



## الموضوع

### دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات البنكية - دراسة حالة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية - "وكالة بسكرة"

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الليسانس في العلوم الاقتصادية  
تخصص: إقتصاد وتسيير مؤسسات

الأستاذ المشرف:

← راييس مبروك

إعداد الطالب:

← مغربي براهيم

السنة الجامعية: 2018 - 2019

بسم الله الرحمان الرحيم

﴿وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون وستردون إلى عالم الغيب  
والشهادة فينبئكم بما كنتم تعملون﴾.

صدق الله العظيم

( سورة التوبة الآية:105 )

## شكر وتقدير

الحمد لله الذي وفقنا إلى ما استطعنا الوصول إليه لانجاز هذا العمل المتواضع، لا يطيب الشكر أولا و دوما الى أن نحمد المولى العزيز حمدا يليق بعظمته وعلو مقامه أن أحاطل بعونه هذا فيسر لنا أمرنا ووفقنا لانجاز هذا العمل، كما نتقدم بأسمى عبارات الشكر ولتقدير للأستاذ الكريم "رايس مبروك" لما قدمه لنا من توجيه وإرشاد من خلال إشرافه على تنظيم وتأطير مجهوداتنا ومعلوماتنا وانتقاداته البناءة نشكره ونهدي له ثمرة جهدنا.

كما نتقدم بالشكر لكل من ساعدنا على إتمام الجانب النظري في " بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة"

إلى كل من ساهموا معنا من قريب أو من بعيد ولو بكلمة أو دعاء.



# اهداء

اهدي ثمرة جهدي

إلى النبع المتدفق حبا وحنانا

إلى الشمعة التي تحترق لتضيء دنياي

إلى التي سهرت على راحتي وتريتي

إلى التي علمتني انه لا علم بلا أخلاق

أمي الغالية " زكريي مليكة " حفزها الله وأطال في عمرها

إلى النبراس الذي ينير دربي

إلى مثلي الأعلى وقدوتي في الحياة

أبي العزيز "عبد الملوك" حفزه الله وأطال في عمره

وإلى كل أفراد أسرتي خاصة أخواتي الأعزاء "فاطمة"، "نجيبة"، "حكيمة"، وإلى الكتكوت الصغير حفيد

العائلة "أحمد جواد"

وإلى جميع الأهل والأقارب .

إلى رفقاء الدرب الذين كانوا بمثابة اخوة، زملائي وأصدقائي الأعزاء

مغربي براهيم



## الملخص :

تهدف الدراسة إلى معرفة دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات البنكية ، وللتوضيح ذلك تم إجراء الدراسة على بنك الفلاحة و التنمية الريفية لولاية بسكرة ، بحيث تم الاعتماد على وثائق المؤسسة والملاحظة التي ساعدتنا في التعرف على أهم تقنيات المطبقة في البنك لتحسين من جودة خدماته، بالإضافة إلى ذلك أجرينا مقابلات مع كل من المدير و الموظفين مع توزيع استبيان للعمال ، وذلك لمعرفة الأجهزة المتطورة التي يستخدمونها، وكذا التعرف على أهم المراحل التي مرت بها تكنولوجيا المعلومات في البنك إضافة إلى دورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية .

وتم استنتاج من خلال هذه الدراسة أن عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية راضون على جودة الخدمات البنكية الالكترونية بمختلف أبعادها ( الاستجابة ، الاعتمادية ، الثقة/الأمان ، الوصول) بدرجة متوسطة عموماً.

## الكلمات المفتاحية :

تكنولوجيا المعلومات ، الخدمة البنكية ، جودة الخدمات البنكية ، جودة الخدمات البنكية الالكترونية ، بنك الفلاحة و التنمية الريفية .

## Résumé:

L'étude visait à identifier le rôle des technologies de l'information dans l'amélioration de la qualité des services bancaires, en s'appuyant sur les documents de l'institution et sur l'observation qui nous a aidés à identifier les techniques les plus importantes appliquées par la banque pour améliorer la qualité de ses services, En outre, nous avons interrogé le responsable et les employés, en leur distribuant un questionnaire, afin d'identifier les dispositifs avancés qu'ils utilisent et d'identifier les étapes les plus importantes de la technologie de l'information dans la banque, en plus de son rôle dans l'amélioration de la qualité des services bancaires.

L'étude a conclu que les clients de la Banque de l'agriculture et du développement rural sont satisfaits de la qualité des services bancaires électroniques dans toutes ses dimensions (réactivité, fiabilité, confiance / sécurité, accès) à un degré moyen.

les mots clés :

Technologie de l'information, services bancaires, qualité des services bancaires, qualité des services bancaires électroniques, Banque de l'agriculture et du développement rural

# الفهارس

## فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	اية قرانية
	شكر وتقدير
	اهداء
I-III	فهرس المحتويات
IV	فهرس الجداول
V	فهرس الأشكال
أ-ت	مقدمة ع-م-ة
03	الفصل الأول : : الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات و جودة الخدمات البنكية
04	تمهيد
05	المبحث الأول : ماهية تكنولوجيا المعلومات.
05	المطلب الأول : مفاهيم أساسية حول التكنولوجيا و المعلومات.
05	الفرع الأول: مفهوم التكنولوجيا.
07	الفرع الثاني : مفهوم المعلومات
08	المطلب الثاني : ماهية تكنولوجيا المعلومات.
08	الفرع الأول : تعريف تكنولوجيا المعلومات.
09	الفرع الثاني: مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات.
10	الفرع الثالث: خصائص تكنولوجيا المعلومات.
11	الفرع الرابع: أهمية تكنولوجيا المعلومات.
12	المطلب الثالث: مكونات و وظائف تكنولوجيا المعلومات.
12	الفرع الأول : مكونات تكنولوجيا المعلومات.
13	الفرع الثاني: وظائف تكنولوجيا المعلومات.
14	المطلب الرابع : آثار استخدام تكنولوجيا المعلومات.
14	الفرع الأول : الآثار الإيجابية لإستخدام تكنولوجيا المعلومات
14	الفرع الثاني : الآثار السلبية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات
15	المبحث الثاني : ماهية جودة الخدمة البنكية.
16	المطلب الأول: عموميات حول الخدمات.



## فهرس المحتويات

16	الفرع الأول:تعريف الخدمة.
17	الفرع الثاني : أنواع الخدمة.
17	الفرع الثالث: خصائص الخدمات.
18	المطلب الثاني : الخدمة البنكية.
18	الفرع الأول : تعريف الخدمة البنكية.
19	الفرع الثاني:خصائص الخدمة البنكية.
20	المطلب الثالث: دورة حياة الخدمة البنكية و أنواعها
20	الفرع الأول : دورة حياة الخدمة البنكية.
21	الفرع الثاني: أنواع الخدمات البنكية.
24	المطلب الرابع: مفاهيم أساسية حول جودة الخدمة البنكية.
24	الفرع الأول : مفهوم جودة الخدمات البنكية
25	الفرع الثاني : أهمية جودة الخدمة البنكية
25	الفرع الثالث : نماذج قياس جودة الخدمات البنكية
26	المبحث الثالث: التطور التكنولوجي في العمل البنكي.
26	المطلب الأول: تطور تكنولوجيا المعلومات في العمل البنكي.
26	الفرع الأول: تطور التكنولوجيا في العمل البنكي
27	الفرع الثاني:دوافع إعتماء تكنولوجيا المعلومات في البنوك.
28	الفرع الثالث: ميزات إستخدام تكنولوجيا المعلومات في البنوك.
29	المطلب الثاني : الخدمات البنكية الالكترونية و أنواعها.
29	الفرع الأول : تعريف الخدمة البنكية الالكترونية
30	الفرع الثاني : أنواع الخدمات البنكية الالكترونية
32	المطلب الثالث: دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات البنكية
34	خلاصة الفصل
35	الفصل الثاني : دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة -
36	تمهيد
37	المبحث الأول : لمحة عامة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة بسكرة-.
37	المطلب الأول: المطلب الأول:بطاقة فنية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-BADR-.
37	الفرع الأول: نشأة بنك الفلاحة و التنمية الريفية.

## فهرس المحتويات

38	الفرع الثاني:مراحل تطور بنك الفلاحة و التنمية الريفية.
39	الفرع الثالث: مبادئ بنك الفلاحة و التنمية الريفية.
40	المطلب الثاني: تقديم بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة -بسكرة-
42	المطلب الثالث : مهام و أهداف وكالة بسكرة.
42	الفرع الأول: مهام وكالة بسكرة.
44	الفرع الثاني:أهداف الوكالة .
44	المطلب الرابع: المزيج الخدمي ببنك الفلاحة و التنمية الريفية -وكالة بسكرة-.
44	الفرع الأول : منتجات بنك الفلاحة و التنمية الريفية -وكالة بسكرة-
47	الفرع الثاني:خدمات بنك الفلاحة و التنمية الريفية -وكالة بسكرة -التقليدية.
48	المبحث الثاني : الاطار المنهجي للدراسة (عرض ، تحليل ، نتائج الاستبيان)
48	المطلب الأول : طريقة الدراسة
48	الفرع الأول : مجتمع الدراسة
48	الفرع الثاني :عينة الدراسة
49	الفرع الثالث: أسلوب جمع البيانات
50	المطلب الثاني : أساليب المعالجة الإحصائية لبيانات أداة الدراسة (الاستمارة)
50	المطلب الثالث : صدق و ثبات أداة الدراسة
50	الفرع الأول : الصدق الظاهري للأداة
51	الفرع الثاني : صدق الاتساق الداخلي للأداة .
53	المطلب الرابع : تحليل الاستبيان واختبار الفرضيات
53	الفرع الأول : تحليل الاستبيان
56	الفرع الثاني : اختبار الفرضيات
63	خلاصة الفصل
64	خاتمة عامة
68	قائمة المراجع
	الملاحق

## فهرس الجدول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
49	مقياس الإجابات على الفقرات	01
51	معاملات الثبات (طريقة ألفا كرونباخ ) حسب المحاور	02
51	معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الأول	03
52	معاملات ارتباط بيرسون لعبارات بعد الاعتمادية بالدرجة الكلية للمحور الثاني	04
52	معاملات ارتباط بيرسون لعبارات بعد الاستجابة بالدرجة الكلية للمحور الثاني	05
52	معاملات ارتباط بيرسون لعبارات بعد الوصول/الموقع الحالي بالدرجة الكلية للمحور الثاني	06
52	معاملات ارتباط بيرسون لعبارات بعد الأمان / الثقة بالدرجة الكلية للمحور الثاني	07
53	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	08
53	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر	09
54	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	10
55	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة	11
55	توزيع أفراد عينة الدراسة مدة التعامل مع البنك	12
56	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير القناة الالكترونية المتعامل بها مع البنك للحصول على الخدمة البنكية الالكترونية	13
56	مقياس تحليل النتائج "مقياس ديكرت الخماسي"	14
57	تقييم تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في البنك	15
58	تقييم جودة الخدمة البنكية الالكترونية في البنك من ناحية بعد الاعتمادية	16
59	تقييم جودة الخدمة البنكية الالكترونية في البنك من ناحية بعد الاستجابة	17
60	تقييم جودة الخدمة البنكية الالكترونية في البنك من ناحية بعد الوصول/ الموقع الحالية	18
61	تقييم جودة الخدمة البنكية الالكترونية في البنك من ناحية بعد الأمان /الثقة	19

## فهرس الأشكال

---

الصفحة	عنوان الأشكال	الرقم
13	وظائف تكنولوجيا المعلومات	01
21	دورة حياة الخدمة المصرفية	02
42	الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية	03

مقدمة عامة

## مقدمة عامة

يشهد العالم مجموعة من التغيرات والتحولات في جميع المجالات ، العولمة المالية ، الصرافة عن طريق الانترنت ، التجارة الالكترونية ، ثورة المعلومات ، وهذا ما يدفع بالدول للتسابق وتبني جميع التطورات للبروز فيما بينها وضمان وجودها واستمراريتها .

ومن بين مواضيع العصر المواكبة تكنولوجيا المعلومات باعتبارها وسيلة لتحقيق الغايات بأقل تكلفة ووقت، وهذا راجع لاستخدام الآلات تكنولوجيا الحديثة، واعتمادها على جمع وتخزين المعلومات الكترونيا ،مما ينعكس ذلك إيجابا على أداء المؤسسات و بتالي تحسين جودة الخدمة البنكية وكسب رضا العملاء المتعاملين معها،والجزائر كغيرها من الدول وجدت نفسها مجبرة على مواكبة التطورات من أجل دفع الاقتصاد نحو الأمام ، فاهتمت بالبنوك خاصة باعتبارها عرضة لهذه التغيرات ، وهذا راجع لدورها الفعال في تقديم مجموعة من الخدمات المالية كالائتمان ، والادخار ، وخدمة تسوية المدفوعات ، فجودة هذه الخدمات يتوقف بتطبيقها بتقنيات متطورة مما ينعكس إيجابا على أدائها ورضا عملائها .

### أولا : الإشكالية الأساسية

بناء على ما سبق وللتطرق إلى موضوع " دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة البنكية " يمكن طرح الإشكالية التالية :

✓ ما هو دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات البنكية ؟.

### ثانيا : الأسئلة الفرعية

وللإجابة على الإشكالية المطروحة يستوجب علينا الإجابة على الأسئلة الفرعية التالية:

- هل يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات على بعد الاعتمادية في بنك الفلاحة و التنمية الريفية -بسكرة- ؟
- هل يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات على بعد الاستجابة في بنك الفلاحة و التنمية الريفية -بسكرة-؟
- هل يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات على بعد الوصول/الموقع الجمالي في بنك الفلاحة و التنمية الريفية - بسكرة- ؟ .
- هل يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات على بعد الأمان/الثقة في بنك الفلاحة و التنمية الريفية -بسكرة- ؟

### ثالثا : الفرضيات الموضوع

لغرض الإجابة عن التساؤلات المطروحة تم وضع الفرضية الرئيسية التالية:

لا يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات على مختلف أبعاد جودة الخدمات المصرفية الالكترونية (الاعتمادية ، الاستجابة، الوصول ، الأمان /الثقة ، الموقع الجمالي)

وينبثق من الفرضية الرئيسية مجموعة من الفرضيات الفرعية التالية :

## مقدمة عامة

**الفرضية الأولى :** لا يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات على بعد الاعتمادية ؟

**الفرضية الثانية :** لا يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات على بعد الاستجابة ؟

**الفرضية الثالثة :** لا يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات على بعد الأمان / الثقة؟

**الفرضية الرابعة :** لا يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات على بعد الوصول/ الموقع الجمالي؟

### رابعا : أهمية الدراسة

يكتسي موضوع الدراسة أهمية بالغة نظرا للتحديات الكبيرة التي يواجهها القطاع المصرفي الجزائري في ظل الانفتاح والتحرر المالي الذي فرضه النظام الاقتصادي الحالي، بالإضافة إلى تغير نشاط البنوك التجارية من بنوك ودائع ومنح الائتمان إلى تقديم خدمات مصرفية متنوعة ومتطورة، تعتمد على تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والتي أفرزت نمو كبير و متسارع في أنظمة التمويل والدفع الإلكترونية.

### خامسا : أهداف الدراسة

هناك دوافع ذاتية ودوافع موضوعية لاختيار هذا البحث.

**-الدوافع الذاتية:** منذ سنوات وهذا الموضوع يثير اهتمام الباحث بغرض معرفة آخر تطورات التكنولوجيا في عالم البنوك وآخر منتجات الصيرفة الالكترونية.

**-الدوافع الموضوعية:** يعتبر هذا الموضوع ميدان تخصصي في شقه المالي كما يتم التعرف على كل الطرق والتقنيات والتعاملات المتطورة والتعامل بها دوليا.

### سادسا : منهج الدراسة

لإعطاء الدراسة صفة الموضوعية وتوافق مع طبيعتها وسعي للإجابة عن مشكلتها وتساؤلاتها، ثم الاعتماد على **المنهج الوصفي التحليلي** لكونه الأنسب للدراسة من خلال وصف وتحليل دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية، بالإضافة إلى استخدام تقنيتي **المقابلة** خلال الزيارة الميدانية لمبنى البنك وداخله، وتقنية **الاستبيان** وتحليله بواسطة برنامج SPSS لغرض تحديد مدى الارتباط بين متغيرات الدراسة.

### سابعا : الدراسات السابقة

1-بحث ل: شايب محمد، بعنوان أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية الجزائرية- مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة فرحات عباس ،سطيف، 2006 / 2007.

وكان الهدف من هذه الدراسة: قياس أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية الجزائرية.

وخلصت الدراسة إلى أن هناك علاقة تفاعلية كبيرة بين التكنولوجيا ونشاط البنك وخاصة في وظيفة الإنتاج وتوزيع الخدمات المصرفية.

2- بحث ل: هدى جبلي، بعنوان قياس جودة الخدمة المصرفية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير جامعة منتوري ، قسنطينة، سنة 2010

وكان الهدف من الدراسة هي قياس وتقييم جودة الخدمات المصرفية، وتحديد نقاط القوة والضعف فيها والعمل على تطويرها و تحسينها.

وخلصت الدراسة على التأكيد على الدور الذي تلعبه نماذج قياس جودة الخدمة في الوقوف على مكامن التطوير والتحسين فيها، كما بينت أن رضا العميل عن الخدمات المقدمة إليه هو أساس استمرار التعامل مع البنك وزيادة ولائه.

### ثامنا: هيكل الدراسة

تبعث للأهداف المتوخاة من البحث، ولمعالجة تساؤلات الدراسة ولاختبار الفرضيات تم تقسيم البحث إلى فصلين، فصل نظري وفصل تطبيقي، حيث تضمن الفصل الأول الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات و جودة الخدمة البنكية والذي بدوره قسم الى ثلاثة مباحث، حيث تناول المبحث الأول ماهية تكنولوجيا المعلومات، أما المبحث الثاني فتناول ماهية جودة الخدمات البنكية في حين المبحث الأخير تناول التطور التكنولوجي في العمل البنكي .

أما الفصل الثاني فتم تخصيصه لدراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية لوكالة بسكرة، وذلك من خلال تقسيمه إلى مبحثين، حيث تضمن المبحث الأول لمحة عامة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة بسكرة -، في حين المبحث الثاني تناولنا فيه الإطار المنهجي للدراسة (عرض، تحليل، نتائج الاستبيان) بنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-



الفصل الأول :

الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمات

البنكية.

### تمهيد:

لقد شهد الإنسان تطورات فكرية و علمية كثيرة عبر الزمن جعلته يرقى ويسمو و يتطور من أجل بناء عمران عامي ضخم ، يجعله يواكب التطورات في شتى المجالات، وتعتبر التكنولوجيا أحد أسس هذا العمران الضخم ، إذ أصبحت في الوقت الحالي مقياس للتخلف والتحصير، و إحدى أهم المواضيع التي شغل حيزا كبيرا من الاهتمام لاسيما على مستوى المؤسسات و خاصة المؤسسة الخدمائية لكونها أصبحت تواجه العديد من التحديات وذلك نتيجة للتغيرات والتطورات التي تمر عبر التاريخ، في ظل هذه التحديات على المؤسسة إتباع أساليب حديثة لمواجهة الظروف الغامضة و المعقدة، وذلك بالاعتماد على أهمية الجودة لتحقيق الميزة التنافسية بين المؤسسات لضمان البقاء والاستمرار في ظل التغيرات البيئية المتلاحقة.

كما أصبح العميل أكثر إدراك و اهتمام بجودة الخدمات نظرا للدور الذي تلعبه الجودة في أداء الخدمة و تقديمها ، و تعد توقعات وحاجات الزبون عوامل مهمة في تقييم جودة الخدمة إلا أن تقييمها وقياسها يعتبر أمرا صعبا بالنسبة لمؤسسة خدمية إذ توجد تحديات لا بد عليها التعامل معها.

لهذا سنتطرق في هذا الفصل إلى تحديد بعض المفاهيم أساسية حول تكنولوجيا المعلومات ، ثم تعرف على جودة الخدمة البنكية ، ثم التطور التكنولوجي في العمل البنكي وهذا من خلال المباحث التالية :

المبحث الأول : ماهية تكنولوجيا المعلومات .

المبحث الثاني : ماهية جودة الخدمة البنكية .

المبحث الثالث : التطور التكنولوجي في العمل البنكي .

### المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات.

تعد المعلومات الحجر الأساس و المورد الهام لأداء مختلف عمليات المؤسسات، وساعد ظهور تكنولوجيا المعلومات على اتخاذ القرارات المناسبة في الوقت المناسب لذلك سنحاول في هذا المبحث التعرف على تكنولوجيا المعلومات من خلال :

#### المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول التكنولوجيا و المعلومات.

يتكون مفهوم تكنولوجيا المعلومات من شقين أولهما التكنولوجيا حيث أنه للتطورات السريعة فدي مختلف الميادين أظهرت الأهمية الحقيقية للتكنولوجيا التي تعتبر من الأمور الحيوية التي تضمن عوائد اقتصادية كبيرة ، و ثانيهما المعلومات التي تعتبر أهم مورد لأداء مختلف عمليات المؤسسات لذلك سنحاول فدي هذا المطلب سرد مفهوم كل من التكنولوجيا و المعلومات .

#### الفرع الأول: مفهوم التكنولوجيا.

أصبحت التكنولوجيا واقعا يجب فهمه و إدراك أنواعه من خلال ما نلمسه وما نعيشه ،في هذه الأيام من تحولات في كل الأصعدة ولهذا سنقوم في هذا الفرع بعرض تعريف وأنواع تكنولوجيا .

#### أولاً: تعريف التكنولوجيا.

تنوعت تعاريف التكنولوجيا سنحاول إيجاز بعضها فيما يلي:

التعريف الأول: "يرجع أصل التكنولوجيا إلى اليونانية (technology) ، و هي مشتقة من كلمتين : (techno) تعني التشغيل الصناعي و (logos) أي العلم أو المنهج. لذا تكون كلمة واحدة هي علم التشغيل الصناعي"<sup>1</sup>.  
التعريف الثاني: "هي العمليات والتقنيات و المكائن و الأعمال المستخدمة لتحويل المدخلات (الموارد، المعلومات و الأفكار ) إلى المخرجات (المنتجات و الخدمات)"<sup>2</sup>.

التعريف الثالث: و تعرف أيضا "بأنها اللغة التقنية و العلم و الطريقة الفنية المستخدمة لتحقيق غرض عملي و كونها مجموعة الوسائل المستخدمة لتوفير كل ما هو ضروري لمعيشة الناس و رفاهيتهم"<sup>3</sup>.

التعريف الرابع: "هناك اختلاف واضح بين التكنولوجيا و التقنية حيث نجد أن مفهوم التكنولوجيا أوسع و أشمل من مفهوم التقنيات ، فال تقنية تمثل وسيلة أو طريقة إنجاز الأعمال فقد تكون هذه الوسيلة أو الطريقة : آلة ،معادلة رياضية أو إحصائية، أو حاسوب و هنا نجد إن التقنيات هي نتاج التكنولوجيا ، و التكنولوجيا تمثل نتاج العقل البشري الذي يقوم بعملية استقبال المعلومات ، جمعها ، تصنيفها و تحليلها بهدف التوصل الى التقنيات المناسبة التي تلبي الحاجات الحالية و المستقبلية"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> محمد الصيرفي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر ،2009،ص:13.

<sup>2</sup>المرجع نفسه،ص:13.

<sup>3</sup> غسان قاسم اللامي، إدارة التكنولوجيا، دار المنهج للنشر، عمان، الأردن، 2010 ، ص:20.

<sup>4</sup> ردينة عثمان يوسف ، محمود جاسم الصميدعي، تكنولوجيا التسويق، دار المناهج للنشر و التوزيع ، عمان، الأردن، 2004، ص:25.

### ثانياً: أنواع التكنولوجيا.

تصنف التكنولوجيا على أساس مجموعة من العوامل نوجز أهمها في النقاط التالية<sup>1</sup>:

(1) **على أساس درجة التحكم**: حيث نفرق وفق هذا المعيار بين نوعين من التكنولوجيا:

✓ التكنولوجيا الأساسية (القاعدية): تشمل التكنولوجيا واسعة الاستخدام في المؤسسات الصناعية

والتي تملك المؤسسات درجة كبيرة في التحكم بها

✓ تكنولوجيا التمايز: وهي على العكس تماماً للنوع الأول، حيث تقتصر ملكيتها على عدد محدود من

المؤسسات ، وتكون مميزة لها عن باقي المؤسسات.

(2) **على أساس موضوعها**: ونميز هنا ثلاث أنواع من التكنولوجيا:

✓ تكنولوجيا المنتج : وهي التكنولوجيا المحتواة في المنتج النهائي والمكونة له.

✓ تكنولوجيا أسلوب الإنتاج: وتشمل التكنولوجيا المستخدمة في عمليات التصنيع، التركيب والمراقبة .

✓ تكنولوجيا التسيير: وهي التكنولوجيا المستخدمة في معالجة مشاكل التصميم والتنظيم وتسيير نفقات

الموارد .

(3) **على أساس أطوار حياتها**: حيث يتم التمييز بين ثلاث أنواع من التكنولوجيا تبعا لمراحل حياتها،

وهي بذلك تصنف إلى :

✓ تكنولوجيا وليدة .

✓ تكنولوجيا في مرحلة النمو .

✓ تكنولوجيا في مرحلة النضج .

(4) **على أساس درجة التعقيد**: وتصنف وفق هذا الأساس إلى صنفين رئيسيين هما:

✓ تكنولوجيا عالية الدقة: وهي تكنولوجيا شديدة التعقيد، حيث في كثير من الأحوال يتم استخدامها دون

الرجوع إلى مصنعها أو بارعة إختارها .

✓ تكنولوجيا عادية : تتميز بدرجة بسيطة من التعقيد، بحيث يمكن المختصين و التقنيين استعابها،

وتطبيقها دون الحاجة للرجوع إلى مالكيها أو صانعيها الأصليين

(5) **على أساس محل استخدامها**: تقسم وفق هذا الأساس إلى نوعين رئيسيين هما:

✓ تكنولوجيا تستخدم داخل المؤسسة: هي تكنولوجيا تملك فيها المؤسسة درجة عالية من الخبرة و

الكفاءة في استخدامها .

<sup>1</sup>قروش عيسى، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة بسكرة ، 2008-2009، ص ص54-55.

▪ تكنولوجيا مستخدمة خارج المؤسسة :هي التكنولوجيا التي لا تستطيع المؤسسة الحصول عليها لأسباب تتعلق بالجانب المالي أو البشري تتعلق بالجانب المالي أو البشري مما يرغم المؤسسة على الحصول عليها من مؤسسة أخرى أو من مورد أو من مقدمي تراخيص استخدامها.

**الفرع الثاني: مفهوم المعلومات.**

إن المعلومات تحولت إلى منتجات اقتصادية على غرار الموارد المعروفة في السوق التي تخضع لقانون العرض والطلب، وأسهمت التحولات التكنولوجية بقسط كبير في تغيير المواقف من استخدام المعلومات لإضفاء الصفة المادية على قيمتها .

**أولاً : تعريف المعلومات.**

اختلفت الآراء حول تعريف المعلومات سنذكر بعضها فيما يلي:

**التعريف الأول:** "المعلومات عبارة عن بيانات تمت معالجتها بغرض تحقيق هدف معين ، يقود إلى اتخاذ القرار"<sup>1</sup>.

**التعريف الثاني:** " عبارة عن مجموعة من البيانات المنظمة و المرتبطة بموضوع معين و التي تشكل الحقائق و المفاهيم و الآراء و الاستنتاجات و المعتقدات التي تشكل خبرة و معرفة محسوسة ذات قيمة مدركة في الاستخدام الحالي أو المتوقع ، نحصل على المعلومة نتيجة معالجة البيانات من خلال عمليات التوبيخ ، التصنيف ، التحليل و التنظيم بطريقة مخصصة تخدم هدف معين"<sup>2</sup>.

**التعريف الرابع:** " هي النتائج التي تحصلنا عليها من عملية المعالجة من التوبيخ، التحليل، و العرض في التقارير تناسب عرض الاستخدام الذي طلبت من أجله و في الوقت المناسب و بذلك تتحول البيانات إلى معلومات"<sup>3</sup>

**ثانياً: خصائص المعلومات.**

تتميز المعلومات بمجموعة من الخصائص حتى تكون معلومة قيمة وهي<sup>4</sup>:

- ✓ التوقيت: بمعنى تقديم المعلومات في الوقت المناسب بحيث تكون متوفرة وقت الحاجة إليها حتى تكون مفيدة و مؤثرة.
- ✓ السهولة و الوضوح: بمعنى أن تكون المعلومة واضحة و مفهوملة لمستخدمها أي عرضه بالشكل المناسب للمستفيد دون غموض
- ✓ الصحة و الدقة: يقصد بالمعلومات الصحيحة أن تكون معلومة حقيقية عن الشيء الذي تعبر عنه، و دقيقة بمعنى عدم وجود أخطاء أثناء إنتاج، تجميع و تقرير هذه المعلومات<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> عامر قندي و آخرون، **مصادر المعلومات التقليدية و الإلكترونية** ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص:62.

<sup>2</sup> إيمان فاضل السمراي، هيثم محمد الزعبي، **نظم المعلومات الإدارية** ، دار الصفاء للطباعة ، عمان ، الأردن، 2004، ص: 43.

<sup>3</sup> أحمد حلمي جمعة و آخرون ، **نظم المعلومات المحاسبية** ، دار المناهج للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، 2003، ص ص: 6،7.

<sup>4</sup> أحمد حسين علي حسين، **نظم المعلومات المحاسبية الإطار الفكري و النظم التطبيقية**، الدار الجامعية ، الإسكندرية، مصر ، 2006، ص ص 26،27.

<sup>5</sup> محمد نور برهان ،غازي إبراهيم رحو، **نظم المعلومات المحاسبية** ، ط2، دار المناهج للنشر و التوزيع ،عمان، الأردن ،2003، ص: 24.

- ✓ الملائمة: و تعني أن تكون المعلومة ملائمة و مناسبة لطلب المستفيد.
- ✓ الواقعية: أي تتسم المعلومات بالواقعية تكون ممثلة لواقع المؤسسة محل الدراسة<sup>1</sup>
- ✓ الشمولية: حيث تكون بصورة كاملة دون تفصيل زائد و دون إيجاز يفقدها معناها
- ✓ التكلفة : بحيث تكون كلفة المعلومات اقل من فائدها اي العائد المتوقع من المعلومات اكبر من تكلفة الحصول عليها.

### المطلب الثاني: ماهية تكنولوجيا المعلومات.

في هذا المطلب سنتطرق إلى تعريف تكنولوجيا المعلومات بالإضافة إلى مراحل تطورها ، خصائصها و أهميتها في النقاط التالية:

### الفرع الأول : تعريف تكنولوجيا المعلومات.

تعددت تعريفات تكنولوجيا المعلومات و تنوعت تبعاً لرؤية كل واحد لها ، لذا سندرج بعض التعاريف حتى تبرز لنا أوجه الاتفاق بينها ، لنعطي في الأخير مفهوما لها ، و نذكر منها :

التعريف الأول: " هي مختلف أنواع الاكتشافات ، المستجدات و الاختراعات التي تعاملت و تتعامل م-ع البيانات و المعلومات من حيث جمعها ، تحليلها ، تنظيمها ، تخزينها و استرجاعها في الوقت المناسب وبالطريقة المناسبة و المتاحة"<sup>2</sup>.

التعريف الثاني: تكنولوجيا المعلومات هي : " الأسلوب المنهجي المنظم الذي نَتَّبِعُه عند استخدام المعارف المختلفة بعد ترتيبها و تنظيمها في نظام خاص يهدف الوصول الى الحلول المناسبة لبعض المهام العلمية"<sup>3</sup>.

التعريف الثالث: "كما تعرف منظمة اليونسكو Unesco تكنولوجيا المعلومات **IT** : بأنها" مجموعة المعرفة العلمية و التكنولوجية ، و الأساليب الإدارية المستخدمة في تداول ومعالجة المعلومات و التطبيقات"<sup>4</sup>.

1 يحيى مصطفى حلمي ، أساسيات نظم المعلومات ، مؤسسة الإسراء للنشر و التوزيع ، القاهرة، مصر ، 1998، ص:78.

2 عامر إبراهيم قندلجي ، علاء الدين عبد القادر الجناحي، نظم المعلومات الإدارية ، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص:32.

3محمد حسين الوادي، بلال محمود الوادي، المعرفة و الإدارة الإلكترونية، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان ، الأردن، 2011، ص:270.

4عدنان عواد الشوابكة ، دور نظم و تكنولوجيا المعلومات في اتخاذ القرارات الإدارية ، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2011،

التعريف الرابع: حسب المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات لأحمد محمد الشامسي و سيد حسب الله: "تكنولوجيا المعلومات Information technologie : هي الحصول على المعلومات و اختزانها ، وبنها وذلك باستخدام توليفة من المعدات الميكروإلكترونية ، الحاسبة و الاتصالية عن بعد"<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات.

و يمكن تقسيم مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات إلى ثلاث مراحل أساسية هي<sup>2</sup>:

1-المراحل الأولى لتطور تكنولوجيا المعلومات: و تتمثل في ثورة المعلومات والاتصالات بدأ من اختراع الكتابة و الطباعة و مختلف مصادر المعلومات المسموعة و المرئية ، وكانت الاستخدامات الأولية تستند إلى كفاءة الماكينة أي أن الأعمال تنجز باستخدام الحاسوب الذي كانت إمكانياته محدودة ، فظهرت نظم يطلق عليها نظم معالجة المعاملات و يرمز لها باختصار TPS

(Transaction processing Systems).

2-المرحلة الثانية : أصبحت التكنولوجيا موردا للعمل من خلال استعمال نظم المعلومات الإدارية و نظم

دعم القرار و نظم المعلومات الخاصة ، والذي ساعد على هذا التقدم هو تطور نظم الحواسيب التي صارت لها إمكانيات تخزين كبيرة جدا فضلا عن ظهور البرمجيات المتقدمة.

3-المرحلة الثالثة: تميزت هذه المرحلة بالتطورات الكبيرة للمكونات المادية و البرمجيات و ظهور المعالجة المايكروية ، إذ أصبحت تكنولوجيا المعلومات سلاحا إستراتيجيا من خلال تطبيقاتها المختلفة و التطورات الأخرى.

إذن تطور مفهوم تكنولوجيا المعلومات من جيل لآخر وفقا للتطورات الحاصلة في كل مرحلة بهدف تسهيل التعامل مع المعلومات المختلفة و للاستفادة منها بالشكل المناسب.

<sup>1</sup> محمد الصيرفي، مرجع سابق، ص:19.

<sup>2</sup> عبد الناصر علك حافظ ، حسين وليد حسين عباس ، نظم المعلومات الإدارية بالتركيز على وظائف المنظمة، دار غيداء للنشر و التوزيع، ط1، عمان، الأردن ، 2014، ص: 42.

### الفرع الثالث: خصائص تكنولوجيا المعلومات.

تتميز تكنولوجيا المعلومات بعدة خصائص، يمكن حصرها فيما يلي<sup>1</sup>:

- 1) تقليص الوقت: فالتكنولوجيا جعلت كل الأماكن إلكترونيا متجاورة.
- 2) تقليص الأماكن: تتيح وسائل التخزين التي تستوعب حجما هائلا من المعلومات المخزنة والتي يمكن الوصول إليها بسهولة.
- 3) اقتسام المهام الفكرية مع الآلة: نتيجة تفاعل بين الباحث والنظام.
- 4) المنمنمة: بمعنى آخر: أسرع، أرخص ... إلخ، وتلك هي وتيرة تطور منتجات تكنولوجيا المعلومات.
- 5) تكوين شبكة الاتصال: تتواجد مجموعة من التجهيزات المستندة على تكنولوجيا المعلومات من أجل تشكيل شبكات الاتصال، وهذا ما يزيد من تدفق المعلومات بين المستعملين والصناعيين وكذا منتجي الآلات، وتسمح تبادل المعلومات مع باقي النشاطات الأخرى.
- 6) التفاعلية: أي أن المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مستقبل ومرسل في نفس الوقت.
- 7) اللاتزامنية: وتعني إمكانية استقبال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدم، فالمشاركين غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت.
- 8) اللامركزية: وهي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فالانترنت مثلا تتمتع باستمرارية عملها في كل الأحوال، فلا يمكن لأي جهة أن تعطلها على مستوى العالم.
- 9) قابلية التوصيل: وتعني إمكانية الربط بين الأجهزة الاتصالية متنوع-ة الصنع أي بغض النظر عن المؤسسة أو البلد الذي تم فيه الصنع.
- 10) قابلية التحرك والحركية: أي أنه يمكن للمستخدم أن يستفيد من خدماتها أثناء تنقلاته مثل: الحاسوب النقال، الهاتف النقال ... إلخ.

<sup>1</sup> عطاء الله احمد سويلم الحسان، الرقابة الداخلية و التدقيق في بيئة تكنولوجيا المعلومات، دار الرابطة للنشر، عمان، الأردن، 2009، ص:91.



- 11) قابلية التحول: وهي نقل المعلومات من وسط إلى آخر، كتحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة أو مقروءة مع إمكانية التحكم في نظام الاتصال.
- 12) اللآجماهيرية: وتعني إمكانية توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد أو جماعة معينة بدل توجيهها بالضرورة إلى جماهير ضخمة، وهذا يعني إمكانية التحكم فيها حيث تصل مباشرة من المنتج إلى واحد، أو من جهة واحدة إلى مجموعة، أو من مجموعة إلى مجموعة.
- 13) الشبوع والانتشار: وهو قابلية هذه الشبكة للتوسع لتشمل أكثر مساحات غير محدودة من العالم بحيث تكتسب قوتها من هذا الانتشار المنهجي لنمطها المرن.
- 14) العالمية: وهو المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيا، حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة تنشر عبر مختلف مناطق العالم.

### الفرع الرابع: أهمية تكنولوجيا المعلومات.

تظهر أهمية تكنولوجيا المعلومات من خلال مايلي<sup>1</sup>:

- 1 تساعد على توفير قوة عمل فعلية داخل التنظيم من خلال استخدام كفاءات وعمال ذوي تخصصات فسي الإعلام الآلي.
- 2 تساعد على زيادة قنوات الإتصال بين مختلف الإدارات.
- 3 تساعد على تحقيق رقابة فعالة في العمليات التشغيلية.
- 4 تساعد على توفير الوقت خاصة للإدارة العليا و التفرغ لواجبات أكثر أهمية مثل الأهداف الإستراتيجية.
- 5 تساعد على تقليص حجم التنظيمات الإدارية.
- 6 تمكن المؤسسة من القيام بمختلف نشاطاتها إلكترونيا.
- 7 تمكن أعضاء المؤسسة من الحصول على المعلومات من أي مكان متواجدين فيه.
- 8 تساعد على تطوير ورفع كفاءات وقدرات مسؤولي الإدارة.
- 9 تسمح بتبادل المعلومات المختلفة مع الشركاء الخارجيين للمؤسسة " زبائن، موردين... "
- 10 - الابتكار والتجديد بدون انقطاع.

<sup>1</sup>سناء عبد الكريم الخناق ، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عمليات إدارة المعرفة، بحث مقدم إلى المنتدى الدولي الثالث حول تسيير المؤسسات، جامعة بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، بسكرة - الجزائر ( يومي 12-13 نوفمبر ) 2005 ، ص238.

- 11 - تمكن من الإطلاع الدائم على أحوال السوق المحلية أو العالمية.
- 12 - تساهم تكنولوجيا المعلومات كثيرا في التعلم الفردي و التعلم التنظيمي، حيث أنها تخلق المعرفة التي تمكن المنظمات من تحسين القدرات وتعزيز الأداء التعامل مع الغير .
- 13 - تساعد تكنولوجيا المعلومات في زيادة معدل مقابلة طلبات العملاء، وتحسين مهارات حل المشكلات، وزيادة فعالية الموارد، وتحسين دور القادة، وإمداد مختلف الوظائف بالمعلومات اللازمة.
- 14 - تساعد تكنولوجيا المعلومات على تحسين الموقف التنافسي للمنظمة، وزيادة الكفاءة والفعالية فدي الأنظمة والعمليات الداخلية والخارجية للمنظمة.

### المطلب الثالث: مكونات و وظائف تكنولوجيا المعلومات.

سنتطرق في هذا المطلب إلى إبراز أهم مكونات تكنولوجيا المعلومات وذلك من خلال الفرع الأول ، ثم إلى ووظائف تكنولوجيا المعلومات من خلال الفرع الثاني .

#### الفرع الأول : مكونات تكنولوجيا المعلومات.

يمكن حصر مكونات تكنولوجيا المعلومات فيما يلي<sup>1</sup> :

- ✚ الأجهزة التقنية : وتمثل الكيان المادي الصلب (الحواسيب و ملحقاتها) والتي تتكون من ثلاثة أجزاء رئيسية وهي : وحدات الإدخال ، وحدات المعالجة و وحدات الإخراج، حيث تقوم هذه الأجهزة بوظائف متعددة لتسهيل العمل داخل المؤسسة .
- ✚ البرمجيات: أجهزة الحاسوب لا يمكنها القيام بمهامها دون وجود تعليمات محددة ومتسلسلة ، و بالتالي فإن البرمجيات تعتبر إحدى المكونات الأساسية لتكنولوجيا المعلومات ، التي تشغل و تدعم الأجهزة لتحقيق الأهداف المرجوة من استخدامها.
- ✚ قواعد البيانات: و تشكل الوعاء الذي يحتوي مجموعة من الملفات المخزنة على أجهزة الحاسوب بحيث تشمل المادة الأولية (البيانات الخام) التي تتم معالجتها و تحديثها واسترجاعها للوصول للمعلومات.
- ✚ مهارات الموارد البشرية: يعتبر المورد البشري من أهم مكونات تكنولوجيا المعلومات لتمييزه بمجموعة من المهارات و المعارف التي تساعده على سيطرة و إدارة باقي المكونات ، وتزداد هذه المهارات و تتجدد عن طريق التدريب في المؤسسات العلمية المتخصصة<sup>2</sup> .

<sup>1</sup> بسام محمود المهيرات، إدارة المعرفة في تكنولوجيا المعلومات، دار الجليس للنشر و التوزيع، ط1، 2012، ص: 221.

<sup>2</sup> يسرى محمد حسين، تكنولوجيا المعلومات و تأثيرها في تحسين أداء مستوى الخدمة الفندقية، مجلة الإدارة و الإقتصاد، العدد الخامس و

الثمانون/2010، ص:329.

## الفصل الأول: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات و جودة الخدمات البنكية

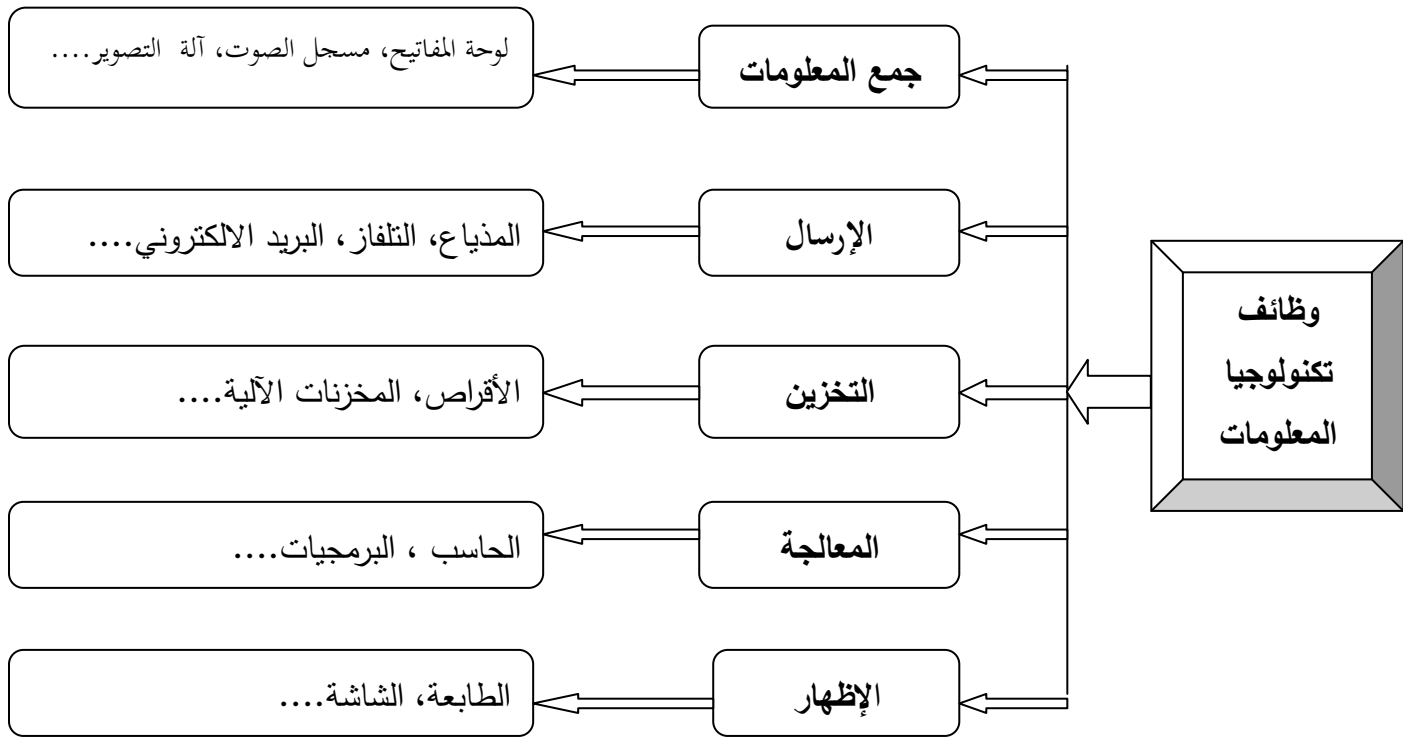
الإجراءات: و هي مجموعة من التعليمات عن كيفية دمج المكونات الأخرى لتكنولوجيا المعلومات لغرض معالجة البيانات و توليد مخرجات

شبكات الاتصال: هي الوسيلة المستخدمة لإرسال البيانات و المعلومات و تلقيها ، إذ تتألف من مجموعة من المحطات تتواجد في مواقع مختلفة و مرتبطة مع بعضها البعض بوسائط تتيح للمستفيد إجراء عملية الإرسال و التلقي. و يجب أن تقرر المؤسسات نوع الشبكات المناسبة لعملها (الانترنت، الأنترنات، الإكسترنات) مع ضرورة تطوير مهارات موظفيها في تقانة المعلومات باستمرار .

### الفرع الثاني: وظائف تكنولوجيا المعلومات.

تؤدي تكنولوجيا المعلومات خمسة وظائف أساسية تتمثل في جمع-ع المعلومات، إرسالها ، تخزينها، معالجتها ، إظهارها وقت الحاجة باستخدام العديد من الوسائل و الأدوات و يمن إبراز ذلك في الشكل الموالي:

#### الشكل رقم (01) : وظائف تكنولوجيا المعلومات



المصدر: مهوب سماح، ص: 07

نلاحظ من خلال الشكل ان هناك العديد من الأدوات المعتمدة في تأدية الوظائف المختلفة لتكنولوجيا المعلومات، ولكن ما يمكن ملاحظته في الآونة الأخيرة أن هذه الأدوات خضعت إلى تطور كبير و مستمر من حيث نطاق العمل ، حيث أصبحت أكثر تقدما مما كانت عليه ، مثلا أدوات التخزين فإننا نلاحظ تزايدا مستمرا في سعتها مقارنة بما كانت عليه في الماضي، بالإضافة إلى تواجدها على قدرات أعلى تصغير حجم ووزن

الأدوات المستخدمة كالهاتف النقال ، الحواسيب الآلية و غيرها و هذا كله ساهم في تغيير نمط أداء الأعمال من خلال انجاز أعمال خارج مراكزها و في أي مكان.

### المطلب الرابع: آثار استخدام تكنولوجيا المعلومات.

يمكن حصر هذه الآثار فيما يلي<sup>1</sup>:

### الفرع الأول : الآثار الإيجابية لإستخدام تكنولوجيا المعلومات

يمكن تلخيص هذه الآثار في النقاط التالية:

- ✓ أول تأثير لتكنولوجيا المعلومات هو على المستوى الاجتماعي، فكل تطور في التكنولوجيا فهو يدل على حتمية تغيير المجتمع وحضارته، ذلك أن أي إختراع أو تطور في التكنولوجيا يرافقه جو من التحضر الجديد.
- ✓ مساعدة المؤسسات على تحقيق قدر كبير من المرونة الإنتاجية، والتقليل من النفقات مع تقديم طرق جديدة وهياكل تنظيمية جديدة لتصميم المؤسسات.
- ✓ التقليل من الاتصالات الشخصية المباشرة لوجود شبكة إتصال وسيطة بين الشركات، و هذا ما يساهم في تخفيض تكاليف التنقل والإقامة... إلخ.
- ✓ تحقيق تكامل عالمي لأسواق رأس المال من خلال وضع ترتيبات و إجراءات أكثر مرونة لضمان حركة رأس المال على المستوى العالمي.
- ✓ زيادة الاختراعات والتجربة من الإنتاجية والنسي تؤدي إلى تخفيض التكاليف والأسعار وبالتالي إرتفاع الإستهلاك.
- ✓ تطبيق التجارة الإلكترونية التي تشمل تبادل أشياء ذات قيمة بين طرفين أو أكثر من خلال وسائل إلكترونية غالبا ما تكون الأنترنت مما يحقق الميزة التنافسية، وتحسين مستوى الخدمة المقدمة للعملاء وتحسين العلاقات مع الموردين.
- ✓ تنمية قدرات الأفراد خلال اكتساب المعلومات الهادفة وأخذ قرارات أحسن .
- ✓ تعزيز المسائلة والشفافية مما يؤدي إلى تقليل وقوع الأخطاء والتزوير .
- ✓ تقديم وسائل عمل أفضل للموظفين و المراجعين مما ينعكس إيجابيا على التنظيم.

<sup>1</sup> فني فضيلة، دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تسير المعارف بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة بسكرة، 2008، صص: 74-75.

### الفرع الثاني : الآثار السلبية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات

قد تنتج بعض الآثار السلبية عن تكنولوجيا المعلومات والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:

✓ تعمل تكنولوجيا المعلومات على رفع نسبة البطالة، وذلك نتيجة لظهور آلات ومعدات حديثة تحل محل الأفراد تقدم منتجات ذات نوعية وبأقل تكاليف بدون أخطاء.

✓ تكنولوجيا المعلومات قد تسمح لبعض المتشددین والمعارضین بنشر أفكارهم ودعواتهم وذلك بتلمييحها بالتكنولوجيا الحديثة، مما يجعل الأفراد يتقبلونها فتكون هناك صعوبات كبيرة لمواجهتها ومحاربتها نظرا لنسبة الإقبال عليها.

✓ تكنولوجيا المعلومات تجعل العلاقات بين المتعاملين أقل إنسانية، حيث تتدخل الآلات في معاملات الأفراد فيما بينهم.

✓ في ظل تكنولوجيا المعلومات السيادة الوطنية أصبحت مهددة نظرا لحرية تحرك المعلومات ومنه الأموال عبر الحدود، كما هو الشأن بالنسبة للخصوصية الثقافية التي باتت مهددة نتيجة لتفوق اللغة الإنجليزية والولايات المتحدة الأمريكية.

✓ سمحت التكنولوجيا الجديدة بظهور النقود الإلكترونية والتي تمثل تهديد للسيادة النقدية .

✓ الحكومة تجد نفسها أمام معضلة فرض الرقابة في إطار حقوق المستهلك والصالح العام دون المساس بالحرية والتفتح.

من خلال ما تم ذكره تظهر لنا مختلف الآثار المترتبة عن تكنولوجيا المعلومات، والتي استطاعت أن تندمج في مختلف المجالات سواء على مستوى الأفراد والحكومات والمؤسسات وعلى الرغم من بعض السلبيات فإن تكنولوجيا المعلومات تساهم في رفع مستوى الأداء وكذا الاستخدام المثل للطاقات البشرية مع تقليص الإجراءات الإدارية وتنظيمها وتنظيما دقيقا.

### المبحث الثاني : ماهية جودة الخدمة البنكية.

مع نمو وتزايد الدور الذي تقوم به المؤسسات المالية ازدادت الحاجة إلى تطوير الخدمات بصفة عامة والخدمات البنكية بصفة خاصة، نظراً للتحديات التي تواجه قطاع الخدمات البنكية و التطورات التكنولوجية، لعل هذه المتغيرات تظهر على نحو واضح في السوق البنكية. لذلك اهتم العديد من الباحثين بدراسة مختلف الجوانب المتعلقة بجودة الخدمات البنكية بهدف رفع مستوى جودة الخدمة المقدمة لتناسب توقعات العملاء، وه ذا ما سنتطرق له من خلال المبحث الثاني حيث سيتم في المطلب الأول عرض عموميات حول الخدمات، ثم نتطرق من خلال المطلب الثاني إلى الخدمة البنكية ، ثم عرض في المطلب الثالث دورة حياة الخدمات البنكية و أنواعها ، أما في المطلب الرابع سيتم عرض مفاهيم أساسية حول جودة الخدمة البنكية.

المطلب الأول: عموميات حول الخدمات.

### الفرع الأول: تعريف الخدمة.

تتعدد التعاريف المفسرة للخدمة بحسب وجهات النظر غير أن في مجملها تدور حول نفس الفو و لكن بصياغة مختلفة و في ما يلي مجموعة من التعاريف للخدمة:  
التعريف الأول: "إن الخدمة عبارة عن الأنشطة أو المنافع التي تعرض للبيع أو يرتبط تقديمها بالسلع المباعة بذلك فانه حدد الخدمة بأنها:

—أنشطة غير ملموسة (تقديم الاستشارة، إلقاء محاضرة..).

— منافع يدركها المستفيد بعد الحصول على الخدمة ( خدمات التأمين، خدمات صحية، خدمات النقل).

— يرتبط تقديمها بالسلع المباعة لأنها تقديمها دورا أساسيا و مهم— في تحقيق المنافع التي يرغب المستهلك الحصول عليها من خلال شراء السلعة ( صيانة، ضمان، توفير أدوات إضافية، نقل السلعة..)<sup>1</sup>.

التعريف الثاني: "وقد عرف philip kotler الخدمة باعتبارها أي عمل أو أداء يمكن أن يقدمه أحد الأطراف للطرف الآخر، حيث يكون بشكل أساسي غير ملموس، ولا ينتج من الملكية أي شيء وأن إنتاجه يمكن أو لا يمكن أن يرتبط بالسلعة المادية"<sup>2</sup>.

التعريف الثالث: "تعرف أيضا على أنها "النشاط الغي—ر ملموس"، الذي يهدف أساسا إلى إشباع رغبات و متطلبات العملاء"<sup>3</sup>.

التعريف الرابع: " ويمكن تعريف الخدمة على أنها عملية تتركز على الإنسان وعلى المعلومة وعلى السلعة ويتطلب تنفيذها تحقيق علاقة مبادلة مع المستهلك، ويركز هذا التعريف على ثلاثة عناصر أساسية تتمثل في:  
1/الخدمة تتحقق من خلال العلاقة بين المنتج والمستهلك .

2/هناك عملية تحويل من حالة إلى حالة .

3/لا تظهر الخدمة إلا من خلال تأثيرها على الواقع، الإنسان، المعلومة أو السلعة".

ومن خلال ما قدم من تعاريف، يمكن استخلاص التعريف التالي:

الخدمة هي عبارة عن نشاط أو منفعة غير ملموسة تهدف إلى إشباع حاجة أو رغبة لدى العميل أو المستفيد دون أن يترتب عن ذلك انتقال الملكية، وقد تكون هذه الخدمة مرتبطة أو غير مرتبطة بمنتج مادي ملموس.

<sup>1</sup> محمود جاسم الصميدعي، ردينه عثمان يوسف، تسويق الخدمات، دار المسير للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 22-23.

<sup>2</sup> رعد حسن الصر، عولمة جودة الخدمة المصرفية، دار الوراق، سوريا، 2008، ص 60.

<sup>3</sup> إياد شوكت منصور، إدارة خدمة العملاء، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة العلمية، عمان، ص 179 .

### الفرع الثاني : أنواع الخدمة.

يربط البعض بين الخدمة والإنتاجية وكان نتيجة ذلك تقسيم الخدمات إلى مجموعتين<sup>1</sup>:

**أولاً : الخدمات المطبقة على المعارف المنتجة:** وهي تتمثل في الهندسة، استشارات، الخدمات المالية، البحث والتطوير... الخ

**ثانياً : الخدمات حسب الوظيفة :** التي تقسم إلى أربعة أقسام تتمثل في :

-الخدمات الموزعة: وتتمثل في النقل والاتصالات والتجارة.

-الوظائف المنتجة للخدمات: وتتمثل في البنوك، تأمينات، الخدمات العقارية.

-الخدمات الاجتماعية: وهي كل ما يتعلق بخدمات الصحة والتعليم والخدمات العامة.

- الخدمات الشخصية: وتتمثل في خدمات الفنادق ، المطاعم ، والخدمات الترفيهية .

### الفرع الثالث: خصائص الخدمات.

لقد أظهرت العديد من الدراسات والأبحاث أن للخدمات خصائص عديدة أهمها: اللاملموسية، التلازمية، عدم التجانس، عدم القابلية للتخزين (التلاشي) و عدم انتقال الملكية.

✓ اللاملموسية: " تعتبر القابلية للمس من أهم الخواص التي تفرق بين السلع المادية و الخدمات و توضح هذه الخاصية أن "الخدمة ليس لها كيان مادي، و هذه الخاصية تفقد المشتري القدرة على إصدار قرارات و أحكام بناء على تقييم محسوس، من خلال لمسها أو ذوقها أو شمها أو رؤيتها قبل شرائه لها"<sup>2</sup>.

✓ التلازمية (عدم قابليتها للتجزئة): " تتصف الخدمة المصرفية بعدم قابليتها للتجزئة فهي متكاملة، و نقصد بالتلازمية أو عدم الانفصال بدرجة الارتباط بين الخدمة ذاتها و بين الشخص الذي يتولى تقديمها، أي صعوبة فصل الخدمة المصرفية عن شخصية العامل الذي يقدمها في البنك، و قد يترتب على ذلك في كثير من الأحيان ضرورة حضور طالب الخدمة شخصياً إلى البنك".

✓ عدم التجانس: " نقصد بهذه الخاصية عدم القدرة على توحيد و تتميط الخدمة المقدمة، إذ تختلف طريقة تقديم الخدمات من زبون إلى آخر حسب درجة التفاعل بين مقدم الخدمة و الزبون، و مكان و زمان تقديمها، و كفاءة و سلوك مقدمي الخدمات و وفقاً لظروف معينة"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> رعد حسن الصر، نفس المرجع السابق، ص 60.

<sup>2</sup> محمد صالح المؤذن، مبادئ التسويق، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2002، ص 27.

<sup>3</sup> رعد حسن الصر ، مرجع سابق ، ص : 61

✓ عدم قابلية التخزين ( التلاشي ) : " تعكس تلك الصفة حقيقة أن الخدمات لا يمكن تخزينها بهدف البيع أو الاستخدام اللاحق للمنتجات، فالقيمة الحقيقية لتلك الخدمة هي فقط عند لحظة المراجعة، و بالتالي تفقد القيمة عند عدم الحضور بالوقت و المكان المحددين سلف<sup>1</sup>، فقابلية الخدمة للتلاشي لا تمثل مشكلة عندما يكون الطاب عليه ثابت"<sup>1</sup> .

✓ عدم انتقال الملكية: "في حالة بيع السلعة فإن الملكية تنتقل من البائع إلى المشتري، الأم — ليس كذلك في حالة بيع الخدمة فعندما تستأجر بيتا لا يحق لك أن تمتلكه، و لكن الانتفاع به، و تبقى الملكية لصاحب البيت"<sup>2</sup>.

### المطلب الثاني : الخدمة البنكية.

تعتبر الخدمات البنكية التي يقدمها البنك من أهم عناصر المزيج التسويقي حيث تظهر أهمية هذا العنصر في أن الخدمات البنكية تمثل الأداة التي يعتمد عليها البنك في إشباع رغبات عملائه و في تحقيق أهدافه.

### الفرع الأول : تعريف الخدمة البنكية.

ونذكر عدة تعاريف من بينها مايلي :

التعريف الأول: الخدمة البنكية هي: " مجموعة من المهارات الشخصية و المستلزمات المادية و الأعراف و القواعد القانونية التي يتم عرضها و إنتاجها بشكل يتوافق مع توجهات الزبون لاتخاذ القرارات المالية الرشيدة"<sup>3</sup>.  
التعريف الثاني: "وتعرف كذلك على أنها مجموعة الخدمات التي يقدمها البنك لعملاءه وترتبط هذه الخدمات بالوظائف الأساسية للبنوك وهي الإيداع، الإئتمان وخدمات الإستثمار"<sup>4</sup>.

التعريف الثالث: " فهي مجموعة من العمليات ذات المضمون المنفعي الهذي يتصف بتغلب العناصر غير الملموسة على العناصر الملموسة والتي تدرك من قبل الأفراد أو المؤسسات من خلال دلالاتها وقيمتها المنفعية التي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم المالية و الانتمانية الحالية والمستقبلية، والتي تشكل في الوقت نفسه مصدرا لربحية البنك وذلك من خلال علاقة تبادلية بين الطرفين "<sup>5</sup> .

<sup>1</sup> زاكي خليل المساعد، تسويق الخدمات و تطبيقاته، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، 2003، ص 53 .

<sup>2</sup> عبد العزيز أبو نبعة، تسويق الخدمات المتخصصة، الطبعة الأولى، دار الوراق للنشر و التوزيع، عمان، 2005، ص 27.

<sup>3</sup> تامر البكري و احمد الرحومي، تسويق الخدمات المالية، الطبعة الأولى، إثراء للنشر و التوزيع، عمان، 2008، ص 82.

<sup>4</sup> بريس عبد القادر، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في

العلوم الإقتصادية، فرع نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2005 - 2006، ص 231 .

<sup>5</sup> وسيم محمد الحداد و اخرون ، الخدمات المصرفية الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012، ص ص 220-



التعريف الرابع: تعرف الخدمة البنكية على أنها مجموعة من العمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في مجموعة من العناصر الملموسة ( الحقيقية ) و غير الملموسة ( غير الحقيقية ) المدركة من قبل الأفراد أو المؤسسات من خلا دلالاتها و قيمتها المنفعية التي تشك في الوقت نفسه مصدرا لربحية الخدمات البنكية، و يتصف مضمون الخدمة البنكية بتغلب العناصر غير الملموسة على العناصر الملموسة. يحمل تعبير الخدمة البنكية مفهومي أساسيين:

- المفهوم الأول تسويقي: كونها مصدرا لإشباع احتياجات و رغبات الزبائن.
- المفهوم الثاني منفعي : و يتمثل في مجموعة المنافع التي يسعى الزبون لتحقيقها من خلال استخدام الخدمة المصرفية.

أما المنتج البنكي فيقصد به: خدمة أو حزمة من الخدمات التي غالب ما تقدم إلى عميل واحد من قبل بنك واحد و غالبا ما تستهدف سوقا معينة<sup>1</sup>. من خلال التعريف السابقة يمكننا استنتاج التالي:

إن مفهوم الخدمة المصرفية لا يختلف كثيرا عن مفهوم الخدمات بصورة عامة، والتي بينها في الفقرة السابقة، وتمثل الخدمة المصرفية مجموعة الخدمات التي تقدمها المصارف لعملائها وترتبط هذه الخدمات بالوظائف الأساسية للمصارف وهي الإيداع والائتمان وخدمات الاستثمار.

### الفرع الثاني: خصائص الخدمة البنكية.

رغم اتفاق جميع الكتاب حول خصائص الخدمات فإن هناك جهات نظر متباينة حول الخصائص المميزة للخدمات المصرفية نظرا لطبيعة وخصوصية النشاط البنكي من جهة، ومن جهة ثانية نظرا لخصوصية وحساسية الخدمة البنكية إذا ما اقترنت بالخدمات الأخرى، لكن يمكن استعراض أبرز خصائص الخدمة البنكية حسب جهات نظر بعض الكتاب على النحو التالي:

يرى أحمد محمود أحمد أن الخدمة البنكية تتميز بالخصائص التالية<sup>2</sup>:

- الخدمة المصرفية ليست مادية ملموسة وبالتالي لا يمكن تخزينها.
- الخدمة المصرفية تلازمه أو تكاملية، أي أنها تتصف بعدم قابليتها للتجزئة أو التقسيم أو الانفصال فهي متكاملة في ذاتها وفي أجزائها وعناصرها أي أنها مزيج متكامل ومندمج حتى تحقق الغرض والهدف منها.
- تعتمد الخدمة البنكية في تقديمها على التسويق الشخصي وعلى مهارة وكفاءة مقدم الخدمة.

<sup>1</sup> عبد الرحيم نادية، تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر 2011، ص 03، ص 5.

<sup>2</sup> أحمد محمود أحمد، تسويق الخدمات المصرفية، مدخل نظري - تطبيقي، دار البركة للنشر والتوزيع عمان، 2001، ص 43- 47.

- الافتقار إلى هوية خاصة، بالرغم من تقارب وتمائل الخدمة المصرفية التي تقدمها المصارف لعملائها فانهم تظهر بشكل ملح وضروري أن تتميز هذه الخدمات وربطها بالمصرف الذي يقدمها وتميزها عن الخدمات التي تقدم من طرف المصارف الأخرى، والهدف من تميز خدمات البنوك عن غيرها هو جذب العملاء لهذا البنك وتفضيل التعامل معه عن البنوك الأخرى.
- الانتشار الجغرافي، يتعين على البنك أن يكون قادرا على الوصول إلى العملاء القائمين والمحتملين في الأماكن التي يتواجدون فيها.

كما يعدد عوض بدير الحداد الخصائص التالية للخدمات البنكية<sup>1</sup>:

- لا يمكن صنع الخدمة البنكية مقدماً وتخزينها، فالموظف (يصنع) الخدمة بمجرد أن يظهر العميل أمامه.
- لا يمكن لموظف البنك إنتاج عينات من الخدمة، فهو لا يستطيع أن ينتج عينات من هذه الخدمة لكي يرسلها إلى العميل ويحصل منه على موافقة مسبقة عن جودة هذه الخدمة قبل استعماله لها.
- التأكد من تقديم ما يطلبه العميل، لان الخدمة بطبيعتها ليست شيئاً مادياً ملموساً يمكن الحكم على مواصفاته بمعايير مطلقة وثابتة بين كل العملاء.
- الخدمة المصرفية تنتج وتستهلك في نفس الوقت، حيث يقوم العميل باستهلاك الخدمات المصرفية التي تقدم إليه في نفس لحظة إنجازها أو إنتاجها.
- الخدمة المصرفية غير قابلة للاستدعاء مرة ثانية، في حالة وجود عيوب أو أخطاء عند تقديمها، ففي هذه الحالة الاعتذار وترضية العميل هما البديل الوحيد أمام موظف البنك.

**المطلب الثالث: دورة حياة الخدمة البنكية و أنواعها**

**الفرع الأول : دورة حياة الخدمة البنكية.**

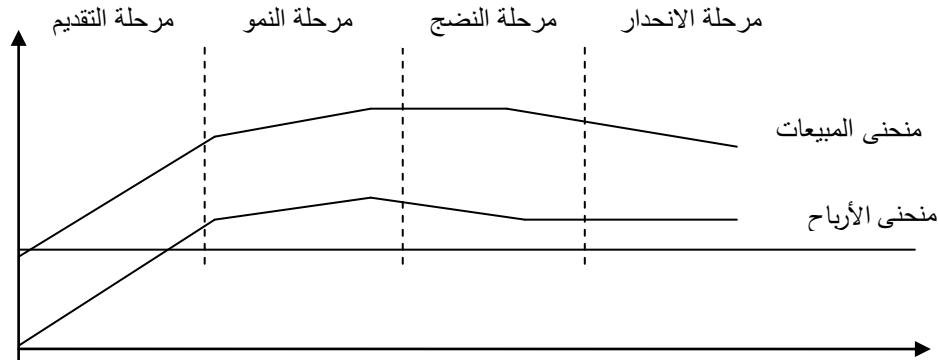
"يقصد بدور حياة الخدمة البنكية التطور في حجم التعامل بها عبر الزمن، و بذلك فإن منحني دورة حياة الخدمة البنكية يعبر عن التاريخ البيعي لها، و لهذا فإن تحليل دورة حياة المنتج أو الخدمة البنكية يساعد على وصف الكيفية التي تعمل بها، كما يوضح المفهوم<sup>2</sup> المتفاوت في سلوك الخدمة من مرحلة إلى أخرى و هو ما يسمح بتطبيق إستراتيجيات تسويقية مختلفة من مرحلة لأخرى و الشكل التالي يوضح دورة حياة الخدمة البنكية :

<sup>1</sup> الحداد عوض بدير، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، جامعة قناة السويس، 1999، ص ص 52 - 54.

<sup>2</sup> - ناجي معلا، الأصول العلمية للتسويق المصرفي، دار وائل للنشر و التوزيع ، الطبعة الثالثة، 2007، ص72.

المبيعات و الأرباح

**الشكل رقم (02): دورة حياة الخدمة المصرفية**



Source : Michel badoc , marketing management pour les sociétés financière, Edition d'organisation, Paris, 1998, p 256

يتضح من الشكل أعلاه أن الخدمة البنكية تمر بأربعة مراحل و هي<sup>1</sup>:

- 1 - **مرحلة التقديم:** في هذه المرحلة يكون الطلب على الخدمة البنكية ضعيفا لعدم معرفة الأفراد بها لكونها جديدة و تطرح لأول مرة في السوق، لذلك يجب التركيز على الإعلان بشكـل مكثف بهدف تعريف الزبائن بالخدمة البنكية المقدمة و فوائدها.
- 2 - **مرحلة النمو:** تعتبر هذه المرحلة من أهم المراحل في دورة حياة الخدمة البنكية، و تتميز هذه المرحلة بزيادة الطلب و نموه على الخدمة، و تستمر هذه المرحلة ما دام حجم التعامل بالخدمة لم يصل إلى أعلى مستوياته الموضوعية أو المحددة من طرف البنك، و هناك مؤشرات دالة على أن الخدمة ما زالت في مرحلة النمو وهي:
  - التزايد في معدلات نمو حجم المبيعات و الأرباح.
  - إشتداد حدة المنافسة بين البنوك.
  - تحسين جودة الخدمة.
- 3- **مرحلة النضج** في هذه المرحلة يصل حجم التعامل بالخدمة و الأرباح المولد عنها إلى المستوى الأعلى و يتميز هذا المستوى من مبيعات و الأرباح بالاستقرار بالرغم من الزيادة في حجم التعامل و اتجاهه نحو الانخفاض و يقود هذا إلى تخفيض حجم الخدمة، و تتميز هذه المرحلة باشتداد المنافسة بين البنوك.
- 4- **مرحلة الانحدار:** تسمى أيضا هذه المرحلة بمرحلة التدهور و فيها يقل الطلب على الخدمة و ذلك لعدة أسباب، فقد تكون الخدمة قد أصبحت لا تلبي حاجات و رغبات الزبائن أو ظهور خدمات بنكية ذات منافع أكثر انسجاما مع حاجات و رغبات الأفراد، الأمر الذي يدفع البنك إلى تعديل الخدمة أو حذفها و إدراج خدمات جديدة تلبي احتياجات العملاء.

<sup>1</sup>ناجي معلا، المرجع السابق، ص ص : 72، 73.

### الفرع الثاني: أنواع الخدمات البنكية.

نظرا للتطور الحاسم في العمل البنكي، والذي جعله يأخذ اتجاها جديدا ومختلفا تمثل بظهور النقود و إتساع رقعة الأنشطة البنكية في مجالات عديدة، الأمر الذي أدى إلى تطوير وتنويع الخدمات البنكية المقدمة، والتي يمكن تقسيمها إلى:

#### أولاً: الخدمات البنكية التي تمارسها البنوك لصالح العملاء:

يقوم البنك بتقديم خدمات عدة في هذا المجال، منها تحصيل الشيكات و الحوالات و الكمبيالات بالإضافة إلى تقديم خدمات الهدف منها الكسب عن طريق بيع و شراء الأوراق المالية وغيره، وفيما يلي عرض لأهم الخدمات<sup>1</sup>:

(1) خدمات قبول الودائع البنكية: يقبل البنك الودائع من عملائه ويصنفها إما على أساس مدى فترة المودع على سحبها كودائع تحت الطلب وودائع لأجل أو على أساس ودائع التوفير كخدمات فتح الحساب الجاري من خلال الإيداع و السحب.

(2) خدمات التحصيل: تكون خدمات التحصيل إما داخلية، حيث تمارس البنوك من خلالها تسوية الديون عن طريق المخالصة أو الترحيل في الحساب، وتتمثل هذه المستويات في تحصيل الشيكات والكمبيالات أو تكون خارجية كأن يتم الاتفاق بين المصدر والمستورد على إرسال البضائع دون فتح اعتماد مسندي لصالح المصدر حيث يقوم البنك بنقل جميع المعلومات والوثائق إلى المستورد.

(3) خدمات حفظ الأوراق المالية: قد يودع العملاء لدى البنك أوراقهم المالية للمحافظة عليها والقيام بخدماتها فتهيئ البنوك خزائن محكمة لحفظ تلك الأوراق نظير أجر يتقاضاه البنك من مودعي تلك الأوراق.

(4) خدمات بيع وشراء العملات الأجنبية: تهتم البنوك بصورة عامة بعمليات بيع وشراء العملات الأجنبية، لغرض توفير قدر كاف منها لمواجهة حاجة العملاء، ولأجل الحصول على ربح إذا كانت أسعار الشراء أقل من أسعار البيع، وحتى إذا تساوت الأسعار فإن هذا يوفر للبنك فرصة الشراء بدون خصم على أقل تقدير.

(5) خدمات تقديم القروض والتسهيلات لمنظمات الأعمال.

(6) تقوم البنوك إلى جانب خدماتها السابقة بتسهيلات بنكية وتقديم القروض، وتشمل هذه التسهيلات ما أن قبيل الكفالات والضمانات إلى أن تنتهي بقرض.

<sup>1</sup> أحمد طرطار ، سارة حلبي، جودة الخدمات المصرفية كآلية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك، مداخلة الملتقى الدولي حول إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، جامعة منتوري قسنطينة، 9080 ، ص36.

(7) خدمات تقديم القروض والتسهيلات: تقسم القروض البنكية إلى تسليفات طويلة ، متوسطة وقصيرة الأجل ، وتتخذ عملية التسليف هذه تارة صورة قرض عادي يتقدم العميل بطلبه إلى البنكية ويتسلم بموجبه مقدرا محددًا من النقود، وتتخذ أخرى صورة فتح إعتقاد ، ويقصد به وضع البنك تحت تصرف عميله مبلغًا معين من النقود لمدة محددة، ويكون للعميل حق السحب منه.

(8) خدمات خصم الأوراق التجارية: وهي شكل من أشكال التسليف البنك، إذ يتقدم المستفيد من الورقة التجارية ذات الأجل المحدد قبل موعد استحقاقها إلى البنك ، ليحصل على قيمتها مسبقًا مع حصول البنك على خصم تعجيل الدفع.

(9) خدمات خصم الكمبيالات على أساس البيع: يقوم المستفيد بتقديم الكمبيالات إلى البنك طالبا خصمها أي بيع الدين الذي تمثل الورقة، فيملك البنك بموجب هذا البيع الدين الذي كان المستفيد يملكه في ذمة محرر الكمبيالة لقاء الثمن الذي يدفعه فعلا إليه.

### ثانيا: الخدمات البنكية الحديثة.

" لقد حدث تطور هام في أسلوب ومجال نشاط البنوك خلال السنوات الأخيرة، فقد تعددت وتنوعت الخدمات التي أصبحت تقدمها البنوك وبالتالي أسلوب تقديمها للعملاء، ويهجع ذلك لعدة أسباب أهمها الاستفادة من التطورات الهائلة في مجال المعلومات والحاسبات الآلية، التزايد المستمر في احتياجات ورغبات العملاء، التحول في فلسفة العمل البنكي والتسويق البنكي حيث أصبحت البنوك تستهدف شريحة واسعة من العملاء ولا تقتصر على شريحة أو فئة محدودة منهم، وتحول الاهتمام من التركيز على أداء الخدمات البنكية إلى ونظم التحويل الإلكتروني ATM التركيز على وسائل الدفع الإلكترونية كبطاقات الائتمان وآلات الصراف الآلي للأموال والخدمات البنكية عن بعد والخدمات البنكية عن طريق الإنترنت أو ما يسمى بالصيرفة الإلكترونية"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> بريش عبد القادر، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمة المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، مرجع سابق ، ص: 40 .

### المطلب الرابع: مفاهيم أساسية حول جودة الخدمة البنكية.

من خلال هذا المطلب سنتطرق إلى عرض مفهوم جودة الخدمة البنكية وهذا من خلال الفرع الأول ، ثم تطرق أهمية جودة الخدمة البنكية من خلال الفرع الثاني .

#### الفرع الأول : مفهوم جودة الخدمات البنكية

لقد أصبحت جودة الخدمة البنكية عنصر حاسما في تحديد الموقف التنافسي ،وما سيتبع ذلك من تحديد النصيب السوقي و الأرباح للبنك، و بالتالي أصبحت جودة الخدمات البنكية تحتل موقع الصدارة من بين اهتمامات البنوك،حيث تعددت تعاريف جودة الخدمات البنكية نذكر منها مايلي :

تعريف الأول : يقصد بجودة الخدمة البنكية " الخدمات المقدمة ، المتوقعة، المدركة ، وهي المحدد الرئيسي لرضا العميل أو عدم رضاه ، فبعض المنظمات تجعلها أولويات لتعزيز جودة الخدمة".<sup>1</sup>

تعريف الثاني : " مجموعة الصفات المميزة للمنتج أو الخدمة التي تجعلها ملبية للحاجات المعلنة و المتوقعة أو قادرة على تلبيتها "<sup>2</sup>.

تعريف الثالث : " يشير طارق طه على مفهوم الجودة البنكية على أنها " قدرة المصرف على توفير مستوى أداء الخدمة البنكية يحقق إشباع قائم لاحتياجات العميل ".<sup>3</sup>

تعريف الرابع : "تعرف على أنها " إرضاء لمتطلبات العملاء ودراسة قدرة المصرف على تحديد هذه المتطلبات و القدرة على النقاءها ، فإذا تبنى المصرف عملية تقديم خدمات ذات جودة عالية يجب ألا يسعى من خلالها إلى التعرف على متطلبات العملاء ".<sup>4</sup>

تعريف الخامس : ويقصد بها من نظر ERIC ،PIRRE EIGUER ، LANGARD على أنها "القيمة التي يحصل عليها العميل و التي تشبع احتياجاته و ترضي توقعاته مثلما هو منتظر"<sup>5</sup>

<sup>1</sup> نظام موسى سويدان، شفيق ابراهيم حداد ، التسويق المعاصر ، دار الحامد للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، 2009، ص :231

<sup>2</sup> تسير العجارمة ، التسويق المصرفي ، دار حامد للنشر و التوزيع ، الاردن ، عمان ، 2008 ، ص ، 33 .

<sup>3</sup> طارق طه ، ادارة البنوك ونظم المعلومات المصرفية ، دار الكتب للنشر و التوزيع ، اسكندرية ، مصر ، 2000 ، ص : 126 .

<sup>4</sup> رعد حسين الصرف ، أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنت وجودة الخدمة المصرفية ، مجلة العلوم الانسانية ، العدد 02 ، جامعة بسكرة ، ص :

### الفرع الثاني : أهمية جودة الخدمة البنكية

تتلخص المزايا المترتبة من تركيز المصارف جهودها في تحسين جودة خدماتها المصرفية في النقاط التالية<sup>1</sup>:

- ✓ إدراك توقعات واحتياجات العملاء من الخدمات المصرفية و بالتالي الفهم الصحيح لتوقعاتهم مما يؤدي إلى تسليم الخدمة المصرفية بالشكل المطلوب ، وهو ما يحقق رضا العميل عنها ويساعد المصارف في قياس هذا الرضا.
- ✓ تقديم خدمة متميزة تزيد من قدرة البنك على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين و جذب عملاء جدد.
- ✓ ان الخدمات المتميزة و ذات الجودة العالية تعزز من ثقة العملاء في البنك و خدماته المقدمة .
- ✓ زيادة قدرة المصرف على بيع خدمات مصرفية إضافية و جديدة.
- ✓ تحمل البنك تكاليف منخفضة لقلّة الأخطاء في العمليات البنك ، وانجاز الخدمة بشكل صحيح أول مرة.
- ✓ تسمح الخدمة المتميزة من تقاضي البنك أسعار و عمولات إضافية.
- ✓ منح البنك مزيدا من الحرية في تسعير منتجاته طالما العلاقة تبين القيمة و السعر متساوية.
- ✓ تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن بقية المصارف و مواجهة الضغوط التنافسية .

### الفرع الثالث : نماذج قياس جودة الخدمات البنكية

إن الارتقاء بجودة الخدمات البنكية و تحسين مستوياتها يتطلب وجود نماذج مقاييس كمصادر معلومات مفيدة لإدارة البنوك نعتمدها لقياس مستوى الجودة في خدماتها البنكية ، ومن ثم تقسيم رضا العميل عنها ، غير أن طبيعة الخدمة كانت أحد الأسباب التي تفسر الصعوبة التي اعترضت الباحثين في محاولاتهم للتوصل إلى نماذج علمية و عملية إضافة إلى ذلك<sup>2</sup>:

- ان الجودة عبارة عن أداء يختلف من مقدم خدمة لأخر، ومن وقت لأخر و تختلف باختلاف العملاء .
- ان الحكم على جودة الخدمات البنكية لا يشمل الجودة الفنية فقط بل يمتد إلى الجودة الوظيفية.
- صعوبة رقابة البنك على جودة تقديم الخدمة لمشاركة العملاء في عمليات الخدمة .

### 1 نموذج الاتجاه :

<sup>1</sup> بوعيشة مبارك ، الشامية بن عباس ، واقع وفاق تطبيق نظام ادارة الجودة الشاملة بالجزائر - القطاع المصرفي - ، مداخلة في الملتقى الدولي حول تطبيق نظام ادارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات ، جامعة قسنطينة ، 2010 ، ص : 15.

<sup>2</sup> زيدان محمد ، قدرين حاج قويدر ، جودة الخدمات المصرفية ، مداخلة في المؤتمر الدولي الثالث حول الجودة و التميز في منظمات الأعمال ، جامعة سكيكدة 08/07 ماي ، 2007 ، ص : 48.

يرتكز هذا المدخل على أساس أن جودة الخدمة تمثل مفهوما اتجاهيا يتصل بالرضا ، و لكن —هـ ليس مرادفا له كما انه يرتبط بادراك العميل لأداء الخدمة المقدمة ، فبرغم من أن الباحثين يعترفون ظمنيا بأهمية إدراك العملاء لجودة الخدمة ، إلى أنهم يرون أن لكل من جودة الخدمة كما يقيّمها ويدركها العملاء في شكل م — أشكال الاتجاه الذي يعتمد على عملية تقييم تراكمية بعيدة المدى ، أما الرضا فانه يمثل حالة نفسية عابرة سريعة الزوال، ويرى الباحثون آخرون أن العملاء يشكلون اتجاههم إزاء الخدمة على أساس خبراتهم السابقة ولهذا فان هذا الاتجاه يتكيف طبقا لمستوى الرضا الذي حققه من خلال تعامله مع المؤسسة الخدمية ، وقد أكدت نتائج عدد من الدراسات كفاءة استخدام الأداء الفعلي للخدمة المدركة من قبل العملاء كمقياس لجودة الخدمة<sup>1</sup>.

2 - نموذج الفجوة : يقوم هذا النموذج على أساس الفرق بين توقعات العملاء بشأن الخدمة وبين ادراكاتهم الفعلية لها يحدد مستوى جودة الخدمة ، وعليه فان مستوى جودة الخدمة يتحدد بالفرق بين الخدمة المتوقعة و الخدمة المدركة (الأداء الفعلي)، بمعنى آخر أن جودة الخدمة تعني مسايرة توقعات العملاء — لاء و الارتقاء إليها بشكل مستمر<sup>2</sup>

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

يشهد الإقتصاد العالمي ثورة معلوماتية في كل القطاعات، خاصة القطاع البنكي، فقد أنشرت تكنولوجيا المعلومات أثر إيجابيا على هذا القطاع كوسيلة هامة لتحسين الأداء داخل البنوك، الأمر الذي جعل من عملية تقديم الخدمات البنكية أكثر سهولة وسرعة ودقة فضلا عن المساهمة في تحقيق الأهداف الإستراتيجية للبنك من إشباع لرغبات العملاء وتحقيق الربحية والنمو. وفي هذا الصدد تم تقسيم هذا المبحث إلى أربعة مطالب ، حيث في المطلب الأول تطرقنا إلى تطور تكنولوجيا المعلومات في العمل البنكي ، أما في المطلب الثاني التغييرات التي أحدثتها التكنولوجيا على القطاع البنكي .

**المطلب الأول: تطور تكنولوجيا المعلومات في العمل البنكي.**

في هذا المطلب سنتطرق إلى تطور التكنولوجيا في العمل البنكي من خلال الفرع الأول ، ثم إلى دوافع إعتقاد تكنولوجيا المعلومات في البنوك من خلال الفرع الثاني ، ثم إلى مييزات استخدام تكنولوجيا المعلومات في البنوك من خلال الفرع الثالث كالتالي:

### الفرع الأول: تطور التكنولوجيا في العمل البنكي.

لقد مر استخدام التكنولوجيا من قبل البنوك بست مراحل، وهذه المراحل هي<sup>3</sup>:

<sup>1</sup> فريد كورتل ، **تسويق الخدمات** ، دار الكنوز المعرفة العلمية للنشر ، ط01 ، عمان ، الاردن ، 2009 ، ص : 186 .

<sup>2</sup> محمد عبد الخالق ، **الإدارة المالية و المصرفية** ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان ، الاردن ، 2010 ، ص : 46 .

<sup>3</sup> محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبدلات، **الصيرفة الإلكترونية (الادوات و التطبيقات و معيقات التوسع)**، دار وائل للنشر و التوزيع، ط1، الاردن، 2008، ص ص : 25،26.



- 1) مرحلة الدخول:** وهي المرحلة التي دخلت فيها التكنولوجيا إلى أعمال البنوك بغرض إيجاد حلول للأعمال المكتنية الخلفية، حيث بدأ الأخصائيون في شؤون التكنولوجيا يدخلون للبنوك لإيجاد الحلول التكنولوجية لمشاكل الأعمال البنكية الخلفية ، مثل مشكلات : التأخير في إعداد التقارير المالية و التقارير المحاسبية، و لم يكن هناك تدخل مباشر من قبل الإدارات الوسطى و العليا التنفيذية سواء في الحلول المقترحة أو في كلفتها ، فكان المهم هو حل المشاكل المتعلقة بالعمل البنكي.
- 2) مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا (Technology Awareness):** و هي المرحلة التي بدأت بتعميم الوعي بالتكنولوجيا على كافة العاملين بالبنك من خلال برامج تدريب تغلب عليها التقنية على حساب المعرفة بالأعمال ، و كانت مرحلة أوسع لدخول التكنولوجيا ، و تميزت هذه المرحلة بعدم وجود تدخل مباشر من قبل الإدارات الوسطى و العليا.
- 3) مرحلة دخول الاتصالات و التوفير الفوري لخدمات العملاء (Online Real Time):** و تميزت هذه المرحلة بالتكلفة العالية ، حيث بدأ إهتمام الإدارات العليا بالتكنولوجيا.
- 4) مرحلة ضبط أو السيطرة على التكاليف ( Cost Control ):** و هي مرحلة ضبط الاستثمار في التكنولوجيا ، و عمدت هذه الإدارات إلى الاستعانة بأخصائيين و استشاريين في شؤون التكنولوجيا لمساعدتهم في ضبط التكاليف.
- 5) مرحلة اعتبار التكنولوجيا أصلا كباقي أصول البنك (Asset Like any Other Asset):** و بالتالي يجب أن يجني هذا الأصل مردودا كباقي الأصول، و هنا بدأت مرحلة إدارة التكنولوجيا.
- 6) مرحلة اعتبار التكنولوجيا عملا ضمن أعمال البنك :** و هي المرحلة التي بدأت فيها الإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا ، والتي ارتكزت على تفعيل الإنتاجية على الصعيد الداخلي ، و على تحسين الضبط على الصعيد العملي، و تسويق التكنولوجيا على الصعيد الخارجي<sup>1</sup>.
- الفرع الثاني:دوافع اعتماد تكنولوجيا المعلومات في البنوك.**
- يمكن حصر هذه الدوافع في ما يلي<sup>2</sup>:
- التطورات الحاصلة في الأسواق :** فالتطورات الحاصلة في الأسواق تدفع العملاء إلى التأقلم مع منتجات جديدة و طريقة توزيعها بالإضافة إلى الخدمات الممنوحة، و هذا له تأثير كبير على المؤسسات التي تهدف إلى تلبية حاجيات و رغبات عملائها والحفاظ عليهم سواء تعلق الأمر بالأفراد ، مؤسسات و إدارات ، إن التطورات في الطلب تفرض على المؤسسات إجراء تغييرات عميقة ، فهناك تعديلات هامة تظهر في الأسواق ، مع ظهور منتجات جديدة و اختفاء منتجات أخرى و هذه التغييرات جعلت عملاء أكثر قدرة على تحديد المنتجات و الخدمات ذات الفعالية خصوصا على مستوى الجودة.

<sup>1</sup> محمد نوري الشمري، عيد الفتاح زهير العبدلات ، مرجع سابق ، ص : 26

<sup>2</sup> لحمر عباس، دور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في تسهيل عمل الأفراد و تطوير أداء منظمات الأعمال المعاصرة ، ملتقى دولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية و الاقتصاديات الحديثة ، جامعة شلف، يومي : 13-14 ديسمبر 2011، ص:ص : 4-6.

✚ النشاطات المنافسة : كما أن النشاطات المنافسة هي عامل آخر يقود المؤسسة إلى التغيير، فحركات المنافسين يمكن أن تؤثر على موقع المؤسسة، طرح منتجات جديدة، الاستعمال المتعدد لقنوات التوزيع، وضع تكنولوجيا جديدة... هي عوامل تدفع المؤسسات الأخرى إلى التحرك إذا اعتقدت أن هذه الإجراءات تقوي من موقع المؤسسة، فالعملاء لديهم اليوم القدرة على التسويق المباشر عبر الانترنت والحصول على كافة المعلومات، وهذا بطبيعة الحال يجبر المؤسسات على مواجهة المنافسة وتغيير الإستراتيجية التسويقية "فالروح التجارية التي غزت الانترنت بشكل متزايد خلال سنوات التسعينات تركز على التطلعات الجديدة للبائعين أولها الوصول إلى إرضاء العملاء وهذا يعتبر من المزايا التنافسية". فالمنافسة التجارية التي كانت قائمة قبل سنوات التسعينات بين المؤسسات تختلف تماما عن تلك المنافسات القائمة حاليا عبر شبكة الاتصالات المتقدمة و على رأسها الانترنت .

✚ الإبداع التكنولوجي: هو سبب آخر للتغيير الهام و المتزايد، فكل مرة تكون هناك مستجدات في الميدان التكنولوجي المتعلق بالحياة الاقتصادية خاصة في مجال الصناعة و الإنتاج، وهذه الإبداعات تمنح إمكانيات هامة للمؤسسات و تسمح بتطبيق طرق عمل لم تكن موجودة في الماضي و تجعل المنتجات أحسن من تلك التي كانت موجودة من قبل فالتطورات الهامة في مجال الحاسبات و في الأدوات التي انتقلت من التكنولوجيا المرتكزة على الميكانيك إلى التكنولوجيا المرتكزة على الإلكترونيك أحدثت تغييرا كبيرا في طرق الإنتاج في العديد من المؤسسات، كما أن تطور الحاسوب قد أحدث ثورة في مجال العمل و أستطاع الكمبيوتر المتطور أن يغير أسلوب تنظيم و إدارة العلاقات و الاتصالات الداخلية و الخارجية في المؤسسة، بل تدخل في كيفية أداء المهام و أساليب العمل و عقد الاتفاقيات.

لقد أصبح الإبداع التكنولوجي المقياس الحقيقي لنمو الاقتصاديات و ازدهار المؤسسات الإنتاجية، الصناعية و الخدماتية، و المستقبل سيكون للذين يعرفون كيفية تنمية و التحكم في التكنولوجيات الجديدة، لذلك يمكن اعتبار الإبداع التكنولوجي كدافع من دوافع التغيير.

✚ تطور التشريعات و التنظيمات : يمكن أن يقود المؤسسات إلى إحداث تغييرات، فتأثيرها يظهر من خلال تغييرات المحيط التنافسي، كما الشأن بالنسبة لخلق سوق مشتركة التي تسمح بالانفاذ إلى السوق الوطنية و بالتالي تزايد التناقضات التي تقع على بعض المؤسسات، وكل هذه الإجراءات و التنظيمات يظهر تأثيرها مباشرة على المؤسسات و يدفعها إلى التغيير و إلغاء القواعد التي كانت موجودة من قبل.

### الفرع الثالث: ميزات استخدام تكنولوجيا المعلومات في البنوك.

إن الهدف الأساس لتكنولوجيا المعلومات في العمل البنكي هو توفير المخرجات المعلوماتية للمستفيد و بالخصائص المطلوبة إذ تعد المعلومات من الأولويات الأساسية للإدارة اليوم وتزداد أهميتها بوصفها الأساس الذي تبنى عليه القرارات الإدارية، فالمعلومة هي المخرجات النهائية لتكنولوجيا المعلومات، و تعد عنصرا لا يمكن الاستغناء عنه لكونها المادة الأولية اللازمة لعملية صنع القرار.

و يمكن القول أن استخدام التكنولوجيا الحديثة يوفر للبنوك الفرص لتحقيق الميزات الآتية<sup>1</sup>:

- ✓ تستطيع البنوك من خلا التكنولوجيا تطوير خدمات بنكية جديدة لأسواقها الحالية و المستقبلية.
- ✓ تستطيع البنوك أن تقوم بتطوير تطبيقات جديدة للخدمات الحالية التي تقدمها لعملائها.
- ✓ تساعد التكنولوجيا الحديثة على تحسين نوعية الخدمة البنكية .
- ✓ تساعد التكنولوجيا الحديثة على تخفيض تكلفة الخدمات البنكية الموجودة.
- ✓ تعمل التكنولوجيا الحديثة على تقليل الصعوبات المرتبطة بعملية تقديم خدمات بنكية إضافية .
- ✓ تعمل التكنولوجيا على تحسين علاقات العميل بالبنك.

بالإضافة إلى كل هذا تختزل الوقت و المكان عند إجراء المعاملات و هذا ما يعتبر أولوية للبنك و العميل في نفس الوقت.

### المطلب الثاني : الخدمات البنكية الالكترونية و أنواعها.

سننظر من خلال هذا المطلب إلى تعريف الخدمة البنكية الالكترونية وذلك من خلال الفرع الأول ، ثم إلى أنواع الخدمات البنكية من خلال الفرع الثاني .

#### الفرع الأول : تعريف الخدمة البنكية الالكترونية

تعريف الأول : عرفت الخدمة البنكية الالكترونية بأنها : " تقديم الخدمات البنكية مباشرة للعملاء من خلال التفاعل الآلي مع القنوات الالكترونية المختلفة التي يوفرها البنك لجميع المستخدمين (الافراد و الشركات ) على مدار الساعة"<sup>2</sup>.

تعريف الثاني : عرفت ايضا "المنتجات و الخدمات الحالية التي تغيرت جذريا الى الشكل الرقمي وتقدمها شبكة الانترنت عن طريق وسائل تكنولوجيا المعلومات الأكثر وضوحا وانتشارا ، زيادة على ذلك الانترنت يقدم وظائف تفاعلية مع عملائه و يمكنهم من الحصول على خدمات الكترونية"<sup>3</sup>.

وعليه و من خلال التعريفين السابقين يمكن تعريف الخدمة البنكية الالكترونية على أنها : " هي الخدمات البنكية التي يتم تكوينها عن طريق توظيف كافة وسائل تكنولوجيا معلومات و الاتصال المتطورة وتقديمها عبر وسائل الكترونية متطورة (الهواتف الذكية ، حواسيب متطورة ،.....) وذلك لتوفير خدمات سريعة و مميزة لكسب رضا العملاء .

<sup>1</sup> سحنون خالد، تأثير تكنولوجيا المعلومات على مردودية البنوك ، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، تخصص: بنوك و مالية جامعة تلمسان ، 2015-2016، ص 99.

<sup>2</sup> معهد الدراسات المصرفية، الخدمات المصرفية الالكترونية ، مجلة اضاءات ، العدد 12 ، الكويت ، 2013، ص : 02

<sup>3</sup> عرابي رابح ، دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الالكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري ، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية ، العدد 08 ، الجزائر ، 2012 ، ص : 14 .

### الفرع الثاني : أنواع الخدمات البنكية الإلكترونية

تقدم البنوك تشكيلة من الخدمات الإلكترونية تتمثل فيما يلي :

- 1 - **الخدمات البنكية من خلال الصرافات الآلية** : وهي أكثر الخدمات الإلكترونية انتشارا ، حيث توفرها البنوك في معظم فروعها بهدف تخفيض ضغط العمل و تجنب الإجراءات الإدارية وتلبية حاجات العملاء المالية بعد أوقات العمل ، وخلال العطل فهي تعمل على مدار 24 ساعة ، حيث توضع على الجدران الخارجية للبنك أو في الأماكن العامة كالمطارات و المراكز التجارية و الجامعات وغيرها، حيث يتم الدخول إلى حسابه و الصراف الآلي وسيلة تستخدم في العديد من العمليات المصرفية التقليدية و غير التقليدية مثل : السحب أو الإيداع النقدي ، الاستفسار عن الرصيد ، تحويل الأموال بين الحسابات لنفس الشخص أو لمستفيد آخر ، الحصول على كشف رصيد مختصر و السحب النقدي باستخدام بطاقة الائتمان<sup>1</sup> .
- 2 - **خدمة المصرف الهاتفية** : هي تلك الخدمات المصرفية التي تتاح من خلال الهاتف المحمول وذلك من خلال استخدام العميل رقم سري يتيح له الدخول إلى حسابه، للاستعلام عن أرصده و كذلك للخصم منه تنفيذاً لأي من الخدمات المصرفية المطلوبة ، وتنتج هذه الخدمة للعملاء التحكم في حساباتهم وإجراء عمليات الدفع وتحويل الأموال من أي مكان في العالم بواسطة هواتفهم المحمولة<sup>2</sup>.
- 3 - **خدمة الرسائل القصيرة** : هذه الخدمة تتيح للعميل استقبال رسائل قصيرة للعديد من الخدمات البنوك و الحركات التي تمت على حساباته ، إضافة إلى معلومات ترويجية عن البنك بحيث يستقبلها بشكل منتظم على هاتفه الخليوي في أي مكان و في أي وقت ، ومن أهم أنواع الرسائل تحويل الراتب ، الإيداع النقدي ، معاملات بطاقة السحب الآلي .
- 4 - **الخدمة المصرفية عبر شبكة الانترنت** : وتعرف هذه الخدمة أيضا بمصرف الانترنت فهي عبارة عن انجاز المعاملات البنكية من خلال الدخول في موقع البنك على الانترنت ، حيث تسمح هذه الخدمة المريحة الآمنة للعملاء الذين لديهم بطاقات السحب الآلي من الدخول لمعلوماتهم البنكية من أي مكان وعلى مدار الساعة سواء من منزل أو المكتب ، ويتم إعطاء تعميم رقم شخصي تعريفي لتسهيل الدخول و إجراءات المعاملات المالية ، وبالتالي يمكن للعملاء التحكم بأموالهم مع توافر إجراءات حماية وأمان في عملية الصفح و البحث و العرض<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> معهد الدراسات المصرفية ، مرجع سابق ، ص : 02

<sup>2</sup> وسيم محمد الحداد و اخرون ، مرجع سابق ، ص : 64 .

<sup>3</sup> ناظم محمد نوري الشمري ، عبد الفتاح زهير العبد الات ، الصرافة الإلكترونية ، دار وائل للنشر و التوزيع ، عمان ، الاردن ، 2008 ، ص ، ص :

5 - خدمة الدفع الالكترونية : هي خدمة تمكن العملاء من تسديد مستحقاتهم الكترونيا بواسطة

وسائل الدفع ، و تتمثل أهم وسائل الدفع الالكترونية فيما يلي :

✓ بطاقة الائتمان : وهي بطاقة بلاستيكية صغيرة الحجم شخصية تصدرها البنوك ،وهي من أشهر

الخدمات البنكية الحديثة ،بموجب هذه البطاقة يستطيع المتعاملون الحصول على ائتمان مستوى عليه مع البنوك

وهذا الائتمان يقومون بسداده بعد مدة زمنية معينة ، وهذه البطاقة فضلا عن كونها أداة للوفاء أو الدفع فإنها

تمنح لحاملها ائتمانا مصرفيا قصيرة الأجل.

هناك عدة أنواع من بطاقات الائتمان يمكن ذكر منها ما يلي :

- بطاقة السحب : ويوجد نوعان من بطاقة السحب هما :

✓ البطاقة الفضية: وهي بطاقة ذات حدود ائتمانية منخفضة نسبيا وتمنح لأغلب العملاء ، وتوفر هذه

البطاقة جميع أنواع الخدمات المقدمة كالشراء من المتاجر، و السحب النقدي من المصارف.

✓ البطاقة الذهبية : هي بطاقة ذات حدود ائتمانية عادية لدى بعض المؤسسات الواعية مثل : بطاقة

(visa) ، أو ائتمان غير محدود بسقف معين لدى البعض مثل : ( AMERICAN EXPRES ) ، أو تصدر

للعلماء ذوي القدرة المالية العالية وبجانب ذلك يتمتع حاملها ببعض المزايا الاضافية مثل : التأمين ضد

الحوادث ، الحصول على استشارات طبية و قانونية ،وتوصيل الرسائل الى جميع أنحاء العالم..... الخ.

- بطاقة حسب الاستخدام : ويوجد نوعان من هذه البطاقة هما :

✓ بطاقة الائتمان العادية : وهي النوع الأغلب ويستخدم في الشراء من المتاجر ، و الحصول على

الخدمات والسحب النقدي من أجهزة السحب الآلي، أو المصارف المشتركة في عضوية البطاقة .

✓ بطاقة السحب النقدي الالكتروني : وتستخدم فقط في عملية سحب النقود ، أما من أجهزة الصرف

الآلي الدولية ، أو في الأجهزة القارئة لشريط المغناطيسي المزود بها البنوك المشتركة في عضوية البطاقة، والى

جانبا ذلك نجد البطاقة المحلية ، وهي التي تقتصر استخدامها داخل حدود الوطن في البنك المصدر لبطاقة و

بالعملة المحلية.

- النقود الالكترونية : يشمل على مجموعة متنوعة من المنتجات المصممة لتزويد المستهلكين ببدائل لطرق دفع التقليدية ، وازاء تنوع هذه المنتجات و التطور المتلاحق للأنظمة التي تحكم هذه النقود فانه من الصعب التوصل إلى تعريف جامع ودائم يتضمن كافة المميزات من النواحي القانونية و الاقتصادية ، وقد عرف البعض النقود الالكترونية بأنها التمثيل الالكتروني للنقود التقليدية، حيث يقوم العميل بشراء عملات الكترونية من المصرف الذي يقوم باصدارها، وتحميلها على الكمبيوتر الخاص بالعمل فتكون في صورة وحدات الكترونية تعمل محل العملات العادية و تكون بنفس القيمة المحددة لتلك العملات العادية.

- الشبكات الالكترونية : هو رسالة الكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله) ليعتمده ، ويقدمه البنك الذي يعمل عبر الإنترنت ليقوم المصرف أولاً بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك ، وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك و اعادة الكترونيا إلى مستلم الشيك (حامله) ليكون دليلاً على أنه قد تم صرف الشيك فعلاً ، ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد الكترونياً من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه<sup>1</sup> .

### المطلب الثالث: دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات البنكية

أدى التقدم التكنولوجي إلى إحداث العديد من التغيرات و التطورات في مجال الأعمال البنكية، ويعتمد دور التكنولوجيا الجديدة على معدل تزايد تلك التكنولوجيا وكذلك درجة استيعابه بواسطة البنوك والمؤسسات المالية الأخرى، حيث أصبحت البنوك من أكثر المؤسسات استخداماً لتكنولوجيا المعلومات و استفادت من هذه التكنولوجيا في تطوير الخدمات التي تقدمها وزيادة انتشار الخدمات البنكية وفي زيادة كفاءة العمل البنكي. فلقد تعددت آثار التكنولوجيا الحديثة على التنظيمات البنكية وتعرضت معظم البنوك لغزو تقني ومن أبرز ملامح هذا الغزو نجد<sup>2</sup>:

✓ بالنسبة لمديري المصارف تعد التكنولوجيا سلاحاً ذو حدين، فمن ناحية فهي دور فعال في تحسين جودة الأداء في البنوك ومن ناحية أخرى فهي تفرض قيوداً ومحددات على تلك البنوك، إضافة على أنها تمنح للبنوك القدرة على إيجاد وتقديم منتجات وخدمات مالية جديدة للعملاء، وأن النجاح و المنافسة في هذه المجالات من شأنه أن يخلق طلب جديد على المنتجات والخدمات المالية التي تقدمها البنوك.

<sup>1</sup> عبد الكريم قندوز ، بومدين نورين ، الصرافة الالكترونية في المؤسسات المصرفية كمدخل لبناء الاقتصاد الرقمي في الجزائر ، مداخلة ضمن الملتقى الدولي الثاني ، المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ، جامعة شلف ، 2012 ، ص : 07 .

<sup>2</sup> رحال فواد، تأثير تحرير تجارة الخدمات المصرفية على تنافسية البنوك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة بسكرة، 2005-2006، ص ص 91-92.

## الفصل الأول: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات و جودة الخدمات البنكية

- ✓ تعد التكنولوجيا المعلومات عنصرا أساسيا في إستراتيجية البنوك بسبب تأثيرها على الأنشطة المتعلقة بتقديم منتجات وخدمات جديدة وكذلك بسبب احتمال قيام المنافسة بين البنوك باستخدام هذا النوع من التكنولوجيا.
- ✓ تؤثر التكنولوجيا في نمو وتطور تشكيلة الخدمات المتنوعة والمتميزة وتصبح للبنك القدرة على تقديم تشكيلة واسعة من الخدمات التي تتلاءم مع رغبات العملاء، كما تساعد البنوك في التغلب على مشكلة تقادم المنتجات والخدمات إضافة إلى إيجاد خدمات جديدة من شأنها تنويع قاعده إيرادات البنك من الرسوم والعمولات بدلا من الاعتماد بصورة كبيرة على الإيرادات الناتجة من الفرق بين سعري الفائدة المدينة والدائنة.
- ✓ تسمح التكنولوجيا للبنك بتنويع أسواقها أي التعامل مع عدد كبير من خطابات النشاط المختلفة .
- ✓ تؤثر التكنولوجيا على اليد العاملة بالبنوك ذلك أن هذه القوى البشرية سوف تتأثر بهذه التغييرات ويجب توفر بعض الصفات فيها لمواكبة هذه التطورات كالجدارة في العمل من خلال توفير المهارات على الحسابات الإلكترونية، وتوفير روح الإبداع والتطوير للأحسن.
- ✓ دور التكنولوجيا على التسويق البنكي لأن استخدام التكنولوجيا جعل العالم كقرية صغيرة، وسهل هذا الاستخدام الاتصالات السريعة مما انعكس على مفهوم التسويق البنكي وأصبح من الضروري تطوير شكل وأدوات التسويق البنكي واستخدام أدوات تكنولوجية حديثة في نشر أدوات التسويق البنكي حول العالم كاستعمال أدوات إعلانية للبنك على شبكة الإنترنت لضمان انتشار الدعاية.
- ✓ إن الابتكار التكنولوجي قد يساعد البنوك على اللحاق بالخدمات الجديدة لكنه في نفس الوقت لا يضمن بيع الخدمات خاصة إذ بلغت هذه الخدمات مرحلة النضج وذلك بسبب تأخر تسويقها من قبل البنك.

### خلاصة الفصل :

من خلال تناولنا لهذا الفصل حول الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة البنكية ، حاولنا إعطاء نظرة حول التكنولوجيا، مفهوم المعلومات، كما تطرقنا لتكنولوجيا المعلومات، مفهومها حيث تعددت التعاريف التي أعطيت لها وصولاً لفوائدها التي تلعب دور فعال للعملاء والمؤسسة، كما تعرفنا على مكوناتها، وظائفها، ومن هنا نلاحظ أن تكنولوجيا المعلومات تتمثل في جميع الوسائل والتقنيات المتطورة، وجمع وتخزين المعلومات الكترونياً، ونظراً لأهميتها تستعمل في جميع القطاعات أبرزها القطاع المالي، الاقتصادي، وقطاع التصنيع .

ثم تم التطرق إلى جودة الخدمة البنكية من خلال المبحث الثاني حيث تناولنا عموميات حول الخدمة، ثم التطرق إلى الخدمة البنكية وخصائصها، ثم إلى دورة حياة الخدمة البنكية ، وأنواع الخدمات البنكية ، ثم تطرقنا إلى جودة الخدمات البنكية مفهومها ، أهميتها، نماذج قياسها، كما تم التطرق في المبحث الثالث إلى التطور التكنولوجي في العمل البنكي، حيث تم التطرق إلى عرض مراحل تطور التكنولوجي في العمل البنكي ، ثم إلى دوافع اعتماد البنوك على تكنولوجيا المعلومات ، ثم أنواع الخدمات البنكية الكترونياً ، ثم إلى دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة البنكية.

وعليه نستنتج من أنه أصبح لازماً على البنوك الارتقاء من العمل التقليدي الى العمل البنكي الالكتروني و الاستغلال الأمثل لأهم تكنولوجيا القائمة عليها، وذلك بهدف جذب عملاء جدد، حيث يتعين على هذه البنوك التي تملك الصيغة الالكترونية أن تمتلك المعرفة و القدرة على وضع إستراتيجية شاملة ، تمكنها من تحقيق جودة في خدماتها البنكية ، وزيادة سرعة أداء عملها مما يحقق علاقة رضا جيدة و دائمة مع العملاء .



الفصل الثاني :

دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية

-وكالة بسكرة.-

## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

تمهيد :

تعتبر البنوك الدعامه الرئيسية لدول، باعتبارها المحرك الأساسي لدفع الاستثمارات ،وبالتالي تحقيق تنمية اقتصادية ولذلك وجب تطويرها عن طريق تحقيق جملة من المتغيرات، كالعولمة المالية ، الخوصصة، تكنولوجيا المعلومات وهذا مايسمى بتحقيق الكفاءة والفعالية في القطاع البنكي.

ولهذا وبعد تعرفنا في الجانب النظري على تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة البنكية، وكذا العلاقة التي تربط بينهما، سنحاول في هذا الفصل إسقاط ما تم دراسته نظريا على بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة.

ولتكون الدراسة الميدانية شاملة سيتم تقسيم الفصل الثاني إلى مبحثين كآتي :

**المبحث الأول : لمحة عامة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة .**

**المبحث الثاني : الإطار المنهجي للدراسة (عرض ، تحليل ، نتائج الاستبيان)**

## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

### المبحث الأول: لمحة عامة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة بسكرة-

يعتبر بنك الفلاحة و التنمية الريفية كغيره من البنوك التجارية التي تلعب دورا فعالا في نجاح التنمية الاقتصادية، فهو يحتل مكانة هامة ضمن الجهاز البنكي في الجزائر، و لهذا تم اختيار وكالة بسكرة للقيام بهذه الدراسة، و من اجل الإلمام بجوانب هذا المبحث سنتطرق إلى النقاط التالية:

- ✓ بطاقة فنية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية -BADR-
- ✓ التعريف بوكالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية -بسكرة -
- ✓ مهام و أهداف الوكالة.
- ✓ المزيج الخدمي لبنك الفلاحة و التنمية الريفية -بسكرة-

### المطلب الأول: بطاقة فنية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-BADR-

سوف يتم التطرق في هذا المطلب إلى نشأة بن الفلاحة والتنمية الريفية و مراحل تطوره و أيضا المبادئ التي يتبناها.

### الفرع الأول: نشأة بنك الفلاحة و التنمية الريفية.

" أنشئ بنك الفلاحة و التنمية الريفية بموجب المرسوم رقم 88/ 105 بتاريخ 13 مارس 1982، وهو مؤسسة مالية وطنية تنتمي إلى القطاع العمومي، ومع بداية التسوية الاقتصادية سنة 1988 ، عدل وأكمل بموجب المرسوم 01/88 الذي حدد نهائيا النظام الأساسي للبنك بتاريخ 12/01/1988 ووضع طرق العمل وإجراءات التحويل، فتحول بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى شركة ذات أسهم وهذا التحويل سُجل بعقد أصلي بتاريخ 19/02/1988 لدى مكتب التوثيق للسيد " مندسان " موثق بالجزائر العاصمة.

جاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية لمهمة تطوير القطاع الفلاحي وترقية العالم الريفي، في بداية المشوار تكون

البنك من 140 وكالة متنازل عنها من طرف البنك الوطني الجزائري BNA.

أصبح اليوم يتكون من 35 مديرية و 400 وكالة موزعة على المستوى الوطني ويشغل بنك الفلاحة والتنمية

الريفية حوالي 7000<sup>1</sup>

عامل ما بين إطار وموظف نظرا لكثافة شبكته وأهمية تشكيلته البشرية.

<sup>1</sup> معلومات مقدمة من وكالة .

## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

صنف بنك الفلاحة والتنمية الريفية من طرف مجلس قاموس البنك ( BANC Almanach ) طبعة 2001 في المركز الأول في ترتيب البنوك التجارية ويحتل البنك كذلك المركز 668 في الترتيب العالمي ما بين 4100 بنك مصنف.

### الفرع الثاني:مراحل تطور بنك الفلاحة و التنمية الريفية.

شهد بنك الفلاحة والتنمية الريفية أثناء تطوره في السوق البنكي الجزائري عدة مراحل نذكرها كالتالي<sup>1</sup>:

#### 1- المرحلة الأولى: 1982- 1990:

سعى البنك في هذه المرحلة إلى فرض وجوده ضمن المجال الريفي بفتح العديد من الوكالات في المناطق الريفية وهذا طبقا لمبدأ تخصص البنوك حيث كان بنك عمومي يختص بإحدى القطاعات الحيوية العتمة ومع مرور الوقت اكتسب البنك سمعة طيبة وتجربة كبيرة في مجال تمويل القطاع الفلاحي والصناعات الغذائية إلى جانب الصناعة الميكانيكية.

#### 2- المرحلة الثانية: 1991 - 1999:

بموجب صدور قانون النقد و القرض 90/10 من خلال نظام التخصص القطاعي المطبق من قبل و هذا في إطار الاقتصاد الموجه توسع نشاط بنك الفلاحة و التنمية الريفية ليشمل مختلف قطاعات الاقتصاد الوطني خاصة قطاع الصناعات الصغيرة و المتوسطة مع بقاءه الشريك الأول في تدعيم و تمويل القطاع الفلاحي.

#### 3- المرحلة الثالثة: 1991-2006:

تميزت هذه المرحلة بموجب التدخل الفعلي والفعال للبنوك العمومية لبعث نشاط جديد فيما يتعلق بمجالات الإستثمار المربحة وجعل نشاطاتها ومستوى مردوديتها يساير قواعد اقتصاد السوق وفي الصدد رفع بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى حد كبير من القروض لفائدة المؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة إضافة إلى رفعه لمستوى مساعداته للقطاع الفلاحي وفروعه المختلفة.

أما عام 2008 عقدت اتفاقية بين وزارة التنمية الريفية ( MADR ) وبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) تقتضي بتوسيع البنك لعمالياته التمويلية للنشاطات الإنتاجية كللت بإصدار منتج قرضي جديد الرفيق (RFIG) يتم بموجبه تدعيم الفوائد على قروض الاستغلال الموجهة للقطاع الفلاحي من قبل الوزارة بنسبة 100% إلى جانب هذا قام البنك بإعادة تفعيل "منتج قرض البناء الريفي وهذا من خلال الاتفاقية المبرمة بين

<sup>1</sup> معلومات مقدمة من وكالة

## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

الصندوق الوطني للسكن من قبل من أجل المساعدة على التنمية الريفية وتثبيت الفلاحين في مناطقهم و خلال هذه الفترة تم عقد اتفاقية بين البنك و الشركة الجزائرية للتأمين SAA التي بموجبها أصبح البنك يباشر من خلال شبكته الواسعة كل عماليات التأمين التي تقوم بها هذه الشركة.

أما عام 2009 تم البدء في استعمال البطاقات الممغنطة وهي بطاقة تسمح لمالكها بتسديد فواتيره بواسطتها من خلال خصم قيمة هذه الفواتير من رصيده".

### الفرع الثالث: مبادئ بنك الفلاحة و التنمية الريفية.

يعتمد البنك على مبادئ عديدة في عمله و من بينها ما يلي:

مبدأ حسن المعاملة: حيث يحرص البنك على توفير المعاملة الحسنة القائمة على الاحترام المتبادل بغرض اشعار المتعاملين بالاطمئنان وكذا تبسيط و تسهيل المعاملات كالإيداع، السحب الإقراض طلب معلومات وغيرها.

مبدأ الشفافية: يعمل البنك جاهدا على توفير المعلومات الدقيقة و الصحيحة و الآتية للزبون حتي يكون على علم بالتغيرات ذات التأثير المباشر على جمال الخدمة المعنية.

مبدأ الضمان: يضمن البنك للمتعاملين معه حقوقهم و خاصة المودعين منهم، وذلك لأن البنك يستعمل هذه الودائع ضمن نشاطه الإقراضي مما يوجب حرصه على استعادة ما تم اقراضه و ذلك ليتأثر إلا من خلال قبض رهن عيني وآخر كتابي يمكن البنك من استعادة أمواله.

مبدأ مواجهة خطر السيولة: يحتفظ البنك دائما بسيولة نقدية تمكنه من تخطي كل العواقب التي قد تعترضه، ومواجهة طلبيات السحب بكل أنواعها و كذا عدم تفويت الفرص التي قد تظهر في السوق وكسب زبائن جدد<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> معلومات مقدمة من وكالة

## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

مبدأ الثقة: إن تقديم المقترض للضمانات المطلوبة يخلق نوعاً من الثقة لدى البنك بأن أمواله سوف تعود إليه كما أن المودعين إذا إطمئنوا على ودائعهم كان ذلك عاملاً أساسياً في كسب ثقتهم مما يسهم في إبقاء وداائعهم لدى البنك.

مبدأ تسيير الخزينة: حيث يقوم البنك بالسهر على حسن تسيير خزينته، من خلال الإبقاء على نسبة معينة من أهداف تغطية حسابات المتعاملين، فيما يعمل البنك على إرسال الفائض إلى خزينة البنك المركزي، و ذلك من باب الحفاظ على الأموال.

### المطلب الثاني: تقديم بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة -بسكرة-.

تأسست وكالة BADR بسكرة 393 في مارس 1982 تزامناً مع تأسيس البنك و هي وكالة تابعة للمديرية الجهوية بسكرة- الواد ، يقع مقرها وسط المدينة ، تُشغل الوكالة 33 عاملاً تعتمد على خبراتهم ، يقوم البنك بتكوين و تدريب العمال و هذا لزيادة خبرتهم و كفاءتهم في التعامل مع التحديث الجاري في البنك.

BADR بسكرة 393 هي وكالة من الرتبة 02 يشرف عليها مدير كمسؤول أول و تتمثل مهامه في السهر على السير الحسن للوكالة في جميع مجالات الاستغلال و القرارات المتعلقة بتسيير الوكالة و يساعده في ذلك نائب المدير حيث تنحصر مهام هذا الأخير في استقبال الزبائن عند غياب المدير تتبعه أمانة تسهر على سير المكتب، و يلاحظ من خلال الشكل أن الوكالة تتكون من جانبين أحدهما أمامي والآخر خلفي.

#### ❖ الجانب الأمامي: ويتكون من العناصر التالية:

-مصلحة مكلفة بالزبائن: تهتم هذه المصلحة في وكالة بسكرة بكل ما يعني الزبائن وحاجاتهم في العمليات

البنكية (السحب و الإيداع) بحيث تتكون من أربعة مكاتب تعمل على إستقبال الزبائن<sup>1</sup>

❖ الجانب الخلفي : يتكون من مجموعة من المصالح التي يقوم من خلالها بتقديم الخدمات للزبائن، وهذه المصالح تتمثل في :

<sup>1</sup> معلومات مقدمة من وكالة

## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

أ- مصلحة القروض: تقوم هذه المصلحة بكافة العمليات الخاصة بمنح التسهيلات الائتمانية بمختلف أنواعها ، ومن مهامها أيضا القيام بدراسة ملفات طلب القروض و تكون حسب قيمة المبلغ و التي تقدم إلى اللجان الخاصة بهذه الدراسة ، وتندرج ضمن هذه المصلحة الفروع التالية :

فرع خاص بالقروض الفلاحية : يكمن دور هذا الفرع في منح و مراقبة كل القروض المتعلقة بالفلاحين .

فرع القروض التجارية: و يقوم بمنح قروض لفئة التجار مع مراقبتها.

فرع الإحصائيات: يقوم هذا الفرع بجمع و إعطاء كل الإحصائيات السنوية أو حتى الشهرية حيث تكون هذه الإحصائيات خاصة بالقروض فقط.

ب- مصلحة المحاسبة: من مهام هذه المصلحة جمع العماليات المحاسبية الخاصة بالبنك ، وكذا إعداد الميزانيات الإفتتاحية و الختامية للبنك ويضاف أي مراجعة جميع العماليات اليومية المتعلقة بالبنك ودفع أجور العمال.

ج- مصلحة مراقبة الأمور الإدارية: تهتم هذه المصلحة بصفة خاصة بالشؤون التالية:

المراقبة الداخلية، الأرشيف و الأمن.

كما تهتم بكل من أجور العمال وعطلهم و المكافآت المتعلقة بهم وأيضا الدورات التكوينية وكل ما يتعلق بالموارد البشرية بصفة عامة.

ويضاف إلى ذلك كل الإعانات و الإحتياجات وغيرها من المهام الأخرى.

د- مصلحة الصندوق (الخزينة):

أمين الصندوق الرئيسي : ويتم على مستوى هذا الفرع تأدية عملية خصم الأوراق التجارية لصالح الزبائن وذلك من خلال تقديم تلك الأوراق التجارية إلى البنك المركزي من أجل خصمها، ويتقاضى العمولة مقابل ذلك<sup>1</sup>.

- فرع التحويلات : يختص هذا الفرع بنقل الأموال من حساب زبون ما إلى حساب زبون آخر و ذلك عندما يكون لديهما حسابين في نفس البنك.

هـ- مصلحة العمليات الأجنبية: تقوم هذه المصلحة ببعض خدمات التجارة الخارجية وذلك من خلال العمليات التالية:

يقوم البنك بتمويل التجارة الخارجية عن طريق فتحه للإعتمادات المستندية أو خطابات الضمان.

<sup>1</sup> معلومات مقدمة من وكالة

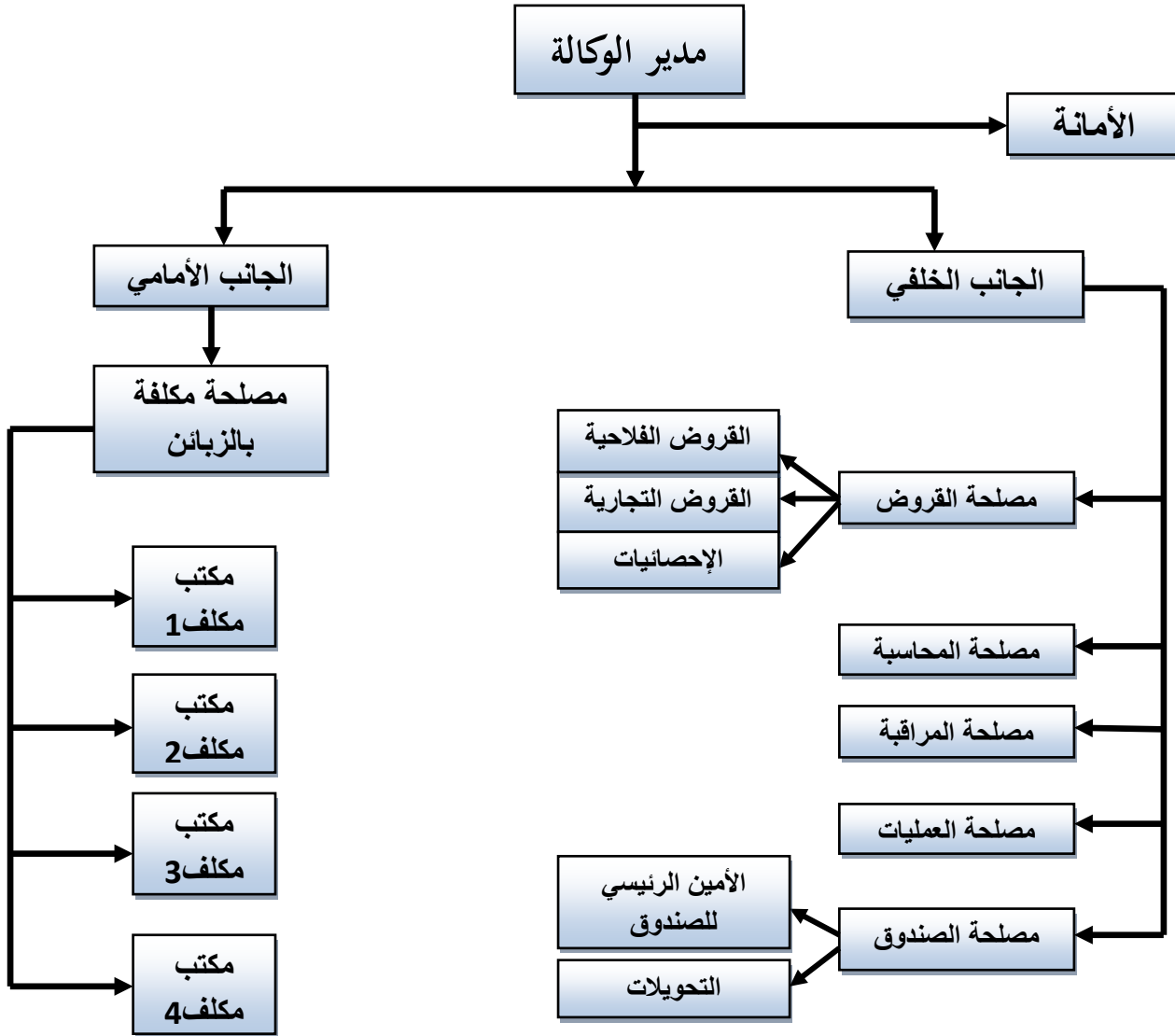
## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

القيام بعمليات التوطين البنكي.

كذلك تقوم هذه المصلحة بجمع الإحصائيات المختلفة الخاصة بالعمليات الخارجية الأجنبية بالإضافة إلى ذلك القيام بعملية تصفية الحسابات ومراجعتها.

و يمكن توضيح الهيكل التنظيمي للوكالة في الشكل الموالي:

**الشكل رقم 03 :** الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية



المصدر : معلومات مقدمة من طرف الوكالة.



## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

المطلب الثالث : مهام و أهداف وكالة بسكرة.

لدى بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة بسكرة مجموعة من الأهداف والمهام تتمثل فيمايلي :<sup>1</sup>

### الفرع الأول: مهام وكالة بسكرة.

يمكن حصر مهام الوكالة في:

- معالجة كل عمليات الإئتمان.
- فتح حسابات بنكية لكل شخص قام بطلب.
- إستلام الودائع.
- المشاركة في جمع الإدخار.
- المحافظة على سمعة البنك لدى الزبائن.
- كما لوكالة بسكرة مهمة المساهمة غي تطوير القطاع الفلاحي ، كذلك ترقية النشاطات الفلاحية ، الصناعية و الحرفية .

بالإضافة إلى المهام سالفة الذكر فان للوكالة مهام أخرى نذكر منها :

أ. وضع سياسة إتصال فعالة لتحقيق الأهداف المخططة من خلال :

- العمل على مواجهة مخاطر صرف القروض
- تطوير مستوى الموظفين و إعطاء الأولوية لحاملي الشهادات .

ب. عرض منتجات جديدة من خلال:

- تصفية المشاكل المالية.
- أخذ الضمانات الملائمة و تطبيقها.
- تمويل التجارة الخارجية.
- الإستقبال الجيد للزبائن و إحترامهم و الرد على طلباتهم بجدية .
- تمويل المشاريع الداخلية في إطار تشغيل الشباب.

ت. تطبيق الخطط و البرامج الداخلية وفق سياسة الحكومة من أجل :

<sup>1</sup> معلومات مقدمة من وكالة

## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

- تطوير الموارد و العمل على رفعها و تخفيض تكاليفها.
- الاستعمال الرشيد للإمكانيات التي تمنحها السوق المالية.
- مسايرة التطور الحاصل في عالم المهنة البنكية و تقنياتها.

### الفرع الثاني:أهداف الوكالة .

للوكالة أهداف عديدة منها:

- الزيادة في الموارد بأقل التكاليف وأكبر ربحية بواسطة القروض الإنتاجية و المتنوعة في إطار إحرام القواعد.
- الإدارة الصارمة لخزينة البنك سواء بالدينار أو العملات الأجنبية.
- ضمان تحقيق تنمية متناسقة للبنك في مجالات النشاط التي يلببها.
- تحقيق رضا العملاء من توفير خدمات و منتجات تلبي إحتياجاتهم.
- تكييف إدارة ديناميكية.
- التنمية التجارية من خلال إدخال تقنيات إدارية جديدة مثل: التسويق و إدراج منتجات جديدة.
- الحفاظ على المركز المالي و تحقيق أكبر مردودية.
- منع التضارب في إتخاذ القرارات داخل البنك و التنسيق بين البنك و عملائه.
- إعادة تنظيم جهاز الإنتاج الفلاحي بتعميم و تحفيز إستعمال التقنيات الحديثة في المجال و تجديد الثروة و عصرنتها.
- السهر على تسهيل إجراءات التعامل.

### المطلب الرابع: المزيج الخدمي لبنك الفلاحة و التنمية الريفية -وكالة بسكرة-

المزيج الخدمي هو: مجموعة الخدمات البنكية التي يقدمها البنك لعملائه.

### الفرع الأول : منتجات بنك الفلاحة و التنمية الريفية -وكالة بسكرة-

وتتمثل أهم هذه المنتجات فيما يلي:

- ✓ الحساب الجاري: يكون مفتوحا للأشخاص الطبيعيين والمعنويين الذين يمارسون نشاطا تجاريا تجار، صناعيون، مؤسسات تجارية، فلاحون..... الخ ) هذا المنتج البنكي بدون فوائد.

## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

- ✓ حساب الشيكات ( الصكوك) :تكون مفتوحة لجميع الأفراد أو الجماعات التي لا تمارس أي نشاط تجاري ( جمعيات، إدارة)، وذوي الأجور الراغبين في الاستعانة بالشيكات لتصفية الحسابات.
- ✓ دفتر التوفير: هو عبارة عن منتج بنكي يمكن الراغبين من ادخار أموالهم الفائضة عن حاجاتهم على أساس فوائد محددة من طرف البنك أو بدون فوائد محددة حسب رغبات المدخرين، وباستطاعة هؤلاء المدخرين الحاملين لدفتر التوفير القيام بعمليات دفع وسحب الأموال في جميع الوكالات التابعة للمصرف وبذلك فان هذا المنتج يجب أصحاب دفتر التوفير مشاكل وصعوبات نقل الأموال من مكان لآخر.
- ✓ دفتر توفير الشباب: هو دفتر مخصص لمساعدة أبناء المدخرين للتمرس والتدريب على الادخار في بداية حياتهم الإدخارية، حيث يفتح دفتر التوفير للشباب الذين لا تتجاوز أعمارهم 19 سنة من طرف ممثلهم الشرعيين حيث حدد الدفع الأولي ب 500 دينار، كما يمكن أن يكون الدفع في صورة نقدية أو عن طريق تحويلات تلقائية أو أوتوماتيكية منتظمة. كما يستفيد الشاب صاحب الدفتر عند بلوغه الأهلية القانونية ذو الأقدمية التي تزيد عن خمس سنوات للاستفادة من قروض بنكية تصل إلى مليونين دينار جزائري.
- ✓ حساب الصندوق :عبارة عن تفويض لأجل وبعائد موجه للأشخاص المعنويين والطبيعيين.
- ✓ الإيداعات لأجل: وهي وسيلة تسهل على الأشخاص الطبيعيين والمعنويين إيداع الأموال الفائضة عن حاجاتهم لأجال مختلفة محددة نسبة فوائد متغيرة من بنك لآخر.
- ✓ حساب بالعملة الصعبة: وهو منتج يسمح بجعل نقود المدخرين بالعملة الصعبة متاحة في كل لحظة مقابل عائد محدد حسب شروط البنك والوكالة المستقبلة.
- ✓ وقد قامت الوكالة كغيرها من البنوك بطرح منتجات مالية جديدة في صورة قروض بمختلف أنواعها وذلك من أجل تمويل الاستثمارات و تتمثل في:

1-قرض التحدي: قرض إستثماري مدعم جزئيا، يمنح لأصحاب لأراضي الزراعية الجديدة و الحيوية أو للمشاريع الواقعة على الأراضي الزراعية غير المستغلة و التي تقع ملكيتها للدولة أو الملكية الخاصة و من أهداف هذا القرض المساهمة في تكثيف وتعزيز المنتجات الزراعية و الحيوانية التي تتطلب التمويل.

2-قرض الرفيق: هو قرض مدعم بالكامل من طرف الدولة لتمويل المزارعين ومربي المواشي ، فهو قرض موسمي قصير الأجل يهدف دعم وتشجيع الإقبال على الاستثمار في المجال الفلاحي ومدته سنة قابلة للتمديد لسنة أشهر كحد أقصى، ومن مميزاته أنه تمنحه بنوك متعاقدة مع بنك الفلاحة و التنمية الريفية وبنك الوطني الجزائري:

## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

3- القروض المقدمة بالتعاون مع ANSEG و CNAC: هي قروض للشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين 19 و 35 سنة بالنسبة ل ANSEG وما بين 30 و 50 سنة بالنسبة لمؤسسة CNAC وتعمل هذه المؤسسات على إدماج الشباب المستثمر أو من أجل المستثمرين الشباب البطالين بحيث يقوم العميل طالب القرض بوضع الطلب، القرض في إحدى المؤسستين ANSEG و CNAC .

✓ البطاقات البنكية : يتوفر البنك على ثلاث انواع من البطاقات هي:

1- البطاقة البنكية CIB: تعتبر هذه البطاقة بطاقة سحب و دفع ما بين البنوك داخل تراب الوطن، يتم التعرف عليها بين البنوك بالشعار CIB و باسم البنك المصدر. تكون هذه البطاقة موصولة مباشرة بالحساب الشخصي للعميل ، تسمح له بالقيام بجميع العمليات البنكية من خلال رقم سري خاص به مع ضمان السرعة و الأمان. يكون السحب حسب الدخل الشهري المنصوص عليه في العقد بين العميل و بين البنك، و يمكن سحب هذه النسبة على عدة دفعات.

هذه البطاقة صالحة لمدة سنتين قابلة للتجديد تلقائيا ما لم تلغى من طرف البنك أو صاحبها. و يضع بنك الفلاحة و التنمية الريفية تحت تصرف زبائنه نوعين من البطاقات:

✚ البطاقة الكلاسيكية La carte classique: هي بطاقة توفر خدمات السحب و الدفع البنكي متاحة للعملاء ذوي الدخل المنتظم وفق شروط يحددها البنك كمدخول العميل و أهميته.

✚ البطاقة الذهبية La carte gold : مقترحة أيضا من قبل البنك لزبائنه ، توفر خدمات إضافية غير السحب والدفع مع سقف سحب و دفع مرتفع نسبيا يفوق 50 ألف دينار جزائري عادة ما تمنح للتجار و رجال الأعمال.

2- البطاقة البنكية CBRI: هي بطاقة سحب وطنية تسمح لحاملها بتسديد المشتريات من السلع و الخدمات من مختلف المحلات التجارية ، و دفع فواتير المطاعم و الفنادق المشتركين في شبكة بنك بدر ، و كذلك القيام بسحوبات نقدية من مختلف الوكالات البنكية بدر .

3- البطاقة البنكية BADR TAWFIR: تم إنتاج هذه البطاقة سنة 2012 تمنح للأشخاص الذين يمتلكون دفتر توفير بالبنك، يستطيع حامل هذه البطاقة السحب أثناء غياب عمل البنك ( أيام العطل ) و تتميز هي الأخرى بالرقم السري الخاص بالعميل. يستطيع حامل البطاقة سحب 5 ملايين خارج الولاية أما داخل الولاية فيستطيع سحب أي مبلغ موجود بحسابه.

## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

### الفرع الثاني:خدمات بنك الفلاحة و التنمية الريفية -وكالة بسكرة -التقليدية.

تظهر هذه الخدمات في:

- ✓ فتح مختلف الحسابات للعملاء و تخليص الصكوك بأمر المعني أو بأمر المعني.
- ✓ خدمة كراء الخزائن الحديدية.
- ✓ خدمات البنك للمعاينة التي تمكن العملاء من معاينة و مراجعة التحويلات التي طرأت على أرصدتهم عبر استعمال الأرقام الشخصية السرية لهم المعطاة من طرف البنك، من خلال إستعمال أجهزة الإعلام الآلي المتاحة.
- ✓ التأمين البنكي.
- ✓ الخدمات البنكية عبر شبكة الانترنت: يمكن البنك عبر موقعه الالكتروني

<https://ebanking.badr.dz> زبائنه من القيام بمجموعة من العمليات منها:

- طلب الإشتراك: عند أول دخول للموقع يمكن للعميل طلب الإشتراك مجانا و عليه أن يقوم بملأ البيانات الشخصية و إتباع الخطوات المطلوبة و هذا لضمان امن المعلومات و ضمان عدم التلاعب به.
- إثبات الهوية: هذه الخدمة تسمح للمشارك بالدخول لحسابه و هذا عن طريق إدخال رقم الإشتراك في الخانة المخصصة لذلك.
- تغيير كلمة المرور: تسمح هذه الخدمة بتغيير كلمة المرور و هذا لغرض السرية و الأمان عند الدخول للحساب. و عادة ما يتم الطلب من العميل تغيير كلمة المرور من فترة لأخرى.
- الإطلاع على الرصيد: تسمح هذه الخدمة للعميل بالإطلاع على حسابه الجاري و على حسابات التوفير من دون تحمل عناء البحث عن العمليات: تسمح هذه الخدمة بالبحث عن العمليات الخاصة بحساب العميل و هذا بتعبئة البيانات المطلوبة.ذهاب للبنك.
- تحميل المعاملات : تتيح هذه الخدمة للعميل خيار تحميل المعاملات على جهاز الكمبيوتر الشخصي له، الحصول على كل العمليات في شكل PDF

## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

✓ المقاصة الالكترونية: بدأ العمل بالمقاصة الإلكترونية داخل الوكالة سنة 2006، إذن تعتبر من الوسائل الحديثة و المتطورة بالوكالة. تبدأ العملية بتقديم العميل الذي يمتلك حسابا لدى الوكالة بغرض التحويل:

- فيقدم الشيك عليه جميع البيانات ( اسم و لقب المستفيد، رقم الحساب،....) بالإضافة إلى انه يجب أن يكون على الشيك الإمضاء أو الختم إذا كان مؤسسة أو تاجر.
- تقدم الوكالة للعميل أمر بالتحويل: و هي وثيقة يستوجب على العميل ملؤها.
- يتأكد موظف الوكالة من أن للعميل حساب، رصيده كافي للتحويل و أيضا يتأكد من المعلومات المملوءة من طرف العميل .
- تُجمع الشيكات المراد تحويلها يتم وضع الختم و الإمضاء الخاص ببنك الفلاحة و التنمية الريفية ليتم تحويل الشيكات إلكترونيا.

### المبحث الثاني : الاطار المنهجي للدراسة

سنتناول في هذا المبحث الاطار المنهجي من خلال التطرق الى طريقة الدراسة وأدوات المعالجة الاحصائية ،بالإضافة الى اختبار ثبات صدق الاستبيان.

#### المطلب الأول : طريقة الدراسة

سنتعرف من خلال هذا المبحث على المنهج المستخدم في طريقة الدراسة من خلال النقاط التالية :

#### الفرع الأول : مجتمع الدراسة

يشمل مجتمع الدراسة على عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية -BADAR- وبما أن هذا المصرف يتعامل مع الأفراد والمؤسسات ، فان هذه الدراسة قد اقتصرت على العملاء من الأفراد فقط ، حيث تم توزيع استبيان لهم لأغراض هذه الدراسة على عينة من عملائها .

#### الفرع الثاني :عينة الدراسة

تشكلت عينة الدراسة من 60 عميل لوكالة ،ثم اختيرهم بطريقة عشوائية ، وقد تم توزيع 50 استمارة ، حيث تم الحرص في توزيعها على اختيار العملاء الذين يستخدمون إحدى القنوات الالكترونية (الصرافات الآلية ، الموقع الالكتروني ، و كلاهما)

## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

استعيد منها 50 استمارة منها 40 استمارة كاملة وصحيحة .

### الفرع الثالث: أسلوب جمع البيانات

تم استخدام الاستبيان كأداة أساسية لجمع بيانات عينة الدراسة، لما لها من أهمية في توفير الجهد و الوقت لطالب، حيث تم تصميمه ليتم توجيه عملاء البنك، وقد تم تقسيم الاستبيان الى :

الجزء الأول : متعلق بالمعلومات الشخصية لعينة الدراسة ،والمتمثلة في (الجنس ، العمر ، المستوى العلمي ، الوظيفة ، سنوات التعامل مع البنك ، القناة المتعامل بها مع البنك)

الجزء الثاني : يتعلق بمتغيرات الدراسة و الذي يحتوي على محورين ، يتناول المحور الأول المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ) وخصص له عشرون سؤال مقسمة على خمسة أبعاد ، وتم دمج بعد الوصول وبعد الموقع الإجمالي مع بعض ، وتم تقييم الأسئلة على النحو التالي :

1-بعد الاعتمادية : تقيس دقة الخدمة ،تسليم حسب الموعد، توفير المعلومات حول الخدمة وخصصت له أسئلة من (6-1)

2-بعد الاستجابة : تقيس سرعة الحصول على المساعدة في حالة استفسار أو مشكلة وخصصت له أسئلة من (10-7)

3-بعد الوصول /الموقع الإجمالي : وخصصت له الأسئلة من (14-10)

4-الأمان و الثقة : يقيس شعور العميل بالثقة في التعامل مع الموقع وخصصت له أسئلة من (20-15)

وقد عرضت جميعها الى مقياس ديكارت الخماسي الذي يتكون من الوزان التالية :

### الجدول رقم (01) : مقياس الإجابات على الفقرات

التصنيف	غيرموافق بشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الوزن	1	2	3	4	5

المصدر : من اعداد الطالب .

## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

### المطلب الثاني : أساليب المعالجة الإحصائية لبيانات أداة الدراسة (الاستمارة)

لتحقيق أهداف الدراسة و تحليل البيانات المجمعّة تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية و الذي يرمز له باختصار برنامج SPSS ، وهو برنامج يحتوي على مجموعة كبيرة من الاختيارات الإحصائية التي تتدج ضمن الإحصاء الوصفي مثل : التكرارات ، المتوسطات ، الانحرافات المعيارية ، وضمن الإحصاء الاستدلالي مثل : معاملات الارتباط ، وفيما يلي مجموع الأساليب الإحصائية التي يتم استخدامها في هذه الدراسة :

-**المتوسط الحسابي**: وهو المقياس الأكثر استخداما من مقياس النزعة المركزية ،ويتم استخدام المتوسط الحسابي لإجابات عينة الدراسة عن الاستبيان لأنه يعبر عن أهمية الفقرة عند أفراد العينة .

-**الانحراف المعياري**: هو مقياس من مقاييس التشتت ويستخدم لقياس وبيان تشتت إجابات مفردات عينة الدراسة حول وسطها الحسابي ، ويكون هناك اتفاق بين أفراد العينة على فترات معينة إذا كان انحرافها المعياري منخفضا .

-**اختبار معامل ألفا كلاونباخ ومعامل الصدق** : لقياس ثبات فقرات الاستبيان .

- **التكرارات و النسب المئوية** : تمت الاستعانة بالتكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة،وكذا لتحديد استجابات أفرادها اتجاه عبارات محاور الاستبيان .

-**معامل الارتباط بيرسون** : استخدم هذا المعامل لمعرفة مدى ارتباط درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان مع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه (الاتساق الداخلي لأداء المؤسسة).

### المطلب الثالث : صدق و ثبات أداة الدراسة

للتأكد من صدق الاستمارة وثباتها قمنا بما يلي :

#### الفرع الأول : الصدق الظاهري للأداة

للتأكد من صدق الأداة (الاستمارة) تم عرضها بصورة أولية على ثلاثة محكمين من ذوي الخبرة والكفاءة من أساتذة الجامعة لإبداء رأيهم وملاحظاتهم حولها ولمعرفة مامدى ملائمة عبارات الاستمارة لأغراض البحث، وكذلك حول مدى سلامة الصياغة والمحتوى ، والتي تم أخذها بعين الاعتبار ، وبعد إعادة الأداة تم إجراء التعديلات المقترحة كإعادة الصياغة وتعديل بعض العبارات التي أوردها المحكمون في توصياتهم .



## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

✓ ثبات أداة الاستمارة : تم التحقق من ثبات أداة الدراسة باستخدام معادلة ألفا كرونباخ للاتساق الداخلي من خلال تطبيق الأداة على (40) عميل من عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة بسكرة 393-

وقد بلغت قيمة ألفا لأبعاد الأداة وفق الجدول التالي :

**الجدول رقم (02) :** معاملات الثبات (طريقة ألفا كرونباخ ) حسب المحاور

اسم المتغير	معاملات الثبات (طريقة ألفا كرونباخ)	معامل الصدق
تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في البنك	0.795	0.892
جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في البنك	0.915	0.956
الاستمارة ككل	0.940	0.970

المصدر : من أعداد الطالب باعتماد على مخرجات spss .

يلاحظ من الجدول رقم (02) أن معاملات الثبات لجميع متغيرات الدراسة مقبولة وهي أكبر من النسبة المعيارية 0.60 ، حيث بلغ معامل الارتباط ألفا كرونباخ للاستمارة ككل 0.940 و معامل الصدق 0.970 ومنه فالاستمارة تتمتع بالثبات.

**الفرع الثاني : صدق الاتساق الداخلي للأداة .**

بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة قمنا بتطبيقها ميدانيا على بيانات العينة الكلية ، حيث قمنا بحساب معامل الارتباط بيرسون لمعرفة درجة الارتباط بين كل فقرة من فقرات (الأسئلة) الاستبانة مع المحور الذي تنتمي إليه، كما توضح ذلك الجداول التالية وتم تقريب الأرقام إلى رقمين عشريين للاختصار .

**الجدول رقم (03) :** معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الأول (تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في

لبنك) بالدرجة الكلية للمحور :

رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور	رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور
01	0.76	03	0.89
02	0.73	04	0.40
05	0.86		

\*\* دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل.

## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

**الجدول رقم (04) :** معاملات ارتباط بيرسون لعبارات بعد الاعتمادية بالدرجة الكلية للمحور الثاني

(جودة الخدمة البنكية الالكترونية في البنك )

رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور	رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور
01	0.59	04	0.85
02	0.57	05	0.72
03	0.47	06	0.86

\*\* دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل.

**الجدول رقم (05) :** معاملات ارتباط بيرسون لعبارات بعد الاستجابة بالدرجة الكلية للمحور الثاني ( جودة

الخدمة البنكية الالكترونية في البنك ).

رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور	رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور
07	0.54	08	0.60
09	0.76	10	0.80

\*\* دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل.

**الجدول رقم (06) :** معاملات ارتباط بيرسون لعبارات بعد الوصول/ الموقع الحالي بالدرجة الكلية للمحور الثاني

(جودة الخدمة البنكية الالكترونية في البنك).

رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور	رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور
11	0.82	12	0.77
13	0.74	14	0.54

\*\* دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل.

**الجدول رقم (07) :** معاملات ارتباط بيرسون لعبارات بعد الأمان / الثقة بالدرجة الكلية للمحور الثاني (جودة

الخدمة البنكية الالكترونية في البنك)

رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور	رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور
15	0.73	16	0.83
17	0.71	18	0.80
19	0.17	20	0.80

\*\* دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل.

## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

يتضح من خلال الجداول السابقة أن قيم معامل ارتباط كل العبارة مع العبارات مع محاورها وبعدها موجبة ودالة إحصائية عن مستوى الدلالة (0.01) فأقل ، مما يدل على صدق اتساقها مع محورها وبعدها .

### المطلب الرابع : تحليل الاستبيان واختبار الفرضيات

في هذا المطلب ستقوم بتحليل البيانات المتحصل عليها ن خلال توزيع الاستمارة على العملاء وهذا من أجل اختبار فرضيات موضوع البحث.

### الفرع الأول : تحليل الاستبيان

تقوم هذه الدراسة على عدد من المتغيرات الديمغرافية المتعلقة بالخصائص الوظيفية والشخصية لأفراد عينة الدراسة و المتمثلة في (الجنس ، العمر ، المستوى العلمي ، الوظيفة ، سنوات التعامل مع البنك ، القناة الالكترونية المتعامل بها مع البنك) ،ومتغيرات الدراسة المتكونة من محورين (محور تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في البنك ، محور تحسين جودة الخدمة البنكية في البنك) وفيما يلي تحليل للمتغيرين :

### 1-تحليل المعلومات الشخصية :

#### أ-الجنس :

يبين الجدول التالي توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس كالتالي :

الجدول رقم (08) : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	27	67.5
أنثى	13	32.5
المجموع	40	100

المصدر : من اعداد الطالب باعتماد على مخرجات spss .

يتضح من خلال الجدول أن توزيع الذكور في العينة قد بلغ (27) فردا أي بنسبة 67.5 % من مجموع الباحثين (أفراد العينة)، هذا يعني أن ما يزيد على نصف من أفراد عينة الدراسة هم ذكور ، علما أن عدد الإناث كان (13) عميلات بنسبة 32.5 % من المجموع الكلي للعينة المبحوثة ، وهذا راجع في تقديرنا إلى أن أغلبية المتعاملين مع البنك هم رجال.

## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

ب) العمر يبين الجدول التالي توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر :

الجدول رقم (09) : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر

العمر	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من 25 سنة	11	27.5
من 25-35 سنة	08	20.0
من 36-45 سنة	12	30.0
أكثر من 45 سنة	09	22.5
المجموع	40	100

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

وعليه يتضح من خلال الجدول رقم (09) أن (12 من العملاء) الذين يمثلون مانسبته 30% من إجمالي عينة الدراسة كانت أعمارهم تتراوح بين 36-45 وهي الفئة الأكبر ، في حين أن (11 منهم) يمثلون مانسبته 27.5 % من إجمالي العينة قد كانت أعمارهم أقل من 25 سنة ، بينما يلاحظ أن (09 عملاء) كانت أعمارهم أكثر من 45 سنة بنسبة 22.5 % ، في حين شكلت فئة الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 25-28 سنة أدنى فئة و التي كان عددها (08 عملاء) بنسبة 20 % .

ت) المستوى التعليمي : يبين الجدول التالي توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

الجدول رقم (10) : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرارات	النسبة المئوية
متوسط/ثانوي	13	32.5
جامعي	10	25.0
دراسات عليا	17	42.5
المجموع	40	100

المصدر : من اعداد الطالب على مخرجات spss

يتضح من خلال الجدول رقم (10) أن (17 من أفراد الدراسة) يمثلون ما نسبته 42.5 % من إجمالي عينة الدراسة مؤهلهم العلمي دراسات عليا وهم أعلى نسبة من مجموع أفراد العينة المبحوثة ، ثم تلي بعدها الأفراد الذين يحملون المؤهل المتوسط /ثانوي و البالغ عددهم (13 فرد) بنسبة 32.5 % ، وفي الأخير فان (10 أفراد) ممن لديهم مؤهل جامعي بنسبة 25.0% .

## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

ث -الوظيفة : يبين الجدول التالي توزيع أفراد عينة الدراسة متغير الوظيفة

الجدول رقم (11) : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة

الوظيفة	التكرارات	النسبة المئوية
موظف	26	65.0
مهن حرة	08	20.0
متقاعد	06	15.0
المجموع	40	100

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

يتضح من خلال الجدول أن (26 من أفراد الدراسة ) يمثلون ما نسبته 65 % من إجمالي عينة الدراسة هم عمال وهي الفئة الأعلى من أفراد الدراسة،وهذا أمر طبيعي لأن هذه الفئة هي الأكثر تعاملًا مع البنك ، في حين أن (08 منهم) يمثلون ما نسبته 20 % من إجمالي عينة الدراسة هم أصحاب المهن الحرة ،أما بالنسبة لفئة المتقاعدين فقد بلغ عددهم (06 عملاء) بنسبة قدرها 15% من إجمالي عينة الدراسة وهي ادني نسبة في العينة .

ج - توزيع أفراد العينة حسب متغير مدة التعامل مع البنك : يبين الجدول التالي توزيع أفراد

عينة الدراسة حسب مدة التعامل مع البنك .

الجدول رقم (12): توزيع أفراد عينة الدراسة مدة التعامل مع البنك

الأقدمية	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من سنة	08	20.0
من سنة - 3سنوات	11	27.5
من 4- 6 سنوات	07	17.5
أكثر من 6 سنوات	14	35.0
المجموع	40	100

المصدر : من إعداد الطالب باعتماد على مخرجات spss

## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

يتضح من خلال الجدول رقم (12) أن (14 من المبحوثين) تزيد مدة تعاملهم مع البنك عن 6 سنوات وهذا ما يمثل نسبة 35 % وهي الأكثر بالنسبة للعدد الإجمالي للعينة المبحوثة، في حين أن (11 من أفراد الدراسة) يمثلون مانسبته 27.5 % من إجمالي أفراد الدراسة هم ممن تتراوح مدة تعاملهم مع المصرف من سنة إلى 3 سنوات ، بينما كان (08 من أفراد الدراسة ممن كانت مدة تعاملهم مع المصرف أقل من سنة، وذلك بنسبة 20.0 % ، في حين أن (07 من أفراد الدراسة) يمثلون ما نسبته 17.5 % ممن تتراوح مدة تعاملهم مع المصرف من 4-6 سنوات ، ويمثلون بذلك أقل نسبة من حيث مدة التعامل مع البنك.

ح- القناة الالكترونية المتعامل بها مع البنك للحصول على الخدمة البنكية الالكترونية :

**الجدول رقم(13) :** توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير القناة الالكترونية المتعامل بها مع البنك للحصول على الخدمة البنكية الالكترونية

النسبة المئوية	التكرارات	القناة الالكترونية المتعامل بها
62.5	25	الصرافات الالية
15.0	06	الموقع الالكتروني
22.5	09	كلاهما
100	40	المجموع

المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول رقم (13) نرى أن معظم عملاء العينة يستخدمون الصرافات الآلية بنسبة كبيرة تقدر بـ 62.5 %، ثم تأتي بعدها العملاء الذين يستخدمون القناتين معا بنسبة 22.5 % ، وادني قيمة التي تتعامل بالموقع الالكتروني بنسبة 15 % .

الفرع الثاني : اختبار الفرضيات

**الجدول رقم (14):** مقياس تحليل النتائج "مقياس ديكارت الخماسي"

درجة التقدير	المتوسط الحسابي
غير موافق بشدة	من 1 الى أقل من أو تساوي 1.79
غير موافق	من 1.8 الى أقل من أو تساوي 2.59
محايد	من 2.6 الى أقل من أو تساوي 3.39
موافق	3.4 أقل من أو تساوي 4.19
موافق بشدة	4.20 أقل من أو تساوي 5

## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

المصدر : من إعداد الطالب

### 1 تحليل عبارات المحور الأول تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في البنك

الجدول رقم (15) : تقييم تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في البنك

رقم العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
01	02	08	05	17	04	3.36	1.12	متوسط
النسبة %	5.6%	22.2%	13.9%	47.2%	11.1%			
02	02	10	06	15	03	3.19	1.11	متوسط
النسبة %	5.6%	27.8%	16.7%	41.7%	8.3%			
03	07	06	09	09	05	2.97	1.34	متوسط
النسبة %	19.4%	16.7%	25%	25%	13%			
04	03	05	08	14	06	3.41	1.18	موافق
النسبة %	8.3%	13.9%	22.2%	38.9%	16.7%			
05	07	09	06	14	05	2.88	1.36	متوسط
النسبة %	19.4%	25%	16.7%	25%	13.6%			
تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في البنك								
المتوسط الحسابي: 3.16								

المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

يوضح الجدول أعلاه الوسط الحسابي و الانحراف المعياري ودرجة الموافقة وذلك بالنسبة لكل عبارة من العبارات الخمسة التي تعكس تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في البنك.

وجاء المعدل العام للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعبارات الخمسة التي تحدد تقييم العملاء لتكنولوجيا المعلومات المستخدمة في البنك فقدرت ب:(3.16) مما يعكس درجة متوسطة من الموافقة وبإجماع أفراد العينة ، كما يدل عليه الانحراف المعياري الذي قدر ب:(0.91) والذي يقيس مقدار تشتت إجابات العملاء نسبة إلى الدرجة الوسطية.

رغم ذلك أن نلاحظ أن العبارة الرابعة تحصلت على أكبر متوسط حسابي (3.41) الذي يقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي في حدود المجال 3.4-4.20 الدالة على اختيار موافق وهذا يبرز أن المصرف يوفر للعملاء أنواع مختلفة من البطاقات الالكترونية .

## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

كذلك العبارتين الأولى و الثانية تحصلت على درجة متوسط وبمتوسط حسابي قدر بـ (3.36)، (3.19) رغم أن أغلبية أفراد العينة كانت إجاباتهم بموافق وموافق بشدة ،عند جمعها تقدر بنسبة (58.2 % ) للعبارة الأولى و (50% ) للعبارة الثانية وهذا يبرز أن المصرف يستخدم تكنولوجيا معلومات لا بأس بها .

### 2 تحليل عبارات المحور الثاني "جودة الخدمة البنكية الالكترونية في البنك"

#### أ - جودة الخدمة البنكية الالكترونية في البنك من ناحية بعد الاعتمادية :

الجدول رقم (16): تقييم جودة الخدمة البنكية الالكترونية في البنك من ناحية بعد الاعتمادية.

رقم العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
01	00	01	07	18	10	4.02	0.77	موافق
	%00	%2.8	%19.4	%50	%27.8			
02	02	02	03	17	12	3.97	1.08	موافق
	% 5.6	%5.6	%8.3	%47.2	%33.3			
03	01	05	07	15	08	3.66	1.06	موافق
	%2.8	%13.9	%19.4	%41.7	%22.2			
04	06	08	10	10	02	2.83	1.18	محايد
	%16.7	%22.2	%27.8	%27.8	%5.6			
05	04	07	11	09	05	3.11	1.21	محايد
	%11.1	%19.4	%30.6	%25	%13.9			
06	06	10	10	08	02	2.72	1.16	محايد
	%16.6	%27.8	%27.8	%22.2	%5.6			
بعد الاعتمادية								
						3.38	0.74	محايد

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد من مخرجات spss

يوضح الجدول أعلاه الوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة ،وذلك بالنسبة لكل عبارة من العبارات الستة التي تعكس بعد الاعتمادية .

وجاء المعدل العام للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعبارات الخمسة التي تحدد تقييم جودة الخدمة البنكية الالكترونية في البنك من ناحية بعد الاعتمادية فقدرت بـ (3.38) مما يعكس درجة متوسطة من الموافقة و بإجماع أفراد العينة ، كما يدل عليه الانحراف المعياري الذي قدر بـ (0.74) والذي يقاس مقدار تشتت إجابات العملاء نسبة إلى الدرجة الوسطية.



## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

رغم ذلك نلاحظ أن العبارات الأولى و الثانية تحصلت على التوالي متوسط حسابي بـ: (4.02)، (3.97)، (3.66) و الذي يقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي في حدود المجال 3.4-4.2 الدالة على اختيار موافق، وكانت فيها إجابات أغلبية أفراد العينة بموافق و موافق بشدة عند جمعها تقدر بنسبة (77.8 % ) للعبارة الأولى ، و(80% ) للعبارة الثانية ، و(63.9 % ) للعبارة الثالثة.

وهذا يبين أن تكنولوجيا المعلومات لها دور في تحسين جودة الخدمات البنكية الالكترونية المقدمة إليهم من طرف البنك حسب بعد الاعتمادية.

### با جودة الخدمة البنكية الالكترونية في البنك من ناحية بعد الاستجابة

**الجدول رقم (17) :** تقييم جودة الخدمة البنكية الالكترونية في البنك من ناحية بعد الاستجابة

رقم العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
07	01	00	07	18	10	4	0.86	موافق
النسبة %	2.8%	00%	19.4%	50%	27.8%			
08	02	08	07	12	07	3.38	1.20	محايد
النسبة %	5.6%	22.2%	19.4%	33.3%	19.4%			
09	03	08	11	10	04	3.11	1.14	محايد
النسبة %	8.3%	22.2%	30.6%	27.8%	11.1%			
10	06	08	10	07	05	2.91	1.29	محايد
النسبة %	16.7%	22.2%	27.8%	19.4%	13.6%			
بعد الاستجابة								
						3.35	0.77	محايد

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج spss .

يوضح الجدول أعلاه الوسط الحسابي و الانحراف المعياري ودرجة الموافقة ،وذلك بالنسبة لكل عبارة من العبارات الأربعة التي تعكس بعد الاستجابة.

وجاء المعدل العام للمتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية للعبارات الأربعة التي تحدد تقييم جودة الخدمة البنكية الالكترونية في البنك من ناحية بعد الاستجابة فقدرت بـ: (3.35) مما يعكس درجة متوسطة، وياجماع أفراد العينة كما يدل عليه الانحراف المعياري الذي قدر بـ: (0.77) والذي يقيس مقدار تشتت إجابات العملاء نسبة إلى الدرجة الوسطية.

## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

رغم ذلك نلاحظ أن العبارة السابعة تحصلت على متوسط حسابي قدر ب : (4.00) الذي يقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي في حدود المجال [ 4.20-3.4 ] الدالة على اختبار موافق وكانت إجابات أغلبية أفراد العينة بموافق وموافق بشدة عند جمعها مع بعض تقدر بنسبة (77.8%) للعبارة السابعة.

وهذا يبين أن تكنولوجيا المعلومات لها دور في تحسين جودة الخدمات البنكية الالكترونية المقدمة إليهم من طرف البنك حسب بعد الاستجابة .

تأ | جودة الخدمة البنكية الالكترونية في البنك من ناحية بعد الوصول /الموقع الإجمالي:

الجدول رقم (18) : تقييم جودة الخدمة البنكية الالكترونية في البنك من ناحية بعد الوصول /الموقع الإجمالي.

رقم العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	النسبة %
11	05	08	11	08	04	2.94	1.21	محايد	11
	%13.9	%22.2	%30.6	%22.2	%11.1				النسبة %
12	03	08	11	10	04	3.11	1.14	محايد	12
	%8.3	%22.2	%30.6	%27.8	%11.1				النسبة %
13	05	08	12	08	03	2.88	1.16	محايد	13
	%13.9	%22.2	%30.3	%22.2	%8.3				النسبة %
14	01	06	08	13	08	3.58	1.10	موافق	14
	%2.8	%16.7	%22.2	%36.1	%22.2				النسبة %
بعد الوصول / الموقع الإجمالي									محايد
									0.83
									3.13

المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss.

يوضح الجدول أعلاه الوسط الحسابي و الانحراف المعياري ودرجة الموافقة وذلك بالنسبة لكل عبارة من العبارات الأربعة التي تعكس بعد الوصول / الموقع الحالي .

وجاء المعدل العام للمتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية للعبارات الأربعة التي تحدد تقييم جودة الخدمة البنكية الالكترونية في البنك من ناحية الوصول/الموقع الحالي فقدرت ب : ( 3.13 ) مما يعكس درجة متوسطة من الموافقة وبإجماع أفراد العينة ، كما يدل عليه الانحراف المعياري الذي قدر ب: ( 0.83 ) و الذي يقيس مقدار تشتت إجابات العملاء نسبة إلى الدرجة الوسطية .

## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

وهنا نلاحظ في العبارة الرابعة عشر تحصلت على متوسط حسابي قدر ب : (3.58) الذي يقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي في حدود المجال [ 3.4-4.20] ،الدالة على اختبار موافق وكانت إجابات أغلبية أفراد العينة بموافق و موافق بشدة عند جمعها مع بعض تقدر بنسبة (58.3%) .

وهذا يبين أن تكنولوجيا المعلومات دور في تحسين جودة الخدمات البنكية الالكترونية المقدمة إليهم من طرف البنك حسب بعد الوصول / الموقع الحالي .

ثا | جودة الخدمة البنكية الالكترونية في البنك من ناحية بعد الأمان /الثقة :

الجدول رقم (19) : تقييم جودة الخدمة البنكية الالكترونية في البنك من ناحية بعد الأمان /الثقة .

رقم العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	النسبة %
15	02	09	06	15	04	3.27	1.13	محايد	
	%5.6	%25	%16.7	%41.7	%11.1				النسبة %
16	04	07	11	10	04	3.08	1.18	محايد	
	%11.1	%19.4	%30.6	%27.8	%11.1				النسبة %
17	03	09	10	11	03	3.05	1.11	محايد	
	%8.3	%25	%27.8	%30.6	%8.3				النسبة %
18	04	07	09	11	05	3.16	1.23	محايد	
	%11.1	%19.4	%25	%30.6	%13.9				النسبة %
19	02	06	10	15	03	2.80	1.23	محايد	
	%5.6	%17.6	%27.8	%41.7	%8.3				النسبة %
20	07	07	11	08	03	3.30	1.03	محايد	
	%16.7	%16.7	%30.6	%22.2	%8.3				النسبة %
									بعد الامان / الثقة
									محايد

المصدر : من إعداد الطالب باعتماد على مخرجات spss

يوضح الجدول أعلاه الوسط الحسابي و الانحراف المعياري ودرجة الموافقة وذلك بالنسبة لكل عبارات الستة التي تعكس بعد الأمان /الثقة .

وجاء المعدل العام للمتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لعبارات بعد الأمان /الثقة التي تحدد تقييم جودة الخدمة البنكية الالكترونية في البنك من ناحية هذا البعد فقدرت ب : (3.11) مما يعكس درجة

## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

---

متوسطة لإجابات أفراد العينة، كما يدل عليه الانحراف المعياري الذي قدر بـ ( 0.73 ) والذي يقيس مقدار التشتت إجابات العملاء نسبة إلى الدرجة الوسطية .

حيث نلاحظ أن العبارات كلها تقريبا متساوية ذات درجة موافقة متوسطة في حدود المجال [ 2.6-3.39 ] حسب المقياس المستخدم في الدراسة .

## الفصل الثاني : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة بسكرة-

### خلاصة الفصل :

هدف هذا الفصل إلى إسقاط الدراسة النظرية على الجانب التطبيقي، حيث قمنا بدراسة عينة من عملاء بنك الفلاحة و التنمية الريفية -وكالة بسكرة- ، لمعرفة رضاهم عن جودة الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة لهم من طرف البنك .

وقد أظهرت النتائج المحققة عن الدراسة ما يلي :

- ✓ إن عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة- اجمعوا على أن الخدمات المقدمة من طرف هذا الأخير ذو جودة عالية، كما اجمعوا على أن البنك يولي اهتمام كبير بتكنولوجيا الإعلام و الاتصال ، و ذلك لما يوفره من تجهيزات و خدمات الكترونية جديدة بدرجة كبيرة.
- ✓ تم التوصل الى أن عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة- يدركون دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات البنكية ، ويعتبرون استمرار البنك في تطوير خدماته باستخدام تكنولوجيا المعلومات الحديثة عامل مهم في استمرارية تعاملهم مع البنك.
- ✓ وجود بعض المشاكل التي تواجه بنك الفلاحة و التنمية الريفية -وكالة بسكرة- عند توظيفه لتكنولوجيا المعلومات كالعدم جاهزية البنية التحتية التي تساعد على تقديم خدمات بنكية جديدة وتطوير الخدمات البنكية الحالية .

خاتمة عامة

## خاتمة عامة

من خلال دراستنا لهذا الموضوع ، تبين لنا الدور الذي جاءت به التكنولوجيا إلى البنوك ليس لتلغي الخدمات التقليدية، ولكن لتعطيها نوع من الديناميكية والحركة السريعة ونوع من السهولة والقبول فالعمليات المصرفية المعقدة التي كانت تتطلب ساعات لانجازها أصبحت تنجز في دقائق، والتي كانت تنجز في دقائق أصبحت تنجز في لمح البصر، مع انخفاض الأخطاء والعراقيل و التعطيلات...، ورغم تكلفتها العالية إلا أن ما تحققه من أرباح وفوائد يفوق بكثير ما ينفق عليها.

وعليه مواكبة لعصر التكنولوجيا والعولمة وتماشيا مع متطلبات السوق وعمليات التجارة الإلكترونية، كان لابد من تطوير و عصرنه بنوكنا وتحسين خدماتها ، مما أدى إلى إدخال الشبكات السريعة والانترنت وأجهزة الحواسيب والصراف الآلي والبطاقات الذكية، والتي ساعدت في تحسين الخدمات المصرفية، وزيادة قدرتها التنافسية وتعزيز مكانتها السوقية .

### أولا : اختبار نتائج الفرضيات :

بعد دراسة هذا البحث ومحاولة التوسع في مختلف الجوانب التي تمسها، تمكنا من القيام باختبار الفرضيات باستخدام برنامج SPSS ، وكإجابة على الإشكالية المطروحة فإن نتائج اختبار الفرضيات كانت كالتالي :

✓ وجود ارتباط قوي بعد تكنولوجيا المعلومات وبعد الاعتمادية ،مما يدل على أن لتكنولوجيا المعلومات دور في تحسين جودة الخدمات البنكية حيث ساهمت التكنولوجيا في تسهيل العمليات المصرفية وذلك بإمكانية السحب 24/سا و 7 أيام / 7 ، بالإضافة إلى تنوع الخدمات والبطاقات الالكترونية والاتصال بالبنك ومعرفة حسابك وآخر العمليات المصرفية وأنت جالس في بيتك أو مكتبك.وعليه نرفض الفرضية الصفرية ،ونقبل الفرضية البديلة " يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات على بعد الاعتمادية".

✓ وجود ارتباط قوي أيضا بين بعد تكنولوجيا المعلومات وبعد الاستجابة ، مما يدل على أن لتكنولوجيا المعلومات دور في تحسين جودة الخدمات البنكية ،من خلال السرعة في استجابة لإصلاح الصرافات الآلية كما انها تساعد العميل في الحصول على الخدمات في وقت سريع مما يزيد من رضى العملاء ، وعليه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة " يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات على بعد الاستجابة"

✓ وجود ارتباط قوي بين تكنولوجيا معلومات وبعد الوصول /الموقع الجمالي ،مما يدل أن لتكنولوجيا المعلومات دور في تحسين جودة الخدمات ، من خلال رضى العملاء على موقع البنك وتسهيل تعامل به في كل الاوقات ، وكذا تطوير وسرعة تقديم الخدمات المصرفية وتحقيق الفعالية الاشباعية، وذلك للتطور في شبكات الاتصال سواء الداخلية ، كذلك سرعة الحواسيب أدت إلى السرعة في الخدمات المصرفية ، وعليه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة " يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات على بعد الوصول/ الموقع الجمالي"

✓ وجود ارتباط متوسط بين تكنولوجيا المعلومات و بعد الثقة والأمان ، وهذا يدل أن لتكنولوجيا المعلومات دور متوسط في تحسين جودة الخدمات البنكية ، مما يدل على ان عدد كبيرة من الجزائريين مزال لا يتعاملون بالانترنت في مجال المعاملات البنكية وفي معالجة أمورهم المالية، لذلك لم تنتشر البطاقات الالكترونية انتشارا

## خاتمة عامة

واسعا مثل الدول الأوروبية ، وعليه تم قبول الفرضية الصفرية " لا يوجد دور لتكنولوجيا المعلومات على بعد الثقة/الأمان"

### ثانيا : نتائج البحث

من خلال هذا البحث أمكننا التوصل الى مجموعة من النتائج هي :

#### • النتائج النظرية :

- ✓ تتجسد تكنولوجيا المعلومات بالبنوك في الصيرفة الالكترونية.
- ✓ الصيرفة الالكترونية تقدم خدمات متميزة و لا غنى عنها وتوفر الجهد والوقت والتكلفة.
- ✓ عملت تكنولوجيا المعلومات على توسيع نطاق الخدمات المقدمة من قبل البنوك وتنوعها ، كما أنها أتاحت تقديم الخدمات المصرفية من خلال منافذ توزيعية جديدة مثل : الموزعات الآلية، الموقع الالكتروني للمصرف .
- ✓ ساهم انتشار دور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات الى زيادة توقعات العملاء ، بشأن جودة الخدمة البنكية التي تقدمها البنوك ، حيث أصبح معيارا للمفاضلة بين البنوك بالنسبة للعملاء.
- ✓ يعتمد قياس جودة الخدمات البنكية الالكترونية بالنسبة للعملاء خمسة أبعاد رئيسية منها ما تشترك فيه مع جودة الخدمات التقليدية وهي : الاعتمادية ، الاستجابة ، الثقة / الأمان ، الوصول/جمالية الموقع الالكتروني

#### • النتائج التطبيقية :

- ✓ أدى استخدام الصيرفة الإلكترونية إلى اختصار الوقت وتفاذي مشاكل الاكتظاظ والطوابير وانتظار الزبائن.
- ✓ استطاع البنك تسهيل الحياة اليومية للزبون، وجلب عدد كبير من الزبائن الجدد كانوا متعاقدين مع مؤسسات مصرفية ومالية أخرى.
- ✓ يوفر بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة- مجموعة من الخدمات المصرفية الالكترونية والتي تعتمد بالدرجة الأولى على تكنولوجيا المعلومات منها : الخدمات المصرفية عبر الصرافات الآلية، وهو تبعا لذلك يوفر لعملائه عدد من البطاقات المصرفية والتي تختلف خصائصها حسب حاجاتهم المختلفة.
- ✓ يعمل الصراف الآلي 24 س / 24 ، 7 أيام / 7 و ذو ملائمة دائمة فالسيولة موجودة حتى في المواسم والأعياد ، مما جعل كل الزبائن راضون على ذلك.
- ✓ يقدم البنك من خلال موقعه الالكتروني عدد من الخدمات الالكترونية في إطار مايعرف بخدمة المصرف الالكتروني و الذي يسمح للعملاء التواصل مع المصرف 24/24 ساعة وخلال 7/7 أيام أسبوع ومن



## خاتمة عامة

بين الخدمات التي يقدمها : خدمة الاطلاع على الرصيد ، خدمة البريد الالكتروني والتي تتيح للعملاء إرسال شكاوي ومقترحات .

✓ يدرك عملاء بنك الفلاحة و التنمية الريفية دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات البنكية الالكترونية ، وبالتالي فهم يعتبرون أن استخدام تكنولوجيا المعلومات في المصرف عامل مهم في استمرار تعاملهم معاً.

✓ عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية راضون على مستوى جودة الخدمة البنكية الالكترونية بمختلف أبعادها (الاعتمادية ، الاستجابة ، الأمان/الثقة ، الوصول /الموقع الإجمالي) بدرجة متوسطة عموماً مما يحتم على البنك تحسين جودة خدماته أكثر .

### ثالثاً: التوصيات والاقتراحات

✓ عدم الاكتفاء بعدد محدود من الخدمات الالكترونية ،حيث يجب على بنك الفلاحة و التنمية الريفية- وكالة بسكرة- وتنويع خدماته الالكترونية وابتكار خدمات الكترونية جديدة ، و الاستفادة من خبرات المصارف المنافسة.

✓ على إدارة بنك الفلاحة و التنمية الريفية -وكالة بسكرة- دعم الاستثمار في مجال تكنولوجيا المعلومات الحديثة المواكبة لتطورات التكنولوجيا الحديثة المحلية و العالمية .

✓ ضرورة اهتمام البنوك الجزائرية بالصيرفة الالكترونية ومختلف المنتجات التي أفرزها تطبيق تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في البنوك التجارية لتلبية حاجيات ورغبات الزبون.

### رابعاً:أفاق البحث

لقد تبين لنا من خلال الخوض في هذا البحث بأن هناك جوانب هامة جديرة بالدراسة والبحث ونقترحها

لتكون إشكاليات بحوث ودراسات نأمل أن نتال حقاها من الدراسة والتحليل في المستقبل وهي:

✓ تكنولوجيا المعلومات في التجارة الالكترونية.

✓ دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الجزائرية.

✓ دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية.

وختاماً لبحثنا هذا يمكن القول أن الإحاطة بجميع جوانب الموضوع من غير الممكن،ولذلك تبقى

مجالات البحث مفتوحة امام طلبة السنوات القادمة لإثرائه والتوسع في جوانبه المختلفة لأنه يظل في

تطور دائم.

# قائمة المراجع

### ا. الكتب :

- 1- أحمد حلمي جمعة و آخرون ، نظم المعلومات المحاسبية ، دار المناهج للنشر و التوزيع ، عمان ،الأردن ، 2003.
- 2- أحمد حسين علي حسين، نظم المعلومات المحاسبية الإطار الفكري و النظم التطبيقية ، الدار الجامعية ، الإسكندرية، مصر ، 2006.
- 3- أحمد محمود أحمد، تسويق الخدمات المصرفية، مدخل نظري -تطبيقي، دار البركة للنشر والتوزيع عمان، 2001.
- 4- إياد شوكت منصور، إدارة خدمة العملاء، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة العلمية، عمان.
- 5- ايمان فاضل السمراي، هيثم محمد الزعبي، نظم المعلومات الإدارية ، دار الصفاء للطباعة ، عمان ، الأردن، 2004.
- 6- بشير العلاق، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال ، مدخل تسويقي، الطبعة الأولى مؤسسة الوراق للنشر، عمان، 2002.
- 7- بسام محمود المهيرات، إدارة المعرفة في تكنولوجيا المعلومات، دار الجليس للنشر و التوزيع، ط1، 2012
- 8- بسام محمود المهيرات، إدارة المعرفة في تكنولوجيا المعلومات ، دار الجليس للنشر و التوزيع، ط 1 ، 2012.
- 9- تسير العجارمة ، التسويق المصرفي ، دار حامد للنشر و التوزيع ، الاردن ، عمان ، 2008.
- 10- تامر البكري و احمد الرحموي ، تسويق الخدمات المالية ، الطبعة الأولى، إثراء للنشر والتوزيع، عمان 2008.
- 11- رعد حسن الصر، عولمة جودة الخدمة المصرفية ، دار الوراق ،سوريا، 2008.
- 12- ردينة عثمان يوسف ، محمود جاسم الصميدعي، تكنولوجيا التسويق، دار المناهج للنشر و التوزيع ، عمان، الأردن، 2004.
- 13- زاكي خليل المساعد ، تسويق الخدمات و تطبيقاته ، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، 2003.

## قائمة المراجع

- 14- عبد العزيز أبو نبعة، تسويق الخدمات المتخصصة، الطبعة الأولى، دار الوراق للنشر و التوزيع، عمان، 2005.
- 15- عامر قندجي و آخرون، مصادر المعلومات التقليدية و الإلكترونية ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن،
- 16- عدنان عواد الشوابكة ، دور نظم و تكنولوجيا المعلومات في إتخاذ القرارات الإدارية ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2011.
- 17- عامر إبراهيم قندلجي ، علاء الدين عبد القادر الجنابي، نظم المعلومات الإدارية ، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2008 .
- 18- عبد الناصر علك حافظ ، حسين وليد حسين عباس ، نظم المعلومات الإدارية بالتركيز على وظائف المنظمة، دار غيداء للنشر و التوزيع، ط1، عمان، الأردن ، 2014 .
- 19- عطاء الله احمد سويلم الحسبان ، الرقابة الداخلية و التدقيق في بيئة تكنولوجيا المعلومات ، دار الرابية للنشر، عمان ، الأردن، 2009.
- 20- عدنان عواد الشوابكة ، دور نظم و تكنولوجيا المعلومات في إتخاذ القرارات الإدارية ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2011 .
- 21- غسان قاسم اللامي، إدارة التكنولوجيا، دار المنهج للنشر، عمان، الأردن، 2010.
- 22- فليب كوتلر و جاري أرمسترونج، ترجمة سرور علي سرور ، أساسيات التسويق، دار المريخ للنشر، الرياض، 2007.
- 23- فريد كورتل ، تسويق الخدمات ، دار الكنوز المعرفة العلمية للنشر ، ط01 ، عمان ، الأردن ، 2009 .
- 24- طارق طه ، إدارة البنوك ونظم المعلومات المصرفية ، دار الكتب للنشر و التوزيع ، اسكندرية ، مصر ، 2000 .
- 25- لحداد عوض بدير، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، جامعة قناة السويس، 1999.
- 26- محمد صالح المؤذن، مبادئ التسويق، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2002.

## قائمة المراجع

- 27- محمد الصيرفي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2009.
- 28- محمد نور برهان، غازي إبراهيم رحو، نظم المعلومات المحاسبية، ط2، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2003.
- 29- محمد حسين الوادي، بلال محمود الوادي، المعرفة و الإدارة الالكترونية، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2011.
- 30- محمد حسين الوادي، بلال محمود الوادي، المعرفة و الإدارة الالكترونية، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2011.
- 31- محمد نور برهان، غازي إبراهيم رحو، نظم المعلومات المحاسبية، ط2، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2003.
- 32- محمود جاسم الصميدعي، ردينه عثمان يوسف، تسويق الخدمات، دار المسير للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 33- محمد عبد الخالق، الإدارة المالية و المصرفية، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، الاردن، 2010.
- 34- محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبدلات، الصيرفة الالكترونية (الادوات والتطبيقات و معايير التوسع)، دار وائل للنشر و التوزيع، ط1، الاردن.
- 35- ناجي معلا، الأصول العلمية للتسويق المصرفي، دار وائل للنشر و التوزيع، الطبعة الثالثة، 2007.
- 36- نظام موسى سويدان، شفيق ابراهيم حداد، التسويق المعاصر، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان، الاردن، 2009.
- 37- ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبدلات، الصيرفة الالكترونية، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2008.
- 38- وسيم محمد الحداد و اخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012.
- 39- وسيم محمد الحداد و اخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، الاردن، 2012.

## قائمة المراجع

40- يحيى مصطفى حلمي ، أساسيات نظم المعلومات ، مؤسسة الإسراء للنشر و التوزيع ، القاهرة، مصر 1998.

41- يحيى مصطفى حلمي ، أساسيات نظم المعلومات ، مؤسسة الإسراء للنشر و التوزيع ، القاهرة، مصر 1998.

### II. مذكرات تخرج :

1- بريس عبد القادر ، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية، أطروحة لنيل شهادة الكتوراه في العلوم الإقتصادية، فرع نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2005 - 2006.

2- رحال فؤاد، تأثير تحرير تجارة الخدمات المصرفية على تنافسية البنوك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة بسكرة، 2005-2006.

3- سحنون خالد، تأثير تكنولوجيا المعلومات على مردودية البنوك ، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، تخصص: بنوك و مالية جامعة تلمسان ، 2015-2016.

4- عبد الرحيم نادية، تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2011.

5- قروش عيسى، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة بسكرة ، 2008-2009.

6- فني فضيلة، دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تسيير المعارف بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، مذكرة ماجستير في علوم التسيير ،تخصص إدارة أعمال، جامعة بسكرة، 2008.

### III. المجلات :

1- رعد حسين الصرف ، أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنت وجودة الخدمة المصرفية ، مجلة العلوم الانسانية ، العدد 02 ، جامعة بسكرة.

2- عرابية رابح ، دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الالكترونية في عصنة الجهاز المصرفي الجزائري، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية و الانسانية ، العدد 08 ، الجزائر ، 2012.

3- معهد الدراسات المصرفية ، الخدمات المصرفية الإلكترونية ، مجلة اضاءات ، العدد 12 ، الكويت ، 2013.

## قائمة المراجع

4-يسرى محمد حسين، تكنولوجيا المعلومات و تأثيرها في تحسين أداء مستوى الخدمة الفندقية، مجلة الإدارة و الإقتصاد، العدد الخامس و الثمانون/2010.

### i. ملتقيات :

1- أحمد طرطار ، سارة حلبي، جودة الخدمات المصرفية كآلية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك، مداخلة الملتقى الدولي حول إدارة الجودة الشاملة في قطاع .الخدمات، جامعة منتوري قسنطينة، 9080 ، ص36.

2-بوعيشة مبارك ،الشامية بن عباس ، واقع وافاق تطبيق نظام ادارة الجودة الشاملة بالجزائر - القطاع المصرفي- ، مداخلة في الملتقى الدولي حول تطبيق نظام ادارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات ، جامعة قسنطينة ، 2010.

3-عبد الكريم قندوز ، بومدين نورين ، الصرافة الالكترونية في المؤسسات المصرفية كمدخل لبناء الاقتصاد الرقمي في الجزائر، مداخلة ضمن الملتقى الدولي الثاني ، المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ، جامعة شلف ، 2012 ، ص : 07 .

4-سناء عبد الكريم الخناق ، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عمليات إدارة المعرفة ، بحث مقدم إلى الملتقى الدولي الثالث حول تسيير المؤسسات، جامعة بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، بسكرة - الجزائر ( يومي 12-13 نوفمبر ) 2005.

5-لحمر عباس، دور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في تسهيل عمل الأفراد و تطوير أداء منظمات الأعمال المعاصرة ، ملتقى دولي حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية و الاقتصاديات الحديثة ، جامعة شلف، يومي : 13-14 ديسمبر 2011.

### ii. مراجع أجنبية :

- 1- Pierre Eiglier Et Langard le Markting les services ، edition international  
5eme eddition ، paris ، 1994 ، p :26.

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
جامعة محمد خيضر بسكرة  
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير  
قسم العلوم الاقتصادية

إستبئنة البحث

سيدي ، سيدي ، تحية طيبة

إن هذه الدراسة هي جزء من متطلبات نيل شهادة الماستر اقتصاد و تسيير المؤسسات و تهدف إلى دراسة دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات البنكية لدى بنك الفلاحة و التنمية الريفية -وكالة بسكرة- وقد تم اختياركم ضمن عينة البحث للإجابة على العبارات الواردة فيها ، يرجى التكرم بالإجابة عن هذه الأسئلة بموضوعية لما لذلك من أثر كبير على صحة النتائج التي سوف يتوصل إليها البحث ، كما نعلمكم بأن هذه البيانات سوف تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط و ستعامل بسرية تامة.  
شكرا إليكم سلفا على حسن تعاونكم.

تقبلوا مني فائق الاحترام و التقدير.

الطالب : مغربي إبراهيم

## أولا : بيانات عامة :

نرجو منكم التكرم بالإجابة المناسبة على التساؤلات التالية و ذلك بوضع علامة (X) أمام العبارة المناسبة :

1. الجنس :  ذكر  أنثى

2. العمر :  أقل من 25 سنة  من 25 إلى 35 سنة

من 35 إلى 55 سنة  أكثر من 55 سنة

3. المستوى الدراسي :  متوسط  دراسات علي  جامعي

4. المهنة :  موظف  مهنة حرة  متقاعد

5. مدة التعامل :  أقل من سنة  من سنة -3 سنوات

من 4 إلى 6 سنوات  أكثر من 6 سنوات.

6- ماهي القنوات الالكترونية التعامل بها مع البنك للحصول على الخدمة المصرفية الالكترونية ؟

الصرافات الالية  الموقع الالكتروني

كلاهما

## المحور الأول: تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في البنك

نرجو منكم التكرم بالإجابة المناسبة على التساؤلات التالية و ذلك بوضع علامة (X) أمام العبارة المناسبة :

الرقم	أولا : تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في البنك	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	بنك الفلاحة يمتلك معدات تكنولوجيا حديثة و متطورة.					
02	يملك البنك عدد كاف من الصرافات الالية تلي حاجات العملاء					
03	يوفر بنك الفلاحة مجموعة لا بأس بها من البطاقات الالكترونية.					
04	يحرص الموقع الالكتروني للبنك على تحقيق الجودة في الخدمات المصرفية.					
05	يتوفر لدى البنك عدد كافي من الصرافات الالية					

## المحور الثاني : جودة الخدمات البنكية/ الاعتمادية

نرجو منكم التكرم بالإجابة المناسبة على التساؤلات التالية و ذلك بوضع علامة (X) أمام العبارة المناسبة :

الرقم	ثانيا : جودة الخدمات البنكية / الاعتمادية	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	تساعد الصرافات الالية العملاء على عدم التقيد بمواعيد العمل الرسمية للبنك					
02	يساهم الانتشار الجغرافي للصرافات الالية على زيادة عملاء بنك الفلاحة .					
03	تسمح البطاقات البنكية المعتمدة من طرف البنك بتوفير خدمات متنوعة للعملاء					
04	يقوم البنك باصدار نشرات الكترونية تضم كافة المعلومات المتعلقة بنشاطه					
05	يقدم الموقع الالكتروني للبنك خدمات مصرفية تتلائم واحتياجات العملاء .					
06	المعلومات التي يقدمها بنك الفلاحة عبر الموقع الالكتروني يتم استحداثها باستمرار					

## الاستجابة

الرقم	ثانيا : جودة الخدمات البنكية / الاستجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
07	تساعد الصرافات الآلية في التقليل من زمن الحصول على الخدمة المصرفية					
08	يعمل البنك بإصلاح اعطاب الصرافات الآلية بسرعة					
09	يعمل البنك على حل مشاكل المعاملات الالكترونية بسرعة					
10	يعطي البنك ردود سريعة على طلبات العملاء عن طريق البريد الالكتروني					

## الوصول / الجمالي (الموقع)

الرقم	ثانيا : جودة الخدمات البنكية / الاستجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
11	يمكن الدخول إلى الموقع الالكتروني للبنك بسرعة					
12	من السهل الوصول إلى ما يحتاجه العميل على موقع البنك					
13	محتوى الموقع الالكتروني للبنك منضم من السهل تتبعه					
14	تساعد الصرافات الآلية في الحصول على الخدمة بسرعة					

## الأمان / الثقة

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	ثانيا : جودة الخدمات البنكية / الاستجابة	الرقم
					هناك شعور بالأمان في إتمام المعاملات البنكية عبر الصرافات الآلية	15
					للموقع الالكتروني للبنك سمعة جيدة	16
					المعلومات التي يقدمها البنك عن الخدمات على الموقع الالكتروني واضحة و صادقة	17
					لا توجد خطورة عند تقديم المعلومات الشخصية عبر البريد او موقع البنك	18
					لا يسيء البنك استخدام المعلومات الشخصية للعملاء	19
					هناك ثقة في الخدمات البنكية الالكترونية التي يقدمها البنك	20