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 Economique

جامعة محمد خيضر– بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

الموضـــــــــــــــوع

دور نظم المعلومات المصرفية في تحسين جودة الخدمة المصرفية
دراسة قياسية لحالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR
– وكالة بسكرة –

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية
تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

إعداد الطالب(ة):
صبرينة ماصة

إشراف الأستاذة:
د. إيمان مودع

لجنة المناقشة

الرقم	أعضاء اللجنة	الرتبة	الصّـفة	مؤسسة الانتماء
1	د/ بن زاوي عبد الرزاق	أستاذ التعليم العالي	رئيسا	جامعة بسكرة
2	د/ مودع إيمان	أستاذ محاضر-ب -	مشرفا	جامعة بسكرة
3	د/ رحال فاطمة	أستاذ محاضر –ب -	ممتحنا	جامعة بسكرة

السنة الجامعية: 2019 /2020

إهداء

اهدي عملي المتواضع هذا إلى من حملتني وهنا على وهن وسهرت علي الليالي لأبلغ المعالي إليك، أماه أطال الله في عمرك

إلى الذي لا أنسى فضله لما قدمه لي من رعاية وتعلم إلى معلمي الأول، إليك أبتي حفظك الله و أطال في عمرك

إلى إخوتي الأعزاء واخص بالذكر براعم العائلة " نور، فاطمة الزهراء ، تسنيم ، عبد القادر وأمينة

إلى كل الأقارب واخص بالذكر عمتي الغالية جميلة(حفظها الله)

إلى كل صديقاتي المقربات اللاتي جمعتني بهن ذكريات طيبة بالخصوص:

أنفال ، كنزة ، هدى، أسماء ،أمال ،إيمان، بسمة و مريم.

صبرينة ماصة

شكر وتقدير

الحمد و الشكر لله كثيرا على توفيقه وعونه لي في إتمام هذا البحث المتواضع، والصلاة والسلام على اشرف المرسلين، سيدنا محمد وعلى اله وصحبه أجمعين وبعد:

أتقدم بعظيم العرفان والامتنان إلى الأستاذة المشرفة "مودع إيمان" على تفضلها بالإشراف على هذه المذكرة وتقديما لإرشادات والنصائح والتوجيهات المجدية جزاها الله خيرا.

كما يسرني أن أتقدم بخالص الشكر إلى الدكتور شنشونه محمد.

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى الأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة كل باسمه على قبولهم مناقشة هذا العمل المتواضع وعملهم على تصويب أخطائه في سبيل إثرائه جزاكم خيرا وزادكم علما نافعا.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من أمدني بيد العون في إعداد هذا البحث، سواء من بعيد أو قريب

و في الأخير لا يسعنني إلا أن احمد الله عز و جل مرة أخرى على توفيقه.

صبرينة ماصة

ملخص الدراسة:

يعتبر نظام المعلومات موردا اقتصاديا إستراتيجيا يستخدم لمساعدة المؤسسات في تحقيق أهدافها باعتبارها منتجا للمعلومة التي أصبحت بدورها هي أيضا موردا هاما للمؤسسات في ظل التطورات السريعة والمنافسة الشديدة، ولان البنوك هي من بين المؤسسات التي تأثرت بهذه التغيرات هذا يستوجب عليها الإحاطة بجميع التطورات من اجل زيادة إيراداتها واعتماد نظام معلومات فعال لتنفيذ القرارات، ولضمان تنفيذ البرامج والخطط التي تضمن توفير معلومة للجميع وتحسين جودة الخدمة المصرفية وتلبية احتياجات عملائها بما يتناسب مع توقعاتهم وتحقيق رضاهم ونيل ولائهم لان احد أهم أهداف المؤسسات المصرفية هو إرضاء العميل من خلال تقديمها له خدمات ذات جودة عالية.

ومن هذا المنطلق حاولنا في هذه الدراسة الإجابة على الإشكالية التالية: ما هو دور نظم المعلومات المصرفية في تحسين جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية –وكالة بسكرة–؟ ولمعالجة هذه الإشكالية تم استخدام الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات واستخدام البرنامج الإحصائي Spss وهذا بالاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي والكمي، وقد توصلت الدراسة الميدانية في وكالة بسكرة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية نتائج هامة أبرزها:

إن نظم المعلومات المصرفية بجميع أبعادها تفسر وتساهم في تحسين جودة الخدمة المصرفية، وان نظام الخدمة المصرفية للبنك أهم بعد فيها بانحراف معياري قدر ب(1.071)، وأهم عبارة في بعد نظام الخدمة المصرفية هي نظام الخدمة المصرفية في البنك يعطي صورة جيدة بنسبة 47.9% ، كما أن نظام المعلومات يسهل وصول المعلومات المناسبة للشخص المناسب في الوقت المناسب وهذا ما اتفق عليه أفراد العينة بالانحراف معياري (1.2020) وبنسبة52.1%.

كما توصلنا إلى أن أهم بعد للحكم على جودة الخدمة المصرفية هو مؤشر الملموسية بانحراف معياري قدر ب (0.74548) وحسب أراء العينة محل الدراسة فان أهم عبارة في بعد الملموسية هي:" المظهر الخارجي للبنك جذاب ويوحي بالثقة" بنسبة 52%.

الكلمات المفتاحية: نظم المعلومات المصرفية، الجودة، الخدمة المصرفية، بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة– بسكرة– .

Résum

Le système d'information est une ressource économique stratégique utilisée pour aider les institutions à atteindre leurs objectifs en tant que producteur de votre information, qui à son tour est également devenue une ressource importante pour l'institution au vu des développements rapides et de la concurrence intense, les banques font partie des institutions qui ont été touchées par ces changements, il est nécessaire pour elles de prendre note de toutes les évolutions afin d'augmenter leur volonté et d'adopter un système d' Information efficace pour mettre en œuvre les décisions, et pour assurer la mise en œuvre de programmes et plans qui assurent l'information à tous, améliorent la qualité du service bancaire et répondent aux besoins de ses clients en adéquation avec leurs attentes, elles atteignent leur satisfaction et fidélisent leurs clients, car l'un des objectifs les plus importants des établissements bancaires est la satisfaction du client en lui fournissant des services de qualité.

En nous servant de ca , nous avons tenté dans cette étude de répondre au problème suivant: Quel est le rôle des systèmes d'information bancaire dans l'amélioration de la qualité du service bancaire dans l'étude de terrain de l'Agence Biskra de la Banque ? pour l'agriculture et le développement rural a atteint des résultats importants, ils sont:

dont le plus important est Les systèmes d'information bancaire dans toutes ses dimensions expliquent et contribuent à améliorer la qualité du service bancaire, et que le système de service bancaire de la banque est plus important après avoir un écart-type estimé à(1.071). Le facteur le plus important du système de service bancaire est le système de service bancaire de la banque qui donne une bonne image par 47.9% et les informations facilitent l'arrivée des informations appropriées à la bonne personne au bon moment, et c'est ce que les membres de l'échantillon(1.2020) ont convenu avec l'écart type de pourcentage52.1%

Nous avons également atteint la dimension la plus importante pour juger de la qualité du service bancaire, qui est l'indice de tangibilité avec un écart type estimé à (0.7454)et selon la volonté de l'échantillon étudié, l'énoncé le plus important dans la dimension de tangibilité est l'aspect extérieur de la banque qui est attractif et inspire confiance.

Mots clés: la science de l'information bancaire, la qualité des services bancaires, .PVC déplacé, Agence scientifique rurale –Beskera

الـــفـــهـــارس

الموضوع	الصفحة
إهداء	I
شكر وتقدير	II
ملخص الدراسة باللغتين العربية والفرنسية	III-V
فهرس المحتويات	VI-VIII
فهرس الجداول	VIIII-X
فهرس الأشكال	XI
فهرس الملاحق	XII
المقدمة العامة	أ- د
1- تمهيد	ب
2- إشكالية الدراسة والأسئلة الفرعية	ت
3- فرضيات الدراسة	ت
4- أهمية الدراسة	ث
5- أهداف الدراسة	ث
6- حدود البحث والمنهج المتبع	ج
7- مصادر وأساليب جمع البيانات	ج
8- الدراسات السابقة	ج
9- صعوبات الدراسة	خ
10- هيكل الدراسة	د
الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة	1-27
تمهيد	2
المبحث الأول: أساسيات حول نظم المعلومات المصرفية	3
المطلب الأول: مفهوم نظم المعلومات المصرفية	3
المطلب الثاني: أنواع نظم المعلومات المصرفية	4
المطلب الثالث: أهمية نظم المعلومات المصرفية	10
المبحث الثاني:موارد وامن نظم المعلومات المصرفية وكفاءتها	11
المطلب الأول: موارد نظم المعلومات المصرفية	11
المطلب الثاني: امن نظم المعلومات المصرفية	14
المطلب الثالث: كفاءة نظم المعلومات المصرفية	15
المبحث الثالث: جودة الخدمة المصرفية وعلاقتها بنظم المعلومات المصرفية	19

المطلب الأول: مفهوم الخدمة المصرفية وخصائصها	19
المطلب الثاني: مفهوم جودة الخدمة المصرفية	22
المطلب الثالث: أهمية جودة الخدمة المصرفية	22
المطلب الرابع: أبعاد جودة الخدمات المصرفية	23
المطلب الخامس: علاقة نظم المعلومات المصرفية بجودة الخدمة المصرفية	25
خلاصة الفصل الأول	27
الفصل الثاني: دور نظم المعلومات المصرفية في تحسين جودة الخدمة المصرفية على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية– وكالة بسكرة–	28– 63
تمهيد	29
المبحث الأول: عرض لبنك الفلاحة والتنمية الريفية– وكالة بسكرة–	30
المطلب الأول: نشأة البنك	30
المطلب الثاني: تعريف البنك	32
المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للبنك	33
المطلب الرابع: منتجات وخدمات البنك	36
المبحث الثاني: مراحل إعداد وتحليل استبيان	40
المطلب الأول: تصميم الاستبيان	40
المطلب الثاني: تحليل الاستبيان	42
المطلب الثالث: اختبار الفرضيات الدراسة	52
خلاصة الفصل الثاني	63
الخاتمة العامة	64–67
نتائج الدراسة النظرية	65
نتائج الدراسة التطبيقية	66
مقترحات الدراسة	66
آفاق الدراسة	67
قائمة المراجع	68–73
قائمة الملاحق	74–81

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	درجات مقياس ليكرت	42
02	المعلومات الشخصية لعينة الدراسة	42
03	اختيار معامل ثبات لكل عبارات القياس	45
04	جدول الاتجاه العام	46
05	تحليل أراء المبحوثين لفقرات لبعد تكنولوجيا المعلومات	46
06	تحليل آراء المبحوثين لفقرات بعد خصائص المعلومات	47
07	تحليل أراء المبحوثين لفقرات بعد نظام الخدمة المصرفية	48
08	تحليل آراء المبحوثين لبعد مؤشر الاعتمادية	49
09	تحليل آراء المبحوثين لبعد مؤشر الملموسية	49
10	تحليل آراء المبحوثين لبعد مؤشر الثقة والأمان	50
11	تحليل آراء المبحوثين لبعد مؤشر التعاطف	51
12	اختبار التوزيع الطبيعي -One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	53
13	مصفوفة الارتباط Separman بين ابعاد الدراسة	54
14	تحليل الانحدار الخطي البسيط لمتغير تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية	55
15	جدول المعاملات Coefficients تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية	56
16	تحليل الانحدار الخطي البسيط لخصائص المعلومات على جودة الخدمة	57

	المصرفية	
17	جدول المعاملات Coefficients لخصائص المعلومات على جودة الخدمة المصرفية	57
18	تحليل الانحدار الخطي البسيط لنظام الخدمة المصرفية على جودة الخدمة المصرفية	58
19	جدول المعاملات Coefficients لنظام الخدمة المصرفية على الجودة المصرفية	59
20	تحليل الانحدار الخطي البسيط لنظم المعلومات المصرفية على جودة الخدمة المصرفية	60
21	جدول المعاملات Coefficient لنظم المعلومات المصرفية على جودة الخدمة المصرفية	61

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01	مكونات نظم المعلومات التسويقي المصرفي	4
02	مراحل عملية بحوث التسويق	7
03	الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية فرع ولاية بسكرة	34
04	التمثيل البياني لمحور جودة الخدمة المصرفية	53

رقم الملحق	عنوان الملحق	الصفحة
01	الاستبيان	75
02	قائمة المحكمين	80

المقدمة العامة

1- تمهيد:

يشهد العالم المعاصر تقدما تكنولوجيا متسارعا في شتى المجالات أدى إلى زيادة أهمية المعلومة وتداولها بين المستخدمين بما يخدم الكفاءة والسرعة في أداء الأعمال، وهو ما أدى بدوه إلى وجود تقنيات ووسائل حديثة ومختلفة تساعد على معالجة واستغلال المعلومات، فخلال الفترات الأخيرة حظيت تقنيات ووسائل تكنولوجيا المعلومات باهتمام كبير ورغبة في الحصول عليها وتبنيها خصوصا فيما يتعلق بالمنافع التي تفرزها من جراء استخدامها، وقد ساعد التقدم التكنولوجي على ظهور العديد من التطورات في العمليات خاصة المصرفية، وعليه أصبحت المصارف تعتمد على نظام المعلومات التي تساعد في إدارة حركات البيانات والعمل على تحليلها وإيصالها إلى الإدارة العليا.

تعد نظم المعلومات العصب الأساسي في أي مؤسسة والتي تربط النشاطات الإدارية ببعضها، حيث أصبح يتطلب من المنظمات على اختلاف أنواعها وأحجامها لمواكبة هذا التقدم التقني الهائل، ذلك أن لنظم المعلومات دور كبير في الرقابة على العمليات التي تقوم بها لما تمتاز به من سرعة في توفير المعلومات المطلوبة، كما تعيد نظم المعلومات تشكيل قواعد العمل في المؤسسات فلا يوجد جانب من جوانب العمل لم يتأثر بالتكنولوجيا والمعلومات، لذا فقد أصبحت نظم المعلومات جزءا أساسيا من مقومات نجاح أي مؤسسة، كذلك في عملية مساندة اتخاذ القرارات، وقد اتجهت بعض المؤسسات حديثا إلى تطبيق نظم المعلومات مختلفة عن أنظمة المعلومات القديمة، وذلك لأنها مبنية على الحاسب الآلي الذي تم تصميمه بغرض تحسين الخدمة وزيادة الفاعلية من خلال دعم متخذي القرار وواضعي السياسات، وتطبيق هذه النظم في مجالات التخطيط طويل الأجل.

لقد شهد القطاع المصرفي في السنوات الأخيرة على المستوى العالمي تطورا كبيرا من حيث الخدمات المصرفية المقدمة، والتي تختلف عن الخدمات التقليدية المعتادة، حيث تسعى المصارف جاهدة إلى خلق وابتكار وتقديم خدمات مصرفية جديدة محاولة بذلك كسب رضا العملاء واستمالتهم بغرض نيل ثقتهم ومنه زيادة معاملاتها معهم، وحتى يتحقق ذلك وجب تحقيق الجودة في الخدمة البنكية التي تقدمها المصارف، حيث تعتبر الجودة المصرفية من أساسيات العمل المصرفي، لذا أصبحت المصارف تركز بصفة أساسية على تحقيق الجودة في خدماتها، باعتبارها السلاح التنافسي الأكثر تحقيقا للتميز والريادة .

وتعتبر المصارف من المنظمات التي تعمل على تحسين أدائها وخدماتها المقدمة وتنمية رؤى مستقبلية واضحة بخصوص العمليات المقدمة فيها وانطلاقا من ذلك فهي تعمل على إدخال تقنيات حديثة تطور نوعية

الخدمة المقدمة فيها، لذا تحتاج هذه المصارف إلى بيانات ومعلومات ومعارف ملائمة ودقيقة لصياغة الأهداف، وصناعة القرارات وتحتاج إلى نظام إداري مناسب لتنفيذ تلك القرارات، ولضمان تنفيذ البرامج والخطط التي تضمن توفير معلومة للجميع، ومنه تحقيق الجودة المطلوبة مع استخدام امثل للموارد المالية والبشرية المتاحة.

ونظرا لهذه التحولات التي شهدها العالم المصرفي، وجدت المصارف الجزائرية نفسها أمام تحدي بالغ الحساسية، وسعيا منها لمواكبة التطورات عملت على نقل العديد من التقنيات المصرفية إلى السوق الوطنية، وفي ضوء ما تشهده الساحة المصرفية من تغيرات تسعى المصارف الجزائرية بخطوات متسارعة نحو تطوير الخدمات المصرفية المقدمة، كأحد العناصر المحددة للقدرات التنافسية المصرفية في السوق المحلية والأجنبية، فالانتقال إلى عصر المعلوماتية يعني ضرورة تكثيف الاستفادة من احدث تقنيات المعلومات والحواسب الالكترونية الذي كان له الأثر البالغ في تطوير نظام المعلومات من خلال تحسين أداء أنشطة ورفع مستوى كفاءة المصارف، وتطويرها بكفاءة عالية بغية ابتكار خدمات مصرفية مستحدثة وتطوير أساليب تقديمها وضمان جودتها، ولي معرفة دور نظم المعلومات المصرفية في تحسين جودة الخدمة المصرفية تم تطبيق الدراسة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية –وكالة بسكرة–.

2- إشكالية الدراسة:

وانطلاقا مما سبق تبرز معالم إشكالية الدراسة التي نوجزها في السؤال الرئيسي التالي:

ما هو دور نظم المعلومات المصرفية في تحسين جودة الخدمة المصرفية على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية –وكالة بسكرة– ؟

وللإجابة على هذه الإشكالية تنبثق الأسئلة الفرعية التالية:

- ما دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية؟
- ما دور خصائص المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية؟
- ما دور نظام الخدمة المصرفية في تحسين جودة الخدمة المصرفية؟

3-فرضيات الدراسة:

للإجابة على الأسئلة الفرعية السابقة استندنا على الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية: يوجد دور ذو دلالة معنوية لنظم المعلومات المصرفية في تحسين جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة.

الفرضيات الفرعية:

- يوجد دور ذو دلالة معنوية لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية .
- يوجد دور ذو دلالة معنوية لخصائص المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية.
- يوجد دور ذو دلالة معنوية لنظام الخدمة المصرفية في تحسين جودة الخدمة المصرفية.

4-أهمية الدراسة: تستمد هذه الدراسة أهميتها مما يلي:

يكتسب الموضوع محل الدراسة أهمية بالغة نظرا للتغيرات المتسارعة التي تشهدها بيئة العمل المصرفي في ظل التحولات المعاصرة والتي أدت إلى تحول جذري في العمل المصرفي لا سيما بعد بداية التطور والتي تحتم على هذه المصارف ضرورة تطبيق نظم المعلومات من اجل ضمان استمراريتها وبقائها، بالإضافة إلى الدور الكبير الذي تقدمه في تطوير الخدمات المصرفية ولتحقيق حاجات ورغبات العملاء من جهة وأهداف المصرف من جهة أخرى، فضلا عن بروز مستوى عالي من المنافسة بين المؤسسات المصرفية، بالإضافة إلى أهمية القطاع المصرفي والدور الفعال الذي تلعبه البنوك في تمويل المجالات الاقتصادية وتحريك النشاط الاقتصادي .

5-أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للوصول إلى الأهداف التالية:

- التَعرف على نظم المعلومات المصرفية باعتباره موضوعا حيويا وهاما ومدى تبنيه من قبل المصارف التعرف على النماذج السائدة لقياس جودة الخدمة المصرفية .
- التعرف على النماذج السائدة لقياس جودة الخدمة المصرفية.
- توضيح العلاقة الموجودة بين نظم المعلومات المصرفية وجودة الخدمة المصرفية.
- قياس اثر نظم المعلومات المصرفية كمتغير مستقل ودوره في تحسين جودة الخدمة المصرفية كمتغير تابع ومعرفة أي عناصر نظم المعلومات المصرفية أكثر تأثيرا على جودة الخدمة المصرفية على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة-بسكرة- .

6- حدود الدراسة ومنهج الدراسة:

بالنسبة لحدود البحث المكانية فقد اقتصرت الدراسة الميدانية على بنك الفلاحة والتنمية الريفية –وكالة بسكرة– فقط وذلك نظرا لظروف الصعبة التي فرضتها جائحة كورونا وضيق الوقت بسبب تفشي المرض، أما في ما يخص حدود البحث الزمنية فقد أجريت الدراسة خلال الموسم الدراسي (2019-2020).

وللوصول إلى الأهداف التي ترمي إليها الدراسة، فقد تم استخدام المنهج الوصفي وذلك من خلال وصف الأحداث والظواهر المتعلقة بالإطار النظري واستعراض مختلف المفاهيم المتعلقة بنظم المعلومات المصرفية وجودة الخدمة المصرفية، أما في الفصل التطبيقي فقد تم اعتماد على المنهج التحليلي والمنهج الإحصائي وذلك من اجل معالجة وتحليل البيانات واستخراج نتائج الدراسة .

7- مصادر جمع المعلومات والبيانات:

للقيام بهذه الدراسة قمنا باستخدام مجموعة من المراجع من كتب وأطروحات دكتوراه ومقالات وملتقيات، بالإضافة إلى الاعتماد على الاستبيان، ومعالجة البيانات عن طريق برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS" في بنك الفلاحة وتنمية الريفية بولاية بسكرة، بحيث يقتص مجال البحث من الناحية الزمنية.

8-الدراسات السابقة :

لقد أصبحت نظم المعلومات المصرفية في الآونة الأخيرة تحتل حيزا هاما من البحوث الاكادمية نظرا لتطورات المتلاحقة التي يشهدها القطاع المصرفي والأثر المترتب على جودة الخدمات المصرفية، وبالتالي ظهرت العديد من الدراسات حاولت

8-1- الدراسات باللغة العربية:

1-دراسة ليلى أولاد إبراهيم وآخرون **بعنوان** "**اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على تحسين جودة الخدمة المصرفية**" (2020)، مقال، هدف البحث إلى معرفة أثار تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية والتعرف على سير أنظمة تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية.، وللإجابة على الإشكالية التالية: "ما مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات في تطوير جودة الخدمة المصرفية؟ استخدم الباحث الأسلوب الوصفي في توضيح مختلف جوانب البحث وقد

توصل إلى العديد من نتائج نذكر منها: مساهمة تكنولوجيا المعلومات على تقديم منتجات جديدة وخدمات متنوعة بتقنية مختلفة ومتفوقة على المنافسين ،غياب الثقافة المصرفية ،وان تكنولوجيا المعلومات تساهم في طرح الخدمات المصرفية بمستوى عالي وبجودة عالية، اعتبار القنوات الالكترونية مصدرا لجودة الخدمات المصرفية بصورة كبيرة.

2-دراسة شناقرة وردة،" **دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية للبنوك،دراسة تطبيقية لعينة من البنوك العمومية الجزائرية** "سنة 2017-2018، أطروحة دكتوراه، هدفت هذه الدراسة إلى معرفة التطورات الأخيرة في مجال التكنولوجيا المعلومات خاصة فيما يتعلق بالعمل المصرفي، توضيح دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك العمومية الجزائرية وذلك من خلال التعرف على مساهمتها في تحقيق الجودة والتكاليف المنخفضة والاستجابة السريعة لحاجات العميل المصرفي والابتكار ، حيث اعتمد على طرح الإشكالية تتمثل في "ما هو دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية للبنوك؟ "، وقد استخدمت الباحثة أسلوب المقاربة الوصفية والمنهج الكمي حيث استخدمت استبيان لجمع البيانات أولية وتحليلها إحصائيا باستخدام برنامج الإحصائي SPSS و استخلصت الدراسة إلى مجموعة من نتائج نذكر منها: وخلصت أيضا أن تكنولوجيا المعلومات توفر معلومات هامة من خلال قاعدة بياناتها ونظم معلوماتها في الوقت المناسب الأمر الذي يمكن العاملين بالبنوك من أداء مهامهم بسرعة وتقديم خدمات مصرفية ذات جودة تحقق رغبات واحتياجات العملاء أن أبعاد تكنولوجيا (المكونات المادية ، البرمجيات ، الموارد البشرية ، اتصالات، والشبكات، قواعد البيانات) تفسر ايجابيا جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك العمومية الجزائرية ، فمن خلال الحاسوب ونظم المعلومات المصرفية وشبكات الاتصال تحسن أسلوب تقديم الخدمة المصرفية من يدوية تتم عن طريق موظف بنك إلى الكترونية .

3-دراسة مرتضى نوح "**نحو تفعيل دور نظام المعلومات في البنوك للرفع من مستوى أدائها ،دراسة حالة (القرض الشعبي الجزائري (CPA)، بنك الفلاحة وتنمية ريفية (BADR)، البنك الوطني الجزائي (BNA))وكالات الوادي خلال الفترة (2012-2013)** ،السنة 2014، رسالة ماجستير، هدفت هذه الدراسة إلى محاولة إبراز أساسيات نظم المعلومات والقطاع البنكي، محاولة الوقوف على واقع اعتماد المؤسسات البنكية على نظام المعلومات ومدى ارتباطه بعملية تحسين الأداء على مستواها، محاولة المساهمة في تطوير نظام المعلومات على مستوى البنوك ، حيث اعتمد على طرح الإشكالية تتمثل في :"إلى أي مدى يمكن تفعيل دور نظام المعلومات في البنوك الجزائري مما يساهم من مستوى أدائها؟"وقد استخدم الباحث أسلوب الوصفي التحليلي

ودراسة حالة في تطبيقي ، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من نتائج نذكر منها احتياج نظام المعلومات في البنوك المدروسة إلى تحسين وتطوير،تدريب على نظام المعلومات الفعال يرفع من محددات الأداء البنكي،وخلصت أيضا إلى أن الهدف الأساسي من وجود نظام المعلومات هو تحسين أداء الخدمات وربط العملاء بالبنك .

8-2- الدراسات باللغة الأجنبية:

-Helaiel,(2007),Information Systems and Productivity in kuwaiti Public Organizations : Looking inside the Black Box,article :

هدفت هذه الدارسة لتوضيح اثر نظام المعلومات على الإنتاجية وعلى الأعمال التجارية، التقارير وهيكل المنظمة من خلال أبعاد اتخاذ القرارات والتنسيق بين الإدارات وخدمة العملاء ، وذلك بالستخدام المنهج الوصفي. وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها لنظام المعلومات اثر كبير على الإنتاجية وكفاءة العمل الإداري وذلك بتقليل مدة اتخاذ القرار واسترجاع المعلومات في اقل زمن ممكن.

8-3 -ما تتميز به هذه الدراسة عن الدراسات السابقة:

تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة التي عالجت جلها نظم المعلومات المصرفية من حيث ربطها بتحقيق ميزة التنافسية للبنوك و بالأداء البنكي مما يعطيها صفة الشمولية ، بالإضافة إلى أن كل دراسة انطلقت من مشكلة مختلفة عن الأخرى، حاول حلاها كل باحث للوصول إلى نتائج، ويمكن الاختلاف أيضا في المنهج المستخدم والنموذج المتبع لاختبار فرضيات الدراسة والتي من خلاله تم توصل لنتائج حيث تم استخدام دراسة حالة والمنهج التحليلي وذلك من خلال إسقاط الجوانب النظرية على بنك محل الدراسة وتحليلها ثم تفسير النتائج المتوصل إليها، وتختلف أيضا على الدراسات السابقة بمحل تطبيق الدراسة.

وتتميز الدراسة الحالية في أنها تهدف إلى توضيح دور نظم المعلومات المصرفية في تحسين جودة الخدمة المصرفية، ومعرفة أنظمة المعلومات المستعملة في القطاع البنكي بشكل عام وفي بنك محل الدراسة بشكل خاص .

9 – صعوبات الدراسة:

واجه الباحث إثناء إعداده البحث العديد من العراقيل أبرزها:

- ضيق الوقت بسبب التأخر في الحصول على المعلومات من قبل البنك بسبب جائحة كورونا.

- صعوبة التنقل إلى مكان إجراء الدراسة الميدانية بسبب تفشي المرض كوفيد19 وبعد محل الدراسة الميدانية عن محل الإقامة (جمورة).
- طبيعة الموضوع في حد ذاته، حيث يضم عددا من المفاهيم المختلفة والمتداخلة في أحيان كثيرة.
- عدم وجود تجاوب كبير من قبل العملاء أثناء قيامنا بالاستبيان .

10-هيكل الدراسة:

من اجل الإلمام بمختلف جوانب الموضوع جاءت الدراسة بالإضافة إلى المقدمة العامة والخاتمة العامة في فصلين الأول نظري والثاني تطبيقي كالأتي:

- **المقدمة العامة:** والتي تطرقنا فيها إلى إشكالية الدراسة ومجموعة من الأسئلة الفرعية وكذا الفرضيات التي سعينا إلى التأكد من صحتها، وبعدها أبرزنا أهمية الدراسة والأهداف منها كذا أسباب اختيار الموضوع الدراسة، بالإضافة إلى حدود الدراسة المكانية ومناهج المستخدمة وأساليب ومصادر جمع البيانات المتعلقة بالدراسة، ثم قمنا بعرض مجموعة من الدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع الدراسة، وأخيرا هيكل الدراسة.
- **الفصل الأول:**وجاء بعنوان "الإطار النظري للدراسة" حيث تضمن الفصل ثلاث مباحث تتضمن الإطار النظري لكل من نظم المعلومات وجودة الخدمة المصرفية، حيث تناول المبحث الأول مفهوم نظم المعلومات المصرفية وأنواعه وأهميته، أما المبحث الثاني فتناول موارد نظم المعلومات المصرفية وأمنها وكفاءتها، وفيما يخص المبحث الثالث فقد تضمن مفهوم الخدمة المصرفية وخصائصها وكذا مفهوم جودة الخدمة المصرفية، أهميتها وأبعادها، بالإضافة إلى العلاقة النظرية بين نظم المعلومات المصرفية وجودة الخدمة المصرفية.
- **الفصل الثاني:** خصص للدراسة التطبيقية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية في وكالة بسكرة تحت عنوان دور نظم المعلومات المصرفية في تحسين جودة الخدمة المصرفية،وجاء في هذا الفصل مبحثين، حيث تناول المبحث الأول نشأة وتعريف بالبنك وكذا منتجات وخدمات بنك محل الدراسة، أما البحث الثاني شمل مراحل وإعداد وتحليل استبيان وذلك بتحليل نتائجه واختبار فرضيات الدراسة.
- **الخاتمة العامة:** والتي تضمنت النتائج المتوصل إليها من الدراسة وكذا نتائج اختبار الفرضيات، بالإضافة إلى مجموعة من المقترحات والآفاق المتعلقة بالدراسة.

الفصل الأول

الإطار النظري للدراسة

تمهيد الفصل:

لقد شهد القطاع المصرفي في الآونة الأخيرة خطوات متسارعة نحو التطوير أداءه و الارتقاء بجودة الخدمات المصرفية، سعيا للارتقاء إلى مستوى التحديات الكبيرة للمنافسة الكبيرة التي تواجهها في عملها المصرفي، وان أهم ما يميز العمل المصرفي هو التطور المتزايد والمتسارع هو تكنولوجيا المصرفية، بحيث تعتبر نظم المعلومات بمثابة المكون الرئيسي لثروة المعلومات، ومع تطور أساليب تقديم الخدمات المصرفية نتيجة لتطور تكنولوجيا المعلومات في المصارف أدى ذلك إلى إنشاء نظام معلومات يعمل على تحسين جودة الخدمة المصرفية، وهذا ما سنتطرق إليه في هذا الفصل من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: أساسيات حول نظم المعلومات المصرفية؛

المبحث الثاني: موارد وامن نظم المعلومات المصرفية وكفاءتها؛

المبحث الثالث: جودة الخدمة المصرفية وعلاقتها بنظم المعلومات المصرفية؛

المبحث الأول: أساسيات حول نظم المعلومات المصرفية

تعتبر البنوك من بين المؤسسات التي تحتاج إلى نظام المعلومات، كونه قطاع يتسم بالتغيرات السريعة و المنافسة الشديدة،كما يتمتع القطاع البنكي بأهمية بالغة نظرا لدوره التنموي في الاقتصاديات المعاصرة، لذلك تسعى البنوك للوصول إلى أخر ما وصل إليه العلم الحديث في التكنولوجيا ونضم المعلومات.

المطلب الأول: مفهوم نظم المعلومات المصرفية

تعد نظم المعلومات احد الأساليب التحليلية المستحدثة في الفكر الإداري و التنظيمي وقد وردت عدة تعاريف نذكر منها:

– يمكن تعريف نظام المعلومات بأنه ذلك النظام الذي يتضمن مجموعة متجانسة و مترابطة من الأعمال و العناصر و الموارد تقوم بتجميع و تشغيل و إدارة ورقابة البيانات بغرض إنتاج و توصيل معلومات مفيدة لمستخدمي القرارات من خلال شبكة من قنوات و خطوط الاتصال (حسين، 2004–2003، صفحة 21).

– ويعرفه احد الباحثين بأنه: طريقة منضمة لجمع، وتسجيل، وتبويب، وحفظ، وتحليل البيانات التاريخية والحالية والمستقبلية، المتعلقة بأعمال المؤسسات أو منظمات الأعمال و العناصر المؤثرة فيها، وذلك بالهدف الحصول على المعلومات اللازمة، لاتخاذ القرارات الإدارية في الوقت المناسب، و الشكل المناسب، و بالدقة المناسبة، وبما يحقق أهداف تلك المنظمات (النسور، 2015، الصفحات 365–366).

– ويمكن تعرفه أيضا: "إن تجميع وتشغيل وتحليل وإرسال المعلومات إلى مراكز اتخاذ القرارات، و بالتوقيت المناسب والنوعية المطلوبة، التي يختص بها نظام المعلومات في المصرف لتمويل، والتطوير، وتقديم الخدمات المصرفية بما فيها الائتمان، والتسويقا لمصرفي وللاكتمال النظام الكلي للبنك فانه يحتاج إلى نظم المعلومات كجزء لا يتجزأ من نظامه بالإضافة إلى النظم الإدارية والخدمية .كما يمكن تعريفه أيضا انه :لتوفير المعلومات للمستفيدين حسب حاجاتهم يستخدم المصرف أنواع عديدة من النظم المعلومات الذي يجمع و يحول و يرسل المعلومات في المصرف و عن طريق استخدام أنواع عديدة من معالجة المعلومات" (حمود، حسين، و بهاء الدين، 2017، الصفحات 105–106).

وبشكل عام يمكن تعريف نظم المعلومات المصرفية بأنه: نظام ذو مكونات مترابطة تعمل مع بعضها البعض على جمع و تخزين و نشر المعلومات لدعم اتخاذ القرارات، وتنسيق ورقابة وتحليل في البنك.

المطلب الثاني: أنواع نظم المعلومات المصرفية

تشمل نظم المعلومات المصرفية على عدة أنواع كل نوع منها يؤدي وظيفة تخص المجال الذي ينتمي إليه، وقد قسمت بحسب المجالات الوظيفية المتخصصة في البنوك إلى:

1) **نظام معلومات التسويق المصرفية:** يعرف نظام المعلومات التسويقية بأنه النظام الذي يتكون من الأشخاص و الأجهزة و الإجراءات، ويستخدم في جمع معلومات دقيقة و كافية و تصنيفها و تحليلها و توزيعها في الوقت المناسب لمتخذي القرارات التسويقية.

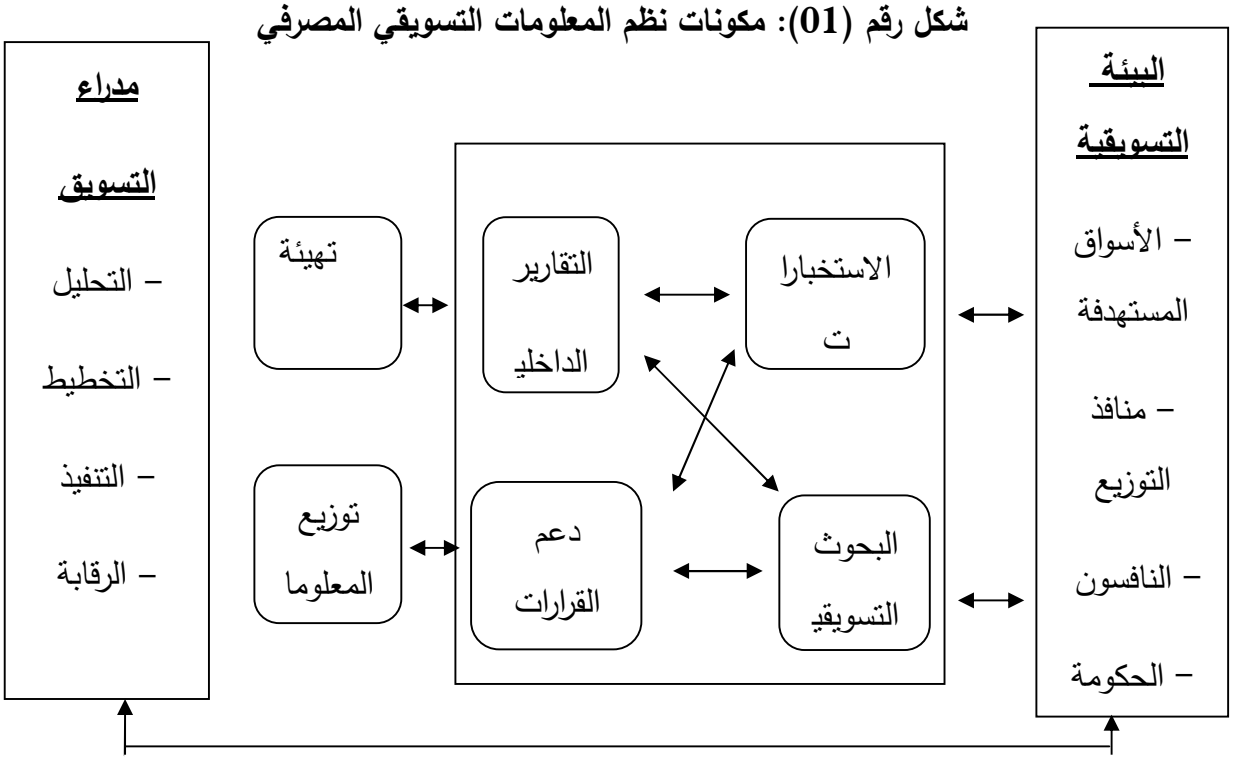
إن نظام المعلومات التسويقية يجب أن يتم تصميمه لدعم أنواع القرارات التي يحتاجها المسوقون، و التي تنشا من تساؤلات الرئيسية التي يحتاجونها للإجابة عليها، و التي تنشا من البيئة التسويقية التي يعملون فيها.

وهنا لا بد من الإشارة إلى ضرورة قيام المصارف باعتبارها منظمات بإجراء المقابلات مع المديرين للتعرف على المعلومات التي يفضلونها و تصب في مصلحة التسويق المصرفي (منصور، 2013، الصفحات 6-7).

- **مكونات نظم المعلومات التسويقي المصرفي:** يعمل كل نظام في إطار بيئة داخلية وبيئة خارجية تؤثر على تكوين هذا النظام، وعلى الأنشطة التي يقوم بها والقرارات التي يتخذها (علي، 2018، صفحة 261).

ويمكن تمثيل مكونات نظم المعلومات التسويقي المصرفي في الشكل التالي:

شكل رقم (01): مكونات نظم المعلومات التسويقي المصرفي



المصدر: علي احمد شعبان محمد ، التسويق وخدمات المصرفية، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية،

وسنناقش في ما يلي المكونات الأساسية لنظام المعلومات التسويقية في المصرف:

✦ **التقارير الداخلية للمصرف:** إن كثيرا من المعلومات التي يحتاج إليها مديرو التسويق في المصارف يكون موجودا في السجلات الداخلية و التقارير الدورية الصادرة عن المصرف. وتستخدم هذه المعلومات في اتخاذ القرارات التي تتعلق بالتخطيط والمتابعة والرقابة. فمثلا يقوم قسم المحاسبة في المصرف بإعداد الكشوف و القوائم المالية، و يحتفظ بسجلات تفصيلية عن مختلف أنواع الحسابات، و قوائم التكاليف وتدفقات النقدية. كذلك يقوم قسم متابعة خدمات العملاء بإعداد التقارير دورية عن ردود فعل العملاء و شكواهم وقياس مستويات رضاهم عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم. يضاف إلى ذلك، فان ما يقوم به قسم البحوث من دراسات و بحوث و تقارير يمكن أن يزود الأقسام الأخرى بالمعلومات المتوفرة،و النتائج التي تم الوصول إليها. ويستخدم المديرون هذه المعلومات في العادة في تقييم الأداء و التحري عن المشكلات و تحديد الفرص المتاحة.

وتتصف المعلومات التي تتضمنها سجلات المصرف بانخفاض تكلفتها مع سرعة الحصول عليها. ومع ذلك فان استخدام هذه المعلومات ربما انطوى على درجة عالية من الخطورة والتعقيد وذلك بسبب أن هذه المعلومات ربما تكون قد جمعت لإغراض غير تلك التي يريدها مدير التسويق أو ربما تكون قد جهزت بشكل خاطئ . ولهذا، فان على مدير التسويق في المصرف أن يكون واعيا لمثل هذه الأمور و أن لا يأخذ المعلومات على علاتها. بل يجب أن يعيد تحليلها و تقييمها للتأكد من مدى صلاحيتها لاستخدامات إدارته (معلا، 2013، الصفحات 320-321).

✦**الاستخبارات التسويقية المصرفية:** يعد نظام الاستخبارات التسويقية من احد الأنظمة الفرعية لنظام المعلومات التسويقية، و من خلاله تستطيع إدارة التسويق الحصول على معلومات عن المنافسة و حالات عدم التأكد والتغيرات. ويتم الحصول على هذه المعلومات من مصادر مختلفة، وذلك بهدف زيادة قدرة المؤسسات على تنفيذ خططها وتحقيق أهدافها.

ويتمثل الهدف الرئيس لنظام الاستخبارات التسويقية في جمع المعلومات عن المنافسين، وذلك من خلال الاعتماد على احد الأطراف الذين يكلفون بجمع المعلومات عن أسرار المنافسين الصناعية، و التجارية والمالية وغيرها من المعلومات ذات صلة.

ويعرف نظام الاستخبارات التسويقية بأنه يمثل مجموعة من الإجراءات المستخدمة من قبل إدارة التسويق، بهدف الحصول على معلومات بشكل فوري ومستمر حول التطورات و التغيرات ذات صلة بأهداف المؤسسات

في البيئة التسويقية (علي، 2018، الصفحات 264-265)، وتعتمد المصارف على مصادر عديدة للحصول على المعلومات السرية و من أهمها (معلا، 2013، الصفحات 322-323):

• مراكز التوظيف، و الموظفون العاملون في المصارف المنافسة. حيث تعتبر طلبات التوظيف مصدرا هاما للمعلومات عن اتجاهات تلك المصارف و مجالات تركيز و اهتمام الإدارة فيها في المستقبل. كذلك يعتبر موظفو المصارف المنافسة مصدرا للاستخبارات التسويقية المصرفية. فمن مناقشاتهم و أحاديثهم يمكن الحصول على الكثير من المعلومات الهامة.

• موظفو المصرف أنفسهم. فهؤلاء الموظفون يمثلون قنوات معلومات و مصادر هامة للتغذية العكسية المستمرة و المنتظمة عن كل ما يجري في بيئة المصرف الذي يعملون فيه، و ما تقوم بتطبيقه المصارف المنافسة الأخرى.

• عملاء المصارف المنافسة الأخرى، حيث يعتبر عملاء تلك المصارف من الأفراد والمؤسسات مصدرا هاما لكثير من المعلومات.

• التقارير و المعلومات المنشورة. إن هذه المعلومات، و ما ينشر في وسائل الإعلام المختلفة من المعلومات عن المصارف الأخرى و إخبارها تعتبر في غاية الأهمية.

فالتقارير تبوح بما تقوم به المصارف و انجازاتها و ابتكاراتها من الخدمات المصرفية الجديدة والتي يمكن أن تزود المصرف المنافس بمعلومات مفيدة تساعده على التخطيط و الإعداد لمواجهة الآثار السلبية التي يمكن أن تتركها تلك الانجازات على أداء المصرف.

• التقارير و النشرات الدورية الرسمية التي تصدرها بعض الجهات الحكومية المعنية بالنشاط المصرفي و السياسة النقدية كالبنك المركزي، و جمعيات البنوك والاتحادات المهنية المصرفية ومراكز الأبحاث والاستشارات. إن ما تحتوي عليه هذه التقارير من المعلومات عن أداء وانجازات المؤسسات المصرفية أو غيرها من المعلومات تعتبر ضرورية للدارة في المصرف الحديث .

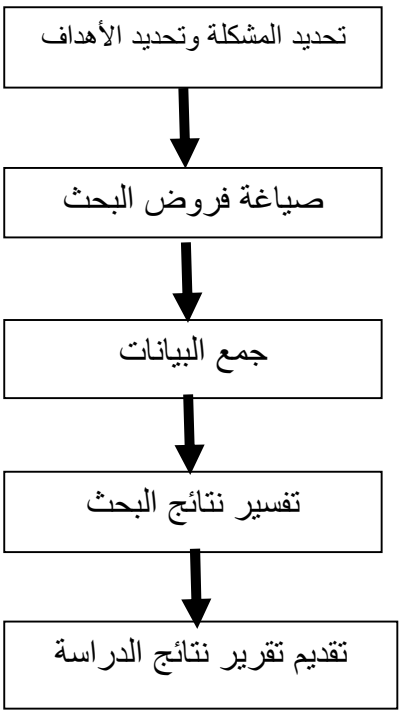
• تصرفات المصارف المنافسة و التحليل المؤشرات الخاصة بهذه التصرفات. حيث يمكن للمصرف دراسة و تحليل الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف المنافسة و التعرف على شروطها و خصائصها. يضاف إلى

ذلك، فان إدارة المصرف بإمكانها الاستفادة من التحليل الوضع التنافسي لتلك المصارف و مجالات التميز في خدمتها، وحصصها السوقية....الخ.

✦ **بحوث التسويق:** وتعني ذلك النشاط الخاص بجمع و تسجيل و تحليل المعلومات التسويقية الخاصة بمشكلات تسويقية معينة و الذي يهدف إلى إرشاد متخذي القرارات التسويقية و بالتالي فان جوهر نشاط البحوث التسويق هو تجميع معلومات غير متاحة أمام متخذي القرارات التسويقية في البنك و يتم القيام بنشاط البحوث التسويق على أساس مشروعات بحثية مطلوبة لعلاج مشكلات معينة.حيث تكمن أهميته في تحديد المشكلات الرئيسية التي تواجه إدارة البنك تحديدا دقيقا وهذا من شانه أن يساعد على توضيح الطريق الذي يجب أن توجه له الجهود و الطاقات و الإمكانيات التي من شانها أن تساعد على حل تلك المشكلات (عبد الحميد، 2015، صفحة 411،415).

مراحل عملية بحوث التسويق المصرفي: يمكن القول أن عملية بحوث التسويق مبنية على إجراءات عملية و منطقية في نفس الوقت و الهدف من ذلك هو توجيه الجهود البحثية و تزويد الباحث (عبد الحميد، 2015)، و التي نعرضها في ما يلي:

شكل رقم(02): مراحل عملية بحوث التسويق



المصدر:عبد الحميد عبد المطلب، التسويق المصرفي مدخل اقتصادي، دار الجامعية، الإسكندرية،2015، ص419.

2) نظام المعلومات الموارد البشرية: نظم معلومات الموارد البشرية هي نظم تدعم تخطيط، والضبط والتنسيق والمراقبة وإدارة الموارد البشرية في المؤسسة (بسيوني، 2010، صفحة 364).

نظام المعلومات ينتج المعلومات المرتبطة بأنشطة الموارد البشرية, فهو مجمعة من الطرق و الإجراءات تعمل على إدامة سجلات الموظفين و الإشراف على مهاراتهم والأداء الوظيفي. إذ أن غاية إدارة الموارد البشرية في تحقيق الفاعلية والكفاءة في استغلال الموارد البشرية.

حيث أن المعلومات التي يقدمها نظام معلومات الموارد البشرية و ما تتضمنه من تقارير، وثائق، ملخصات أو معلومات مباشرة تعتبر بالغة الأهمية لنظام المعلومات و للإدارات، وذلك لصلتها المباشرة بواقع ومتطلبات تحسين وتطوير كفاءة وفعالية الأفراد والوصول إلى أعلى مستوى من الاستثمارات للموارد البشرية في المنظمة (صباح، 2017-2018، صفحة 54و56)

ويتكون نظام المعلومات البشرية من:

ا-**مدخلات:**وهي العملية التي يتم فيها استقبال مختلف البيانات المتعلقة بالموارد البشرية وإدخالها إلى النظام والتي يتم الحصول عليها من مصادر متعدد سواء كانت داخلية أو خارجية (مرمي، 2009-2010، صفحة 50).

***بيئة المصرف الداخلية:** والمكونة مما يلي :

- نظام الرواتب و الأجور في المصرف ويختص بجمع البيانات التي تتعلق بالرواتب و الأجور .
- نظام شؤون العاملين بالمصرف: مثل التعيين و الإجازات العادية و المرضية و النقل والترفيع.
- نظام السجلات المصرفية: وهي عبارة عن قاعدة بيانات تحتوي على البيانات المتعلقة بالإعمال السابقة و أرشيف المصرف.
- نظام توصيف الوظائف المصرفية: يتضمن جمع البيانات حول متطلبات كل وظيفة والمهام التي سيقوم بها شاغل الوظيفة.
- نظام التدريب المصرفي: جمع البيانات عن عملية التدريب و أساليبه و تقنياته، و احتياجات المصرف من التدريب.

***بيئة المصرف الخارجية:** العوامل الاقتصادية والسياسة والتشريعات والقوانين والنقابات العمالية، ومكاتب العمل والاستخدام (اسبر، 2009م-1430هـ، الصفحات 121-122).

ب-العمليات: بعد الحصول على مختلف البيانات، يقوم النظام بمعالجتها، حيث يعمل على تحليلها و ترتيبها و تصنيفها وفق نمط معين حسب الاحتياجات، وذلك باستعانة بالبرامج المعلوماتية المتوفرة ثم تخزينها والحفاظ عليها لاستدعائها عند الحاجة، وقد أتاحت تكنولوجيا المعلومات اليوم إمكانية حفظ كم هائل من البيانات و المعلومات وفي مساحات محدودة جدا وكذلك في وقت قصير جدا.

ج-المخرجات: بعد عملية المعالجة يتم الحصول على معلومات مفيدة يستقبلها مستخدمو النظام في شكل تقارير دورية، سواء على حوامل تقليدية (أوراق، سجلات) أو حوامل الكترونية(شاشة، اسطوانة)بهدف استخدامها في القيام بمختلف أنشطة الموارد البشرية، أو تقديمها لأطراف التعامل في البيئة الخارجية (مرمي، 2009-2010، الصفحات 50-52).

3)نظام معلومات صناعة الخدمة المصرفية: يعرف نظام معلومات صناعة الخدمة المصرفية، على انه :"ذلك النظام الذي يختص بجمع المعلومات المتعلقة بالمصرف من حيث الأنشطة الخدمية و الإنتاجية المتنوعة، والعلاقات بينه وبين البيئة الخارجية، و معالجتها ونقل المعلومات إلى مراكز صنع القرار وفق الاحتياجات و التوقيت المطلوب. ويتكون نظام معلومات صناعة الخدمة المصرفية، مثله مثل نظم المعلومات الوظيفية الأخرى، من المدخلات و العمليات و المخرجات و التغذية العكسية (ذيب، 2011-2012، الصفحات 81-83):

أ) **المدخلات:** و تأتي من مصدرين:

1-البيئة الداخلية لنظام و تتألف من:

- **التنبؤ بالطلب:** و تمثل تقديرات الطلب المتوقع على الخدمات البنك، من خلال النتائج التي هي حصيلة دراسة السوق و المستهلكين
- **نظام معالجة البيانات:** يختص بجمع البيانات و المعلومات المرافقة لانجاز العمليات اليومية للبنك مثل فتح حساب، السحب، والإيداع وغيرها، ويتم تسجيل و توثيق هذه العمليات في سجلات خاصة بالبنك، ويقوم هذا النظام بإدخال البيانات المدونة في هذه السجلات إلى ملفات ، علما بان هذه البيانات تحتاج إلى تحليل وفرز وترتيب لكي يسهل فهمها من قبل المستخدمين النهائيين .
- **الطاقة الإنتاجية لانجاز الخدمات:** تعد بيانات الطاقة الإنتاجية ضرورية لنظام معلومات صناعة الخدمة المصرفية، لأنه من الضروري أن تكون الطاقة المتاحة كافية وقادرة على تمكين
- البنك من إشباع الطلب الحالي و المستقبلي في الوقت المناسب والكمية المناسبة.

- **نظام بحوث صناعة الخدمة المصرفية:** يختص هذا النظام بالقيام بالدراسات و البحوث على العملاء البنك من خلال القيام بالبحوث الرسمية الموجه لخدمة هدف محدد تسعى إدارة البنك لتحقيقه.
- **القوى البشرية:** إن مخرجات نظام معلومات الموارد البشرية هي المعلومات المعبرة عن الواقع العنصر البشري في البنك و خاصة مدى توفر العنصر البشري المؤهل و المدرب والقادر على انجاز الخدمة البنكية ذات الجودة العالية ضمن الوقت المناسب وبمعايير دولية.

2- **مداخلات البيئة الخارجية و تتألف من:**

- **مخابر صناعة الخدمة المصرفية:** يختص بجمع البيانات السرية عن البنوك المنافسة مثل معرفة المركز المالي، التسهيلات التي يقدمها للعملاء، مواصفات الجودة لخدمة المصرفية.....الخ.
- **التشريعات والقوانين و العوامل الاقتصادية والسياسية الاجتماعية:** سيما وان البنك لا يستطيع أن يؤثر أو يغير في هذه العوامل، بل يجب أن يتكيف مع هذه العوامل و يقلل من مخاطرها عليه، أو استغلال الفرص التي قد ترافق هذه العوامل.

ب) **العمليات:** والمقصود بذلك تحويل البيانات إلى معلومات لها معنى، ومن هذه العمليات الجمع والفرز والترتيب و التصنيف والحساب والتخزين....الخ

ت) **المخرجات:** إن مخرجات نظام معلومات صناعة الخدمة المصرفية، تصدر على شكل تقارير ومعلومات توجه هذه لخدمة نظم فرعية في البنك ومنها:

- نظام صناعة الخدمة المصرفية، - نظام الرقابة على الجودة، - نظام الرقابة على التكاليف

ث) **التغذية العكسية:** عن طريق التغذية العكسية يمكن تصحيح الأخطاء والانحرافات وتقييم الأداء، بالإضافة إلى إن مخرجات نظام معلومات إنتاج الخدمة المصرفية هي مدخلات لنظم فرعية أخرى.

المطلب الثالث:أهمية نظم المعلومات المصرفية

تعتبر المصارف والمؤسسات مراءاة للحركة المالية والأوضاع الاقتصادية والاجتماعية، وبالتالي تمثل مصادر غنية بالمعطيات الأساسية اللازمة لتوجيه وتخطيط السياسات الاقتصادية والاجتماعية والمالية، وتتجلى أهمية نظم المعلومات في المصارف في تسيير المعاملات المالية وتطوير ومعالجة العمليات المصرفية للإسهام في عملية اتخاذ القرارات في الشؤون الاقتصادية الاجتماعية واعتبار قطاع المعلومات المالية والمصرفية بالقطاع ذي النفع العام، وأوضح أن تطوير الخدمات المصرفية أصبح ضرورة وليس ترفا، وإن هذه الضرورة تنبع من الظروف المتغيرة التي يشهدها العالم الآن وعلى رأسها المنافسة البشرية من جانب المصارف

والكيانات المالية التي تدخل إلى الأسواق في ضل تطبيق اتفاقية التجارة في الخدمات المالية و كذالك ظهور مفاهيم جديدة مثل محاسبة المسؤولية و حكومة الشركات، بالإضافة إلى وجود العديد من محفزات التطوير الأخرى كالقرض والتهديدات المرتبطة بالتطور الهائل في مجال الاتصالات والمعلومات وارتفاع تطلعات العملاء، حيث صارت جودة الخدمة وليس ولاء العميل للمصرف هي المعيار بين المصارف بالنسبة للعملاء.
حيث أكد أن تطوير البنية التكنولوجية للمصارف لا يعني توفير أجهزة الحاسوب وكفى، إنما يأتي ذلك في إطار إستراتيجية متكاملة لتطوير الخدمات والمنتجات المصرفية خاصة، وان المصارف العربية لا تزال تفتقر إلى وجود منتجات متنوعة تجذب العملاء والمستثمرين، وأضيف انه يجب توفير مناخ تشريعي مناسب يساعد على حفز العمل المصرفي والمساهمة في تطويره (اسماعيل، 2011، الصفحات 36-37).

ولتحقيق الأهداف الطويلة وقصيرة الأجل التي يهدف إليها مديرو المصرف لا بد من نظام معلومات إدارية كفء وفعال لتجنب الوقوع في الأخطاء واتخاذ القرارات الرشيدة، وان قدرة الإدارة في التنبؤ بالسياسات التنافسية عن طريق نظام المعلومات يعطي للبنك ميزة تنافسية في سوق الاقتصادية ولأنه يمكن الإدارة من استخدام الاستراتجيات المنافسة في الوقت المناسب.

تزداد أهمية نظام المعلومات في العصر الحديث الذي يطلق عليه "عصر المعلوماتية " و يعود ذلك لأسباب التالية (حمود، حسين، و بهاء الدين، 2017، صفحة 156):

- تطور الأجهزة الالكترونية ومنها الحاسبات التي تخزن كمية كبيرة من المعلومات يسهل الوصول إليها بسرعة.
- تعدد وسائل التقنية المستخدمة أدى إلى انتشار المعلومات بشكل لم يسبق له مثيل في حياة البشرية.
- الاعتماد على وسائل الاتصال الحديثة والمتطورة (الانترنت) في السوق المصرفي.
- رغم المسافات البعيدة إلا أن عملية توصيل المعلومات أصبح سهلا بسبب تطور وسائل الاتصالات الالكترونية.

المبحث الثاني: موارد وامن نظم المعلومات المصرفية وكفاءتها

تطور نظام المعلومات أصبح جزء أساسيا داخل البنوك، فنظام المعلومات عبارة عن مجموعة من الموارد والعمليات والتجهيزات والتدابير والأنشطة تتفاعل معا في بيئة واحدة بهدف تداول المعلومات في هذا الوسط و المساعدة على اتخاذ القرارات السليمة والمناسبة.

المطلب الأول: موارد نظم المعلومات المصرفية

يتألف كل نظام معلومات من عناصر بغرض القيام بأنشطته، و نظام المعلومات المصرفية كأي نظام يشتمل على ثلاث مكونات رئيسية.

أولا: المدخلات: هي عبارة عن عناصر التي تدخل إلى النظام لغرض المعالجة، وقد تأخذ شكل أرقام مجردة أو أشكال و رسوم، و من الممكن أن تكون مدخلات النظام معين هي بمثابة مخرجات لنظام آخر عندما تستخدم كمدخلات جديدة في التشغيل، و من بين هذه المدخلات نجد (شناقر، 2017-2018، الصفحات 44-45):

1- **مدخلات نظام معالجة البيانات:** وتتمثل في البيانات المرادفة لانجاز العمليات الروتينية للمصرف، و من أمثلة هذه العمليات عمليات الإيداع أو السحب، فتح وغلق حسابات، دفع الفواتير، إصدار كفالات و الاعتمادات وغيرها.

2- **مدخلات نظام البحث المصرفي:** مصدر هذه المدخلات هو البحوث الموجهة لخدمة هدف محدد تسعى إدارة المصرف لتحقيقه، وهذه البحوث تتطلب تحديد فريق البحث وأدواته وعينة البحث وجمع البيانات ومعالجتها والتوصل إلى نتائج تمثل مدخلات هامة لنظام معلومات المصرف.

3- **مدخلات نظام مخابرات المصرف:** تمثل هذه المدخلات بيانات عن المصارف المنافسة، ميزة هذه البيانات أنها غير منشورة وسرية، وتتعلق بجوانب مهمة في وضع المصرف المنافس مثل مركزه المالي، مواصفات الجودة لخدمته المصرفية التسهيلات التي يقدمها لزبائنه و الحوافز التي يقدمها لموظفيه، أما وسيلة المصرف لجمع هذه البيانات فإما عن طريق السجلات التي يصدرها المنافس أو عن طريق قواعد البيانات المحلية و الدولية أو المعارض أو الزيارات الميدانية.

4- مدخلات البيئة المحيطة(الخارجية): وهي بيانات ذات صلة مباشرة أو غير مباشرة بالنشاط المصرفي المتعلقة بالعوامل الاقتصادية والاجتماعية والتقنية والقانونية وغيرها من العوامل السائدة في البيئة المحيطة بالمصرف.

يحصل نظام المعلومات على المدخلات من مصدرين أساسين هما المنظمة (مصدر داخلي) و البيئة المحيطة (مصادر خارجية) لذلك ترتبط نظم المعلومات المصرفية بعلاقات دينامكية مع البيئة المحيطة الداخلية والخارجية تعكس حقيقة التفاعل الذي يحدث بين المصرف وبيئته.

ثانيا: التشغيل: يسمى كذلك بالعمليات التحويلية لان المدخلات تتحول إلى مخرجات عن طريق هذه العمليات في شكل آلة أو إنسان أو حاسب آلي أو مهام، و التشغيل هو العملية التي يتم بواسطتها تحويل المدخلات إلى مخرجات و التشغيل بهذا يمثل تفاعل كل العوامل داخل النظام مثل عوامل الإنتاج في الوحدة الاقتصادية في صورة نشاط ينتج عنه تحويل الموارد الأولية إلى منتجات نهائية ويتم تحويل البيانات في نظام المعلومات إلى معلومات بطرق التشغيل المختلفة من تسجيل و تلخيص وحساب ومقارن وغيرها (نوري، 2012، صفحة 21).

ثالثا: المخرجات: تمثل المخرجات حاصل تفاعل العمليات التشغيلية التي تجري على المدخلات وفقا للأهداف المرسومة لنظام المعلومات، وتعد المخرجات هي الأداة التي يمكن من خلالها التحقق من أداء النظام، وغالبا ما يتم توجيه هذه المخرجات حسب التقسيمات الإدارية في المصرف أو حسب الأنشطة الرئيسية للمصرف إلى أنظمة الفرعية التالية (شناقر، 2017-2018، الصفحات 47-48):

1- **النظام الفرعي لإنتاج الخدمة المصرفية:** يهتم بتلقي المعلومات التي تخص مستلزمات عملية إنتاج الخدمة المصرفية، ومن بين هذه المستلزمات العنصر البشري، آلات، تكنولوجيا المعلومات، الموارد المالية وغيرها، وغالبا ما يتم الاستفادة من هذه المعلومات في التوصل إلى القرار الأمثل لمزج عناصر هذه المستلزمات لتقديم الخدمة المصرفية على أكمل وجه.

2- **النظام الفرعي للتكاليف:** يهدف إلى تلقي المعلومات الخاصة بعناصر التكلفة المصاحبة لإنتاج و توزيع الخدمة المصرفية، ويستفاد من هذه المعلومات في ضبط وترشيد التكاليف مما يؤدي إلى خفض التكلفة الإجمالية للخدمة المصرفية.

3- **النظام الفرعي للجودة:** يختص هذا النظام الفرعي للمخرجات بجمع المعلومات ذات صلة بخصائص ومواصفات جودة الخدمة المصرفية ومتطلبات تحقيق مستويات الجودة المطلوبة وفقا للمعايير المحددة وكذلك تطوير مستوى الخدمة من حيث المضمون وطريقة التقديم.

4- **النظام الفرعي لكل قسم من أقسام المصرف:** لهذا النظام الفرعي أهمية خاصة إذ انه يعني بتقديم المعلومات الخاصة بكل قسم من الأقسام.

5- **النظام الفرعي للتدريب المصرفي:** يهتم هذا النظام الفرعي للمخرجات بتلقي المعلومات المعالجة من قبل نظام معلومات المصرف و المتعلقة بمستلزمات عملية التدريب المصرفي.

6- **النظام الفرعي للتسويق المصرفي:** مهمته توفير معلومات للدارة المصرفية تتعلق بأنشطة التسويق المصرفي.

7- **النظام الفرعي لمعلومات الإدارة العليا في الفرع:** دوره هو تزويد الإدارة العليا في الفرع بمعلومات شاملة عن مجمل أنشطة الفرع بما يخدم مهما الإدارة العليا من تخطيط و تنظيم ورقابة على عمليات وأنشطة المصرف.

8- **النظام الفرعي لمعلومات الإدارة المركزية والجهات الوصائية:** مهامه هو إمداد الإدارة المركزية بالمعلومات المتعلقة بمستويات النشاط و نسب الانجاز والتنفيذ والاحتياجات والصعوبات التي تواجه الفروع المصرفية و

بالمعلومات اللازمة لحل المشكلات المصرفية غير المتكررة، والمعلومات اللازمة لتطوير البدائل الإستراتيجية و اختيار البديل الاستراتيجي الأمثل ووضع القرارات الإستراتيجية .

9- **النظام الفرعي لمعلومات خاصة ببعض الجهات في البيئة الخارجية للمصرف:** يزود النظام بعض الجهات سواء المجتمع ممثلا بهيئاته ومؤسساته وأفراده أو جهات الحكومية والجهات الأخرى ذات المصالح المشتركة بالمعلومات اللازمة عن مستويات النشاط المصرف ومركزه المالي وأنشطته الحالية و المستقبلية وغيرها، وذلك من اجل كسب ثقة و تعاون هذه الجهات.

تخزن البيانات المعالجة في قواعد بيانات خاصة لكل نظام فرعي للمخرجات وتقدم هذه القواعد المعلومات إلى إدارات الأقسام المصرفية حسب الاختصاص و تنشر المخرجات المطلوبة من طرف الإدارة المركزية والوصائية وكذلك بعض الجهات في البيئة الخارجية للمصرف.

مخرجات نظم المعلومات يتم تقديمها إلى نظم أخرى، ومن ثم تقيم فإذا كانت المعلومات المقدمة لا تلاءم حاجات المستخدمين عندئذ يطلب المستخدمين بإحداث تغيرات، هذه التغيرات المطلوبة يطلق عليها المعلومات المرتدة.

المطلب الثاني:امن نظم المعلومات المصرفية

أولا: مفهومه: امن نظم المعلومات يعني كل السياسات والإجراءات التي تستخدم لحماية النظام من كل أشكال التخريب، الأضرار، وانتهاك حرمة البيانات والمعلومات بالإضافة إلى حماية النظام من التهديدات الطبيعية أو العادية التي تكون مصدرها بصفة خاصة الأخطاء الإنسانية والحوادث والكوارث البيئية (ياسين، 2009، صفحة 251).

ثانيا:عناصر امن المعلومات: من اجل حماية المعلومات من المخاطر التي تتعرض لها لا بد من توفر مجموعة من العناصر التي يجب أخذها بعين الاعتبار لتوفير الحماية الكافية للمعلومات والعناصر هي (اكلرم عمار، 2009، الصفحات 56-57):

1- التحقق من الشخصية: بمعنى التأكد من هوية الشخص الذي يحاول استخدام المعلومات الموجودة و معرفة ما إذا كان هو المستخدم الصحيح لتلك المعلومات أم لا وذلك عن طريق استخدام المعرفات البايولوجية أو استخدام البطاقات الذكية أو كلمات المرور.

2- **خصوصية وسرية المعلومات:**حيث تعتبر بأنها التأكد من أن الطرف المعني هو وحده الذي لديه القدرة على الوصول إلى المعلومات .

3- **صحة وسلامة البيانات:** هي عبارة عن ضمان عدم تغيير المعلومات المخزنة أو المنقولة ،حيث يتكون عنصر سلامة المعلومة من شقين: الأول سلامة المعلومة وهو عدم تغييرها بشكل غير ملائم سواء بقصد أو بدون قصد، وأنها أدخلت بشكل صحيح يعكس الظروف الحقيقية للمعلومة، والثاني سلامة المصدر ويقصد به الحصول على المعلومة من مصدرها الأصلي.

4- **استمرارية توفر المعلومات أو الخدمة:** وهي تعني التأكد من استمرارية عمل نظام المعلومات بكل مكوناته و استمرار القدرة على التفاعل مع المعلومات و تقديم الخدمات لمواقع المعلومات وضمان عدم تعرض مستخدمي تلك المعلومات إلى منع استخدامها أو الوصول إليها بطرق غير مشروعة يقوم بها أشخاص لإيقاف الخدمة بواسطة كم هائل من الرسائل العبثية عبر الشبكة إلى الأجهزة الخاصة لدى المؤسسة.

5- **عدم الإنكار:** عبارة عن خدمة أو وظيفة والتي تمنع أي كينونة من أن ينكر أي تعهد أو عمل سابق تم إجرائه . لذلك عند حصول مثل هذا النزاع بين الأطراف المشتركة في إنكار ما تم اتخاذه من أعمال فيجب توفير وسيلة معينة لحل هذا النزاع.

المطلب الثالث: كفاءة نظم المعلومات المصرفية

1- مؤشرات الكفاءة وقياسها:

تعرف الكفاءة على "أنها استخدام الأمثل للموارد المتاحة بهدف تحقيق قيمة مضافة ضمن سلسلة القيمة في المنظمة" (عبد الله و قحطاني، 2007، صفحة 5). وتعرف أيضا:مدى توفير الموارد البشرية و المادية عند القيام بالفعاليات و النشاطات اللازمة لتحقيق الأهداف مقارنة بالمخرجات أو النتائج التي تحققها المنظمة (محمودي، 2014-2015، صفحة 94).

و كفاءة نظم المعلومات المصرفية تحدد بأربع مؤشرات رئيسية هي:

-**الدقة:** أي أن تكون المعلومات على درجة من الدقة و التحديد.

- **الملائمة:** أنها تعني أن يكون للمعلومة تأثير على قرار أو أفعال مستخدميها، أي أن تساعدهم وتساهم في قيامهم بمهماتهم أما إذا لم تكن للمعلومات أي اثر على القرار، فإنها توصف بالمعلومات غير ملائمة (ادمون جل، 2010، صفحة 28).

– **الوقت المناسب:** بمعنى توفير المعلومات في وقتها، قبل أن تفقد منفعتها أو قدرتها على التأثير باتخاذ القرارات

– **التكلفة:** أي يجب أن تفوق المنافع المتحصلة من المعلومات، تكاليف الحصول عليها (ابو شعبان، 2014، الصفحات 29-30).

2- **العوامل المؤثرة على كفاءة وفعالية نظام المعلومات المصرفي:**

يتوقف تحقيق نظام المعلومات المصرفي لأهدافه بكفاءة وفعالية على مجموعة من العوامل و المتغيرات التي تحيط بالبنك، و تعرف المتغيرات البيئية بأنها: مجموعة من المتغيرات التي تحيط بالبنك، والتي تمكنه من تحويل المدخلات إلى مخرجات (عبد الرحمان، 1990، صفحة 60).

و يتوقف مستوى كفاءة نظام المعلومات المصرفي على نوعين من العوامل:

أ) **العوامل الداخلية:** و تتمثل في كافة الإمكانيات و الموارد المادية والبرمجية والبشرية المتوفرة في النظام بالإضافة إلى البيانات المتاحة و الإجراءات المستخدمة في تشغيل النظام ، وهي عوامل تتصف بإمكانية التحكم بها و السيطرة عليها كونها تنتج عن قرارات الصادرة عن الإدارة لذا يطلق عليها متغيرات القرار (ادمون جل، 2010، صفحة 29).

العوامل الخارجية: وهي العوامل يصعب أو لا يمكن التحكم بها و تنتج عن البيئة الخارجية التي تحيط بالنظام والتي يتم في إطارها ممارسة الأنشطة و العمليات المصرفية، وعلى الرغم من صعوبة وضع حد فاصل بين العوامل الداخلية و الخارجية التي تؤثر على مستوى كفاءة و فعالية نظم المعلومات المصرفية حيث أنها عوامل متداخلة فيما بينها في الكثير من المجالات و تتشابك العلاقات بينها في نقاط و مراحل عديدة (عبد الله و قحطاني، 2007، صفحة 6).

إلا انه يمكن قياس تأثير البيئة الخارجية من خلال العوامل التالية :

– **العوامل القانونية و التشريعات المهنية:** تحدد القوانين و التشريعات شكل ومضمون البيانات والمعلومات للمصرف ومتطلبات الإفصاح عن البيانات المالية التي يجب على إدارة المصرف الالتزام بها، ويقع على عاتق الإدارة اتخاذ كافة الإجراءات التي تساعدها على الإيفاء بمسؤوليتها بمنع واكتشاف حالات عدم

الالتزام ويستلزم ذلك تصميم نظم المعلومات المصرفية بما يحقق تلك المتطلبات و يلبي الاحتياجات المختلفة من البيانات (اسماعيل، 2011، صفحة 30).

- **عوامل اقتصادية:** ينعكس كذلك الوضع الاقتصادي في بيئة البنك على الأنشطة و الأعمال البنكية و نظم المعلومات المصرفية و منه تقاس هذه العوامل من خلال المؤشرات الموالية:

*مؤشر الاستقرار و مؤشر النمو الاقتصادي.

*درجة اختلاف وتباين الأسواق التي يعمل معها القطاع البنكي.

*قدرة البنك على المنافسة وكذلك قدرته على التصور و التنبؤ بتصرفات المنافسين وردود أفعالهم.

- **العوامل التنظيمية:** الإطار التنظيمي هو الذي ينسق و يرتب جهود الأفراد للعمل البنكي، مما يحقق الأهداف بما هو متاحا من موارد كما يدخل ضمن العوامل التنظيمية الوظائف وتقسيمات مراكز اتخاذ القرار داخل البنك ولقياس اثر هذه العوامل على نظم المعلومات في البنك يجب اختيار ما يلي:

*قياس مدى الرسمية في البنك أي وجود تحديد مهام و إجراءات وصلاحيات الممنوحة بصيغة مكتوبة لتنفيذها.

*قياس مدى المركزية أو اللامركزية مما يبين درجة تدخل السلطة ودرجة التفويض الممنوح من السلطات وصلاحيات و توزيعها على المستويات الإدارية المختلفة.

*مدى وجود تكامل في العمل لضمان عدم وجود تعارض في الصلاحيات والسلطات بين أنشطة الأقسام المختلفة.

*تحديد مدى وجود البيروقراطية وتركيز العمل لدى أفراد معينين كذلك درجة تعدد أداء الأنشطة و تنفيذها (نوه، 2014، صفحة 77).

- **العوامل السلوكية:** وتتمثل في أنماط السلوك الثقافية و الاجتماعية للبيئة المحيطة بالمصارف التجارية الذي ينعكس أثرها على نظم المعلومات، بما في ذلك الأنماط السلوكية للمستفيد الأولي الذي يقوم باستخدام مخرجات النظام في صنع القرار و المستفيد الثانوي الذي يتفاعل مع النظم و البرامج التطبيقية للنظام لجمع ومعالجة وتجهيز المخرجات ، ونلخص هذه السلوكيات في (عبد الله و قحطاني، 2007، صفحة 7):

*مقاومة التجديد والخوف مما ستفرضه نظم المعلومات من تغيير في نمط العلاقات الاجتماعية بين العاملين والرغبة في استمرار العمل وفقا لروتين المعهود .

*القلق والصراع الداخلي الناتج عن شعور بفقدان الأمن والاستقرار الوظيفي وفقدان فرص الترقية.

*نقص الإدراك و الخوف من التكنولوجيا وعدم القدرة على فهمها و التعامل معها.

ويمكن قياس مستوى تأثير المستخدم الثانوي على نظم المعلومات من خلال النظرة إلى درجة رضا المستفيد التي تتركز حول مدى سهولة استخدام النظام ، أما المستخدم الأولي للنظام فيمكن قياس أثره على كفاءة نظم المعلومات من خلال تحديد درجة رضا المستفيد .

- **العوامل التقنية و التكنولوجيا المعلومات:** ويقصد بها تلك التقنيات الأساسية المستخدمة في نظم المعلومات المبينة على الحاسوب و تطبيقاتها العملية و تتضمن الأجهزة والمكونات المادية، برمجيات وقواعد البيانات، وشبكات الاتصال، وقد أحدثت تكنولوجيا المعلومات تغيرات جذرية في مختلف جوانب الحياة المعاصرة حيث يعتبر الجهاز المصرفي هو الأكثر استفادة من هذه التغيرات و التطورات المتسارعة وذلك نتيجة لارتفاع حدة المنافسة بين مفردات و مكونات الجهاز المصرفي والتي تستدعي مسايرة هذا التطور و التوسع في استخدام أدوات العصر. (عبد الله و قحطاني، 2007، صفحة 7)

3- المعايير التي تحكم كفاءة نظام المعلومات المصرفي:

حتى تنهض الإدارة بمسؤولياتها و تحقق الأهداف التي تسعى إليها لابد من توفير المعلومات الضرورية بالدقة و الكمية و الوقت و التكلفة الملائمة، ولا يمكن تحقيق ذلك إلا من خلال نظم المعلومات تتميز بعدة خصائص و تتوفر بها عدة معايير و التي تتمثل فيما يلي:

- **البساطة:** نظام المعلومات الناجح هو ذلك النظام الذي يتم بواسطته تسهيل وتطوير إجراءات وسبل الحصول على البيانات ومعالجتها وتوصيل المعلومات إلى المستفيدين، بعيدا عن التعقيد الذي يؤدي بشكل أو بأخر إلى فشل هذه النظم.
- **المرونة:** وذلك بالقدرة على التكيف للتغيرات في الظروف البيئية ونمط التكنولوجيا السائد في بيئة العمل و القدرة على التكيف للتشغيل في الظروف الاستثنائية دون الحاجة إلى إجراء تغييرات جوهرية شاملة في العمل.
- **الموثوقية:** يجب أن تكون مخرجات نظام المعلومات بالشكل الذي يمكن المستفيدين منه أن يعتمدوا عليها في تلبية حاجاتهم من المعلومات الضرورية (الوادية، 2015، صفحة 32).
- **القبول:** ويقصد به تمتع النظام بالقبول من قبل المستفيدين منه و يشار إلى عدم إمكانية استمرار ونجاح النظام دون تعاون من قبل الأطراف المستفيدة والتي تدير نظام المعلومات، ومنه يجب على مصممي النظام أن يدعو مستخدميه إلى المشاركة في تصميمه لأنهم هم المطالبون بتشغيله، فاعمل على إيجاد نظام يتميز بالكفاءة و المرونة و البساطة و الموثوقية يتطلب السعي لتحقيق النظام القبول من طرف

مستخدميه، لان الأفراد يلعبون الدور الأساسي في إنجاح أو إفشال نظام المعلومات لذلك يجب اللجوء إلى أسلوب الإقناع بأهمية النظام لتجنب مقاومة التغيير التي هي طبيعة بشرية.

- **الاقتصادية:** قد ترغب المنظمات في إدخال نظام المعلومات إلا انه قبل توفيره يجب دراسة التكلفة المادية و المستلزمات التقنية والبشرية والعملية لإيجاد نظام المعلومات، فالنظام الذي يتميز بالكفاءة ليس هو النظام الذي يحقق أهدافه فقط و إنما هو النظام الذي يحقق الهدف بأقل تكلفة بالنظر للعائد (نوه، 2014، الصفحات 78-79).

المبحث الثالث:جودة الخدمة المصرفية وعلاقتها بنظم المعلومات المصرفي

تعد الخدمات المصرفية في المصارف الواجهة الرئيسية للمتعاملين مع المصرف ووسيلة هامة لجذب المتعاملين الجدد والمحافظة على المتعاملين الحاليين.

المطلب الأول: مفهوم الخدمة المصرفية وخصائصها

أولا: مفهوم الخدمة المصرفية

قبل التعرض لتعريف الخدمة المصرفية يجدر أولا الإشارة إلى تعريف الخدمة بصفة عامة، حيث تعرف بأنها: عبارة عن تصرفات أو أنشطة أو أداء يقدم من طرف إلى طرف أخر، وهذه الأنشطة تعتبر غير ملموسة، ولا يترتب عليها نقل ملكية أي شيء، كما أن تقديم الخدمة قد يكون مرتبطا أو غير مرتبط بمنتج مادي ملموس (الحداد، 1999، صفحة 48).

أما الخدمة المصرفية فأعطيت لها عدت تعاريف نذكر منها:

- تعرف "بأنها مجموعة من العمليات ذات المضمون المنفعي الذي يتصف يتغلب العناصر غير الملموسة على العناصر الملموسة والتي تدرك من قبل الأفراد أو المؤسسات من خلال دلالتها وقيمها المنفعية التي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية والتي تشكل في الوقت نفسه مصدرا لربحية المصرف وذلك من خلال علاقة تبادلية بين الطرفين." (معلا، 2013، صفحة 74).
- يكمن تعريفها أيضا: عبارة عن مجموعة الأنشطة و العمليات ذات النشاط المنفعي الكامن في العناصر الملموسة و المقدمة من قبل البنك والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمها المنفعية و التي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية و الائتمانية الحالية و المستقبلية أو في الوقت ذاته تشكل مصدرا لأرباح البنك من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين (دغنوش، 2016-2017، صفحة 96).
- وتعرف أيضا بأنها: "أي نشاط أو أداة أو منفعة يمكن أن يقدمها طرف إلى طرف آخر، حيث تكون بشكل أساسي غير ملموس ولا ينتج عنه ملكية أي شيء وقد يرتبط إنتاجها بسلعة مادية أو لا يرتبط، بمعنى أن

الخدمة منتج غير ملموس يتضمن عملا أو فعلا أو أداء أو جهد لا يمكن تملكه" (توفيق البارودي، صفحة 283).

ثانيا: خصائص الخدمة المصرفية

الخدمات المصرفية ذات طابع خاص يستمد خصوصيته من كونها تتصف ل:

1-**الخدمة المصرفية غير ملموسة:** بمعنى إن الخدمة المصرفية على اختلاف أنواعها ورغم أنها مصممة أساسا لإشباع احتياجات و رغبات معينة لدى مجموعة من الزبائن،إلا أنها غير ملموسة أو غير محسوسة بحواس الإنسان الخمس، حيث لا يمكن لمسها أو رؤيتها، فهي تختلف عن المنتج الصناعي المادي من حيث أنها لا تشغل حجما أو حيزا ماديا (الجبوري، 2016، صفحة 162) .وتترتب على صفة عدم الملموسية النتائج الآتية:

✦صعوبة تخزين الخدمة مقارنة بالسلعة، فعندما يتقدم احد الزبائن للحصول على الخدمة تحويل الأموال بالعملة الصعبة و لم تكن لدى المصرف الأرصدة الكافية لذلك فلا يمكن تأجيل تقديم الخدمة إلى وقت أخر، وهذا الأمر يشبه وجود مقاعد فارغة على رحلة الطيران إذ تعتبر هذه المقاعد الفارغة خسارة طالما انه لا يمكن خزن هذه المقاعد الخالية و بيع خدمة النقل بالطائرة في وقت لاحق .

✦عدم القدرة على استخدام الأساليب التقليدية في الرقابة على جودة الخدمة المصرفية بل يجب استخدام أساليب مبتكرة لقياس جودة الخدمات المصرفية مثل ولاء الزبائن، ودرجة رضاهم وعدد الشكاوي، و مستخدمين في ذلك المقابلات الشخصية و الهاتفية الاستبيانات المباشرة والالكترونية بهدف التعرف على مستوى الرضي وطبيعة احتياجات الزبائن

✦اعتماد المصارف على الجهود التسويقية و بالخصوص الترويجية من اجل تكوين صورة ذهنية ايجابية لدى الزبون فمن الناحية التسويقية يعتبر بناء الصورة الذهنية الايجابية عن السلع المادية الملموسة أسهل بكثير من بناء الصورة الذهنية للخدمة وبالخصوص الخدمة المصرفية، فعندما تتوجه بالسؤال إلى احد الزبائن عن انطباعاته عن سيارة من ماركة معينة فيقوم لا إراديا باستحضار ما تراكم في مخيلته عن تلك السيارة وجودتها وكفاءتها، ولكن عندما تتجه إلى نفس الشخص بالسؤال عن انطباعاته حول الخدمات المصرفية المقدمة من احد المصارف التجارية، فسيجد من الصعب أن يتكلم عن الجوانب محددة، بل سيكون رأيه ضبابيا، وربما يتذكر طبيعة الأثاث داخل فرع المصرف الذي يتعامل معه، أو يتذكر أوجه و سلوك بعض العاملين في المصرف التجاري، ومن هنا تعتمد إدارة المصرف التجاري على الجهود التسويقية وجه الخصوص في بناء الصورة الذهنية الايجابية وعلى الكلمة المنطوقة .

2- **التلازمية بين مقدم الخدمة و الزبون:** ويقصد بها الترابط و التفاعل المباشر بين الخدمة ذاتها وبين مقدمها و هذا يترتب عليه مايلي (العلي، 2013، الصفحات 27-31) :

✦وجود علاقة مباشرة بين المؤسسة المصرفية و المستفيد من الخدمة المصرفية وهذه خاصية مشتركة في جميع الخدمات مثل مدير دائرة الائتمان و أمين الصندوق بالمصرف.

✦ضرورة مساهمة المستفيد (الزبون) في إنتاجها، فمدير الاستثمار في المصرف لا يستطيع توجيه أموال الزبائن في مجالات الاستثمار المختلفة دون معرفة توجيهات ورغبات الزبون، كما يترتب على ذلك أن البيع المباشر أصبح هو الأسلوب الأمثل لتوزيع الخدمة المصرفية وليس من خلال الوكلاء وتجارة الجملة كما هو الحال بالنسبة للسلع المادية.

✦من نتائج هذه الخاصية أيضا زيادة درجة الولاء إلى حد كبير، أي إن الزبون يصر على طلب الخدمة من شخص محدد.

✦القدرة على التعرف على ردود فعل الزبائن وملاحظاتهم واقتراحاتهم مما يتيح لإدارة المصرف العمل باستمرار على تطوير وتحسين الخدمات المصرفية أو البحث عن ابتكار خدمات مصرفية جديدة تشبع الحاجات المتجددة للزبائن.

3-**تكاملية الإنتاج والتوزيع:** إن الخدمات المصرفية تنتج وتوزع في أن واحد وهي غير قابلة للاستدعاء مرة أخرى لأجل تحسينها أو بسبب خطا فيها، ولهذا فان اهتمام المصارف ينصب في توفير الخدمات المصرفية في المكان والزمان المناسبين، هذه الحالة تفرض على المصرف انتهاج سياسة البيع المباشر باعتبارها الأكثر ملائمة لتسويق الخدمة المصرفية، ورغم ذلك فان ابتكار بطاقة الائتمان المصرفي أمكن المصارف من التغلب على الكثير من المشكلات التي تواجهها وهي بصدد توزيع خدماتها ونشرها في مناطق واسعة.

4- **تقلبات الطلب:** حيث يعتبر القطاع المصرفي من القطاعات الاقتصادية التي تشهد تقلبات في الطلب على خدماتها (كافي، 2017، الصفحات 100-1001).

5- إن ما نقدمه للعميل من خدمة غير قابل لإعادة الانتفاع به، فالخدمة تستهلك في اللحظة التي تقدم فيها و تصبح شيئا من ذكريات و خبرات العميل عن الخدمات التي يستفيد منها من جهات عديد، وكل ما يبقى للعميل هو استماعه بلحظة تقديم الخدمة.

7- الخدمة المصرفية غير قابلة للفحص بعد إعدادها و تقديمها، فإنتاج الخدمة و تقديمها يتم بناء على تفاعل بشري بين مقدم الخدمة و العميل،ومسؤولية البنك تتطلب بان يوفر ضمانات الجودة قبل لحظة إنتاج الخدمة (ابوتايه، 2008، صفحة 70).

تعد الجودة في الخدمات المصرفية بمثابة متغير استراتيجي رئيسي يواجه المصارف ويدعو إلى ضرورة المواكبة واكتساب ميزة التميز التي تعزز مكانتها في السوق المصرفية، بحيث تعد جودة الخدمة عاملا مهما للنجاح وللبقاء في القطاع المصرفي.

المطلب الثاني: مفهوم جودة الخدمة المصرفية

يمكن تعريف جودة الخدمات على أنها: هي مقياس للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة لتقابل توقعات العملاء، وان الجودة التي يدركها العملاء للخدمة هي الفرق بين توقعات العميل لأبعاد جودة الخدمة وبين الأداء الفعلي الذي يعكس مدى توافر هذه الأبعاد بالفعل، ومن هنا فانه من الأهداف الرئيسية التي يسعى إلي تحقيقها المصرف هو تقديم الخدمات بالجودة التي يريدها العميل وهذا يحقق له مزايا ايجابية كزيادة الأرباح والنمو والاستمرارية في السوق والقدرة على المنافسة (خنفر، العساف، و العزام، 2015، صفحة 152).

وتعرف أيضا: على أنها معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء لهذه الخدمة، وبمعنى آخر جودة الخدمة المصرفية مفهوم يعكس تقييم العميل لدرجة الامتياز أو التفوق الكلي في أداء الخدمة (مراد، تفعيل التسويق المصرفي لمواجهة اثار الجاتس، 2008، الصفحات 231-232).

كما تعرف كذلك بأنها: "ملائمة ما يتوقعه العملاء من الخدمة المصرفية المقدمة إليهم مع إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحصل عليها العميل نتيجة حصولهم على الخدمة، لذا فان الخدمة الجيدة هي الخدمة التي تتفق مع متطلبات وحاجات العملاء في المصرف" (مجيد، 2019، صفحة 114).

المطلب الثالث: أهمية جودة الخدمة المصرفية

تعتبر الجودة بمثابة الشريان الحيوي الذي يمد المصارف بالنمو والبقاء و الاستمرار وذلك من خلال المزيد من العملاء المحتملين والمزيد من الربحية ولقد أشارت خبرات المصارف الناتجة عن تبني استراتيجيات الجودة أن هذا الأمر يؤدي إلى تحقيق مجموعة من المزايا أبرزها:

-تحقيق ميزة التنافسية فريدة عن بقية المصارف، وبالتالي القدرة على مواجهة الضغوط التنافسية.

-إن الخدمة المصرفية المتميزة تتيح الفرصة أمام المصارف لتقاضي أسعار وعمولات أعلى.

- الخدمة المصرفية المتميزة تجعل العملاء بمثابة مندوبي بيع للمصرف في توجيه وإقناع عملاء جدد من الأصدقاء والزملاء والمعارف الشخصية (خوالد، 2017، صفحة 257).

- المحافظة على استمرار العملاء الحاليين.

- كسب عملاء جدد .

- تحسين سمعة الخدمة.
- تجنب شكاوي العملاء في المستقبل .
- كسب رضا العميل عن الخدمة المصرفية .
- تسهيل عمل فريق تسويق الخدمة المصرفية.
- زيادة الإنتاجية.

-مواجهة الضغوط التنافسية (خنفر، العساف، و العزام، 2015، الصفحات 157-158).

المطلب الرابع: أبعاد جودة الخدمات المصرفية

لقد قام فريق من الباحثين إلى تطوير عشرة معايير أو أبعاد للحكم على جودة الخدمة المصرفية وتشمل هذه الأبعاد على:

1-الاعتمادية:وهي تعني القدرة على الالتزام بالخدمة المتعهدة بتقديمها، والدقة المتناهية في أدائها، وإشعار العميل بأنه من الممكن الاعتماد على المنظمة، وان هذه المعايير سالفة الذكر تتضمن الآتي (المدني، 2016، صفحة 76):

- الدقة في أداء الخدمة.
- أداء الخدمة في الوقت المحدد لها.
- الاحتفاظ بسجلات دقيقة.

2-سرعة الاستجابة: يفيد هذا البعد توافر الرغبة والاستعداد لدى العاملين في تقديم الخدمة المطلوبة، واتخاذ زمام المبادرة في الإجراءات الضرورية في الوقت المناسب، والرد على أسئلة وملاحظات العملاء بصفة دورية، وبذلك فان هذا البعد يشتمل على الآتي (المدني، 2016، صفحة 75):

- التقديم الفوري للخدمة.
- تقديم خدمة مستعجلة للعميل.
- مغادرة العميل بسرعة للمكان تقديم الخدمة.

3-التعاطف: يعني التعاطف العناية بالزبون والاهتمام بالمشكلات التي قد يتعرض لها في المصرف والعمل على أي إيجاد حلول بطرائق إنسانية.

4-الأمان: يعكس ذلك خلو المعاملات مع المصرف من الشك والخطورة، ويتضمن الأمان المادي والمالي وسرية المعاملات (فرج البدراوي و الشمري، 2019، صفحة 29) .

5-الأشياء الملموسة : غالبا ما يتم تقييم جودة الخدمة المصرفية من قبل العميل في ضوء مظهر التسهيلات المادية (مثل المعدات والأجهزة، والأفراد ووسائل الاتصال) التابعة للمصرف، فالمصرف الذي لا يمتلك صرافا آليا أو معدات لتدقيق وحساب النقد، أو لا يمتلك ابسط مستلزمات الراحة للعاملين والعملاء (مثل أجهزة التكييف أو الإضاءة الكافية أو مقاعد أو الطاولات ...الخ) لا يمكن إلا أن يكون تقييم خدماته سيئا من قبل العميل (احمد، 2000، صفحة 109).

6-الكفاءة أو القدرة: وتعكس المهارة والقدرة على أداء الخدمة والتي تستمد من توافر المعلومات والإلمام بظروف وطبيعة العمل وامتلاك كافة المهارات الضرورية لتحقيق الأداء السليم للخدمة.

7-الوصول للخدمة: لا يتضمن هذا الجانب سهولة الاتصال فحسب، ولكن كل ما من شانه أن ييسر من الحصول على الخدمة، مثل ملائمة ساعات العمل، وتوافر عدد كاف من منافذ الخدمة، وملائمة موقع البنك، ووجود عدد مناسب من آلات الصرف الآلي..الخ (مراد، تفعيل التسويق المصرفي لمواجهة اثار الجاتس، 2008، صفحة 235).

8-المصداقية: وتتعلق بمدى أهلية المصرف للثقة ومراعاته للصدق في تعاملاته، ودرجة التزامه بوعوده، وهل يحافظ على أموال عملائه وممتلكاتهم من السرقة والضياع والتلاعب، أو تخريب نتيجة الإهمال.

9-الاتصال: ويتعلق بتزويد الزبائن بالمعلومات وبلغة يفهمونها، وتقديم التوضيحات حول طبيعة الخدمة، وتكلفتها والمزايا المترتبة عنها، والبدائل الممكنة (محبوب، 2014/2013، صفحة 80).

10-فهم ومعرفة العميل: أي الحرص الموظفين على فهم احتياجات الزبون و تقديم النصح والتوجيه اللازم (حلوز، 2014/2013، صفحة 27).

المطلب الخامس: علاقة نظم المعلومات المصرفية بجودة الخدمة المصرفية

إن لنظم المعلومات أدوارا مهمة في المصارف، منها تحسين الكفاءة التشغيلية بأقل التكاليف، والعمل على تحقيق درجة عالية من الكفاءة من خلال جعل العمليات التشغيلية ضمن شبكة من نظم المعلومات الأمر الذي يؤدي إلى زيادة درجة تأكيد المعلومات ودقتها، واختصار الوقت وخفض التكاليف، كما تساعد نظم المعلومات في بناء قاعدة معلومات الإستراتيجية التي تستخدم أساسا في الغرض الرئيسي لنظم المعلومات، وتستخدم هذه القاعدة في العديد من لوظائف المصارف كالتسويق، والتخطيط الاستراتيجي، والمحافظة على العملاء وعمل على زيادتهم، وتحقيق نمو أكثر فاعلية في الخدمات المصرفية الالكترونية، وتوفير المعلومات الدقيقة التي تدعم عملية اتخاذ القرارات (ابو شعبان، 2014، صفحة 34). وبذلك أصبح من الضروري وجود نظام معلومات فعال داخل المصارف بحيث أصبحت المصارف بحاجة إليها للبقاء وتحقيق النجاح، وتتبع هذه الحاجة بسبب التغيرات المستمرة ببيئة الأعمال فالمصارف بحاجة إلى استغلال أي فرصة تعمل على زيادة حجم مبيعاتها وأرباحها، مثل دخول أسواق جديدة، أو إيجاد خدمات جديدة تلبي رغبات واحتياجات جديدة لدى العملاء أيضا أصبح العملاء اليوم أكثر وعيا وانتقائية عند شرائهم الخدمات، وأصبحت المنافسة اكبر حدة ، أصبحت هناك الحاجة للتميز عن الآخرين.

وقد أوضح بعض الباحثون أن نظام معلومات جودة الخدمة الفعال يعمل على قياس جودة الخدمات المقدمة، من خلال وجهات نظر مختلفة فهو يستطلع أراء كل من عملاء المصرف، وعملاء المصارف النافسة، والأفراد العاملين، وإدارة المصرف نفسها وذلك بصورة دورية للتعرف على نقاط الضعف بجودة الخدمات التي تقدمها المصارف المنافسة، وبالتالي العمل على تصحيح الخلل في جودة الخدمات التي تقدمها المصارف، وبناع الحملات الدعائية واستقطاب عملاء المصارف المنافسة من خلال التركيز على نقاط الضعف في جودة الخدمات التي يقدمونها (حاتم، 2004، الصفحات 45-46).

وتساهم نظم المعومات المصرفية أيضا في تحسين جودة الخدمة المصرفية من خلال (بريش، الصفحات 268-265;263):

- مواكبة احدث التطورات التكنولوجية في العمل المصرفي: عن طريق
- زيادة الإنفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات باعتباره أهم الأسلحة التي تحرس المصارف على اقتناءها للصمود في خلية المنافسة وتقديم خدمات بنكية متطورة.
- ضرورة التوسع في استخدام ATM لتقديم خدمات متنوعة مثل تسجيل أوامر الدفع التي يطلبها العملاء.

- الارتقاء بالعنصر البشري وذلك من خلال:

- الاستعانة بأحد بيوت الخبرة العالمية أو البنوك الكبرى لتدريب الكوادر المصرفية.
- إرسال موظفي البنوك لبعثات تدريبية في الخارج لاستيعاب أدوات التكنولوجيا المستخدمة في البنوك العالمية.
- ترسيخ بعض المفاهيم المتطورة لدى موظفي البنوك التي تتعلق بأهمية الابتكار والإبداع ومواكبة التكنولوجيا الحديثة.

- تطوير التسوق المصرفي: من أهم ركائز وظائف التسويق المصرفي ما يلي:

- المساهمة في اكتشاف الفرص الاقتصادية وتحديد المشروعات الجيدة بما يكفل إيجاد عمل جيد.
- تصميم مزيج الخدمات المصرفية بما يكفل إشباع رغبات واحتياجات الزبائن بشكل مستمر يكفل رضا الزبون.

خلاصة الفصل الأول:

في هذا الفصل تطرقنا إلى نضم المعلومات المصرفية ودورها في تحسين جودة الخدمة المصرفية، وذلك نتيجة لتطور أساليب تقديم الخدمات المصرفية وتطور تكنولوجيا المعلومات في المصارف، حيث شهد القطاع المصرفي تطورا متلاحقا لاستخدام وسائل التكنولوجيا نتيجة لاحتدام المنافسة، ودخول منافسين جدد في القطاع المصرفي لغرض تعزيز القدرات البيعية و التسويقية، إضافة لغرض التغيير المستمر في الهياكل المصارف.

حيث توصلنا إلى أن نظم المعلومات المصرفية يعتبر أهم نظام يعتمد عليه المصرف في اتخاذ القرارات الرشيدة، لان اتخاذ القرارات يعتمد بدرجة كبيرة على المعلومات والبيانات التي توفرها نظم المعلومات المصرفية، وان دراستنا تساعد المصرف على الاحتفاظ بزبائنه وموظفيه وجعلهم راضين إضافة لزيادة فرص بيع الخدمات المصرفية وجذب الزبائن جدد وتخفيض التكاليف وزيادة الأرباح و الحصة السوقية.

كما تساهم نظم المعلومات المصرفية من خلال مواكبة احدث التطورات في العمل المصرفي و الارتقاء بالعنصر البشري إضافة إلى تطوير التسويق المصرفي في تحسين جودة الخدمة المصرفية.

الفصل الثاني

دور نظم المعلومات المصرفية في تحسين جودة الخدمة المصرفية على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية–وكالة بسكرة–

تمهيد الفصل:

في إطار توطيد العلاقة بين الجانب النظري و التطبيقي، وباعتبار إن التنسيق بين المعلومات يعد من الأولويات، سنقوم بدراسة تطبيقية على مستوى بنك الفلاحة و التنمية الريفية بولاية بسكرة والذي يعد من أهم البنوك الجزائرية البارزة على المستوى الداخلي و الخارجي من خلال نشاطاته الأساسية. و قد قمنا بهذه الدراسة الميدانية التي تكلمت بهذا التقرير حول دور نظم المعلومات المصرفية في تحسين جودة الخدمة المصرفية و الذي تم تقسيمه إلى:

المبحث الأول: عرض عام لبنك الفلاحة و التنمية الريفية–وكالة بسكرة–؛

المبحث الثاني: مراحل اعدد وتحليل استبيان؛

المبحث الأول: عرض عام لبنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة بسكرة–

من خلال هذا المبحث نحاول التعرف على المؤسسة محل الدراسة والمتمثلة في بنك الفلاحة وتنمية الريفية الذي يعتبر بنك عمومي يهتم بالإشراف والتكفل بالقطاع الفلاحي الذي استطاع أن يفرض وجوده على الساحة المصرفية .

المطلب الأول: نشأة البنك

تم إنشاء بنك الفلاحة و التنمية الريفية بموجب مرسوم رقم106/82المؤرخ في 13مارس 1982 في شكل شركة مساهمة برأس مال قدره 2 مليار دينا رفي إطار دعم سياسة و تطوير و تنمية القطاع الزراعي بمختلف مجالاته حيث ارتبط تأسيسه بتمويل هياكل و نشطات الإنتاج الفلاحي و الحرف التقليدية في الريف و كل المهن الحرة و المنشات الخاصة المتواجدة في الريف كما تعتبر ولاية بسكرة من المناطق الفلاحية المهمة في الجزائر ,لذا فان إنعاش الفلاحة فيها لا يكون إلا بعمليات تمويل كبيرة تتولى الدولة توفيرها

تطور البنك يمرر بعدة مراحل وكل مرحلة مميزة عن الأخرى كما هو مبين فيما يلي:

(1990/1982) خلال السنوات الثماني الأولى كان هدف البنك المنشود فرض وجوده ضمن العالم الريفي بفتح العديد من الوكالات في المناطق الصيغة و الفلاحية ,و بمرور الوقت اكتسب البنك سمعة و كفاءة في الميدان تمويل القطاع الزراعي, قطاع الصناعة الغذائية و الصناعة الغذائية و الصناعة الميكانيكية و الفلاحية حيث كان بنك عمومي يختص بتمويل القطاعات الحيوية العامة.

1990: بموجب قانون النقد و القرض الذي نص على نهاية فترة تخصص البنك وسع البنك BADR آفاقه إلى مجالات أخرى من النشاطات الاقتصادية خاصة قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة دون الاستغناء عن القطاع الفلاحي الذي تربطه معه علاقات مميزة خاصة في المجال التقني.

1991:تطبيق نظام SWIFT لتسهيل معالجة وتنفيذ عمليات التجارة الخارجية (الدولية).

1992:وضع برمجيات LOGICIEL SYBU مع فروعها المختلفة للقيام بالعمليات البنكية , إلى جانب تعميم استخدام الإعلام الآلي في كل عمليات التجارة الخارجية ,خاصة في مجال فتح الاعتمادات المستندية و التي أصبحت معالجتها في يومنا هذا لا تتجاوز أكثر من 24ساعة تم إدخال مخطط الحسابات الجديدة على مستوى كل الوكالات .

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

المرحلة ما بين (2006/2000):تميزت هذه المرحلة بوجوب التنقل الفعلي و الفعال للبنوك العمومية حيث لعبت نشاطا جديدا فيما يتعلق بمجالات الاستثمار المربحة و جعل نشاطاتها في المستوى و يساير قواعد اقتصاد السوق و في هذا الصدد رفع البنك الفلاحة و التنمية الريفية إلى حد كبير من القروض لفائدة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و كذا المؤسسات المصغرة وفي شتى مجالات النشاط الاقتصادي إضافة إلى رفعه لمستوى مساعداته للقطاع الفلاحي و فروعه المختلفة.

وبصدد مسايرة التحولات الاقتصادية و الاجتماعية العميقة، ومن اجل الاستجابة لتطلعات الزبائن وضع بنك BADRبرنامجا خماسيا فعليا يرتكز خاصة على عصرنة البنك و تحسين الخدمات وكذلك إحداث تطهير في ميدان المحاسبة وفي الميدان المالي ومن أهم النتائج التي حققها ما يلي :

2000:القيام بفحص دقيق لنقاط القوة و الضعف و انجاز مخطط تسوية للبنك لمطابقة القيم الدولة.

2001: التطهير الحسابي و المالي و العمل على تحقيقا لإجراءات الإدارية و التقنية المتعلقة بملفات القروض مع تحقيق مشروع البنك الجالس (La banque assise) مع الخدمات الشخصية (Les Services Personnalises) لبعض الوكالات الرائدة و كذا إدخال مخطط جديد في الحسابات على مستوى المحاسبة المركزية.

2002:تعميم مفهوم الجلوس و المعلومات المشخصة على مستوى جميع وكالات البنك.

2003: إدخال نضام (SYRAT)وهو نظام تغطية الصكوك و الأوراق التجارية.

أما في عام 2008:عقدت اتفاقية بين (BADR–MADR) ووزارة الفلاحة و التنمية الريفية و بنك الفلاحة و التنمية الريفية تقضي بتوسيع البنك لعملياته التمويلية للنشاطات الإنتاجية و الفلاحية ،كللت بإصدار منتوج قرضي الرفيق يتم بموجبه تدعيم الفوائد على القروض الاستغلال الموجهة للقطاع الفلاحي من قبل الوزارة بنسبة 100٪ إلى جانب هذا قام البنك بإعادة تفعيل منتوج قرض البنك الريفي ،المساعدة على التنمية الريفية و تثبيت الفلاحين في مناطقهم كما قدم البنك خدمة القرض الايجاري من اجل إعطاء ديناميكية و نفس جديد لعملية الاستثمارات بالنسبة للمؤسسات أيضا خلال هذه الفترة تم عقد اتفاقية بين البنك وبين الشركة الجزائرية للتامين (SAA) والتي بموجبها أصبح البنك يباشر من خلال شبكته الواسعة كل عمليات التامين التي تقوم بها هذه الشركة.

أما في عام 2009:تم البدء في استعمال البطاقات الممغنطة وهي بطاقة تسمح لمالكها بتسديد فواتيره بواسطتها ’ من خلال خصم قيمة هذه الفواتير من رصيده إضافة إلى مفهوم التعامل كل موظف مع الزبون.

المطلب الثاني: تعريف البنك

بنك الفلاحة و التنمية الريفية –BADR –ينتمي إلى القطاع العمومي، أنشا عن تقديم البنك الوطني الجزائري بموجب المرسوم (106/82) المؤرخ في 13 مارس 1982 لمهمة تطوير و ترقية العالم الريفي. هو مؤسسة مالية وطنية تتمتع بالشخصية المدنية و الاستقلال المالي و يعد تاجر في علاقاته مع الغير.

اعتبر بنك الفلاحة عند إنشائه وسيلة من وسائل سياسة الحكومة و التي ترمي إلى المشاركة في تنمية القطاع الفلاحي و ترقية العالم الريفي.

إن بنك الفلاحة يندرج تلقائيا في قائمة البنوك التجارية باعتباره مؤسسة مالية وطنية فهو يتميز بأنه في آن واحد بنك ودائع (يقبل الودائع الجارية أو لأجل و يقرض الأموال بآجال مختلفة) و بنك تنمية (يمنح متوسطة و

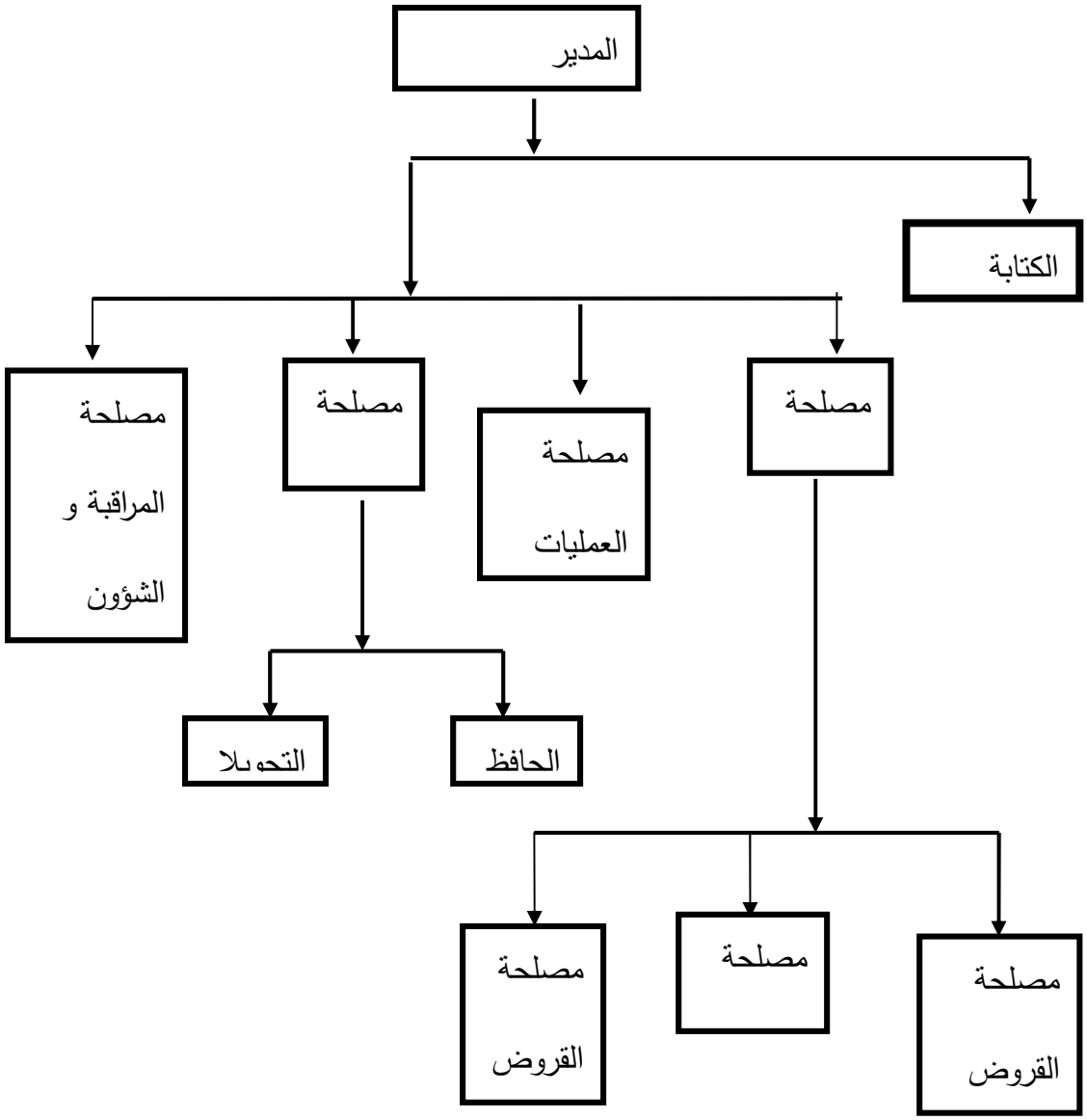
طويلة الأجل) تستهدف تكوين أو تجديد رأس المال الثابت و هو يعطي امتياز للمهن الحرة الفلاحية و الريفية بمنحها قروضا بشروط أسهل (أي سعر الفائدة اقل و ضمانات اقل مما يفعل مع غيرها).

و هذا ما يترجمه تأسيس بنك BADR ببسكرة في مارس 1982 تزامنا مع تاسيس البنك، الذي يقع مقره وسط المدينة تشغل الوكالة 29عاملا تعتمد على خبراتهم و يقوم البنك بتكوين و تدريب العمال و هذا لزيادة خبرتهم وكذا كفاءتهم في التعامل و التحديث الجاري في البنك، و يشرف على 9 وكالات تضم الدوائر التالية: قمار (394), الوادي (388),الدبيلة(395) ,أولاد جلال(387) ,طولقة(389) ,سيدي عقبة(390) ,جامعة (391)، بسكرة (393)، مغير(392)، زريبة الواد (396) وكل وكالة من هذه وكالات لها صلاحية محدودة إلا أن بنك الفلاحة و التنمية الريفية لا يقتصر في نشاطه على المجال ألفلاحي بل كغيره من البنوك التجارية فهو يقوم بكل الوظائف من منح التسهيلات الائتمانية, عمليات الادخار بأنواعها (بالفوائد و بدون فوائد) كما يحتل المرتبة 688 في الترتيب العالمي من بين 4100 مصنف.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لوكالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية

يعد الهيكل التنظيمي احد الدعامات الأساسية في التكوين أي منشاة حيث ارتأينا إلى تقديم مختلف المكونات الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة بسكرة كما يلي :

شكل رقم(3): هيكل التنظيمي لوكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية فرع بسكرة



المصدر: وثائق مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

كما هو موضح في الشكل رقم(3) يضم الهيكل التنظيمي لوكالة بسكرة المصالح التالية:

1-مصلحة القروض: تختص هذه المصلحة بكل العمليات المتعلقة بمنح القروض بشتى أنواعها كما تتولى دراسة ملفات طلبات القروض، وتقديمها حسب المبالغ إلى حين لجان القروض، و تتكون هذه المصلحة من ثلاث فروع:

فرع القروض الفلاحية: مختص في منح القروض للفلاحين.

فرع القروض التجارية: مكلف بمنح القروض للتجار.

فرع الإحصائيات: يتولى القيام بالإحصائيات السنوية والشهرية المتعلقة بالقروض الممنوحة.

2- مصلحة الصندوق: تتولى هذه المصلحة القيام بالمهام التالية:

فتح الحسابات للعملاء.

قبول الودائع.

إجراء عمليات السحب والدفع على الحسابات.

تضم مصلحة الصندوق فرعين هما:

فرع الحافظة: يتم على مستوى هذا الفرع استقبال الشيكات الكمبيالات و السندات وخصمها وتحصيلها سواء من نفس البنك أو من بنوك أخرى، إضافة إلى إجراء عملية المقاصة على مستوى غرفة المقاصة ببنك الجزائر.

فرع التحويلات: يتمم في هذا الفرع تحويل المبالغ المالية للزبون من حساب إلى آخر، إذا كانت له عدة حسابات في نفس البنك، أو أن يتم التحويل لحساب شخص آخر وذلك بناءا على أمر بالتحويل يسلمه الزبون للبنك. والقصد من التحويل من حساب الزبون إلى أشكال منها:

تحويلات عادية: أي تحويل مبالغ مادية من حساب زبون إلى آخر في نفس البنك، على اعتبار إن كل زبون له توطين مصرفي في بنك البدر.

تحويلات متعددة: أي تحويل مبالغ مالية من حساب زبون إلى عدة حسابات أخرى.

تحويلات خاصة بالشبكة أي بين الوكالات: وهي عملية تحويل مبلغ مالي من الزبون موطن في وكالة البدر-بسكرة- إلى حساب زبون آخر له توطين مصرفي في وكالة أخرى . وتحرر وثيقة بذلك تدعى

"بين الوكالات". إضافة إلى تحويلات خاصة بالخزينة العمومية وتحويلات خاصة بالحسابات الجارية....

3- مصلحة العمليات الأجنبية: تقوم هذه المصلحة بالعمليات التالية:

القيام بعمليات تمويل التجارة الخارجية من خلال فتح الاعتمادات المستندية أو خطابات الضمان.

التحويلات المختلفة للأموال من داخل الوطن إلى الخارج والعكس.

4- مصلحة المراقبة والشؤون الاجتماعية: تهتم هذه المصلحة بالجوانب التالية:

الموارد البشرية وما يتعلق بالأجور والعطل وكذا الدورات التدريبية.

الأمن والأرشيف والمراقبة الداخلية.

الإعلانات الاحتجاجية والدعاوى وغيرها من المهام الأخرى.

المطلب الرابع: منتجات وخدمات البنك

يقدم بنك الفلاحة والتنمية الريفية خدمات متنوعة منها ما هو تقليدي، ومنها ما هو الكتروني.

أولا: الخدمات التقليدية .

ومن أهمها:

- الحساب الجاري: وهو مفتوح للأشخاص الطبيعيين والمعنويين الذين يمارسون نشاطا تجاري أو فلاحي أو صناعي.

- حساب الشيكات: وهو حساب مفتوح للأفراد والجماعات التي لا تمارس أي نشاط تجاري مثل الجمعيات، وذوي الأجور الراغبين في الاستعانة بالشيكات لتسوية حساباتهم المختلفة .

- دفتر التوفير: وينقسم إلى :

* دفتر التوفير للبالغين: وهو منتج يمكن الراغبين من إدخال أموالهم الفائضة مقابل فائدة يحددها البنك، أو بدون فائدة حسب رغبة المدخرين، ويمكن لحاملي الدفتر القيام بعمليات دفع وسحب أموالهم من جميع الوكالات التابعة للبنك.

* دفتر توفير الشباب Livret épargne Junior: وهو دفتر يفتح للشباب الذين لا تتجاوز أعمارهم 19 سنة من طرف ممثليهم الشرعيين، لتدريبهم على الادخار من خلال الدفع في صورة نقدية أو عن طريق تحويلات أوتوماتيكية، حيث يستفيد الشاب صاحب الدفتر ذو الاقدمية التي تزيد عن خمس سنوات، عند بلوغه السن القانوني من قروض مصرفية تصل إلى مليونين دينار جزائري.

– اذونات الصندوق Les Bons De Caisse: وهي عبارة عن تفويض لأجل، وبعائد موجه للأشخاص المعنويين والطبيعيين.

– الإيداع لأجل Dépôt a terme: وهو وسيلة تسهل على الأشخاص الطبيعيين والمعنويين إيداع الأموال الفائضة عن حاجتهم، إلى آجال محددة مقابل فائدة.

– حساب العملة الصعبةLes Comptes Devises : وهو موجه للمدخرين بالعملة الصعبة، تمكنهم من الحصول على عائد يحدده البنك.

– منح الائتمان: يقوم بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتقديم القروض تشمل المجالات التالية:

*قطاع الفلاحة وصناعة الآلات الفلاحية.

*قطاع الصيد والموارد المائية.

*تمويل مشاريع الشباب في إطار عقود ANSEJ وcnac.

*تقديم قروض لأفراد من منطلق إنشاء نشاطات في المناطق الريفية.

– الاعتماد المستندي: حيث يتولى متابعة العمليات المالية لصالح زبائنه الذين يقومون بأنشطة التجارة الخارجية.

– خدمات التامين: وتشمل التامين على الأشخاص ضد الحوادث، والإصابات في حياتهم المهنية أو الشخصية، التامين على الممتلكات، التامين على السكن، بالإضافة إلى التامين على المخاطر الفلاحية .

– خدمات أخرى: ومنها :

* خدمات الصرف بين مختلف العملات .

*خدمة التحويلات المصرفية.

*الخدمات المتعلقة بالدفع والتحصيل في المعاملات الخارجية.

*كراء الخزائن.

*إصدار سندات مالية والتفاوض عليها.

* إصدار أسهم والتفاوض عليها.

ثانيا: الخدمات الالكترونية

في ضل استخدام الواسع لوسائل الدفعة الالكترونية في العالم، قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية بإصدار عدة بطاقات الكترونية، وهي:

– بطاقة البدر Carte Badr: تعتبر بطاقة البدر منتج بنكي طرح في منتصف التسعينات، حيث يسمح العملاء البنك بسحب أموالهم على المستوى الموزع الآلي للأوراق النقدية المتواجدة في وكلات بدر أو باستخدام الشبابيك الآلية للأوراق النقدية التي تشرف عليها شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك satim، وكذا القيام بعملية الدفع المباشر لمشترياتهم عند التجار الذين يملكون جهاز حامل الدفع الالكتروني.

– بطاقة ما بين البنوك La Carte Inter Bancaire (c.i.b): هي منتج بنكي بدا العمل به في سنة

، وهي بطاقة تسمح للعملاء بسحب مقدار محدد من المال من الموزعات الآلية التابعة للبنك أو من موزعات الآلية التابعة للبنوك التي وقعت على إصدار هذه البطاقة والمتمثلة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية، البنك الوطني الجزائري، الصندوق الوطني لتوفير والاحتياط، بنك الجزائر الخارجي، القرض الشعبي الجزائري، وكالات البريد بالإضافة إلى بنك الخليفة سابقا، وتنقسم هذه البطاقة إلى نوعين هما:

*البطاقة الزرقاء BLUE CARD: وهي بطاقة الكترونية تمنح للعملاء العاديين

*البطاقة الذهبيةGOLD CARD : هي بطاقة الكترونية تسمح بإجراء عمليات السحب والدفع بمبالغ اعلي من تلك التي توفرها البطاقة الزرقاء

- بطاقة التوفيرTAWFIR: ويقتصر استخدام هذه البطاقة على من يملكون دفاتر ادخار على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وهي بطاقة تسمح لزبائن البنك بالاستفادة من خدمة تحويل أموالهم من حساباتهم الخاصة إلى دفاتر الادخار، عن طريق الموزعات الآلية للنقود دون التنقل إلى وكالات البنك، كما تسمح البطاقة بإجراء عمليات السحب وتحويل الأموال من حساب إلى آخر على مدار 24 ساعة وخلال أيام العطل.

واستجابة لاحتياجات السوق، فان بنك الفلاحة والتنمية الريفية يسعى إلى عرض خدمات مصرفية الكترونية أخرى، من أهمها:

*توفير بطاقة دولية للصرف الآلي.

*خدمات مصرفية عبر الانترنت والهاتف النقال.

*التوقيع على عقود مع المنظمات العالمية المصدرة للبطاقات الائتمانية الدولية من اجل استخدام بطاقة ماستر كارد وفيزا كارد

بالإضافة إلى البطاقات الالكترونية سابقة الذكر يقدم بنك الفلاحة والتنمية الريفية من خلال موقعه على شبكة الانترنت مجموعة من الخدمات منها: الاطلاع على الرصيد، طلب دفتر الشيكات، طلب تغيير الرقم السري.

المبحث الثاني:مراحل إعداد وتحليل استبيان

نحاول في النقاط الموالية من هذا المبحث التطرق إلى مختلف المراحل التي مررنا بها عند إعدادنا للاستبيان، وعرض نتائجه وتحليله.

المطلب الأول:تصميم الاستبيان

من اجل تصميم استبيان جيد مررنا بالمراحل التالية:

أولا: مرحلة إعداد استبيان

تم إعداد الاستبيان على النحو التالي:

- إعداد استبيان أولي.
- عرض استبيان على المشرف لتحقق من مدى مطابقتها لمتطلبات الدراسة.
- ثم القيام بتعديل الاستبيان حسب ملاحظات المشرف.
- عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين ، والذين بدورهم قاموا بإعطائنا بعض الملاحظات.
- القيام بتعديل الاستبيان مرة أخرى حسب ملاحظات المحكمين والخروج بالشكل النهائي للاستبيان.
- توزيع الاستبيان على أفراد العينة لجمع البيانات اللازمة.

ثانيا: تحديد الحجم الأصلي للعينة

يتكون مجتمع البحث المستهدف من الموظفين في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة والبالغ عددهم (65)موظف واعتمدنا أسلوب الحصر الشامل لمجتمع البحث بأكمله حيث تم توزيع الاستبيان عليهم عبر زيارات ميدانية تم استرجاع 57 استبيانه وبعد فحصها تم استبعاد 9 استبيانات بعد استيفائها الشروط المطلوبة

يكون عدد الاستبيانات48 صالحة للتحليل ليتم تحليلها باستخدام برنامج SPSS V20 ،وقد توزعت العينة كما يلي:

33استبيان إلى موظفي وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

15 استبيان إلى الزبائن المتواجدين بالوكالة.

ثالثا: تحديد أقسام ومحاور الاستبيان

تم إعداد الاستبيان كأداة رئيسية في جمع البيانات اللازمة لموضوع الدراسة والاستبيان هو استقصاء تجريبي أي إجراء بحث ميداني على جماعة محددة من الأفراد، وهو وسيلة اتصال بين الباحث والمبحوث وتحتوي على مجموعة من المؤشرات يمكن عن طريقها اكتشاف أبعاد موضوع الدراسة عن طريق مجموعة من الأسئلة تخص الأبعاد التي حددت في الدراسة وقد تم تقسيم الاستبيان إلى3 محاور:

المحور الأول: يتكون من أسئلة حول المعلومات الشخصية لأفراد العينة ويتضمن 4 فقرات حول: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة.

المحور الثاني: يحتوي على المتغيرات المستقلة والمتمثلة في عناصر نظم المعلومات المصرفية وهي على توالي (تكنولوجيا المعلومات ،خصائص المعلومات ،نظام الخدمة المصرفية) وتظم 15 سؤال.

المحور الثالث: يتعلق بالمتغيرات التابع والمتمثلة في جودة الخدمة المصرفية وهي على التوالي(مؤشر الاعتمادية ، مؤشر الملموسية ، مؤشر الثقة والأمان ،مؤشر التعاطف) ويشتمل على 16 سؤال.

كما تم استخدام مقياس ليكرت ذو خمسة درجات لتقييم إجابات الزبائن، بحيث تم إعطاء رقم لكل درجة من مقياس من اجل تسهيل عملية معالجتها كالأتي:

الجدول رقم (01) : درجات مقياس ليكرت

المقياس	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مراجع الإحصاء

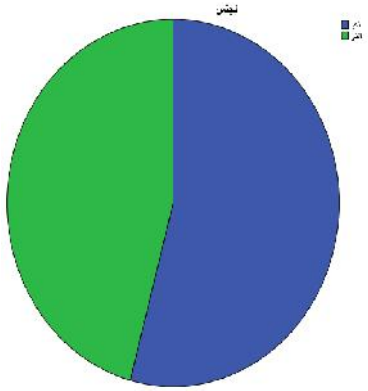
المطلب الثاني: تحليل الاستبيان

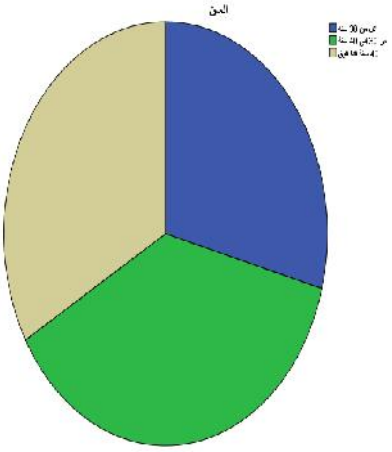
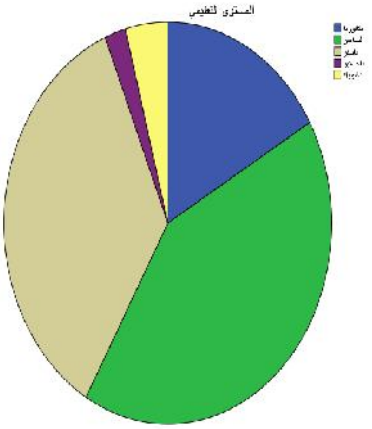
من اجل تحليل نتائج الاستبيان تم الاعتماد على برنامج spss ومن خلال هذا المطلب سوف نتطرق إلى أهم النتائج المتوصل إليها.

أولا: تحليل البيانات الشخصية.

أن وصف المعلومات الشخصية لعينة الدراسة تم تمثيلها(03) أسئلة تهدف في مجملها لتوضيح بعض الأمور التي تساعد في تحليل النتائج فيما بعد والجدول التالي يوضح بتفصيل هذه الخصائص:

الجدول رقم(02):المعلومات الشخصية لعينة الدراسة.

التعيين	الفئات	التكرارات	النسبة ٪	التمثيل البياني
الجنس	ذكر	26	54.2	
	أنثى	22	45.8	
المجموع		49	100	

العمر	اقل من 30سنة	14	29.2	
	من 30 إلى 40 سنة	18	37.5	
	من 41الى ما فوق	16	33.3	
المجموع		49	100	
المستوى العلمي	بكالوريا فاقل	8	16.7	
	ليسانس	20	41.7	
	ماستر	17	35.4	
	ماجستير	1	2.1	
	دكتورا	2	4.2	
المجموع		49	100	

المصدر: من إعداد الطالبة باعتماد على نتائج Spss

من خلال الجدول أعلاه يمكننا اخذ لمحة عن الخصائص العامة الشخصية لعينة الدراسة، حيث تبين أن(54.2٪) من أفراد العينة ذكور، في حين أن (45.8٪) إناث، أي يغلب على أفراد المجتمع الدراسة الطابع الذكوري.

أما بالنسبة لخصائص العينة حسبة العمر فقد كان أغلبية الموظفين يتراوح ما بين 30 إلى 40 سنة بالنسبة (37.5٪)، تليها نسبة الموظفين من 41 فما فوق بنسبة (33.3٪)، ثم اقل من 30 سنة بنسبة (29.2٪).

وفيما يخص المستوى العلمي نجد أن اغلبهم بحوزتهم شهادات ، حيث أن اغلب الأفراد يحملون شهادة ليسانس بنسبة(41.7٪)، تليها أصحاب شهادة الماستر بنسبة(35.4٪)، أما مستوى البكالوريا فاقل بنسبة(16.7٪)، ويليه أصحاب دكتورا بنسبة(4.2٪)، وأخيرا أفراد عينة الماجستير بنسبة(201٪).

ثانيا: تحليل عبارات الاستبيان

نحاول في هذه المرحلة تحليل عبارات الاستبيان من اجل استنتاج أهم النتائج التي تخص الدراسة ولكن قبل البدء في تحليل عبارات يجب حساب أولا معامل ثبات.

- **معامل الثبات وصدق الاستبيان:**

من اجل قياس القياس بين الداخلي عبارات الاستبيان تم استخدام معامل "كرونباخ ألفا" والذي يعتبر احد الاختبارات الأكثر شيوعا واستخداما في مثل هذه الدراسات حيث أعطت نتائج التحليل الجدول التالي:

جدول رقم (03): اختيار معامل ثبات لكل عبارات القياس.

البيان	عدد الفقرات	معامل الثبات Alpha cronbach	معامل الصدق (الجذر التربيعي لمعامل الثبات)
محور نظم المعلومات المصرفية	15	0.804	0.897
محور جودة الخدمة المصرفية	16	0.865	0.930
مجموع محاور الاستبيان	31	0.865	0.9300

المصدر: من إعداد الطالبة باعتماد على نتائج spss

*القيمة المرجعية لمعامل الفاكرونباخ =0.60 أي 60٪.

*معامل الصدق = الجذر التربيعي لمعامل الثبات

من الجدول رقم (03) نلاحظ إن معامل الاتساق الداخلي لأداة الدراسة يمتاز بدرجة كبيرة من الثبات والصدق وعليه فهو يحقق الشروط المطلوبة،لاعتمادها كوسيلة تحليل ميدانية أخذت معامل ثبات النسبة (86.5٪) والتي تعتبر نسبة جيدة في مقياس، وتعكس درجة التجانس والاتساق الداخلي بين العبارات المختارة لقياس كل محور من المحاور الاستبيان، كما أن معامل الصدق بلغ نسبة(93٪)وهي نسبة جيدة جدا.

ثالثا: نتائج تحليل عبارات الاستبيان

لاختبار مدى موافقة أفراد العينة على محاور الاستبيان،تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف على الاتجاه العام لأراء أفراد العينة.

تحديد مسافة المجال وفق القانون التالي : $\frac{\text{درجة اعلى استجابة} - 1}{\text{درجة اعلى استجابة}}$

نظرا لوجود خمسة استجابات لاستمارة الاستبيان (المقياس)، فستكون حدود الاستجابات الخمسة كما يلي:

الجدول رقم(04): جدول الاتجاه العام.

المجال	الاتجاه العام
[01 – 1.79]	غير موافق بشدة
[1.80 – 2.59]	غير موافق
[2.60 – 3.39]	محايد
[3.40 – 4.19]	موافق
[4.20 – 5.00]	موافق بشدة

المصدر: من إعداد الطالبة

المحور الأول: نظم المعلومات المصرفية

الجدول رقم(05): تحليل أراء المبحوثين لفقرات لبعد تكنولوجيا المعلومات.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
01	تستخدم الوكالة البنكية شبكة الانترنت في انجاز معظم الخدمات المصرفية	3.79	1.010	موافق
02	تضمن تكنولوجيا المعلومات المتوفرة لديكم في الوكالة البنكية الحماية الكاملة في الاختراق غير المشروع للمعلومات وتخريبها	3.58	0.919	موافق
3	تكنولوجيا المعلومات تساعد البنك في انجاز المهام والوظائف بطريقة أسرع وأدق	4.19	0.915	موافق
4	يعمل البنك على تحديث وتطوير الأجهزة والبرمجيات باستمرار	3.38	1.084	محايد
5	توفر التكنولوجيا المعلومات عدة أنواع من المعالجات للبيانات في نفس الوقت	3.33	1.136	محايد
	المتوسط المرجح لعبارات تكنولوجيا المعلومات	3.6542	0.63880	موافق

المصدر:من إعداد الطالبة على ضوء مخرجات SPSS

من خلال الجدول رقم(05) نلاحظ أن اتجاه إجابة أفراد العينة المستقصاة على محور تكنولوجيا المعلومات كان نحو **الموافقة** وهذا ما تظهره في المتوسطات الحسابية للإجابات على بنود هذا المحور التي كانت كلها باتجاه الموافقة بنسبة كبيرة، وكانت بين (3.79) و(4.19)، فيما كان المتوسط الحسابي المرجح لمحور تكنولوجيا المعلومات يقدر ب(3.65)، ومن خلال الانحرافات المعيارية نلاحظ أنها كانت تتراوح بين (0.915) و(1.13) وبانحراف معياري كلي قدر ب (0.64)، كما نلاحظ بان إجابة على العبارة رقم (3) أكثر تجانسا مقارنة بالإجابات الأخرى.

الجدول رقم(06): تحليل آراء المبحوثين لفقرات بعد خصائص المعلومات.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
1	تتميز المعلومات الناتجة عن تشغيل نظام المعلومات بالوضوح والشمولية	3.60	1.047	موافق
2	نظام المعلومات يسهل وصول المعلومات المناسبة للشخص المناسب في الوقت المناسب	4.10	0.778	موافق
3	المعلومات المكاملة هي الركيزة الأساسية التي يعتمد عليها البنك	3.27	0.939	محايد
4	المعلومات التي يوفرها نظام المعلومات المصرفي تمتاز بالدقة	3.96	1.071	موافق
5	يتم توفير كل المعلومات اللازمة لزبائن عن كل الخدمات مقدمة	3.40	1.300	موافق
	متوسط العبارات	3.6667	0.65666	موافق

المصدر:من إعداد الطالبة على ضوء مخرجات SPSS

من خلال الجدول رقم (06) نلاحظ أن اتجاه أفراد العينة المستقصاة كان نحو الموافقة وهذا ما تظهره متوسطات الحسابية للإجابة على بنود هذا المحور التي كانت كلها باتجاه الموافقة بنسبة كانت بين (3.40) و(4.10)، في ما يخص المتوسط الحسابي الإجمالي للمحور خصائص المعلومات يقدر ب(3.67)، ومن

خلال الانحرافات المعيارية نلاحظ أنها تتراوح بين(0.78) و(1.30) وبانحراف معياري كلي قدر ب(0.66)، كما نلاحظ بان الإجابة على العبارة رقم (2) كان أكثر تجانسا بانحراف معياري(0.778).

الجدول رقم(07): تحليل أراء المبحوثين لفقرات بعد نظام الخدمة المصرفية.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
1	سرعة أداء الخدمة تساعد في توفير الوقت	3.58	1.33	موافق
2	نظام الخدمة المصرفية في البنك يعطي صورة جيدة للبنك	3.29	1.071	محايد
3	استخدام نظم المعلومات يساهم في عملية تقديم الخدمات أفضل للزبائن	3.98	1.101	موافق
4	من اجل تحسين جودة الخدمة المصرفية فان إدارة البنك تقوم باختيار أحسن الكفاءات البشرية	3.79	1.368	موافق
5	ربط الخدمات المصرفية بتقنية الانترنت يسهل من تعامل الزبون	3.77	1.096	موافق
	متوسط العبارات	3.6833	0.79876	موافق
	المتوسط الحسابي لمحور نظم المعلومات المصرفية ككل (متوسط المتوسطات)	3.6681	0.56309	موافق

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات spss19

يتضح من الجدول رقم(07) أن معظم العبارات قد تحصلت على متوسطات حسابية تدل على الموافقة لأفراد العينة الإحصائية ، عدا العبارات رقم (02)التي جاء فيها نسبة محايدة من طرف أفراد العينة، كما أن متوسط العام لإجابات يميل إلى الحيادية، بمتوسط حسابي قدره(3.68) وانحراف معياري يقدر ب(0.79)، أما من خلال الانحراف المعياري المقدر ب(1.07) المسجل في العبارة رقم(2) التي كانت تقول بان نظام الخدمة المصرفية في البنك يعطي صورة جيدة للبنك، كانت الأكثر تناسقا مقارنة بالعبارات الأخرى.

وخلاصة القول فان متوسط الحسابي لمحور نظم المعلومات المصرفية يقدر ب(3.66) وانحراف معياري(0.563)، فحسب إجابات أفراد عينة الدراسة فان نظام المعلومات يحتل المرتبة الأولى، يأتي بعده خصائص المعلومات وأخيرا تكنولوجيا المعلومات.

المحور الثاني: جودة الخدمة المصرفية

الجدول رقم(08):تحليل آراء المبحوثين لبعد مؤشر الاعتمادية

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
1	يتم انجاز المعاملات في وقتها المحدد دون تأخير	3.04	1.202	محايد
2	يقدم البنك خدمات خالية من الأخطاء	2.94	1.210	محايد
3	يلتزم الموظفون بتنفيذ المعاملات دون تميز	3.15	1.238	محايد
4	يلتزم الموظفون بمواعيد العمل ولا يغادرون أماكنهم طوال فترة	3.19	1.214	محايد
	المتوسط المرجح لعبارات مؤشر الاعتمادية	3.0781	0.92276	محايد

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول رقم(08) نلاحظ أن المتوسط الحسابي للمحور الثاني يقدر ب(3.07)و بانحراف معياري قدره(0.92) وهذا ما يفسر حياد أفراد عينة الدراسة عند الإجابة على عبارات محور بعد مؤشر الاعتمادية، ومن خلال الانحرافات المعيارية نلاحظ بان الإجابة على العبارة رقم(1)كانت الأكثر تجانسا ب انحراف معياري(1.20).

الجدول رقم(09): تحليل آراء المبحوثين لبعد مؤشر الملموسية

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
1	الشكل الداخلي للبك يتميز بالترتيب	3.54	1.031	موافق
2	المظهر الخارجي للبنك جذاب ويوحي بالثقة	3.75	0.863	موافق
3	عمال البنك يعتنون بملابسهم وأناقتهم	3.88	1.196	موافق
4	عمال البنك يعتنون بملابسهم وأناقتهم	3.63	1.142	موافق
	متوسط العبارات	3.6979	0.74548	موافق

المصدر: من إعداد الطالبة على ضوء مخرجات Spss

يتضح من خلال الجدول رقم(09) أن كل العبارات قد تحصلت على متوسطات حسابية تدل على موافقة أفراد العينة الإحصائية، بنسبة تتفاوت بين (3.54) و (3.88)، كما أن المتوسط العام للإجابات يميل إلى الموافقة، بمتوسط حسابي (3.69)، كما نلاحظ أن العبارة رقم (2) التي تقول المظهر الخارجي للبنك جذاب ويوحي بالثقة كان انحرافها المعياري اقل درجة ب (0.87)، مما يعني أن هذه العبارة الأكثر تناسقا مقارنة بالعبارات الأخرى.

الجدول رقم(10): تحليل آراء المبحوثين لبعد مؤشر الثقة والأمان

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
1	يتعامل موظفو البنك مع العملاء بطريقة مهذبة	3.58	1.269	موافق
2	يحافظ البنك على سرية المعلومات المتعلقة بعملائه	4.25	0.911	موافق بشدة
3	يمتلك البنك القدرة الكافية لحماية حسابات الزبائن من الاعتداء	3.48	1.130	موافق
4	موظفو البنك لديهم المعرفة الكافية للإجابة	3.10	1.171	محايد
متوسط العبارات		3.6510	0.6874	موافق

المصدر: من إعداد الطالبة على ضوء مخرجات Spss

من خلال الجدول رقم(10) نلاحظ أن متوسط الحسابي الإجمالي للإجابات على عبارات بعد مؤشر الثقة والأمان بلغ(3.65) بانحراف معياري (0.68) ووفقا لمعيار الدراسة فان اتجاه لإجابات أفراد العينة حول بعد مؤشر الثقة وأمان تشير إلى مستوى موافق عموما ، وكانت عبارة " يحافظ البنك على سرية المعلومات المتعلقة بعملائه" الأعلى "موافق بشدة" بمتوسط حسابي(4.25) وانحراف معياري(0.911)، مما يعني أن البنك يولي

أهمية كبيرة لسرية المعلومات الخاصة بزبائنه وتحضا بالقبول العام لدى الجميع ، كذلك عبارة " موظفو البنك لديهم المعرفة الكافية للإجابة" والتي كانت محايد بمتوسط حسابي(3.10) وانحراف معياري(0.68)، هذه العبارة جاءت في مجال المحايدة نظرا لكون أن معظم القرارات لا يتخذها الموظفين بصفة منفردة ولكن هناك لجان متخصصة في معظم الحالات ، كما يتضح من خلال الجدول أن متوسطات إجابات أفراد عينة البحث حول عبارات هذا البعد تتراوح بين (3.10–3.58) بانحرافات معيارية مابين (0.911– 1.27). وكان المتوسط المرجح لهذا البعد(3.651) وانحراف معياري(0.687)، مما يعطي انطباع على ان البنك يولي اهتمام كبير على العميل من حيث المعاملة وحماية حساباتهم وسرية معلومات التي تخص العملاء .

الجدول رقم(11): تحليل آراء المبحوثين لبعد مؤشر التعاطف

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
1	يتوفر البنك على لوحات إرشادية و الكترونية	3.44	1.050	موافق
2	يساعد الموظف الزبون ملء البيانات المطلوبة في المعاملات الصرفية	3.35	1.101	محايد
3	يقدم موظفو البنك للزبون النصائح والتوجيهات اللازمة لانجاز معاملته	3.40	1.144	موافق
4	يتفهم موظفو البنك المشكلات التي قد تواجه الزبائن ويقدمون لهم الدعم الكافي	3.37	1.003	محايد
متوسط العبارات		3.3906	0.78195	موافق
المتوسط المرجح لمحور جودة الخدمة المصرفية(متوسط المتوسطات)		3.4427	0.64603	موافق

المصدر: من إعداد الطالبة على ضوء مخرجات Spss

من خلال الجدول رقم (11) نلاحظ أن المتوسط الحسابي الإجمالي للإجابات على عبارات بعد وشر التعاطف بلغ(3.39) بانحراف معياري (0.64) ووفقا لمعيار الدراسة فان اتجاه العام للإجابات أفراد العينة حول

بعد مؤشر التعاطف تشير إلى مستوى موافق باستثناء العبارات التالية" يساعد الموظف الزبون ملء البيانات المطلوبة في المعاملات الصرفية" التي كانت محايدة بمتوسط حسابي (3.35) وانحراف معياري(1.10) كذلك العبارة " يتفهم موظفو البنك المشكلات التي قد تواجه الزبائن ويقدمون لهم الدعم الكافي" والتي كانت محايد بمتوسط حسابي (3.37) وبانحراف معياري(1.003)، كما يتضح من خلال الجدول أن متوسطات إجابات أفراد عينة البحث حول عبارات هذا البعد تراوحت بين (3.35 – 3.44) وبانحرافات معيارية ما بين (0.78 – 1.14).

وخلاصة القول أن بعد جودة الخدمة المصرفية كان ضمن مجال الموافقة حسب سلم لكارت وبانحراف معياري اقل من الواحد مما يعني عدم تشتت إجابات حول عبارات الاستبيان هذا المحور،حيث جاء في مرتبة الأولى مؤشر الملموسية(3.35) تليها مؤشر التعاطف، وفي الأخير نجد مؤشر الاعتمادية بمتوسط الحسابي(2.94).

المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

قبل الشروع في اختبارات فرضيات الدراسة والإجابة على مختلف الأسئلة الفرعية، وبهدف معرفة طبيعة الاختبارات التي يجب القيام بها لا بد من معرفة طبيعة التوزيع الذي تتبعه عينة الدراسة والموضحة في الجدول والرسومات الموالية

01- اختبار التوزيع الطبيعي: تم الاستعانة باختبار **Kolmogorov-Smirnov Test** باعتباره احد الاختبارات المهمة لمعرفة نوعية الاختبار التي تتم عليها انطلاقا من فرضية أن عينة الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي وقد بينت نتائج التحليل ما يلي:

جدول رقم (12): اختبار التوزيع الطبيعي
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test-

البيان	نظم المعلومات المصرفية	مؤشر الاعتمادية	مؤشر الملموسية	مؤشر الثقة والامان	مؤشر التعاطف	جودة الخدمة المصرفية
N	48	48	48	48	48	48
Kolmogorov-Smirnov Z قيمة	**,620**	**,656**	**1,379**	**,833**	**1,251**	**,580**
Asymp. Sig. (2-tailed) مستوى الدلالة	**,837**	**,782**	**,045**	**,491**	**,087**	**,890**

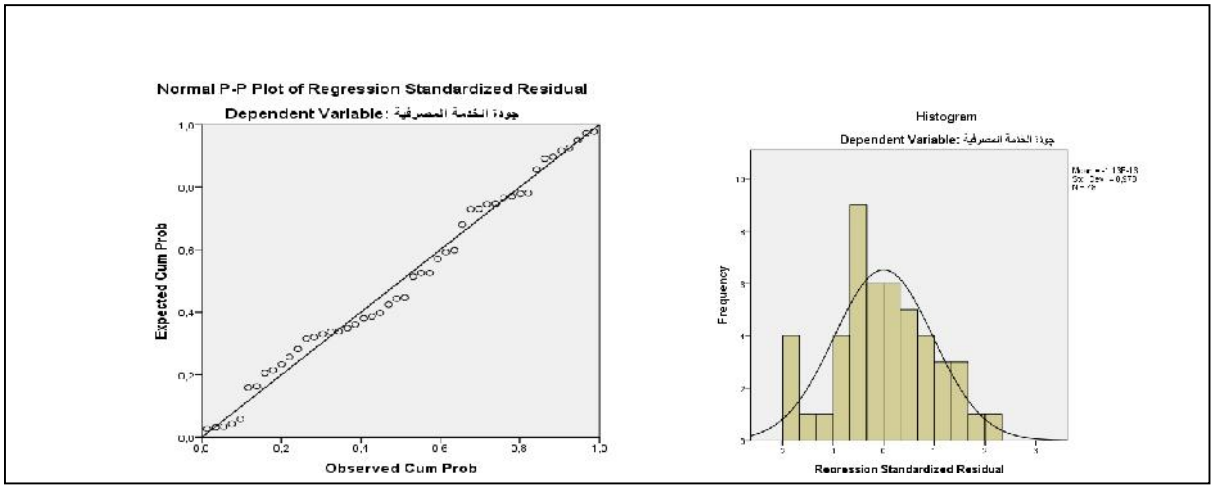
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة Z للاختبار تتراوح بين 0.580 و1.379 وكان مستوى الدلالة لكل أبعاد الدراسة اكبر من 0.05 وهو ما يعني أن عينة الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي وبذلك نستعمل أساليب التحليل المعلمية مثل الانحدار الخطي وغيره من المقاييس .

ولتأكيد هذه النتائج تم الاستعانة بالتمثيل البياني لكل محور كما يلي:

الشكل رقم(04): التمثيل البياني لمحور جودة الخدمة المصرفية



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS

الشكل رقم(03) يتضح أن عينة الدارسة تتبع التوزيع الطبيعي، وعليه فان الاختبارات المعلمية هي التي تتبع في دراستنا كما يلي:

02- **مصفوفة الارتباط بين أبعاد الدراسة**

من خلال مصفوفة الارتباط يتم توضيح مختلف علاقات الارتباط بين أبعاد الدراسة بهدف معرفة درجة الارتباط وأهميته بالنسبة لكل بعد ومحور وكون متغيرات الدراسة ترتيبية فان معامل الارتباط الأصلح في مثل هذه الحالات هو معامل الارتباط Spearman الذي نعبر عنه من خلال الجدول الموالي:

جدول رقم(13): مصفوفة الارتباطSpearman بين أبعاد الدراسة

البيان		مؤشر الاعتمادية	مؤشر الملموسية	مؤشر الثقة والأمان	مؤشر التعاطف	**جودة الخدمة المصرفية**
تكنولوجيا المعلومات	معامل الارتباط مستوى الدلالة العدد	,524** .000 48	,410** .004 48	,468** .001 48	,436** .002 48	**,550** **.000** **48**
خصائص المعلومات	معامل الارتباط مستوى الدلالة العدد	,371** .009 48	,301* .038 48	,348* .016 48	,384** .007 48	**,419**** **.003** **48**
نظام الخدمة المصرفية	معامل الارتباط مستوى الدلالة العدد	,578** .000 48	.278 .055 48	,380** .008 48	,336* .020 48	**,522**** **.000** **48**
نظم المعلومات المصرفية	معامل الارتباط مستوى الدلالة العدد	**,605**** **.000** **48**	**,387**** **.007** **48**	**,473**** **.001** **48**	**,406**** **.004** **48**	**,582**** **.000** **48**

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

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

المصدر: من إعداد الطالبة باعتماد على نتائج Spss

تم اعتماد معامل ارتباط Spearman نظرا لكون متغيرات الدراسة ترتيبية حيث بينت النتائج الموضحة في الجدول رقم(13) أن معظم أبعاد المتغيرات الدراسة كان لها علاقة ارتباط معنوي موجب في الغالب عند مستوى دلالة اقل من 0.001 باستثناء نظام خدمة المصرفية وعلاقته بمؤشر الملموسية حيث لم تكن العلاقة ذات دلالة إحصائية.

كما أن اكبر معامل ارتباط سجل بين نظم المعلومات مصرفية ومؤشر اعتمادية حيث بلغ (0.605) بمستوى دلالة اقل من 0.001 .

ومن جهة أخرى فان نظم المعلومات المصرفية له علاقة ارتباط موجبة متوسطة مع جودة الخدمة المصرفية بلغت (0.582) بمستوى دلالة اقل من 0.01 .

03-اختبار فرضيات الدراسة

من اجل معرفة دور نظم المعلومات المصرفية على جودة الخدمة المصرفية، وتدعيم لمصفوفة الارتباط المشار إليها سابقا والتي بينت وجود علاقة ارتباط معنوي بين معظم الأبعاد أبعاد الدراسة، تم استخدام الانحدار الخطي البسيط لمعرفة الأبعاد التي لها دور مباشر في جودة الخدمة المصرفية وذلك كما يلي:

الفرضية الأولى: يوجد دور ذو دلالة معنوية لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية .

من خلال نتائج التحليل تبين ما يلي:

الجدول رقم (14): تحليل الانحدار الخطي البسيط لتكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية

Model	Rمعامل الارتباط	Rمعامل التحديد Square	معامل التحديد المصحح Adjusted R Square	F قيمة المحسوبة	Sig. مستوى الدلالة
1	,574[a]	,329	,314	22,546	,000[b]

a. Predictors: (Constant), تكنولوجيا المعلومات

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS

الجدول رقم(15): جدول المعاملات Coefficients

لتكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية

Model		المعاملات غير المعيارية Unstandardized Coefficients		المعاملات المعيارية Standardized Coefficients	T القيمة المحسوبة	Sig. مستوى الدلالة
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,323	,453		2,921	,005
	تكنولوجيا المعلومات	,580	,122	,574	4,748	,000

a. Dependent Variable: جودة الخدمة المصرفية

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS

نلاحظ من خلال نتائج الجدول(14) وجود علاقة ارتباط متوسطة(0.574) لبعد تكنولوجيا المعلومات مع جودة الخدمة المصرفية وهو تأكيد لما تم تحديده سابقا في المصفوفة الارتباط عند مستوى دلالة($\alpha \geq 0.01$) حسب بيرسون

كما يبين الجدول **أن** تكنولوجيا **المعلومات** تفسر ما مقدار معامل التحديد ($R^2 = 0.329$)وهو ما يعني **نسبة**(32.9%) من تباين جودة الخدمة المصرفية والباقي لعوامل أخرى ، كما نلاحظ من تحليل(ANOVA) **ان** قيمة F**المحسوبة بلغت**(22,546) وهي اكبر من قيمتها الجدولية وذلك عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.01$). **ومن الجدول** 15 الذي يبين المعاملات **كانت معادلة الانحدار** الخطي البسيط **من الشكل التالي:**

$Y=1.323+0.580\ X$

حيثX: تمثل تكنولوجيا **المعلومات** كمتغير مستقل

Y : تمثل جودة الخدمة المصرفية

وعليه فإننا نقبل الفرضية التي تنص على وجود دور معنوي لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية ".

الفرضية الثانية: يوجد دور ذو دلالة معنوية لخصائص المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية

الجدول رقم (16): تحليل الانحدار الخطي البسيط لخصائص المعلومات على جودة الخدمة المصرفية

Model +	Rمعامل الارتباط	R Square معامل التحديد	معامل التحديد المصحح Adjusted R Square	Fالقيمة المحسوبة	Sig. مستوى الدلالة
1	,437[a]	,191	,173	10,843	,002[b]

a. Predictors: (Constant), خصائص المعلومات

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS

الجدول رقم (17): جدول المعاملات Coefficients

لخصائص المعلومات على جودة الخدمة المصرفية

Model النموذج		المعاملات غير المعيارية Unstandardized Coefficients		المعاملات المعيارية Standardized Coefficients	Tالقيمة المحسوبة	Sig. مستوى الدلالة
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,867	,486		3,843	,000
	خصائص المعلومات	,430	,130	,437	3,293	,002

a. Dependent Variable: جودة الخدمة المصرفية

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS

نلاحظ من خلال نتائج الجدول(15) وجود علاقة ارتباط متوسطة(0.437) لبعد خصائص المعلومات مع جودة الخدمة المصرفية وهو تأكيد لما تم تحديده سابقا في مصفوفة الارتباط عند مستوى دلالة($\alpha \geq 0.01$) حسب بيرسون.

كما يبين الجدول أن **خصائص** المعلومات تفسر ما مقدار معامل التحديد(0. 191 = ^{2}) وهو ما يعني **نسبة**(19.1 %) من تباين جودة الخدمة المصرفية والباقي لعوامل أخرى ، كما نلاحظ من تحليل(ANOVA) **أن** قيمة F **المحسوبة بلغت**(10,843) وهي اكبر من قيمتها الجدولية وذلك عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.01$) **ومن الجدول**17 الذي يبين المعاملات كانت معادلة الانحدار الخطي البسيط من الشكل **التالي**:

$$Y=3,843+3,293X$$

حيثX: **تمثل خصائص المعلومات**

وبناءا على ذلك فإننا نقبل الفرضية القائلة "يوجد دور ذو دلالة معنوية لخصائص المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية ".

الفرضية الثالثة: يوجد دور ذو دلالة معنوية لنظام الخدمة المصرفية في تحسين جودة الخدمة المصرفية

الجدول رقم (18): تحليل الانحدار الخطي البسيط لنظام الخدمة المصرفية على جودة الخدمة المصرفية

Model	Rمعامل الارتباط	R Square معامل التحديد	معامل التحديد المصحح Adjusted R Square	F القيمة المحسوبة	Sig.مستوى الدلالة
1	,525[a]	,275	,260	17,489	,000[b]

a. Predictors: (Constant), نظام الخدمة المصرفية

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS

الجدول رقم (19): جدول المعاملات Coefficients

لنظام الخدمة المصرفية على جودة الخدمة المصرفية

Model نموذج		المعاملات غير المعيارية Unstandardized Coefficients		المعاملات المعيارية Standardized Coefficients	Tالقيمة المحسوبة	.Sigمستوى الدلالة
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,879	,382		4,914	,000
	نظام الخدمة المصرفية	,424	,102	,525	4,182	,000

a. Dependent Variable: جودة الخدمة المصرفية

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS

نلاحظ من خلال نتائج الجدول(16) وجود علاقة ارتباط متوسطة(0.525) لبعد نظام الخدمة المصرفية مع جودة الخدمة المصرفية وهو تأكيد لما تم تحديده سابقا في المصفوفة الارتباط عند مستوى دلالة($\alpha \geq 0.01$) حسب بيرسون

كما يبين الجدول أن نظام الخدمة المصرفية تفسر ما مقدار معامل التحديد($R^2 = 0.275$) وهو ما يعني **نسبة**(27.5%) من تباين جودة الخدمة المصرفية والباقي لعوامل أخرى ، كما نلاحظ من تحليل(ANOVA) **أن** قيمة F **المحسوبة بلغت**(17,489) وهي اكبر من قيمتها الجدولية وذلك عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.01$)**ومن الجدول** 19الذي يبين المعاملات كانت معادلة الانحدار الخطي البسيط من الشكل

Y=1,879+0.42X

حيثX: تمثل نظام المعلومات

وبناءا على النتائج السابقة فإننا نقبل الفرضية "يوجد دور ذو دلالة معنوية لنظام الخدمة المصرفية في تحسين جودة الخدمة المصرفية ".

الفرضية الرئيسية: يوجد دور ذو دلالة معنوية لنظم المعلومات المصرفية في تحسين جودة الخدمة

الجدول رقم (20): تحليل الانحدار الخطي البسيط لنظم المعلومات المصرفية على جودة الخدمة المصرفية

Model	R معامل الارتباط	R Squareمعامل التحديد	معامل التحديد المصحح Adjusted R Square	Fالقيمة المحسوبة	Sig.مستوى الدلالة
1	,635[a]	,403	,390	31,052	,000[b]

a. Predictors: (Constant), نظم المعلومات المصرفية

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS

الجدول رقم (21): جدول المعاملات Coefficient

لنظم المعلومات المصرفية على جودة الخدمة المصرفية

Model نموذج		المعاملات غير المعيارية Unstandardized Coefficients		المعاملات المعيارية Standardized Coefficients	Tقيمة المحسوبة	Sig. مستوى الدلالة
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,771	,485		1,590	,119
	نظم المعلومات المصرفية	,728	,131	,635	5,572	,000

a. Dependent Variable: جودة الخدمة المصرفية

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS

نلاحظ من خلال نتائج الجدول(17) وجود علاقة ارتباط متوسطة(0.635) لبعد نظم المعلومات المصرفية مع جودة الخدمة المصرفية وهو تأكيد لما تم تحديده سابقا في المصفوفة الارتباط عند مستوى دلالة($\alpha \leq 0.01$) حسب بيرسن.

كما يبين الجدول أن نظم المعلومات المصرفية **تفسر ما مقدار معامل** التحديد($R^2 = 0.403$) وهو ما يعني **نسبة**(40.3%) من تباين جودة الخدمة المصرفية والباقي لعوامل أخرى ، كما نلاحظ من تحليل(ANOVA) **أن** قيمة F **المحسوبة بلغت**(31,052) وهي اكبر من قيمتها الجدولية وذلك عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.01$)**ومن الجدول** 21 الذي يبين المعاملات حيث كانت معادلة الانحدار من الشكل التالي:

$Y=0.711+0.728\ X$

حيثX: **تمثل نظم المعلومات**

وبالتالي تكون الإجابة على الفرضية الرئيسية كما يلي:" يوجد دور ذو دلالة معنوية لنظم المعلومات المصرفية في تحسين جودة الخدمة".

4- التحليل العلمي:

في ضوء التحليلات المقدمة من خلال الجانب الميداني للدراسة عند تحليلنا لأجوبة أفراد العينة ببنك الفلاحة والتنمية الريفية بوكالة بسكرة تم التوصل إلى النتائج التالية:

- ✓ **حسب إجابات** عينة الدراسة ونتائج حساب المتوسط الحسابي ومعامل الارتباط لاحظنا ان بعد نظام الخدمة المصرفية حضا **بمستوى عال من الموافقة من طرف** عينة الدراسة.
- ✓ **إجماع** بين موظفين والعملاء على **أن** أهم بعد للحكم لجودة الخدمة المصرفية هو مؤشر الملموسية .
- ✓ **أن** نظام المعلومات المصرفية بجميع متغيراته المستقلة قيد الدراسة يفسر ويساهم ب 40%من التغيرات التي تحدث في تحسين جودة الخدمة المصرفية **و الباقي راجع إلى عوامل أخرى**
- ✓ **إن** تكنولوجيا المعلومات تفسر وتساهم بنسبة32.4% وهي من المتغيرات التي تساهم في تحسين جودة الخدمة المصرفية بالوكالة **محل الدراسة والباقي راجع إلى عوامل أخرى**
- ✓ أن خصائص المعلومات تفسر وتساهم ب 19.1% وهي من المتغيرات التي تساهم في تحسين جودة الخدمة المصرفية بالوكالة محل الدراسة والباقي راجع إلى عوامل أخرى
- ✓ أن نظام الخدمة المصرفية يفسر ب 27.5% وهي من المتغيرات التي تساهم في تحسين جودة الخدمة المصرفية بالوكالة محل الدراسة والباقي راجع الى عوامل أخرى

خلاصة الفصل الثاني:

قمنا من خلال هذا الفصل بدارسة ميدانية في وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية ببسكرة حيث تعرفنا على نشأتها، مهامها، وهيكلها التنظيمي من خلال المبحث الأول، أما المبحث الثاني فخصصناه إلى الإطار المنهجي لدراسة الميدانية تعرفنا فيه على مجتمع وعينة الدراسة وذلك من الاستبيان الذي أعددناه وقمنا بتوزيعه على الموظفين وعملاء، وتم تحليل 48 استبيانه صالحة لتحليل ببرنامج الSPSS V19 الإحصائي وبالاعتماد على عدة أساليب إحصائية كالمتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، اختبار ألفا كرونباج، ثم قمنا بعرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات، وتوصلنا إلى عدة نتائج أهمها أن هناك دور ذو دلالة إحصائية لنظم المعلومات المصرفية في تحقيق جودة الخدمة المصرفية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة.

وعند البحث كل بعد من أبعاد نظم المعلومات المصرفية على نحو مستقل في تحقيق جودة الخدمة المصرفية لدى أفراد عينة البحث، وجدنا أن هناك ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية لكل المتغيرات الفرعية لنظم المعلومات المصرفية مع جودة الخدمة المصرفية.

الخـــاتـمـة الـعامـــة

يعد القطاع المصرفي واحد من أهم القطاعات الاقتصادية الحيوية في الاقتصاد الوطني لأي بلد إذ يتعامل مع قاعدة عريضة من العملاء أفرادا ومنظمات، وقد تأثر القطاع المصرفي بما حدث من تطور في مجال تكنولوجيا المعلومات ، وذلك لما ينطوي عليه من انجازات وابتكارات علمية كان لها أثرا فعالا في تحسين الخدمات المصرفية، و في ضل هذه التطورات المتلاحقة التي يشهدها النظام البنكي في الجزائر تسعى البنوك لاكتساب احدث نظم المعلومات التي تضمن معالجة أفضل للمعلومات، ومن هنا يجب أن يتوفر للبنك تجهيزات وبرامج متطورة ويد عاملة مدربة كما يجب أن تتميز نظم المعلومات بالأمن والبساطة، مما ساهم إلى حد كبير في تطبيق آليات جديدة تتسم بالمرونة، وتسهل عملية التعامل المتبادل بين العملاء والإدارة المصرفية .

نتائج الدراسة:

أولا: النتائج النظرية:

وانطلاقا من الدراسة النظرية للموضوع تمكنا من استخلاص على مجموعة من النتائج هي كالتالي:

أن الاستخدام المستمر للدراسات و البحوث و الاهتمام ببرامج التسويق الداخلي وسرعة التصدي لمشكلات العملاء

- ❖ قلة الاطلاع على آخر المستجدات التي تظهر في مجال التكنولوجيا المعلومات المصرفية في تقنيات ومعدات والتجهيزات التي تعمل في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للزبائن فضلا عن التعرف على الخدمات التي تقدمها المصارف المنافسة في الداخل و الخارج.
- ❖ تحسين مستوى جودة الخدمات المصرفية باعتبارها ميزة نسبية تمكن البنك من توظيفها في الاتجاه الذي يعزز مكانته.
- ❖ أهمية جودة الخدمات المصرفية المقدمة تعتبر من الأساليب لتحقيق التميز في مواجهة المنافسين بين البنوك لذلك أصبح مستوى الخدمات المصرفية احد الأسلحة التنافسية.
- ❖ نظام المعلومات الفعال يعمل على خلق ميزة تنافسية بين البنوك من خلال المساهمة في كفاءة الخدمات المصرفية التي يوفرها.

ثانيا: النتائج التطبيقية:

توصلت النتائج التطبيقية إلى ما يلي:

- ❖ إجماع بين موظفين والزبائن بالوكالة محل الدراسة أن أهم بعد لنظم المعلومات المصرفية هو نظام الخدمة المصرفية بحيث احتلت المرتبة الأولى بدرجة مرتفعة وان أهم عبارة في البعد نظام الخدمة المصرفية هي نظام الخدمة المصرفية في البنك يعطي صورة جيدة للبنك بانحراف معياري (1.071) وبنسبة 47.9%.
- ❖ حسب أراء العينة بالوكالة محل دراسة فان أهم بعد للحكم على جودة الخدمة مصرفية هو مؤشر الملموسية بدرجة مرتفعة واهم عبارة في بعد الملموسية هي مظهر الخارجي للبنك جذاب ويوحي بالثقة وذلك بنسبة 52%التي كان انحرافها (0.87).
- ❖ تكنولوجيا المعلومات تساعد البنك في انجاز المهام والوظائف بطريقة أسرع وأدق بنسبة 43.8%وهذا بناءا على أهم عبارة في البعد الخاص بتكنولوجيا المعلومات بانحراف معياري(0.915).
- ❖ نظام المعلومات يسهل وصول المعلومات المناسبة للشخص المناسب في الوقت المناسب بنسبة 52.1%، وذلك حسب أهم عبارة في البعد الخاص بخصائص المعلومات بانحراف معياري (0.778) .
- ❖ نتائج تحليل إجابات أفراد العينة حول بعد الاعتمادية توضح بان الموظفون يقومون بانجاز المعاملات في وقتها المحدد دون تأخير وذلك بنسبة39.6% وبانحراف المعياري(1.202).
- ❖ حسب اتجاهات أفراد العينة فان البنك يحافظ على سرية المعلومات المتعلقة بعملائه حيث بلغت نسبته 39.6% بانحراف معياري(0.911) وبدرجة مرتفعة حول البعد الخاص بمؤشر الثقة والأمان.
- ❖ تحتل المرتبة الأولى في بعد التعاطف عبارة يقدم موظفو البنك للزبون النصائح والتوجيهات اللازمة لانجاز معاملته وذلك بنسبة 54.2%.

مقترحات الدراسة:

– ضرورة أن تحرص الإدارة العليا للبنك على تقديم الدعم والتسهيلات اللازمة للعاملين مستخدمين النظام من خلال تشجيعهم باستخدام نظام المعلومات، وتفهم احتياجاتهم المختلفة واستطلاع أرائهم حول المشكلات التي تواجههم عند استخدام النظام حتى يتم التغلب عليها.

– الاطلاع المستمر على آخر المستجدات التي تظهر في مجال التكنولوجيا المصرفية من تقنيات ومعدات وتجهيزات وذلك بغرض تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن وكذالك التعرف على الخدمات التي تقدمها المصارف المنافسة في الداخل والخارج.

– اشتراك العاملين في البنك في دورات تدريبية متخصصة في تكنولوجيا المعلومات المصرفية، وأساليب تقديم الخدمة المصرفية واكتساب الخبرات اللازمة للنهوض والارتقاء بجودة الخدمات المقدمة.

– تعميق وعي الإدارة وعاملي البنوك بأهمية موضوع تكنولوجيا المعلومات لما لها من دور بارز في ظل التغيرات والظروف المختلفة التي يشهدها العالم من خلال الاطلاع على التجارب العالمية وما توصلت إليه في مجال تكنولوجيا المعلومات.

–الاستقبال اللائق بزوار البنك(طلبي العلم، باحثين، مستطلعين.....) والارتقاء بحسن التعامل مع الغير.

آفاق البحث:

برغم من المجهودات المبذولة خلال السنة لإثراء الموضوع أكثر إلا انه من الطبيعي انه لا يتم الإلمام بجميع عناصر الموضوع، و هذا نضرا لاتساع جوانبه، و كذا التطورات الحاصلة في الميدان المصرفي خاصة في ضل الانفتاح الاقتصادي و اتساع رقعة المنافسة بين البنوك ، و بتالي يمكن اقتراح بعض الاقتراحات التي تساعدهم على البحث منها:

– مساهمة الخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية في البنوك العمومية الجزائرية.

– تحسين جودة الخدمة المصرفية باستخدام تكنولوجيا المعلومات.

– دور جودة الخدمات المصرفية في تحسين أداء البنوك التجارية.

قـائـمـة الـمـراجـع

1- الكتب:

ابوتايه صباح محمد. (2008). التسويق المصرفي بين النظرية و التطبيق. عمان: دار وائل.

احمد محمود احمد. (2000). تسويق الخدمات المصرفية مدخل نظري–تطبيقي. عمان: دار البركة للنشر والتوزيع.

بسيوني عبد الحميد. (2010). نظم المعلومات الادارة. القهارة: دار الكتب العلمية.

الجبوري علي عبودي نعمة. (2016). ادارة المصارف الاسلامية نظام المالي عادل. عمار: دار صفاء للنشر و التوزيع.

الحداد عوض بدير. (1999). تسويق الخدمات المصرفية . قناة السويس: دار الكتنب.

حسين احمد حسين على. (2004–2003). نظام المعلومات المحاسبية الطار الفكري والنظم التطبيقيةالنضام اليدوي–تحليل و تصميم النظم–نظام الحاسب. الاسكندرية: الجامعية.

خنفر اياد عبد الاله ، العساف خالد توفيق ، و العزام عبد الفتاح. (2015). التسويق المصرفي مدخل معاصر. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

عبد الحميد عبد المطلب. (2015). التسويق المصرفي مدخل اقتصادي. الاسكندرية: الدار الجامعية.

العلي اسعد حميد. (2013). ادارة المصارف التجارية مدخل ادارة المخاطرة.

علي احمد شعبان محمد. (2018). التسويق و الخدمات المصرفية. القاهرة: التعليم العالي.

كافي مصطفي يوسف. (2017). التسويق المصررفي. الجزائر: الفا للوثائق .

المدني هنيئة ابوبكر. (2016). التدريب واثره على مستوي الخدمة المقدمة للعملاء بالمصارف التجارية بالزاوية. الجزائر: مؤسسة الحكمة للنشر والتوزيع.

مراد سامي احمد. (2008). تفعيل التسويق المصرفي لمواجهة اثار الجاتس. مصر الجديدة: المكتب العربي للمعارف.

المطيري عبد الله. (2016). اعادة هندسة الاعمال و التطوير التنظيمي. القاهرة: دار الكتاب الحديث.

معلا ناجي ذيب. (2013). الاصول العلمية للتسويق المصرفي . عمان: دار المسيرة.

نوري منير. (2012). نظام المعلومات المطبق في التسيير. بن عكنون.

ياسين سعد غالب. (2009). نظم المعلومات الادارية . عمان: دار اليازوري.

النسور اياد عبد الفتاح. (2015). تسويق المنتجات المصرفية. عمان: صفاء.

2- الرسائل والأطروحات:

ابو شعبان كر خضر. (2014). تقييم مدى فاعلية و كفاءة نظم المعلومات المحاسبية في ظل تطور الخدمات المصرفية الالكترونية دراسة تطبيقية على المصارف التجارية العاملة في قطاع غزة. غزة، كلية التجارة قسم المحاسبة و التمويل.

اسبر لمى فيصل. (2009م-1430هـ). مدخل مقترح لرفع الكفاءة والفعالية المصرفية من منظور ادارة الجودة الشاملة دراسة ميدانية على المصارف الحكومية في الجمهورية العربية السورية. جامعة تشرين كلية الاقتصاد قسم ادارة الاعمال.

اسماعيل عماد احمد. (2011). خصائص نظم المعلومات و اثرها في تحديد خيار المنافسة الاستراتيجي في الاداريين العليا و الوسطى "دراسة تطبيقية على المصارف التجارية العاملة في قطاع غزة". غزة، كلية التجارة قسم ادارة الاعمال.

جل ادمون طارق ادمون. (2010). مدى فاعلية نظم المعلومات المحاسبية في المصارف التجارية العراقية الاهلية من وجهة نظر الادارة. غزة، كلية الاعمال قسم المحاسبة.

حاتم غازي شعاعة. (2004). قياس جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين المحدود في فسلطين من وجهة نظر العملاء . القدس، قسم ادارة اعمال.

حلوز وفاء. (2014/2013). تدعيم جودة الخدمة البنكية وتقييمها من خلال رضى العميل -دراسة حالة البنوك العمومية الجزائرية بولاية تلمسان-. الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

دغنوش العطرة. (2016-2017). استخدام شبكة الانترنت كاداة لتقديم الخدمات البنكية واثرها على الاداء البنكي-حالة البنوك الجزائرية-. بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية وعلوم التسير قسم علوم اقتصادية.

ذيب بحسين. (05 03, 2011-2012). فعالية نظم المعلومات المصرفية في تسيير حالات فشل الائتمان دراسة حالة: عينة من البنوك التجارية العاملة في ولاية ورقلة خلال سنة2010. ورقلة، جامعة قاصدي مرباح كلية العلوم القتصادية و التجارية و علوم التسيير قسم العلوم الاقتصادية.

شناقر وردة. (2017-2018). دور تكنلوجيا المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية للبنوك -دراسة تطبيقية لعينة من النوك العمومية الجزائرية-. بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية و التجارة و علوم التسير قسم العلوم الاقتصادية.

صياد صباح. (2017-2018). انظمة المعلومات و تاثيراتها على تنافسية المؤسسة الجزائرية. مذكرة للحصول على شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية . جامعة وهران.

عبد الرحمان لنطاري محمد عبد الرحمان. (1990). نظم المعلومات و اثرها على فاعلية القرارات في المصارف التجاريةالاردنية. الاردن، الجامعة الاردنية.

عمار محمد جمال اكلرم. (2009). مدى امكانية تطبيق الادارة الالكترونية بوكالة غوث وتشغيل اللاجئين بمكتب غزة الاقليمي ودورها في تحسين اداء العاملين. غزة، كلية التجارة قسم ادارة الاعمال.

محمودي دلال. (2014-2015). تقييم اداء نظم المعلومات المالية و المحاسبية المعتمدة على الحاسوب - دراسة حالة قطاع المصارف الجزائرية. بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير قسم علوم اقتصادية.

محبوب مراد. (2014/2013). استخدام استراتيجية اعادة الهندسة الادارية في تحسين جودة الخدمات المصرفية دراسة حالة بنك الفلاحة وتنمية الريفية، وكالة بسكرة. الجزائر، قسم العلوم الاقتصادية.

مرمي مراد. (2009-2010). اهمية نظم المعلومات الادارية كادات لتحليل البيئي في المؤسسات الصغيرا و المتوسطة الجزائرية دراسة حالة -شركة CHIALI Profiplastبسطيف-. اهمية نظم المعلومات الادارية كادات لتحليل البيئي في المؤسسات الصغيرا و المتوسطة الجزائرية دراسة حالة -شركة CHIALI Profiplastبسطيف . سطيف، جامعة فرحات عباس-سطيف-قسم العلوم الاقتصادية.

منصور مجيد مصطفى عثمان. (2013). دورنظم المعلومات التسويقية في دعم التسويق المصرفي "دراسة نوه وليد مرتضى. (30 06, 2014). نحو تفعيل دور نظام المعلومات في البنوك للرفع من مستوى ادائها–دراسة حالة:(القرض الشعبي الجزائري(CPA) ،بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)، البنك الوطني الجزائري (BNA))وكالات الوادي خلال الفترة (2012–2013). ورقلةكلية العلوم الاقتصادية و التجارة وعلوم التسير قسم علوم التسير ميدانية على عينة من المصارف في فلسطين". قاهرة.

الوادية محمد سميح محمد. (2015). علاقة نظم المعلومات الادارية بجودة القرارات الادارية –دراسة حالة:وزارة التربية وتعليم العالي–قطاع غزة–. غزة، كلية الاقتصاد و العلوم الادارية.

3–المقالات والأبحاث:

البارودي شرين بدري توفيق. (بلا تاريخ). اثر التسويق المصرفي الالكتروني في جودة الخدمات المصرفية – دراسة حالة مصرف دجلة والفرات للتنمية و الاستثمار. المجلة العراقية للعلوم الادارية ، المجلد(9) العدد(35).

بريش عبد القادر. (بلا تاريخ). جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك. مجلة ا البدراوي عبد الرضا فرج ، و الشمري ليث هيصم. (2019). اثر استخدام التسويق الالكتروني في جودة الخدمة المصرفية دراسة استطلاعية لعينة من العاملين في المصارف الخاصة العقراقية. صفحة المجلد 14الاصدار 53قتصاديات شمال افريقيا ، عدد3.

حمود ابراهيم علي كردي ، جمال هداش محمد حسين، و نورا صباح بهاء الدين. (2017). دور نظم المعلومات المصرفية في الحد من القروض المتعثرة في المصارف دراسة تحليلية في مجموعة مصارف مختارة في محافظة بغداد. مجلة الدراسات العليا–جامعة النيلين(مج9)، (ع33) ، 33.

خوالد ابوبكر. (2017). قياس مدى توافر ابعاد جودة الخدمات في المصارف التجارية الجزائرية الحكومية "دراسة حالة البنك الوطني الجزائري(BNA) بعنابة. Business Global Journal of Economic and ، 3.

عبد الله خالد امين ، و قحطاني خلد. (2007). البيئة المصرفية واثرها على كفاءة وفعالية نظم المعلومات المحاسبية دراسة تحليلية على المصارف التجارية في الاردن. المجلة الاردنية للعلوم التطبيقية،المجلد العاشر، العدد الاول ، 5.

مجيد علي عبد القادر. (2019). دور مكونات الرقابة الداخلية وفقا لاطار (COSO)في تعزيز جودة الخدمات المصرفية –دلراسة استطلاعية لاراء عينة من مديري الاقسام والشعب ومسوولي الرقابة في بعض المصارف الحكومية لمحافظةنينوى. جامعة تكريت/كليةالادارة والاقتصاد/ مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية ، المجلد 15 العدد45.

قـــائمة الـــملاحق

الملحق رقم(01)

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية السنة ثانية ماستر تخصص

وعلوم التسيير اقتصاد نقدي وبنكي

قسم العلوم الاقتصادية

استبيان: دور نظم المعلومات المصرفية في تحسين جودة الخدمات المصرفية

السادة موظفي البنك:

في إطار التحضير لمذكرة ماستر بعنوان: "دور نظم المعلومات المصرفية في تحسين جودة الخدمات المصرفية" تم إعداد هذا الاستبيان الموجه للسادة الموظفين بالبنوك محل الدراسة ، وهو بمثابة استطلاع لاارائهم حول الموضوع فنرجو منكم المساهمة من خلال مشاركتكم في الإجابة على هذه الأسئلة في إثراء بحثنا هذا فيما يتعلق بالمعلومات الميدانية ذات الصلة بموضوع البحث، إذ سيتم التعامل مع إجاباتكم هذه بسرية تامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

شاكرين لكم حسن تعاونكم وتفضلوا منا فائق الاحترام و التقدير.

الطالبة: الأستاذة المشرفة:

ماصة صبرينة مودع إيمان

السنة الجامعية: 2020/2019

المحور الأول: خاص بالبيانات الشخصية

الرجاء وضع علامة(×) في الخانة المناسبة

البنك:

الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

العمر: اقل من 30 سنة ☐ من30 إلى 40 سنة ☐ من 41 سنة فما فوق ☐

المستوى العلمي: بكالوريا فاقل ☐ ليسانس ☐ ماستر ☐ ماجستير ☐

دكتورا ☐

المحور الثاني: نظم المعلومات المصرفية

البيان	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
❖ تكنولوجيا المعلومات					
1-تستخدم الوكالة البنكية شبكة الانترنت في انجاز معظم الخدمات المصرفية					
2- تضمن تكنولوجيا المعلومات المتوفرة لديكم في الوكالة البنكية الحماية الكاملة في الاختراق غير المشروع للمعلومات وتخريبها					
3-تكنولوجيا المعلومات تساعد البنك في انجاز المهام والوظائف بطريقة أسرع وأدق.					
4-يعمل البنك على تحديث وتطوير الأجهزة والبرمجيات باستمرار.					
5-توفر التكنولوجيا المعلومات عدة أنواع من المعالجات للبيانات في نفس الوقت.					
❖ خصائص المعلومات					
1-تتميز المعلومات الناتجة عن تشغيل نظام المعلومات بالوضوح والشمولية					
2-نظام المعلومات يسهل وصول المعلومات المناسبة للشخص المناسب في الوقت المناسب					
3-المعلومات المكاملة هي الركيزة الأساسية التي يعتمد عليها البنك					
4-المعلومات التي يوفرها نظام المعلومات المصرفي تمتاز بالدقة					
5-يتم توفير كل المعلومات اللازمة لزبائن عن كل الخدمات مقدمة					
❖ نظام الخدمة المصرفية					

1-سرعة أداء الخدمة تساعد في توفير الوقت					
2-نظام الخدمة المصرفية في البنك يعطي صورة جيدة للبنك					
3-استخدام نظم المعلومات يساهم في عملية تقديم الخدمات أفضل للزبائن					
4-من اجل تحسين جودة الخدمة المصرفية فان إدارة البنك تقوم باختيار أحسن الكفاءات البشرية					
5-ربط الخدمات المصرفية بتقنية الانترنت يسهل من تعامل الزبون					

المحور الثالث:جودة الخدمة المصرفية

البيان	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
❖ مؤشر الاعتمادية					
1-يتم انجاز المعاملات في وقتها المحدد دون تأخير					
2-يقدم البنك خدمات خالية من الأخطاء					
3-يلتزم الموظفون بتنفيذ المعاملات دون تميز					
4-يلتزم الموظفون بمواعيد العمل ولا يغادرون أماكنهم طوال فترة العمل					
❖ مؤشر الملموسية					
1-الشكل الداخلي للبك يتميز بالترتيب					
2-المظهر الخارجي للبنك جذاب ويوحي بالثقة					
3-عمال البنك يعتنون بملابسهم وأناقتهم					
4- يستعمل البنك تجهيزات ومعدات حديثة تواكب تطورات في القطاع المصرفي					

❖ مؤشر الثقة والأمان					
1-يتعامل موظفو البنك مع العملاء بطريقة مهذبة					
2-يحافظ البنك على سرية المعلومات المتعلقة بعملائه					
3-يمتلك البنك القدرة الكافية لحماية حسابات الزبائن من الاعتداء					
4-موظفو البنك لديهم المعرفة الكافية للإجابة على أسئلة الزبائن					
❖ مؤشر التعاطف					
1-يتوفر البنك على لوحات إرشادية و الكترونية لتسهيل خدمة الزبائن					
2-يساعد الموظف الزبون ملء البيانات المطلوبة في المعاملات الصرفية					
3-يقدم موظفو البنك للزبون النصائح والتوجيهات اللازمة لانجاز معاملته					
4-يتفهم موظفو البنك المشكلات التي قد تواجه الزبائن ويقدمون لهم الدعم الكافي					

شكرا لتعاونكم.

الملحق رقم(02)

قائمة المحكمين

أسماء المحكمين	الصفة
شنشونه محمد	أستاذ التعليم العالي بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير –جامعة محمد خيضر –سكرة–
مودع إيمان	أستاذ محاضر بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسير –جامعة بسكرة–

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 Khider –Biskra
Faculté des Sciences Economiques
Commerciales et des Sciences de gestion

جامعة محمد خيضر – بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم والتسيير

LE DECANAT — **عمادة الكلية**

الرقم : 422/ ك.ق.ت.ت/2020

إلى السيد : **مدير بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR - وكالة بسكرة -**

طلب المساعدة لاستكمال مذكرة التخرج

دعما منكم للبحث العلمي ، نرجو من سيادتكم تقديم التسهيلات اللازمة للطالبة :

1- ماصة صبرينة

المسجلة بالسنة : **الثانية ماستر** تخصص: **إقتصاد نقدي و بنكي**

و ذلك لاستكمال الجانب الميداني للمذكرة المعنونة بـ : " **دور نظم المعلومات المصرفية في تحسين جودة الخدمات المصرفية** "

تحت إشراف : **د/ مودع إيمان**

و في الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام و التقدير

بسكرة في : 2020-03-18

تأشيرة المؤسسة المستقبلة

نائب مدير الإدارة و المحاسبة
بخوش محمد العيد

ع/ عميد الكليـــــة

نائب العميد المكلف بالدراسات
والمسائل المرتبطة بالطلبة
أ. جنان عبد الحق