

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

المرجع : 2019/.....

الميدان : العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم : العلوم الاقتصادية والتجارية

الشعبة : علوم اقتصادية

التخصص : إقتصاد نقدی وبنکی

مذكرة بعنوان:

## دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية

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

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية (ل.م.د) تخصص " إقتصاد نقدی و بنکی "

إشراف الأستاذ(ة):  
- دادي وسام

إعداد الطالبة:  
- بن العمري رانية

لجنة المناقشة :

الاسم ولقب الأستاذ	الجامعة	الصفة
دای وسام	المركز الجامعي ميلة	مشرف
رحيم إبراهيم	المركز الجامعي ميلة	رئيسا
بوزاهر صونية	المركز الجامعي ميلة	عضو/مناقشة

السنة الجامعية: 2018/2019

A large, stylized, black and white calligraphic inscription in Persian, likely a qasida or a section of the Qur'an. The text is arranged in a dense, flowing pattern with various sizes of letters and decorative flourishes. The bottom of the image features a small, circular seal or stamp with Persian text.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

رَبِّي أَشْرَمْ لِي صَدْرِي وَ يُسْرِ لِي أَمْرِي وَ احْطَلَ الْعَمَدةَ مِنْ  
لِسَانِي يَفْقَهْ قَوْلِي

اللَّهُمَّ لَا تَدْعُنِي أَصَابِي بِالْغَرُورِ إِذَا نَجَّيْتَهُ وَ لَا بِالْيَأسِ إِذَا فَشَّلْتَهُ  
وَ ذَكْرِنِي بِأَنَّ الْفَشْلَ هُوَ الْخَطْوَاتِ الَّتِي تَسْبِقُ

النِّجَام

اللَّهُمَّ عَلَمْنِي أَنَّ التَّسَامُعَ هُوَ أَكْبَرُ دَرْبِ الْفُلُوْنَةِ وَ أَنَّ حِبَّ الْأَنْتَقَامَ  
هُوَ أَوْلَى مَظَاهِرِ الْفُلُوْنَةِ

يَا رَبِّي إِذَا أَجْرَدْتَنِي مِنِ الْمَالِ أَتَرْكَ لِي الْأَمْلَ وَ إِذَا أَسْأَلْتَهُ إِلَيْهِ  
النَّاسَ أَعْطَنِي شَبَاعَةَ الْأَعْتَذَارِ وَ إِذَا أَسْأَلَ لِي النَّاسَ أَعْطَنِي

مَقْدَرَةَ الْعَفْوِ

يَا رَبِّي إِذَا فَسِيَّلْتَهُ لَا تَمْسَانِي .  
"اللَّهُمَّ آمِينَ".

## الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إظهار دور استخدام تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية، ويظهر هذا الدور جلياً 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 أمراً حتمياً 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 والالكترونية، 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: أنه لا توجد علاقة إرتباطية بين أبعاد الجوانب المادية الملموسة، الاعتمادية والتعاطف عند مستوى معنوية ( $0.05 \leq \alpha$ )، على عكس أبعاد : ( الاستجابة ، الأمان) حيث تبين أنه توجد بينها وبين تكنولوجيا المعلومات علاقة إرتباطية طردية متوسطة وطردية ضعيفة جداً على التوالي عند مستوى معنوية ( $0.05 \leq \alpha$ ) وهذا ما يعكس الاستخدام المتزايد لـ تكنولوجيا 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.

شُكْر وَتَهْمِدْ بِهِ

يُفْضِلُ اللَّهُ وَمَوْنَهُ تَهْمِذُ هَذَا الْعَمَلَ الَّذِي نَسَأَلَهُ عَزَّ  
وَجَلَّ أَنْ يَجْعَلَهُ خَالِصاً لِمَوْجَهِهِ الْكَرِيمِ.

وَيُسَعِّدُنِي بَعْدَ حَمْدِ اللَّهِ وَشُكْرِهِ أَنْ أَتَقْدِمَ بِالشُّكْرِ إِلَى  
الْأَسْتَاذَةِ الْمُشْرِفَةِ: "حَمَيْدَ وَسَامَ" عَلَى هَذَا الْعَمَلِ وَالَّتِي  
لَمْ تَبْخُلْ عَلَيَا بِالنَّصَائِحِ وَالْتَّوْبِيهَاتِ.

وَفِي الْأَخِيرِ أَتَقْدِمَ بِالشُّكْرِ إِلَى كُلِّ مَنْ سَاعَدَنِي مِنْ  
قَدِيرٍ أَوْ بَعِيدٍ فِي إِتْمَامِ هَذَا الْعَمَلِ الْمُتَوَاضِعِ.

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ خَيْرِ الْأَسْمَاءِ رَبِّ الْعَرْشِ وَالْأَسْمَاءِ أَبْدَأْ بِهِ وَاسْتَعْنَ بِهِ فَالْحَمْدُ وَالشُّكْرُ لِهِ إِلَهِ يَوْمَ  
الْدِينِ إِلَهِ مُبِيِّبِي وَقُرْبَةِ مُبِيِّبِي وَخَافِيَّةِ بَدْنِي وَنُورِ بَصْرِي وَشَفَعِيَّيِّي مُحَمَّدُ صَلَّى  
اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ تَسْلِيمًا كَثِيرًا.

مِنْ مَنْطَلْقِ الْحَمْدِ وَالْوَفَاءِ وَبِدَمْعَةِ فَرْجَةِ النَّجَامِ وَفَرَاقِ الْأَحْبَةِ أَهْدَى بِإِتْمَامِ حَمْلِي  
هَذَا إِلَهِي:

إِلَيْهِ مِنْ وَحْيِتِهِ عَلَى الدُّنْيَا وَهِيَ أَمَمِي إِلَيْهِ مِنْ زَرْعِتِهِ فِي قَلْبِي بِظُورِ الْحَيَاةِ  
فَكَانَتْ لِي السُّنْتُ فِيهَا إِلَيْهِ مِنْ كُلِّهَا سُرُّ نِجَاحِي وَمُنَانَهَا بِلِمَ جَرَاحِي أَمَمِي  
الْجَبَرِيَّةُ "يَمِينَهُ".

إِلَيْهِ مِنْ كُلِّهِ اللَّهُ بِالْحَمْدِ وَالْوَقَارِ إِلَيْهِ مِنْ عَلَمَنِي الْعَطَاءِ بِدُونِ انتِظَارِ إِلَيْهِ مِنْ  
أَحْمَلِ اسْمِهِ بِكُلِّ افْتِنَارٍ إِلَيْهِ الْقَلْبِيُّ الْكَبِيرُ وَالْدَّيْرُ الْعَزِيزُ "عَبْدُ الْبَاقِي" حَفَظَهُ اللَّهُ.

إِلَيْهِ مِنْ اظْهَرُوا لِي مَا أَجْمَلَ مِنْ الْحَيَاةِ إِلَيْهِ مِنْ كَانُوا مُلْبِنِي وَمُلَاطِبِي إِلَيْهِ مِنْ  
تَذَوُّقَتِهِ مُعْمَمِ أَجْمَلِ الْلَّهَظَاتِ إِلَيْهِ أَخْيَ "أَحْمَدٌ" وَأَخْنَوَاتِي" نَادِيَةِ ابْتِسَامِ أَحْلَامِهِ  
فَرِيَالٌ" وَلَا أَنْسَى أَزْوَاجِ أَخْنَوَاتِي" بَحَالٌ طَيِّبٌ شَعْسُ الدِّينِ".

إِلَيْهِ بِرَاعِمِهِ وَرَمْزِ الْبَرَاءَةِ "أَمِيرَةِ مُهَمَّيِّي لَهُؤُي أَيُوبِهِ أَسِيلِ رَائِدِ عَبْدِ الْوَدُودِ مُهَمَّدِ  
عَبْدِ الْعَزِيزِ سَاجِدِ اللَّهِ".

إِلَيْهِ مِنْ مُحَمَّمِ سَعْدَتِهِ بِرَفْقَتِهِ فِي دُرُوبِ الْحَيَاةِ الْحَلَوَةِ وَالْمُزِينَةِ مُبِيِّبَاتِي:  
"سَمِيَّةُ خَوْلَةُ سَعْلَةُ مَفِيَّةٌ".

إِلَيْهِ كُلِّ مِنْ سَالٍ لِي النَّجَامِ وَالْتَّوْفِيقِ يَوْمًا.



# الفهارس

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

21	تمهيد.
29 – 22	المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الخدمة المصرفية.
25 – 23	المطلب 1: مفهوم الخدمة المصرفية وأهم 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 التكنولوجي 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	<b>الفصل الثالث : دراسة ميدانية في وكالات بنك الفلاحة و التنمية الريفية.</b>
	تمهيد.
49 – 46	المبحث الأول: تقديم عام لبنك الفلاحة وتنمية الريفية BADR.
48 – 46	المطلب 1: نشأة بنك الفلاحة وتنمية الريفية ومراحل تطوره.
48	المطلب 2: وظائف بنك الفلاحة وتنمية الريفية BADR.
49	المطلب 3: أهداف بنك الفلاحة وتنمية الريفية.
55 – 50	المبحث الثاني: المزيج الخدمي لبنك الفلاحة وتنمية الريفية وكالة ميلة "834".
51 – 50	المطلب 1: منتجات بنك الفلاحة وتنمية الريفية وكالة ميلة "834".
52 – 51	المطلب 2: خدمات بنك الفلاحة وتنمية الريفية وكالة ميلة "834".

## الفهارس

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





# قائمة الجداول و الأشكال والملحق

قائمة الجداول		
رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
30	تعريف الجودة .	01
62	نتائج معامل الارتباط بيرسون لمحاور 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 المستوى التعليمي .	06
67	توزيع أفراد العينة حسب المتغير الوضعية المهنية .	07
68	توزيع أفراد العينة حسب المتغير الخبرة 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 الأساسيين (المستقل والتابع) .	16
77	معامل الإرتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الجوانب المادية الملموسة .	17
78	معامل الإرتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الاعتمادية .	18
79	معامل الإرتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الاستجابة .	19
80	معامل الإرتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الأمان .	20
81	معامل الإرتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد التعاطف .	21
82	معامل الإرتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و تحسين جودة الخدمات المصرفية .	22

## الفهارس

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

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



قائمة الملاحق		
رقم الملحق	عنوان الملحق	رقم الملحق
<b>106 – 100</b>	إستمارة الإستبيان .	<b>01</b>
<b>107 – 106</b>	ثبات الإستمارة .	<b>02</b>
<b>116 – 108</b>	متغيرات الدراسة .	<b>03</b>



# مقدمة

### تمهيد :

تعتبر ثورة المعلومات والتكنولوجيا من أهم سمات هذا القرن، وانعكست 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، وبالتالي 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 ومتطرفة في تقديم الخدمة المصرفية وأفضل مثال على ذلك الصيرفة الإلكترونية التي مكنت من تقديم الخدمة للعملاء إلكترونياً حيث سهلت عملية إنجاز المعاملات المصرفية والاتصال السريع بين الموظفين و العملاء، وتقليل الجهد، الوقت والعناء إعتماداً على الأساليب الإلكترونية الحديثة في تقديم الخدمات المصرفية إلكترونياً، كما انتشرت العديد من قنوات توزيع الخدمة المصرفية كخدمات الصرف الآلي ونظام التحويل الإلكتروني للنقود والعمليات المصرفية المنزلية.

إن البنوك الجزائرية سرعان ما اضطرت إلى مواجهة تحديات جديدة في ظل التحلي عن النظام الاشتراكي والتوجه نحو اقتصاد السوق وتحرير تجارة الخدمات المصرفية، وفتح السوق المصرفية الجزائرية أمام البنوك الأجنبية، بما يحتم عليها ضرورة السعي وبخطوات متسرعة 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 الإلكترونية في مجال عمله، وكذا توفير مختلف الوسائل والبرامج الازمة لذلك.



## - إشكالية الدراسة :

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

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

- هل توجد علاقة بين إستخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الجانب المادي الملموسة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالات ميلة - ؟

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

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

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

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

- 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 (الجانب المادي الملموسة ، الاعتمادية، الاستجابة،الأمان، التعاطف).

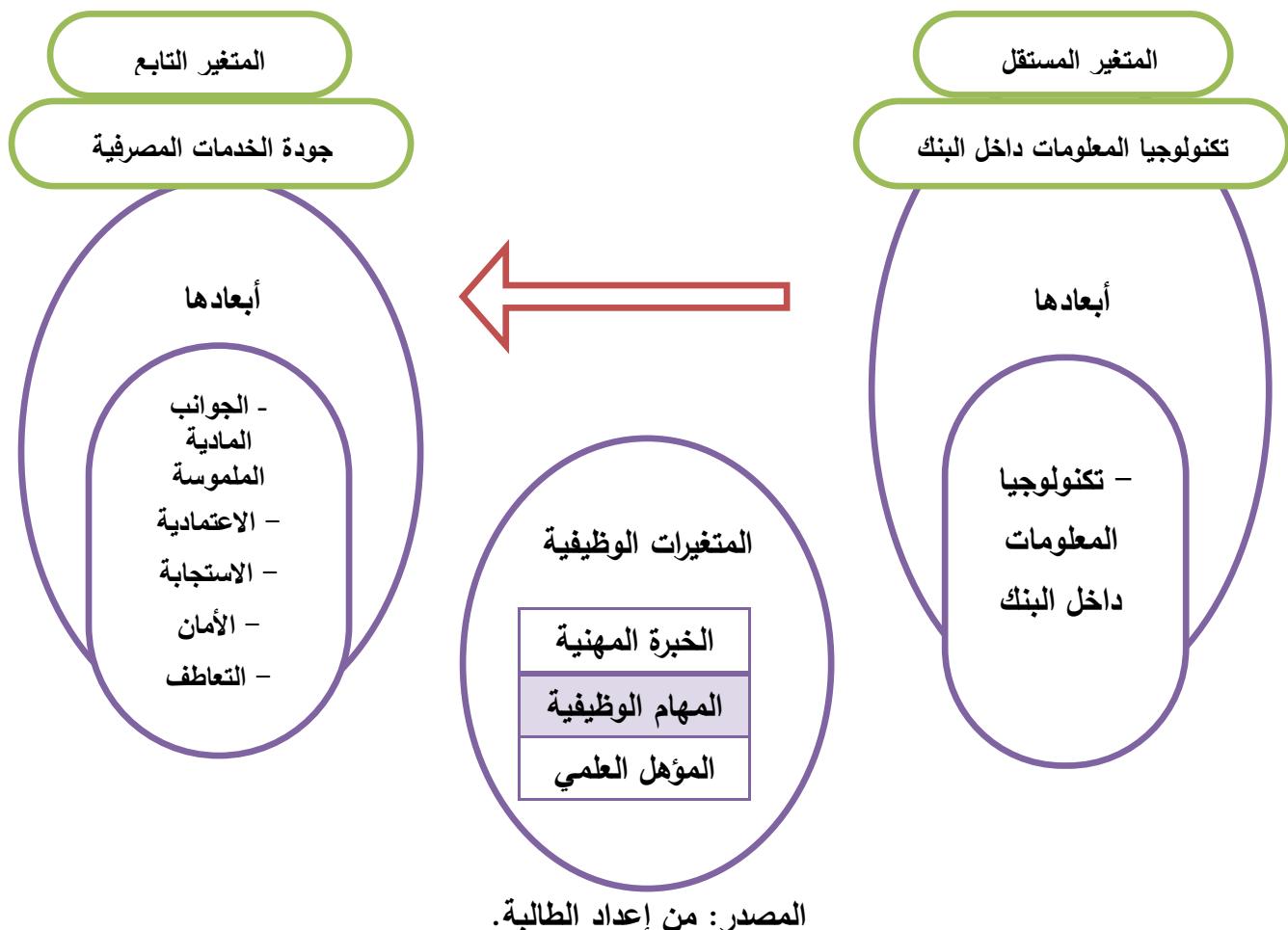
وتنتاشق عن الفرضية الرئيسية مجموعة من الفرضيات الفرعية ندرجها فيما يلي :

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



- الفرضية الفرعية الثانية: لا توجد علاقة إرتباطية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الاعتمادية عند مستوى معنوية 0.05.
- الفرضية الفرعية الثالثة: لا توجد علاقة إرتباطية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الاستجابة عند مستوى معنوية 0.05
- الفرضية الفرعية الرابعة: لا توجد علاقة إرتباطية 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 الموالي 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 تدرج 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 واسع تطبيقاتها في مختلف الميادين وال مجالات.

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 والتحولات العالمية وكذا فرض بقائه ونموه في السوق المحلي بحيث:

1- يتناول موضوعاً مهماً 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.

### ثالثاً- أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى تحقق 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.

### رابعاً- 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: ما هي 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 مصرفيّة وطنية قادرة على المنافسة في ظل المتغيرات والتطورات التي تعرفها البيئة المصرفية العالمية، حيث توصل الباحث إلى أن تبني سياسة التحرير المالي فرضته التطورات الإقتصادية العالمية، خاصة موجة التحرير الإقتصادي والمصرفي التي شملت الإشتراكية التي تبنت التحول نحو إقتصاد السوق، ووجد الباحث أن تبني الجزائر لهذه السياسة جاء في سياق الإصلاحات الإقتصادية و المصرفية التي تم مبادرتها



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

2- الشيخ ولد محمد بعنوان: "استخدام نظم المعلومات في اتخاذ القرارات في المؤسسة الاقتصادية ، دراسة حالة المؤسسة الموريتانية للأبنان" ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص بحوث العمليات وتسبيير المؤسسات، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، السنة الجامعية 2010-2011 ، وجاءت تحت إشكالية: هل تمثل 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 والهدف والذي ينبغي أن ينأقلم مع محیطه الخارجي ومع نظم المعلومات المساعدة على اتخاذ القرارات الرشيدة.

- المؤسسة بحاجة إلى تطوير نظام معلومات بصفة أكثر وتوسيع الاستفادة منها لعم 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 رضاهما من خلال الخدمات و تقديمها بأساليب غير تقليدية وفقا لأحدث أنواع التكنولوجيا المتاحة، و ذلك لتنمية 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 مساحتها في الاستجابة لتوقعات العملاء لمستوى جودتها، خاصة في ظل التطورات التكنولوجية المتلاحقة و التي تحدّم على البنك ضرورة مواكبة هذه التطورات بما يسمح لها المحافظة على العملاء الحاليين و جذب عملاء جدد.

4- دراسة صلاح الدين سعد الباхи 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 أثر لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية (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 مرتفعا .

### خامساً - دوافع اختيار الموضوع:

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

- **الدافع الموضوعية** : وتمثل فيما يلي:

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

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

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

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

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

- **الدافع الذاتية** : تتمثل فيما يلي:

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

- تماشي الموضوع مع التخصص: "اقتصاد نceği وبنكي" .

- الرغبة في إضافة مرجع جديد للدارسين في هذا المجال.



## سادساً- المنهج والأدوات المستخدمة في البحث:

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

- **المنهج الوصفي التحليلي:** قصد الإمام 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 اعتمد فيه على الاستبيان الذي نعتبره الأداة الكفيلة لمعرفة أراء واتجاهات عن استخدام البنوك محل الدراسة لتكنولوجيا المعلومات ودورها على جودة الخدمات المصرفية.

- **البرنامج الإحصائي SPSS النسخة 23:** تم الاستعانة به من أجل إختبار 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).

## سابعاً- حدود الدراسة :

**الحدود الزمنية:** 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 التقييد ببعد مكاني، حيث وقعت الدراسة على بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالات ميلة (وكالة ميلة "834" ، وكالة شلغوم العيد"833").

## ثامناً- هيكل الدراسة :

لقد قمنا بتجزئة المذكورة إلى ثلاثة فصول طبقاً 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 لتكنولوجيا المعلومات، أما المبحث الثاني فقد جاء نظام المعلومات 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 ميلة- 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 المبحث الأول كان على شكل تقديم المصرف الفلاحة والتنمية الريفية بصفة عامة، أما المبحث الثاني جاء فيه تقديم عام لوكالة ميلة وكذا المبحث الثالث قدم فيه تعريفاً 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 توالّت بصفة متكررة.
- صعوبة التعامل مع برنامج SPSS.





## الفصل الأول

الإطار المفاهيمي

للتكنولوجيا

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 تحكم 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 و علاقته بالเทคโนโลยيا 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 واضحأ 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<sup>(1)</sup>.  
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 لاستخدام 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<sup>(2)</sup>.

كما عرفها الباحثين في كثير من المفاهيم كما يلي:

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

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

**الأول- تكنولوجيا الألات:** و تختص بتوفير الوسائل الإنتاجية و الأدائية الأساسية و المساعدة كالمكائن و الأدوات و المعدات و الأجهزة المختلفة<sup>(3)</sup>.

**الثاني- تكنولوجيا العمل:** و تختص بتوفير الأساليب الإنتاجية و الأدائية للعاملين كأساليب وإجراءات العمل و الداء و التقنية فيما نجد لـ cnffin رأيا آخر مفاده أن التكنولوجيا تمثل العمليات

<sup>(1)</sup> محمد الصيرفي، ادارة تكنولوجيا المعلومات، دار النكر الجامعي 30 شارع سوتير ، ط1، الإسكندرية 2009، ص13.

<sup>(2)</sup> هناء عبادوي، مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم التسخير، تخصص تسخير المنظمات، جامعة محمد خير- بسكرة-، 2015-2016، ص21.

<sup>(3)</sup> علي كريم الخفاجي، توظيف تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية دراسة تطبيقية مقارنة بين المصارف الحكومية والأهلية، قسم إدارة أعمال، كلية الإدارة و الاقتصاد، مجلة جامعة بابل العراقية، المجلد 8، العدد 32، 2012، ص47.

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

في حين يرى قديلجي بأن 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<sup>(1)</sup>.

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 الإقتصادية و المؤسسات عنصر المعلومات ليصبح المعلومة العامل أو المورد الرئيسي في أنشطتها، و الذي أدى إلى ضرورة الإستخدام الأفعى للمعلومة لامتلاك قدرة تنافسية أكبر كما أن التحصيل عليها مسبقا يمكن من تحضيرها و ترتيبها و جعلها لاستعمال المستخدم في الوقت المناسب.

تساعدنا المعلومات على نقل خبراتنا لآخرين و على حل المشكلات التي نقوم بها، و على إتخاذ القرارات بطريقة أفضل في كل القطاعات و على كل المستويات، و هذا ما توضحه التعريف: 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 التبويب و التصنيف و التحليل و التنظيم بطريقة مخصصة تخدم هدف معين<sup>(2)</sup>.

<sup>(1)</sup> علي كريم الخفاجي، مرجع سبق ذكره، ص47.

<sup>(2)</sup> حسن عماد مكاوي، محمود سليمان علم الدين، تقرير حول تكنولوجيا المعلومات و الإتصال، الدورة 220، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الملحق I.S.B.N:977-233-399-1، 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 التسقّي الدقيق لما يمكن أن يحدث في المستقبل<sup>(1)</sup>.

كما تعرف على أنها عبارة عن الحقائق و الأفكار التي يتداولها 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<sup>(2)</sup>.

وتعني كلمة (informatics) عند البحث عنها في المرجع الانجليزية العربية بمعنى "المعلومات، المعطيات ، البيانات، الحقائق ، الواقع ، الاعلام"<sup>(3)</sup>.

و غالباً ما يرتبط بمفهوم المعلومات مفهوم آخران هما المعلوماتية "informatics" و المعرفة (Knowledge)

فالمعلومات يمكن تعريفها بأنها مجموعة من البيانات المنظمة و المنسقة بطريقة توليفية مناسبة بإذ تعطي معنى "خاصاً" و تركيبة 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 لـاستخدام و إستثمار المعلومات من قبل الباحثين و متذمّي القرارات في تحويل المعلومات إلى معرفة و عمل مثير يخدمهم و يخدم مجتمعاتهم<sup>(4)</sup>.

من خلال ما سبق يمكننا تعريف المعلومات على أنها الحقائق و الأفكار التي يتداولها الناس في حياتهم العامة، و يكون هذا التبادل عبر وسائل الإتصال المختلفة، و عبر مراكز ونظم 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.

<sup>(1)</sup> حسن عماد مكاوي، مرجع سبق ذكره، ص 28

<sup>(2)</sup> عامر إبراهيم قنديجي ، علاء الدين عبد القادر الجنابي، نظم المعلومات الإدارية، دار المسيرة للنشر و التوزيع وطباعة، عمان، ط3، 2008 ، ص 30

<sup>(3)</sup> ليث عبد الله القهبي و آخرون، جودة المعلومات و الذكاء الاستراتيجي في بناء المنظمات المعاصرة، دار الحامد للنشر و التوزيع، ط1 ، عمان - 2013 ، ص 144 .

<sup>(4)</sup> علي كريم الخفاجي، مرجع سبق ذكره ،ص ص48-49

## المبحث الثاني: نظام المعلومات و علاقته بالتكنولوجيا المعلومات

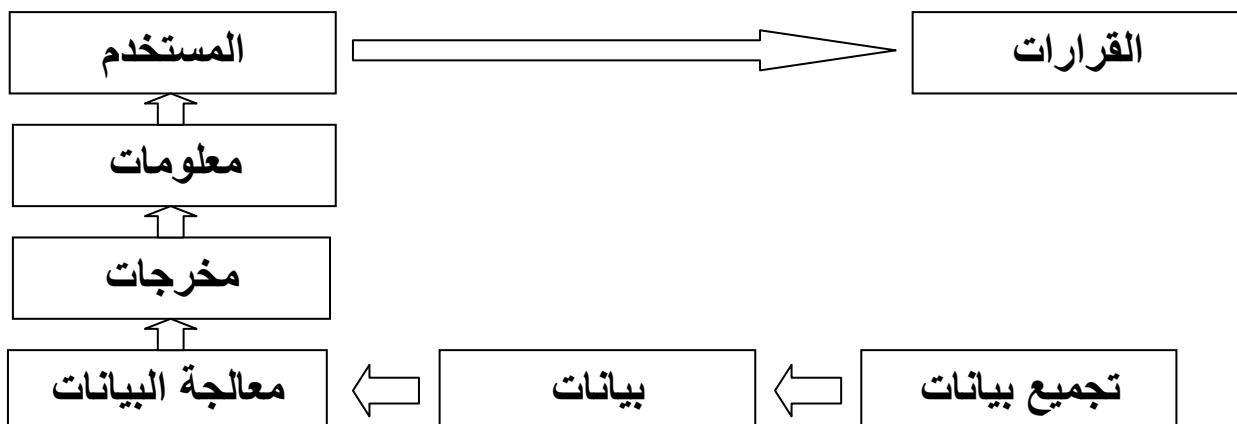
### المطلب الأول: مفهوم نظام المعلومات

يوجد مفهومان لنظم المعلومات يتعلق المفهوم الأول بنظم المعلومات كحقل من حقول المعرفة، فتعتبر نظم المعلومات مجالاً جديداً نسبياً و يركز على علاقة المعلومات بالเทคโนโลยيا 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 المترادفة معاً، و التي تتولى مهام جميع أو استرجاع و تشغيل و تخزين و توزيع المعلومات الازمة لدعم عمليات إتخاذ القرارات و التنسيق و الرقابة في المؤسسة، إضافة إلى ذلك فإن نظم المعلومات يمكن أن تلعب دوراً هاماً في مساعدة المديرين و العاملين في المؤسسة على تحليل المشكلات، و التصور المرنى للموضوعات المعقّدة و التتميّة<sup>(1)</sup>.

أما لادون فقد عرف نظام المعلومات بأنه: مجموعة من الإجراءات التي يتم خالها إسترجاع و تشغيل و تخزين و نشر المعلومات بغرض دعم عمليات صنع القرار و تحقيق الرقابة في المنظمة<sup>(2)</sup>. و قد عبر هنري لوکاس عن مفهوم نظام المعلومات من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (1): مفهوم نظام المعلومات



المصدر: محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره، ص188.

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

<sup>(2)</sup> عامر إبراهيم قنديلاجي ، علاء الدين عبد القادر الجنابي، نظم المعلومات الإدارية، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، عمان، ط3، 2008، ص 30.

كما يمكن تعريف نظام المعلومات من الناحية التقنية على أنه مجموعة من المكونات المترابطة 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 الموضع المعقد و بناء منتجات جديدة<sup>(1)</sup>.

من خلال هذه التعريف 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 بغضون 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 المنتفعين بالمعلومات الضرورية التي يحتاجونها في حياتهم لتنمية مدراكمهم 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 الالزمة 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 أوتوماتيكيا عن طريق التحليل المفصل لتدفق العمل في المنظمة<sup>(2)</sup>.

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

<sup>(1)</sup> علاء عبد الرزاق السالمي، خالد إبراهيم السليطي، الإدراة الالكترونية، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، 2008، ص22.

<sup>(2)</sup> 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 أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2010-2011، ص 104.

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 تنتجه نظام المعلومات هي قدرتها على الإحتفاظ بعماراتها و مورديها من خلال حجل تكلفة التحول إلى المنافسين مرتفعة، فمثلاً 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<sup>(1)</sup>.

#### ثانياً: 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 تترابط بشكل بدون أحدتها لا يعمل فيه النظام بطريقة فعالة و تترابط بشكل بدون أحد منها 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 تفاوتها كذلك طبيعة الإدارة و توزيع الوظائف و الصالحيات كلها تمثل عنصراً مهماً من عناصر نظام المعلومات.

##### 2) القوى و العناصر البشرية:

تتمثل أهم عنصر من عناصر نظام المعلومات و تعتبر عن الأفراد المؤهلين و المديرين انتفاذ 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 بدخلات جديدة بعد إنجاز البحث و إتخاذ القرارات و إنتاج معلومات جديدة<sup>(2)</sup>.

<sup>(1)</sup> الشيخ ولد محمد، مرجع سبق ذكره، ص 104.

<sup>(2)</sup> عامل إبراهيم قنديجي، عامر الدين عبد القادر الجنابي، نظم المعلومات الإدارية، دار المسيرية للنشر و التوزيع، ط 3، عمان، 2008، ص 32.

**(3) تكنولوجيا المعلومات:**

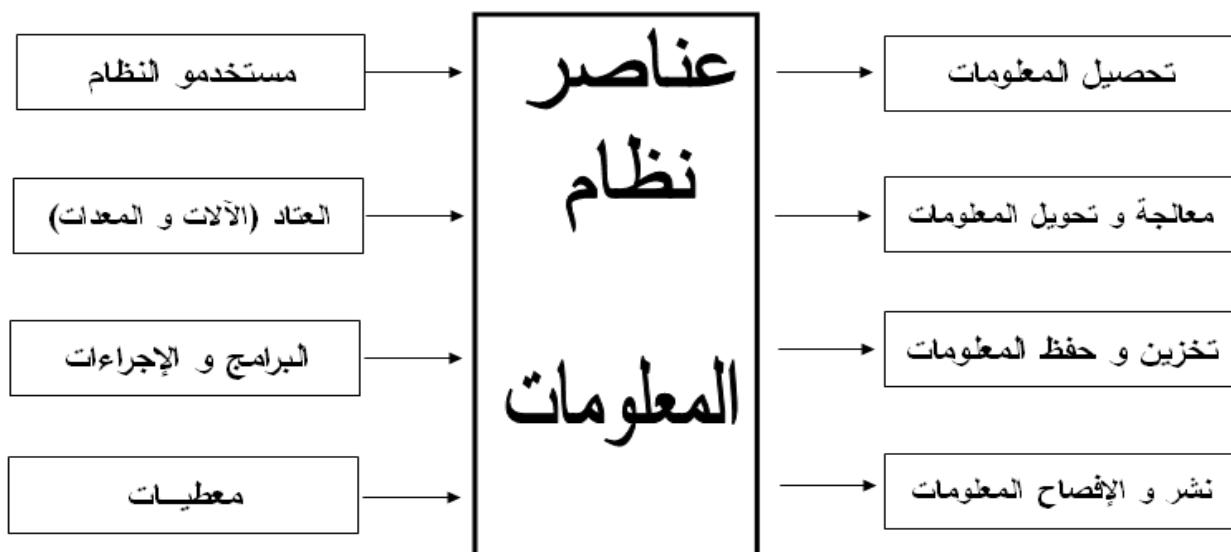
هي مختلف أنواع الإكتشافات و المستجدات التي تعاملت و تتعامل مع البيانات و المعلومات، من حيث جمعها و تحليلها و تنظيمها و خزنها و إسترجاعها، في الوقت المناسب، و بالطريقة المناسبة.

**(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<sup>(1)</sup>.

و تتحدد العناصر الرئيسية لنظام المعلومات في الشكل التالي:

الشكل رقم (2): عناصر نظام المعلومات:



المصدر: العياشي عيدوني، دور نظام المعلومات في إتخاذ القرارات ضمن متطلبات التنمية المستدامة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجister، 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.

<sup>(1)</sup> عامل إبراهيم قنوجيلي، 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، ونظم معالجة المعلومات المعتمدة على الحاسوب، هذا و تعد نظم المعلومات هي الاستخدام المتتطور لتكنولوجيا المعلومات و على الرغم من أن بعض الناس يميلون إلى استخدام المصطلحين كمتادفين، إلا أن نظم المعلومات تختلف عن تكنولوجيا المعلومات، حيث تعد تكنولوجيا المعلومات من مكونات نظم المعلومات. وقد قسم الحسنيه (2002، 141) تكنولوجيا المعلومات إلى شقين:

- **الشق المادي (Hard-ware)** و الذي يتكون من المعدات و الأجهزة و التحكم الآلي و الإتصالات عن بعد، والشق الذهبي (Software) و يتكون من البرمجيات، و الذكاء الاصطناعي و هندسة البرمجيات، وفقا إلى تيربان و آخرين (Turban, et) فإن تكنولوجيا المعلومات تمثل الجانب المادي من نظام المعلومات المعتمد على الحاسوب و الذي يتكون من العناصر الآتية، و يتفق معه الحسنيه (2002):

- **الأجهزة (Hardware)**: و هي جميع المكونات المادية و التي تمثل 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 تشارك بالموارد Resovrces.
- **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<sup>(1)</sup>.

<sup>(1)</sup> وصفي الكساسية، الأداء المؤسساتي 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.

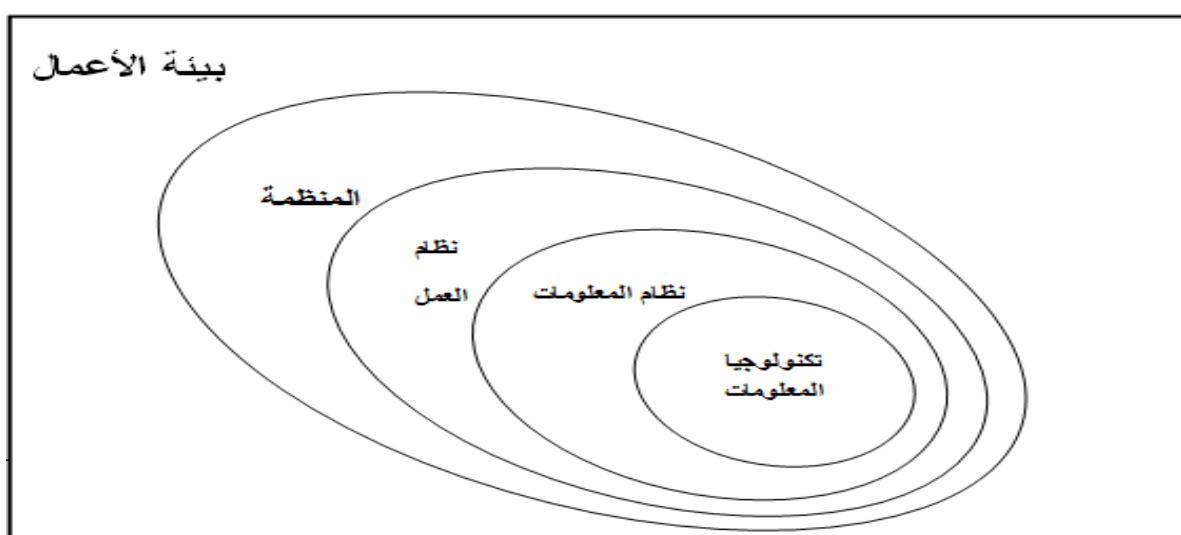
- **البيئة الإجتماعية Social contexte:** تتضمن البيئة الإجتماعية للنظام فهم القيم و المعتقدات التي تحدد ما هو المقبول و الممکن في المجتمع.

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:<sup>(1)</sup>

- **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 28/01/2019. [qu.edu-iq/el/pluginFile.php](http://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 البرامجي) فيه و هي بهذا لا تختلف عن أية نظم فرعية أخرى كالعمليات 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.

<sup>(1)</sup> وصفي الكساسية، مرجع سبق ذكره، ص37.

## المبحث الثالث: مدخل إلى تكنولوجيا المعلومات

### المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا المعلومات

ظهر مصطلح تكنولوجيا المعلومات في بداية السبعينيات مع ظهور الحواسيب الالكترونية على نطاق تجاري و أن مفهوم تكنولوجيا المعلومات يعني كافة الأمور التي تتضمن الحواسيب والأجهزة المساعدة لها و شبكات الحواسيب بأنواعها المختلفة و معالجة البيانات و المعلومات بكافة أشكالها و كافة المراكز و الوظائف المتعلقة بالเทคโนโลยيا و خدمات التكنولوجيا في المؤسسات إضافة إلى البرامج و الحزم البرمجية التي تستخدم في آداء 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 إستخدام تكنولوجيا المعلومات في عملها الداخلي و الخارجي و في تسخير إمكانيات الإتصالات و خدمة للمؤسسة، و من التعريف نذكر ما يلي:

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

كما تعرف على أنها: حيازة، معالجة، تخزين، بث معلومات ملفوظة، مصورة، متينة، و رقمية بواسطة مزيج من الحاسوب الإلكتروني و الاتصالات السلكية و اللاسلكية، و مبني على أساليب تعرف تكنولوجيا المعلومات الالكترونية<sup>(2)</sup>.

و قد عرف Stack et al تكنولوجيا المعلومات بأنها الوسائل التي تستخدم لجمع و حزن و تحليل و معالجة و توزيع المعلومات و شبكات الإتصال<sup>(3)</sup>.

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

<sup>1</sup> فييد كورتال،مرجع سبق ذكره، ص45.

<sup>2</sup> محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره، ص19.

<sup>3</sup> فرح علي جاسم، تأثير تكنولوجيا المعلومات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية، تخصص قسم إدارة الأعمال، مجلة الدنائير، العدد الثامن،جامعة بغداد-العراق-، 2017،ص35.

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 <sup>(1)</sup>.

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 خزن المعلومات و تجهيزها و استرجاعها و تحديثها بمونة عالية و سرعة كبيرة <sup>(2)</sup>.

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

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 .

<sup>1</sup> علي كريم الخفاجي، مرجع سبق ذكره، ص 50-51.

<sup>2</sup> 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.

<sup>3</sup> هاشم فوزي العبادي، جليل كاظم العارضي، نظم ادارة المعلومات، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2012، ص 20.

**المطلب الثاني: خصائص و مكونات تكنولوجيا المعلومات.**

**أولاً: خصائص و مكونات تكنولوجيا المعلومات:**

تتميز تكنولوجيا المعلومات بعدة خصائص يمكن حصرها فيما يلي:

**تقليل الوقت:** فالتكنولوجيا جعلت لكل الأماكن إلكترونياً مجاورة.

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

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

**تكوين شبكة الاتصال:** تتجه مجموعة من التجهيزات المستندة على تكنولوجيا المعلومات من أجل تشكيل شبكات الاتصال، 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، فالمشاركون غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت.

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

**الشيوخ و الانتشار:** و هو قابلية هذه الشبكة للتوسيع 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 الاتصالية متعددة الصناعات<sup>(1)</sup>.

<sup>(1)</sup> عطاء الله أحمد سويلم الحسبيان ، الرقابة الداخلية في بيئة تكنولوجيا المعلومات، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان - 2009، ص 91.

**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 مقرؤة.

و بالتالي يتضح أن تكنولوجيا المعلومات هي مجموعة المجالات المعرفية من عملية، و تقنية و هندسية و التقنيات المختلفة في المعلوماتية، و بذلك فهي تميز بخصائص تمكناها من التطور و التجديد بإستمرار لمواكبة احتياجات المستخدمين لها و هذا ما أدى إلى زيادة أهميتها في كثير من المجالات<sup>(1)</sup>.

### ثانياً: 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 المتعددة، 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 الحاسوبات و أوساط البيانات من القوائم الورقية على القرص المغناطيسي.

**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<sup>(2)</sup>.

**الموارد البشرية:** و هم الكوادر المؤهلة و المدرية 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

<sup>(1)</sup> عطاء الله أحمد سليم الحسبان ، مرجع سبق ذكره، ص 91.

<sup>(2)</sup> زينب صلاح وهاب ،مستوى استخدام مكونات تكنولوجيا المعلومات وأثرها على حلقات الجودة دراسة ميدانية في الشركة العامة للمسح الجيولوجي والتعدين ،رسالة ماجيستر،مجلة كلية الإداره والاقتصاد للدراسات الاقتصادية ،العدد 5،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 متربطة مع بعضها البعض، أو المعلومات المخزنة على أجهزة ووسائل حزن البيانات مثل مشغل الأقراص الصلبة للحاسبة والأقراص المرنة أو الأشرطة.

**شبكات الاتصال:** و يعرف الاتصال كونه نقل الإشارات بواسطة وسيلة ما من المرسل إلى المستقبل والإشارة **Signd** تتضمن رسالة **Massage** تتتألف من البيانات و المعلومات و تذهب الإشارة عبر وسيلة **Massage** تتتألف من بيانات و المعلومات و تذهب الإشارة من وسيلة من وسائل الاتصال (Medium) و هذا الوسط هو أي شيء يحمل إشارة من المرسل إلى المستقبل و الشكل التالي يوضح مكونات تكنولوجيا المعلومات <sup>(1)</sup>.

**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** و تطلق 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، وبعد بعضهم شبكة الإنترنت نموذجاً مطورةً من منظومة (المخدم/الزيون) المعتمد في الحوسبة.

ولا يستطيع أي شخص من خارج المؤسسة أن يدخل لها، و محتويات هذه الشبكة تحددها الشركة، و عادة 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 <sup>(2)</sup>.

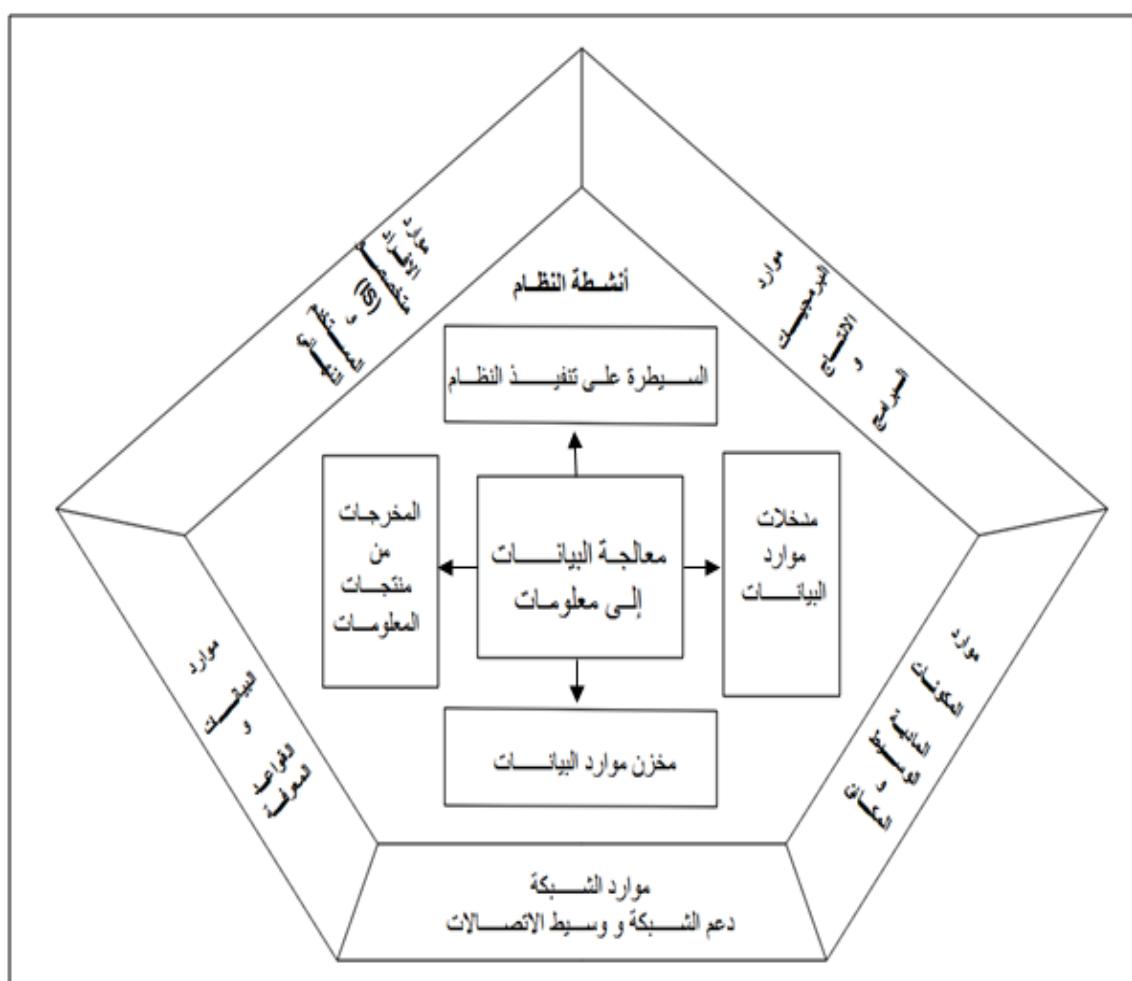
<sup>(1)</sup> زينب صلاح وهاب، مرجع سبق ذكره، ص ص 193-194.

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

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

**الإكسترانت:** شبكة الإكسترانت هي الشبكة المكونة من مجموعة شبكات إنترانت ترتبط بعضها عن طريق الإنترنت، وتحافظ على خصوصية شبكة إنترانت مع منح أحقيـة الشراكة على بعض الخدمات والملفات فيما بينها، أي إن شبكة الإكسترانـت هي الشبـكة التي تربط شبـكات الإنترـانت الخاصة بالـمـعـاـلـيـنـ وـالـشـرـكـاءـ وـالـمـزـوـدـيـنـ وـمـرـاـكـزـ الـأـبـاـحـاتـ الـذـيـنـ تـجـمـعـهـمـ شـرـاـكـةـ الـعـلـمـ فـيـ مـشـرـوـعـ وـاحـدـ،ـأـوـ تـجـمـعـهـمـ مـرـكـزـيـةـ التـخـطـيـطـ أـوـ الشـرـاـكـةـ وـتـؤـمـنـ لـهـمـ تـبـادـلـ الـمـعـلـومـاتـ وـالـتـشـارـكـ فـيـهـاـ دـوـنـ الـمـاسـسـ بـخـصـوـصـيـةـ الـإـنـتـرـانـتـ الـمـلـحـيـةـ لـكـلـ شـرـكـةـ<sup>(1)</sup>.

- الشـكـلـ (4):ـ مـكـوـنـاتـ تـكـنـوـلـوـجـيـاـ الـمـعـلـومـاتـ:



المـصـدـرـ:ـ زـيـنـبـ صـلـاحـ وـهـابـ،ـمـرـجـعـ سـبـقـ ذـكـرـهـ،ـصـ 194ـ.

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

بتاريخ: 13 أفريل 2019، [http://4pcs-solutions.blogspot.com/2012/04/blog-post\\_29.html](http://4pcs-solutions.blogspot.com/2012/04/blog-post_29.html)

### المطلب الثالث: أهمية تكنولوجيا المعلومات و الآثار المترتبة على استخدامها

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 الاقتصاد 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 التافيسية.
- 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 إستعمال مستلزماتها بشكل يضمن المرونة <sup>(1)</sup>.

ثانياً: الآثار المترتبة على استخدام تكنولوجيا المعلومات

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

- أول تأثير لـ تكنولوجيا 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 التحضر 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 <sup>(2)</sup>.

<sup>(1)</sup> زياد عبد الحليم الزيبيه، نضال محمود الرمحي، نظم المعلومات في الرقابة والتدقيق، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2011، ص 13.

<sup>(2)</sup> فضيلة، دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تسيير المعرف بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة بسكرة، 2008، ص 74.

- التقليل من الاتصالات الشخصية المباشرة لوجود شبكة إتصال وسيطة بين الشركات، و هذا ما يساهم في تخفيض تكاليف التقل و الإقامة...إلخ.
- تحقيق تكامل عالمي لأسوق رأس المال من خلال وضع ترتيبات و إجراءات أكثر مرونة لضمان حركة رأس المال على المستوى العالمي.
- زيادة الابتكارات 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.
- تتمية قدرات الأفراد 4 أفراد من خلال إكتساب المعلومات الهدافة 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 بتلبيتها 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<sup>(1)</sup>.

<sup>(1)</sup> في 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<sup>(1)</sup>.

- من خلال ما تم ذكره تظهر لنا الأهمية التي تحظى بها تكنولوجيا المعلومات و كذلك الآثار المتربة 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 تقليل الإجراءات الإدارية و تنظيمها تظيميا دقيقا.

### خلاصة الفصل الأول :

مكّن 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 المتطرفة، و قد ترتب عن تزويد المؤسسات بالحواسيب و ربطها شبكيّا تمكّنها 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 المتطرفة، و تزداد أهمية تكنولوجيا المعلومات في إتخاذ القرارات حيث تساعد في بناء نظم المعلومات، و تساعد أيضا 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.

<sup>(1)</sup> في فضيلة، مرجع سبق ذكره ، ص 75.



## الفصل الثاني

# الخدمة المصرفية

في ظل أهم

التطورات

الטכנولوجيا

## تمهيد الفصل الثاني:

إن صناعة البنوك تتسم بالدقة والتعقيد في آن واحد، فهي صناعة متكاملة 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 والمتباعدة 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 فعلاً 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 عموما، ومنها الخدمات المصرفية بوجود ملامح مميزة يجب أن يأخذها رجل التسويق بعين الاعتبار، كما أن مفهوم الخدمة المصرفية لا يختلف كثيرا عن مفهوم الخدمة بصفة عامة حيث يوجد العديد من التعريف للخدمة.

#### أولاً: مفهوم الخدمة المصرفية:

يحمل تعريف الخدمة البنكية مفهومين:

**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 إستخدامه للخدمة المصرفية<sup>(1)</sup>.

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

كما يمكن تعريف الخدمة المصرفية بأنها: مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكائن في العناصر الملموسة وغير ملموسة والمقدمة من قبل البنك، والتي يدركها المستفيدين من خلال ملامحها وقيمتها التفعية والتي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية في الوقت ذاته مصدرًا لأرباح البنك من خلال العلاقة التجارلية بين الطرفين.

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> 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 مهيدى -أم البوادي، 2015-2016، ص 32.

بصورة عامة فإن الخدمة المصرفية هي عبارة عن مجموعة من الأنشطة والفعاليات الخدمية تتطوّي على محتوى منفعة أو تسويقي الذي يقدمه البنك من أجل تلبية حاجات عملائه المختلفين<sup>(1)</sup>.

### 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 فناة 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 للمطالبات 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<sup>(2)</sup>.

#### 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.

<sup>1</sup> آسيا فاسمي، مرجع سابق ذكره، ص260.

<sup>2</sup> فريد كورتل، تسويق الخدمات، ط1، دار كنور لمعرفة العلمية، عمان، 2009، ص8.

**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<sup>(1)</sup>.

**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 وتنطلب ضمانات الجودة قبل لحظة الإنتاج.

**8- ارتفاع مردودية الطلب:**

فمن الملاحظ أن الخدمات المصرفية على تنويعها لا تمثل قياداً 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 لتأثير وظيفة البنوك بالقيود التي يفرضها البنك المركزي على التوسيع الانتماني لحفظ على الاستقرار النقدي فقد اتجهت البنوك إلى توسيع نطاق مفهوم الوساطة المالية بحيث تعدد 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<sup>(2)</sup>.

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

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> يابسي لياس، مرجع سبق ذكره، ص 146-147.

يمكن القول بأن الجهاز المصرفي هو المرأة 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 المتوفرة 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 ممثلا في الشخص القائم بالعمل المصرفي وبين العميل، بل أن قناعة العميل واستعداده للتعامل مع البنك واستمرار تعامله معه مستقبلا يرتبط إلى حد كبير بالانطباع الشخصي الذي حدث لديه من التعامل مع موظفي البنك<sup>(1)</sup>.

### 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 بطاقة 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 خزينة 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<sup>(2)</sup>.

<sup>(1)</sup> يابسي لياس، مرجع سبق ذكره، ص 148.

<sup>(2)</sup> 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 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 يود أصحابها أن يحتفظوا بها ويتجنّبوا 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 ويتناقضى لقاء ذلك أجرًا.

**6- خدمات التحصيل:** تمارس المصارف تسوية الديون عن طريق المقاصلة أو الترحيل في الحساب دون الحاجة إلى تداول كميات كبيرة من النقد وما يترتب عن ذلك من نقل وتكلّيف وتعريض لمخاطر السرقة والضياع، وتنمّي التسوبيات التي تقوم بها المصارف في تحصيل الشيكات، وتحصيل الكمبيالات، والتحصيلات المستندة وقبول الشيكات لعرض الإيداع في الحساب.

**7- خدمات تقديم القروض والتسهيلات:** تُقسّم القروض والتسهيلات المصرفية عادة إلى طولية الأجل ومتوسطة الأجل وقصيرة الأجل، وتتّخذ عمليات الإقراض هذه تارة صورة قرض عادي يتقدّم العميل بطلبه إلى المصرف ويتسّلم بموجبه مقدارًا محدّدًا من النقود، وتتّخذ صورة فتح اعتماد ويقصد به وضع المصرف تحت تصرّف عميله مبلغًا معيناً من النقود لمدة متّجدة ويكون للعميل حق السحب منه<sup>(1)</sup>.

**8- البطاقات الائتمانية:** يمنح الأفراد بطاقات على شكل كارت مصنوع من البلاستيك مثبت عليه اسم الزبون ورقم حسابه ويمنح كذلك رقمًا سريًا يستعمله عند السحب من الصراف الآلي، وتقدّم 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 أيّ مصرف أن يستثمر في الأوراق المالية بشرائه لها بسعر محدد على أن يبيعها بسعر مطلوب والفرق بين السعرين هو هامش الربح الذي حقّقه.

**10- إدارة محافظ الاستثمارات لعملائه:** (عمليات البيع والشراء للأسهم والسنّدات) التي يملكها المودع وتحصيل الأرباح المتربّبة عليها<sup>(2)</sup>.

<sup>(1)</sup> تامر توفيق عبد الله عوض، مرجع سابق ذكره، ص 58.

<sup>(2)</sup> أمجد عقيل مسلم، أكرم رياض صاحب، علاقـة جـودـة الخـدمـات المـصرـفـية بـتحـقـيق رـضا الزـبـونـ، جـزـء مـن مـتـطلـابـاتـ نـيلـ شـهـادـةـ الـبـكـالـورـيوـسـ، تـخـصـصـ إـدـارـةـ أـعـمـالـ، جـامـعـةـ الـقـادـسـيـةـ، 1438ـ هـ - 2017ـ مـ، صـ 9ـ.

<sup>(3)</sup> عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، ط 1، مصر، 1999، ص 174.

### المطلب الثالث: دورة حياة الخدمة المصرفية.

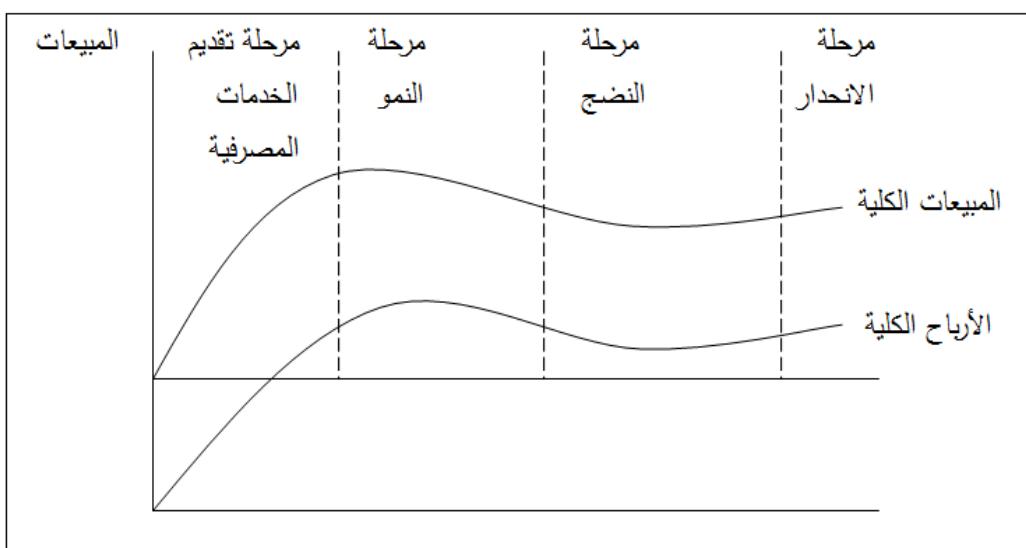
مثّلماً لكلّ كائنٍ هي دورة حياة مرتبطة بمنطقة زمنيٍّ محدّد، يبدأً ولادته إلى وفاته، فإنّ للخدمة المصرفية دورة حياة تبدأ بتقديمها إلى السوق وتنتهي بانحدارها وزوالها أو إعادة تقديمها إلى السوق بهدف تطويرها.

يُعبّر مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية عن التطور في حجم التعامل بها عبر الزمن، أي التاريخ البالجي للخدمة المصرفية وبذلك تُعتبر أداة معاونة 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 تمرّ بها دورة حياة أي منتج أو خدمة أخرى، وبشكل عام فإنّ الخدمة المصرفية تمرّ بأربعة مراحل هي: مرحلة تقديم، النمو، النضج، الانحدار؛ حيث ترتبط المراحل بحجم مبيعات الخدمة أو الأرباح المحققة الناتجة عنها<sup>(1)</sup>.

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



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

١٩٩٩، مصر، ص ١٧٤.<sup>١</sup>

#### أ- مرحلة تقديم:

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

<sup>(1)</sup> عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، ط1، مصر، ١٩٩٩، ص ١٧٤.

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<sup>(1)</sup>.

**ب- مرحلة النمو:**

تعتبر 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 المنشورة أو المحددة من طرف البنك، وهناك مؤشرات دالة على الخدمة ما زالت في مرحلة النمو وهي:

- التزايد في معدلات نمو حجم 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 يتبنّاها المصرف في هذه المرحلة يجب أن ترتكز على محورين رئيسيين هما:

- أسعار منخفضة لإغراء الجمهور واستمالته رغباتهم.
- ترويج كثيف يتم من خلاله تأكيد المكانة التنافسية للبنك وإبراز الميزة النسبية فيما يقدمه من خدمات.

**د- مرحلة الانحدار:**

تسمى أيضاً بمرحلة التدهور وفيها يقل الطلب على الخدمة وذلك لعدة أسباب، فقد تكون الخدمة قد أصبحت لا تلبي حاجات ورغبات الزبائن أو ظهرت 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<sup>(2)</sup>.

**2- خصائص مراحل حياة الخدمة المصرفية:**

- أ- مرحلة التقديم: ومدتها قصيرة جدًا، وتكون فيها الخدمات المصرفية الأساسية وهي مرحلة النمو.
- ب- مرحلة النمو: وتكون مدتها مرتبطة بخصائص الخدمة المصرفية المقدمة وبرد فعل المنافسين، ويعتمد البنك إطالة مدتها ما دامت تحقق زيادة في المبيعات وبالتالي الأرباح.

<sup>(1)</sup> ناجي معلا، الأصول المعرفية للتسويق المصرفى، دار وائل للنشر والتوزيع، ط3، 2007، ص 71.

<sup>(2)</sup> عوض بدير الحداد، مرجع سابق ذكره، ص 174.

ج- مرحلة النضج: تكون مدتها 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 مدتها قصيرة نسبياً، تقادم فيها الخدمة المصرفية مما يتوجب على إدارة التسويق بالبنك إقصائها من المزيج الخدمي أو القيام بإضافة تغييرات عليها وإعادة طرحها في السوق<sup>(1)</sup>.

### المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول جودة الخدمات المصرفية.

إن تشابه الخدمات المصرفية وبلغها مرحلة النضج جعل المنافسة بين المصارف تتركز على أنواع الخدمات المقدمة فقط بل على جودتها وأصبح العملاء يختارون التعامل مع المصارف ليس لمجرد المزايا الترويجية فقط وإنما لما تتصف 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 التعريفات التي وضعها معلمون الجودة للتعبير عن هذا الجهد المميز في مجال الصناعة العالمية والتي تكشف النقاب عن حقيقة الجودة بمنظور معاصر فمن التعريفات التي وردت بهذا الصدد:

- الجودة: تعني المطابقة (conforming) للمعايير والمواصفة للمنتج أو الخدمة؛
- الجودة: تعني موائمة (fitness) المنتج الخدمة للغرض الذي صمم من أجله؛
- الجودة: تعني قدرة المنتج على تلبية احتياجات وتوقعات الزبائن؛
- الجودة: تعني المواصفة التي تعين فقط من قبل الزبائن وهو من يحدد خصائصها؛
- الجودة: تعني عدم الانحراف عن المقياس المصمم وفق الخصائص المطلوبة؛
- الجودة: تعني رضا الزبائن.

وعلى الرغم من أن هذه التعريفات تعطي معانٍ مغایرة في كل واحده منها، ذلك لأنها تعكس التطور الفكري لمفهوم الجودة عبر التاريخ<sup>(2)</sup>.

<sup>(1)</sup> تاجي معلا، مرجع سبق ذكره، ص 73.

<sup>(2)</sup> سوسن جاسم محمد، تأثير إدارة التغيير على إعادة الهيكلة التنظيمية، منظور استراتيжи، مجلة منصور الجامعية، العدد 20، 2013، ص 84.

كما بُرِزَت العديد من التعريفات الشائعة والمُتعددة للجودة كما تُظُرُ في الجدول التالي<sup>(1)</sup>:

#### – الجدول رقم (1): تعريف الجودة

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

المصدر: فوزي فايز عودة أبوعكر، دور جودة الخدمات والصورة الذهنية والمنافع غير ملموسة في جودة العلاقة مع الأعضاء المستفیدین، قدم هذا البحث استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، تخصص إدارة الأعمال، كلية التجارة في الجامعة الإسلامية - غزة، 1437 هـ - 2016، ص 17.

<sup>(1)</sup> فوزي فايز عودة أبوعكر، مرجع سبق ذكره، ص 17.

## ثانياً: تعريف جودة الخدمات المصرفية:

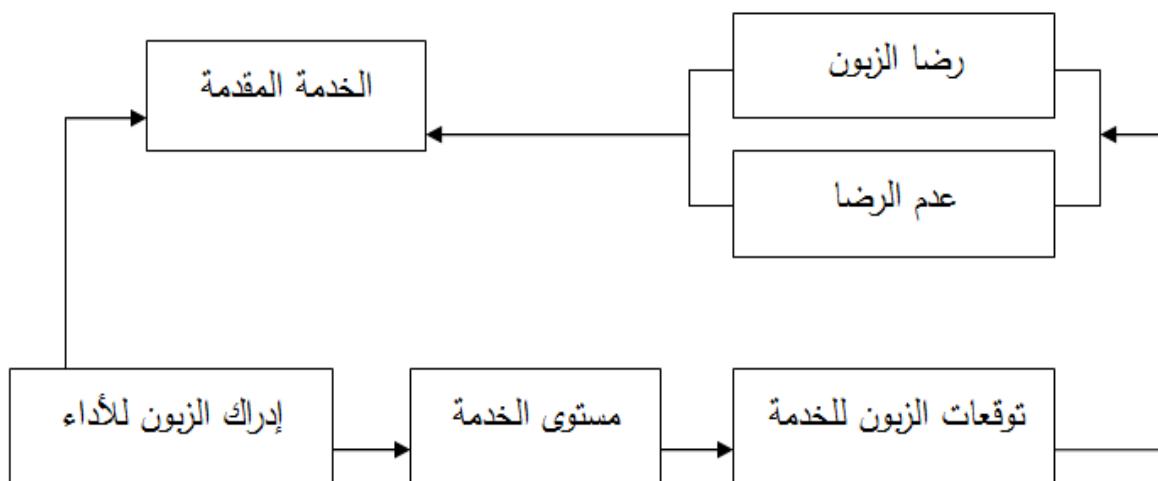
يُعدّ موضوع جودة الخدمة المصرفية من الموضوعات التي تصدرت اهتمامات الباحثين الأكاديميين، والممارسين على حد سواء، وقد نتج عن ذلك العديد من الدراسات التي عالجت الموضوع؛ فمن الدراسات ما انصب اهتمامها بالدرجة الأولى على وضع تعريف لجودة الخدمة وإيضاح مفهومها وذلك على النحو التالي:<sup>(1)</sup>

تعتبر جودة الخدمة من الأساسيات التي تسبق إرضاء العملاء، وفي المقابل فإنّ رضا العملاء يؤثر في قرار الشراء المستقبلي للعميل وإدراكه، كذلك فإنّ جودة الخدمة المصرفية تعتبر شرطاً أساسياً لإشباع رغبة العميل وللاحتفاظ به، ولعلّ الحفاظ على العميل له مردود ذو دلالة على ربحية البنك<sup>(2)</sup>. كما عرّف Kotter جودة الخدمات أنها: "مجموعة من الخصائص التي لها القدرة على إشباع حاجات الزبائن عن طريق الخدمات المتوقعة مع توقعات الزبائن".

أما الباحث حداد فكان له هذا التعريف لجودة الخدمات حيث يبيّن أنه: "معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبائن لهذه الخدمة، أو أنها الفرق بين توقعات الزبائن للخدمة وإدراكيهم للأداء الفعلي لها، مما يساعد في كسب رضاهم وتنمية العلاقة بين المنظمة"<sup>(3)</sup>.

ويمكن توضيح مفهوم جودة الخدمات من خلال الشكل التالي :

## - الشكل رقم (6): مفهوم جودة الخدمات



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

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

<sup>(2)</sup> مصطفى عبد الرحمن، جودة الخدمات المصرفية، جريدة لوسيل، قطر، العدد 77، 21 يونيو 2017، ص 1.

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

من خلال التعريف 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 أنَّ الزبائن عندما يحصل على خدمات ذات جودة عالية، فإنه سيكون غير راض، وإذا حصل على أكثر مما يتوقع له، فإنه سيكون سعيداً، وهذا يتعلق بطبيعة الحال بجودة الخدمة المقدمة من طرف المصرف.

### ثالثاً: أهمية جودة الخدمات المصرفية:

أكَّدَ Mark Jand et al. أنَّ 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 <sup>(1)</sup>.

### رابعاً: مزايا جودة الخدمات المصرفية.

ترتَّزِنُ البنوك (المصارف) بالخصوص على جودة الخدمات المصرفية لما لها من مزايا وفوائد ذكر 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 توجيهه وإقناع عملاء جدد من الأصدقاء والزملاء.

5- تؤثِّر جودة الخدمة المصرفية بشكل مباشر على رحمة المصرف وذلك من خلال بناء صورة ذهنية مدركة وتحقيق رضا العميل <sup>(2)</sup>.

### المطلب الثاني: مستويات وأبعاد جودة الخدمات المصرفية

#### أولاً: مستويات جودة الخدمات المصرفية:

<sup>(1)</sup> 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 36-37.

<sup>(2)</sup> أحمد طرطار، سارة حلبي، 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:** وتمثل في الجودة التي يرى العملاء وجوب وجودها.
- 2- **الجودة المدركة:** وهي ما تدركه إدارة المصرف في نوعية الخدمة التي يقدمها لعملائها والتي تعتقد أنها تشبّع حاجاتهم ورغباتهم بمستوى عالٍ.
- 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 وتعبر 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 تقييمهم لتلك الخدمات<sup>(1)</sup>.

#### 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 تتمثل في: خدمة التجزئة المصرفية، وبطاقات الائتمان، وصيانة المنتجات وإصلاحها، تجهيز الأوراق المالية، توصلت الدراسة إلى أن هناك عشرة أبعاد لجودة الخدمة تتمثل فيما يأتي:

- 1- **الاعتمادية:** (Reliability) وتمثل 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، والحفظ على سجلات صحيحة، وتقديم الخدمة في المواعيد المحددة.
- 2- **الاستجابة:** (Responsiveness) وتنبع بمدى رغبة مقدمي الخدمة واستعدادهم لتقديم خدمة فورية للعملاء وتشمل: الاستجابة الفورية لاحتياجات العملاء، والرد الفوري على استفسارات العملاء، أو شكاويهم، وتقديم خدمة فورية مثل تحديد المواعيد بسرعة<sup>(2)</sup>.

<sup>(1)</sup> أحمد طرطار، مرجع سبق ذكره ، ص 8

<sup>(2)</sup> رفاه لحلوح، دراسة بعنوان أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في البنوك التجارية في مدينة نابلس، تخصص إدارة الأعمال، جامعة النجاح الوطنية ، نابلس، 2016، ص 13.

- 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) وتعبر 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 والمخاطر 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 المنظمة.
- 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 <sup>(1)</sup>.

<sup>(1)</sup> 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<sup>(1)</sup>:

**1- الجوانب المادية الملموسة:** (Tangibles) وهي متعلقة بالخدمة مثل جاهزية مباني المصارف، والتقنيات الحديثة المستخدمة فيه، والتسهيلات الداخلية للأبنية، والتجهيزات الالزمة 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<sup>(2)</sup>.

### 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 أن هناك ثلث مداخل لقياس جودة الخدمة تتمثل فيما يلي:

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

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

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

<sup>(1)</sup> 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.

<sup>(2)</sup> سامر فهد سليمان الرياضي، مرجع سبق ذكره، ص 19.

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

ج- **مقياس الفجوة (Measureserqual)**: تُنسب أول محاولة لقياس وتقدير جودة الخدمة إلى الباحثين ParasuramanBerryzeitham &

وعلى إدراكيهم لمستوى الأداء الفعلي للخدمة المقدمة 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 فعلياً الخدمة كما قدّمت له.

وذلك لقياس خمس فجوات هامة تتعلق بكل من منظمة الخدمة، والعميل، أو بالاثنين معاً، وهي كما يلي:

\* **الفجوة الأولى**: وتنتتج 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 إما لأن المعلومات التي لدينا خاطئة أو أنه تم تفسيرها بصورة غير صحيحة.

\* **الفجوة الثانية**: وتنتتج عن الاختلاف بين إدراكات إدارة المصرف لتوقعات العملاء، ومواصفات جودة الخدمة الموضوّعة بمعنى أنه حتى ولو كانت حاجات العملاء المتوقعة بالنسبة للإدارة، فإنه لا يمكن ترجمتها إلى مواصفات محدّدة في الخدمة المقدمة.

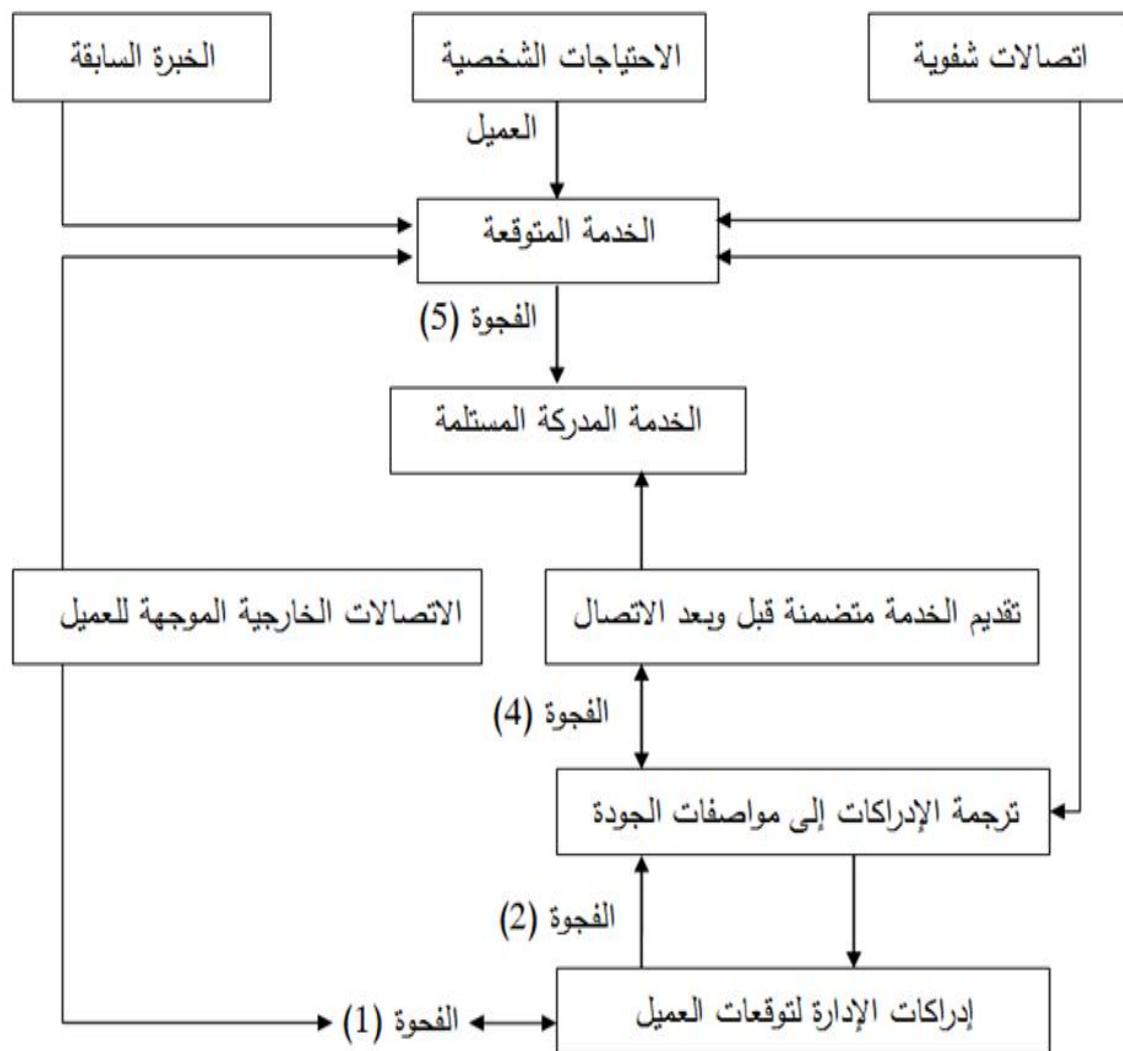
\* **الفجوة الثالثة**: وتشير إلى عدم وجود تطابق بين مواصفات جودة الخدمة الموضوّعة ومواصفات التسلیم الفعلي للخدمة.

\* **الفجوة الرابعة**: وتنتتج عن الاختلاف بين مواصفات التسلیم الفعلي للخدمة والخدمة المرجوة.

\* **الفجوة الخامسة**: وتنتظر في الاختلاف بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدرکة، أي أن الخدمة المتوقعة لا تتطابق مع الخدمة الفعلية <sup>(1)</sup>.

<sup>(1)</sup> 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 الباхи، مرجع سبق ذكره، ص40.

د- مقياس الأداء الفعلي: ينسب هذا النموذج إلى كل من الباحثين Cronin et Taylor وقد جاء هذا النموذج نتيجة لانتقادات 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 أن القيمة التي تقدمها منظمة الخدمة للعملاء تعتمد على المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة من جانبي العميل والتكلفة للحصول على هذه الخدمات<sup>(1)</sup>.

<sup>(1)</sup> قاسم نايف علوان المحياوي ،ادارة الجودة في الخدمات مفاهيم و عمليات و تطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر و التوزيع و التوزيع، عمانالأردن، 2006، ص ص107-108.

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

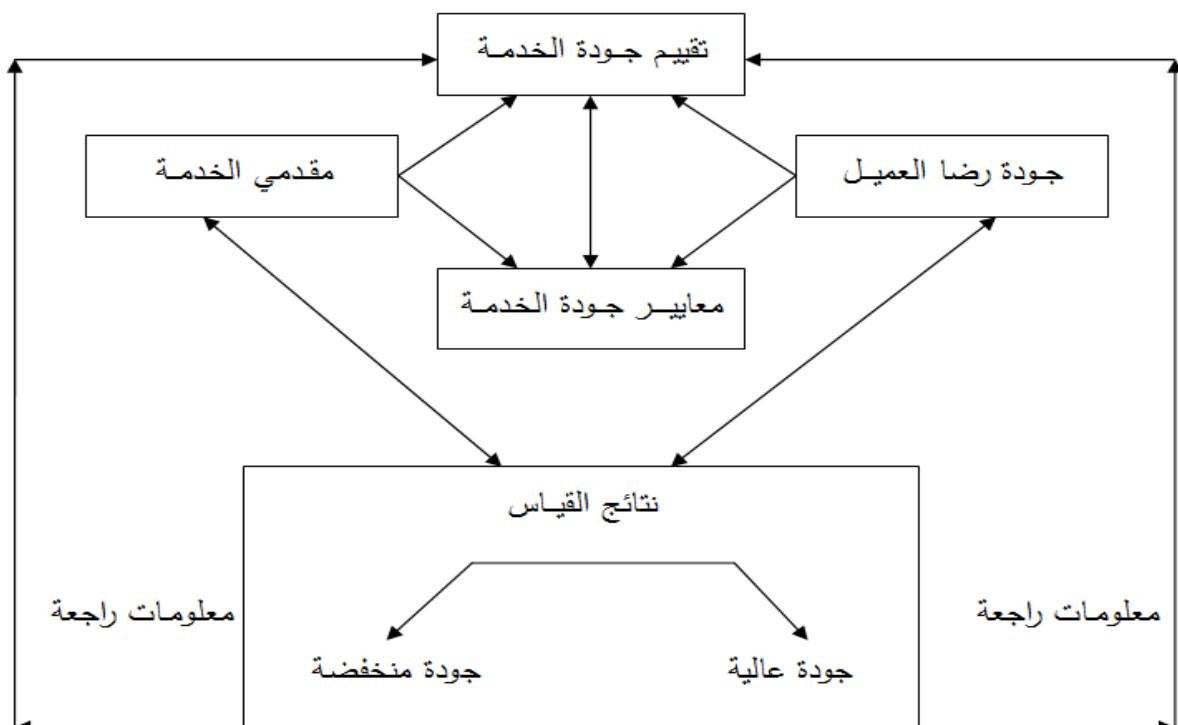
أ- **قياس الجودة بدلالة العمليات:** يرتكز هذا المقياس على المراحل المختلفة لتقديم الخدمة المطلوبة والتي يتم على أساسها تصنيف الخدمات كخدمات جيدة .

ب- **قياس الجودة بدلالة المدخلات:** يستند هذا المقياس على اعتبار المدخلات جوهر الخدمة وجودتها وتنتمل هذه المدخلات في التجهيزات والمعدّات، كفاءة العاملين الأهداف المحدّدة الواضحة والعميل المستفيد لتقديم الخدمة وغيرها .

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

3- **قياس الجودة من المنظور الشامل:** رغم ما أسممت به كل المقاييس السابقة من تقدّم في قياس الجودة وتقييمها إلا أنها يغلب عليها الطابع الجزئي، مما أدى إلى إبراز ضرورة قياس جودة الخدمة وتقييمها بطريقة شاملة أي من وجهة نظر كلاً من العميل ومقدم الخدمة (المصرف) <sup>(1)</sup> .

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



المصدر: قاسم نايف علوان المحياوي ،مرجع سبق ذكره ،ص 108

<sup>(1)</sup> قاسم نايف علوان المحياوي ،مرجع سبق ذكره ،ص ص107-108.

### المبحث الثالث: التطور التكنولوجي في العمل المصرفي.

يعيش عالمنا اليوم تقدماً في كل المجالات ويعود التقدم التكنولوجي من أبرز المجالات التي شهدت التطور، أدت في مجال المصارف فقد أدى التطور التكنولوجي إلى التوسيع الكبير في استخدام أجهزة الإعلام الآلي حيث أدى إلى السرعة في تقديم الخدمات وتقليل الأعباء والبيروقراطية وتوفير الوقت لكل من العملاء والعاملين في المصارف، وقد أدى هذا أيضاً إلى مواكبة التزايد الكبير في حجم المعاملات المالية، وإمكانية حصول العميل على الخدمات المطلوبة في أي فرع من فروع المصرف في أي 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 ثلات تطورات مهمة ابتدأت بإدخال المحترفين إلى العمل المصرفي أعقاب نهاية الحرب العالمية الأولى عام 1914 ومن ثم دخول ثقافة تسويق وبيع ثم مرحلة تأمين التكنولوجيا المتقدمة، ولقد مر استخدام التكنولوجيا من قبل المصارف بستة مراحل:

##### 1- مرحلة الدخول:

هي المرحلة التي دخلت التكنولوجيا إلى أعمال المصارف بعرض 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 بالเทคโนโลยيا:

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

##### 3- مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات العملاء:

تميزت هذه المرحلة بالتكليف العالية حيث بدأ الاهتمام من الإدارات العليا بالเทคโนโลยيا، وجاءت هذه المرحلة كنقطة تحول بالنسبة للمصارف من التقليدية إلى الحديثة بدخول تكنولوجيا الاتصال والمعلومات أصبحت درجة سرعة أداء الخدمات عالية جداً مما بدأ الاهتمام بإدارة التكنولوجيا كأداة لتطور عمل البنوك وبالتالي زيادة ربحيتها<sup>(1)</sup>.

<sup>(1)</sup> ناظم محمد النوري الشمري، عبد الفتاح عبد اللات، *الصيغة الالكترونية للأدوات ومعيقات التوسيع*، دار وائل للنشر، عمان، دون سنة نشر، ص 25-24.

**4- مرحلة ضبط أو سيطرة على التكاليف:**

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

**5- مرحلة اعتبار التكنولوجيا أصلاً كباقي أصول المصارف:** حيث تتمثل في كل الأجهزة الإلكترونية والتقنيات المتطرفة من إعلام آلي وشبكات الانترنيت المتطرفة 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 ارتكزت على تفعيل الإنتاجية على الصعيد الداخلي وتحسين الضبط على الصعيد العملي وتسويق التكنولوجيا على الصعيد الخارجي<sup>(1)</sup>.

**المطلب الثاني: جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.**

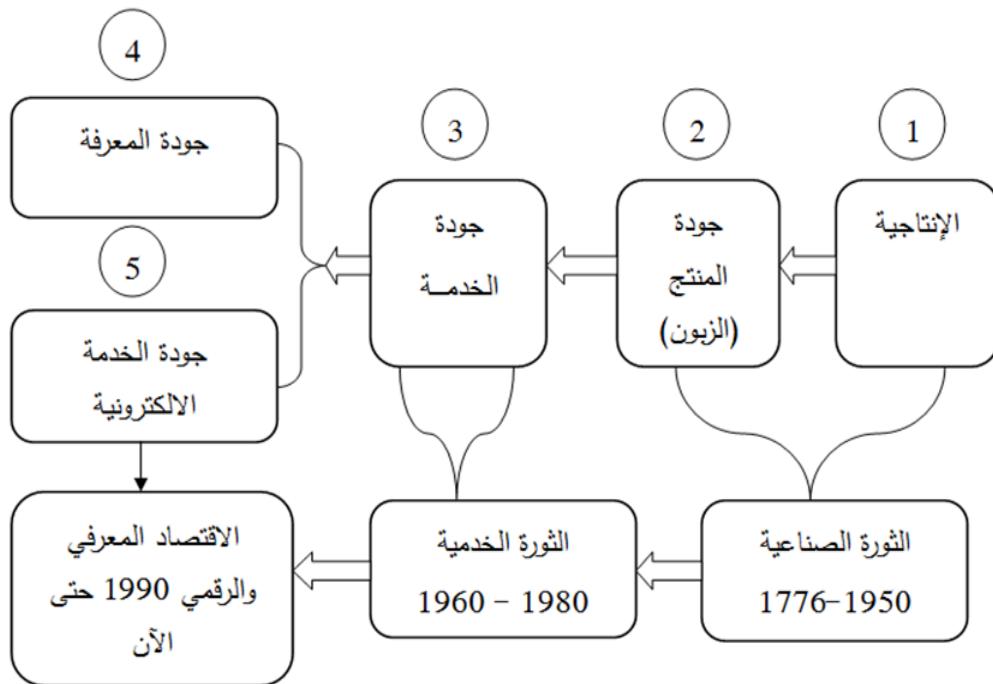
تُعرَّف الخدمة المصرفية الإلكترونية على أنها كافة العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها من قبل المصارف والمؤسسات المالية بواسطة الوسائل الإلكترونية أو الضوئية مثل: الهاتف، والحاسوب، والصرف الآلي، والانترنيت، والتلفزيون الرقمي وغيرها، وإلى جانب العمليات التي يقوم بها مصدر البطاقات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

إن جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية هي الشكل الأخير وربما الأرقى لتطور الخدمات التقليدية حيث يظهر جلياً أن التطور منذ التسعينات قد أخذ اتجاهين متداخلين هما: اتجاه التطور في جودة المعلومات والمعرفة، واتجاه الخدمات الإلكترونية كما هو موضح بالشكل (10)<sup>(2)</sup>.

<sup>(1)</sup> ناظم محمد النوري الشمرى، عبد الفتاح عبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص ص 24-25.

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

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



المصدر: رمزي طلال حسن الرداديد، 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 الخلوي، وبنوك الانترنت ونقط 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 تتوفر لديها التكنولوجيا الكافية والمتطرفة التي تمكنها من تطوير إستراتيجية قائمة على الخدمة الذاتية للعميل ستواجه بلا شك نتائج سلبية تتعكس على بقائها واستمرارها في السوق المصرفي. إن عملية تقديم الخدمة تتم بتفاعل مع الزيون لذلك فإن البعد الفني للجودة لا يشكل الجودة الكلية التي يدركها الزيون لما يحصل عليه وإنما يتأثر بالطريقة التي يتم فيها نقل الجودة الفنية إليه وظيفياً، فالزيون 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 بُرِز مفهوم جودة الخدمة المصرفية كواحد من أهم المجالات التي يمكن أن تتنافس البنوك فيما بينها من خلالها<sup>(1)</sup>،

<sup>(1)</sup> رمزي طلال حسن الرداديد، 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 تتصف به تلك المضامين من قيم رمزية يبحث عنها العميل وتشكل 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 يشكل مفهوماً لجودة الخدمات المصرفية الالكترونية<sup>(1)</sup>.

وفي الأخير يمكن القول بأن المصرف يمتاز بجودة الخدمة الالكترونية بدرجة عالية من الكفاءة و الموثيقه وذلك استناداً إلى رأي نجم أن الجودة الالكترونية لابد أن تتتوفر 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، وتجنب 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<sup>(1)</sup>.

### المطلب الثالث: دور التكنولوجيا في الخدمات المصرفية.

يهدف كل المتعاملين مع المصارف إلى مواكبة التطورات والحصول على خدمات عصرية ومواكبة التقدم 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 تمثل عاملًا مميزًا للمصرف وأحد أسباب نجاحه، حيث كلما تمكن المصرف من زيادة سرعة تقديمها للخدمة المصرفية ساعد 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 تقلبات العملاء للحصول على الخدمة سهولة الحصول عليها.

<sup>1</sup> مؤمن عبد السميم حسن الطبي، 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 رضاه عن المنتوج الخدمي المقدم لهم، لذلك تسعى كل المصارف لرفع مستوى رغبات عملائها وزيادة حاجتهم وتنوعها، فهي تبحث عن كل الأساليب التي تساعدها على جذب العملاء ورفع رغبتهن في الحصول على خدماتها، ومن هذه الأساليب إدخال التكنولوجيا إلى مجال العمل المصرفى، حيث يمكن اعتبار استخدام هذه التكنولوجيا في تقديم الخدمة المصرفية كأداة تشجيع العملاء، وترفع من رغبتهن في الحصول على أكبر قدر من الخدمات المصرفية.

## 3- دور التكنولوجيا في تلبية متطلبات العملاء:

يعتبر العملاء مصدراً للتغيير الدائم والمستمر في المصرف نظراً للتغيير المتواصل في حاجاتهم ورغباتهم باعتبارهم مقياساً لمدى قوّة المصرف ومكانته في السوق المصرفى، لذلك تعمل المصارف بشكل مستمر على تحديد احتياجات عملائها ومحاولة تلبيتها، من خلال محاولة معرفة توقعاتهم ومدركاتهم، وذلك عن طريق جمع أكبر قدر من المعلومات الخاصة بكلّ عميل، ويمكن للเทคโนโลยيا 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 الحالين والمستقبلين ويهتمّ وهؤلاء 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 المقدّمة 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 الزّمن، كما تطرّقت لجودة الخدمة المصرفية وأهميّتها 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 احصائياً من خلال الدراسة الميدانية المجردة على موظفي بنك الفلاحه والتنمية المحلية - وكالات مبلة-



## الفصل الثالث

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

**تمهيد:**

إن التطور الاقتصادي 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 أساسى في تطوير نشاطاته وبالتالي وجب عليها مواكبه التطورات التكنولوجية الراهنة، و لإثبات الدور الذي تلعبه التكنولوجيا في تطوير الخدمات البنكية إخترنا بنك الفلاحة و التنمية الريفية الذي يحتل المركز الأولي في ترتيب البنوك التجارية، و عليه فسناحول 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 تقيين 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 مصادقيتها و ثباتها، وأخيرا بيان الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل و مناقشة بيان دلالتها الإحصائية فرضيتها وذلك من خلال المباحث التي ستنتطرق إليها.

## المبحث الأول: تقديم عام لبنك الفلاحة و التنمية الريفية **BADR**

بنك الفلاحة و التنمية الريفية هو بنك تجاري عمومي شهد العديد من التقلبات وذلك في ظل الإصلاحات التي مر بها الجهاز المصرفي وفي هذا المبحث نطرقنا إلى نشأته و مراحل تطوره و مهامه وأهدافه التي يسعى إليها وكذا التعريف بالوكالة المعنية بدراسة و هيكلها التنظيمي وأنواع القروض التي تقدمها وشروط منحها.

### المطلب الأول : نشأة بنك الفلاحة و التنمية الريفية و مراحل تطوره

من خلال هذا المطلب سوف نتطرق إلى نشأة بنك الفلاحة و التنمية الريفية و مراحل تطوره.

#### أولا: نشأة بنك الفلاحة و التنمية الريفية **BADR**

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

بنك الفلاحة و التنمية الريفية شركة مساهمة ذات رأس مال قدره 3.300.000.000.00 دج الكائن مقرها الرئيسي شارع العقيد عميروش بالجزائر العاصمة، حيث يتمتع بالاستقلال المالي و يعد تاجرا مع الغير.

يتكون حاليا من 288 وكالة و حوالي 36 فرع منتشرة عبر أنحاء الوطن، وهو هيئه اقتصادية تقدم مختلف الخدمات، وبعد 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، و يحتل المرتبة 688 عالميا

من بين 4100 بنك مصنف حسب مجلة قاموس البنوك<sup>(1)</sup>.

#### ثانيا: مراحل تطور بنك الفلاحة و التنمية الريفية **BADR**

من بنك الفلاحة و التنمية الريفية في مسيرة نشاطه بثلاث مراحل يمكن تقسيمها كالتالي:

##### مرحلة مابين 1982 - 1990 :

كان هدف بنك الفلاحة و التنمية 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 و كفاءة عالمية في ميدان تمويل القطاع الزراعي ، قطاع الصناعة الغذائية، و الصناعة الميكانيكية، هذا

<sup>(1)</sup> معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

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

#### مرحلة مابين 1999-1991 :

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

1991: وضع برمجيات (LOGICIEL SYBU) مع فروعه المختلفة للقيام بالعماليات البنكية (تسير القروض، تسير عماليات الصندوق، تسير المودعات، الفحص عن بعد لحسابات الزبائن)، إلى جانب تعليم استخدام الإعلام الآلي في كل العماليات الخارجية.

1993: إنتهاء عملية إدخال الإعلام الآلي في جميع العماليات البنكية على مستوى كل شبكات البنك.

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

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

1998: بدء العمل ببطاقة السحب مابين البنوك "CIB"   
 ج. مرحلة مابين 2000-2006 :

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

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

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

2002: تعليم 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 بتنقليص فترات تغطية الصكوك والأوراق التجارية.

2004: تعليم استخدام الشبابيك الآلية للأوراق النقدية المرتبطة ببطاقات الدفع التي تشرف عليه شركة النقد الآلي وال العلاقات التلقائية بين البنوك SATIM خاصة في المناطق التي تتميز بكثافة سكانية كبيرة<sup>(1)</sup>.

<sup>(1)</sup> معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

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

### المطلب الثاني: وظائف بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR

#### أولاً : وظائف بنك الفلاحة و التنمية الريفية :

تماشيا مع القوانين والقواعد السارية المفعول في مجال النشاط المصرفي، فإن بنك الفلاحة و التنمية 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 للزائرين واحترامهم والرد على طلباتهم بجدية.

- تمويل المشاريع الداخلية في إطار تشغيل الشباب.

- تطبيق الخطط والبرامج الداخلية وفق سياسة الحكومة وهذا لـ:

- تطوير الموارد والعمل على رفعها وتحسين تكاليفها .

- الاستعمال الرشيد للإمكانيات التي تمنحها السوق المالية.

مسايرة التطور الحاصل في عالم المهنة المصرفيه وتقنياتها<sup>(2)</sup>.

<sup>(1)</sup> معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

<sup>(2)</sup> منتديات ستار تايمز ، دراسة حالة طلب قرض استغلال من بنك الفلاحة و التنمية الريفية، بتاريخ 20/05/2019، على الساعة 01:20، ملف قابل للطبع على الموقع التالي:

<http://www.startimes.com/f.aspx?t=33685502>، بتاريخ 20/05/2019

### المطلب الثالث : أهداف بنك الفلاحة و التنمية الريفية

من أهم الأهداف الرئيسية المسطرة من طرف البنك ما يلي :

- توسيع وتوسيع مجالات تدخل البنك كمؤسسة مصرفي 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 <sup>(1)</sup>.

وبغية تحقيق تلك الأهداف استعان البنك بتنظيمات وهياكل داخلية ووسائل تقنية حديثة بلجوئه 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 تتکفل بمتطلباتهم، 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.
- التسخير الصارم لخزينة البنك سواء بالدينار أو بالعملة الصعبة<sup>(2)</sup>.

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

بعد ما تحدثنا في المبحث الأول بشكل عام عن البدر، سأتطرق 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 :

<sup>(1)</sup> منتديات ستار تايمز ، دراسة حالة طلب قرض استغلال من بنك الفلاحة و التنمية الريفية، مرجع سبق ذكره.

<sup>(2)</sup> معلومات مقدمة من طرف الوكالة.

**الحساب الجاري:** يكون مفتوحاً للأشخاص الطبيعيين و المعنويين الذين يمارسون نشاطاً تجاريّاً تجاريّاً.

**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 إدخار 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 الأدخار في بداية حياتهم الإدخارية.

**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 تقويض 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 آخر.

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

**بطاقة ما بين البنوك:** هي بطاقة ممغنطة تسمح لزيون 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 متداول عملاء البنك، تسمح لهم أرصدمهم بواسطة أرقام شخصية يمنحها البنك عن بعد فهي توفر على العملاء الذهاب إلى مقرات البنك للحصول على حركات أرصدمهم.

**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<sup>(1)</sup>:

<sup>(1)</sup> معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

**القروض الموجهة للإستهلاك:** في بداية جوان 1999 تم إدخال هذا المنتج المالي الجديد إلى السوق، من أجل مساعدة المواطنين أصحاب الدخل المحدود و الثابت على اقتناء منتجات الاستهلاك الدائمية 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 الدخول الثابتة في بناء ترميم، توسيع أو شراء سكنات فردية مقابل فترة تسديد تمتد على فترة 20 سنة بفوائد يتقق 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 الإنترنيت و الهاتف النقال.
- مشروع التوقيع على عقود مع المنظمات العالمية المصدرة للبطاقات الإنتمائية الدولية لاستخدام بطاقة ماستر كارد و فيزا كارد<sup>(1)</sup>.

### **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<sup>(2)</sup>.

<sup>(1)</sup> معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

<sup>(2)</sup> معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

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

و يستعمل بنك الفلاحة و التنمية الريفية عددا من وسائل الإعلان للتعرف بمنتجاته و خدماته البنكية المقدمة من طرف وكالاته و خاصة الخدمات الجديدة التي يتم إلهاقها 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 للتعرف بمنتجات البنك و خدماته عن طريق الصاق لوحات لإشهارية بمحاذة فروع البنك أو داخله كما تقوم الوكالة بتقديم رزنامات، حاملات مفاتيح، محافظ، مذكريات و التي تحمل شعار البنك، بالإضافة إلى أن الوكالة تستخدم موقع البنك على شبكة الإنترنت [www.badr-bank.net](http://www.badr-bank.net) كوسيلة من وسائل الإعلان للتعرف و عرض أهم المنتجات و الخدمات البنكية التي يتعامل فيها. و يستخدم البنك كذلك الوسائل السمعية البصرية كالتلفزيون و الراديو للتعرف بالخدمات خاصة الجديدة منها.

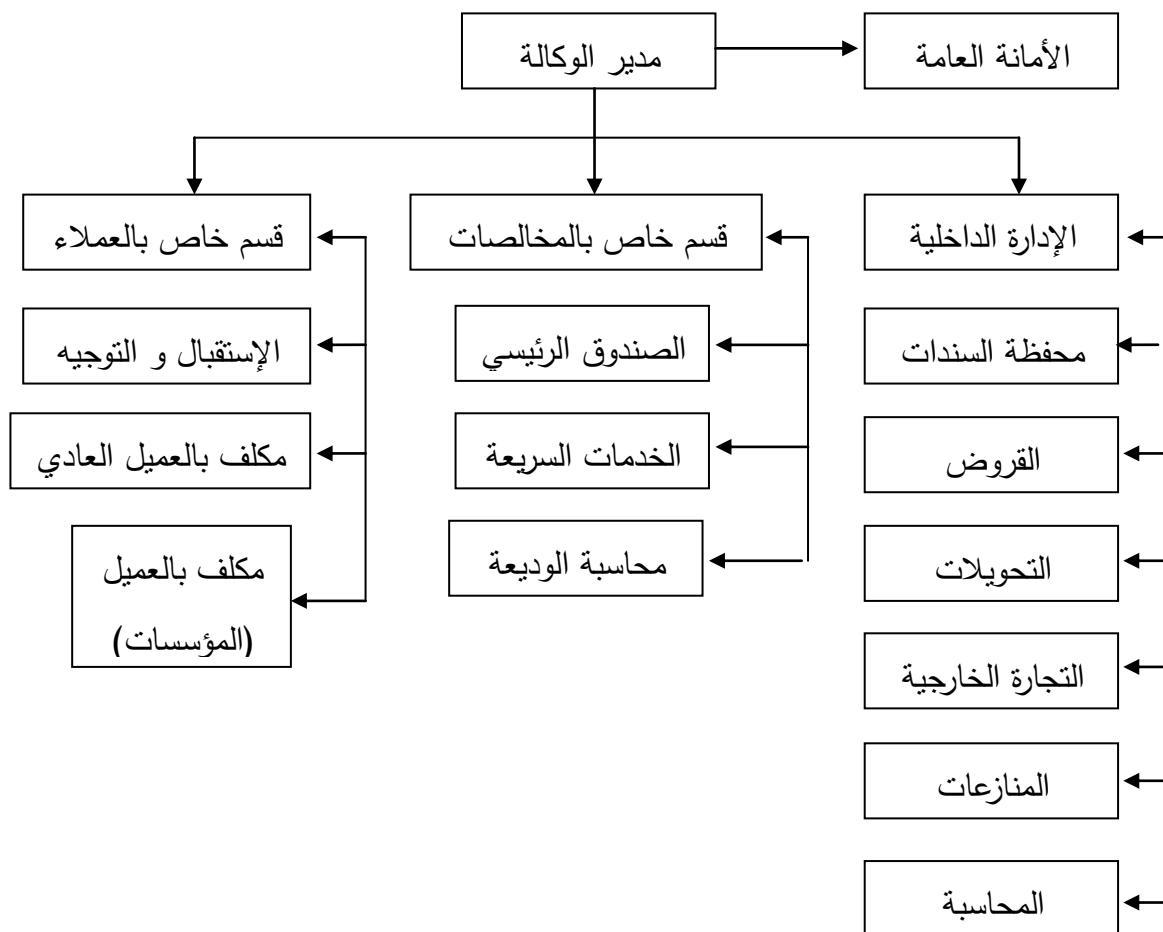
إضافة إلى التشهير من طرف موظفي البنك للخدمات الجديدة و تقديمها للعملاء و إعطائهم الإمكانيات حول هذه الخدمة<sup>(1)</sup>.

<sup>(1)</sup> معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

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

اعتمدت وكالة ميلة 834 هيكل تنظيمي يتناسب 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<sup>(1)</sup>.

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 اقتراح 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 قریب أو بعيد في كل أمر يتعلق بالوكالة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة و من بين مهامه:

<sup>1</sup> معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

- التوجيه و المراقبة و التقدير في مجال القروض و معالجة العملية البنكية.
- إعداد الميزانيات الافتتاحية و المقدرة لوكالة.
- ينفذ 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 لوكالة.
- تعمل ك وسيط بين مختلف المكاتب و كذا علاقة المؤسسة بالبيئة الخارجية.
- 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 لوكالة و مراقبة صحة العمليات البنكية بمختلف أصنافها، و مجمل معاملاتها مع مختلف البنوك، و من مهامها:

- المتابعة للعمليات الحسابية اليومية.
- اقتناء و عد التجهيزات و العتاد المتعلق بنشاط الوكالة.
- إغلاق 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 النقص و تسييرها بطريقة ملائمة.

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

<sup>(1)</sup> معلومات مقدمة من طرف الوكالة.

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

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

يشرف عليه 07 أعون مقسم إلى ثلاثة فروع:

- **فرع الاستقبال و التوجيه:** يشرف عليه موظف يقوم بما يلي:

- استقبال الزيائن و توجيههم.
- تسليم دفاتر الشيكات.
- استخراج كشف حساب الزيون.

- **فرع مكلف بالمؤسسات:** يقوم هذا الفرع بنفس المهام التي يقوم بها الفرع المكلف بالزيون 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 الأحنبية، يشرف عليها عون يهتم بجانب التجارة الخارجية و كل ما تطلبه.

**9- مصلحة الإحصائيات:** و هنا تقوم هذه المصلحة بعملية الإحصاء سواء كانت شهريا أو ثلاثة 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- المقاصلة:** تتم هذه العملية على مستوى البنك المركزي الجزائري في غرفة تسمى غرفة المقاصلة يحضرها جميع البنوك، يتم على مستواها تبادل الشيكات و التحويلات و جميع الأوراق التجارية المسحوبة على البنك أي التحولات المحولة إليه، يشرف عليه عون يختص بتمويل و استقبال الأوراق المالية للتحصيل و الخصم و يتميز بالسرعة و الدقة في العمليات البنكية<sup>(1)</sup>.

<sup>(1)</sup> 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<sup>(1)</sup>.

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

سنتطرق 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 متعدد في جميع القطاعات الزراعية والصناعية، الخدمات، حيث يتمثل زبائنها في الصناعيين وتجار الجملة والمزارعين والموظفين ويتتوفر لديهم مصلحة كبيرة في المنطقة وتعامل 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 التخلص على ترتيب الوثائق والتي أثرت سلبا على بطاقات الائتمان إلى جانب هذا فإن اليوميات المحاسبية ملقة على الأرض في قاعة الأرشيف في ظروف سيئة، إضافة إلى المركب 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 حاليه 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<sup>(2)</sup>.

<sup>(1)</sup> معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

<sup>(2)</sup> 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 تسبيير الوكالة، تحصيل الديون، جمع الموارد<sup>(1)</sup>.

#### المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لوكالة شلغوم العيد<sup>833</sup>.

الهيكل التنظيمي لوكالة شلغوم العيد يتجسد من خلال الوظائف التالية:

**وظيفة الشباك:** تتحصر العمليات الأساسية تحت هذه الوظيفة في:

فتح الحسابات البنكية بكل أنواعها، وتمثل فيما يلي:

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

**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 المؤكّد** هو الشيك الذي يعطي أماناً أكبر لحامله وبموجب هذا التأكيد مجملًا 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 وستعمل في حالة عدم توفر الزبون على صك لسحب المبلغ المراد.

**حساب لأجل:** بإمكان أي شخص لديه مبالغ مالية فائضة أن يوظفها لدى البنك بإيداعها لمدة زمنية معينة يتناقضى بعدها الشخص فائدة بمعدل معين يتفق عليه مع البنك تبعاً لمدة الإيداع ومبلغ الوديعة وتميز 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 أسبوعاً، أسبوعين أو أكثر، حسب الإتفاق، ويتقاضى البنك نتيجة تسبييره للحساب عمولات محددة<sup>(2)</sup>.

<sup>1</sup> معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

<sup>2</sup> معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

**حساب دفاتر الادخار:** ويتم التصرف في الحسابات عن طريق دفتر الادخار وفتح 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 الزيون حيث يقدم الزيون 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 أحرفًا وأرقاماً، بعدها يقوم العامل بالشباك تسجيل عملية السحب على جهاز الكمبيوتر، ويمرر الصك إلى أمين الصندوق حتى يقدم المبلغ للزيون.

**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.

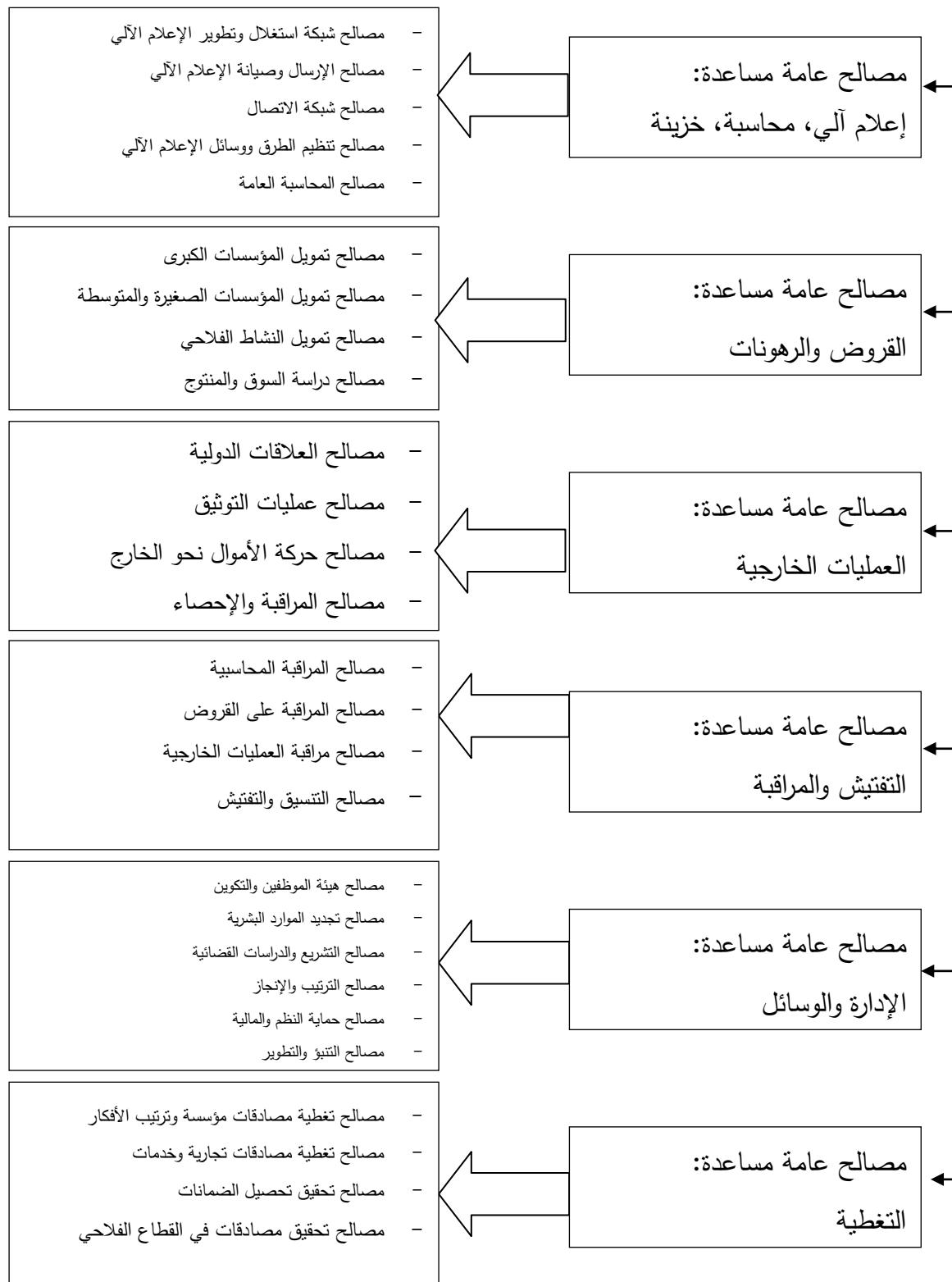
**3. وظيفة العمليات الخارجية:** وتشتمل عملياتها فيما يلي:

\***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 المبادرات بين الدول وهذا من خلال اعتماده على الوثائق التالية:

الاعتماد المستدي و التحصيل المستدي <sup>(1)</sup>.

<sup>(1)</sup> معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

الشكل رقم (11): الهيكل التنظيمي لوكالة شلغوم العيد<sup>833</sup>

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

<sup>833</sup> معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

## المبحث الرابع: الإطار المنهجي للدراسة

سنتطرق 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 لوكالات، تم اختيارهم 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 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:** تقدير تكاليف الخدمة المقدمة للعملاء، تطوير وتحديث الأدوات والأجهزة داخل البنك،تقديم الموقع الالكتروني للعملاء،وخصصت له أسئلة من (1 إلى 9).

2- الإعتمادية: 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 (الاستماره):**

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

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 كان 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 – انظر الملحق رقم .(1)

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

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

مستوى الدلالة	معامل بيرسون	المحور
0.000	0.607	المحور الثاني: تكنولوجيا المعلومات داخل البنك
0.000	0.976	المحور الثالث: جودة الخدمات المصرفية
0.000	0.742	البعد الأول: الجوانب المادية الملموسة
0.000	0.651	البعد الثاني: الإعتمادية
0.037	0.345	البعد الثالث: الإستجابة
0.000	0.628	البعد الرابع: الأمان
0.003	0.477	البعد الخامس: التعاطف

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

يبين الجدول بوضوح نتيجة معامل الإرتباط برسون بين المحاور والدرجة الكلية للأداة، حيث أنها دالة إحصائية نتيجة لبلوغ مستوى الدلالة قيمة أكبر من 0.05 في كل المحاور و الأبعاد ما يدل على وجود علاقة إرتباط موجبة بينهم، ما يبين الإرتباط 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: الإعتمادية
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	الاستبيان 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 بـ 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 :

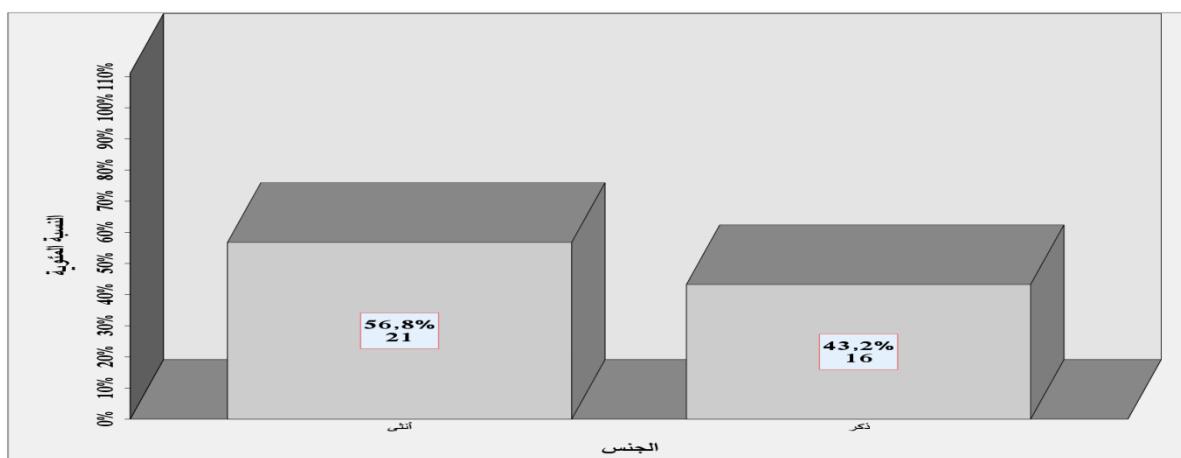
سننعرف على هيكلة عينة الدراسة من حيث الجنس ، ويمكن توضيح النتائج من خلال الجدول التالي :

## 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 يقارب 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 .

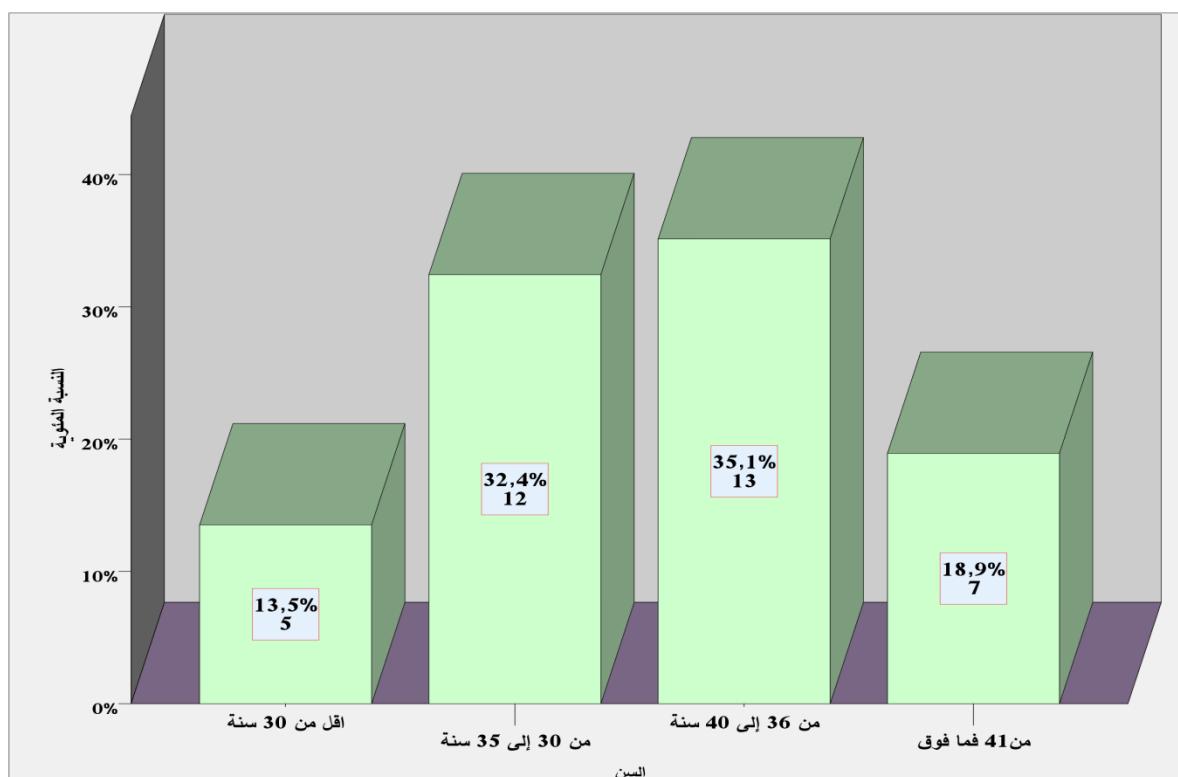
ب- وصف توزع أفراد عينة الدراسة على أساس العمر :

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

العمر	العدد	النسبة المئوية
أقل 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 يبيّن أن أغلب أفراد

متوسطي العمر، أما الفئة العمرية من 41 فما فوق قدرت نسبتها في العينة بـ 18.9%， واحتلت الفئة العمرية أقل من 30 سنة نسبة 13.5%.

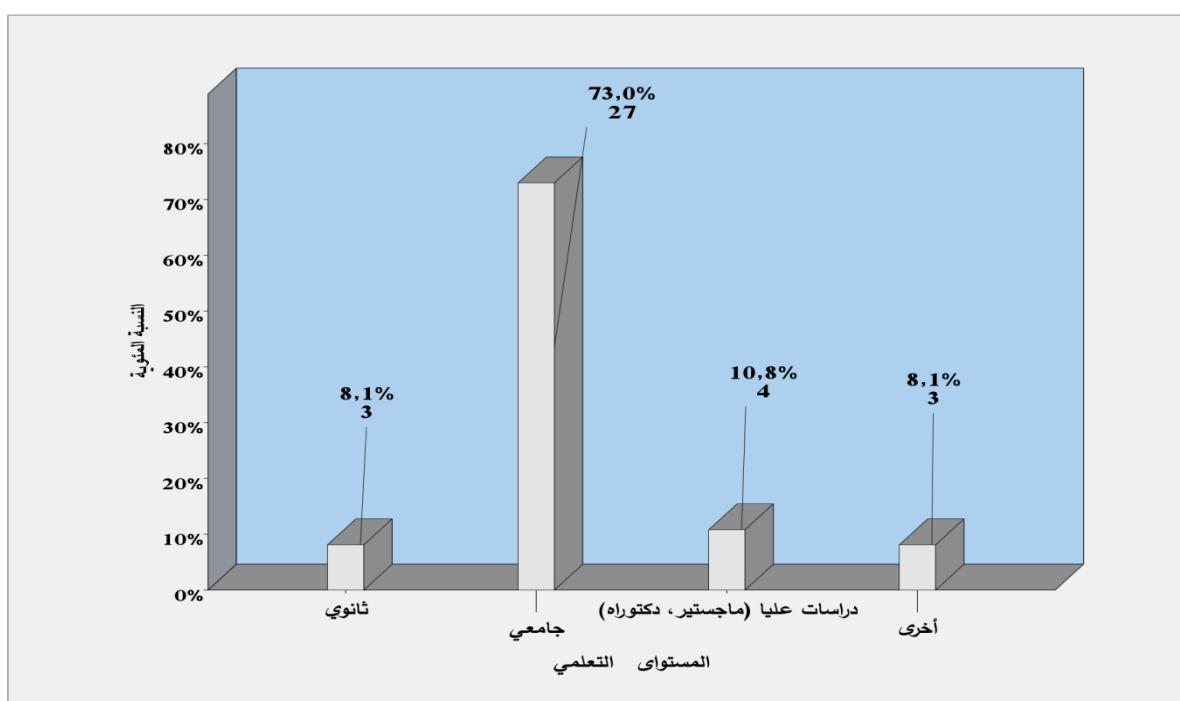
بـ - وصف توزع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي:

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

ال 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 أحيلت نسبة ضعيفة جداً قدر عددهم ب 3 أفراد أي ما يقدر بنسبة 8.1% من عينة الدراسة ، و أحيلت نسبة ضعيفة جداً أيضاً فئة أخرى قدرت ب 1% ، أي ما يعادل 3 أفراد وهي نسبة قليلة.

### ج- وصف توزع أفراد العينة حسب متغير الوضعية المهنية:

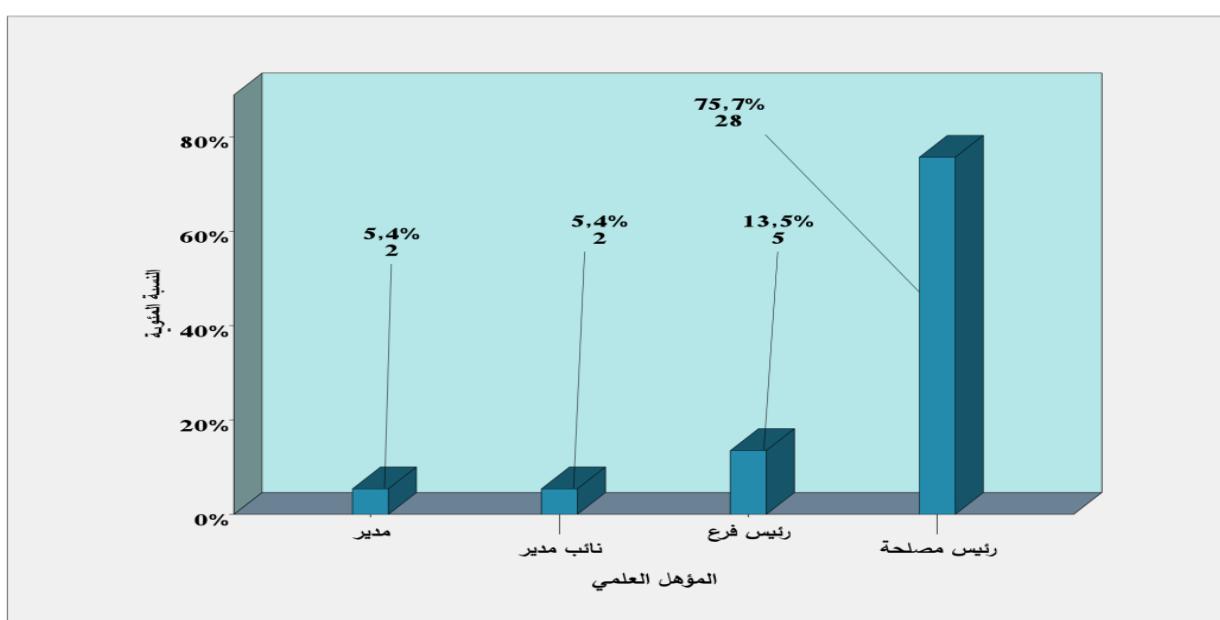
حتى نتمكن من التعرف على الوضعية المهنية لعينة الدراسة نعرض الجدول والشكل التاليين :

#### 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 و ذات 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 4% ، أي ما يعادل 2 أفراد وهي نسبة قليلة.

#### د - وصف توزع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية :

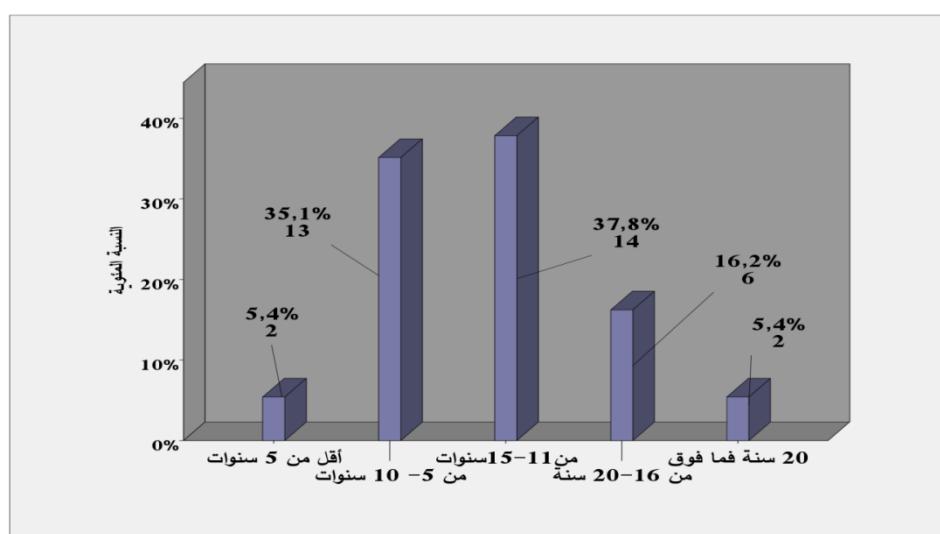
ندرج من خلال الجدول والشكل التالي توزع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة :

#### الجدول رقم (8) : توزيع أفراد العينة حسب المتغير الخبرة المهنية

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

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

#### الشكل رقم (16) : توزيع أفراد العينة حسب المتغير الخبرة 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 و ذات كفاءة ، تليها بعد ذلك فئة مابين 10-5 سنوات بنسبة 35.1%، وبنسبة متوسطة ما يقارب 16.2% فيما يخص فئة الأفراد ذوي الخبرة من 16-20 سنة ، أما من 20 سنة أحنت نسبة ضعيفة جداً قدر عددهم ب 2 أفراد أي ما يقدر بنسبة 5.4% من عينة الدراسة ، و أحنت نسبة ضعيفة جداً أيضاً فئة اقل من 5 سنوات قدرت ب 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	الوزن النسبي	غير موافق بشدة	غير موافق	موافقة متوسطة	موافق	[5-4,2] -
- موافق بشدة	- موافق	- موافق بشدة	- غير موافق	- موافقة متوسطة	- موافق	] 4,2-3,4 [ -

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 استخدامك لتكنولوجيا المعلومات.	4,03	0,866	موافق
الدورات و البرامج التدريبية تساعدك على استخدام الكف لـ تكنولوجيا المعلومات.	4,11	0,994	موافق
(الرسكلة)			
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 بالحداثة و السرعة.	3,73	1,018	موافق

موافق	0,884	3,68	يتم تطوير و تحديث البرمجيات بما يناسب احتياجات 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 بنكم بصفة دورية.
موافق	0,774	4,11	يوجد في بنكم مكاتب جميعها موصولة عن طريق شبكة الحاسوب.
محايد	1,153	3,05	يتتوفر في جميع مكاتب بنكم على شبكة الانترنت.
موافق	1,068	3,43	يحتوي بنكم على خلية متخصصة في تقنية المعلومات التي تتعامل بشبكة الإكسبرانس.
محايد	1,090	3,24	تحتوي مكاتب بنكم على احدث النظم لتطبيق الادارة الالكترونية.

### 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 استخدام الكفاءة لتقنيات المعلومات (الرسكلة)." و يوجد في بنكم 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 0.994 و 0.774 ما يبين التشتت النسبي في الأراء ، 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 بقيمة 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

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

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ بأن مستوى استجابة أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالعبارات 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 ب 4.03 و 3.92 ما حقق وزن نسبي موافق و انحراف معياري قدره على التوالي ب 0.866 و 0.682 ، ما يبين التشتت النسبي في الأراء ، في حين أظهرت نتائج الفقرة (4) و (6) على التوالي " -يتوفر البنك على أماكن خاصة لوقف السيارات. " و " -يتوفر البنك على مسالك و مصاعد للعملاء من ذوي الاحتياجات الخاصة " أقل متوسط حسابي بقيمة 2.86 و 3.00 ، ما حقق وزن نسبي بدرجة قبول متوسطة و انحراف معياري قدر على التوالي ب 1.110 و 1.563 ما يبين التشتت في آراء .

#### ب- وصف بعد الإعتمادية:

#### - الجدول رقم (12) وصف الإعتمادية

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

#### المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ بأن مستوى استجابة أفراد عينة الدراسة لبعد الإعتمادية فيما يتعلق بالعبارات فقد سجلنا أعلى مستوى قبول في العبارتين (2) و (3) " يتميز بنكم بدقه في الحسابات مع الحفاظ على السجلات صحيحة و- " يساعد توفر الصرافات الآلية في البنك على تقليل الإزدحام في صوف الإننتار يتوفر لدى بنكم العديد من أجهزة الإعلام الآلي مما يمكنه من آداء عمله بسرعة. " الذي قدر على التوالي المتوسط الحسابي ب 3.89 و 4.14 ما حقق وزن نسبي موافق و انحراف معياري قدره على التوالي ب 0.774 و 0.419 ، ما يبين التشتت النسبي في الأراء ، 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 بقيه 3.57 و 3.51، ما حق وزن نسيبي بدرجة قبول متوسطة و انحراف معياري قدر على التوالي ب 0.835 و 0.961 ما يبين التشتبه في أراء .

#### د- وصف بعد الاستجابة:

#### الجدول رقم (13) وصف الاستجابة

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

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ بأن مستوى استجابة أفراد عينة الدراسة بعد الاستجابة فيما يتعلق بالعبارات 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 حق وزن نسيبي موافق و انحراف معياري قدره على التوالي ب 0.763 و 0.726 ،ما يبين التشتبه النسيبي في الأراء ، في حين أظهرت نتائج الفقرة (3) " موظفو البنك على إستعداد دائم للاستماع لشكاوى العملاء " أقل متوسط حسابي بقيه 3.57، ما حق وزن نسيبي بدرجة قبول متوسطة و انحراف معياري قدر ب 0.987 ما يبين التشتبه في أراء .

## هـ- وصف بعد الأمان:

## الجدول رقم (14) وصف الأمان

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

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

وضح الجدول أعلاه بأن مستوى استجابة أفراد عينة الدراسة لبعد الأمان فيما يتعلق بالعبارات 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 الأراء ، في حين أظهرت نتائج الفقرة (1) و(2) " تتوفر أجهزة الإعلام الآلي على برمجيات أمن و حماية و يستخدم البنك برامج و تقنيات فعالة لحماية الشبكة من الإختراق " أقل متوسط حسابي بقية 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 أراء .

## و- وصف بعد التعاطف:

## الجدول رقم (15) وصف التعاطف

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

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

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

### 3- وصف متغير الدراسة الأساسيين (المستقل والتابع) :

الجدول التالي بين لنا نتائج الإجابات كما يلي :

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

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

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 ب 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 ب 0.220 ما يبين التشتت النسبي في آراء .

## ثانياً : إختبار فرضيات الدراسة :

## - 1- الفرضية الرئيسية الأولى و فروعها:

إن دراسة وتبين الدور يتم من خلال تحليل العلاقة ما بين المتغيرات و الأبعاد لذلك سيتم تحليلها بإتباع طريقة من الجزء إلى 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 إرتباط ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الجوانب المادية الملموسة .

الجدول التالي يعطي لنا نتائج الإختبار :

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

مستوى الدلالة SIG	معامل الإرتباط برسون R	العامل
0.322	0.168	علاقة إرتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الجوانب المادية الملموسة .

المصدر : من إعداد الطالبة إعتمادا على البرنامج الإحصائي SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة معامل الإرتباط 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 بـ 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 الإلكتروني وسهولة الوصول إليه من طرف ذوي الاحتياجات الخاصة من وجهة نظر المبحوثين وهو أمر غير مقبول، لذا يتبعن على إدارة البنك إعادة النظر في الجانب الهيكلي لمقروكالاتها، وإدراج بعد التكنولوجي في معاملاتها ( البطاقات الذكية، المعاملات عن بعد) لكي يتتسنى 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 الإرتباط برسون R -	- معامل الإرتباط	- مستوى SIG - الدلالة
العلاقة مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الاعتمادية.	0.284 -	0.088 -	

المصدر : من إعداد الطالبة إعتماداً 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 لأن بعد الاعتمادية يركز على انضباط الموظفين وحسن استقبالهم ومهنيتهم مع العملاء، ولا توجد علاقة مباشرة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على الجانب السلوكى لهم، من وجهة نظر المبحوثين.

### 1-3- فرضية الدراسة الفرعية الثالثة :

- محتوى هذه الفرضية هو التالي :

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

- الجدول التالي يعطي لنا نتائج الإختبار :

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

- العامل	- معامل برسون R	- الإرتباط	- مستوى SIG الدلالة
العلاقة مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الاستجابة .	0.462	0.282	0.004

المصدر : من إعداد الطالبة إعتمادا على البرنامج الإحصائي SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة معامل الإرتباط مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الاستجابة حيث قدرت بقيمة 0.282 حيث نلاحظ أنها دالة إحصائيا 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 إرتباط 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 إرتباط ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات او بعد الأمان.

- الجدول التالي يعطي لنا نتائج الإختبار :

الجدول رقم (20): معامل الإرتباط ما بين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الأمان.

- مستوى SIG الدلاله	- الإرتباط برسون R -	- معامل برسون R -	- العامل
0.985 -	0.003 -	العلاقة ما بين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الأمان.	-

المصدر : من إعداد الطالبة إعتمادا على البرنامج الإحصائي SPSS

الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة معامل الإرتباط ما بين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الأمان.

قدرت بقيمة -0.003، حيث نلاحظ أنها دالة إحصائية نتائج بلوغ مستوى دلالتها قيمة قدرت ب 0.985 حيث أنها أكبر من مستوى الدلاله المعتمد في الدراسة (0.05) ، هذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية التي تتضمن عدم وجود علاقة إرتباطية ونقبل البديلة التي تنص على وجود علاقة إرتباطية لكنها ضعيفة ما بين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد الأمان، وهو ما يعكس حرص إدارة البنك على رقمنة معاملاتها المالية و جعلها تتمتع بالامان ضد مختلف الهجمات السيبرانية مع ضمان الدقة والفعالية في معالجة المعاملات .

- 5- فرضية الدراسة الفرعية الخامسة :

- محتوى هذه الفرضية هو التالي :

لا توجد علاقة إرتباط ذات دلاله احصائية عند مستوى دلاله 0.05 ما بين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بعد التعاطف

- الجدول التالي يعطي لنا نتائج الإختبار :

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

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

المصدر : من إعداد الطالبة إعتمادا على البرنامج الإحصائي SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة معامل الإرتباط 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 يتبيّن دور حسن الاستقبال والتعامل من طرف موظفي البنك في جذب العملاء والعنابة باشغالاتهم بغض النظر عن مدى توفر عنصر التكنولوجيا والمعاملات الرقمية في البنك .

## 1-6- اختبار 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 برسون R -	- الإرتباط	- مستوى SIG الدلالة
العلاقة مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات و تحسين جودة الخدمات المصرفية	0.421 -	0.009 -	

المصدر : من إعداد الطالبة إعتمادا 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 إحصائية نتجة 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 وضمان نجاعتها وسرعة التواصل مع العملاء ما يخلق وفورات مادية، وبشرية و ميزة تنافسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية من وجهة نظر المبحوثين، لكنها في نفس الوقت لا تغنى ،ن أبعاد أخرى كحسن المعاملة والجانب السلوكى 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.

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

المصدر: من إعداد الطالبة إعتماداً على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

يبين الجدول أعلاه قيمة إختبار فيشر لدراسة الفروقات البالغة قيمة 15.181 ، حيث أنها دالة إحصائية بالنظر إلى مستوى الدلالة البالغ قيمة 0.00 اذ أنه أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة (0.05) ، ما يجعلنا نرفض الفرض الصفرى 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 يبيّن هذه الفروقات :

جدول رقم (24) : تحديد مصدر الاختلاف

مستوى الدلالة	الخطأ المعياري	الفروقات في المتوسطات (J-I)	سنوات الخبرة	
0,969	0,142	-0,005	من 5 - 10 سنة	أقل من 5 سنوات
0,010	0,141	-0,388*	من 11-15 سنوات	
0,486	0,152	0,107	من 16-20 سنة	
0,028	0,186	0,429*	فما فوق 20	
0,969	0,142	0,005	أقل من 5 سنوات	من 5 - 10 سنة
0,000	0,072	-0,382*	من 11-15 سنوات	

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

### المصدر: من إعداد الطالبة إعتماداً على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

نلاحظ من الجدول أعلاه أنه يوجد اختلاف مابين 11-15 سنة مع كل الفئات الأخرى ، بحيث يبين الجدول تحديد مصدر الاختلاف لسنوات الخبرة ، أقل 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 أقل من مستوى الدلالة المعتمد.

#### 3-الفرضية الثالثة :

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

- للإجابة عن الفرضية نعرض الجدول التالي :

## - جدول رقم (25) اختبار الفرضية الثالثة

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

المصدر: من إعداد الطالبة إعتماداً على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

يبين الجدول أعلاه قيمة اختبار فيشر لدراسة الفروقات البالغة قيمة 1.182 ، حيث أنها غير دالة إحصائياً بالنظر إلى مستوى الدلالة البالغ قيمة 0.331 إذ أنه أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة (0.05) ، ما يجعلنا نقبل الفرض الصافي 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 الجانبي التطبيقي أو الميداني، حيث قمت بدراسة عينة من موظفي مصرف الفلاحة والتنمية الريفية - وكالات ميلة - لمعرفة رضاهم عن جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من طرف المصرف. وقد أظهرت النتائج المحققة عن الدراسة التطبيقية ما يلي:

- تم التوصل إلى أن لدى مصرف الفلاحة والتنمية الريفية - وكالات ميلة - تكنولوجيا معلومات توافق التطور.
- الحاصل في الساحة المصرفية الجزائرية.
- وجود مشاكل تواجه مصرف الفلاحة والتنمية الريفية - وكالات ميلة - في توظيف تكنولوجيا المعلومات، مثل.
- عدم جاهزية البنية التحتية التي تساعد المصرف على تقديم خدمات مصرفية جديدة وتطوير الخدمات الحالية.
- تم التوصل إلى أن عمال مصرف الفلاحة والتنمية الريفية-وكالات ميلة - يدركون أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمة المصرفية، ويعتبرون أن إستمرار المصرف في تطوير خدماته باستخدام تكنولوجيا المعلومات الحديثة عامل مهم في إستمرارهم في العمل مع المصرف وتقديم أحسن الخدمات للعملاء.

# خاتمة

### تمهيد :

شهد العالم خلال السنوات الماضية، ولا يزال يشهد تطويراً سريعاً جداً في أشكال تكنولوجيا المعلومات التي كان لها أثر على النشاط الاقتصادي، وظهرت خلال النصف الثاني من التسعينيات القرن الماضي مجموعة من المصطلحات التي تشير إلى دور تكنولوجيا المعلومات في النشاط الاقتصادي مثل مصطلح اقتصاد المعرفة اقتصاد المعلومات والاقتصاد الرقمي، فقد شمل هذا التطور جميع مجالات الحياة، وبصفة خاصة البنوك التي تشهد تحديات هائلة في العقود 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 وإماماً بـ تكنولوجيا 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 يريدهما وعن طريق الوسائل التي يختارها، مما أوجب على البنوك إدماج تكنولوجيا المعلومات في ممارساتها اليومية، حيث ساعدتها هذا في الاستفادة منها وتطويعها ليس فقط للرفع من جودة الخدمات المصرفية التقليدية وإنما أيضاً كمصدر للكثير من الخدمات المصرفية الجديدة، ولها اتجاه البنوك إلى ابتكار خدمات مصرفية إلكترونية جديدة بما يلائم الاحتياجات والمتطلبات المعاصرة للعملاء من ناحية، وتحقيق الربح للبنك من ناحية أخرى.

بدأت البنوك الجزائرية مع إدراك أهمية تكنولوجيا المعلومات الأخذ بمظاهرها والإستفادة منها، ولها تعلم جاهدة على اللحاق بركب البنوك المتغيرة، فهي تسعى لإدخال خدمات الكترونية جديدة للسوق البنكي الجزائري واستحداث قنوات إلكترونية جديدة للإستفادة 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 أيضاً على طبيعة وخصائص هذه الخدمات والتي

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

- عملت تكنولوجيا المعلومات على توسيع نطاق الخدمات المقدمة من قبل البنوك وتتنوعها، كما أنها.
- أتاحت تقديم الخدمات المصرافية من خلال منافذ توزيعية جديدة مثل: الموزعات الآلية، الموقع الإلكتروني للبنك، خدمات الهاتف المنزلي... الخ.
- ساهمت أيضاً تكنولوجيا المعلومات في توسيع حجم السوق المستهدف بالنسبة للبنوك، وكذلك على اعتبار أن الخدمات المصرافية أصبحت سهلة بشكل أكبر أمام الموظفين عند تقديمها للعملاء .
- ساهم إنتشار استخدام تكنولوجيا المعلومات إلى زيادة توقعات العملاء بشأن جودة الخدمة المصرافية 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.

### ثانياً - نتائج اختبار الفرضيات والدراسة الميدانية:

- يعمل بنك الفلاحة والتنمية الريفية باستمرار على مواكبة التطورات التكنولوجية التي يشهدها العمل المصرفي.
- يوفر البنك مجموعة من الخدمات المصرافية الإلكترونية والتي تعتمد بالدرجة الأولى على تكنولوجيا المعلومات منها: الخدمات المصرافية عبر الصرافات الآلية، وهو تبعاً لذلك يوفر لعملائه عدداً من البطاقات البنكية والتي تختلف خصائصها حسب حاجاتهم المختلفة، هذا إضافة إلى خدمة نهائي نقطة البيع من خلال المحلات المتعاقدة معه.
- يتتوفر 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 الشيك ،

وكذا خدمة البريد الإلكتروني والتي تتيح للعملاء إرسال الشكاوى والمقترنات - 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 إرتباطية 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 إرتباطية 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 إرتباطية 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 إرتباطية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الاعتمادية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

- فيما يخص بعد الاستجابة في البنك، تبين أنه توجد علاقة إرتباطية 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 إرتباطية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الاستجابة عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

- تبين من خلال الدراسة الإحصائية، أنه توجد علاقة إرتباطية 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 إرتباطية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الأمان عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

- وفيما يخص بعد التعاطف المستخدمة في البنك، أنه لا توجد علاقة إرتباطية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد التعاطف من وجهة نظر المبحوثين. وهو ما ينفي الفرضية الفرعية الخامسة والتي تنص على أنه توجد علاقة إرتباطية 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 أنه لا توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية  $0.05$  مابين استخدام تكنولوجيا المعلومات وتحسين جودة الخدمات المصرفية بمختلف أبعادها (الجوانب المادية الملمسة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف)، بمعامل ارتباط قدره  $.942$ .

- تبين من خلال الدراسة الإحصائية انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية  $(\leq 0.05)$  (a) 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.

### ثالثاً - 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 الإلكترونية، نقاط البيع )، وتقديم خدمات حديثة باستخدام تكنولوجيا متطرفة، كونها تمثل عامل رئيسيًا في زيادة ربحية البنك وتلبية تطلعات العملاء.

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

- على بنك الفلاحة والتنمية الريفية جعل موقعه الإلكتروني أكثر فاعلية واستجابة 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 وطلعات 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 بسلامة 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 تغنى عن أبعاد أخرى كحسن المعاملة والجانب السلوكى للموظفين وعلاقته بولاء العميل.

### رابعاً - 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 وأفاقها في الجزائر.
- دور الصيرفة الإسلامية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء
- دور إدارة المعرفة في تحسين جودة الخدمات المصرفية.



## قائمة المراجع

قائمة المراجع:

- المراجع باللغة العربية:

الكتب: 1

- 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 ، **ادارة 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- معلاناجي ، **الأصول المعرفية للتسويق المصرفية**، دار وائل للنشر والتوزيع، ط3، 2007.
- 6- الشمري ناظم محمد النوري ، عبد الفتاح عبد اللات، **الصيরفة الالكترونية الأدوات ومعيقات التوسيع**، 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- القهيوبي 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 زمن ناشرون و موزعون، ط1، الأردن- عمان - 2016.
- 11- الحسبان عطاء الله أحمد سويلم ، **الرقابة الداخلية في بيئة تكنولوجيا المعلومات**، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان - الأردن - 2009.
- 12- الديبة زياد عبد الحليم ، نضال محمود الرمحي، **نظم المعلومات في الرقابة والتدقيق**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2011.

13- الكاسية وصفي ، الأداء المؤسسي من خلال تكنولوجيا المعلومات ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع الأردن-عمان- ، ط1، 2011.

## 2/ المحلات 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 ولاقتصاد ،مجلة جامعة بابل العراقية ،المجلد 8،العدد 32،2012 .

2- جاسم علي فرح ،تأثير تكنولوجيا المعلومات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية ،تخصص قسم إدارة الأعمال ،مجلة الدناني ،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 ،العدد 5،جامعة بابل-العراق-،2015.

5- جاسم محمد سوسن ،تأثير إدارة التغيير على إعادة الهيكلة التنظيمية، منظور استراتيжи، مجلة منصور ، كلية المنصور الجامعة ، العدد 20،2013.

6- عبد القادر بريش ، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك ،مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا ،جامعة حسيبة بن بوعلي-الشلف-،العدد 3،2013.

7- عبد الرحمن 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 الدناني ،جامعة بغداد - الجامعة العراقية -، العدد الثاني،دون سنة.

## المدخلات: /3

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

4/الأطروحة و المذكرات:

-أطروحة الدكتوراه:

- 1- بريش عبد القادر ، التحرير المصرفى 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- عبدالوي 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 خضر 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- دردور أسماء ، أثر تكنولوجيا المعلومات في ترقية تسويق الخدمات المصرفية والمالية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، تخصص تسويق، جامعة العربي بن مهيدى -أم البوادي، 2015-2016.
- 5- يابسي لياس ، الآثار المحتملة لتحرير الخدمات المالية على القطاع المصرفى الجزائري وفقا لاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات(الجات)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر 3، 2012-2013.

- مذكرات ماجستير:

- 1- الباхи 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 المعرف 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 الزيون، جزء من متطلبات نيل شهادة البكالوريوس، تخصص إدارة أعمال، جامعة القادسية ، 2017.

- 4- أبو عكر فوزي فايز عودة ، 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 -، 2016.
- 5- الحبشي مؤمن عبد السميح حسن ، جودة الخدمات الإلكترونية 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 الإلكترونية في تقوية العلاقة بين المصرف والزبائن، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة عمان -، الماجستير في الأعمال الإلكترونية، تخصص الأعمال الإلكترونية، جامعة الشرق الأوسط، 2011.
- 7- الرياضي سامر فهد سليمان ، أثر أبعاد جودة الخدمات المصرفية على رضا الزبائن 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 أبو بكر العابد، 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 إستراتيجية للتنمية المستدامة، جامعة سطيف، 2013-2014.

### 5/التقارير و الدراسات:

- 1- لحود 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 **تكنولوجييا المعلومات و الإتصال**، الدورة القاهرة، الملحق 1-399-233-N:977، كلية الإعلام، جامعة ، 2000.

### 6/الموقع:

- 1- [qu.edu-iq/el/pluginFile.php](http://qu.edu-iq/el/pluginFile.php) بتاريخ 28/01/2019
- 2- <https://www.marefa.org/> بتاريخ 20 ماي 2019 ، إنترنت
- 3- [http://4pcs-solutions.blogspot.com/2012/04/blog-post\\_29.html](http://4pcs-solutions.blogspot.com/2012/04/blog-post_29.html) بتاريخ 13 أفريل 2019
- 4- <http://www.startimes.com/f.aspx?t=33685502>، بتاريخ 20/05/2019



# الملحق

# الملحق رقم (1) : إستماراة الإستبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف - ميلة -

معهد العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

شعبة : علوم اقتصادية

تخصص : إقتصاد نقدی وبنکی

دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة

الخدمات المصرفية

دراسة ميدانية على مستوى عينة من موظفي بنك الفلاحة و التنمية

وكالات ميلة.

تحت إشراف الأستاذة:

- د/ داي وسام

إعداد الطالبة:

- بن العمري رانية

السنة الجامعية: 2018-2019

في إطار إعداد مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الإقتصادية تخصص إقتصاد نقدi وبنكي حول موضوع البحث المتعلق بـ"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 الفلاحه و التنمية الريفية لولاية ميله، و يشرفنا مشاركتكم في هذا الإستبيان، علماً أن البيانات التي يتم الإدلاء بها سوف تquatط بالسريّة التامة ولا تستخدّم إلّا لغرض البحث العلمي.

سنتطرق في هذه الدراسة إلى الأبعاد الأساسية والتي نعرفها كالتالي :

**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:** وتمثل 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، والحفظ على سجلات صحيحة، وتقديم الخدمة في المواعيد المحددة.

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

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

**5- التعاطف:** ويعني مستوى العناية والاهتمام الشخصي الذي تقدمه 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 مستقبلاً و ذلك بوضع علامة (x) في المكان المناسب:

## المحور أولاً: المعلومات الشخصية

<input type="checkbox"/> أنثى	<input type="checkbox"/> الجنس: ذكر
<input type="checkbox"/> من 30-35 سنة	<input type="checkbox"/> العمر: أقل من 30 سنة
<input type="checkbox"/> من 41 فما فوق	<input type="checkbox"/> من 36-40 سنة
<input type="checkbox"/> جامعي	<input type="checkbox"/> المستوى التعليمي: ثانوي
<input type="checkbox"/> أخرى	<input type="checkbox"/> دراسا عليا (ماجستير، دكتوراه)
<input type="checkbox"/> رئيس فرع	<input type="checkbox"/> المستوى الوظيفي: مدير
	<input type="checkbox"/> رئيس مصلحة
	<b>الخبرة:</b>
<input type="checkbox"/> من 5-10 سنة	<input type="checkbox"/> أقل من 5 سنوات
<input type="checkbox"/> من 15-20 سنة	<input type="checkbox"/> من 10-15 سنوات

## المحور الثاني: متغيرات الدراسة.

### أولاً: تكنولوجيا المعلومات داخل البنك

الرقم	العبارات	موافقة تماماً	موافقة	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 الكفى 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 بالحداثة والسرعة.					
6	- يتم تطوير وتحديث البرمجيات بما يناسب احتياجات العميل.					

					- تستطيع معالجة المشاكل التي تواجهك في استخدام الشبكة و نظام المعلومات.	7
					- يقدم نظام المعلومات نفس المستوى من الخدمات في جميع الأوقات.	8
					- يتميز برامج و تطبيقات الحاسوب بسهولة الاستخدام.	9
					- يتم تحديث و صيانة شبكة الاتصالات الداخلية الخاصة بنكم بصفة دورية.	10
					- يوجد في بنكم مكاتب جميعها موصولة عن طريق شبكة الحاسوب.	11
					- يتوفّر في جميع مكاتب بنكم على شبكة الانترنت	12
					- يحتوي بنكم على خلية متخصصة في تقنية المعلومات التي تعامل بشبكة الإكسبرانس.	13
					- تحتوي مكاتب بنكم على احدث النظم لتطبيق الادارة الالكترونية.	14

ثانياً: جودة الخدمات المصرفية:

### 1- الجوانب المادية الملموسة:

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

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

## 2- الإعتمادية:

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

## 3- الاستجابة:

البعد الثالث: الاستجابة						
غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	العبارة	الرقم
					<p>- يحرص موظفي البنك على الرد الفوري على استفسارات العملاء.</p>	30
					<p>- يتميز مقدمي الخدمة بالرغبة والإستعداد لتقديم خدمة فورية للعملاء.</p>	31
					<p>- موظفو البنك على إستعداد دائم للإستماع لشكاوى العملاء.</p>	32

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

#### 4- الأمان :

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

#### 5-التعاطف:

البعد الخامس: التعاطف						
غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	العبارة	الرقم
					- يتميز موظفو بنكم بالتهذيب عند التعامل مع العملاء .	40
					- يتميز الموظفين بالظهور اللائق أمام العملاء .	41
					- يلقي العميل العناية المناسبة من قبل الموظفين .	42
					- يسعى موظفو بنكم إلى التعامل السريع مع مقتراحات العملاء .	43
					- يتميز موظفو بنكم بأسلوب الحوار الرافي مع العملاء .	44
					- يهتم الموظفين بخدمة مصالح العملاء بسرعة .	45

### ثالثا: قائمة الأساتذة ممكين الاستبيان

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

### الملحق رقم (2) : ثبات الإستماراة

1- المعلومات الشخصية: <sup>(1)</sup>

### Fréquences

#### Statistiques

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

### Table de fréquences

#### الجنس

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

		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
	فما فوق 20	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\*

## 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: الإعتمادية	,808
البعد الثالث: الإستجابة	,814
البعد الرابع:الأمان	,807
البعد الخامس: التعاطف	,813
تدرك احتياجات العملاء من المعلومات بدقة عند - استخدامك تكنولوجيا المعلومات.	,826
الدورات و البرامج التدريبية تساعدك على استخدام الكفي (التكنولوجيا 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 بالحداثة و - السرعة.	,805
يتم تطوير و تحديث البرمجيات بما يناسب احتياجات - 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
يتميز برامج و تطبيقات الحاسوب بسهولة الاستخدام -	,807
يتم تحديث و صيانة شبكة الاتصالات الداخلية الخاصة - ببنكم بصفة دورية.	,816
يوجد في بنكم مكاتب جميعها موصولة عن طريق شبكة الحاسوب.	,816
يتوفر في جميع مكاتب بنكم على شبكة الانترنت -	,797
يحتوي بنكم على خلية متخصصة في تفقيه المعلومات - التي تتعامل بشبكة الإكسترانات.	,832
تحتوي مكاتب بنكم على احدث النظم لتطبيق الادارة - الالكترونية.	,805
يتميز البنك بموقع قريب بحيث يمكن العملاء الوصول - إليه بسهولة .	,825
يوجد موقع إلكتروني ببنكم على شبكة الانترنت واضح - وسهل التصفح .	,809
لتطوير الأدوات والأجهزة من جل يسعى البنك - إستمرارية البنك تقدمه .	,817
يتوفر البنك على أماكن خاصة لوقف السيارات -	,805
يتميز بنكم بملائمة أوقات العمل لكل العملاء -	,796
يتوفر البنك على مسالك و مصاعد للعملاء من ذوي - الاحتياجات الخاصة .	,787
يساعد توفر الصرافات الآلية في البنك على تقليل الإزدحام - في صوف الإنتظار .	,816
يساعد استخدام البطاقات البلاستيكية داخل البنك على - تقليل ضغط العمل لدى الموظفين عند استقبال العملاء .	,802
يسهل البنك على العملاء الحصول على الخدمات - الالكترونية من الموقع بسرعة .	,825
يتميز بنكم بدقة في الحسابات مع الحفاظ على السجلات - صححة .	,816
يتوفر لدى بنكم 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.

<sup>(1)</sup> المصدر: من مخرجات SPSS. نسخة 23

يعمل موظفو البنك على إنجاز الخدمة المطلوبة بدقة - للعملاء في الوقت المحدد.	,800
يتمتع بنكم 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 استفسارات - العملاء.	,812
يتميز مقدمي الخدمة بالرغبة والإستعداد لتقديم خدمة - فورية للعملاء.	,814
موظفو البنك على استعداد دائم للإستماع لشكوى العملاء.	,812
تساعد الصرافات الآلية في تقليل زمن الحصول على - الخدمة المصرفية.	,816
يعمل البنك على حل المشكلات المتعلقة بالمعاملات - الإلكترونية.	,812
يتميز بنكم بسرعة الرد على طلبات العملاء عن طريق - البريد الإلكتروني.	,832
توفر 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 العملاء -.	,832
يحرص الموظفون على زرع الثقة في نفوس العملاء -.	,813
. يتميز موظفو بنكم بالتهذيب عند التعامل مع العملاء	,803
. يتميز الموظفين بالظهور اللائق أمام العملاء -.	,828
. يلقي العميل العناية المناسبة من قبل الموظفين -.	,816
يسعى موظفو بنكم إلى التعامل السريع مع مقتراحات - العملاء .	,816
. يتميز موظفو بنكم بأسلوب الحوار الرأقي مع العملاء -.	,816
. يهتم الموظفين بخدمة مصالح العملاء بسرعة -.	,811

المصدر: من مخرجات SPSS نسخة 23.

<sup>(1)</sup> المصدر: من مخرجات SPSS نسخة 23.

- ثبات عبارات المحور الثاني و الثالث: \* الوزن النسبي للمتوسط الحسابي <sup>(1)</sup>

## 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 بالظهور اللائق أمام - . العملاء.	3,97	,600
يلقي العميل العناية المناسبة من قبل - . الموظفين	3,86	,673
يسعى موظفو بنككم إلى التعامل - . السريع مع مقتراحات العملاء	3,70	,571
يتميز موظفو بنككم بأسلوب الحوار - . الراقي مع العملاء	3,68	,784
يهتم الموظفين 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 الإرتباط برسون <sup>(2)</sup>

## 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 <sup>11</sup> 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 استخدامك لتكنولوجيا المعلومات.	Corrélation de Pearson	-,032
- الدورات و البرامج التدريبية تساعدك على استخدام الكفي لتكنولوجيا (المعلومات) (الرسكلة).	Corrélation de Pearson	-,078
- أنت على اطلاع مع التطورات - الحديثة التي تحدث في البنك الأخرى في مجال تكنولوجيا المعلومات.	Corrélation de Pearson	,566**
- تتوفر لدى بنكم برمجيات خاصة - تغطي كافة أنشطتها.	Corrélation de Pearson	,249
- تتميز أجهزة الإعلام الآلي المستخدمة - في بنكم بالحداثة و السرعة.	Corrélation de Pearson	,138
- يتم تطوير و تحديث البرمجيات بما - يتناسب احتياجات العميل.	Corrélation de Pearson	,186
- تستطيع معالجة المشاكل التي تواجهك - في استخدام الشبكة و نظام المعلومات.	Corrélation de Pearson	-,019
- يقدم نظام المعلومات نفس المستوى - من الخدمات في جميع الأوقات.	Corrélation de Pearson	,596**
- تتميز برامج و تطبيقات الحاسوب - بسهولة الاستخدام.	Corrélation de Pearson	,269
- يتم تحديث و صيانة شبكة الاتصالات - الداخلية الخاصة بينكم بصفة دورية.	Corrélation de Pearson	,063
	Sig. (bilatérale)	,712

المصدر: من مخرجات SPSS نسخة 23

	N	37
يوجد في بنكم مكاتب جميعها - وصولة 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 <sup>**</sup>
	Sig. (bilatérale)	,001
	N	37
يحتوي بنكم على خلية متخصصة - في تقنية المعلومات التي تتعامل بشبكة الإكسبرانات.	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 ببنكم على - شبكة الانترنت واضح وسهل التصفح .	Corrélation de Pearson	,464 <sup>**</sup>
	Sig. (bilatérale)	,004
	N	37
لتطوير الأدوات يسعى البنك - والأجهزة من جل إستراتيجية البنك تقديمه	Corrélation de Pearson	,233
	Sig. (bilatérale)	,166
	N	37
يتوفر البنك على أماكن خاصة لوقف - السيارات .	Corrélation de Pearson	,409
	Sig. (bilatérale)	,012
	N	37
يتميز بنكم بملائمة أوقات العمل لكل - العملاء	Corrélation de Pearson	,689 <sup>**</sup>
	Sig. (bilatérale)	,000
	N	37
يتوفر البنك على مسالك و مصاعد - للعملاء من ذوي الاحتياجات الخاصة	Corrélation de Pearson	,510 <sup>**</sup>
	Sig. (bilatérale)	,001
	N	37
يساعد توفر الصرافات الآلية في البنك - على تقليل الإزدحام في صوف الانتظار.	Corrélation de Pearson	-,199
	Sig. (bilatérale)	,238
	N	37
يساعد استخدام البطاقات البلاستيكية - داخل البنك على تقليل ضغط العمل لدى الموظفين عند استقبال 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 - الحفظ 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
يستعمل موظفو البنك العملاء في - مواعيد المحددة .	Corrélation de Pearson	,407
	Sig. (bilatérale)	,012
	N	37

يعمل موظفو البنك على إنجاز - الخدمة المطلوبة بدقة للعملاء في الوقت المحدد.	Corrélation de Pearson	,575
يتمتع بنكم بكفاءة في تقديم الخدمة و ثبات الأداء.	Sig. (bilatérale)	,000
	N	37
يعلم البنك على خلو وثائق و كشوفاته المقدمة للزبائن من الأخطاء.	Corrélation de Pearson	,359
	Sig. (bilatérale)	,029
	N	37
- يحرص موظفي البنك على الرد الفوري على استفسارات العملاء.	Corrélation de Pearson	,040
	Sig. (bilatérale)	,815
	N	37
- يتميز مقدمي الخدمة بالرغبة و الإستعداد لتقديم خدمة فورية للعملاء.	Corrélation de Pearson	,372
	Sig. (bilatérale)	,023
	N	37
- موظفو البنك على استعداد دائم للإستماع لشكاوى العملاء.	Corrélation de Pearson	,090
	Sig. (bilatérale)	,597
	N	37
- تساعد الصرافات الآلية في تقليل زمن الحصول على الخدمة المصرفية.	Corrélation de Pearson	,243
	Sig. (bilatérale)	,147
	N	37
- يعلم البنك على حل المشكلات المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية.	Corrélation de Pearson	,272
	Sig. (bilatérale)	,104
	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 الموظفين بالظهور اللائق أمام العملاء.	Corrélation de Pearson	-,376
	Sig. (bilatérale)	,022
	N	37
- يلاقي العميل العناية المناسبة من قبل الموظفين.	Corrélation de Pearson	,248
	Sig. (bilatérale)	,139
	N	37
- يسعى موظفو بنكم إلى التعامل السريع مع مقررات 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
يهم الموظفين 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: تكنولوجي 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: الإعتمادية	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: تكنولوجي المعلومات داخل البنك	البعد الأول: الجوانب المادية الملموسة	البعد الثاني: الإعتمادية	البعد الثالث: الإستجابة	البعد الرابع:الأمان	البعد الخامس: التعاطف
المحور الثاني: تكنولوجيا المعلومات داخل البنك	Corrélation de Pearson	1	,168	,284	,462**	-,003
	Sig. (bilatérale)		,322	,088	,004	,985
	N	37	37	37	37	37
البعد الأول: الجوانب المادية الملموسة	Corrélation de Pearson	,168	1	,471	-,200	,652

<sup>1</sup> 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 37	,471** 37	1 37	,291 37	,132 37	,069 37
البعد الثالث: الإستجابة	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	,462** 37	-,200 37	,291 37	1 37	-,087 37	,323 37
البعد الرابع:الأمان	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	-,003 37	,652** 37	,132 37	-,087 37	1 37	,039 37
البعد الخامس: التعاطف	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	,639** 37	,022 37	,069 37	,323 37	,039 37	1 37

المصدر: من مخرجات SPSS نسخة 23.

<sup>1</sup> المصدر: من مخرجات SPSS. نسخة 23