

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université Mohamed KHIDHER -Biskra
Faculté des Sciences Economiques,
Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des Sciences Commerciales



جامعة محمد خيضر - بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

الموضوع

تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمة المصرفية

دراسة حالة مصرف الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية
شعبة العلوم التجارية
تخصص: تسويق مصرفي

الأستاذ المشرف:

أ.د/ رايس حدة

إعداد الطالب(ة):

بشار سلمى

لجنة المناقشة

الرقم	أعضاء اللجنة	الرتبة	الصّفة	مؤسسة الانتماء
1	رايس عبد الحق	أستاذ محاضر	رئيسا	جامعة بسكرة
2	رايس حدة	استاذ	مشرفا	جامعة بسكرة
3	جوامع لبيبة	أستاذ محاضر	ممتحنا	جامعة بسكرة

السنة الجامعية: 2020/ 2019

شكر وتقدير

الحمد للخالق وكفى واللاة على الحبيب المطفى وأمله ومن وفى.

الشكر لله العزيز الجبار على توفيقه لنا فى تميم مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه اما بعد:

لا يسعني إلا ان أتوجه بالشكر الجزيل إلى الأستاذة المشرفة " رايى حدة "، على إشرافها لهذه الدراسة وعلى ما قدمته لى وعلى كل جهودها المبذولة، فلكي منى فائق التقدير والاحترام.

ولا يفوتني أن أشكر كل عمال كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ومن المكتبة الموظفة والديقة "مرحاد رتيبة" لها جزيل الشكر والتقدير على تعاونها.

وفى الأخير أتقدم بجزيل الشكر إلى كل من مد لنا يد العون والمساعدة من قريب أو بعيد.

بشار سلمى

الملخص

ترتكز هذه الدراسة إلى واحدة من أهم الموضوعات التي تكتسي أهمية بالغة لدى المصارف الجزائرية اليوم ألا وهي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تعتبر من أهم المداخل الحديثة في الإدارة نظرا لتأثيرها على جودة الخدمة المصرفية وبالتالي تحقيق اهداف المنظمة، حيث هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمة المصرفية بأبعادها الخمسة (الاعتمادية، الاستجابة، الملموسية، الأمان، التعاطف) وقد تم إختيار مصرف الفلاحة والتنمية الريفية -بسكرة- للدراسة الميدانية .

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة قمنا باستخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات تم توزيعها على عينة عشوائية من زبائن مصرف الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة- مكونة من 70 زبون تم استرجاع 40 منهم وتم الاعتماد عليهم ، وبعد التحليل باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS توصلت الدراسة إلى أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بكافة أبعادها لها تأثير على جودة الخدمة المصرفية في مصرف الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة - محل الدراسة.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، جودة الخدمة المصرفية، مصرف الفلاحة والتنمية الريفية

Abstract

This study is based on one of the most important topics of great importance to Algerian banks today, namely, information and communication technology, which is one of the most important modern entrances in the administration due to its impact on the quality of banking service and thus achieve the objectives of the organization, where this study aimed to know the impact of ICT on the quality of banking service in its five dimensions (reliability, response, concrete, security, empathy) and has been selected the Bank of Agriculture and Rural Development – Biskra – Field Study .

To achieve the objectives of this study, we used the questionnaire as a data collection tool distributed to a random sample of the customers of the Bank of Agriculture and Rural Development – Biskra Agency – 70 customers recovered and relied upon, and after analysis using the statistical analysis program SPSS the study concluded that ICT in all dimensions has an impact on the quality of banking service in the Bank of Agriculture and Rural Development – Biskra Agency – the study.

Keywords : ICT, quality of banking, agriculture bank and rural development.

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	المحتوى
	شكر وعرهان
	ملخص الدراسة
II	فهرس المحتويات
V	قائمة الجداول
V II	قائمة الأشكال
V III	قائمة الملاحق
أ...ز	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا الاعلام والاتصال	
02	تمهيد
03	المبحث الاول: مفاهيم عامة حول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
03	المطلب الاول: مفهوم تكنولوجيا المعلومات
10	المطلب الثاني: مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
14	المطلب الثالث: خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
15	المطلب الرابع: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
17	المطلب الخامس: اهداف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

18	المبحث الثاني: مكونات ومزايا تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
18	المطلب الأول: مكونات تكنولوجيا الاعلام والاتصال
28	المطلب الثاني: تطبيقات ومتطلبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
31	المطلب الثالث: وظائف تكنولوجيا الاعلام والاتصال
32	المطلب الرابع: مزايا تكنولوجيا الاعلام والاتصال وعيوبها
34	المطلب الخامس: علاقة تكنولوجيا المعلومات بنظم المعلومات
38	خلاصة
	الفصل الثاني: الاطار المفاهيمي لجودة الخدمة المصرفية
40	تمهيد
41	المبحث الأول: المبحث الاول: مفاهيم حول جودة الخدمة المصرفية
41	المطلب الاول: مفاهيم عامة
46	المطلب الثاني: اهمية وخصائص جودة الخدمة المصرفية
47	المطلب الثالث: مستويات وابعاد جودة الخدمة المصرفية
50	المطلب الرابع: نماذج قياس جودة الخدمة المصرفية
55	المطلب الخامس: خصائص الخدمة المصرفية
57	المبحث الثاني: علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بجودة الخدمة المصرفية
57	المطلب الأول: مراحل التطور التكنولوجي في العمل المصرفي
59	المطلب الثاني: مفهوم جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية

60	المطلب الثالث: مقاييس جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية
61	المطلب الرابع: آثار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمات المصرفية
65	خلاصة
	الفصل الثالث: دراسة ميدانية لمصرف الفلاحة والتنمية الريفية الجزائري -وكالة بسكرة-
67	تمهيد
68	المبحث الأول: تقديم مصرف الفلاحة والتنمية اللاحية الجزائري
68	المطلب الأول: لمحة عن مصرف الفلاحة والتنمية اللاحية (BADR)
70	المطلب الثاني: مهمة واهداف مصرف الفلاحة والتنمية اللاحية الجزائري
71	المطلب الثالث: مصرف الفلاحة والتنمية اللاحية - وكالة بسكرة -
74	المطلب الرابع: الخدمات المقدمة في المصرف
82	المبحث الثاني: المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة وتحليلها
83	المطلب الأول: منهج الدراسة
84	المطلب الثاني: مجتمع وعينة البحث والوصف الإحصائي لها وفق الخصائص الشخصية
91	المطلب الثالث: مصادر وأساليب جمع البيانات والمعلومات والأساليب الإحصائية المستخدمة
92	المطلب الرابع: ثبات صدق أداة البحث (الإستبانة)
100	المطلب الخامس: اختبار التوزيع الطبيعي
102	المبحث الثالث: عرض نتائج الدراسة وتحليلها واختبار الفرضيات
102	المطلب الأول: تحليل فقرات محور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

104	المطلب الثاني: تحليل فقرات محور جودة الخدمة المصرفية
107	المطلب الثالث: قوة العلاقة بين المتغيرين
110	المطلب الرابع: اختبار وتفسير الفرضيات
117	خلاصة
119	الخاتمة
125	قائمة المراجع
127	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	الجدول	رقم الجدول
07	الفروق الأساسية بين المعلومات والبيانات	01
49	ابعاد جودة الخدمة المصرفية	02
84	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية	03
86	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر	04
87	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى العلمي	05
88	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المهنة	06
89	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدة التعامل مع المصرف	07
93	نتائج معاملات الثبات والصدق	08
95	الصدق الذاتي لمؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال	09
96	الصدق الذاتي لمؤشرات بعد الاعتمادية	10
97	الصدق الذاتي لمؤشرات بعد الملموسية	11
98	الصدق الذاتي لمؤشرات بعد الاستجابة	12
99	الصدق الذاتي لمؤشرات بعد الأمان	13
99	الصدق الذاتي لمؤشرات بعد التعاطف	14

100	معاملات الالتواء والتقلطح لمتغيرات الدراسة	15
102	مقياس ليكارت للحكم على إجابات الأفراد	16
103	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات محور تكنولوجيا المعلومات والاتصال	17
104	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات محور جودة الخدمة المصرفية	18
108	مصفوفة الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة المصرفية	19
110	نتائج تحليل تباين الانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى	20
111	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لتأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحسين جودة الخدمة المصرفية	21
112	اختبار تأثير تكنولوجيا المعلومات على بعد الاعتمادية من خلال الانحدار الخطي البسيط.	22
113	اختبار تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على بعد الملموسية من خلال الانحدار الخطي البسيط.	23
114	اختبار تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على بعد الاستجابة من خلال الانحدار الخطي البسيط.	24
115	اختبار تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على بعد الأمان من خلال الانحدار الخطي البسيط.	25

116	اختبار تأثير تكنولوجيا المعلومات والإتصالات على بعد التعاطف من خلال الانحدار الخطي البسيط.	26
-----	--	----

قائمة الأشكال

الصفحة	العبارة	رقم الشكل
ج	نموذج الدراسة	01
45	مفهوم جودة الخدمة المصرفية	02
53	نموذج الفجوة	03
74	الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة- بسكرة-	04
85	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	05
86	توزيع أفراد العينة حسب العمر	06
88	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	07
89	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المهنة	08
90	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدة التعامل مع المصرف	09

قائمة الملاحق

الصفحة	العنوان	رقم الملحق
127	الاستبانة	01
128	قائمة الأساتذة المحكمين للإستبانة	02

المقدمة

عرف العالم المعاصر تحولات هامة أفرزتها معطيات مختلفة، أبرزها وأهمها التطورات التكنولوجية حيث أحدثت انفجارا معلوماتيا أدى إلى ارتباط أفرادها وجماعاته ودوله بشبكات معلوماتية متطورة، سهلت انتقال المعلومات العلمية والاقتصادية والثقافية إلى جميع أنحاء العالم، إذ أصبحت السمة الغالبة على بيئة العمل هي التقلب والتغير السريع. وأصبح تقدم الأمم ورفيها يقاس ما تمتلكه من خزان علمي وتكنولوجي متطور ومنه فإن تكنولوجيا الاتصال أصبحت وسيلة بقاء وأداء لا يمكننا لاستغناء عنها، وتتنامي دورها الفعال في مختلف الميادين (الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية).

وشهدت القطاعات الخدمية بصورة عامة و القطاع المصرفي بصورة خاصة تسارعا هائلا في السنوات الأخيرة في مجال تطبيق التكنولوجيا الحديثة و التي أدت بمجموعها لإحداث تحول جذري في العمل لا سيما مع بداية التطور التكنولوجي في تقديم الخدمات المصرفية.

وقد ركزت هذه الدراسة على معرفة مدى تأثير التكنولوجيا و استخداماتها في المصارف على تحسين الجودة المصرفية .

اولا: الإشكالية

إشكالية البحث:

من خلال ما سبق يمكن حصر إشكالية البحث فيما يلي:

- ما هو تأثير تكنولوجيا المعلومات على تحسين جودة الخدمة المصرفية بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية؟

ولإحاطة أكثر بهذا الموضوع نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على بعد الملموسية؟
- ما هو تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على بعد الاعتمادية؟
- ما هو تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على بعد الاستجابة؟
- ما هو تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على بعد الأمان؟
- ما هو تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على بعد التعاطف؟

ثانيا: الفرضيات:

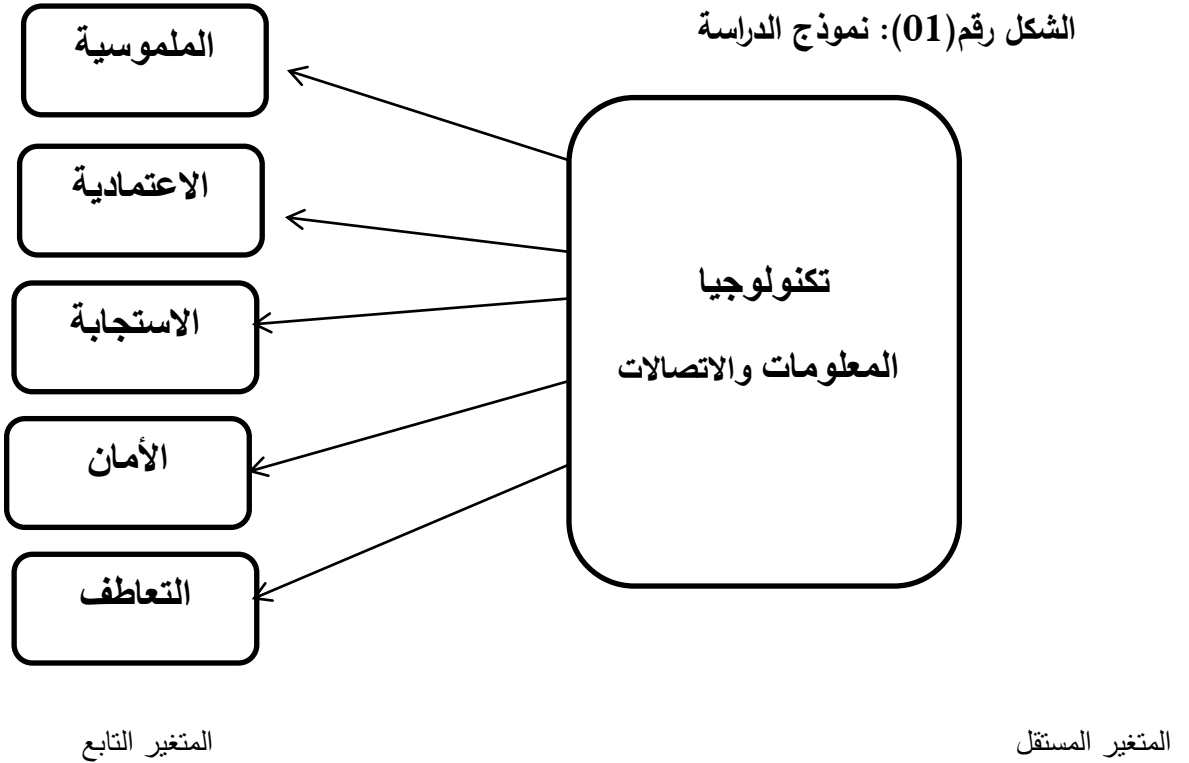
الفرضية الرئيسية

يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحسين جودة الخدمة المصرفية بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية.

الفرضيات الفرعية

- يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الملموسية بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية.
- يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الاعتمادية بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية.
- يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الاستجابة بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية.
- يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأمان بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية.
- يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على التعاطف بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية.

ثالثا: نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبة

رابعاً: أهمية الدراسة

- ✓ تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحسين جودة الخدمة المصرفية
- ✓ تناول موضوعاً مهماً إلا وهو تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعملية تبنيه وتطبيقه من قبل المصارف
- ✓ تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والآثار المترتبة عن استخدامها.

خامساً: أهداف الدراسة

- ✓ إبراز تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي أصبحت ضرورة حتمية في العمل المصرفي
- ✓ التعرف على مستوى استخدام تقنيات التكنولوجيا الحديثة في البنوك
- ✓ إثراء الرصيد العلمي بمراجع حول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وجودة الخدمة المصرفية
- ✓ اطلاع المهتمين في الميدان بأهمية الموضوع، وما يمكن أن يقدمه من إسهامات فيما يخص عصرنة وتحديث القطاع المصرفي والمالي على حد سواء.
- ✓ إبراز الدور الكبير الذي تلعبه التكنولوجيا المصرفية في زيادة فعالية أنشطة البنوك.

سادساً: أسباب اختيار الموضوع

- ✓ تماشي الموضوع مع طبيعة التخصص (تسويق مصرفي).
- ✓ الرغبة في الاطلاع على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومدى قدرتها على تحقيق الكثير من المنافع للبنوك التجارية.
- ✓ الميول الشخصي لدراسة المواضيع المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

✓ أهمية الموضوع في ظل التطورات التكنولوجية التي شهدها القطاع الاقتصادي عامة والمصرفي خاصة في الوقت الراهن.

✓ اعتبار البحث من المواضيع الحديثة نسبيا وهذا ما يجذب العديد من الباحثين.

✓ محاولة معرفة واقع تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مصرف الفلاحة والتنمية الريفية.

سابعاً: حدود الدراسة

➤ البعد المكاني: قمنا بدراسة ميدانية لموضوعنا هذا في مصرف الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة بسكرة-

➤ البعد البشري: عملاء مصرف الفلاحة والتنمية الريفية.

ثامناً: الدراسات السابقة

دراسة (ميهوب سماح)، 2014/2013: أنجزت هذه الدراسة كأطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية. تحت عنوان أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية - حالة نشاط البنك عن بعد-، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة -2-، هدفت هذه الدراسة الى التعرف على مقومات النشاط المصرفي عن بعد وخاصة الالكتروني. كما تهدف لإبراز أسباب ودوافع اعتماد التطورات التكنولوجية الحديثة والمختلفة في مجال الاتصال والمعلومات بشكل مكثف وبصورة مستمرة من طرف المصارف.

دراسة قدمها شايب محمد 2007/2006: مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع اقتصاديات مالية، بنوك ونقود. بعنوان أثر تكنولوجيا الاعلام والاتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية الجزائرية - دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بسطيف، جامعة فرحات عباس -

سطيف -، وتهدف الدراسة لرصد الآثار الإيجابية والسلبية المنجرة عن اعتماد البنوك على تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة. وخلصت هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج والتوصيات ومن اهم نتائجها:

- تكنولوجيا أنظمة الدفع الآلية حققت للبنك الأمان والسرعة في التنفيذ وفقا للمعايير الدولية المعمول بها.

- ثقافة استخدام البطاقة المغناطيسية والسحب من الموزعات الآلية للنقود لم تنتشر بعد في أوساط عملاء البنك محل الدراسة.

دراسة (م.م فرح علي جسام): أنجزت الدراسة كمقال بعنوان، تأثير تكنولوجيا المعلومات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية - دراسة تحليلية على بعض المصارف الخاصة العراقية في بغداد، مجلة دنانير، العدد الثامن، كلية دجلة الجامعة/ قسم إدارة الاعمال. هدفت هذه الدراسة الى ابراز الأدوار الرئيسية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات في تعزيز جودة الخدمة المصرفية، وقياس ادراكات المبحوثين نحو متغيرات البحث في الواقع العملي لتحديد علاقة وأثر تكنولوجيا المعلومات لتحسين الجودة في المصارف المبحوثة.

دراسة قام بها رعد فاضل بابان: جاءت بعنوان ابعاد جودة الخدمة المصرفية ودورها في تحقيق رضا الزبون - دراسة تطبيقية في مصرف الرشيد -، مقال في مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد التاسع، العدد 29- الفصل الرابع لسنة 2014. حيث هدف البحث للتعرف على العلاقة بين ابعاد جودة الخدمة المصرفية ورضا الزبون من خلال تقييم زبائن مصرف الرشيد لمستوى جودة الخدمة المقدمة لهم، وقد خلصت هذه الدراسة الى ضرورة الاهتمام بالجوانب الملموسة الخاصة بالمظهر العام للمصرف وتجهيزه بالأجهزة والمعدات الحديثة والاهتمام أيضا بجوانب الخدمة المصرفية.

تاسعا: منهج الدراسة

من أجل الإحاطة بجوانب البحث والاجابة على الإشكالية، وأيضا للتحقق من الفرضيات اعتمدنا على المنهج الوصفي من أجل استعراض مختلف المفاهيم المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمات المصرفية.

أما في الفصل التطبيقي تم الاعتماد على المنهج التحليلي الذي يهدف لجمع البيانات الخاصة بالمصرف وتنظيمها وتبويبها وتفسيرها بهدف الوصول إلى النتائج وكل هذا بالاعتماد على الاستبيان.

عاشرا: هيكل الدراسة

تمت دراسة الموضوع في جانبين الأول نظري ويتضمن فصلين اما الثاني تطبيقي يحتوي على فصل واحد حيث جاء الفصل الأول في الجانب النظري بعنوان الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وقسم الى مبحثين الأول بعنوان مفاهيم عامة حول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والثاني تناول مكونات ومزايا تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

اما الفصل الثاني فهو تحت عنوان الإطار النظري لجودة الخدمة المصرفية، تضمن المبحث الأول مفاهيم أساسية حول جودة الخدمة المصرفية والثاني التطور التكنولوجي في العمل المصرفي. وقد احتوى المطلب الثالث على العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات وابعاد جودة الخدمة المصرفية.

واخيرا الجانب التطبيقي فهو دراسة ميدانية يتناول دراسة حالة مصرف الفلاحة والتنمية الريفية لوكالة بسكرة ويقسم الى مبحثين، المبحث الأول يخص تقديم مصرف الفلاحة والتنمية الريفية، اما الثاني فهو يتمثل في تحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية للمصرف.

وقد ختمنا هذه الدراسة بخاتمة تلخص أهم النتائج المتوصل لها في جوانب البحث، وأيضا اهم التوصيات والاقتراحات.

صعوبات الدراسة:

اثناء انجازنا لهذا البحث واجهتنا صعوبات معظمها في الجانب التطبيقي تمثل أبرزها في:

- صعوبة تحصيل المعلومات الكافية لمعالجة الموضوع.
- عدم إمكانية التنقل الى فرع المصرف وذلك بسبب جائحة فيروس كورونا.
- واجهنا صعوبة في توزيع الاستمارات وجمعها واسترجاعها نظرا لظروف الحجر الصحي.

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا الاعلام والاتصال

تمهيد

حدثت مؤخرا تغييرات كثيرة في العالم وشملت كل الميادين والمجالات وبوتيرة عالية جدا، ومن اهم هذه التغييرات التكنولوجيا العالية فقد أدت الى خلق ما يعرف بمجتمع المعلومات والذي أصبحت فيه المعلومة اليوم مثل عصب الحرب الاقتصادية بعد ان أصبحت رهان البقاء والسيطرة

هذا الأمر الذي دفع الى ظهور الكثير من الأنظمة والمفاهيم الحديثة والتي تواكب تطورات التكنولوجيا والسرعة في التأقلم مع تلك القوة، وقد كشفت الثورة التكنولوجية طاقات جديدة من الإمكانيات في استخدام تقنيات في مجال التخطيط كما فجرت قدرة غير محددة على امتلاك كل العناصر الضرورية لمعالجة البيانات وتوزيعها واسترجاع المعلومات والسيطرة عليها وتخزينها ومن ثم الاستفادة منها في اتخاذ القرارات ومعالجة المشاكل التي تواجه المنظمة.

ومن خلال هذا الفصل سنحاول التطرق الى المفاهيم الأساسية التي تخص تكنولوجيات المعلومات والإعلام وذلك عن طريق مبحثين على النحو الآتي:

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

المبحث الثاني: مكونات ومزايا تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بمثابة القلب النابض لجل منظمات الأعمال، حيث تساهم بشكل واضح في تسهيل عملية اتخاذ القرارات المناسبة وتنفيذها في الوقت المناسب، وفي هذا المبحث سنحاول توضيح المفاهيم العامة المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا المعلومات

نظرا للتطورات المختلفة والسريعة التي شهدتها مختلف الميادين أظهرت أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كأهم عمود في كل المجالات، حيث ينغم مفهوم هذه الأخيرة الى شقين الأول تكنولوجيا المعلومات التي تعتبر من الأمور الحيوية في النشاط الاقتصادي، اما الشق الثاني فهو الاتصالات ولهذا سنحاول في هذا المطلب ان نبين مفهومي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

أولاً: ماهية التكنولوجيا:

أ- مفهوم التكنولوجيا:

مصطلح تكنولوجيا *technologie* هو كلمة لاتينية مشتقة من كلمتين هما *techno* وتعني مهارة فنية، وكلمة *logy* وتعني علما او دراسة، وبذلك فإن مصطلح التكنولوجيا يعني "تنظيم المهارة الفنية"

وقد ظهر مفهوم تكنولوجيا الاتصال في القرن الماضي نتيجة التقدم الصناعي والتقني في المجالات المختلفة

ليعرفها حلبيريث: "بانها التطبيق النظامي للمعرفة العلمية او أي معرفو منظمة من اجل أغراض علمية"¹

اما المفهوم الحديث فيشمل الابداع والخلق بالإضافة الى الاقتباس والاستيعاب، فالتكنولوجيا عبارة عن

الاختراعات والابداعات اللازمة لعملية التطور الاقتصادي والاجتماعي.¹

¹ محمد نبيان عزاوي، الأسس النفسية لتكنولوجيا التعليم، عمان، 2000، ص35.

ويعرفها (Charles Perow) بأنها: "الإجراءات التي يؤديها الفرد على شيء ما، باستعمال أدوات ميكانيكية او بدونها لغرض احداث تغيير في هذا الشيء"².

تمتج التكنولوجيا بمفهوم العلم لتفاعلها في الميادين التطبيقية، فالتكنولوجيا عبارة عن معرفة الكيف او الوسيلة (know how)، بينما يمثل العلم معرفة الأسباب (know why) اذ يأتي بالنظريات والقوانين العامة، وتحولها التكنولوجيا الى أساليب وتطبيقات في مختلف النشاطات، ويعد العلم مصدرا للمعرفة الأساسية ومرتكز أساسي للتكنولوجيا.³

وعرفتها الموسوعة الفلسفية السوفياتية على انها: "مجموع الآلات والآليات والأنظمة ووسائل السيطرة والتجميع والتخزين ونقل الطاقة والمعلومات. كل تلك التي تخلق لغرض الإنتاج والبحث والحرب".⁴

ومن هذه التعاريف ترى ان التكنولوجيا هي عبارة عن تطبيق للاكتشافات والاختراعات العلمية بشكل عملي في مجال الصناعة لغرض الإنتاج.

ب- مجالات استخدام التكنولوجيا:

✓ مجال التعلم والتعليم: لقد قدمت التكنولوجيا خدمة كبيرة في مجال التعليم، بدءا من اختراع القلم والورق الى مرحلة الطباعة ومرحلة التسجيل والتصوير، والان أصبح الحاسوب من اقوى الوسائط المستخدمة في مجالات التعليم إضافة الى استخدام شاشات العرض والفيديو وغيرها في التعليم. وعملت التكنولوجيا بذلك على: تقريب البعيد، تصغير الكبير، وتكبير الصغير، وإظهار ادق التفاصيل دون ضرر، وأصبحت الشبكة العنكبوتية مصدرا أساسيا من مصادر التعليم لا غنى عنه للطالب والمعلم.

¹ عدى القصور، مشكلات التنمية ومعوقات التكامل الاقتصادي العربي، دار الطباعة والنشر ببيروت، 1984، ص35.

² مؤيد سعيد سالم، نظرية المنظمة - الهيكل و التصميم، دار وائل للنشر، ط2، عمان، الاردن 2005، ص 96 .

³ غسان قاسم اللامي، ادارة التكنولوجيا مفاهيم و مداخل تقنيات تطبيقات علمية، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان 2006، صص 22.23

⁴ حورية بولعويديات، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكرة ماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة،

الجزائر، 2008، ص18.

✓ **مجالات الاتصالات:** أصبح ممكنا في هذه الأيام ان تشاهد او تسمع ما يحدث في ابعد مكان في

هذا العالم، فلم يعد الاتصال مقتصرًا على الرسائل البريدية او المكالمات الهاتفية وانما تعداها الى

البريد الالكتروني والدرشة الالكترونية وغيرها من الوسائل.

✓ **المجال الإداري:** تستخدم المؤسسات الحواسيب والشبكات الداخلية والخارجية في تسيير شؤونها

الإدارية والتراسل والتواصل بين فروعها التي قد تكون بعيدة، وقد لجأت الدولة الى نظام الإدارة

الإلكترونية الذي يعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إدارة نشاطاتها المختلفة، من

خلال أنظمة المعلومات المحوسبة سواء في المستوى الإعلامي او التفاعلي في التواصل مع الافراد

ويشكل يضمن حماية المعلومات وامنها مما يسهل انجاز المراسلات والخدمات.

✓ **المجال الصناعي:** يستخدم الحاسوب في تصميم وفحص نماذج الآلات المعقدة كالسيارات

والطائرات، كما شاع استخدام الآلات الموجهة بالحاسوب، والانسان الالي في الصناعات وخاصة

الخطرة منها. وابع في العديد من الأجهزة حواسيب صغيرة لمراقبة عملها، فمثلا في السيارة الحديثة

يوجد الكثير من الحواسيب الصغيرة تتحكم في عمل اجزائها.¹

✓ **مجال التكنولوجيا المنزلية:** تتضمن التكنولوجيا التي تؤثر على النشاطات المنزلية للعائلات. وهذه

التكنولوجيا قد لا تستخدم دائما بشكل مباشر من قبل العائلات بل يمكن ان تستخدم بطريقة غير

مباشرة بشكل يؤثر في الحياة العائلية مثل: الميكروويف، طريقة التجميد، التجفيف... الخ.²

✓ **المجال الترفيهي:** تعتمد الكثير من العاب الحاسوب على الرسومات ثلاثية الابعاد والصوت، كما

يتضح استخدام التكنولوجيا في انتاج الموسيقى والأفلام والتأثيرات الخاصة المصاحبة لها وتسجيلها

وعرضها.

¹ عز الدين مالك الطيب محمد، مستخلص حول دور تكنولوجيا المعلومات في البحث العلمي في الاقتصاد الاسلامي، جامعة ام درمان الاسلامية، جمهورية السودان، 2005، ص308.

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

✓ **مجال الصحة والطب:** من اجل تقليل نفقات العلاج والسفر ورفع المستوى الصحي لسكان المناطق النائية والارياف، وكذا تحقيق راحة المريض تم توظيف التكنولوجيا في مجال الصحة وذلك بربط المراكز الطبية المنتشرة في العالم ببعضها، عبر المؤتمرات العلمية والطبية المرئية، وربط المستشفيات البعيدة بعضها مع بعض عن طريق شبكة اتصال تمكن الأطباء من تشخيص الامراض من خلال تبادل الصور والتقارير وتقديم منشورات طبية في الحالات الطبية المعقدة. كما تم انشاء ما يعرف بالصيدلية الالكترونية التي تهتم بتقديم معلومات حول الادوية وتسويقها عبر الانترنت.

✓ **مجال التجارة الالكترونية:** يقصد بها القيام بعمليات البيع والشراء للسلع والخدمات والمعلومات عبر نظام الكتروني بين المنتج والمورد والمستهلك.

ثانيا: ماهية المعلومات

أ- مفهوم المعلومات:

هي كلمة مشتقة من كلمة "علم Info"، وهي أي المعلومات مشتقة من الكلمة الفرنسية واللاتينية التي تكتب بنفس طريقة "information".

وعرفها عامر إبراهيم قنديلجي على انها: مجموعة من البيانات المنظمة والمنسقة بطريقة توليفية مناسبة، بحيث تعطي معنى خاصا، وتركيبية متجانسة من الأفكار والمفاهيم، تمكن الانسان من الاستفادة منها في الوصول الى المعرفة واكتشافها.¹

كما تعرف بانها مجموعة من الحقائق والبيانات التي تخص أي موضوع من الموضوعات والتي تكون منها تنمية او زيادة معرفة الانسان، فقد تكون عن الأماكن او الأشياء او الأشخاص وبالتالي فالمعلومات هي معرفة

¹ عامر ابراهيم قنديلجي، المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات و الانترنت، دار المسيرة للنشر و التوزيع، ط الاولى 2010، ص294.

مكتسبة من خلال البحث او القراءة. ومن هذا التعريف نتوصل الى ان هناك فرق بين البيانات والمعلومات حيث يتمثل في:

الجدول رقم (01): الفروق الأساسية بين المعلومات والبيانات

مجال الفرق	البيانات	المعلومات
الترتيب	غير منتظمة في هيكل تنظيمي	منتظمة في هيكل تنظيمي
القيمة	غير محددة القيمة	محددة القيمة بتحديد عوامل النفقة والتأثير على قيمة المعلومات
الاستعمال	الصعيد غير الرسمي	الصعيدين الرسمي وغير الرسمي
المصدر	عديدة المصادر	محددة المصدر
الدقة	منخفضة	عالية
موقعها في النظام	مدخلات	مخرجات
الحجم	كبير جدا	صغيرة مقارنة بالبيانات

المصدر: عز الذية مالك الطيب محمد، مستخلص حل دور تكنلوجيا المعلمث في البحث العلمي في الإقتصاد الإسلامي، جامعة أم درمان الإسلامية - جمهوريت السودان، 1428 / 2005، ص308

او هي البيانات المنظمة والمعروضة بشكل يجعلها ذات معنى للشخص الذي سيستلمها، فالمعلومات تخبر المستخدم شيء ما لا يعرفه او لا يمكن توقعه.¹

ومن هذه التعاريف المقدمة يمكننا القول بأن المعلومات هي عبارة عن بيانات تمت معالجتها والتي تتمثل اما في رموز او اشكال او جمل وعبارات، ليس لها معنى واضح قبل ان تعالج وتصبح معلومات واضحة يمكن استغلالها والاعتماد عليها، وتكون المعالجة من خلال البرمجيات المستخدمة في الحواسيب. أي ان مصطلح المعلومات مرتبط بالبيانات.

¹ عماد عبد الوهاب الصباغ، علم المعلومات، دار العملية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، 2002، ص24.

ب- أنواع المعلومات:

تتعدد أنواع المعلومات، وسنذكر منها:¹

- معلومات إنجازية: وهي التي يحتاجها الإداري في إنجاز الأعمال.
- معلومات إنمائية: وهي تلك المعلومات التي يحتاجها الإداري في تطوير القدرات وتنميتها وتوسيع المدارك في مجال العمل والحياة.
- معلومات إنتاجية: هي التي تفيد في إجراء البحوث التطبيقية، وفي تطوير وسائل الإنتاج.
- معلومات تعليمية: هي تلك المعلومات التي تحتاجها الإدارة في المؤسسات التعليمية.

ثالثاً: مفهوم تكنولوجيا المعلومات:

حين نراجع الأدبيات المعاصرة يبدو لنا للوهلة الأولى ان هناك اتفاق عام في تحديد مفهوم تكنولوجيا المعلومات اذ تعد أداة مهمة تساهم في ترابط وأداء العمليات الأساسية للمنظمة.²

كما ان تكنولوجيا المعلومات تتضمن أيضاً:

كل أنماط التوليفة المستخدمة على نطاق واسع في شتى أنواع أنشطة معالجة البيانات وتخزينها واسترجاعها وعرض المعلومات باستخدام التقنيات الرقمية بأشكالها الرمزية من النصوص، صور، أفلام، أشكال متعددة الأبعاد او التوليفة من كل هذه الأنساق والوسائط الرقمية المتعددة.³

وهي كذلك: تتركز على التقنيات المتعلقة باكتساب ونقل المعلومات بهدف حصول المؤسسة على أفضل القرارات اللازمة لتقديم المنتجات والخدمات الجديدة.¹

¹ أحمد الخطيب، خالد زيغار، إدارة المعرفة ونظم المعلومات، دار الكتاب العالمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص70.

² غسان قاسم داود اللامي، اميرة شكرولي البياتي، تكنولوجيا المعلومات في منظمات الاعمال (الاستخدامات والتطبيقات)، دار الوراق للنشر و التوزيع، عمان 2009، ص 16.

³ سعد غالب ياسين، نظم المعلومات الإدارية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن-عمان 2009، ص26.

تكنولوجيا المعلومات تعني أيضا: استخدام الأدوات والأجهزة الإلكترونية المتطورة لأغراض العمل الإداري.²

وهي عبارة عن كل التقنيات المتطورة التي تستخدم في تحويل البيانات بمختلف أشكالها الى معلومات بمختلف

أنواعها والتي تستخدم من طرف المستفيدين في كافة مجالات الحياة.³

وتعريفها في القاموس الكندي: "هي مجموعة من التكنولوجيات الناتجة عن تقارب الاعلام الآلي مع التقنيات

المتطورة للمليمتيديا والاتصالات عن بعد، والتي سمحت بظهور وسائل اتصال ذات فعالية أكبر، من خلال

تحسين معالجة وتخزين وبث وتبادل المعلومات".⁴

✓ تعريف الموسوعة العربية لمصطلحات علوم المكتبات والمعلومات والحاسبات:

"تكنولوجيا المعلومات (او تقنية المعلومات) هي مجموعة من الأدوات التي تساعد على العمل مع

المعلومات واجراء مهام تتعلق بتجهيز المعلومات ومعالجتها، وتتضمن 7 عناصر أساسية:

- أدوات وأجهزة المدخلات والمخرجات: وتشمل الفأرة ولوحة المفاتيح وشاشة العرض والطابعة والسكانير.

- البرمجيات (Software) : وهي مجموعة من التعليمات المستخدمة لأداء مهمة معينة.

- أدوات وأجهزة الاتصال: وتشمل المودام والاقمار الصناعية والكابلات.

- المعالجة: وتضم المكونات، وحدة المعالجة المركزية، والذاكرة الخارجية.

- المعلومات بأشكالها المختلفة: نصوص مقروءة، مسموعة، مرئية، متحركة.

- أدوات التخزين: التي تحفظ المعلومات والبرامج، ومنها الأقراص المدمجة، والاشرطة.

1 : قروش عيسى دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين أداء المؤسسات الصغيرة و المتوسطة – دراسة عينة من المؤسسات الجزائرية، أطروحة دكتوراه العلوم في علوم التسيير جامعة محمد بوضياف -المسيلة – 2016/2017، ص83.

2 ابراهيم عبد السلام، اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على التطوير الإداري في المؤسسات الحكومية في السودان – دراسة حالة على مؤسسة حكومية بولاية الخرطوم بالسودان - ، مجلة الباحث، العدد17، 2017، ص387.

3 سعد السالمي، علاء عبد الرزاق، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، دار وائل للنشر، عمان 1997، ص09.

4 بوداود ابراهيم، استخدام تكنولوجيا المعلومات (Tic) في ظل مفهوم وساطة المعرفة: إرساء نظري ، "إشارة" مجلة علوم المعلومات، علم الأرشيف والمكتبات، عدد رقم 06 (خاص)، 2016، ص 168.

• الانسان¹.

المطلب الثاني: مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

سنعرف في هذا المطلب الاتصال وعناصره أولاً ثم تكنولوجيا الاتصال

أولاً: مفهوم الاتصال وتكنولوجيا الاتصال

أ- تعريف الاتصال:

عرف الاتصال عدة تعريفات منها:

أورد معجم المصطلحات ان الاتصال هو: " عبارة عن تبادل الأفكار والمعلومات والآراء بين الافراد

بواسطة الوسائل الشفهية وغير الشفهية وذلك للتأثير على السلوك والنتائج المطلوبة"².

بالرغم من التعاريف العديدة للاتصال، الا انها تشتمل على خمسة عناصر: الرسالة، الوسيلة، المرسل،

المستقبل والتغذية الراجعة.³

✓ **المرسل أو المصدر:** وهو الشخص أو الطرف الذي يقوم بإرسال الرسالة ليؤثر في المستقبل، مما يتوقع

منه أن يتصف بمهارات اتصالية عالية، كصياغة عباراته وانتقاء الكلمات المناسبة والانتباه لنبرة

الصوت مع التعبيرات غير اللفظية المصاحبة في حال كانت الرسالة لفظية.

✓ **المستقبل:** وهو الشخص أو الطرف المتلقي للرسالة، فيقوم بتحليل محتواها وفك رموزها والتفاعل مع

مرسلها.

¹ حسب الله، سيد الشامي، احمد محمد. الموسوعة العربية لمصطلحات علوم المكتبات والمعلومات والحاسبات: انجليزي-عربي، القاهرة: المكتبة الاكاديمية، 2001. كلمة "Information Technology".

² شعبان فرج، الاتصالات الإدارية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 5.

³ منير البعلبكي، قاموس المورد، (دار العلم للملايين، بيروت، لبنان)، 2001، ص954.

✓ **الرسالة** : وهي الفكرة أو المعلومة المراد إيصالها من المستقبل إلى المرسل، ويمكن أن تكون الرسالة مكتوبة، مصورة، لفظية أو غير لفظية (حركات، إشارات، رموز). ولكي تكون الرسالة واضحة ومفهومة، على المرسل انتقاء العبارات التي تتناسب وثقافة المستقبل وخبراته، وان تكون بعيدة عن الغموض والتشكيك أو التضليل، وان تكون واضحة الأهداف بعيدة عن السلبية وتتضمن منفعة للمستقبل.

✓ **قناة الاتصال** :وهي الوسيلة التي تتم من خلالها إرسال الرسالة، وقد تكون قنوات سمعية أو بصرية أو سمعية بصرية.

✓ **التغذية الراجعة**: وهي ردة فعل المستقبل واستجابته للرسالة، ويمكن أن تكون ردود سمعية أو مكتوبة أو حركات غير لفظية كتعبي ا رت الوجه أو الإشارات والإيماءات.¹

ويعرف الاتصال بانه: تأسيس جماعة او مشاركة ويعني في العربية إيصال فكرة او رأي الى عدد من الافراد وربطهم لبعضهم البعض.²

كما يعتبر " العملية او الطريقة التي تتم عن طريقها انتقال المعرفة من شخص لآخر حتى تصبح مشاعا بينهما، وبذلك يصبح لهذه العملية عناصر ومكونات، واتجاه تسير فيه وهدف نسعى الى تحقيقه ومجال تعمل فيه ويؤثر فينا.³

ب- مفهوم تكنولوجيا الاتصال:

هي الحصول او اكساب ومعالجة وتخزين ونشر المعلومات الرقمية والنصية واللاسلكية والصوتية من خلال مجموعة من الأجهزة الالكترونية وأجهزة الاتصال السلكية واللاسلكية والكمبيوتر".⁴

¹ الحريري رافدة، 2010، فاعلية الاتصالات التربوية في المؤسسات التعليمية، دار الفكر، عمان، الأردن.

² علاء الدين احمد كافي، صالح بن موسى الصبيان، وآخرون، مهارات الاتصال والتفاعل في عمليتي التعليم والتعلم، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2003.

³ ربحي مصطفى عليان، محمد عبد الرئيس، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2003.

⁴ محمد منير حجاب،

وقد ظهر مفهوم تكنولوجيا الاتصال في القرن الماضي نتيجة التقدم الصناعي والتقني في المجالات المختلفة ليعرفها حلبيريث: "بانها التطبيق النظامي للمعرفة العلمية او أي معرفو منظمة من اجل أغراض علمية".

اما المفهوم الحديث فيشمل الابداع والخلق بالإضافة الى الاقتباس والاستيعاب، فالتكنولوجيا عبارة عن الاختراعات والابداعات اللازمة لعملية التطور الاقتصادي والاجتماعي.¹

وهي أيضا: التكنولوجيا التي تعمل على تسهيل الاتصال بين الافراد او الجماعات الذين يتواجدون في أماكن مختلفة، وتندرج تحتها مجموعة أنظمة مثل الهاتف والتلكس والفاكس والراديو والتلفزيون والفيديو، بالإضافة الى تقنيات الحاسب بما في ذلك تبادل البيانات الالكترونية والبريد الالكتروني.²

ثانيا: مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (TIC):

يرمز (TIC) الى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ويشمل ما له علاقة بالتكنولوجيا التي تسمح بالوصول الى المعلومات بواسطة الاتصالات عن بعد، وهو يشبه تكنولوجيا المعلومات (TI) غير انه يركز بالأساس على تكنولوجيا الاتصال والتي تتضمن الانترنت والشبكات عبر الأقمار الصناعية والهواتف المحمولة ووسائل اتصالية أخرى.³

تكنولوجيا المعلومات أصبحت مصطلح شائع في الآونة الأخيرة وهو استعمال الكمبيوتر والأجهزة الحديثة وتطبيقها في حل المشاكل الإدارية في المؤسسات بصورة عامة، وشهد العالم طفرة تكنولوجية اخذت طابع الابتكار والمرونة والسهولة في التعامل.⁴

¹ General Management. QFINANCE. Vue le 30/03/2020 sur le site <http://www.qfinance.com/dictionary/communication-technology>.

⁴ يسري محمد حسين، تكنولوجيا المعلومات وتأثيرها في تحسين اداء الخدمة الفندقية (دراسة تطبيقية في فندق السدير)، مجلة الادارة والاقتصاد، العدد85، 2010، ص05.

حسب منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OCDE فهي تشمل مجموعة التكنولوجيات التي تسمح بجمع وتخزين ومعالجة ونقل المعلومات في شكل أصوات وبيانات وصور، فهي تشمل الإلكترونيك الدقيق وعلم البعديات الالكترونية والتكنولوجيات الملحقة.¹

وتعرف بأنها: حيازة، معالجة، تخزين، بث معلومات ملفوظة، متينة، رقمية بواسطة مزيج من الحاسب الالكتروني والاتصالات السلكية واللاسلكية، ومبني على أساس الالكترونيات الدقيقة. (محمد الصيرفي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، ص19).

ويمكن تعريفها على انها: " المعالجة الآلية للمعلومات بمعنى إعطاء الصفة الرقمية للمعلومة والتي تضعها في اطار التكنولوجيات الحديثة، هذه المعلومة يمكن ان تخزن، تعالج، ترسل، وتستعاد من طرف أجهزة معلوماتية أخرى من اجل إعادة استعمالها عند الحاجة، كما يمكن توزيعها على مجموعة من الأشخاص الذين يحتاجونها دفعة واحدة. والقدرة على الارسال والبث عن بعد تعتبر من بين الصفات الأكثر تميزا في تكنولوجيا المعلومات والاتصال".²

ومن خلال هذه التعاريف، واستغلالا لوجهات النظر التي تطرقت لهذا الموضوع، يمكن تعريف تكنولوجيا المعلومات على انها مجموعة العناصر المادية من أجهزة، معدات، شرائح، بنية الاتصالات، وأيضاً الأدوات التكنولوجية والتي تدعم وتسهل أنشطة المنظمة وعملياتها والتي تتضمن كل من جمع ومعالجة وتخزين المعلومات ونشرها التي تلجأ لها الإدارة الاستراتيجية والتشغيلية للمنظمة والتي تساعدهم في التمكن من معرفة المشاكل والفجوات اتخاذ القرارات المناسبة لمعالجتها، كما انها تساهم في التميز التنافسي للمنظمة.

1 محمد بوتين، أثر تكنولوجيا المعلومات على عملية اتخاذ القرار والاداء-واقع المؤسسة الجزائرية، الملتقى الدولي حول اهمية الثقافة ونجاعة الاداء للاندماج الفعلي في الاقتصاد العامي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2003، ص 8.
2 فني فضيلة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسيير المعارف- دراسة حالة مؤسسة فتح لصناعة الاسفنج - بريكة - باتنة، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر بسكرة، ص70.

المطلب الثالث: خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

لها مجموعة من الخصائص نذكر منها:¹

- **التفاعلية:** إمكانية تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل أي هناك أدوار مشتركة بينهما في العملية الاتصالية ما يسمح بخلق تفاعل.²
- وقد ساهمت هذه الخاصية في ظهور نوع جديد من مننديات الاتصال والحوار الثقافي المتكامل والمتفاعل عن بعد. مما يجعل المتلقي متفاعلا مع وسائل الاتصال تفاعلا إيجابيا.
- **اللاتزامنية:** وتعني إمكانية ارسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل مشارك ان يستخدم النظام في الوقت نفسه. فمثلا في نظم البريد الالكتروني ترسل الرسالة الى مستقبلها في أي وقت دون حاجة الى وجود مستقبل للرسالة او من خلال تسخير تقنيات الاتصال الحديثة مثل الفيديو لتسجيل البرامج وتخزينها ثم مشاهدتها في الأوقات المناسبة.
- **القابلية الحركية:** تنتج مختلف الرسائل في ظل الثورة الالكترونية الى وسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان لآخر كالهاتف النقال، الحاسوب وغيرها من الوسائل التي تمكن مستقبل الرسالة من الاطلاع عليها في أي مكان واي وقت أراد.³
- **قابلية التحويل:** قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط الى اخر كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة الى رسالة مطبوعة والعكس، كما هو الحال في أنظمة التليتكست، التي تقدم خدمات ورسائل مطبوعة على شاشات التليفزيون تلبية لرغبات زبائنها التي أضحت تتميز بالتنوع والتنوع.

1 : نوال مغزيلي، تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الجزائر: دراسة للمؤشرات وتشخيص للمعيقات، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، العدد12، جانفي 2018، صص 173.172.

2 رضا عبد الواحد امين، استخدام الشباب الجامعي لموقع اليوتوب على شبكة الانترنت، المؤتمر الدولي: الاعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين 8 افريل2009، ص509

3 محمد شطاح، قضايا الاعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والايديولوجيا، دار الهدى، الجزائر، 2006، ص25.

- **التوصيل:** إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كبرى من أجهزة أخرى بغض النظر عن الشركة الصانعة لها او البلد الذي تم فيه الصنع.
- **الشيوع والانتشار:** يقصد بها الانتشار المنهجي لوسائل الاتصال عبر العالم وفي كل طبقة من طبقات المجتمع.
- **اقتسام المهام الفكرية مع الآلة:** نتيجة للتفاعل بين الباحث والنظام.
- **اللاجماهيرية:** حيث ان الرسالة الاتصالية من الممكن ان تتوجه الى فرد واحد او الى جماعة معينة وليس الى جماهير ضخمة وتعني أيضا درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتجها الى مستقبليها.
- **تقليص الوقت:** تتيح قواعد البيانات الضخمة الوصول الى المعلومات المخزنة ببسر وسهولة ووقت اقل.
- **العالمية والكونية:** تتناقل المعلومات بين المستفيدين على مستوي دول العالم دون وجود عائق او مانع.

المطلب الرابع: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

لقد أصبحت تكنولوجيا المعلومات تلعب دورا مهما في النهوض باقتصاديات الكثير من الدول.

وتتمثل اهميتها فيما يلي:¹

- تبرز أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مساهمتها الجادة لتعزيز عناصر الميزة التنافسية للمنظمات حيث توسع اعمالها بشكل سريع وتخفف التكاليف بنسبة جيدة، كما انها تختصر الوقت والجهد وترفع من مستوى جودة الخدمات المقدمة ما يؤدي الى جذب الزبائن
- تساعد المنظمات في إيجاد فرص جديدة للعمل.

¹ سعد محمود خليل الكواز، جاسم محمد الطحان، تكنولوجيا المعلومات والاتصال اداة للنمو الاقتصادي، مجلة جامعة جيهان-اربيل، العدد2: الجزء- كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، العراق، 2018، ص274.

- تكمن أهمية تكنولوجيا الخدمات أيضا في كونها تساعد في تطوير الأداء وبالتالي تحقيق أرباح وعوائد عالية. وتعمل هذه الأخيرة على التنسيق بين مختلف الفرق المتعددة الوظائف والترابط بين عمليات المنظمة.
- تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التنمية الاقتصادية، إذ تسمح للمجتمعات والافراد بالوصول الى المعلومات والمعرفة الموجودة في أي مكان بالعالم في نفس اللحظة تقريبا.
- المساعدة في كشف الانحرافات في وقت مبكر بهدف وضع المعالجة الدقيقة لها.
- تعتبر القاعدة الأساسية التي تبني المنظمة على ضوئها ميزة تنافسية لما تحتله هذه التكنولوجيا من دور فاعل ورئيسي في إنجاح تلك المنظمة.
- تعمل على تغيير الطريقة التي تعمل بها المنظمات وإعادة تشكيل منتجاتها وخدماتها
- تعتبر تكنولوجيا الاعلام والاتصال أداة ووسيلة هامة لتجاوز الانقسام الإنمائي بين البلدان الغنية والفقيرة من خلال القضاء على الجوع والمرض، والامية والتدهور البيئي.
- تعد تكنولوجيا الاعلام والاتصال أداة سهلة لتوصيل منافع الإمام بالقراءة والكتابة والتعليم، والتدريب الى جميع دول ومناطق الأكثر انعزالا.
- تساهم في تقديم الخدمة الأمنية من خلال دخول التكنولوجيا الحديثة في أجهزة الشرطة والامن الداخلي، والتي تحفظ الامن القومي للدولة وذلك بمراقبة الأشخاص المشبوهين وضبط السرقات والقبض على مرتكبيها.

المطلب الخامس: اهداف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

ان استخدام تكنولوجيا المعلومات الاتصالات يعود بفوائد عديدة على المؤسسة ويساهم في تحقيق أهدافها من خلال¹:

- ✓ تسريع الاتصال وجعله أكثر كفاءة و اقل تكلفة.
- ✓ توفير معلومات دقيقة وحديثة للمساعدة في اتخاذ القرارات.
- ✓ الحد من ضياع الجهد والوقت والموارد
- ✓ تعزيز المساءلة الشفوية مما يؤدي الى التقليل من وقوع الأخطاء والتزوير
- ✓ خفض تكاليف تعقيد الإنتاج.
- ✓ تساهم في تقديم أفضل الخدمات للموظفين والمراجعين مما ينعكس إيجابا على التنظيم.
- ✓ التحكم في الازمات والحد منها.
- ✓ التزويد بالمعلومات المساندة للعمل اليومي الروتيني.

1 : عبد الله فرغلي موسى، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والالكتروني، ط1، ايترك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2008، ص: 33.

المبحث الثاني: مكونات ومزايا تكنولوجيا المعلومات والاتصالات


سنبرز من خلال هذا المبحث اهم مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتقسيماتها، كما نوضح المزايا المميزة لها وما يعيها.

المطلب الأول: مكونات تكنولوجيا الاعلام والاتصال

اختلفت تقسيمات الباحثين لمكونات تكنولوجيا الاعلام والاتصال، منهم من يرى انها تتكون من ثلاث عناصر أساسية وهي الحاسوب وشبكات الاتصال ومعرفة كيف. في حين أشار آخرون انها عبارة عن مكونات مادية وبرمجيات وقواعد البيانات وأيضا الاتصالات اللاسلكية.

ولتكنولوجيا المعلومات عند الدكتور نبيل علي، روافد ستة تمثل الشق المادي الذي يتكون من (تكنولوجيا عتاد الكمبيوتر، تكنولوجيا الاتصالات، التحكم الأتوماتيكي)، اما الشق الذهني يتكون من (البرمجيات، هندسة البرمجيات، هندسة المعرفة). وتلتقي هذه الروافد التكنولوجية مع بعضها البعض في توليفات وما ان تلتقي حتى تندمج في كيان كلي يزداد تماسكا وتشابكا يوما بعد يوم لهذا يصعب على الفرد تصور ملامح هذا الكل المندمج من خلال فروعه باعتبار ان تكنولوجيا المعلومات تساعد على العمل مع المعلومات واجراء المهام، والتي تأثر في كفاءة وفاعلية نظام المعلومات.¹

أولا: الأجهزة والمعدات

 الحواسيب: تشكل تكنولوجيا أجهزة الحاسوب الأساس المادي للبنى التحتية لتكنولوجيا المعلومات فالحاسوب هو أي جهاز إلكتروني يوجه لقبول البيانات والمعلومات ومعالجتها وتخزينها وعرضها، فوجود الحاسوب اليوم في الحياة أصبح ضرورة لا بديل عنها، ويكون من

¹ نبيل علي، العرب وعصر المعلومات، عالم المعرفة العدد 184، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1994.

الصعب ان نجد نشاط او عمل معين لا مكان للحاسوب فيه، ونتيجة للتطورات والاختلاف في طبيعة الاعمال فقد كان هناك تنوع في الحواسيب المستخدمة لتتناسب هذه الاعمال والتطورات، ومن هذه الأنواع ما يأتي:¹

1. **حواسيب المايكروية:** يطلق على هذا النوع تسمية الحاسوب الشخصي والذي يوضع على المنضدة او في المكتب، وكذلك حواسيب دفتر الملاحظات وهي نسخ مصغرة من الحواسيب الميكروية قد يكون بحجم الكتاب وصممت للعمل والنقل، ويستطيع الافراد حمل هذه الحواسيب أينما ذهبوا وعلى سبيل المثال حاسوب اللاب توب وهو صغير للغاية ويبلغ حجمه حجم حاسبة الجيب وهي أصغر الحواسيب النقالة وتستخدم للقيام بعدد صغير من الوظائف مثل ادامة التقارير الشخصية والعناوين والصفحات الالكترونية.

2. **الحواسيب متوسطة المدى:** وهي الحواسيب التي ترتبط على نحو أكثر بالأعمال ولاسيما المنظمات الكبيرة، وهي حواسيب ذات مدى متوسط. ان هذه الحواسيب تربط الأشخاص مع كميات كبيرة من المعلومات وان العلاقة التبادلية التي توفرها هذه الحواسيب قد تكون على مستوى اقسام المنظمة أيضا، وكذلك قد تكون على مستوى المنظمات المختلفة. وتكون هذه الحواسيب أكثر كلفة من سابقتها، لكن لها قدرة نموذجية في خزن الكثير من البيانات والمعلومات.

3. **الحواسيب فائقة القدرة:** وهي أكثر الحواسيب قوة والمصممة لحل المسائل التي تحتوي حسابات طويلة وصعبة وبما انها تستطيع أداء عدة ملايين من الحسابات في الثانية فان العلماء يعدونها مفيدة جدا في عمليات صعبة كالتنبؤ بأحوال الطقس واعداد النماذج للنظم الكيماوية والحياتية ورسم سطح الكواكب ودراسة الشبكة العصبية في الدماغ.

¹ سحنون خالد، تأثير تكنولوجيا المعلومات في مردودية البنوك : دراسة حالة مقانة بين البنوك الجزائرية والبنوك الفرنسية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص بنوك ومالية، جامعو او بكر بلقايد ، تلمسان، السنة الجامعية 2015/2016، ص39.

ان المكونات المادية تتضمن كل المكونات الملموسة في النظام والتي تستخدم في ادخال ومعالجة البيانات وإخراج المعلومات وهي خمس مكونات:

➤ **وسائل الادخال:** وهي حلقة وصل بين الحاسوب وبين المستخدم، وتقوم بتلقي البيانات من

الوسط الخارجي الى المعالجة المركزية، وتتكون من وسائل الادخال المباشرة مثل لوحة

المفاتيح، والفأرة، ولاقطة الصوت، والكاميرا وغيرها من الأدوات.¹

➤ **وحدة المعالجة المركزية:** والتي تمثل الجزء الرئيسي من منظومة الحاسوب التي تعالج البيانات

وتسيطر على نظام الحاسوب. التي تقوم بتنفيذ البرمجيات لتأدية مهمة معينة.

➤ **وسائل الخزن:** مثل الخزن الاولي الداخلي، والخزن الثانوي كالأقراص والاشرطة الممغنطة،

والاقراص الضوئية.

➤ **وسائل الإخراج:** تؤدي مهمة إيصال الحاسب الى الوسط الخارجي، لنقل النتائج المتولدة عن

العمليات المعالجة المركزية الى الجهات المستفيدة ومن اهم هذه الوسائل الطابعات والشاشات،

ووسائل الإخراج الصوتي.²

➤ **وسائل الاتصال:** وتستخدم لربط الحواسيب ببعضها البعض.

ثانيا: البرمجيات

تتألف برمجيات الحاسوب من تعليمات مبرمجة ومفصلة بهدف السيطرة والتنسيق على مكونات الأجهزة المادية

في نظام المعلومات. والبرمجيات هي التي تحكم عمل المكونات المادية وتتولى مهام تطبيقات مختلفة، وقد

¹ سناء عبد الكريم الخناق، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عملية إدارة المعرفة، المؤتمر الدولي الخامس حول اقتصاد المعرفة، جامعة بسكرة لفترة 27/25 افريل 2005، ص 348-349.

² سناء عبد الكريم الخناق، المرجع السابق، ص 240.

أصبحت من التكنولوجيا المهمة. اذ تصمم البرمجيات كي توجه الحواسيب في قراءة المدخلات و تخزين البيانات واسترجاعها وتحديثها وتحويلها الى اشكال مفهومة ومفيدة.¹

يستخدم المبرمجون معرفتهم بكيفية استخدام عمل الحاسوب من اجل وضع مجموعة من التعليمات التي تنجز وظائف مفيدة. وتدخل هذه التعليمات الى الحاسوب ويتم فحصها وتعديلها مرارا وتكرارا حتى تعطي نتائج صحيحة². ويجب ان تتميز البرمجيات بما يلي:

- ان يكون لبرنامج النظام قدرة عالية على الخزن.
- ان توفر لأكثر من مستفيد الاتصال معا في الوقت ذاته.
- ان تعمل على تحليل البيانات وتبويبها وتلخص المعلومات التي تطلبها الإدارة وصانعو القرار.
- ان تكون من أفضل وأحدث البرمجيات المتوافرة في الأسواق.

كما ان لها نوعان رئيسيان:

- **برمجيات النظام (System Software):** وهي برامج عامة تدير موارد الحاسوب مثل برمجيات نظام التشغيل والذي يدير ويساند عمليات نظام الحاسوب مثل Windows
- **برمجيات التطبيق Application Software:** وهي عبارة عن البرامج التي تقوم بالمعالجة المباشرة لأجل الاستخدام الشخصي بواسطة المستخدم النهائي مثل برنامج الرواتب، وبرنامج معالجة الكلمات وبرنامج التصنيع بواسطة الحاسوب، وبرنامج أخرى مثل برنامج التصميم بواسطة الحاسوب (CAD).

¹ Laudon C kenneth and P. Laudon . Jane "Management Information systems". 6th ed.2000 !; Prentice Hall Int . inc p12
² ابو غنيم از هار نعمة عبد الزهرة، "المعرفة التسويقية وتكنولوجيا المعلومات واثرها في الاداء التسويقي"، اطروحة دكتوراه فلسفة في ادارة الاعمال مقدمة للجامعة المستنصرية، كلية الادارة والاقتصاد، 2007، ص108.

ثالثاً: تقنيات الاتصالات (وسائل وشبكات الاتصالات)

يقصد بها ذلك الجزء من التقنية الذي يعنى بوسائل الاتصالات السلكية واللاسلكية بين نقطة وأخرى، حيث تعتبر تقنيات الاتصالات بمثابة حلقة الوصل بين نقطتين أو أكثر بينهما مسافة معينة وذلك باستخدام ما يسمى تقنيات المعلومات والتي تتم عبر التسهيلات التي تقدمها مؤسسات الهاتف باستعمال الدوائر المركزية ومحولات الإشارة (modem) تكون هذه التقنيات من¹:

✚ **الوسائل السلكية للاتصالات:** كانت الوسائل السلكية وستبقى خاصة باتجاهها المتطور من أهم وسائل تناقل المعلومات بمختلف أنواع المعلومات، النصية، المسموعة، المرئية، وهي على أنواع يمكن إيجازها بحسب تطورها بالنقاط التالية:

الأسلاك النحاسية الاعتيادية (الثنائية) ، خطوط الكيبل (câbles) ، الكيبل المحوري، الألياف الضوئية، هذه الأخيرة التي تعد أحد الوسائل الحديثة التي تساعد على تقديم مجال شائع من الاتصالات، والألياف الضوئية عبارة عن قوائم زجاجية دقيقة للغاية تشبه خيوط العنكبوت وتسمح بمرور أشعة الليزر من خلالها، وتتمتع هذه الشعيرات الزجاجية بكفاءة عالية في الاتصالات.

✚ **الوسائل اللاسلكية للاتصالات:** أبرز الاتصالات اللاسلكية ما يلي:

✓ **أنظمة الموجات الدقيقة:** يستخدم نظام الموجات الدقيقة ترددات عالية ولمسافات بعيدة وهناك أنواع عديدة منها، ويعتمد نظام الموجات الدقيقة في عمله على نقل المعلومات من نقطة إلى نقطة أخرى مباشرة وعلى شكل خط مستقيم.

✓ **الأقمار الصناعية:** تستخدم أنظمة الأقمار الصناعية لبث الإشارات لمسافات بعيدة، وذلك لحل المشكلة التي ظهرت في أنظمة الموجات الدقيقة وعدم التقيد بمسافة 00

¹ نوي طه حسين، ياقوتة بودوشن، غربي يسين س ي لاخضر، دور تكنولوجيا المعلومات والإتصال في تحسين جودة الخدمة العمومية -الحكومة الذكية في الإمارات العربية المتحدة نموذجاً- ، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، العدد 05، 2018، ص 138.

كلم، حيث تستخدم الأقمار الصناعية لعكس وإرسال الإشارات المستلمة من قبل المحطات الأرضية، حيث يتم إعادة إرسالها إلى أمان متباعدة في العالم وهناك أنواع مختلفة من الأقمار الصناعية تعتمد على بعدها عن سطح الأرض، فمنها القريب من سطح الأرض ومنها البعيد ومنها متوسط البعد، ومن الأنواع التي تستخدم بشكل واسع هو النوع الثابت من الأقمار الصناعية، حيث يدور بنفس سرعة دوران الأرض وبنفس الاتجاه.

✓ أنظمة الهواتف الخلوية: ظهرت أنظمة الهواتف الخلوية في نهاية الثمانينات، حيث أن ظهورها مرحلة مهمة في عالم الاتصالات.

📶 شبكات الاتصالات: تعرّف الشبكات بأنها مجموعة من الحاسبات تنتظم معا وترتبط بخطوط اتصال، بحيث يمكن لمستخدميها المشاركة في الموارد المتاحة ونقل وتبادل المعلومات فيما بينهم، فهي تشكل نظاما قد يكون محليا، كما يتسع ليغطي منطقة أو أكثر ومن أبرز أنواعها¹

✓ أنواع الشبكات من حيث الشكل: تنقسم إلى²

➤ الشبكة النجمية: وهي من أوائل الشبكات التي ظهرت في هذا المجال، وقد سميت بهذا الاسم لأن شكلها يشبه النجمة، حيث يكون الحاسوب الرئيس في الوسط والحاسوب حوله ومرتبطة به فقط، وهي من أبسط الشبكات.

➤ الشبكة الخطية: في هذا النوع من الشبكات ترتبط الأجهزة ومحطاتها بواسطة كابل خطي مفتوح الطرف ومزدوج الاتجاه وتستخدم الشبكة الخطية عادة بروتوكول الخاص يسمى CSMA وهو اختصار ل carrier-sensed Multiple Access وذلك للتحكم في دور المعلومات خلالها،

¹ علاء عبد الرزاق السالمي، تكنولوجيا المعلومات، الطبعة الثانية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص352

² علاء عبد الرزاق السالمي، مرجع سابق، ص360

بحيث يمكن لأي جهاز في الشبكة أن يستخدمها إذا كانت غير مشغولة، أما إذا كانت مشغولة فعليه إعادة المحاولة.

➤ **الشبكة الدائرية:** هي شبيهة بالشبكة الخطية، عدا أن الربط بالأسلاك أو الكابلات أو الألياف الضوئية تكون على شكل دائرة، فالبيانات تمر عبر الدائرة من حاسوب إلى حاسوب آخر، باتجاه واحد، وإن الشبكة لا تعتمد على حاسوب مضيف مركزي.

➤ **الشبكة الهرمية:** وتأخذ شكل شجرية أحيانا، وقد تمثل عدة شبكات خطية مرتبطة مع بعضها البعض في شكل شبكة شجرية أو هرمية واحدة، وفي هذا الشكل من شبكات الحواسيب المتوفرة في مراكز ومؤسسات المعلومات المشاركة، يكون ارتباط حاسوب مركزي عبر نقاط اتصال متعددة بحواسيب أخرى تكون هي أو عدد منها مرتبطة بحواسيب وطرفيات ثالثة، موزعة على شكل يشبه الشجرة.

✓ **أنواع الشبكات من حيث التغطية الجغرافية:** قسمت كما يلي

➤ **شبكة المنطقة المحلية (LAN):** وتتكون من مجموعة حاسبات صغيرة موصلة في غرفة واحدة أو مبنى واحد والمسافات بينها ليست كبيرة، متصلة مباشرة بكوابل وغالبا لا يزيد الطول الكلي لهذه الشبكة على 72 متر، وأحيانا قد يصل يستطيع.

➤ **الشبكة الواسعة (W.A.N):** وهي شبكة تغطي بقعة جغرافية واسعة وقد تسمى الشبكات البعيدة، وتستخدم هذه الشبكات أيضا لتغطية مدينة واسعة الأرجاء أو المدينة وضواحيها، وقد أصبحت مثل هذه الشبكات ضرورية لأداء النشاطات الخاصة بالأعمال اليومية الاعتيادية، وتستخدم من قبل المصاريف والمؤسسات الصناعية الكبيرة وشركات النقل والمنظمات، التي تنقل وتسلم المعلومات عبر البلدان أو عبر العالم.

➤ **شبكة المناطق المدنية (Metropolitan Area Network):** وينطبق هذا النوع على الشبكات

المحلية، ولكنها على مستوى منطقة مدنية، تكون مساحتها بحدود 40 كلم، كمسافة بين أبعد نقاط

الربط فيها، ويكون أساس الربط هذا عن طريق تكنولوجيا الألياف الضوئية بين المواقع المختلفة،

مزودة بسرعة نقل تقدر بحوالي مائة مليون بايت في الثانية، ويكون عمل شبكات المناطق المدنية

أشبه ما يكون بالشبكة المحلية للتلفزيون (الكبيل) ¹

➤ **شبكة الانترنت:** هي شبكة الشبكات، وسط لتبادل كل اشكال البيانات الرقمية، النصوص، الرسوم،

الصوت، الصور، البرامج والفاكسات.

➤ **شبكة الأنترنت:** الأنترنت عبارة عن شبكة حاسوب خاصة بمؤسسة ما، تستعمل البروتوكولات والقواعد

التي بنيت عليها الأنترنت، وذلك كي يمكن الأفراد والعاملين من الاتصال ببعضهم البعض والوصول

إلى المعلومات بطريقة أسرع وأفضل، وأكثر كفاءة وأقل تكلفة من الأساليب التقليدية المعتادة، فهي تقوم

بتسهيل الأعمال العديدة التي يتطلبها المكتب، والتي يمكن أن تأخذ وقتا وجهدا ومالا كبيرا لإنجازها، من

هذه الأعمال على سبيل المثال لا الحصر الاجتماعات والتحدث على الهاتف، وتحضير الرسائل

والمذكرات وإرسال الرسائل بالبريد أو الفاكس وغيرها².

➤ **شبكة الإكسترانت:** وهي شبكة انترنيت خاصة يسمح لمجموعات خارجية مختارة بدخولها، اذ تسمح

لأفراد ومنظمات من خارج الشركة بدخول محدد لشبكة الانترنت الخاصة بها مثل بعض المشتركين

للحصول على معلومات تخص الكلفة ومزايا منتجاتها.

¹ سليمان مصطفى الدلاهمة، أساسيات نظم المعلومات الحاسوبية وتكنولوجيا المعلومات، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص390

² عبد الفتاح التميمي، وليد سلامة، الشبكات المحلية والإنترنت، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريد، القاهرة-مصر، 1008، ص46

رابعاً: قاعدة البيانات

قواعد البيانات هي مجموعة بيانات مرتبطة ببعضها البعض، او هي المعلومات المخزنة في أجهزة وسائل خزن البيانات، فقد تكون قواعد البيانات متعلقة بسجلات تكاليف معلومات تخص احتياجات الزبائن وغيرها. فالبيانات تعتبر المادة الخام التي سيقوم الحاسب بتنفيذ تعليمات البرامج التطبيقية عليها للحصول على معلومات.

يجب على إدارة المنظمة الاستفادة من قواعد البيانات وتطوير نظم ادارتها وتحقيق التكامل بينها وبين قدرات تكنولوجيا المعلومات الأخرى. فهي تساعد في:¹

- تقليص تكرار البيانات وذلك لوجود علاقات منطقية تفرضها أنظمة قواعد البيانات مما يؤدي الى زيادة سرعة المعالجة والحصول على المعلومات.
- توفير الامن وحماية البيانات من دخول غير المخولين وقد تنتوع الحماية من البسيطة التي تستخدم كلمة السر الى الأكثر تعقيد
- تمثيل البيانات تبعاً لواقع المنظمة، اذ تكون المعلومات الموجودة في قواعد البيانات مطابقة لوضع المنظمة.
- القدرة على استخدام لغات متعددة في كتابة التطبيقات وسهولة تطوير تلك التطبيقات.

كما ان هذه القواعد لها أنواع متعددة حسب طبيعة الاستخدام، تمثل في:

✚ **قواعد بيانات متعددة الابعاد:** هي قاعدة إضافية تساعد المستخدم النهائي في استرجاع وتمثيل بيانات معقدة وذات ابعاد عديدة بسرعة أكبر.

✚ **قواعد بيانات استنتاجية:** قواعد البيانات الهرمية والعلائقية قد لا تكون مناسبة لبعض التطبيقات المستندة الى المعرفة والتي تتطلب تفكيراً استنتاجياً في عمليات البحث.

¹ العبادي باسمه عبود مجيد ص40.

✚ قواعد بيانات هدفية: للعمل في بيئة هدفية فمن الضروري استخدام برمجة وقواعد بيانات هدفية.

✚ قواعد بيانات هجينة ومتعددة الوسائط: صممت لتلبية الاحتياجات الخاصة للتعامل مع أنواع

مختلفة من المواد الإعلامية.

خامسا: مهارات الموارد البشرية

تتمثل في مجموعة معارف ومهارات لإنجاز اعمال المنظمة، ويعد المورد البشري اهم مكون لتكنولوجيا المعلومات لأنه المسؤول عن السيطرة وإدارة وتشغيل المكونات الأخرى فيها.

ويقاس تفوق المنظمة بما تمتلكه من معلومات وخبرات ومهارات وقدرة المحافظة على مستوى متفوق منها داخل المنظمة بما يدعم ويعزز أدائها التنافسي من خلال التطوير المبدع والاستراتيجي لمخرجاتها، وبالنتيجة يمنحها القدرة على الاستجابة بشكل دائم لبيئة العمل المتغيرة بسرعة.¹

وتصنف الموارد البشرية الى صنفين، الأول يشكل الغالبية وهم المستخدمون النهائيون، والذين يتعاملون مع برامج التطبيقات كمستفيدين منها من دون الخوض في التفاصيل.

اما الصنف الثاني فيتكون من:

✚ المتخصصون: من محللين ومصممي النظم والمبرمجين، والمختصون في تقنيات الاتصالات وهؤلاء

يطلق عليهم براس المال الفكري.

✚ الاداريون: مسؤول قاعدة المعلومات، الموظفين المستخدمين لأنظمة المعلومات (من محاسبين، رجال

بيع، مدراء، مهندسين).

¹ عباس سحر قدوري، "تقويم الإدارة البيئية وتقنية المعلومات – دراسة تحليلية في الشركة العامة لصناعة الزيوت النباتية"، رسالة دكتوراه مقدمة الى جامعة بغداد – كلية الإدارة والاقتصاد، 2003، ص97.

المطلب الثاني: تطبيقات ومتطلبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

نتعرف في هذا المطلب على التطبيقات العلمية لتكنولوجيا المعلومات التي تتكون من قسمين، ثم نعرض على المتطلبات اللازمة لتطبيقها.

أولاً: تطبيقاتها

تتعدد تطبيقاتها في الحياة العملية، ولها نوعان:

○ التجارة الالكترونية **Electronic Commerce**:

وهو التطبيق العلمي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات للدخول لأي مكان بما تيسر من سلسلة تجهيز الاعمال، فهي تعنى بتقديم المعلومات، والمحافظة على أوسع وأفضل العلاقات بين ميادين الاعمال، وتحقيق الترابط الدائم بينها من خلال شبكات الاعمال عبر الاتصالات البعيدة المدى. وتعرف بانها استخدام شبكات الحاسوب والانترنت بشكل رئيس في مجالات شراء وبيع المنتجات والخدمات والمعلومات.¹

ولها خمسة أنواع تمثل علاقات متبادلة بين:

1. التجارة الالكترونية التي تستهدف اعمال المنظمات فيما بينها

Business _ to _ Business (B2B)

2. التجارة الالكترونية بين منظمات الاعمال والزبائن

Business _ to _ Consumer (B2C)

3. التجارة الالكترونية البيئية للزبائن

¹ (Heizer & Render : 2001: 437)

Consumer _ to _ Consumer (C2C)

4. التجارة الالكترونية التي تستهدف النظر اتجاه النظر

Peer _ to _ Peer (P2P)

5. التجارة الخلوية Mobile Commerce

○ **تخطيط موارد المشروع: (ERP) Enterprise Resource Planning**

تعمل نظم تخطيط موارد المشروع من خلال تكامل المجالات الوظيفية في المنظمة، وتركز على عمليات المشروع أكثر من الحدود الوظيفية، اذ تساهم في تعميم وتطبيق نظام اتصالات عن بعد من

خلال توافر المعلومات عن البائعين ومواصفات منتوجاتهم واسعارها وتواريخ تسليمها والقبول بهذه الشروط، يتحقق نظام (ERP) من طلبات الزبائن ويشعرهم بالموافقة ومن ثم يقوم أيضا بعمليات شحن المنتج بالرجوع الى تواريخ التسليم. كما يساهم في تقديم المواد الأولية الضرورية من المخزون ويحدد تواريخ إطلاق أوامر الإنتاج للمصانع وشراء الطلبيات من المجهزين.

ثانيا: متطلبات تطبيقها

من اجل نجاح تطبيق تكنولوجيا المعلومات في المنظمات، توجد عدة متطلبات نذكر منها:¹

- **المتطلبات الفنية:** حيث تشمل على تهيئة المهارات البشرية لذوي الخبرة والمهارة، كما تعتمد على توفير معدات مناسبة للتشغيل بكفاءة وتحديثها باستمرار، تحسين البنية التحتية والارنكازية من المواصلات.
- **المتطلبات الاقتصادية:** تشمل على تخصيص مبالغ القيام بنشاطات البحث والتطوير في مجال تكنولوجيا المعلومات والعمل على تشجيع الاستثمار في هذا المجال، كما تقوم بدعم الصناعة المعلوماتية وأساسياتها.
- **المتطلبات الاجتماعية:** تشمل خلق أنماط العمل الجماعي وتشير إلى روح التعاون بين مجتمعات العمل المختلفة، تبني آليات التشجيع للأفراد على تقبل التغيير الفني، والعمل على تغيير أنماط الثقافة التنظيمية السائدة بما يتلاءم مع ثقافة المعلوماتية.
- **المتطلبات الإدارية:** تعمل على إنشاء وحدات تنظيمية وإعادة هندسة الأعمال والعمليات داخل المنظمة، كما تعتمد على الهياكل اللامركزية والمرنة.
- **متطلبات أخرى:** كإصدار القوانين والتشريعات التي تنظم عملية التبادل بين القنوات وتحمي مصالح الأطراف، توفير مبادئ الحماية للحقوق الفكرية ومقومات الأمن والخصوصية على الشبكات.

¹ يسرى محمد حسين، تكنولوجيا المعلومات وأثرها في تحسين مستوى أداء الخدمة الفندقية، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 85 ، جامعة المستنصرية، 2010 ، ص331

المطلب الثالث: وظائف تكنولوجيا الاعلام والاتصال

لتكنولوجيا الاعلام والاتصال وظائف تتعلق بإدارة المعلومات وهي:¹

- **جمع المعلومات او الحصول عليها:** تعد الوظيفة الأولى التي يمكن ان تتجزها تكنولوجيا المعلومات من خلال الاستحواذ، وتكديس البيانات والمعلومات التي سيتم التعامل معها لاحقاً سواء للفرد او المؤسسة.
- **المعالجة:** وهي الفعالية الأكثر ارتباطاً مع الحاسوب، والمعالجة عادة هي الغاية التي من اجلها تشتري الحواسيب.
- **خلق وتوليد المعلومات:** من خلالها تحافظ الحواسيب او الأجهزة الأخرى لتكنولوجيا المعلومات لاستخدامها في وقت لاحق، حيث توضع البيانات والمعلومات المخزونة في وسط للخرن مثل (الأقراص الممغنطة او الأقراص المدمجة)، التي يستطيع الحاسوب قراءتها عند الحاجة اليها، يقوم الحاسوب بتحويل البيانات والمعلومات الى صيغة تأخذ حيزاً أصغر من المصدر الأصلي، فمثلاً المعلومات الصوتية لا تخزن بشكل أصوات كالتالي نعرفها ولكن بصيغة مشفرة تأخذ حيزاً اقل، ويستطيع الحاسوب التعامل معها.
- **الاسترجاع:** ويعني وضع واستنساخ البيانات والمعلومات من اجل معالجة مستقبلية او لنقلها الى مستخدم آخر، ولهذا يجب على مستخدم الحاسوب ان يحتفظ بعناوين الأوساط التي خزنت المعلومات عليه وجعلها جاهزة للاسترجاع والمعالجة.
- **النقل:** وهي ارسال المعلومات من موقع الى آخر فعلى سبيل المثال يقوم جهاز الهاتف او الحاسوب المربوط مع الشبكة بنقل المحادثات والمعلومات من موقع الى آخر ويتم ذلك من خلال اعتماد أوساط مختلفة كالأقمار الصناعية والاياف الضوئية... الخ.

¹ مفرح علي جاسم، تأثير تكنولوجيا المعلومات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية، مجلة دنانير، العدد الثامن، كلية دجلة الجامعة، بغداد، العراق، 2016، ص36.

المطلب الرابع: مزايا تكنولوجيا الاعلام والاتصال وعيوبها

نرى ان استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال في منظمات الاعمال يعود عليها بالعديد من المزايا والفوائد التي من شأنها ان تساعدنا في التقدم أكثر، كما لها بالمقابل عيوب تعود على المجتمع، نذكر منها:¹

أولاً: المزايا

وتتمثل في:

- **زيادة المبيعات والارباح:** تعمل تكنولوجيا الاعلام والاتصال على زيادة المبيعات من خلال مساعدتها للمنظمة في اشباع حاجات ورغبات المستهلكين، ويترتب على زيادة المبيعات تحسين الربحية خاصة في ظل تخفيض التكاليف والذي يتحقق أيضا باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- **الحصول على مزايا تنافسية:** حيث تستخدم العديد من المؤسسات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحسين وضعها في البيئة التنافسية من خلال تصميم برامج وتطبيقات مبتكرة، تسمح لتلك المؤسسات بالمنافسة بصورة أكثر فاعلية.
- **تخفيض التكاليف:** ان تخفيض التكاليف يعتبر من اهم الفوائد، التي تجنيها منظمات الاعمال جراء استخدامها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، في عدة مجالات أهمها تأدية الاعمال والمهام الكتابية بطريقة آلية، كما تستخدم في تنفيذ الإنتاج حسب الطلب.
- **تحسين الجودة:** ان اهم استخدام لتكنولوجيا الاعلام والاتصال هو تحسين جودة المخرجات والتصميم بمساعدة الحاسب الآلي خير مثال على ذلك، فالمهندس يستخدم محطات العمل او

¹ عبد الله فرغلي علي موسى، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والالكتروني، ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2008، ص33-35.

ما يعرف بالوحدات الطرفية للحاسب الآلي، لعمل رسومات هندسية ويقوم بتخزينها واسترجاعها، عند الحاجة لإجراء تعديلات عليها بسهولة، من اجل تحسين جودتها، وعليه فإن هذا النظام يوفر المجهود المبذول في التصميم.

- **إمكانية الاتصال:** تسمح الشبكات بالقيام بالاتصال، حيث يمكن للمستعمل القيام بتبادل الرسائل، البرامج، الملفات بينه وبين عدة مستخدمين رغم بعد المسافة.

- **إمكانية التحكم:** يستطيع المشرف على الشبكة التحكم في كل المستخدمين على محطات العمل الموصلة للشبكة.

- **حفظ المعطيات:** بحفظ محتوى القرص الصلب التابع للحاسوب الموزع، نستغني عن عمليات الحفظ التي تقوم بها محطات العمل الأخرى كما تتطلب استعمال وسيلة واحدة للحفظ.

- **وقاية المعطيات من التلف:** يمكن تجريد مستعملي محطات العمل من حقوق التوصل، بحيث يمنعون من حذف المعطيات والبرامج او تغييرها او اتلافها.

- **المشاركة في ملفات الأفراد:** فمستخدم الشبكة يمكن ان يختار الملفات التي يريدتها في وقت قصير وبدون تأخير واستخدام الشبكة للوصول الى قاعدة البيانات وذلك من خلال نظام إدارة قواعد البيانات (SGBD).

- سرعة استقبال البيانات وإتاحة المعلومات.

- جلب الراحة والرفاهية للمستخدمين.

- تساهم في معالجة اوجه القصور في التعليم التقليدي.

- تقليص البعد الخاص بالوسيلة وعلاقتها بالمتلقي.

- تحقيق وفورات في الوقت والجهد والمال.

- تزيد من المعرفة والتعليم لدى الافراد في المجتمع.

ثانيا: العيوب

يمكننا ايجاز عيوب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فيما يلي:

- تقضي على لم شمل الافراد من خلال ما نراه من احتواء هذه البرامج للأفراد وانعدام أواصر التزاور والمحبة.
- جعل الافراد في عزلة عن العامة.
- الغزو الثقافي والمعرفي وانهيار قيم وعادات الشعوب.
- غياب مصداقية المعلومات المقدمة في بعض الأحيان.
- خرق حرمة الأشخاص والتنظيمات، عن طريق الدخول في ملفاتهم الخاصة بهم، ومعرفة بأدق التفاصيل عن حياتهم الخاصة.
- كما يرى البعض أنها تعتبر تهديدا للأمن القومي والدول والمجتمعات، أو ما يعرف بالحروب المعلوماتية.
- أدخلت ثورة المعلومات في حياة الناس ما يسمى بالواقع الافتراضي، الذي سمح للمنتفعين والمستثمرين في هذه الثورة أن يتلاعبوا بالحقائق التاريخية.

المطلب الخامس: علاقة تكنولوجيا المعلومات بنظم المعلومات

تتعامل نظم المعلومات مع مختلف الأنشطة المتصلة بالمعلومات واتخاذ القرارات اللازمة لتشغيل المنظمة، ولهذا يجب التطرق لمفهوم نظم المعلومات ووظائفها.

اولا: تعريف نظم المعلومات

تعرف نظم المعلومات ب:

"مجموعة من الأفراد والبيانات والإجراءات التي تعمل على إنجاز هدف مشترك وهو توفير المعلومات الإدارية"¹.

وعرفها Robert و Satzinger بأنها " مجموعة من المكونات التي تستقبل وتعالج وتخزن وتسترجع

المعلومات اللازمة لتنفيذ العملية الإدارية"².

ويمكن القول أن نظام المعلومات يتكون من ثلاثة عناصر وهي المدخلات والتي تمثل البيانات التي تجمع

من مصادر داخلية وخارجية، والعمليات ويتم فيها معالجة وتحليل البيانات، والمخرجات وهي المعلومات الجاهزة

التي يمكن استخدامها في عمليات اتخاذ القرارات في المؤسسة.³

يرى Lucey terry بأنه لا يوجد أي تعريف متفق عليه بالإجماع لنظام المعلومات الإدارية. كما يرى

Pantazis بأنه قد تم الاهتمام كثيرا بمفهوم نظام المعلومات، وقد قدمت له العديد من التعاريف، إلا أنها مختلفة

.ويرى Reix بان البحث في مجالات نظام المعلومات وتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطور مستمر. وقد

أشار Simon إلى أنه لا يوجد أي وصف وحيد ودقيق لما يسمى بنظام المعلومات الإدارية. وأن النشاط

الأساسي لنظام معلومات فعال هو تصفية المعلومات وليس إنقاصها. كما أشار إلى أن التصميم الأول لنظم

المعلومات كان يهدف إلى تخزين البيانات الموجودة، وقد تركت معالجة المعلومات لمتخذ القرار⁴

ومن كل هذه التعاريف نجد ان نظام المعلومات هو عبارة عن عدة عناصر بشرية ومادية وبرمجية تجمع

البيانات وتعالجها لتقوم بتحويلها الى معلومات تساهم في انجاز العمليات الإدارية واتخاذ القرارات المناسبة في

الوقت اللازم.

¹ الطبيب الوافي، دور وأهمية نظم المعلومات في اتخاذ القرار في المؤسسة الاقتصادية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة عباس فرحات، سطيف، الجزائر، 2012، ص23

² JonnW. Satzinger ,Robert B.Jackson, Analyse et conception de gestion d'information, 2ème édition, les édition reynald gloulet, canada, 2003,p: 6.

³ بوغليطة الهام، أهمية ودور نظم المعلومات في اتخاذ القرار في قطاع المحروقات، مجلة الباحث العدد 1 جامعة 20 اوت 55 سكيكدة، الجزائر، 2013، ص136

⁴ عبد النور دحاك، رابع قارة، دور وأهمية المعلومات ونظم المعلومات في اتخاذ القرارات الإستراتيجية، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد الثاني، ديسمبر 2017، جامعة مولود معمري، تيزي وزو -الجزائر، ص 86.

ثانيا: أهمية نظام المعلومات

لنظام المعلومات أهمية بالغة في المنظمات، وهذا من خلال:

- تحسين عمليات وأداء جميع أنواع وأحجام المنظمات.
- مساندة عملية اتخاذ القرارات وتدعيم الأعمال التعاونية بين فرق العمل مما يؤدي إلى تقوية المركز التنافسي للمنظمة في السوق الذي تعمل فيه.
- توصيل المعلومات للمديرين من أجل اتخاذ القرارات المهمة.
- تمكن المديرين من حل المشاكل المعقدة بطريقة أكثر فعالية
- تزايدت مساهمة نظم المعلومات المستندة على الانترنت في تحقيق نجاح المنظمات الحديثة التي تعمل في ظل منافسة عالية تتميز بالحدة وسرعة التغيير وعدم التأكد.

ثالثا: وظائفها

لها مجموعة من الوظائف داخل المنظمة تتمثل في¹:

- **جمع البيانات**: حيث يتم جمع البيانات من مصادر داخلية ومصادر خارجية، مع مراعاة التكلفة والدقة التامة.
- **حفظ البيانات**: وذلك بتنظيمها في قواعد بيانات تسهل معها عمليات الاسترجاع للبيانات وعلاقتها ببعض مفرداتها.
- **تحديث البيانات**: لجعل المعلومات الناتجة عنها محدثة وتفيد مستخدمها أكثر.
- **معالجة البيانات**: أي معالجة البيانات بطرق المعالجة المناسبة للحصول على المعلومات المطلوبة.
- **تقديم وعرض المعلومات**: أي كيفية تقديم المعلومات بالشكل المناسب من جداول ومخططات.

¹ فريد فهمي زيارة، وظائف منظمات الأعمال مدخل معاصر، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2009، ص249

رابعاً: علاقة تكنولوجيا المعلومات بنظم المعلومات

يستخدم مصطلح ومفهوم تكنولوجيا المعلومات بصورة مترادفة مع نظم المعلومات، ولهذا نجد في أدب المعلوماتية أنّ البعض يستخدم مصطلح تكنولوجيا المعلومات للدلالة على نظم المعلومات، وقد يستخدم البعض عن قصد مصطلحات نظم المعلومات وتكنولوجيا المعلومات للدلالة على معنى واحد دون إجراء أي تمييز بينهما، ومن الضروري وضع حدود فاصلية ومميزة في المحتوى والدلالة بين نظم المعلومات وتكنولوجيا المعلومات، فمفهوم تكنولوجيا المعلومات يتضمن بالضرورة كل أنماط التوليفة المستخدمة على نطاق واسع في أنشطة معالجة وتخزين واسترجاع وعرض المعلومات بأشكالها (نصوص، أرقام... الخ) ومجالات تطبيقها المختلفة.¹

¹ ، سعد غالب ياسين، أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط، عمان، الأردن، 2012، ص22.

خلاصة

تناولنا في هذا الفصل الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فقد حاولنا في المبحث الأول توضيح اهم المفاهيم المتعلقة بالتكنولوجيا وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والخصائص التي تمتاز بها. كما عرجنا على أهدافها

وتطرقنا في المبحث الثاني الى مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأيضا اعطينا نظرة عن تطبيقاتها ووظائفها. اما في الأخير فتعرفنا على مزاياها.

ومن خلال دراستنا لهذا الفصل لاحظنا ان تكنولوجيا المعلومات تتمثل في كل التقنيات المستخدمة لجمع وتخزين ومعالجة البيانات لتصبح معلومات الكترونية تساهم في تطوير وتسهيل العمليات في كل القطاعات، مالية، اقتصادية، وقطاع التصنيع وغيرها من القطاعات.

الفصل الثاني

الإطار المفاهيمي لجودة الخدمة المصرفية

تمهيد

في السنوات الاخيرة اختلفت الخدمات المصرفية كثيرا وتطورت عن التقليدية المعتادة، على المستوى العالمي، كما عرفت تغييرات جذرية وذلك لاشتداد المنافسة بين المصارف.

فقد أصبح الاهتمام والتركيز على جودة الخدمات المصرفية ضروريا لمجاراة التطورات التكنولوجية الحاصلة في مجال الصناعة المصرفية، حيث اصبحت المصارف تسعى جاهدة لتقديم أفضل الخدمات واكثرها تميز وتنوع من اجل ارضاء زبائنهم وكسب ثقتهم لضمان استمرارهم في التعامل معها والمحافظة عليهم.

ومن خلال هذا الفصل سيتم التركيز على مبحثين هما:

المبحث الاول: مفاهيم حول جودة الخدمة المصرفية

المبحث الثاني: علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بجودة الخدمة المصرفية

المبحث الأول: مفاهيم حول جودة الخدمة المصرفية

من أجل كسب رضا الزبائن والقدرة على التنافس، تسعى المصارف لتقديم خدمات مصرفية ذات جودة عالية وكفاءة. وبهذا تتمكن من تحقيق أهدافها المرسومة والوصول لأقصى أرباح بأقل تكلفة ممكنة مقارنة بالمصارف المنافسة. وسنوضح في هذا المبحث العناصر الأساسية التالية: ماهيو الجودة، وجودة الخدمة المصرفية، ثم مستوياتها وابعادها، وكذا نماذج قياسها.

المطلب الأول: مفاهيم عامة

سيتم في هذا المطلب التطرق الى مفهوم الخدمة، الجودة، وجودة الخدمة، وايضا تعريف جودة الخدمة المصرفية.

• تعريف الخدمة:

حسب Judo: "الخدمة هي معاملة منجزة من طرف المؤسسة بحيث لا ينتج عن التبادل تحويل الملكية كما في السلعة الملموسة".²

وقد عرفها Lovelock بأنها " لخدمة هي فعل، أداء يقدمه طرف لطرف آخر، رغم أنها يمكن أن تكون مرتبطة بمنتج مادي، وتكون بالضرورة غير ملموسة ولا ينتج عنها ملكية أحد عوامل الإنتاج"³

وهي: " منتج غير ملموس يقدم فوائد ومنافع مباشرة للعميل كنتيجة لتطبيق او استخدام جهد أو طاقة بشرية او آلية فيه على أشخاص أو أشياء معينة ومحددة والخدمة لا يكمن حيازتها أو استهلاكها ماديا"⁴

² Beatrice Roubaud, lemarketing des services ,8eme edition d'organisation ,paris,2004.P 8.

³ Lovelock,C.H., and Wright,K.Lauren (1999) ,Principles of Service Marketing and Management,2nd Ed,Prentice Hill,P.6.

⁴ أسعد حامد أرومان، أبي سعد الديوه جي، التسويق السياحي و الفندقى، دار الحامد . للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 200 ص4.

ومن هذه التعاريف يتضح ان الخدمة هي نشاط او معاملة غير ملموسة يقدمها طرف لآخر للإستفاد بها وهي غير قابلة للتخزين او الملكية.

• تعريف الجودة واهميتها:

أ- تعريفها:

الجودة بمفهومها اللغوي مقتبس من الكلمة اللاتينية (Qualitas) ويقصد بها ماهية الشخص او السلعة ودرجة صلاحيتها، كما تعني الدقة او الاتقان او إحسان العمل، وتعني جمالية الخدمة او السلعة ومدى تلبيتها لحاجات المستهلكين، وتوافقها مع المعايير والمتطلبات المعتمدة.¹

أما Gronoros فقد عرفها بأنها: "نتيجة عملية تقييم يقارن فيها العميل توقعاته بمستوى الخدمة المقدمة له".²

يعرف منظور جودة القيمة "بالجهود المبذولة لزيادة رضا الزبون والاهتمام الدائم بتحسين الجودة والتقليل من تكاليف رضا الزبون".

كما عرفت من طرف Gotesch بأنها " الحالة المتحركة أو الديناميكية المتغيرة والمتعلقة بالخدمات والمنتجات والأفراد والعمليات والبيئة لغرض سد حاجة أو مواجهة متطلبات متوقعة".³

ومن خلال التعاريف السابقة نقول ان الجودة هي: القدرة على تحقيق ما يطلبه الزبون واشباع رغباته وحاجاته وذلك لجعله راض عن الخدمة المقدمة له.

ب- اهميتها:

(12 العدد)مجلة الإقتصاد الصناعي .أهمية جودة الخدمة في تحقيق الرضا لدى العميل. (01 جوان ، 2017). س. مخلوف & .ع. مرازقة

¹ : شاكر بن احمد الصالح، خالد محمد الصريمي، الجودة الشاملة نشأتها. تطورها. اساليبها

² مرازقة، عيسى؛ مخلوف، سيهام، أهمية جودة الخدمة في تحقيق الرضا لدى العميل، مجلة الإقتصاد الصناعي، 2017، ص388.

³ يوسف جسيم سلطان الطائي ، هاشم فوزي دباس العبادي ، دار الرواق ، عمان، 2009. ص 438.

وكما يمكن تناول أهميتها أيضا من خلال الجوانب التالية:¹

1. **سمعة المنظمة:** تستمد المنظمة شهرتها من مستوى جودة منتجاتها، ويتضح من خلال محاولة تقديم منتجات تلبي رغبات وحاجات زبائن المنظمة، فإذا ما كانت منتجات المنظمة ذات جودة منخفضة فيمكن تحسين هذه الجودة لكي تحقق المنظمة الشهرة والسمعة الواسعة التي تمكنها من التنافس مع المنظمات الأخرى في الصناعة أو القطاع الذي تنتمي إليه.
2. **المسؤولية القانونية للجودة:** يزداد باستمرار عدد المحاكم التي تتولى النظر والحكم في قضايا منظمات تقوم بتصميم منتجات أو تقديم خدمات غير جيدة في إنتاجها أو توزيعها. لذا فإن كل منظمة صناعية أو خدمية تكون مسئولة قانونيا عن كل ضرر يصيب الزبون من جراء استخدامه لهذه المنتجات.
3. **المنافسة العالمية:** إن التغيرات السياسية والاقتصادية ستؤثر في كيفية وتوقيت تبادل المنتجات الى درجة كبيرة في سوق دولي تنافسي، وفي عصر المعلومات والعولمة، تكتسب الجودة أهمية متميزة إذ تسعى كل من المنظمة للتمكن من تحقيق المنافسة العالمية وتحسين الاقتصاد بشكل عام.
4. **حماية الزبون:** إن تطبيق الجودة في أنشطة المنظمة ووضع مواصفات قياسية محددة تساهم في حماية الزبون من الغش التجاري ويعزز الثقة في منتجات المنظمة، إذ أن عدم رضا الزبون هو فشل المنتج الذي يقوم بشرائه، من القيام بالوظيفة التي يتوقعها الزبون منه. وبسبب انخفاض الجودة.
5. **التكاليف وحصة السوق:** تنفيذ الجودة المطلوبة لجميع عمليات ومراحل الإنتاج من شأنه أن يتيح الفرص لاكتشاف الأخطاء وتفاديها إضافة الى الاستفادة القصوى من زمن المكائن والآلات عن طريق العاقل عن الإنتاج، وبالتالي تخفيض الكلفة وزيادة ربح المنظمة.

¹ قاسم نايف علوان، ادارة الجودة الشاملة و متطلبات الإيزو، 2005، ص18

• تعريف جودة الخدمة:

تعددت المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمة سنذكر منها:

عرفتها الجامعة الامريكية (ASQ): "المجموع الكلي للخصائص التي تؤثر في قدرة سلعة او خدمة معينة على تكييف حاجات ورغبات معينة".

أما Gronoros فقد عرفها بأنها : "نتيجة عملية تقييم يقارن فيها العميل توقعاته بمستوى الخدمة المقدمة له".¹

وقد اعتبر المؤلف خضير كاظم حمود، جودة الخدمة بأنها تعتبر من المجالات الرئيسية التي يمكن لمنظمات الخدمات ان تميز نفسها وهي : "تقديم نوعية عالية وبشكل مستمر وبصورة تفوق قدرة المنافسين الآخرين".²

انطلاقا من ما سبق يمكن القول ان جودة الخدمة تعني: تسليم خدمة ممتازة ومتفوقة، وهي مجموع مظاهر وخصائص الخدمة والتي تخلق الرضا لدى الزبون وتلبي احتياجاته .

• تعريف جودة الخدمة المصرفية

هناك العديد من التعاريف لجودة الخدمة المصرفية، ولكن اغلبها لا يتسم بالموضوعية وذلك لصعوبة قياس الجودة بما انها غير ملموسة. ونذكر من اهمها ما يلي:

جودة الخدمة المصرفية : "هي إرضاء لمتطلبات العملاء ودراسة قدرة المصرف على تحديد هذه المتطلبات والقدرة على إلتئائها، فإذا تبنى المصرف عملية تقديم خدمة ذات جودة عالية يجب أن يسعى من خلالها التفوق على متطلبات العملاء"¹.

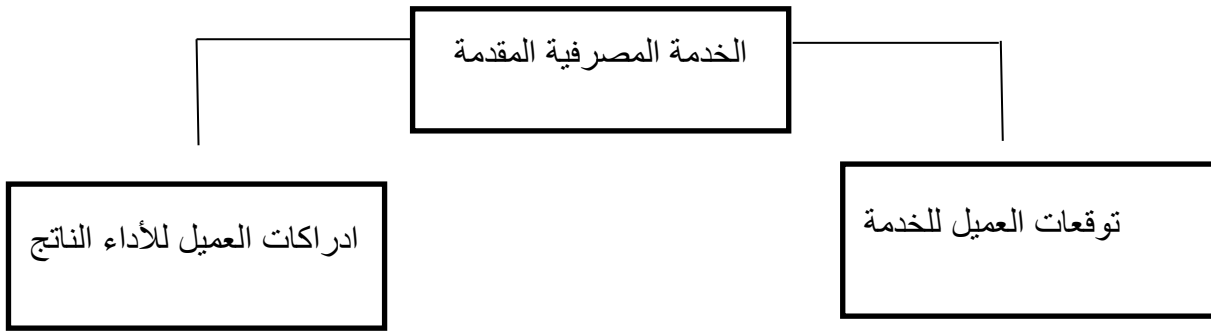
¹ مرازقة عيسى؛ مخلوف، سيهام، أهمية جودة الخدمة في تحقيق الرضا لدى العميل، مجلة الاقتصاد الصناعي، 2017، 388.

² خضير كاظم حمود، "إدارة الجودة وخدمة العملاء، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الاردن.

"، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، عمان، 2002، ص2

بالإضافة الى أنها: إلتزام المصرف بالمواصفات القياسية التي تكون الخدمة المصرفية قد صممت على أساسها من جهة، وإدراك العملاء لجودة الخدمة التي يتلقونها من جهة أخرى ويمكن النظر الى جودة الخدمة المصرفية بأنها محصلة التفاعل بين العميل وبين الخدمة التي يقدمها المصرف لجمهور العملاء².
جودة الخدمة المصرفية هي تقديم نوعية عالية وبشكل مستمر وبصورة تفوق قدرة المنافسين الآخرين³.

الشكل رقم (02): يوضح مفهوم جودة الخدمة المصرفية



المصدر: خضير كاظم حمود، (2007)، إدارة الجودة وخدمة العملاء، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، ص216.

حيث يوضح الشكل أعلاه ان إذا كانت ادراكات العملاء للناتج تصل لمستوى توقعات العملاء، سيكونون راضين عن الخدمة المقدمة لهم، اما إذا كانت الادراكات تفوق التوقعات فسوف تعتبر الخدمة مميزة، وإذا حدث العكس تكون الخدمة لا ترقى لمستوى تطلعات العملاء وبالتالي فتعتبر الخدمة المقدمة رديئة.

ومما سبق يمكننا القول بان جودة الخدمة المصرفية هي "القيام بتصميم الخدمات وتسليمها بشكل صحيح من المرة الأولى، وإذا حدث خطأ ما فيمكن التغلب عليه ومواجهته بسرعة، حيث لا تتأثر جودة الخدمة في نظر العملاء.

¹ يحيوي إلهام؛ بن دليمي، إسماعيل، أثر جودة الخدمة البنكية على رضا الزبون: دراسة حالة عينة من زبائن بعض الوكالات البنكية بولاية باتنة، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، ص94.
² الحاج، مكي؛ خليفي، أمينة؛ نسيلي، خديجة، أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق رضى الزبون المصرفي: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية عين وسارة، مجلة الإقتصاد الجديد، 2019، ص65.
³ خضير كاظم حمود، "إدارة الجودة وخدمة العملاء، مرجع سابق، ص2015.

المطلب ثاني: أهمية وخصائص جودة الخدمة المصرفية

أولاً: أهمية جودة الخدمة المصرفية

تكمن أهمية جودة الخدمة في المصارف على المستوى الداخلي في إيجاد بنية ملائمة للعمل المصرفي تقوم على الرضا والروح المعنوية والالتزام بين الموظفين في تحسين مستوى أداء الخدمات المصرفية وتخفيض التكاليف مما يؤدي إلى تعظيم ربحية المصرف. أما على المستوى الخارجي فتعكس في تعزيز سمعة المصرف وصورته أما العملاء وزيادة قدرته على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وإمكانية جذب عملاء جدد، وبالتالي تحقيق رضا العملاء مما يكسب المصرف ميزة تمكنه من مواجهة منافسة المصارف الأخرى.

وتبرز أيضاً من خلال إدراك توقعات واحتياجات العملاء من الخدمات المصرفية، وبالتالي الفهم الصحيح لتوقعاتهم مما يؤدي إلى تسليم الخدمة المصرفية بالشكل المطلوب وهو ما يحقق رضا العميل عنها ويساعد المصارف في قياس هذا الرضا.¹

ثانياً: خصائص جودة الخدمة المصرفية

تتميز جودة الخدمة المصرفية بمجموعة خصائص، أهمها:

- ✓ تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن باقي البنوك ومن ثم مواجهة الضغوط التنافسية؛
- ✓ تحمل تكاليف أقل بسبب قلة الأخطاء في العمليات المصرفية؛
- ✓ الخدمة المتميزة تتيح فرصة أمام المصارف لتقاضي أسعار وعمولات أكبر؛
- ✓ الخدمة المتميزة تزيد قدرة البنك على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وجذب عملاء جدد؛

¹ بوعيشة مبارك والشامية بن عباس، واقع وأفاق تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة بالجزائر - القطاع المصرفي - ، الملتقى الدولي حول نظام إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، 2010، ص15.

- ✓ الخدمة المتميزة تتيح الفرصة لبيع خدمات مصرفية إضافية؛
- ✓ الخدمة المتميزة تجعل العملاء بمثابة مندوبي بيع للمصرف في توجيه وإقناع العملاء جدد من الأصدقاء والزملاء.¹

المطلب الثالث: مستويات وابعاد جودة الخدمة المصرفية

أولاً: مستويات جودة الخدمة المصرفية:

لجودة الخدمة المصرفية خمسة مستويات، تتمثل في²:

1. **الجودة المتوقعة:** تمثل توقعات العميل لمستوى جودة الخدمة وتعتمد على عدة عناصر أهمها احتياجات العميل وخبرته وتجربته السابقة وثقافته واتصاله بالآخرين.
2. **الجودة المدركة:** وهي ما تدركه إدارة المصرف في نوعية الخدمة التي تقدمها للعملاء والتي يعتقد أنها تشبع حاجاتهم وريبتهم بمستوى عال.³
3. **الجودة الفنية:** وهي الطريقة التي تؤدي بها الخدمة المصرفية من قبل موظفي المصرف والتي تخضع للمواصفات النوعية للخدمة المصرفية المقدمة.⁴
4. **الجودة الفعلية:** وهي الطريقة التي تؤدي بها الخدمة وتعتبر عن مدى التوافق والقدرة في استخدام أساليب تقديم الخدمة بشكل جيد يرضي العملاء، أي بعبارة أخرى كيف يرفع موظفو المصرف من مستوى توقع العملاء للحصول على الخدمة المصرفية.⁵

¹ نشاط الدين بن بوريش، (2018)، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على جودة الخدمات البنكية، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراة، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس سطيف 1، ص106.

² بولودان نجاح، دور توقعات العملاء في إدارة جودة الخدمة البنكية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، 2011، ص106.

³ الجاسمي باسم عباس كريدي، جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر الزبون مدخل قيمي: دراسة استطلاعية لآراء عينة من زبائن مصارف مدينة الديوانية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، 2007، ص55.

⁴ الكركي، وسام محمد ناصر، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الإداريين والزبائن، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لنيل درجة الماجستير، كلية إدارة الاعمال، جامعة الخليل، 2010 ص24.

⁵ لعلوح رفاه، زين الدين رهام، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في البنوك التجارية في مدينة نابلس، 2016، ص16.

5. الجودة المروجة للعملاء: وهي الجودة التي وعد بها العملاء من خلال الحملات الترويجية، وقد تماثل توقعات العميل أو لا، أي مدى الرضا والقبول الذي يمكن أن يحصل عليه المصرف من عملائه عند تلقيهم لتلك الخدمات¹.

ثانياً: ابعاد جودة الخدمات المصرفية

الجودة هي ثمن الدخول الى السوق في حين التميز في الخدمة هو ثمن النجاح، لذا تتمثل مفاتيح الجودة في تقديم الخدمات وفقاً لمعايير ومواصفات محددة يستخدمها العميل في تقييم جودة الخدمة المقدمة له وهي:

1. الملموسية: وتشير الى المظهر الملموس للأشياء بوصفها تعزز ثقة الزبائن بالخدمة المقدمة إعتقاداً على ضرورة قيام مسوقي الخدمة بالتأكد من أن أبعاد الملموسية تتفق مع التصور الكلي للزبائن .

2. الإعتمادية: تعني الإتساق في أداء الخدمة والقيام بها من دون أخطاء من المرة الأولى وبشكل سليم، وكذا وفاء المصرف بوعوده وهذا يتضمن:

✓ دقة الحسابات والملفات وعدم حدوث أخطاء؛

✓ تقديم الخدمة المصرفية بشكل صحيح؛

✓ تقديم الخدمة في المواعيد المحددة والوقت المصمم لها؛

✓ ثبات مستوى أداء الخدمة.

¹ قاسم، سامر، أثر تكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمة المصرفية: دراسة ميدانية على فروع المصرف التجاري السوري باللاذقية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، 2015، ص117.

3. الإستجابة: وهي القدرة على التعامل مع كل متطلبات العملاء والإستجابة لشكاويهم والعمل على حلها بسرعة وكفاءة بما يقنع العملاء بأنهم محل تقدير واحترام من قبل المصرف الذي يتعاملون معه، فضلا عن ذلك فالإستجابة تعبر عن المبادرة في تقديم الخدمة من قبل الموظفين بصدق رطب.¹

4. الأمان: يعكس خلو المعاملات مع المصرف من الشك أو المخاطرة، حيث أن الأمان هو الاطمئنان من قبل الزبائن بأن الخدمة المقدمة لهم تخلو من الخطأ أو الخطر أو الشك شاملا الاطمئنان النفسي والمادي وهذا يعكس درجة ثقة الزبون بموظفي المصرف،

5. التعاطف: ابداء العناية والاهتمام الشخصي بالزبائن وابداء روح الصداقة والحرص على الزبون واشعاره بأهميته والرغبة في تقديم الخدمة حسب حاجته.

الجدول رقم (02): ابعاد جودة الخدمة المصرفية²

الشرح	البعد
<p>حدائثة وجاذبية مظهر البنك مظهر العاملين التسهيلات المادية... الخ</p>	ظهور العنصر المادي الملموسية
<p>القدرة على الوفاء بالوعد في الاجل المحدد معلومات دقيقة وصحيحة مصدقية الأداء وإمكانية الاعتماد على المؤهلات والكفاءات</p>	أداء صادق وصحيح الاعتمادية
<p>إعلام العملاء بآجال الوفاء بالخدمة سرعة تنفيذ المعاملات سرعة الرد على شكاوى العملاء</p>	السرعة والمساعدة الاستجابة أو الخدمة للمعمل

¹ ضجر، عمار يوسف، أثر الأنشطة التسويقية في جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبون : دراسة استطلاعية في عينة من المصارف التجارية الحكومية في البصرة، مجلة دراسات إدارية، 2011، ص 67.

² www.ecogesam.ac-aix-marseille.fr, services quality,p7.

<p>ضمان الحصول على الخدمة حسب الوعد انعدام الخطر والشك في تعاملات البنك أداء سليم من طرف الموظفين</p>	<p>ثقة العملاء في المصرف</p>	<p>الأمان</p>
<p>فهم ومعرفة حاجات العملاء الوعي بأهمية العميل ملائمة ساعات العمل مع التزاماته</p>	<p>الاهتمام بالعمل</p>	<p>التعاطف</p>

المصدر: [www.ecogesam.ac-aix-marseille.fr, services quality,p7](http://www.ecogesam.ac-aix-marseille.fr_services_quality,p7)

المطلب الرابع: نماذج قياس جودة الخدمة المصرفية

إن عملية قياس جودة الخدمة تعرضت في السنوات الأخيرة الى جدال كبير من خلال العديد من البحوث والدراسات المتخصصة في هذا الصدد، إلا أن ذلك لا يمنع من وجود معايير مشتركة يمكن تطبيقها على بعض المنظمات الخدمية المتشابهة، أو المتماثلة وفيما يلي استعراض كرق قياس جودة الخدمات:¹

1. مقياس عدد الشكاوي: تمثل عدد الشكاوي التي يتقدم بها الزبائن خلال فترة معينة مقياسا هاما يعبر على أن الخدمات المقدمة دون المستوى، أو ما يقدم لهم من خدمات لا يتناسب مع إدراكهم لها، وهذا المقياس يمكن المنظمات الخدمية من إتخاذ الإجراءات المناسبة لتجنب حدوث المشاكل وتحسين جودة ما تقدمه من خدمات لزيائنها،

2. مقياس الرضا: هو أكثر المقاييس استخداما لقياس إتجاهات الزبائن نحو جودة الخدمات المقدمة، وخاصة بعد حصولهم على هذه الخدمات عن طريق توجيه الأسئلة التي تكشف لمنظمات الخدمة طبيعة شعور الزبائن

¹ مسغوني منى؛ عماني لمياء؛ تبناني رزيقة، قياس الوزن النسبي لإدارة علاقات الزبون وتأثيرها على مستوى أبعاد جودة الخدمة المصرفية وفق نموذج الأداء الفعلي servperf، مجلة رؤى إقتصادية، 2018، ص.ص 69-70.

نحو الخدمة المقدمة لهم وجوانب القوة والضعف بها، وبشكل آخر يمكن المنظمات من تبني استراتيجية للجودة تتلاءم مع إحتياجات الزبائن، وتحقق لهم الرضا نحو ما يقدم لهم من خدمات،

3. مقياس القيمة: تتمثل فكرته الأساسية في أن القيمة المقدمة للزبان من طرف المنظمة تعتمد على المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة من جانبي الزبون والتكلفة للحصول على هذه الخدمات، فالعلاقة بين المنفعة والسعر هي التي تحدد القيمة فكلما زادت المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة كلما زادت القيمة المقدمة للزبان وكلما زاد إقبالهم على طلب هذه الخدمات، ومما لا شك فيه فإن هذا المقياس سوف يدفع المنظمات الى تركيز جهودها نحو تقديم خدمة متميزة للزبان بأقل تكلفة،

4. مقياس الفجوة: يسمى مقياس الفجوة بـ "SERVQUAL" ظهر خلال الثمانينات من خلال الدراسات التي قام بها كل من (ParasurmanK zeithmal et berry) وذلك بغية استخدامه في تحديد وتحليل مصادر مشاكل الجودة، والمساعدة في كيفية تحسينها،

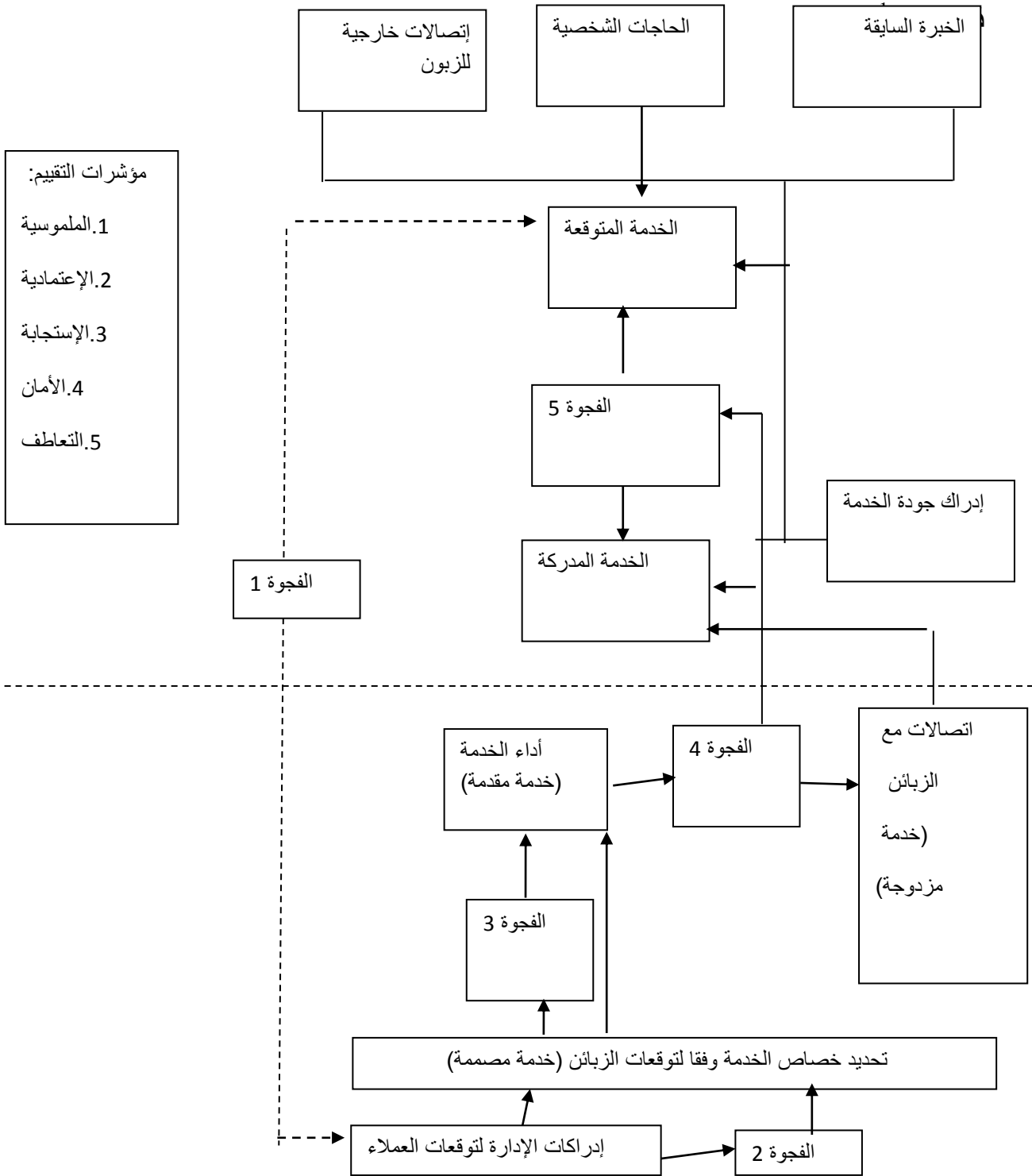
إن تقييم الجودة حسب مقياس الفجوة يعني تحديد الفجوة بين توقعات العملاء لمستوى الخدمة وإدراكهم للأداء الفعلي لها، أي معرفة وتحديد مدى التطابق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة ويمكن التعبير عنها بالعلاقة التالية: جودة الخدمة (servqual) = الإدراك-التوقع

وقد توصل berry وزملاؤه سنة 1985 من خلال الدراسات إلى أن المحور الأساسي في تقييم جودة الخدمة وفق هذا المقياس يتمثل في الفجوة بين إدراك الزبون لمستوى الأداء الفعلي للخدمة وتوقعاته بشأنها وأن هذه الفجوة تعتمد على طبيعة الفجوات المرتبطة بتصميم الخدمة وتسويقها وتقديمها.

ويعتمد بناء هذا المقياس على تحديد الخطوات التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند تحليل وتخطيط جودة، وقد حدد مقياس الفجوة، الفجوات التي تسبب عدم النجاح في تقديم الجودة المطلوبة وتتمثل في خمس فجوات يمن توضيحها من الشكل التالي¹:

¹ بوعنان، نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير، قسم علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2007، ص 74.

الشكل رقم (03): نموذج الفجوة



المصدر: بوغان، نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير، قسم علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2007، ص 74.

¹ بوغان، نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، مرجع سابق، ص 75.

الفجوة 1: وتنتج عن الاختلاف بين توقعات الزبون وإدراك إدارة المؤسسة الخدمية، فد لا تدرك دائما وبدقة رغبات الزبائن وكيفية حكم الزبون على مكونات الخدمة لقلة المعلومات عن السوق وأنماط الطلب؛

الفجوة 2: وتشير الى عدم وجود تطابق مواصفات الخاصة بالخدمة مع إدراكات الإدارة لتوقعات الزبون أي أنه رغم إدراك إدارة المؤسسة الخدمية لتوقعات الزبون إلا أنها غير قادرة على ترجمة ذلك الى مواصفات محددة في الخدمة المقدمة؛

الفجوة 3: وهي فجوة بين مواصفات الخدمة الموضوعية والأداء الفعلي لها، فإذا تمكنت المؤسسة الخدمية من وضع المواصفات المطلوبة في الخدمة، فلا يمكنها أداء هذه الخدمة بسبب وجود مواصفات معقدة وغير مرنة، وعدم تدريب العاملين على أدائها أو عدم اقتناعهم بالمواصفات المطلوبة، أو عدم وجود الحافز الكافي لأداء هذه الخدمة؛

الفجوة 4: وتتمثل في فجوة من الخدمة المروجة والخدمة المقدمة، أي أن الوعود المعطاة من خلال الأنشطة الترويجية لا تتطابق مع الأداء الفعلي للخدمة وذلك لوجود ضعف في التنسيق بين العمليات والتسويق الخارجي للمؤسسة الخدمية؛

الفجوة 5: وتتعلق الفجوة بين الخدمة المتوقعة والخدمة المؤداة، وهذا يعني أن الخدمة المتوقعة لا تتطابق مع الخدمة المدركة وتكون محصلة لجميع الفجوات بحيث يتم على أساسها الحكم على جودة أداء المؤسسة الخدمية¹

5. مقياس الأداء الفعلي للخدمة : يعرف باسم " servperf " ظهر في 1992 نتيجة للدراسات التي قام بها كل من (Taylor et Cronin)، وتعرف الجودة في إطار هذا النموذج مفهوما اتجاها يربط بإدراك الزبون للأداء الفعلي للخدمة المقدمة، ويعرف الاتجاه على أنه: " تقييم الأداء على أساس مجموعة من الأبعاد المرتبطة

¹ بوغانان، نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، مرجع سابق، ص76.

بالخدمة المقدمة"، ويقوم هذا النموذج على أساس رفض فكرة الفجوة في تقييم جودة الخدمة، ويركز على تقييم الأداء الفعلي للخدمة أي التركيز على جانب الإدراكات الخاصة بالزبون فقط، ذلك أن جودة الخدمة يتم التعبير عنها كنوع من الاتجاهات وهي دالة لإدراكات الزبائن السابقة وخبرات وتجارب التعامل مع المنظمة ومستور الرضا عن الأداء الحالي للخدمة، ففي هذا النموذج يقيم الزبون جودة الخدمة المقدمة له (جودة الخدمة المدركة) طبقا لمستوى الرضا الذي يكون قد حققه¹.

المطلب الخامس: خصائص الخدمة المصرفية

تتميز الخدمات المصرفية بعدة خصائص، تتمثل فيما يلي²:

1. لا يمكن صنع الخدمة مقدما: لا يمكن إنتاج الخدمة مقدما وتّخزينها لحين طلب العميل، فموظف المصرف يقوم بإنتاج الخدمة بمجرد أن يظهر العميل أمامه طالبا تقديم الخدمة، لذا فإن على الموظف أن يقدم الخدمة بنفس مستوى الجودة المطلوبة من قبل العميل قدر الإمكان فيكل مرة، بالإضافة الى فن التعامل مع العميل.
2. لا يمكن للموظف إنتاج عينات من الخدمة: إن إنتاج والاستفادة من الخدمة تتم في نفس الوقت، لذا من المستحيل إنتاج الخدمة وإرسال عينات منها الى العميل بشكل مسبق، ومن ناحية أخرى نظرا لأنكل عميل له حساسيات استقبال خاصة به أثناء الحصول على الخدمة، وهذه الحساسيات تختلف من عميل لغيره لذا فإنه من العسير وضع نموذج موحد يعلنه المصرف لإرضاء كل عملائه.
3. التأكد من تقديم ما يطلبه العميل: من المعروف أن الخدمات المصرفية، مثلها مثل الخدمات الأخرى، تتميز بعدم الملموسية وبما أن كل عميل له حساسية خاصة به أثناء الحصول على الخدمة لذا فإن الحكم النهائي على جودة الخدمة المصرفية يكون من قبل العميل.

¹ بن بوريش، نشاط الدين، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على جودة الخدمات البنكية، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراة، قسم العلوم الإقتصادية، جامعة فرحات عباس1، سطيف، 2018، ص.ص 113-114.

² عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، الطبعة الأولى، البيان للطباعة والنشر، القاهرة 1999، ص. ص 52-54.

4. الخدمات المصرفية تنتج وتستهلك في الوقت ذاته: ان الخدمات المصرفية وبحكم أنه لا يمكن إنتاجها مقدما او تخزينها، وبالتالي فهي تنتج وتستهلك في نفس الوقت، أما العميل فلا يمكنه مطلقا الحكم على جودا إلا بعد الاستفادة منها. وبعد تقديم الخدمة يتم الحكم على جودة فهذه الجودة إما أن تحقق السعادة في نفس العميل أو تجلب له التعاسة لذا تهتم المصارف كثيرا بمعرفة ذلك.
5. الخدمات المصرفية غير قابلة للاستدعاء: بالنسبة للسلع المادية يحدث في بعض الأحيان أن يسحب المنتجون سلعهم من السوق في حال تبين وجود أخطاء فنية فيها، أو أنها غير صالحة للاستخدام الآدمي. هذا الأمر يختلف في الخدمات المصرفية وسائر الخدمات الاخرى، فمجرد أن تصنع الخدمة وتقدم إلى العميل فإنها تستهلك في التو واللحظة، لذا فإن على موظفي المصرف أن يدركوا أن تقديم الخدمة والاستفادة منها هو لحظة واحدة ثمينة، وبالتالي عليهم أن يتأكدوا ليس فقط من ان الخدمة مناسبة، وإنما أيضا متفوقة في جميع جوانبها حيث أنه لا مجال للإضافة عليها بعد تقديمها للعميل.
6. جودة الخدمات المصرفية غير قابلة للفحص قيل تقديمها: إن الموظف في المصنع، على سبيل المثال، يمكنه أن ينتج السلعة وبعد ذلك يجلس ليتأملها ويراجع مواصفاتها ليتأكد من مدى مطابقتها للمواصفات الموضوعه لها مسبقا ويستبعد الوحدات المعيبة بإجراء عملية الفرز. إن هذا الأمر يعتبر مختلفا بالنسبة للخدمة المصرفية، فالموظف في المصرف يتعامل ويتفاعل مباشرة مع العميل، وإنتاجه وتقديمه للخدمة يتم بناء على تفاعل انساني بينه وبين العميل فالاستهلاك يتم بمجرد تقديم الخدمة وبالتالي لا يمكن إجراء عملية الفرز والرقابة على الجودة بعد الانتاج، فالاستهلاك قد تم بالفعل في نفس لحظة الانتاج. لذا فالمسؤولية هنا أكبر وأخطر وتتطلب ضمانات للجودة وهذه الضمانات يعود جزء كبير منها موظف المصرف.

المبحث الثاني: علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بجودة الخدمة المصرفية

لتحقيق جودة الخدمة المصرفية يجب مراعاة متطلبات الزبائن ورغباتهم، لذا تسارعت المصارف الى مواكبة التطورات الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتوفير خدمات مبتكرة بوسائل حديثة والتي تؤدي في النتيجة الى جذب الزبائن وتحسين جودة الخدمة المصرفية.

المطلب الأول: مراحل التطور التكنولوجي في العمل المصرفي

حصل في العمل المصرفي بين عام 1950 وعام 1970 ثلاثة تطورات مهمة، ابتدأت بإدخال المحترفين إلى العمل المصرفي أعقاب نهاية الحرب العالمية الأولى في عام 1914 زمن ثم دخول ثقافة البيع والتسويق ومن ثم مرحلة تنامي دور تكنولوجيا المعلومات المتقدمة، ولقد مر استخدام تكنولوجيا من قبل المصارف بست مراحل مهمة وهي:

1. مرحلة الدخول: وهي المرحلة التي دخلت فيها تكنولوجيا إلى الأعمال المصرفية بهدف إيجاد حلول للأعمال المكتبية الخلفية حيث بدأ المختصين في شؤون تكنولوجيا يدخلون الى المصارف لإيجاد الحلول التكنولوجية لمشاكل الأعمال المصرفية الخلفية مثل مشاكلات التأخير في إعداد التقارير المالية والتقارير المحاسبية ولم يكن هناك تدخل مباشر من قبل الإدارات الوسطى والعليا والتنفيذية سواء في الحلول المقترحة أو في كلفتها فكان المهم هو حل المشاكل المتعلقة بالعمل المصرفي؛

2. مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا: وهي المرحلة التي بدأت بتعميم الوعي بتكنولوجيا على كافة العاملين بالمصرف من خلال برامج تدريب تغلب عليها التقنية على حساب المعرفة بالأعمال وكانت مرحلة تحضير أوسع لدخول التكنولوجيا وتميزت هذه المرحلة بعدم وجود تدخل من قبل الإدارة الوسطى والعليا¹.

¹ سحنون خالد، تأثير تكنولوجيا المعلومات على مردودية البنزك دراسة حالة: مقارنة بين البنوك الجزائرية والبنوك الفرنسية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2016، ص93.

3. مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات الزبائن: وهي المرحلة التي بدأت فيها البنوك باستخدام التكنولوجيا في التوفير الفوري للخدمات المقدمة لزيائنها؛ وأصبحت هذه العملية ممكنة بفعل دخول صناعة الاتصالات الى العمل المصرفي، وتميزت هذه المرحلة ببدء اهتمام الإدارة العليا بالتكنولوجيا نظرا للتكاليف المتزايدة التي تتطلبها هذه المرحلة من جهة والتعقيدات التي نتجت عن سير العمل من جهة ثانية،

4. مرحلة ضبط التكاليف: وهي المرحلة التي تم بدأت البنوك فيها عملية ضبط الاستثمار في التكنولوجيا الأمر الذي استدعى الاستعانة بأخصائيين واستشاريين في شؤون التكنولوجيا من أجل المساعدة على فهم هذه التكنولوجيا، وبالتالي اكتشاف طرق الاستفادة منها بشكل يتلاءم والاستثمار فيها.

5. مرحلة اعتبار التكنولوجيا أصلا من أصول البنك: إن المرحلة السابقة وما لازمها من اهتمام كبير بمختلف نواحي التكنولوجيا ومن قبل جميع المسؤولين في البنك قد قاد الى هذه المرحلة باعتبار التكنولوجيا أصلا كباقي أصول البنك، وعليه يجب أن يجني هذا الأصل مردودا كباقي الأصول، وهنا بدأت إدارة التكنولوجيا؛

6. مرحلة اعتبار التكنولوجيا عملا ضمن أعمال البنك: وهي المرحلة التي بدأت فيها الإدارة الاستراتيجية للتكنولوجيا داخل البنك، والتي ارتكزت على تفعيل الإنتاجية على الصعيد العملي وتسويق التكنولوجيا على الصعيد الخارجي، وما عزز هذا الاتجاه العوامل التالية¹:

- أن التكنولوجيا لم يقتصر استخدامها كما في السابق على قطاع الأعمال الخلفية بل أنها تقدمت بسرعة الى الأعمال الأساسية للبنوك وعلى تنوعها،
- تصاعد أهمية الخدمات المصرفية بالتجزئة كميدان أساسي ضمن أعمال البنوك والتي تعتمد بشكل أساسي على التكنولوجيا المتقدمة،
- الاعتماد المتنامي للأعمال المصرفية على الوسائط الإلكترونية لتلبية احتياجات الزبائن المتنامية،

¹ حمو محمد؛ زيدان محمد، إدارة التكنولوجيا المصرفية من أجل تحسين تنافسية البنوك، مع الإشارة الى البنوك الجزائرية، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، 2016، ص 87.

- البحث المستمر من قبل البنوك عن الطرق الكفيلة بتحسين دخلها وبرحيتها الإجمالية، حيث أصبح واضحا أن استخدام التكنولوجيا المتقدمة على نحو رشيد يساهم في رفع الكفاءة التشغيلية للبنوك ويعزز فعالية إدارتها والرقابة على أعمالها،
- أن التكنولوجيا باتت أداة لضمان كفاءة وفعالية العمل على المستوى العام للبنك وتحديد نقاط القوة والضعف، لتمكين الإدارة من رسم وتنفيذ السياسات الكفيلة بالتغلب على نقاط الضعف وتصويب مسار العمل،
- الاهتمام الكبير للجنة بازل بمخاطر التشغيل وبالإدارة الاستراتيجية لمخاطر التكنولوجيا المصرفية للحيلولة دون فشل أو تعطيل أنظمة التكنولوجيا لما لذلك من انعكاسات سلبية على عمل البنوك.

المطلب الثاني: مفهوم جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية

يتوجه معظم عملاء المصارف في العصر الحالي لطلب الخدمات المصرفية الإلكترونية ليس فقط لمضامين دعائية وإنما لما تتصف به من جودة أفضل وسرعة إنجاز المعاملات المصرفية وسهولة في إبرام الصفقات التجارية خاصة في أوقات شح السيولة النقدية¹.

وبذلك تعرف جودة الخدمة من منظور الخدمة الإلكترونية بأنها: " التقييم والحكم الشامل للعملاء عن جودة للخدمات الإلكترونية المطروحة في السوق الافتراضي"، أما بالنسبة لجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية فتعرف بأنها: " ملائمة ما يتوقعه العملاء من الخدمة المصرفية المقدمة اليهم مع إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحصل عليها العملاء نتيجة حصولهم على الخدمة، لذا فالخدمة الجيدة من وجهة نظر العملاء هي التي تتفق مع توقعاتهم" ويقصد هنا تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية عن طريق الشبكة العنكبوتية الدولية الأنترنت كقناة تسويقية جديدة لها خصائصها الفريدة والمميزة لها عن بقية القنوات الاتصالية الأخرى التي تمتاز بالسرعة

¹ محمد، أبو خزام؛ عبدالله، محمد أمهل، قياس جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بالمصارف التجارية للبيبة من منظور العملاء، مجلة العلوم البحثية والتطبيقية، 2019، ص 75.

وانخفاض التكاليف، والتي تمثل استراتيجية التسويق المصرفي الإلكتروني، وتعمل على التحول من السوق المكاني الى السوق الفضائي.¹

كما يطلق بعض الدارسين على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية أو المؤتمتة عليها بأنها: "التقييم العام للعملاء لمدى امتياز الخدمة المقدمة عبر الشبكات (القنوات) الإلكترونية مثل الأنترنت، جهاز الصراف الآلي، والصيرفة الهاتفية"²

المطلب الثالث: مقاييس جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية

تعددت اسهامات الباحثين في ميدان تسويق الخدمات من حيث المقاييس المعتمدة في قياس جودة الخدمات الإلكترونية، منهم من حاول الإبقاء على الأبعاد الكلاسيكية للخدمة العادية وتكييف عناصرها لتستجيب لخصائص هذه الخدمة ومنهم من قدم نماذج مغايرة، حيث برزت في الأدبيات التسويقية ثلاثة مقاييس أساسية تعطي تصورات حول مستوى الجودة المدركة للخدمات الإلكترونية .

1-مقياس (webqual): ثم تطوير هذا المقياس واختباره في العديد من البحوث والدراسات التجريبية في ميادين مختلفة كالمكتبات الرقمية ومواقع البيع بالمزاد العلني ومختلف

أنواع التجارة الإلكترونية، حيث يقوم هذا المقياس على اختبار ثلاثة أبعاد أساسية هي سهولة استخدام الموقع، جودة المعلومات، جودة التفاعل،

2-مقياس (E Tailq): هو مقياس مطور انطلاقا من أبحاث مست العديد من التصنيفات واستقصاء الكثير من العينات الاستهلاكية للزبائن التي خلصت الى مقياس مكون من أربعة أبعاد: تصميم الموقع، خدمة الزبائن، الموثوقية أي الوفاء بالالتزامات، الأمان والخصوصية،

¹ صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات الماجستير، قسم إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2016، ص31.

² أبي محمود، جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها في رضا العميل، مجلة جامعة البعث للعلوم الإنسانية، 2016، ص5.

3-مقياس (Sitequal): هو مقياس يضم تسعة عبارات ويضم أربعة أبعاد تتمثل في سهولة الاستعمال والولوج

الى المعلومة، تصميم الموقع، السرعة في المعالجة، السرية في المعلومات المالية والشخصية.

يتضح من خلال المقاييس التي تم التطرق إليها أنه جودة الخدمة الإلكترونية هي: كيف يتم إيصال الخدمة باستخدام وسائط تكنولوجية وتصميم المواقع بالشكل الذي يسهل التعامل معها، والوفاء بالالتزامات تجاه كل الزبائن دون تمييز والمعالجة السرية للمعلومات الشخصية بكل سرعة وأمان.¹

المطلب الرابع: آثار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمات المصرفية

سارعت المصارف في العمل على تطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتوفير خدمات مبتكرة بوسائل تقنية حديثة. وذلك من اجل التمكن من تحقيق جودة الخدمة المصرفية ومراعاة مطلب الزبائن، مما يساهم في جذب الزبائن ويحقق الميزة التنافسية للمصرف.

ولهذا سنحاول في هذا المطلب ان نوضح العلاقة بين تكنولوجيا الاعلام والاتصال بجودة الخدمة المصرفية.

أولاً: علاقة تكنولوجيا المعلومات ببعيد الاعتمادية

يعمل البنك الكترونيا من خلال المواقع الالكترونية على سهولة اطلاع الزبون على حسابه ومعرفة الخدمات التي يطلبها في أي وقت ومكان، بالإضافة الى معرفة الأسعار ومواعيد الاستحقاق واجراء التحويلات البنكية، عرض الفواتير الالكترونية وتحصيلها، كما يقوم الزبون بطلب تغيير نوع الحسابات او الشيكات. كما تعمل تكنولوجيا المعلومات على بناء علاقات طويلة الأمد مع الزبائن ومعرفة كل احتياجاتهم للقيام بتلبيتها.

كما تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وسيلة فعالة لتحقيق الأتمتة الشاملة الى جانب نظم المعلومات، والذي ساعد في رقابة المصرف على الأداء وضبط جودة الخدمة المصرفية.

¹ بن موسى أعمر، علماوي أحمد، جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية كمدخل لبناء مزايا تنافسية للبنوك التجارية، مجلة دراسات اقتصادية، 2019، ص.ص 399-400.

✚ المورد البشري: هو تراكم ذهني للمعرفة في اذهان العاملين في المصارف، أي لهم القدرة على إيجاد نظم المعلومات والبرمجيات المستخدمة وغيرها من الأجهزة وذلك ما يسهل على الزبون الحصول على الخدمة المطلوبة. بالإضافة الى التزام البنك بالثبات في الأداء وإنجاز الخدمة بشكل سليم وتنفيذ وعوده نحو العميل.¹

✚ الصراف الآلي: تعمل البطاقة المصرفية لتجنب المشاكل والمحافظة على زبائنها، إذ انها عملت على ادخال التطورات التكنولوجية على أنظمة التخزين وقراءة المعلومات الموجودة في البطاقة لأجل تحقيق اعلى مستوى من الضمان والطمأنينة للمتعاملين بها، أي اعلان قبول الوفاء بهذه البطاقة من قبل الزبائن.

ثانيا: تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على بعد الامان

الامان هو خلو المعاملات المصرفية من الاخطاء والشك، كما يتضمن السرية والامان المالي والمادي² لتكنولوجيا المعلومات تأثير واضح على جودة الخدمات المصرفية، حيث تساهم في توفير عنصر الامان والراحة من خلال انظمة امان غير قابلة للاختراق يقوم بوضعها المصرف لتحمي الخدمات المصرفية الالكترونية على وجه الخصوص. كما يقوم بوضع نظام تشفير وبرمجيات الحماية والمحافظة على المعلومات الخاصة للزبون ويسهل الاطلاع عليها نذكر نظام سويتش كمثل على انظمة الحماية والامان في المصارف.

يجب توفير الخصوصية والسرية لزبائن المصرف في المواقع الالكترونية من خلال تحديد طريقة استخدام البيانات والمعلومات التي تخصهم، كذلك توقيت اجراء المعاملات الالكترونية، مما يجعل البنك قادر على الوثوق بسرية تعاملاتهم. كما ان التوقيع الالكتروني يمكن استخدامه من خلال بطاقات ماستر كارد والتي

¹ طارق قندوز، فعالية الابتكار التسويقي في تجويد الخدمة المصرفية، مجلة الابتكار والتسويق، العدد 2، سيدي بلعباس، الجزائر، ص280.

² بشير عبد الفدر ص 257

تعطي حماية جيدة، اما فيما يخص المعدات كالبطاقات الذكية فإنها تعطي حولا أفضل لسرية المعلومات الشخصية.

ثالثا: تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على بعد الاستجابة

تمثل سرعة الاستجابة في تقديم الخدمات المصرفية لتلبية رغبات وتوقعات الزبائن المتغيرة والمتجددة وذلك بتطوير المنتج المصرفي المقدم واستحداث أنشطة مصرفية تتماشى مع التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا، بمعنى القدرة على التعامل الفعال مع كل متطلبات الزبائن المختلفة والاستجابة لشكواهم واستفساراتهم والعمل على حلها بسرعة وهذا ما تقوم به تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتطورة فهي تسهل وتسرع التواصل مع الزبائن.

كما يعتبر وقت الانتظار من العوامل الهامة في الحكم على جودة الخدمة المصرفية بالنسبة للمنظمة ومتلقي الخدمة على حد سواء حيث يجب على المنظمة ان تعمل على تقليل وقت الانتظار وذلك باعتمادها على تكنولوجيا الاعلام والاتصال فهي تسهل التعاملات المصرفية وتسرع التواصل مع الزبون وهذا ما يجعل وقت الانتظار اقل ولا يشعر الزبون بالملل. على سبيل المثال تستخدم المنظمات لوحة الكترونية مضيئة لإعلان الوقت المتوقع للانتظار وبالتالي تكسب رضا الزبون.

رابعا: تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على بعد الملموسية

تتمثل تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجوانب الملموسة المتعلقة بجودة الخدمات المصرفية في التسهيلات المادية المتاحة لدى المنظمة الخدمية المصرفية كحداثة المعدات والاجهزة المستخدمة في اداء الخدمة وتتميز المظهر اللائق لمقدمي الخدمة وادوات ووسائل الاتصال المتطورة، بالإضافة الى ملائمة وجاذبية موقع المصرف عبر القنوات الالكترونية المختلفة (موقعه في شبكة الانترنت، الهاتف النقال...الخ)

حيث تشكل الملموسية في الخدمة المصرفية كافة المستلزمات المادية والتجهيزات ذات التماس المباشر مع عملاء المصرف¹.

ففي الكثير من الاحيان يلجأ العميل الى الحكم على جودة الخدمة من خلال الخصائص الشكلية المرافقة للخدمة كالتسهيلات المادية، التكنولوجيا المستخدمة في تقديم الخدمة المصرفية لما لها من انعكاسات النفسية الايجابية التي تعكس الصورة الذهنية للمنظمة المصرفية لدى الزبون².

خامسا: تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على بعد التعاطف

يتمثل التعاطف في احترام وتفهم والعناية بالمتعاملين وان تكون لمقدمي الخدمة مهارات الحوار والمعاملة الراقية مع كل الزبائن، وان يتميزوا باللطافة والمعاملة الجيدة عند مواجهة المشاكل وتقديم مختلف الارشادات اللازمة لتوفير راحتهم.

وتساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل واسع في تحقيق هذه المعايير من خلال اتاحة مختلف التقنيات والانظمة الحديثة في عرض الخدمات المصرفية كالصراف الآلي، الصيرفة عبر الانترنت، الصيرفة عبر الهاتف النقال، وغيرها من قنوات التوزيع وانظمتها المتنوعة. وقد ساهمت هذه الاخيرة في توفير عامل السرعة والدقة في الاداء خاصة انها لا تعتمد على العنصر البشري في تقديم الخدمة³.

¹ ميهوب سماح، اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية – دراسة نشاط البنك عن بعد-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة 2 ، 2014 ، ص138.

² بوعنان، نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، مرجع سابق، ص72.

³ ميهوب سماح، مرجع سابق، ص139.

خلاصة

ان جودة الخدمة تعتبر من الركائز الأساسية في البحوث والدراسات الاقتصادية والإدارية التسويقية، حيث من الضروري تطبيقها والتركيز عليها في المنظمة من اجل ضمان الاستمرارية في السوقين الاقتصادي والخدمي.

في هذا الفصل تمت دراسة المتغير التابع المتمثل في جودة الخدمة المصرفية، من خلال تطرقنا الى مفاهيم عامة حول جودة الخدمة المصرفية (مفهوم، مستويات، ابعاد، نماذج القياس) وذلك ضمن المبحث الأول. اما في البحث الثاني درسنا تطور العمل التكنولوجي في العمل المصرفي، وحددنا العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وجودة الخدمة المصرفية. من خلال المبحثين استخلصنا ما يلي:

- ✓ تعتمد جودة الخدمة بشكل مباشر على مقدم الخدمة وطريقته في تقديمها للزبون.
- ✓ تحقق جودة الخدمة المصرفية زيادة في أرباح المنظمة المصرفية وضمان استمراريتها، كما تساعد في تحقيق الميزة التنافسية.
- ✓ من اجل خلق قيمة للمنظمة وتحقيق حاجيات ورغبات الزبائن يجب توفر ابعاد الخدمة التي حددت ب (الاعتمادية، الاستجابة، الملموسية، الأمان، التعاطف).
- ✓ جودة الخدمة المصرفية هي العنصر الأساسي والضروري الذي يعمل على ربط المنظمة بزيائنها.
- ✓ تتأثر جودة الخدمات المصرفية بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل مباشر وواضح.

الفصل الثالث

دراسة ميدانية لمصرف الفلاحة والتنمية الريفية الجزائري
-وكالة بسكرة-

تمهيد

بعد التطرق في الجانب النظري لتأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحسين جودة الخدمة المصرفية، سنحاول في هذا الفصل التطبيقي اسقاط هذه المفاهيم ميدانيا، ونحاول التعرف على تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحسين جودة الخدمة المصرفية بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة -، لنتوصل في النهاية لإجابة على الإشكالية التي قمنا بطرحها في بداية دراستنا والتي تمثلت في:

ما هو تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحسين جودة الخدمة المصرفية؟

وكذا للتأكد من صحة الفرضيات المطروحة، ومن اجل ذلك قسمنا هذا الفصل الى 3مباحث متمثلة في:

المبحث الأول: تقديم مصرف الفلاحة والتنمية الريفية الجزائري

المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة وتحليلها.

المبحث الثالث: عرض نتائج الدراسة وتحليلها واختبار الفرضيات

المبحث الأول: تقديم مصرف الفلاحة والتنمية الريفية الجزائري

في هذا المبحث سنعرف بميدان الدراسة والمصرف محل الدراسة كما نذكر اهم الخدمات التي يقدمها

المطلب الأول: لمحة عن مصرف الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)

نتطرق في هذا المطلب للمحة عن المصرف محل الدراسة نشأته وتاريخه وهيكله التنظيمي

أولاً: نشأة وتاريخ المصرف

بموجب المرسوم رقم 82-106 المؤرخ في 13 مارس 1982 الذي صدر في الجريدة الرسمية رقم 11 في 16 مارس 1982، وضمن إطار سياسة إعادة الهيكلة التي تبنتها الدولة أسس مصرف الفلاحة والتنمية الريفية.

حيث جاء في المادة الأولى " ينشأ بنك للإيداع والتنمية يدعى بنك الفلاحة والتنمية الريفية، ويسمى في صلب النص البنك الفلاحي"

كما يندرج مصرف الفلاحة والتنمية الريفية ضمن قائمة البنوك باعتباره مؤسسة مالية وطنية، ويتمتع بالشخصية المدنية والاستقلال المالي ويعد تاجراً في علاقاته مع الغير. مقره الرئيسي "البليدة" ويفتح فروعاً ووكالات او مكاتب وشبابيك في إطار التنظيم اللامركزي.¹

تحول مصرف الفلاحة والتنمية الريفية بعد سنة 1988 في إطار الإصلاحات الاقتصادية الى شركة مساهمة ذات رأس مال قدره 22 مليار دينار جزائري، مقسم الى 2200 سهم بقيمة 1000000 دج للسهم الواحد. ولكن بعد صدور قانون النقد والقرض في 14 افريل 1990 الذي منح استقلالية أكبر للمصارف والغي من خلاله

¹ مرسوم رقم 82-106 المؤرخ في 13 مارس 1982 المتعلق بإنشاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية، الجريدة الرسمية العدد 11، 16/03/1982 المادتين 2 و

نظام التخصص، أصبح مصرف الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من المصارف التجارية في المهام (منح قروض، تشجيع الادخار)

اما حاليا فيقدر رأس ماله بحوالي 33 مليار دج موزع على 3300 سهم بقيمة 1000000 دج لكل سهم مكتتبه كلها من طرف الدولة. وحتى يتسنى للمصرف القيام بمهامه على أكمل وجه فقد ورث عن البنك الوطني الجزائري 18 مديرية جهوية و140 وكالة، وفي جانفي من سنة 1985 كان له 29 مديرية جهوية و173 وكالة¹، ويتميز بقوته على المنافسة القوية في السوق المصرفية، حيث أصبح يتربع على حوالي 293 وكالة و39 مديرية مؤطرة بحوالي 7000 عامل ما بين اطار وموظف موزعين عبر الوطن.

في الفترة بين 2000-2004 ساهم مصرف الفلاحة والتنمية كغيره من المصارف العمومية في تمويل ودعم الاستثمارات المنتجة ودعم برنامج الإنعاش الاقتصادي والتوجه نحو تطوير قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمساهمة في تمويل قطاع التجارة الخارجية وفقا لتوجهات اقتصاد السوق، الى جانب توسيع تغطيته لمختلف مناطق الوطن وذلك عن طريق فتح المزيد من الوكالات.

وفي عام 2004 عرف المصرف ادخال تقنية جديدة تعمل على سرعة تنفيذ العمليات المصرفية تتمثل في عملية نقل الشيك عبر الصورة، فبعد ان كان يستغرق وقت تحصيل شيكات المصرف مدة قد تصل الى 15 يوما، أصبح بإمكان الزبائن تحصيلها في وقت ويعتبر مصرف بدر سابقا بهذا الإنجاز في المجال المصرفي الجزائري. كما عمل مسؤولو المصرف خلال 2004 على تعميم استخدام الشبايبك الآلية للأوراق النقدية Les Guichets Automatiques des billets المرتبطة ببطاقات الدفع.

¹ تقرير نشاط بنك بدر، 2002، ص02

عام 2016: تم اعتماد خدمة التوطين الالكتروني او ما يعرف ب pré domiciliation، وذلك تماشيا مع تعليمات البنك المركزي للتقليل من مخاطر التجارة الخارجية وضمان السير الجيد لعملياتها ومنع تبييض الأموال وتهريبها نحو الخارج خاصة مع الظروف التي يمر بها الاقتصاد الوطني وتدهور قيمة الدينار

المطلب ثاني: مهمة واهداف مصرف الفلاحة والتنمية الريفية الجزائري

أنشئ مصرف "BADR" بقرار سياسي للاستجابة لحاجة الاقتصاد الوطني، وضمان الاستقلالية الاقتصادية للبلد والنهوض بالمستوى المعيشي لسكان الريف. حيث تتمثل مهامه الأساسية في:

- ✚ معالجة كل عمليات القرض، الصرف، والخزينة.
- ✚ فتح حسابات لكل شخص يرغب في ذلك.
- ✚ استقبال الودائع تحت الطلب والودائع لأجل¹.
- ✚ تنمية موارد المصرف عن طريق عمليتي الادخار والاستثمار.
- ✚ تقسيم السوق المصرفية والتقرب أكثر من ذوي المهن الحرة.
- ✚ المساهمة في تنمية القطاع الفلاحي والقطاعات الأخرى
- ✚ تأمين الترفقيات الخاصة بالنشاطات الفلاحية وما يتعلق بها.
- ✚ تطوير شبكته ومعاملاته النقدية.
- ✚ الاستفادة من التطورات العالمية في المجال المصرفي.
- ✚ إعادة تنظيم إدارة القروض.
- ✚ تحديد ضمانات متصلة بحجم القروض وتطبيق معدلات فائدة تتماشى وتكلفة المورد.

اما بالنسبة لأهداف مصرف الفلاحة والتنمية الريفية(BADR) تتمثل في:

¹ بنشوري عيسى، دور التسويق بالعلاقات في زيادة ولاء الزبون – دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) المديرية الجهوية ورقلة، مذكرة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح، 14 ماي 2009، ص103.

✚ توسيع وتنويع مجالات تدخل المصرف كمؤسسة مصرفية شاملة.

✚ تحسين نوعية وجودة الخدمات.

✚ تحسين العلاقات مع الزبائن.

✚ الحصول على أكبر حصة من السوق.

✚ تطوير العمل المصرفي قصد تحقيق اقصى درجة من الربحية.

✚ رفع حجم الموارد بأقل تكاليف.

✚ توسيع نشاطات المصرف فيما يخص التعاملات¹.

المطلب الثالث: مصرف الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة -

أولاً: تاريخ نشأة فرع المصرف في ولاية بسكرة

تأسست وكالة بسكرة سنة 1982 بعد إعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري، وتتبع إداريا المديرية الجهوية لولاية بسكرة ويرمز لها برقم 393. كما تعتبر ولاية بسكرة من المناطق الفلاحية المهمة في الجزائر، لذا فإن إنعاش الفلاحة فيها لا يكون إلا بعمليات تمويل كبيرة تتولى الدولة توفيرها، والذي يقع مقره بشارع ابن باديس، يوظف حاليا 32 عاملا، ويشرف على 9 وكالات تضم الدوائر التالية: بسكرة قمار، الوادي، - المغير، الدبيلة، أولاد جلال، طولقة، سيدي عقبة، جامعة، وكل وكالة من هذه الوكالات لها صلاحية محدودة.

إلا أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية لا يقتصر في نشاطه على المجال الفلاحي فقط بل يقوم بكل الوظائف من منح التسهيلات الائتمانية، عمليات الادخار بأنواعها (بالفوائد وبدون فوائد)².

ثانياً: الهيكل التنظيمي لمصرف (BADR) - وكالة بسكرة -

¹ بن واضح هاشمي، لغدور صورية، القرارات التسويقية المتعلقة بالمزيج التسويقي المطبق في بنك الفلاحة والتنمية الريفية، ص04.
² معلومات داخلية من وكالة المصرف في ولاية بسكرة.

سنتعرف على الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية، وكافة المصالح الموجودة بها وهي كالاتي:

✓ **مصلحة القروض:** تختص هذه المصلحة بكل العمليات المتعلقة بمنح القروض بشتى أنواعها كما تتولى

دراسات ملفات القروض وتقديمها حسب المبالغ إلى لجان القرض وتتكون هاته المصلحة من ثلاث

فروع:

• **فرع القروض الفلاحية:** وهو متخصص في منح القروض للفلاحين.

• **فرع القروض التجارية:** وهو مكلف بمنح القروض للتجارة.

• **فرع الإحصائيات:** وهو يتولى القيام بالإحصائيات السنوية أو الشهرية المتعلقة بالقروض الممنوحة.

✓ **مصلحة الصندوق:** تتولى هذه المصلحة القيام بالمهام التالية

• فتح الحسابات للزبائن.

• قبول الودائع.

• اجراءات عمليات الدفع على الحسابات.

• اجراءات عمليات السحب على الحسابات.

وتتم عملية الدفع و السحب بشبابيك خاصة أما عن هذه المصلحة فتضم نوعين هما:

- **فرع الحافظة:** ويتولى القيام بالمهام التالية:

• **عملية المقاصة:** وتتم هذه العملية في غرفة المقاصة بالمصرف المركزي أي تتم عميلة التقاص

بين شبكات مختلفة.

• **فرع التحويلات:** يعمل هذا الفرع على تحويلات مختلفة من حساب الأخر لصالح عملاء

المصرف

✓ **مصلحة العمليات الأجنبية:** تختص هذه المصلحة بالعمليات التالية:

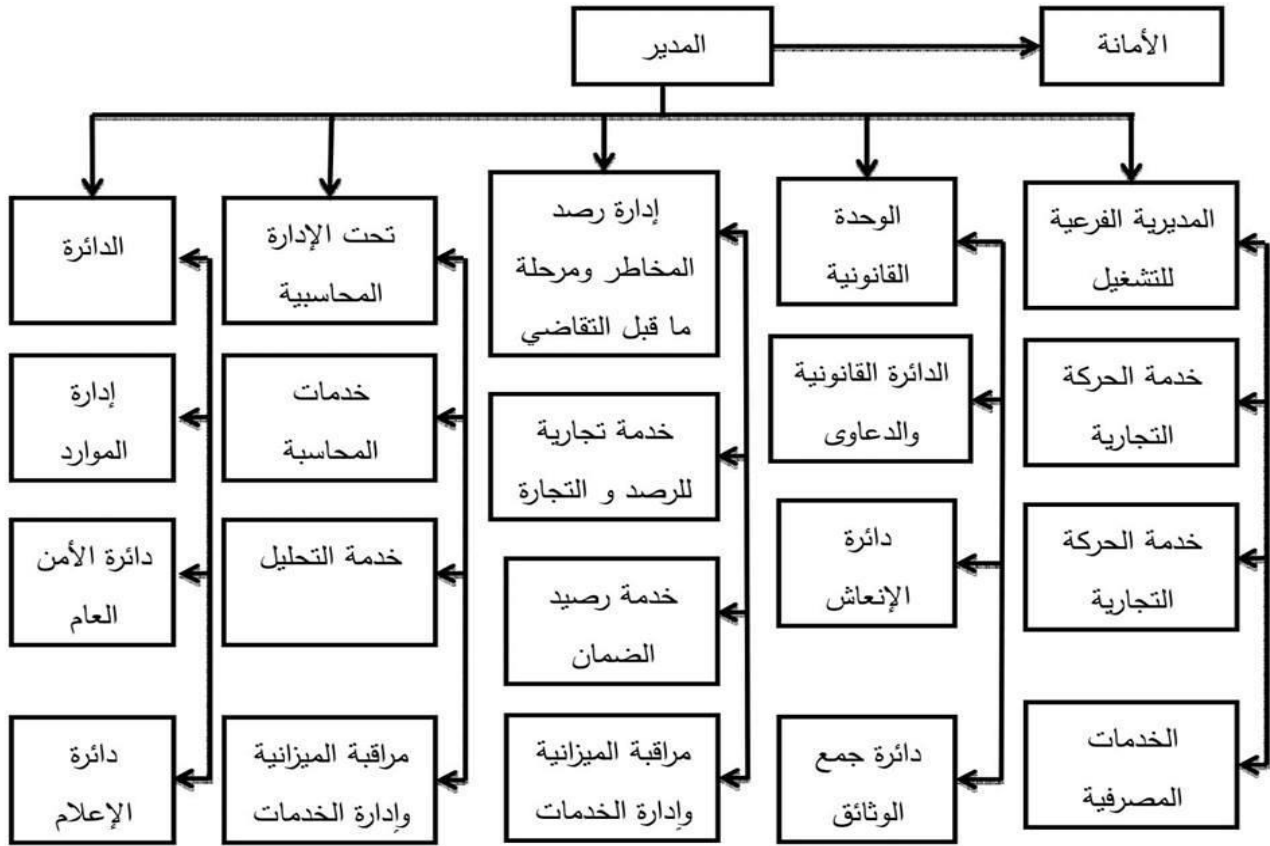
- القيام بعمليات التجارة الخارجية عن طريق الدفع عن المصدر أو المستورد من خلال فتح الاعتماد المستندي أو خطابات الاعتماد
- القيام بعمليات التوطين المصرفي.
- التحويلات المختلفة للأموال من وإلى الخارج.
- اجراء إحصائيات مختلفة متعلقة بالعمليات الأجنبية إضافة إلى الم ارجع وتصفية الحسابات.

✓ **مصلحة مراقبة الأمور الإدارية:** تهتم هذه المصلحة بالشؤون التالية:

- الموارد البشرية وكل ما يتعلق بأجورهم وعطلهم والمكافآت الخاصة بهم، وكذا الدورات التكوينية المنظمة لأجلهم.
- الأمن والأرشيف والرقابة الداخلية.
- الإعلانات، الاحتياجات والدعاوي وغيرها من المهام الأخرى.

والشكل الموالي يوضح الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية Badr بسكرة:

الشكل رقم (04): الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة - بسكرة-



المصدر :معلومات مقدمة من طرف بنك Badr وكالة بسكرة رقم 393، 201

المطلب الرابع: الخدمات المقدمة في المصرف

بالإضافة الى الوظائف التقليدية التي يقوم بها أي مصرف تجاري، فان مصرف الفلاحة والتنمية الريفية يسعى الى تقديم منتجات وخدمات مصرفية متميزة مما يكسبه ميزة تنافسية تجعله قادرا على المنافسة والمحافظة على حصته في السوق المصرفية. وفي هذا المطلب سنعرض على اهم الخدمات والمنتجات المصرفية التي يقدمها المصرف محل الدراسة.

❖ الخدمات المصرفية التقليدية

يقدم مجموعة من الخدمات التقليدية نذكر منها:

✚ الحساب الجاري: يفتح هذا الحساب للأشخاص الطبيعيين والمعنويين وهي حسابات مرتبطة بالأنشطة التجارية.

✚ حساب الصكوك (الشيكات): حسابات مفتوحة امام الجميع الافراد او الجماعات التي لا تمارس أي نشاط تجاري.

✚ ودائع لأجل ثابتة: حسابات مفتوحة لصالح الأشخاص الراغبين في الحصول على فوائد مقابل تجميد مبلغ معين يسحب عندما يحين اجل استحقاقه ولا يمكن سحبه قبل التاريخ المحدد. وهو قسمين

- ودائع تحت الطلب

- سند الصندوق: هي سندات اسمية يقدمها المصرف لمكتتب السند لمدة ادناها ثلاثة أشهر واقصاها أربع سنوات بمعدل تناسبي مع مدة الايداع.

✚ دفتر التوفير: عبارة عن خدمة مصرفية تمكن الراغبين في ادخار أموالهم الفائضة عن حاجاتهم على أساس فوائد محددة من طرف المصرف او بدون فوائد حسب طلب الزبون ورغبته

✚ دفتر التوفير للأشبال: يفتح للأطفال اقل من 19 سنة، ويتم الإيداع فيه بطريقتين:

- الإيداع النقدي

- الإيداع الآلي النقدي: هنا تم باقتطاع تلقائي من راتب الولي بناء على طلبه.

وعند تجاوز الشخص سن 19 سنة يتقدم صاحب الحساب الى المصرف بطلب غلق الحساب وأخذ المبلغ او تحويله لحساب آخر.

✚ اذونات الصندوق (les Bons de caisse): عبارة عن تفويض لأجل للأشخاص المعنويين والطبيعيين ويكون باسم المكتتب او لحامله.

❖ منتجات مصرفية في صورة قروض:

تتمثل فيما يأتي:

✚ القروض الموجهة للاستهلاك: منتج مصرفي دخل السوق في جوان 1999 بإشراف من المصرف

بهدف مساعدة المواطنين ذوي الدخل المحدود والثابت في اقتناء منتجات الاستهلاك الدائمة، حيث تتم

العملية عن طريق اتفاقية يعقدها المصرف مع الباعة الخواص في مدة تتراوح بين 12 و36 شهرا.

✚ القرض الموجه للسكن: دخلت هذه الخدمة السوق في نهاية التسعينات، وكان الهدف منها مساعدة

الأشخاص الطبيعيين ذوي الدخل الثابتة في بناء، ترميم، توسيع أو شراء سكنات فردية مقابل فترة

تسدید تمتد على 20 سنة بفوائد متفق عليها بين المستفيد والمصرف، تكون في العادة خاضعة للتغيير

والتعديل.

✚ القرض الايجاري: تم اعتماد هذا القرض الايجاري الذي خص به في البداية العتاد الفلاحي، مدته تصل

الى 15 سنة.

✚ القرض الاستثماري: الى جانب المساهمة الكبيرة لمصرف بدر في التنمية الاقتصادية من خلال منح

القروض لمختلف الاعوان الاقتصاديين، قام المصرف عام 2000 بعرض منتجات مصرفية جديدة في

صورة قروض استثمارية موجهة الى فئات معينة لتشجيعهم في حياتهم المهنية كقروض الاستثمار في

القطاع الصحي (أطباء، صيادلة)، في مجال الصيد البحري، وأيضا قروض في المجال الفلاحي

(تقنيون، مهندسون في الزراعة) ... الخ.

✚ القروض العقارية: هي الموجهة لبناء السكن الريفي، حيث ان مصرف (BADR) بصدد اعداد دراسة

لتفعيل منح القروض العقارية لبناء السكن الريفي ويتزامن ذلك وصدور المرسوم الخاص بمنح الفوائد

الميسرة للقروض العقارية منها تلك المتعلقة بالسكنات الريفية، ويركز المصرف على القطاع الفلاحي

وعلى تنمية الريف والصيد البحري الى جانب القطاعات الأخرى أيضا.

✚ قروض لتشغيل الشباب: يقدم المصرف بالتعاون مع وكالة الوطنية لتشغيل الشباب (Ansej) قروضا للشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 19 و 35 سنة عندما يولد الاستثمار ثلاثة مناصب عمل دائمة على ان يكون اقصى عمر مدير المشروع 40 سنة.

❖ ثانيا: اهم المنتجات والخدمات المصرفية الحديثة المقدمة في مصرف (BADR)

يقدم عدة منتجات وخدمات حديثة منها:

✚ بطاقة بدر (Carte Badr): منتج طرح في السوق منتصف التسعينات من القرن الماضي، يسمح

لعملاء المصرف بسحب أموالهم باستخدام الموزعات الآلية للأوراق النقدية التي عادة ما تقع خارج مبنى المصرف، وباستخدام شبابيك الية التي تشرف عليها شبكة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك (SATIM) وكان مصرف بدر صاحب اول بطاقة سحب في الجزائر سنة 1994، ولكن تم توقيف العمل بهذه البطاقة واستبدالها ببطاقة (CIB) ما بين المصارف.

✚ بطاقة CIB: هب عبارة عن بطاقة مصرفية تستخدم في عملية التبادل وهي خاصة بجميع

المصارف، إلا أن مدة صلاحيتها عامين ابتداء انشائها ويمكن استخدامها ما بين المصارف فهي موصلة بشبكة النقد وجهاز الدفع الإلكتروني (TPE) وهي نوعان:

- كلاسيكية، خاصة بالإجراء.

- ذهنية، خاصة بالتجار.

ومن أهم مزايا، أنها سهلة الاستعمال ومريحة في نفس الوقت، كما أنها توفر حماية جديدة لكونها بطاقة رقمية.

✚ بدر للاستشارة (BADR consulte): وهي نوع من الخدمات وضعت في متناول عملاء المصرف، تسمع للشركات الكبرى بالدخول إلى حساباتها للاطلاع على الرصيد عن بعد، وهي بذلك توفر على العملاء الذهاب لمقرات المصرف للحصول على أرصدهم.

✚ الخدمات عن بعد (Télétraitement): تم ادخال هذه الخدمة في 1996، وهي خدمة تسمع بمعالجة مختلف العمليات المصرفية خلال وقت سريع وحقيقي، خاصة بعد ادخال تقنية جديدة تعمل على تحصيل الشيكات الخاصة بمصرف بدر وهي عملية نقل الشيك عبر الصورة.

✚ خدمة بدر اتصال: متمثلة في انشاء المركز خاص باستقبال انشغالات الزبائن واستفساراتهم مثلا: كيفية الحصول على قرض التحدي؟

وهذا المركز يعمل من الاحد الى الخميس من الساعة 08.00 صباحا الى 16.30 مساء، رقم الهاتف: 021428428.

✚ خدمة نقطة الدفع الإلكتروني: جهاز يتحصل عليه التاجر من المصرف بإمضاء عقد بين الطرفين ويستعمل من اجل تسوية عملية البيع الالكترونية باستعمال بطاقة CIB.

✚ ارسال الشيك عبر الصورة (chèque des scanner): وهي تقنية جديدة بدأ العمل بها في مطلع سنة 2004، تسمح لعملاء مصرف الفلاحة والتنمية الريفية الذين يحملون شيكات موطنة في أي وكالة من وكالات المصرف بتحصيل شيكاتهم نقدا خلال 48 ساعة، عكس السابق حيث كان ينتظر العملاء مدة قد تصل إلى 15 يوما للحصول على قيمة الشيك. لقد لقي تطبيق هذه التقنية استحسان وارتياح عملاء مصرف Badr -، كما اعتبر مسئولو البنك أن هذه العملية هي بداية لسلسلة من الاجراءات سوف يتم تجسيدها على أرض الواقع في المستقبل القريب.

✚ خدمات الصندوق الآلي (La Caisse Automatique) : بدأ العمل بهذه الخدمة في بداية عام 2000، بموجب هذه العملية يتم سحب الأوراق النقدية بطريقة آلية بعد أن كان يتم اجراءها بطريقة

عادية، ومن إيجابيات هذه العملية أنها تقلص من عدد العمليات ومن زمن العملية وتقضي على ظاهرة الطوابير. وتتم هذه العملية آليا عن طريق الموزعات الآلية للنقود الورقية التي تعد من أهم الوسائل لعصرنة القطاع البنكي وتحسين نجاعته، على اعتبار أنها تخفف الضغط على الوكالات البنكية، كون عددا مهما من أصحاب الحسابات سيلجؤون إلى أجهزة التوزيع الآلي المجاورة لسكناهم أو مقرات عملهم لسحب النقود، مما يجعل الوكالات تتجه كما هو معمول به في الدول المتقدمة إلى نشاطها الرئيسي وهو منح القروض والتحويلات.

✚ سياسة البنك الجالس (banque assise) : قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية في إطار تبني

استراتيجية تطوير الخدمات المصرفية، بتبني سياسة البنك الجالس في محاولة إعطاء قفزة نوعية جديدة فيما يخص استعمال الأساليب والطرق التسييرية والتسويقية الحديثة، خاصة مع التوجه الجديد للدولة وسياستها على المستوى الاقتصادي والاجتماعي، ولأجل مواجهة المنافسة المتجسدة في وجود بنوك محلية وأخرى أجنبية، إضافة إلى وعي وإدراك مسؤولي المصرف لأهمية العلاء والعمل على إشباع حاجاتهم وارضائهم بصفة دائمة، تهدف سياسة البنك الجالس مع خدمات مصرف الفلاحة والتنمية الريفية إلى تبني شكل تنظيمي جديد يستجيب للحقائق الاقتصادية ومتطلبات الزبائن، الذي يكون ضمن تغيير شامل يشمل التنظيم، التطبيقات العملية، الذهنيات والسلوكيات. وتظهر أهمية هذه الخدمة الجديدة (البنك الجالس) التي أطلقها بنك الفلاحة والتنمية الريفية والتي تعتبر صورة من صور التطور في العمل المصرفي في زيادة وتحسين أداء المصرف من خلال جذب أكبر عدد من العملاء للتعامل مع البنك، وكذا زيادة موارد المصرف وأرباحه عن طريق كثافة العمليات المصرفية و تحقيق قدرة تنافسية مع إعطاء صورة حسنة عن المصرف

✚ الخدمات المشخصة (Les Services Personnalisés) : تمثل الخدمات المشخصة مجمل

الخدمات التي يقدمها البنك والتي بإمكان أي موظف مؤهل تقديمها للعميل، ومن أجل تحقيق ذلك قام

البنك بتكوين أطره للتمكن من أداء جميع العمليات المصرفية من جوانبها الفنية والعملية، إلى جانب تكوينهم وفق منظور جديد ومتطور يهدف إلى الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وجذب عملاء جدد، حيث عمل البنك على الروح التسويقية لدى كوادره والمعروفة ب S.E.C.A.M والتي تعني البساطة، الاستماع، الإبداع، التكيف وطرق أداء الخدمات. وقد حققت هذه الخدمة للمصرف ميزة تنافسية أهلتها لاحتكار % 30 من السوق المصرفية الجزائرية.

🚩 **خدمة بدر. نات BADR NET:** عقد بين الزبون والمصرف من أجل كشف حساب عن طريق الانترنت وتمكن هذه الخدمة التجار من دفع أجور مستخدميهم.

🚩 **صيرفة التأمين (التأمين المصرفي Bancassuran):** تعتبر من أحدث التقنيات أو الخدمات في مجال البنوك وفي مجال إدارة التأمين، وهذا لتشجيع العمل بين البنوك وشركات التأمين وتوفير الخدمات التأمينية على مستوى شبابيك البنوك والهيئات المالية. ويقصد بها استعمال منتجات التأمين في فروع البنوك والمؤسسات المالية أو أنها بيع المنتجات التأمينية من خلال قنوات التوزيع في البنوك (هذه المنتجات بدأت بمنتج التأمين على الحياة).

فقد عرفت وكالات بنك الفلاحة والتنمية الريفية-Badr- بداية شهر جويلية 2009 تسويق خدمات التأمين التي تقدمها الشركة الوطنية للتأمين (SAA) بموجب اتفاق وقع بين الطرفين(BANQUESAA/BADR)، وسيتم تعميم العملية على كامل وكالات البنك لاحقا بعد استكمال برنامج التكوين الذي سيتم تنظيمه لفائدة إطارات البنك. كل هذا سيتم في إطار القانون الجديد المتمثل في اتفاقية توزيع منتجات التأمين من طرف البنوك المؤرخ في ماي 2007، وتعتبر هذه الاتفاقية أول شراكة من نوعها يوقعها بنك الفلاحة والتنمية الريفية، انطلقت في البداية بالتأمين على الأشخاص والتأمين على الحياة والقروض، التأمين على المساكن وعلى الكوارث الطبيعية، وتخص أيضا التأمينات على المخاطر الفلاحية.

✚ شركة " الجزائر استثمار ": في سنة 2011- تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية لخدمة جديدة (منتوج مالي جديد) عن طريق شركة جديدة هي " الجزائر استثمار " وهي شركة رأس مال استثماري، أنشئت بمبادرة بنكين عموميين هما بنك الفلاحة والتنمية الريفية والصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، معتمدة من طرف وزارة المالية منذ 11 ماي 2010 يبلغ رأسمالها 1 مليار دج موزع كالتالي % 70 :لبنك الفلاحة والتنمية الريفية و % 30لصندوق الوطني للتوفير والاحتياط.

✚ بطاقة السحب TAWFIR : خاصة لحاملي دفاتر التوفير، هي بطاقة بلاستيكية تستخدم لسحب النقود، وقد دخلت هذه البطاقة حيز الخدمة في سنة 2012 التي تسمح بتحويل أموال العملاء من حسابهم الجاري لدفتر الاحتياط والادخار عن طريق الموزعات الآلية النقدية دون التنقل إلى وكالات البنك، ومن جهة أخرى فالفئة المستفيدة من خدمات بطاقة " توفير " يشترط على أصحابها حيازتهم على دفتر ادخار على مستوى بنك-Badr- سواء الخاضع لمعدلات فائدة أو دونها.

إلى جانب ذلك قام البنك بطرح منتجات مالية جديدة في صورة قروض منها:

✚ تسبيقات على قروض الاستغلال (Avance d' Exploitation Garantie) : كما قام مصرف الفلاحة والتنمية الريفية بتقديم خدمة جديدة، وهو قرض استغلالي قصير الأجل قابل للتجديد يقدم بناء على ضمان عقاري أو قيم مالية من الدرجة الأولى وقد تصل قيمة القرض إلى % 50 من قيمة الضمان.

✚ القرض الرفيق (CREDIT RFIG) : أطلق مصرف-Badr- سنة 2008 خدمة جديدة وهي عملية منح "القرض الرفيق" بناء على اتفاقية بين كل من وزارة الفلاحة ومصرف الفلاحة والتنمية الريفية، كما أن الفوائد المترتبة عن منح هذا النوع الجديد من القروض التي تدخل في إطار "برنامج مرافقة نشاط المستثمرين الفلاحين" بنسبة % 5.5 سيتم تحمل أعبائها من طرف وزارة الفلاحة بشرط أن يقوم

المستفيد بتسديد القرض في المهلة المقدرة بسنة والتي يمكن تمديدتها في حالات استثنائية إلى سنة ونصف.

✚ **قرض التحدي (CREDIT ETTAHADI) :** قرض التحدي هو قرض ميسر بشروط ميسرة، تم اعتماده في 2011 ، يمنح بموجب اتفاقية للأشخاص الطبيعيين والأشخاص المعنويين الذين يقدمون دفتر شروط صحيح وقانوني من طرف الهياكل المخول لها بذلك مثل وزارة الفلاحة والتنمية الريفية، المكتب الوطني للأراضي الزراعية، يمنح هذا القرض بمعدل فائدة (% 0 قرض ميسر) % 100 خلال ثلاث سنوات الأولى، ثم يصبح انطلاقا من السنة 4 إلى السنة 5 ، ثم يرتفع إلى % 3 من السنة 6 وحتى 7 ، ثم انطلاقا من السنة الثامنة الاستفاداة تتجاوز بالكامل سعر الفائدة.

✚ **قرض الفدرالي (CREDIT FEDERATIF) :** تم اعتماده في 2011 ، وهو قرض موسمي مدته من 06 أشهر إلى 24 شهرا، وهو قرض ميسر % 100 ، يوجه هذا القرض للمؤسسات الاقتصادية والتعاونيات أو التجمعات الزراعية مختلفة الفروع الزراعية أو شبه الزراعية، التي تمارس الأنشطة التالية :إنتاج الحليب، الحبوب، الزيتون وزيت الزيتون، العسل، تحويل الطماطم الصناعية، وحدات صناعة العجائن الغذائية، شروط تصدير التمور، إنشاء وحدات تربية الدواجن... الخ

✚ **مصرف-Badr- يحضر لمنح قروض غير ربوية:** تدرس المصارف الجزائرية ومنها مصرف الفلاحة والتنمية الريفية كذلك مشروع إطلاق منتجات إسلامية، في اتجاه لتنوع منتجاتها، فبعد زيادة الطلب عليها في السوق المالي الوطني والتأكد من ربحيتها، فالعديد من البنوك العمومية تحضر حاليا لمنح قروض غير ربوية وتسويقها على مستوى الشبابيك خاصة في الوكالات المصرفية.

المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة وتحليلها

تمت الدراسة في مصرف الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-، حيث اقتصرت الدراسة على زبائنه ببسكرة فقط، وكانت فترة الدراسة طوال فترة الفصل الثاني لسنة الدراسة 2019-2020، وذلك لمعرفة العلاقة بين

تكنولوجيا المعلومات والاتصال (كمتغير مستقل) وجودة الخدمة المصرفية بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة (كمتغير تابع)، وكان الهدف من القيام بالدراسة الميدانية هو تقديم عرض تحليلي لواقع تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة المصرفية بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية -بسكرة-، لتوصل إلى معرفة مدى التفاوت في مستوى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة المصرفية ، وذلك باستخدام أدوات بحث مناسبة كالاستبيان .

المطلب الأول: منهج الدراسة

من أجل تحقيق أهداف هذا البحث قمنا باستخدام المنهج الوصفي والتحليلي، والذي يعتبر طريقة للبحث تتناول أحداث وظواهر وممارسات موجودة ومتاحة للدراسة والقياس من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها كما يعتبر من أنسب المناهج وأكثرها استخداما في دراسة الظواهر الإنسانية والاجتماعية، ويتسم المنهج الوصفي التحليلي بالواقعية لأنه يدرس الظاهرة كما هي في الواقع، ويستخدم مختلف الأساليب المناسبة من كمية وكيفية للتعبير عن الظاهرة وتفسيرها من أجل التوصل الى فهم وتحليل الظاهرة المبحوثة، وبغرض التعرف على تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة المصرفية لدى زبائن مصرف الفلاحة والتنمية الريفية -بسكرة- ، حيث اعتمد هذا البحث على نوعين أساسيين من البيانات:

1. البيانات الأولية

تم الحصول عليها من خلال تصميم استبانة وتوزيعها على عينة من مجتمع الدراسة، ومن ثم تفرغها وتحليلها باستخدام برنامج Spss.V20 (Statistical package for Social Science) الإحصائي وباستخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة بهدف الوصول إلى الدلالات ذات قيمة، ومؤشرات تدعم موضوع البحث.

2. البيانات الثانوية

تم الحصول عليها من خلال مراجعتنا للكتب والدوريات والمنشورات الورقية والإلكترونية والرسائل الجامعية والملتقيات والمقالات المتعلقة بالموضوع قيد البحث سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، والتي ساعدتنا في جميع مراحل البحث، والهدف من خلال اللجوء للمصادر الثانوية في هذا البحث، هو التعرف على الأسس والطرق السليمة في كتابة الدراسات، وكذلك أخذ تصور عام عن آخر المستجدات التي حدثت وتحديث في مجال بحثنا الحالي.

المطلب الثاني: مجتمع وعينة البحث والوصف الإحصائي لها وفق الخصائص الشخصية

أولاً- مجتمع وعينة البحث

يعرف مجتمع الدراسة بأنه يشمل زبائن مصرف الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة، وذلك من أجل التقرب نحو الأفراد لتكملة الجانب الدراسي النظري لموضوعنا محل الدراسة، ومعرفة مدى توافق الجانب النظري بالواقع العلمي، ونظرا لكبر حجم المجتمع تم اختيار عينة عشوائية مكونة من 70 زبون للمصرف حيث تم توزيع 70 استبانة عليهم عبر الزيارة الميدانية، وبعد مراجعة الاستبيانات تم قبول 40 استبيان صالح لعملية التحليل الإحصائي،

ثانياً- الوصف الإحصائي لمجتمع و عينة البحث وفق الخصائص الشخصية والوظيفية

فيما يلي سوف نتطرق إلى دراسة خصائص أفراد مجتمع و عينة البحث من خلال تحليل الجزء الأول من الاستبانة والذي يضم البيانات الشخصية والوظيفية للمبحوثين:

1- توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

من خلال الجدول والشكل البياني سوف يتم التعرف على توزيع مفردات العينة وفقا للجنس (ذكر/أنثى).

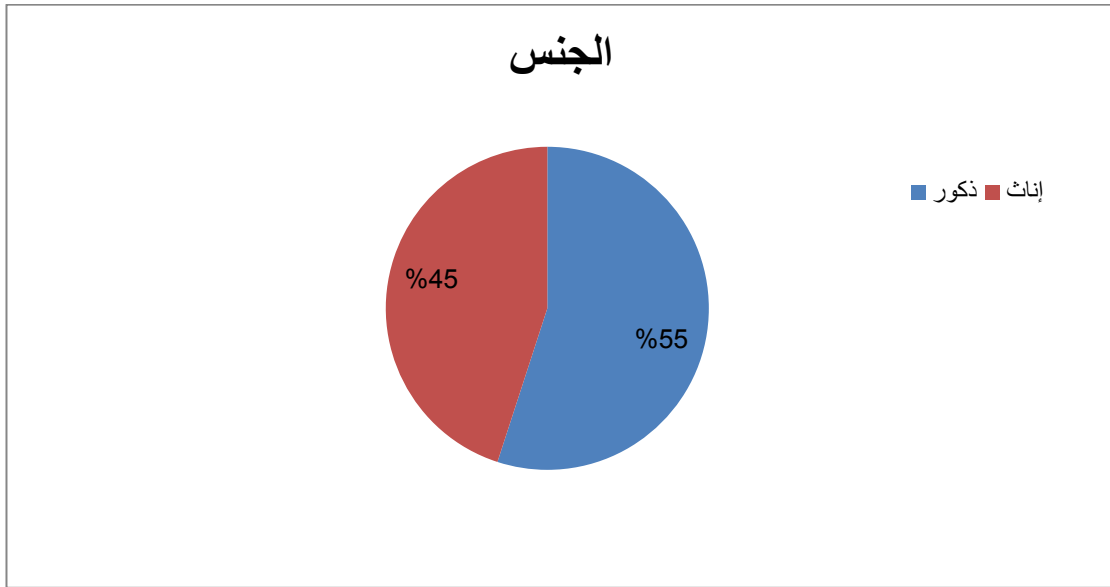
الجدول رقم (03): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية
---------	--------------	---------	----------------

ذكر	22	%55	الجنس
أنثى	18	%45	
المجموع	40	%100	

المصدر من: إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v20

الشكل رقم (05) توزيع أفراد العينة حسب الجنس



المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS.V.20

يظهر من الجدول والشكل السابقين أن أكثر المبحوثين كانوا من الذكور، حيث بلغت نسبتهم (55%) في حين بلغت نسبة الإناث (45%) من مجموع أفراد عينة الدراسة، والنسب غير متقاربة بين الإناث والذكور في عينة المبحوثين وذلك يدل على أن تعامل المرأة مع المصارف ضعيفا مقارنة بالرجل.

2: توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر

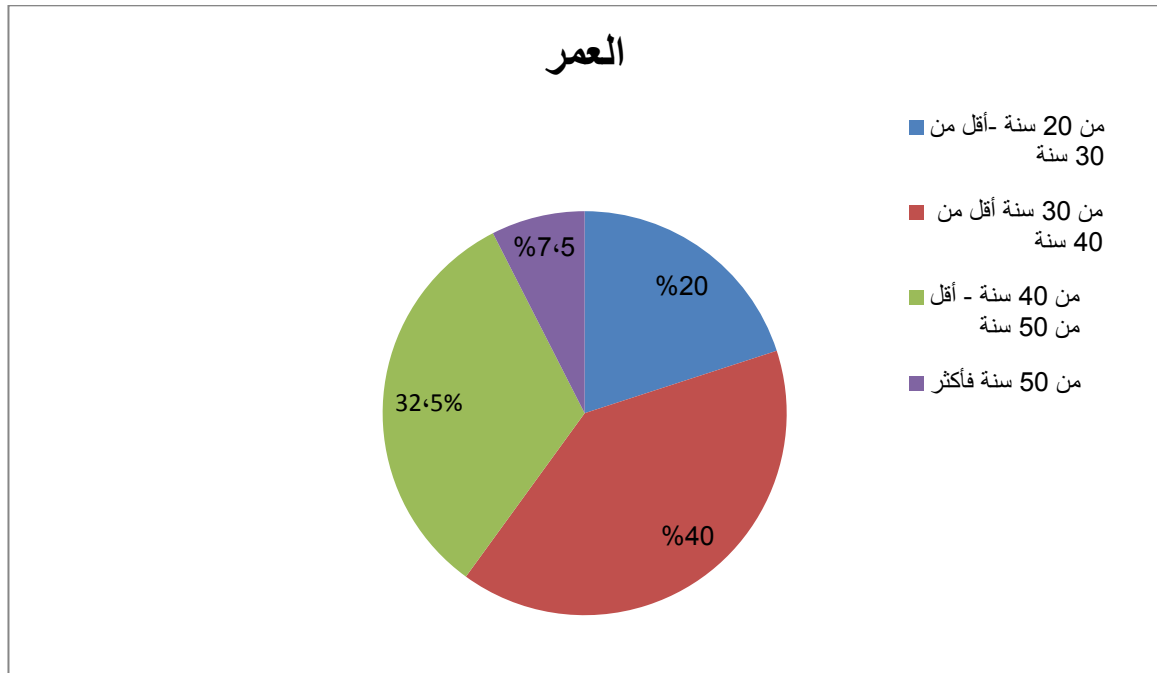
من خلال الجدول والشكل البياني سوف يتم التعرف على توزيع مفردات العينة حسب الفئات العمرية كما يلي:

الجدول رقم (04): توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية
العمر	من 20 سنة- إلى أقل من 30 سنة	8	20%
	من سنة 30 - إلى أقل من 40 سنة	16	40%
	من سنة 40 - إلى أقل من 50 سنة	13	32.5%
	من 50 سنة فأكثر	3	7.5%
	المجموع	40	100%

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V20

الشكل رقم (06) توزيع أفراد العينة حسب العمر



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V20

وبالنسبة للعمر فيتضح لنا من الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة تتراوح أعمارهم بين (من 30 سنة -أقل من 40 سنة) وذلك بنسبة (40%)، تليها الأفراد الذين تتراوح أعمارهم (من 40 سنة-أقل من 50 سنة) وذلك بنسبة (32,5%) وبعدها الأفراد الذين تتراوح أعمارهم (من 20سنة - أقل من 30 سنة) بنسبة (20%)، في حين نسبة (7,5%) أعمارهم أكثر من 50 سنة.

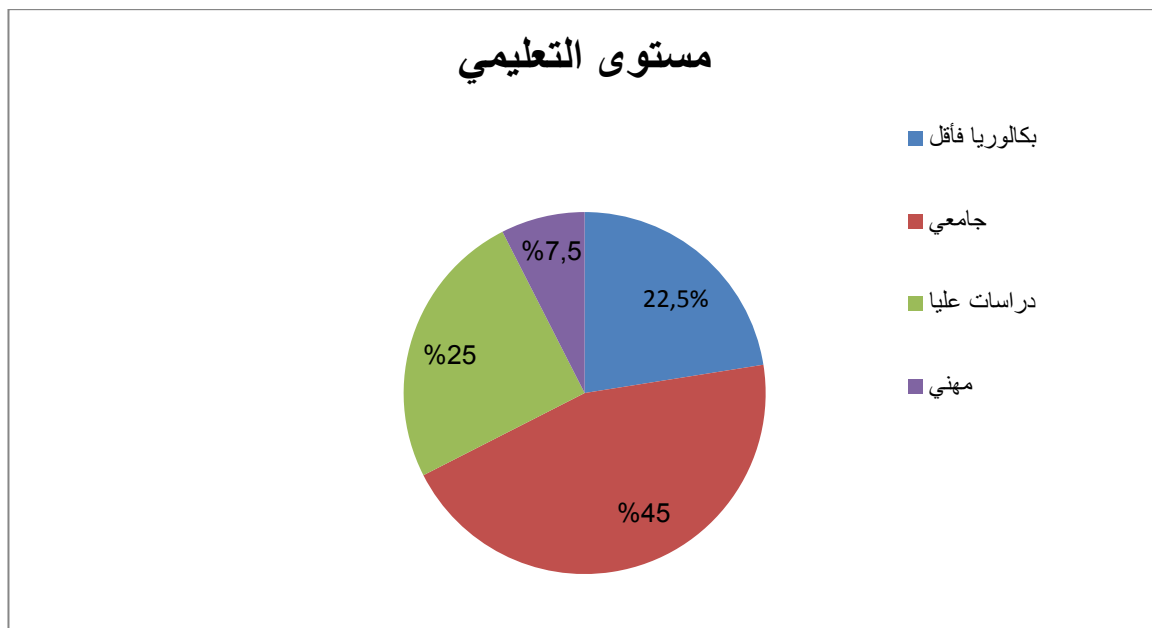
توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي :

من خلال الجدول والشكل البياني سوف يتم التعرف على توزيع مفردات العينة حسب المستوى التعليمي كما يلي:

جدول رقم (05): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية
المستوى التعليمي	بكالوريا فأقل	9	22.5%
	جامعي	18	45%
	دراسات عليا	10	25%
	مهني	3	7.5%
	المجموع	40	100%

الشكل رقم (07) توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي



المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

وبالنسبة للمستوى التعليمي فيتضح لنا من الجدول والشكل السابقين أ أن أغلب أفراد العينة هي من المستوى الجامعي حيث بلغت بنسبة هذه الفئة (45%)، تليها على الترتيب أصحاب دراسات العليا بنسبة (25%) وبعدها بكالوريا فأقل بنسبة (22,5%) وأخيرا مستوى مهني بنسبة (7,5%).

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المهنة

من خلال الجدول والشكل البياني سوف يتم التعرف على توزيع مفردات العينة حسب المهنة كما يلي:

الجدول رقم (06): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المهنة

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية
المهنة	قطاع حكومي	25	62.5%
	قطاع خاص	10	25%
	متقاعد	5	12.5%

المجموع	40	%100
---------	----	------

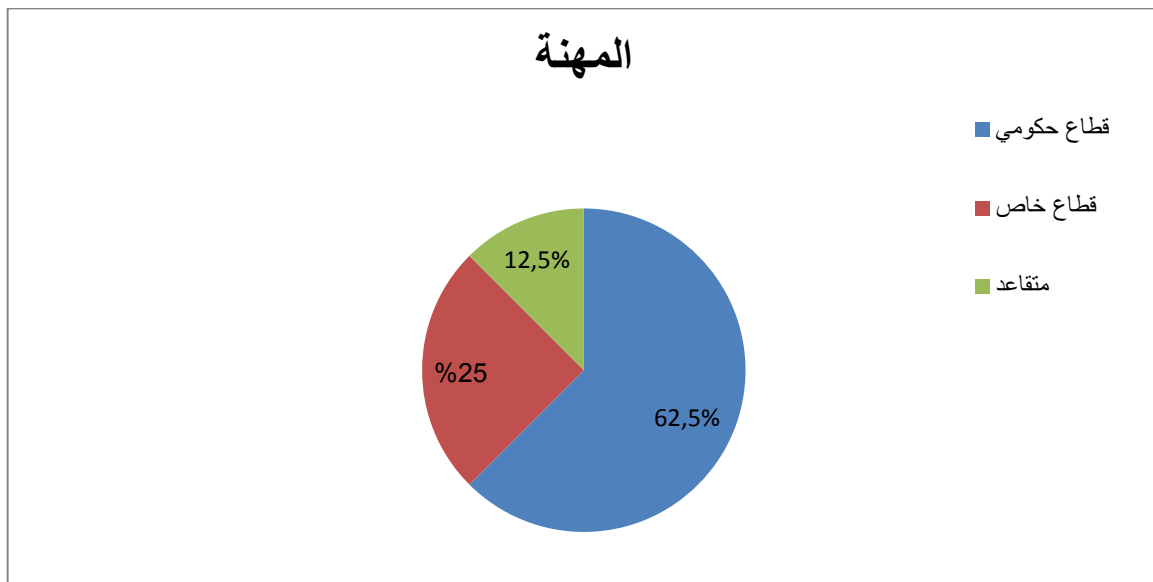
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

وبالنسبة لعامل المهنة فيتضح لنا من الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة هي من القطاع الحكومي حيث

بلغت بنسبة هذه الفئة (62.5%)، تليها على الترتيب القطاع الخاص بنسبة (25%) وأخيرا فئة متقاعد بنسبة

(12.5%)

الشكل رقم (08): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المهنة



توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدة التعامل مع المصرف

من خلال الجدول والشكل البياني سوف يتم التعرف على توزيع مفردات العينة حسب مدة التعامل مع المصرف

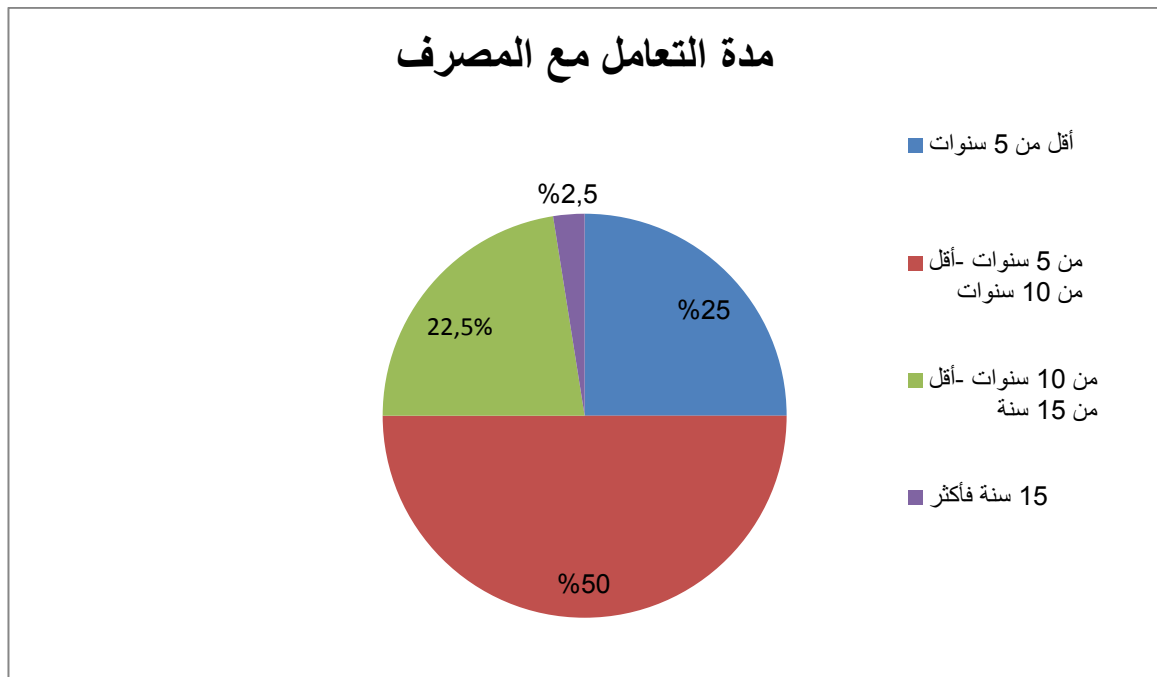
كما يلي:

جدول رقم (07): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدة التعامل مع المصرف

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية
	أقل من 5 سنوات	10	25%

50%	20	من 5 سنوات- أقل من 10 سنوات	مدة التعامل مع البنك
22.5%	9	من 10 سنوات -أقل من 15 سنة	
2.5%	1	15 سنة فأكثر	
%100	40	المجموع	

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS



المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS

وعند التدقيق في مدة التعامل مع المصرف نجد أن نسبة (50%) تتراوح مدة التعامل مع المصرف من (من 5 سنوات -أقل من 10 سنوات) ، ونسبة (25%) من الزبائن تقل مدة تعاملهم مع المصرف في عن 5 سنوات)، في حين نجد أن نسبة(22.5%) يقع مدة تعامل مع المصرف في المجال (من 10 سنوات- أقل من 15 سنة) وأخيرا نسبة (2.5%) تزيد مدة التعامل مع المصرف عن 15 سنة .

المطلب الثالث: مصادر وأساليب جمع البيانات والمعلومات والأساليب الإحصائية المستخدمة

أولاً: مصادر وأساليب جمع البيانات والمعلومات

من أجل جمع المعلومات الأولية تم تصميم هذا الاستبيان وذلك بوضع عبارات ثلاث الظاهرة المدروسة ليجيب عليها المستقضي، حيث صمم هذا الاستبيان في صورته الأولية بعد الإطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، وقد تم إعداد الاستبانة على النحو التالي:

- إعداد استبانة أولية من أجل استخدامها في جمع البيانات والمعلومات.
- عرض الاستبانة على المشرف من أجل اختبار مدى ملائمتها لجمع البيانات.
- تعديل الاستبانة بشكل أولي حسب ما يراه المشرف.
- تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين والذين قاموا بدورهم بتقديم النصح والإرشاد وتعديل وحذف ما يلزم.
- توزيع الاستبانة على جميع أفراد العينة لجمع البيانات اللازمة للدراسة.

و قد تم تقسيم الاستبانة إلى قسمين كما يلي:

القسم الأول: البيانات الشخصية المتعلقة بعينة الدراسة وتتكون من (5 فقرات) (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المهنة، مدة التعامل مع المصرف).

القسم الثاني: وينقسم إلى محورين: الأول خاص بتكنولوجيا المعلومات والاتصال ويتضمن (09 عبارات،

أما المحور الثاني خاص بمتغير جودة الخدمة المصرفية ويتضمن (23) عبارة

. حيث تقسم إلى:"

وقد تم اعتماد مقياس للإجابة يتراوح من (1 إلى 5) و الذي يدعى بسلم ليكرت الخماسي، بحيث كلما اقتربت الإجابة من (5) كلما كانت الموافقة بشكل أكبر.

ثانيا: الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات

للإجابة على أسئلة البحث واختبار صحة فرضياته، تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي والتحليلي، وذلك

باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Spss.V20):

- مقاييس الإحصاء الوصفي (Descriptive Statistic Measures): وذلك لوصف مجتمع البحث وإظهار خصائصه، بالاعتماد على النسب المئوية والتكرارات، والإجابة على أسئلة البحث وترتيب متغيرات البحث حسب أهميتها بالاعتماد على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- تحليل التباين للانحدار (Analysis of variance): لقياس مدى صلاحية النموذج للانحدار.
- تحليل الانحدار البسيط (Sample Regression): وذلك لاختبار أثر المتغيرات المستقلة الآتية: (،) على المتغير التابع تكنولوجيا المعلومات والاتصال .
- اختبار معامل الالتواء (Skewness) ومعامل التفلطح (Kurtosis): لأجل التحقق من التوزيع الطبيعي للبيانات (Normal Distribution).
- معامل الثبات "ألفا كرونباخ: Cronbach's Cefficient Alpha": وذلك لقياس ثبات أداة البحث.
- معامل الارتباط بيرسون : وذلك لتحقيق من الصدق الذاتي
- معامل الارتباط بيرسون للتحقق من قوة العلاقة بين المتغيرين

المطلب الرابع : ثبات صدق أداة البحث (الإستبانة)

1. ثبات الأداة (Reliability):

ويقصد بها مدى الحصول على نفس النتائج أو نتائج متقاربة لو كرر البحث في ظروف متشابهة باستخدام

الأداة نفسها، وفي هذا البحث تم قياس ثبات أداة البحث باستخدام معامل الثبات "ألفا كرونباخ" " coefficient

"alpha cronbach's"، الذي يحدد مستوى قبول أداة القياس بمستوى (0.60) فأكثر، حيث كانت النتائج كما

يلي:

جدول رقم(08) نتائج معاملات الثبات والصدق

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج spss.v20

المحور	عدد العبارات	معامل الثبات ألفا كرونباخ	
جودة الخدمة المصرفية	الإعتمادية	6	0.851
	الملموسية	4	0.878
	الإستجابة	5	0.863
	الأمان	4	0.811
	التعاطف	3	0.877
	المجموع	22	0.951
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	تكنولوجيا المعلومات والاتصال	9	0.851
	المجموع	9	0.851
	جميع العبارات	31	0.956

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

من خلال الجدول رقم (08) يتبين أن معامل ثبات الاتساق الداخلي "ألفا كرونباخ" بلغت قيمته (0.956) وهي

قيمة مرتفعة، وكذلك كانت القيمة لمحاور الدراسة وأبعادها، حيث بلغت قيمة معامل "الفا كرونباخ" (0.851)

بالنسبة لعبارات تكنولوجيا المعلومات والاتصال كذلك، في المقابل ما قيمته (0.951) بالنسبة لعبارات محور جودة الخدمة المصرفية ، وهو ما يدل على أن الاستثمار ثابتة، أي أنها تعطي نفس النتائج إذا تم استخدامها أو اعادتها مرة أخرى تحت ظروف مماثلة.

1 صدق المحتوى أو الصدق الظاهري

للتحقق من صدق محتوى أداة البحث والتأكد من أنها تخدم أهداف البحث، ثم عرضها على هيئة من المحكمين من الأكاديميين المختصين في مجال الإدارة، الذين يعملون في جامعة محمد خيضر بسكرة، و طلب إليهم أيضا النظر في مدى كفاية أداة البحث من حيث عدد العبارات و شموليتها، و تنوع محتواها و تقويم مستوى الصياغة اللغوية و الإخراج أو أي ملاحظات أخرى يرونها مناسبة فيما يتعلق بالتعديل أو التغيير أو الحذف وفق ما يراه المحكم لازما.

وقامت الطالبة بدراسة ملاحظات المحكمين واقتراحاتهم وأجرت التعديلات في ضوء توصيات وآراء هيئة التحكيم لتصبح الاستبانة أكثر فهما وتحقيقا لأهداف البحث.

وقد اعتبرت الطالبة أن الأخذ بملاحظات المحكمين وإجراء التعديلات المطلوبة هو بمثابة الصدق الظاهري وصدق محتوى الأداة وبذلك اعتبرت الطالبة أنها صالحة لقياس ما وضعت له

الصدق الذاتي:

صدق الإتساق الداخلي فقد قامت الطالبة بحساب معامل الارتباط pearson بين كل فقرة من فقرات الإستبيان والبعد الذي ينتمي إليه، والجداول المولية تبين المعاملات الارتباط عند مستوى 0.01، فأقل ، حيث يقترح الإحصائيين أنه إذا كانت للإرتباط دلالة إحصائية فالفقرة تحقق الصدق الذاتي، بينما يرى آخرون ان تحقق الدلالة لا يكفي بل يجب ان يفوق معامل الارتباط نسبة 50% وآخرون يقدرون النسبة ب 70% . وأي شرط تحقق بالنسبة لمؤشرات الإستبيان في هذه الدراسة قسيتم قبوله

الجدول رقم (09): الصدق الذاتي لمؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

الإحصائيات		البعد	الفقرات
0.591	معامل بيرسون		الفقرة: 1
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		
0.608	معامل بيرسون		الفقرة: 2
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		
0.673	معامل بيرسون		الفقرة: 3
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		
0.712	معامل بيرسون		الفقرة: 4
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		
0.784	معامل بيرسون		الفقرة: 5
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		
0.695	معامل بيرسون		الفقرة: 6
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		
0.625	معامل بيرسون		الفقرة: 7
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		
0.682	معامل بيرسون		الفقرة: 8
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		

0.695	معامل بيرسون	الفقرة 9:
0.000	مستوى الدلالة	
40	حجم العينة	

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

مستوى الدلالة 1%

الجدول رقم (10): الصدق الذاتي لمؤشرات بعد الإعتمادية

الإحصائيات		البعد	الفقرات
0.772	معامل بيرسون		الفقرة 1:
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		
0.732	معامل بيرسون		الفقرة 2:
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		
0.797	معامل بيرسون		الفقرة 3:
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		
0.770	معامل بيرسون		الفقرة 4:
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		
0.735	معامل بيرسون		الفقرة 5:
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		

0.733	معامل بيرسون	الفقرة 6
0.000	مستوى الدلالة	
40	حجم العينة	

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

مستوى الدلالة 1%

بتضح من الجدول السابق ان معاملات الارتباط بين كل فقرة والبعد تراوحت بين 0.797 و 0.732 وهي

أكبر من 50% عند مستوى دلالة 1% حيث كانت مستويات الدلالة 0.000

الجدول رقم(11) : الصدق الذاتي لمؤشرات بعد الملموسية

الإحصائيات		البعد	الفقرات
0.828	معامل بيرسون		الفقرة: 1
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		
0.899	معامل بيرسون		الفقرة: 2
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		
0.893	معامل بيرسون		الفقرة 3
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		
0.801	معامل بيرسون		الفقرة: 4
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

مستوى الدلالة 1%

الجدول رقم (12) الصدق الذاتي لمؤشرات بعد الإستجابة

الإحصائيات		البعد	الفقرات
0.799	معامل بيرسون		الفقرة: 1
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		
0.850	معامل بيرسون		الفقرة: 2
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		
0.873	معامل بيرسون		الفقرة: 4
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		
0.817	معامل بيرسون		الفقرة : 5
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		
0.694	معامل بيرسون		الفقرة: 6
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

مستوى الدلالة 1%

الجدول رقم (13) الصدق الذاتي لمؤشرات بعد الأمان

الإحصائيات		البعد	الفقرات
0.830	معامل بيرسون		الفقرة: 1
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		
0.777	معامل بيرسون		الفقرة 2
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		
0.808	معامل بيرسون		الفقرة: 3
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		
0.807	معامل بيرسون		الفقرة: 4
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

مستوى الدلالة 1%

الجدول رقم (14): الصدق الذاتي لمؤشرات بعد التعاطف

الإحصائيات		البعد	الفقرات
0.931	معامل بيرسون		الفقرة: 1
0.000	مستوى الدلالة		
40	حجم العينة		

0.867	معامل بيرسون	الفقرة 2
0.000	مستوى الدلالة	
40	حجم العينة	
0.889	معامل بيرسون	الفقرة:3
0.000	مستوى الدلالة	
40	حجم العينة	

المطلب الخامس: اختبار التوزيع الطبيعي

قبل التطرق لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وجودة الخدمة المصرفية بالمصرف محل الدراسة لا بد أولاً أن نختبر التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة، وهو ضروري في حالة اختبار الفرضيات وسنقوم بحسابه من خلال معامل الالتواء والتفلطح (skewness و kurtosis)، ومن بين الدراسات في هذا المجال نجد دراسات تقول أن (Skewness) يجب أن تكون محصورة بين [-3 ، 3] و (Kurtosis) محصورة بين [-10 ، 10]، بينما نجد دراسات أخرى تقول أن (Skewness) يجب أن تكون محصورة بين [-1 ، 1] و (Kurtosis) محصورة بين [-3 ، 3]، في حين تطابق نتائج دراستنا الدراسة الأولى.

وفيما يلي حساب قيمة الالتواء والتفلطح للإجابات حول الفقرات المكونة لكل متغير من متغيرات الدراسة مع الأخذ بعين الاعتبار أن تدرج المقياس المستخدم في الدراسة هو سلم ليكارت.

الجدول رقم (15): معاملات الالتواء والتفلطح لمتغيرات الدراسة

المتغيرات		Asymétrie		Kurtosis	
		الخطأ المعياري	الخطأ المعياري	الخطأ المعياري	الخطأ المعياري
الأبعاد	الإحصائيات				

تكنولوجيا المعلومات والاتصال	-0.465	0.374	1.297	0.733
الإعتمادية	-0.491	0.374	-0.036	0.733
الملموسية	-0.833	0.374	0.022	0.733
الإستجابة	-0.534	0.374	0.001	0.733
الأمان	-0.770	0.374	0.065	0.733
التعاطف	-0.685	0.374	-0.490	0.733
جودة الخدمة المصرفية	-0.824	0.374	0.869	0.733

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 20

مستوى الدلالة 1%

من خلال الجدول (15) يتضح ان معاملات الالتواء لمتغيرات الدراسة بمختلف ابعادها كانت محصورة بين [- 1,451 و 0,394] وبالتالي فمتغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي ونتأكد من ذلك أيضا من خلال معاملات التفلطح (kurtosis) التي كانت محصورة بين [و 7] حيث تشير بعض الدراسات إلى أن هذا الأخير يجب أن يكون محصور بين [- 10 ، 10]، في حين تشير الدراسات الأخرى الأولى إلى أنه يجب أن يكون محصورا بين [-3، 3

المبحث الثالث: عرض نتائج الدراسة وتحليلها واختبار الفرضيات

نتناول في هذا المبحث كل من التحليل الإحصائي الوصفي للبيانات والذي يتم فيه الإجابة عن تساؤلات الدراسة باستخراج المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري (على مقياس ليكارت 1-5 الموضح في الجدول رقم (14)) لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات الاستبانة المتعلقة بمحوري العدالة التنظيمية والرضا الوظيفي، واختبار مستوى متغيرات الدراسة في مركز البحث، واختبار t-test حول متغيرات الدراسة حسب الجنس وذلك لاختبار وجود أو عدم وجود فروق بين متوسطات إجابات العينة حول متغيرات الدراسة تبعا للجنس، ونتطرق إلى اختبار الأثر بين متغيرات الدراسة باستخدام معامل R square وأخيرا نتائج الدراسة واقتراحاتها.

جدول رقم (16): مقياس ليكارت للحكم على إجابات الأفراد

درجات الموافقة	فئات المتوسط الحسابي
منخفض جدا	(1 - 1.79)
منخفض	(1.80 - 2.59)
متوسط	(2.60 - 3.39)
مرتفع	(3.40 - 4.19)
مرتفع جدا	(4.20 - 5)

المطلب الأول: تحليل فقرات محور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

وذلك بتحليل نتائج الجدول التالي:

الجدول رقم (17): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث

عن عبارات محور تكنولوجيا المعلومات والاتصال

الرقم	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	مستوى القبول
1	يملك المصرف أجهزة إلكترونية (أجهزة، وسائل، أدوات) حديثة متطورة	2.88	1.202	9	متوسط
2	للمصرف العديد من المنتجات الالكترونية	3.15	1.231	8	متوسط
3	الصراف الالي الموجود بالمصرف يقدم خدمات متنوعة بالإضافة لسحب الاموال	3.30	1.224	5	متوسط
4	يوفر المصرف للزبائن أنواع مختلفة من البطاقات الإلكترونية	3.28	1.109	6	متوسط
5	. يتم التواصل مع المصرف من خلال شبكة الإنترنت لتسهيل العمل الداخلي	3.28	1.086	7	متوسط
6	استخدام تكنولوجيا المعلومات من قبل المصرف يوفر لك الجهد	3.35	1.189	4	متوسط
7	استخدام تكنولوجيا المعلومات في المصارف يُسهل المعاملات المصرفية	3.53	1.154	1	مرتفع
8	استخدام تكنولوجيا المعلومات يجعل المعاملات المصرفية مفهومة أكثر وواضحة	3.43	1.107	2	مرتفع
9	المصرف متابع للتطور الذي يطرأ على استخدام التكنولوجيا في الخدمات المصرفية	3.40	1.215	3	مرتفع

متوسط	-	0.78563	3.2861	تكنولوجيا المعلومات والاتصال
-------	---	---------	--------	------------------------------

يتضح لنا من الجدول رقم (17) بأن المتوسطات الحسابية تتراوح ما بين 2.88 و 3.53 وأن أعلى متوسط للفقرة رقم 7 (استخدام تكنولوجيا المعلومات في المصارف يُسهل المعاملات المصرفية) بمتوسط حسابي (3.53) وانحراف معياري (1.154) وأن غالبية الإجابات تؤول الى قبول متوسط، وأن أدنى متوسط للفقرة 1 (يمتلك المصرف أجهزة إلكترونية (أجهزة، وسائل، أدوات) حديثة متطورة) ب 2.88، وأن قيمة المتوسط الحسابي للمحور الأول (3.2861)

المطلب الثاني: تحليل فقرات محور جودة الخدمة المصرفية

وذلك من خلال تحليل النتائج الموضحة في الجدول الموالي.

جدول رقم(18): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات محور تكنولوجيا المعلومات والاتصال

الرقم	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	اتجاهات الآراء
	1. الاعتمادية	3.3875	0.92787	2	متوسط
1	يحرص المصرف على الوفاء بالتزاماته في مواعيدها المحددة في تقديم خدماته لعملائه	3.43	1.238	2	مرتفع
2	يوظف المصرف عاملين لهم كفاءة في المجال المصرفي	3.68	1.141	1	مرتفع
3	يتم تحديث المعلومات المتاحة في الموقع الإلكتروني باستمرار	3.35	1.292	4	متوسط
4	تساعد الصرافات الآلية الزبائن على عدم التقيد بمواعيد	3.25	1.296	5	متوسط

العمل الرسمية للمصرف					
متوسط	6	0.214	3.25	تساهم العمليات الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية	5
متوسط	3	1.170	3.38	تساهم المعاملات الإلكترونية في جذب زبائن جدد للمصرف	6
مرتفع	1	0.97369	3.4750	2.الملموسية	
مرتفع	2	1.131	3.55	المظهر العام للمصرف يجب أن يتلاءم مع طبيعة الخدمة المقدمة	1
مرتفع	1	1.174	3.58	يتميز العاملون بحسن المظهر وأناقاة الملابس واللياقة	2
متوسط	4	1.137	3.30	يستعمل المصرف تجهيزات ومعدات حديثة تواكب التطورات في القطاع المصرفي	3
مرتفع	3	1.109	3.48	التصميم الداخلي للمصرف منظم ومتكامل	4
متوسط	5	0.95858	3.2900	3.الإستجابة	
مرتفع	2	1.358	3.45	يلتزم المصرف بأداء الخدمة في الوقت المحدد بدقة	1
متوسط	5	1.128	3.10	موظفو المصرف لهم قدرة عالية لتجاوب مع ردود أفعال الزبائن الإيجابية والسلبية	2
متوسط	3	1.121	3.23	يقوم المصرف باستقبال والرد على شكاوى الزبائن	3
متوسط	4	1.167	3.15	يستجيب المصرف بسرعة على كل استفسارات الزبائن بوسائل متطورة	4

مرتفع	1	1.176	3.53	تساعد الخدمات الإلكترونية المصرفية على تقليص زمن الحصول على الخدمة	5
متوسط	4	0.97369	3.3500	4.الأمان	
مرتفع	1	1.320	3.48	يشعر الزبون بالأمان في التعامل مع المصرف	1
مرتفع	2	1.198	3.48	تتم معاملات المصرف بدرجة كبيرة من الأمان والسرية	2
متوسط	3	1.154	3.28	يوفر المصرف الخدمة للزبون في جو آمن يخلو من المخاطر قدر الإمكان	3
متوسط	4	1.151	3.21	يهتم المصرف بزبائنه دون تمييز زبون عن آخر	4
متوسط	3	1.10988	3.3750	5 التعاطف	
مرتفع	1	1.314	3.63	الموظفون في المصرف يحسنون معاملة زبائنهم ويحترمونهاهم	1
متوسط	3	1.210	3.15	يضع المصرف مصلحة الزبائن في مقدمة اهتماماته	2
متوسط	2	1.189	3.35	تهتم إدارة المصرف بالزبائن ذوي الاحتياجات الخاصة	3
متوسط	-	0.85993	3.3727	جودة الخدمة المصرفية	

من خلال الجدول رقم (18) نستخلص ما يلي:

- 1.الإعتمادية: جاءت في المرتبة الثانية من حيث الأهمية النسبية لإجابات عينة المبحوثين، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لكل عبارات هذا البعد ما بين (3.25-3.68) بانحرافات معيارية ما بين (1.141-0.214) أي أن اجابات المبحوثين كلها إيجابية، إذ قدر متوسط الحسابي الكلي لبعد " الاعتمادية" ب (3.3875) بانحراف معياري (0.92787)، وبالاستناد الى مقياس الدراسة فإن البعد يشكل قبولا متوسطا.

- 2.الملموسية:** جاءت في المرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية لإجابات عينة المبحوثين، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لكل عبارات هذا البعد ما بين (3.30-3.58) بانحرافات معيارية ما بين (1.174-1.137) أي أن اجابات المبحوثين كلها إيجابية، إذ قدر متوسط الحسابي الكلي لبعد " الملموسية" ب (3.4750) بانحراف معياري (0.97369)، وبالاستناد الى مقياس الدراسة فإن البعد يشكل قبولاً متوسطاً.
- 3.الإستجابة:** جاءت في المرتبة الخامسة من حيث الأهمية النسبية لإجابات عينة المبحوثين، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لكل عبارات هذا البعد ما بين (3.10-3.53) بانحرافات معيارية ما بين (1.176-1.128) أي أن اجابات المبحوثين كلها إيجابية، إذ قدر متوسط الحسابي الكلي لبعد " الاستجابة" ب (3.2900) بانحراف معياري (0.95858)، وبالاستناد الى مقياس الدراسة فإن البعد يشكل قبولاً متوسطاً.
- 4.الأمان:** جاءت في المرتبة الرابعة من حيث الأهمية النسبية لإجابات عينة المبحوثين، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لكل عبارات هذا البعد ما بين (3.21-3.48) بانحرافات معيارية ما بين (1.320-1.151) أي أن اجابات المبحوثين كلها إيجابية، إذ قدر متوسط الحسابي الكلي لبعد " الأمان" ب (3.3500) بانحراف معياري (0.97369) ، وبالاستناد الى مقياس الدراسة فإن البعد يشكل قبولاً متوسطاً.
- 5.التعاطف:** جاءت في المرتبة الثالثة من حيث الأهمية النسبية لإجابات عينة المبحوثين، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لكل عبارات هذا البعد ما بين (3.15-3.63) بانحرافات معيارية ما بين (1.314-1.210) أي أن اجابات المبحوثين كلها إيجابية، إذ قدر متوسط الحسابي الكلي لبعد " التعاطف" ب (3.3750) بانحراف معياري (1.10988) ، وبالاستناد الى مقياس الدراسة فإن البعد يشكل قبولاً متوسطاً.

المطلب الثالث: قوة العلاقة بين المتغيرين

نتطرق فيما يلي الى طبيعة الارتباط ودرجته بالنسبة لكل بعد من أبعاد جودة الخدمة المصرفية مع تكنولوجيا المعلومات والاتصال الذي توضحه مصفوفة الارتباط التالية في الجدول الموالي:

الجدول رقم (19): مصفوفة الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة المصرفية

		تكنولوجيا المعلومات والاتصال
الاعتمادية	معامل الارتباط	0.724
	مستوى الدلالة	0.000
	حجم العينة	40
الملموسية	معامل الارتباط	0.716
	مستوى الدلالة	0.000
	حجم العينة	40
الاستجابة	معامل الارتباط	0.654
	مستوى الدلالة	0.000
	حجم العينة	40
الأمان	معامل الارتباط	0.721
	مستوى الدلالة	0.000
	حجم العينة	40
التعاطف	معامل الارتباط	0.611
	مستوى الدلالة	0.000
	حجم العينة	40
جودة الخدمة المصرفية	معامل الارتباط	0.782
	مستوى الدلالة	0.000
	حجم العينة	40

من خلال النتائج الموضحة في مصفوفة علاقة الارتباط بين متغيرات الدراسة يتضح بأنه:

توجد علاقة ارتباط طردية قوية وموجبة بين بعد الاعتمادية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث بلغت قيمة الارتباط (0.724) عند مستوى الدلالة (0.000) وهي أقل من (0.01) وهذا يؤكد وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والاعتمادية على مستوى المصرف محل الدراسة

توجد علاقة ارتباط طردية قوية وموجبة بين بعد الملموسية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث بلغت قيمة الارتباط (0.716) عند مستوى الدلالة (0.000) وهي أقل من (0.01) وهذا يؤكد وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والملموسية على مستوى المصرف محل الدراسة

توجد علاقة ارتباط طردية متوسطة وموجبة بين بعد الاستجابة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث بلغت قيمة الارتباط (0.654) عند مستوى الدلالة (0.000) وهي أقل من (0.01) وهذا يؤكد وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والاستجابة على مستوى المصرف محل الدراسة

توجد علاقة ارتباط طردية قوية وموجبة بين بعد الأمان وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث بلغت قيمة الارتباط (0.721) عند مستوى الدلالة (0.000) وهي أقل من (0.01) وهذا يؤكد وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والأمان على مستوى المصرف محل الدراسة

توجد علاقة ارتباط طردية متوسطة وموجبة بين بعد التعاطف وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث بلغت قيمة الارتباط (0.611) عند مستوى الدلالة (0.000) وهي أقل من (0.01) وهذا يؤكد وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتعاطف على مستوى المصرف محل الدراسة

توجد علاقة ارتباط طردية قوية وموجبة بين جودة الخدمة المصرفية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث بلغت قيمة الارتباط (0.782) عند مستوى الدلالة (0.000) وهي أقل من (0.01) وهذا يؤكد وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة المصرفية على مستوى المصرف محل الدراسة

المطلب الرابع: اختبار وتفسير الفرضيات

1. اختبار وتفسير الفرضية الرئيسية الأولى

تم استخدام نتائج تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى التي تنص على أنه " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة الخدمة المصرفية بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية"، ويمكن توضيح نتائج التحليل في الجدول الموالي:

جدول رقم (20): نتائج تحليل تباين الانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة F
الانحدار	17,652	1	17,652	59,955	0,000
الخطأ	11,188	38	,294		
المجموع الدوري	28,840	39			

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V20

* ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (0.05)

معامل التحديد $(R^2) = 0,6120$

معامل الارتباط $(R) = 0,7820$

من خلال النتائج الواردة في الجدول السابق يتبين ثبات صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى حيث بلغت قيمة (F) المحسوبة (59,955) وبقيمة احتمالية (0.000) وهي اقل من مستوى الدلالة (0.05)، وبناء على ثبات صلاحية النموذج نستطيع اختبار الفرضية الرئيسية الأولى بفروعها المختلفة، أين اعتمدنا في ذلك على الانحدار الخطي البسيط حيث يمكن توضيح النتائج في الجدول الموالي:

جدول رقم (21): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لتأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحسين جودة الخدمة المصرفية

المتغير المستقل	(B)	(T)	مستوى الدلالة	(F)	معامل الارتباط (R)	R2 معامل التحديد
العدالة التنظيمية	0,856	7,743	0,000*	59,955	0,782	0,612

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V20.

من خلال الجدول يتضح لنا وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على أبعاد جودة الخدمة المصرفية (الاعتمادية، الملموسية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) في مصرف التنمية والفلاحة الريفية بسكرة، وبالتالي وجود تأثير لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمة المصرفية ، هذا ما دعمته قيمة (F) المحسوبة البالغة (59,955) وكذلك قيمة (T) البالغة (7,743) بمستوى دلالة (0.000) وهو أقل من (0.05) وبالتالي فإن قيمة كل من (F) و (T) دالتان عند مستوى الدلالة (0.05)، إضافة إلى قوة ارتباط قوية بين المتغيرين بنسبة 78.2 % حيث أن متغير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يفسر ما نسبته (61.2%) من التباين الحاصل في جودة الخدمة المصرفية، وبالتالي من خلال ما سبق نقبل الفرضية التي تنص على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحسين جودة الخدمة المصرفية بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية

وسنحاول تفسير علاقة التأثير هذه من خلال تفسير علاقة كل بعد من أبعاد وذلك فيما يلي:

أ. اختبار وتفسير الفرضية الفرعية الأولى

تنص هذه الفرضية على أنه "يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الاعتمادية بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية"

لغرض اختبار وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الاعتمادية تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط، حيث يمكن توضيح النتائج في الجدول الموالي:

الجدول رقم (22): اختبار تأثير تكنولوجيا المعلومات على بعد الاعتمادية من خلال الانحدار الخطي البسيط.

المتغير المستقل X1	(B)	(T) المحسوبة	مستوى الدلالة	(F) المحسوبة	معامل الارتباط (R)	R2 معامل التحديد
الاعتمادية	0,855	6,471	0,000*	41.868	0,724	0,524

*ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V20.

من خلال الجدول يتضح لنا وجود تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الاعتمادية بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية ، هذا ما دعمته قيمة (F) المحسوبة البالغة (41.868) وكذلك قيمة (T) البالغة (6,471) بمستوى دلالة (0.000) وهو أقل من (0.05)، إضافة إلى قوة ارتباط قوية بين المتغيرين بنسبة (7240)، حيث أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يفسر ما نسبته (52.4%) من التباين الحاصل في الاعتمادية، وبالتالي من خلال ما سبق نقبل الفرضية التي تنص على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الاعتمادية بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية

ب. اختبار وتفسير الفرضية الفرعية الثانية

"سبق نقبل الفرضية التي تنص على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الملموسية بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية

لغرض اختبار وجود أثر ذات دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الملموسية بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط حيث يمكن توضيح النتائج في الجدول الموالي:

الجدول رقم (23): اختبار تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على بعد الملموسية من خلال الانحدار الخطي البسيط.

المتغير المستقل X2	(B)	(T) المحسوبة	مستوى الدلالة	(F) المحسوبة	معامل الارتباط (R)	R2 معامل التحديد
الملموسية	0,888	6,471	0,000*	40,040	0,716	0,513

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V20.

من خلال الجدول يتضح لنا وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الملموسية بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية ، هذا ما دعمته قيمة (F) المحسوبة البالغة (40,040) وكذلك قيمة (T) البالغة (6,471) بمستوى دلالة (0.000) وهو أقل من (0.05)، إضافة إلى قوة ارتباط قوية بين المتغيرين بنسبة (7160)، حيث أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تفسر ما نسبته (51.3%) من التباين الحاصل الملموسية، وبالتالي من خلال ما سبق نقبل الفرضية التي تنص على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الملموسية بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية

ج. اختبار وتفسير الفرضية الفرعية الثالثة

وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الاستجابة بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية

لغرض اختبار وجود أثر ذات دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الاستجابة تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط حيث يمكن توضيح النتائج في الجدول الموالي:

الجدول رقم (24): اختبار تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على بعد الاستجابة من خلال الانحدار الخطي البسيط.

المتغير المستقل X3	(B)	(T)	مستوى الدلالة	(F)	معامل الارتباط (R)	R2 معامل التحديد
الاستجابة	0,798	5,332	0,000*	28,433	0,654	0,428

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V20.

من خلال الجدول يتضح لنا وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الاستجابة بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية ، هذا ما دعمته قيمة (F) المحسوبة البالغة (28,433) وكذلك قيمة (T) البالغة (5,332) بمستوى دلالة (0.000) وهو أقل من (0.05)، إضافة إلى قوة ارتباط متوسطة بين المتغيرين بنسبة (6540)، حيث أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تفسر ما نسبته (42.8%) من التباين الحاصل في الاستجابة ، وبالتالي من خلال سبق نقبل الفرضية التي تنص على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الاستجابة بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن

اختبار و تفسير الفرضية الفرعية الرابعة:

وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأمان بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية "

لغرض اختبار وجود أثر ذات دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأمان تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط حيث يمكن توضيح النتائج في الجدول الموالي:

الجدول رقم (25): اختبار تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على بعد الأمان من خلال الانحدار الخطي البسيط.

المتغير المستقل X4	(B)	(T)	مستوى الدلالة	(F)	معامل الارتباط (R)	R2 معامل التحديد
الأمان	0,894	6,422	0,000*	41,238	0,721	0,520

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V20.

من خلال الجدول يتضح لنا وجود تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الأمان بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية ب، هذا ما دعمته قيمة (F) المحسوبة البالغة (41,238) وكذلك قيمة (T) البالغة (6,422) بمستوى دلالة (0.000) وهو أقل من (0.05)، إضافة إلى قوة ارتباط قوية بين المتغيرين بنسبة (7210)، حيث تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تفسر ما نسبته (52%) من التباين الحاصل في الأمان، وبالتالي من خلال ما سبق نقبل

الفرضية التي تنص على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأمان بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية

أ. اختبار وتفسير الفرضية الفرعية الخامسة

"يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على التعاطف بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية"

لغرض اختبار وجود أثر ذات دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التعاطف تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط حيث يمكن توضيح النتائج في الجدول الموالي:

الجدول رقم (26): اختبار تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على بعد التعاطف من خلال الانحدار الخطي البسيط.

المتغير المستقل X5	(B)	(T)	مستوى الدلالة	(F)	معامل الارتباط (R)	R2 معامل التحديد
التعاطف	0,863	4,760	0,000*	22,653	0,611	0,373

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V17.

من خلال الجدول يتضح لنا وجود تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في بعد بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية ، هذا ما دعمته قيمة (F) المحسوبة البالغة (22,653) وكذلك قيمة (T) البالغة (4,760) بمستوى دلالة (0.000) وهو أقل من (0.05)، إضافة إلى قوة ارتباط متوسطة بين المتغيرين بنسبة (0,6110) حيث أن بعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يفسر ما نسبته (37.3%) من التباين الحاصل في بعد التعاطف، وبالتالي من خلال ما سبق نقبل الفرضية التي تنص على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على التعاطف بمصرف الفلاحة والتنمية الريفية

خلاصة

من اجل معرفة تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحسين جودة الخدمة المصرفية، قدمنا دراسة ميدانية على عينة من زبائن مصرف الفلاحة والتنمية الريفية في وكالة بسكرة، وهذا للتعرف على آرائهم حول الخدمات المقدمة لهم من طرف المصرف.

وقد توصلنا من خلال دراستنا التطبيقية الى ما يأتي:

- ✓ يسعى المصرف الى تحسين خدماته المقدمة للمستخدمين وهذا عن طريق اعتماده على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المواكبة للتطور الحاصل في المجال المصرفي الجزائري.
- ✓ ان معظم الزبائن يدركون مدي أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير الخدمات المصرفية.

الخطمة

استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المصارف ضرورة لا بد منها، باعتبارها وسيلة لتقديم خدمات تتسم بالجودة العالية وتساهم في تقليل الجهد المبذول والاستغلال الأمثل للموارد في أقصر مدة ممكنة.

كما ان استمرارية المنظمات المصرفية في أداء نشاطاتها بصورة جيدة وأيضا ضمان كسب الزبائن، مرهون بمدى قدرتها على الاستجابة لمتطلباتهم ورغباتهم. ويتوقف ذلك على مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم.

ولهذا تسعى المصارف الجزائرية بعد ادراكها لحتمية تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتطبيقها والعمل على مواكبة تطوراتها في المجال المصرفي، وذلك للارتقاء من العمل التقليدي الى العمل المصرفي الالكتروني عن طريق إدخالها لخدمات الالكترونية جديدة بأحدث التقنيات المصرفية.

والهدف من هذه الدراسة كان التعرف على اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحسين جودة الخدمة المصرفية التي يقدمها مصرف الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة .

النتائج النظرية للدراسة:

من خلال الدراسة الميدانية التي تم القيام بها في مصرف الفلاحة والتنمية الريفية تم التوصل إلى النتائج التالية:

اولا: نتائج الفصلين النظريين:

- عملت تكنولوجيا المعلومات على توسيع نطاق الخدمات المقدمة من قبل المصارف تنوعها.
- ساهم انتشار استخدام تكنولوجيا المعلومات إلى زيادة توقعات العملاء بشأن جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها المصارف، حيث أصبح معيار المفاضلة بين المصارف بالنسبة للعملاء.

- يعتمد قياس جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بالنسبة للعملاء على خمسة أبعاد رئيسية منها ما تشترك فيه مع الخدمات المصرفية التقليدية وهي: الاعتمادية، الاستجابة، الأمان/الثقة، ومنها ما يختص بالتكنولوجيا الحديثة وهي الوصول وجمالية الموقع الإلكتروني

ثانياً: النتائج التطبيقية:

- أدى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الى تحسين جودة الخدمة المصرفية.
- يتم قياس جودة الخدمة المصرفية من خلال عدة مؤشرات (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الأمان).
- تسعى المصارف الى ترقية خدماتها المصرفية، وذلك عن طريق توفير خدمات الكترونية سريعة بالاعتماد على تكنولوجيا متطورة.
- عصنة وسائل الدفع الى وسائل أحدث وأكثر تطور وأكثر سرعة.
- استحداث بطاقات مصرفية جديدة مثل بطاقة التوفير.
- يوفر المصرف مجموعة من الخدمات المصرفية الإلكترونية والتي تعتمد بالدرجة الأولى على تكنولوجيا المعلومات منها: الخدمات المصرفية عبر الصرافات الآلية، البطاقات المصرفية التي تختلف خصائصها حسب حاجاتهم المختلفة.
- يقدم المصرف من خلال موقعه الإلكتروني عدد من الخدمات الإلكترونية، من خلال البدر نات والذي يسمح للعملاء التواصل مع المصرف ومن بين الخدمات: خدمة الاطلاع على الرصيد، وكذا خدمة البريد الإلكتروني والتي تتيح للعملاء إرسال الشكاوى والاستفسارات.
- يدرك زبائن مصرف الفلاحة والتنمية الريفية- وكالة بسكرة- (عينة الدراسة) أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة.

➤ يعتبر زبائن المصرف محل الدراسة أن استخدام تكنولوجيا المعلومات في المصرف عامل مهم في استمرار تعاملهم معه.

التوصيات:

بناء على النتائج المحصل عليها يمكن اقتراح بعض التوصيات كما يلي:

- محاولة الاستفادة من مزايا تكنولوجيا المعلومات لاكتساب مزايا تنافسية جديدة.
- على مصرف الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة بسكرة-استخدام الأجهزة التكنولوجية الحديثة مثل (الصرافات الآلية، بطاقات الإللكترونية) بشكل أكثر توسيعاً، وتقديم خدمات حديثة باستخدام تكنولوجيا متطورة، كونها تمثل عاملاً رئيسياً في زيادة ربحية المصرف وتلبية تطلعات الزبائن.
- تطوير البنية التحتية للإنترنت.
- تكوين شبكة مصرفية رابطة بين المصارف والشركات.
- على مصرف الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة بسكرة-عدم الاكتفاء بعدد محدود من الخدمات الإلكترونية، وإنما تنويعها وابتكار خدمات إلكترونية جديدة، والاستفادة من خبرات المصارف المنافسة.
- توفير أجهزة الدفع على مستوى المؤسسات العمومية على غرار البلدية لدفع المستحقات جواز السفر مثلاً، وذلك للتوجه نحو المعاملات المالية الإلكترونية.

آفاق الدراسة:

- بعد دراسة موضوعنا نشير في الأخير الى ان مجال البحث واسع وعميق ويمكن دراسته من عدة جوانب اخرى، لذا نقترح المواضيع التالية لتكون عناوين لبحوث مقبلة:
- دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية.

- إدارة العلاقة مع الزبون وتأثيرها على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطبيق الابتكار التسويقي.

قائمة المراجع

أولا - المراجع باللغة العربية:

أ. الكتب:

1. عدى القصور، مشكلات التنمية ومعوقات التكامل الاقتصادي العربي، دار الطباعة والنشر بيروت، 1984.
2. مؤيد سعيد سالم، نظرية المنظمة - الهيكل و التصميم، دار وائل للنشر، ط2، عمان، الاردن 2005.
3. محمد ذبيان عزوي، الأسس النفسية لتكنولوجيا التعليم، عمان، 2000.
4. غسان قاسم اللامي، ادارة التكنولوجيا مفاهيم و مداخل تقنيات تطبيقات علمية، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان 2006.
5. عامر ابراهيم قنديلجي، المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات و الانترنت، دار المسيرة للنشر و التوزيع، ط الاولى 2010، ص 294.
6. عماد عبد الوهاب الصباغ، علم المعلومات، دار العملية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، 2002.
7. أحمد الخطيب، خالد زيغار، إدارة المعرفة ونظم المعلومات، دار الكتاب العالمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
8. غسان قاسم داود اللامي، اميرة شكرولي البياتي، تكنولوجيا المعلومات في منظمات الاعمال (الاستخدامات والتطبيقات)، دار الوراق للنشر و التوزيع، عمان 2009.
9. سعد غالب ياسين، نظم المعلومات الإدارية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن-عمان 2009.
10. سعد السالمي، علاء عبد الرزاق، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، دار وائل للنشر، عمان 1997.
11. حسب الله، سيد الشامي، احمد محمد. الموسوعة العربية لمصطلحات علوم المكتبات والمعلومات والحاسبات: انجليزي-عربي، القاهرة: المكتبة الاكاديمية، 2001. كلمة "Information Technology".
12. شعبان فرج، الاتصالات الإدارية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
13. منير البعلبكي، قاموس المورد، (دار العلم للملايين، بيروت، لبنان)، 2001.
14. الحريري رافده، 2010، فاعلية الاتصالات التربوية في المؤسسات التعليمية، دار الفكر، عمان، الأردن.

15. علاء الدين احمد كافي، صالح بن موسى الصبيان، وآخرون، مهارات الاتصال والتفاعل في عمليتي التعليم والتعلم، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2003.
16. ربحي مصطفى عليان، محمد عبد الريس، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2003.
17. عبد الله فرغلي موسى، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والالكتروني، ط1، ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2008،
18. عبد الله فرغلي علي موسى، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والالكتروني، ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2008.
19. فريد فهمي زيارة، وظائف منظمات الأعمال مدخل معاصر، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن . 2009
20. سعد غالب ياسين، أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط، عمان، الأردن، 2012، .
21. أسعد حامد أرومان، أبي سعد الديوه جي، التسويق السياحي و الفندقى، دار الحامد . للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 200 .
22. قاسم نايف علوان، ادارة الجودة الشاملة و متطلبات الإيزو، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الثالثة، 2005.
23. خضير كاظم حمود، "إدارة الجودة وخدمة العملاء، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الاردن.
24. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى ، عمان ، 2002 .
25. علاء عبد الرزاق السالمي، تكنولوجيا المعلومات، الطبعة الثانية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
26. سليمان مصطفى الدلاهمة، أساسيات نظم المعلومات المحاسبية وتكنولوجيا المعلومات، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
27. عبد الفتاح التميمي، وليد سلامة، الشبكات المحلية والإنترنت، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريد، القاهرة-مصر، 2008.

ب. المجالات:

28. قاسم، سامر، أثر تكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمة المصرفية: دراسة ميدانية على فروع المصرف التجاري السوري باللاذقية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، 2015،
29. ضجر، عمار يوسف، أثر الأنشطة التسويقية في جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبون: دراسة استطلاعية في عينة من المصارف التجارية الحكومية في البصرة، مجلة دراسات إدارية، 2011.
30. مرزقة عيسى؛ مخلوف، سيهام، أهمية جودة الخدمة في تحقيق الرضا لدى العميل، مجلة الاقتصاد الصناعي، 2017،
31. يحيوي إلهام؛ بن دليمي، إسماعيل، أثر جودة الخدمة البنكية على رضا الزبون: دراسة حالة عينة من زبائن بعض الوكالات البنكية بولاية باتنة، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية.
32. الحاج، مكي؛ خليفي، أمينة؛ نسيلي، خديجة، أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق رضى الزبون المصرفي: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية عين وسارة، مجلة الاقتصاد الجديد، 2019.
33. بولودان نجاح، دور توقعات العملاء في إدارة جودة الخدمة البنكية، مجلة الإقتصاد والمجتمع، 2011.
34. الجاسمي باسم عباس كريدي، جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر الزبون مدخل قيمي: دراسة استطلاعية لآراء عينة من زبائن مصارف مدينة الديوانية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والإقتصادية، 2007.
35. بن موسى أعمار، علماوي أحمد، جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية كمدخل لبناء مزايا تنافسية للبنوك التجارية، مجلة دراسات اقتصادية، 2019.
36. طارق قندوز، فعالية الابتكار التسويقي في تجويد الخدمة المصرفية، مجلة الابتكار والتسويق، العدد2، سيدي بلعباس، الجزائر،
37. أبي محمود، جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها في رضا العميل، مجلة جامعة البعث للعلوم الإنسانية، 2016،.
38. محمد، أبو خزام، عبدالله، محمد أمهلل، قياس جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بالمصارف التجارية للبيبة من منظور العملاء، مجلة العلوم البحثية والتطبيقية، 2019،.
39. مسغوني منى؛ عماني لمياء؛ تباري رزيقة، قياس الوزن النسبي لإدارة علاقات الزبون وتأثيرها على مستوى أبعاد جودة الخدمة المصرفية وفق نموذج الأداء الفعلي servperf، مجلة رؤى إقتصادية، 2018.
40. مرزقة، عيسى؛ مخلوف، سيهام، أهمية جودة الخدمة في تحقيق الرضا لدى العميل، مجلة الإقتصاد الصناعي، 2017،.

41. مرآقة, ع & .مخوف, س, (2017). جوان .(01أهمية جودة الخدمة في تحقيق الرضا لدى العميل .
مجلة الإقتصاد الصناعي)العدد .(12
42. بوغليطة الهام، أهمية ودور نظم المعلومات في اتخاذ القرارات في قطاع المحروقات، مجلة الباحث
العدد 1 جامعة 20 اوت 55 سكيكدة، الحج ا زئر، 2013 ،
43. عبد النور دحاك، رابح قارة، دور و أهمية المعلومات ونظم المعلومات في اتخاذ القرارات الإستراتيجية،
مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد الثاني، ديسمبر 2017، جامعة مولود معمري، تيزي وزو -الجزائر.
44. يسرى محمد حسين، تكنولوجيا المعلومات وأثرها في تحسين مستوى أداء الخدمة الفندقية، مجلة الإدارة
والاقتصاد، العدد 85 ، جامعة المستنصرية.
45. مفرح علي جاسم، تأثير تكنولوجيا المعلومات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية، مجلة دنانير، العدد
الثامن، كلية دجلة الجامعة، بغداد، العراق.
46. نبيل علي، العرب وعصر المعلومات، عالم المعرفة العدد 184، المجلس الوطني للثقافة والفنون والادب،
الكويت، 1994
47. سعد محمود خليل الكواز، جاسم محمد الطحان، تكنولوجيا المعلومات والاتصال اداة للنمو الاقتصادي،
مجلة جامعة جيهان-اربييل، العدد2: الجز-C كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، العراق، 2018،
48. نوال مغزيلي، تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الجزائر: دراسة للمؤشرات وتشخيص للمعيقات، المجلة
الجزائرية للأمن والتنمية، العدد12، جانفي 2018.
49. يسري محمد حسين، تكنولوجيا المعلومات وتأثيرها في تحسين اداء الخدمة الفندقية (دراسة تطبيقية في فندق
السدير)، مجلة الادارة والاقتصاد، العدد85، 2010.
50. بوداود ابراهيم، استخدام تكنولوجيا المعلومات (Tic) في ظل مفهوم وساطة المعرفة: إرساء نظري، "إشارة"
مجلة علوم المعلومات، علم الأرشيف والمكتبات، عدد رقم 06 (خاص)، 2016.
51. ابراهيم عبد السلام، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على التطوير الاداري في المؤسسات الحكومية في
السودان - دراسة حالة على مؤسسة حكومية بولاية الخرطوم بالسودان -، مجلة الباحث، العدد17، 2017.
- ج. الملتقيات والمؤتمرات العلمية:**
52. حمو محمد؛ زيدان محمد، إدارة التكنولوجيا المصرفية من أجل تحسين تنافسية البنوك، مع الإشارة الى
البنوك الجزائرية، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، 2016.

53. بوعيشة مبارك والشامية بن عباس، واقع وآفاق تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة بالجزائر - القطاع المصرفي - ، الملتقى الدولي حول نظام إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات ،2010.
54. سناء عبد الكريم الخناق، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عملية إدارة المعرفة، المؤتمر الدولي الخامس حول اقتصاد المعرفة، جامعة بسكرة لفترة 27/25 افريل 2005،
55. رضا عبد الواحد امين، استخدام الشباب الجامعي لموقع اليوتوب على شبكة الانترنت، المؤتمر الدولي: الاعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين 8 افريل 2009.
56. محمد بوتين، أثر تكنولوجيا المعلومات على عملية اتخاذ القرار والاداء-واقع المؤسسة الجزائرية، الملتقى الدولي حول اهمية الثقافة ونجاعة الاداء للاندماج الفعلي في الاقتصاد العامي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2003.
57. عز الدين مالك الطيب محمد، مستخلص حول دور تكنولوجيا المعلومات في البحث العلمي في الاقتصاد الاسلامي، جامعة ام درمان الاسلامية، جمهورية السودان، 2005.
58. جيه. س. دوروثي، وانصاف عباس، مقال عن التكنولوجيا في مجال التعلم المفتوح، رئيس قسم اللغة الانجليزية/ جامعة القدس المفتوحة/ فلسطين.
59. مرسوم رقم 82-106 المؤرخ في 13 مارس 1982 المتعلق بإنشاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية، الجريدة الرسمية العدد 11، 16/03/1982 المادتين 2 و 3.
60. تقرير نشاط بنك بدر، 2002.
61. معلومات داخلية من وكالة المصرف في ولاية بسكرة.
- د. الاطروحات والرسائل الجامعية:**
62. حورية بولعيدات، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكرة ماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2008.
63. قروش عيسى دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - دراسة عينة من المؤسسات الجزائرية، أطروحة دكتوراه العلوم في علوم التسيير جامعة محمد بوضياف -المسيلة - 2017/2016.
64. فني فضيلة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسيير المعارف- دراسة حالة مؤسسة فتح لصناعة الاسفنج - بركة - باتنة، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر بسكرة.

65. سحنون خالد، تأثير تكنولوجيا المعلومات في مردودية البنوك: دراسة حالة مقارنة بين البنوك الجزائرية والبنوك الفرنسية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص بنوك ومالية، جامعو او بكر بالقائد، تلمسان، السنة الجامعية 2016/2015.
66. الطيب الوافي، دور وأهمية نظم المعلومات في اتخاذ القرار في المؤسسة الاقتصادية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة عباس فرحات، سطيف، الجزائر.
67. بوحنان، نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير، قسم علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2007.
68. بن بوريش، نشاط الدين، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على جودة الخدمات البنكية، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس1، سطيف، 2018،
69. صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات الماجستير، قسم إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2016.
70. ميهوب سماح، اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية - دراسة نشاط البنك عن بعد-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة2، 2014.
71. بنشوري عيسى، دور التسويق بالعلاقات في زيادة ولاء الزبون - دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) المديرية الجهوية ورقلة، مذكرة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح، 14 ماي 2009.
72. الكركي، وسام محمد ناصر، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الإداريين والزبائن، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لنيل درجة الماجستير، كلية ادارة الاعمال، جامعة الخليل، 2010.
73. لعلوح رفاه، زين الدين رهام، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في البنوك التجارية في مدينة نابلس، 2016.

ثانيا - المراجع باللغة الأجنبية:

1) (Heizer & Render : 2001: 437)

- 2) JonnW. Satzinger ,Robert B.Jackson, Analyse et conception de gestion d'information, 2ème édition, les édition reynald gloulet, canada, 2003,p: 6.
- 3) Laudon C kenneth and P. Laudon . Jane "Management Information systems". 6th ed.2000 !; Prentice Hall Int . inc p12

4) General Management. QFINANCE. Vue le 30/03/2020 sur le site

ثالثا - المواقع الإلكترونية :

- 1) <http://www.qfinance.com/dictionary/communication-technology>.
- 2) [www.ecogesam.ac-aix- marseille.fr](http://www.ecogesam.ac-aix-marseille.fr), services quality,p7.

قائمة الملاحق

الملحق رقم (01)

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

التخصص تسويق مصرفي

استبانة مذكرة ماستر



سيدي (ة) الكريم (ة):

السلام عليكم ورحمة الله

نضع بين أيديكم استبانة صممت لجمع المعلومات اللازمة للدراسة التي نقوم بإعدادها استكمالاً للحصول على شهادة الماستر في العلوم التجارية-تخصص تسويق مصرفي، بعنوان " أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحسين جودة الخدمة المصرفية، دراسة حالة مصرف الفلاحة والتنمية الجزائري-وكالة بسكرة، لذا نرجو منكم التكرم بقراءة العبارات بدقة والإجابة عنها بكل موضوعية وحيادية، علماً أن هذه المعلومات ستولى بالسرية ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي، وستكون دقة إجاباتكم ومساهمتم عونا كبيرا لنا في التوصل إلى نتائج موضوعية وعلمية.

ونؤكد بأن المعلومات التي يتم الحصول عليها هي لغاية البحث العلمي فقط.

وتتقدم الطالبة بشكركم مسبقاً على وقتكم وحسن تعاونكم.

الطالبة: بشار سلمى

الأستاذة المشرفة: د. رايس حدة

السنة الجامعية: 2020/2019

القسم الاول: البيانات الشخصية

نرجو منكم وضع علامة (X) في المكان الذي يناسب اختيارك.

	ذكر	الجنس
	أنثى	
	من 20 سنة – أقل من 30 سنة	العمر
	من 30 سنة – أقل من 40 سنة	
	من 40 سنة – أقل من 50 سنة	
	من 50 سنة فأكثر	
	بكالوريا فأقل	المستوى التعليمي
	جامعي	
	دراسات عليا	
	مهني	المهنة
	قطاع حكومي	
	قطاع خاص	
	متقاعد	
	أقل من 5 سنوات	مدة التعامل مع المصرف
	من 5 سنوات – أقل من 10 سنوات	
	من 10 سنوات – أقل من 15 سنة	
	15 سنة فأكثر	

القسم الثاني: محاور الاستبيان

المحور الأول: استخدام تكنولوجيا الإعلان والاتصال

(يرجى اختيار الإجابة التي توافق رأيكم حول العبارات بوضع علامة X) في المكان المناسب لاختيارك.

الرقم	عبارات القياس : استخدام تكنولوجيا الإعلان والاتصال	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
01	يملك المصرف أجهزة إلكترونية (أجهزة، وسائل، أدوات) حديثة متطورة					
02	للمصرف العديد من المنتجات الالكترونية					
03	الصراف الآلي الموجود بالمصرف يقدم خدمات متنوعة بالإضافة لسحب الاموال					
04	يوفر المصرف للزبائن أنواع مختلفة من البطاقات الإلكترونية					
05	يتم التواصل مع المصرف من خلال شبكة الإنترنت لتسهيل العمل الداخلي					
06	استخدام تكنولوجيا المعلومات من قبل المصرف يوفر لك الجهد					
07	استخدام تكنولوجيا المعلومات في المصارف يُسهل المعاملات المصرفية					
08	استخدام تكنولوجيا المعلومات يجعل المعاملات المصرفية مفهومة أكثر وواضحة					
09	المصرف متابع للتطور الذي يطرأ على استخدام التكنولوجيا في الخدمات المصرفية					

المحور الثاني جودة الخدمة المصرفية

يرجى اختيار الإجابة التي توافق رأيكم حول العبارات بوضع علامة (X) في المكان المناسب لاختيارك.

الرقم	عبارات القياس جودة الخدمة المصرفية	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
أولاً: الاعتمادية						
01	يحرص المصرف على الوفاء بالتزاماته في مواعيدها المحددة في تقديم خدماته لعملائه					
02	يوظف المصرف عاملين لهم كفاءة في المجال المصرفي					
03	يتم تحديث المعلومات المتاحة في الموقع الإلكتروني باستمرار					
04	تساعد الصرافات الآلية الزبائن على عدم التقيد بمواعيد العمل الرسمية للمصرف					
05	تساهم العمليات الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية					
06	تساهم المعاملات الإلكترونية في جذب زبائن جدد للمصرف					
ثانياً: الملموسية						
07	المظهر العام للمصرف يجب أن يتلاءم مع طبيعة الخدمة المقدمة					
08	يتميز العاملون بحسن المظهر وأناقاة الملابس واللباقة					
09	يستعمل المصرف تجهيزات ومعدات حديثة تواكب التطورات في القطاع المصرفي					
10	التصميم الداخلي للمصرف منظم ومتكامل					
ثالثاً: الاستجابة						
11	يلتزم المصرف بأداء الخدمة في الوقت المحدد بدقة					
12	موظفو المصرف لهم قدرة عالية لتجاوب مع ردود أفعال الزبائن الإيجابية والسلبية					
13	يقوم المصرف باستقبال والرد على شكاوى الزبائن عبر الأنترنت					

					يستجيب المصرف بسرعة على كل استفسارات الزبائن بوسائل متطورة	14
					تساعد الخدمات الإلكترونية المصرفية على تقليص زمن الحصول على الخدمة	15
رابعا: الأمان						
					يشعر الزبون بالأمان في التعامل مع المصرف	16
					تتم معاملات المصرف بدرجة كبيرة من الأمان والسرية	17
					يوفر المصرف الخدمة للزبون في جو آمن يخلو من المخاطر قدر الإمكان	18
					يهتم المصرف بزبائنه دون تمييز زبون عن آخر	19
خامسا: التعاطف						
					الموظفون في المصرف يحسنون معاملة زبائنهم ويحترمونها	20
					يضع المصرف مصلحة الزبائن في مقدمة اهتماماته	21
					يوفر المصرف ساعات عمل ملائمة لظروف الزبون	22

شكرا جزيلاً على وقتكم وعلى حسن تعاونكم

الملحق رقم (02)

الأساتذة المحكمين للإستبيان

اللقب العلمي	الأستاذ (ة)	الرقم
أستاذ محاضر بقسم العلوم التجارية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة.	د. شنشونة محمد	01
أستاذ محاضر بقسم العلوم التجارية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة.	د. عبد الحق رايس	02