

جامعة أحمد دراية ادرار – الجزائر
كلية العلوم الاقتصادية ، التجارية ، وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية



مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر
ميدان علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية
شعبة مالية ومحاسبة
تخصص مالية المؤسسة
الموضوع:

أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمات المصرفية
دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة أدرار - .

إشراف الدكتورة

عياد ليلي

إعداد الطالبتين :

- بوتدارة صليحة
- سولامي كريمة

أعضاء لجنة المناقشة

أ. بن سوسي حمزة	رئيساً	جامعة أدرار
د عياد ليلي	مشرفاً	جامعة أدرار
أ. عزيزي أحمد عكاشة	مناقشاً	جامعة أدرار

الموسم الجامعي : 2017/2016م

الموضوع:

أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمات المصرفية
دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة أدرار -.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

بعد حمد الله سبحانه و تعالی وشكره ، و الصلاة و السلام على
سيدنا محمد و على آله و صحبه أجمعين.
رتقدم بخالص الشكر و التقدير إلى:
كل الأساتذة الأفاضل و أخص بالذكر الأستاذة الدكتورة عياد ليلي
التي أشرفت علينا و لم تهمل علينا بنصائحها و توجيهاتها القيمة
التي كانت عوناً لي في إنجاز هذه المذكرة.
كل موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة أدرار - على حسن
إستقبالهم وتعاونهم الذي مكننا من إجراء الدراسة الميدانية.
و إلى كل من ساعدني وشجعني مادياً ومعنوياً
على إتمام هذا العمل المتواضع .

إهداء

إلى نبع المحبة الذي لا تكدره عوادي الزمن... وفيض الحنان الذي

لا يقف في طريقه عائق.....

إلى روح أبي العزيز رحمه الله و أسكنه

فسيح جنانه، و إلى أمي الغالية أطل الله في عمرها.

إلى إخوتي.

أصدقائي ورفقاء دربي.

إلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل من قريب ومن بعيد

أهدي ثمرة جهدي.

صليحة - كريمة

فهرس المحتويات

الصفحة

شكر وعرفان

الإهداء

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

قائمة المختصرات

قائمة الملاحق

مقدمة [أ - د]

الفصل الأول: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

تمهيد 06

المبحث الأول: تكنولوجيا المعلومات

المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول تكنولوجيا المعلومات.....(07 - 13).

الفرع 01: ماهية التكنولوجيا.....11.

الفرع 02: ماهية المعلومات..... 13

المطلب الثاني: نظام المعلومات وعلاقته بتكنولوجيا المعلومات.....(14 - 16).

الفرع 01: مفهوم نظام المعلومات.....14.

- الفرع 02: عناصر وأهداف نظام المعلومات.....15.
- الفرع 03: تكنولوجيا المعلومات وعلاقتها بنظام المعلومات.....16.
- المطلب الثالث: أقسام تكنولوجيا المعلومات والآثار الناجمة عن إستخدامها.....(18 -17).
- الفرع 01: الأقسام.....17.
- الفرع 02: آثار إستخدام تكنولوجيا المعلومات18.

المبحث الثاني: الإتصالات

- المطلب الأول: ماهية الإتصال.....19.
- المطلب الثاني: عناصر وأهداف عملية الإتصال(21-20).
- الفرع 01: عناصر الإتصال.....20.
- الفرع 02: أهداف عملية الإتصال.....21.
- المطلب الثالث: شبكات الإتصال.....(23 -22).
- الفرع 01: الشبكات العامة.....22.
- الفرع 02: الشبكات الخاصة.....23.

المبحث الثالث: تكنولوجيا الإتصال الحديثة

- المطلب الأول: تقنيات تكنولوجيا الإتصال الحديثة.....(27-24)
- الفرع 01: اللاسلكية.....24.
- الفرع 02: السلكية.....25.
- المطلب الثاني: خصائص تكنولوجيا الإتصال الحديثة26.
- المطلب الثالث: آثار تكنولوجيا الإتصال الحديثة على الحياة.....27.
- خلاصة الفصل.....28.

الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية في ظل التطورات التكنولوجية

تمهيد.....30.

المبحث الأول: الخدمة المصرفية .

المطلب الأول: عموميات حول الخدمة المصرفية.....(31 - 33).

الفرع 01: مفهوم وخصائص الخدمات المصرفية.....32.

الفرع 02: أنواع الخدمات المصرفية.....33.

المطلب الثاني: دورة حياة الخدمة المصرفية.....(33 - 34).

الفرع 01: مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية.....33.

الفرع 02: مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية.....34.

المطلب الثالث: المؤثرات العامة على سياسة تصميم الخدمة المصرفية.....35.

الفرع 01: المؤثرات الداخلية.....35.

الفرع 02: المؤثرات الخارجية.....35.

المبحث الثاني: جودة الخدمات المصرفية .

المطلب الأول: ماهية الجودة، وجودة الخدمات المصرفية.....(36 - 38).

الفرع 01: ماهية الجودة.....37.

الفرع 02: مفهوم جودة الخدمات المصرفية.....38.

المطلب الثاني: مستويات وأبعاد جودة الخدمات المصرفية.....(38 - 40).

الفرع 01: مستويات الخدمة المصرفية.....38.

- الفرع02: أبعاد الخدمة المصرفية.....40.....
- المطلب الثالث: نماذج قياس جودة الخدمة المصرفية.....41.....
- الفرع01: المدخل الإتجاهي.....41.....
- الفرع02: مدخل نظرية الفجوة.....41.....

المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات والاتصال, والخدمة المصرفية.

- المطلب الأول: الخدمة المصرفية الإلكترونية ومنافذ التوزيع.....(42 - 44).....
- الفرع01: الخدمة المصرفية الإلكترونية.....43.....
- الفرع02: منافذ التوزيع.....44.....
- المطلب الثاني: تكنولوجيا الخدمات المصرفية وتقانة المعلومات في المصارف.....(44 - 46).....
- الفرع01: التوسع في استخدام تكنولوجيا الخدمة المصرفية.....45.....
- الفرع02: أثر استخدام تقانة المعلومات في المصارف.....46.....
- المطلب الثالث: واقع تكنولوجيا المعلومات والإتصال في البنوك الجزائرية والتغيرات المستجدة.....(46 - 49).....
- الفرع01: واقع تكنولوجيا المعلومات والإتصال في البنوك الجزائرية.....47.....
- الفرع02: المصارف الجزائرية والتغيرات المستجدة.....49.....
- خلاصة الفصل الثاني.....50.....

الفصل الثالث: دراسة ميدانية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة أدرار .

تمهيدي.....52

المبحث الأول: التعريف بالبنك محل الدراسة والخدمات البنكية.

المطلب الأول: لمحة عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية الجزائري وهيكله التنظيمي(53 - 54).

الفرع 01: نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية الجزائري.....53.

الفرع 02: الهيكل التنظيمي العام للبنك.....54.

المطلب الثاني: بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة أدرار -(55 - 56).

الفرع 01: تاريخ نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بأدرار (المجمع الجهوي للإستغلال).....55.

الفرع 02: تقديم وكالة أدرار (252) وهيكلها التنظيمي.....56.

المطلب الثالث: عرض الخدمات البنكية لبنك بدر - وكالة أدرار -(56 - 60).

الفرع 01: منتجات المدينين.....59.

الفرع 02: منتجات الدائنين.....60.

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة.

المطلب الأول: تصميم الدراسة الميدانية.....(61 - 62).

الفرع 01: أدوات الدراسة الميدانية.....61.

الفرع 02: مجتمع وعينة الدراسة.....62.

المطلب الثاني: التحليل الكمي لنتائج الإستبيان الموجه لزيائن بنك بدر-وكالة أدرار-.....(63- 71).

الفرع 01: وصف عينة الزيائن.....65.

الفرع 02: تحليل البيانات المتعلقة بتقييم الزيائن لجودة الخدمة المصرفية وتكنولوجيا المعلومات والإتصال

المستخدمة لتقديمها.....71.

المطلب الثالث: النتائج والمناقشة.....74.

خلاصة الفصل الثالث.....75.

الخاتمة.....77-78.

قائمة المراجع.....80-83.

الملاحق.

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
12	الفروقات الأساسية بين المعلومات والبيانات.	01
62	مقياس ليكارت ذو ثلاث أبعاد.	02
63	توزيع أفراد عينة الدراسة.	03
66	تقييم عينة الزبائن لمؤشر الجوانب المادية الملموسة.	04
67	تقييم عينة الزبائن لمؤشر الإعتمادية.	05
67	تقييم عينة الزبائن لمؤشر الإستجابة.	06
68	تقييم عينة الزبائن لمؤشر الأمان.	07
69	تقييم الزبائن لمؤشر التعاطف.	08
69	تقييم الزبائن لبعد الأجهزة والمعدات.	09
70	تقييم الزبائن لبعد الإنترنت.	10
70	تقييم الزبائن لبعد الإتصالات.	11
71	تقييم الزبائن لبعد كفاءة الموارد البشرية.	12
73 - 72	قيم الدلالة الإحصائية، ومعامل إرتباط بيرسون لعبارات المحور الثاني (مؤشرات الجودة) بالدرجة الكلية لجودة الخدمة المصرفية.	13
73	قيم الدلالة الإحصائية، ومعامل إرتباط بيرسون لعبارات المحور الثالث (أبعاد تكنولوجيا المعلومات والإتصالات) بالدرجة الكلية لجودة الخدمة المصرفية.	14

قائمة الأشكال

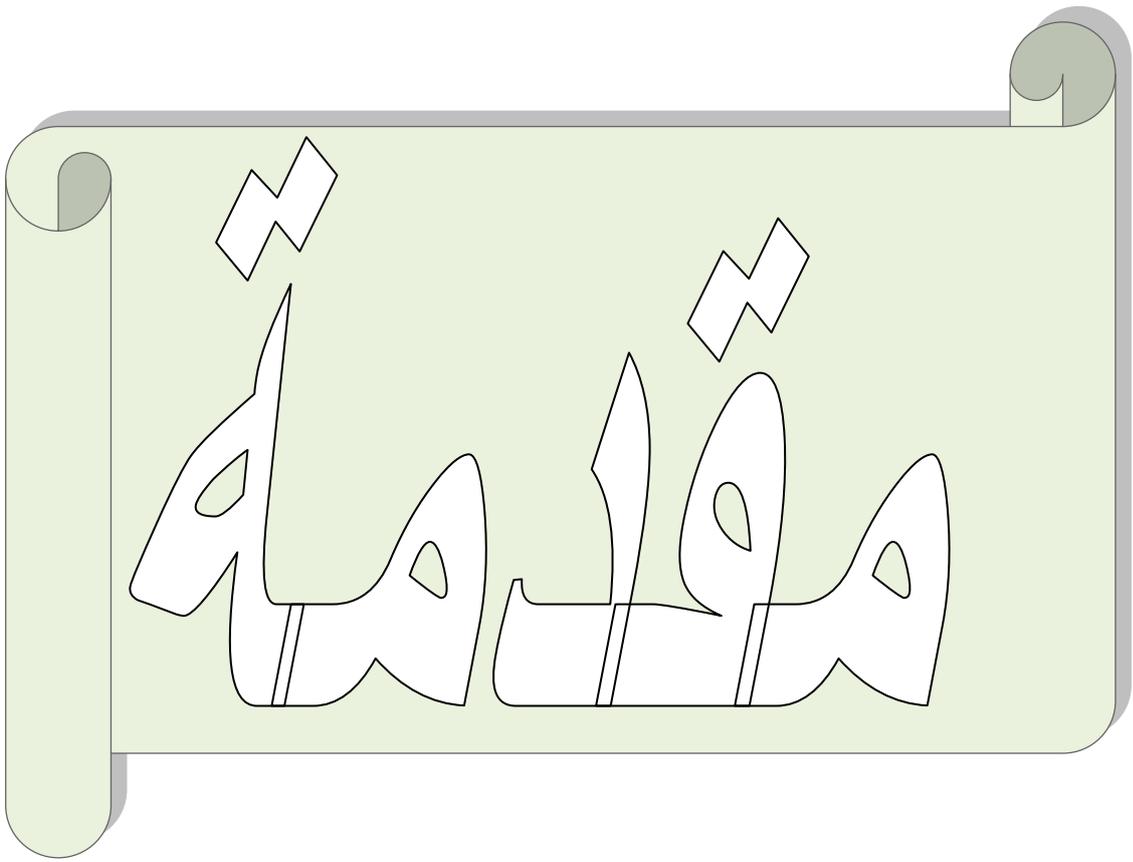
الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
16	تكنولوجيا المعلومات ونظم المعلومات.	01
39	معايير جودة الخدمة المصرفية.	02
40	أبعاد جودة الخدمة.	03
54	الهيكل التنظيمي العام لبنك (BADR).	04
56	الهيكل التنظيمي لوكالة أدرار 252.	05
64	الجنس المستجوب.	06
64	عمر المستجوبين.	07
64	المستوى التعليمي للمستجوبين.	08
65	سنوات تعامل المستجوبين مع البنك.	09
65	القناة المتعامل بها من طرف المستجوبين.	10

قائمة الملاحق

رقم الملحق	إسم الملحق
.I	إستمارة بحث.
.II	تحليل البيانات الشخصية .
.III	حساب المتوسطات والانحرافات.
.IV	معاملات إرتباط بيرسون.
.V	خدمة بدر نات.
.VI	عقد لتسوية عملية البيع الإلكترونية بإستعمال بطاقة CIB الكلاسيكية.
.VII	طلب بطاقة توفير .
.VIII	طلب بطاقة CBRI.
.IX	خدمة بدر إتصال.
.X	شكل البطاقة النقدية CIB الكلاسيكية.
.XI	شكل البطاقة النقدية الذهبية.
.XII	شكل البطاقة النقدية توفير لدفاتر الإدخار.
.XIII	أشكال دفاتر التوفير.

قائمة المختصرات

المعنى بالفرنسية	المعنى بالعربية	الكلمة المختصرة
Banque de l'Agiculture et développement Rual	بنك الفلاحة والتنمية الريفية	BADAR
Banque Nationale d'Algérie	بنك الوطني الجزائري	BNA



تسوية:

الإقتصاد العالمي تسارعاً هائلاً في بنيته القطاعية، حيث صار للخدمات فيه الدور الإيجابي في أحداث كل هذه التحولات الهامة والتغيرات السريعة التي ميزت كل مستويات الإقتصاد الكلية منها والجزئية، سواء على مستوى المؤسسات الخاصة أو العمومية، ويرجع هذا أساساً إلى التطورات التي أفرزتها معطيات مختلفة أبرزها التطورات التكنولوجية خاصة ما تعلق بأنظمة الإتصال عن بعد أو ما يعرف بشبكة الإنترنت حيث أزداد شيوعتها وعدد مستخدميها إضافة إلى تطور تقنيات الحوسبة والإتصال التي حققت تبادلات سريعة وشاملة للمعلومات ضمن سياسة وخطة الإنسياب السلس للبيانات ومفهوم المعلومة.

ونظراً لأهمية الدور الذي يلعبه القطاع المصرفي في هذا العصر من الناحية الإجتماعية عامة والإقتصادية خاصة، إذ يتعامل مع قاعدة عريضة من العملاء، وقد تأثر بما حدث من تطور في مجال تكنولوجيا المعلومات والإتصال، لذا أصبح من الضروري استخدام أحدث تقنيات التكنولوجيا لتسهيل إنجاز المعاملات المصرفية.

وكنتيجه لذلك فقد حاولت المؤسسات المصرفية إدخال ممارسات إدارية حديثة مواكبة للعصر والتطور التكنولوجي عن طريق إبتكار وعصرنة خدماتها المقدمة ، تحديث نظمها، إعادة هندسة الأعمال بها وتطويرها، بالإضافة إلى الاهتمام بالعنصر البشري من حيث التدريب وإعداده للتأهيل علمياً وعملياً للتعامل مع أحدث التقنيات العصرية، كل هذا بغية جعلها أكثر كفاءة وفعالية ودقة وسرعة وموثوقية وأمان في تهيئة المعلومات وتبليتها للجهات المستفيدة (الزبائن)، مما ساهم إلى حد كبير في خلق جو المنافسة بين المصارف من خلال تميزها في مستوى جودة خدماتها المصرفية.

إشكالية البحث:

إستناداً إلى ما سبق عرضه تتجلى معالم إشكالية هذا البحث أو الدراسة في مدى إدراك إدارة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بأدرار لعلاقة تكنولوجيا المعلومات والإتصال بجودة الخدمات التي تقدمها للمستفيدين وما لذلك من تأثير في تحسين النشاط المصرفي .وعليه يمكن تلخيص مشكلة البحث في التساؤل الرئيسي التالي:

هل لإستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصالات أثر على جودة الخدمات المصرفية ؟

ولإحاطة أكثر بهذا الموضوع، سنحاول طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- 1) هل يوجد أثر لبعده الأجهزة والمعدات على جودة الخدمات المصرفية ؟
- 2) هل يوجد أثر لبعده الإنترنت على جودة الخدمات المصرفية؟
- 3) هل يوجد أثر لبعده الإتصالات على جودة الخدمات المصرفية؟
- 4) هل يوجد أثر لبعده كفاءة الموارد البشرية على جودة الخدمات المصرفية؟

فرضيات البحث:

كإجابة مبدئية عن هذه الأسئلة، تم وضع الفرضية الرئيسية التالية:

الفرضية الرئيسية: تتأثر جودة الخدمات المصرفية باستخدام مختلف أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: الأجهزة والمعدات، الإنترنت، الاتصالات، كفاءة الموارد البشرية.

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

الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر لإستخدام بعد الأجهزة والمعدات على جودة الخدمات المصرفية.

الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر لإستخدام بعد الإنترنت على جودة الخدمات المصرفية.

الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد أثر لإستخدام بعد الاتصالات على جودة الخدمات المصرفية.

الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد أثر لإستخدام بعد كفاءة الموارد البشرية على جودة الخدمات المصرفية.

أهمية البحث وأهدافه:

تكمُن أهمية هذا البحث في النقاط الآتية:

- (1) أصالته من حيث حدثه وتمكينه من إعطاء صورة حقيقية عن واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المصارف وأدوارها في تحقيق جودة الخدمات المقدمة .
- (2) لتكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة المصرفية أثر كبير في زيادة قدرة المصارف على استقطاب أكبر عدد ممكن من العملاء لتحقيق أفضل عائد.
- (3) يمكن أن تسهم نتائج هذا البحث في وضع حلول للمشاكل والصعوبات التي تواجه المصارف من حيث جودة خدماتها في الحاضر والمستقبل.

أهداف البحث :

يهدف هذا البحث إلى تحقيق جملة من الأهداف التالية:

- (1) توضيح مفهومي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وجودة الخدمات المصرفية.
- (2) إبراز دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تسهيل المعاملات المصرفية.
- (3) دراسة العلاقة بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وجودة الخدمة المصرفية.

دوافع إختيار الموضوع:

- (1) إعتبره من المواضيع الحديثة، والذي جذب العديد من الباحثين.
- (2) أهمية الموضوع خاصة في ظل التطور التكنولوجي الذي يشهده كل من القطاعين المصرفي والمالي.

حدود الدراسة:

- (1) تم حصر الدراسة أكثر في فرع بنك الفلاحة والتنمية الريفية المتواجد على مستوى ولاية أدرار.
- (2) كما يقتصر مجال الدراسة من الناحية الزمانية على الفترة الممتدة ما بين [01 إلى 15 من شهر جانفي].

منهج البحث:

بغية الإجابة على إشكالية البحث وإثبات صحة الفرضيات السابقة، تم الإعتماد على المنهج الوصفي فيما يخص الجانب النظري بإعتبره مناسباً لجمع الحقائق والتعريف بمختلف المفاهيم ذات الصلة بالموضوع،



بينما تم إتباع المنهج التحليلي في الجانب الميداني وذلك من خلال إسقاط الجوانب النظرية على البنك محل الدراسة وتحليلها ثم تفسير النتائج المتوصل إليها.

أما بخصوص أدوات الدراسة فقد تمثلت في مراجع باللغة العربية تراوحت بين الكتب، المجالات، الملتقيات.

هذا إلى جانب أدوات أخرى على غرار الملاحظة، المقابلات الشخصية وكذا إستمارة المعلومات كما هو موضح في الفصل الثالث.

الدراسات السابقة:

هناك مجموعة من الدراسات التي تناولت هذا الموضوع، نذكر بعضاً منها فيما يلي:

- ✓ دراسة قامت بها الباحثة ميهوب سماح بعنوان "أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية- حالة نشاط البنك عن بعد"- أطروحة دكتوراه، جامعة قسنطينة - 2014، حيث توصلت من خلال دراستها إلى أن المصارف تهدف من خلال إستخدامها المستمر لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال النشاط المصرفي إلى تحقيق هدفين أحدهما في المدى القصير والآخر في المدى الطويل، فبالنسبة للأول هو تحسين الأداء التجاري من خلال تحسين جودة الخدمة المصرفية، تخفيض تكاليف الخدمة وتحقيق رضا العميل، أما هدفها الثاني فهو انعكس على ربحية المصرف ومن ثم على العائد على حقوق الملكية الذي يعتبر الهدف الإستراتيجي لأي نشاط مصرفي.
 - ✓ دراسة قم بها كل من الدكتور عبد الرزاق قاسم والدكتور أحمد العلي، بعنوان "أثر تقانة المعلومات في تطوير نظم عمليات المصارف العامة السورية" قسم المصارف والتأمين كلية الإقتصاد والتأمين جامعة دمشق، حيث هدفت إلى معرفة دور تقانة المعلومات في تطوير العمل في المصارف الحكومية في سورية، وقد تبين من النتائج أن تقانة المعلومات يؤدي دوراً مهماً في زيادة الأداء وتحسينه في الممارسة العملية، من خلال زيادة مرونة العمل المصرفي وتسريعه والتقليل من الأخطاء المرتكبة.
 - ✓ دراسة قام بها الباحث مرابط بعنوان "أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية- دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميلة"- مذكرة ماستر، جامعة بسكرة سنة 2014/2015، حيث توصل من خلال دراسته إلى أن مصرف الفلاحة والتنمية الريفية يعتمد من خلال موقعه الإلكتروني على شبكة الانترنت للتعريف بنفسه وبكل الفروع التابعة له، إضافة إلى تعريف العملاء بخدماته المصرفية التقليدية منها والإلكترونية، هذه الأخيرة ما زالت تقتصر فقط على خدمة الصرافات الآلية والبطاقة المصرفية، إضافة إلى تقديم بعض الخدمات على موقعه الإلكتروني مثل: خدمة الإطلاع على الحساب، طلب دفتر الشيكات.. إلخ.
- صعوبات الدراسة:.**

لقد واجهتنا أثناء البحث بعض الصعوبات معظمها في الجانب التطبيقي من أهمها:

- صعوبة الحصول على المعلومات الكافية لمعالجة الموضوع.
- صعوبة التعامل مع العملاء وخاصة أنهم ذو مستويات علمية وفئات عمرية مختلفة ما أوجب علينا بذل جهد ووقت إضافيين لإتمام جمع وإسترجاع الإستمارات الموزعة.

هيكل الدراسة:

لغرض الإحاطة بموضوع الدراسة تم تقسيم الموضوع لجانبين أحدهما نظري يشمل فصلين والآخر تطبيقي ممثل في فصل واحد.

حيث جاء الفصل الأول بعنوان الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والذي قسم إلى ثلاث مباحث، حيث كان المبحث الأول تحت عنوان تكنولوجيا المعلومات، والمبحث الثاني تناول الاتصالات، أما المبحث الثالث فتمثل في تكنولوجيا الإتصال الحديثة.

بينما الفصل الثاني، جاء تحت عنوان تكنولوجيا الخدمات المصرفية في ظل التطورات التكنولوجية، وقد قسم هو الآخر إلى ثلاثة مباحث، حيث تناول المبحث الأول الخدمة المصرفية، والمبحث الثاني جودة الخدمة المصرفية، أما المبحث الثالث فيتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمات المصرفية.

وأخيراً الفصل الثالث فيأتي تحت عنوان الدراسة الميدانية فهو يتناول دراسة حالة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة أدرار - وتم تقسيمه إلى مبحثين، المبحث الأول يخص تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية، أما المبحث الأخير يتمثل في تحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية للبنك محل الدراسة.

وختمنا هذه الدراسة بخاتمة عامة لخصت أهم النتائج المتوصل إليها في جميع جوانب البحث، وكذا أهم التوصيات والإقتراحات.



الفصل الأول

الإطار النظري للتكنولوجيا المطبوع والإتصالات

تمهيد الفصل:

شهد العالم عدة تطورات وآخرها تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي أحدثت القطيعة بين كل ما هو قديم وأصبح جديد، ونتيجة لهذه التطورات تزايد الطلب على هذه التكنولوجيا وبالتالي أصبحت هي المورد الأكثر أهمية بالمقارنة بالموارد الكلاسيكية، مما جعل الإهتمام بتكنولوجيا المعلومات والاتصال المستوفية الشروط المشغل المشاغل لأي مؤسسة بإعتبارها نقطة القوة والتميز لعصر سمته الأساسية هي المعلوماتية. ولإمام بالموضوع سوف نتطرق في المبحث الأول إلى تكنولوجيا المعلومات بدءاً من مفهوم التكنولوجيا والمعلومات، بعد ذلك نتناول في المبحث الثاني مفهوم الإتصال أما المبحث الثالث وخصناه لتكنولوجيا الإتصال الحديثة وسائلها وخصائصها ثم مزايا وعيوب تكنولوجيا الإتصال الحديثة.

المبحث الأول: تكنولوجيا المعلومات

تعد المعلومات القاعدة الأساسية لأي تطور حضاري في أي مجتمع فبدون المعلومات لا تستطيع المجتمعات والمنظمات أن تتطور أو تحافظ على تطورها إذ تعتمد عملية التطور على حصر المعلومات بالشكل الذي يسهل إستخدامها والإستفادة منها.

إن تكنولوجيا المعلومات جعلت معظم المنظمات تتحول من العمل الروتيني (الورقي) إلى العمل الفكري المنظم الذي يعتمد لغة الأرقام والحقائق والأفكار من أجل استثمار وقت وجهد العاملين فيها. فمن خلال الإستخدام المتنامي لأجهزة الحاسوب والبرمجيات ووسائل الإتصال المتطورة تقوم المنظمات وبشكل مستمر بإجراء مسح سريع وفوري للمعلومات المطلوبة بقصد إتخاذ القرارات اللازمة في الوقت المناسب.

المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول تكنولوجيا المعلومات

لكي يكون مفهوم تكنولوجيا المعلومات واضحاً وجلياً نستعرض هنا بعض المفاهيم المرتبطة به والتي يمكن من خلالها تحديد مفهوم دقيق لتكنولوجيا المعلومات.

الفرع 01: ماهية التكنولوجيا

❖ أولاً/ مفهوم التكنولوجيا:

التكنولوجيا: هي كلمة ليست عربية ولكن لها مرادف معرب، أقترحه مجمع اللغة العربية بدمشق، واعتمده الجامعة العربية وبعض الدول العربية ولكن ليس كلها. و هي كلمة شائعة لها أكثر من مصطلح فالتكنولوجيا هي علم تطبيقي يهتم بدراسة الإضافات والتطور في العديد من المجالات مثل الصناعات و الفنون والحرف وكل ما يتعلق بها من مواد ووسائل مستعملة.

التكنولوجيا: كلمة ذات أصل يوناني، تتكوّن من مقطعين، المقطع الأول: Techno ويعني حرفة، أو مهارة، أو فن، أما الثاني Logy : فيعني علم أو دراسة. ومن هنا فإن كلمة تكنولوجيا تعني علم الأداء أو علم التطبيق، حيث أورد الكثي من العلماء تعريفات أخرى عديدة لكلمة التكنولوجيا، وسنعرض بعضاً منها: التكنولوجيا: عملية شاملة تقوم بتطبيق العلوم والمعارف بشكل منظم في ميادين عدّة , لتحقيق أغراض ذات قيمة عملية للمجتمع. وتعرّف التكنولوجيا بأنها الإستخدام الأمثل للمعرفة العلمية، وتطبيقاتها، وتطويعها لخدمة الإنسان ورفاهيته. والمفهوم الشائع لمصطلح التكنولوجيا هو استعمال الكمبيوتر والأجهزة الحديثة، وهذه النظرة محدودة الرؤية، فالكمبيوتر نتيجة من نتائج التكنولوجيا، بينما التكنولوجيا التي يقصدها هذا المقرر هي طريقة للتفكير، وحلّ المشكلات، وهي أسلوب التفكير الذي يوصل الفرد إلى النتائج المرجوة أي إنّها وسيلة وليست نتيجة، وإنّها طريقة التفكير في استخدام المعارف، والمعلومات، والمهارات، بهدف الوصول إلى نتائج لإشباع حاجة الإنسان وزيادة قدراته.¹

¹ موقع موهوبون والمخترعين العرب، موضوع متكامل حول تعريف التكنولوجيا وفوائدها وأهم مجالات استخدامها، متاح على الرابط الإلكتروني www.mawhapon.net الجمعة، 31 مارس 2017. أطلع عليه يوم 4-4-2017/12:55.

التكنولوجيا: تعني الطريقة التي يستخدم بها الموارد وعوامل الإنتاج لإنتاج السلع المختلفة، كما أن التطور التكنولوجي هو استحداث طرق في استخدام الموارد وعوامل الإنتاج ومن هنا كانت أهمية التكنولوجيا وأثرها على النمو والإنتاج.¹

وهناك رؤية أخرى لمعنى التكنولوجيا فهي التي تحتوي على مجموعة من المهارات الكامنة في الجسم والعقل وما يواكب ذلك من إجراءات فنية وإدارية وأبسط التعريفات هي تطبيق المعرفة العلمية المتاحة من أجل تحقيق رغبات الإنسان وحاجاته.²

ولقد عرفها (Bounds) بأنها الإجراءات والأساليب الضرورية لأداء العمل وتوفير قيمة البضائع والخدمات المستخدمة لتحويل المدخلات إلى مخرجات.³

كما تم تعريفها على أنها تحسينات في الأساليب الفنية التكنولوجية للإنتاج لتمكن الوحدات الاقتصادية من زيادة وحدات الإنتاج بأقل الموارد.⁴

❖ بثقيا/ مجالات استخدام التكنولوجيا.

✓ **مجالات التعليم والتعلم:** لقد قدمت التكنولوجيا خدمة كبيرة في مجال التعليم، بدءاً بإختراع القلم والورق، إلى مرحلة الطباعة، ومرحلة التسجيل والتصوير، والآن أصبح الحاسوب من أقوى الوسائط المستخدمة في مجالات التعليم، إضافة إلى استخدام شاشات العرض المختلفة والفيديو وغيرها في التعليم. تعددت الطرق التي وظفت بها تكنولوجيا المعلومات في مجال التعليم والتعلم فاستعملت الوسائط المتعددة (Multimedia)، حتى أصبح بإمكاننا مشاهدة فيلم وثائقي عن كثير من الظواهر الطبيعية كالزلازل والرحلات الفضائية، ونمو النباتات والكائنات الحية، واستخدمت البرامج المخبرية التي تظهر محاكاة الواقع الذي تتم به التفاعلات المختلفة بين الذرات والجزيئات، وعملت التكنولوجيا بذلك على: تقريب البعيد، وتكبير الصغير، وتصغير الكبير، وإظهار أدق التفاصيل دون خوف أو ضرر، وكذلك التعلم عن بعد حيث يمكن لمتعلم في بلد ما أن يستمع ويناقش محاضراً في بلد آخر وأصبحت الشبكة العنكبوتية مصدراً أساسياً من مصادر التعليم لاغنى عنه للطالب والمعلم ومصدراً للمعلومة لأي شخص آخر.

✓ **مجالات الاتصالات:** أصبح ممكناً في هذه الأيام أن تشاهد أو تسمع ما يحدث في أبعد مكان في هذا العالم، فلم يعد الإتصال مقتصرًا على الرسائل البريدية أو المكالمات الهاتفية، فهناك البريد الإلكتروني والدرشة الإلكترونية، وغيرها من الوسائل وكذلك التراسل الفوري للمعطيات أو التحدث مع الآخرين عبر اللقاءات المرئية وذلك بفضل تكنولوجيا الإتصال وشبكات الحاسوب حتى أصبح العالم أشبه بقرية صغيرة

1 - ابوبكر متولي ، التكنولوجيا والعلاقات الاقتصادية الدولية التأثير، مكتبة عين الشمس ، ص3

2 - جاسم مجيد ، التطورات التكنولوجية والإدارة الصناعية ، مؤسسات شباب الجامعة للنشر، 2004 ص14.

3 - علي كريم الخفاجي، توظيف تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية، ملخص كلية الإدارة والاقتصاد قسم إدارة الاعمال جامعة كربلاء، ص47.

4 - خلود عاصم، محمد ادبايم، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة المعلومات وانعكاساته على التنمية الاقتصادية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد الخاص بمؤتمر الكلية 2013، ص323.

ومن المستجدات إمكانية استخدام شبكة الإنترنت لإجراء الاتصالات الهاتفية بتكلفة قليلة من خلال ما يسمى (الصوت عبر بروتوكول الإنترنت VOIP).

✓ **مجال التجارة الإلكترونية:** يقصد بالتجارة الإلكترونية القيام بعمليات العرض والبيع والشراء للسلع والخدمات والمعلومات عبر نظام إلكتروني بين المنتج والمورد والمستهلك. بحيث تحقق الشركات فوائد عدة منها : تسويق أكثر فاعلية، تقليل عدد الموظفين الذي لم يعد لهم حاجة في الأعمال الإدارية والحسابات، التواصل الفعال مع الشركات الأخرى والزبائن أينما وجدوا.

✓ **المجال الإداري:** تستخدم المؤسسات الحواسيب والشبكات الداخلية والخارجية في تسيير شؤونها الإدارية وكذلك في التراسل بين فروع المؤسسة التي قد تكون متباعدة ولم يعد مصطلح (المكتب بلا ورق) الذي تنتج فيه المعلومات ويتم تبادلها إلكترونياً بعيد المنال، كما أصبحنا نسمع في الوقت الحاضر مصطلح الحكومة الإلكترونية يتردد كثيراً وسائل الإعلام. لقد لجأت الدول حديثاً إلى نظام الإدارة الإلكترونية الذي يعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إدارة نشاطاتها المختلفة، من خلال أنظمة المعلومات المحوسبة سواء في المستوى الإعلامي أو التفاعلي في التواصل مع الأفراد وبشكل يضمن حماية المعلومات وأمنها مما يسهل إنجاز الخدمات والمراسلات بين الجهات الرسمية من جهة، والمؤسسات والمواطنين من جهة أخرى، بما يوفر الوقت والجهد والمال.

ولإستخدام تكنولوجيا المعلومات في العمليات الإدارية للدولة عدة مستويات :

مستوى إعلامي يتم فيه نشر البيانات والمعطيات مثل القوانين .

مستوى تفاعلي : يقوم المواطن بإدخال البيانات اللازمة حول موضوع معين كالإحصاءات.

مستوى معاملات : معلومات لإصدار شهادة الميلاد وطلب تجديد جواز سفر.

✓ **مجال الصحة والطب:** لقد تم توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال الصحة والتطبيب عن

بعد، بهدف رفع المستوى الصحي لسكان المناطق النائية والأرياف، مما يقلل من نفقات العلاج والسفر،

ويحقق راحة المريض من عناء الوصول لمراكز العلاج المجتمعة في المدن الكبرى، وكذلك التبادل المعرفي

بين المراكز الطبية المنتشرة في العالم، عبر المؤتمرات العلمية والطبية المرئية وربط المستشفيات البعيدة

بعضها عن بعض بشبكة إتصال تمكن الأطباء من تشخيص الأمراض من خلال تبادل الصور والتقارير

وتقديم منشورات طبية في الحالات المرضية المعقدة. إضافة لما سبق تم إنشاء ما يعرف بالصيدلية

الإلكترونية التي تهتم بتقديم معلومات محددة حول الأدوية وتسويقها عبر الإنترنت ، كما يتم عبر البطاقات

الإلكترونية الخاصة تسجيل التاريخ الطبي للشخص وأصبح الإنترنت مصدراً أساسياً للمعلومات الصحية.

✓ **مجال الإعلام والثقافة:** أسهمت التكنولوجيا في تقديم خدمة كبيرة في رفع المستوى الثقافي للشعوب ،

فالورق ثم الطباعة ونتاجها من مطبوعات وكتب وصحف ومجلات و الوثائقيات المصورة حول شتى القضايا

والنشر من خلال الانترنت أسهمت جميعاً في إيصال المعرفة إلى قطاعات واسعة، ومكنت كذلك الكثيرين من

النشر بتكلفة مقبولة. وقد لعبت وسائل الإعلام وما زالت دوراً أساسياً في نقل المعلومة وإيصالها في وقت

قريب من حدوثها، سواء كانت مسموعة عبر الإذاعة أو الهاتف أو مسموعة - مرئية عبر البث التلفزيوني وطرق التسجيل الأخرى و الحديث من خلال الإنترنت. وقد أسهمت التكنولوجيا في سهولة توفير المعلومة ومعالجتها وبثها في وقت قصير وترجمتها لعدة لغات.

✓ **المجال العسكري:** استخدم الإنسان التكنولوجيا في الحروب فكانت الأسلحة المختلفة عاملاً أساسياً في كسب الحروب قديماً وحديثاً . وكان دور تكنولوجيا المعلومات مهماً في توصيل الرسائل والمعلومات بشكل سري بين القيادة والميدان وكذلك لأغراض التجسس وحديثاً دخلت تكنولوجيا المعلومات المجال العسكري بشكل أوسع فهناك الصواريخ الموجهة بالحاسوب وأنظمة الإتصال الحديثة وغيرها مما أثر بشكل كبير على أداء الجنود في المعركة.

✓ **المجال الترفيهي:** هنالك كثير من ألعاب الحاسوب التي يعتمد بعضها على الرسومات الثلاثية الأبعاد والصوت، كما تستخدم تكنولوجيا المعلومات في إنتاج الموسيقى والأفلام والتأثيرات الخاصة المصاحبة لها وتسجيلها وعرضها كما تستخدم الإنترنت لتوزيع المنتجات المتعددة الأوساط مما ساعد على إنتشارها.

✓ **المجال الصناعي:** صناعة تكنولوجيا المعلومات تشكل قطاعاً مهماً في اقتصاد كثير من الدول وقد استخدم الحاسوب أيضاً في تصميم وفحص نماذج الآلات المعقدة كالسيارات والطائرات كما شاع استخدام الآلات الموجهة بالحاسوب، والإنسان الآلي في الصناعات وخاصة الخطرة منها. وأصبح كثير من الأجهزة يستخدم حواسيب مصغرة لمراقبة عملها، فمثلاً أصبح في السيارة الحديثة عدد من الحواسيب الصغيرة تتحكم في عمل أجزائها المختلفة.¹

✓ **مجال تكنولوجيا المعلومات:** هو مصطلح عام يستخدم للدلالة على مجموعة من التطبيقات المبنية على نظام الحاسوب. ويمكن استخدام هذا النوع من التكنولوجيا في الاتصال، وفي استرجاع المعلومات من نشاطات رقمية أخرى. ومن الأمثلة على هذه الفئة : البريد الإلكتروني وغرف الدردشة، والشبكة العنكبوتية، وأجهزة الحاسوب المنزلية، وأجهزة الحاسوب المحمولة، وآلات التصوير، وآلات المسح الرقمية.

✓ **التكنولوجيا المنزلية:** تتضمن هذه الفئة التكنولوجيا التي تؤثر على النشاطات المنزلية للعائلات. وهذه التكنولوجيا قد لا تستخدم دائماً بشكل مباشر من قبل العائلات، بل يمكن استخدامها أيضاً بطريقة غير مباشرة بشكل يؤثر على الحياة العائلية. ومن الأمثلة على ذلك: فرن المايكروويف والأطعمة المجمدة والأطعمة المجففة بطريقة التجميد.²

¹ موقع موهوبون والمخترعين العرب، **مرجع سيق ذكره**، متاح على الرابط الإلكتروني www.mawhoapon.net الجمعة، 31 مارس

2017. أطلع عليه يوم 4-4-2017/12:55.

² جيه.س . دوروثي، وإنصاف عباس، مقال عن **التكنولوجيا في مجال التعلم المفتوح** ، رئيس قسم اللغة الانجليزية / جامعة القدس المفتوحة / فلسطين.

❖ ثالثاً/ فوائد التكنولوجيا.

أول فائدة تستحق الذكر هي ما أسهمت به الثورة العلمية والتكنولوجية في مجال مكافحة الأمراض، وتطوير المضادات الحيوية وهو ما يُدعى بالتكنولوجيا الطبية الحيوية، وأيضاً مساهمة الأجهزة الطبية الحديثة في مجالات تخطيط القلب والتصوير الإشعاعي في تشخيص الأمراض، والوصول إلى نتائج مذهلة في هذا النطاق، ضيف إلى ذلك إدخال التكنولوجيا في إجراء العمليات الجراحية المعقدة والدقيقة والجراحة بالمنظار والقسطرة، وكذلك تكنولوجيا صناعة الدواء مما ساعد كثيراً في شفاء الحالات المستعصية، وتسهيل العمل على الطاقم البشري من أطباء وممرضين وصيادلة.

كما نذكر فائدة التكنولوجيا في التسهيل على الناس في التنقل من خلال وسائل النقل والمواصلات الحديثة، كظهور القطارات الكهربائية، والطائرات، وأنظمة النقل البحري المتطورة.

وأيضاً تساعد التكنولوجيا على تسهيل مهام البحث العلمي والوصول إلى المعلومة بأقصر وقت وأقل تكلفة من السابق، حيث توفر شبكة الإنترنت على سبيل المثال مصدراً متاحاً للجميع من أجل الحصول على المعلومة التي يرغبونها.

وأضف إلى ذلك الإزدياد الرهيب في طرق التواصل الاجتماعي بين الناس حيث أصبح التواصل أكثر سهولة من السابق بسبب ظهور التقنيات والتطبيقات الملائمة أنظمة التكنولوجيا العالمية، بحيث وفرت وسائل الاتصالات الحديثة من أجهزة الهواتف المتنقلة وتطبيقاتها حدوث هذا التواصل بأسهل ما يمكن.

وتساهم التكنولوجيا في تقديم الخدمة الأمنية من خلال دخول التكنولوجيا الحديثة في أجهزة الشرطة والجيش والأمن الداخلي التي تحفظ الأمن القومي للدولة، وذلك من خلال مراقبة الأشخاص المشبوهين وضبط السرقات والقبض على مرتكبيها، وبذلك تحفظ السلم والأمن الداخلي للدولة والمجتمع.¹

الفرع 02: ماهية المعلومات

❖ أولاً/ مفهوم المعلومات .

✓ تعرف المعلومات بأنها البيانات المنظمة والمعروضة بشكل يجعلها ذات معنى للشخص الذي سيستلمها ، فالمعلومات تخبر المستخدم شيء ما لا يعرفه أو لا يمكن توقعه .

✓ كما تعرف على أنها مجموعة من الحقائق والبيانات التي تخص أي موضوع من الموضوعات والتي تكون منها تنمية أو زيادة معرفة الإنسان، فقد تكون عن الأماكن أو عن الأشياء أو عن الناس وبالتالي فالمعلومات هي معرفة مكتسبة من خلال البحث أو القراءة، أو الإتصال أو ما يشابه ذلك من وسائل إكتساب المعلومات والحصول عليها. من التعريف السابق يمكن التوصل إلى الآتي:

يوجد فرق ما بين البيانات والمعلومات، فالبيانات: هي عبارة عن الحروف والجمل والعبارات والأرقام والرموز غير المنظمة وغير المرتبطة بموضوع واحد والتي قد لا يستفاد منها في شكلها الحالي إلا بعد

¹ موقع موهوبون والمخترعين العرب، مرجع سبق ذكره، نفس الصفحة.

² عماد عبد الوهاب الصباغ، علم المعلومات، دار العملية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، 2002، ص24.

تطويرها من خلال عمليات التحليل والشرح والتي إذا ما فرزت وصنفت وبوبت ونظمت فإن هذه البيانات تحول إلى معلومات

– أما المعلومات فهي ما نحصل عليه نتيجة لمعالجة البيانات بطريقة تزيد من مستوى المعرفة لمن يحصل عليها وهي ذات قيمة وفائدة في صناعة القرارات.

– وبالتالي فالمعلومات هي معرفة خاصة ووحدة متكاملة من البيانات والحقائق المعرفية.

والجدول التالي يوضح الفروق الأساسية بين كل من المعلومات والبيانات.

جدول رقم (01): الفروق الأساسية بين المعلومات والبيانات.

مجال الفرق	البيانات	المعلومات
الترتيب	غير منتظمة في هيكل تنظيمي	منتظمة في هيكل تنظيمي
القيمة	غير محددة القيمة	محددة القيمة بتحديد عوامل النفقة والتأثير على قيمة المعلومات
الإستعمال	الصعيد غير الرسمي	الصعيدين الرسمي وغير الرسمي
المصدر	عديدة المصدر	محددة المصدر
الدقة	منخفضة	عالية
موقعها في النظام	مدخلات	مخرجات
الحجم	كبيرة جداً	صغيرة نسبياً بحجم البيانات

المصدر: عز الدين مالك الطيب محمد، مستخلص حول دور تكنولوجيا المعلومات في البحث العلمي في الإقتصاد الإسلامي، جامعة أم درمان الإسلامية – جمهورية السودان، 1428/2005، ص308.

❖ ثانياً/ أنواع المعلومات وخصائصها.

(أ) الأنواع: تنقسم المعلومات إلى أقسام عديدة حسب الغرض من الإستخدام ومن أبرزه:

- المعلومات التطويرية أو الإنمائية : مثل قراءة كتاب أو مقال والحصول على مفاهيم وحقائق جديدة الغرض منها تحسين المستوى العلمي والثقافي للإنسان وتوسيع مداركه.
- المعلومات الإنجازية : مثل استخدام المستخلصات والمراجع والوثائق الأخرى في إكمال عمل مطلوب إنجازه.

➤ المعلومات التعليمية : مثل قراءة المفردات الدراسية والمواد التعليمية.

➤ المعلومات الفكرية : وهي الأفكار والنظريات والفرضيات حول العلاقات التي من الممكن أن توجد بين عناصر المشكلة.

➤ المعلومات البحثية : وهذه تشمل التجارب وإجراءها ونتائجها ونتائج الأبحاث.

(ب) الخصائص: وتحتوي المعلومات على خصائص من أهمها:

- ✓ خصائص عامة: وتتمثل في أنها ذات طابع فكري مادي وهو ظهورها في خدمات إنتاجية عن طريق النشر الورقي أو الإلكتروني، وذات طابع استخدامي من خلال الاستفادة من الطابع المادي.
- ✓ صفة إنسانية : أي أنه لا توجد معلومات إلا من خلال الملاحظة الإنسانية.
- ✓ صفة التوسع : أي كلما أستخدمناها أكثر أصبحت أكثر ربحاً.

- ✓ صفة الضغط : فالكميات المتزايدة من المعلومات يمكن التحكم فيها عن طريق المركزية والتكامل، وعن طريق ضغطها حتى تكون مفيدة في أوساط مختلفة.
- ✓ صفة الاستبدال : أي أنها يمكن أن تحل محل مصادر أخرى كالنفود والقوى البشرية والمواد الخام .

❖ ثالثاً/ أهمية المعلومات.

تلعب المعلومات دوراً هاماً وحيوياً و يظهر ذلك في:

1. إثراء البحث العلمي وتطوير العلوم والتكنولوجيا.
 2. تساهم في بناء استراتيجيات المعلومات على المستوى الوطني.
 3. لها أهمية كبرى في مجالات التنمية الإقتصادية والإجتماعية والإدارية والثقافية وغيرها.
 4. تعتبر العنصر الأساسي في صنع وإتخاذ القرار المناسب وحل المشكلة.
 5. للمعلومات دور كبير في المجتمع ما بعد الصناعي، ففي المجتمع ما قبل الصناعي والمجتمع الزراعي كان الإعتماد على الموارد الأولية والطاقة الطبيعية مثل الريح والماء والحيوانات والجهد البشري، أما في المجتمع الصناعي أصبح الإعتماد على الطاقة المتولدة مثل الكهرباء والغاز والفحم والطاقة النووية. تساعد المعلومات في نقل خبراتنا للآخرين وعلى حل المشكلات التي تواجهنا، وعلى الإستفادة من المعرفة المتاحة.
 6. لها دور كبير في التوقيت المناسب من خلال دورة المعالجة والإدخال والتقارير.
- كما أن توافر المعلومات المناسبة لأغراض التنمية الإقتصادية والإجتماعية يمكن أن تؤدي إلى تحقيق المكاسب التالية:

- تنمية قدرات المجتمع على الإفادة من المعلومات المتاحة.
- ترشيد وتنسيق جهود المجتمع في البحث والتطوير على ضوء ما هو متاح من معلومات.
- ضمان قاعدة معرفية عريضة لحل المشكلات.
- الإرتفاع بمستوى كفاءة وفعالية الأنشطة الفنية في الإنتاج والخدمات.
- ضمان مقومات القرارات السليمة في جميع القطاعات.¹

¹ عزالدين مالك الطيب محمد، مستخلص حول دور تكنولوجيا المعلومات في البحث العلمي في الإقتصاد الإسلامي، جامعة أم درمان الإسلامية - جمهورية السودان، 1428/2005، صص (307-308)، (309).

المطلب الثاني : نظام المعلومات

ويضم هذا المطلب كل من مفهوم، عناصر وأهداف نظام المعلومات، ثم علاقة تكنولوجيا المعلومات به.

الفرع 01: مفهوم نظام المعلومات

نظام المعلومات : يمكن تعريف نظام المعلومات من الناحية التقنية على أنه مجموعة من المكونات المتداخلة والتي تعمل على جمع ومعالجة وتخزين وتوزيع المعلومات المساعدة في دعم عملية اتخاذ القرارات، ودعم ومساعدة المدراء والموظفين في عمليات التنسيق والتنظيم والتخطيط ورؤية المشكلات وعمليات تحليل المواضيع المعقدة وبناء منتجات جديدة .1

نظام المعلومات : هو مجموعة منظمة من الأفراد والمعدات والبرامج وشبكات الإتصالات وموارد البيانات والتي تقوم بتجميع وتشغيل وتوزيع المعلومات لمساندة اتخاذ القرارات والتعاون والرقابة داخل المنظمة .2

نظام المعلومات : يعرف بأنه إطار يتم من خلاله تنسيق الموارد (البشرية والآلية) لتحويل المدخلات (البيانات)، إلى مخرجات (المعلومات)، لتحقيق أهداف المشروع .

نظام المعلومات : هو مجموعة الإجراءات التي يتم من خلالها تجميع ومعالجة وتخزين ونشر المعلومات بغرض دعم عملية صنع القرار وتحقيق الرقابة في المنظمة

نظام المعلومات : هو مجموعة من الإجراءات أو المكونات التي تتفاعل مع بعضها البعض لتحقيق غرض معين .3

الفرع 02: عناصر وأهداف نظام المعلومات

❖ أولاً/ عناصر نظام المعلومات.

يقصد بها الأجزاء المادية للنظام والتي تضمن قيام النظام بوظائفه وتتضمن هذه الأجزاء كل من الأجهزة، وسائل التخزين، البرامج، قاعدة البيانات، إجراءات التشغيل، الأفراد. والأتي شرح موجز لكل من هذه الأجزاء:

➤ الأجهزة: يمكن أن تتضمن كل من التليفون ،الفاكس، الآلات الكاتبة، الآلات الحاسبة والحاسبات الإلكترونية بأجزائها المختلفة والمكملة لها مثل وحدة التشغيل المركزية، أجهزة المدخلات أوالمخرجات، وسائل الإتصال ووسائل إعداد البيانات.

➤ وسائل حفظ وتخزين البيانات : وهي تتكون أساساً من الملفات والمستندات المكتوبة والميكروفيلم وآلات التصوير في النظم اليدوية.

➤ البرامج: وهي من الأجزاء المادية لنظام المعلومات القائم على استخدام الحاسبات الإلكترونية فقط وهناك نوعين من البرامج الأول يسمى " برنامج النظام" والثاني يسمى " البرنامج التطبيقي" وهو ما يطلب من الحاسب إن يفعله.

¹ خضر مصباح الطيبي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، ط01، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص22.

² جلال ابراهيم العبد، مقدمة في نظم المعلومات الادارية المفاهيم الاساسية والتطبيقات ، الدار الجامعية الجديدة 2003، ص13.

³ محمد اسماعيل بلال، نظم المعلومات الادارية ، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع ، ص 10

➤ قاعدة البيانات : وهي الوعاء الذي يحتوي على البيانات الأساسية المخزنة على وسائل التخزين المختلفة والتي لا بد من توفرها حتى يمكن القيام بعملية التشغيل فالبيانات هي المادة الخام الأساسية التي سيقوم الحاسب بتنفيذ عمليات البرنامج التطبيقي عليها حرفيا للحصول على المعلومات.

➤ إجراءات التشغيل : ينظر إلى إجراءات التشغيل على أنها جزء من الإجراءات المادية للنظام لأنها عادة تكون مطبوعة في كتيبات يطلق عليها " دليل التشغيل " .

➤ أما العنصر البشري: وهو أهم جزء من الأجزاء المادية لنظام المعلومات حيث أنه هو الذي يجعل نظام المعلومات المعين قابل التشغيل.¹

❖ ثانيا/ أهداف نظام المعلومات.

يسعى نظام المعلومات لدى المؤسسة إلى تحقيق عدة أهداف وهي :

■ تحقيق الكفاءة : من خلال أداء المهام بأسرع صورة وأقل تكلفة مثل تقليل التكاليف من خلال إستعمال

أجهزة الحواسيب وكذا ربط المؤسسة بشبكة إتصالات تسمح إستقبال الطلبات بصفة مباشرة .

■ تحقيق الفعالية: من خلال القدرة على تحقيق الأهداف المسطرة للمؤسسة، ومن العوامل التي تساعد على تحقيق الفعالية نجد القرارات الجيدة والرشيده .

■ تحسين الأداء: وخاصة فيما يخص الخدمات المقدمة للعملاء، فتهدف نظم المعلومات الإدارية إلى تقديم

خدمة ذات مستوى أفضل لعملاء المؤسسة وذلك باستخدام التكنولوجيا الحديثة.

■ التعرف على الفرص واستغلالها: تعمل المؤسسات في بيئة سريعة التغيير الأمر الذي يتطلب منها ضرورة

التكيف مع هذه التغيرات ومساعدة مسيري المؤسسة في إتخاذ القرارات التي تمكنها من استغلال الفرص

الجديدة .

■ ربط العملاء بالمؤسسة: من خلال استفادة كل من المؤسسة والعملاء من التكنولوجيا والمعلومات ، فيمكن

للمؤسسة جعل عملائها أكثر قربا وارتباطا من خلال تحسين مستوى الخدمات التي تقدمها لهم ومن ثم كسب رضاهم عن خدماتها وبالشكل الذي يجعل من الصعب على هؤلاء العملاء التحول إلى المؤسسات المنافسة.

■ التنسيق بين مختلف وظائف المؤسسة : وذلك من خلال الإعتماد على العمل الجماعي للأفراد بطريقة

منظمة وهذا ما يسمح بانتقال المعلومات بين مختلف المصالح في المؤسسة بغرض الإستفادة منها في تحقيق الخطط الإستراتيجية والأهداف المحددة من طرف الإدارة العليا.²

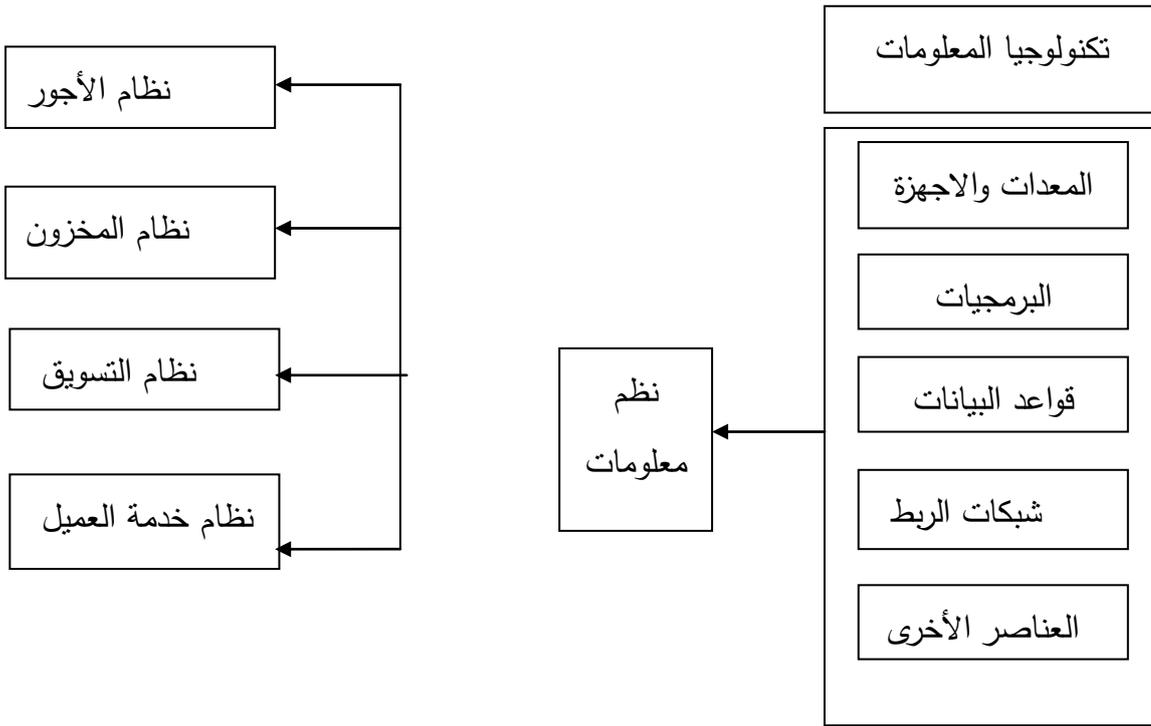
¹ - احمد حسين علي حسن ، نظام المعلومات المحاسبية الإطار الفكري والنظم التطبيقية ، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، 2002-2003، ص (23- 24).

² - خري عبد الناصر ، نظم المعلومات التسويقية ، ط01، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2011، ص(22- 23).

الفرع 03: علاقة تكنولوجيا المعلومات بنظام المعلومات

تعد تكنولوجيا المعلومات بصفة عامة والحاسبات الآلية بصفة خاصة من أهم الأدوات التي تستخدم في بناء نظام المعلومات، وتتضمن تكنولوجيا المعلومات المعدات والأجهزة والبرمجيات وقواعد المعلومات، فالأولى تخدم الثانية فكلما كانت تكنولوجيا المعلومات متطورة كلما كانت أنظمة المعلومات أكثر فعالية في أداء وظائفها والشكل الموالي يوضح هذه العلاقة .

الشكل رقم (01): تكنولوجيا المعلومات ونظم المعلومات



المصدر: معالي فهمي حيدر، نظم المعلومات (مدخل لتحقيق الميزة التنافسية)، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002، ص 261.

يلاحظ من خلال هذا الشكل أن تكنولوجيا المعلومات المتمثلة أساساً في المعدات والبرامج وشبكات الإتصال تستخدم في بناء نظم المعلومات المختلفة ومن أهمها على مستوى المؤسسة نجد نظام المعلومات التسويقية، نظام الأجور بالإضافة إلى أنظمة أخرى، إن التكنولوجيا في حد ذاتها لا تعني أي شيء للمستخدم وإنما يبرر قيمتها عندما تكون مستخدمة بفعالية وتعد القرارات المتعلقة بالتكنولوجيا بالغة التعقيد نظراً لتكلفتها الباهظة لأن الاستعمال الجيد لهذه التكنولوجيا يؤدي لا محالة إلى تحسين أداء المؤسسة والمحافظة على مكانتها في السوق كما تساهم تكنولوجيا المعلومات من خلال نظم المعلومات في منح المؤسسة القوة الكافية لمواجهة المنافسة.¹

¹ معالي فهمي حيدر، نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية، الاسكندرية مصر، 2002، ص، 261.

المطلب الثالث: أقسام تكنولوجيا المعلومات وآثار إستخدامها

ويندرج تحت هذا المطلب كل من أقسام تكنولوجيا المعلومات بالإضافة إلى إنعكاسات إستخدام هذه التكنولوجيا بكل ما فيها من آثار إيجابية وسلبية.

الفرع 01: أقسام تكنولوجيا المعلومات

يمكن تصنيف تكنولوجيا المعلومات في الأقسام الآتية:

- تقنيات إنتاج أوعية المعلومات على اختلاف أشكالها.
- تقنيات تجهيز المعلومات واختزانها في أشكالها.
- تقنيات الإتصالات وتراسل البيانات.
- تقنيات إنتاج المعطيات أو المعلومات نفسها، وهي تقنيات المختبرات التي تدعم في الأساس حواس الإنسان وقدرته على ملاحظة الظواهر الفلكية والحيولوجية والفيزيائية والكيميائية والحيوية كل الأقسام السابقة تعتمد في أداء عملها على مجموعة من الأجهزة أهمها الحاسبات الالكترونية أو ما يعرف بالتقنيات الرقمية، وهي الأساس في تقنيات المعلومات المعاصرة، فهي تستخدم لأغراض إنتاج أوعية المعلومات في المجالات الآتية :

-إعداد النصوص للطباعة.

-النشر الإلكتروني.

-إنتاج الإسطوانات البصرية والإسطوانات المكنزة CD – ROM.

-أغراض التجهيز والإختزان والإسترجاع.

-دعم مقومات الإتصالات الإلكترونية بعيدة المدى.¹

الفرع 02: آثار إستخدام تكنولوجيا المعلومات

❖ أولا/ الآثار الإيجابية.

- 1 - الخدمات التي تقدمها شبكة الإنترنت في التعليم، الطب، التجارة، الإتصالات،... إلخ، لقد زادت من شعور الإنسان بالحرية، ورمت عن كاهله قيود إيقاع الزمن.
- 2 - أما في مجال البحث العلمي، ساهمت الإنترنت في تعزيز العمل الأكاديمي الجامعي وفتحت أفقاً جديدة أمام البحث العلمي في مختلف مجالاته.
- 3 -تقدم تكنولوجيا المعلومات مواردً غنية، وتوفر المعلومات في مختلف مجالات الحياة كاللهم، السفر والسياحة فضلاً عن منتديات الحوار والنقاشات الإلكترونية التي تساهم في تشجيع التفاعل والتواصل بين البشر
- 4 - تساعد الإنترنت الأنظمة والحكومات والتنظيمات التابعة لها، كما تساعد القوى المعارضة في التواصل وتنظيم نفسها.

¹ عزالدين مالك الطيب محمد، مرجع سبق ذكره، ص 311.

- 5 - كان لثورة المعلومات أثر كبير على النشاط التجاري لمختلف الشركات والمؤسسات التجارية، فنمت التجارة الإلكترونية، ووفرت إتاحة السلع والخدمات للجمهور.
 - 6 - تؤدي الصحافة الإلكترونية في عصر المعلوماتية دوراً هاماً في نشر المعلومات والتنوير والتواصل بين الشعوب.
 - 7 - تساهم شبكة الإنترنت على الترويج وبيع مختلف أنواع الكتب، وتساعد في الإطلاع على الأدبيات التي تحظرها بعض الحكومات.
- ❖ ثانياً/الآثار السلبية.
- 1 - استمرار وجود التفاوت الاجتماعي والمعرفي بين الناس سواء داخل الدولة الواحدة، أو بين الدول ووجود فئات المهمشين الأميين من عالم ثورة المعلومات.
 - 2 - أدخلت تكنولوجيا المعلومات في حياة البشر ما يسمى بالواقع الافتراضي، يسمح للمنتفعين والمستثمرين لهذه الثورة أن يتلاعبوا مع الحقائق التاريخية.
 - 3 - تأثير شبكة الإنترنت على الأطفال ونشأتهم، بل وعلى الكبار أيضاً، فالجلوس لساعات طويلة أمام شبكة الإنترنت والانتقال من موقع لآخر بعيداً عن العالم الواقعي الذي يعيشونه فيه، والكم الهائل من المعلومات التي يحصلون عليها يفرز ضغوطاً نفسية وعصبية عليهم.
 - 4 - خرق حرمة الأشخاص والتنظيمات، عن طريق الدخول في ملفاتهم الخاصة بهم ومعرفة أدق التفاصيل عن حياتهم الخاصة، هذه الإختراقات قد تطال في بعض الأحيان حتى الرؤساء والشخصيات البارزة.
 - 5 - يرى فيها البعض أنها تهديداً للأمن القومي للدول والمجتمعات، فضلاً عن تدشينها نوع جديد من الحروب هي حروب المعلوماتية، حيث ظهر نوع جديد من الجرائم هي جرائم المعلوماتية.
 - 6 - إن الموجات الكهرومغناطيسية التي تنتشرها هذه التكنولوجيا، لها آثار سلبية على صحة الأفراد كمرض الأعصاب والديسك والسرطان الناتج عن الهواتف النقالة...إلخ، لذا يجب أن تلازم عملية استخدامها مع فترات رياضية وصحية.
 - 7 - مسألة حقوق المؤلف والناشر إذ تزداد عمليات النسخ والتقليد.
 - 8 - ساعدت على إنتشار النشاطات الهدامة والسلبية، مثل تجارة المخدرات وتجارة الجنس، واستدراج الأطفال إلى عالم الجنس والجريمة...إلخ.
 - 9 - إن ثورة المعلومات ألحقت تدميراً فادحاً بمراد البيئة الطبيعية ليس أقلها ماتحدثه صناعة الكمبيوترات من ملوثات كما أنه على النقيض من القول بأن الإلكترونيات سوف تقلل من الورق، فإن الطلب يزداد.¹

¹ عزيزة عبدالرحمن العتيبي، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على أداء الموارد البشرية، أكاديمية عرب بريطانيا للتعليم العالي، 2010، صص (30)- (31)، (32).

المبحث الثاني : الإتصالات

منذ أن بدأ الإنسان بعملية الإتصال مع الآخرين، حاول بقدر الإمكان توصيل ما يفكر فيه أو يشعر به بطريقة صحيحة وسليمة يفهمها الآخرون، ومن المعروف أن أول طريقة إتصال قام بها الإنسان البدائي مع الآخرين عن طريق الإشارة، فحاول استخدام ما يمكنه من الإشارات للدلالة عما يفكر فيه، ولكن مع الوقت أدرك الإنسان أن هذه اللغة لا تكفي لتوصيل المعلومة أو الفكرة، فبدأ باختراع كلمات منطوقة ذات دلالة على شيء معين، وبدأت هذه الكلمات تتطور وتتعدد حتى أصبحت لغة كاملة يتحدث بها الناس ويوصلون ما يريدون من أفكار وإقتراحات بكل سهولة، ويتلقى الآخرون ذلك بكل سهولة واستيعاب وفهم ما يريد المتحدث، لكن ومع ذلك لم تكن عملية الإتصال هذه مجدية إلا إذا كان الأشخاص قريبين، فماذا لو كانوا بعيدون كيف ستم عملية الإتصال، ومن هنا بدأ الإنسان يفكر ويبتكر، وبدأ يصعد سلم الثورة التكنولوجية لعالم الإتصالات سلماً تلو الآخر، حتى وصلنا إلى ثورة إتصالات ضخمة وكبيرة ومميزة في كل أنحاء العالم، وأصبح العالم عبارة عن قرية صغيرة، يمكنك الاتصال والتواصل مع أشخاص في أقصى الكرة الأرضية.

المطلب الأول : مفهوم الإتصال

من أجل الوصول إلى معنى واضح و مفهوم دقيق للإتصال سنقوم بسررد بعض التعاريف عن الإتصال :

-**تعريف الإتصال :** كلمة إتصال " Commnication " مشتقة من اللاتينية " Conmmic " وتعني المشاركة "Shraning" في الرأي أو الحديث أو المشورة أو إتخاذ القرار، أي أن الإتصال هنا يعني الإشتراك في المعلومات أو تبادل المعلومات والمشاعر والإتجاهات ¹.

- هي أحد العمليات الإجتماعية التي ظهرت منذ وجود الإنسان، والتي لا يمكن للإنسان العيش بدونها، وعملية الإصال التي من خلالها يقوم الإنسان بالتواصل مع الآخرين ومشاركتهم أفكاره ومشاعره.²

- كما يعني المشاركة في تبادل المعلومات والمشاعر والإتجاهات والمواقف ويتم ذلك عن طريق الكلام، الكتابة، إشارات بين طرفين (مرسل ومستقبل) من أجل الوصول إلى هدف معين وتأثير محتمل ³.

- ويعني كذلك "إرسال المعلومات بأي شكل، صوت، بيانات، نصوص ، صور من مكان إلى آخر بإستخدام الرسائل الإلكترونية أو الصوتية .

- أما إتصالات البيانات فهي مصطلح أكثر تخصصاً ويصف عملية نقل وإستلام البيانات من خلال خطوط الإتصال التي ترتبط بين حاسوب واحد أو أكثر ومعدات إدخال وإخراج متنوعة "

¹ - محمد الصيرفي، عبد الغاني حامد، الإتصالات الدولية ونظم المعلومات، مؤسسة النور العالمية للشؤون الجامعية ، ص 7.

² - خالد محيسن ، مقال يشمل تعريف تكنولوجيا الإتصال، متاح على موقع موضوع العربي، 5:49، 26 يوليو 2015، أطلع عليه بتاريخ 03-04-2017

على الساعة 23:18.

³ - تيسير مشاركة، مبادئ الإتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 19.

المطلب الثاني: عناصر وأهداف عملية الإتصال

بعد التعرف على المعنى الكامل للإتصال سنحاول من خلال هذا المطلب عرض أهم العناصر المكونة لعملية الإتصال ثم التطرق لمختلف الأهداف التي ترمي إليها هذه العملية.

الفرع 01: عناصر عملية الإتصال

في أي عملية إتصال لكي تكون كاملة ومتكاملة وتكون عملية إتصال ناجحة، لا بد من توفر العناصر الأساسية وهي: المرسل، المستقبل أو المرسل إليه، الوسيط الناقل، والرسالة، وهذه العناصر تسعى إلى تحقيق جملة من الأهداف كتحقيق التكامل في عملية الإتصال ، ويمكننا تعريفهم تعريفاً بسيطاً وتوضيحياً كالتالي:

➤ المرسل: هو نقطة البدء في عملية الإتصال وهو مصدر الرسالة ومُنشئها، وهو الشخص الذي يقوم بتوجيه الأمر أو عرض المعلومات، وهو الشخص الذي يملك الفكرة التي يُحبذ توصيلها للآخرين.

➤ المُستقبل أو المرسل إليه : وهو الشخص الذي يقوم ب إستقبال المعلومة أو الأمر من المرسل، وهو المستهدف من عملية الإتصال برمتها، وعليه استقبال الرسالة وفهمها وعدم تجاهلها، فقد تكون الرسالة تحمل أمراً هاماً لتحذيره من كارثة أو مشكلة قد تصيبه، لذلك على المُستقبل أن يهتم بالرسالة وفهم مضمونها جيداً.

➤ الرسالة: وهي المضمون الذي تحتويه من أفكار وآراء ومعلومات أو أوامر، والتي يريد المرسل إيصالها للمستقبل، لتتحقق غاية معينة أو هدف معين.¹

➤ الوسيلة أو القناة : وتعرف بأنها الأداة التي من خلالها أو بواسطتها يتم نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل وتختلف الوسيلة باختلاف مستوى الإتصال، ففي الإتصال الجماهيري تكون الصحيفة أو المجلة أو الإذاعة أو التلفزيون، وفي الإتصال الجماعي تكون المحاضرة أو الخطبة الجمعة، وفي المؤتمرات يكون الميكروفون أما في الإتصال المباشر فإن الوسيلة لا تكون ميكانيكية (صناعية) وإنما تكون طبيعية.²

الفرع 02: أهداف عملية الإتصال

الإتصال ينشأ عن ضرورة ويهدف إلى التأثير على الفكر، السلوك والمواقف ويكون في الإدارة الرسمية وإدارة الأعمال والإدارة التربوية على درجة التحديد ومن أهدافه ما يلي:

¹ خالد محسين ، مرجع سبق ذكره ، متاح على موقع موضوع العربي، 5:49، 26 يوليو 2015، أطلع عليه بتاريخ 03-04-2017 على الساعة 23:18.

² عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل إلى وسائل الإعلام والإتصال، دار الثقافة للنشر، عمان 2011 ص(29-30).

- 1 - نقل المعلومات والمعاني من طرف إلى آخر مثال ذلك المعلومات والمفاهيم التي تنقلها المعلم إلى تلاميذها
- 2 - تبادل المعلومات التي يتطلبها العمل سواء كانت هذه المعلومات متدفقة من الرئيس إلى التابعين أو مرفوعة من التابعين إلى الرئيس أو متبادلة بين المرؤوسين أو مقدمة من الجهات الإستشارية أو مبنوثة عبر وسائل الإعلام أو مستمدة من القراءات كالكتب والدوريات.
- 3 - ممارسة المشرفين لدورهم في التوجيه بناءً على الخبرة المتراكمة و زيادة الذخيرة المعرفية أو إحاطتهم بالأمور العامة التي يجعلها التابعون الذين يمارسون عملاً محددًا من ذلك على سبيل المثال ما يقدمه المشرف للمعلم من توجيهات وإرشادات فيما يتصل بالعمل.
- 4 - تعديل مواقف الآخرين وإتجاهاتهم ومشاعرهم من خلال مساعدتهم على إعادة النظر فيها وفحصها وتحليلها أو بالقدرة أو الإقتناع أو الإيجاد أو الشد أو بالصد مثال على ذلك الدور الذي يمارسه المرشد النفسي الأخصائي الإجتماعي في المدرسة مع الطلبة الذين يعانون من مشكلات سوء التكيف.
- 5 - تقوية الدوافع لدى العاملين عن طريق الحوافز مما يزيد من عوامل المثابرة على العمل والسرعة والدقة في إنجازهم.¹

المطلب الثالث : شبكات الإتصال :

تتكون شبكة الإتصال من شبكة عامة تتمثل في شبكة الإنترنت، وشبكة خاصة وتتمثل في شبكة الأنترانت والإكسترانت.

الفرع 01: الشبكة العامة

❖ أولاً/ شبكة الإنترنت العالمية:

ساهم إنتشار الحاسوب وتعدد إستخداماته في الحياة إلى التعامل الواسع مع شبكات الإنترنت، وهي مجموعة من الشبكات المعلوماتية والتي تعتبر من أهم وأكبر شبكات المعلومات في العالم. فهي مجموعة شبكات متصلة بعضها بعضاً وتبادل المعلومات في العالم بكل حرية بين شبكات المؤسسات الكبرى وحتى أصغر الشبكات الخاصة والشخصية. أو أنها شبكة معلومات تتكون من عدد هائل من الحواسيب مختلفة الأنواع والأحجام والمنتشرة في العالم، بدءاً من الحواسيب الشخصية وإنتهاءً بالحواسيب العملاقة، ويتم الربط بينها من خلال بروتوكول التحكم بالإرسال وبروتوكول الإنترنت مما ينتج عنه قاعدة بيانات ضخمة لخدمة المستخدم ، وتتبع لشبكة الإنترنت الخدمات الآتية:

- خدمة البريد الإلكتروني : وهي الخدمة التي تشرف على إرسال واستقبال الرسائل من حاسب إلى آخر داخل شبكة الإنترنت، وتعد هذه الخدمة من أول الخدمات التي تم تطويرها على شبكة الإنترنت، كما تعد من أهم الخدمات المرتبطة بالإتصال الشخصي.

¹ (عبد العزيز عط الله المعاينة، الإدارة المدرسية في ضوء الفكر الإداري المعاصر، دار حامد للنشر والتوزيع، 2007 ص ص 279-280).

- خدمة بروتوكول نقل الملفات : وهذه الخدمة تسمح بنقل الملفات من حاسب إلى آخر بحيث تكون في حاسوب بعيد إلى الحاسب الشخصي للمستخدم .
- خدمة تلنت: وهي خدمة تسمح بالدخول إلى حاسوب موصول بالشبكة من خلال حاسب وكلمة مرور، ذلك من أجل التعامل مع البيانات والمعلومات المختزنة فيه والإستفادة منها، ومن أبرز مقدمي هذه الخدمة كل من الهيئات التجارية والجامعات والمكتبات ومراكز البحث العلمي.
- خدمة العميل والخادم: ويقوم من خلال هذه الخدمة برنامج العميل بالإتصال ببرنامج الخادم لتنفيذ طلب معين.¹

الفرع 02: الشبكة الخاصة

❖ أولاً/ شبكة الأنترنت : تعرف الأنترنت على أنها " شبكة داخلية خاصة بالمؤسسة، لكنها تستخدم بروتوكولات الإنترنت وكل أدواتها"، كما تعرف كذلك " أنها شبكة محلية تعتمد تقنيات الأنترنت والشبكة العنكبوتية والسطح البيئي الذي تتميز به الحواسيب الميكروبية، ويهدف استخدامها إلى تحسين آليات الإستغلال المشترك للموارد والمعلومات، والرفع من كفاءة العمل الذي يميز المؤسسة أو الشركة المعنية". وبهذا يمكن النظر إلى شبكة الأنترنت أنها عبارة عن شبكة محلية تُستخدم أو تُطبق عليها تكنولوجيات وتطبيقات الإنترنت.

❖ ثانياً/ شبكة الإكسترنات : وتعرف على أنها " نتاج تزاوج كل من الأنترنت والإنترنت، فهي شبكة أنترنت مفتوحة على المحيط الخارجي بالنسبة للمؤسسات المتعاونة معها والتي لها علاقة بطبيعة نشاطها بحيث تسمح لشركاء أعمال المؤسسة بالمرور عبر جدران نارية التي تمنع ولوج الدخلاء والوصول لبيانات المؤسسة (أو على الأقل جزء)، وقد يكون هؤلاء الشركاء موردين، موزعين، شركاء، عملاء أو مراكز بحث تجمع بينها شراكة عمل في مشروع واحد.

" الإكسترنات: هي المشاركة بين الأنترنت الخاص بالشركة وشركائها التجاريين ".
 " الإكسترنات تتمثل في شبكة الأنترنت لمؤسسة أو شركة يسمح باستغلالها، بالإضافة إلى مضيفها، للبعض من شركائها على غرار المزودين ، فهي إذن شبكة إنترنت متاحة لمجموعة منتقاة من الأشخاص داخل وخارج المؤسسة أو الشركة، ومن أهم فوائدها تعزيز سهولة التعامل وقابلية الإستعمال مع المزودين وشركاء المؤسسة بصفة عامة، وإبقاء المزودين على علم دائم بالأحداث المتصلة بالمؤسسة، وتقوية العلاقة مع المزودين وإدخال السرعة ، والمرونة في تسويق الإنتاج والخدمات".

فالإكسترنات إذن وجدت قصد الاستجابة للتعامل مع المحيط الخارجي، أي لتوفير السهولة والسرعة في التعامل مع الأطراف الخارجية عن المؤسسة من موردين، زبائن ، وتنظيمات حيث تستخدم كذلك تطبيقات شبكة الإنترنت في نقل وتحويل البيانات والمعلومات.

وتنقسم الإكسترنات من وجهة نظر الأعمال إلى ثلاثة أصناف أساسية هي:

¹ عزالدين مالك الطيب محمد، مراجع سبق ذكره، ص (311- 312).

1. شبكات الإنترنت للتزويد : تربط هذه الشبكات مستودعات البضائع الرئيسية مع المستودعات الفرعية بغرض سير العمل فيها آلياً، للمحافظة على قيمة ثابتة من البضائع في المستودعات الفرعية استناداً لقاعدة نقطة الطلب للتحكم في المعروض، وبالتالي تقليل احتمال رفض الطلبات بسبب عجز في المستودع.
2. شبكات الإنترنت للتوزيع : تمنح صلاحيات للمتعاملين مستندة إلى حجم تعاملاتهم، وتقدم لهم خدمات الطلب الإلكتروني وتسوية الحسابات مع التزويد الدائم بقوائم المنتجات الجديدة والمواصفات التقنية وما إلى ذلك من خدمات أخرى.
3. شبكة الإنترنت التنافسية : تمنح للمؤسسات الكبيرة والصغيرة فرصاً متكافئة في مجال البيع والشراء عن طريق الربط فيما بينها قصد تبادل المعلومات عن الأسعار والمواصفات التقنية الدقيقة للمنتجات، مما يرفع من مستوى الخدمة، ويعزز وجود المنتجات.¹

المبحث الثالث: تكنولوجيا الإتصال الحديثة

أضافت التكنولوجيا إلى حياتنا الكثير من الأمور الرائعة، وأصبح من السهولة الإتصال بالأهل والأصدقاء حتى وإن كانوا بعيدين جداً، وأتاحت تكنولوجيا الاتصال التحول من الاتصال عبر لغة الإشارة عند الإنسان البدائي إلى إمكانية الإتصال بشخص بعيداً والتحدث معه بكل راحة وتوصيل المشاعر والأفكار بكل وضوح

¹ . عزيزة عبدالرحمن العتيبي، مرجع سبق ذكره، ص (36-37).

وسهولة، ناهيك عن إمكانية رؤيته مع وجود تكنولوجيا محادثات الفيديو التي تجعل جلستك مع من تقوم بالإتصال به وكأنه يجلس إلى جانبك ويحدثك، كل هذا وأكثر صنعه تكنولوجيا الإتصال .

المطلب الأول: تقنيات تكنولوجيا الإتصال الحديثة

من تقنيات الإتصال الحديثة ما هو سلكي ومنها ما هو لاسلكي، وكلاهما يُعدُّ طُرُقاً لتناقل البيانات في شتى أنواعها (صوتية، مرئية، وغير ذلك).

الفرع 01: اللاسلكية.

-**الهاتف الذكي**: اكتسحت الهواتف الذكية " Smartphon " الأسواق العالمية وأصبحت في انتشار مُتزايد يوماً بعد يوم، وذلك لما توفره من خصائص لم تكن مُتوفرةً من قبل في أي جهاز محمول؛ فقد وفّرت الهواتف الذكية ميزات عديدة من ضمنها تصفُّح الإنترنت، ومُزامنة البريد الإلكتروني الخاص بالمُستخدم، وتصفُّح جميع ملفات الوثائق، كما يحتوي على لوحة مفاتيح كاملة لتُساعد المُستخدم على الكتابة، ويُنبئ عليها أحد أنظمة التشغيل المشهورة؛ كالأندرويد، وغيرها. جميع هذه الميزات لم تكن مُتواجدةً من قبل إلا في الحواسيب، سواءً المكتبية أو المحمولة.

-**البلوتوث Bluetooth** : وسيلة ظهرت في أواخر عام 1994م، يتم فيها التواصل بين جهازين إلكترونيين (هاتف محمول، جهاز حاسوب، أو حتى الطابعات الحديثة) دون أية أسلاك أو أجهزة مادية أو حسيّة تربط بينهما، وتقوم فكرة عمل هذا النظام على إرسال بيانات وملفات بين هذين الجهازين بسرعة تصل إلى 24 ميغابيت في الثانية الواحدة، وبمسافة بين الجهازين تصل إلى 200 قدم، وبذلك يسهل على المُستخدم عناء التوصيل بالأسلاك أو نزع شريحة الذاكرة وتوصيلها بالحاسوب، ومن الفوائد الأخرى لهذه التقنية ما يأتي:

✓ وصل الهاتف الخليوي مع سماعات الرأس.

✓ وصل الطابعة مع الحاسب الشخصي.

✓ وصل الهاتف الخليوي مع الحاسب الشخصي.

✓ وصل الفارة ولوحة المفاتيح مع الحاسب الشخصي.

✓ وصل الهاتف الخليوي مع الأجهزة الصوتية في السيارة.

✓ تتيح هذه التقنية توصيل بقية الأجهزة المنزلية الكهربائية بجهاز الحاسوب أو جهاز الهاتف الجوال.

-**تقنية الواي فاي**: انتشرت تقنية الواي فاي Wi-Fi في شبكات الحاسب اللاسلكية، بحيث أصبحت تُمكن المُستخدم من نقل البيانات ولكن بمسافة أكبر مما تُتيح تقنية البلوتوث بكثير، كما تُتيح هذه التقنية استقبال الإنترنت دون الحاجة لوصول الجهاز اللوحي، أو الهاتف المحمول بأي نوع من أنواع وصلات الإنترنت السلكية، مما يعني إتاحة قدرة كبيرة ومرونة واسعة في التحرك بالحاسب المحمول في أي مكان سواء داخل المنزل، أو داخل الجامعة، أو من أي مكان يتواجد فيه بثٌ للإنترنت بواسطة التقنية اللاسلكية. الواي فاي تقنية متطورة تُتيح نشر الإنترنت وإرساله لاسلكياً في الهواء، بعكس الإنترنت السلكي الذي يتطلب وجود سلك الإنترنت موصولاً بين جهاز الموزع والحاسوب، أو الجهاز المُستقبل، مما يُعيق حرية حركة المُستخدم. يرتبط

عرض نطاق الإنترنت في هذه التقنية على حسب خدمة الإنترنت الموصولة بنقطة وصول لاسلكي والذي يقوم بدوره بتوزيع الإنترنت في الهواء على شكل موجات تلتقطها الأجهزة المجاورة.

-**الواي ماكس:** البنية التشغيلية العالمية للولوج بالموجات الدقيقة وهي تقنية تقوم بتوزيع الإنترنت لاسلكياً على مدى مُعيّن، حيث إنّها تُعطي مساحة نصف قطرها 500 كيلومتر، بينما لا تتعدى تقنية الإنترنت اللاسلكي العادي (الواي فاي) مسافة 30 متراً، كما أنّها لا تحتاج لأن يكون المُستخدم في نفس مُستوى أبراج البث من حيث الارتفاع، إضافةً إلى أنّ تكاليفها ستكون أقل بالنسبة للمستهلك، نظراً لعدم الحاجة لتمديد شبكات الأسلاك إلى كل منزل من منازل المدينة، ممّا سيقلل التكلفة المادية، ولكن ذلك لن يكون على حساب جودة الخدمة، بل العكس تماماً، فسرعة هذه التقنية قد تصل نقطة البث الواحدة إلى 70 ميغابيت في الثانية، وهي أضعاف مضاعفة لسرعة الواي فاي التي لا تتجاوز سرعته 54 ميغابيت في الثانية.

-**الجيل الثالث:** الجيل الثالث G3 في الاتصالات اللاسلكية يُعدّ من التقنيات الحديثة في مجال الإنترنت اللاسلكي، يتم استخدامها بشكل كبير في أجهزة الهواتف المحمولة، وذلك ليتمّ الإتصال بشبكة الإنترنت من أيّ مكان عبر أبراج مُتخصصة موزعة على مناطق مُعيّنة من قِبَل شركة الإتصالات. تُعدّ هذه التقنية بديلة لوسائل الإتصال الأقدم، كالجيل الثاني: G2، فخدمة الجيل الثالث أسرع وأكثر تغطية. تُعدّ تقنية الجيل الرابع G4، التي ظهرت عام 2009م، خليفةً لتقنية الجيل الثالث.

الفرع 01: السلكية.

-**الهاتف الأرضي:** الهاتف الأرضي Landline phone: هي هواتف تعتمد على الألياف الضوئية في نقل الموجات الصوتية بين المُتصلين، كانت هذه التقنية هي الأكثر استخداماً في المنازل، إلا أنّه مع ظهور وتطور الهواتف المحمولة وشركات الإتصالات فقد قلّ استخدامها، ولكنها ما زالت تُستخدم في المؤسسات والمكاتب، ولكن بعض الشركات أصبحت تلجأ لطرق ووسائل بديلة.

-**خط المُشترك الرقمي:** تُعدّ تقنية خط المُشترك الرقمي DSL: من الوسائل السلكية للاتصال بالإنترنت، ويتمّ توصيل الخدمات الرقمية فيها عن طريق خطّ الهاتف، وتُعدّ هذه سيّئة من سيّئات هذه التقنية، إذ لا يُمكن الإشتراك فيها إلاّ عند امتلاك جهاز هاتف أرضي. تصل سرعة تقنية خط المُشترك الرقمي في الأحوال العادية (كحالة اشتراكات المنازل) إلى 100 ميغابيت في الثانية لحدّ أقصى.¹

المطلب الثاني: خصائص تكنولوجيا الإتصال الحديثة

وأبرز هذه السمات التي تتصف بها تكنولوجيا الإتصال الحديثة هي:

¹ مایسة صلاح، مقال عن ، تقنيات الإتصال الحديثة، في 04-02-2017 على 09:24، أطلع عليه يوم 03-04-2017 على 23:47.

- **"Interactivity"** الفاعلية: أي أن المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مُستقبل ومُرسل في نفس الوقت فالمشاركين في عملية الإتصال يستطيعون تبادل الأدوار وهو ما يسمح بخلق نوع من التفاعل بين الأنشطة.¹
- **"demassification"** اللاجماهرية: وهذا يعني إمكانية التحكم فيها حيث تصل مباشرة من المُنتج إلى المُستهلك، كما أنها تسمح بالجمع بين الأنواع المُختلفة للإتصالات. سواء من شخص واحد إلى شخص واحد، أو من جهة واحدة إلى مجموعات، أو من مجموعة إلى مجموعة .
- **"Asynchroization"** اللاتزامنية: وتعني إمكانية إرسال الرسائل وإستقبالها في وقت مناسب للفرد المُستخدم ولا تتطلب من كل المُشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه.
- **"Mobiliti"** قابلية التحرك أو الحركية: فهناك وسائل إتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الإستفادة منها في الإتصال من أي مكان إلى آخر أثناء حركته مثل التليفزيون النقال، تليفون السيارة أو الطائرة، التليفون المدمج في ساعة اليد، أو جهاز فاكسميل يوضع في السيارة، وحاسب آلي نقال مزود بطابعة.
- **"Comvrtibility"** قابلية التحويل: وهي قدرة وسائل الإتصال على نقل المعلومات من وسيط لآخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة والعكس.
- **"Connevtivity"** قابلية التوصيل: وتعني إمكانية الربط بين الأجهزة الإتصالية المتنوعة الصنع، أي بغض النظر عن الشركة أو البلد الذي تم فيه الصنع.²
- **الشيوع أو الانتشار العالمي**: وهو قابلية هذه الشبكة للتوسع لتشمل أكثر فأكثر مساحات غير محدودة من العالم بحيث تكتسب قوتها من هذا الإنتشار المنهجي لنمطها المرن .
- **"Globalization"** الكونية: وهو المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيات، حيث تأخذ المعلومات مسارات مُختلفة ومُعقدة تنتشر عبر مختلف مناطق العالم، وهي تسمح لرأس المال بأن يتدفق إلكترونياً خاصة بالنظر إلى سهولة المعاملات التجارية التي يحركها رأس المال المعلوماتي فيسمح لها بتخطي عائق المكان والإنتقال عبر الحدود الدولية.³

المطلب الثالث: آثار تكنولوجيا الإتصال على الحياة .

¹ حسن عماد مكاي، محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009 ص 320-322.

² قنيفة نورة وقرشوش أسماء، الملتقى الوطني الثاني حول الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي، عنوان المداخلة تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة بين المعطى الواقعي و المنتظر علميا ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي جامعة سطيف 2، 5-6/مارس/2014، ص (687-688).

³ حرية بولعويديات، إستخدام تكنولوجيا الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة ماجستير في الإتصال والعلاقات العامة، جامعة منتوري قسنطينة، 2008/2007، ص (87 - 88).

قد أثرت تكنولوجيا الإتصال على جميع مناحي الحياة الاجتماعية، الثقافية، العلمية، الإقتصادية والعسكرية أيضاً وغيرها، إن تكنولوجيا الإتصال ما هي إلا ثورة طالت كافة جوانب الحياة التي نعيشها، وكان لها تأثيراً كبيراً على تغيير حياتنا للأحسن، وجعل أمورنا تسير بشكل أسرع ، فنكنولوجيا الإتصال على المستوى الإجتماعي أدت إلى خلق نوع جديد من المجتمعات، يُطلق عليها أسماء عديدة مختلفة، منها: المجتمع الذكي، أو المجتمع الافتراضي، يحكم التقارب والتفاعل في هذا المجتمع طريقة التواصل والإتصال السهل وطريق نشر المعلومات السريع، وتفاعل الوسائط المتعددة، بينما قديماً كان يحكم التقارب والتفاعل المجتمعي العوامل السياسية والعوامل الجغرافية والعوامل الإقتصادية، وقد تميزت المجتمعات الافتراضية بجملة من التغييرات على كافة المستويات الاجتماعية والعلاقات بين أفراد المجتمع، كما أثرت التكنولوجيا على عدة مستويات في حياتنا من أهمها:

■ المستوى الثقافي: أدت تقنيات الإتصالات الحديثة إلى فرص غير مسبوقه للتبادل الثقافي بين الأفراد والمجتمعات في أماكن متفرقة من العالم، وأهم هذه التقنيات تأثيراً الإرسال التليفزيوني الفضائي، ووسائل أخرى، مثل: البريد الإلكتروني، شبكات الإتصال، قواعد البيانات الضخمة، وشبكات الهاتف الخليوي، ما أصبح يحتاج إلى قدرات عقلية خاصة ، لاستيعاب الأوضاع الجديدة التي تدخل المجتمع ، نتيجة لثقافة وعادات وتقاليده مختلفة ترد إليه من الخارج.

■ المستوى العلمي: أن الدورة الزمنية للتطور التقني، أصبحت قصيرة جداً، حتى إن كتاباً في التقدم التقني، يصبح مضمونه متأخراً، قبل أن يُشرع في طباعته، وينطبق هذا على العديد من المنتجات التقنية الحديثة، التي تتراجع مبيعاتها سريعاً، لدى ظهور الأجيال الأحدث منها، وسريعاً ما ينخفض سعرها، ولا يمكن إهمال دوره في الإقتصاد الوطني والدولي، إذ أضفى أبعاداً جديدة للتخطيط والتنفيذ، على المديين: القصير والطويل.

■ المستوى الإقتصادي: مع ثورة المعلومات، وتكنولوجيا الإتصال، دخل العالم المتقدم إلى مرحلة الإقتصاد الرقمي الذي يعتمد على تدفق المعلومات والبيانات، لمصلحة المعاملات التجارية، وإنجاز الأعمال عبر شبكة الإنترنت، وأصبح تعبير الحكومة الإلكترونية، تعبيراً شائعاً في العديد من دول العالم، إذ إنه علامة للتيسير في المعاملات والسرعة في إنجازها، واختصار الجهد والوقت، ومؤشراً إلى المهارة في العمل.

■ المستوى العسكري: تمثل الإتصالات العصب المحوري للأداء العسكري الحديث، فالحرب أحد الأنشطة البشرية، التي صاحبت تطور الحضارة الإنسانية عبر التاريخ، وتفاعلت معها تفاعلاً إيجابياً وجعلت من الحاجة أم الإختراع، ولم ينغزل الأداء العسكري عن ارتباط المجتمع البشري بضرورة توفير وسائل الإتصال بين الجماعات المختلفة، وخصوصاً أثناء الحروب أو المهمات الكبيرة، متغلباً على عوائق المسافة والزمن والموقع، وتطويعها لمصلحة الأعمال العسكرية.¹

خلاصة الفصل:

¹ خالد محيسن، مرجع سبق ذكره، متاح على نفس الموقع "موضوع العربي".

بعدما تطرقنا إليه في الفصل الأول توصلنا إلى أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي كافة الأجهزة والمعدات الرقمية التي تقوم بمعالجة وتخزين واسترجاع المعلومة والقيام بإرسالها عبر شبكات الإتصال، لذا أدركت المؤسسات ضرورة إمتلاكها لما لها من أهمية في توفير وتقليل التكاليف والجهد والإستغلال الأمثل للموارد والأهم من ذلك توفير الوقت والوصول لأي مكان في العالم دون أي عناء، حيثُ استطاع الإنسان أن يلغي المسافات ويختصر الزمن ويجعل من العالم شبيهاً بالشاشة الإلكترونية الصغيرة.

كما توصلنا إلى أن المؤسسات بمُختلف أنواعها لتحسين أدائها تعتمد على استخدام التطورات التكنولوجية للمعلومات وأنظمة المعلومات وتطبيقاتها المُتعددة، فعلى سبيل المثال يساعد استخدام شبكات الإتصالات وقواعد البيانات في تسيير وتسهيل تنفيذ عمليات الحاسوب الشخصي ومن ثم تخفيض زمن الأداء والتكلفة وزيادة الإنتاجية وتحسين جودة الأداء.

في الأخير يُمكن القول أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أصبحت من أهم موارد المؤسسة، حيث تلعب دوراً كبيراً في تحقيق التكامل بين المتغيرات في البيئة الخارجية وبين إحتياجات المؤسسة ومن هنا ظهرت ضرورة تبني تكنولوجيا المعلومات.

الفصل الثاني:

جودة الخدمات المصرفية في ظل التطور التكنولوجي

تمهيد:

عرف القطاع المصرفي في السنوات الأخيرة و على المستوى العالمي تطوراً كبيراً من حيث الخدمات المصرفية المقدمة، والتي تختلف عن الخدمات التقليدية المعتادة، حيث تسعى المصارف دائماً لتعظيم ثروة مالكيها عن طريق خلق وإبتكار وتقديم خدمات جديدة،محاولتاً بذلك كسب رضا العملاء والتعاطف لنيل ثقتهم ومنه زيادة مُعاملاتها معهم. يُمكن القول أن فُدرة المصارف على تحقيق الريادة والتنافس في البيئة المصرفية تتوقف على مدى فُدرتها تحقيق الجودة في الخدمة المصرفية ، لذا أصبحت المصارف تركز بصفة أساسية على تحقيق جودة خدماتها، باعتبارها السلاح التنافسي الأكثر تحقيقاً للتميز والريادة.

ولقد أدى تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المصارف في ظهور تغيرات جوهرية، حيث ساهمت في التأثير على الخدمات المصرفية المعروضة ومحاولة إلحاقها بالتطورات السريعة الحاصلة في المجال المصرفي، وهذا بالإعتماد على كل ما تنتجه التكنولوجيا من وسائل حديثة ومتطورة. إن كل هذا يعد دافعاً قوياً لئسهم فيه المصارف تحقيق خدمة مصرفية ذات جودة عالية وهذا بالإعتماد على ما يُسمى بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فما المقصود بالجودة، والخدمة المصرفية؟ وما هي أهم التكنولوجيات المستخدمة في عرض وتقديم هذه الخدمة؟

بههدف الإجابة على الأسئلة المطروحة،إرتأينا تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث أساسية بحيث: نتناول في المبحث الأول الخدمة المصرفية، محاولين في ذلك استعراض أهم التعاريف الخاصة بهذا المصطلح حتى يتسنى لنا معرفة المعنى الصحيح له، كما سننطلق إلى دورة حياة هذا النشاط ، وفي آخرهذا المبحث نتعرف على أهم العوامل المؤثرة على هاته الخدمة.

أما المبحث الثاني خصصناه لجودة الخدمات المصرفية، بحيث أستعرضنا كل من ماهية الجودة بصفة عامة، وجودة الخدمات المصرفية بصفة خاصة، ثم مُستويات وأبعاد هاته الخدمة، وفي الأخير نماذج قياس جودة الخدمة المصرفية.

أما فيما يخص المبحث الثالث سندرسُ تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وجودة الخدمة المصرفية، وسنُبين من خلاله الخدمات المصرفية الإلكترونية الحديثة وأهم القنوات المستخدمة في عرضها، ثم نتطرق إلى تكنولوجيا الخدمات المصرفية، وتقانة المعلومات في المصارف،أما الجزء الأخير من هذا المبحث ارتأينا أن نُخصصه إلى واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر والتغيرات المستجدة.

المبحث الأول: الخدمة المصرفية

تسعى المصارف بإعتبارها أحد المؤسسات التي تُقدم مجموعة من الخدمات والمُنتجات غير الملموسة إلى تعزيز قدرتها على التنافس ومحاولتها كسب رضا الزبائن وهذا من خلال تقديمها لخدمة مصرفية ذات جودة وكفاءة عالية. ومن أجل معرفة وفهم الخدمات المصرفية ومُختلف الجوانب المرتبطة بها، يجب توضيح العناصر التالية والتمثلة في: ماهية الجودة، وجودة الخدمة المصرفية، ثم مستويات وأبعاد جودة الخدمة المصرفية، ونماذج قياس هذه الخدمة.

المطلب الأول: عُموميات حول الخدمات المصرفية

سُحاول في بداية هذا المطلب عرض بعض التعريفات الخاصة بالخدمة المصرفية ثم الانتقال إلى أهم خصائصها وأنواعها .

الفرع 01: مفهوم وخصائص الخدمة المصرفية

❖ أولاً/ مفهوم الخدمة المصرفية .

تعرف الخدمة المصرفية على أنها مصدرًا للإشباع الذي يسعى إلى تحقيقه العميل، أما من منظور البنك فإنها تمثل مصدرًا للربح.¹

هي المنافع أو الإشباعات التي يتوقع أن يحصل عليها العميل من وراء شرائه لخدمات مصرفية مُعينة ، بعبارة أخرى يجب على إدارة التسويق في البنك أن تنظر إلى الخدمة المصرفية من زاوية العميل وما يمكن أن تُقدم له من منافع وإشباعات. أي أن البنك يقوم في الواقع ببيع المنافع وحلّ المشاكل للعملاء ، ويقصد بالمشاكل هنا حاجات لدى العملاء مطلوب إشباعها.²

كما عرفها (Meidan) على أنها: الأنشطة، المنافع والرضا المُرتبطة جميعها ببيع الأموال والتي تقدم للمستخدمين والعملاء قيمة مُتعلقة بالأموال.³

❖ ثانياً/ خصائص الخدمة المصرفية.

1. عدم الملموسية: ظهرت عدم ملموسية الخدمة كفرق رئيسي موجود بين السلعة والخدمة،⁴ حيث أن الخدمات المصرفية وثقة المصرف ليس من المُمكن الحُكم عليها للمُشتري، كذلك اللمس ، التجربة، ثم مُشاهدة سماتها من مكان، أو حملها من المصرف لتسويقها.⁵
2. التلازم: عُموماً، من الصعب الفصل بين إنتاج الخدمة وتوصيلها وبين استهلاكها أو استخدامها.⁶

¹ - صفيح صادق، ويوقر أحمد، التسويق المصرفي وسلوك المستهلك، بدون ط، مؤسسة الثقافة الجامعية، الاسكندرية، 2010، ص41.

² - الحداد عوض، التسويق استراتيجيات التسوية المصرفي والخدمات المصرفية، بدون ط، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2009، ص165.

³ - رعد حسن الصرن، عولمة جودة الخدمات المصرفية ، عمان ، دار التواصل العربي للطباعة و النشر و التوزيع ، الوراق للنشر و التوزيع ، بدون طبعة ، 2007، ص66.

⁴ - سليم سعداوي، المنافسة في سوق الهاتف النقال، بدون ط ، دار الحديث للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص25.

⁵ - تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، ط الأولى ، دارالحامد للنشر والتوزيع، الاردن، عمان، 2005، ص32.

⁶ - سليمان الجبوسي، محمد الطائي، تسويق الخدمات المالية، بدون ط ، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، 2010، ص264.

3. التكيف العالي لنظام التسويق: عادة ما يتم اختيار القناة التوزيعية المناسبة في القطاع الخدمي وضمن برنامج تسويقي وفي مستويات مختلفة نظراً لطبيعة الخدمات وأهميتها.
4. نقص التماثل الخاص Lack of Special Identit: خدمات الجمهور إلى حد ما تتشابه كثيراً، لذا يجب على المصارف أن تجد طريقاً لإيجاد التوافق وترسخ ذلك في ذاكرة الجمهور.
5. التغاير (التمييز) أو (المدى الواسع): المؤسسات المصرفية تعمل على تقديم مدى واسع للخدمات والمنتجات لملاقة الحاجات المصرفية المتنوعة من قبل زبائن مختلفين في مناطق مختلفة، حيث تقدم من جهة خدمة خاصة لزبون صناعي مثلاً وفي الجهة الأخرى تقدم خدمة لزبون فردي عادي.
6. التشتت الجغرافي: إمتلاك شبكة فروع في أي مصرف ذي حجم واسع وبشكل متتابع للتزويد بالمنافع الملائمة ولملاقات الحاجات المحلية والوطنية والعالمية، وبناءً عليه فإلى الخدمات والترويج يجب أن يكونا ذو تطبيق واسع.
7. الموازنة مابين النمو والمخاطرة: عندما تكون المنتجات المصرفية ذات مخاطرة، لا بد أن تكون هناك رقابة لإيجاد التوازن بين التوسع في البيع والحذر من ارتفاع المخاطرة.
8. تقلبات الطلب: قد يحدث تقلب في أصناف معينة من الخدمة لأسباب طارئة أو ظروف موسمية مثل الطلب على القروض للمشاريع السياحية الموسمية أو بطاقات الإئتمان أو قروض الطلبة عند كل فصل جامعي أو مواسم زراعية معينة مما يوجد ضغطاً كبيراً على وظائف التسويق في المصارف.
9. المسؤولية الائتمانية: إن من أهم المسؤوليات لأي مصرف هي حماية ودائع ومكاسب زبائنه، وهذا مهم ليس في المصارف فقط بل في أغلب المؤسسات المالية الأخرى .
10. كثافة العمل: يبقى قطاع الخدمات المصرفية ذا كثافة عمل عالية، الأمر الذي يزيد من كلفة الإنتاج، ويؤثر في سعر المنتجات.¹

الفرع 02: أنواع الخدمة المصرفية

❖ أولاً/الخدمات المصرفية للأفراد.

تنقسم الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك التجارية لعملائها من الأفراد إلى :

✓ حسابات جارية، حسابات الإيداع، حسابات الودائع لأجل، وداائع بإخطار.

✓ بطاقات الصرف الإلكتروني: ATM Cards

هي بطاقات إلكترونية تمكن صاحب الحساب من الحصول على النقد من أجهزة الصراف الآلي دون

الحاجة إلى الدخول إلى فرع البنك وأثناء الليل وفي العطلات بحدود قصوى.²

¹ - تيسير العجاردة، مرجع سبق ذكره، ص(32-33).

² - مركز الرياض للمعلومات والدراسات الاستشارية، البنوك تلتزم بجودة الخدمة لجميع شرائح العملاء باختلاف تصنيفاتهم الداخلية، مجلة الرياض الاقتصادي، الأربعة 20 رجب 1437 هـ - 27 أبريل 2016 م - العدد 17474، ص2.

✓ بطاقة الائتمان: Credit Card

تعتبر هذه الأداة من أنواع الخدمات المصرفية المبتكرة في المصارف التجارية،¹ وتستخدم كأداة وفاء وإئتمان،²

تمنح لعملاء المصرف خاصة ذوي الملاءة المالية، أو العملاء الذين يضعون مبالغ تغطي الحدود العليا للبطاقة.³

وأشهر أنواع البطاقات المعروفة هي (Visa Discover، MasterCard).⁴

✓ الحوالات المصرفية، والقروض الشخصية (القروض الاستهلاكية)، قروض والرهن العقاري

✓ خدمة سداد الفواتير والمدفوعات الحكومية، والشيك المصرفي، صناديق الأمانات.

1 - الخدمات المصرفية للشركات والمؤسسات التجارية:

✓ تشمل كل من الحسابات الجارية بالعملة المحلية، حسابات جارية بالعملة الأجنبية، السحب على المكشوف، الاعتماد المستندي، الضمانات البنكية.

✓ خدمات الخزينة، الصفقات الفورية.

2 - الخدمات المصرفية الخاصة:

صممت هذه الخدمة لتلبية احتياجات العملاء الذين هم بحاجة لإدارة ثروتهم المالية الشخصية أو ما يعرفون بالأثرياء أو الذين لديهم ملاءة مالية جيدة.⁵

المطلب الثاني: دورة حياة الخدمة المصرفية

ويشمل مفهوم لدورة حياة الخدمة المصرفية، وأهم المراحل التي تمر بها.

الفرع 01: مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية

يعبر مصطلح دورة حياة المنتج عن المراحل التي يمر بها المنتج منذ تقديمه للسوق إلى حين انتهاء دورة حياته واختفائه عن السوق. لذلك يمكن تعريف دورة حياة المنتج على أنها تمثل الإطار الزمني الذي يبين فيه إتجاه الطلب على المنتج منذ تقديمه لحين لحظة استبعاده. وتتم دورة حياة الخدمة المصرفية وفق خمسة مراحل:⁶

¹ صادق راشد الشمري، إدارة المصارف الواقع والتطبيقات العملية، ط الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص47.

² صلاح الدين حسين السبيسي، الحسابات والخدمات المصرفية الحديثة دراسات نظرية وتطبيقية، ط الأولى، دار الوسام للطباعة والنشر، بيروت لبنان 1998، ص137.

³ خالد وهيب الراوي، العمليات المصرفية الخارجية، ط الثانية، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2000، ص355.

⁴ دال بستر فيلد وآخرون، الرقابة على الجودة، ط الأولى، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1995، ص30.

⁵ مركز الرياض للمعلومات والدراسات الاستشارية، مرجع سبق ذكره، نفس الصفحة.

⁶ محمود جاسم محمد الصميدعي، استراتيجيات التسوية، مدخل كمي تحليلي، ط الأولى، دارالحامد، عمان، 2000، ص181.

الفرع 02: مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية

- 1 - مرحلة التقديم:** تتصف هذه المرحلة بالنمو المنخفض للمبيعات من الخدمة المصرفية الجديدة، وبوجه عام يحقق البنك خسائر في هذه المرحلة. وتشمل التكاليف في هذه المرحلة نفقات ترويج الخدمة والإعلان عنها بهدف تشجيع إقبال العملاء عليها على نطاق واسع. وتشمل هذه المرحلة من دورة حياة الخدمة تكلفة بحوث السوق، تكاليف إنشاء نظام توزيع الخدمة، وتكاليف إختبار السوق بالنسبة للخدمة وغيرها. وتكون الأولوية لدى إدارة البنك في هذه المرحلة هي خلق الإدراك بوجود الخدمة والمنافع التي تقدمها للعملاء في السوق المستهدف. وهكذا يتبين أن النشاط الرئيسي للبنك في مرحلة تقديم الخدمة للسوق هو التأكيد على العنصر الترويجي.
- 2 - مرحلة النمو:** أثناء مرحلة النمو تتجه المبيعات والأرباح إلى الإرتفاع مع ثبات حجم التكاليف. وأثناء هذه المرحلة يمكن للبنك تحسين مستوى قبول الخدمة في السوق من خلال:
- التطوير والتحسين في ملامح وجودة الخدمة.
 - بيع الخدمة إلى قطاعات عريضة في السوق.
 - التركيز من خلال الإعلان ليس على خلق الإدراك بدرجة أكبر ولكن على خلق الإقتناع بشراء الخدمة.
 - تخفيض أسعار الخدمة كلما أمكن لجذب أكبر عدد ممكن من العملاء.
- 3 - مرحلة النضج:** تصل الخدمة إلى مرحلة النضج عندما تشجع الربحية التي يحققها البنك أثناء مرحلة النمو بقية المنافسين على الدخول في السوق وتقديم خدمة مماثلة.
- وتتصف هذه المرحلة بإنخفاض حجم المبيعات وزيادة الإعلان، وزيادة التكاليف وإنخفاض الأرباح. وهناك العديد من الأساليب التي يمكن بها تقليل معدل الإنخفاض في المبيعات و الإيرادات في الأجل القصير، ولكن في النهاية سوف لا يكون هناك مفر من إحلال هذه الخدمة. ويمكن أن تعمل الإستراتيجيات التسويقية التالية على إطالة عمر السلعة خاصة في مرحلة النضج:
- تعديل في الأسعار لجذب قطاعات أخرى من العملاء في السوق.
 - تخفيض الأسعار للإحتفاظ بالعملاء على الأقل مع تحسين حصة البنك في السوق.
 - تغيير الإستراتيجية البيعية من خلال بيع الخدمة المصرفية مع العديد من الخدمات المماثلة لإعطاء العميل نوعاً من الإغراء المتعدد أو الواسع.
- 4 - مرحلة الإنحدار:** تتصف هذه المرحلة بثبات عنصر التكاليف الثابتة مع انخفاض العائد خاصة مع تخفيض الأسعار. وعند التفكير في هذه المرحلة - وهي مرحلة حتمية بطبيعة الحال - فإن هناك طريقتان أمام البنك:
- البديل الأول: يمكن للبنك سحب الخدمة كلياً من السوق في الحال وبالتالي عدم تحمل أي نوع من الخسائر. ويتيح هذا الأسلوب الفرصة أمام البنك لإستخدام الموارد المترتبة على سحب هذه الخدمة من السوق في تقديم خدمات أخرى مربحة. غير أنه يجب مراعاة أنه ربما يترتب على سحب خدمة مالية متاحة للعملاء بعض الآثار العكسية.

- البديل الثاني: هو أنه مع إنخفاض حدة المنافسة قد يكون من المرغوب فيه الإستمرار في تقديم هذه الخدمة في السوق أو القطاعات التي تحقق الربحية فقط مع ترويج خدمة معدلة تحتوي فقط على أفضل المنافع أو المزايا التي تجذب العملاء ممن هم على صلة قوية بالبنك، ولا يتسبب عنهم ضياع وقت إدارة البنك فيما يتعلق بالمبيعات أو النواحي الإدارية. والجدير بالذكر أن المشكلات المتعلقة بالتدفقات النقدية الداخلة للبنك يمكن التغلب عليها بتنظيم الخدمات المصرفية المختلفة بحيث يوثق توضع في مراحل مختلفة من دورة حياة المنتج.¹

المطلب الثالث: المؤثرات العامة على سياسة تقديم الخدمات المصرفية

يتضمن هذا المطلب كافة العوامل المؤثرة على تصميم سياسات الخدمات المصرفية التي يطرحها البنك في السوق ويمكن تقسيمها إلى ما يلي:

الفرع 01: المؤثرات الخارجية

وتشمل الجوانب الرئيسية التالية:

قوة وأنشطة المنافسين.

-التنبؤات الاقتصادية والظروف الاقتصادية المستقبلية.

- المناخ العام التجاري.

-التشريعات الحكومية والقيود التي قد تحد من قدرة إدارة البنك من إتخاذ القرارات وتحد كذلك من طبيعة

وإتجاه الأنشطة التسويقية وبالتالي تؤثر بشكل غير مباشر على الخدمات المصرفية التي يتم ترويجها للسوق.

الفرع 02: المؤثرات الداخلية

وتشمل هذه النوعية من المؤثرات الأبعاد التالية :

قدرة البنك على تقديم خدمات مصرفية جديدة أو تعديل وتطوير الحالية.

مهارات وخبرات وإدارة البنك والعاملين لديه وكذلك عمليات الفروع.

-الروح المعنوية للعاملين في البنوك وسياسة الأجور ومعدلات الدفع، كذلك فرص التدريب والتعليم، وفاعلية

الإتصالات وغيرها من العوامل السائدة في البنك، والتي ينبغي أن تؤخذ في الحسبان عند وضع سياسة

الخدمات المصرفية.²

¹ الحداد عوض، مرجع سبق ذكره، ص (174-177).

² الحداد عوض، مرجع نفسه، ص (169-165)

المبحث الثاني: جودة الخدمات المصرفية

تعد الجودة في الخدمة المصرفية صفة أساسية بالنسبة للمصارف فيواسطتها تسعى المصارف إلى كسب رضا عملائها وإكتساب ميزة التنافس في السوق المصرفية، إلا أن كل هذا لن يتحقق إلا من خلال تطبيق معايير أو أبعاد، ونماذج تتبناها لتحقيق الجودة وبلوغ أعلى مستويات التميز. من خلال هذا المبحث سنستعرض مفاهيم عن الجودة ،وجوده الخدمة المصرفية،مستويات وأبعادها، نماذج قياسها.

المطلب الأول: ماهية الجودة،وجوده الخدمات المصرفية

يشمل هذا المطلب مفاهيم عن الجودة بصفة عامة ، وجودة الخدمات المصرفية بصفة خاصة.

الفرع 01: ماهية الجودة

❖ أولاً/ مفهوم الجودة :

أ. مفهوم الجودة من منظور إسلامي:

تعد جودة العمل وإتقانه في كل شؤون الحياة أساساً من أساسيات ديننا الحنيف إذ ورد الأمر بذلك في كتاب الله تعالى وسنة نبيه سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم، ويمكن تلخيص تعرف الجودة في كلمة واحدة وهي الإحسان ومن هذه الكلمة الآيات القرآنية:

لَقَوْلِهِ تَعَالَى "وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ" البقرة 195

وقوله أيضا "وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ" الرحمن 9

وقوله صلى الله عليه وسلم: (إن الله كتب الإحسان على كل شيء فإذا قتلتم فأحسنوا القتل وإذا ذبحتم فأحسنوا الذبحة وليحد أحدكم شفرته وليرح ذبيحته).

وقوله أيضا: (إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملاً فليتقنه).

ب. مفهوم الجودة من وجهة نظر العلماء:

صاغ علماء العصر والمشتغلون بعلم الجودة تعريفاتهم في صيغ كثيرة من أهمها:

* يعرف (جوران) الجودة: بأنها (الملائمة للأستخدام) أي كلما كانت الخدمة أو السلعة المصنعة ملائمة لأستخدام المستفيد كلما كانت جيدة.

* ويعرفها (كروسبي) بتعريف يشترط فيه ثلاثة شروط لتحقيق الجودة:

1. الوفاء بالمتطلبات .

2. انعدام العيوب .

3. تنفيذ العمل بصورة صحيحة من أول مرة وكل مرة.

* ويعرفها (ديمنج) : بتعريف مختصر ولكنه يكاد يجمع التعريفين إذ يقول أن الجودة هي تحقيق إحتياجات وتوقعات المستفيد حاضراً ومستقبلاً،¹

وبجودة أعلى اعتماداً على المفاضلة بين السعر والجودة.²

❖ ثانياً/ أهداف الجودة:

➤ منتجات خالية من الأخطاء والعيوب والشوائب وبأقل تكلفة.

➤ ترقى لمستوى توقعات ورغبات الجمهور .

➤ تحقق رضاهم التام حاضراً ومستقبلاً.

➤ تعتمد على التحسين والتطوير المستمر .

➤ تلتزم بمتطلبات ومعايير الأداء.

➤ نقوم بأداء العمل الصحيح بشكل صحيح.³

الفرع 02: تعريف جودة الخدمة المصرفية

تعرف بأنها درجة الإجابة الهادفة لإشباع إحتياجات العميل.⁴

كما تعرف بأنها معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء لهذه الخدمة، أو أنها الفرق

بين توقعات العملاء للخدمة وإدراكاتهم للأداء الفعلي لها، وذلك على النحو الذي يعرضه الشكل (02)

ويعني هذا الشكل أنه إذا توافقت إدراكات العملاء للنتائج مع توقعاتهم له فإنهم سوف يكونون راضين عن

الخدمة. أما إذا فاق النتائج التوقعات أو تجاوزها فإن الخدمة تعتبر متميزة، وأخيراً إذا تحقق العكس وهو أن

النتائج لم يرق إلى مستوى التوقعات أو تجاوزت التوقعات الإدراكات الفعلية أو ناتج الخدمة فإنها تصبح

رديئة، ومن ثم فإن العميل سوف يكون غير راض عنها.

والخلاصة أن جودة الخدمة مفهوم يعكس تقييم العميل لدرجة الإمتياز أو التفوق الكلي في أداء الخدمة،

وهو المفهوم الذي تبناه العديد من الكتاب المميزين في مجال الجودة مثل cronin taylor و زملائه

و parassuraman وآخرون.⁵

ويقوم نظام الجودة في الخدمات المصرفية على عاملين أساسيين هما :

أ. الموارد البشرية العاملة في المصارف :

باعتبار أن الزبائن يُقيمون الخدمة المصرفية من خلال جودة الإتصالات البشرية وقد أدرك الباحثون أنه

عندما يكون رضا عمال الخدمة عالياً، يكون رضا الزبون عالياً. أما عندما يكون منخفضاً يكون رضا الزبون

1 - أحمد محمود عبد الفتاح رضوان، إدارة الجودة الشاملة، ط الأولى، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، 2012، ص(12...16).

2 - أحمد محمود عبد الفتاح رضوان، مرجع سبق ذكره، ص 22.

3- رحمه الحاج محمد الحاج، محمد نور الطاهر أحمد عبد القادر، ملخص جودة الخدمات المصرفية في البنوك السودانية بالتطبيق، على بنك فيصل

الإسلامي السوداني فرع الجامعة الإسلامية أبو سعد، ص4.

4- الحداد عوض، مرجع سبق ذكره، ص 336.

5- ثامر ياسر البكري، استراتيجيات التسويق، بدون ط، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2008، ص205.

منخفضاً أيضاً. لذلك يجب على المصارف أن تعمل وفق المقولة التالية: "إذا اهتمنا بعمالنا فسيهتمون بزيائنا". وبما أن أغلب الخدمات المصرفية تتطلب التفاعل المباشر مع الزبائن، فإن قضايا الموارد البشرية العاملة في المصارف تتطلب الإستقطاب والتدريب والتأهيل المستمر. وتقدم الموارد البشرية المصرفية الملتزمة بقواعد عملها مرونة كافية عند وضع جداول أعمالها وعندما يديرون على تنفيذها. وهذا ما يترك آثاراً قيمة على أداء الخدمة المصرفية.

ب. إستعمالات تقانة المعلومات:

وتشمل الحساب والإتصالات وتشغيل البيانات والوسائل الأخرى المتنوعة لتحويل البيانات إلى معلومات مفيدة. وإن الإستعمال الذكي لهذه التقانة لا يقود فقط لتحسين الجودة والإنتاجية، وإنما أيضاً إلى المنفعة التنافسية. وهذا يعد واقعياً عندما تستعمل هذه التقانة لإفادة الزبائن بشكل أفضل، وقد تجعل الزبائن يتعاونون لتحقيق التنفيذ الأفضل للأعمال في المنظمة. وتستعمل الصناعات الخدمية تقانة المعلومات لتحسين خدمات الزبون.¹

المطلب الثاني: مستويات وأبعاد جودة الخدمات المصرفية

من خلال هذا المطلب سنحاول إستعراض مستويات جودة الخدمة المصرفية وأبعادها على النحو التالي:

الفرع 01: مستويات جودة الخدمة المصرفية

أدت هذه البحوث إلى تحديد خمسة مستويات لجودة الخدمة المصرفية، وهي:

1. الجودة المحددة بمواصفات ترى الإدارة بأنها المناسبة كي تقلل التكاليف وتزيد الإنتاجية.²
2. الجودة المتوقعة من قبل العملاء وتمثل في الجودة التي يرى العملاء وجوب وجودها.
3. الجودة القياسية المحددة بالمواصفات النوعية للخدمة.³
4. الجودة الفعلية التي تؤدي بها الخدمة.⁴
5. الجودة المروجة للزبائن وهي مدى الرضا والقبول الذي يمكن أن يحصل عليه المصرف من زبائنه عند تلقيهم للخدمات المقدمة لهم.⁵

الفرع 02: معايير (أبعاد) جودة الخدمة المصرفية Service Quality Dimensions

يمكن عرض أبعاد أو مؤشرات الجودة كما يلي:

(1) **الإعتمادية Reliability**: وتعني قدرة المصرف على إنجاز أو أداء الخدمة المصرفية المقدمة وبشكل أفضل وبأقل الأخطاء الممكنة.

¹ - رعد حسن الصرن، مرجع سبق ذكره، صص (66-67)، (68).

² - محمود حسين الوادي وآخرون، إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية، ط الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص94.

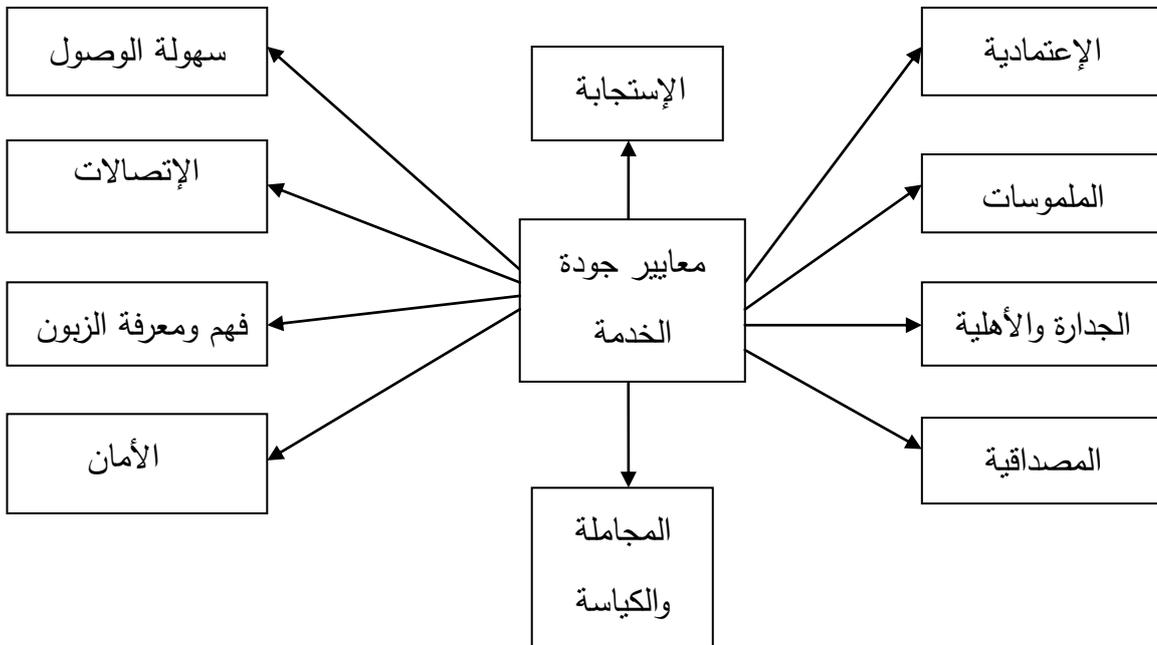
³ - مرابط مراد، أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة تدخل ضمن نيل شهادة الماستر، مسار العموم الإقتصادية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014/2015، ص34.

⁴ - دمحم عبد الخالق، الإدارة المالية والمصرفية، ط الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الاردن، 2010، ص44.

⁵ - خيرى علي أوسو، تقييم مستوى جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن - دراسة استطلاعية لآراء عينة من زبائن مصارف دهبك - مجلة تنمية الراقدين، 30/89، ص19.

- (2) الإستجابة Responsiveness: مدى استجابة العاملين على تقديم الخدمة بالشكل الذي يحقق رغبات الزبائن والتفاعل بسرعة مع المشاكل المتوقعة وحلها بصورة جيدة.
- (3) سهولة الوصول والحصول على الخدمة Accessibility: يقصد بها إمكانية الحصول على الخدمة من قبل الزبون وبسهولة ويُسر في الزمان والمكان المناسبين.
- (4) الجدارة الأهلية Competence: تعني مدى امتلاك العاملين في المصارف للمهارات والمعارف اللازمة لأداء وتقييم الخدمات المصرفية.
- (5) الكياسة والمجاملة Sourlesy: تعني مدى توفر الشفافية لدى العاملين في التعامل مع الزبائن واحترامهم وتقديرهم وقدرة مقدم الخدمة على استلهاام ثقة الزبائن بالخدمات المصرفية.
- (6) معرفة وفهم الزبون Understanding Customer: يقصد بها إمكانية الحصول على الخدمة والذي يتطلب بذل المزيد من الجهد لفهم حاجات ورغبات الزبائن وذلك من خلال الإتصال المباشر معهم والتعرف على الخدمة المطلوبة.
- (7) الأمان Security: تعني مدى توفر أجهزة السلامة الأمان والإجراءات المرتبطة بها حفاظا على ممتلكات الزبائن.
- (8) الملموسات Tangibles: وتشمل التسهيلات المادية ذات العلاقة المباشرة في تقديم الخدمة المصرفية كافة (المعدات، الأشخاص، وسائل الاتصالات).¹

شكل (02): معايير جودة الخدمة المصرفية.



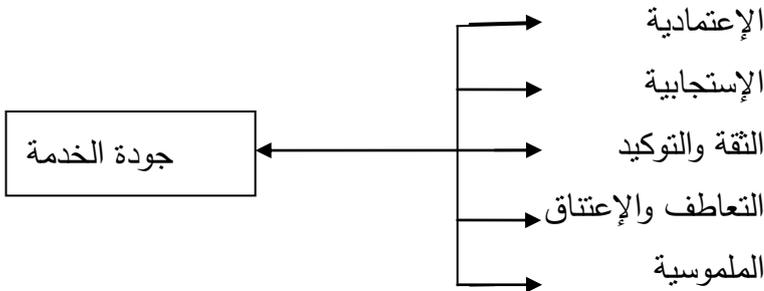
المصدر: علي كريم الخفاجي، ملخص توظيف تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية، كلية الإدارة والإقتصاد، قسم الأعمال، ص56.

¹ - علي كريم الخفاجي، ملخص توظيف تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية-دراسة تطبيقية مقارنة بين المصارف الحكومية والأهلية-، جامعة كربلاء-كلية الإدارة والاقتصاد قسم إدارة الاعمال-، ص (55).

وتتم دمج هذه الأبعاد العشرة في خمسة أبعاد وفق الشكل (03)، وهي :

1. الإعتمادية: القدرة على إنجاز الخدمة المطلوبة بـإعتمادية ودقة وثبات (أي ثقة يعتمد عليها ، وبأداء صحيح)
2. الإستجابية: قدرة الإدارة على تقديم الخدمة بسرعة، ومساعدة الزبائن بـإستمرار عند الطلب.
3. الثقة (التوكيد): معرفة العاملين، والكياسة، والقدرة على كسب الثقة، والثقة بالنفس.
4. التعاطف: سهولة الإتصال، الإتصالات الجديدة، وتفهم الزبائن والعناية بهم.
5. الملموسية: التسهيلات المادية، المعدات، ظهور الأشخاص في الوحدة الواحدة (أي ظهور العناصر المادية).¹

شكل (03): أبعاد جودة الخدمة



المصدر: تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، ط الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص333.

¹ - تيسير العجارمة، مرجع سبق ذكره، ص (332-333)

المطلب الثالث: نماذج قياس جودة الخدمة المصرفية

تسعى جميع المصارف إلى تحقيق التميز والريادة من خلال تقديم خدمات كفؤة ذات مستوى راقٍ وجودة عالية، إلا أن الإرتقاء بجودة الخدمات المصرفية يتطلب وجود نماذج أو مداخل تعتمدها المصارف لقياس مستوى الجودة .

الفرع 01: المدخل الإتجاهي

يركز هذا المدخل على أساس أن جودة الخدمة المصرفية تمثل مفهوماً اتجاهياً يتصل بالرضا وليس مرادفاً له، كما أنه يرتبط بإدراك الزبون للأداء الفعلي للخدمة المصرفية المقدمة، وعلى الرغم من أن الباحثين يعترفون بأهمية إدراك الزبون لجودة الخدمة المصرفية، إلا أنهم يرون إن كل من جودة الخدمة المصرفية ورضا الزبون يختلف عن الآخر، ويعود السبب في ذلك إلى أن جودة الخدمة المصرفية كما يقيّمها الزبائن هي شكل من أشكال الإتجاه الذي يعتمد على عملية تقييم تراكمية بعيدة المدى، أما الرضا فيمثل حالة نفسية عابرة وسريعة الزوال، فضلاً عن ذلك فإن الزبائن يشكلون إتجاهاتهم إزاء الخدمة المقدمة لهم على أساس الخبرات السابقة، وعليه فإن هذا الإتجاه يتكيف طبقاً لمستوى الرضا الذي حققه من خلال تعامله مع المنظمة الخدمية، وقد أكدت الدراسات كفاءة استخدام الأداء الفعلي للخدمة المصرفية المدركة من قبل الزبائن كمقياس لجودة الخدمة المصرفية.

الفرع 02: مدخل نظرية الفجوة

يقوم هذا المدخل على أساس أن الفرق بين توقعات الزبائن بشأن الخدمة المصرفية وبين إدراكاتهم الفعلية لها يحدد مستوى جودة الخدمة المصرفية، وعليه فإن مستوى جودة الخدمة المصرفية يتحدد بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة، بمعنى أن جودة الخدمة المصرفية تعني مسايرة توقعات الزبائن بشكل مستمر، وبناء على ذلك فإن جودة الخدمة المصرفية تقاس على النحو الآتي:

أ إذا كانت الجودة المتوقعة أكبر من الجودة المدركة فإن جودة الخدمة المصرفية تكون أقل من مرضية.

ب إذا كانت الجودة المتوقعة أقل من الجودة المدركة فإن جودة الخدمة المصرفية تكون أكثر من مرضية وتتجه نحو الجودة المثالية على المدى المحدد.

ت إذا كانت الجودة المتوقعة مساوية للجودة المدركة فإن جودة الخدمة المصرفية تكون مرضية.¹

¹ - خيرى علي أوسو، لؤي لطيف بطرس، تقييم مستوى جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن-دراسة استطلاعية لآراء عينة من زبائن مصارف مدينة دهوك- مجلة تنمية الرافدين 89(30)، 2008، ص(16-17).

المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والخدمة المصرفية.

أدت التطورات التكنولوجية إلى التأثير على جميع القطاعات، خاصة القطاع المصرفي، فقد كان لها تأثير إيجابياً الأمر الذي جعل عملية تقديم الخدمة المصرفية أكثر سهولة وسرعة ودقة وبجودة عالية. وفي هذا الصدد سنتناول أهم الخدمات المصرفية الإلكترونية المزامنة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وأهم القنوات المنتهجة لعملية التوزيع، ليمت بعدها عرض تكنولوجيا الخدمات المصرفية وتقانة المعلومات في المصارف وأثر استخدامها، وفي الأخير نحاول عرض واقع عن تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك الجزائرية أهم التغييرات المستجدة.

المطلب الأول: الخدمة المصرفية الإلكترونية ومنافذ التوزيع

دعت التطورات الاقتصادية العالمية في المصارف إلى خلق بيئة مصرفية جديدة وغير تقليدية من أجل تقديم خدمات مصرفية في المستوى المطلوب، فقد تم الإعتماد على مختلف التكنولوجيات المتطورة بهدف رفع مستوى الخدمة المصرفية وتم الإعتماد على منافذ حديثة لتوزيع هذه الخدمات.

الفرع 01: الخدمة المصرفية الإلكترونية**❖ أولاً: تعريف الخدمات المصرفية الإلكترونية.**

دعت التطورات الاقتصادية العالمية البنوك على إعادة التفكير في وضع إستراتيجيات جديدة وتطوير نماذج أعمال تسمح لهم بالمنافسة والإستمرار ضمن عالم تقني يتطور تطوراً كبيراً. حيث تواجه جميع البنوك في العالم نفس التحديات. مما أدى إلى الإستعانة بحلول مصرفية ذكية. تجعل الأنظمة الآلية في البنوك تتطور لتتكيف مع معطيات الثورة التكنولوجية.

ولقد قامت العديد من البنوك بجهود كبيرة في مجال تطوير بنيتها التقنية وتحديث أنظمتها الإلكترونية وإبتكار المزيد من الخدمات النوعية التي تفي ب إحتياجات عملائها الحالية والمتوقعة. لذا فإن الخدمات المصرفية الإلكترونية هي تقديم الخدمات المصرفية مباشرة للعملاء من خلال التفاعل الآلي مع القنوات الإلكترونية المختلفة التي يوفرها البنك لجميع المستخدمين على مدار الساعة.

❖ ثانياً: أهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية.

أصبحت الخدمات المصرفية تمثل الركيزة الأساسية للصناعة المصرفية. والعنوان الرئيس للتعاملات المصرفية المستقبلية والتي ستمكن العملاء من إتمام غالبية عملياتهم وحتياجاتهم دون الحاجة لزيارة فرع البنك. وقد أسهمت الخدمات الإلكترونية في الإرتقاء بمعايير وجودة الخدمات للعملاء وأتاحت قدراً أوسع من الفاعلية في تنفيذ العمليات بشكل فوري ومباشر، فضلاً عن إتساع مظلة الخدمات التي باتت من الممكن تنفيذها بواسطة القنوات المصرفية الإلكترونية المختلفة. إلى جانب ما أسهمت به تلك القنوات من رفع معدلات الحماية وتقليص إحتتمالات الأخطاء التشغيلية التي قد تحدث من العنصر البشري. إذ أن كافة الخدمات الإلكترونية تخضع لسلسلة دقيقة من الإجراءات ومراحل التدقيق للتأكيد على سلامة العمليات.

❖ ثالثاً/ إيجابيات تطبيق الخدمات المصرفية الإلكترونية.

تقديم خدمات مالية جديدة تلبي احتياجات العملاء، وتوسيع الأنشطة داخل وخارج الحدود المحلية للبنك. تحسين المركز التنافسي للبنك، وتعزيز حصته التنافسية في السوق المصرفي. زيادة درجة رضا العملاء ودعمهم، وكذلك تطوير ثقتهم في التعامل المصرفي. تحسين التدفق النقدي وموثوقية تلك التدفقات وكذلك سرعة تداول النقد. تحقيق عنصر السرعة في إنجاز الأعمال المصرفية.

إعادة هندسة النظم المصرفية بما يوفر لها الدقة وتخفيض التكلفة، وكذلك تقليل الأعمال الورقية. تطوير أساليب الرقابة على العمل المصرفي ومراجعة عمليات معالجة البيانات لكافة الهكونات.¹

الفرع 02: قنوات عرض الخدمات المصرفية

● التوزيع: يعرف التوزيع بأنه كافة الأنشطة التي تجعل الخدمات متاحة لطالبيها في المكان والزمان المناسب. وهو يعد النشاط التسويقي الرئيسي الذي يزود نظام التسويق المصرفي بالفاعلية المطلوبة حيث أن القدرة التسويقية للمصرف تكمن في قدرته وإمكانيته على توصيل خدماته إلى عملائه بالشكل المناسب. ويتم توزيع الخدمات المصرفية عبر منافذ التوزيع التي يمكن تعريفها على أنها مجموعة الوسائل والأنشطة التي تعمل على جعل الخدمات متاحة للزبائن في المكان والزمان الذي يرغبون فيه الشراء. وتؤدي هذه القنوات عدد من الوظائف الرئيسية منها:

✓ بيع وعرض الخدمات مثل إعلام الزبائن عن الخدمة.

✓ التواصل مع الزبائن من خلال الإعلان ومكاتب العلاقات العامة لتساعد في تصميم حملات ترويجية أكثر فعالية.²

✓ جمع المعلومات عن الزبائن الحاليين والمحتملين، والمنافسين، والقوى العاملة في البيئة التسويقية.³

❖ أولاً/ قنوات التوزيع التقليدية أو فروع المصرف:

وتشمل مباني المصرف وفروعها ومكاتبها، التي عن طريقها يتم إيصال الخدمات المصرفية من المصرف إلى الزبائن بكفاءة تامة، وهناك ثلاثة أنواع رئيسية لفروع المصرف:

فروع الدرجة الأولى: وهي فروع تمارس الأنشطة المصرفية، وتقوم بتقديم مختلف الخدمات على نطاق شامل، وتوجد هذه الفروع في مراكز النشاطات الاقتصادية الرئيسية سواء أكانت تجارية أم صناعية. فروع الدرجة الثانية: وهي فروع يقل حجمها عن فروع الدرجة الأولى، تقوم بتقديم خدمات مصرفية أساسية مثل خدمات الإيداع وخدمات الائتمان، وتوجد هذه الفروع في الأقاليم ومراكز المحافظات والمناطق الرئيسية النائية.

¹ - معهد الدراسات المصرفية، محلة اضاءات (نشرة توعوية)، الكويت - يوليو 2013، -السلسلة الخامسة- العدد 12.

² - علاء فرحان طالب، وآخرون، المزيج التسويقي المصرفي وأثره في الصورة المدركة للزبائن، ط الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن عمان، 2010، صص (93- 94).

³ - أياد عبد الفتاح النصور، الأصول العلمية للتسويق الحديث، ط الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن عمان، 2010، صص 294.

فروع الدرجة الثالثة: وهي فروع يقتصر عملها على تقديم بعض الخدمات المصرفية دون غيرها، مثل خدمات قبول الودائع سواء أكانت على شكل إيداعات جارية عادية أو حسابات توفير أو إيداع، وتقديم السلف والقروض بمبالغ صغيرة أو محدودة وفق نسب تحدد لها وتوجد هذه الفروع في المناطق الريفية، حيث يقل عدد السكان والأنشطة الاقتصادية.

❖ ثانياً/ قنوات التوزيع الحديثة:

ظهرت في السنوات الأخيرة تطورات في قنوات توزيع الخدمة المصرفية ومن هذه القنوات التوزيعية:

أ - **الصراف الآلي (ATM'S):** عبارة عن جهاز يوجد في الأغلب بالواجهات الأمامية لمبنى المصرف أو في الأماكن المحتمل أن يقصدها الزبون كالمراكز التجارية وتستخدم للتعامل في المناطق التي يصعب افتتاح فروع فيها أو لاستخدامها في الأوقات التي يغلق فيها المصرف أبوابه أو لتخفيف الأعباء عن الفروع في الأعمال المصرفية العادية كعمليات السحب والإيداع والصراف الآلي يعمل لمدة 24 ساعة باليوم.

ب - **نظام تحويل الأموال إلكترونياً:** أو ما يطلق عليه (EFTS) حيث أصبح توزيع الخدمات المصرفية أكثر فاعلية بتطوير هذا النظام، بحيث يمكن إنتقال الأموال إلكترونياً وإن الصراف الآلي (ATM) يشكل جزء من (EFTS) ويستخدم لتزويد الزبون بالخدمة بأقصى سرعة ممكنة، وتوفير الراحة والقرب له.

ت - **التسويق عن بعد:** لقد ازداد مستخدمي هذا الأسلوب بشكل كبير في الآونة الأخيرة ولاسيما في الولايات المتحدة، ولقد لوحظ نمو واضح في كل من القروض والودائع بواسطة التسويق عن بعد كما هي الحال في التسويق المباشر، الذي يكون أكثر رخصاً من فروع العمليات الكاملة وهو مفيد بشكل خاص لتلك المصارف التي تمتلك فروع واسعة كمنافذ توزيع.¹

المطلب الثاني: أثر التكنولوجيا وتقانة المعلومات على الخدمات المصرفية

ويشمل هذا المطلب كل من تكنولوجيا الخدمات المصرفية وآثارها بالإضافة إلى دور تقانة المعلومات في تحسين الخدمة المصرفية.

الفرع 01: تكنولوجيا الخدمات المصرفية

يمثل التقدم التكنولوجي الركيزة الأساسية في تحديد وصياغة نمط عمل المنظمات، وتعد المصارف أحد القطاعات الرئيسية التي تأثرت بشكل كبير بالإنجازات العلمية لما تنطوي عليه هذه الإنجازات من إبتكارات تؤثر في تحسين وتطوير العمل المصرفي و إبتكار خدمات مصرفية جديدة لتحقيق مستوى أعلى من إشباع حاجات العملاء و رغباتهم، لذلك أدركت المصارف المعاصرة الترابط الوثيق بين نجاح المصارف وبين توظيف التكنولوجيا واستثمارها في تطوير قدرات ومهارات العاملين وخدمة العملاء من خلال التعرف على رغباتهم وحاجاتهم بما يحقق للمصرف ميزة تنافسية والمحافظة عليها. فضلاً عن كل ذلك، فإن تطور أنشطة المصارف كان بفضل التقدم العلمي والتكنولوجي السريع الذي شهده العالم. الأمر الذي شجع المنظمات المصرفية على الأخذ بمبدأ تعدد الخدمات التي تقدمها للزبائن بعد أن كانت الخدمات التي تقدمها للزبائن

¹ - علاء فرحان طالب وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص (93-94)، (95).

تقليدية، لذا ظهرت خدمات مصرفية حديثة ومتطورة ترتب عليها تطور هائل في نظم وأساليب العمل لتواجه التنوع الكبير في الخدمات المقدمة للعملاء. ونتيجة لذلك توسعت المصارف في الإعتماد على الأجهزة والحواسيب الإلكترونية وشبكة الإتصالات العالمية.¹

إن من أهم مظاهر التقدم في تقديم الخدمات المصرفية هي التوسع الكبير في استخدام الكمبيوتر، حيث أدى إلى السرعة في تقديم الخدمات، وتقليل الأعباء البيروقراطية وتوفير الوقت لكل من العملاء والعاملين في البنوك، وقد أدى هذا أيضا إلى مواكبة التزايد الكبير في حجم المعاملات المالية، وإمكانية حصول العميل على الخدمات المطلوبة في أي فرع من فروع البنك المعين في أي منطقة من المناطق داخل الدولة المعنية دون الحاجة إلى الإتصال بالفرع الذي قام العميل بفتح حساب فيه.

كما أن العميل يستطيع معرفة رصيده ومجموع تفاصيل مسحوباته وتواريخها والحصول على النقدية في ظرف دقيقة واحدة، كذلك من مظاهر التقدم في تكنولوجيا الخدمات المصرفية هي ظهور البنوك الآلية Automated Bank وإدخال خدمات الكمبيوتر على الشبائيك بطريقة On Line System كما هو الحال في بنوك أمريكا وأوروبا والبنوك في الأردن أيضا.²

الفرع 02: تقانة المعلومات في المصارف

أدى تقدم التكنولوجيا وأدوات جمع المعلومات والأنظمة إلى ثورة في مجال إدارة الخدمات المصرفية، فالتكنولوجيا لا تقوم فقط بتحسين الخدمات المصرفية الحالية، ولكنها أيضا مصدر لكثير من الخدمات المصرفية الجديدة، وقد فتحت أنظمة المعلومات وأنظمة قواعد البيانات المجال لقطاع كامل وجديد من الخدمات منها الخدمات المصرفية والتكنولوجيا الجديدة المتطورة، وخصوصا في مجال المعلومات التي بدورها أضافت الجديد بمفاهيم تسويق الخدمة الجديدة، الأمر الذي يحتاج إلى إيصال تلك المفاهيم الجديدة إلى العملاء وتدريبهم وتعليمهم على كيفية استخدام تلك الخدمات، كخدمة الصراف الآلي والبنك الناطق وغيره من الخدمات.

هناك فرق واسع بين تنفيذ مختلف العمليات باستخدام الورق إذا ما قورن باستخدام الوسائل الإلكترونية من جهة أخرى، وكذلك وجود فرق كبير في التكاليف فعلى سبيل المثال نجد أن استخدام الوسائل الإلكترونية في تنفيذ مختلف مراحل صرف الشيكات يخفض التكاليف الخاصة بهذه العملية إلى أدنى حد ممكن، مقارنة باستخدام الطرائق التقليدية التي تعتمد على استخدام الورق، فضلاً عن ذلك فإن التكنولوجيا تعمل على تطوير الخدمات المصرفية ورفع كفاءتها نتيجة استخدام أنظمة الحاسوب المتطورة التي يمكن من خلالها إيجاد خدمة أو مجموعة من الخدمات المصرفية، فضلاً عن أن استخدام أنظمة إتصالات متطورة بين المصارف بمختلف فروعها من جهة، ونقاط توزيع تلك الخدمات من شأنه أن يعمل على تخفيض تكاليف هذه الخدمات المصرفية المتطورة.

¹ - سامر قاسم، أثر تكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمة المصرفية - دراسة ميدانية على فروع المصرف التجاري السوري باللاذقية -، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية . سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (37) العدد (2) 2015، ص 116.

² - سامر جلد، البنوك التجارية والتسويق المصرفي، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009، الأردن، ص 151-152.

- ويمكن القول: إن استخدام التكنولوجيا الحديثة يوفر للبنوك الفرص لتحقيق الميزات الآتية:
- تستطيع البنوك من خلال استخدام التكنولوجيا تطوير خدمات مصرفية جديدة لأسواقها الحالية والمستقبلية.
 - تستطيع البنوك أن تقوم تطوير تطبيقات جديدة للخدمات المصرفية الحالية التي تقدمها لعملائها.
 - تساعد التكنولوجيا الحديثة على تحسين نوعية الخدمات المصرفية.
 - تساعد التكنولوجيا الحديثة على تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية الموجودة.
 - تعمل التكنولوجيا الحديثة على تذليل الصعوبات المرتبطة بعملية تقديم خدمات مصرفية إضافية.
 - تعمل التكنولوجيا على تحسين علاقات العميل مع البنك.

وتهدف المصارف من وراء استخدام تكنولوجيا المعلومات إلى تحقيق غايتين متناقضتين وهما: الكسب المستمر لأعداد جديدة من الزبائن، والتخفيض المستمر في تكاليف الخدمة المصرفية المقدمة. فالمصارف لا تكبر إلا بإضافة زبائن ومتعاملين جدد، وهذا التوسع لا يحصل عادة إلا بإنفاق تكاليف إضافية... وقد حلت تقنيات الحاسبة الإلكترونية المستخدمة والمطورة دائما هذه المشكلة... وقد دلت الدراسات المنجزة في السنوات الاخيرة أن تكنولوجيا المصارف المطبقة لدى المصارف المستخدمة لها قد أدت إلى جذب متواصل لزبائن جدد، وخفض في تكاليف الخدمة المصرفية إلى حد بعيد، حتى أصبح الإنفاق المتواصل على التكنولوجيا لدى المصارف الكبيرة يؤدي إلى جني متزايد من الأرباح.¹

المطلب الثالث: واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المصرفي الجزائري والتغيرات المستجدة

إرتأينا في هذا المطلب أن نستعرض واقع الجزائر في تبنيها لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل دعم العمل في المصارف، مع ذكر أهم التغيرات المستجدة اللازم تغييرها تماشيا مع التطورات التكنولوجية الحاصلة وتقديم أحسن الخدمات.

الفرع 01: واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النظام المصرفي الجزائري

❖ أولا/ شبكة الاتصالات الإلكترونية.

بادرت بعض المؤسسات المصرفية والمالية بتطوير شبكات إلكترونية للدفع والتسديد وهي منتشرة في نقاط محدودة من التراب الوطني، لكن عدم القدرة على التحكم فيها وتسييرها جعل بعضها يتوقف عن أداء خدماته وذلك بسبب اعتماد هذه المؤسسات على حلول وأنظمة مستوردة وغير متوافقة وخصائص السوق الجزائرية وكذلك عدم تزايد الطلب على هذه الخدمات، هذا العامل الذي كان من الممكن أن يشجع هذه المؤسسات على مواصلة العمل بهذه الوسائل ورغم ذلك فقد بادرت بعض المؤسسات بإصدار بطاقات السحب مثل: (بطاقة السحب من الصرافات الآلية DAB لمؤسسة البريد، والبطاقة المصرفية للسحب والدفع للمصارف التالية: القرض الشعبي الجزائري، بنك الفلاحة والتنمية الريفية، بنك الجزائر الخارجي، الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، بنك البركة الجزائري).

¹ - عبد الزراق قاسم، أحمد العلي، أثر تقنية المعلومات في تطوير نظم عمليات المصارف العامة في سورية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية- المجلد 28- العدد الأول- 2012، ص (308-309).

ويعد بنك الفلاحة والتنمية الريفية من رواد المؤسسات المصرفية في الجزائر فقد قطع شوطاً كبيراً على مستوى نظام الإتصالات، فهو يمتلك شبكة إتصالات تعم جل مناطق الوطن، وهي مخصصة للتحويل المالي المباشر من وكالاتها وتعتبر بطاقة السحب والدفع لل بنك BADR دعم للنشاط المصرفي للمؤسسة وزيادة لمواردها ووسيلة لتحسين خدماتها المصرفية .

❖ ثانياً/الإنترنت.

في السنين الأخيرة الماضية إرتبطة الأنشطة التي يقوم بها الإنسان بتكنولوجيا المعلومات والإتصالات، من أجل مواكبة عصر التكنولوجيا الحديثة، الذي يتسم بالسرعة ووفرة المعلومات، ومن بين ما أفرزه هذا التطور التكنولوجي، ظهور نوع جديد من المعاملات يتم عن طريق الإنترنت، وهو نظام الدفع الإلكتروني، حيث بات يتداول من طرف العديد من الأفراد، والجزائر واحدة من الدول التي تعرف تطوراً متميزاً في هذا المجال، باتجاهها نحو بناء مجتمع المعلومات، من خلال تطويرها لآليات الدفع الإلكتروني المختلفة عبر الإنترنت وهو ما فتح المجال للعديد من المواقع الإلكترونية التي توفر للمستهلكين قنوات دفع مريحة، آمنة وسهلة وعلى مدار الساعة.

وبالتالي نلاحظ أن الجزائر قد بذلت ولا زالت تبذل جهوداً لتطوير وتعميم فكرة الإنترنت لدى الأفراد والمؤسسات والهيئات. ورغم ذلك إلا أن استعمال الإنترنت في البنوك الجزائرية بقي محدوداً، فنجد أن لكل بنك موقعاً خاصاً به ولكن معلوماته تدور عموماً حول: الهيكل التنظيمي، الإتصال، بعض المعلومات والإحصاءات المحدودة والقديمة أيضاً.

❖ ثالثاً/ إستخدام الهاتف في الخدمة المصرفية.

مع تطور الخدمات المصرفية على مستوى العالم أنشأت المصارف خدمة "الهاتف المصرفي" لتسهيل إدارة العملاء لعملياتهم البنكية وتفاذي البنوك طوابير العملاء للإستفسار عن حساباتهم وتستمر هذه الخدمة 24 ساعة يومياً، تقدم هذه الخدمة بالإعتماد على شبكة الإنترنت المرتبطة بفروع البنك أين تمكن العميل من الحصول على خدمات محددة، فقط بإدخال الرقم السري الخاص به، ومن الخدمات التي يقدمها الهاتف المصرفي على مستوى العالم:

• يتم تطبيق هذا النظام في ميلاند بنك باسم First Direct Account عن طريق الإتصالات الهاتفية بإدخال الرقم السري الخاص بالعميل ليحول من حسابه بالمصرف لسداد بعض التزاماته مثل فاتورة التليفون، الغاز، الكهرباء.

• في المملكة المتحدة الأمريكية أدخلت هذه الخدمة منذ عام 1985 وتعمل بواسطة شاشة لدى العميل في منزله لها إتصال مباشر بالمصرف، وفي عام 1986 تم إدخال خدمات جديدة للهاتف المصرفي تتمثل في خدمة التحويلات المالية من حساب العميل المدفوعة لسداد الكمبيالات والفواتير عليه.

• وفي نوفمبر 1994 أستحدث باركليز بنك خدمة تحويل الأموال، ودفع الإلتزامات وأتاحت خدمة الهاتف المصرفي للعميل فرصة التقاعد للحصول على قرض أو فتح إعتمادات مستندية وغيرها.

عموما لا تستعمل المصارف الجزائرية الهاتف في تقديم خدماتها سواء الهاتف الثابت أو المحمول رغم ما شهده هذا الأخير من تطور كبير بعد فتح السوق الجزائرية في السنوات القليلة الماضية ولذلك على المصارف الاستفادة من عدد مشتركين خدمة الهاتف في تقديم خدماتها لجلب أكبر عدد من الزبائن.¹

الفرع 02: المصارف الجزائرية والتغيرات المستجدة

لقد كان تطوير البنوك الجزائرية ضرورة حتمية للتماشي مع التطورات الهائلة التي تعرفها البنوك العالمية في ظل التطورات اللاحقة. ولذا ولتحقيق أهداف هذا المشروع التجديدي يجب توفر ثلاث أساسيات:

✓ تحديد الهدف بوضوح ودقة، مع تحديد آجال مضبوطة.

✓ تخصيص الموارد المالية والبشرية اللازمة.

✓ توفير بيئة قانونية، صناعية، سياسية،... ملائمة ومحفزة.

ولهذا توجهت الجزائر نحو الدخول في الاقتصاد الدولي، والفرص على المصارف الجزائرية مواجهة هذه التغيرات المستجدة، وما يميز العمل المصرفي في عصر العولمة المالية هو تفاقم دور التكنولوجيا المصرفي، فانتقال المصارف الجزائرية إلى عصر المعلوماتية أوجب عليها ضرورة التكيف مع تغيرات وتطورات المحيط الجديد، هذا التكيف يقتضي إتخاذ عدة إجراءات أهمها:

■ الإرتقاء بالعنصر البشري: يعد العنصر البشري من الركائز الأساسية للإرتقاء بالأداء المصرفي على اعتبار

أن الكفاءة في الأداء هي الفاصل ما بين المصارف، فمهما تنوعت مصادر الكفاءة يظل العامل البشري وراءها، ومن أجل مسايرة أحدث ما وصل إليه العلم في مجال التكنولوجيا المصرفية ينبغي تطوير إمكانيات العاملين وقدراتهم لإستيعاب التطورات في مجال الخدمات المصرفية بما يحقق تحسين مستوى تقدمها وتحقيق أفضل استخدام للموارد البشرية في المصارف الجزائرية، ويتطلب الإرتقاء بالعنصر البشري تبني العديد من الإستراتيجيات نذكر منها:

✓ الإستعانة ببيوت الخبرة ومكاتب الإستشارة الدولية في تدريب الإطار المصرفية على استخدام أحدث النظم المصرفية.

✓ وضع نموذج لتقييم أداء العنصر البشري، من خلال عدة معايير تأخذ في اعتبارها أداء الوحدة ودوره في تحقيق هذه النتائج.

✓ إنشاء المعاهد المتخصصة وتطوير البحث العلمي في ميدان الخدمة المصرفية.

■ مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية في العمل المصرفي: لعل ما يميز العمل المصرفي في عصر العولمة

هو تفاقم دور التكنولوجيا المصرفية والسعي الحثيث وراء تحقيق الإستفادة القصوى من فوائد تكنولوجيا الإعلام والإتصال من أجل ترقية وتطوير وسائل تقديم الخدمة المصرفية بما يتوافق والإيقاع المتسارع للصناعة المصرفية في القرن الواحد والعشرين، وسعيها منها لمواكبة التطورات عملت المصارف الجزائرية

¹ - بلعاش ميادة وين اسماعين حياة، مشروع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد السادس عشر ديسمبر 2014، جامعة محمد خيضر بسكرة، ص(78-80).

على نقل العديد من التقنيات المصرفية إلى السوق الوطنية، لا سيما منذ سنة 1997 حيث شرعت في إدخال آلات السحب الآلي، إذ بلغ عددها سنة 2006 حوالي 300 جهاز.¹

■ تنوع الخدمات المصرفية: في ضوء التحديات الجديدة التي أصبحت تواجه البنوك الجزائرية، ليس فقط من البنوك الأجنبية بل وحتى المؤسسات المالية غير المصرفية، والمؤسسات التجارية الأخرى، إزاء هذه التطورات ينبغي على البنوك الجزائرية تدعيم قدراتها التنافسية من خلال تقديم حزمة متنوعة ومتكاملة من الخدمات المصرفية تجمع فيها ما بين التقليدي والحديث تكريساً لمفهوم البنوك الشاملة ومن أهم هذه الخدمات نذكر على سبيل المثال لا على الحصر:

- ✓ الإهتمام بالقروض الإستهلاكية الموجهة لتمويل الإحتياجات الشخصية والعائلية.
- ✓ الإهتمام بتمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة والمنتاهية الصغر.
- ✓ إستخدام أسلوب الائتمان الإيجاري.
- ✓ القروض المشتركة.
- ✓ تقديم خدمات الإستشارة وخدمات الحيطرة من مخاطر تقلب أسعار الفائدة وأسعار الصرف.²

¹ - بلعاش ميادة، بن سماعيل حياة. مرجع سبق ذكره، ص 77.

² - معطى الله خير الدين ، بوقموم محمد، المعلوماتية والجهاز البنكي - حتمية تطوير الخدمة المصرفية - ، ملتقى المنظومة المصرفية والتحويلات الإقتصادية- واقع وتحديات-، جامعة قلمة، ص 202.

خلاصة الفصل

تم التوصل من خلال هذا الفصل إلى أن هناك تطور كبير في تقنيات تقديم الخدمات المصرفية حيث تسعى المصارف البلوغ بمستوى خدماتها المصرفية لمستوى الجودة لتحقيق ميزة تنافسية تكون هذه الأخيرة مبنية على أساس الإستجابة لإحتياجات وتوقعات العملاء من جهة ومدى تطابق معايير الأداء من جهة أخرى ولقد أصبح لزاماً على المصارف الإرتقاء من العمل التقليدي إلى العمل المصرفي الإلكتروني ،حيث تبين من خلال هذا الفصل حقيقة تبني المصارف لتكنولوجيا المعلومات والإتصالات والإستغلال الأمثل لأهم التكنولوجيات القائمة عليها من وسائل وأنظمة حديثة بهدف جذب عملاء جدد.

كما تم التوصل إلى أنه بفضل تنوع تكنولوجيا المعلومات والإتصالات إستطاعت المصارف أن تتنوع في تقديم الخدمات المصرفية ومنافذ توزيعها كالصيرفة عبر الصراف الآلي والصيرفة عبر الأنترنت والصيرفة عبر الهاتف النقال ...إلخ من أنواع الصيرفة الإلكترونية.

وفي آخر هذا الفصل لوحظ أن الجزائر رغم الجهود المبذولة للإرتقاء بالمصارف الجزائرية فيما يخص تقديم الخدمات المصرفية إلا أنه لازال هناك فجوة كبيرة بين ما هو مخطط وما هو محدد وما هو موجود على أرض الواقع،لذا وجب عليها العمل جاهدة ووضع إجراءات جديدة لمواجهة التغيرات المستجدة تماشياً مع التطورات التكنولوجية الحاصلة.

الشمس والليل

دراسة بحال بنك الفلاحة والشهيرة العربية وكالة الدراسات

تمهيد الفصل:

يسعى بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى تحسين خدماته المصرفية والإرتقاء بعنصر الجودة في الخدمات المقدمة وذلك تماشياً وتأقلاً مع التطورات التكنولوجية الحاصلة في البيئة المصرفية، ولتحقيق ذلك فقد أنتهجت عدة وسائل وطرق من أجل تحقيق الريادة والتميز في السوق المصرفية بل أكثر من ذلك حفاظها أو إكتسابها لعملاء جدد كل هذا عن طريق تبنيها لتكنولوجيا المعلومات والإتصال. وعليه سنتناول من خلال هذا الفصل الدراسة الميدانية لهذا الموضوع والمتمثلة في دور أو مساهمة تكنولوجيا المعلومات والإتصالات في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل بنك الفلاحة والتنمية الريفية بأدرار، ومن أجل ذلك أرتأينا تقسيم الفصل إلى مبحثين بحيث المبحث الأول يتناول التعريف بالبنك محل الدراسة والخدمات البنكية، بينما المبحث الثاني فقد جاء تحت إسم الإطار المنهجي للدراسة وذلك بالتطرق إلى تصميم الدراسة الميدانية بالإعتماد على أدوات الدراسة الميدانية، مجتمع وعينة الدراسة، أدوات جمع البيانات و أدوات التحليل الإحصائي المستخدمة، كما قمنا بتحليل نتائج الدراسة ثم عرضها ومناقشتها.

المبحث الأول: التعريف بالبنك محل الدراسة والخدمات البنكية

سنحاول في هذا المبحث التعريف بميدان الدراسة لأخذ فكرة بنك الفلاحة والتنمية الريفية- وكالة أدرار-، وعن أهم الخدمات التي يقدمها.

المطلب الأول: لمحة عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية الجزائري وهيكله التنظيمي.

ويشمل هذا المطلب نبذة عن تاريخ نشأة كل من بنك بدر الجزائري والوكالة محل الدراسة، إضافة إلى الهيكل التنظيمي لكل منهما.

الفرع 01: نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية الجزائري :

يعد بنك الفلاحة والتنمية الريفية وسيلة من وسائل سياسة الحكومة التي ترمي إلى المشاركة في تنمية القطاع الفلاحي فقد أنشئ في بداية نشاطه للمساهمة في النهوض بالقطاع الفلاحي وترقية النشاطات الفلاحية والصناعة ونشاطات الصناعات التقليدية بموجب مرسوم رقم 106/82 المؤرخ في 17 جمادي الأول 1402 الموافق لـ 13 مارس 1982م، حيث جاء بعد إعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري. فكانت خرجته الأولى برأسمال يقدر بواحد مليار دينار جزائري. الذي تطور حالياً ليصل إلى 33 مليار دينار جزائري وهو مؤسسة مالية ذات صبغة تجارية بموجب المرسوم 101/80 الصادرة بتاريخ 13/05/1988 وعليه تحول البنك إلى مؤسسة ذات أسهم.

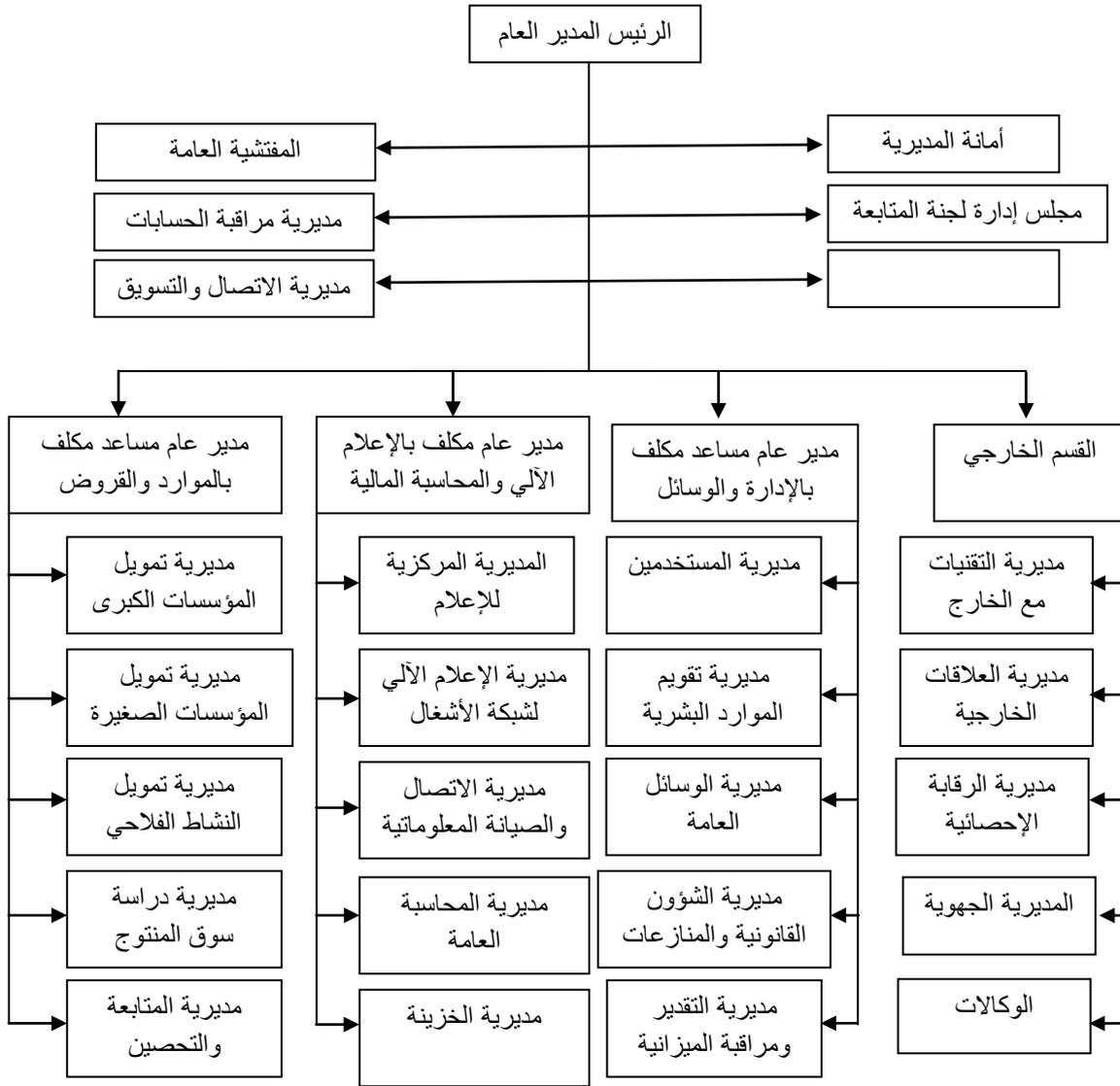
والياً يشق طريقه في سوق تتميز بالمنافسة القوية وهذا ما يتبين لنا من خلال التطور الذي شهده البنك حيث كان يحتوي على 140 وكالة متنازل عليها من طرف البنك الوطني (BNA). ليصبح حالياً يحتوي على 31 وكالة جهوية تضم 300 وكالة موزعة عبر التراب الوطني، ويشغل بنك (BADR) حوالي 7000 عامل ما بين إطار وموظفين ونظراً لكثافة شبكته وأهمية تشكيلته البشرية، صنف بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) من طرف مجلة قاموس البنك (طبعة 2001م)، في المركز الأول للترتيب البنوك الجزائرية. كما أحتل المركز 668 لترتيب البنوك العالمية من بين 4100 بنك مصنف.¹

¹ _مستخرج من وثائق خاصة بالمديرية العامة للمستخدمين التابعة لبنك BADR اعتماداً على مقابلة مع اطار في البنك بأدرار يوم الأربعاء 11 و12-01-2017 .

الفرع 02: الهيكل التنظيمي العام للبنك

يأخذ بنك الفلاحة والتنمية الريفية الهيكل التالي:

الشكل رقم (04): الهيكل التنظيمي العام لبنك (BADR).



المصدر: وثائق خاصة بالمديرية العامة للمستخدمين ببنك الفلاحة والتنمية الريفية .

المطلب الثاني: بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة أدرار -

الفرع 01: تاريخ نشأة مؤسسة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بأدرار

(المجمع الجهوي للاستغلال)

تم إنشاء هذا المجمع موازاً مع إنشاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وبنفس التاريخ، بعدما كان عبارة عن مصلحة تشرف على تحويل نشاط القطاع الفلاحي وذلك البنك الوطني الجزائري ويقتضي المرسوم الوزاري 106/82 تم فصل هذه المصلحة وبنفس الموظفين الذين كان عددهم آنذاك لا يتجاوز 05 عمال بما فيهم المدير ليتم إنشاء وفتح أبواب الوكالة، وكان مقرها الإجتماعي مسكناً لأحد الخواص مؤخراً بشارع العربي بن المهدي بأدرار.

في سنة 1988م ارتقت هذه الوكالة إلى مصاف المديريات الجهوية التابعة للبنك، حيث أنطوى تحت إشرافها وكالات كل من أدرار، تميمون، رقان، أولف، وكان عدد عمالها آنذاك في هذا التاريخ لا يتجاوز 60 عاملاً يتوزعون بين وكالات أدرار والمديرية الجهوية وفي تاريخ 1992 تم إلغاء المديرية الجهوية بولاية أدرار واستبدالها بوكالة مركزية وبقيت على هذا الوضع إلى غاية 1998، أين أصبحت وكالة محلية فقط وتم أثر ذلك تقليص إلى 50 عامل حيث وجه البعض منهم إلى وكالات ومديريات أخرى.

وفي مطلع 2001 تم استرجاع المديرية الجهوية وأطلق عليها اسم المجمع الجهوي للاستغلال، وتعمل الآن بطاقة بشرية بلغت في يومنا هذا 78 عاملاً يتوزعون بين الوكالة والمديرية، وفي تاريخ 04-07-2004، تم تحويل نشاط الوكالة الجهوية والوكالة المحلية للاستغلال بولاية أدرار من المبنى القديم إلى المبنى الجديد والذي تم تدشينه من طرف المدير العام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية السيد فروق بويقوب، ويعتبر هذا المبنى مستوفي لكل الشروط الملائمة للتعامل مع الزبائن العادين والإداريين وقسم خاص برجال الأعمال والمقاولين والتجار وهو ما يطلق عليه اسم البنك الجالس وقسم خاص بالزبائن الأجراء ويسمى بالبنك الواقف أي الخدمة السريعة.¹

الفرع 02: تقديم وكالة أدرار (252) وهيكلها التنظيمي

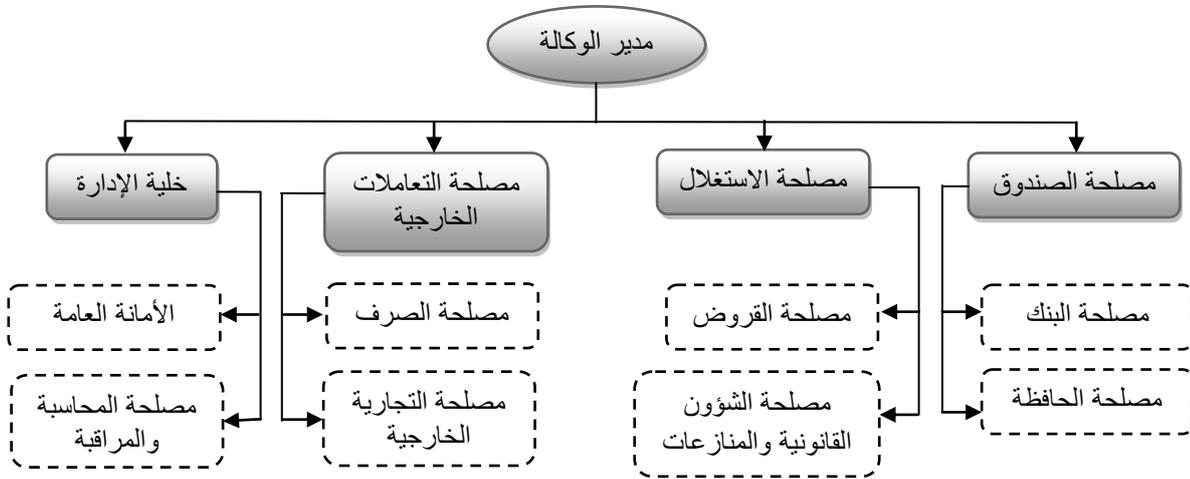
تعتبر وكالة أدرار الخلية الأساسية للمجمع الجهوي، وتتمثل وظيفتها في أنها مؤسسة إيداع تأخذ الودائع من الأشخاص وتعمل على استثمارها، إلى جانب أنها تمارس عدة نشاطات مصرفية منها الائتمان بكافة أنواعه.

تأسست وكالة أدرار (252) في نفس العام الذي تأسس فيها بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالجزائر شهر مارس سنة 1982م، فهي تقع في وسط مدينة أدرار بساحة الشهداء، حيث يشهد هذا الموقع حركة كبيرة لاشتغاله على مختلف المراكز الحيوية والمجمعات التجارية والإدارات إلى وجود هذه الوكالة تجاورها وكالات لبنوك أخرى وهي القرض الشعبي الجزائري CPA، البنك الوطني الجزائري BNA، وليس بالبعيد يوجد بنك التنمية المحلية BDL.

¹ - مقابلة مع اطار ببنك الفلاحة والتنمية الريفية بأدرار يوم الأربعاء 11 و12-01-2017.

تشتمل وكالة أدرار (252) على 04 دوائر وهي رقان، تميمون، أدرار وأولف، وهي مقبلة على فتح أو إضافة وكالتين جديدتين واحدة بزاوية كنتة وأخرى بأوقروت لتصبح 06 دوائر، ومنذ نشأتها عملت على تمويل القطاعات المخصصة، بالأخص قطاع الفلاحة والصناعة التقليدية بالمنطقة كون هذه الأخير ذات طابع فلاحي وسياحي، إن وكالة أدرار تعمل بتوقيت مستمر على مدى 08 ساعات في اليوم من 08:00 إلى 16:30 مساءً وهي مؤسسة خدماتية اقتصادية، تعمل على جمع الأموال من المودعين وتقرضها إلى المستثمرين الفلاحين، وبذلك تكون قد ساهمت منذ نشأتها إسهاماً وافر في تنمية الفلاحة في المناطق الصحراوية، ونهضت بالقطاعات التي تمولها في ظل التطورات الحالية، وتهيكّل مصالحها وفق الشكل التالي:

الشكل رقم (05): الهيكل التنظيمي لوكالة أدرار 252.



المصدر: مستخرج من وثائق المدير

المطلب الثالث: عرض الخدمات البنكية لبرك بدر وكالة أدرار.

فيما سبق تميزت سياسة الخدمة البنكية في مختلف البنوك التجارية الجزائرية بأن تصميمها كان بعيداً عن كل دراسة أو مقارنة تسويقية نظراً لكونها أداة تستعملها السلطات العمومية في تحقيق بعض الأهداف الاقتصادية والاجتماعية وغيرها ولكن في الآونة الأخيرة تشهد تحولاً معتبراً للكثير من البنوك التجارية في عرض منتجات مختلفة ومتنوعة والذي تفسره بالتحويلات التي طرأت على القطاع البنكي (إصلاحات النظام البنكي).

وكون بنك (BADR) أحد هذه البنوك التجارية وسعيًا منه للقيام بالمهام المكلف بها، يحاول خلق وإطلاق خدمات أو منتجات كثيرة ومتنوعة، نحاول استعراضها في الآتي:

الفرع 01: منتجات المدنيين

1. حسابات الصكوك: هي حسابات مفتوحة للأشخاص الطبيعيين أو المعنويين الذين لا يمارسون أي نشاط تجاري، هذا الحساب لا ينتج فائدة ويمكن لصاحبه سحب أي مبلغ في أي وقت وبدون إشعار مسبق.
2. الحساب الجاري البنكي: يفتح هذا الحساب للأشخاص الطبيعيين أو المعنويين وهي حسابات مرتبطة بالأنشطة التجارية.

3. ودائع لأجل ثابتة: هذه الحسابات مفتوحة لصالح الأشخاص الراغبين في الحصول على الفوائد مقابل تجميد مبلغ معين ولا يمكن لصاحب الحساب السحب قبل نهاية المدة المحدودة وينقسم هذا الحساب إلى قسمين:
- ودائع تحت الطلب: هي ثلاثة أنواع، ودائع اسمية للحامل ومجهولة.
- سند الصندوق: هي سندات اسمية يقدمها البنك لمكتب السند لمدة لا تقل عن ثلاثة أشهر ولا تزيد عن أربع سنوات وبمعدل تناسبي مع مدة الإيداع.
4. دفاتر الادخار: من بين أهم دفاتر الادخار التي يتميز بها بنك (BADR) نذكر دفتر إيداع الأشبال (L.E.J) وهو دفتر يمكن فتحه بصفة خاصة للشباب دون 19 سنة عن طريق ممثلهم الشرعيين، وهو منتج لفوائد محددة حالياً بـ 7.5% ويكون أول مبلغ لفتحه 500 دج لازمة وعند بلوغ صاحب الدفتر الأهلية القانونية يمكن له الاستفادة من قرض بنكي قد يصل إلى 2000.000 دج.
- وهناك نوعان من دفاتر الادخار:
- * دفتر حساب التوفير بدون و بفائدة : يفتح لفائدة الأشخاص الطبيعيين من أجل ادخار أموالهم ، يعطي هذا الحساب لصاحبه الحق في السحب في أي وقت و في أي مكان و كذلك الأمر بالنسبة لعملية الإيداع إلا أن هناك بعض الاستثناء في حالة ما إذا كان السحب مثلاً خارج الوكالة ففي هذه الحالة يسمح له بسحب 50 00000 دج في الأسبوع ، و تجدر الإشارة أنه هذا الحساب مخصص له بطاقة بنكية تسمى "بطاقة توفير".
- * دفتر حساب التوفير بفائدة : يفتح لفائدة الأشخاص الطبيعيين تطبق عليه فائدة كل 6 أشهر، تتم عملية الإيداع في هذا الحساب سواء كان بفائدة الأشخاص أو بدون تطبيق فائدة عن طريق ملء وثيقة الجزئي النقدي في هذه الوثيقة تستعمل في جميع الحسابات دون تحديد سقف للإيداع حيث يتقدم العميل (المودع) إلى الصندوق من أجل دفع المبلغ مع ضرورة تقديم دفتر التوفير .
- * دفتر حساب التوفير للأشبال : يفتح للأطفال الأقل من 19 سنة بدون ولي الأمر .
- تتم عملية الإيداع في هذا الحساب بطريقتين هما:
- إيداع نقدي.
- إيداع آلي نقدي : و هنا يتم اقتطاع تلقائي من راتب الولي شهرياً بناء على طلبه
- ملاحظة: " عند تجاوز الشخص سن 19 سنة ، يتقدم صاحب الحساب بطلب غلق الحساب و ذلك بأخذ المبالغ المودعة فيه أو تحويلها لحساب آخر في حالة فتح الحساب "
5. حسابات مؤقتة: تفتح لصالح الأشخاص الذين يقومون بعمليات بنكية سريعة.
6. حسابات أجنبية بالدينار قابلة للاستبدال: هي حسابات مفتوحة للأشخاص الحاملين للجنسية الأجنبية وتنتج هذه الحسابات فوائد.
7. حسابات بالعملة الصعبة: مفتوحة لكل الأشخاص سواء المقيمين داخل البلاد أو خارجها وهذا الحساب تنتج عنه فوائد.

8. المنتجات النقدية: البطاقة البنكية (BADR) حيث أصدر بنك الفلاحة والتنمية الريفية هذه البطاقة في إطار تطوير خدماته وذلك من أجل تحقيق رضا عملائه حيث تسمح هذه البطاقة لمستعملها لقيام بعمليات السحب اليومية من أي وكالة لبنك البدر كما تسمح بدفع المشتريات لدى التجار، ويتم ذلك عن طريق الموزعات الآلية وعليه فيها بطاقة صالحة للسحب والدفع للأموال في نفس الوقت عكس البطاقات البنكية الأخرى الصالحة للسحب فقط، نذكر منها على سبيل المثال:
- بطاقة الدفع CIB**: يستخدم بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالإضافة إلى بطاقة السحب بطاقة دفع كذلك تسمى CIB، وهي عبارة عن بطاقة بنكية تستخدم في عمليات التبادل، وهي خاصة بجميع البنوك، تأخذ نفس مواصفات بطاقة CBRI، إلا أن مدة صلاحية هذه البطاقة عامين ابتداءً من تاريخ إنشائها حيث يمكن استخدامها ما بين المصارف فهي بطاقة مواصلة بشبكة النقد ما بين المصارف وجهاز الدفع الإلكتروني (TPE)، ونميز نوعين من هذه البطاقة هما:
- البطاقة الكلاسيكية: خاصة بالأجراء.
 - البطاقة الذهبية: خاصة بالتجار.
- مزايا بطاقة CIB**: تحقق هذه البطاقة المزايا التالية:
- سهولة الاستعمال
 - مرحلة للوقت.
 - تمنح فرصة الدفع المستحقات والاحتياجات الخاصة.
 - سحب الأموال على مدى الأسبوع وفي كل الساعة .
 - توفر حماية جيدة لكونها بطاقة رقمية.
- بطاقة السحب TAWFIR**: خاصة لحاملي دفاتر التوفير
- هي بطاقة بلاستيكية تستخدم لسحب النقود، وهي تمثل خدمة مقدمة لزبائن البنك، فالبنك يمنح بطاقة بنكية للزبون الذي له دفتر ادخار خاص به في البنك، ويكون هذا الدفتر في حركة دائمة ومستمرة.
- وقد تم إنشائها كبطاقة سحب خاصة ببنك الفلاحة والتنمية الريفية في سنة 2012 وهو البنك الوحيد الذي يملك هاته البطاقة، وأطلق عليها اسم بطاقة TAWFIR.
9. خدمة بدر اتصال: وهي خدمة متمثلة في إنشاء مركز خاص باستقبال انشغالات الزبائن واستفساراتهم مثل: كيفية فتح حساب بنكي وكيفية الحصول على قرض والاستفسار عن جميع الخدمات التي يقدمها البنك.. الخ، هذا المركز يعمل من الأحد إلى الخميس من الساعة الثامنة صباحاً إلى الرابعة والنصف مساءً. رقم الهاتف: 021428428 .
10. خدمة نقطة الدفع الإلكتروني: وهو جهاز يتحصل عليه التاجر من البنك عن طريق إمضاء عقد بين الطرفين وذلك من أجل تسوية عملية البيع الإلكتروني وذلك باستعمال بطاقة الكلاسيكية CIB.
11. خدمة بدر نت BADR NET: وهو عقد بين الزبون والبنك من أجل كشف حساب عن طريق الانترنت، وبالنسبة للتجار تمكنهم هذه الخدمة من دفع أجور مستخدميهم.

✓ **الزبون:** هو صاحب الحساب الذي له الحق في إبرام العقد مع البنك للاستفادة من خدمات بدران، كما يمكنه تعيين متصرف لهذا الحساب للقيام ببعض العمليات بواسطة هذه الخدمة.

✓ **المتصرف:** يعين من طرف صاحب الحساب للقيام ببعض العمليات عن طريق بدران.

شروط الاستفادة :

❖ أن يكون للزبون حساب أو عدة حسابات جارية لدى البنك.

❖ أن لا يكون الحساب بدون رصيد.

❖ أن لا يكون لدى الزبون منازعات مصرفية مع البنك.

❖ أن يتقدم بطلب رسمي للاشتراك.

❖ أن يلتزم بالعقد الذي يبرم مع البنك.

12. التأمين المصرفي: وهو عقد بين طرفين المؤمن والمؤمن له، يقوم بموجبه المؤمن بالتعويض في حالة

الضرر مقابل دفع مبلغ مالي من طرف المؤمن له.

أهميته بالنسبة للبنك: يعتبر التأمين كضمان للقرض وتقوم الشركة بالتعويض بدلاً عنه في حالة الضرر،

يساهم في زيادة نسبة الأمان واستمرارية نشاط المقرض ويحافظ أيضاً على جميع ممتلكات الزبون من

الضياع وفي حالة الموت أو الإعاقة الكلية فإن الشركة تقوم محل الزبون عن الورثة.

الفرع 02: منتجات الدائيين.

1. قروض الاستثمار: هي القروض الموجهة لتمويل مشروع استثماري أو توسيع مشروع قائم فعلاً وهي

متوسطة أو طويلة المدى من 5 إلى 7 سنوات بمعدل يبلغ حالياً 6.5% وتتمثل في:

■ **قرض التحدي:** إن قرض التحدي هو قرض استثماري مدعم لإنشاء المستثمرات الفلاحية الجديدة

وتربية المواشي واستصلاح الموجودة، سواء المملوكة للخوادم أو تلك التابعة للأملاك الخاصة للدولة.

يوجه هذا القرض إلى جميع المشاريع الاستثمارية الموافق عليها في إطار برنامج الاستصلاح من طرف

الهيئات المختصة لوزارة الفلاحة لاسيما الديوان الوطني للأراضي الفلاحية ويمكن الإشارة إلى أهم النشاطات

المندرجة في هذا السياق والتي يتم تمويلها بواسطة قرض التحدي:

- أشغال، تحضير تهيئة وحماية الأراضي.

- تطوير السقي الفلاحي.

- إنشاء، تجهيز وعصرنة المستثمرات الفلاحية.

- تدعيم قدرات الإنتاج.

- تثمين المنتوجات الفلاحية، وتربية المواشي.

- حماية وتطوير الثروة الحيوانية والنباتية.

- اقتناء عوامل ووسائل الإنتاج.

- إنجاز المنشآت الخاصة بتخزين، تحويل وتعليب المنتوجات الفلاحية.

- الانتاج الحرفي.

2. قروض الاستغلال: تتمثل فيما يلي:

*القرض الرفيق:

يعد القرض الرفيق من أفضل السبل التي من خلالها جسدت السلطات العمومية دعمها للقطاع الفلاحي، وقد جاءت تطبيقاً لقانون التوجيه الفلاحي الصادر بتاريخ 02 أوت 2008 وذلك بعد إبرام اتفاقية بين وزارة الفلاحة من جهة وبنك الفلاحة والتنمية الريفية من جهة أخرى بتاريخ 05 أوت 2008.

ويعتبر القرض الرفيق قرض موسمي يقدمه البنك للفلاح لتمويل نشاطه الفلاحي الموسمي خلال السنة.

أما أهم النشاطات التي يشتملها القرض الرفيق:

-النشاط الفلاحي بشتى أشكاله ، حبوب، خضر و فواكه، الزراعة الصناعية..

- تربية الحيوانات بكل أنواعها "الدواجن، الأبقار، المواشي... الخ.

-تمويل العلف بالنسبة لمربي المواشي.

-نشاطات التعاونيات الفلاحية، التجمعات، الجمعيات، فيدراليات أو وحدات مصالح فلاحية.

وتتحمل الخزينة العمومية أعباء فوائد هذا القرض كاملة في حالة ما إذا إلترم المستفيد منه بتسديده في الوقت المناسب.

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة.

سيتم في هذا المبحث إجراء دراسة ميدانية للتعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصال المستخدمة في البنوك الجزائرية وقد تم إختيار بنك الفلاحة والتنمية الريفية بأدرار كنموذج للقيام بهذه الدراسة، حيث سنقوم بجمع وتحصيل المعلومات الضرورية التي تمكننا من معرفة واقع جودة الخدمات المصرفية للبنك محل الدراسة، وعليه سيتضمن هذا الجزء مختلف مراحل انجاز دراستنا الميدانية بدءا ب استعراض أدوات الدراسة المعتمد عليها وصولا إلى نتائجها.

المطلب الأول: تصميم الدراسة الميدانية

ويشمل هذا المطلب عرض مفصل لأدوات الدراسة الميدانية وإجراءات تحضير الإستمارة ضف إلى ذلك الأدوات الإحصائية المعتمد عليها، وقد تم إختيار عينة للدراسة متكونة من 20 فرد من مختلف الفئات، وتخص بالأساس الزبائن المتعاملين مع بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة أدرار-.

الفرع 01: أدوات الدراسة الميدانية

• اعتمدنا في دراستنا على مجموعة من الأدوات منها:

1. المقابلات الشخصية: من أجل الحصول على معلومات دقيقة وذات مصداقية قمنا بمقابلة بعض الموظفين من خلال طرح بعض الأسئلة الشفوية المتعلقة بموضوع الدراسة وتدوينها ثم استعملها في مختلف أجزاء الدراسة الميدانية.

2. الملاحظة: خلال فترة التريص سجلنا عدة ملاحظات عن نشاط البنك محل الدراسة مثل:

علاقات الموظفين مع بعضهم، كثافة النشاط، كيفية معاملة الموظفين للمستفيدين ودرجة تعاطف معهم...إلخ.

3. الوثائق الداخلية: حيث قمنا باستخدام مختلف الوثائق الداخلية المعمول بها من طرف البنك.

4. الاستبانة: وهي من أكثر الأدوات استخداما من طرف الباحثين لجمع البيانات بشكل علمي.

• إجراءات تحضير وانجاز الاستمارة: تم تحديدها على النحو التالي:

- الجزء الأول: يتعلق بالخصائص الديموغرافية لعينة زبائن الوكالة مثل (الجنس، العمر، المستوى، المؤهل العلمي، سنوات التعامل مع المصرف، القناة الالكترونية المتعامل بها).

- الجزء الثاني: يعكس آراء عينة الزبائن حول جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف المصلحة،

ويتضمن 27 عبارة تعكس المؤشرات الخمسة الأساسية والمتمثلة في: الجوانب المادية الملموسة - الاعتمادية

- الاستجابة - الأمان - التعاطف.

أما الجزء الثالث: فيعكس مدى تأثير أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمة المصرفية

ويضم 09 عبارات، والإجابة عن العبارات الخاصة بالجزئين الثاني والثالث للاستمارة تكون وفقا لمقياس

"ليكارت" ذو ثلاث أبعاد كونه المقياس المناسب لقياس الاتجاهات والآراء ونظرا لاستخدامه في الدراسات

السابقة في هذا المجال.

جدول رقم (02): يوضح مقياس ليكارت ذو ثلاث أبعاد:

5	3.5	2.5	1	
منخفضة	متوسطة	عالية		درجة الموافقة
سلبى	متوسطة	ايجابى		مستوى التقييم

من إعداد الطالبين.

حيث يتم حصر مجال المتوسط الحسابي من خلال درجة الموافقة ومستوى التقييم وفق السلم التالي:
 من 1 إلى 2.5 درجة الموافقة عالية والتأثير ايجابي.
 من 2.6 إلى 3.5 درجة الموافقة متوسطة والتأثير متوسط.
 من 3.6 إلى 5 درجة الموافقة منخفضة والتأثير سلبى.

• الأدوات الإحصائية المستعملة:

قمنا بترميز بيانات الاستمارة وإدخالها للحاسوب وتمت الاستعانة ببعض الأدوات الإحصائية منها:

✓ استخدام التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وذلك لتقديم

وصف شامل لبيانات العينة من حيث خصائص درجة الموافقة.

✓ استخدام أساليب تحليل الارتباط لإثبات وجود علاقة ارتباط بين جودة الخدمات المقدمة وتكنولوجيا

المعلومات والاتصال المستخدمة.

الفرع 02: مجتمع وعينة الدراسة:

1. مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من جميع الزبائن الذين يتعاملون مع الوكالة البنكية محل الدراسة.

2. حجم العينة: تتكون عينة الدراسة من زبائن وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - أدرار - نظرا لكون

الزبون هو أساس وجود البنك وجوهركل وظائفه، حيث تم اختيار هذه العينة بصفة عشوائية وشملت 20 فردا

من مختلف الفئات. قد يكون عدد الأفراد المكون لعينة الزبائن صغيرا نوعا إلا أنه مبرر بالصعوبات الكثيرة

التي واجهتنا أثناء توزيع قوائم الاستبيان، حيث كان هناك اعتراضات حول الإجابة أما بسبب ضيق الوقت أو

انشغالهم بأمر أخرى وعدم اكتراثهم بمثل هذه الدراسة .

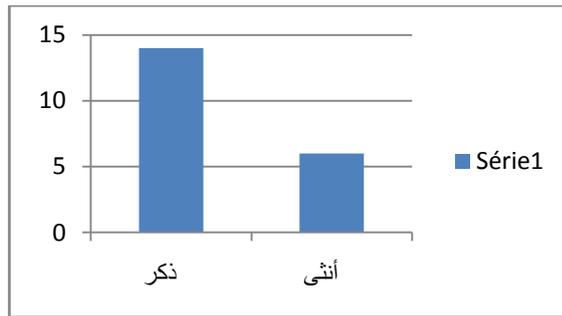
المطلب الثاني: التحليل الكمي لنتائج الاستبيان الموجه لزيائن بنك بدر - وكالة أدرار - .
ويتعلق بإعطاء وصف للزيائن عينة الدراسة بالإضافة إلى تحليل البيانات المتعلقة بتقييم الزيائن لكل من مؤشر جودة الخدمة المصرفية وتكنولوجيا المعلومات والإتصالات.
الفرع 01: وصف عينة الزيائن.

الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة .

المتغيرات	الخيارات	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	14	70%
	أنثى	6	30%
	المجموع	20	100%
العمر	أقل من 30	2	10%
	من 30 إلى 39	10	50%
	من 40 إلى 49	8	40%
	50 فأكثر	0	0
	المجموع	20	100%
المؤهل	متوسط/ ثانوي	8	40%
	جامعي	8	40%
	دراسات عليا	4	20%
	المجموع	20	100%
	أقل من سنة	0	0
الأقدمية	من 1 إلى 3 سنوات	4	20%
	من 4 إلى 6 سنوات	3	15%
	أكثر من 6 سنوات	13	65%
	المجموع	20	100%
	أقل من سنة	0	0
فئة التعامل	الصراف الآلي	9	45%
	المواقع الإلكترونية	4	20%
	كلاهما	7	35%
	المجموع	20	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS.

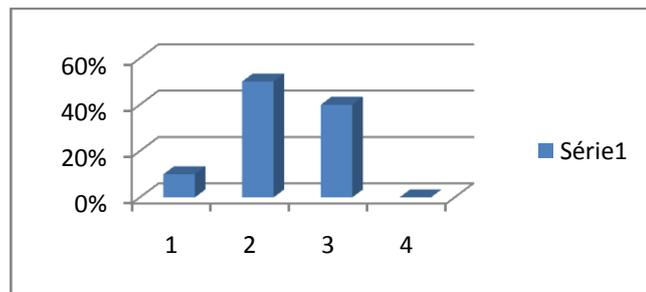
الشكل رقم (06): للجنس المستجوب.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على برنامج EXEL

بعد جمع الإجابات جاء هيكل البنية مكوناً 14 ذكر و 6 إناث وهو ما يوافق 70 بالمائة من جنس ذكور و 30 بالمائة إناث على التوالي وهو ما يعني أن أغلب المستجيبين ذكور .

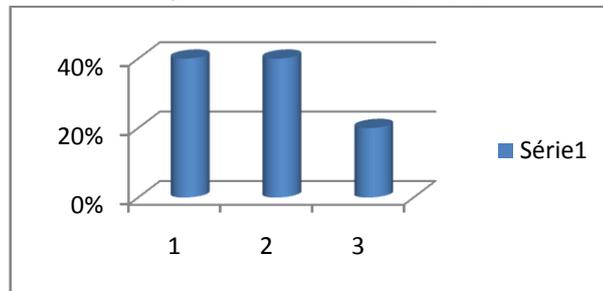
الشكل رقم (07):عمر المستجوبين.



المصدر: من إعداد الطالبتين إعتقاداً على نتائج برنامج EXEL.

ما يمكن ملاحظته من خلال توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر هو النسبة العالية للفئة العمرية من (30 - 39) حيث تمثل نسبة 50 بالمائة من عينة الدراسة، وهو ما يوضح بوجود سياسات في البنك لدعم الشباب وتمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة، كما سجلت الفئة التي تقع أعمارهم ما بين 40 إلى 49 سنة نسبة 40 بالمائة مما يعني أنهم لهم إقبالا على خدمات الوكالة.

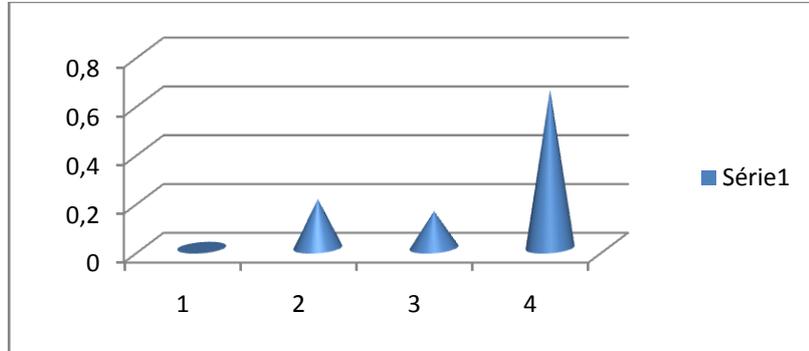
الشكل رقم (08): المستوى التعليمي للمستجوبين.



المصدر: من إعداد الطالبتين إعتقاداً على برنامج EXEL.

من خلال الجدول يتضح أن هناك ثلاث مستويات تعليمية تمثل عينة الدراسة ويلاحظ أن نسبة 40% من أفراد عينة الدراسة بمستوى تعليمي جامعي أو مستوى متوسط/ ثانوي ليأتي بعد ذلك مستوى شهادات عليا بنسبة 20%.

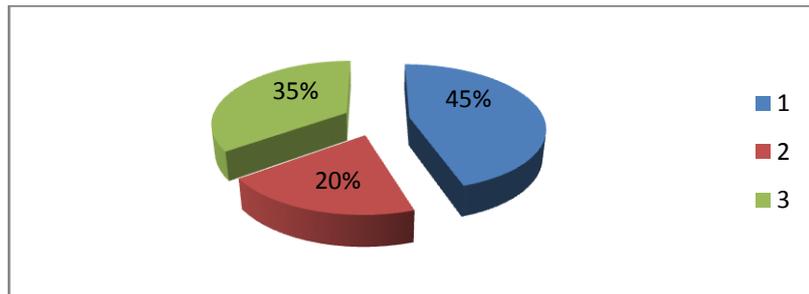
الشكل رقم (09): سنوات تعامل المستجوبين مع البنك.



المصدر: من إعداد الطالبتين إعتاماداً على برنامج EXEL.

من الجدول يتضح أن معظم سنوات تعامل الزبائن مع البنك كانت أكثر من 6 سنوات بنسبة 65 بالمائة، وهو ما يدل على كثافة نشاط البنك أهميته القطاع الاقتصادي.

الشكل رقم (10): القناة المتعامل بها من طرف المستجوبين.



المصدر: إعداد الطالبتين إعتاماداً على برنامج EXEL.

من خلال نتائج الجدول لوحظ أن القناة الالكترونية المتعامل بها بكثرة هي الصراف الالكتروني بنسبة 45% ثم تليها (الصراف الآلي+الموقع الالكتروني) بنسبة 35%، ليأتي بعدها المواقع الالكترونية وحدها بنسبة 20%.

الفرع 02: تحليل البيانات المتعلقة بتقييم الزبائن لجودة الخدمة المصرفية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال المستخدمة لتقديمها.

❖ أولاً/ تحليل البيانات المتعلقة بتقييم الزبائن لجودة الخدمة المصرفية.

الجدول رقم (04): يوضح تقييم عينة الزبائن لمؤشر الجوانب المادية الملموسة.

رقم العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التأثير	درجة الموافقة
06	1.65	0.489	إيجابي	عالية
07	1.85	0.587	إيجابي	عالية
08	2.50	0.688	إيجابي	عالية
09	3.00	0.795	متوسط	متوسطة
10	2.75	0.910	متوسط	متوسطة
11	3.45	1.050	متوسط	متوسطة
12	2.75	0.967	متوسط	متوسطة
الجوانب المادية الملموسة	2.56	0.69	متوسط	متوسطة

المصدر: من إعداد الطالبتين بناءً على مخرجات برنامج SPSS.

يوضح الجدول أعلاه الوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة وذلك بالنسبة لكل عبارة من

العبوات حيث بلغت المتوسطات على التوالي:

"1.65"، "1.85"، "2.50"، "3.00"، "2.75"، "3.45"، "2.75"

والانحرافات على التوالي: "0.489"، "0.587"، "0.688"، "0.795"، "0.910"، "1.050"، "0.967"، وهي

مقاييس تعكس مؤشر الجوانب المادية الملموسة ، وجاء المعدل العام للمتوسطات الحسابية والانحرافات

المعيارية لهذه العبارات والتي تحدد تقييم الزبائن لجودة الخدمات المصرفية فقدرت ب (2.56) مما يعكس

درجة متوسطة من الموافقة بتأثير متوسط وبإجماع أفرد العينة، كما يدل عليه الانحراف المعياري الذي قدر ب

(0.69) والذي يقيس مقدار تشتت إجابات الزبائن نسبة إلى الدرجة الوسطية. كما نلاحظ أن العبارة الحادية

عشر حصلت على أكبر متوسط حسابي (3.45) الذي يقع في الفئة الثانية من مقياس ليكارت ذو ثلاث

أبعاد في حدود المجال [2.6 - 3.5] بدرجة موافقة متوسطة وبتشتت قدره [1.050] مما يدل على أن الزبائن

يقيمون الجانب المادي الملموس تقييماً لا بأس به.

الجدول رقم (05): يبين تقييم عينة الزبائن لمؤشر الاعتمادية.

رقم العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التأثير	درجة الموافقة
13	2.45	0.686	إيجابي	عالية
14	2.50	0.827	إيجابي	عالية
15	2.35	0.745	إيجابي	عالية
16	2.00	0.858	إيجابي	عالية
17	2.00	0.459	إيجابي	عالية
18	3.10	0.968	متوسط	متوسطة
الإعتمادية	2.4	0.6975	إيجابي	عالية

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

يوضح الجدول أعلاه المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة وذلك بالنسبة لكل عبارة من العبارات الستة التي تعكس مؤشر الإعتمادية وجاء المعدل العام للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لهذه العبارات والتي تحدد تقييم الزبائن لجودة الخدمات المصرفية من ناحية الإعتمادية فقدرت ب (2.4) مما يعكس درجة عالية من الموافقة بتأثير إيجابي وبإجماع أفولد العينة، كما يدل عليه الانحراف المعياري الذي قدر ب (0.69) والذي يقيس مقدار تشتت إجابات الزبائن نسبة إلى الدرجة العالية. وزيادة على ذلك نلاحظ أن العبارات {13-14-15-16-17} حصلت على التوالي على متوسط حسابي قدر ب: {2.45-2.50-2.35-2.00-2.00} الذي يقع في الفئة الأولى من فئات مقياس ليكارت ذو ثلاث أبعاد في حدود المجال [1-2.5] بدرجة موافقة عالية بتأثير إيجابي، وبتشتت قدره: {0.68-0.82-0.74-0.85-0.45}.

وهذا يبين أن الزبائن المستبنيين يقيمون جودة الخدمات المصرفية حسب مؤشر الإعتمادية تقييماً جيداً.

الجدول رقم (06): يبين تقييم عينة الزبائن لمؤشر الاستجابة.

رقم العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التأثير	درجة الموافقة
19	2.65	0.875	متوسط	متوسطة
20	2.55	1.050	متوسط	متوسطة
21	2.30	470,0	إيجابي	عالية
22	2.40	0.598	إيجابي	عالية
الإستجابة	2.475	0.69	إيجابي	عالية

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS.

يوضح الجدول أعلاه المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة وذلك بالنسبة لكل عبارة من العبارات الأربعة التي تعكس مؤشر الإستجابة، حيث بلغت المتوسطات الحسابية على التوالي: { -2.65 -2.55 -2.30 -2.40}، والانحرافات على التوالي: {0.87 -1.050 -0.470 -0.598} ، وجاء المعدل العام للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعبارات الأربعة التي تحدد تقييم جودة الخدمة المصرفية من ناحية مؤشر الاستجابة ب (2.47) مما يعكس درجة عالية بتأثير إيجابي وبإجماع أفولد العينة، كما يدل عليه الانحراف المعياري الذي قدر ب(0.69) والذي يعكس يقيس مقدار تشتت إجابات الزبائن نسبة إلى الدرجة العالية.

وهذا يبرز أن المصرف يقدم خدمات مصرفية ذات جودة عالية حسب مؤشر الإستجابة.

الجدول رقم (07): يوضح تقييم عينة الزبائن لمؤشر الامان.

رقم العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التأثير	درجة الموافقة
23	1.85	0.671	إيجابي	عالية
24	2.00	0.725	إيجابي	عالية
25	2.05	0.686	إيجابي	عالية
26	2.75	0.716	متوسط	متوسطة
27	2.05	0.686	إيجابي	عالية
الأمان	2.14	0.642	إيجابي	عالية

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS.

يوضح الجدول أعلاه المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة وذلك بالنسبة لكل عبارة من العبارات الخمسة التي تعكس مؤشر الأمان. حيث جاء المعدل العام للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الأمان التي تحدد تقييم الزبائن لجودة الخدمة المصرفية من ناحية هذا المؤشر فقدر ب(2.14) مما يعكس درجة عالية بتأثير إيجابي لإجابات أفولد العينة، كما يدل عليه الانحراف المعياري الذي قدر ب(0.64) والذي يقيس مقدار تشتت إجابات الزبائن نسبة إلى الدرجة العالية، كما نلاحظ أن العبارات كلها تقريبا متساوية ذات درجة موافقة عالية في حدود المجال [1 - 2.5] حسب المقياس المستخدم في الدراسة. عدا العبارات 26 فهي تعكس درجة متوسطة بمتوسط حسابي قدره (2.75) وانحراف معياري بمقدار (0.71) ، هذا يبرز أن غالبية أفراد العينة توافق على أن الخدمات المصرفية المقدمة إليهم لا بأس بها نسبياً وهذا حسب مؤشر الأمان.

الجدول رقم (08): يوضح تقييم عينة الزبائن لمؤشر التعاطف.

رقم العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التأثير	درجة الموافقة
28	2.30	0.801	إيجابي	عالية
29	2.10	0.553	إيجابي	عالية
30	2.30	0.923	إيجابي	عالية
31	2.45	0.887	إيجابي	عالية
32	2.20	0.616	إيجابي	عالية
التعاطف	2.27	0.714	متوسط	متوسطة

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS.

يوضح الجدول أعلاه المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة وذلك بالنسبة لكل عبارة من العبارات الخمسة التي تعكس مؤشر التعاطف. وجاء المعدل العام للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لهاته العبارات التي تحدد تقييم الزبائن لجودة الخدمة المصرفية من ناحية مؤشر التعاطف فقدر ب (2.27) مما يعكس درجة متوسطة من الموافقة بتأثير إيجابي وبإجماع أفيد العينة، كما يدل عليه الانحراف المعياري الذي قدر ب (0.71) والذي يقيس مقدار تشتت إجابات الزبائن نسبة إلى الدرجة الوسطية. رغم ذلك نلاحظ في العبارة 31 تحصلت على أكبر متوسط حسابي قدر ب (2.45)، الذي يقع في الفئة الأولى من فئات مقياس الدراسة في حدود المجال [1 - 2.5] الدالة على درجة موافقة عالية، وهذا يبين أن البنك يقدم خدمات مصرفية ذات جودة عالية حسب مؤشر التعاطف.

❖ ثانيا/ تحليل البيانات المتعلقة بتقييم الزبائن لأثر أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمة المصرفية:

الجدول رقم (09): يوضح تقييم عينة الزبائن لبعد الأجهزة والمعدات.

رقم العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التأثير	درجة الموافقة
33	2.40	0.598	إيجابي	عالية
34	2.30	0.801	إيجابي	عالية
35	2.55	1.099	إيجابي	عالية
الأجهزة والمعدات	2.41	0.78	إيجابي	عالية

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS.

يوضح الجدول أعلاه الوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة وذلك بالنسبة لكل عبارة من العبارات الثلاث حيث بلغت المتوسطات على التوالي: "2.40"، "2.30"، "2.55"، التي تقع في الفئة الأولى من مقياس ليكارت ذو ثلاث أبعاد في حدود المجال [1 - 2.5] بدرجة موافقة عالية وبتشتت قدره: "0.598"، "0.801"، "1.099" على التوالي وهي مقاييس تعكس بعد الأجهزة المعدات ، وجاء المعدل العام للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لهذه العبارات والتي تحدد تقييم الزبائن لجودة الخدمات المصرفية فقدرت ب (2.41) مما يعكس درجة عالية من الموافقة بتأثير إيجابي وبإجماع أفيلد العينة، كما يدل عليه الانحراف المعياري الذي قدر ب (0.78) والذي يقيس مقدار تشتت إجابات الزبائن نسبة إلى الدرجة العالية وهذا يدل على وجود أثر لبعدها الأجهزة والمعدات في تقديم خدمة مصرفية ذات جودة عالية

الجدول رقم (10): يوضح تقييم عينة الزبائن لبعدها الإنترنت.

رقم العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التأثير	درجة الموافقة
36	2.25	0.851	إيجابي	عالية
37	2.75	1.020	متوسطة	متوسط
الإنترنت	2.5	0.90	إيجابي	عالية

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS.

بلغت المتوسطات الحسابية لهذه العبارات على التوالي: "2.25"، "2.75"، التي تقع في الفئة الأولى للعبارة 36 والفئة الثانية بالنسبة للعبارة 37 وهذا وفق مقياس ليكارت ذو ثلاث أبعاد في حدود المجال [1 - 2.5] و [2.6 - 3.5] على التوالي بدرجة موافقة عالية ومتوسطة وبتشتت قدره (0.85) و (1.020)، وجاء المعدل العام للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لهذه العبارات والتي تحدد تقييم الزبائن لأثر أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمات المصرفية فقدرت ب (2.5) مما يعكس درجة عالية من الموافقة بتأثير إيجابي وبإجماع أفيلد العينة، كما يدل عليه الانحراف المعياري الذي قدر ب: (0.90) والذي يقيس مقدار تشتت إجابات الزبائن نسبة إلى الدرجة العالية وهذا يدل على وجود أثر إيجابي لبعدها الإنترنت المستخدم في تقديم خدمة مصرفية ذات جودة عالية.

الجدول رقم (11): يوضح تقييم عينة الزبائن لبعدها الاتصالات.

رقم العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التأثير	درجة الموافقة
38	2.25	0.786	إيجابي	عالية
39	2.35	0.933	إيجابي	عالية
الاتصالات	2.3	0.83	إيجابي	عالية

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS.

بلغت المتوسطات الحسابية لهاتين العبارتين على التوالي: "2.25"، "2.35"، التي تقع في الفئة الأولى من فئات مقياس ليكارت ذو ثلاث أبعاد في حدود المجال [1 - 2.5] بدرجة موافقة عالية وبتشتت قدره (0.78) و(0.93) على التوالي، وجاء المعدل العام للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لهما بـ: (2.3) مما يعكس درجة عالية من الموافقة بتأثير إيجابي وبإجماع أفولد العينة، كما يدل عليه الانحراف المعياري الذي قدر بـ (0.83) والذي يقيس مقدار تشتت إجابات الزبائن نسبة إلى الدرجة العالية وهذا يبين أن لبعد الإتصالات أثر إيجابي في تقديم الخدمات المصرفية للمنتفعين .

الجدول رقم (12): يوضح تقييم عينة الزبائن لبعد كفاءة الموارد البشرية:

رقم العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التأثير	درجة الموافقة
40	1.80	0.523	إيجابي	عالية
41	2.25	0.716	إيجابي	عالية
كفاءة الموارد البشرية	2.025	0.573	إيجابي	عالية

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS.

يوضح الجدول أن المتوسطات الحسابية لهذه العبارات بلغت على التوالي: "1.80"، "2.25"، التي تقع في الفئة الأولى وهذا وفق مقياس ليكارت ذو ثلاث أبعاد في حدود المجال [1 - 2.5] بدرجة موافقة عالية وبتشتت قدره (0.52) و(0.71)، وجاء المعدل العام للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لهذه العبارات والتي تحدد تقييم الزبائن لأثر بعد كفاءة الموارد البشرية على جودة الخدمات المصرفية فقدرت بـ (2.02) مما يعكس درجة عالية من الموافقة بتأثير إيجابي وبإجماع أفولد العينة، كما يدل عليه الانحراف المعياري الذي قدر بـ (0.57) والذي يقيس مقدار تشتت إجابات الزبائن نسبة إلى الدرجة العالية وهذا يدل على وجود أثر إيجابي لهذا البعد.

من خلال النتائج المتحصل عليها حسب توجه آراء العينة تبين أن هناك أثر إيجابي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمة المصرفية بمختلف أبعادها (الإعتمادية، الإستجابة، الأمان، التعاطف)، ما عدا البعد الأول (الجوانب المادية الملموسة) الذي كانت فيه مختلف آراء العينة ذات درجة موافقة متوسطة. لذا وجب على البنك ضرورة أخذ هذا البعد بعين الاعتبار لتحسين صورتها وتؤمن التواصل مع الزبائن كمؤشر للجودة.

المطلب الثالث: النتائج والمناقشة

لإختبار فرضيات البحث تمّ الإعتماد على معامل الارتباط وفق الآتي:

الفرضية الأولى: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وجودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية- وكالة أدرار.-

الفرضية الثانية: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وجودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية- وكالة أدرار.-

حيث قمنا بحساب معامل الارتباط بيرسون لمعرفة درجة الارتباط بين عبارات المحور الثاني والثالث وجودة الخدمات المصرفية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم(13): قيم الدلالة الإحصائية، ومعامل إرتباط بيرسون لعبارات المحور الثاني(مؤشرات الجودة) بالدرجة الكلية لجودة الخدمة المصرفية.

رقم العبارة	معامل الارتباط	قيم الدلالة الإحصائية
06	0.482*	0.031
07	0.857**	0.000
08	0.892**	0.000
09	0.927**	0.000
10	0.932**	0.000
11	0.927**	0.000
12	0.863**،0	0.000
13	0.883**	0.000
14	0.929**	0.000
15	0.906**	0.000
16	0.892**	0.000
17	0.761**	0.000
18	0.961**	0.000
19	0.928**	0.000
20	0.936**	0.000
21	0.843**	0.000
22	8.864**	0.000
23	0.772**	0.000

0.000	0.927**	24	مؤشر الأمان
0.000	0.915**	25	
000,0	0.900**	26	
0.000	0.915**	27	
0.000	0.931**	28	مؤشر التعاطف
0.000	0.856**	29	
0.000	0.902**	30	
0.000	0.946**	31	
0.000	0.897**	32	

المصدر: من إعداد الطالبتين بناءً على مخرجات SPSS.

يتضح من خلال الجدول أن قيم معامل ارتباط كل عبارة مع العبارات مع جودة الخدمات المصرفية موجبة في حدود المجال [0.7-1] ودالة إحصائية عن مستوى الدلالة 0.01 فأقل مما يدل على أن هناك علاقة ارتباط قوية وطردية بينهما، عدالعبارة الأولى التي تعكس مؤشر الجوانب المادية الملموسة فهي دالة عند مستوى الدلالة 0.05 .

كما يتضح لنا من نتائج التحليل الإحصائي أن قيم الدلالة الإحصائية لكل هذه العبارات أقل من 0.05 وبالتالي نقر بوجود علاقة طردية في المدى الطويل بين مؤشرات الجودة وجودة الخدمات المصرفية في بنك بدر - وكالة أدرار -.

جدول رقم (14): قيم الدلالة الإحصائية، ومعامل ارتباط بيرسون لعبارات المحور الثالث (أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات) بالدرجة الكلية لجودة الخدمة المصرفية.

رقم العبارة	معامل الارتباط	قيم الدلالة الإحصائية
33	0.840**	0.000
34	0.929**	0.000
35	0.942**	0.000
36	0.854**	0.000
37	0.941**	0.000
38	0.905**	0.000
39	0.951**	0.000
40	0.791**	0.000
41	0.884**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين بناءً على مخرجات SPSS.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن قيم معامل إرتباط كل عبارة من العبارات مع محور جودة الخدمات المصرفية موجبة في حدود المجال [1-0.7] ودالة إحصائية عن مستوى الدلالة 0.01 فأقل مما يدل على وجود علاقة قوية طردية بينهما.

كما يتضح لنا من نتائج التحليل الإحصائي أن قيم الدلالة الإحصائية لكل هذه العبارات أقل من 0.05 وبالتالي نقر بوجود علاقة طردية في المدى الطويل بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وجودة الخدمات المصرفية، أي كلما توفرت الأجهزة والمعدات والإنترنت والاتصالات وتم إستغلالها بصفة جيدة من طرف موظفي البنك، أدى ذلك إلى تحسين جودة الخدمات المصرفية.

خلاصة الفصل:

لمعرفة مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمات المصرفية قمنا بإجراء دراسة ميدانية على عينة من زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية- وكالة أدرار - ، وهذا لمعرفة آرائهم ووجهات نظرهم حول الخدمات المقدمة إليهم من طرف البنك.

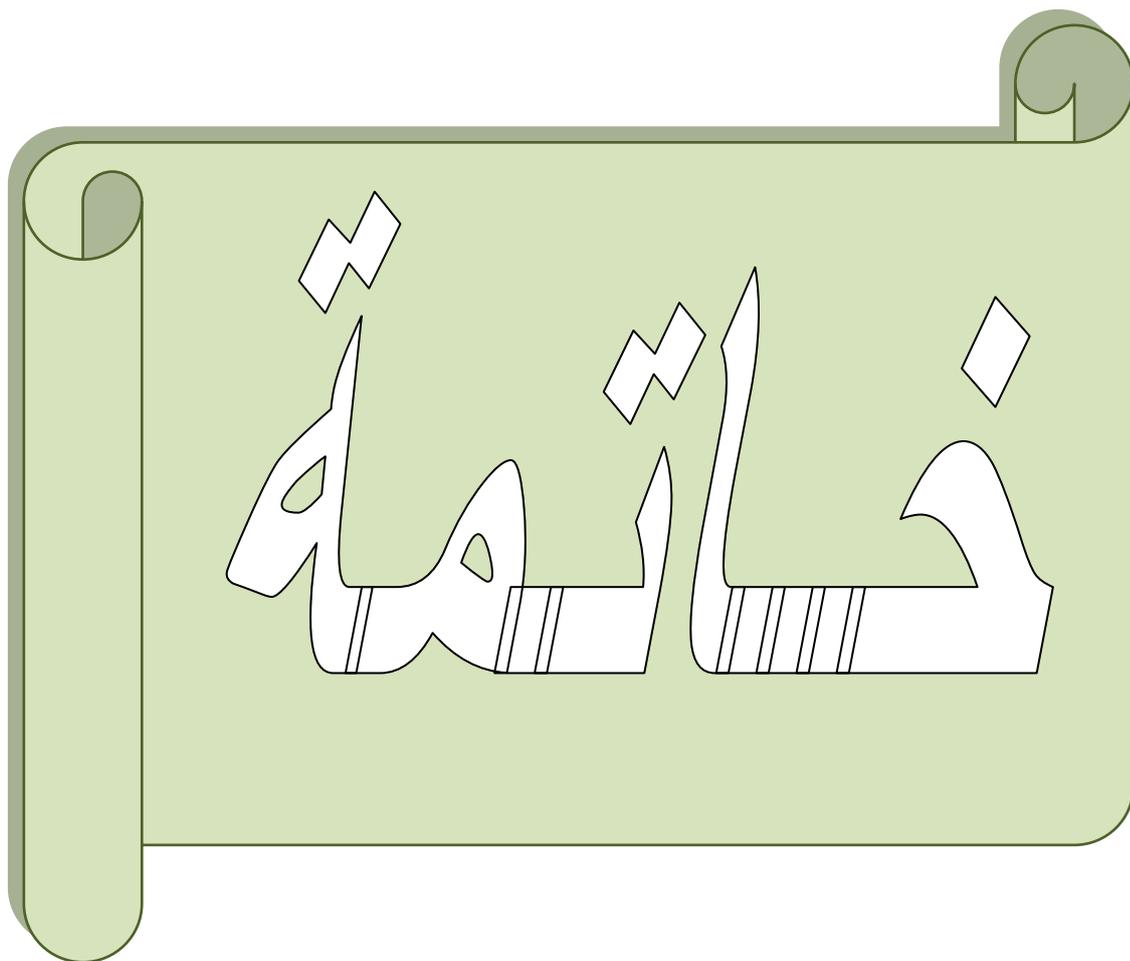
وتوصلنا من خلال هذه الدراسة التطبيقية إلى ما يلي:

يسهر البنك على توفير كفاءة وقدرة لدى مواردها البشرية من خلال الإعتماد على دورات تكوينية مستمرة مواكبة للتطورات التكنولوجية.

يسعى البنك إلى تحسين خدماته المقدمة للمنتفعين وهذا عن طريق إستخدامه لتكنولوجيا معلومات واتصالات تواكب التطور الحالي في المصارف الجزائرية.

تم التوصل إلى أن معظم عملاء البنك يدركون مدى أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير وتحسين الخدمات المصرفية.

من خلال ما بينته نتائج الدراسة تبين أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية، ووجود علاقة طردية قوية بين كل من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وجودة الخدمات المصرفية.



خاتمة:

أدركت المصارف الجزائرية ضرورة تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصالات باعتبارها وسيلة لتقديم خدمات مصرفية ذات جودة عالية وما لها من أهمية في توفير وتقليل الجهد والإستغلال الأمثل للموارد في أقل وقت ممكن، وبهذا فهي تسعى جاهدة للإرتقاء من العمل التقليدي إلى العمل المصرفي الإلكتروني عن طريق إدخالها لخدمات إلكترونية جديدة بأحدث التقنيات المصرفية، وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى أثر إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية- وكالة أدرار- وذلك من خلال معرفة آراء ووجهات نظر الزبائن المستبنيين حول مستوى جودة الخدمات المقدمة إليهم.

نتائج الدراسة:

ومن خلال هذا البحث توصلنا إلى جملة من النتائج:

تعمل البنوك على تقديم خدمات مصرفية عديدة ومتنوعة من خلال قنوات توزيعية جديدة كالموزعات الآلية بمختلف أنواعها والمواقع الإلكترونية.

أدى إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى تحسين وتطوير جودة الخدمات المصرفية.

يتم قياس جودة الخدمات المصرفية بالإعتماد على جملة من المؤشرات (الجوانب المادية الملموسة، الإعتدائية، الإستجابية، الأمان والتعاطف). إضافة إلى أربعة أبعاد رئيسية تعكس مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمات المصرفية وهي (بعد الأجهزة والمعدات، بعد الإنترنت، بعد الإتصالات، بعد كفاءة الموارد البشرية).

تسعى البنوك جاهدة إلى تحسين وترقية خدماتها المصرفية وهذا عن طريق توفير خدمات إلكترونية سريعة تعتمد على تكنولوجيا متطورة كالعامل بالأجهزة الآلية مثل: GAB.

حصرنا وسائل الدفع الحالية إلى وسائل أكثر سرعة ودقة.

العمل على إستحداث بطاقات جديدة كبطاقة التوفير الحديثة.

يقدم البنك عدد من الخدمات الإلكترونية من خلال موقعه الإلكتروني في إطار مايسمى ببدر نات، فهو يسمح للعملاء التواصل مع البنك 24 / 24 ساعة وعلى مدار سبعة أيام، ومن بين هذه الخدمات خدمة الإطلاع على الرصيد، كذا خدمة البريد الإلكتروني كتسديد الفواتير.

وكخلاصة لنتائج الدراسة يمكن القول أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة أدرار - يهدف من خلال إستخدامها المستمر لتكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى ترقية وتحسين خدماتها المصرفية، كما أكتشفنا من خلال دراستنا الميدانية طبيعة الخدمات المصرفية الإلكترونية (خدمة بدر إتصال، خدمة بدرنات) وكيفية سيرها ببنك الفلاحة والتنمية الريفية بأدرار كل هذا وذاك إن على شيء إنما يدل على وجود أثر لمختلف أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات " الإنترنت، الإتصالات، الأجهزة والمعدات، كفاءة الموارد البشرية" على جودة الخدمات المصرفية.

التوصيات:

وفي الختام نقدم بعض التوصيات لتقديم خدمة مصرفية ذات جودة

- عدم الإكتفاء بعدد محدود من الخدمات الإلكترونية، حيث يجب على البنوك التوجه نحو الإبداع وتنوع الخدمات المصرفية وخلق قنوات توزيع جيدة لجلب عملاء جدد يمكنها من إكتساب ميزة تنافسية بين البنوك.
- تحديث المصارف إلكترونياً وتكوين الإطارات والخبرات اللازمة لسيرورة أي نشاط مصرفي.
- تكوين شبكة مصرفية جديدة بين البنوك والشركات.
- ضرورة ربط المركز الرئيسي لكل بنك وفروعه بشبكة إتصال فعالة وسريعة.
- تطوير البنية التحتية للإنترنت.

آفاق البحث:

- نشير في الأخير إلى أن مجال البحث واسع و عميق و يمكن دراسته من جوانب أخرى لدى فإننا نقترح بعض المواضيع ذات الصلة بموضوع البحث و التي يمكن أن تكون عناويناً لبحوث مستقبلية كما يلي:
- دور تكنولوجيا المعلومات والإتصال في تحقيق الميزة التنافسية بين المصارف.
 - مدى مساهمة البنوك في تقديم خدمات مصرفية حديثة ومتطورة على ضوء الشريعة الإسلامية.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قائمة المصادر والمراجع

القران الكريم برواية حفص عن عاصم

الكتب:

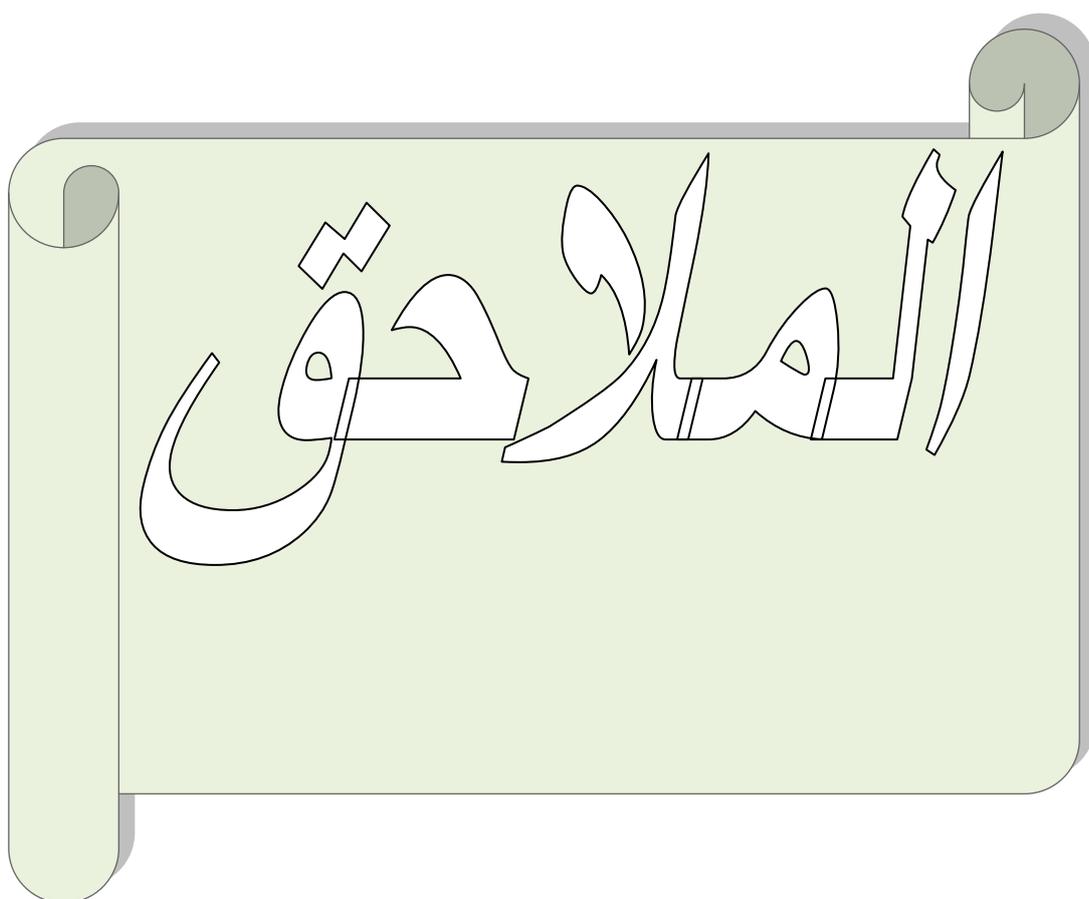
1. أبوبكر متولي، التكنولوجيا والعلاقات الاقتصادية الدولية التاثير، مكتبة عين الشمس .
2. أحمد حسين علي حسن، نظم المعلومات المحاسبية الإطار الفكري والنظم التطبيقية، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، 2002- 2003.
3. أحمد محمود عبد الفتاح رضوان، إدارة الجودة الشاملة، ط01، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، 2012.
4. تيسير مشاركة، مبادئ الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
5. تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، ط 01، دارالحامد للنشر والتوزيع، الاردن عمان، 2005.
6. ثامر ياسر البكري، استراتيجيات التسويق، بدون ط، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2008.
7. جاسم مجيد، التطورات التكنولوجية والإدارة الصناعية، مؤسسات شباب الجامعة للنشر، 2004.
8. جلال ابراهيم العبد، مقدمة في نظم المعلومات الادارية المفاهيم الاساسية والتطبيقات، الدار الجامعية الجديدة 2003.
9. جيه.س. دوروثي، إنصاف عباس، مقال عن التكنولوجيا في مجال التعلم المفتوح، رئيس قسم اللغة الانجليزية / جامعة القدس المفتوحة / فلسطين.
10. الحداد عوض، التسويق استراتيجيات التسويق المصرفي والخدمات المصرفية، بدون ط، دارالكتاب الحديث، القاهرة، 2009.
11. حسن عماد مكاوي، محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الدار العربية للنشر والتوزيع، 2009.
12. خالد وهيب الراوي، العمليات المصرفية الخارجية، ط02، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2000.
13. خري عبد الناصر، نظم المعلومات المحاسبية، ط01، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2011.
14. خضر مصباح الطيطي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، ط1، دارحامد للنشر والتوزيع، عمان ، 2012.
15. أياد عبد الفتاح النسور، الأصول العلمية للتسويق الحديث، ط 01، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن عمان، 2010.
16. دال بستر فيلد وآخرون، الرقابة على الجودة، ط01، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1995.
17. رعد حسن الصرن، عولمة جودة الخدمات المصرفية، بدون ط، دار التواصل العربي للطباعة و النشر و التوزيع ، الوراق للنشر و التوزيع، عمان، 2007.
18. سامر جلدة، البنوك التجارية والتسويق المصرفي، ط01، دارأسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.

19. سليم سعداوي، المنافسة في سوق الهاتف النقال، بدون ط، دار الحديث للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009.
20. سليمان الجبوسي. محمد الطائي، تسويق الخدمات المالية، بدون ط، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، 2010.
21. صادق راشد الشمري، إدارة المصارف الواقع والتطبيقات العملية، ط الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
22. صفيح صادق، يقور أحمد، التسويق المصرفي وسلوك المستهلك، بدون ط، مؤسسة الثقافة الجامعية، الاسكندرية، 2010.
23. صلاح الدين حسين السيبي، الحسابات والخدمات المصرفية الحديثة دراسات نظرية وتطبيقية، ط 01، دار الوسام للطباعة والنشر، بيروت لبنان 1998.
24. عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل الى وسائل الإعلام والاتصال، دار الثقافة للنشر، عمان 2011.
25. عبد العزيز عط الله المعاينة، الإدارة المدرسية في ضوء الفكر الإداري المعاصر، دار حامد للنشر والتوزيع، 2007.
26. علاء فرحان طالب، وآخرون، المزج التسويقي المصرفي وأثره في الصورة المدركة للزبائن، ط 01، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن عمان، 2010.
27. عماد عبد الوهاب الصباغ، علم المعلومات، دار العملية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، 2002.
28. محمد اسماعيل بلال، نظم المعلومات الإدارية، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع .
29. محمد الصيرفي، عبد الغاني حامد، الاتصالات الدولية ونظم المعلومات، مؤسسة النور العالمية للشؤون الجامعية.
30. محمد عبد الخالق، الإدارة المالية والمصرفية، ط 01، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الاردن، 2010.
31. محمود جاسم الصميعدي استراتيجيات التسويق مدخل كمي تحليلي، ط 01، دار الحامد، عمان، 2000.
32. محمود حسين الوادي وآخرون، إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية، ط 01، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
33. معالي فهي حيدر، نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، دار الجامعة، الاسكندرية مصر، 2002.
- الرسائل الجامعية:
34. حرية بولعويدات، استخدام تكنولوجيا الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة ماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، جامعة منتوري قسنطينة، 2008/2007.

35. مرابط مراد، أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة تدخل ضمن نيل شهادة الماستر مسار العلوم الاقتصادية، جامعة بسكرة، 2015/2014.
- المجلات:**
36. معهد الدراسات المصرفية، مجلة إضاءات (نشرة توعوية)، الكويت - يوليو 2013-، السلسلة الخامسة- العدد 12.
37. بلعاش ميادة، بن سماعيل حياة ، مشروع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد السادس عشر ديسمبر 2014 ، جامعة محمد خيضر بسكرة.
38. خلود عاصم، محمد ابراهيم، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة المعلومات وانعكاساته على التنمية الاقتصادية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد الخاص بمؤتمر الكلية 2013 .
39. خيرى علي أوسو، لؤي لطيف بطرس، تقييم مستوى جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن-دراسة إستطلاعية لآراء عينة من زبائن مصارف مدينة دھوك - مجلة تنمية الرافدين 30/89، 2008.
40. سامرقاسم، أثر تكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمة المصرفية-دراسة ميدانية على فروع المصرف التجاري السوري باللاذقية -، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية. سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (37) العدد (2) 2015.
41. عبد الزراق قاسم أحمد العلي ، أثر تقانة المعلومات في تطوير نظم عمليات المصارف العامة في سورية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية- المجلد 28- العدد الأول- 2012.
42. مركز الرياض للمعلومات والدراسات الاستشارية، البنوك تلتزم بجودة الخدمة لجميع شرائح العملاء باختلاف تصنيفاتهم الداخلية، مجلة الرياض الاقتصادي، الاربعاء 20 رجب 1437هـ - 27 أبريل 2016م- العدد 74/174.
- الملتقيات:**
43. قنيفة نورة، قرشوش أسماء، الملتقى الوطني الثاني حول الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي، عنوان المداخلة تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة بين المعطى الواقعي و المنتظر علميا، جامعة العربي بن مهدي أم البواقي جامعة سطيف 2، 5-6/مارس/2014.
44. معطى الله خير الدين، بوقمقوم محمد، المعلوماتية والجهاز البنكي - حتمية تطوير الخدمة المصرفية-، ملتقى المنظومة المصرفية والتحولات الاقتصادية- واقع وتحديات -، جامعة قلمة.

المقالات:

45. رحمه الحاج محمد الحاج، محمد نور الطاهر أحمد عبد القادر، ملخص جودة الخدمات المصرفية في البنوك السودانية، بالتطبيق على بنك فيصل الإسلامي السوداني فرع الجامعة الإسلامية أبو سعد.
46. عزالدين مالك الطيب محمد، مستخلص حول دور تكنولوجيا المعلومات في البحث العلمي في الاقتصاد الإسلامي، جامعة أم درمان الإسلامية - جمهورية السودان، 1428/2005.
47. عزيزة عبدالرحمن العتيبي، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على أداء الموارد البشرية، أكاديمية عرب بريطانيا للتعليم العالي، 2010.
48. علي كريم الخفاجي، ملخص توظيف تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية، كلية الإدارة والاقتصاد قسم إدارة الاعمال جامعة كربلاء.
49. مستخرج من وثائق خاصة بالمديرية العامة للمستخدمين التابعة لبنك BADR اعتمادا على مقابلة مع اطار في البنك بأدرار يوم الأربعاء 11 و12-01-2017 .
- المواقع الإلكترونية:
50. خالد محيسن، مقال يشمل تعريف تكنولوجيا الاتصال، متاح على موقع موضوع العربي، 5:49، 26، يوليو 2015، أطلع عليه بتاريخ 03-04-2017 على الساعة 23:18.
51. مایسة صلاح، مقال عن تقنيات الاتصال الحديثة، في 04-02-2017 على 09:24، أطلع عليه يوم 03-04-2017 على 23:47.



جامعة العقيد أحمد دراية - أدرار -
كلية العلوم الاقتصادية، تجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم تجارية
تخصص: مالية المؤسسة

إستمارة بحث بعنوان
دراسة عينية لزبائن وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - أدرار -
لتحضير مذكرة ماستر - تخصص مالية المؤسسة

من إعداد الطالبتين:

- بوندارة صليحة

- سولامي كريمة

تحية طيبة وبعد:

تحت إشراف: د. عياد ليلي

إن التقدم العلمي لا يمكن تحقيقه إلا من خلال ربط الجوانب النظرية بالجوانب الواقعية التطبيقية . وعلى إثر هذا سوف نقوم بدراسة علمية هدفها معرفة مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق جودة الخدمات المصرفية، ولقد صممنا هذه الإستبانة التي هي بين أيديكم كأداة للبحث العلمي والتي نسعى من خلالها الى التعرف على آرائكم ومقترحاتكم القيمة والمفيدة.
لذلك فإن لتعاونكم الفعال معنا أبلغ الأثر في الحصول على أفضل النتائج ، مع التأكيد بأنه سيتم التعامل مع الإجابات بالسرية التامة ولكم منا جزيل الشكر.

أولاً :

➤ البيانات الشخصية:

يرجى وضع العلامة (x) في الخانة المناسبة :

1 -الجنس :

ذكر () ، أنثى () .

2 - العمر :

أقل من 30 سنة () ، 30 -39 سنة () ، 40 - 50 سنة () . 50 سنة فأكثر .

3- المؤهل (المستوى التعليمي) :

متوسط/ ثانوي () ، جامعي () ، دراسات الشهادات العليا () .

4 - سنوات التعامل مع المصرف (الأقدمية):

أقل من سنة () ، من سنة -3 سنوات () ،

من 4 - 6 سنوات ، أكثر من 6 سنوات () .

5 -القناة الإلكترونية المتعامل بها:

الصرافات الآلية () ، الموقع الإلكترونية () ، كلاهما () .

ثانياً :

فيما يلي مجموعة من العبارات المرتبطة بالبنك الذي تتعامل معه، الرجاء قراءتها جيداً ووضع علامة (x) بالخانة التي تعبر عن وجهة نظرك :
➤ 1/ الجوانب المادية الملموسة :

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
01	البنك ذو موقع ملائم ويسهل الوصول إليه بسرعة.					
02	البنك يمتاز بسمعة حسنة في خدمة عملائه.					
03	مظهر المبنى للبنك وديكوراتها جذابة .					
04	البنك به لوحات إرشادية تسهل الوصول للأقسام المختلفة .					
05	التصميم الداخلي للبنك منظم ومتكامل.					
06	أماكن الإنتظار بالبنك كافية.					
07	يستخدم البنك أحدث التقنيات (مجهز بأحدث الأجهزة)					

➤ 2/ الاعتمادية :

08	يؤدي البنك خدماته البنكية بطريقة صحيحة من أول مرة.					
09	يتوفر بالبنك جميع الخدمات البنكية.					
10	يقدم البنك كشوف واضحة ودقيقة.					
11	ييدي موظفي البنك إهتماماً خاصاً بالزبون.					
12	يقوم موظفي البنك بتكليف الخدمة لتبئية طلب الزبون.					
13	يوفر البنك خدمة الاستفسار عن العمليات عبر الهاتف .					

➤ 3/ الاستجابة:

الرقم	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
14	هناك إستجابة فورية لاحتياجات المنتفع (الزبون) مهما كانت درجة الأشغال.					
15	يقوم البنك بالرد الفوري على إستفسارات					

					وشكاوي المنتفعين .
					يقدم البنك جميع المعلومات المتعلقة بأي خدمة.
					يحترم البنك مواعيده في تقديم الخدمة المصرفية.

➤ /4 الأمان:

					يشعر المنتفع (الزبون) بالأمان في التعامل مع البنك.
					يتعامل البنك مع المعلومات الخاصة بي بسرية.
					يتمتع موظفي البنك بمهارة في الأداء.
					يتابع العاملون بالبنك حالة المنتفع .
					يتم حفظ المعلومات المصرفية الخاصة بي بكامل السرية.

➤ /5 التعاطف:

					يعتبر البنك خدمة العميل من أهم أولوياته .
					يولي البنك رعاية خاصة فردية بكل منتفع .
					ملائمة فترة دوام البنك (ساعات العمل والوقت المخصص للخدمة بدقة)
					يولي الموظفون حسن استقبال للمنتفعين في البنك.
					يقدر البنك ظروف المنتفع ويتعاطف معه .

ثالثا: أثر أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

➤ /1 بعد الأجهزة والمعدات:

الرقم	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
01	يشهد البنك إقبالا على تسوية معاملاتهم إلكترونيا					
02	يستخدم البنك الحواسيب، البرامج والمكونات الإلكترونية في معالجة وتخزين البيانات بدقة عالية.					
03	يساعد الصراف الآلي في تقديم الخدمة المصرفية في الوقت المناسب وبأقل التكاليف.					

➤ 2/ بعد الانترنت:

					يساعد الانترنت في الاعلان عن الخدمات المصرفية الجديدة.	04
					يستخدم البنك الانترنت لتسديد الفواتير عن بعد.	05

➤ 3/ بعد الاتصالات:

					يملك البنك لمنظومة شبكة اتصالات خاصة به لتلبية حاجات العملاء.	06
					يستخدم البنك اجهزة الاتصال الحديثة للتواصل مع فروعه، كالفاكس والبريد الإلكتروني .	07

➤ 4/ بعد كفاءة الموارد البشرية:

					يملك البنك أشخاص مؤهلين يتمتعون بالخبرة والمهارة اللازمة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.	08
					يتم اختيار وتدريب وحفز العاملين لتقديم أداء متميز قائم على الابتكار المصرفي.	09

رابعاً: قائمة أسماء محكمين الإستبيان

إسم المحكم	الدرجة العلمية	الجامعة
د. عياد ليلي	أستاذة محاضرة	جامعة أدرار

الملحق رقم(02): تحليل البيانات الشخصية بواسطة SpSS

الفتاة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid الصرافات الالية	9	45.0	45.0	45.0
المواقع الالكترونية	4	20.0	20.0	65.0
كلاهما	7	35.0	35.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ذكر	14	70.0	70.0	70.0
انثى	6	30.0	30.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

العمر

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid أقل من30	2	10.0	10.0	10.0
من30الى39	10	50.0	50.0	60.0
من40الى50	8	40.0	40.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

المؤهل

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid متوسط/ ثانوي	8	40.0	40.0	40.0
جامعي	8	40.0	40.0	80.0
دراسات عليا	4	20.0	20.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

الاقدمية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid من سنة الى3سنوات	4	20.0	20.0	20.0
من4سنوات الى6سنوات	3	15.0	15.0	35.0
اكثر من6سنوات	13	65.0	65.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

ملحق رقم (03): حساب المتوسطات والانحرافات.

أ. متوسطات وانحرافات عبارات المحور الأول (جودة الخدمات المصرفية):

(1) الجوانب المادية للموسسة

Descriptive Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	Variance
س6	20	1.65	.489	.239
س7	20	1.85	.587	.345
س8	20	2.50	.688	.474
س9	20	3.00	.795	.632
س10	20	2.75	.910	.829
س11	20	3.45	1.050	1.103
س12	20	2.75	.967	.934
مجموع الجوانب المادية للموسسة	20	17.95	4.861	23.629
Valid N (listwise)	20			

(2) الإعتماضية:

Descriptive Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	Variance
س13	20	2.45	.686	.471
س14	20	2.50	.827	.684
س15	20	2.35	.745	.555
س16	20	2.00	.858	.737
س17	20	2.00	.459	.211
س18	20	3.10	.968	.937
مجموع الإعتماضية	20	14.40	4.185	17.516
Valid N (listwise)	20			

(3) الإستجابة:

Descriptive Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	Variance
19س	20	2.65	.875	.766
20س	20	2.55	1.050	1.103
21س	20	2.30	.470	.221
22س	20	2.40	.598	.358
مجموع الاستجابة	20	9.90	2.770	7.674
Valid N (listwise)	20			

(4) الأمان:

Descriptive Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	Variance
23س	20	1.85	.671	.450
24س	20	2.00	.725	.526
25س	20	2.05	.686	.471
26س	20	2.75	.716	.513
27س	20	2.05	.686	.471
الامان مجموع	20	10.70	3.213	10.326
Valid N (listwise)	20			

(5) التعاطف:

Descriptive Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	Variance
28س	20	2.30	.801	.642
29س	20	2.10	.553	.305
30س	20	2.30	.923	.853
31س	20	2.45	.887	.787
32س	20	2.20	.616	.379
مجموع التعاطف	20	11.35	3.573	12.766
Valid N (listwise)	20			

ب . متوسطات وإنحرافات عبارات المحور الثاني:

(1) بعد الأجهزة والمعدات:

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Variance
س33	20	2.40	.598	.358
س34	20	2.30	.801	.642
س35	20	2.55	1.099	1.208
مجموع الاجهزة	20	7.2500	2.35919	5.566
Valid N (listwise)	20			

(2) بعد الإنترنت:

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Variance
س36	20	2.25	.851	.724
س37	20	2.75	1.020	1.039
مجموع الانترنت	20	5.00	1.806	3.263
Valid N (listwise)	20			

(3) بعد الإتصالات:

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Variance
س38	20	2.25	.786	.618
س39	20	2.35	.933	.871
مجموع الاتصالات	20	4.60	1.667	2.779
Valid N (listwise)	20			

(4) بعد كفاءة الموارد البشرية

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Variance
س40	20	1.80	.523	.274
س41	20	2.25	.716	.513
مجموع كفاءة الموارد البشرية	20	4.05	1.146	1.313
Valid N (listwise)	20			

ملحق رقم (04): معاملات إرتباط بيرسون.

أ. معاملات بيرسون للإرتباط بين عبارات الجوانب المادية الملموسة بالدرجة الكلية للمحور الثاني (جودة الخدمات المصرفية):

		Correlations							المجموع الكلي للجودة المصرفية
		6س	7س	8س	9س	10س	11س	12س	
6س	Pearson Correlation	1	.540	.234	.677	.502	.630	.362	.482
	Sig. (2-tailed)		.014	.320	.001	.024	.003	.117	.031
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
7س	Pearson Correlation	.540	1	.716	.790	.714	.884	.580	.857
	Sig. (2-tailed)	.014		.000	.000	.000	.000	.007	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
8س	Pearson Correlation	.234	.716	1	.770	.798	.765	.910	.892
	Sig. (2-tailed)	.320	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
9س	Pearson Correlation	.677	.790	.770	1	.873	.883	.822	.927
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
10س	Pearson Correlation	.502	.714	.798	.873	1	.895	.822	.932
	Sig. (2-tailed)	.024	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
11س	Pearson Correlation	.630	.884	.765	.883	.895	1	.739	.927
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
12س	Pearson Correlation	.362	.580	.910	.822	.822	.739	1	.863
	Sig. (2-tailed)	.117	.007	.000	.000	.000	.000		.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
المجموع الكلي للجودة الخدمات المصرفية	Pearson Correlation	.482	.857	.892	.927	.932	.927	.863	1
	Sig. (2-tailed)	.031	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ب.معاملات بيرسون للإرتباط بين عبارات الإعتمادية بالدرجة الكلية للمحور الثاني (جودة الخدمات المصرفية):

Correlations

		س13	س14	س15	س16	س17	س18	المجموع الكلي للجودة الخدمات المصرفية
س13	Pearson Correlation	1	.881**	.808**	.715**	.669**	.800**	.883**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20
س14	Pearson Correlation	.881**	1	.897**	.815**	.693**	.855**	.929**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20
س15	Pearson Correlation	.808**	.897**	1	.823**	.770**	.898**	.906**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20
س16	Pearson Correlation	.715**	.815**	.823**	1	.802**	.887**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20
س17	Pearson Correlation	.669**	.693**	.770**	.802**	1	.711**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000		.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20
س18	Pearson Correlation	.800**	.855**	.898**	.887**	.711**	1	.961**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	20	20	20	20	20	20	20
المجموع الكلي للجودة الخدمات المصرفية	Pearson Correlation	.883**	.929**	.906**	.892**	.761**	.961**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	20	20	20	20	20	20	20

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ت.م عاملات بيرسون للإرتباط بين عبارات الإستجابة بالدرجة الكلية للمحور الثاني (جودة الخدمات المصرفية):

		Correlations				
		س19	س20	س21	س22	المجموع الكلي للجودة الخدمات المصرفية
س19	Pearson Correlation	1	.908**	.780**	.784**	.928**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20
س20	Pearson Correlation	.908**	1	.714**	.721**	.936**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20
س21	Pearson Correlation	.780**	.714**	1	.861**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	20	20	20	20	20
س22	Pearson Correlation	.784**	.721**	.861**	1	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	20	20	20	20	20
المجموع الكلي للجودة الخدمات المصرفية	Pearson Correlation	.928**	.936**	.843**	.864**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	20	20	20	20	20

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ت.م عاملات بيرسون للإرتباط بين عبارات الأمان بالدرجة الكلية للمحور الثاني (جودة الخدمات المصرفية):

		Correlations					
		س23	س24	س25	س26	س27	المجموع الكلي للجودة الخدمات المصرفية
س23	Pearson Correlation	1	.757**	.703**	.685**	.703**	.772**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.001	.001	.000
	N	20	20	20	20	20	20
س24	Pearson Correlation	.757**	1	.951**	.810**	.951**	.927**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
س25	Pearson Correlation	.703**	.951**	1	.776**	1.000	.915**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20

س26	Pearson Correlation	.685**	.810**	.776**	1	.776**	.900**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
س27	Pearson Correlation	.703**	.951**	1.000**	.776**	1	.915**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000
	N	20	20	20	20	20	20
المجموع الكلية للجودة الخدمات المصرفية	Pearson Correlation	.772**	.927**	.915**	.900**	.915**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	20	20	20	20	20	20

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ث.م عاملات بيرسون للإرتباط بين عبارات لتعاطف بالدرجة الكلية للمحور الثاني (جودة الخدمات المصرفية):

		Correlations					المجموع الكلية للجودة الخدمات المصرفية
		س28	س29	س30	س31	س32	
س28	Pearson Correlation	1	.880**	.868**	.911**	.939**	.931**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
س29	Pearson Correlation	.880**	1	.763**	.870**	.867**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
س30	Pearson Correlation	.868**	.763**	1	.855**	.815**	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
س31	Pearson Correlation	.911**	.870**	.855**	1	.887**	.946**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
س32	Pearson Correlation	.939**	.867**	.815**	.887**	1	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	20	20	20	20	20	20
المجموع الكلية للجودة الخدمات المصرفية	Pearson Correlation	.931**	.856**	.902**	.946**	.897**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	20	20	20	20	20	20

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

■ معاملات بيرسون للإرتباط بين عبارات المحور الثاني (أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات) بالدرجة الكلية لجودة الخدمة المصرفية:
1) بعد الأجهزة والمعدات:

Correlations

		33س	34س	35س	المجموع الكلي للجودة الخدمات المصرفية
33س	Pearson Correlation	1	.834**	.768**	.840**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	20	20	20	20
34س	Pearson Correlation	.834**	1	.879**	.920**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	20	20	20	20
35س	Pearson Correlation	.768**	.879**	1	.942**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	20	20	20	20
المجموع الكلي للجودة الخدمات المصرفية	Pearson Correlation	.840**	.920**	.942**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	20	20	20	20

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		36س	37س	المجموع الكلي للجودة الخدمات المصرفية
36س	Pearson Correlation	1	.865**	.854**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	20	20	20
37س	Pearson Correlation	.865**	1	.941**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	20	20	20
المجموع الكلي للجودة الخدمات المصرفية	Pearson Correlation	.854**	.941**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	20	20	20

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2) بعد الإنترنت:

Correlations

		س38	س39	المجموع الكلي للجودة الخدمات المصرفية
س38	Pearson Correlation	1	.878**	.905**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	20	20	20
س39	Pearson Correlation	.878**	1	.951**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	20	20	20
المجموع الكلي للجودة الخدمات المصرفية	Pearson Correlation	.905**	.951**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	20	20	20

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

(2) بعد الإتصالات:

Correlations

		س40	س41	المجموع الكلي للجودة الخدمات المصرفية
س40	Pearson Correlation	1	.702**	.791**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000
	N	20	20	20
س41	Pearson Correlation	.702**	1	.884**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000
	N	20	20	20
المجموع الكلي للجودة الخدمات المصرفية	Pearson Correlation	.791**	.884**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	20	20	20

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

(3) بعد كفاءة الموارد البشرية:

المحلق رقم 09 :



بنك الفلاحة و التنمية الريفيه

BANQUE DE L'AGRICULTURE ET DU DEVELOPPEMENT RURAL

جديد
NOUVEAU

لكل
إنشغالاتكم
Pour toutes vos
préoccupations

بدر بنك

يضع تحت تصرفكم
مركزه للاتصال

La BADR BANK met à votre disposition
son CENTRE D'APPELS

BADR
ittissal

www.badr-bank.dz

Conception : BADR / DMG

اتصلوا بـ 021 428 428 Appelez le

المحلق رقم 10 :

شكل البطاقة النقدية CIB الكلاسيكية



الوجه الخلفي



الوجه الأمامي

المعلق رقم 11 :

شكل البطاقة النقدية الذهبية



الوجه الخلفي



الوجه الأمامي

المحلق رقم 12 :

شكل البطاقة النقدية TAWFIR لدفاتر الإدخار



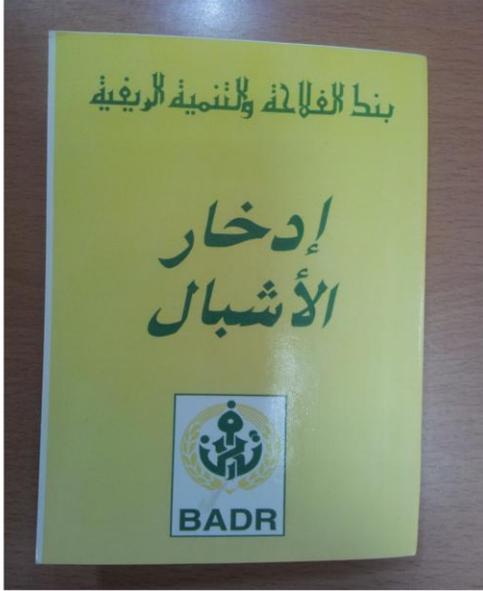
الوجه الخلفي



الوجه الأمامي

المحلق رقم 13 :

أشكال دفاتر التوفير "الإدخار"



بنك الفلاحة والتنمية الريفية DA

Chèque: 4206166
Série: WE

Payez contre ce chèque

ادفعوا مقابل هذا الشيك

Al'ordre de

9231164

Payable à :
Agence: ADRAR 252
PLACE DES MARTYRS
01000 ADRAR

يوفي

N° DE COMPTE
NOM ET PRENOM
ADRESSE

Le

في

PRIERE DE NE RIEN ECRIRE DANS LA ZONE BLANCHE

4206166

N° Référence d'Identification Bancaire

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمات المصرفية، ولدراسة هذه الإشكالية تم استخدام إستبانة لجمع المعلومات واستخدام برنامج SPSS لتحليل البيانات وهذا بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي. وتوصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

✓ يؤدي استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصارف إلى تحسين وتطوير جودة الخدمات.

✓ يتم قياس جودة الخدمات المصرفية بالاعتماد على جملة من المعايير نذكر منها: (الجوانب

المادية الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الأمان)

✓ تسعى البنوك إلى ترقية الخدمات المصرفية عن طريق توفير خدمات إلكترونية سريعة

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، جودة الخدمات المصرفية، بنك الفلاحة والتنمية

الريفية وكالة أدرار.

Abstract :

This study aims to identify the impact of information technology use on the quality of banking services. In order to study this problem, a questionnaire was distributed to collect information and SPSS program was used to analyze data. This study followed the analytical descriptive approach. Through this research the following results were reached:

- The use of information technology and communication in the banks lead to improve the quality of services.
- The quality of banking services is measured by number of criteria, including:
(tangible aspects, reliability, responsiveness, empathy, safety) .
- Bank seek upgrading banking services by providing fast e-services.

Key words: information and communication Technology, banking services quality, Agricultural and Rural Development Bank- Adrar Agency.