المكونات أو العناصر المترابطة و المتفاعلة معا، و التي تتولى مهام جميع أو استرجاع و تشغيل و تخزين و توزيع المعلومات اللازمة لدعم عمليات إتخاذ القرارات و التنسيق و الرقابة في المؤسسة، إضافة إلى ذلك فإن نظم المعلومات يمكن أن تلعب دورا هاما في مساعدة المديرين و العاملين في المؤسسة على تحليل المشكلات، و التصور المرني للموضوعات المعقدة و التنمية⁽¹⁾.

أما لادون فقد عرف نظام المعلومات بأنه: مجموعة من الإجراءات التي يتم خلالها إسترجاع وتشغيل و تخزين و نشر المعلومات بغرض دعم عمليات صنع القرار و تحقيق الرقابة في المنظمة⁽²⁾. و قد عبر هنري لوكاس عن مفهوم نظام المعلومات من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (1): مفهوم نظام المعلومات



المصدر: محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره، ص188.

⁽¹⁾ فريد كورتال، أمال يوب، تكنولوجيا المعلومات دورها في العمل الإداري و التسويقي، ط1دار النشر زمزم ناشران و موزعون، عمان ، 2016، ص ص 76-77.

⁽²⁾ عامر إبراهيم قنديلجي، علاء الدين عبد القادر الجناي، نظم المعلومات الإدارية، دار المسيرة للنشر و التوزيع والطباعة، عمان، ط3، 2008، ص30.

كما يمكن تعريف نظام المعلومات من الناحية التقنية على أنه مجموعة من المكونات المتداخلة و التي تعمل على جمع و معالجة و تخزين و توزيع المعلومات بهدف المساعدة في دعم عمليات إتخاذ القرارات و الحكم و السيطرة على المنظمة، بالإضافة إلى دعم عمليات التنسيق، التنظيم و التخطيط و مساعدة المدراء و الموظفين في عمليات تحليل المشكلات و رؤية المواضع المعقدة و بناء منتجات جديدة⁽¹⁾.

من خلال هذه التعاريف يمكن القول أن نظم المعلومات تعتبر تركيبة منظمة مكونة من المورد البشري و مكونات الحاسوب و موارد البيانات التي يتم جمعها و معالجتها و تحويلها إلى معلومات ليتم توزيعها على المستفيدين في المؤسسة بغرض دعم عمليات المنظمة و تحقيق الرقابة فيها.

المطلب الثاني: أهداف و عناصر نظام المعلومات

فيما يخص هذا المطلب نستعرض أهم أهداف نظام المعلومات و عناصره على النحو التالي:

أولاً-أهداف نظام المعلومات:

يتمثل الهدف الرئيسي لنظام المعلومات في مد كافة المستخدمين و المنفعين بالمعلومات الضرورية التي يحتاجونها في حياتهم لتنمية مدراكهم و معارفهم العلمية و إكسابهم توجيهات متعددة و من بين هذه الأهداف تذكر ما يلي:

1) **تحقيق الكفاءة:** المقصود بتحقيق الكفاءة القيام بأداء المهام بطريقة أسرع و بتكلفة أقل، و يكون ذلك من خلال تحقيق أوتوماتيكية العمل الروتيني بدلاً من الطريقة اليدوية، كتوفير تقارير المخزون أو المرتبات و غيرها من واقع قاعدة البيانات اللازمة لإعداد هذه التقارير، إضافة إلى استخدام النماذج الرياضية فيما يخص عمليات الرقابة و كذا ربط المؤسسة بشبكات الإتصال.

2) **الوصول إلى الفعالية في إتخاذ القرارات ذات الجودة الأفضل و بالطريقة الأسهل:** كجدولة أوامر الإنتاج أو إستعراض المواد، مما يمكن أن يتم ذلك أوتوماتيكياً عن طريق التحليل المفصل لتدفق العمل في المنظمة⁽²⁾.

3) **تحسين أداء المنظمة:** حيث يهدف نظام المعلومات إلى مساعدة المنظمة في تقديم خدمات ذات مستوى أفضل لعملائها و ذلك عن طريق توفير كل المعلومات لهؤلاء العملاء بالشفافية

⁽¹⁾ علاء عبد الرزاق السالمي، خالد إبراهيم السليطي، الإدارة الإلكترونية، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، 2008، ص22.

⁽²⁾ الشيخ ولد محمد، استخدام نظام المعلومات في إتخاذ القرارات في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص بحوث العمليات و تسيير المؤسسات، جامعة أبي بكر بعباد، تلمسان، 2010-2011، ص104.

المطلوبة و بالحجم الكافي، إضافة إلى تكوين وصف تاريخي لأحوال المنظمة و ذلك بالمراقبة المستمرة التي تسهل من إكتشاف الأخطاء التي قد تقع فيها المنظمة.

4) الاستحواذ على العملاء والموردين: أحد مزايا التنافسية التي تنتجها نظام المعلومات هي قدرتها على الإحتفاظ بعملائها و مورديها من خلال حبل تكلفة التحول إلى المنافسين مرتفعة، فمثال ذلك هو أنه بمجرد إرتباط العميل بأحد ذلك البنوك فإن جميع معاملاته المالية تكون مرتبطة بنظام ذلك البنك و ما يستخدم من شبكة المعلومات بحيث يصعب على العميل التحول إلى بنك آخر له نظام مختلف.

5) تغيير قواعد المنافسة: تكمن النظم من سرعة تغيير قواعد المنافسة تعتمد على تمييز المنتج أو توسيع نطاق الخدمة و جعلها أكثر سهولة أو تقدير مجموعة من الخدمات و المنتجات المتكاملة و التي يستطيع المستهلك الحصول عليها في مكان واحد⁽¹⁾.

ثانيا: عناصر نظم المعلومات:

يشتمل نظام المعلومات المعاصر على عناصر و التي تشكل الموارد الضرورية و هي تتمثل في أربعة عناصر أساسية هي: المنظمة، القوى البشرية، التكنولوجيا، البيانات و المعلومات، و هي كذلك تكمل بعضها و تترايط بشكل بدون أحدها لا يعمل فيه النظام بطريقة فعالة و تترايط بشكل بدون أحد منهما و يمكننا توضيحها كالتالي:

1) المنظمة:

تعني بها التنظيم الذي يتبنى بناء نظم المعلومات سواء كان شركة أو مؤسسة تجارية أو مالية...إلخ، حيث أن أهداف المنظمة و طبيعة عملها، بيئتها الخارجية و ثقافتها كذلك طبيعة الإدارة و توزيع الوظائف و الصلاحيات كلها تمثل عنصرا مهما من عناصر نظام المعلومات.

2) القوى و العناصر البشرية:

تمثل أهم عنصر من عناصر نظام المعلومات و تعتبر عن الأفراد المؤهلين و المديرين تنفيذ نشاطات معينة، و يكونون عادة بمستويات و كفاءات مختلفة و ذلك حسب طبيعة النظام و وظائفه، إضافة إلى أنهم من يستخدمون مخرجات النظام و يزودون بمدخلات جديدة بعد إنجاز البحوث و إتخاذ القرارات و إنتاج معلومات جديدة⁽²⁾.

⁽¹⁾ الشيخ ولد محمد، مرجع سبق ذكره، ص 104.

⁽²⁾ عامل إبراهيم قندجيلي، عامر الدين عبد القادر الجناي، نظم المعلومات الإدارية، دار المسيرية للنشر و التوزيع، ط3، عمان، 2008، ص 32.

3) تكنولوجيا المعلومات:

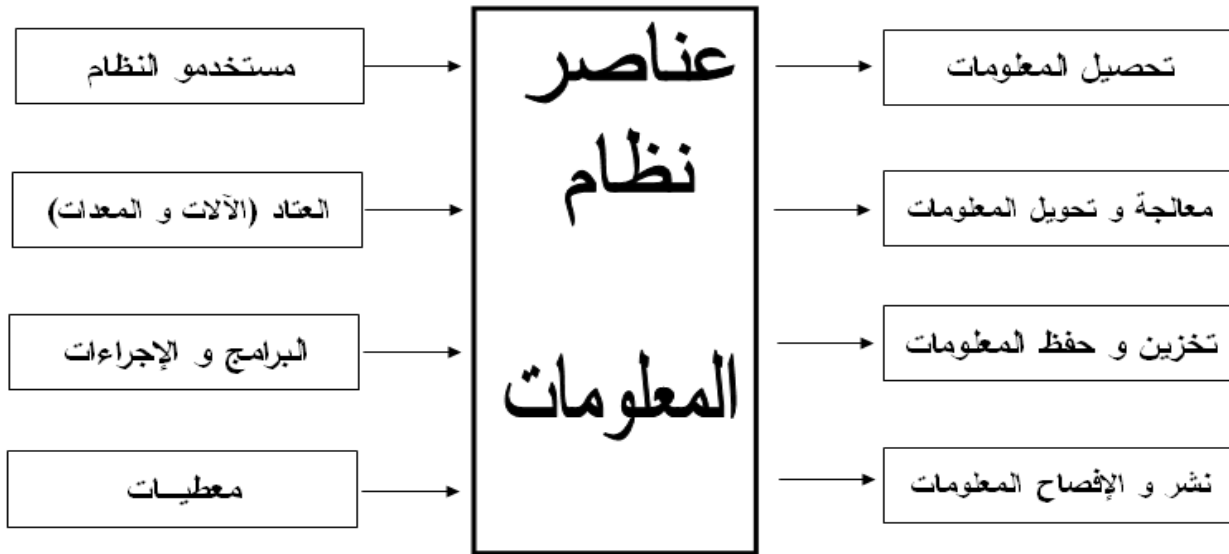
هي مختلف أنواع الإكتشافات و المستجدات التي تعاملت و تتعامل مع البيانات و المعلومات، من حيث جمعها و تحليلها و تنظيمها و تخزينها و إسترجاعها، في الوقت المناسب، و بالطريقة المناسبة.

4) البيانات و المعلومات:

و هي المطلوب إدخالها في نظام المعلومات المتوفرة في مصادر المعلومات المختلفة الورقية منها، أو الإلكترونية حيث تقوم البرمجيات و النظم و الأساليب الفنية بمعالجتها و تخزينها، و تأمين إسترجاعها عن طريق الطاقات البشرية المدرية لذلك و أن مثل هذه البيانات و المعلومات تمثل مدخلات النظام⁽¹⁾.

- و تتحدد العناصر الرئيسية لنظام المعلومات في الشكل التالي:

الشكل رقم (2): عناصر نظام المعلومات:



المصدر: العياشي عيوني، دور نظام المعلومات في إتخاذ القرارات ضمن متطلبات التنمية

المستدامة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص إدارة أعمال الإستراتيجية

للتنمية المستدامة، جامعة سطيف، 2013-2014، ص ص 10-11.

يوضح الشكل رقم (2) المراحل و الخطوات المختلفة المكونة لآلية عمل نظام المعلومات و التي تبدأ بجمع و تحصيل المعلومات و تنتهي بنشر و توزيع المعلومات، كما يوضح الشكل مختلف العناصر التي يقوم عليها نظام المعلومات من عناصر مادية (معدات و آلات) و عناصر برمجية (نماذج، برامج، مستخدمين) و التي تعمل مشتركة من أجل عمل نظام المعلومات بكل فعالية و كفاءة.

⁽¹⁾ عامل إبراهيم قندجيلي، مرجع سبق ذكره، ص 32.

المطلب الثالث: علاقة التكنولوجيا بنظام المعلومات:

يعيش العالم اليوم عصر تكنولوجيا المعلومات التي تعتمد على نظام الاتصالات الحديثة عبر الأرقام الصناعية، و نظم معالجة المعلومات المعتمدة على الحاسوب، هذا و تعد نظم المعلومات هي الاستخدام المتطور لتكنولوجيا المعلومات و على الرغم من أن بعض الناس يميلون إلى إستخدام المصطلحين كمترادفين، إلا أن نظم المعلومات تختلف عن تكنولوجيا المعلومات، حيث تعد تكنولوجيا المعلومات من مكونات نظم المعلومات. و قد قسم الحسني (2002، 141) تكنولوجيا المعلومات إلى شقين:

- **الشق المادي (Hard-ware)** و الذي يتكون من المعدات و الأجهزة و التحكم الأتوماتيكي و الإتصالات عن بعد، والشق الذهبي (Software) و يتكون من البرمجيات، و الذكاء الإصطناعي و هندسية البرمجيات، و وفقاً إلى تيربان و آخري (Turban, et) فإن تكنولوجيا المعلومات تمثل الجانب المادي من نظام المعلومات المعتمد على الحاسوب و الذي يتكون من العناصر الآتية، و يتفق معه الحسني (2002، 56):

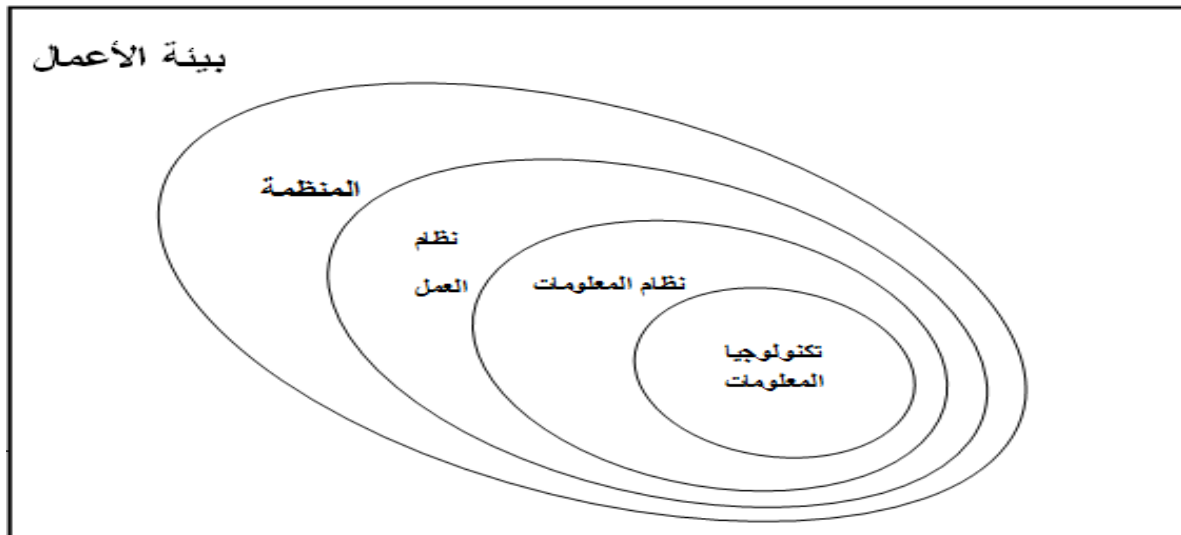
- **الأجهزة Hardware:** و هي جميع المكونات المادية و التي تتمثل البيانات و تعالجها و من ثم تعمل على نشر المعلومات.
- **البرمجيات software:** هي مجموعة البرامج التي تمكن الأجهزة من معالجة البيانات.
- **قواعد البيانات Data base:** و هي مجموعة الملفات ذات العلاقة مع بعضها البعض، و التي تعمل على تخزين البيانات و توحيدها.
- **الشبكات Net works:** و هو نظام ربط يسمح للحواسيب المختلفة أن تتشارك بالموارد Resorvces.
- **الإجراءات Procedures:** و هي مجموعة التعليمات التي توضح كيفية توحيد العناصر السابقة من أجل معالجة المعلومات و توليد مخرجات محددة.
- **الموارد البشرية (الناس) People:** و هم الأفراد الذين يعملون على النظام أو يستخدمون مخرجاته، وهذا العنصر يمثل الجانب الذهني من النظام⁽¹⁾.

⁽¹⁾ وصفي الكساسة، الأداء المؤسسي من خلال تكنولوجيا المعلومات، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع الأردن-عمان-، ط1، 2011، ص

- **الغاية (الغرض) Purpose:** مثل أي نظام آخر، نظام المعلومات المعتمد على الحاسوب له غاية محددة و أهم غاية له هي التزويد بحلول لمشاكل الأعمال.
- **البيئة الإجتماعية Social context:** تتضمن البيئة الإجتماعية للنظام فهم القيم و المعتقدات التي تحدد ما هو المقبول و الممكن في المجتمع.

و تعد تكنولوجيا المعلومات وسيلة لتسهيل عمل نظام المعلومات لتمكينه من القيام بوظائفه، في حين أن نظام المعلومات يمثل مجموعة من الأنظمة التي يتم الحصول على المعلومات المطلوبة من خلالها. و يمكن التعبير عن العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات بنظام المعلومات بشكل مبسط أن تكنولوجيا المعلومات (IT) ما هي إلا جزء من نظام أوسع و أشمل ألا و هو نظام المعلومات (IS) و ذلك على النحو التالي:⁽¹⁾

- الشكل (3): تكنولوجيا المعلومات و نظام المعلومات



المصدر: المعهد التخصص للدراسات مركز الدراسات الإستراتيجية، تكنولوجيا المعلومات المفهوم والأدوات، على ملف قابل للاطلاع على الموقع التالي:

بتاريخ 2019/01/28 qu.edu-iq/el/pluginFile.php ص22.

نستخلص من ذلك أن تكنولوجيا المعلومات تعد بمثابة نظام فرعي في نظام المعلومات للمنظمة، و تمثل الجانب التكنولوجي (المادي و البرمجي) فيه و هي بهذا لا تختلف عن أية نظم فرعية أخرى كالمعاملات و التسويق و إدارة الموارد البشرية و غيرها، فهو نظام فرعي يتأثر وجوده بقدراته على جمع و تحليل و تصنيف المعلومات و توفيرها لمتخذي القرار في المكان و الزمان المناسبين.

⁽¹⁾ وصفي الكساسة، مرجع سبق ذكره، ص37.

المبحث الثالث: مدخل إلى تكنولوجيا المعلومات

المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا المعلومات

ظهر مصطلح تكنولوجيا المعلومات في بداية السبعينات مع ظهور الحواسيب الالكترونية على نطاق تجاري و أن مفهوم تكنولوجيا المعلومات يعني كافة الأمور التي تتضمن الحواسيب و الأجهزة المساعدة لها و شبكات الحواسيب بأنواعها المختلفة و معالجة البيانات و المعلومات بكافة أشكالها و كافة المراكز و الوظائف المتعلقة بالتكنولوجيا و خدمات التكنولوجيا في المؤسسات إضافة إلى البرامج و الحزم البرمجية التي تستخدم في أداء الأعمال و الوظائف و تسويق المنتجات و الخدمات، و كل ما يتعلق في ذلك من برامج و أجهزة و معدات، كما أنه لا يمكن لأي مؤسسة مهما كان حجمها أن تستغني عن استخدام تكنولوجيا المعلومات في عملها الداخلي و الخارجي و في تسخير إمكانيات الإتصالات و خدمة المؤسسة، و من التعاريف نذكر ما يلي:

على أنها إستعمال التكنولوجيا الحديثة للقيام بعمليات جمع و معالجة و تخزين و استرجاع و إيصال المعلومات سواء كان ذلك في شكل معطيات رقمية أو في شكل نص أو صورة أو صوت⁽¹⁾.

كما تعرف على أنها: حيازة، معالجة، تخزين، بث معلومات ملفوظة، مصورة، متينة، و رقمية بواسطة مزيج من الحاسب الإلكتروني و الاتصالات السلكية و اللاسلكية، و مبني على أساليب تعرف تكنولوجيا المعلومات الالكترونيات الدقيقة⁽²⁾.

و قد عرف Stack et al تكنولوجيا المعلومات بأنها الوسائل التي تستخدم لجمع و خزن و تحليل و معالجة و توزيع المعلومات و شبكات الإتصال⁽³⁾.

أما مصطفى فقد وصف تكنولوجيا المعلومات على أنها مزيج من تكنولوجيا الإتصالات و تكنولوجيا الحسابات الإلكترونية.

⁽¹⁾ فريد كورتال، مرجع سبق ذكره، ص 45.

⁽²⁾ محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره، ص 19.

⁽³⁾ فرح علي جاسم، تأثير تكنولوجيا المعلومات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية، تخصص قسم إدارة الأعمال، مجلة الدنانير، العدد الثامن، الجامعة بغداد - العراق -، 2017، ص 35.

و عرف Griffu تكنولوجيا المعلومات على أنها موارد المنظمة المستخدمة في إدارة العمليات الضرورية و القيام بمهامها الأساسية و تتضمن أجهزة الحاسوب و أنظمة الإتصال و تشغيل البرمجيات و غيرها و هي تمكن المديرين من استخدام المعلومات بشكل جيد.

أما البنك الدولي فيعرف تكنولوجيا المعلومات بأنها مجموعة من الأنشطة ترتبط بالوسائل الالكترونية تساعد و تسهل عملية تجهيز المعلومات و إرسالها و عرضها و هذه التكنولوجيا تحسن عملية الإتصال و تبادل المعلومات و تراكم المعرفة ⁽¹⁾.

و يرى الطويل أن تكنولوجيا المعلومات هي أداة فاعلة لإنجاز و تطوير العمليات الادارية في جميع المنظمات أو تتضمن مجموعة من الأجهزة و المعدات و البرمجيات و الاتصالات و البعد البشري و التي يترتب على اعتمادها جمع البيانات الخاصة بنشاطات المنظمة و معالجتها و تخزين المعلومات و تجهيزها و استرجاعها و تحديثها بمرونة عالية و سرعة كبيرة ⁽²⁾.

بينما يعرف كل من Peter & Certo تكنولوجيا المعلومات بأنها : جوهر تفكير قيادة المنظمة عند إتخاذ قرار و إستراتيجي مضمنين إياها منظومتها بيانات داخلية و خارجية تقودا لتوليد معلومات حرجية توظف في تصميم إستراتيجية مستهدفة ⁽³⁾.

من خلال ما سبق يمكننا قول أن تكنولوجيا المعلومات بأنها كافة الوسائل و الأدوات و التقنيات المستخدمة لجمع و تصنيف و تخزين المعلومات و تحليلها و استرجاعها بما يضمن توفير معلومات ذات قيمة مضافة، و كل هذا بإستخدام التقنيات المستندة للحاسوب .

⁽¹⁾ علي كريم الخفاجي، مرجع سبق ذكره، ص 50-51.

⁽²⁾ سامر قاسم، أثر التكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية، مجلة جامعة تشرين للبحوث و الدراسات العلمية-سلسلة العلوم الاقتصادية و القانونية المجلد 37، العدد 2، 2015، ص 115.

⁽³⁾ هاشم فوزي العبادي، جليل كاظم العارضي، نظم ادارة المعلومات، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2012، ص20.

المطلب الثاني: خصائص و مكونات تكنولوجيا المعلومات.

أولاً: خصائص و مكونات تكنولوجيا المعلومات:

تتميز تكنولوجيا المعلومات بعدة خصائص يمكن حصرها فيما يلي:

تقليص الوقت: فالتكنولوجيا جعلت لكل الأماكن إلكترونية متجاوزة.

تقليص الأماكن: تتيح وسائل التخزين التي تستوعب حجماً هائلاً من المعلومات المخزنة و التي يمكن الوصول إليها.

إقتسام المهام الفكرية مع الآلة: نتيجة تفاعل بين الباحثين و النظام.

تكوين شبكة الإتصال: تتوجه مجموعة من التجهيزات المستندة على تكنولوجيا المعلومات من أجل تشكيل شبكات الإتصال، و هذا ما يزيد من تدفق المعلومات بين المستعملين و الصناعيين و كذا منتجي الآلات، و تسمح تبادل المعلومات مع باقي النشاطات الأخرى.

التفاعلية: أي أن المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مستقبل و مرسل في نفس الوقت.

اللاتزامنية: و تعني إمكانية استقبال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدم، فالمشاركين غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت.

اللامركزية: و هي خاصية تسمح بإستقلالية تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات، فالانترنت مثلاً تتمتع بإستمرارية عملها في كل الأحوال، فلا يمكن لأي جهة أن تعطلها على مستوى العالم.

الشيوع و الانتشار: و هو قابلية هذه الشبكة للتوسع لتشمل أكثر مساحات غير محدودة من العالم بحيث تكتسب قوتها من هذا الانتشار و المنهجي لنمطها المرن.

العالمية: و هو المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيا، بحيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة و معقدة تنتشر عبر مختلف مناطق العالم.

قابلية التوصيل: و تعني إمكانية الربط بين الأجهزة الإتصالية متنوعة الصنع⁽¹⁾.

⁽¹⁾ عطاء الله أحمد سويلم الحسبان ، الرقابة الداخلية في بيئة تكنولوجيا المعلومات، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان - 2009، ص91.

قابلية التحرك: أي أنه يمكن للمستخدم أن يستفيد من خدماتها أثناء تنقلاته عن طريق وسائل الاتصال المختلفة.

قابلية التحويل: و هي إمكانية نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كتحويل الوسائل المسموعة إلى مطبوعة أو مقروءة.

و بالتالي يتضح أن تكنولوجيا المعلومات هي مجموعة المجالات المعرفية من عملية، و تقنية و هندسية و التقنيات المختلفة في المعلوماتية، و بذلك فهي تتميز بخصائص تمكنها من التطور و التجديد باستمرار لمواكبة إحتياجات المستخدمين لها و هذا ما أدى إلى زيادة أهميتها في كثير من المجالات⁽¹⁾.

ثانيا: مكونات تكنولوجيا المعلومات

تتكون تكنولوجيا المعلومات من خمسة مكونات أساسية و هي:

المكونات المادية: عبارة عن الأجهزة المادية التي تستخدم في أنشطة الإدخال و المعالجة و الإخراج و التي تحتوي على وحدة المعالجة الحاسوبية، و أجهزة الإدخال، والإخراج المتنوعة، و أجهزة الخزن و كذلك الأوساط المادية لغرض ربط الأجزاء معاً، كما تعرف على أنها جميع الأجهزة و المواد المادية المستخدمة في معالجة المعلومات مثل الحاسبات و أوساط البيانات من القوائم الورقية على القرص المغنطيسي.

البرمجيات: و هي البرامج المسجلة أو برامج الماكينات أو الحزم البرمجية أي أنها برامج حاسوبية تجهز من قبل مصنعي الحواسيب الآخرين، و أن البرمجيات نوعين برمجيات التطبيق و برمجيات التشغيل⁽²⁾.

الموارد البشرية: و هم الكوادر المؤهلة و المدربة لتنفيذ النشاطات المختلفة لذلك فإن العناصر البشرية يجب أن تكون ذات مستويات و كفاءات مختلفة حسب طبيعة النظام و وظائفه، حيث أن تدريب القوى العاملة في الشركات أصبح حاجة ملحة، و بالرغم من أنه لا تتوفر التسهيلات الكبيرة و التي

⁽¹⁾ عطاء الله أحمد سويلم الحسيان ، مرجع سبق ذكره، ص91.

⁽²⁾ زينب صلاح وهاب ، مستوى استخدام مكونات تكنولوجيا المعلومات وأثرها على حلقات الجودة دراسة ميدانية في الشركة العامة للمسح الجيولوجي والتعدين ، رسالة ماجستير، مجلة كلية الإدارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية ، العدد5، جامعة بابل-العراق-، 2015، ص ص 193-194.

تتطلب دعم وظيفي كبير، إلا أنه لابد من تدريب الموظف تدريباً جيداً، وهذا واحد من الإصدارات الذي ظهرت بواسطة (Google's) مركز البيانات الجديدة في (Dalles).

قواعد البيانات: هي مجموعة بيانات مترابطة مع بعضها البعض، أو المعلومات المخزنة على أجهزة و وسائل خزن البيانات مثل مشغل الأقراص الصلبة للحاسبة و الأقراص المرنة أو الأشرطة.

شبكات الإتصال: و يعرف الإتصال كونه نقل الإشارات بواسطة وسيلة ما من المرسل إلى المستقبل و الإشارة Signd تتضمن رسالة Message تتألف من البيانات و المعلومات و تذهب الإشارة عبر وسيلة Message تتألف من بيانات و المعلومات و تذهب الإشارة من وسيلة من وسائل الإتصال (Hedium) و هذا الوسط هو أي شيء يحمل إشارة من المرسل إلى المستقبل و الشكل التالي يوضح مكونات تكنولوجيا المعلومات (1).

الإنترنت: هي شبكة داخلية تقوم بإنشائها المؤسسات على اختلاف أحجامها، هذه الشبكة تستخدم خدمات و تستخدم خدمات إنترنت مثل البريد الإلكتروني بروتوكولات إنترنت مثل: FTP و HTTP وتطلق تسمية الإنترنت على التطبيق العملي لاستخدام تقنيات الإنترنت في الشبكة الداخلية للمؤسسة أو الشركة، بغرض رفع كفاءة العمل الإداري وتحسين آليات تشارك الموارد والمعلومات والاستفادة من تقنيات الحوسبة المشتركة، تؤمن الإنترنت سوراً منيعاً (يطلق عليه اسم جدار النار) حول محتوياتها مع المحافظة على حق وصول العاملين إليها من مصادر المعلومات الخارجية على الإنترنت، ويعد بعضهم شبكة الإنترنت نموذجاً مطوراً من منظومة (المخدم/الزبون) المعتمد في الحوسبة.

ولا يستطيع أي شخص من خارج المؤسسة أن يدخل لها، ومحتويات هذه الشبكة تحدها الشركة، وعادة تحتوي خدمات البريد الإلكتروني تنظيم المشاريع، ساحات للنقاش، قاعدة بيانات، للمعلومات والخبرات، وهي باختصار وسيلة اتصال بين موظفي وأقسام الشركة ووسيلة للمشاركة بالخبرات والمعلومات ووسيلة لإنجاز الأعمال ولا تحتاج هذه الشبكة سوى متصفح لتصفح محتوياتها و استخدام خدماتها وهذا يجعل التعامل معها عملية بسيطة على الموظفين (2).

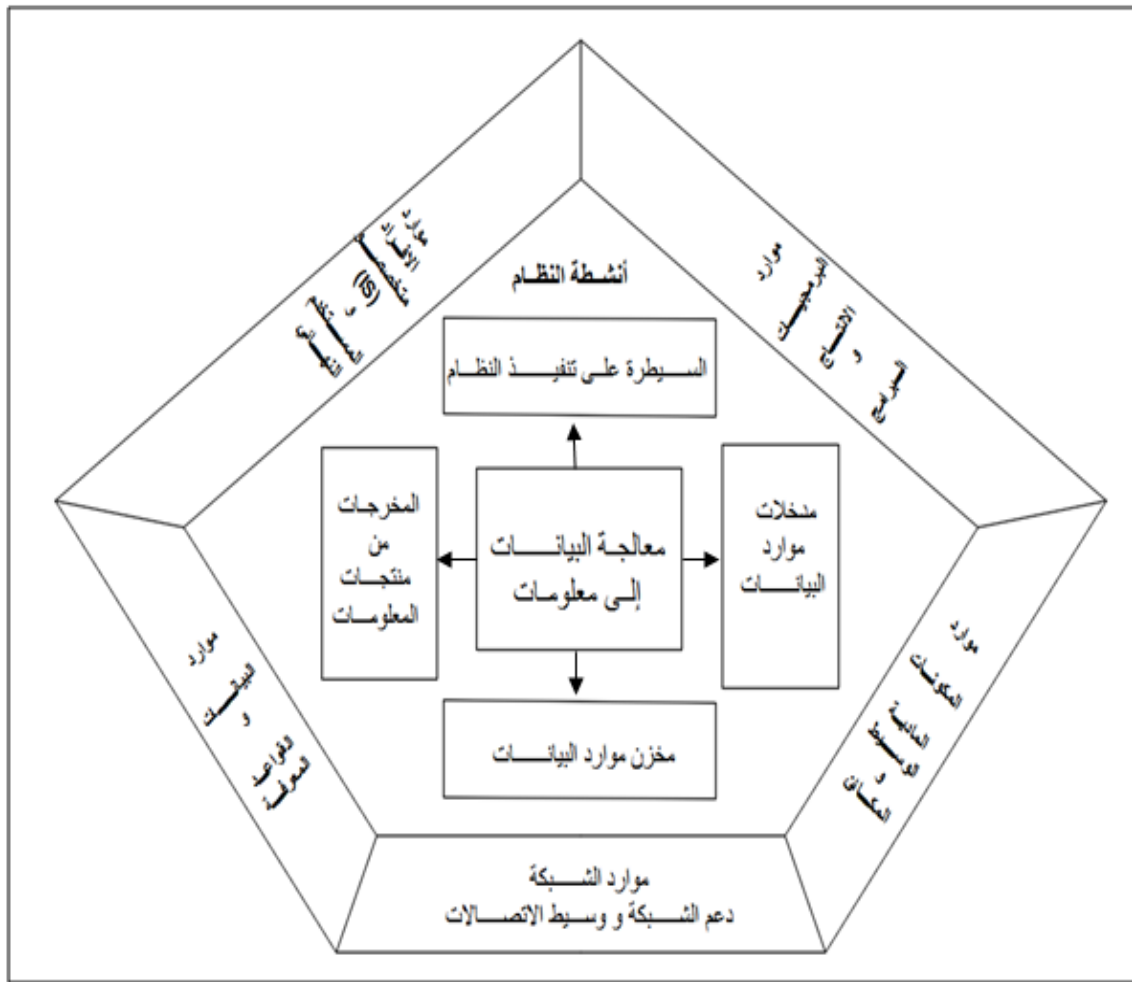
(1) زينب صلاح وهاب، مرجع سبق ذكره، ص ص 193-194.

(2) المعرفة، إنترنت، 13 أبريل 2019، ملف قابل للاطلاع على الموقع التالي:

بتاريخ: 20 ماي 2019، إنترنت/ <https://www.marefa.org>

الإكسترنات: شبكة الإكسترنات هي الشبكة المكوّنة من مجموعة شبكات إنترنت ترتبط ببعضها عن طريق الإنترنت، وتحافظ على خصوصية كشبكة إنترنت مع منح أحقية الشراكة على بعض الخدمات والملفات فيما بينها، أي إن شبكة الإكسترنات هي الشبكة التي تربط شبكات الإنترنت الخاصة بالمتعاملين و الشركاء و المزودين و مراكز الأبحاث الذين تجمعهم شراكة العمل في مشروع واحد، أو تجمعهم مركزية التخطيط أو الشراكة وتؤمن لهم تبادل المعلومات و التشارك فيها دون المساس بخصوصية الإنترنت المحلية لكل شركة ⁽¹⁾.

– الشكل (4): مكونات تكنولوجيا المعلومات:



المصدر: زينب صلاح وهاب، مرجع سبق ذكره، ص 194.

⁽¹⁾ تخصصات بيت كوم، مكونات المبسط للكمبيوتر، الإنترنت، التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية المشاكل والحلول في سطور، 2019، ملف قابل للاطلاع على الموقع التالي:

بتاريخ: 13 أبريل 2019، http://4pcs-solutions.blogspot.com/2012/04/blog-post_29.html

المطلب الثالث: أهمية تكنولوجيا المعلومات و الآثار المترتبة على إستخدامها

أولاً: أهمية تكنولوجيا المعلومات و تتكون أهميتها فيما يلي:

- 1- تطوير الثقافة و الإنتاج و الرخاء الاقتصادي للمجتمعات ،وذلك من خلال الصناعة و التصميم و الإنتاج و التحكم لإنتاج الثروة، كونها أسرع المجالات نموا في الإقتصاد العالمي.
- 2- ترشيد الجهود و الموارد.
- 3- إرتفاع أهمية المعلومات في مختلف النشاطات منها إتاحة للمؤسسات إمكانية الوصول إلى نتائج هامة جدا من حيث التواجد في أسواق جديدة و تعزيز جودتها و إدارة أكثر فعالية للموارد البشرية و الزبائن.
- 4- تحسين الإنتاج و التحكم في التكاليف و تعزيز المزايا التنافسية.
- 5- تساعد على زيادة قنوات الاتصال الإداري بين مختلف الإدارات و الأقسام.
- 6- تقليص حجم التنظيمات الإدارية.
- 7- بالإضافة إلى هذا فإن أهمية تكنولوجيا المعلومات لا تكمن بإقتنائها للمعلومات فقط و إنما في كيفية التعامل معها و إستعاب مستلزماتها بشكل يضمن المرونة ⁽¹⁾.

ثانياً: الآثار المترتبة على إستخدام تكنولوجيا المعلومات

أ- الآثار الإيجابية لإستخدام تكنولوجيا المعلومات: يمكن تلخيصها فيما يلي:

- أول تأثير لتكنولوجيا المعلومات هو على مستوى الإجتماعي، فكل تطور في التكنولوجيات فهو يدل على حتمية تغير المجتمع و حضارته، و ذلك أن أي إختراع أو تطور في التكنولوجيا يرافق جو من التحضير الجيد.
- مساعدة الشركات على تحقيق قدر كبير من المرونة الإنتاجية، و التقليل من النفقات مع تقديم طرق جديدة و هي كل تنظيمية جديدة لتصميم المنظمات ⁽²⁾.

⁽¹⁾ زياد عبد الحليم الذبيبة، نضال محمود الرمحي، نظم المعلومات في الرقابة والتدقيق، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2011، ص13.

⁽²⁾ فني فضيلة، دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تسيير المعارف بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة بسكرة، 2008، ص 74.

- التقليل من الإتصالات الشخصية المباشرة لوجود شبكة إتصال وسيطة بين الشركات، و هذا ما يساهم في تخفيض تكاليف التنقل و الإقامة....إلخ.
- تحقيق تكامل عالمي لأسواق رأس المال من خلال وضع ترتيبات و إجراءات أكثر مرونة لضمان حركة رأس المال على المستوى العالمي.
- زيادة الاختراعات و التجربة من الإنتاجية و التي تؤدي إلى تخفيض التكاليف و الأسعار و بالتالي إرتفاع الإستهلاك.
- تطبيق التجارة الإلكترونية التي تشمل تبادل أشياء ذات قيمة بين طرفين أو أكثر من خلال وسائل إلكترونية غالبا ما تكون الأنترنت مما يحقق الميزة التنافسية، و تحسين مستوى الخدمة المقدمة للعملاء و تحسين العلاقات مع الموردين.
- تنمية قدرات الأفراد 4 أفراد من خلال إكتساب المعلومات الهادفة و أخذ قرار أحسن.
- تعزيز المسائلة و الشفافية مما يؤدي إلى تقليل وقوع الأخطاء و التزوير.

ب- الآثار السلبية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات:

- قد تنتج بعض الآثار السلبية عن تكنولوجيا المعلومات و التي يمكن تلخيصها فيما يلي:
- تعمل تكنولوجيا المعلومات على رفع نسبة البطالة، و ذلك نتيجة لظهور آلات و معدات حديثة تحل محل الأفراد تقدم منتجات ذات نوعية و بأقل تكاليف بدون أخطاء.
 - تكنولوجيا المعلومات قد تسمح لبعض المشددين و المعارضين بنشر أفكارهم و دعواتهم و ذلك بتلميغها بتكنولوجيا الحديثة، مما يجعل الأفراد يتقبلونها فتكون هناك صعوبات كبيرة لمواجهتها و محاربتها نظرا لنسبة الإقبال عليها.
 - تكنولوجيا المعلومات تجعل العلاقات بين المتعاملين لأقل إنسانية، حيث تتدخل الآلات في معاملات الأفراد بينهم.
 - في ظل تكنولوجيا المعلومات السيادة الوطنية أصبحت مهددة نظرا لحرية تحرك المعلومات، ومنه الأموال عبر الحدود، كما هو الشأن بالنسبة للخصوصية الثقافية التي باتت مهددة نتيجة لتفوق اللغة الانجليزية الجديدة بظهور النقود الإلكترونية و التي تمثل تهديدا للسيادة النقدية⁽¹⁾.

⁽¹⁾ فني فضيلة، مرجع سبق ذكره ، ص 75.

- الحكومة تجد نفسها أمام معضلة فرض الرقابة في إطار حقوق المستهلك و الصالح العام دون المساس بالحرية و التفتح ⁽¹⁾.
- من خلال ما تم ذكره تظهر لنا الأهمية التي تحظى بها تكنولوجيا المعلومات و كذلك الآثار المترتبة عن هذه الأخيرة، بحيث إستطاعت أن تندمج في مختلف المجالات سواء على مستوى الأفراد و الحكومات و المؤسسات، و على الرغم من بعض السلبيات فإن تكنولوجيا المعلومات تساهم في رفع البشرية مع تقليص الإجراءات الإدارية و تنظيمها تنظيماً دقيقاً.

خلاصة الفصل الأول :

مكن إستخدام تكنولوجيا المعلومات بشكل كبير و صورة واضحة في خلق جو ملائم و مناسب للعمل و هذا على أساس المزايا و التسهيلات التي حققتها هذه التكنولوجيات المتطورة، و قد ترتب عن تزويد المؤسسات بالحواسيب و ربطها شبكياً تمكينها من تطبيق نظام معلومات فعال، حيث انه يربط كافة المستويات الموجودة بالمؤسسة، أي إمكانية الإتصال و تبادل المعلومات بطريقة أكثر مرونة، و الأكيد هو أن تزويد المؤسسة بهذه التقنيات الحديثة يساهم في تحسين نوعية المورد البشري من خلال البحث عن الموارد البشرية المؤهلة و المتخصصة أو القيام بدورات تدريبية على هذه الاستخدامات المتطورة، وتزداد أهمية تكنولوجيا المعلومات في إتخاذ القرارات حيث تساعد في بناء نظم المعلومات، و تساعد أيضاً على إجراء تعديلات جوهرية في عمليات المؤسسة كجعل المعاملات روتينية و مبرمجة، إمكانية الجمع بين المزايا المركزية و اللامركزية، تخفيض قوة العمل في عمليات المؤسسة، توفير المعلومات الكافية، أداء مهام متعددة في وقت متزامن.

⁽¹⁾ فني فضيلة، مرجع سبق ذكره ، ص 75.



الخدمة المصرفية

في ظل أهم

التطورات

التكنولوجية



تمهيد الفصل الثاني:

إن صناعة البنوك تتسم بالدقة والتعقيد في آن واحد، فهي صناعة متنامية عالية التقنيات، يعتمد إزدهارها على جودة وتميز الخدمات التي تقدمها للعملاء.

وبعد تطوير الخدمات المصرفية من التحديات التي تواجه قطاع هذه الخدمات، ذلك أن المنافسة الشديدة، القوانين والتشريعات، الظروف والمتغيرات الشديدة والمتباينة والتطورات التكنولوجية، كل هذه المتغيرات والمؤثرات تظهر على نحو واضح في السوق المصرفية، ما يستدعي الأمر إلى تطوير الخدمات البنكية القائمة نحو الجديد والمعاصر، وبما يحقق المنفعة المطلوبة فعلا في هذه السوق.

فمن خلال هذا الفصل سنحاول دراسة تطوير الخدمات المصرفية وإتجاهها نحو الحداثة في البنك حيث أن المبحث الأول جاء به مجموعة من المفاهيم الأساسية حول الخدمة المصرفية ، أما في المبحث الثاني فقد إستعرضنا مفاهيم أساسية حول جودة الخدمات المصرفية وفي المبحث الثالث فقد إنتقلنا إلى جانب التطور التكنولوجي في العمل المصرفي.

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الخدمة المصرفية

يمكن القول بأن الخدمات المصرفية تمثل أحد الأنشطة الاقتصادية الهامة في أي دولة، وإذا نظرنا إلى الخدمات المصرفية كنشاط إقتصادي نجد أنه ينطوي على عدد من الخدمات والمميزات حيث سنحاول في هذا المبحث التطرق إلى الخصائص المميزة للخدمات المصرفية، وأنواع الخدمات المصرفية إضافة إلى توضيح دورة حياة الخدمة المصرفية.

المطلب الأول: مفهوم الخدمة المصرفية وأهم خصائصها

تتفرد الخدمات عموماً، ومنها الخدمات المصرفية بوجود ملامح مميزة يجب أن يأخذها رجل التسويق بعين الاعتبار، كما أن مفهوم الخدمة المصرفية لا يختلف كثيراً عن مفهوم الخدمة بصفة عامة حيث يوجد العديد من التعاريف للخدمة.

أولاً: مفهوم الخدمة المصرفية:

يحمل تعبير الخدمة البنكية مفهوماً:

1- المفهوم الأول تسويقي: كونها مصدر لإشباع احتياجات ورغبات الزبائن.

2- المفهوم الثاني المنفعي: ويتمثل في مجموعة المنافع التي يسعى الزبون إلى تحقيقها من جراء استخدامه للخدمة المصرفية⁽¹⁾.

بحيث تم تعريفها بأنها جملة الخدمات التي يقدمها البنك لعملائه نتيجة قيامه بأداء عمله المصرفي العادي، وتتميز هذه الخدمات بتنوعها وتداخلها وصعوبة حصرها وكثرة تجدداتها والهدف من تقديمها المحافظة على العملاء وكسب عملاء جدد من جهة وزيادة موارده المالية من جهة أخرى⁽²⁾.

كما يمكن تعريف الخدمة المصرفية بأنها: مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكائن في العناصر الملموسة والغير ملموسة والمقدمة من قبل البنك، والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمتها النفعية والتي تشكل مصدراً لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية في الوقت ذاته مصدراً لأرباح البنك من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين.

⁽¹⁾ آسيا قاسمي، أثر العولمة المالية على تطوير الخدمات المصرفية وتحسين القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في شعبة العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاديات المالية والبنوك، جامعة أحمد بوقرة- بومرداس، 2014-2015، ص 260.

⁽²⁾ أسماء دردور، أثر تكنولوجيا المعلومات في ترقية تسويق الخدمات المصرفية والمالية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، تخصص تسويق، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي، 2015-2016، ص 32.

بصورة عامة فإن الخدمة المصرفية هي عبارة عن مجموعة من الأنشطة والفعاليات الخدمية تتطوي على محتوى منفعي أو تسويقي الذي يقدمه البنك من أجل تلبية حاجات عملائه المختلفين⁽¹⁾.

ثانياً: خصائص الخدمة المصرفية:

الخدمة المصرفية تشمل عدة خصائص وهي كالتالي:

1- اللاملموسية: « intangibility »

الخدمة مجال نظري واسع وغير ملموس.

2- نظام تقديم الخدمة على درجة عالية من الخصوصية:

تتطلب طبيعة الخدمة المصرفية توافر درجة عالية من السرعة في التعامل والمحافظة على الأسرار المالية للعملاء، وأن هذه الخاصية تعرض على الإدارة المصرفية العليا أن تكون قناة التوزيع مباشرة وقصيرة، حيث أن العمليات المصرفية تحتاج لإنجاحها تفاعل شخصي بين العميل والبنك فلا مجال هنا للوسطاء لتوزيع الخدمات.

3- التفتت الجغرافي:

ليس هناك حدود جغرافية للمطالب والاحتياجات المصرفية للعملاء فهناك طلب محلي موزع على أماكن جغرافية متفرقة داخل أي بلد، وهناك طلب خارجي يتمثل في الطلب على التحويلات المصرفية بين الدول وبعضها، واستخدام بطاقات الائتمان المصرفية داخل حدود الدولة المصدرة للبطاقة، وعلى هذا فإن كافة الخدمات على اختلاف أنواعها يجب تقديمها للعميل حيث يطلبها في أقرب مكان يناسبه مما يجذب العميل على استمرار التعامل مع البنك⁽²⁾.

4- لا يمكن صنع الخدمة أو تخزينها:

من المستحيل إنتاج الخدمة وتخزينها في انتظار العميل، حيث تعد الخدمة عند حضور العميل بما يناسب مع طلبه.

⁽¹⁾ آسيا قاسمي، مرجع سبق ذكره، ص 260.

⁽²⁾ فريد كورنيل، تسويق الخدمات، ط 1، دار كنور لمعرفة العلمية، عمان، 2009، ص 8.

5- لا يمكن إنتاج عينات من الخدمة المصرفية:

يقوم الموظف بإنتاج وتقديم الخدمة، وهي عبارة عن خبرة ومعايشة فهو لا يستطيع أن ينتج عينات من هذه الخدمة ليرسلها إلى المستهلك ويحصل منه على موافقة مسبقة عن جودة هذه الخدمة قبل استعماله لها⁽¹⁾.

6- الخدمة المصرفية تنتج وتستهلك في نفس الوقت وغير قابلة للاستدعاء مرة أخرى:

بمجرد أن تقدم الخدمة للعميل فإنه يستهلكها في اللحظة التي تقدم له، وبالتالي فإن العميل لا يستطيع تداول هذه الخدمة مع طرف ثالث كما أن الخدمة المصرفية التي تقدم للعميل لها طبيعة مختلفة من حيث أنها غير قابلة للاستدعاء مرة أخرى بعد تقديمها وبمجرد أن تقدم الخدمة للعميل يستهلكها في اللحظة.

7- الخدمة غير قابلة للفحص بعد الإنتاج:

تقديم الخدمة يتم بناءً على تفاعل بين الموظف والعميل، ولا يمكن بطبيعة الحال إجراء عملية فرز ورقابة على جودة الخدمة بعد الإنتاج، ومن ثم لا يمكن الاستغناء عن الخدمات المعيبة فالاستهلاك قد تم فعلاً، والمسؤولية هنا أكبر وأخطر وتتطلب ضمانات الجودة قبل لحظة الإنتاج.

8- ارتفاع مرونة الطلب:

فمن الملاحظ أن الخدمات المصرفية على تنوعها لا تمثل قيداً على إدارة العملاء، حيث من السهل الاستغناء عن الكثير منها ما لم يشعر العميل بفائدة محققة تعكس في صورة زيادة أرباحه أو خفض نفقاته.

9- زيادة قدرة عرض الخدمات المصرفية على خلق الطلب عليها:

نظراً لتأثر وظيفة البنوك بالقيود التي يفرضها البنك المركزي على التوسع الائتماني للحفاظ على الاستقرار النقدي فقد اتجهت البنوك إلى توسيع نطاق مفهوم الوساطة المالية بحيث تعدى المجال التقليدي في قبول الإيداعات واقتراضها للغير ليشمل تأدية خدمات مباشرة للعملاء وأصبح العائد من هذه الخدمات للبنوك يمثل جانب مهم من إيراداتها وباعتبار هذه الخدمات تخاطب احتياجات العملاء، فإنه من المقبول إقدامهم عليها بمجرد أن استعدت البنوك لتقديمها⁽²⁾.

10- العلاقة الوظيفية بين الطلب على الخدمة المصرفية والنشاط الاقتصادي بصفة عامة:

⁽¹⁾ يابسي لياس، الآثار المحتملة لتحرير الخدمات المالية على القطاع المصرفي الجزائري وفقاً للاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات (GATT)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص نفوذ ومالية، جامعة الجزائر 3، 2013، ص 146.

⁽²⁾ يابسي لياس، مرجع سبق ذكره، ص 146-147.

يمكن القول بأن الجهاز المصرفي هو المرآة التي ينعكس عليها النشاط الاقتصادي بالقطاعات المختلفة الأخرى المتعاملة معه ويتأثر بما يتحقق في الأنشطة الأخرى من رواج أو كساد فإذا ما ازداد حجم النشاط الاقتصادي تصاعدت بالتالي أعمال البنوك والعكس صحيح.

11- تصاعد أهمية كفاءة العنصر البشري:

حيث يساعد كفاءة العنصر البشري على مضاعفة حجم الموارد والاستخدامات في حدود الإمكانيات المتوافرة وتقوم العلاقة الشخصية بالعميل بدور هام؛ فالتعرف على العميل ودراسة صفاته وقدراته وملاءته ومدى مناسبته للحصول على الخدمات المصرفية حيث تعتمد البنوك إلى حد كبير على الاتصالات والعلاقات الشخصية المباشرة بين البنك ممثلاً في الشخص القائم بالعمل المصرفي وبين العميل، بل أن قناعة العميل واستعداده للتعامل مع البنك واستمرار تعامله معه مستقبلاً يرتبط إلى حد كبير بالانطباع الشخصي الذي حدث لديه من التعامل مع موظفي البنك⁽¹⁾.

المطلب الثاني: أنواع الخدمات المصرفية

الخدمات المصرفية منتجات غير ملموسة يتم التعامل بها في أسواق معينة، تهدف إلى تلبية حاجات ورغبات المستفيدين وتقدم لهم المنفعة، ومن أهم هذه الخدمات ما يلي:

1- خدمات فتح الحساب: يتخذ المصرف بعض الإجراءات الشكلية لفتح الحساب الجاري من قبل تحصيل توقيع العميل على بطاقات التوقيعات، والاحتفاظ بها لمطابقة توقيعات العميل في كل مرة يقوم فيه بالسحب أو الإيداع أو لطلب أي خدمة على حسابه.

2- خدمات إيداع الحساب: يحصل الإيداع في الحساب بعدة وسائل، والطريقة الرئيسية هي الإيداع النقدي وذلك بأن يقوم العميل أو وكيله بدفع مبلغ ما في خزانة المصرف ويتسلم من الخزينة إيصالاً بالمبلغ، ثم يقيّد هذا المبلغ في الحساب الدائن للحساب.

3- خدمات السحب من الحساب: يتم السحب من الحساب بعدة وسائل أهمها الشيكات الموقعة من قبل العميل، وقد يتم السحب من الحساب إذا أصدر أمراً كتابياً إلى المصرف يحمل توقيعه يطلب فيه إجراء تحويلات نقدية إلى المصرف أو مكان آخر سواء في الداخل أو الخارج، ويرسل المصرف في هذه الحالة بياناً بالمبالغ التي يتم خصمها من الحساب تنفيذاً لذلك الأمر وهو ما يسمى بإشعار الخصم⁽²⁾.

⁽¹⁾ يابسي لباس، مرجع سبق ذكره، ص 148.

⁽²⁾ تامر توفيق عبد الله عوض، العلاقة بين عناصر الرقابة الداخلية وجودة الخدمات المصرفية، قدم هذا البحث استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في المحاسبة والتمويل من كلية التجارة في الجامعة الإسلامية - غزة - ، 1433 هـ - 2012 م، ص 57-58.

- 4- خدمات قبول الودائع المصرفية:** يقبل المصرف الودائع من عملائه ويصنفها من ناحية مدى قدرة المودع على سحبها إلى ودائع تحت الطلب وهي ما يطلق عليها اسم الحساب الجاري، والودائع لأجل التي تتسم بطابع الادخار، وودائع التوفير بحيث تسمح هذه الخدمة من تمكين الموفرين من السحب عليها متى شاؤوا أو ضمن شروط خاصة.
- 5- خدمات الأمانات:** وهي أشياء معينة يؤد أصحابها أن يحتفظوا بها ويتجنبوا مخاطر السرقة أو الضياع والحريق ونحو ذلك، فيودعونها لدى المصرف على أن يستردوها بعد ذلك بنفس مظهرها المادي، ويقوم المصرف بإعداد خزائن خاصة لهذا الغرض ويتقاضى لقاء ذلك أجرًا.
- 6- خدمات التحصيل:** تمارس المصارف تسوية الديون عن طريق المقاصة أو الترحيل في الحساب دون الحاجة إلى تداول كميات كبيرة من النقد وما يترتب عن ذلك من نقل وتكاليف وتعرض لمخاطر السرقة والضياع، وتتمثل التسويات التي تقوم بها المصارف في تحصيل الشيكات، وتحصيل الكمبيالات، والتحصيلات المستندية وقبول الشيكات لغرض الإيداع في الحساب.
- 7- خدمات تقديم القروض والتسهيلات:** تُقسّم القروض والتسهيلات المصرفية عادة إلى طويلة الأجل ومتوسطة الأجل وقصيرة الأجل، وتتخذ عمليات الإقراض هذه تارة صورة قرض عادي يتقدم العميل بطلبه إلى المصرف ويتسلم بموجبه مقدارًا محددًا من النقود، وتتخذ صورة فتح اعتماد ويقصد به وضع المصرف تحت تصرف عميله مبلغًا معينًا من النقود لمدة متجددة ويكون للعميل حق السحب منه⁽¹⁾.
- 8- البطاقات الائتمانية:** يمنح الأفراد بطاقات على شكل كارت مصنوع من البلاستيك مثبت عليه اسم الزبون ورقم حسابه ويمنح كذلك رقمًا سرّيًا يستعمله عند السحب من الصراف الآلي، وتقدم هذه البطاقات خدمات عديدة، حيث يمكن استخدامها في المحلات التجارية لتسديد قيمة المشتريات مما يوفر على الزبون عملية حمل النقود وعدم وجود عملات صغيرة أو غيرها، وقد تصدر هذه البطاقات من مصرف واحد أو بالتنسيق بين مجموعة من المصارف وتستعمل على نطاق الدولة ويمكن استخدامها بالخارج.
- 9- الإتجار في الأوراق المالية:** يستطيع أي مصرف أن يستثمر في الأوراق المالية بشرائه لها بسعر محدد على أن يبيعهها بسعر مطلوب والفرق بين السعيرين هو هامش الربح الذي حققه.
- 10- إدارة محافظ الاستثمارات لعملائه:** (عمليات البيع والشراء للأسهم والسندات) التي يملكها المودع وتحصيل الأرباح المترتبة عليها⁽²⁾.

⁽¹⁾ تامر توفيق عبد الله عوض، مرجع سبق ذكره، ص 58.

⁽²⁾ أمجد عقيل مسلم، أكرم رياض صاحب، علاقة جودة الخدمات المصرفية بتحقيق رضا الزبون، جزء من متطلبات نيل شهادة البكالوريوس، تخصص إدارة أعمال، جامعة القادسية، 1438 هـ - 2017 م، ص 9.

⁽³⁾ عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، ط1، مصر، 1999، ص 174.

المطلب الثالث: دورة حياة الخدمة المصرفية.

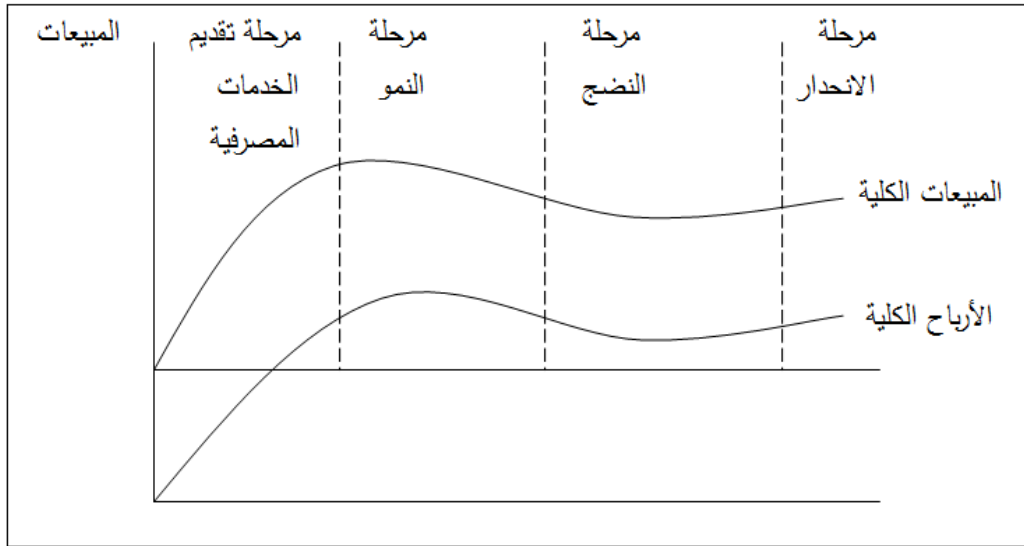
مثلاً لكل كائن حي دورة حياة مرتبطة بنطاق زمني محدد، يبدأ ولادته إلى وفاته، فإن للخدمة المصرفية دورة حياة تبدأ بتقديمها إلى السوق وتنتهي بانحدارها وزوالها أو إعادة تقديمها إلى السوق بهد تطورها.

يُعبّر مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية عن التطور في حجم التعامل بها عبر الزمن، أي التاريخ البيعي للخدمة المصرفية وبذلك تُعتبر أداة مساعدة في التعريف على الإستراتيجية التسويقية الملائمة لكل مرحلة من هذه المراحل وكذلك الفرص التسويقية لتقديم خدمات مصرفية جديدة.

1- مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية:

تمرّ الخدمات المصرفية خلال حياتها بنفس المراحل التي تمر بها دورة حياة أي منتج أو خدمة أخرى، وبشكل عام فإنّ الخدمة المصرفية تمرّ بأربعة مراحل هي: مرحلة التقديم، النمو، النضج، الانحدار؛ حيث ترتبط المراحل بحجم مبيعات الخدمة أو الأرباح المحققة الناتجة عنها⁽¹⁾.

- الشكل رقم (5): دورة حياة الخدمات المصرفية.



المصدر: عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، ط1،

مصر، 1999، ص 174.¹

أ- مرحلة التقديم:

تبدأ هذه المرحلة من الوقت الذي تقدّم فيه هذه الخدمة المصرفية إلى السوق، وعادة ما تستغرق وقتاً طويلاً، كما أن وقت تنفيذ هذه المرحلة وحسن اختيارها يعتبر بعداً استراتيجياً في نجاح الخدمة

⁽¹⁾ عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، ط1، مصر، 1999، ص 174.

المصرفية واستمرارها، تتميز هذه المرحلة بانخفاض نسبي في حجم التعامل بالخدمة وبالتالي المبيعات، ويرجع ذلك إلى ارتفاع تكاليف المنتج المقدم خاصة من ناحية التوزيع والترويج⁽¹⁾.

ب- مرحلة النمو:

تُعتبر هذه المرحلة من أهم المراحل في دورة حياة الخدمة المصرفية، وتتميز هذه المرحلة بزيادة الطلب ونموه على الخدمة، وتستمر هذه المرحلة مادام حجم التعامل بالخدمة لم يصل إلى أعلى مستوياته الموضوعية أو المحددة من طرف البنك، وهناك مؤشرات دالة على الخدمة ما زادت في مرحلة النمو وهي:

- التزايد في معدلات نمو حجم المبيعات المبيعات والأرباح.

- اشتداد حدة التنافسية بين البنوك.

- تحسين جودة الخدمة.

ج- مرحلة النضج:

تتميز هذه المرحلة باشتداد المنافسة بين البنوك ولهذا فإن أية إستراتيجية تسويقية يتبناها المصرف في هذه المرحلة يجب أن تركز على محورين رئيسيين هما:

- أسعار منخفضة لإغراء الجمهور واستمالة رغباتهم.

- ترويج كثيف يتم من خلاله تأكيد المكانة التنافسية للبنك وإبراز الميزة النسبية فيما يقدمه من خدمات.

د- مرحلة الانحدار:

تسمى أيضا بمرحلة التدهور وفيها يقل الطلب على الخدمة وذلك لعدة أسباب، فقد تكون الخدمة قد أصبحت لا تلبي حاجات ورغبات الزبائن أو ظهور خدمات مصرفية ذات منافع أكثر وأكثر انسجاماً مع حاجات ورغبات الأفراد الأمر الذي يدفع البنك إلى تعديل الخدمة أو حذفها وإدراج خدمات جديدة تلبي احتياجات العملاء⁽²⁾.

2- خصائص مراحل حياة الخدمة المصرفية:

أ- مرحلة التقديم: ومدتها قصيرة جداً، وتكون فيها الخدمات المصرفية الأساسية وهي مرحلة النمو.

ب- مرحلة النمو: وتكون مدتها مرتبطة بخصائص الخدمة المصرفية المقدمة ويرد فعل المنافسين، ويعتمد البنك إطالة مدتها ما دامت تحقق زيادة في المبيعات وبالتالي الأرباح.

⁽¹⁾ ناجي معلا، الأصول المعرفية للتسويق المصرفي، دار وائل للنشر والتوزيع، ط3، 2007، ص 71.

⁽²⁾ عوض بدير الحداد، مرجع سبق ذكره، ص174.

ج- **مرحلة النضج:** وتكون مدّتها طويلة نسبياً، حيث تكون الخدمة المصرفية أكثر شهرة، واستقرار في حجم التعامل بها، وبالتالي تعمل البنوك في هذه الفترة على الحفاظ على حصتها السوقية وذلك لقلة الطلب على هذه الخدمة.

د- **مرحلة الانحدار:** تكون مدّتها قصيرة نسبياً، تتقدم فيها الخدمة المصرفية ممّا يتوجب على إدارة التسويق بالبنك إقصائها من المزيج الخدمي أو القيام بإضافة تغيّرات عليها وإعادة طرحها في السوق⁽¹⁾.

المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول جودة الخدمات المصرفية.

إنّ تشابه الخدمات المصرفية وبلوغها مرحلة النضج جعل المنافسة بين المصارف تتركز على أنواع الخدمات المقدّمة فقط بل على جودتها وأصبح العملاء يختارون التعامل مع المصارف ليس لمجرد المزايا الترويجية فقط وإنّما لما تتّصف به من قيم رمزية يبحث عنها العميل، وتشكل بالنسبة له جودة أفضل.

ونرى من المفيد استعراض بعض المفاهيم الخاصة بتعريف الجودة بصورة عامة كمدخل لتوضيح تعريف ومفهوم جودة الخدمة المصرفية.

أولاً- تعريف الجودة:

كثيرة هي التعاريف التي وضعها معلمو الجودة للتعبير عن هذا الجهد المميّز في مجال الصناعة العالمية والتي تكشف النقاب عن حقيقة الجودة بمنظور معاصر فمن التعاريف التي وردت بهذا الصّدّد:

- الجودة: تعني المطابقة (conforming) للمعايير والمواصفة للمنتج أو الخدمة؛
- الجودة: تعني مواءمة (fitness) المنتج الخدمة للغرض الذي صممت من أجله؛
- الجودة: تعني قدرة المنتج على تلبية احتياجات وتوقعات الزبون؛
- الجودة: تعني المواصفة التي تعيّن فقط من قبل الزبون وهو من يحدّد خصائصها؛
- الجودة: تعني عدم الانحراف عن المقياس المصمّم وفق الخصائص المطلوبة؛
- الجودة: تعني رضا الزبون.

وعلى الرغم من أن هذه التعاريف تعطي معاني مغايرة في كلّ واحدة منها، ذلك لأنّها تعكس التّطور الفكري لمفهوم الجودة عبر التاريخ⁽²⁾.

⁽¹⁾ ناجي معلا، مرجع سبق ذكره، ص 73.

⁽²⁾ سوسن جاسم محمد، تأثير إدارة التغيير على إعادة الهيكلة التنظيمية، منظور استراتيجي، مجلة منصور، كلية المنصور الجامعة، العدد 20،

2013، ص 84.

كما برزت العديد من التعريفات الشائعة والمتعددة للجودة كما تظهر في الجدول التالي⁽¹⁾:

- الجدول رقم (1): تعريف الجودة

| التعريف | الدراسة التي تناولته |
|---|---|
| الصفات والخصائص للسلعة أو الخدمة التي تؤدي إلى قدرتها على تحقيق رغبات معلنة أو متوقعة. | السلمي (1995)، Kotler&Keller (2012), British standarsinstitute (1991) |
| هي المحدد الأول لرضا الزبون وتتمثل في تقييم السوق (المقدم إليه الخدمة) لتجربة الاستهلاك الأخيرة، ويتوقع أن يكون لها تأثير مباشر وإيجابي على رضا الزبون. | (حسان 2014) |
| الجودة هي القدرة على مطابقة لمواصفات ولتطلبات الزبائن | Deming (1986), Crosby (1984), الطافي وقداة (2008) |
| هي الملائمة للاستعمال المنتج يلبي احتياجات العملاء وخالي من العيوب. | Juran (1989) |
| فالجودة هي انطباع المستهلك العام المتعلق بتفوق أو دونية المنظمة وخدماتها. | Binter, Booms & Mohr (1994) |
| المقارنة بين أداء الخدمات والتوقع على طول أبعاد الجودة. | Parasuraman, Zeithamland Berry (1985) |
| شكل من أشكال الموقف يمثل التقييم الشامل على المدى الطويل. | Cronin and Taylor (1994) |

المصدر: فوزي فايز عودة أبوعكر، دور جودة الخدمات والصورة الذهنية والمنافع غير ملموسة في جودة العلاقة مع الأعضاء

المستفيدين، قدم هذا البحث استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، تخصص إدارة الأعمال، كلية التجارة في الجامعة الإسلامية - غزة، - 1437 هـ - 2016، ص 17.

⁽¹⁾ فوزي فايز عودة أبوعكر، مرجع سبق ذكره، ص 17.

ثانياً: تعريف جودة الخدمات المصرفية:

يُعدّ موضوع جودة الخدمة المصرفية من الموضوعات التي تصدرت اهتمامات الباحثين الأكاديميين، والممارسين على حد سواء، وقد نتج عن ذلك العديد من الدراسات التي عالجت الموضوع؛ فمن الدراسات ما انصب اهتمامها بالدرجة الأولى على وضع تعريف لجودة الخدمة وإيضاح مفهومها وذلك على النحو التالي:⁽¹⁾

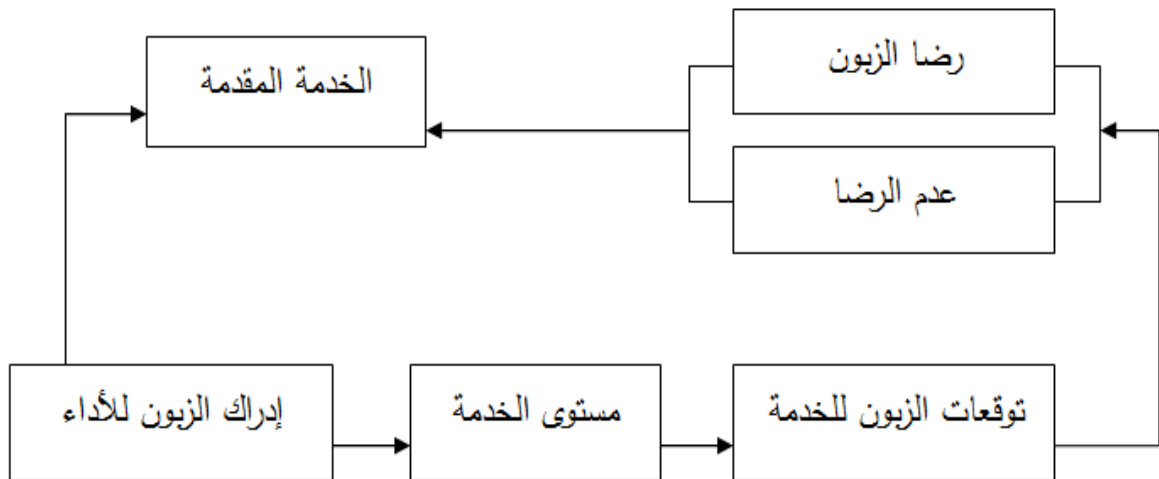
تعتبر جودة الخدمة من الأساسيات التي تسبق إرضاء العملاء، وفي المقابل فإن رضا العملاء يؤثر في قرار الشراء المستقبلي للعميل وإدراكه، كذلك فإن جودة الخدمة المصرفية تعتبر شرطاً أساسياً لإشباع رغبة العميل وللاحتفاظ به، ولعلّ الحفاظ على العميل له مردود ذو دلالة على ربحية البنك⁽²⁾.

كما عرّف Kotter جودة الخدمات أنها: "مجموعة من الخصائص التي لها القدرة على إشباع حاجات الزبائن عن طريق الخدمات المتوافقة مع توقعات الزبائن".

أمّا الباحث حداد فكان له هذا التعريف لجودة الخدمات حيث يبيّن أنه: "مقياس لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبون لهذه الخدمة، أو أنها الفرق بين توقعات الزبائن للخدمة وإدراكهم للأداء الفعلي لها، ممّا يساعد في كسب رضاهم وتقوية العلاقة بين المنظمة"⁽³⁾.

ويمكن توضيح مفهوم جودة الخدمات من خلال الشكل التالي :

- الشكل رقم (6): مفهوم جودة الخدمات



المصدر: بلال جاسم القيسي، مرجع سبق ذكره، ص 64.

⁽¹⁾ بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 3، 2013، جامعة حسينية بن بوعلي- الشلف- ، ص 255.

⁽²⁾ مصطفى عبد الرحمان، جودة الخدمات المصرفية، جريدة لوسيل، قطر، العدد 77، 21 يونيو 2017، ص 1.

⁽³⁾ بلال جاسم القيسي، تحقيق جودة الخدمات في ضوء إدارة علاقات الزبون، مجلة الدنانير، جامعة بغداد - الجامعة العراقية -، العدد الثاني، ص 63-64.

من خلال التعاريف السابقة ومن خلال الشكل يمكن أن نقول بأن مفهوم جودة الخدمات المصرفية هو عبارة عن مقارنة ما كان يتوقع الزبائن الحصول عليه، وما يحصلون عليه بعد الاستفادة من الخدمة، أي أنّ الزبون عندما يحصل على خدمات ذات جودة عالية، فإنّه سيكون غير راضٍ، وإذا حصل على أكثر ممّا يتوقع له، فإنّه سيكون سعيداً، وهذا يتعلّق بطبيعة الحال بجودة الخدمة المقدمة من طرف المصرف.

ثالثاً: أهمية جودة الخدمات المصرفية:

أكد Mark Jand et al. أنّ أهمية الجودة تكمن في:

- 1- خفض التكاليف.
- 2- تساعد على تحقيق حاجات ورغبات الزبائن.
- 3- تساهم في زيادة فاعلية وكفاءة المصارف الخاصة.
- 4- تساعد على استقرار ونمو المصارف الخاصة⁽¹⁾.

رابعاً: مزايا جودة الخدمات المصرفية.

ترتكز البنوك (المصارف) بالخصوص على جودة الخدمات المصرفية لما لها من مزايا وفوائد نذكر أهمها كما يلي:

- 1- تحقيق ميزة تنافسية فريدة من نوعها عن بقية البنوك وبالتالي مواجهة الضغوط التنافسية.
- 2- تحمل تكاليف أقل بسبب قلة الأخطاء في العمليات المصرفية.
- 3- الخدمة المصرفية المتميزة تتيح الفرصة لبيع خدمات مصرفية إضافية.
- 4- تمكن جودة الخدمة المصرفية من جعل العملاء بمثابة مندوبي بيع للبنك في توجيه وإقناع عملاء جدد من الأصدقاء والزعماء.
- 5- تؤثر جودة الخدمة المصرفية بشكل مباشر على ربحية المصرف وذلك من خلال بناء صورة ذهنية مدركة وتحقيق رضا العميل⁽²⁾.

المطلب الثاني: مستويات وأبعاد جودة الخدمات المصرفية

أولاً: مستويات جودة الخدمات المصرفية:

⁽¹⁾ فرح علي جسام، تأثير تكنولوجيا المعلومات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية، تخصص قسم إدارة أعمال، بغداد، مجلة دنانير، العدد الثامن، الجامعة بغداد - العراق، 2017، ص ص 36-37.

⁽²⁾ أحمد طرطار، سارة حليمي، جودة الخدمات المصرفية كآلية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك، مداخلة مقدمة للملتقى الدولي حول إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، جامعة منتوري قسنطينة، 2010، ص 8.

يمكن التمييز بين خمسة مستويات لجودة الخدمة المصرفية هي:

- 1- **الجودة المتوقعة من قبل العملاء:** وتتمثل في الجودة التي يرى العملاء وجوب وجودها.
- 2- **الجودة المدركة:** وهي ما تدركه إدارة المصرف في نوعية الخدمة التي يقدمها لعملائها والتي تعتقد أنها تشبع حاجاتهم ورغباتهم بمستوى عال.
- 3- **الجودة الفنية:** وهي الطريقة التي تؤدي بها الخدمة المصرفية من قبل موظفي المصرف والتي تخضع للمواصفات النوعية للخدمة المصرفية المتقدمة.
- 4- **الجودة الفعلية:** وهي التي تؤدي بها الخدمة وتعبّر عن مدى التوافق والقدرة في استخدام أساليب تقديم الخدمة بشكل جيد يرضي العملاء أي بعبارة أخرى كيف يرفع موظفي البنك من مستوى توقع العملاء للحصول على الخدمة المصرفية.
- 5- **الجودة المرجوة للعملاء:** أي مدى الرضا والقبول التي يمكن أن يحصل عليه المصرف من عملائه من تلقائهم لتلك الخدمات⁽¹⁾.

ثانياً: أبعاد جودة الخدمات المصرفية.

في دراسة أجراها (Parasuraman & Berry) في محاولة لوضع مقياس لجودة الخدمة واعتماداً على المقابلات التي أجروها مع أربعة أنواع مختلفة من مؤسسات تقديم الخدمة تمثلت في: خدمة التجزئة المصرفية، وبطاقات الائتمان، وصيانة المنتجات وإصلاحها، تجهيز الأوراق المالية، توصلت الدراسة إلى أنّ هناك عشرة أبعاد لجودة الخدمة تتمثل فيما يأتي:

- 1- **الاعتمادية (Reliability):** وتتمثل في ثبات الأداء، وقدرة المنظمة على تقديم الخدمة التي وعدت بها بشكل يمكن من الاعتماد عليها بطريقة صحيحة من المرة الأولى، ويضم هذا البعد الدقة في الحسابات، والحفاظ على سجلات صحيحة، وتقديم الخدمة في المواعيد المحددة.
- 2- **الاستجابة (Responsiveness):** وتتعلق بمدى رغبة مقدمي الخدمة واستعدادهم لتقديم خدمة فورية للعملاء وتشمل: الاستجابة الفورية لاحتياجات العملاء، والرّد الفوري على استفسارات العملاء، أو شكاويهم، وتقديم خدمة فورية مثل تحديد المواعيد بسرعة⁽²⁾.

⁽¹⁾ أحمد طرطار، مرجع سبق ذكره، ص8

⁽²⁾ رفاة لحوح، دراسة بعنوان أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في البنوك التجارية في مدينة نابلس، تخصص إدارة الأعمال، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، 2016، ص13.

- 3- **الكفاءة: (Competence)** وتعني امتلاك المهارات والمعارف المطلوبة لتقديم الخدمة وتتضمن معارف موظفي المكاتب الأمامية، ومهاراتهم، معارف موظفي الجهاز التنظيمي، قدرة المنظمة على إنجاز البحوث من أجل تقديم خدمات أفضل.
- 4- **الوصول إلى الخدمة: (Access)** ويتعلق الأمر بالقرب وسهولة الوصول إلى الخدمة أي ملائمة أوقات العمل، ملائمة مكان تقديم الخدمة الخ.
- 5- **المجاملة: (Courtesy)** وتشمل أدب موظفي المكاتب الأمامية للعملاء واحترامهم لهم وصداقتهم معهم، ويشمل مراعاة ظروف العملاء والتعاطف معهم، وحسن مظهر موظفي المكاتب الأمامية.
- 6- **الاتصال: (Communication)** ويقصد بهذا البعد أن يعمل موظفو المنظمة على جعل العملاء على علم دوماً بخصائص الخدمة، وكيفية الحصول عليها عن طريق مخاطبتهم باللغة التي يستطيعون فهمها، ويتضمن هذا البعد، شرح الخدمة نفسها للعملاء، وتوضيح تكلفة الخدمة، وتوضيح المفاضلة بين الخدمة والتكلفة، وطمأنة العميل على إمكانية حل مشكلة ما.
- 7- **المصداقية: (Credibility)** وتعبّر عن الثقة والصدق والأمانة فهي تعني جعل خدمة من أهم أولويات المنظمة، ويتضمن بعد المصداقية الثقة في الخصائص الشخصية لموظفي المكاتب الأمامية ودرجة الصعوبة في البيع أثناء التفاعل مع العملاء .
- 8- **الأمان: (Security)** ويعني الخلو من الخطر والمخاطرة والشك ويتضمن هذا البعد الأمن المالي، والمحافظة على سرية تعاملات العميل مع المنظمة.
- 9- **فهم/ معرفة العميل: (Understanding/ Knowing the customer)** ويتعلق هذا البعد ببذل جهد من أجل فهم حاجات العميل، وذلك عن طريق معرفة حاجات العملاء بدقة وتقديم اهتمام فردي لكل عميل، ومعرفة العملاء الدائمين للمنظمة.
- 10- **الجوانب المادية الملموسة: (Tangibles)** وتشير إلى الدلائل المادية التابعة لمنظمة الخدمة، ويشمل هذا البعد التسهيلات المادية، ومظهر الموظفين في منظمة الخدمة، والأدوات والتجهيزات المستخدمة في تقديم الخدمة، والصورة المادية للخدمة مثل: البطاقة البلاستيكية أو كشوفات البنك، والعملاء الآخرون في منظمة الخدمة ⁽¹⁾.

⁽¹⁾ سامر فهد سليمان الرياضي، أثر أبعاد جودة الخدمات المصرفية على رضا الزبون في البنك العربي، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، تخصص تسويق، جامعة الزرقاء، 2016، ص ص 16-17.

وفي دراسة لاحقة للباحثين أنفسهم عام 1988، توصلوا إلى إمكانية دمج الأبعاد العشرة السابقة في خمسة أبعاد والتي أصبحت كالتالي⁽¹⁾:

1- **الجوانب المادية الملموسة: (Tangibles)** وهي متعلقة بالخدمة مثل جاهزية مباني المصارف، والتقنيات الحديثة المستخدمة فيه، والتسهيلات الداخلية للأبنية، والتجهيزات اللازمة لتقديم الخدمة وكذلك مظهر الموظفين.

2- **الاعتمادية: (Reliability)** وتعني قدرة المنظمة في مساعدة العملاء وتقديم خدمة فورية.

3- **الاستجابة: (Responsiveness)** وتعني الرغبة في مساعدة العملاء، وتقديم خدمة فورية.

4- **الأمان: (Security)** ويعني معرفة العاملين ومجاملتهم وقدرتهم على جعل العميل يحس بالثقة والأمان.

5- **التعاطف: (Empathy)** ويعني مستوى العناية والاهتمام الشخصي الذي تقدمه المنظمة لعملائها⁽²⁾.

المطلب الثالث: نماذج قياس جودة الخدمات المصرفية.

تسعى البنوك من أجل كسب رضا وولاء العملاء بصفة دائمة إلى التحسين المستمر في جودة خدماتها ويكون ذلك من خلال تشخيص وتقييم الوضع الحالي لجودة الخدمة المقدمة حتى تقرر ما يجب القيام به من تحسين، وتشير الدراسات إلى أنّ هناك ثلاث مداخل لقياس جودة الخدمة تتمثل فيما يلي:

1- **مقياس جودة الخدمات من منظور العملاء:** تضم خمسة مقاييس كما يلي:

أ- **مقياس عدد الشكاوي (Complaints):** يمكن هذا المقياس المصارف من اتخاذ الإجراءات المناسبة لتجنب الشكاوي التي يتقدم بها العملاء خلال فترة زمنية معينة والتي تعبّر على أن الخدمات المقدمة دون المستوى أولاً تتناسب مع إدراكهم والعمل على تحسين مستوى جودة هذه الخدمات.

ب- **مقياس الرضا (Measure on satisfaction):** يستخدم لقياس اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمات المقدّمة بعد حصولهم عليها وذلك عن طريق توجيه الأسئلة التي تكشف للمصارف طبيعة شعور العملاء نحو الخدمة المقدّمة لهم وجوانب القوة والضعف بها⁽³⁾.

⁽¹⁾ وسام محمد ناصر الكركي، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الإداريين، قدمت هذه الرسالة لنيل شهادة الماجستير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الخليل، 1431 هـ - 2010 م، ص 23.

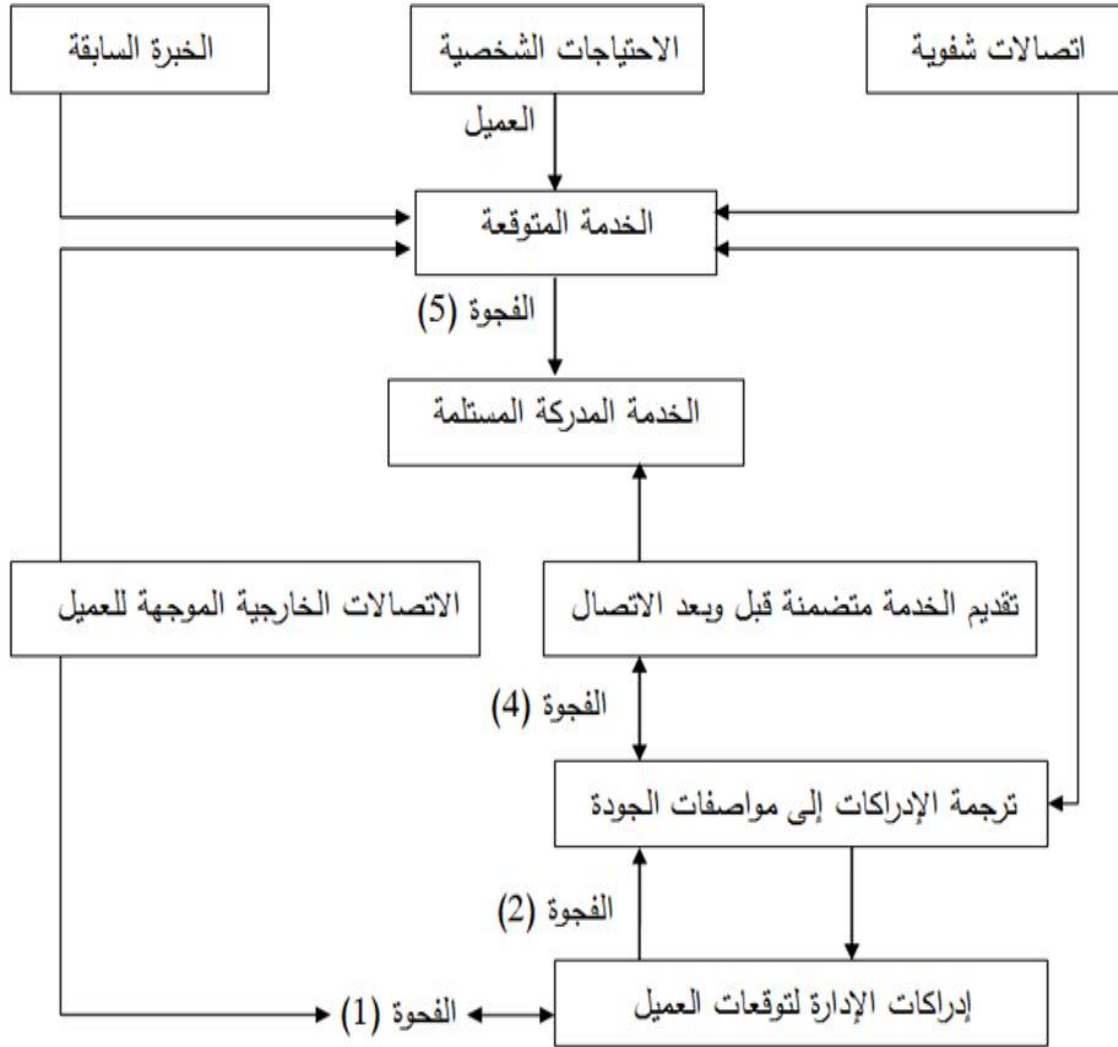
⁽²⁾ سامر فهد سليمان الرياضي، مرجع سبق ذكره، ص 19.

⁽³⁾ صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر جودة الخدمة المصرفية الالكترونية على رضا الزبائن، قدمت هذه الرسالة إستكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، 2016، ص 38-39.

- ج- مقياس الفجوة (Measureserqual): تنسب أول محاولة لقياس وتقييم جودة الخدمة إلى الباحثين ParasuramanBerryzeitham & ويستفيد هذا النموذج على توقعات العملاء لمستوى الخدمة المقدّمة وعلى إدراكهم لمستوى الأداء الفعلي للخدمة المقدّمة لهم، وقبل عن مقياس الفجوة يجب تعريف كل من:
- توقعات العميل: وهي معايير أو النقطة المرجعية للأداء الناتجة عن خبرات التعامل مع الخدمة والتي إلى حد ما تصاغ في شروط ما يعتقد العميل أن تكون في الخدمة أو سوف يحصل عليها.
 - إدراكات العميل: وهي النقطة التي يدرك بها العميل فعليا الخدمة كما قدّمت له.
- وذلك لقياس خمس فجوات هامة تتعلق بكل من منظمة الخدمة، والعميل، أو بالاثنتين معا، وهي كما يلي:
- * الفجوة الأولى: وتنتج عن الاختلاف بين توقعات العملاء لمستوى الخدمة وإدراك إدارة المنظمة لتلك التوقعات، فقد لا تدرك إدارة المنظمة بدقة رغبات العملاء وكيفية حكمهم على مكونات الخدمة إمّا لأن المعلومات التي لدينا خاطئة أو أنّه تم تفسيرها بصورة غير صحيحة.
 - * الفجوة الثانية: وتنتج عن الاختلاف بين إدراكات إدارة المصرف لتوقعات العملاء، ومواصفات جودة الخدمة الموضوعية بمعنى أنّه حتى ولو كانت حاجات العملاء المتوقعة بالنسبة للإدارة، فإنّه لا يمكن ترجمتها إلى مواصفات محدّدة في الخدمة المقدّمة.
 - * الفجوة الثالثة: وتشير إلى عدم وجود تطابق بين مواصفات جودة الخدمة الموضوعية ومواصفات التسليم الفعلي للخدمة.
 - * الفجوة الرابعة: وتنتج عن الاختلاف بين مواصفات التسليم الفعلي للخدمة والخدمة المرجوة .
 - * الفجوة الخامسة: وتظهر في الاختلاف بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة، أي أن الخدمة المتوقعة لا تتطابق مع الخدمة الفعلية ⁽¹⁾.

⁽¹⁾ صلاح الدين مفتاح سعد الباهي مرجع سبق ذكره، ص 40.

- الشكل رقم (7): نموذج مفاهيمي لجودة الخدمة (نموذج تحليل الفجوات)



المصدر: صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، مرجع سبق ذكره، ص40.

د- مقياس الأداء الفعلي: ينسب هذا النموذج إلى كل من الباحثين Cronin et Taylor وقد جاء هذا النموذج نتيجة للانتقادات التي وجهت من طرفهم إلى نموذج الفجوات إذ يفرض هذا النموذج فكرة الفجوة بين إدراكات العميل وتوقعاتهم ويركز على تقييم الأداء الفعلي للخدمة المقدمة للعميل، أي التركيز على إدراك العملاء للأداء الفعلي للخدمة المقدمة.

و- مقياس القيمة: تقوم الفكرة الأساسية لهذا المقياس على أنّ القيمة التي تقدّمها منظمة الخدمة للعملاء تعتمد على المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة من جانبي العميل والتكلفة للحصول على هذه الخدمات⁽¹⁾.

⁽¹⁾ قاسم نايف علوان المحياوي، إدارة الجودة في الخدمات مفاهيم وعمليات و تطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر و لتوزيع و التوزيع، عمان الأردن، 2006، صص 107-108.

2- قياس الجودة المهنية: يتناول هذا النموذج قدرة البنوك على الوفاء بخدماتها المتنوعة من خلال الاستخدام الأمثل للموارد ويشتمل ثلاثة مقاييس تتمثل في:

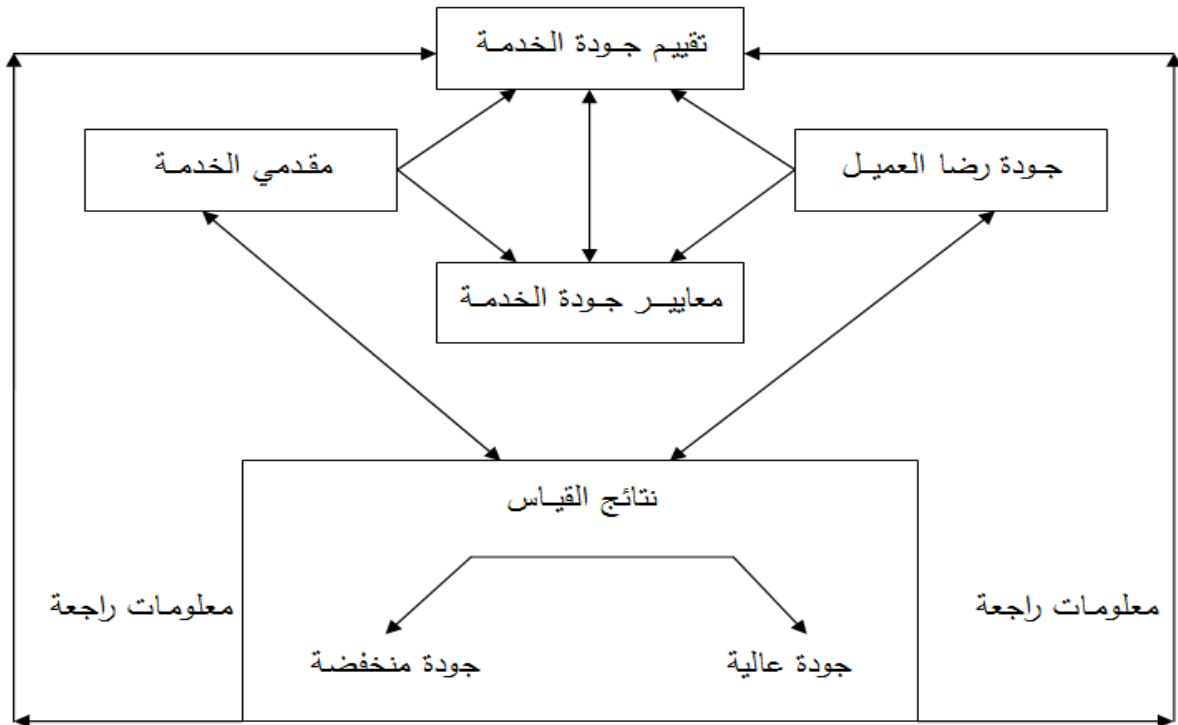
أ- قياس الجودة بدلالة العمليات: يركز هذا المقياس على المراحل المختلفة لتقديم الخدمة المطلوبة والتي يتم على أساسها تصنيف الخدمات كخدمات جيّدة .

ب- قياس الجودة بدلالة المدخلات: يستند هذا المقياس على اعتبار المدخلات جوهر الخدمة وجودتها وتتمثل هذه المدخلات في التجهيزات والمعدات، كفاءة العاملين الأهداف المحددة الواضحة والعميل المستفيد لتلقي الخدمة وغيرها.

ج- قياس جودة المخرجات: يتعلّق هذا المقياس بإنجاز أو عدم الإنجاز للنتائج النهائية من الخدمة التي يسعى إليها.

3- قياس الجودة من المنظور الشامل: رغم ما أسهمت به كل المقاييس السابقة من تقدّم في قياس الجودة وتقييمها إلاّ أنّها يغلب عليها الطابع الجزئي، ممّا أدّى إلى إبراز ضرورة قياس جودة الخدمة وتقييمها بطريقة شاملة أي من وجهة نظر كلاً من العميل ومقدّم الخدمة (المصرف) ⁽¹⁾ .

- شكل رقم (8): نموذج قياس جودة الخدمة وتقييمها من وجهة نظر مقدّم الخدمة.



المصدر: قاسم نايف علوان المحياوي، مرجع سبق ذكره، ص108

⁽¹⁾ قاسم نايف علوان المحياوي، مرجع سبق ذكره، صص 107-108.

المبحث الثالث: التطور التكنولوجي في العمل المصرفي.

يعيش عالمنا اليوم تقدماً في كل المجالات ويُعدّ التقدّم التكنولوجي من أبرز المجالات التي شهدت التطور، أدّت في مجال المصارف فقد أدّى التطور التكنولوجي إلى التوسّع الكبير في استخدام أجهزة الإعلام الآلي حيث أدّى إلى السرعة في تقديم الخدمات وتقليل الأعباء والبيروقراطية وتوفير الوقت لكل من العملاء والعاملين في المصارف، وقد أدّى هذا أيضاً إلى مواكبة التزايد الكبير في حجم المعاملات المالية، وإمكانية حصول العميل على الخدمات المطلوبة في أيّ فرع من فروع المصرف في أيّ منطقة من المناطق داخل الدولة دون الحاجة إلى الاتصال بالفرع الذي قام العميل بفتح الحساب فيه.

المطلب الأول: مراحل التطور التكنولوجي في العمل المصرفي.

حصل في العمل المصرفي بين 1950 و 1970 ثلاث تطورات مهمّة ابتدأت بإدخال المحترفين إلى العمل المصرفي أعقاب نهاية الحرب العالمية الأولى عام 1914 ومن ثم دخول ثقافة تسويق وبيع ثم مرحلة تأمين التكنولوجيا المتقدّمة، ولقد مرّ استخدام التكنولوجيا من قبل المصارف بستّة مراحل:

1- مرحلة الدخول:

هي المرحلة التي دخلت التكنولوجيا إلى أعمال المصارف بغرض إيجاد حلول للأعمال المكتبية حيث بدأ الأخصائيون في شؤون التكنولوجيا يدخلون إلى المصارف لإيجاد الحلول التكنولوجية لمشاكل الأعمال المصرفية الخلفية مثل مشكلات التأخير في إعداد التقارير المالية والمحاسبية.

2- مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا:

هي المرحلة التي بدأت بتعميم الوعي بالتكنولوجيا على كافة العاملين بالمصرف من خلال برامج تدريب تغلب عليها التقنية على حساب المعرفة بالأعمال، وكانت مرحلة تحضير أوسع لدخول التكنولوجيا وتميّزت هذه المرحلة بعدم وجود تدخّل مباشر من قبل الإدارة الوسطى والعليا.

3- مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات العملاء:

تميّزت هذه المرحلة بالتكاليف العالية حيث بدأ الاهتمام من الإدارات العليا بالتكنولوجيا، وجاءت هذه المرحلة كنقطة تحوّل بالنسبة للمصارف من التقليدية إلى الحديثة بدخول تكنولوجيا الاتصال والمعلومات أصبحت درجة سرعة أداء الخدمات عالية جداً ممّا بدأ الاهتمام بإدارة التكنولوجيا كأداة لتطور عمل البنوك وبالتالي زيادة ربحيتها⁽¹⁾.

⁽¹⁾ ناظم محمد النوري الشمري، عبد الفتاح عبد اللات، الصيرفة الالكترونية الأدوات ومعوقات التوسع، دار وائل للنشر، عمان، دون سنة نشر، ص 24-25.

4- مرحلة ضبط أو سيطرة على التكاليف:

هي مرحلة ضبط الاستثمار في التكنولوجيا وعمدت الإدارات إلى الاستعانة بالأخصائيين والاستثماريين في شؤون التكنولوجيا لمساعدتهم في ضبط التكاليف نظرا لتكلفتها العالية.

5- مرحلة اعتبار التكنولوجيا أصلاً كباقي أصول المصارف: حيث تتمثل في كل الأجهزة الالكترونية والتقنيات المتطورة من إعلام آلي وشبكات الانترنت المتطورة وكلها تُعدّ أصلاً من أصول المصارف وبالتالي يجب أن يجني هذا الأصل مردوداً كباقي الأصول وهنا ابتدأت مرحلة إدارة التكنولوجيا.

6- مرحلة اعتبار التكنولوجيا عملاً ضمن أعمال المصارف:

هي المرحلة التي بدأت فيها الإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا والتي إرتكزت على تفعيل الإنتاجية على الصعيد الداخلي وتحسين الضبط على الصعيد العملي وتسويق التكنولوجيا على الصعيد الخارجي⁽¹⁾.

المطلب الثاني: جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

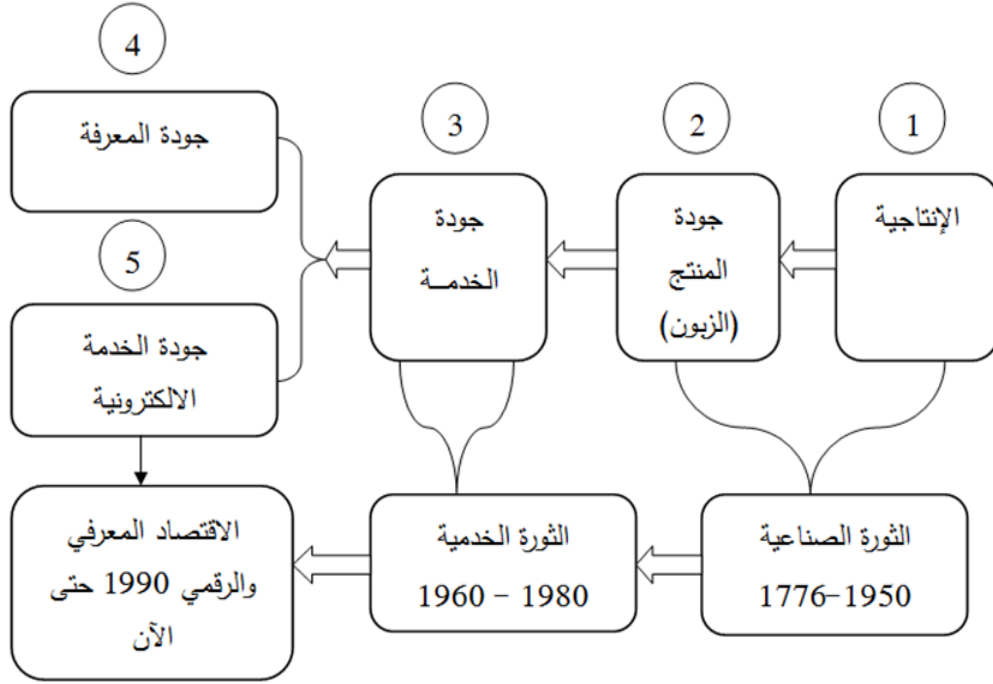
تُعرف الخدمة المصرفية الالكترونية على أنها كافة العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها من قبل المصارف والمؤسسات المالية بواسطة الوسائل الالكترونية أو الضوئية مثل: الهاتف، والحاسوب، والصراف الآلي، والانترنت، والتلفزيون الرقمي وغيرها، وإلى جانب العمليات التي يقوم بها مصدر البطاقات الإلكترونية وكافة المؤسسات التي تتعامل بالتحويلات النقدية إلكترونياً ومن هذه الخدمات المصرفية الصراف الآلي، الصيرفة عبر الانترنت، واستخدام نقاط البيع الالكترونية، الصيرفة عبر الهاتف الجوال، وخدمة مرسال، وغيرها من الأدوات.

إنّ جودة الخدمة المصرفية الالكترونية هي الشكل الأخير وربما الأرقى لتطور الخدمات التقليدية حيث يظهر جلياً أنّ التطور منذ التسعينات قد أخذ اتجاهين متداخلين هما: اتجاه التطور في جودة المعلومات والمعرفة، واتجاه الخدمات الالكترونية كما هو موضح بالشكل (10)⁽²⁾.

⁽¹⁾ ناظم محمد النوري الشمري، عبد الفتاح عبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص ص 24-25.

⁽²⁾ رمزي طلال حسن الردايدة، أثر جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في تقوية العلاقة بين المصرف والزبائن، قدمت هذه الرسالة إستكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الأعمال الإلكترونية، تخصص الأعمال الالكترونية، جامعة الشرق الأوسط، عمان-، 2011، ص ص 21-22.

- الشكل رقم (9): التطور نحو جودة المعرفة وجودة الخدمة الالكترونية.



المصدر: رمزي طلال حسن الردايد، مرجع سبق ذكره، ص 22.

وتؤكد الأبحاث العالمية أهمية الاستثمار في الخدمات المصرفية المرتكزة على التكنولوجيا الحديثة، إذ تظهر التوقعات أن نصيب الفروع من الخدمات المصرفية سيتراجع بعد أن تأخذ مكانها أجهزة الصراف الآلي، والبنك الناطق، والبنك الخليوي، وبنوك الانترنت ونقاط البيع، وأدوات التحويل الالكتروني للأموال، والبنك الآلي وغيرها والتي ستصبح القنوات الرئيسية لخدمة العملاء.

وتشير الاتجاهات الحديثة إلى تفضيل العملاء للخدمة الذاتية لإدارة أنشطتهم المالية، وبالتالي فإن المصارف التي لا تتوافر لديها التكنولوجيا الكافية والمتطورة التي تمكنها من تطوير إستراتيجية قائمة على الخدمة الذاتية للتعامل ستواجه بلا شك نتائج سلبية تنعكس على بقائها واستمرارها في السوق المصرفي.

إن عملية تقديم الخدمة تتم بتفاعل مع الزبون لذلك فإن البعد الفني للجودة لا يشكل الجودة الكلية التي يدركها الزبون لما يحصل عليه وإنما يتأثر بالطريقة التي يتم فيها نقل الجودة الفنية إليه وظيفيًا، فالزبون لا يهتم فقط بما حصل عليه كنتائج لعملية الخدمة ولكنه يهتم بعملية تقديم الخدمة نفسها.

وهذا أدى إلى تقليل المنافسة بين المصارف بشأن أنواع الخدمات المقدمة ومن هنا برز مفهوم جودة الخدمة المصرفية كواحد من أهم المجالات التي يمكن أن تتنافس البنوك فيما بينها من خلالها⁽¹⁾.

⁽¹⁾ رمزي طلال حسن الردايدة، مرجع سبق ذكره، ص 23.

وهذا يعني أن توجه عملاء المصارف في طلب الخدمات المصرفية ليس فقط لمجرد المضامين التسويقية التي يحصل عليها من تلك الخدمة وإنما لما تتّصف به تلك المضامين من قيم رمزية يبحث عنها العميل وتشكّل بالنسبة له جودة أفضل من وجهة نظره، وضمن هذا السياق ظهرت مفاهيم مثل خدمة العملاء، التعاطف مع العملاء، سرعة الانجاز، السرية المصرفية في التعامل، وأسلوب تقديم الخدمة الخ كمجالات للتمييز في تقديم الخدمات المصرفية وهو ما يشكّل مفهوما لجودة الخدمات المصرفية الالكترونية⁽¹⁾.

وفي الأخير يمكن القول بأنّ المصرف يمتاز بجودة الخدمة الالكترونية بدرجة عالية من الكفاءة و الوثيقة وذلك استناداً إلى رأي نجم أنّ الجودة الالكترونية لا بدّ أن تتوفر فيها مجموعة من المعايير مثل: السرعة في التنفيذ وأن لا يستغرق وقتاً كبيراً في طلب الخدمة وأن يكون نمط إدخال البيانات المطلوبة سهلاً بحيث لا يشعر المستخدم بالملل، وتجنّب حصول أي شكل من أشكال التأخير بسبب بطء التحميل أو الربط بالخادم ووجود مشاكل في التصميم، وينبغي أن تكون الخدمة الالكترونية متوافقة مع التقنيات الأخرى وأن تكون ذات موثوقية عالية⁽¹⁾.

المطلب الثالث: دور التكنولوجيا في الخدمات المصرفية.

يهدف كل المتعاملين مع المصارف إلى مواكبة التطورات والحصول على خدمات عصرية ومواكبة التّقدم التكنولوجي في هذا المجال، ولهذا تعمل المصارف على دمج التكنولوجيا في عملها المصرفي بهدف تحسين خدماتها المصرفية، ومن ثم الوصول إلى إشباع رغبات وتوقعات العملاء وتحقيق احتياجاتهم.

ويمكن إبراز دور التكنولوجيا في الخدمات المصرفية من خلال أربعة مستويات:

1- دور التكنولوجيا في زيادة سرعة تقديم الخدمة المصرفية:

إن حاجة الزبائن للحصول على الخدمات المصرفية بدون قيود زمانية أو مكانية تعتبر من أهم أولوياتهم، كما أنها تمثّل عاملاً مميّزاً للمصرف وأحد أسباب نجاحه، حيث كلما تمكن المصرف من زيادة سرعة تقديمه للخدمة المصرفية ساعده ذلك في معالجة عدّة مشاكل منها تقليل أو القضاء تماماً على طوابير الإنتظار وما لها من انعكاسات سلبية على مستوى أداء الخدمة ككل، كما تساعد على التقليل من تنقلات العملاء للحصول على الخدمة سهولة الحصول عليها.

⁽¹⁾ مؤمن عبد السميع حسن الحلبي، جودة الخدمات الالكترونية وأثرها على رضا المستخدمين، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، تخصص إدارة الأعمال، كلية التجارة في الجامعة الإسلامية - غزة-، 2017، ص ص 11-12.

2- دور التكنولوجيا في زيادة رغبة العملاء في الحصول على الخدمة المصرفية:

يعتبر تزايد رغبات العملاء في الحصول على خدمات مصرفية جديدة مقياساً لمدى ولائهم للمصرف ومن أهم دلائل رضاهم عن المنتج الخدمي المقدم لهم، لذلك تسعى كل المصارف لرفع مستوى رغبات عملائها وزيادة حاجتهم وتنوعها، فهي تبحث عن كل الأساليب التي تساعد على جذب العملاء ورفع رغبتهم في الحصول على خدماتها، ومن هذه الأساليب إدخال التكنولوجيا إلى مجال العمل المصرفي، حيث يمكن اعتبار استخدام هذه التكنولوجيا في تقديم الخدمة المصرفية كأداة تشجيع العملاء، وترفع من رغبتهم في الحصول على أكبر قدر من الخدمات المصرفية.

3- دور التكنولوجيا في تلبية متطلبات العملاء:

يعتبر العملاء مصدراً للتغيير الدائم والمستمر في المصرف نظراً للتغير المتواصل في حاجاتهم ورغباتهم باعتبارهم مقياس لمدى قوة المصرف ومكانته في السوق المصرفي، لذلك تعمل المصارف بشكل مستمر على تحديد احتياجات عملائها ومحاولة تلبيتها، من خلال محاولة معرفة توقعاتهم ومذركاتهم، وذلك عن طريق جمع أكبر قدر من المعلومات الخاصة بكل عميل، ويمكن للتكنولوجيا المساعدة في عملية الجمع والتنظيم لهذه المعلومات ومعالجتها للوصول في الأخير إلى تحقيق متطلبات واحتياجات العملاء و الوصول إلى الغاية و الهدف المنشود.

4- دور التكنولوجيا في تحقيق الأمان والثقة في الخدمة المصرفية:

من أساسيات نجاح المؤسسات بصفة عامة والمصارف بصفة خاصة أنها تعتمد بدرجة كبيرة على قدرتها على تحقيق الأرباح وزيادة حجم حصتها السوقية، ومقدار عملائها الحاليين والمستقبليين ويهتم هؤلاء العملاء بما يوفره المصرف من أمان في تعاملاته وثقة فيما يقدمه لهم وحماية لخصوصيتهم وسرية المعلومات المتبادلة معه، حيث تعتبر المعلومات من أهم دعائم عمل التكنولوجيا في تحقيق الأمان في الخدمة المصرفية المقدمة وكسب ثقة العملاء وتحقيق ولائهم الدائم للمصرف.

خلاصة الفصل الثاني:

تناولنا في هذا الفصل أهم الجوانب النظرية للخدمة المصرفية وخصائصها وأهم أنواعها وكذا دورة حياتها عبر الزمن، كما تطرقت لجودة الخدمة المصرفية وأهميتها ومزاياها وكذا مستوياتها وأبعادها وأساليب قياسها، وتوصلت إلى أنّ هناك عدّة أساليب لقياس جودة الخدمات المصرفية، لكن أكثرها اعتماداً هو نموذج الفجوة، كما تعتبر الخدمات المصرفية الالكترونية إحدى المزايا لزيادة تنافسية البنك واكتساب زبائن جدد حيث ينبغي على البنوك تطوير خدماتها المصرفية الالكترونية من حين إلى آخر، وذلك لمواكبة توقعات احتياجات الزبائن.، وهذا ما سنتناوله احصائيا من خلال الدراسة الميدانية المجراة على موظفي بنك الفلاحة والتنمية المحلية - وكالات ميلة-



دراسة ميدانية على
مستوى عينة من
وكالات بنك الفلاحة
و التنمية
الريفية لولاية ميله



تمهيد:

إن التطور الإقتصادي لأي بلد مرتبط بتطور و إزدهار مؤسساته بمختلف أنواعها ومن بينها البنوك و التي تمثل أهم القطاعات الحيوية، حيث تعتبر الخدمة التي يقدمها هذا الأخير عامل أساسي في تطوير نشاطاته وبالتالي وجب عليها مواكبة التطورات التكنولوجية الراهنة، و لإثبات الدور الذي تلعبه التكنولوجيا في تطوير الخدمات البنكية إختارنا بنك الفلاحة والتنمية الريفية الذي يحتل المراكز الأولى في ترتيب البنوك التجارية، وعليه فسنحاول من خلال ذلك إجراء دراسة تطبيقية ميدانية في بنك الفلاحة و التنمية الريفية لولاية ميلة، بحيث يتناول هذا الفصل مدخل شامل لبنك الفلاحة و التنمية الريفية، والتطرق و إبراز كل من وكالتي بنك الفلاحة و التنمية الريفية "وكالة ميلة وكذا وكالة شلغوم العيد"، كما يتناول وصفا مفصلا للمنهجية و الإجراءات التي تمت في تقنين أدوات الدراسة و تطبيقاتها و إعتمادها في تنفيذ البحث، كما سيتم أيضا التطرق إلى وصف أفراد مجتمع الدراسة و عيناتها، وكذلك لأداة الدراسة المستخدمة (الاستبيان) وطرق إعدادها و محاورها فحص مصداقيتها و ثباتها، وأخيرا بيان الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل و مناقشة بيان دلالتها الإحصائية فرضيتها وذلك من خلال المباحث التي سنتطرق إليها.

المبحث الأول: تقديم عام لبنك الفلاحة وتنمية الريفية BADR

بنك الفلاحة وتنمية الريفية هو بنك تجاري عمومي شهد العديد من التقلبات وذلك في ظل الإصلاحات التي مر بها الجهاز المصرفي وفي هذا المبحث تطرقنا إلى نشأته ومراحل تطوره ومهامه وأهدافه التي يسعى إليها وكذا التعريف بالوكالة المعنية بدراسة وهيكلها التنظيمي وأنواع القروض التي تقدمها وشروط منحها.

المطلب الأول : نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية ومراحل تطوره

من خلال هذا المطلب سوف نتطرق إلى نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية ومراحل تطوره.

أولاً: نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR

بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR هو بنك عمومي أنشأ بموجب مرسوم الرئاسي رقم 106/82 الصادر في 17 جمادى الأولى/1402 هـ الموافق لـ 13 مارس 1982م والذي عدل بمرسوم 84-85 المؤرخ في 30 أبريل 1985 وقد أنشأ لتطوير القطاع الفلاحي وترقية العالم الريفي وذلك بإعادة هيكلة 140 وكالة للبنك الوطني الجزائري BNA.

بنك الفلاحة والتنمية الريفية شركة مساهمة ذات رأس مال قدره 3.300.000.000.00 دج الكائن مقرها¹ الرئيسي شارع العقيد عميروش بالجزائر العاصمة، حيث يتمتع بالاستقلال المالي ويعد تاجرا مع الغير. يتكون حاليا من 288 وكالة وحوالي 36 فرع منتشرة عبر أنحاء الوطن، وهو هيئة اقتصادية تقدم مختلف الخدمات، فبعد الإصلاحات و التوجه نحو اقتصاد السوق أصبح بنك البدر بنكا تجاريا شملا، ويعتبر من أهم البنوك في الجزائر باعتباره يمتلك أكبر شبكة، كما يشغل ما يفوق 700 عامل، ويحتل المرتبة 688 عالميا من بين 4100 بنك مصنف حسب مجلة قاموس البنوك⁽¹⁾.

ثانيا: مراحل تطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR

مر بنك الفلاحة والتنمية الريفية في مسيرة نشاطه بثلاث مراحل يمكن تقسيمها كتالي:

مرحلة ما بين 1982 - 1990:

كان هدف بنك الفلاحة وتنمية الريفية خلال الثماني سنوات الأولى من إنشائه هو فرض وجوده ضمن العالم الريفي بفتح العديد من الوكالات في المناطق ذات الصيغة الريفية، حيث أكتسب خلال هذه الفترة سمعة وكفاءة عالمية في ميدان تمويل القطاع الزراعي ، قطاع الصناعة الغذائية، والصناعة الميكانيكية، هذا

⁽¹⁾ معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

التخصص في مجال التمويل فرضته آلية الاقتصاد المخطط، الذي أقتضى تخصص كل بنك في تمويل قطاعات محددة.

مرحلة ما بين 1991-1999:

هذه المرحلة من أهم المراحل التي تميزت بإدخال تكنولوجيا إعلام آلي متطورة تهدف إلى تسهيل تداول العمليات البنكية وتعميمها عبر مختلف وكالات البنك، هذه المرحلة شهدت مايلي:

1991: وضع برمجيات (LOGICIEL SYBU) مع فروع المختلفة للقيام بالعمليات البنكية (تسيير القروض، تسيير عمليات الصندوق، تسيير المودعات، الفحص عن بعد لحسابات الزبائن)، إلى جانب تعميم استخدام الإعلام الآلي في كل العمليات الخارجية.

1993: إنهاء عملية إدخال الإعلام الآلي في جميع العمليات البنكية على مستوى كل شبكات البنك.

1994: بدء العمل بمنتج جديد يتمثل في بطاقة التسديد والسحب.

1996: إدخال عملية الفحص السلكي Télétraitement ، فحص وإنجاز العمليات المصرفية عن بعد وفي الوقت الحقيقي.

1998: بدء العمل ببطاقة السحب ما بين البنوك " CIB " Carte Inter Bancaire

ج. مرحلة ما بين 2000-2006 :

تميزت هذه المرحلة بوجود التدخل الفعلي و الفعال للبنوك العمومية لبعث نشاط جديد فيما يتعلق بمجالات الاستثمارات المربحة وجعل مستوى نشاطها ومستوى مردوديتها يساير قواعد اقتصاد السوق، ومن أهم النتائج التي حققها ما يلي:

2000: القيام بفحص دقيق لنقاط القوة والضعف إنجاز مخطط تسوية للبنك لمطابقة القيم الدولية.

2001: التطهير الحسابي والمالي، والعمل على تخفيف الإجراءات الإدارية والتقنية المتعلقة بملفات القرض.

2002: تعميم مفهوم بنك الجلوس والخدمات المشخصة على مستوى جميع وكالات البنك.

2003: إدخال نظام SYRAT وهو نظام تغطية الأرصدة عن طريق الفحص السلكي دون اللجوء إلى النقل المادي للقيم مما يسمح بتقليص فترات تغطية الصكوك والأوراق التجارية.

2004: تعميم استخدام الشبائيك الآلية للأوراق النقدية المرتبطة ببطاقات الدفع التي تشرف عليه شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك SATIM خاصة في المناطق التي تتميز بكثافة سكانية كبيرة⁽¹⁾.

⁽¹⁾ معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

2006: في ماي تم إدخال المقاصة الإلكترونية، وفي سبتمبر تم إدخال نظام جديد يعرف Tél de virements وذلك من أجل تحقيق الثقة والأمان والشفافية في التعاملات من جهة، ومحاربة الغش والاختلاسات من جهة أخرى⁽¹⁾.

المطلب الثاني: وظائف بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR

أولا : وظائف بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

- تماشيا مع القوانين والقواعد السارية المفعول في مجال النشاط المصرفي، فإن بنك الفلاحة والتنمية الريفية مكلف بالقيام بالوظائف التالية:
- وضع سياسة اتصال فعالة لتحقيق الأهداف المخططة من خلال:
 - العمل على مواجهة مخاطر الصرف على القروض الخارجية بصفة عقلانية.
 - تطوير مستوى هيئة الموظفين وإعطاء الأولوية لحاملي الشهادات.
 - إعطاء الدعم الإعلامي.
 - عرض المنتجات والخدمات الجديدة من خلال:
 - تصفية المشاكل المالية.
 - أخذ الضمانات الملائمة وتطبيقها ميدانيا.
 - تمويل التجارة الخارجية.
 - الاستقبال الجيد للزبائن واحترامهم والرد على طلباتهم بجدية.
 - تمويل المشاريع الداخلية في إطار تشغيل الشباب.
 - تطبيق الخطط والبرامج الداخلية وفق سياسة الحكومة وهذا ل:
 - تطوير الموارد والعمل على رفعها وتحسين تكاليفها .
 - الاستعمال الرشيد للإمكانيات التي تمنحها السوق المالية.
 - مسايرة التطور الحاصل في عالم المهنة المصرفية وتقنياتها⁽²⁾.

⁽¹⁾ معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

⁽²⁾ منتديات ستار تايمز ، دراسة حالة طلب قرض استغلال من بنك الفلاحة والتنمية الريفية، بتاريخ 20/05/2019، على الساعة 01:20 ،ملف قابل للطلاع على الموقع التالي:

المطلب الثالث : أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

من أهم الأهداف الرئيسية المسطرة من طرف البنك ما يلي:

- تنويع وتوسيع مجالات تدخل البنك كمؤسسة مصرفية شاملة.
- تحسين العلاقات مع العملاء.
- الضمان والأمان أي توفير الثقة، بين العميل والبنك.
- تحسين نوعية الخدمات المقدمة.
- وضع نظام لقياس ومراقبة المخاطر.
- استخدام أنظمة معلومات حديثة لإدارة المخاطر.
- الحصول على أكبر حصة من السوق.
- تطوير العمل المصرفي قصد تحقيق مردودية أكبر⁽¹⁾.

وبغية تحقيق تلك الأهداف استعان البنك بتنظيمات وهيكل داخلية ووسائل تقنية حديثة بلجؤه إلى صيانة وترميم ممتلكاته وتطوير أجهزة الإعلام الآلي، كما بذل القائمون على البنك مجهودات كبيرة لتأهيل موارده البشرية وترقية الاتصال داخل وخارج البنك، كما سعى البنك إلى التقرب أكثر من العملاء وذلك بتوفير مصالح تتكفل بمطالبهم، والتعرف على حاجاتهم ورغباتهم، وكان البنك يسعى لتحقيق هذه الأهداف بفضل قيامه بـ:

- رفع حجم الموارد بأقل تكلفة ممكنة وأعلى عائد عن طريق القروض المنتجة والمتنوعة واحترام القوانين.
- توسيع نشاطات البنك فيما يخص حجم التعاملات.
- التسيير الصارم لخزينة البنك سواء بالدينار أو بالعملة الصعبة⁽²⁾.

المبحث الثاني: المزيج الخدمي لبنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة ميلة "834"

بعد ما تحدثنا في المبحث الأول بشكل عام عن البدر، سأنتقل في المبحث الثاني إلى المزيج الخدمي لبنك الفلاحة و التنمية الريفية -لوكالة ميلة 834- التي أجريت فيها دراستي التطبيقية .

المطلب الأول : منتجات بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة ميلة "834":

و تتمثل أهم المنتجات فيما يلي:

⁽¹⁾ منتديات ستار تايمز ، دراسة حالة طلب قرض استغلال من بنك الفلاحة والتنمية الريفية، مرجع سبق ذكره.

⁽²⁾ معلومات مقدمة من طرف الوكالة.

الحساب الجاري: يكون مفتوحا للأشخاص الطبيعيين و المعنويين الذين يمارسون نشاطا تجاريا تجار .

حساب الشبكات (الصكوك): تكون مفتوحة لجميع الأفراد أو الجماعات التي لا تمارس أي نشاط تجاري.

دفتر التوفير: هو عبارة عن منتج بنكي يمكن الراغبين من ادخار أموالهم الفائضة عن حاجاتهم على أساس فوائد محددة من طرف البنك أو بدون فوائد محددة حسب رغبات المدخرين.

دفتر توفير الشباب: هو دفتر مخصص لمساعدة أبناء المدخرين للتمرس و التدريب على الادخار في بداية حياتهم الادخارية.

بطاقة بدر: هذه البطاقة موجهة لعملاء بنك الفلاحة و التنمية الريفية حيث تمكن من القيام بعمليات الدفع و السحب للأوراق النقدية عبر الموزعات الآلية للأوراق النقدية.

حساب الصندوق: عبارة عن تفويض لأجل و بعائد موجه للأشخاص العنويين و الطبيعيين.

الإيداعات لأجل: وهي وسيلة تسهل على الأشخاص الطبيعيين و المعنويين إيداع الأموال الفائضة عن حاجاتهم لآجال مختلفة محددة نسبة فوائد متغيرة من بنك لآخر.

حساب بالعملة الصعبة: وهو منتج يسمح بجعل نقود المدخرين بالعملة الصعبة متاحة في كل لحظة مقابل عائد حسب شروط البنك و الوكالة المستقبلية.

بطاقة ما بين البنوك: هي بطاقة ممغنطة تسمح لزبون البنك بسحب مقدار محدد من المال من الموزعات الآلية التابعة للبنك أو من الموزعات الآلية التابعة للبنوك التي وقعت على إصدار هذه البطاقة.

بطاقة السحب: وهي تسمح بسحب النقود من الموزعات الآلية التابعة لوكالات بنك الفلاحة و التنمية الريفية.

بدر الإستشارة: خدمة وضعت في متناول عملاء البنك، تسمح لهم أرصدهم بواسطة أرقام شخصية يمنحها البنك عن بعد فهي توفر على العملاء الذهاب إلى مقرات البنك للحصول على حركات أرصدهم.

الخدمات عن بعد: خدمة تسمح بفحص و إنجاز مختلف العمليات البنكية عن بعد و في وقت سريع، و خاصة بعد إدخال تقنية جديدة و التي تهدف إلى إرسال الشبكات بالصورة و في أقل وقت ممكن.

و قد قام البنك بطرح منتجات مالية جديدة في صورة قروض تتمثل في⁽¹⁾:

⁽¹⁾ معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

القروض الموجهة للإستهلاك: في بداية جوان 1999 تم إدخال هذا المنتج المالي الجديد إل السوق، من أجل مساعدة المواطنين أصحاب الدخل المحدود و الثابت على اقتناء منتجات الاستهلاك الدائمة بإشراف من البنك، و ذلك عن طريق اتفاقية يعقدها البنك مع الباعة الخواص في مدة تتراوح بين 12 إلى 36 شهرا.

القروض الموجهة للسكن: في نهاية التسعينات دخل هذا المنتج المالي الجديد إلى السوق، من أجل مساعدة المواطنين ذوي الدخل الثابتة في بناء ترميم، توسيع أو شراء سكنات فردية مقابل فترة تسديد تمتد على فترة 20 سنة بفوائد يتفق عليها المستفيد مع البنك، و تكون خاضعة للتعديل و التغيير.

القروض الإستثمارية: في بداية عام 2000 قام بنك الفلاحة و التنمية بعرض منتجات بنكية جديدة في شكل قروض استثمارية، موجهة إلى فئات معينة لتشجيعهم في حياتهم المهنية كقروض الإستثمار في القطاع الفلاحي، قروض الإستثمار في مجال الصيد البحري، قروض الإستثمار في القطاع الصحي (الأطباء و الصيادلة...الخ).

و استجابة لاحتياجات السوق فإن بنك الفلاحة و التنمية الريفية يسعى إلى عرض خدمات بنكية متنوعة من أهمها:

- توفير بطاقة دولية للصرف الآلي.
- خدمات بنكية عبر الإنترنت و الهاتف النقال.
- مشروع التوقيع على عقود مع المنظمات العالمية المصدرة للبطاقات الإنتمائية الدولية لاستخدام بطاقة ماستر كارد و فيزا كارد⁽¹⁾.

المطلب الثاني: خدمات بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة ميلة "834":

تظهر أهم هذه الخدمات في:

- فتح مختلف الحسابات للعملاء و تلخيص الصكوك بأمر المعني أو بأمر المعني.
- التحويلات البنكية.
- الخدمات المتعلقة بالدفع و التحصيل فيما يخص التعاملات الخارجية.
- خدمة كراء الخزائن الحديدية⁽²⁾.

⁽¹⁾ معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

⁽²⁾ معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

- خدمات البنك للمعاينة التي تمكن العملاء من معاينة و مراجعة التحويلات التي طرأت على أرصدتهم عبر إستعمال الأرقام الشخصية السرية لهم المعطاة من طرف البنك، من خلال إستعمال أجهزة الإعلام الآلي المتاحة.
- خدمات الفحص السلبي التي تسمح بخدمة أحسن لعملاء شبكة الفحص السلبي في تنفيذ العمليات التحويلية البنكية في الوقت الحقيقي.
- التأمين البنكي.
- خدمات البنك الإلكتروني.

و يستعمل بنك الفلاحة و التنمية الريفية عددا من وسائل الإعلان للتعريف بمنتجاته و خدماته البنكية المقدمة من طرف وكالاته و خاصة الخدمات الجديدة التي يتم إلحاقها بخدمات الوكالة، و تتمثل هذه الوسائل في:

مجلة البنك "أخبار بدر": وهي عبارة عن مجلة تصدر كل شهرين تتطرق لمختلف نشاطات البنك في تلك الفترة، يتم من خلالها التعريف بمختلف المنتجات و الخدمات البنكية، و هي ذات استعمال مزدوج حيث توجه الموظفين و الزبائن في نفس الوقت.

منشورات خاصة: وهي عبارة عن وسيلة لتعريف الجمهور و الزبائن بمختلف الخدمات البنكية، حيث يتم تقديم مثل هذه الوسائل إلى مختلف الوافدين إلى وكالات البنك.

الملصقات: وهي وسيلة تستخدم للتعريف بمنتجات البنك و خدماته عن طريق إلصاق لوحات لإشهارية بمحاذاة فروع البنك أو داخله كما تقوم الوكالة بتقديم رزنامات، حاملات مفاتيح، محافظ، مذكرات و التي تحمل شعار البنك، بالإضافة إلى أن الوكالة تستخدم موقع البنك على شبكة الإنترنت www.badr-bank.net كوسيلة من وسائل الإعلان للتعريف و عرض أهم المنتجات و الخدمات البنكية التي يتعامل فيها. و يستخدم البنك كذلك الوسائل السمعية البصرية كالتلفزيون و الراديو للتعريف بالخدمات خاصة الجديدة منها.

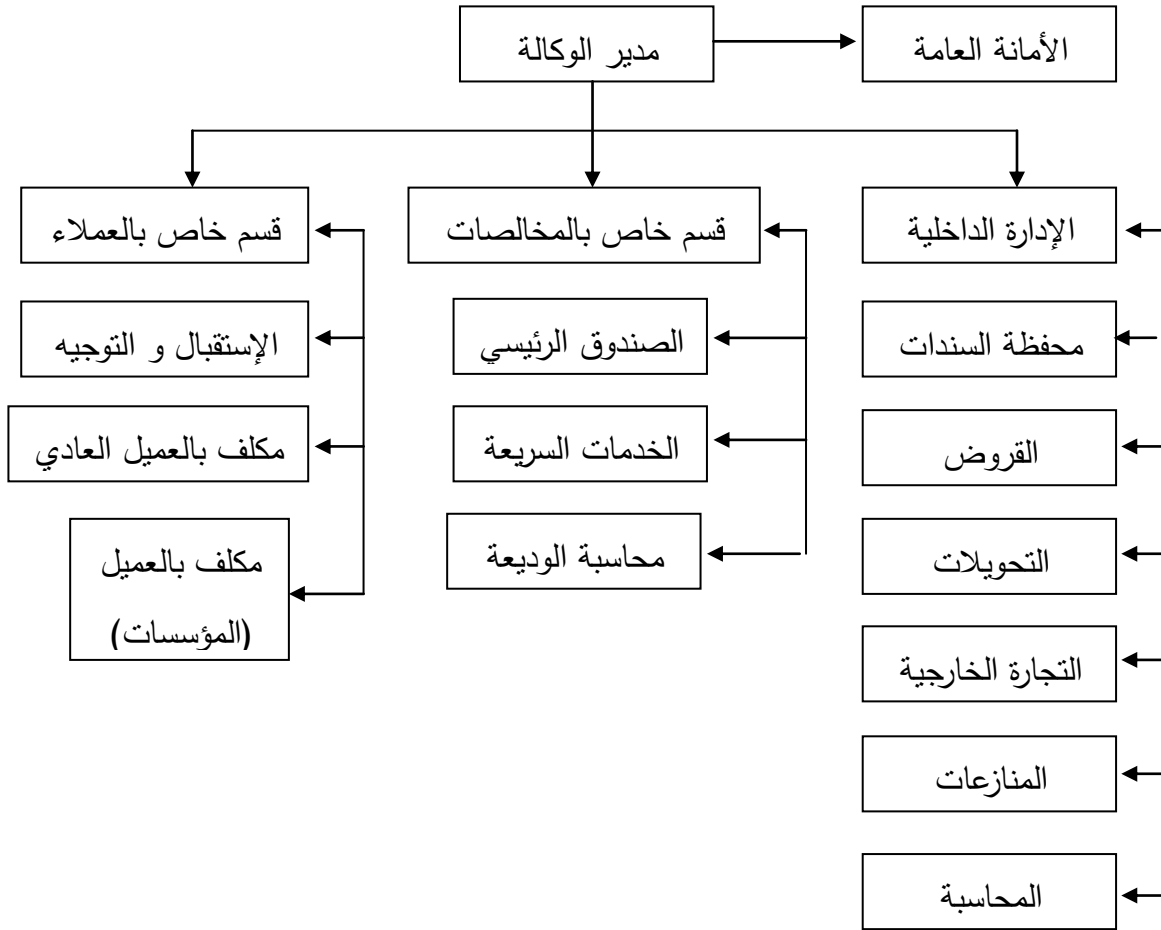
إضافة إلى التشهير من طرف موظفي البنك للخدمات الجديدة و تقديمها للعملاء و إعطائهم الإمتيازات حول هذه الخدمة⁽¹⁾.

⁽¹⁾ معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة ميلة "834":

إعتمدت وكالة ميلة 834 هيكل تنظيمي يتماشى مع التطورات التي شهدتها المنظومة المصرفية الجزائرية في ظل التكنولوجيا و متطلبات العالم المعاصر، و تغير النظرة بالنسبة لمواردها البشرية و الشكل التالي يوضح الهيكل التنظيمي للوكالة⁽¹⁾.

الشكل رقم (10): الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة ميلة "834".



المصدر: وثائق إدارية من وكالة بدر ميلة.

دراسة الهيكل التنظيمي:

1- مدير الوكالة: بناء على إقتراح من مدير المديرية BADR يشرف على الوكالة مدير معين من طرف الرئيس المدير العام و يعتبر المسؤول الأول على مستوى الوكالة و يتمتع بصلاحيات من قريب أو بعيد في كل أمر يتعلق بالوكالة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة و من بين مهامه:

⁽¹⁾ معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

- التوجيه و المراقبة و التقدير في مجال القروض و معالجة العملية البنكية.
- إعداد الميزانيات الافتتاحية و المقدرة للوكالة.
- تنفيذ قرارات و مداولات المديرية الفرعية.

2- الأمانة العامة «أمانة المدير»: تتعامل مباشرة مع المدير و تنفذ أوامره و من بين مهامه:

- استقبال الرسائل التي تصل عن طريق البريد الصادر و الوارد للوكالة.
- تعمل كوسيط بين مختلف المكاتب و كذا علاقة المؤسسة بالمحيط الخارجي.
- تسجيل الملفات و الوثائق الواردة و الصادرة.

3- مصلحة المحاسبة: و يقوم المحاسب في هذه المصلحة بمراقبة جميع الحسابات في الوكالة، و تضم عدة مصالح فهي تعالج الجانب الإداري و المحاسبي و التنظيمي للوكالة و مراقبة صحة العمليات البنكية بمختلف أصنافها، و مجمل معاملاتها مع مختلف البنوك، و من مهامها:

- المتابعة للعمليات الحسابية اليومية.
- اقتناء وعد التجهيزات و العتاد المتعلق بنشاط الوكالة.
- إقفال اليومية الحسابية.

4- مصلحة الصندوق: تعتبر هذه المصلحة المحرك الأساسي لأي وكالة حيث تقوم بعدة عمليات مخولة لها فهي تتطلب السرعة و الخفة و هذا ما يعرضها لعدة أخطار، و بذلك يجب عليه الدقة و الحذر و من أهم هذه العمليات المقدمة من طرف هذه المصلحة هي السحب و الإيداع.

5- مصلحة التسيير الإداري: و يوكل لها مهام المراقبة لكل الوسائل التي تدخل الوكالة و العمال التي تقوم عليها التسيير كالمكاتب، الحاسوب، و الأجهزة التي تتعامل بها كما تقوم بتقسيم الوسائل لمعرفة النقائص و تسييرها بطريقة محكمة.

6- مصلحة القروض: هي الجهة المختصة في منح القروض بمختلف أنواعها، متوسطة، طويلة، قصيرة الأجل سواء كانوا أشخاص طبيعيين أو معنويين⁽¹⁾.

⁽¹⁾ معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

7- مصلحة العملاء: وهو المكلف بالزبائن تكمن مهمته في تحفيز الزبائن و جلب أموالهم للبنك قصد توفير مبالغ مالية أكبر و كذلك القيام بالإجراءات الأولية لخدمة الزبائن، من مهامه:

- شراء و بيع الأسهم و السندات.
- الإحتفاظ بالودائع مقابل سعر فائدة.

يشرف عليه 07 أعوان مقسم إلى ثلاثة فروع:

- فروع الإستقبال و التوجيه: يشرف عليه موظف يقوم بما يلي:
- استقبال الزبائن و توجيههم.
- تسليم دفاتر الشيكات.
- استخراج كشف حساب الزبون.
- فرع مكلف بالمؤسسات: يقوم هذا الفرع بنفس المهام التي يقوم بها الفرع المكلف بالزبون العادي و لكن يختص بالتجار و المقاولين و المؤسسات.

8- مصلحة عمليات التجارة الخارجية: و هنا تتم العمليات الخاصة بالتجارة سواء كانت صادرات أو واردات و الأجنبيّة، يشرف عليها عون يهتم بجانب التجارة الخارجية و كل ما تتطلبه.

9- مصلحة الإحصائيات: و هنا تقوم هذه المصلحة بعملية الإحصاء سواء كانت شهريا أو ثلاثيا أو سداسيا أو سنويا مثل إحصائيات القروض.

10- مصلحة الحافظة: وهذه المصلحة يتم فيها جمع الأوراق المالية و التجارية و ترتيبها حسب مكان دفعها و تواريخ استحقاقها، يشرف عليها عون يقوم بإيداع الأوراق المالية (شيكات، سفتجات، أوراق التبادل و القيام بعمليات التسديد).

11- المقاصة: تتم هذه العملية على مستوى البنك المركزي الجزائري في غرفة تسمى غرفة المقاصة يحضرها جميع البنوك، يتم على مستواها تبادل الشيكات و التحويلات و جميع الأوراق التجارية المسحوبة على البنك أي التحويلات المحولة إليه، يشرف عليه عون يختص بتمويل و استقبال الأوراق المالية للتحويل و الخصم و يتميز بالسرعة و الدقة في العمليات البنكية⁽¹⁾.

⁽¹⁾ معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

12- مصلحة تحصيل الديون: و هنا نجد موظف واحد مهمته متابعة الديون المستحقة على العملاء أو طالبي القروض و تحويل ملفاتهم إلى المحامي⁽¹⁾.

المبحث الثالث :لمحة شاملة حول وكالة شلغوم العيد"833"

سننتظر كذلك في المبحث الثاني إلى التعريف بالوكالة التي أجريت فيها دراستي التطبيقية وكالة شلغوم العيد "833".

المطلب الأول: التعريف بوكالة شلغوم العيد"833"

هي وحدة مقرها بدائرة شلغوم العيد، يمس نشاطها تقريبا كل البلديات حيث تعرف هذه المنطقة باقتصاد متنوع في جميع القطاعات الزراعية والصناعية، الخدمات، حيث يتمثل زبائنها في الصناعيين وتجار الجملة والمزارعين والموظفين ويتوفر لديهم مصلحة كبيرة في المنطقة وتتعامل الوكالة في كل العمليات المصرفية كعملية الصندوق، عملية الائتمان وعمليات التجارة الدولية. يقر مدير الوكالة منذ تنصيبه ومن خلال ملاحظته أثناء هذه الفترة القصيرة منذ توليه هذا المنصب أن الوضعية العامة مخيفة حيث يظهر عدد كبير من حالات العجز على مختلف الجوانب، كما تم التخلي على ترتيب الوثائق والتي أثرت سلبا على بطاقات الائتمان إلى جانب هذا فإن اليوميات المحاسبية ملقاة على الأرض في قاعة الأرشيف في ظروف سيئة، وإضافة إلى المسك السيئ للسجلات من طرف المختصين في المجال وخاصة فيما يتعلق بجدول استحقاق الصكوك المصادق عليها. كما أقر أيضا المدير أن الديون الناتجة عن القروض والتي بلغت 130 مليون سنتيم جزائري، وتطهير ملفات الزبائن وطبعا هذا نتيجة تراكم المشاكل التي استمرت طيلة سنوات النشاط، وقد أوضح المدير أن وضع المقر المهني حالته رديئة جدا ومع ذلك فإن قدرة الاستقبال مرضية، تتكون الوكالة من:

1-المدير .

2-رئيس مصلحة.

3- موظفين مكلفين بالدراسة.

4- منفذين (أعوان مكتب).

5-موظفين يعملون باليد⁽²⁾.

⁽¹⁾ معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

⁽²⁾ معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

وهذا النقص في الموظفين يؤثر سلبا على الوكالة نظرا لحجم العمل والنشاط الذي تعرفه وتشهده الوكالة نظرا لحجم العمل والنشاط الذي تعرفه وتشهده الوكالة الآن حالة تطهير في كل الميادين، منها تدقيق حسابات الزبائن، تطهير تسيير الوكالة، تحصيل الديون، جمع الموارد⁽¹⁾.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لوكالة شلغوم العيد "833".

الهيكل التنظيمي لوكالة شلغوم العيد يتجسد من خلال الوظائف التالية:

وظيفة الشباك: تتحصر العمليات الأساسية تحت هذه الوظيفة في:

فتح الحسابات البنكية بكل أنواعها، وتتمثل فيما يلي:

حساب الشيكات (حساب عادي): يفتح لكل شخص يريد فتح حساب في سجلات البنك وهذا لاستقبال تحويلات الأجور أو لإيداع نقود بهدف ممارسة نشاطات مريحة.

الحساب الجاري: يفتح لكل الأشخاص الراغبين في فتح حسابات لدى سجلات البنك ويمكن لأصحابه الاستفادة من قروض بنكية.

حساب الاستثمار: ويفتح في الحالات التي يمنح البنك فيها قرضا.

الشيك المؤكد هو الشيك الذي يعطي أمانا أكبر لحامله وبموجب هذا التأكيد مجمدا بالمبلغ المحدد إلى حين تقديم الشيك وتحصيل المبلغ من طرف المستفيد.

الشيك المؤشر: وهو شيك مؤشر من طرف البنك حيث يفيد هذا الشيك وجود مقابل وفاء بتاريخ التأشير.

صكوك الشباك: خاصة بالبنك مختومة وموقعة وتستعمل في حالة عدم توفر الزبون على صك لسحب المبلغ المراد.

حساب لأجل: بإمكان أي شخص لديه مبالغ مالية فائضة أن يوظفها لدى البنك بإيداعها للمدة الزمنية معينة يتقاضى بعدها الشخص فائدة بمعدل معين يتفق عليه مع البنك تبعا لمدة الإيداع ومبلغ الوديعة وتتميز هذه الودائع بعدم إمكانية السحب منها إلا بانقضاء مدة محددة ومتفق عليها بين العميل والبنك .

حسابات بإخطار: تعرف هذه الوثائق بودائع الإشعار وهي لا تختلف عن الودائع الأخرى إلا من حيث تصرف العميل لحساب هذه الوديعة في السحب، فلا يمكنه السحب منها إلا بإشعار مسبق موجه إلى البنك قد تكون مدته أسبوعا، أسبوعين أو أكثر، حسب الاتفاق، ويتقاضى البنك نتيجة تسييره للحساب عمولات محددة⁽²⁾.

⁽¹⁾ معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

⁽²⁾ معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

حساب دفاتر الادخار: ويتم التصرف في الحسابات عن طريق دفتر الادخار وتفتح هذه الحسابات للأفراد والمؤسسات بتشجيعهم على الادخار مقابل فائدة معينة وفي أوقات معينة ويحق للمودع صاحب الحسابات أن يقوم بالسحب في أي وقت، العمليات التي تتم على مستوى الشباك، تتمثل فيما يلي:

عملية الإيداع: وتعني إضافة مبلغ معين لرصيد الزبون حيث يتقدم الزبون وبحوزته السيولة النقدية التي يريد إيداعها.

عملية السحب: يمكن لصاحب الحساب أن يتصرف في حسابه من خلال عمليتي السحب والإيداع فإن أراد أن يسحب وجب عليه التوجه إلى الوكالة حاملا معه الصك وبطاقة الهوية يقوم من خلالها العامل بالشباك بمراقبة المبلغ المكتوب أحرفا وأرقاما، بعدها يقوم العامل بالشباك تسجيل عملية السحب على جهاز الكمبيوتر، ويمرر الصك إلى أمين الصندوق حتى يقدم المبلغ للزبون.

وظيفة ما وراء الشباك: تتمثل هذه الوظيفة في التحويلات المالية التي يكلف بها مكتب التحويلات بالوكالة والتحويل المالي هو عملية مصرفية يتم بمقتضاها نقل مبلغ من حساب لآخر، بواسطة قيد المبلغ.

2. وظيفة المحافظة: هي من أهم مصالح الوكالة مهمتها هي تسوية الشيكات بين المتعاملين بها، حيث تستقبل يوميا كل الشيكات والأوراق المالية القادمة من الزبائن الذين لهم حساب في البنك BADR وعن طريق الإعلام الآلي يقوم صاحب الحافظة بتسوية الحسابات وذلك بتحويل مختلف المبالغ إلى الحسابات المناسبة لها حسب الشيكات.

3. وظيفة العمليات الخارجية: وتتمثل عملياتها فيما يلي:

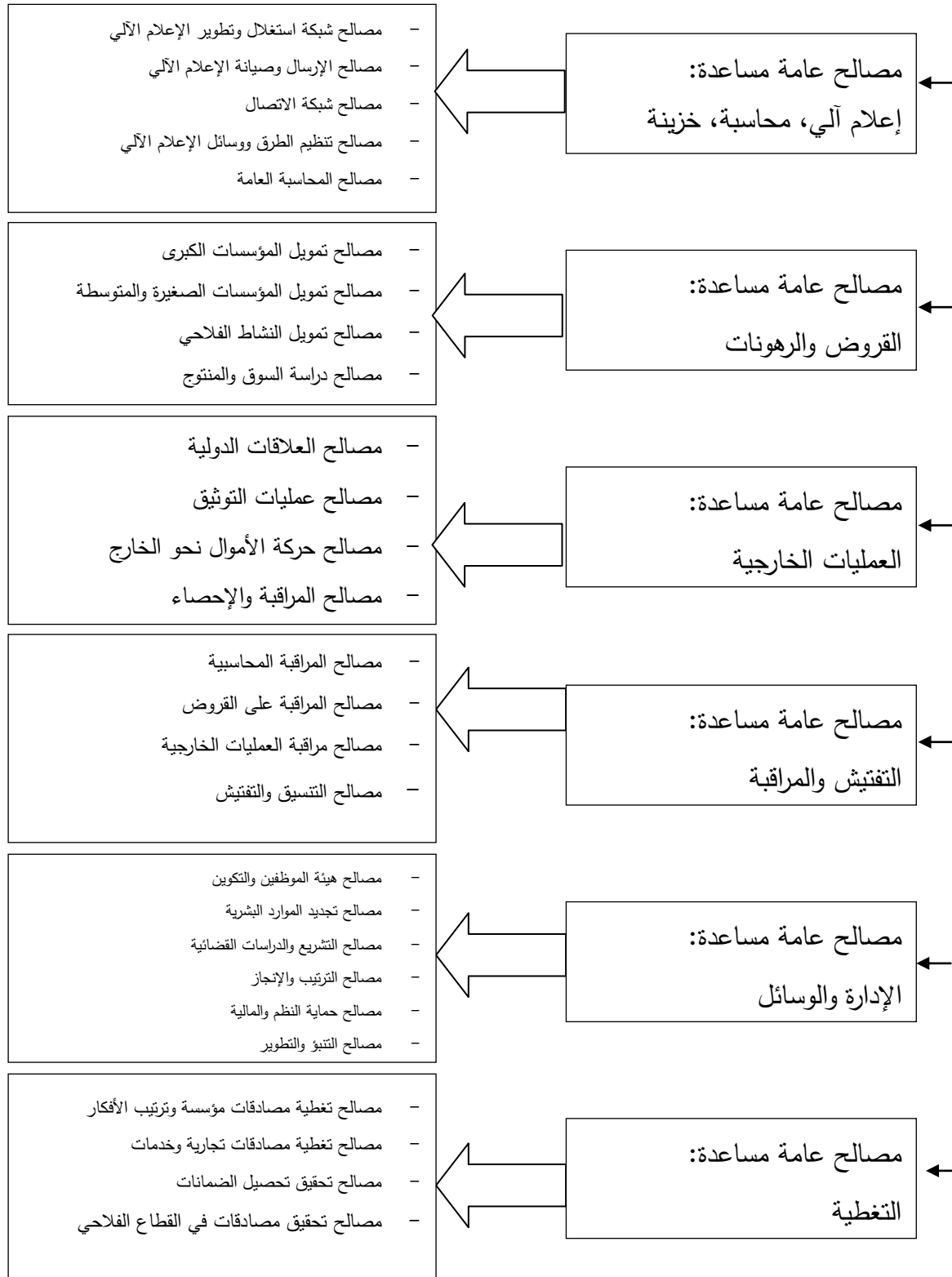
*العمليات المتعلقة بالعملة الصعبة: أكبر شريحة مستفيدة من هذا الحساب هي شريحة المتقاعدين المستفيدين من راتب شهري بالعملة الصعبة.

*تمويل التجارة الخارجية: يسهر البنك على تشجيع وتطوير المبادلات بين الدول وهذا من خلال اعتماده على الوثائق التالية:

الاعتماد المستندي و التحصيل المستندي ⁽¹⁾.

⁽¹⁾ معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

الشكل رقم (11): الهيكل التنظيمي لوكالة شلغوم العيد "833"



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الوثائق المقدمة من طرف وكالة شلغوم العيد

⁽¹⁾ معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

المبحث الرابع: الإطار المنهجي للدراسة

سننتظر في هذا المبحث إلى الإطار المنهجي من خلال التطرق إلى طريقة الدراسة و أدوات المعالجة الإحصائية، بالإضافة إلى اختبار ثبات صدق الاستبيان.

المطلب الأول: طريقة الدراسة

أولاً: أداة الدراسة:

تتمركز أداة الدراسة على موظفي " مصرف الفلاحة و التنمية الريفية لوكالات ميلة "، وبما أن هذا البنك يتعامل مع الأفراد و المؤسسات فإن هذه الدراسة قد إقتصرت على طريقة تقديم الخدمة للعملاء من طرف الموظفين، و تم توزيع إستبيان صمم لإغراض هذه الدراسة على عينة من موظفيها.

ثانياً: عينة الدراسة:

تشكلت عينة الدراسة من 45 موظفاً للوكالات، تم إختيارهم بطريقة قصدية ، وقد تم توزيع 45 إستمارة وتم الحرص في توزيعها على اختيار الموظفين الذين يقدمون خدمات القنوات الالكترونية (الصرافات الآلية، الموقع الالكتروني ، او كلاهما) ، إستعيد منها 37 إستمارة كاملة صالحة للتحليل.

ثالثاً: أسلوب جمع البيانات:

تم استخدام الاستبيان كأداة أساسية لجمع بيانات عينة الدراسة، لما للاستبيان من أهمية في توفير الوقت و الجهد للطالب ، حيث تم تصميمه ليتم توجيهه لموظفي البنك.

وقد تم تقسيم الاستبيان إلى :

الجزء الأول : يتعلق بالمعلومات الشخصية لعينة الدراسة ممثلة في: (الجنس، العمر، المستوى الوظيفي، الخبرة)

الجزء الثاني: يتعلق بمتغيرات بمتغيرات الدراسة إذ يحتوي على محورين، بحيث يحتوي المحور الأول التغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في البنك)، و خصصت له 14 سؤال، أما المحور الثاني تناول المتغير التابع الذي تضمن: (جودة الخدمات المصرفية في البنك)، وخصصت له واحد وثلاثون سؤال مقسمة على خمسة أبعاد: (الجوانب المادية الملموسة، الإعتمادية، الإستجابة، الأمان، التعاطف) وتم تقسيم الأسئلة على النحو التالي:

1- الجوانب المادية الملموسة: تقيس تكاليف الخدمة المقدمة للعملاء، تطوير وتحديث الأدوات والأجهزة داخل البنك، توفير الموقع الالكتروني للعملاء، وخصصت له أسئلة من (1 إلى 9).

2- الإعتدائية: تقيس دقة الخدمة المقدمة للعملاء، التسليم في الوقت المحدد، توفير المعلومات حول الخدمات، وخصصت له أسئلة من (10 إلى 15).

3- الإستجابة: تقيس مدى سرعة تقديم المساعدة في حالة استفسار او مشكلة، وخصصت له أسئلة من (16 إلى 21).

4- الأمان: يقيس منح شعور الثقة للعميل من أجل التعامل مع البنك، وخصصت له أسئلة من (22 إلى 25).

5- التعاطف: يقيس مدى إستبيان الاهتمام بخدمة العميل، وخصصت له أسئلة من (26 إلى 31).
وقد عرضت جميعها باستخدام قياس ديكارت الخماسي الذي يتكون من الأوزان التالية:

| التصنيف | موافق تماما | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق تماما |
|---------|-------------|-------|-------|-----------|-----------------|
| الوزن | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

المصدر: من إعداد الطالبة.

- المطلب الثاني: أساليب المعالجة الإحصائية أداة الدراسة (الاستمارة):

من أجل الوصول إلى أهداف الدراسة و تحليل البيانات المجمعة ، تم استعمال برنامج (Statistical package for social science)، وهو برنامج يحتوي على مجموعة الذي يرمز له بالرمز spss كبيرة من الإختبارات الإحصائية التي تتدرج ضمن الإحصاء الوصفي مثل التكرارات، و المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية...إخ، و ضمن الإحصاء الاستدلالي مثل معادلات الارتباط، التباين المتعدد...إخ .

و للإجابة على تساؤل الدراسة و اختيار الفرضيات تم إستخدام:

- التكرارات و النسب المئوية لمختلف الأمثلة لمختلف المتعلقة بالمتغيرات الشخصية الشخصية و الوظيفية.
- المتوسط الحسابي : يعتبر المتوسط الحسابي مقياس من مقاييس الاتجاه المركزي وقد استعملناه لمعرفة أين تتمركز إجابات أفراد العينة.
- التباين و الانحراف المعياري : نستخدم التباين و الانحراف المعياري لمعرفة مدى تشتت إجابات أفراد العينة فكلما فكان الانحراف المعياري صغير كلما كان التشتت في الإجابات صغير.
- تحليل الانحدار البسيط و معامل الارتباط و معامل التحديد : لاختبار الفرضيات الموضوعية للدراسة .

المطلب الثالث : صدق و ثبات أداة الدراسة

يمكن التعرف على مصداقية وثبات عينة الدراسة ، بإستخدام عدة إختبارات ندرجها فيما يلي :

1- صدق أداة الدراسة :

أ- الصدق الظاهري :تم ذلك من خلال عرضه على لجنة تحكيم مختصة في الموضوع – أنظر الملحق رقم (1).

ب- الصدق البنائي لأداة الدراسة : تم حساب مصفوفة الارتباط بين محاور الإستبيان و الدرجة الكلية للأداة والجدول التالي يبين لنا ذلك:

الجدول رقم (2) : نتائج معامل الارتباط بيرسون لمحاور الاستبيان

| المحور | معامل بيرسون | مستوى الدلالة |
|---|--------------|---------------|
| المحور الثاني: تكنولوجيا المعلومات داخل البنك | 0.607 | 0.000 |
| المحور الثالث: جودة الخدمات المصرفية | 0.976 | 0.000 |
| البعد الأول: الجوانب المادية الملموسة | 0.742 | 0.000 |
| البعد الثاني: الإعتمادية | 0.651 | 0.000 |
| البعد الثالث: الإستجابة | 0.345 | 0.037 |
| البعد الرابع:الأمان | 0.628 | 0.000 |
| البعد الخامس: التعاطف | 0,477 | 0.003 |

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

يبين الجدول بوضوح نتيجة معامل الارتباط بيرسون بين المحاور والدرجة الكلية للأداة، حيث أنها دالة إحصائيا نتيجة لبلوغ مستوى الدلالة قيمة أكبر من 0.05 في كل المحاور و الأبعاد ما يدل على وجود علاقة إرتباط موجبة بينهم، ما يبين الارتباط البنائي للإستبيان .

2- إختبار ثبات أداة الدراسة :

والجدول التالي بين لنا نتائج الإختبار :

الجدول رقم (3) : معامل الثبات * ألفا كرونباخ *

| مستوى القياس | معامل الثبات * ألفا كرونباخ * | مستوى القياس |
|--------------|-------------------------------------|---|
| جيد جدا | 0,809 | المحور الثاني: تكنولوجيا المعلومات داخل البنك |
| جيد جدا | 0,808 | المحور الثالث: جودة الخدمات المصرفية |
| جيد جدا | 0,804 | البعد الأول: الجوانب المادية الملموسة |
| جيد جدا | 0,808 | البعد الثاني: الاعتمادية |
| جيد جدا | 0,814 | البعد الثالث: الإستجابة |
| جيد جدا | 0,807 | البعد الرابع: الأمان |
| جيد جدا | 0,813 | البعد الخامس: التعاطف |
| جيد جدا | 0.816 | الإستبيان ككل |

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

نلاحظ من خلال الجدول أن معاملات الثبات الجزئية حققت نتائج جيد جدا في كل المحاور و الابعاد حيث تراوحت قيمها ما بين 0.804 - 0.814 أما ثبات الأداة ككل فقد قدرت قيمة ألفا كرونباخ ب 0.816، وهي وتدل على ثبات جيد جدا للنتائج الدراسة.

المطلب الرابع: تحليل استبيان و اختبار الفرضيات:

أولا - التحليل الإحصائي لإجابات عينة الدراسة :

1- وصف البيانات الشخصية لعينة الدراسة

أ- وصف متغير الجنس :

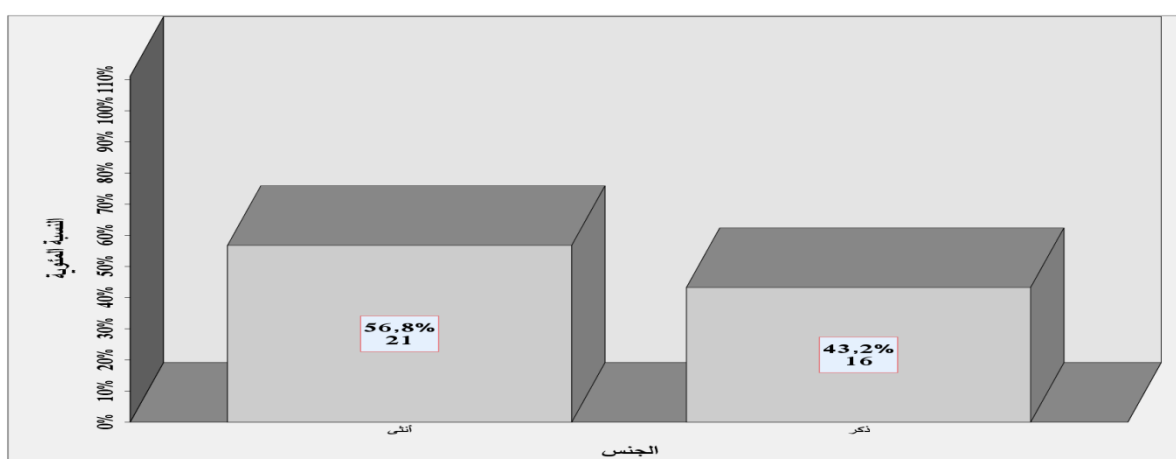
سنتعرف على هيكلية عينة الدراسة من حيث الجنس ، ويمكن توضيح النتائج من خلال الجدول التالي :

الجدول رقم (4): توزيع أفراد العينة حسب المتغير الجنس.

| الجنس | العدد | النسبة المئوية |
|---------|-------|----------------|
| ذكر | 16 | 43.2% |
| أنثى | 21 | 56.8% |
| المجموع | 37 | 100 % |

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

الشكل رقم (12) : توزيع أفراد العينة حسب المتغير الجنس.



المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

من خلال الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن عينة الدراسة إشتملت على ما يقار ب 16 ذكور أي ما يمثل نسبة 43.2%، أما الإناث فقدر عددهم ب 21 عاملة أي ما يمثل نسبة و 56.8% من مجموع 37 المدروسة .

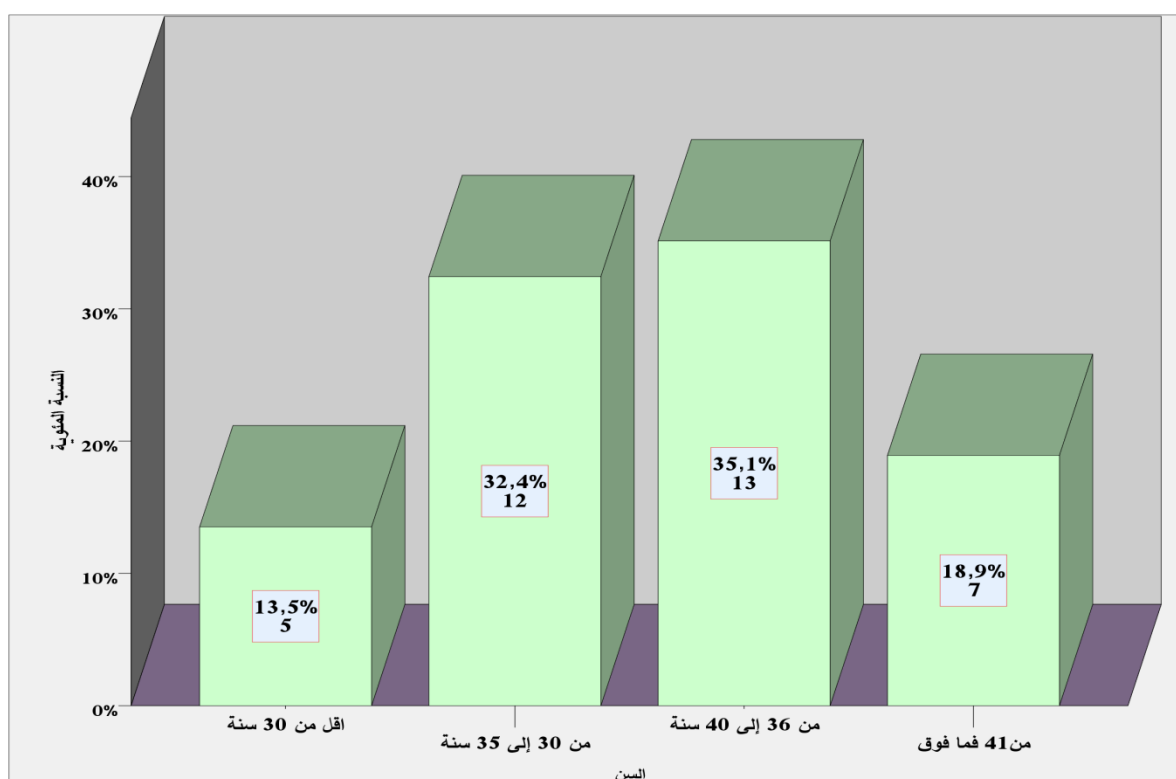
ب- وصف توزيع أفراد عينة الدراسة على أساس العمر :

الجدول رقم (5) : توزيع أفراد العينة حسب المتغير العمر.

| العمر | العدد | النسبة المئوية |
|------------------|-------|----------------|
| اقل من 30 سنة | 5 | 13.5% |
| من 30 إلى 35 سنة | 12 | 32.4% |
| من 36 إلى 40 سنة | 13 | 35.1% |
| من 41 فما فوق | 7 | 18.9% |
| المجموع | 37 | 100% |

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

الشكل رقم (13) : توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر.



المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

يتضح من خلال الشكل والجدول أن ما نسبته 35.1% من أفراد عينة الدراسة تتراوح أعمارهم ما بين 36 إلى 40 سنة ، تلتها الفئة العمرية من 30 إلى 35 سنة بنسبة 32.4%، ما يبين أن أغلب أفراد

متوسطي العمر، أما الفئة العمرية من 41 فما فوق قدرت نسبتها في العينة ب 18.9%، و أحتلت الفئة العمرية اقل من 30 سنة نسبة 13.5%.

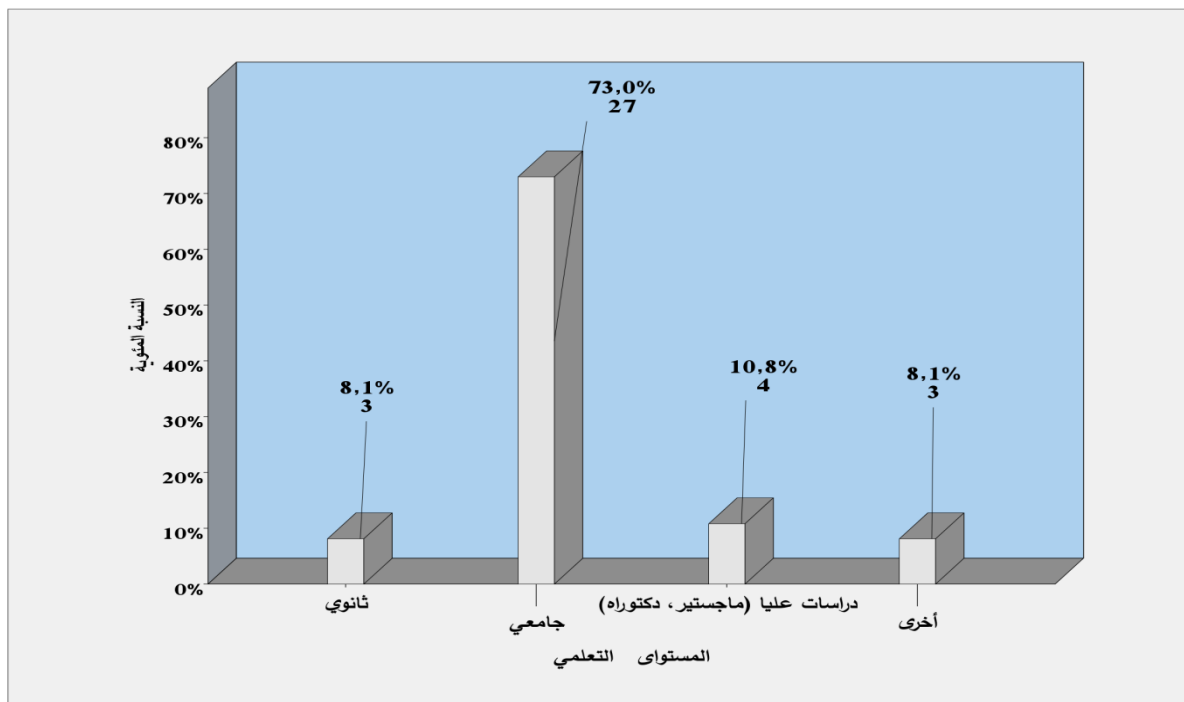
ب- وصف توزع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي:

الجدول رقم (6) : توزيع أفراد العينة حسب المتغير المستوى التعليمي

| المستوى التعليمي | العدد | النسبة المئوية |
|--------------------------------|-------|----------------|
| ثانوي | 3 | 8,1% |
| جامعي | 27 | 73% |
| دراسات عليا (ماجستير، دكتوراه) | 4 | 10,8% |
| أخرى | 3 | 8,1% |
| المجموع | 37 | 100% |

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

الشكل رقم (14) : توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.



المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

تشير المعطيات أعلاه إلى أن فئة الجامعيين هم أعلى فئة في عينة الدراسة ، حيث بلغت نسبتهم 73%، أي ما يقدر ب 27 أفراد مؤهلة وذات كفاءة ، تليها بعد ذلك فئة دراسا عليا (ماجستير، دكتوراه) نسبة 10.8%، ، أما من ثانوي أحتلت نسبة ضعيفة جدا قدر عددهم ب 3 أفراد أي ما يقدر بنسبة 8.1% من عينة الدراسة ، و أحتلت نسبة ضعيفة جدا أيضا الفئة أخرى قدرت ب 8.1%، أي ما يعادل 3 أفراد وهي نسبة قليلة.

ج- وصف توزيع أفراد العينة حسب متغير الوضعية المهنية:

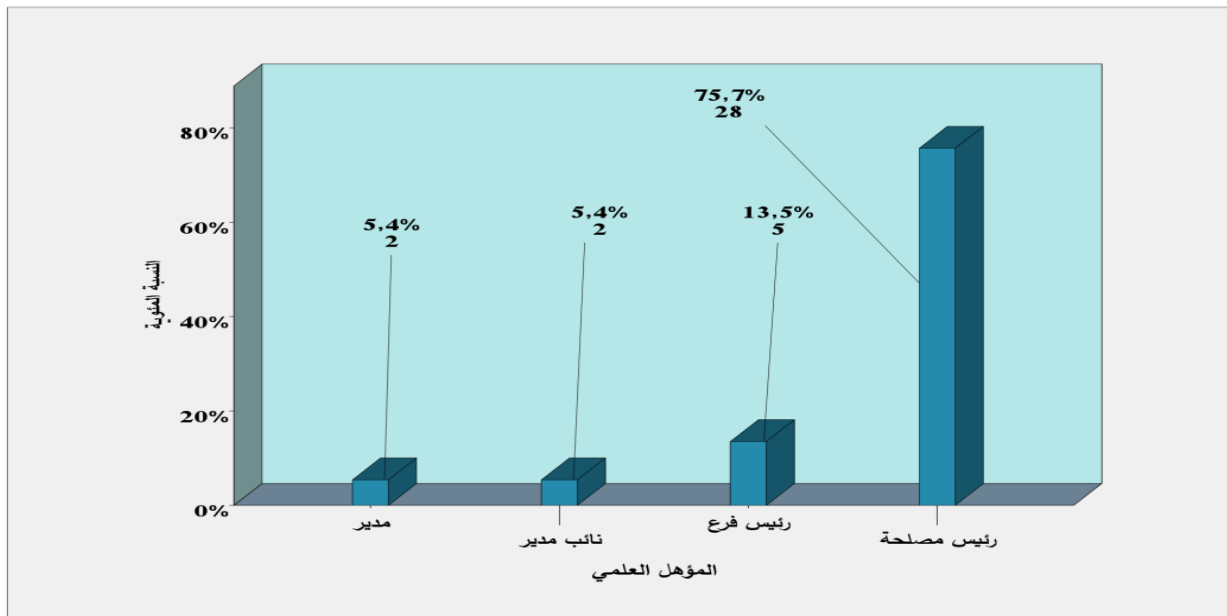
حتى نتمكن من التعرف على الوضعية المهنية لعينة الدراسة نعرض الجدول والشكل التاليين :

الجدول رقم (7) : توزيع أفراد العينة حسب المتغير الوضعية المهنية

| الوضعية المهنية | العدد | النسبة المئوية |
|-----------------|-------|----------------|
| مدير | 2 | 5,4% |
| نائب مدير | 2 | 5,4% |
| رئيس فرع | 5 | 13,5% |
| رئيس مصلحة | 28 | 75,7% |
| المجموع | 37 | 100% |

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

الشكل رقم (15) : توزيع أفراد العينة حسب المتغير الوضعية المهنية.



المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

تشير المعطيات أعلاه إلى أن فئة رئيس مصلحة هم أعلى فئة في عينة الدراسة ، حيث بلغت نسبتهم 75.7%، أي ما يقدر ب 28 أفراد مؤهلة وذات كفاءة ، تليها بعد ذلك فئة رئيس فرع نسبة 13.5%، أما من نائب مدير أحتلت نسبة ضعيفة جدا قدر عددهم ب 2 أفراد أي ما يقدر بنسبة 5.4% من عينة الدراسة ، و أحتلت نسبة ضعيفة جدا أيضا الفئة مدير قدرت ب 5.4%، أي ما يعادل 2 أفراد وهي نسبة قليلة.

د - وصف توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية :

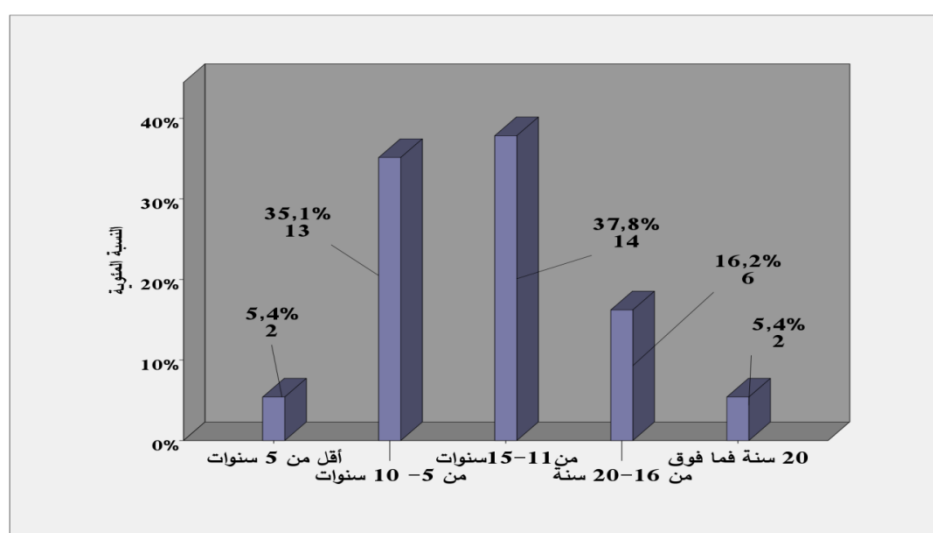
ندرج من خلال الجدول والشكل التالي توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة :

الجدول رقم (8) : توزيع أفراد العينة حسب المتغيرالخبرة المهنية

| الخبرة المهنية | العدد | النسبة المئوية |
|-------------------|-------|----------------|
| أقل من 5 سنوات | 2 | 5,4% |
| من 5 إلى 10 سنة | 13 | 35,1% |
| من 11 إلى 15سنوات | 14 | 37,8% |
| من 16 إلى 20 سنة | 6 | 16,2% |
| 20 فما فوق | 2 | 5,4% |
| المجموع | 37 | 100% |

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

الشكل رقم (16) : توزيع أفراد العينة حسب المتغيرالخبرة المهنية.



المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

تشير المعطيات أعلاه إلى أن فئة الخبرة ما بين 11-15 سنة هم أعلى فئة في عينة الدراسة ، حيث بلغت نسبتهم 37.8%، أي ما يقدر ب 14 أفراد مؤهلة وذات كفاءة ، تليها بعد ذلك فئة ما بين 5-10 سنوات بنسبة 35.1%، وبنسبة متوسطة ما يقارب 16.2% فيما يخص فئة الأفراد ذوي الخبرة من 16-20 سنة ، أما من 20 سنة أحتلت نسبة ضعيفة جدا قدر عددهم ب 2 أفراد أي ما يقدر بنسبة 5.4% من عينة الدراسة ، و أحتلت نسبة ضعيفة جدا أيضا الفئة اقل من 5 سنوات قدرت ب 5.4%، أي ما يعادل 2 أفراد وهي نسبة قليلة.

2- تحليل نتائج الدراسة :

1- وصف محاور الدراسة حسب إجابات عينة الدراسة :

والجدول التالي يبين لنا الوزن النسبي للمتوسط الحسابي كما يلي:

-الجدول رقم (9): مجالات تقييم الوزن النسبي للمتوسط الحسابي .

| مجال الموافقة | -] 1,8-1] | -] 2,6-1,8] | -] 3 ,4-2 ,6] | -] 4,2-3,4] | -] 5-4,2] |
|-------------------|------------------|--------------|-----------------|---------------|--------------|
| - الوزن النسبي | - غير موافق بشدة | - غير موافق | - موافقة متوسطة | - موافق | - موافق بشدة |

المصدر: من إعداد الطالبة.

نبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص فقرات المتغير المستقل ، وفق الجدول التالي:

- الجدول رقم (10): وصف متغير الدراسة المستقل (تكنولوجيا المعلومات داخل البنك)

| العبارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الوزن النسبي |
|--|--------------------|----------------------|-----------------|
| تدرك احتياجات العملاء من المعلومات بدقة عند إستخدامك لتكنولوجيا المعلومات. | 4,03 | 0,866 | موافق |
| الدورات و البرامج التدريبية تساعدك على إستخدام الكفئ لتكنولوجيا المعلومات. (الرسكلة) | 4,11 | 0,994 | موافق |
| أنت على اطلاع مع التطورات الحديثة التي تحدث في البنوك الأخرى في مجال تكنولوجيا المعلومات. | 3,41 | 0,865 | موافق |
| تتوفر لدى بنكم برمجيات خاصة تغطي كافة أنشطتها. | 4,05 | 0,468 | موافق |
| تتميز أجهزة الإعلام الآلي المستخدمة في بنكم بالحدثاء و السرعة. | 3,73 | 1,018 | موافق |

| | | | |
|-------|-------|------|--|
| موافق | 0,884 | 3,68 | يتم تطوير و تحديث البرمجيات بما يناسب إحتياجات العميل. |
| موافق | 0,869 | 3,54 | تستطيع معالجة المشاكل التي تواجهك في استخدام الشبكة و نظام المعلومات. |
| محايد | 1,201 | 3,05 | يقدم نظام المعلومات نفس المستوى من الخدمات في جميع الأوقات. |
| موافق | 0,919 | 3,65 | تتميز برامج و تطبيقات الحاسوب بسهولة الاستخدام. |
| موافق | 1,042 | 3,43 | يتم تحديث و صيانة شبكة الاتصالات الداخلية الخاصة ببنككم بصفة دورية. |
| موافق | 0,774 | 4,11 | يوجد في بنككم مكاتب جميعها موصولة عن طريق شبكة الحاسوب. |
| محايد | 1,153 | 3,05 | يتوفر في جميع مكاتب بنككم على شبكة الانترنت. |
| موافق | 1,068 | 3,43 | يحتوي بنككم على خلية متخصصة في تقنية المعلومات التي تتعامل بشبكة الإكسترنات. |
| محايد | 1,090 | 3,24 | تحتوي مكاتب بنككم على احدث النظم لتطبيق الإدارة الإلكترونية. |

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ بأن إستجابة أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالعبارات فقد سجلنا أعلى مستوى قبول في العبارتين (2) و (11) " الدورات و البرامج التدريبية تساعدك على إستخدام الكفئ لتكنولوجيا المعلومات (الرسكلة). " و يوجد في بنككم مكاتب جميعها موصولة عن طريق شبكة الحاسوب. " الذي قدر بنفس المتوسط الحسابي بـ 4.11 ما حقق وزن نسبي موافق و انحراف معياري قدره على التوالي بـ 0.994 و 0.774 ما يبين التشتت النسبي في الآراء ، في حين أظهرت نتائج الفقرة (8) و (12) على التوالي " يقدم نظام المعلومات نفس المستوى من الخدمات في جميع الأوقات. " و " يقدم نظام المعلومات نفس المستوى من الخدمات في جميع الأوقات. " أقل متوسط حسابي بقية 3.05 ، ما حقق وزن نسبي بدرجة قبول متوسطة و انحراف معياري قدر على التوالي بـ 1.201 و 1.153 ما يبين التشتت في آراء المبحوثين

2- وصف أبعاد المتغير التابع:

- الجدول التالي بين لنا نتائج الاجابات كما يلي :

أ- وصف بعد الجوانب المادية الملموسة:

الجدول رقم (11): وصف الجوانب المادية الملموسة

| العبارة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الوزن النسبي |
|--|-----------------|-------------------|--------------|
| البعد الأول: الجوانب المادية الملموسة | 3,56 | 0,440 | موافق |
| -يتميز البنك بموقع قريب بحيث يمكن العملاء الوصول إليه بسهولة. | 4,03 | 0,866 | موافق |
| -يوجد موقع إلكتروني ببنككم على شبكة الأنترنت واضح وسهل التصفح. | 3,62 | 0,828 | موافق |
| -يسعى البنك لتطوير الأدوات والأجهزة من أجل إستمرارية البنك تقدمه. | 3,81 | 0,660 | موافق |
| -يتوفر البنك على أماكن خاصة لوقوف السيارات. | 2,86 | 1,110 | محايد |
| -يتميز بنككم بملائمة أوقات العمل لكل العملاء. | 3,49 | 0,837 | موافق |
| -يتوفر البنك على مسالك و مساعد للعملاء من ذوي الاحتياجات الخاصة . | 3,00 | 1,563 | محايد |
| -يساعد توفر الصرافات آلية في البنك على تقليل الإزدحام في صوف الإنتظار. | 3,92 | 0,682 | موافق |
| -يساعد إستخدام البطاقات البلاستيكية داخل البنك على تقليل ضغط العمل لدى الموظفين عند إستقبال العملاء. | 3,70 | 1,051 | موافق |
| -يسهل البنك على العملاء الحصول على الخدمات الإلكترونية من الموقع بسرعة. | 3,62 | 0,953 | موافق |

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ بأن مستوى استجابة أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالعبارة فقد سجلنا أعلى مستوى قبول في العبارتين (1) و (7) " يتميز البنك بموقع قريب بحيث يمكن العملاء الوصول إليه بسهولة و " يساعد توفر الصرافات آلية في البنك على تقليل الإزدحام في صوف الإنتظار " الذي قدر

بنفس المتوسط الحسابي بـ 4.03 و 3.92 ما حقق وزن نسبي موافق و انحراف معياري قدره على التوالي بـ 0.866 و 0.682 ، ما يبين التشتت النسبي في الآراء ، في حين أظهرت نتائج الفقرة (4) و (6) على التوالي " -يتوفر البنك على أماكن خاصة لوقوف السيارات. " و " -يتوفر البنك على مسالك و مصاعد للعملاء من ذوي الاحتياجات الخاصة " أقل متوسط حسابي بقية 2.86 و 3.00 ، ما حقق وزن نسبي بدرجة قبول متوسطة و انحراف معياري قدر على التوالي بـ 1.110 و 1.563 ما يبين التشتت في آراء .

ب- وصف بعد الاعتمادية:

- الجدول رقم (12) وصف الاعتمادية

| العبارة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الوزن النسبي |
|--|-----------------|-------------------|--------------|
| البعد الثاني: الاعتمادية | 3,77 | 0,380 | موافق |
| يتميز بنكم بدقة في الحسابات مع الحفاظ على السجلات صحيحة. | 3,89 | 0,774 | موافق |
| يتوفر لدى بنكم العديد من أجهزة الإعلام الآلي مما يمكنه من أداء عمله بسرعة. | 4,14 | 0,419 | موافق |
| يستقبل موظفو البنك العملاء في المواعيد المحددة. | 3,57 | 0,835 | موافق |
| يعمل موظفو البنك على إنجاز الخدمة المطلوبة بدقة للعملاء في الوقت المحدد. | 3,51 | 0,961 | موافق |
| يتمتع بنكم بكفاءة في تقديم الخدمة و ثبات الأداء. | 3,62 | 0,828 | موافق |
| يعمل البنك على خلو وثائق و كشوفاته المقدمة للزبائن من الأخطاء. | 3,86 | 0,673 | موافق |

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ بأن مستوى استجابة أفراد عينة الدراسة لبعد الاعتمادية فيما يتعلق بالعبارة فقد سجلنا أعلى مستوى قبول في العبارتين (2) و (3) " يتميز بنكم بدقة في الحسابات مع الحفاظ على السجلات صحيحة و- " يساعد توفر الصرافات آلية في البنك على تقليل الإزدحام في صوف الإنتظار يتوفر لدى بنكم العديد من أجهزة الإعلام الآلي مما يمكنه من أداء عمله بسرعة. " الذي قدر على التوالي المتوسط الحسابي بـ 3.89 و 4.14 ما حقق وزن نسبي موافق و انحراف معياري قدره على التوالي بـ 0.774 و 0.419 ، ما يبين التشتت النسبي في الآراء ، في حين أظهرت نتائج الفقرة (3) و (4)

على التوالي " يستقبل موظفو البنك العملاء في المواعيد المحددة." و " يعمل موظفو البنك على إنجاز الخدمة المطلوبة بدقة للعملاء في الوقت المحدد " أقل متوسط حسابي بقية 3.57 و 3.51، ما حقق وزن نسبي بدرجة قبول متوسطة و انحراف معياري قدر على التوالي ب 0.835 و 0.961 ما يبين التشتت في آراء .

د- وصف بعد الاستجابة:

الجدول رقم (13) وصف الاستجابة

| العبارة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الوزن النسبي |
|--|-----------------|-------------------|--------------|
| البعد الثالث: الاستجابة | 3,81 | 0,221 | موافق |
| يحرص موظفي البنك على الرد الفوري على إستفسارات العملاء. | 3,73 | 0,871 | موافق |
| يتميز مقدمي الخدمة بالرغبة و الإستعداد لتقديم خدمة فورية للعملاء. | 3,97 | 0,763 | موافق |
| موظفو البنك على إستعداد دائم للإستماع لشكاوي العملاء. | 3,57 | 0,987 | موافق |
| تساعد الصرافات الآلية في تقليل زمن الحصول على الخدمة المصرفية. | 3,97 | 0,726 | موافق |
| يعمل البنك على حل المشكلات المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية. | 3,86 | 0,948 | موافق |
| يتميز بنكم بسرعة الرد على طلبات العملاء عن طريق البريد الإلكتروني. | 3,73 | 0,769 | موافق |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ بأن مستوى استجابة أفراد عينة الدراسة لبعد الاستجابة فيما يتعلق بالعبارة فقد سجلنا أعلى مستوى قبول في العبارتين (2) و (4) " -يتميز مقدمي الخدمة بالرغبة و الإستعداد لتقديم خدمة فورية للعملاء و " تساعد الصرافات الآلية في تقليل زمن الحصول على الخدمة المصرفية " الذي قدر بنفس المتوسط الحسابي ب 3.97 ما حقق وزن نسبي موافق و انحراف معياري قدره على التوالي ب 0.763 و 0.726 ، ما يبين التشتت النسبي في الآراء ، في حين أظهرت نتائج الفقرة (3) " موظفو البنك على إستعداد دائم للإستماع لشكاوي العملاء " أقل متوسط حسابي بقية 3.57، ما حقق وزن نسبي بدرجة قبول متوسطة و انحراف معياري قدر ب 0.987 ما يبين التشتت في آراء .

هـ - وصف بعد الأمان:

الجدول رقم (14) وصف الأمان

| العبارة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الوزن النسبي |
|--|-----------------|-------------------|--------------|
| البعد الرابع: الأمان | 3,93 | 0,459 | موافق |
| تتوفر أجهزة الإعلام الألي على برمجيات أمن و حماية. | 3,86 | 0,948 | موافق |
| يستخدم البنك برامج و تقنيات فعالة لحماية الشبكة من الإختراق. | 3,70 | 1,051 | موافق |
| يحافظ البنك على سرية معلومات العملاء. | 4,14 | 0,713 | موافق |
| يحرص الموظفون على زرع الثقة في نفوس العملاء. | 4,03 | 0,687 | موافق |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

وضح الجدول أعلاه بأن مستوى استجابة أفراد عينة الدراسة لبعد الأمان فيما يتعلق بالعبارة فقد سجلنا أعلى مستوى قبول في العبارتين (3) و (4) " يحافظ البنك على سرية معلومات العملاء و " يحرص الموظفون على زرع الثقة في نفوس العملاء " الذي قدر على التوالي المتوسط الحسابي بـ 4.14 و 4.03 ما حقق وزن نسبي موافق و انحراف معياري قدره على التوالي بـ 0.713 و 0.687، ما يبين التشتت النسبي في الآراء ، في حين أظهرت نتائج الفقرة (1) و (2) " تتوفر أجهزة الإعلام الألي على برمجيات أمن و حماية و يستخدم البنك برامج و تقنيات فعالة لحماية الشبكة من الإختراق " أقل متوسط حسابي بـ 3.86 و 3.70، ما حقق وزن نسبي بدرجة قبول متوسطة و انحراف معياري قدر على التوالي بـ 0.948 و 1.051، ما يبين التشتت في آراء .

و - وصف بعد التعاطف:

الجدول رقم (15) وصف التعاطف

| العبارة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الوزن النسبي |
|--|-----------------|-------------------|--------------|
| البعد الخامس: التعاطف | 3,81 | 0,282 | موافق |
| يتميز موظفو بنكم بالتهذيب عند التعامل مع العملاء. | 3,84 | 0,764 | موافق |
| يتميز الموظفين بالمظهر اللائق أمام العملاء. | 3,97 | 0,600 | موافق |
| يلاقي العميل العناية المناسبة من قبل الموظفين. | 3,86 | 0,673 | موافق |
| يسعى موظفو بنكم إلى التعامل السريع مع مقترحات العملاء. | 3,70 | 0,571 | موافق |
| يتميز موظفو بنكم بأسلوب الحوار الراقي مع العملاء. | 3,68 | 0,784 | موافق |
| يهتم الموظفون بخدمة مصالح العملاء بسرعة. | 3,78 | 0,584 | موافق |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ بأن مستوى استجابة أفراد عينة الدراسة لبعد التعاطف فيما يتعلق بالعبارة فقد سجلنا أعلى مستوى قبول في العبارتين (2) و (3) " يتميز الموظفون بالمظهر اللائق أمام العملاء " و يلاقي العميل العناية المناسبة من قبل الموظفين " الذي قدر على التوالي المتوسط الحسابي بـ 3.97 و 3.86 ما حقق وزن نسبي موافق و انحراف معياري قدره على التوالي بـ 0.600 و 0.673 ، ما يبين التشتت النسبي في الآراء ، في حين أظهرت نتائج الفقرة (4) و (5) " يسعى موظفو بنكم إلى التعامل السريع مع مقترحات العملاء " و " يتميز موظفو بنكم بأسلوب الحوار الراقي مع العملاء "، أقل متوسط حسابي بقية 3.70 و 3.68، ما حقق وزن نسبي بدرجة قبول متوسطة و انحراف معياري قدر على التوالي بـ 0.571 و 0.784 ما يبين التشتت في آراء .

3- وصف متغير الدراسة الأساسيين (المستقل والتابع) :

الجدول التالي بين لنا نتائج الإجابات كما يلي :

الجدول رقم (16) وصف متغيرين الدراسة الأساسيين (المستقل والتابع) :

| العبارة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الوزن النسبي |
|---|-----------------|-------------------|--------------|
| المحور الثاني: تكنولوجيا المعلومات داخل البنك | 3,61 | 0,299 | موافق |
| المحور الثالث: جودة الخدمات المصرفية | 3,77 | 0,220 | موافق |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ بأن مستوى استجابة أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالمتغير المستقل الخاص ب المحور الثاني " تكنولوجيا المعلومات داخل البنك " فقد سجلنا قبول في العبارة (01) ، " الذي قدر بالمتوسط الحسابي بـ 3.61 ما حقق وزن نسبي موافق و انحراف معياري قدر بـ 0.299 ما يبين التشتت النسبي في الآراء ، أما فيما يتعلق بالمتغير التابع الخاص ب المحور الثالث " جودة الخدمات المصرفية " فقد سجلنا قبول في العبارة (02) ، " الذي قدر بالمتوسط الحسابي بـ 3.77 ما حقق وزن نسبي موافق و انحراف معياري قدر بـ 0.220 ما يبين التشتت النسبي في آراء.

ثانيا : إختبار فرضيات الدراسة :

1 - الفرضية الرئيسية الأولى و فروعها:

إن دراسة وتبيين الدور يتم من خلال تحليل العلاقة ما بين المتغيرات و الأبعاد لذلك سيتم تحليلها بإتباع طريقة من الجزء الى الكل التي تفرضها علينا منهجية البحث أي إختبار الفرضيات الفرعية ثم الرئيسية ، وسيتم ذلك كما يلي :

1-1- الفرضية الفرعية الأولى :

- - محتوى هذه الفرضية هو التالي :

لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 ما بين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الجوانب المادية الملموسة .
الجدول التالي يعطي لنا نتائج الإختبار :

الجدول رقم (17): معامل الارتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الجوانب المادية الملموسة

| العامل | معامل الارتباط برسون R | مستوى الدلالة SIG |
|--|---------------------------|----------------------|
| علاقة إرتباط _مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الجوانب المادية الملموسة . | 0.168 | 0.322 |

المصدر : من إعداد الطالبة إعتامدا على البرنامج الإحصائي SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الجوانب المادية الملموسة قدرت بقيمة 0.168_حيث نلاحظ أنها غير دالة إحصائيا نتيجة لبلوغ مستوى دلالتها قيمة قدرت ب 0.322 حيث أنها أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة (0.05) ، هذا ما يجعلنا نقبل الفرضية الصفرية التي تتضمن عدم وجود علاقة إرتباط مابين ما بين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الجوانب المادية الملموسة وهذا يعود إلى عدم تأثير تكنولوجيا المعلومات على الجانب المادي للبنك فيما يخص الموقع الجغرافي والموقع الالكتروني وسهولة الوصول إليه من طرف ذوي الاحتياجات الخاصة من وجهة نظر المبحوثين وهو أمر غير مقبول، لذا يتعين على إدارة البنك إعادة النظر في الجانب الهيكلي لمقر وكالاتها، وإدراج البعد التكنولوجي في معاملاتها (البطاقات الذكية، المعاملات عن بعد) لكي يتسنى لفئة أكبر من العملاء الاطلاع والحصول على هذه الخدمات.

- 1-2- فرضية الدراسة الفرعية الثانية :

- - محتوى هذه الفرضية هو التالي :

لا توجد علاقة إرتباط ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الاعتمادية.

- الجدول التالي يعطي لنا نتائج الإختبار :

الجدول رقم (18): معامل الارتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الاعتمادية.

| العامل - | معامل الارتباط برسون R - | مستوى الدلالة SIG |
|---|--------------------------------|----------------------|
| العلاقة مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الاعتمادية. | 0.284 - | 0.088 - |

المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على البرنامج الإحصائي SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الاعتمادية بحيث قدرت بقيمة 0.284 حيث نلاحظ أنها غير دالة إحصائيا نتيجة لبلوغ مستوى دلالتها قيمة قدرت ب 0.088 حيث أنها أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة (0.05) ، هذا ما يجعلنا نقبل الفرضية الصفرية التي تتضمن عدم وجود علاقة ارتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الاعتمادية، و ذلك أن بعد الاعتمادية يركز على انضباط الموظفين وحسن استقبالهم ومهنتهم مع العملاء، ولا توجد علاقة مباشرة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على الجانب السلوكي لهم، من وجهة نظر المبحوثين.

1-3- فرضية الدراسة الفرعية الثالثة :

- محتوى هذه الفرضية هو التالي :

لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الاستجابة.

- الجدول التالي يعطي لنا نتائج الاختبار :

جدول رقم (19): معامل الارتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الاستجابة .

| مستوى الدلالة SIG | معامل الارتباط برسون R | - العامل |
|----------------------|---------------------------------|--|
| - 0.004 | - 0.462 | العلاقة مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الاستجابة . - |

المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على البرنامج الإحصائي SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الاستجابة حيث قدرت بقيمة 0.282 حيث نلاحظ أنها دالة إحصائية نتيجة لبلوغ مستوى دلالتها قيمة قدرت ب 0.004 حيث أنها أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة (0.05) ، هذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية التي تتضمن عدم وجود علاقة ارتباط و نقبل البديلة التي تتضمن علاقة ارتباط طردية متوسطة مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الاستجابة ، وعليه فإنه من وجهة نظر المبحوثين فإن لتكنولوجيا المعلومات دورا واضحا في سرعة استجابتهم لرغبات العملاء من خلال البرمجيات الحديثة المتوفرة ورقمنة التعاملات البنكية على مستوى الوكالات محل الدراسة .

1-4-فرضية الدراسة الفرعية الرابعة :

- محتوى هذه الفرضية هو التالي :

لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات أو بعد الأمان.

- الجدول التالي يعطي لنا نتائج الاختبار :

الجدول رقم (20): معامل الارتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الأمان.

| العامل - | معامل الارتباط برسون R - | مستوى الدلالة SIG - |
|---|--------------------------------|---------------------------|
| العلاقة مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الأمان. | - 0.003 | - 0.985 |

المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على البرنامج الإحصائي SPSS

الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط ما بين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الأمان. قدرت بقيمة -0.003، حيث نلاحظ أنها دالة إحصائيا نتيجة لبلوغ مستوى دلالتها قيمة قدرت ب 0.985 حيث أنها أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة (0.05)، هذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية التي تتضمن عدم وجود علاقة ارتباطية ونقبل البديلة التي تنص على وجود علاقة ارتباطية لكنها ضعيفة مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الأمان، وهو ما يعكس حرص إدارة البنك على رقمنة معاملاتها المالية و جعلها تتمتع بالأمان ضد مختلف الهجمات السيبرانية مع ضمان الدقة والفعالية في معالجة المعاملات .

- 1-5- فرضية الدراسة الفرعية الخامسة :

- - محتوى هذه الفرضية هو التالي :

لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد التعاطف

- الجدول التالي يعطي لنا نتائج الاختبار :

-الجدول رقم (21): معامل الارتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد التعاطف

| العامل | - معامل الارتباط برسون R - | - مستوى الدلالة SIG |
|---|----------------------------------|------------------------|
| العلاقة مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الاعتمادية. | - 0.639 | - 0.000 |

المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على البرنامج الإحصائي SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد التعاطف قدرت بقيمة 0.639 حيث نلاحظ أنها غير دالة إحصائيا نتيجة لبلوغ مستوى دلالتها قيمة قدرت ب 0.00 حيث أنها أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة (0.05) ، هذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية التي تتضمن عدم وجود علاقة ونقبل البديلة التي تتضمن وجود علاقة إرتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد التعاطف، ومن هنا يتبين دور حسن الاستقبال والتعامل من طرف موظفي البنك في جذب العملاء والعناية بانشغالاتهم بغض النظر عن مدى توفر عنصر التكنولوجيا والمعاملات الرقمية في البنك .

1-6- إختبار فرضية الدراسة الرئيسية :

- محتوى هذه الفرضية هو التالي:

- لا توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و تحسين جودة الخدمات المصرفية.

- الجدول التالي يعطي لنا نتائج الإختبار :

الجدول رقم (22): معامل الارتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات وتحسين جودة الخدمات المصرفية.

| العامل | - معامل الارتباط | - مستوى الدلالة SIG |
|---|------------------|---------------------|
| العلاقة مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و تحسين جودة الخدمات المصرفية | - 0.421 | - 0.009 |

المصدر : من إعداد الطالبة إعتامدا على البرنامج الإحصائي SPSS

من الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و تحسين جودة الخدمات المصرفية قدرت بقيمة 0.421 حيث نلاحظ أنها دالة إحصائيا نتيجة لبلوغ مستوى دلالتها قيمة قدرت ب 0.009 حيث أنها أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة (0.05) ، هذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية التي تتضمن عدم وجود علاقة ونقبل البديلة التي تتضمن وجود علاقة ارتباط طردية متوسطة مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و تحسين جودة الخدمات المصرفية، وهذا ما يعكس الأثر المتزايد لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والمعاملات الالكترونية خصوصا في تطوير الخدمات المصرفية وضمن نجاحها وسرعة التواصل مع العملاء ما يخلق وفورات مادية، وبشرية وميزة تنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية من وجهة نظر المبحوثين، لكنها في نفس الوقت لا تغني عن أبعاد أخرى كحسن المعاملة والجانب السلوكي للموظفين وعلاقته بولاء العميل.

2- الفرضية الرئيسية الثانية :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاستخدام تكنولوجيا المعلومات تعزى إلى الخبرة المهنية للمبحوثين.

- للإجابة عن الفرضية نعرض الجدول التالي :

جدول رقم (23) : إختبار الفرضية الرئيسية الثانية.

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | إختبار F | مستوى الدلالة |
|---------------|----------------|--------------|----------------|----------|---------------|
| بين المجموعات | 2,109 | 4 | ,5270 | 15,181 | ,0000 |
| داخل المجموعة | 1,111 | 32 | ,0350 | / | / |
| الكلي | 3,221 | 36 | | / | / |

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

يبين الجدول أعلاه قيمة إختبار فيشر لدراسة الفروقات البالغة قيمة 15.181 ، حيث أنها دالة إحصائيا بالنظر إلى مستوى الدلالة البالغ قيمة 0.00 اذ أنه أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة (0.05) ، ما يجعلنا نرفض الفرض الصفري لا توجد فروق ونقبل البديلة بمعنى توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) لاستخدام تكنولوجيا المعلومات تعزى إلى الخبرة المهنية للمبحوثين -والجدول التالي يبين هذه الفروقات :

جدول رقم (24) : تحديد مصدر الاختلاف

| سنوات الخبرة | الفروقات في المتوسطات (I-J) | الخطأ المعياري | مستوى الدلالة |
|----------------|-----------------------------|----------------|---------------|
| أقل من 5 سنوات | من 5 - 10 سنة | 0,142 | 0,969 |
| | من 11-15 سنوات | -0,388* | 0,010 |
| | من 16-20 سنة | 0,107 | 0,486 |
| | 20 فما فوق | 0,429* | 0,028 |
| من 5 - 10 سنة | أقل من 5 سنوات | 0,005 | 0,969 |
| | من 11-15 سنوات | -0,382* | 0,000 |

| | | | |
|----------------|---------|-------|-------|
| من 16-20 سنة | 0,113 | 0,092 | 0,230 |
| 20 فما فوق | 0,434* | 0,142 | 0,004 |
| من 11-15 سنوات | 0,388* | 0,141 | 0,010 |
| من 5-10 سنة | 0,382* | 0,072 | 0,000 |
| من 16-20 سنة | 0,495* | 0,091 | 0,000 |
| 20 فما فوق | 0,816* | 0,141 | 0,000 |
| من 16-20 سنة | -0,107 | 0,152 | 0,486 |
| من 5-10 سنة | -0,113 | 0,092 | 0,230 |
| من 11-15 سنوات | -0,495* | 0,091 | 0,000 |
| 20 فما فوق | 0,321* | 0,152 | 0,043 |
| من 16-20 سنة | -0,429* | 0,186 | 0,028 |
| من 5-10 سنة | -0,434* | 0,142 | 0,004 |
| من 11-15 سنوات | -0,816* | 0,141 | 0,000 |
| من 16-20 سنة | -0,321* | 0,152 | 0,043 |

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

نلاحظ من الجدول أعلاه أنه يوجد إختلاف مابين 11-15 سنة مع كل الفئات الأخرى ، بحيث يبين الجدول أعلاه تحديد مصدر الاختلاف لسنوات الخبرة ، اقل من 5 سنوات مستوى الدلالة في فترة البالغ قيمة 0.010 إذ أنه أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة (0.05) ، وكذا بالنسبة لمن 5-10 سنة مستوى الدلالة في فترة البالغ قيمة 0.000 إذ أنه أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة (0.05)، نفس الأمر لسنوات الخبرة " من 16-20 سنة و 20 فما فوق" فكانت على التوالي 0.000 و 0.000 أي اقل من مستوى الدالة المعتمد.

3-الفرضية الثالثة :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاستخدام تكنولوجيا المعلومات تعزى إلى الوضعية الوظيفية للمبحوثين.

- للإجابة عن الفرضية نعرض الجدول التالي :

- جدول رقم (25) إختبار الفرضية الثالثة

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | إختبار F | مستوى الدلالة |
|---------------|----------------|--------------|----------------|----------|---------------|
| بين المجموعات | ,3130 | 3 | ,1040 | 1,182 | ,3310 |
| داخل المجموعة | 2,908 | 33 | ,0880 | / | / |
| الكلي | 3,221 | 36 | | / | / |

المصدر: من إعداد الطالبة إعتامدا على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

يبين الجدول أعلاه قيمة إختبار فيشر لدراسة الفروقات البالغة قيمة 1.182 ، حيث أنها غير دالة إحصائيا بالنظر إلى مستوى الدلالة البالغ قيمة 0.331 إذ أنه أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة (0.05) ، ما يجعلنا نقبل الفرض الصفري بمعنى :
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) لاستخدام تكنولوجيا المعلومات تعزى إلى الوضعية الوظيفية للمبحوثين.

خلاصة الفصل الثالث

هدف هذا البحث إلى إسقاط الدراسة النظرية على الجاني التطبيقي أو الميداني، حيث قمت بدراسة عينة من موظفي مصرف الفلاحة والتنمية الريفية - وكالات ميله - لمعرفة رضاهم عن جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من طرف المصرف. ولقد أظهرت النتائج المحققة عن الدراسة التطبيقية ما يلي:

- تم التوصل إلى أن لدي مصرف الفلاحة والتنمية الريفية - وكالات ميله - تكنولوجيا معلومات تواكب التطور.

الحاصل في الساحة المصرفية الجزائرية.

- وجود مشاكل تواجه مصرف الفلاحة والتنمية الريفية - وكالات ميله - في توظيف تكنولوجيا المعلومات، مثل.

- عدم جاهزية البنية التحتية التي تساعد المصرف على تقديم خدمات مصرفية جديدة وتطوير الخدمات الحالية.

- تم التوصل إلى أن عملاء مصرف الفلاحة والتنمية الريفية - وكالات ميله - يدركون أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمة المصرفية، ويعتبرون أن استمرار المصرف في تطوير خدماته باستخدام تكنولوجيا المعلومات الحديثة عامل مهم في استمرارهم في العمل مع المصرف وتقديم أحسن الخدمات للعملاء.

A decorative rectangular border with ornate floral and scrollwork patterns, featuring larger corner pieces and smaller repeating motifs along the sides.

خاتمة

تمهيد:

شهد العالم خلال السنوات الماضية، ولا يزال يشهد تطورا سريع جدا في أشكال تكنولوجيا المعلومات التي كان لها أثر على النشاط الاقتصادي، وظهرت خلال النصف الثاني من التسعينات القرن الماضي مجموعة من المصطلحات التي تشير إلى دور تكنولوجيا المعلومات في النشاط الاقتصادي مثل مصطلح اقتصاد المعرفة اقتصاد المعلومات والاقتصاد الرقمي، فلقد شمل هذا التطور جميع مجالات الحياة، وبصفة خاصة البنوك التي تشهد تحديات هائلة في العقدين الأخيرين من القرن الماضي وبداية القرن الحالي، فأصبحت البنوك تعمل في ظل بيئة متغيرة تحت تأثير عدة عوامل منها تكنولوجيا المعلومات.

لقد أصبح الموظف أكثر والمالما بتكنولوجيا المعلومات التي أحدثت تغير في حجم تطلعاته للخدمات التي يقدمها للعملاء، مما أدى إلى إهتمامه المتزايد بالخدمات الإلكترونية، وكذا للعميل الذي أصبح يرغب في الحصول على الخدمات في المكان والزمان اللذين يريد هما وعن طريق الوسائل التي يختارها، مما أوجب على البنوك إدماج تكنولوجيا المعلومات في ممارساتها اليومية، حيث ساعدها هذا في الاستفادة منها وتطويعها ليس فقط للرفع من جودة الخدمات المصرفية التقليدية وإنما أيضا كمصدر للكثير من الخدمات المصرفية الجديدة، ولهذا اتجهت البنوك إلى ابتكار خدمات مصرفية إلكترونية جديدة بما يلائم الإحتياجات والمتطلبات المعاصرة للعملاء من ناحية، وتحقيق الربح للبنك من ناحية أخرى.

بدأت البنوك الجزائرية مع إدراك أهمية تكنولوجيا المعلومات الأخذ بمظاهرها والاستفادة منها، ولهذا تعمل جاهدة على اللحاق بركب البنوك المتطورة، فهي تسعى لإدخال خدمات الكترونية جديدة للسوق البنكي الجزائري واستحداث قنوات إلكترونية جديدة للاستفادة من هذه الخدمات، وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور استخدام تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالات ميلة -، إضافة إلى التعرف على المشكلات التي تعيق الاستفادة منها، ومعرفة مدى وعي الموظفين لاستخدام تكنولوجيا المعلومات وتأثيرها على اختيارهم له من أجل تقديم الخدمة للعملاء.

أولاً- نتائج الدراسة:

من خلال هذا البحث أمكننا التوصل إلى جملة النتائج التالية :

- نتائج الفصل النظري:

- أدى استخدام تكنولوجيا المعلومات في البنوك إلى إبراز هذا الدور ليس فقط على جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء، وإنما إلى الدور الذي لعبته أيضا على طبيعة وخصائص هذه الخدمات والتي

تحولت من خدمات مصرفية تقليدية تستلزم الإتصال المباشر ما بين العميل والموظف مقدم الخدمة، إلى خدمات مصرفية إلكترونية ينتقي فيها هذا الاتصال .

- عملت تكنولوجيا المعلومات على توسيع نطاق الخدمات المقدمة من قبل البنوك وتنوعها، كما أنها.

أتاحت تقديم الخدمات المصرفية من خلال منافذ توزيعية جديدة مثل: الموزعات الآلية، الموقع الإلكتروني للبنك، خدمات الهاتف المنزلي... الخ.

- ساهمت أيضا تكنولوجيا المعلومات في توسيع حجم السوق المستهدف بالنسبة للبنوك، وكذلك على إعتبار أن الخدمات المصرفية أصبحت سهلة بشكل أكبر أمام الموظفين عند تقديمها للعملاء .

- ساهم إنتشار إستخدام تكنولوجيا المعلومات إلى زيادة توقعات العملاء بشأن جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها البنوك، حيث أصبح معيار جودة الخدمة معيار المفاضلة بين البنوك بالنسبة للعملاء.

- يعتبر ظهور البنوك الإلكترونية الدور الأكبر على العمل المصرفي والتي توفر فيه إمكانية إجراء المعاملات البنكية سواء كانت التقليدية أو الجديدة بطرق إلكترونية، توفر على الموظفين إيصال الخدمة للعملاء التي تجنبهم مشقة التنقل.

ثانيا - نتائج اختبار الفرضيات والدراسة الميدانية:

- يعمل بنك الفلاحة والتنمية الريفية باستمرار على مواكبة التطورات التكنولوجية التي يشهدها العمل المصرفي.

- يوفر البنك مجموعة من الخدمات المصرفية الإلكترونية والتي تعتمد بالدرجة الأولى على تكنولوجيا.

المعلومات منها: الخدمات المصرفية عبر الصرافات الآلية، وهو تبعا لذلك يوفر لعملائه عددا من البطاقات البنكية والتي تختلف خصائصها حسب حاجاتهم المختلفة، هذا إضافة إلى خدمة نهائي نقطة البيع من خلال المحلات المتعاقدة معه.

- يتوفر بنك الفلاحة والتنمية الريفية على موقع إلكتروني على شبكة الإنترنت ذو تصميم منظم يتكيف مع احتياجات العملاء.

- يقدم البنك من خلال موقعه الإلكتروني عدد من الخدمات الإلكترونية في إطار ما يعرف بخدمة البنك الإلكتروني والذي يسمح للعملاء التواصل مع البنك 24/24 ساعة و 17 أيام، ومن بين هذه الخدمات: خدمة الإطلاع على الرصيد، القيام بعمليات تمويل الأموال من حساب إلى آخر، طلب دفتر الشيكات،

وكذا خدمة البريد الإلكتروني والتي تتيح للعملاء إرسال الشكاوي والمقترحات - على الرغم من الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من قبل البنك إلا أنها تبقى محدودة ولا ترقى للمستوى المطلوب إذا ما تم مقارنة بما تشهده الساحة المصرفية العالمية.

- من النتائج الإحصائية التي تم التوصل إليها فيما يخص بعد الجوانب المادية الملموسة المستخدمة في البنك، أنه لا توجد علاقة ارتباطية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الجوانب المادية الملموسة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) من وجهة نظر المبحوثين وهو ما يثبت الفرضية الفرعية الأولى والتي تنص على أنه لا توجد علاقة ارتباطية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الجوانب المادية الملموسة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)

- فيما يخص بعد الاعتمادية المستخدمة في البنك، أنه لا توجد علاقة ارتباطية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الاعتمادية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) من وجهة نظر المبحوثين، وهو ما يثبت الفرضية الفرعية الثانية والتي تنص على أنه لا توجد علاقة ارتباطية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الاعتمادية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

- فيما يخص بعد الاستجابة في البنك، تبين أنه توجد علاقة ارتباطية طردية متوسطة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الاستجابة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) من وجهة نظر المبحوثين، وهو ما ينفي الفرضية الفرعية الثالثة والتي تنص على أنه لا توجد علاقة ارتباطية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الاستجابة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

- تبين من خلال الدراسة الإحصائية، أنه توجد علاقة ارتباطية طردية جد ضعيفة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الأمان عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) من وجهة نظر المبحوثين، وهو ما ينفي الفرضية الفرعية الرابعة والتي تنص على أنه لا توجد علاقة ارتباطية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الأمان عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

- وفيما يخص بعد التعاطف المستخدمة في البنك، أنه لا توجد علاقة ارتباطية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد التعاطف من وجهة نظر المبحوثين. وهو ما ينفي الفرضية الفرعية الخامسة والتي تنص على أنه توجد علاقة ارتباطية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الجوانب المادية الملموسة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

- تبين أنه توجد علاقة إرتباطية طردية متوسطة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وتحسين جودة الخدمات المصرفية وهو ما **ينفي** الفرضية الرئيسية الأولى التي تنص على انه لا توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 ما بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وتحسين جودة الخدمات المصرفية بمختلف أبعادها (الجوانب المادية الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف)، بمعامل ارتباط قدره 42%.

- تبين من خلال الدراسة الإحصائية انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($0.05 \leq \alpha$) لاستخدام تكنولوجيا المعلومات تعزى إلى الخبرة المهنية للمبحوثين وهو ما **ينفي** الفرضية التي تنص على انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاستخدام تكنولوجيا المعلومات تعزى إلى الخبرة المهنية للمبحوثين.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاستخدام تكنولوجيا المعلومات تعزى إلى المستوى الوظيفي للمبحوثين. وهو ما **يثبت** الفرضية القائلة التي تنص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاستخدام تكنولوجيا المعلومات تعزى إلى المستوى الوظيفي للمبحوثين.

ثالثا - التوصيات:

في ظل النتائج المتوصل إليها، يمكن أن نورد جملة من التوصيات على النحو التالي:

- يجب على بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالات ميلة- التوسع والزيادة في استخدام الأجهزة التكنولوجية الحديثة مثل (الصرافات الآلية، بطاقات الإللكترونية، نقاط البيع)، وتقديم خدمات حديثة باستخدام تكنولوجيا متطورة، كونها تمثل عاملا رئيسيا في زيادة ربحية البنك وتلبية تطلعات العملاء.

- عدم الاكتفاء بعدد محدود من الخدمات المصرفية الإلكترونية، حيث يجب على بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالات ميلة- تنويع خدماته الإلكترونية وابتكار خدمات إلكترونية جديدة والاستفادة من خبرات البنوك المنافسة.

- على بنك الفلاحة والتنمية الريفية جعل موقعه الإلكتروني أكثر فاعلية وإستجابة لطلبات عملاء، وكذا أكثر سرعة في تقديم الخدمة.

- على إدارة بنك الفلاحة والتنمية الريفية دعم الاستثمار في مجال تكنولوجيا المعلومات الحديثة لمواكبة التطورات التكنولوجية المحلية والعالمية، ولضمان بقاءه في سوق المصرفية.

- على بنك الفلاحة والتنمية الريفية إجراء دراسات استطلاعية أو الاستفادة من الدراسات التي يكون البنك محل دراسة لها، للتعرف على رغبات وتطلعات عملائه نحو الخدمة المصرفية التي يفضلون التعامل بها.
 - العمل على إيجاد منظومة تشريعية واضحة ومتكاملة من شأنها إزالة القيود وتشجيع القطاع البنكي من أجل توظيف تكنولوجيا المعلومات ومواكبة التطورات الإقليمية والدولية الحاصلة في قطاع البنوك من بينها الإمضاء الإلكتروني وتحويل الأموال بسلاسة أكبر.
 - تطوير البنية التحتية لتهيئة المناخ الملائم للاستثمار في مجال البنوك الإلكترونية.
 - إن الاستخدام المتزايد لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والمعاملات الإلكترونية خصوصا في تطوير الخدمات المصرفية وضمان نجاعتها وسرعة التواصل مع العملاء ما يخلق وفورات مادية، وبشرية وميزة تنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية من وجهة نظر المبحوثين، لكنها في نفس الوقت لا تغني عن أبعاد أخرى كحسن المعاملة والجانب السلوكي للموظفين وعلاقته بولاء العميل.
- رابعا - أفاق البحث:**
- من خلال استعراضنا لموضوع البحث يبقى المجال واسعا لبحوث أخرى نذكر منها ما يلي:
 - دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية.
 - الخدمات المصرفية الإلكترونية وآفاقها في الجزائر.
 - دور الصيرفة الإسلامية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء
 - دور إدارة المعرفة في تحسين جودة الخدمات المصرفية.

A decorative rectangular border with ornate floral and scrollwork patterns, featuring a central floral motif at the top and bottom, and symmetrical scrollwork on the sides.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

- المراجع باللغة العربية:

1/الكتب:

- 1- السالمي علاء عبد الرزاق ، خالد إبراهيم السليطي، الإدارة الالكترونية، دار وائل للنشر و التوزيع ، عمان، 2008.
- 2- العبادي هاشم فوزي ، جليل كاظم العارضي، نظم ادارة المعلومات، دار الصفاء للنشر . والتوزيع، ط1، عمان، 2012.
- 3- الصيرفي محمد ، إدارة تكنولوجيا المعلومات، دار الذكر الجامعي 30 شارع سوتير ، ط1، الاسكندرية، 2009.
- 4- الحداد عوض بدير ، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، ط1، مصر، 1999.
- 5- معلا ناجي ، الأصول المعرفية للتسويق المصرفي، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2007، 3.
- 6- الشمري ناظم محمد النوري ، عبد الفتاح عبد اللات، الصيرفة الالكترونية الأدوات ومعوقات التوسع، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، دون سنة.
- 7- المحياوي قاسم نايف علوان ،ادارة الجودة في الخدمات مفاهيم و عمليات و تطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر و لتوزيع و التوزيع، عمان الأردن، 2006.
- 8- قنديلجي عامر إبراهيم ،علاء الدين عبد القادر الجنابي، نظم المعلومات الإدارية، دار المسيرة للنشر و التوزيع والطباعة، عمان، ط3، 2008.
- 9- القهويي ليث عبد الله و آخرون، جودة المعلومات و الذكاء الاستراتيجي في بناء المنظمات المعاصرة، دار الحامد للنشر و التوزيع، ط1، الأردن-عمان - 2013.
- 10- كورتال فريد ، أمال يوب، تكنولوجيا المعلومات دورها في العمل الإداري و التسويقي، دار النشر زمزم ناشرون و موزعون، ط1، الأردن-عمان - 2016.
- 11- الحسيان عطاء الله أحمد سويلم ، الرقابة الداخلية في بيئة تكنولوجيا المعلومات، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان- الأردن-، 2009.
- 12- الذبيبة زياد عبد الحليم ، نضال محمود الرمحي، نظم المعلومات في الرقابة والتدقيق، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2011.

13- الكساسة وصفى ، الأداء المؤسساتي من خلال تكنولوجيا المعلومات، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع الأردن-عمان-، ط1، 2011.

2/المجلات و الجرائد:

- 1- الخفاجي علي كريم ،توظيف تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية دراسة تطبيقية مقارنة بين المصارف الحكومية والأهلية ،قسم إدارة أعمال ،كلية الإدارة و لاقتصاد ،مجلة جامعة بابل العراقية ،المجلد 8،العدد32، 2012.
- 2- جاسم علي فرح ، تأثير تكنولوجيا المعلومات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية، تخصص قسم إدارة الأعمال، مجلة الدنانير،الثامن،الجامعة بغداد- العراق-،2007.
- 3- قاسم سامر ، أثر التكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية، مجلة جامعة تشرين للبحوث و الدراسات العلمية-سلسلة العلوم الاقتصادية و القانونية المجلد 37، العدد 2، 2015.
- 4- صلاح وهاب زينب ،مستوى استخدام مكونات تكنولوجيا المعلومات وأثرها على حلقات الجودة دراسة ميدانية في الشركة العامة للمسح الجيولوجي والتعدين ،رسالة ماجستير،مجلة كلية الإدارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية ،العدد5،جامعة بابل-العراق-،2015.
- 5- جاسم محمد سوسن ، تأثير إدارة التغيير على إعادة الهيكلة التنظيمية، منظور استراتيجي، مجلة منصور، كلية المنصور الجامعة، العدد20،2013.
- 6- عبد القادر بريش ، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسية بن بوعلي-الشلف-،العدد3،2013.
- 7- عبد الرحمان مصطفى ، جودة الخدمات المصرفية، جريدة لوسيل، قطر، العدد 77، 21 يونيو 2017.
- 8- القيسي جاسم بلال ، تحقيق جودة الخدمات في ضوء إدارة علاقات الزبون، مجلة الدنانير، جامعة بغداد - الجامعة العراقية -، العدد الثاني،دون سنة.

3/المداخلات:

- 1- طرطار أحمد ، سارة حليمي، جودة الخدمات المصرفية كآلية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك، مداخلات مقدمة للملتقى الدولي حول إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، جامعة منتوري قسنطينة، 2010.

4/ الأطروحات و المذكرات:

-أطروحات الدكتوراه:

- 1- بريش عبد القادر ، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005-2006.
 - 2- عبدوي هناء ، مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم التسيير، تخصص تسيير المنظمات، جامعة محمد خيضر-بسكرة، 2015- 2016.
 - 3- قاسمي آسيا ، أثر العولمة المالية على تطوير الخدمات المصرفية وتحسين القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في شعبة العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاديات المالية والبنوك، جامعة أحمد بوقرة- بومرداس، 2014-2015.
 - 4- درور أسماء ، أثر تكنولوجيا المعلومات في ترقية تسويق الخدمات المصرفية والمالية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، تخصص تسويق، جامعة العربي بن مهيدي -أم البواقي، 2015-2016.
 - 5- يابسي لياس ، الآثار المحتملة لتحرير الخدمات المالية على القطاع المصرفي الجزائري وفقا للاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات(الجات)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص نفوذ ومالية، جامعة الجزائر 3، 2012-2013.
- مذكرات ماجستير:

- 1- الباهي صلاح الدين مفتاح سعد ،أثر جودة الخدمة المصرفية الالكترونية على رضا الزبائن ،قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، تخصص إدارة أعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2016.
- 2- فني فضيلة، دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تسيير المعارف بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة،مذكرة ماجستير في علوم التسيير،تخصص إدارة أعمال،جامعة بسكرة،2008.
- 3- مسلم أمجد عقيل ،أكرم رياض صاحب،علاقة جودة الخدمات المصرفية بتحقيق رضا الزبون، جزء من متطلبات نيل شهادة البكالوريوس، تخصص إدارة أعمال، جامعة القادسية ،2017.

- 4- أبوعكر فوزي فايز عودة ، دور جودة الخدمات والصورة الذهنية والمنافع غير ملموسة في جودة العلاقة مع الأعضاء المستفيدين، قُدم هذا البحث استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، تخصص إدارة الأعمال، كلية التجارة في الجامعة الإسلامية - غزة-، 2016.
- 5- الحلبي مؤمن عبد السميع حسن ، جودة الخدمات الالكترونية وأثرها على رضا المستخدمين، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، تخصص إدارة الأعمال، كلية التجارة في الجامعة الإسلامية - غزة-، 2017.
- 6- الردايدة رمزي طلال حسن ، أثر جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في تقوية العلاقة بين المصرف والزبائن، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة عمان-، الماجستير في الأعمال الإلكترونية، تخصص الأعمال الالكترونية، جامعة الشرق الأوسط، 2011.
- 7- الرياضي سامر فهد سليمان ، أثر أبعاد جودة الخدمات المصرفية على رضا الزبون في البنك العربي، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، تخصص تسويق، جامعة الزرقاء، 2016.
- 8- الشيخ ولد محمد، استخدام نظام المعلومات في اتخاذ القرارات في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص بحوث العمليات و تسيير المؤسسات، جامعة أبي بكر بعباد، تلمسان، 2010-2011.
- 9- الكركي وسام محمد ناصر ، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الإداريين، قدمت هذه الرسالة لنيل شهادة الماجستير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الخليل، 2010.
- 10- عوض عبد الله تامر توفيق ، العلاقة بين عناصر الرقابة الداخلية وجودة الخدمات المصرفية، قدم هذا البحث استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في المحاسبة والتمويل من كلية التجارة في الجامعة الإسلامية - غزة- ، 1433 هـ - 2012.
- 11- عيدوني العياشي ، دور نظام المعلومات في إتخاذ القرارات ضمن متطلبات التنمية المستدامة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص إدارة أعمال الإستراتيجية للتنمية المستدامة، جامعة سطيف، 2013-2014.

5/التقارير و الدراسات:

- 1- لعلوح رفاه ، دراسة بعنوان أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في البنوك التجارية في مدينة نابلس، تخصص إدارة الأعمال، جامعة النجاح الوطنية ، نابلس، 2016.
- 2- مكاوي عماد حسن ، محمود سليمان علم الدين، تقرير حول تكنولوجيا المعلومات و الإتصال، الدورة القاهرة، الملحق 1-399-233-977-I.S.B.N، كلية الإعلام، جامعة ، 2000.

6/المواقع:

- 1- بتاريخ 2019/01/28 qu.edu-iq/el/pluginFile.php
- 2- بتاريخ: 20ماي 2019 ، إنترنت/ <https://www.marefa.org/>
- 3- بتاريخ: 13 أفريل 2019، http://4pcs-solutions.blogspot.com/2012/04/blog-post_29.html
- 4- بتاريخ 2019/05/20، <http://www.startimes.com/f.aspx?t=33685502>

A decorative rectangular border with ornate floral and scrollwork patterns, featuring larger corner pieces and smaller repeating motifs along the sides.

الملاحق

الملحق رقم (1) : إستمارة الإستبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف - ميلّة -

معهد العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

شعبة : علوم اقتصادية

تخصص : إقتصاد نقدي وبنكي

دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة

الخدمات المصرفية

دراسة ميدانية على مستوى عينة من موظفي بنك الفلاحة و التنمية

وكالات ميلّة.

تحت إشراف الأستاذة:

- د/ داي وسام

إعداد الطالبة:

- بن العمري رانية

السنة الجامعية: 2018 - 2019

السادة موظفي البنك:

في إطار إعداد مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الإقتصادية تخصص إقتصاد نقدي وبنكي حول موضوع البحث المتعلق ب"دور التكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية، تم إيجاز هذا الإستبيان للتعرف على دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين وتطوير جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك الفلاحة و التنمية الريفية لولاية ميله، و يشرفنا مشاركتكم في هذا الإستبيان، علما أن البيانات التي يتم الإدلاء بها سوف تحاط بالسرية التامة ولا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.

سنتطرق في هذه الدراسة إلى الأبعاد الأساسية والتي نعرفها كآلي :

1- الجوانب المادية الملموسة: وتشير إلى الدلائل المادية التابعة لمنظمة الخدمة، ويشمل هذا البعد التسهيلات المادية، ومظهر الموظفين في منظمة الخدمة، والأدوات والتجهيزات المستخدمة في تقديم الخدمة، والصورة المادية للخدمة مثل: البطاقة البلاستيكية أو كشوفات البنك، والعملاء الآخرون في منظمة الخدمة.

2- الاعتمادية: وتتمثل في ثبات الأداء، وقدرة المنظمة على تقديم الخدمة التي وعدت بها بشكل يمكن من الاعتماد عليها بطريقة صحيحة من المرة الأولى، ويضم هذا البعد الدقة في الحسابات، والحفاظ على سجلات صحيحة، وتقديم الخدمة في المواعيد المحددة.

3- الاستجابة: وتتعلق بمدى رغبة مقدمي الخدمة واستعدادهم لتقديم خدمة فورية للعملاء وتشمل: الاستجابة الفورية لاحتياجات العملاء، والردّ الفوري على استفسارات العملاء، أو شكاويهم، وتقديم خدمة فورية مثل تحديد المواعيد بسرعة.

4- الأمان: ويعني الخلو من الخطر والمخاطرة والشك ويتضمن هذا البعد الأمن المالي، والمحافظة على سرية تعاملات العميل مع المنظمة.

5- التعاطف: ويعني مستوى العناية والاهتمام الشخصي الذي تقدّمه المنظمة لعملائها. يرجى التكرم بقراءة فقرات الإستبيان و الإجابة عليها بموضوعية و دقة و إختيار الإجابة التي تعكس الواقع الفعلي، لما لها من أثر مهم للوصول إلى نتائج دقيقة يمكن الإستفادة منها مستقبلا و ذلك بوضع علامة (x) في المكان المناسب:

المحور أولاً: المعلومات الشخصية

الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

العمر: أقل من 30 سنة ☐ من 30-35 سنة ☐ من 36-40 سنة ☐ من 41 فما فوق ☐

المستوى التعليمي: ثانوي ☐ جامعي ☐

دراسا عليا (ماجستير، دكتوراه) ☐ أخرى ☐

المستوى الوظيفي: مدير ☐ نائب مدير ☐ رئيس فرع ☐ رئيس مصلحة ☐

الخبرة:

أقل من 5 سنوات ☐ من 5-10 سنة ☐ من 10-15 سنوات ☐ من 15-20 سنة ☐ من 20 فما فوق ☐

المحور الثاني: متغيرات الدراسة.

أولاً: تكنولوجيا المعلومات داخل البنك

| الرقم | العبارات | موافق تماماً | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق تماماً |
|-------|---|--------------|-------|-------|-----------|------------------|
| 1 | - تدرك احتياجات العملاء من المعلومات بدقة عند إستخدامك لتكنولوجيا المعلومات. | | | | | |
| 2 | - الدورات و البرامج التدريبية تساعدك على إستخدام الكفاء لتكنولوجيا المعلومات (الرسكلة). | | | | | |
| 3 | - أنت على اطلاع مع التطورات الحديثة التي تحدث في البنوك الأخرى في مجال تكنولوجيا المعلومات. | | | | | |
| 4 | - تتوفر لدى بنكم برمجيات خاصة تغطي كافة أنشطتها. | | | | | |
| 5 | - تتميز أجهزة الإعلام الآلي المستخدمة في بنكم بالحدثة و السرعة. | | | | | |
| 6 | - يتم تطوير و تحديث البرمجيات بما يناسب إحتياجات العميل. | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|
| | | | | | 7 - تستطيع معالجة المشاكل التي تواجهك في استخدام الشبكة و نظام المعلومات. |
| | | | | | 8 - يقدم نظام المعلومات نفس المستوى من الخدمات في جميع الأوقات. |
| | | | | | 9 - تتميز برامج و تطبيقات الحاسوب بسهولة الاستخدام. |
| | | | | | 10 - يتم تحديث و صيانة شبكة الاتصالات الداخلية الخاصة ببنككم بصفة دورية. |
| | | | | | 11 - يوجد في بنككم مكاتب جميعها موصولة عن طريق شبكة الحاسوب. |
| | | | | | 12 - يتوفر في جميع مكاتب بنككم على شبكة الانترنت |
| | | | | | 13 - يحتوي بنككم على خلية متخصصة في تقنية المعلومات التي تتعامل بشبكة الإكسترنات. |
| | | | | | 14 - تحتوي مكاتب بنككم على أحدث النظم لتطبيق الإدارة الإلكترونية. |

ثانيا: جودة الخدمات المصرفية:

1- الجوانب المادية الملموسة:

| - البعد الأول: الجوانب المادية الملموسة | | | | | |
|---|--|-------------|-------|-------|-----------|
| الرقم | العبارة | موافق تماما | موافق | محايد | غير موافق |
| 15 | - يتميز البنك بموقع قريب بحيث يمكن العملاء الوصول إليه بسهولة . | | | | |
| 16 | - يوجد موقع إلكتروني ببنككم على شبكة الأنترنت واضح وسهل التصفح . | | | | |
| 17 | - يسعى البنك لتطوير الأدوات والأجهزة من أجل إستمرارية البنك تقدمه. | | | | |
| 18 | - يتوفر البنك على أماكن خاصة لوقوف السيارات . | | | | |
| 19 | - يتميز بنككم بملائمة أوقات العمل لكل العملاء. | | | | |
| 20 | - يتوفر البنك على مسالك و مصاعد للعملاء من ذوي الاحتياجات الخاصة . | | | | |

| | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|
| 21 | - يساعد توفر الصرافات آلية في البنك على تقليل الإزدحام في صوف الإنتظار . | | | | |
| 22 | - يساعد إستخدام البطاقات البلاستيكية داخل البنك على تقليل ضغط العمل لدى الموظفين عند إستقبال العملاء . | | | | |
| 23 | - يسهل البنك على العملاء الحصول على الخدمات الإلكترونية من الموقع بسرعة . | | | | |

2- الإعتامية:

| البعد الثاني: الإعتامية | | | | | |
|-------------------------|---|----------------|-------|-------|-----------------------|
| الر قم | العبارة | موافق تماما | موافق | محايد | غير موافق تماما |
| 24 | - يتميز بنكم بدقة في الحسابات مع الحفاظ على السجلات صحيحة . | | | | |
| 25 | - يتوفر لدى بنكم العديد من أجهزة الإعلام الآلي مما يمكنه من أداء عمله بسرعة . | | | | |
| 26 | - يستقبل موظفو البنك العملاء في المواعيد المحددة. | | | | |
| 27 | - يعمل موظفو البنك على إنجاز الخدمة المطلوبة بدقة للعملاء في الوقت المحدد. | | | | |
| 28 | - يتمتع بنكم بكفاءة في تقديم الخدمة و ثبات الأداء. | | | | |
| 29 | - يعمل البنك على خلو وثائق و كشوفاته المقدمة للزبائن من الأخطاء. | | | | |

3- الإستجابة:

| البعد الثالث: الإستجابة | | | | | |
|-------------------------|---|----------------|-------|-------|-----------------------|
| الر قم | العبارة | موافق تماما | موافق | محايد | غير موافق تماما |
| 30 | - يحرص موظفي البنك على الرد الفوري على إستفسارات العملاء. | | | | |
| 31 | - يتميز مقدمي الخدمة بالرغبة و الإستعداد لتقديم خدمة فورية للعملاء. | | | | |
| 32 | - موظفو البنك على إستعداد دائم للإستماع لشكاوي العملاء. | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|
| | | | | | 33 - تساعد الصرافات الآلية في تقليل زمن الحصول على الخدمة المصرفية. |
| | | | | | 34 - يعمل البنك على حل المشكلات المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية. |
| | | | | | 35 - يتميز بنكم بسرعة الرد على طلبات العملاء عن طريق البريد الإلكتروني. |

4- الأمان :

| البعد الرابع: الأمان | | | | | |
|----------------------|--|--------------|-------|-------|------------------|
| الرقم | العبارة | موافق تماماً | موافق | محايد | غير موافق تماماً |
| 36 | - تتوفر أجهزة الإعلام الآلي على برمجيات أمن و حماية. | | | | |
| 37 | - يستخدم البنك برامج و تقنيات فعالة لحماية الشبكة من الإختراق. | | | | |
| 38 | - يحافظ البنك على سرية معلومات العملاء. | | | | |
| 39 | - يحرص الموظفون على زرع الثقة في نفوس العملاء. | | | | |

5- التعاطف :

| البعد الخامس: التعاطف | | | | | |
|-----------------------|---|--------------|-------|-------|------------------|
| الرقم | العبارة | موافق تماماً | موافق | محايد | غير موافق تماماً |
| 40 | - يتميز موظفو بنكم بالتهذيب عند التعامل مع العملاء . | | | | |
| 41 | - يتميز الموظفون بالمظهر اللائق أمام العملاء. | | | | |
| 42 | - يلاقي العميل العناية المناسبة من قبل الموظفين . | | | | |
| 43 | - يسعى موظفو بنكم إلى التعامل السريع مع مقترحات العملاء . | | | | |
| 44 | - يتميز موظفو بنكم بأسلوب الحوار الراقى مع العملاء . | | | | |
| 45 | - يهتم الموظفون بخدمة مصالح العملاء بسرعة . | | | | |

ثالثا: قائمة الأساتذة محكمين الاستبيان

| إسم المحكم | الدرجة العلمية | الجامعة |
|------------------|---------------------|---------------------|
| كنيدة زوليخة | أستاذة محاضرة - ب - | المركز الجامعي ميلة |
| هولي فرحات | أستاذ محاضر - ب - | المركز الجامعي ميلة |
| طارق بلحاج | أستاذ محاضر - ب - | المركز الجامعي ميلة |
| بو الريحان فاروق | أستاذ محاضر - ب - | المركز الجامعي ميلة |
| رملي حمزة | أستاذ محاضر - ب - | المركز الجامعي ميلة |
| علي موسى أمال | أستاذة مساعدة - أ - | المركز الجامعي ميلة |

الملحق رقم (2): ثبات الإستمارة

1- المعلومات الشخصية: (1)

Fréquences

Statistiques

| عدد سنوات الخبرة | الوضعية المهنية | المستوى التعليمي | السن | الجنس | |
|------------------|-----------------|------------------|------|-------|----------|
| 37 | 37 | 37 | 37 | 37 | N Valide |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | Manquant |

Table de fréquences

الجنس

| | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide ذكر | 16 | 43,2 | 43,2 | 43,2 |
| أنثى | 21 | 56,8 | 56,8 | 100,0 |
| Total | 37 | 100,0 | 100,0 | |

السن

| | | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|--------|------------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide | أقل من 30 سنة | 5 | 13,5 | 13,5 | 13,5 |
| | من 30 إلى 35 سنة | 12 | 32,4 | 32,4 | 45,9 |
| | من 36 إلى 40 سنة | 13 | 35,1 | 35,1 | 81,1 |
| | من 41 فما فوق | 7 | 18,9 | 18,9 | 100,0 |
| | Total | 37 | 100,0 | 100,0 | |

المستوى التعليمي

| | | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|--------|--------------------------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide | ثانوي | 3 | 8,1 | 8,1 | 8,1 |
| | جامعي | 27 | 73,0 | 73,0 | 81,1 |
| | دراسا عليا (ماجستير، دكتوراه): | 4 | 10,8 | 10,8 | 91,9 |
| | أخرى | 3 | 8,1 | 8,1 | 100,0 |
| | Total | 37 | 100,0 | 100,0 | |

الوضعية المهنية

| | | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|--------|------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide | مدير | 2 | 5,4 | 5,4 | 5,4 |
| | نائب مدير | 2 | 5,4 | 5,4 | 10,8 |
| | رئيس فرع | 5 | 13,5 | 13,5 | 24,3 |
| | رئيس مصلحة | 28 | 75,7 | 75,7 | 100,0 |
| | Total | 37 | 100,0 | 100,0 | |

4

عدد سنوات الخبرة

| | | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|--------|----------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| Valide | أقل من 5 سنوات | 2 | 5,4 | 5,4 | 5,4 |
| | من 5-10 سنة | 13 | 35,1 | 35,1 | 40,5 |
| | من 11-15 سنوات | 14 | 37,8 | 37,8 | 78,4 |
| | من 16-20 سنة | 6 | 16,2 | 16,2 | 94,6 |
| | 20 فما فوق | 2 | 5,4 | 5,4 | 100,0 |
| | Total | 37 | 100,0 | 100,0 | |

المصدر: من مخرجات SPSS نسخة 23.

⁽¹⁾ المصدر: من مخرجات SPSS. نسخة 23

الملحق رقم (3): متغيرات الدراسة

2- ثبات عبارات المحور الثاني و الثالث: * ألفا كرونباخ* (1)

Fiabilité

Echelle : ALL VARIABLES

Statistiques de fiabilité

| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
|-------------------|-------------------|
| ,816 | 52 |

Statistiques de total des éléments

| | Alpha de Cronbach |
|---|-------------------|
| المحور الثاني: تكنولوجيا المعلومات داخل البنك | ,809 |
| المحور الثالث: جودة الخدمات المصرفية | ,808 |
| البعد الأول: الجوانب المادية الملموسة | ,804 |
| البعد الثاني: الاعتمادية | ,808 |
| البعد الثالث: الإستجابة | ,814 |
| البعد الرابع: الأمان | ,807 |
| البعد الخامس: التعاطف | ,813 |
| تدرك احتياجات العملاء من المعلومات بدقة عند - استخدامك لتكنولوجيا المعلومات. | ,826 |
| الدورات و البرامج التدريبية تساعدك على استخدام الكفى - (لتكنولوجيا المعلومات (الرسكلة | ,830 |
| أنت على اطلاع مع التطورات الحديثة التي تحدث في - البنوك الأخرى في مجال تكنولوجيا المعلومات. | ,797 |
| تتوفر لدى بنكم برمجيات خاصة تغطي كافة أنشطتها - | ,812 |
| تتميز أجهزة الإعلام الآلي المستخدمة في بنكم بالحدثة و - السرعة. | ,805 |
| يتم تطوير و تحديث البرمجيات بما يناسب إحتياجات - العميل. | ,817 |
| تستطيع معالجة المشاكل التي تواجهك في استخدام الشبكة - و نظام المعلومات. | ,817 |

| | |
|---|------|
| يقدم نظام المعلومات نفس المستوى من الخدمات في جميع الأوقات. | ,797 |
| تتميز برامج و تطبيقات الحاسوب بسهولة الاستخدام - | ,807 |
| يتم تحديث و صيانة شبكة الاتصالات الداخلية الخاصة - ببنككم بصفة دورية. | ,816 |
| يوجد في بنككم مكاتب جميعها موصولة عن طريق شبكة الحاسوب. | ,816 |
| يتوفر في جميع مكاتب بنككم على شبكة الانترنت - | ,797 |
| يحتوي بنككم على خلية متخصصة في تقنية المعلومات - التي تتعامل بشبكة الإكسترنات. | ,832 |
| تحتوي مكاتب بنككم على احدث النظم لتطبيق الإدارة - الإلكترونية. | ,805 |
| يتميز البنك بموقع قريب بحيث يمكن العملاء الوصول - إليه بسهولة . | ,825 |
| يوجد موقع إلكتروني ببنككم على شبكة الأنترنت واضح - وسهل التصفح . | ,809 |
| لتطوير الأدوات والأجهزة من أجل يسعى البنك - إستمرارية البنك تقدمه. | ,817 |
| . يتوفر البنك على أماكن خاصة لوقوف السيارات - | ,805 |
| .يتميز بنككم بملائمة أوقات العمل لكل العملاء - | ,796 |
| يتوفر البنك على مسالك و مصاعد للعملاء من ذوي - الاحتياجات الخاصة. | ,787 |
| يساعد توفر الصرافات آلية في البنك على تقليل الإزدحام - في صوف الإنتظار. | ,816 |
| يساعد إستخدام البطاقات البلاستيكية داخل البنك على - تقليل ضغط العمل لدى الموظفين عند إستقبال العملاء. | ,802 |
| يسهل البنك على العملاء الحصول على الخدمات - الإلكترونية من الموقع بسرعة . | ,825 |
| يتميز بنككم بدقة في الحسابات مع الحفاظ على السجلات - صحيحة . | ,816 |
| يتوفر لدى بنككم العديد من أجهزة الإعلام الآلي مما يمكنه - من أداء عمله بسرعة . | ,816 |
| .يستقبل موظفو البنك العملاء في المواعيد المحددة - | ,808 |

المصدر: من مخرجات SPSS نسخة 23 .

⁽¹⁾ المصدر: من مخرجات SPSS. نسخة 23

| | |
|--|------|
| | ,800 |
| يعمل موظفو البنك على إنجاز الخدمة المطلوبة بدقة - للعلماء في الوقت المحدد | |
| .يتمتع بكنكم بكفاءة في تقديم الخدمة و ثبات الأداء - | ,808 |
| يعمل البنك على خلو وثائق و كشوفاته المقدمة للزبائن من - الأخطاء | ,821 |
| يحرص موظفي البنك على الرد الفوري على إستفسارات - العلماء | ,812 |
| يتميز مقدمي الخدمة بالرغبة و الإستعداد لتقديم خدمة - فورية للعلماء | ,814 |
| .موظفو البنك على إستعداد دائم للإستماع لشكاوي العلماء - | ,812 |
| تساعد الصرافات الآلية في تقليل زمن الحصول على - الخدمة المصرفية | ,816 |
| يعمل البنك على حل المشكلات المتعلقة بالمعاملات - الإلكترونية | ,812 |
| يتميز بكنكم بسرعة الرد على طلبات العلماء عن طريق - البريد الإلكتروني | ,832 |
| .تتوفر أجهزة الإعلام الآلي على برمجيات أمن و حماية - | ,810 |
| يستخدم البنك برامج و تقنيات فعالة لحماية الشبكة من - الإختراق | ,799 |
| .يحافظ البنك على سرية معلومات العلماء - | ,832 |
| .يحرص الموظفون على زرع الثقة في نفوس العلماء - | ,813 |
| . يتميز موظفو بكنكم بالتهذيب عند التعامل مع العلماء - | ,803 |
| .يتميز الموظفون بالمظهر اللائق أمام العلماء - | ,828 |
| . يلاقي العميل العناية المناسبة من قبل الموظفين - | ,816 |
| يسعى موظفو بكنكم إلى التعامل السريع مع مقترحات - العلماء | ,816 |
| . يتميز موظفو بكنكم بأسلوب الحوار الراقي مع العلماء - | ,816 |
| . يهتم الموظفون بخدمة مصالح العلماء بسرعة - | ,811 |

المصدر: من مخرجات SPSS نسخة 23.

- ثبات عبارات المحور الثاني و الثالث: * الوزن النسبي للمتوسط الحسابي * (1)

Caractéristiques

Statistiques descriptives

| | Moyenne | Ecart type |
|---|---------|------------|
| البعد الخامس: التعاطف | 3,81 | ,282 |
| يتميز موظفو بنككم بالتهذيب عند - التعامل مع العملاء . | 3,84 | ,764 |
| يتميز الموظفين بالمظهر اللائق أمام - العملاء . | 3,97 | ,600 |
| يلقي العميل العناية المناسبة من قبل - الموظفين . | 3,86 | ,673 |
| يسعى موظفو بنككم إلى التعامل - السريع مع مقترحات العملاء . | 3,70 | ,571 |
| يتميز موظفو بنككم بأسلوب الحوار - الراقي مع العملاء . | 3,68 | ,784 |
| يهتم الموظفون بخدمة مصالح العملاء - بسرعة . | 3,78 | ,584 |
| N valide (liste) | | |

Caractéristiques

Statistiques descriptives

| | Moyenne | Ecart type |
|--|---------|------------|
| المحور الثاني: تكنولوجيا المعلومات داخل البنك | 3,61 | ,299 |
| المحور الثالث: جودة الخدمات المصرفية | 3,77 | ,220 |
| N valide (liste) | | |

- ثبات عبارات المحور الثاني و الثالث: * معامل الارتباط برسون * (2)

Corrélations

Corrélations

| | | |
|---------------|------------------------|---------------|
| | | الدرجة الكلية |
| الدرجة الكلية | Corrélation de Pearson | 1 |

(1) المصدر: من مخرجات SPSS. نسخة 23.

(2) المصدر: من مخرجات SPSS. نسخة 23.

| | | |
|--|------------------------|-------|
| | Sig. (bilatérale) | |
| | N | 37 |
| المحور الثاني: تكنولوجيا المعلومات ¹¹ داخل البنك | Corrélation de Pearson | ,607 |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | N | 37 |
| المحور الثالث: جودة الخدمات المصرفية | Corrélation de Pearson | ,976 |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | N | 37 |
| البعد الأول: الجوانب المادية الملموسة | Corrélation de Pearson | ,742 |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | N | 37 |
| البعد الثاني: الاعتمادية | Corrélation de Pearson | ,651 |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | N | 37 |
| البعد الثالث: الإستجابة | Corrélation de Pearson | ,345 |
| | Sig. (bilatérale) | ,037 |
| | N | 37 |
| البعد الرابع: الأمان | Corrélation de Pearson | ,628 |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | N | 37 |
| البعد الخامس: التعاطف | Corrélation de Pearson | ,477 |
| | Sig. (bilatérale) | ,003 |
| | N | 37 |
| تدرك احتياجات العملاء من - المعلومات بدقة عند إستخدامك لتكنولوجيا المعلومات | Corrélation de Pearson | -,032 |
| | Sig. (bilatérale) | ,849 |
| | N | 37 |
| الدورات و البرامج التدريبية تساعدك - على إستخدام الكفى لتكنولوجيا (المعلومات) (الرسكلة) | Corrélation de Pearson | -,078 |
| | Sig. (bilatérale) | ,648 |
| | N | 37 |
| أنت على اطلاع مع التطورات - الحديثة التي تحدث في البنوك الأخرى في مجال تكنولوجيا المعلومات | Corrélation de Pearson | ,566 |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | N | 37 |
| تتوفر لدى بنكم برمجيات خاصة - تغطي كافة أنشطتها | Corrélation de Pearson | ,249 |
| | Sig. (bilatérale) | ,137 |
| | N | 37 |
| تتميز أجهزة الإعلام الآلي المستخدمة - في بنكم بالحدثة و السرعة | Corrélation de Pearson | ,138 |
| | Sig. (bilatérale) | ,414 |
| | N | 37 |
| يتم تطوير و تحديث البرمجيات بما - يناسب إحتياجات العميل | Corrélation de Pearson | ,186 |
| | Sig. (bilatérale) | ,271 |
| | N | 37 |
| تستطيع معالجة المشاكل التي تواجهك - في استخدام الشبكة و نظام المعلومات | Corrélation de Pearson | -,019 |
| | Sig. (bilatérale) | ,910 |
| | N | 37 |
| يقدم نظام المعلومات نفس المستوى - من الخدمات في جميع الأوقات | Corrélation de Pearson | ,596 |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | N | 37 |
| تتميز برامج و تطبيقات الحاسوب - بسهولة الإستخدام | Corrélation de Pearson | ,269 |
| | Sig. (bilatérale) | ,108 |
| | N | 37 |
| يتم تحديث و صيانة شبكة الاتصالات - الداخلية الخاصة ببنكم بصفة دورية | Corrélation de Pearson | ,063 |
| | Sig. (bilatérale) | ,712 |

المصدر: من مخرجات SPSS نسخة 23.

| | | |
|--|------------------------|--------|
| | N | 37 |
| يوجد في بنكم مكاتب جميعها - موصولة عن طريق شبكة الحاسوب | Corrélation de Pearson | -,162 |
| | Sig. (bilatérale) | ,337 |
| | N | 37 |
| يتوفر في جميع مكاتب بنكم على - شبكة الانترنت | Corrélation de Pearson | ,520** |
| | Sig. (bilatérale) | ,001 |
| | N | 37 |
| يحتوي بنكم على خلية متخصصة - في تقنية المعلومات التي تتعامل بشبكة الإكستراانات | Corrélation de Pearson | -,178 |
| | Sig. (bilatérale) | ,293 |
| | N | 37 |
| تحتوي مكاتب بنكم على احدث النظم - لتطبيق الإدارة الإلكترونية | Corrélation de Pearson | ,405 |
| | Sig. (bilatérale) | ,013 |
| | N | 37 |
| يتميز البنك بموقع قريب بحيث يمكن - العملاء الوصول إليه بسهولة | Corrélation de Pearson | ,004 |
| | Sig. (bilatérale) | ,982 |
| | N | 37 |
| يوجد موقع إلكتروني بينكم على - شبكة الانترنت واضح وسهل التصفح | Corrélation de Pearson | ,464** |
| | Sig. (bilatérale) | ,004 |
| | N | 37 |
| لتطوير الأدوات يسعى البنك - والأجهزة من □ جل إستمرارية البنك تقدمه | Corrélation de Pearson | ,233 |
| | Sig. (bilatérale) | ,166 |
| | N | 37 |
| يتوفر البنك على أماكن خاصة لوقوف - السيارات | Corrélation de Pearson | ,409 |
| | Sig. (bilatérale) | ,012 |
| | N | 37 |
| يتميز بنكم بملائمة أوقات العمل لكل - العملاء | Corrélation de Pearson | ,689** |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | N | 37 |
| يتوفر البنك على مسالك و مصاعد - للعملاء من ذوي الاحتياجات الخاصة | Corrélation de Pearson | ,510** |
| | Sig. (bilatérale) | ,001 |
| | N | 37 |
| يساعد توفر الصرافات آلية في البنك - على تقليل الإزدحام في صوف الانتظار | Corrélation de Pearson | -,199 |
| | Sig. (bilatérale) | ,238 |
| | N | 37 |
| يساعد إستخدام البطاقات البلاستيكية - داخل البنك على تقليل ضغط العمل لدى الموظفين عند إستقبال العملاء | Corrélation de Pearson | ,596** |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | N | 37 |
| يسهل البنك على العملاء الحصول - على الخدمات الإلكترونية من الموقع بسرعة | Corrélation de Pearson | ,080 |
| | Sig. (bilatérale) | ,638 |
| | N | 37 |
| يتميز بنكم بدقة في الحسابات مع - الحفاظ على السجلات صحيحة | Corrélation de Pearson | ,316 |
| | Sig. (bilatérale) | ,057 |
| | N | 37 |
| يتوفر لدى بنكم العديد من أجهزة - الإعلام الآلي مما يمكنه من أداء عمله بسرعة | Corrélation de Pearson | ,052 |
| | Sig. (bilatérale) | ,761 |
| | N | 37 |
| يستقبل موظفو البنك العملاء في - المواعيد المحددة | Corrélation de Pearson | ,407 |
| | Sig. (bilatérale) | ,012 |
| | N | 37 |

المصدر: من مخرجات SPSS نسخة 23.

⁽¹⁾ المصدر: من مخرجات SPSS. نسخة 23

| | | |
|--|------------------------|-------|
| يعمل موظفو البنك على إنجاز - الخدمة المطلوبة بدقة للعملاء في الوقت المحدد. | Corrélation de Pearson | ,575 |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | N | 37 |
| يتمتع بنكم بكفاءة في تقديم الخدمة و - ثبات الأداء. | Corrélation de Pearson | ,359 |
| | Sig. (bilatérale) | ,029 |
| | N | 37 |
| يعمل البنك على خلو وثائق و - كشوفاته المقدمة للزبائن من الأخطاء. | Corrélation de Pearson | ,040 |
| | Sig. (bilatérale) | ,815 |
| | N | 37 |
| يحرص موظفو البنك على الرد - الفوري على إستفسارات العملاء. | Corrélation de Pearson | ,372 |
| | Sig. (bilatérale) | ,023 |
| | N | 37 |
| يتميز مقدمي الخدمة بالرغبة و - الإستعداد لتقديم خدمة فورية للعملاء. | Corrélation de Pearson | ,090 |
| | Sig. (bilatérale) | ,597 |
| | N | 37 |
| موظفو البنك على إستعداد دائم - للإستماع لشكاوي العملاء. | Corrélation de Pearson | ,243 |
| | Sig. (bilatérale) | ,147 |
| | N | 37 |
| تساعد الصرافات الآلية في تقليل زمن - الحصول على الخدمة المصرفية. | Corrélation de Pearson | ,272 |
| | Sig. (bilatérale) | ,104 |
| | N | 37 |
| يعمل البنك على حل المشكلات - المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية. | Corrélation de Pearson | ,096 |
| | Sig. (bilatérale) | ,571 |
| | N | 37 |
| يتميز بنكم بسرعة الرد على طلبات - العملاء عن طريق البريد الإلكتروني. | Corrélation de Pearson | -,604 |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | N | 37 |
| تتوفر أجهزة الإعلام الآلي على - برمجيات أمن و حماية. | Corrélation de Pearson | ,464 |
| | Sig. (bilatérale) | ,004 |
| | N | 37 |
| يستخدم البنك برامج و تقنيات فعالة - لحماية الشبكة من الإختراق. | Corrélation de Pearson | ,667 |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | N | 37 |
| يحافظ البنك على سرية معلومات - العملاء. | Corrélation de Pearson | -,312 |
| | Sig. (bilatérale) | ,060 |
| | N | 37 |
| يحرص الموظفون على زرع الثقة في - نفوس العملاء. | Corrélation de Pearson | ,341 |
| | Sig. (bilatérale) | ,039 |
| | N | 37 |
| يتميز موظفو بنكم بالتهذيب عند - التعامل مع العملاء . | Corrélation de Pearson | ,616 |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | N | 37 |
| يتميز الموظفون بالمظهر اللائق أمام - العملاء. | Corrélation de Pearson | -,376 |
| | Sig. (bilatérale) | ,022 |
| | N | 37 |
| يلقي العميل العناية المناسبة من قبل - الموظفين. | Corrélation de Pearson | ,248 |
| | Sig. (bilatérale) | ,139 |
| | N | 37 |
| يسعى موظفو بنكم إلى التعامل - السريع مع مقترحات العملاء . | Corrélation de Pearson | ,018 |
| | Sig. (bilatérale) | ,916 |
| | N | 37 |
| يتميز موظفو بنكم بأسلوب الحوار - | Corrélation de Pearson | ,231 |
| | | |
| | | |

| | | |
|--|------------------------|------|
| . الراقي مع العملاء | Sig. (bilatérale) | ,169 |
| | N | 37 |
| يهتم الموظفون بخدمة مصالح العملاء - . بسرعة | Corrélation de Pearson | ,349 |
| | Sig. (bilatérale) | ,034 |
| | N | 37 |

** . La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0,05 (bilatéral).

Corrélations

Corrélations

| | | المحور الثاني: تكنولوجيا المعلومات داخل البنك |
|--|------------------------|---|
| المحور الثاني: تكنولوجيا المعلومات داخل البنك | Corrélation de Pearson | 1 |
| | Sig. (bilatérale) | |
| | N | 37 |
| المحور الثالث: جودة الخدمات المصرفية | Corrélation de Pearson | ,421** |
| | Sig. (bilatérale) | ,009 |
| | N | 37 |
| البعد الأول: الجوانب المادية الملموسة | Corrélation de Pearson | ,168 |
| | Sig. (bilatérale) | ,322 |
| | N | 37 |
| البعد الثاني: الاعتمادية | Corrélation de Pearson | ,284 |
| | Sig. (bilatérale) | ,088 |
| | N | 37 |
| البعد الثالث: الإستجابة | Corrélation de Pearson | ,462** |
| | Sig. (bilatérale) | ,004 |
| | N | 37 |
| البعد الرابع: الأمان | Corrélation de Pearson | -,003 |
| | Sig. (bilatérale) | ,985 |
| | N | 37 |
| البعد الخامس: التعاطف | Corrélation de Pearson | ,639** |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 |
| | N | 37 |

** . La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0,05 (bilatéral).

المصدر: من مخرجات SPSS نسخة 23.

Corrélations

Corrélations

| | | المحور الثاني: تكنولوجيا المعلومات داخل البنك | البعد الأول: الجوانب المادية الملموسة | البعد الثاني: الاعتمادية | البعد الثالث: الإستجابة | البعد الرابع: الأمان | البعد الخامس: التعاطف |
|--|---------------------------|--|---|-----------------------------|----------------------------|----------------------|--------------------------|
| المحور الثاني: تكنولوجيا المعلومات داخل البنك | Corrélation de Pearson | 1 | ,168 | ,284 | ,462** | -,003 | ,639** |
| | Sig. (bilatérale) | | ,322 | ,088 | ,004 | ,985 | ,000 |
| | N | 37 | 37 | 37 | 37 | 37 | 37 |
| البعد الأول: الجوانب المادية الملموسة | Corrélation de Pearson | ,168 | 1 | ,471** | -,200 | ,652** | ,022 |

⁽¹⁾ المصدر: من مخرجات SPSS. نسخة 23

| | | | | | | | |
|--------------------------|--|----------------------|----------------------|--------------------|---------------------|---------------------|--------------------|
| | Sig. (bilatérale) N | ,322 37 | | ,003 37 | ,236 37 | ,000 37 | ,897 37 |
| البعد الثاني: الإعتمادية | Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N | ,284 ,088 37 | ,471** ,003 37 | 1 37 | ,291 ,081 37 | ,132 ,434 37 | ,069 ,685 37 |
| البعد الثالث: الإستجابة | Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N | ,462** ,004 37 | -,200 ,236 37 | ,291 ,081 37 | 1 37 | -,087 ,608 37 | ,323 ,051 37 |
| البعد الرابع: الأمان | Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N | -,003 ,985 37 | ,652** ,000 37 | ,132 ,434 37 | -,087 ,608 37 | 1 37 | ,039 ,818 37 |
| البعد الخامس: التعاطف | Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N | ,639** ,000 37 | ,022 ,897 37 | ,069 ,685 37 | ,323 ,051 37 | ,039 ,818 37 | 1 37 |

المصدر: من مخرجات SPSS نسخة 23.

⁽¹⁾ المصدر: من مخرجات SPSS. نسخة 23