



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة -
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية



الموضوع:

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال

في تحسين الخدمة المصرفية

دراسة حالة دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر-وكالة بسكرة -

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: تسويق مصرفي

الأستاذ (ة) المشرف(ة)

- د. دبابش رفيعة

من إعداد الطالب (ة):

- زكار ابتسام

- صكاك فضيلة

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	أ.م.أ	بركان دليلة
بسكرة	مقرا	أ.م.ب	دبابش رفيعة
بسكرة	مناقشا	أ.م.أ	بزقاري عبلة

الموسم الجامعي: 2021-2022



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة -
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية



الموضوع:

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال

في تحسين الخدمة المصرفية

دراسة حالة دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر-وكالة بسكرة -

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: تسويق مصرفي

الأستاذ (ة) المشرف(ة)

- د. دبابش ربيعة

من إعداد الطالب (ة):

- زكار ابتسام
- صكاك فضيلة

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	أ.م.أ	بركان دليلة
بسكرة	مقررا	أ.م.ب	دبابش ربيعة
بسكرة	مناقشا	أ.م.أ	بزراري عبلة

الموسم الجامعي: 2021-2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرافان

نشكر الله عز وجل الذي من علينا بالتوفيق والنجاح وما كنا لتتفوق لولاه، له الحمد كثيرا طيبا مباركا فيه

لكل نجاح شكر وتقدير، فلا يسعنا في هذا المقام إلا أن نقدم ارق عبارات الشكر والامتنان إلى كل الأساتذة، ونخص بالذكر قسم العلوم التجارية، الذين نلنا شرف التعلم على أيديهم طوال مشوارنا الدراسي ونتمنى من الله تعالى ثوب الصحة والعافية.

شكرا لكم على ما قدمتموه لنا.

نشكر كل من قام بمد يد العون لنا لإيجاز هذا البحث من قريب أو بعيد.

كما لا يسعنا إلا أن نتقدم بخالص الشكر والعرافان إلى الأستاذة والدكتورة الفاضلة المشرفة دبابش ربيعة على عطائها وتوجيهاتها ونصائحها الذهبية فهي لم تبخل علينا بجهدنا ولا بمعلوماتها القيمة لإنجاز هذا العمل بصورته النهائية.

نرجوا من الله عز وجل أن يحفظها ويسدد خطاها.

كما نتقدم بالشكر والتقدير للسادة الأساتذة الذين قبلوا بمناقشة هذه المذكرة لإثرائها والارتقاء بها إلى المستوى المطلوب.

اهداء

أهدى ثمرة نجاحي هذه الى من سعى وشقي لي انعم بالراحة و الهناء ، إلى من علمني العطاء وزودني بالحكمة ، إلى من احمل اسمه بكل افتخار و احمد الله على انه أطال عمرك لي ترى ثمار تعبك بعد طول انتظار "والدي العزيز "

الى ينبوع المحبة و الحنان ، إلى ملاكي الحارس في الحياة ، إلى سر الوجود ، إلى من علمتني الصبر و الإلتقان، إلى من تعلمت من صمتها ابلغ الكلام ، إلى من زرعت في نفسي بذور الصدق و العرفان ، إلى قرة عيني و حبيبة قلبي "والدتي الغالية "

إلى من لهم الفضل الكبير في تشجيعي و تحفيزي ، إلى من بوجودهم أكسبت قوة و محبة لا حدود لها ، إلى من أعطوا لإخوتي معنا الحقيقي و النبيل ، إلى من أعيش معهم أجمل اللحظات ، إلى "إخواني " سندي في الحياة

اهدي نجاحي هذا إلى كل أقاربي و إلى عائلتي الكبيرة و الصغيرة

زكار ابتسام صكاك فضيلة

الملخص:

بعد أن عاش الإنسان عصر الصيد والزراعة ثم انتقل بعد ذلك إلى الثورة الصناعية منذ منتصف القرن الثامن عشر، فلا بد انه يعيش اليوم عصر ثورة المعلومات بأنواعها: الحاسبات الإلكترونية والاتصالات وقد أصبحت الحاجة إلى نظم معلومات متطور في جميع قطاعات الحياة بما يتماشى مع التطورات التكنولوجية والاجتماعية والاقتصادية التي تزداد يوماً بعد يوم.

تعد المعلومات الحجر الأساس والموارد الهام لأداء فعاليات وممارسات مختلف المنظمات وقد ساعد ظهور المعلومات في معالجة الكم الهائل من البيانات وتزويد الإدارات العليا بتقارير سريعة ودقيقة لإنجاز وتقديم أعمالهم والاستثمارات اللازمة لها لاتخاذ القرارات بشكل صائب وتشكل تكنولوجيا المعلومات ركنا حيويا في إنتاج المنتجات وتقديم الخدمات إذ ساهم استخدام الحاسوب وتطبيقاته المتعددة في إحداث تغيرات في مجرى العمليات وإدارتها بغية تغيير وتحسين الأداء في المؤسسات مهما كان نوعها.

هدفت هذه الدراسة لمعرفة العلاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة ولتحقيق هذا الهدف تم تصميم استبيان بغرض جمع البيانات المطلوبة، وقد اخترنا استخدام طريقة العينة العشوائية البسيطة وتحديد أفراد عينة الدراسة حيث تكونت هذه العينة من (38) فرد، ويعد جمع الاستبيانات الموزعة وتحليل البيانات التي تضمنتها ومعالجتها باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS تحصلنا على المعلومات تفيد بان هناك ارتباط معنوي موجب بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين الخدمة المصرفية.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، البنك، الخدمات المصرفية.

Abstract

After man lived the era of hunting and agriculture and then moved to the industrial revolution since the middle of the eighteenth century, he must live today in the era of the information revolution of all kinds: electronic computers and communications, and the need for advanced information systems has become in all sectors of life in line with technological, social and economic developments Which is increasing day by day.

Information is the cornerstone and an important resource for the performance of the activities and practices of various organizations. The emergence of information has helped in processing the huge amount of data and providing the higher administrations with quick and accurate reports to complete and present their work and the investments necessary for them to make decisions correctly. Information technology is a vital pillar in the production of products and the provision of services as it contributed Using the computer and its multiple applications to bring about changes in the course of operations and their management in order to change and improve performance in organizations of any kind.

This study aimed to find out the relationship between the use of information and communication technology and the improvement of banking service in the Bank of Agriculture and Rural Development BADR, Agency of Biskra. To achieve this goal, a questionnaire was designed for the purpose of collecting the required data.) An individual, and collecting distributed questionnaires analyzing the data they contained and processing them using the SPSS Statistical Package for Social Sciences program, we obtained information that there is a significant positive correlation between information and communication technology and improving banking service.

Keywords: information technology, communication, banking, banking services

قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
1	العلاقة بين البيانات والمعلومات والمعرفة	4
2	المكونات المادية لنظم الحاسوب	9
3	وظائف تكنولوجيا المعلومات	13
4	عناصر عملية الاتصال	18
5	دورة حياة الخدمة المصرفية	27
6	مراحل تطور المنتج/الخدمة المصرفية	31
7	الوزن النسبي لأبعاد جودة الخدمة المصرفية	36
8	نموذج مفاهيمي لجودة الخدمة (نموذج تحليل الفجوات)	38
9	نموذج قياس جودة الخدمة المصرفية وتقييمها من وجهة نظر مقدم الخدمة	39
10	دائرة نسبية تمثل عدد الآلية حسب الوكالات	57

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	الشباك الآلي للاوراق GAB	55
2	الشباك الآلي للاوراق DAB	56
3	جدول يمثل عدد الوكالات وعدد الموزعات الآلية على مستوى المصارف العمومية الجزائر	56
4	جدول يمثل عدد العمليات اليومية والوقت الذي تعالج فيه المعاملات	58
5	معامل الثبات الكلي Alpha Cronbach	59
6	معامل الثبات اذا تم حذف المحور Alpha Cronbach	60
7	اختبار Shapiro -Wilk للتوزيع الطبيعي	61
8	درجات الاختبارات للاستبانة	62
9	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	62

63	توزيع عينة الدراسة حسب العمر	10
63	توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	11
64	توزيع العينة حسب مدة التعامل	12
65	توزيع العينة حسب المهنة	13
76	القدرة التفسيرية للنموذج	14
76	تحليل التباين ANOVAa لاختبار معنويه الانحدار	15
77	المعنوية الجزئية للنموذج (معاملات الانحدار)	16
78	القدرة التفسيرية للنموذج	17
78	تحليل التباين ANOVAa لاختبار معنويه الانحدار	18
79	المعنوية الجزئية للنموذج (معاملات الانحدار)	19
80	القدرة التفسيرية للنموذج	20
80	تحليل التباين ANOVAa لاختبار معنويه الانحدار	21
81	المعنوية الجزئية للنموذج (معاملات الانحدار)	22
82	القدرة التفسيرية للنموذج	23
82	تحليل التباين ANOVAa لاختبار معنويه الانحدار	24
83	المعنوية الجزئية للنموذج (معاملات الانحدار)	25
84	القدرة التفسيرية للنموذج	26
84	تحليل التباين ANOVAa لاختبار معنويه الانحدار	27
85	المعنوية الجزئية للنموذج (معاملات الانحدار)	28

مقدمة

مقدمة:

إن التسارع والتطور الذي يعيشه العالم المعاصر الآن في جميع قطاعات ومجالات الحياة بشكل عام وفي القطاعات الاقتصادية والتجارية بشكل خاص أدى ذلك إلى الحاجة إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال حيث أصبح العالم قرية صغيرة بغض النظر عن الحواجز الجغرافية والحدود الزمنية.

إن الثورة التكنولوجية الحديثة وما صاحبها من انتشار استخدام الانترنت وتكنولوجيا المعلومات وجميع الصناعات وبمعدلات سريعة دفع منظمات الأعمال الراغبة في البقاء إلى تبني التكنولوجيا في تسيير أعمالها وكان قطاع الاتصالات من القطاعات السبّاقة في هذا المجال والتي تبنت استخدام تكنولوجيا عديدة لتحسين أدائها وتحسين جودة الخدمات المقدمة من قبلها وتحقيق أهدافها بفعالية عالية.

إن استغلال البنوك للتطور الحاصل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال أظهرت طرق جديدة ومتطورة في تقديم الخدمة المصرفية وأفضل مثال على ذلك الصيرفة الالكترونية التي مكنت من تقديم الخدمة للعملاء الكترونياً حيث سهلت عملية انجاز المعاملات المصرفية والاتصال السريع بين الموظفين والعملاء، وتقليل الجهد، الوقت والعناء اعتماداً على أساليب الكترونية حديثة في تقديم الخدمة المصرفية الكترونياً كما انتشرت العديد من قنوات توزيع الخدمة المصرفية كخدمات الصراف الآلي ونظام التحويل الالكتروني للنقود والعمليات المصرفية المنزلية.

الإشكالية:

تم صياغة إشكالية البحث في السؤال التالي: ما هو دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمة المصرفية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة.

الأسئلة الفرعية:

انطلاقاً من السؤال الرئيسي يتم طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- هل يوجد دور ذو دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على بعد الاعتمادية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة عند مستوى دلالة 5%.
- هل يوجد دور ذو دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على بعد الاستجابة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة عند مستوى دلالة 5%.
- هل يوجد دور ذو دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على بعد الثقة والأمان في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة عند مستوى دلالة 5%.

مقدمة

- هل يوجد دور ذو دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على بعد الملموسية والوصول في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة عند مستوى دلالة 5%.

الدراسات السابقة:

1- دراسات عربية:

دراسة (نور، 2017) بعنوان: "أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في تطوير أداء المصارف التجارية (دراسة حالة بنك فيصل الإسلامي السوداني فرع بورتسودان)".

الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو معرفة أثر تكنولوجيا المعلومات في تطوير البنوك وبالتالي التعرف على المقاومات والمشكلات التي تواجه المستخدم النهائي للمعلومات التي تحول دون تطور البنوك، وهذا يؤدي إلى حل المشكلات التي تواجههم ووضع توصيات تساهم في دفع وتطوير تكنولوجيا المعلومات حتى تواكب التغيرات، واعتمدت الدراسة في بياناتها على البيانات الأولية عن طريق الاستبيان مع الجهات المختصة لجمع المعلومات واستخدمت الدراسة بيانات ثانوية من مصادرها المختلفة الكتب المراجع والدوريات المتخصصة في مجال البحث. اعتمدت الدراسة في منهجها المنهج الوصفي التحليلي للبيانات الأولية للوصول لنتائج الدراسة. من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- هناك حاجة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات وأجهزة الحواسيب والبرمجيات المتطورة لتصنيف نظم المعلومات.
- هناك حاجة لإدارة المصارف لتكنولوجيا المعلومات ورفدها بالكفاءات المؤهلة لزيادة فاعلية كافة النظم.
- يتم استخدام تكنولوجيا المعلومات في جميع قطاعات المنظمات بشكل عام والمصارف بشكل خاص من أجل تطبيق مفهوم الثورة الإلكترونية.

- هنالك حاجة لمعرفة مستوى وجودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء عبر التغذية العكسية. أهم توصيات الدراسة فيما يلي:
- ضرورة مواكبة التطورات التكنولوجية في مجال تكنولوجيا المعلومات والحرص على استخدام أجهزة الحاسب الآلي الحديثة والبرمجيات المتطورة لما لها من أثر إيجابي في تطبيق نظم المعلومات واستخدامها.
- اهتمام إدارات المصارف بتكنولوجيا المعلومات ورفدها بالكفاءات المؤهلة والمدربة التي تحتاج إليها لزيادة كفاءة وفعالية كافة النظم من أجل مواكبة التطورات التكنولوجية المتلاحقة في هذا المجال.
- إجراء مسح شامل لجميع المصارف التجارية في السودان للوقوف على الصعوبات والمعوقات التي تواجه استخدام تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمة المصرفية المتكاملة.

2- دراسات أجنبية:

دراسة (Reixach، Anna، 2001) بعنوان: الآثار المترتبة على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في القطاع المصرفي ونظام المدفوعات في إسبانيا."

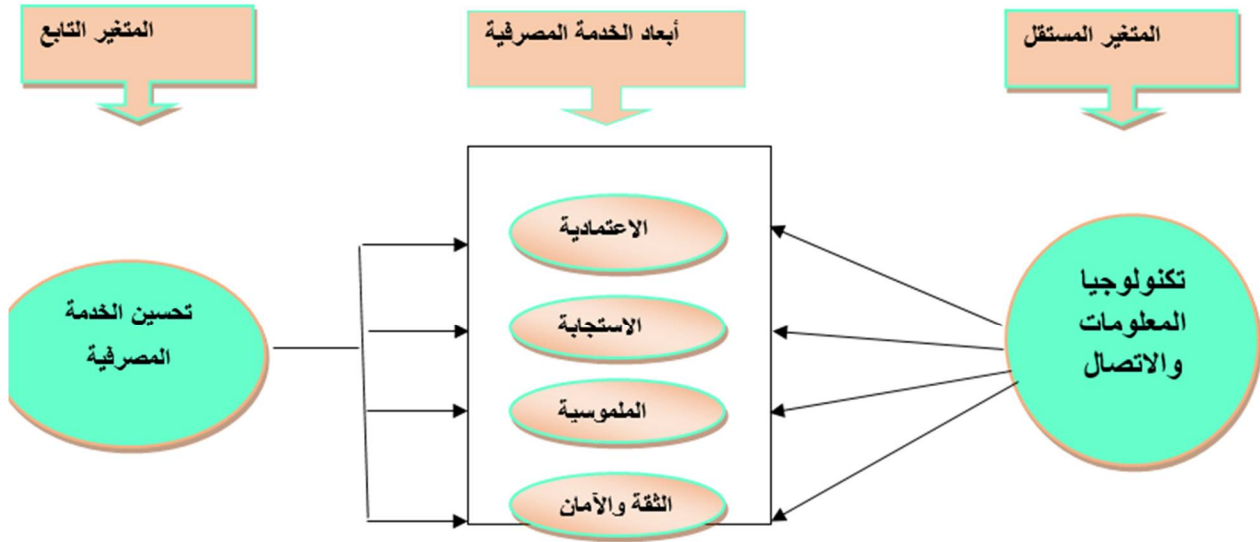
مقدمة

هدفت هذه الدراسة إلى تقصي أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على القطاع المصرفي، ونظام المدفوعات، وهدفت إلى إلقاء الضوء على كيفية قدرة التكنولوجيا على إحداث التغيرات عن طريق استكشاف طبيعة ونطاق الابتكارات التكنولوجية الرئيسية، التي تثبت آثارها الاقتصادية على المصارف، وإلى التركيز على تقييم مدى تطبيق التكنولوجيا في الأعمال المصرفية، وأنشطة الدفع ولتحقيق أغراض الدراسة قام الباحث باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، حيث قام الباحث بعمل دراسة ميدانية لآثار التكنولوجيا على الأعمال المصرفية، واستعان الباحث باستخدام عينة من البيانات من الصناعة المصرفية الإسبانية، كما استند تصميم هذه الدراسة على بعض الأحداث الموصوفة في السنوات السابقة. وأشارت نتائج هذه الدراسة إلى إن التطورات في مجال إدارة المعلومات تكون لها آثار مختلفة على جملة وجزئية الأنشطة المصرفية. كما أشارت النتائج إلى وجود بعض التحديات التي تفرضها النقود الإلكترونية للمنظمين وصانعي السياسات، لاسيما من الفرص الناشئة عن عمليتين في وقت واحد (الاتحاد الاقتصادي والنقدي، وزيادة استخدام وسائل الدفع الإلكترونية)

نموذج الدراسة:

بالاعتماد على الدراسات السابقة تم تصميم النموذج الافتراضي التالي:

الشكل رقم 1: النموذج المقترح للدراسة.



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على دراسات سابقة

- فرضيات الدراسة:

استنادا إلى مشكلة البحث والأسئلة الفرعية يمكن صياغة الفرضيات على النحو التالي:

مقدمة

- الفرضية الرئيسية " لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور في تحسين الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة؟

وينتج عنها الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى:

- يوجد دور ذو دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على بعد الاعتمادية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة عند مستوى دلالة 5%.

الفرضية الفرعية الثانية:

- يوجد دور ذو دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على بعد الاستجابة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة عند مستوى دلالة 5%.

الفرضية الفرعية الثالثة:

- يوجد دور ذو دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على بعد الثقة و الأمان في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة عند مستوى دلالة 5%.

الفرضية الفرعية الرابعة:

- يوجد دور ذو دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على بعد الملموسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة عند مستوى دلالة 5%.

منهجية البحث:

تعتمد الدراسة على أسلوبين:

1. الأسلوب النظري: اعتمد فيه الباحثين على المنهج الوصفي وذلك من اجل جمع البيانات الثانوية من مصادر متعددة لتكوين

الإطار النظري للبحث وتمثل أهم مصادر البيانات الثانوية بالتالي:

أ_ الكتب العربية والمذكرات ذات العلاقة بموضوع البحث.

ب_ منشورات الوزارات والإدارات المختلفة التي لها علاقة بالبحث

مقدمة

2. الأسلوب الميداني: تمثل استخدام المسح الإحصائي لجمع البيانات الأولية اللازمة من واقع عينة البحث من خلال تصميم قائمة الاستبيان التي تتضمن مجموعة من العبارات اللازمة لقياس متغيرات البحث ثم استخدام هذه القائمة لاختبار فرضيات البحث وذلك باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS.

هيكل البحث:

لدراسة موضوع البحث والإلمام بمختلف جوانبه وللإجابة على الإشكالية المطروحة ومعالجتها منهجياً، تم تقسيم هذا البحث إلى مقدمة وثلاث فصول رئيسية: الفصل الأول كمدخل عام حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال تم تقسيمه إلى أربع مباحث المبحث الأول تحت عنوان ماهية تكنولوجيا المعلومات والمبحث الثاني متطلبات تكنولوجيا المعلومات أما المبحث الرابع فكان عنوانه ماهية الاتصال أما الفصل الثاني تحت عنوان ماهية الخدمة المصرفية ومدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسينها وكذلك تم تقسيمه إلى المبحث الأول ماهية الخدمة المصرفية والمبحث الثاني تطوير الخدمة المصرفية ثم المبحث الثالث تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النشاط المصرفي والفصل الثالث تتضمن الدراسة التطبيقية، والخاتمة تتضمن نتائج الدراسة والتوصيات والاقتراحات وأفاق البحث.

أهمية البحث:

يستمد البحث أهميته من سعيه إلى إبراز فائدة وأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين وتطوير الخدمة المصرفية خاصة في ظل الوضع الحالي الذي يتسم نحو التطور التكنولوجي.

أسباب اختيار البحث:

- من أهم وأبرز الأسباب التي أدت إلى اختيار موضوع البحث ما يلي:
- الميل الشخصي للبحث في مثل هذه المواضيع المتعلقة بالتكنولوجيا.
- الشعور بأهمية الموضوع خاصة مع التحولات المستجدة والتطورات الحديثة التي تشهدها المؤسسات الاقتصادية
- الرغبة في دراسة العوامل المساعدة على تحسين الخدمة المصرفية.

الفصل الأول:

مدخل عام حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

الفصل الأول مدخل عام حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تمهيد

إن التداول الشائع لمصطلح تكنولوجيا المعلومات والاتصال يوحي ببساطته وسهولة تحديد مفهومه، في حين أنه يعد من المفاهيم المتداخلة بعض الشيء نظرا للتطور الذي يشهده وبالرغم من أن التكنولوجيا كانت موجودة منذ سنوات 30 الماضية أو أكثر وما يمكن اعتباره حديثا هو توسع نطاق استخدامها في مجال تسيير المؤسسات بمختلف أنواعها.

وضمن هذا الفصل سنحاول التطرق في دراستنا الى:

المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات.

المبحث الثاني: متطلبات تكنولوجيا المعلومات.

المبحث الثالث: أساسيات تكنولوجيا المعلومات.

المبحث الرابع: ماهية الاتصال

الفصل الأول مدخل عام حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

في هذا المبحث سوف نعطي مجموعة من التعريفات للمصطلحات التالية: التكنولوجيا، المعلومات، والمفهوم العام للتكنولوجيا المعلومات وأهميتها.

المطلب الأول: مفاهيم حول تكنولوجيا المعلومات

أولاً: تعريف التكنولوجيا

- كلمة "تكنولوجيا" هي كلمة يونانية الأصل تتكون من جزئين، الأول: "تكنو" ويعني فن الصناعة أو العمل و "لوجيا" وتعني علم أو منهج والكلمة تكنولوجيا تعني العلم التطبيقي للنواحي الصناعية.

- وهناك من يرى بأن التكنولوجيا تعني "الاستخدام الأمثل للمعرفة العلمية وتطبيقاتها وتطويعها لخدمة الإنسان ورفاهيته. (زرزار و غياد، 2016، صفحة 17)

- فيما يرى البعض بأنها الجهد المنظم الرامي لاستخدام نتائج البحث العلمي في تطوير أساليب أداء العمليات الإنتاجية بالمعنى الواسع الذي يشمل الخدمات والأنشطة الإدارية والتنظيمية والاجتماعية وذلك بهدف التوصل إلى أساليب جديدة يفترض أنها أجدى للمجتمع (بوحسان، 2012، صفحة 16)

- يرى Hellregel 2001: أنها هي "الأدوات والإجراءات والوسائل والأليات والآلات المستخدمة لتحويل المدخلات (مواد، البيانات) إلى مخرجات متمثلة في السلع والخدمات.

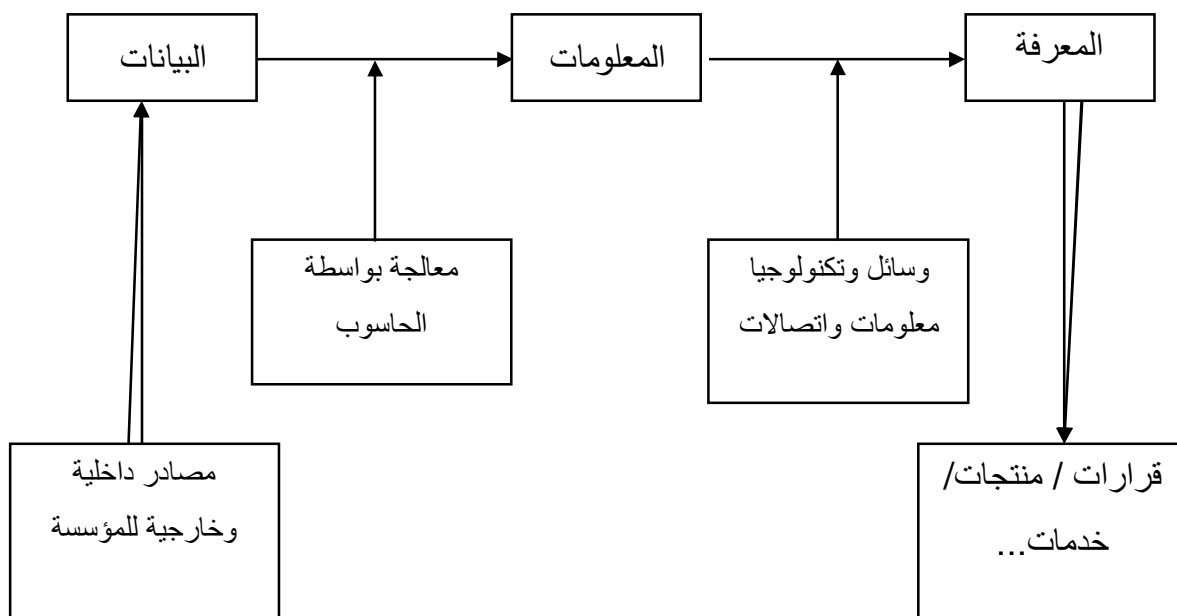
- يلاحظ من التعاريف السابقة بأن التكنولوجيا تم تعريفها بوجهات مختلفة من قبل الباحثين والمختصين، يمكننا تعريفها على أنها "مجموعة من الأساليب المادية وغير المادية "المهارات" أو أنها العلم والفن (الإجراءات والمعارف) التي يتم استخدامها لتحويل المدخلات (مواد / معلومات) إلى مخرجات (سلع / خدمات) والتي يمكن توظيفها في تحسين جودة أداء المنظمات ومنها تحسين جودة الخدمة المصرفية. (ميادة، صفحة 10)

ثانياً: مفهوم المعلومات

للمعلومات دور كبير في حركة الإنسان والمجتمع وتطويعهما، إذ تعد اليوم أساس نجاح المنظمات في تحقيق الأهداف التي تسعى إليها، وقد اختلفت آراء الباحثين والمختصين بشأن مفهوم المعلومات فقد عرفت المعلومات على أنها مجموعة من الحقائق والمفاهيم التي تخص أي موضوع من الموضوعات والتي تكون الغاية منها تنمية وزيادة معرفة الإنسان ويمكن الحصول عليها من خلال البحث أو قراءة أو الاتصال أو ما شابه ذلك من وسائل اكتساب المعلومات والحصول عليها. (ميادة، صفحة 11).

الفصل الأول مدخل عام حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

- يرى " الصيرفي 2009 " بأن المعلومات هي عبارة على بيانات تمنح صفة المصدقية ويتم تقديمها لغرض معين وهي بيانات توضح في إطار ومحتوى واضح ومحدد".
 - و يرى "الشرمان 2004" بأنها "البيانات التي تمت معالجتها وتحويلها من بيانات خالية من المعنى إلى مفاهيم ذات معنى تساعد المؤسسة في اتخاذ القرارات". (ميادة، صفحة 06)
 - تعرف المعلومات على أنها "عبارة عن ترجمة للبيانات -مجموعة من الحقائق، قياسات، أو معطيات تأخذ شكل صورة، حرف رقم، أو شكل ومعالجتها والتي يمكن تخزينها واسترجاعها وتشكيلها".
 - كما تعرف أيضا أنها "مجموعة من البيانات المنظمة والمنسقة بطريقة توليفية مناسبة بحيث تغطي معنى خاص وتركيبية متجانسة من الأفكار والمفاهيم تمكن الإنسان من الاستفادة منها للوصول إلى المعرفة واكتشافها".
 - وتعرف على أنها مجموعة من الحقائق والبيانات المشتقة من الدراسة والتجربة الشخصية والعلمية بحيث تجعل الشخص أكثر معرفة ويتم تقييمها وتمييزها على أساس الإبداع والمعرفة (زرزار و غياد، 2016، صفحة 20) .
- من خلال التعاريف السابقة نلاحظ أن مصطلح المعلومات مرتبط أساسا بمصطلح البيانات من جهة وبمصطلح المعرفة من جهة أخرى فالأولى هي عبارة عن مادة خام للحصول على المعلومات أما المعرفة فهي الحصيلة المهمة والنهائية لاستخدام واستثمار المعلومات. وذلك كما يوضحه الشكل رقم (1): العلاقة بين البيانات والمعلومات والمعرفة



المصدر: (زرزار و غياد، 2016، صفحة 21)

الفصل الأول مدخل عام حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

من خلال الشكل (1) نلاحظ أن للبيانات المهمة والأساسية بالنسبة للمؤسسة منبعين، أحدهما داخلي تعتمد فيه على مواردها البشرية والآخر خارجي مصدره البيئة الخارجية التسويقية لتصب كلاهما في وعاء واحد هو الحاسوب بغية تحليلها ومعالجتها لتصبح كمعلومات قابلة للاستهلاك من طرف المؤسسة وتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال تتبلور المعلومات وتندفق بشكل داخلي أو خارجي كعرفة أنتجتها المؤسسة يمكن أن تكون عبارة عن قرارات إدارية سلع وخدمات. (زرزار و غياد، 2016، صفحة 21)

ثالثا: مفهوم تكنولوجيا المعلومات وأهميتها

1. مفهوم تكنولوجيا المعلومات

لم تحظ تكنولوجيا المعلومات كغيرها من المصطلحات الجديدة خاصة مع ظهور الاقتصاد الجديد بتعريف موحد بل تعددت هذه التعاريف وتنوعت تبعا لرؤية كل واحد لها، لذا سندرج عدة تعريفات لنعطي في الأخير المفهوم العام لها (تيناوي، 2019، صفحة 31)

- التعريف الأول: تكنولوجيا المعلومات تشير إلى الوسائل المستعملة لإنتاج، معالجة، تخزين، استرجاع، وإرسال المعلومة سواء كانت في شكل كلامي صوتي أو كتابي أو صورة.
- التعريف الثاني: جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل الكتروني تشمل تكنولوجيا الحاسبات الآلية ووسائل الاتصال وشبكات الربط وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات.
- التعريف الثالث: هي عبارة عن استخدام التقنيات (الوسائل) الحديثة مثل الحاسوب والطابعة والإنترنت والشبكات اللاسلكية والمساحات الضوئية والأجهزة الخلوية وأجهزة المراقبة والبرمجيات وغيرها من الوسائل الحديثة في عمليات جمع البيانات وحفظها ومعالجتها وتوزيعها وبشها بسرعة ودقة كبيرة من أجل المساعدة في عمليات دعم اتخاذ القرارات وحل المشكلات وتحليل البيانات لتحقيق الأهداف الموضوعية.
- التعريف الرابع: مجموعة من الأجزاء المترابطة ببعضها البعض حيث تشمل أساليب المعالجة السريعة للمعلومات باستخدام الحاسوب وتطبيق الأساليب الإحصائية والرياضية في حل المشكلات ومحاكاة التفكير من خلال برامج الحاسوب.
- التعريف الخامس: نطاق واسع من القدرات والمكونات أو العناصر المتنوعة المستخدمة في معالجة وتخزين وتوزيع البيانات بالإضافة إلى دورها في خلق المعرفة. (مرابط ، 2015، صفحة 08)

الفصل الأول مدخل عام حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

- التعريف السادس: عرفتها وزارة التجارة والصناعة البريطانية تعريفاً شاملاً: هي الحصول على البيانات ومعالجتها وتخزينها وتوصيلها وإرسالها في صورة معلومات مصورة أو صوتية أو مكتوبة أو في صورة رقمية ذلك بواسطة توليفة من الآلات الإلكترونية وطرق المواصلات السلكية واللاسلكية. (صحراوي، 2015، صفحة 09)

من خلال هذه التعريفات يتضح لنا أن تكنولوجيا المعلومات تتمثل في مختلف الوظائف من تجميع البيانات وتحليلها وتخزينها واسترجاع المعلومات وذلك عن طريق التكامل بين الآلات الإلكترونية ونظم الاتصالات الحديثة.

2. أهمية تكنولوجيا المعلومات

تتمثل أهمية تكنولوجيا المعلومات فيما يلي: (ميادة، صفحة 14)

1. **السرعة:** حيث أن الإجراءات التوثيقية المطلوبة للمعلومات وأوعيتها المختلفة تكون أسرع بكثير عند استخدام الحاسبات وخاصة عند استرجاع تلك المعلومات
2. **الدقة:** حيث أن احتمالات الوقوع في الخطأ أكبر بكثير في النظم التقليدية اليدوية من النظم الآلية وذلك نتيجة التعب والإجهاد الذي يصيب الإنسان في مجال العمل اليدوي، أما الحاسوب فإن أداءه يكون بنفس القابلية والدقة سواء كان ذلك في الدقائق الأولى من عمله أو في الدقائق الأخيرة منها بغض النظر عن الوقت ومدة العمل وظروفه.
3. **توفير الجهد:** فالجهد البشري في النظم التقليدية هو أكبر من الجهد المبذول في النظم الآلية سواء كان ذلك على مستوى إجراءات التعامل مع ومصادرها المختلفة ومعالجتها وتخزينها، أو على مستوى استرجاع المعلومات والاستفادة منها من قبل المخططين والمستثمرين وصناع القرار والمستفيدين الآخرين.
4. **كمية المعلومات:** حيث أن حجم المعلومات والوثائق المخزونة بالطرق التقليدية محدودة مهما كان حجم الإمكانيات البشرية والمكانية، قياساً بالإمكانيات الكبيرة لوسائط الحفظ والتخزين الإلكترونية في الحاسبات.
5. **الخيارات المتاحة في الاسترجاع:** أن خيارات استرجاع المعلومات أوسع وأفضل في النظم الآلية عما هو الحال في النظم التقليدية فهناك مرونة عالية في الاسترجاع بالمنطق البوليني (bodeanlogic) حيث يمكن استخدام أكثر من معلمة متغير للوصول إلى أدق المعلومات بسهولة ويسر.

الفصل الأول مدخل عام حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المطلب الثاني: مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات ومجالات تطبيقها

أولاً: مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات

إن مصطلح تكنولوجيا المعلومات ورغم حداثة نسبها وارتباطه الكبير بظهور الحواسيب الإلكترونية ورواج استخدامها على النطاق التجاري مع بداية السبعينات إلا أن المصطلح ليس وليد تلك الفترة وإنما يمتد إلى أبعد من ذلك حيث يمكن إنجاز التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات ضمن خمس مراحل أساسية وهي: (بوزارب و خوالد، صفحة 269-270)

◀ **مرحلة ثورة المعلومات والاتصالات الأولى:** والتي تتمثل في اختراع الكتابة ومعرفة الإنسان لها مثل الكتابة المسمارية والسومارية ثم الكتابة التصويرية وحتى ظهور الحروف والتي عملت على إنهاء عهد المعلومات الشفهية التي تنتهي بوفاة الإنسان أو ضعف قدراته الذهنية.

◀ **مرحلة ثورة المعلومات والاتصالات الثانية:** والتي تشمل ظهور الطباعة بأنواعها المختلفة وتطورها والتي ساعدت على نشر المعلومات واتصالها عن طريق كثرة المطبوعات وزيادة نشرها عبر مواقع جغرافية أكثر اتساعاً.

◀ **مرحلة ثورة المعلومات والاتصالات الثالثة:** وتمثلت في ظهور مختلف أنواع وأشكال مصادر المعلومات المسموعة والمرئية الهاتف، المذياع، التلفاز، الأقراص، الأشرطة الصوتية واللاسلكي إلى جانب المصادر الورقية المطبوعة، هذه المصادر وسعت في نقل المعلومات وزيادة حركة الاتصالات.

◀ **مرحلة ثورة المعلومات والاتصالات الرابعة:** وتتمثل في اختراع الحاسوب وتطور مراحلها بأجياله المختلفة مع كافة مميزاته وفوائده وأثاره الإيجابية على حركته نقل المعلومات عبر وسائل الاتصال ارتبطت بالحواسيب.

◀ **مرحلة ثورة المعلومات والاتصالات الخامسة:** تتمثل في التزاوج والترابط ما بين تكنولوجيا الحواسيب المتطورة وتكنولوجيا الاتصالات المختلفة الأنواع والاتجاهات والتي حققت إمكانية تناقل كميات هائلة من البيانات والمعلومات عبر مسافات جغرافية هائلة بسرعة فائقة بغض النظر عن الزمان والمكان وصولاً إلى شبكات المعلومات وفي مقدمتها شبكة الإنترنت.

ثانياً: مجالات تطبيق تكنولوجيا المعلومات

إن لأي تكنولوجيا طبيعة اقتحاميه بمعنى أنها تقتحم المجتمعات سواء كانت مطلوبة أو غير مطلوبة، مرغوبة أو غير مرغوب فيها وذلك لما تقدمه من سلع جديدة أو لما تولده من حاجة إلى السلع الجديدة أو الخدمات، هذا الاقتحام يعود عادة لأن التكنولوجيا تساعد أفراد المجتمع في ممارسة أعمالهم اليومية البسيطة منها والمعقدة وتكنولوجيا المعلومات في الآونة الأخيرة لم تترك أي مجتمع إلا واقتحمت جميع أنشطته سواء السياسية منها أو المدنية، التجارية، العسكرية أو العلمية.

الفصل الأول مدخل عام حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تطبيقات هذه التكنولوجيا ليست محدودة بل شملت حتى الميادين التي عجز الانسان عن اقتحامها وفتحت بذلك افاق جديدة، البعض منها مست عالم الاقتصاد واهم هذه التطبيقات الاتي: (ميادة، الصفحات 27-29)

1- قطاع الاقتصاد

- أ- أنظمة أعمال البنوك: الهدف منها تحسين الخدمة، سرعة الضبط للحسابات، مساندة الرقابة المالية على البنوك.
- ب- تحويل الأموال إلكترونياً: الهدف منه سرعة الخدمة، تقليل العمل الورقي للعمليات بين البنوك.
- ج- اقامة نماذج اقتصادية لتحليل أداء النظم الاقتصادية وتقييم الاستراتيجيات.
- د- ادارة الاستثمارات: وذلك بتعظيم عائد الاستثمارات وتحليل المخاطر.
- هـ- نظم معلومات اسواق الأوراق المالية: الهدف منها هو فورية بث المعلومات للمتعاملين استخراج احصائيات السلاسل الزمنية لتغيير أسعار الأسهم والسندات والمؤشرات الاقتصادية الأخرى.
- و- التصميم بمساعدة الكمبيوتر: سرعة تعديل وتعدد تجارب التصميم وتوفير جهد ما بعد التصميم من خلال قيام النظام بتحديد قوائم المكونات والموارد الداخلية فيه.

2- مجالات التعليم والتدريب:

- أ- نظم التدريب من خلال المحاكاة لرواد الفضاء والطيارين على قيادة المركبات وهذا ما يقلل التكاليف والخطر.
 - ب- برمجيات مساندة التعليم والتعلم: الهدف منها هو زيادة انتاجية المعلم والطالب في مواجهة تضخم المادة التعليمية وتعقدتها
 - ج- نظم المعلومات التربوية: والتي تساعد على صياغة ووضع السياسات التربوية والتخطيط التربوي وجهود البحوث والتنظيم في مجال التعليم.
- كما أن هناك العديد من المجالات التي مستها تكنولوجيا المعلومات مثل الطب والدواء والنقل والمواصلات والأمن والقانون والإعلام والبيئة وغيرها.

الفصل الأول مدخل عام حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المبحث الثاني: متطلبات تكنولوجيا المعلومات

في هذا المبحث سندرس كل من مكونات تكنولوجيا المعلومات ثم الخصائص وآخر عنصر سيتم تسليط الضوء عليه هو وظائف تكنولوجيا المعلومات

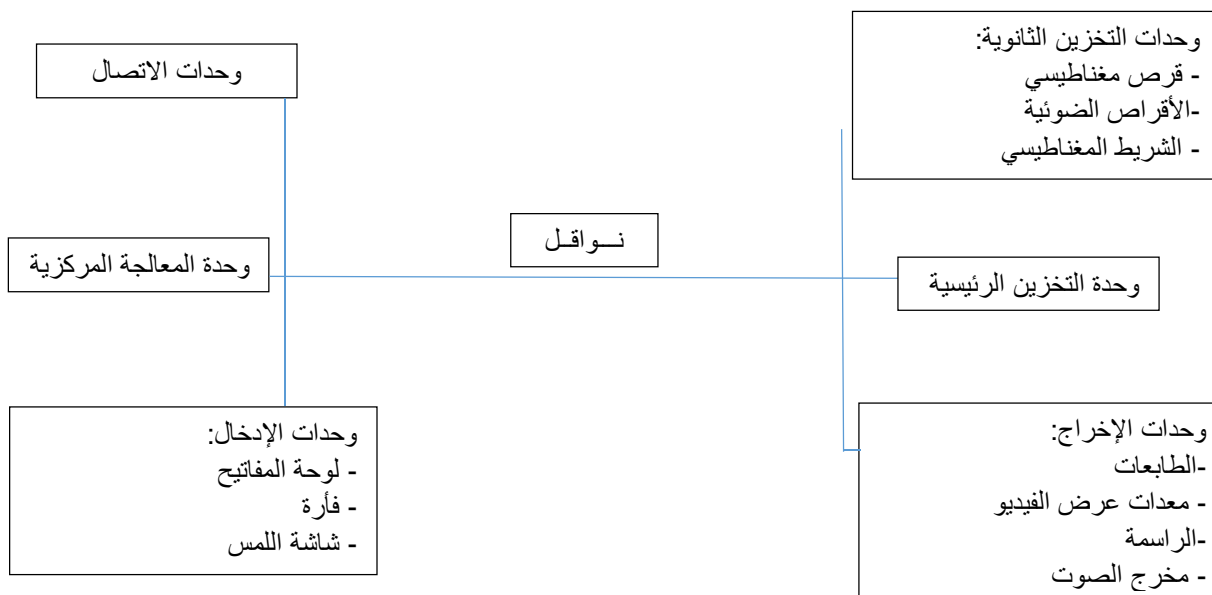
المطلب الأول: مكونات تكنولوجيا المعلومات

تتمثل مكونات تكنولوجيا المعلومات فيما يلي: . (مرابط ، 2015 ، صفحة 10-12)

1. المكونات المادية:

تتمثل في شبكات الحاسوب والتي تتكون من مجموعة من الأجهزة التي تنتمي إلى وسائط التراسل حيث تتولى وسائط التراسل نقل الاشارات التي تمثل البيانات التي يتم تبادلها بين عناصر الشبكة المختلفة سواء كانت هذه الوسائط سلكية او لا سلكية، أما معدات التراسل فتمثل مجموعة الأجهزة التي بواسطتها ترتبط اجهزة الشبكة المختلفة مع بعضها البعض لأداء وظائف مختلفة وتتمثل في جهاز الحاسوب وملحقاته مثل: الشاشة، لوحة المفاتيح، الطابعة بالإضافة إلى القرص الصلب، مكبرات الصوت، الفأرة، الماسح الضوئي مودم والمعدات الحاسوبية هي التي تمثل الخواص الملموسة لمواد الكتابة. تستخدم المكونات المادية في عملية ادخال البيانات ومعالجتها واستخراج المعلومات المطلوبة لاتخاذ القرارات المناسبة وتحسين أداء الاعمال والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم(2) المكونات المادية لنظم الحاسوب



المصدر: . (مرابط ، 2015 ، صفحة 12.10)

2. المكونات البرمجية:

بعد أن تحدثنا عن الجانب المادي الملموس من تكنولوجيا المعلومات لابد من التحدث عن الجانب المكمل لهذه المنظومة وهي البرمجيات التي بدونها لا تعمل الأجهزة والمكونات المادية وبعبارة أخرى لا توجد لها اي قيمة تذكر بدونها. نظام البرمجيات عدة أنواع من البرامج أو التطبيقات التي تمكن الحاسوب من أداء الاعمال التي تطلبها منه ويحتوي البرنامج على مجموعة من التعليمات المنسقة ينفذها الحاسوب حيث تؤدي إلى نتيجة مفيدة للمستعمل وهناك ثلاثة أنواع من التطبيقات وهي (مرابط ، 2015 ، صفحة 12.10)

أ-التطبيقات القاعدية: وهي تضم كل البرامج المشغلة للآلة وهي برامج انشئت خصيصا لتنظيم سير المكونات الالية للحاسوب، فهي التي تقوم بتفسير الأوامر الآتية من المستعمل وتحويلها إلى اشارات تشغل بها المعدات وتكون كل هذه البرامج ما يسمى بنظام التشغيل

ب-التطبيقات العامة: وهي جميع البرامج التي يستعملها الإنسان لإنجاز عمل معين بواسطة الحاسوب ككتابة النصوص أو انشاء برامج أو اعداد جداول... فكل الاعمال التي يمكن القيام بها عديدة ولا تحصى تستدعي فقط نوعا ما من التطبيقات.

ج-التطبيقات المفيدة: وهي جميع التطبيقات العلمية وكذا التطبيقات المعدة لأغراض تعليمية وإقامة هذا الفرع من التطبيقات لبرمجة مختلفة وقد تطور علم البرمجة عما كان عليه في العقد الماضي حيث يتم استخدام اليوم برامج الرياضيات وبرامج الاستعمالات العامة من قبل الطلاب والعلماء بسهولة نسبية، وازدادت هذه البرامج انتشارا في السنوات الأخيرة ومن ايجابياتها المهمة أن جزءا منها يمكن استخدامه كمختبر فعلي لتحليل المعلومات واستنتاج التفسيرات.

3. الشبكات: هي مجموعة من اجهزة الكمبيوتر والملحقات التي تتصل ببعضها البعض وتسمح بانتقال المعلومات فيما بينها وفق

قوانين معينة كما تتيح لمستخدميها أن يتشاركوا في الموارد والأجهزة المتصلة بالشبكة. (لعجاج و اخرون، 2011 ، صفحة 70)

وتصنف إلى ثلاثة أنواع مشهورة وكل صنف من هذه الاصناف له ميزة خاصة ولا يصلح أن يحل مكانه صنف اخر وهي كالآتي:

أ-الشبكات المحلية (LAN(LOCAL AREA NETWORK):

الشبكات المحلية هي شبكات خاصة تتقيد بمكان واحد كبنائية أو بنايات متجاورة لا تتجاوز 5 كلم ونجدها في الشركات والمؤسسات

الفصل الأول مدخل عام حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

ب- الشبكات الإقليمية (METROPOLITAN AREA NETWORK) MAN:

صممت الشبكات الإقليمية لنقل البيانات عبر مناطق شاسعة لا تتجاوز 20 كيلومتر ولكنها ما تزال تقع تحت مسمى المحلية وهي تصلح لربط مدينة أو مدينتين متجاورتين ويستخدم في ربط هذا النوع من الشبكات الألياف البصرية أو الوسائل الرقمية فهذه التقنية تقدم سرعات فائقة. يمكن أن تحتوي على شبكات MAN على عدد من شبكات LAN وتتميز بالسرعة والفعالية ومن عيوبها أنها مكلفة وصيانتها صعبة.

ج- الشبكات الواسعة WAN

أما شبكات المناطق الواسعة WAN فهي تغطي مساحة كبيرة جدا مثل ربط الدول مع بعضها البعض ومن مميزات هذا النوع انه يربط الاف الأجهزة وينقل كميات كبيرة من البيانات ومن عيوبه صعوبة تشغيله وصيانتته وانه يحتاج إلى برامج وأجهزة مكلفه جدا.

4. الموارد البشرية: وتتمثل بأنواع القوى العاملة في تكنولوجيا بدء من المدراء مروراً بالعاملين المتخصصين في تنفيذ عمليات جمع البيانات وتحليلها، مصممي البرامج ومشغلي الأجهزة والمعدات، انتهاء بعمال الصيانة سواء فيما يتعلق منها بصيانة البرامج ام صيانة الأجهزة، اذ تعتمد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل كبير على الفكر البشري مما يكسبها اهمية كبرى في تنمية الموارد البشرية مع الظروف والتكنولوجيات المتغيرة باستمرار. (تيناوي، 2019، صفحة 39)

المطلب الثاني: خصائص تكنولوجيا المعلومات

لتكنولوجيا المعلومات مجموعه من الخصائص التي تتمتع بقدرات عالية وتأثيرات متزايدة في مختلف المجالات ويمكن استنتاج هذه الخصائص انطلاقاً مما سبق: (حريدي و بوطالب، 2016، صفحة 21-23)

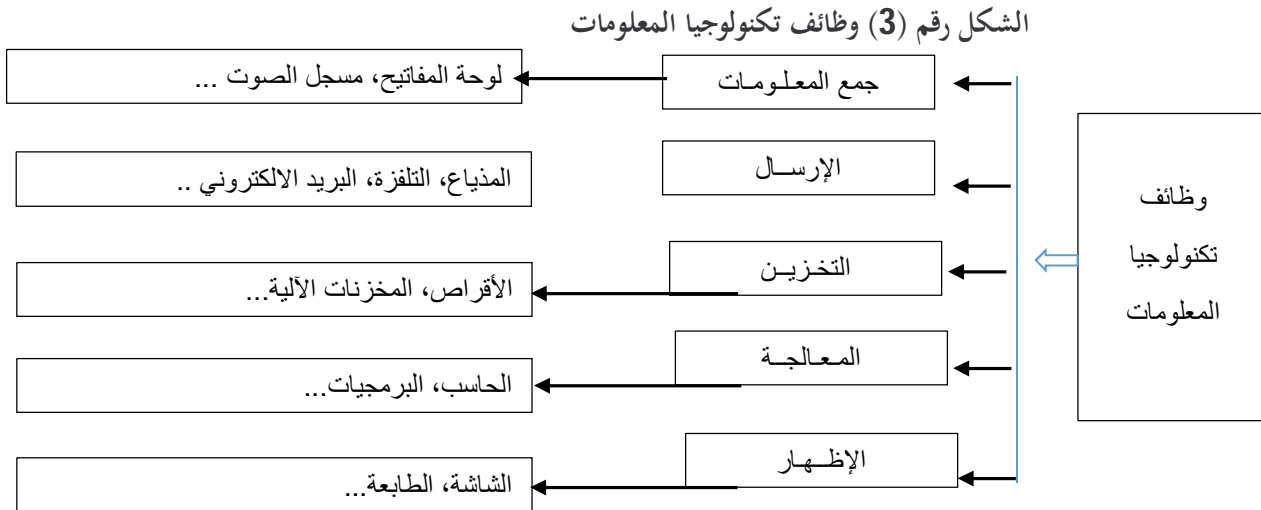
1. التفاعلية: وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على ادوار الآخرين واستطاعتهم تبادلها ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية، وهي تفاعلية بمعنى أن هناك سلسلة من الافعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب)، يقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل ويرسل في نفس الوقت وكذلك المستقبل ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ المشاركين بدلا من المصادر ومثال ذلك التفاعلية في بعض انظمة النصوص المتلفزة.
2. اللاتزامنية (عدم الارتباط بعنصر الوقت): وتعني إمكانية ارسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه فمثلا في نظم البريد الالكتروني ترسل رسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دون ما حاجة لتواجد مستقبل الرسالة.

الفصل الأول مدخل عام حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

3. قابلية التحويل: وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسط إلى آخر كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس وهي في طريقها لتحقيق نظام للترجمة الآلية وقد ظهرت مقدماته في نظام المينيتال Minital الفرنسي فالسمات التي كانت تميز وسائل الاتصال الجماهيرية عن بعضها البعض قد زال بعضها وبعضها الآخر في طريقه للزوال فالأفلام السينمائية يمكن عرضها في دور السينما، شاشة التلفزيون وعلى اشرفة الفيديو كاسيت وعلى الاسطوانات المدمجة على الرغم من اختلافها في الشكل.
4. قابلية التحرك أو الحركية: تتجه رسائل الاتصال الجماهيرية في ظل هذه الثورة إلى وسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان إلى آخر بالشكل الذي يتلاءم مع ظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل والتحرك عكس مستهلك العقود الماضية الذي اتسم بالسكون والثبات ومن الأمثلة عن هذه الوسائل المتنقلة الجديدة: تلفزيون الجيب، الهاتف النقال، الحاسوب النقال المزود بطابعة إلكترونية... الخ
5. قابلية التوصيل والتركيب: لم تعد شركات صناعه ادوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض فقد اندمجت انظمه الاتصال واتحدت الاشكال والوحدات التي تصنعها الشركات المتخصصة في صناعه ادوات الاتصال ومن الأمثلة الدالة على ذلك وحدات الهوائي المقعر الذي يمكن تجميعها من موديلات مختلفة صنع لكنها تؤدي وظيفتها في مجال استقبال الاشارات التلفزيونية على اكمل وجه فهناك الهوائي القائم على الوحدات التالية: الصحن من صنع شركة "إيستون ESTON" والديمو (المحلل) من صنع شركة "ناكست وايف next wave" والرأس من صنع شركة "شارب sharp".
6. اللاجماهيرية: ومعناه أن رسائل الاتصال قد توجه إلى مجموعه من الافراد جماهير أو قد توجه إلى فرض معين عن المجموع من حيث الرسائل التي يتابعها ومثال ذلك محطات البث التلفزيوني في البلدان المتقدمة التي تقدم برامج متنوعة حسب متطلبات المشترك ورغبته.
7. الشيوع والانتشار: ونعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم في داخل كل طبقة من طبقات المجتمع وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة نلمح ذلك في التلفزيون ثم الفاكس ميل وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمه النظام لكل الأطراف المعنية.

المطلب الثالث: وظائف تكنولوجيا المعلومات

تؤدي تكنولوجيا المعلومات خمسة وظائف أساسية تتمثل في جمع المعلومات، إرسالها، تخزينها، معالجتها واطهارها، استرجاعها وقت الحاجة إليها باستخدام العديد من الوسائل والادوات ويمكن ابراز ذلك في الشكل الموالي:



المصدر: (مغربي ، 2019، صفحة 13.14)

نلاحظ من خلال الشكل أن هناك العديد من الأدوات المعتمدة في تأدية الوظائف المختلفة لتكنولوجيا المعلومات ولكن ما يمكن ملاحظته في الآونة الأخيرة أن هذه الأدوات خضعت إلى تطور كبير ومستمر من حيث نطاق العمل حيث أصبحت أكثر تقدما مما كانت عليه، مثلا ادوات التخزين فإننا نلاحظ تزايدا مستمرا في ساعتهها مقارنة بما كانت عليه في الماضي بالإضافة إلى تواجد عامل القدرة على تصغير حجم ووزن الأدوات المستخدمة في الهاتف النقال الحواسيب الالية وغيرها وهذا كله ساهم في تغيير نمط أداء الاعمال من خلال انجاز اعمال خارج مراكزها وفي أي مكان. (مغربي ، 2019، صفحة 13.14)

المبحث الثالث: أساسيات تكنولوجيا المعلومات

الفصل الأول مدخل عام حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

كبداية في هذا المبحث سوف نستهل عملنا بإعطاء مجموعة من أهم المزايا التي تتميز بها تكنولوجيا المعلومات ونوضح الآثار المترتبة عن استخدام تكنولوجيا المعلومات والتي تنقسم بدورها إلى آثار إيجابية وآثار سلبية ثم ننتقل بعد ذلك إلى العوامل التي أدت إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات.

المطلب الأول مزايا تكنولوجيا المعلومات والاتصال

إن استخدام تكنولوجيا المعلومات في المنظمات أدى إلى تحقيق العديد من المزايا هذه الأخيرة تتمثل فيما يلي: (عواطي، صفحة 15)

1. زيادة المبيعات والأرباح: تعمل تكنولوجيا المعلومات على زيادة المبيعات من خلال مساعدتها للمنظمة في اشباع حاجات ورغبات المستهلكين ويترتب على زيادة المبيعات تحسين الربحية خاصة في ظل تخفيض التكاليف والذي يتحقق ايضا باستخدام تكنولوجيا المعلومات.
2. تخفيض التكاليف: أن تخفيض التكاليف يعتبر من اهم الفوائد التي تجنيها منظمات الاعمال جراء استخدامها لتكنولوجيا المعلومات وفي عده مجالات الاعمال والمهام الكتابية بطريقه اليه كذلك استخدام الحاسبات الاليه في رقابة الانتاج كما تستخدم في تنفيذ الانتاج حسب الطلب.
3. الحصول على مزايا تنافسية: حيث تستخدم العديد من المؤسسات التكنولوجية المعلومات لتحسين وضعها في البيئة التنفسية والحصول على مزايا من خلال تصميم برامج وتطبيقات مبتكرة تسمح لتلك المؤسسات بالمنافسة بصوره أكثر فعالية.
4. تحسين الجودة: أن اهم استخدام لتكنولوجيا المعلومات هو تحسين جودة المخرجات والتصميم بمساعدة الحاسب الالي خير مثال على ذلك المهندس يستخدم محطات العمل أو ما يعرف بالوحدات الطرقية للحاسب الالي لعمل رسومات هندسية ويقوم بتخزينها واسترجاعها عند الحاجة لإجراء التعديلات عليها بسهولة من اجل تحسين جودتها وعليه فان هذا النظام يوفر من المجهود المبذول في التصميم ويقلل الحاجة لمهندسين آخرين.

المطلب الثاني: الآثار المترتبة عن استخدام تكنولوجيا المعلومات

رغم ما تقدمه التكنولوجيا من مزايا إلى انه لا يجب النظر اليها على أنها ايجابية فقط بل على العكس من ذلك في بعض من الجوانب وهذا ما سيتجلى لنا من خلال هذا المطلب في إطار الحديث عن الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدامها.

اولا: الآثار الإيجابية لاستخدام التكنولوجيا المعلومات

ويمكن تلخيصها في النقاط التالية: (جدي، 2019، صفحة 6)

أول تأثير لتكنولوجيا المعلومات هو المستوى الاجتماعي فكل تطور في تكنولوجيا المعلومات هو على حتمية تغيير المجتمع وحضارته ذلك أن أي اختراع او تطور في التكنولوجيا يرافق جو من التحضر الجديد.

الفصل الأول مدخل عام حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

- مساعدة المؤسسات على تحقيق قدر كبير من المرونة الإنتاجية والتقليل من النفقات مع تقديم طرق جديدة وهياكل تنظيمية لتصميم المؤسسات.
 - التقليل من الاتصالات الشخصية المباشرة لوجود شبكة اتصال وسيطة بين الشركات وهذا ما يساهم في تخفيض تكاليف النقل والإقامة... الخ
 - تحقيق تكامل عالمي لأسواق راس المال من خلال وضع الترتيبات واجراءات أكثر مرونة لضمان حركه راس المال على المستوى العالمي.
 - زيادة الاختراعات والتجربة من الإنتاجية والتي تؤدي إلى تخفيض التكاليف والاسعار وبالتالي ارتفاع الاستهلاك.
 - تطبيق التجارة الإلكترونية التي تشمل تبادل الاشياء ذات القيمة بين الطرفين أو أكثر من خلال وسائل الكترونية غالبا ما تكون الإنترنت مما يحقق الميزة التنافسية وتحسين مستوى الخدمة المقدمة للعملاء وتحسين العلاقات مع الموردين.
 - تنمية قدرات الأفراد من خلال اكتساب المعلومات الصادقة وأخذ أحسن قرارات.
 - تعزيز المساءلة والشفافية مما يؤدي إلى تقليل وقوع الاخطاء والتزوير.
 - تقديم وسائل عمل أفضل للموظفين والمرجعية مما يعكس إيجابا على التنظيم.
- ثانيا: الآثار السلبية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات (العتبي، 2010، الصفحات 31-32)
- استمرار وجود التفاوت الاجتماعي والمعرفي بين الناس سواء داخل الدولة الواحدة أو بين الدول ووجود فجوات المهمشين الأميين من عالم ثورة المعلومات فأصبحنا نسمع بفقراء وأغنياء المعلومات في عصر المعلومات.
 - أدخلت تكنولوجيا المعلومات في حياة البشر ما يسمى بالمواقع الافتراضية التي تسمح للمنتفعين والمستثمرين لهذه الثورة أن يتلاعبوا مع الحقائق التاريخية.
 - تأثير شبكة الإنترنت على الأطفال ونشأتهم بل وعلى الكبار أيضا فالجلوس لساعات طويلة أمام شبكة الإنترنت والانتقال من موقع لآخر بعيدا عن العالم الواقعي الذي يعيشون فيه والكم الهائل من المعلومات الذي يحصلون عليها يفرز ضغوطا نفسية وعصبية عليهم.
 - خرق حرمة الاشخاص والتنظيمات عن طريق الدخول في ملفاتهم الخاصة بهم ومعرفة ادق التفاصيل عن حياتهم الخاصة هذه الاختراقات قد تطل في بعض الأحيان حتى الرؤساء والشخصيات البارزة.
 - يرى فيها البعض أنها تهديدا للأمن القومي وللمجتمعات فضلا عن تدشينها نوعا من الحروب هي حروب معلوماتية حيث ظهر نوع جديد من الجرائم هي جرائم المعلوماتية.
 - أن الموجات الكهرومغناطيسية التي تنشرها هذه التكنولوجيا سلبية على صحة الافراد كمرض الاعصاب والديسك والسرطان الناتج عن الهواتف النقالة... الخ لذا يجب أن تلازم عملية استخدامها مع قنوات رياضية وصحية.
 - مسألة حقوق المؤلف والناشر اذ تزداد عمليات النسخ والتقليد.

الفصل الأول مدخل عام حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

- ساعدت على انتشار النشاطات الهدامة والسلبية مثل تجاره المخدرات وتجاره الجنس واستدراج الاطفال إلى عالم الجنس والجريمة... الخ.

المطلب الثالث: العوامل التي أدت إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات

رصدت الدراسات التي تناولت موضوع تكنولوجيا المعلومات عددا من العوامل التي كان لها دورا مهما في استخدام تكنولوجيا

المعلومات ومن أهم هذه العوامل المتفق على أهميتها في هذا المجال ما يلي: (تيناوي، 2019، الصفحات 36-37)

1. العولمة الاقتصادية وما رافقها من كسر للحواجز التقليدية بين الأسواق ومن تعميم بعض أنماط السلوك الاستهلاكي على

المجتمعات كافة وذلك على تباين الثقافات السائدة في هذه المجتمعات وتفاوت مستويات المعيشة فيها ويرى الباحث

Francis أن أكبر عاملين في نمو الاقتصاد العالمي هما الثورة المعلوماتية والعولمة ويرى أن العامل الأول يولد الثاني وينتج انهيار

الحدود امام التجارة الخارجية والدولية.

2. الاستخدام المكثف للعولمة في العمليات الإنتاجية قد تمثل ذلك اساسا بالاعتماد المتزايد على تقنيات أكثر تطورا واساليب

عمل أشد تعقيدا مع ما يستدعيه ذلك من ضرورة اللجوء بصورة متزايدة إلى مهارات متخصصة وخبرات من أجل تشغيل تلك

التقنيات وإدارة هذه الأساليب.

3. التطور الكبير في بيئة الاعمال الحالية وما أدى إليه من تغييرات مهمة في بنية الأنشطة الاقتصادية وأساليب ممارستها.

4. التغير التكنولوجي السريع وانخفاض تكاليف النقل والاتصالات المتباعدة جغرافيا ونقل المنتجات والمكونات عبر أرجاء العالم

بحثا عن الكفاءة.

5. المنافسة المتزايدة التي أجبرت الوحدات الاقتصادية على اكتشاف طرق جديدة لزيادة كفاءتها بما في ذلك استخدام أسواق

جديدة لتغيير أماكن أنشطة إنتاجية معينة لتقليل التكاليف وان استخدام التكنولوجيا المعلومات لدعم إنجازات مراحل الأعمال تحقق

واحد أو أكثر من الأهداف التالية:

أ- زيادة كفاءه مراحل الأعمال.

ب- تخفيض تكلفه مراحل الأعمال (الاقتصاد في التكلفة).

ج- زيادة دقه البيانات المرتبطة بمراحل الأعمال.

د- الوفرة الهائلة من المعلومات.

هـ- الوصول للمعلومات في الوقت المناسب.

6. تعمل ثقافه تكنولوجيا المعلومات على تغيير الطبيعة الإنسانية للمعرفة والمعلومات في المجتمع

الفصل الأول مدخل عام حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

7. ثقافته تكنولوجيا المعلومات بأشكالها المختلفة وتنوعها الواسع واجيالها المتعاقبة لها القدرة على تطوير أنماط الحياة والتعلم والعمل.

المبحث الرابع: ماهية الاتصال

في بداية المبحث سوف نتطرق إلى جملة من التعريفات المختلفة للاتصال ومدى أهميته ثم نبرز أهم الأهداف والعناصر المميزة للاتصال بعدها ننتقل للحديث على أنواع الاتصال المعروفة والمتفق عليها لدى معظم الباحثين والمفكرين.

المطلب الأول: مفهوم الاتصال وأهميته

أولاً: مفهوم الاتصال

لقد ظهرت تعريفات عديدة لا يمكن حصرها لمفهوم الاتصال من قبل الباحثين والمختصين في علوم الاتصال والاعلام، عكست في معظمها اهميته في الحياة الإنسانية. (بوحسان، 2012، صفحة 26)

ومن اهم هذه التعريفات ما يلي:

- الاتصال هو ارسال من جانب واحد لرسائل موجهة تغيير في الرأي العادة أو سلوك المستقبل.
- ظاهرة اجتماعية حركية تؤثر وتتأثر بمكونات السلوك الفردي والعوامل المؤثرة على طرفي عملية الاتصال المشتملة على نقل وتبادل المعلومات والافكار والمعاني المختلفة وتفهمها باستخدام لغة مفهومة للطرفين من خلال قنوات معينة.
- العملية التي تنتقل بها الرسالة من مصادر معينة الى المستقبل بهدف تغيير سلوكه.
- الوسائط الإلكترونية التي تعمل على اىصال المعلومات عبر مسافات بين الأجهزة في مواقع مختلفة. (عواطي، صفحة 07)
- ارسال المعلومات بأي شكل صوت، صورة، بيانات، نصوص، من مكان الى مكان اخر باستخدام الوسائل الإلكترونية أو الضوئية.
- هو العملية التي يقوم فيها الفرد بإرسال إشارة ما الى فرد اخر بهدف التأثير في معتقداته وسلوكه. (حريدي و بوطالب، 2016، صفحة 13)

الفصل الأول مدخل عام حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

- من خلال التعريفات السابقة يمكن اعطاء تعريف شامل للاتصال على انه "عملية تهتم بنقل او تبادل المعلومات والافكار بين الافراد باستخدام وسائل الكترونية".

ثانيا: أهمية الاتصال

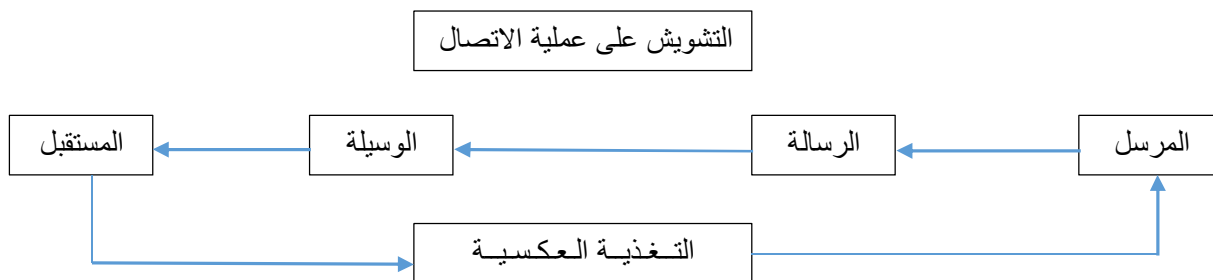
تتجلى أهمية الاتصال فيما يلي: (زرزار و غياد، 2016، صفحة 27)

- ارسال واستقبال البيانات والمعلومات.
- تأمين وتحقيق التوافق بين المرسل والمستقبل.
- تأمين أفضل المسارات لإرسال الرسائل.
- تنفيذ المعالجات الأولية للبيانات.
- تنفيذ مهام طباعية على المعلومات.
- تحويل الرسائل من سرعة الحاسوب الى سرعة خط اتصال والعكس.
- تحويل الرسائل من شكل إلى آخر حسب البيئة.
- السيطرة على انسيابية المعلومات.

المطلب الثاني: عناصر الاتصال

تتكون عملية الاتصال من عدد من العناصر الرئيسية التي لا يمكن ان تتم العملية الا إذا توفرت جميعها بها. كما ان الشكل الموالي يوضح العناصر الأساسية للاتصال: (حريدي و بوطالب، 2016، صفحة 17)

الشكل رقم (4) عناصر عملية الاتصال



المصدر: (حريدي و بوطالب، 2016، صفحة 17)

1. المرسل (القائم بالاتصال): هو الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال ويكون المرسل هو مصدر الرسالة وهذا ما يحدث عادة في الاتصال الشخصي والاتصال الوسيط والتفاعلي وقد لا يكون المرسل هو مصدر الرسالة بل يكون ناقلا لها وهذا ما يحدث عادة

الفصل الأول مدخل عام حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

في الاتصال الجماهيري وفي حالات اخرى يكون المرسل المباشر ينقل الرسالة كما جاءته من مصادر اخرى وهذا يحدث كثيرا في وسائل الاعلام الرسمية. (الخنين، صفحة 4.1)

2. المستقبل (المتلقي): وهو اهم عنصر في عملية الاتصال فالقارئ هو الشخص المهم عندما نكتب، والمستمع هو الشخص المهم عندما نتحدث، ويجب ان يضع المصدر في اعتباره طبيعة المتلقي ويتفهمها حتى يضمن تحقيق الهدف من الرسالة. والمتلقي لا يستقبل الرسالة ويتأثر بها مباشرة وانما يقوم بعمليات تنقيح وتنقية حسب سماته النفسية والاجتماعية ومستوى تعليمه واتجاهاته، كما يتأثر المتلقي بما يطلق عليه عوامل الانتقائية وتشمل: التعرض الانتقائي، الادراك الانتقائي والاحتفاظ بالمعلومات بشكل انتقائي أيضا، وهذا يعني ان المتلقي يتلقى ما يريد ان يتعرض له من وسائل الاتصال، وما يصل إليه من رسائل. المتلقي هو الذي يتخذ قرار التعرض او عدم التعرض للرسالة فهو الذي يقرر هل ينصت الى الخطيب او يتجاهله، وهل يستمع الى المذيع او يغلقه، او يدير مؤشر التلفزيون نحو قناة اخرى او يقرأ هذا المقال او ذاك.

3. الرسالة: هي الفكرة أو المعلومة أو الطلب الذي يريد المرسل ايصاله للمتلقي وهي مضمون العملية الاتصالية والانسان يرسل ويستقبل كميات ضخمة ومتنوعة من الرسائل، بعض الرسائل يتم نقلها بقصد ورسائل اخرى يتم التعرض لها بالمصادفة وكلما كان هناك تفاعل وفهم مشترك بين المرسل والمتلقي كلما استطاع المتلقي ان يستوقف المرسل لمزيد من الفهم فتكتسب الرسالة فعالية أكبر.

4. الوسيلة: حتى تنتقل الرسالة لا بد من وجود وسيله نقل ويمكن ان تصل الرسالة الى المتلقي عبر وسائل مختلفة فالرسائل الشخصية تستقبل عن طريق الحواس مثل: السمع النظر الشم اللمس والتذوق. كما تستقبل ايضا عن طريق وسائل الاتصال الفردية مثل الرسائل البريدية التقليدية الهاتف والفاكس. اما الرسائل العامة فتصل الى المتلقي عبر وسائل الاتصال الجماهيرية من الصحف المجلات الإذاعة التلفزيون والانترنت. وبعض الوسائل الاكثر فعالية من وسائل اخرى وتؤثر طبيعة اختيار الفرد الوسيلة الموصلة في الرسائل المنقولة بحيث تزيد او تقلل من فعاليتها وتشير الدراسات الا ان الافراد يفضلون قنوات على اخرى.

حينما يريد المصدر توجيه الرسائل عليه ان يتخذ قرارات بشأن الوسيلة التي يستخدمها ويتوقف اختيار الوسيلة على قدرات المتلقي وعلى قدرات المصدر فقد تفضل فئة من الجمهور التلفزيون عن الإذاعة وقد يكون المصدر قادر على الكتابة أكثر من قدرته على الكلام واستخدام وسيلتين او أكثر أفضل من الاقتصار على وسيله واحدة، فالمتلقي لا يستطيع الاحتفاظ بالمعلومات الشفهية مدة طويلة مثل ما يستطيع بالمادة المقروءة والمرئية.

5. التشويش: هو اي عائق يحول دون اتمام عملية الاتصال على الوجه الاكمل سواء في مرحلة الارسال او الاستقبال وهو بذلك عكس الخبرة المشتركة فكلما زاد التشويش ضعفت فرصة نجاح العملية الاتصالية.

الفصل الأول مدخل عام حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

6. التغذية العكسية: يقصد بها رد فعل المتلقي تجاه الرسالة والمرسل بأمر الحاجة الى معرفه صدى رسالته لدى المتلقي حتى يستطيع ان يقرر ما إذا كانت الرسالة حققت أهدافها أم فشلت في ذلك.

المطلب الثالث: أنواع الاتصال

بشكل عام يمكن ان نتحدث عن الأنواع الرئيسية التالية: . (بوحسان، 2012، صفحة 26-28)

1. الاتصال الذاتي: يحدث داخل الفرد في هذه الحالة يكون المرسل والمتلقي شخصا واحدا.
2. الاتصال الشخصي: ويتم هذا الاتصال بين شخصين أو أكثر وجهها لوجه ويمكن ان يكون بين الأفراد والآلة كما يحدث في الاتصال بين الفرد والحاسوب.
3. الاتصال المجتمعي: ويتم هذا النوع من الاتصال بين شخص ومجموعه محدده كبيره أو صغيره أو مألوفة بشكل مباشر كالدروس والمحاضرات، الخطب في المناسبات المختلفة، الندوات والمؤتمرات.
4. الاتصال التنظيمي: ويقصد بالاتصال التنظيمي والاداري تلك الوسائل التي تستخدمها المؤسسة أو المديرين أو الافراد العاملين بالمؤسسة لتوفير معلومات لباقي الاطراف الأخرى.
5. الاتصال الجماهيري: هو ذلك النوع من الاتصال الذي توجه فيه الرسائل الى جماهير واسعة من المستقبلين عن طريق استخدام هذه الوسائل كالراديو، التلفزيون والصحف، السينما، الكتيبات، اللافتات والملصقات وغيرها.. وينقسم الاتصال بالرموز، الاتصال الشفوي والاتصال الكتابي.
6. الاتصال الرسمي: والاتصال غير الرسمي يصنف الاتصال كذلك وخاصة في الإدارة الى اتصال رسمي وغير رسمي:

أ-الاتصال الرسمي: بالنسبة للاتصال الرسمي فإن إدارة المؤسسة هي التي تحدد وتضع خطوطه وقدراته ومضمونه اما الاتصال غير الرسمي فيتم تلقائيا ما بين الجماعات سواء داخل المؤسسة أو خارجها وهو ما يساعد المؤسسة على تحقيق أهدافها.

ويتم الاتصال الرسمي عادة في إطار التنظيم ويسير وفقا لأساليب واجراءات وقواعد رسميه محدده ومعروفه كما انه يكون موثقا بصور مكتوبه ورسمية وعادة ما تتدفق المعلومات في الاتصال الرسمي بما يتماشى والتنظيم الرسمي من أعلى الى أسفل أو من أسفل الى أعلى أو بشكل افقي وصف الاتصالات الرسمية بأنها قانونية مكتوبة تتعلق بالعمل مباشرة تتم داخل المؤسسة وتعلق بها.

ب-الاتصال غير الرسمي: هو اتصال غير مباشر ويأخذ الشكل العنقودي ولا يخضع لقواعد واجراءات وقوانين ادارية مثبتة ومكتوبة ورسمية ومتفق عليها كما هو الحال في الاتصال الرسمي ويتم غالبا عبر قنوات خارجية على القنوات الرسمية داخل المؤسسة كما يتم بين المستويات الإدارية المختلفة متخطيا الخطوط السلطة الرسمية.

الفصل الأول مدخل عام حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

7. الاتصال الخارجي: ويشمل الاتصالات الجارية بين المدراء والاطراف الاخرى خارج المؤسسة مثل المؤسسات والدوائر ذات العلاقة والوزارات والأجهزة الحكومية وغيرها وتسهم الاتصالات الخارجية في زيادة فاعلية وكفاءة الاداء الاداري والاستثمار الافضل للموارد كما تلعب دورا مهما في الاعلام والتسويق وتبادل الخبرات.

خلاصة الفصل

في ختام هذا الفصل يمكن القول بأن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تمثل القلب النابض ومجرى الدم في هيكل ونشاط المؤسسة، إذ تساهم في تسهيل انسيابية القرارات المناسبة وفي توجيه وتنفيذ مختلف عملياتها فهي مصدر حيوي لديمومتها وبقائها وتميزها التنافسي.

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال أهم مصدر للمؤسسة حيث تلعب دورا كبيرا في تحقيق التكامل بين المتغيرات في البيئة الخارجية وبين احتياجات المؤسسة، ومن هنا ظهرت ضرورة تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال بكافة أنواعها.

كما يمكن القول أن ظهور تكنولوجيا المعلومات والاتصال كان له الأثر البالغ في تطوير نظام المعلومات حيث أصبح هذا الأخير أكثر فعالية من خلال تحسين أداء أنشطة ورفع مستوى كفاءة المؤسسة وربحيتها.

الفصل الثاني:

الخدمة المصرفية ومدى تأثير تكنولوجيا المعلومات
والاتصال في تحسينها

الفصل الثاني الخدمة المصرفية ومدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسينها

تمهيد:

في محيط اقتصادي واجتماعي يعرف تحولات عميقة، أصبحت البنوك التجارية تواجه تحديات كبرى، تستدعي منها إيجاد سبل جديدة تمكنها من استيعاب هذه المستجدات، ورفع التحديات خاصة مع انتشار العولمة الاقتصادية، التي جعلتها مطالبة بتقديم الجديد والأفضل، عن طريق الخبرة والإبداع والابتكار لتحقيق الجودة والتنوع، إن الاعتماد المتزايد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال كان له الأثر البالغ على البنوك التي أصبحت تهتم بالكيفية التي من خلالها تستطيع مواكبة التطور المستمر في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، لذا تعين على المؤسسات المصرفية العمل على دمج هذه الأخيرة في العمل المصرفي الذي تقوم بتقديمه، بصدد تقديم خدمات مصرفية ذات جودة عالية للاحتفاظ بالمتعاملين معها بشكل مستمر، وجذب متعاملين جدد عن طريق العديد من الاستراتيجيات والمتطلبات.

وضمن هذا الفصل سنتطرق في دراستنا إلى:

المبحث الأول: ماهية الخدمة المصرفية

المبحث الثاني: تطوير الخدمة المصرفية

المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النشاط المصرفي

المبحث الأول: ماهية الخدمة المصرفية

يهدف هذا المبحث إلى إبراز وتحديد مفهوم الخدمات المصرفية، كما سنتطرق من خلاله إلى خصائص ومميزات الخدمات المصرفية بالإضافة إلى عرض أنواع الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك سواء تعلق الأمر بالخدمات التقليدية أو المستحدثة منها، وأخيرا نستعرض دورة حياتها.

المطلب الأول: مفهوم وخصائص الخدمة المصرفية

تعتبر الخدمات التي يقدمها البنك من أهم عناصر المزيج التسويقي، وكذلك تشكل حلقة وصل بين البنك ومختلف زبائنه، مما أدى ذلك إلى الاهتمام بها بشكل متزايد وإعطائها عدة مفاهيم مختلفة باختلاف زوايا نظر المفكرين إليها وانفرادها بملامح مميزة يجب أن يأخذها رجل التسويق بعين الاعتبار.

أولا: مفهوم الخدمات المصرفية

هناك عدة تعاريف للخدمة المصرفية نذكر منها:

يعرفها: "kotler & Armstrong": بأنها أنشطة أو منافع أو اشباعات يقدمها طرف (البائع) لطرف آخر (المشتري)، وهي بطبيعتها غير ملموسة، ولا يترتب على بيعها نقل ملكية شيء، وقد يرتبط أو لا يرتبط إنتاجها وتقديمها بمنتج مادي ملموس". (حدود، 2013، صفحة 4)

يعرفها: "Stanton": هي النشاطات غير الملموسة والتي تحقق منفعة للزبون أو العميل، والتي ليست بالضرورة مرتبطة بين سلعة أو خدمة أخرى. أي أن إنتاج أو تقديم خدمة معينة لا يتطلب استخدام سلعة مادية". (الطائي و العلاق، 2009، صفحة 16)

ومن ناحية أخرى اعتبر: "Richard Norman": الخدمة بأنها تتألف من أفعال act وتفاعلات interaction تعبر عن الاتصالات الاجتماعية، والخدمة هي أكثر من إنتاج بعض الأشياء غير ملموسة، أنها تفاعل اجتماعي بين المنتج والزبون. وهذا يلقي الضوء على أهمية الزبون الذي يجب اخذ احتياجاته وتفاعلاته أثناء عملية الإنتاج. (رعد، 2007، صفحة 64)

يعرفها: "عوض بدير الحداد": حيث عرفها من الناحية التسويقية بأنها عبارة عن تصرفات أو أنشطة أو أداء performance يقدم من طرف إلى طرف آخر، وهذه الأنشطة تعتبر غير ملموسة، ولا يترتب عليها ملكية أي شيء، كما أن تقديم الخدمة قد يكون مرتبطا أو غير مرتبط بمنتج مادي ملموس". (عوض، 1999، صفحة 48)

وتعرف أيضا على أنها: هي الأداة التي يعتمد عليها البنك لإشباع رغبات عملائه وفي تحقيق أهدافه تبعا لذلك، فالخدمة فهي سبب وجود البنك". (فيروز و عبلة، 2019، صفحة 111)

الفصل الثاني الخدمة المصرفية ومدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسينها

ومن خلال ما سبق يمكن تحديد مفهوم الخدمة المصرفية بأنها كافة الأنشطة والعمليات التي يمارسها المصرف بهدف تزويد الزبائن بالقيمة التي من خلالها يتم إشباع حاجاتهم ورغباتهم، وفي الوقت ذاته تشكل مصدرا لأرباح المصرف ومدخلاته. (يسعد و لباده، 2014، صفحة 51)

ثانيا: خصائص الخدمات المصرفية

لقد قامت العديد من الدراسات والأبحاث بإبراز مجموعة من السمات المميزة للخدمة المصرفية، نوجزها فيما يلي:

يرى محسن أحمد الخضري أن الخدمات المصرفية تتميز بالخصائص التالية: (حدود، 2013، الصفحات 4-5)

- الخدمات المصرفية ليست مادية ملموسة وبالتالي لا يمكن تخزينها.

- الخدمات المصرفية غير قابلة للتجزئة أو التقسيم أو الانفصال عند تقديمها.

- الخدمات المصرفية ليست محمية ببراءة اختراع وكل خدمة جديدة يوجد بنك ما يمكن لبنك آخر تقديمها.

- تعتمد الخدمة المصرفية في تقديمها على التسويق الشخصي وعلى مهارة وكفاءة مقدم الخدمة.

كما يعدد عوض بدير الحداد الخصائص التالية للخدمات المصرفية:

- لا يمكن إنتاج الخدمة المصرفية مقدمة وتخزينها، فهي تنتج وتستهلك في نفس اللحظة التي يتقدم فيها العميل لطلبها.

- لا يمكن لموظف البنك إنتاج عينات من الخدمة وإرسالها للزبون لفحصها والحصول على موافقته على جودتها قبل الشراء.

- الخدمات المصرفية غير قابلة للاستدعاء مرة ثانية في حالة وجود عيوب أو أخطاء عند تقديمها، ففي هذه الحالة الاعتذار وترضية العميل هما البديل الوحيد أمام موظف البنك.

- تقديم الخدمات المصرفية لا يأخذ شكلا نمطية محددا حيث تختلف طريقة تقديم الخدمة ودرجة تفاعل موظف البنك من زبون لآخر بالإضافة إلى هذه الخصائص هناك خصائص ومميزات أخرى للخدمات المصرفية نوجزها فيما يلي:

- التفتت الجغرافي: حيث يمكن تقديم الخدمات المصرفية داخل حدود الدولة عبر مختلف مناطقها خارج حدود الدولة بالخارج خاصة خدمات التحويلات المالية، وإصدار البطاقات البنكية والشيكات السياحية حيث هذه الخدمات تقدم للزبون حيث ما وجد.

- زيادة قدرة عرض الخدمات المصرفية على خلق الطلب عليها ارتفاع مرونته.

- تساعد أهمية العنصر البشري: حيث أن طبيعة التعامل المصرفي وما يتطلبه من السرعة في الأداء والسرية والأمانة، وكبر حجم المخاطر التي تتعرض لها البنوك فإن تدريب موظفي البناء والرفع من كفاءتهم يعتبر أمرا حاسمة.

- ارتباط الخدمات المصرفية باسم البنك مقدم للخدمة ودرجة الثقة فيه.

الفصل الثاني الخدمة المصرفية ومدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسينها

المطلب الثاني: أنواع الخدمة المصرفية

من الصعب أن نقوم بحصر جميع الخدمات المصرفية التي أصبحت تقدمها البنوك نظرا لكون الخدمات المصرفية كما سبق الذكر متعددة ومتنوعة، وأصبحت خاضعة لتطورات مستمرة نتيجة استخدام الوسائل التكنولوجية في تقديم الخدمات المصرفية، وعموماً يمكن تقسيم أنواع الخدمات المصرفية على النحو التالي : (غميرد، 2015، الصفحات 19-20)

● قبول الودائع: وتتمثل في مختلف الحسابات والودائع التي تترك لدى البنوك وهي:

- الودائع الجارية (الحسابات الجارية أو الحسابات تحت الطلب).

- الودائع الادخارية: وهي الودائع لأجل محدد، ودائع التوفير، وشهادات الإيداع .

● تقديم التسهيلات الائتمانية: وتتمثل في القروض بمختلف أنواعها قصيرة ومتوسطة وطويلة الأجل، بالإضافة إلى خطابات

الضمان وفتح الاعتمادات المستندية.

● الخدمات البنكية التقليدية: وهي كل الخدمات التي تقدمها البنوك التجارية يوميا لزبائنها مقابل حصولها على عمولات

مثل:

- صرف الشيكات المسحوبة على البنك بالعملة المحلية أو الأجنبية .

- تحصيل الشيكات لصالح زبائن البنك.

- إجراء جميع عمليات التحويلات وفقا لأوامر الزبائن بالداخل والخارج.

- إصدار الشيكات للزبائن.

- فتح الحسابات بالعملة المحلية والأجنبية.

- إصدار الشهادات التي تثبت القيام بالعمليات المالية مع الزبائن.

● الخدمات المتعلقة بالاستثمار في الأوراق المالية: وتتمثل في الاستثمار في الأوراق المالية، إدارة محافظ الأوراق المالية

لصالح الزبائن، المساهمة في رؤوس أموال المشاريع الاستثمارية، تقديم الاستشارات المالية، دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع

لصالح الزبائن، وغيرها.

● الخدمات المصرفية الحديثة: لقد حدث تطور هام في أسلوب و مجال نشاط البنوك خلال السنوات الأخيرة، فقد تعددت

وتنوعت الخدمات التي أصبحت تقدمها البنوك، وبالتالي أسلوب تقديمها للزبائن، ويرجع ذلك لعدة أسباب أهمها:

- الاستفادة من التطورات الهائلة في مجال المعلومات والحاسبات الآلية.

الفصل الثاني الخدمة المصرفية ومدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسينها

- التزايد المستمر في احتياجات ورغبات الزبائن.

- التحول في فلسفة العمل المصرفي والتسويق المصرفي حيث أصبحت البنوك تستهدف شريحة واسعة من الزبائن، ولا تقتصر على شريحة أو فئة محدودة منهم، وتحول الاهتمام من التركيز على أداء الخدمات المصرفية إلى التركيز على الزبائن وإشباع احتياجاتهم. ولقد تعددت أشكال تقييم الخدمات المصرفية الحديثة وذلك بالاعتماد على وسائل الدفع الالكترونية كبطاقات الائتمان وآلات الصراف الآلي ATM ونظم التحويل الالكتروني للأموال والخدمات المصرفية عن بعد والخدمات المصرفية عن طريق الانترنت أو ما يسمى بالبنوك الالكترونية .

المطلب الثالث: دورة حياة الخدمة المصرفية

تمر الخدمة المصرفية بعدة مراحل في حياتها انطلاقاً من مرحلة تقديمها إلى السوق وصولاً إلى مرحلة سحبها منه ، ويتحكم في عدد وطول دورات حياتها مجموعة من العوامل منها المتعلقة بالخدمة المصرفية في حد ذاتها ومنها ما يتعلق بالسوق المصرفي.

1- مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية :

معنى دورة حياة الخدمة المصرفية هو عبارة عن مفهوم تسويقي يحاول وصف المبيعات والأرباح والعملاء وظروف المنافسة والسياسات التسويقية لكل منتج (خدمة مصرفية) منذ مرحلة تقديمه للسوق إلى مرحلة حذفه من خط المنتجات. (عوض، 1999، صفحة 187)

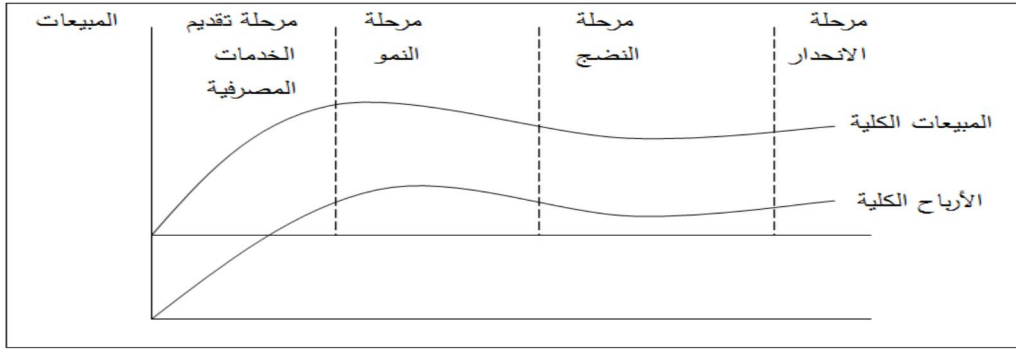
ويعد مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية من المفاهيم العامة في التسويق المصرفي ، ويستمد مبادئه النظرية في تفسير سلوك مبيعات الخدمات وأرباحها خلال مراحل حياتها من التفسير البيولوجي لحياة الكائنات الحية ، فالخدمة تولد أولاً ثم تموت لاحقاً بعد أن تمر بعدة مراحل خلال حياتها ، وتستند دورة حياة الخدمة المصرفية في تفسير السلوك لمبيعات الخدمة وأرباحها على فرضيتين أساسيتين. (اريد، 2013، الصفحات 59-60)

2- مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية:

تمر الخدمة المصرفية بأربعة مراحل في حياتها وهي:

الشكل(5): دورة حياة الخدمة المصرفية

الفصل الثاني الخدمة المصرفية ومدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسينها



المصدر: (عوض، 1999، صفحة 174)

مرحلة تقديم الخدمة للسوق: حيث يتم تقديم الخدمة للسوق المصرفي لأول مرة ليتعرف عليها العملاء وعلى مزاياها وغالبا ما يكون إدخالها بشكل محدود لذلك يتم التركيز على الإعلان بشكل مكثف بهدف إعلام الزبائن وتعليمهم وإرشادهم إلى كيفية الحصول عليها. (فيروز و عبلة، 2019، صفحة 112)

مرحلة النمو: أثناء مرحلة النمو تتجه المبيعات والأرباح إلى الارتفاع مع ثبات حجم التكاليف. وأثناء هذه المرحلة يمكن للبنك تحسين مستوى قبول الخدمة في السوق من خلال: (عوض، 1999، صفحة 175)

- ✓ التطوير والتحسين في ملامح وجودة الخدمة .
- ✓ بيع الخدمة إلى قطاعات عريضة في السوق .
- ✓ التركيز من خلال الإعلان ليس على خلق الإدراك بدرجة أكبر ولكن على خلق الاقتناع بشراء الخدمة.
- ✓ تخفيض أسعار الخدمة كلما أمكن لجذب أكبر عدد ممكن من العملاء.

مرحلة النضج تتميز هذه المرحلة باشتداد المنافسة بين البنوك ولهذا فإلّاية إستراتيجية تسويقية يتبناها المصرف في هذه المرحلة يجب أن تركز على محورين رئيسيين هما: (بن العمري، 2019، صفحة 28)

- أسعار منخفضة لإغراء الجمهور واستمالة رغباتهم.
 - ترويج كثيف يتم من خلاله تأكيد المكانة التنافسية للبنك وإبراز الميزة النسبية فيما يقلّمه من خدمات.
- مرحلة الانحدار:** وهي المرحلة الحرجة التي تمتاز بانخفاض المبيعات وتحقيق الخسائر وهنا يبدأ المصرف في إلغاء الخدمة واستبدالها بخدمات أخرى جديدة. (بشير باي، 2021، صفحة 16)

3- خصائص مراحل دورة الخدمة المصرفية

تناول التسويق المصرفي خصائص كل مرحلة التي مرت بها دورة حياة الخدمة المصرفية وهي: (بن العمري، 2019، صفحة 29.28)

- **مرحلة التقديم:** ومدتها قصيرة جداً، وتكون فيها الخدمات المصرفية الأساسية.

الفصل الثاني الخدمة المصرفية ومدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسينها

- **مرحلة النمو:** وتكون مدتها مرتبطة بخصائص الخدمة المصرفية المقدمة وبرد فعل المنافسين، ويعتمد البنك إطالة مدتها ما دامت تحقق زيادة في المبيعات وبالتالي الأرباح.
- **مرحلة النضج:** وتكون مدتها طويلة نسبياً، حيث تكون الخدمة المصرفية أكثر شهرة واستقرار في حجم التعامل بها، وبالتالي تعمل البنوك في هذه الفترة على الحفاظ على حصتها السوقية وذلك لقلّة الطلب على هذه الخدمة.
- **مرحلة الانحدار:** تكون مدتها قصيرة نسبياً، تتقدم فيها الخدمة المصرفية مما يتوجب على إدارة التسويق بالبنك إقصائها من المزيج الخدمي أو القيام بإضافة تغيرات عليها وإعادة طرحها في السوق.

المبحث الثاني: تطوير الخدمات المصرفية

تعمل المنظمات المصرفية على تطوير خدماتها لضمان استمرارها، وتوقف فلسفة التطوير على تحسين الخدمات الحالية أو خلق وابتكار خدمات جديدة، ويكون هذا في ظل المتغيرات المستحدثة التي تعتمد بدرجة أولى على التكنولوجيا الحديثة بهدف الوصول إلى

مستوى الحاجات المتطورة لدى العملاء. (يسعد و لبادة، 2014، صفحة 86)

وعلى هذا سنتطرق في هذا المبحث بتحديد الآلية المتبعة في تطوير الخدمة المصرفية وإبراز جودة الخدمة المصرفية.

المطلب الأول: آلية تطوير الخدمات المصرفية

تعمل البنوك بشكل دوري ومستمر لتحسين الخدمات المصرفية وتحديثها لزيادة ربحيتها وتقوية مركزها التنافسي في السوق، ونهدف من خلال هذا المطلب التطرق إلى أهمية عملية تطوير الخدمات المصرفية والعوامل المؤثرة فيها.

أولاً: مفهوم عملية تطوير الخدمة المصرفية :

تتعدد وجهات النظر في تحديد مفهوم تطوير الخدمة البنكية، فهناك من ينظر إلى الخدمة المطورة على أنها " أي خدمة تساهم أو تواكب التطور أو التغيير في رغبات واحتياجات الزبون الحالي وتجذب الزبائن الجدد إلى البنك". في حين هناك من يعرفها " على أنها مزايا جديدة لتلك الخدمات القائمة أو تقديم خدمات جديدة لم يسبق التعامل معها، من أجل زيادة طلب الزبائن عليها". وكذلك يمكننا القول بأن مفهوم تطوير الخدمة البنكية يتمثل في التوصل إلى إضافة قيمة أكبر وبشكل سريع إلى الخدمة البنكية قبل المنافسين، سواء كان ذلك بإجراء تحسينات على خصائص ومنافع الخدمة الحالية أو إضافة خصائص ومنافع جديدة لها، أو إضافتها إلى أسواق جديدة أو إضافة خدمة جديدة كلياً. (بوكحيل، 2018، صفحة 98)

ثانياً: أهمية تطوير الخدمات المصرفية

تتبع أهمية الابتكار والتطوير في مجموعة من الاعتبارات نذكر أهمها فيما يلي: (حدود، 2013، صفحة 9)

الفصل الثاني الخدمة المصرفية ومدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسينها

- التغيير المستمر في أذواق ورغبات الزبائن، و بالتالي فإن تطوير الخدمات المصرفية يصبح ضروري لضمان الاستمرار في السوق وجلب زبائن جدد.

- الاستفادة من التطورات التكنولوجية في مجال العمل المصرفي وتسخيرها لخدمة الزبائن.

- مواجهة المنافسة المحتدمة في السوق المصرفية، حيث تعتمد المنافسة بين البنوك على جوانب الابتكار والتطوير وإيجاد أفكار جديدة تترجم في شكل خدمات لتحقيق رضا الزبائن.

ثالثا: الأشكال المختلفة لتطوير الخدمات المصرفية

يمكن للبنوك تطوير خدماتها من خلال الأخذ بالآليات التالية: (عبد الله، 2009، صفحة 94-95)

- إضافة خدمات جديدة إلى نطاق الخدمات المصرفية: أي توسيع خط الخدمات فقد يقوم البنك بتقديم خدمة جديدة سواء للأسواق الحالية أو للأسواق الجديدة معناه أن يتم الاعتماد على إستراتيجية تنوع الخدمات، والذي يتحقق بدوره إلا بإضافة شيء جديد أو مبتكر للمنتج المصرفي ويجذب انتباه واهتمام الزبائن بفاعلية كبيرة، ويخلق عندهم الرغبة لشراؤه.

- إجراء تعديلات في الخصائص الضمنية للخدمة المصرفية: بما أن نطاق الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنك يعد واسعا بحيث يصعب الترويج له بكفاءة، لذلك فإن البنك يقوم بتقديم منتجات مصرفية منفصلة، وكل منتج يحتوي على خدمات معدلة يمكن الترويج لها بفاعلية بإقناع الزبائن بأهميتها في تلبية حاجاتهم ورغباتهم، وهذا يعني إعادة تصميم الخدمة الحالية من حيث خصائصها و عناصرها والمنافع التي سوف يحصل عليها المستفيد من الخدمة، وجعل المستفيد يدرك مكان الخدمة المقدمة التي تعتبر خدمة جديدة وأن التعديل والتحسين يكون واضحا عليها.

- إحداث تغيير أو إجراء توسيع في الخدمة المصرفية المقدمة: إن تعزيز المنتج المصرفي دون إحداث تغييرات جوهرية على الخدمات القائمة يعتبر شكلا من أشكال تطوير المنتج المصرفي الذي لا ينطوي على أي تغيير أساسي في الخدمات، ويقصد بذلك أن تكون التعديلات تتضمن إضافة خصائص ومزايا و فوائد جديدة للخدمة المصرفية الحالية، أو إجراء تعديلات على الطريقة التي يقدم بها البنك خدماته المختلفة للزبائن.

رابعا: مراحل عملية تطوير الخدمات المصرفية الجديدة

تمر عملية تطوير الخدمات المصرفية بتسعة مراحل أساسية هي: (بن احمد، 2012، الصفحات 96-97)

1. توليد الأفكار الخدمية الجديدة

2. غربلة الأفكار

3. الغلبة الفنية والاقتصادية

4. تحليل جدوى الأفكار

5. تطوير مفهوم الخدمة

6. اختيار مفهوم الخدمة

7. التحليل التجاري

8. التطوير النهائي للخدمة المصرفية

9. اختبار سوق الخدمة الجديدة

ويوضح الشكل الموالي المراحل اللازمة لتطوير المنتج/ الخدمة المصرفية. (حدود، 2013، صفحة 11)

الشكل (6): مراحل تطوير المنتج / الخدمة المصرفية



ويوضح هذا الشكل المراحل اللازمة لتطوير الخدمة المصرفية، ولكي يتم التوصل إلى طرح خدمة جديدة في السوق قد تستغرق هذه المراحل فترة طويلة وتكلفة عالية، وبعد الحصول على الأفكار الجديدة يتم غربلتها وانتقاء واحدة منها بعد إجراء الدراسات والاختبارات والتحليل اللازمة ومن ثم طرحها في السوق. (حدود، 2013، صفحة 11)

خامسا: العوامل المؤثرة في تطوير الخدمات المصرفية

الفصل الثاني الخدمة المصرفية ومدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسينها

تحكم في درجة انتشار ونجاح الخدمة المصرفية الجديدة عدة عوامل أهمها: (عواطي، اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في البنوك الجزائرية(شهادة ماستر)، 2019، صفحة 26_27)

- المزايا والمنافع التي تتمتع بها الخدمة المصرفية الجديدة، ومدى اتفاقها مع حاجات ورغبات الزبائن وثقافتهم.
- السمعة التي يتمتع بها البنك وقدرته على تخطيط الحملات الترويجية الفعالة باستخدام أساليب الاتصال المؤثرة.
- مدى تقبل المستعملين الأوائل للمنتج الجديد ودرجة تأثيرهم على الفئات الأخرى سلبا أو إيجابا عن طريق الكلمة المنطوقة أو المنقولة من شخص لآخر.
- تصرفات المنافسين، فعندما تشتد المنافسة وتكثر المنتجات تقل فرص انتشار المنتج الجديد ويصعب تسويقه أما في حالة ضعف المنافسين يكون البنك هو الرائد في السوق، ويسهل عليه بيع المنتج الجديد.
- التوصل إلى خدمات جديدة يحتاج إلى جهد، ووقت وأموال، وقد يتحقق النجاح أو جزء منه، إلا أن احتمالات الفشل قائمة، ونسبتها عالية في الخدمات الجديدة.

سادسا: مصادر تطوير الخدمات المصرفية

المصادر الداخلية لتطوير الخدمة المصرفية

تتعلق المصادر الداخلية لتطوير الخدمات المصرفية بتلك المصادر التي مصدرها البنك نفسه الخدمات المصرفية وتنميتها، وتتمثل في: (حدود، 2013، صفحة 14)

- **موظفو البنك:** حيث أن موظف البنك هو الواجهة الأساسية، ونتيجة للاحتكاك الدائم بالزبائن تصبح لديه الخبرة الكافية والقدرة على ترجمة احتياجات الزبائن، وتحويلها إلى أفكار لتطوير الخدمة المصرفية.
 - **إدارة البحوث بالبنك:** أصبحت البنوك تنشئ إدارة البحوث والتطوير ضمن هيكلها التنظيمي توكل لها مهمة البحث وإجراء الدراسات المتعلقة بتطوير الخدمات، واقتراح الحلول العلمية الخاصة بطرق وآليات التطوير.
 - **إدارة التسويق بالبنك:** يمكن لإدارة التسويق بالبنك القيام بدراسة تحليلية لرغبات الزبائن والسوق المصرفي وتقييم أساليب وطرق تقديم الخدمات المصرفية وتكوين تصورات وأفكار تقترح لتطوير الخدمات المصرفية الموجودة أو استحداث خدمات جديدة.
 - **مديرو البنوك أو الإدارة العليا للبنك:** حيث تقع على عاتقهم مسؤولية اتخاذ القرارات الإستراتيجية المتعلقة بتحديث وتطوير الخدمات المصرفية والبحث المستمر لجعل البنك يقدم خدمات أكثر تنافسية.
- المصادر الخارجية لتطوير الخدمات المصرفية: وتتمثل هذه المصادر في:

الفصل الثاني الخدمة المصرفية ومدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسينها

- مكاتب الخبرة والاستشارة المتخصصة.
- المعاهد والجامعات المتخصصة.
- زبائن البنك: يمثل الزبائن المصدر الرئيسي للأفكار المتعلقة بتطوير الخدمات وتحسينها وذلك من خلال إدراكهم لمستوى جودة الخدمات المقدمة.
- البنوك المنافسة: سبقت الإشارة إلى أن من خصائص الخدمات المصرفية أنها غير محمية ببراءة الاختراع، وعليه فإن أي خدمة يوجدها بنك ما يمكن للبنوك المنافسة التعامل بها وتطويرها.

المطلب الثاني: جودة الخدمات في المؤسسات المصرفية

من خلال هذا المطلب سنتطرق إلى إبراز وتحديد مفهوم جودة خدمات المصرفية ومستوياتها، وكذلك إلى أهمية الجودة في الخدمة المصرفية، بالإضافة إلى عرض أبعاد جودة الخدمة المصرفية وقياسها.

أولاً: مفاهيم ومستويات جودة الخدمة المصرفية

أ - تعريف جودة الخدمة المصرفية

تركزت الجهود الخاصة بتعريف وقياس الجودة من الناحية التاريخية على قطاع السلع المادية. ووفقاً للفلسفة السائدة حالياً فإن الجودة تعني "الخلو من العيوب" أو "انجاز الشيء على الوجه المطلوب عند القيام به للمرة الأولى". إلا أن توافر المعرفة عن مفهوم الجودة بالنسبة للسلع المادية يعتبر غير كافي لتحقيق الفهم الواضح لهذا العنصر في صناعة الخدمات. (عوض، 1999، صفحة 336)

عرفها عوض بدير الحداد على أنها "معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء لهذه الخدمة"، أو أنها: "الفرق بين توقعات العملاء للخدمة وادراكاتهم للأداء الفعلي لها، على النحو الذي يعرضه شكل مفهوم جودة الخدمة.

وعرفها كل من (Booms and Lewis) جودة الخدمة المصرفية شي قياس لمدى مستوى الجودة المقدمة مع توقعات العميل، فتقديم خدمة ذات جودة يعني في المحصلة النهائية أن تكون الخدمة متوافقة مع توقعات العملاء. (فيروز و عبله، 2019، صفحة

(121)

الفصل الثاني الخدمة المصرفية ومدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسينها

والخلاصة فإنه يجب على الإدارة أن تتفهم أن الجودة تحدد بواسطة الزبون وليس بواسطة المصرف مقدم الخدمة. وأن الجودة التي لا تقابل توقعات الزبون يمكن أن تؤدي إلى خسارة مجموعة من الزبائن والفشل في جذب زبائن جدد. (رعد، 2007، صفحة 200)

ب - مستويات جودة الخدمة المصرفية

قدم PERASURUMAN عام 1985 خمسة مستويات من الجودة في الخدمات وهي: (مرابط، اثر تكنولوجيا المعلومات عى جودة الخدمات المصرفية (مذكرة ماستر)، 2015، صفحة 33)

1-الجودة المتوقعة: وتمثل توقعات العميل لمستوى جودة الخدمة وتعتمد على عدة عناصر من أهمها: احتياجات العميل وخبرته وتجاربه السابقة وثقافته واتصاله بالآخرين.

2-الجودة المدركة من قبل الإدارة: وتمثل مدى إدراك المصرف للاحتياجات وتوقعات عملاءه، وتقديم الخدمة المصرفية بالموصفات التي أدركها لتكون في المستوى الذي يرضي العميل.

3-الجودة المروجة: وتعني المعلومات الخاصة بالخدمة وخصائصها، وما تعهد المصرف بتقديمه، والتي يتم نقلها إلى العملاء من خلال المزيج الترويجي من إعلان، ترويج شخصي ومطبوعات.

4. الجودة الفعلية المقدمة للعميل: وتعني أداء العاملين بالمصرف للخدمة وتقديمها طبقا للمواصفات التي حددها المصارف، وهي تتوقف بلا شك على مهارة العاملين وحسن تكوينهم وتدريبهم، وقد تختلف الخدمة المقدمة وجودتها من مصرف الآخر، وقد تختلف بالنسبة للموظف الواحد حسب حالته النفسية ومدى إرهاقه في العمل.

5-الجودة المدركة: وهي الاتجاه الذي يحدد وجهة نظر الزبون العالمي تجاه الخدمة. ووجهة النظر هذه ناتجة عن مقارنة توقعات زبائن الخدمة مع ادراكاتهم عن الأداء الفعلي للخدمة. (رعد، 2007، صفحة 198)

وعلى هذا الأساس يمكننا القول بأن جودة الخدمات المصرفية تعتبر مقياسا للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة المقدمة للعملاء ليقابل توقعاتهم، وبالتالي فإن تقديم خدمات ذات جودة عالية ومتميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي مع توقعات العملاء. (حدود، 2013، صفحة 18)

ثانيا: أهمية الجودة في الخدمة المصرفية

إن تبني استراتيجيات محددة للجودة يؤدي إلى تحقيق مجموعة من المزايا أو تجنب مجموعة من المشاكل ومن أهم المزايا التي تعود

على المصرف ما يلي: (فيروز و عبلة، 2019، صفحة 120)

الفصل الثاني الخدمة المصرفية ومدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسينها

- تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن بقية المصارف وبالتالي مواجهة الضغوط التنافسية.
- تحمل تكاليف أقل بسبب قلة الأخطاء في العمليات المصرفية.
- أن الخدمة المتميزة تزيد قدرة البنك على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وجذب عملاء جدد.
- أن الخدمة المتميزة تتيح الفرصة لبيع خدمات مصرفية إضافية.
- أن الخدمة المتميزة تجعل من العملاء بمثابة مندوبي بيع للبنك في توجيه وإقناع عملاء جدد من الأصدقاء والزعماء.

ثالثاً: أبعاد جودة الخدمة المصرفية

في مجال تحديد مكونات الخدمة فقد توصل مجموعة من الباحثين إلى أن المعايير التي يبنى عليها العملاء توقعاتهم وادراكاتهم، وبالتالي حكمهم على جودة الخدمة، تمتد لتشمل عشرة أبعاد رئيسية هي: (حدود، 2013، الصفحات 20-22)

- 1- التجسيد:** الملموسة في الخدمة ذاتها والمتمثلة في الوسائل والمعدات المستخدمة في أداء الخدمة، المظهر المناسب للعاملين بالبنك، التصميم والتنظيم الداخلي للبنك، جاذبية المباني.
- 2- الاعتمادية:** وتعني قدرة البنك على الوفاء بالوعود السابقة بدرجة عالية، بما يضمن تحقيق درجة عالية من الاعتمادية والثقة في الخدمة، وتعني أيضاً قدرة البنك على أداء الخدمة بطريقة صحيحة ومن أول مرة. ولقد أثبتت الدراسات أن هذا البعد هو الأول في الأهمية من حيث الحكم على جودة الخدمة وهو مرتبط بجودة المخرجات، وكذلك يعتبر الوسيلة الأساسية لتحقيق إشباع رغبات واحتياجات العملاء فهو بالنسبة لمعظم العملاء يعد الخدمة الرئيسية.
- 3- سرعة الاستجابة:** وتعني توافر الرغبة والاستعداد لدى العاملين في تقديم الخدمة المطلوبة، وتشمل على المبادرة في اتخاذ الإجراءات اللازمة في الوقت المناسب، والرد على استفسارات العملاء، وملاحظة العملاء بصفة دورية.
- 4- الأمان:** بمعنى توافر درجة من الأمان والبعد عن المخاطر، ويتضمن توافر وسائل الأمان المادية وتوافر درجة عالية من الخصوصية والسرية في التعامل مع العملاء.
- 5- التعاطف مع العملاء:** ويعني حسن خلق القائمين على تقديم الخدمة، وتوافر روح الصداقة التي يتمتع بها مقدمي الخدمة، وحسن مظهر العاملين، وتوافر الاحترام، والمستوى الاجتماعي اللائق، والمبادئ والأخلاق لدى العاملين عند تعاملهم مع العملاء.
- 6- سهولة الوصول إلى الخدمة:** وتعني إمكانية وسهولة الوصول إلى الخدمة أن يكون هناك سهولة في اتصال العميل بالبنك، وملائمة وقت انتظار العميل، وملائمة مدة أداء الخدمة، وتوافر التسهيلات المادية للخدمة قريبة من العميل.
- 7- الاتصال:** بمعنى أن يحافظ البنك على الاتصال بالعملاء بالطريقة وباللغة وبالأسلوب الذي يتناسب معهم، كما يتضمن هذا العنصر الاستماع الجيد للعميل، وشرح الخدمة، وتفسير عناصر التكلفة للعملاء.

الفصل الثاني الخدمة المصرفية ومدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسينها

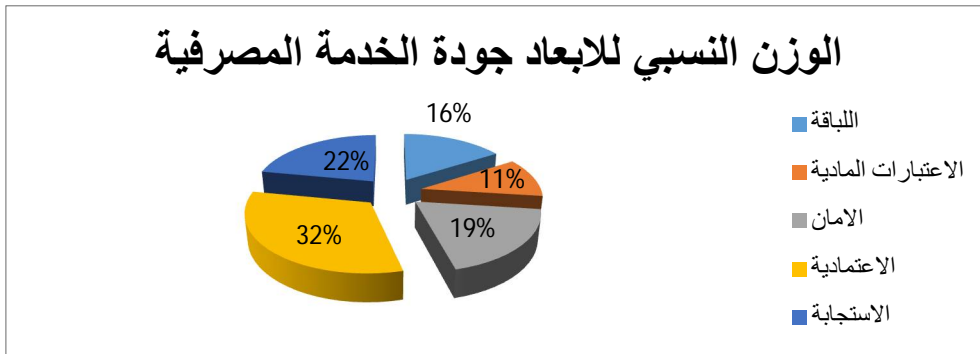
8- المصدقية: وتعني توافر الثقة والسمعة الجيدة للبنك ويشترك في تحقيق هذا العنصر اسم البنك، وسمعة البنك، وخصائص مقدمي الخدمة الذين لهم اتصال مباشر مع العملاء.

9- القدرة والمهارة في أداء الخدمة: وتعني توافر المهارات والخبرات المطلوبة للعاملين، وكذلك توافر الخبرة والمهارة اللازمة لإجراء الأبحاث الخاصة برفع مستوى جودة الخدمة.

10- تفهم احتياجات العملاء: بمعنى أن يبذل البنك أقصى مجهودات ممكنة لدراسة وتحديد حاجات العملاء، ويتطلب ذلك وضع مداخل فعالة تعتمد على المعلومات المتاحة لتحديد حاجات ومتطلبات العملاء، والاهتمام الشخصي بالعملاء، وتحديد العملاء دائمي التعامل مع البنك.

وقد قامت الدراسات المتلاحقة بتلخيص هذه الأبعاد العشرة في خمسة فقط أطلق عليها نموذج جودة الخدمة SERVQUAL وتشمل : النواحي المادية المنظورة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، اللباقة، من ناحية أخرى، فقد أثبتت تلك الدراسات، أنه على الرغم من النظر إلى الأبعاد الخمسة على أنها ضرورية، إلا أن الوزن النسبي لها يختلف من عميل لآخر ومن مؤسسة خدمة لأخرى. إلا أن البعد الخاص بالاعتمادية يظل في جميع الأحوال في المرتبة الأولى كأهم عنصر أو بعد يعكس جودة الخدمة، بغض النظر عن طبيعة الصناعة وذلك على النحو الذي يعرضه هذا الشكل النسبي لأبعاد الجودة المصرفية.

الشكل(7): الوزن النسبي لأبعاد جودة الخدمة المصرفية



المصدر: (حدود، 2013، صفحة 22)

رابعا: قياس جودة الخدمة المصرفية

تحتاج المنظمات الخدمية إلى أداة تستطيع من خلالها تقييم فعالية نشاطاتها وتحديد التباين بين ما هو مخطط له وما تم تحقيقه فعلا وبالتالي يجب تحديد المعايير التي يتم على أساسها القياس ثم مقارنة المحقق بالمستهدف. (فيروز و عبلة، 2019، صفحة 82.81)

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

الفصل الثاني الخدمة المصرفية ومدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسينها

• **مقياس عدد الشكاوي (Complaints):** ويتم قياس جودة الخدمة من خلال حصر عدد الشكاوي خلال فترة معينة وتصنيفها حسب نوع الشكوى، فهو يعد مقياسا هاما كونه يساهم في تحسين جودة الخدمة، لذا يجب على المنظمات العمل على تشجيع عملائها للتعبير عن شكواهم وتقديم كل التسهيلات لإيصال تلك الشكاوي إلى المصالح المختصة.

• **مقياس الرضا (satisfaction Measures):** إن هذه الطريقة تفيد المنظمة خاصة في معرفة جوانب القوة والضعف التي تميز خدماتها، وبالتالي تتيح للمنظمة الموازنة بين احتياجات العملاء والموارد التي تمتلكها، وذلك عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة للعملاء تقيس رضاهم بعد حصولهم على الخدمة من خلال قائمة استبيان بطاقات تدوين الملاحظات أو المقابلات الشخصية.

• **مقياس الفجوة:** طورت كل من (Parasuraman) و (Zeithami) و (Berry) نموذج التشخيص المسببات الرئيسية لفجوة جودة الخدمة المدركة، أي الفجوة الفاصلة بين توقعات وإدراكات المستفيد، حيث أطلقت تسمية (نموذج الفجوات) لتفسير هذه الحالة. (الطائي و العلاق، 2009، صفحة 148)

وقبل التحدث عن مقياس الفجوة يجب تعريف كل من: (خوضر، 2015، صفحة 52)

- **توقعات العميل:** وهي معايير أو النقطة المرجعية للأداء الناتجة عن خبرات التعامل مع الخدمة والتي إلى حد ما تصاغ في شروط ما يعتقد العميل أن تكون في الخدمة أو سوف يحصل عليها .

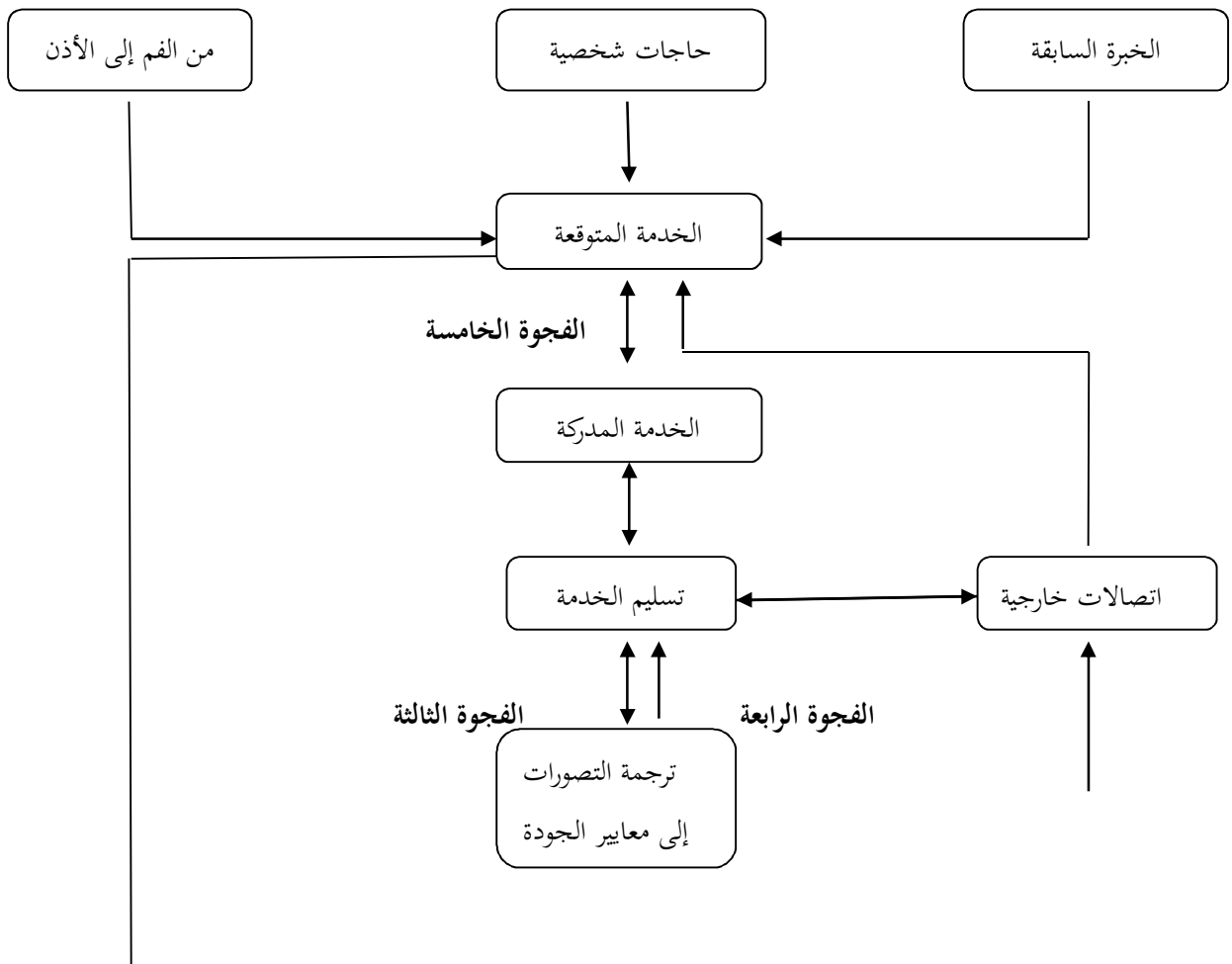
- **ادراكات العميل:** وهي النقطة التي يدرك بها العميل فعليا الخدمة كما قدمت له إن قياس جودة الخدمة تقوم على معادلة أساسية ذات طرفين تتمثل في الإدراكات والتوقعات ويمكن التعبير عنها كما يلي:

جودة الخدمة = التوقعات - الإدراكات

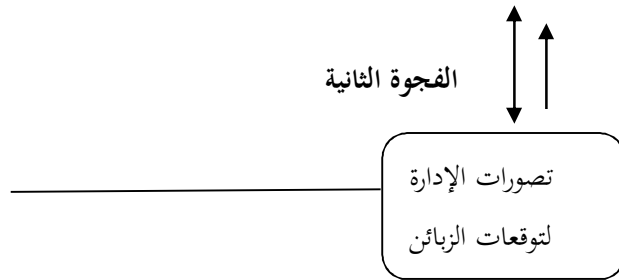
وذلك لقياس خمس فجوات هامة تتعلق بكل من منظمة الخدمة، والعميل، و بالاثنين معا، وهي كما يلي :

- ✓ الفجوة الأولى: وتنتج عن الاختلاف بين توقعات العملاء لمستوى الخدمة وإدراك إدارة المنظمة لتلك التوقعات.
- ✓ الفجوة الثانية: وتنتج عن الاختلاف بين ادراكات إدارة المصرف لتوقعات العملاء، ومواصفات جودة الخدمة الموضوعية.
- ✓ الفجوة الثالثة: وتشير إلى عدم وجود تطابق بين مواصفات جودة الخدمة الموضوعية ومواصفات التسليم الفعلي للخدمة.
- ✓ الفجوة الرابعة: وتنتج عن الاختلاف بين مواصفات التسليم الفعلي للخدمة والخدمة المرجوة .
- ✓ الفجوة الخامسة: وتظهر في الاختلاف بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة، أي أن الخدمة المتوقعة لا تتطابق مع الخدمة الفعلية.

الشكل (8): نموذج مفاهيمي لجودة الخدمة (نموذج تحليل الفجوات)



الفجوة الأولى



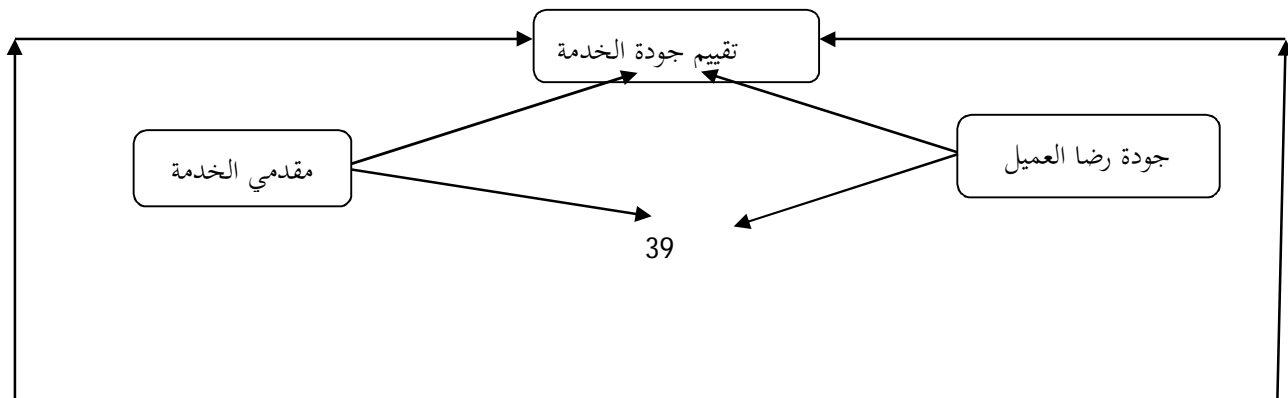
المصدر: (فيروز و عبلة، 2019، صفحة 84)

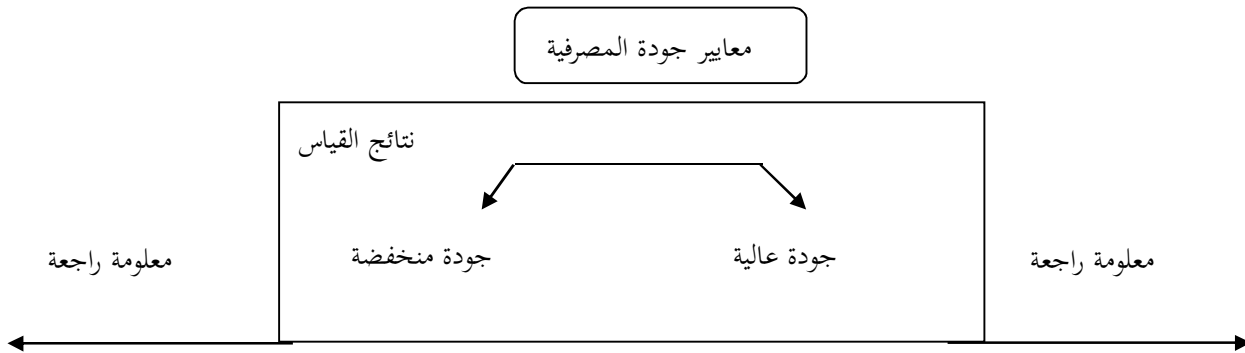
تبعاً للنموذج تكون فجوة الخدمة الفجوة النهائية التي توجد عندما يوجد اختلاف بين توقعات العملاء للخدمة وإدراكاتهم الفعلية بعد استهلاكها، عندما يحدث هذا الاختلاف فإنه ينتج من فجوة واحدة أو أكثر حدثت سابقاً في عملية جودة الخدمة. (فيروز و عبلة، 2019، صفحة 84)

• مقياس الأداء الفعلي: ينسب هذا النموذج إلى كل من الباحثين cronin et Taylor وقد جاء هذا النموذج نتيجة للانتقادات التي وجهت من طرفهم إلى نموذج الفجوات إذ يفرض هذا النموذج فكرة الفجوة بين إدراكات العميل وتوقعاتهم ويركز على تقييم الأداء الفعلي للخدمة المقدمة للعميل، أي التركيز على إدراك العملاء للأداء الفعلي للخدمة المقدمة. (خوضر، 2015، صفحة 54)

1. مقياس القيمة: هو العلاقة بين المنفعة والسعر وهذه الأخيرة هي التي تحدد القيمة المقدمة للعملاء وكلما زاد إقبالهم على طلب هذه الخدمات والعكس صحيح.
2. قياس الجودة المهنية: يتناول هذا النموذج قدرة البنوك على الوفاء بخدماتها المتنوعة من خلال الاستخدام الآمن للموارد المتاحة ويشمل ثلاثة مقاييس تتمثل في قياس الجودة بدلالة المدخلات و قياس الجودة بدلالة العمليات، قياس الجودة بدلالة المخرجات.
3. قياس الجودة من المنظور الشامل: رغم ما أسهمت به كل المقاييس السابقة من تقدم في قياس الجودة و تقييمها إلا أنها يغلب عليها الطابع الجزئي، مما أدى إلى إبراز ضرورة قياس جودة الخدمة و تقييمها بطريقة شاملة أي من وجهة نظر كلا من العميل ومقدم الخدمة (المصرف).

الشكل (9): نموذج قياس جودة الخدمة وتقييمها من وجهة نظر مقدم الخدمة





المصدر: (خوضر، 2015، صفحة 55)

إن نماذج قياس جودة الخدمة، توفر للمصرف تغذية عكسية من المعلومات من مستوى الإشباع الذي حققته الخدمة المقدمة لمطالب وتوقعات زبائنها. كما تكشف جوانب النقص، ومجالات إدخال التحسينات المستمرة لزيادة درجة رضا الزبائن لجودة ما تقدمه المنظمة لهم من خدمات. (صحراوي، 2015، صفحة 50)

المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النشاط المصرفي

أصبح استخدام التكنولوجيات المختلفة عنصرا هاما في النشاطات نتيجة لما توفره من فعالية، سرعة، ووفرة في المعلومات عن العميل

و المصرف وكذا الأسواق. فسنحاول من خلال هذا العنصر التعرف على مراحل دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكذا أسباب التسارع في دمجها، وفي آخر هذا العنصر سنعرض الفرص والميزات التي تكسيها هذه الأخيرة للمصارف.

المطلب الأول: مراحل وأسباب دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النشاط المصرفي

أثرت تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المصارف بشكل ايجابي وذلك بتقديم خدماتها أكثر سهولة وسرعة ودقة كذلك مساهمتها في تحقيق الأهداف المخططة للمصرف. وفي هذا الصدد سنتناول هذه التغيرات التي أحدثتها التكنولوجيا على القطاع المصرفي بتركيز أكثر من خلال التعرض لمراحل وأسباب تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المصرفي.

أولا: مراحل دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النشاط المصرفي:

يمكن تقسيم مراحل دمج التكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المصارف إلى مرحلتين أساسيتين: (ميهوب، 2014، صفحة 13.11)

1. المرحلة الممتدة ما بين 1914 إلى 1970: رغم طول هذه المرحلة إلا أن المصارف لم تعرف خلالها إلا مرحلتين من التطورات الأساسية التي مست نشاطها المصرفي، يمكن إيجازهما فيما يلي :

الفصل الثاني الخدمة المصرفية ومدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسينها

● **إدخال المحترفين إلى العمل المصرفي:** تم ذلك بعد نهاية الحرب العالمية الأولى سنة 1914، أين بدأت المصارف تدخل محترفين في تقديم بعض الأنشطة المصرفية، وخاصة تلك الأنشطة المعقدة و التي تتطلب نوعا من الخبرة و الحرفة، و كان الهدف من وراء ذلك هو تحقيق عامل السرعة و الكفاءة العالية في إنجاز المهام المصرفية.

● **مرحلة الاهتمام بالنشاط التسويقي:** تبنت المصارف في هذه المرحلة إستراتيجيات تسويقية كان لها أثرا على كل عناصر المزيج التسويقي، وكانت تهدف من ورائها إلى تصريف خدماتها بطريقة أكثر فعالية.

2- المرحلة الممتدة من السبعينيات إلى يومنا هذا: تميزت المصارف في هذه الفترة بالتوسع المستمر في تبني تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، و يمكن تقسيمها إلى العديد من المراحل:

● **الاعتماد الأولي على تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات من طرف المصارف:** كان هدف المصرف من وراء تبني تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في هذه المرحلة هو إيجاد حلول للأعمال المكتبية الخلفية، حيث بدأ المختصون في المجال يدخلون المصارف لإيجاد حلول لمشاكل الأعمال المصرفية و من بينها: التأخر في إعداد التقارير المالية و المحاسبية، حيث تميزت هذه الفترة بعدم تدخل الإدارة الوسطى و العليا التنفيذية في الحلول المقترحة أو في تكلفتها، و كان الهدف الأساسي هو إيجاد الحلول لهذه المشاكل.

● **تعميم استخدام التكنولوجيا:** تميزت هذه المرحلة بتعميم الوعي التكنولوجي على كافة العاملين بالمصرف و كذا الاستعداد للدخول إلى تكنولوجيا أوسع، بالإضافة إلى عدم تدخل الإدارات الوسطى و العليا في النشاط.

● **الاعتماد على وسائل الاتصال في عرض الخدمات:** اعتمدت المصارف بعض الوسائل من أجل التوفير الفوري لخدمات العملاء بتكاليف مرتفعة، مما دفع الإدارة العليا لتوجيه اهتمامها إلى تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، رغبة في تطوير المنتجات حسب متطلبات العملاء و بتكلفة أقل.

● **التحكم في التكاليف:** تميزت هذه المرحلة بضبط الاستثمارات في التكنولوجيا، كما عملت الإدارة العليا على الاستعانة بمختصين في تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات لمساعدتها في ضبط التكاليف.

● **الإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا:** نتج هذا التفكير عن الاستثمارات الضخمة التي قامت بها المصارف في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، إذ تم اعتبارها كأصل من أصول المصرف، و بالتالي فهو يحقق مردودية كباقي الأصول.

و في هذا المرحلة أصبحت تعتبره عمل ضمن أعمال المصرف و بدأ التركيز فيها على تفعيل الإنتاجية على الصعيد الداخلي والخارجي، لقد نتج عن الإدارة الإستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات من طرف المصرف العديد من التوجهات الحديثة منها : - اهتمام المصارف بالخدمات المصرفية بالتجزئة مما ساعد على زيادة ربحيتها.

الفصل الثاني الخدمة المصرفية ومدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسينها

- الاعتماد المتزايد على التقنيات الإلكترونية لتلبية حاجات المتعاملين من الخدمات الإلكترونية.
- زيادة أهمية التكنولوجيا في مراقبة سير الأعمال و كذا الرقابة الداخلية و التحكم في المخاطر.
- الحد من استعمال الملفات الورقية التي تحتاج إلى حيز كبير داخل المصارف .

إذن يمكن القول بأن علامات بروز الصيرفة الإلكترونية التي تعتمد على الركائز الإلكترونية في عرض المنتجات للمتعاملين معها بدأت خلال هذه الفترة، و كان الهدف من ورائها هو تسهيل الأعمال و تلبية متطلبات المتعاملين.

ثانيا: أسباب دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النشاط المصرفي

هناك العديد من الأسباب التي دفعت المصارف إلى دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصال، يمكن ذكرها فيم يلي: (حريدي و بوطالب، دور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة الخدمات المصرفية (مذكرة ماستر)، 2016، صفحة 29.27)

◀ تطور الإنترنت وعوامل دمجها في العمل المصرفي: تعتبر الانترنت ثمرة الدمج ما بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال

إذ نجد الجميع يتفق على أن شبكة الانترنت أصبحت وسيلة اتصال مطلوبة من طرف الكثير من المنظمات من جهة ومن طرف المتعاملين من جهة أخرى، لذا سنركز عليه الدراسة باعتباره أهم الشبكات المعتمدة من طرف المصارف.

وهناك خصائص للانترنت الداعمة لاستراتيجيات المصارف حيث تؤثر بعض الخصائص بشكل جوهري في استراتيجيات المصرف، فإذا كان هدف المصرف الأساسي يتركز على إشباع الحاجات الحالية والمستقبلية للعملاء فإن المصرف بإضافته لهذه التقنية سيتمكن من تحقيق هذا الهدف، وكذا تحقيق أهداف أخرى مصاحبة لها، ومن بين هذه الخصائص ما يلي:

أ. الانترنت شبكة مفتوحة: الانترنت شبكة مفتوحة ليست مغلقة كتلك التي تمتلكها شركات الاتصال الهاتفية فلا توجد قواعد أو شروط تمنع الشركات أو الأفراد التعامل من خلالها مما ساعد المصارف في التوسع في عرض خدماتها المختلفة من خلال هذه الشبكة

ب. الانترنت شبكة عامة: المقصود بذلك هو عدم وجود شركة أو جهة تدعي ملكية شبكة الانترنت أو تحدد معايير هذا البروتوكول فهي تحدد من خلال بائعي أجهزة الحاسب، البرمجيات، المستخدمين والمهندسين.

الفصل الثاني الخدمة المصرفية ومدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسينها

ت. وسيلة اتصال تفاعلية: الانترنت ليس مثل التلفاز، الصحافة، الإذاعة والمجلات، فهو يحقق اتصال أو اتجاهين وهذا ما يجعل المستخدمين شركاء فاعلين في العمليات الاتصالية وليسوا سلبيين أو متلقين بغير إرادتهم. فالمتعامل يحدد لوحده المعلومات التي يحتاجها وكذا العروض التي يرغب فيها على حسب حاجاته ورغباته والأسعار التي تناسب معه، وهذا لكون الانترنت يعرض حزمة من الخدمات المتنوعة.

► **التجارة الإلكترونية:** يعتبر مصطلح التجارة الإلكترونية أكثر تحديدا من الأعمال الإلكترونية فهذه الأخيرة تضم جميع الآليات الإلكترونية التي تمكن من ممارسة جميع الأنشطة والأعمال داخل الشركات أو بين الشركات والمتعاملين معها، وفي المقابل نجد أن التجارة الإلكترونية تنطوي إلا على عمليات البيع والشراء بالوسائل الإلكترونية وبصفة أساسية من خلال الانترنت، الذي ساعدها على تحقيق عدد من الخصائص:

- سرعة وسهولة الاتصالات مما ساعد على إبرام العديد من الصفقات بين أطراف متعددة، وكذا القيام بمعاملات مالية مختلفة، وهذا يساهم في توفير الوقت والجهد.

- وجود شفافية في التعامل، مما يوفر المعلومات الوافية عن المتعاملين وكذا المنافسين وهذا يسهل للمتعامل الحصول على الخدمة بجودة عالية وتكلفة منخفضة.

► **عولمة الأسواق:** صاحب تحرير التجارة الدولية تحرير لحركة رؤوس الأموال، حيث نجد الدول المتقدمة قد فتحت أسواقها المالية لرأس المال الأجنبي، وحدث توسع كبير في الأسواق العالمية وتزايد أعدادها ودرجة تكاملها، حيث أنها لم تعد أسواق مالية وطنية متفرقة فقط بل اندمجت جميعها في سوق عالمي واحدة.

المطلب الثاني: أدوات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النشاط المصرفي

تتمثل تكنولوجيا المعلومات والاتصال المستخدمة في المصرف فيما يلي: (صحراوي، 2015، صفحة 50-54)

1. جهاز الصراف الآلي (Automated Teller Machines) (ATM): وهي تلك الآلات التي يمكن نشرها بالأماكن المختلفة سواء بالحداد أو بشكل مستقل، وتكون متصلة بشبكة حاسب المصرف، ويقوم الزبون باستخدام بطاقة بلاستيكية أو بطاقة ذكية للحصول على الخدمات المختلفة دون الدخول إلى البنك وانتظار الموظفين لتلبية طلباته، ويمكن استخدام الصراف الآلي في العديد من العمليات المصرفية التقليدية وغير التقليدية. إن جهاز الصراف الآلي ذات سعة محددة من العملات لذلك فهي تعتمد لخدمة الحالات الطارئة للزبون حفاظا على وقته وتسهيلا لحاجاته، وهي محدودة من ناحية عدد مرات السحب وكمية النقود لذلك يحدد سقف للمبالغ النقدية الممكن سحبها بالاستناد إلى ظروف الزبون.

الفصل الثاني الخدمة المصرفية ومدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسينها

2. الهاتف المحمول: تسمح الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول للزبائن بإتمام عملياتهم المصرفية حول العالم وفي أي وقت ويمكن للزبائن أن يتحققوا من رصيد حسابهم الجاري وكذلك للخصم منه وذلك باستخدام الرقم السري للزبون الذي يتيح له الدخول إلى حسابه والقيام بمختلف العمليات المصرفية.

3. التلفزيون الرقمي: وهو عبارة عن ربط عبر الأقمار الصناعية بين جهاز التلفزيون بالمنزل و بين حاسب البنك، وبالتالي يمكن الدخول من خلال رقم سري إلى حاسب البنك أو شبكة الانترنت و تنفيذ العمليات المطلوبة، ويعد التلفزيون من القنوات التي تم ابتكارها والتي تمكن المصارف من التفاعل مع الزبائن في مواقعهم خصوصا في المنزل لاسيما في حالة عدم توفر جهاز حاسب.

4. الانترنت: يمكن للزبون من خلال شبكة الانترنت التي تربط حواسيب البنك في أي وقت وأي مكان الدخول إلى حاسب البنك لتنفيذ عملياته المصرفية وفقا للقواعد والشروط المسموح بها من الخدمات المسموح بها عبر شبكة الانترنت فتح الحسابات الحصول على القروض، دفع الفواتير الكترونيا وتحويل الأموال.

5. البطاقات الذكية: وهي عبارة عن بطاقة من البلاستيك بشرط ممغنط توضع في آلات الصراف الأوتوماتيكية، مما يسمح للزبون بالسحب أو الإيداع أو معرفة قيمة رصيده أو طلب دفتر الشيكات وتصدر البنوك هذه البطاقة في حالة قبولها لطلب أحد زبائنها بذلك والذي يملك حسابا لديها كما يمنح البنك الزبون رقما سريا في ظرف مغلق لا يعرفه أحد.

6. البطاقات الائتمانية أو بطاقات الاعتماد (credit card): ويوجد نوعين منها هما:

• **البطاقة الكلاسيكية:** هي عبارة عن بطاقة من البلاستيك تحمل معلومات عن اسم ورقم حساب العميل ، ويتم التعامل بهذه البطاقة التي يمنحها البنك لزونيه إذا استوفى شروطا معينة، من خلال الاستفادة من خدمات محلات تجارية معينة تعاقدت مع البنك على منح حامل البطاقة ائتمانا يتم استيفاؤه من البنك خلال نفس اليوم ويتحمل البنك أجل السداد الذي يبلغ 25 يوما من تاريخ استلام الزبون الفاتورة المشتريات والتي تكون عادة في آخر كل شهر ويعفى الزبون من دفع أي فائدة عن هذا الائتمان إذا قام بالسداد في اليوم المحدد أما في حالة فوات أجل السداد فعلى الزبون أن يدفع 1.5% في الشهر كفائدة على الرصيد المتبقي بدون سداد وتشتتر معظم البنوك حد أدنى للسداد يبلغ 10 دولارات أو 5% من الرصيد المتبقي، كما يتقاضى البنك عمولة بيع من المحلات التجارية ومحلات الخدمات تتراوح بين 3 و5% من قيمة المبيعات التي تتم بهذه البطاقة.

• **البطاقة الالكترونية أو المحفظة الالكترونية:** إن البطاقات أو المحفظة الالكترونية هي تطبيق لنظام محمول يسمح بنقل وحدات الكترونية للدفع مخزنة في ذاكرة داخلية غالبا ما تكون الدارة الالكترونية الصغيرة للبطاقة والهدف منها تحقيق مشتريات ذات قيمة صغيرة. ويوجد نوعين من المحافظ الالكترونية هما:

✓ المحفظة الالكترونية كحامل شكلي للوحدات النقدية الافتراضية .

الفصل الثاني الخدمة المصرفية ومدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسينها

✓ المحفظة الافتراضية وهي بمثابة حساب يزود بوحدة افتراضية رقمية من طرف البنك ويسمح بالقيام بالمدفوعات الصغيرة أو المنخفضة القيمة على شبكة الانترنت.

وفيما يلي سيتم ذكر أهم البطاقات الالكترونية العالمية :

■ **الفيزا كاش (visa cash):** وهي بطاقة الكترونية أمريكية مطورة من قبل مؤسسة فيزا العالمية البطاقات والبنوك الأمريكية التالية: first union; nation Bank; Wachovia وكانت أول تجربة لها في أبريل 1995.

وتعتبر بطاقة الفيزا كاش محفظة الكترونية حاملة لقيمة نقدية في شكل بطاقة ذات دارة الكترونية صغيرة، منها ما هو قابل لإعادة الشحن بعد نفاذها ومنها ما هو غير قابل لإعادة الشحن (ترمي البطاقة بعد نفاذها) وتشتري من الموزع الآلي بواسطة البطاقات العادية، ويمكن الشراء بفيزا كاش من أي متجر بفضل الوحدات النقدية المخزنة في الدارة الالكترونية الصغيرة.

■ **ماستر كارد كاش (master card cash):** وهي بطاقة الكترونية استرالية ذات دارة صغيرة ملحقة بطاقة ماستر كارد الكلاسيكية بمساهمة البنوك التالية: ANZ Bank ;Wespac Commonwealth Bank وتمت تجربتها في نهاية 1996.

وقد احتلت ماستر كارد كاش مكانة مهمة في مجال البطاقات الالكترونية خاصة بعد قرارها بامتلاك 51% من رأسمال شركة Mondex البريطانية للبطاقات الالكترونية وقرارها بإدخال بطاقتها ضمن النظام الرقمي على شبكة الانترنت

■ **مونداكس (Mondex):** هي بطاقة بريطانية مخترعة من طرف Tim Jones سنة 1990 مطورة من قبل البنكين البريطانيين:

Midland; Nat West ومؤسسة British Telecom وهي عبارة عن محفظة الكترونية ذات دارة صغيرة تسمح بدفع قيمة السلع والخدمات مثلها مثل النقود السائلة كما يمكن تحويل النقود من بطاقة لأخرى أو من بطاقة إلى حساب بنكي بواسطة نوع خاص من النهايات (أجهزة إدخال) أو هواتف British Telecom.

ويسمح القارئ الشخصي للبطاقات بمعرفة محتوى البطاقة في أي وقت ومراجعة العمليات التي تم إجراؤها وتخزينها في الدارة الالكترونية الصغيرة. ولقد جهزت بطاقة مونداكس لتقبل خمس عملات مختلفة وهي مؤمنة من قبل صاحبها بمفتاح سري مشكل من 16 رمزا حيث يمكن للسارق في حالة سرقتها إفراغها من محتواها لكنه لا يمكنه إعادة شحنها أو التقرب من البنوك المنشئة للبطاقة لأن هذه البنوك تستطيع أن تعرف على صاحب البطاقة بفضل رقم تسلسلي يمكنها من إيجاد صاحبها في حالة الضياع أو السرقة وتم تطوير هذه البطاقة لتصبح بطاقة افتراضية يتم التعامل بها على شبكة الانترنت منذ 28 سبتمبر 1996، كما تم بيع 51% من ملكية مونداكس في 18 نوفمبر 1996 إلى شركة ماستر كارد التي تتمتع بقدرة كبيرة على تمويل بطاقتها وتطويرها.

■ **بروتون (Proton):** بطاقة بروتون هي نظام بلجيكي للمحفظة الالكترونية، أطلق في فيفري 1995 مطور من قبل مجموعة

البنوك البلجيكية Bank Sys SA والذي يعني (Association des banques Belges) ويستخدم هذا النظام بطاقة ذات دارة الكترونية لتخزين وحدات نقدية يتم دفعها (للمتاجر، المطاعم، مواقف السيارات.. الخ) وهي قابلة لإعادة الشحن، كما طور

الفصل الثاني الخدمة المصرفية ومدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسينها

هذا النظام في إطار مشروع STEPS أي نظام الدفع الأوروبي العادي (Payment System Standard European)، وقد تم في بداية ديسمبر 1996 توزيع 10000 بطاقة بوجود 2500 جهاز إدخال ما أدى إلى القيام بحوالي 3.5 مليون عملية بمعدل 45 فرنك فرنسي للعملية، وقامت مجموعة البنوك البلجيكية (Pays-Bas) كأستراليا من خلال نظام (chip knip) بالتحالف مع بنك (ABN-Amro) الأسترالي، والبرازيل بواسطة بنك البرازيل (banco de Brasil) وسويسرا من خلال مشروع (Tele Kurs)، حيث هذه الدول نظام بروتون للبطاقات الالكترونية نظرا لفعاليتها وأمانته.

▪ **كليب (Clip):** هي بطاقة أطلقت وجربت في جوان 1996 ونظام كليب الأوروبي عبارة عن محفظة الكترونية متعددة العملات، تعتمد على تكنولوجيا البطاقات ذات الذرات الالكترونية الصغيرة وتستخدم كوسيلة للمدفوعات الصغيرة وخاصة من قبل المسافرين الذين يحتاجون إلى مبالغ صغيرة بعملات مختلفة، كما دخل نظام كليب مجال الدفع على الانترنت بالتعاون مع شركة IBM الأمريكية المختصة في مجال الإعلام الآلي والاتصالات.

7- جهاز القرض الآلي (Automated Loan Machine) (ALM): يعد من أجهزة الخدمة الذاتية التي تم استخدامها مؤخرا، وهو عبارة عن حاسوب طرفي يساعد الزبون على التزود بقرض عن طريق وضع معلومات حالية عنه، وقد يتم أيضا سؤال الزبون عدة أسئلة متسلسلة للتعرف على هويته ووضع الائتماني.

المطلب الثالث: المميزات الإستراتيجية التي توفرها تكنولوجيا المعلومات و الاتصال للتحسين من الخدمات المصرفية

تمتاز تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات بعدد من الخصائص جعلت المصارف تتبناها و تدرجها ضمن قائمة أهدافها الإستراتيجية ومن بينها ما يلي: (ميهوب، 2014، صفحة 20-22)

تقليص المسافات: بفضل تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات أصبح العالم قرية صغيرة تلاشت فيها الحدود الجغرافية، بمعنى أن كل الأماكن متجاورة إلكترونيا.

- **تقليص المكان:** تقصد بها هنا إمكانية استخدام وسائل التخزين التي تستوعب حجما هائلا من المعلومات، و التي يمكن الرجوع إليها و استخدامها بكل يسر وسهولة و في أي وقت، كما أنها تساعد على بناء قاعدة من المعلومات تستطيع المصارف الرجوع إليها وقت الحاجة من أجل اتخاذ مختلف القرارات .

- **تقليص الوقت:** إن استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات يعمل على تقليص وقت الاستجابة للطلبات، بمعنى يساعد على السرعة في إدارة و إنجاز الأعمال المصرفية، كما أنه يساهم في التقليل من الإجراءات و الخطوات التنفيذية، بالإضافة إلى أنه يساعد العميل في الحصول على الخدمة بسرعة عالية كعرفة الرصيد، إجراء عمليات التحويل، التعرف على الخدمات المصرفية... الخ .

الفصل الثاني الخدمة المصرفية ومدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسينها

- اقتسام المهام الفكرية مع الآلة: تظهر هذه الخاصية نتيجة التفاعل بين الباحثين و النظام من خلال إمكانية اتخاذ القرار من المعلومات المخزنة أو الناتجة عن البيانات المحصلة، و هذا يساعد على إيجاد مخرجات أكثر تطوراً و تلبية لحاجات المتعاملين مع المصرف.

- تزايد النظم الشبكية: تظهر من خلال إمكانية ربط النظم الداخلية مع بعضها البعض، بالإضافة إلى ربطها مع النظم الخارجية الأخرى في النظام الشبكي، و هذا يساعد على تطوير الاتصال ما بين المصرف و العميل، و كذا بين الإدارات الداخلية للمصرف الواحد و باقي المصارف، كما أنها توفر سرعة انتقال المعلومة من وإلى مختلف أقسام المصرف، وهذا بدوره يساعد على زيادة نطاق الإشراف على مختلف الأقسام وفي مختلف المهام .

- تطور البيئة الإلكترونية يساهم في البناء الفكري للأفراد: إن استخدام الأفراد لوقت طويل نظم المعلومات يساهم في التكوين الفكري لهم، مما ينتج عنه تفاعل الأفراد مع هذه الخدمات، وهذا يساعد على تحسين الصورة الذهنية للمصرف لدى العملاء، مما يدعم فرص الإبداع و الابتكار على كافة المستويات .

- تسمح باستثمار رأس مال المصارف: لقد أصبحت تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات من بين أهم العناصر في استثمار رأس مال المصارف في العديد من الدول، حيث بلغ في سنة 1982 في أمريكا 400 مليار دولار لتصبح سنة 2003 قيمتها 1300 مليار دولار وهذا يرجع لمساهمتها في تقوية الموقع التنافسي للمصرف في السوق .

- أساس مهم لإنجاز أعمال مختلفة: بينت الإحصائيات الأمريكية أنه يوجد أكثر من 113 مليون عامل يعتمد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في أداء الأعمال المختلفة، خاصة مع ظهور الحكومة الإلكترونية، المكتبة الإلكترونية، المصارف الإلكترونية و التجارة الإلكترونية، و إن كل هذه النشاطات لا يمكن أن تتم بمعزل عن تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات.

إن كل هذه العوامل تصب في هدف واحد للمصارف هو تحسين أدائها و تدعيم إستراتيجياتها المختلفة، و هو يعتبر الحجر الأساس في محافظة المصرف على عملائه و زيادة حصته السوقية، و من ثم المحافظة على مكانته أمام المنافسين في الداخل و الخارج.

خلاصة الفصل الثاني

من خلال هذا الفصل توصلنا إلى أن البنوك تمثل عصب الحياة النقدي والمالي في أي بلد في العالم باعتبارها الوسيط الأساس في عمليات التجارة الداخلية والخارجية، حيث شهد القطاع المصرفي في الآونة الأخيرة خطوات متسارعة نحو تطوير أداءه والارتقاء بجودة الخدمات المصرفية المقدمة للزبون سعياً للارتقاء إلى مستوى التحديات الكبيرة للمنافسة الكبيرة التي تواجهها في عملها المصرفي، وأن أهم ما يميز العمل المصرفي هو التطور المتزايد والمتسارع في التكنولوجيا المصرفية من أجل تطوير نظم ووسائل تقديم الخدمات المصرفية. لذلك أصبح لزاماً على البنوك الارتقاء من العمل التقليدي إلى العمل المصرفي الإلكتروني والاستغلال الأمثل لأهم التكنولوجيات القائمة عليها لمواكبة التغيرات وتلبية حاجات ورغبات العملاء.

الفصل التطبيقي

دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية

BADR وكالة بسكرة

تمهيد:

ان العصر الذي نعيشه اصبح يتسم بطابع العولمة، حيث ان التكنولوجيا غزت كل القطاعات و أهمها القطاع المصرفي، الذي تؤثر بذلك لشدة المنافسة فيه، حيث أصبحت المنظمات والمؤسسات تسعى للظفر باحدث التقنيات والبرمجيات لمواكبة هذا التطور السريع، و لذا سنحاول من خلال هذا الفصل معرفة دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمة المصرفية في بنك وكالة بسكرة، كما سنحاول معرفة مدى تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الخدمة "BADR" الفلاحة والتنمية الريفية المصرفية المقدمة.

وسوف نعتمد لتبيان هذا الأثر على نتائج استبيان قامت به الباحثتان صكاك فضيلة و زكار ابتسام تحت عنوان دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمة المصرفية - دراسة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة - إذ وجدنا بأن متغيرات دراستها تتقاطع بشكل جزئي مع متغيرات دراستنا، كما إعتدناها بسبب حداثتها ومن ثم نتائجها تعبر على الواقع المعاش.

المبحث الأول: لمحة عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR

يعد بنك الفلاحة والتنمية الريفية من أهم البنوك العمومية في الجزائر والتي تحاول الوصول إلى خدمات متطورة من خلال إدماج العديد من وسائل المعرفة في عمله والاهتمام بكل التطورات التكنولوجية الجديدة في مجال الخدمات المصرفية. وفي هذا المبحث سيتم التعرف على بنك الفلاحة والتنمية الريفية بكل أهدافه و مهامه، وكذا سنتعرف إلى سلسلة التطورات التكنولوجية التي شهدتها البنك وأخيرا سنتعرف على خدمة البنك على الخط التي يوفرها البنك لزيائته. (بلغيث، 2020، صفحة 48.58)

المطلب الأول: تقديم عام حول البنك

أولاً: التعريف ببنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR : يعد بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) مؤسسة مالية وطنية ينتمي إلى القطاع العمومي، أنشئت في 13 مارس 1982 على شكل شركة مساهمة ويبلغ رأس مالها 33 000 000 000 دينار جزائري، وتمثل مهامه في تنمية وتطوير القطاع الزراعي وتعزيز العالم الريفي ودعم نشاطات الصناعة التقليدية والحرفية. وبعد صدور قانون النقد والقرض في 14/04/1990 الذي منح استقلالية أكبر للبنوك وألغى مر التخصيص. أصبح بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك يباشر جميع الوظائف التي تقوم بها البنوك يباشر جميع الوظائف التي تقوم بها البنوك التجارية. ثم عاد البنك إلى التخصيص مع سنوات 2000. يقدر رأسمال البنك بـ 33 مليار دينار جزائري ويتميز بكثافة بشرية عالية جدا تزيد عن 7500 عامل من بينها إطارات ومهندسين وموظفين كما أنه يشغل مكانة هامة داخل النظام البنكي الجزائري حيث أنه صنف:

1. كأول بنك في ترتيب البنوك الجزائرية؛ 2. ثاني بنك على المستوى المغربي؛ 3. المرتبة الرابعة عشر على المستوى العربي؛ 4. تاسع بنك إفريقي من ضمن 326 بنك شملها التصنيف؛ 5. وقد احتل المركز الثامن والستين بعد الستمائة (668) في الترتيب العالمي من بين 4100 بنك.

وتجدر الإشارة إلى أن البنك كان أول من أطلق في سنة 1994 بطاقات السحب في الساحة المالية الجزائرية.

ويمكن تقسيم مراحل تطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى ثلاثة مراحل أساسية هي :

المرحلة الأولى من 1982-1990: تم تأسيس بنك الفلاحة والتنمية الريفية تبعا لإعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري، حيث انطلق برأس مال قدره مليار دينار جزائري، و 140 وكالة متنازل عنها من طرف البنك الوطني الجزائري.

وخلال السنوات الأولى من نشأته سعى البنك إلى فرض وجوده ضمن المجال الريفي بفتح العديد من الوكالات في المناطق الريفية وهذا طبقا لمبدأ تخصص البنوك حيث كان كل بنك عمومي يختص بإحدى القطاعات الحيوية العامة. وفي إطار الإصلاحات

الفصل التطبيقي: دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة

الاقتصادية تحول بنك الفلاحة والتنمية الريفية بعد عام 1988 إلى شركة مساهمة ذات رأسمال قدره 2.200.000.000 دج مقسما إلى 2200 سهم بقيمة 1.000.000 دج للسهم الواحد.

المرحلة الثانية من 1991-1999 : بعد صدور قانون النقد والقرض والذي منح استقلالية أكبر للبنوك ألغي نظام التخصيص للبنوك وأصبح بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك يباشر مهامه المختلفة المتمثلة في منح القروض وتشجيع عملية الادخار بنوعيتها بالفائدة وبدون فائدة، كما وسع أفقه إلى مجالات أخرى من النشاط الاقتصادي خاصة قطاع المؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة والمصغرة، وعليه يمكننا تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية بأنه بنك تجاري يمكنه جمع الودائع سواء كانت جارية أو لأجل، ويمثل أيضا بنك تنمية باعتباره يستطيع القيام بمنح القروض سواء كانت متوسطة أو طويلة الأجل، وهدفها تكوين رأس المال الثابت.

المرحلة الثالثة 2000-2002: تميزت هذه المرحلة بوجود التدخل الفعلي للبنوك العمومية لبعث نفس جديد في مجال تشجيع الاستثمارات وجعل نشاطها ومستوى مردودها يساير قواعد اقتصاد السوق، وفي إطار تمويل الاقتصاد ضمن التوجهات الاقتصادية الجديدة للجزائر، عمل بنك الفلاحة والتنمية الريفية على تغيير سياسته الاقراضية حيث رفع إلى حد كبير حجم القروض لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمصغرة في جميع ميادين وفي نفس الوقت طور مستوى أدائه مساهمة للتحويلات الاقتصادية والاجتماعية العميقة واستجابة التطلعات العملاء والمستثمرين.

ثانيا: مهام وأهداف البنك.

✓ المهام

أسس هذا البنك من أجل ضرورة اقتصادية تمثل في إعادة هيكلة النظام الفلاحي وتأمين الاستقلالية الاقتصادية للبلاد، وأيضا رفع مستوى معيشة السكان في الأرياف ويقوم بنك الفلاحة بالمهام التالية:

- يقوم بعمليات الاقتراض والصرف وأيضا عمليات الخزينة وجميع الاعتمادات المالية على اختلاف أنواعها.
- فتح الحسابات لجميع الأشخاص.
- قبول ودائع تحت الطلب والآجلة.
- المشاركة في تجميع الإدخارات.
- المساهمة في تطوير القطاع الفلاحي.
- تأمين ترقية النشاطات الفلاحية، والصناعة الميكانيكية و الفلاحية، وأيضا الحرفية.

- تسيير الموارد النقدية بالدينار والعملية الصعبة بطرق ملائمة.

✓ الأهداف:

- لجأ بنك الفلاحة والتنمية الريفية مثل البنوك الأخرى إلى القيام بأعمال ونشاطات عديدة للوصول إلى إستراتيجية تجعله مؤسسة بنكية كبيرة، وهذا بهدف تدعيم مكانته ضمن الوسط البنكي، ويمكن تلخيص أهداف البنك فيما يلي:
- الزيادة في الموارد مع أقل التكاليف، مردودية كبيرة في شكل قروض إنتاجية متنوعة مع احترام القاعدة وهي الموازنة بين الربحية والسيولة والأمان.
- التسيير الدقيق لخزينة البنك، خاصة في تقدير الدينار بالعمولات الصعبة.
- تأمين التناسق من طرف البنك في تنمية نشاطاته الخاصة به.
- زيادة فروعه ونشر شبكاته والتقرب أكثر من العملاء.
- إرضاء الزبائن وذلك بتقديم منتجاته والخدمات بكفاءة لتوفير احتياجاته.
- تنمية التجارة بتقديم تقنيات جديدة في الإدارة مثل التسويق وأيضا تقديم تشكيلة منتجات جديدة.
- إنتاج خدمات جديدة قادرة على تلبية الحاجات والرغبات المتجددة للعملاء.
- تحسين وتطوير طرق وأساليب أداء الخدمة بما يؤدي إلى تخفيض تكلفة تقديمها.
- تطوير الخدمات القديمة بغرض تحسين جودة الأداء أو تقليل التكلفة.
- البحث باستمرار لتحديد رغبات العملاء و التغيير في الخدمات التي تدعم حاجاتهم.

المطلب الثاني: منتجات وخدمات بنك الفلاحة والتنمية الريفية وتكنولوجياته

أولاً: المنتجات والخدمات التقليدية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية

يقدم البنك عدة خدمات ومنتجات تقليدية وحديثة وهذا لتحقيق رضا الزبائن بكل مستوياتهم وباختلاف حاجاتهم و رغباتهم.

1. منتجات بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

تتمثل أهم هذه المنتجات في:

الفصل التطبيقي: دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة

- **الحساب الجاري:** يكون مفتوحا للأشخاص الطبيعيين والمعنويين الذين يمارسون نشاطا تجاريا (تجار، صناعيون، مؤسسات تجارية، فلاحون،... الخ). هذا المنتج المصرفي بدون فائدة.
- **حساب الصكوك (الشيكات):** تكون حسابات مفتوحة لجميع الأفراد أو الجماعات التي لا تمارس أي نشاط تجاري (جمعيات، إدارة،... الخ) وذوي الأجور الراغبين في الاستعانة بالشيكات لتصفية الحسابات.
- **دفتر التوفير BADR épargneLivret:** وهو عبارة عن منتج مصرفي يمكن الراغبين من ادخار أموالهم الفائضة عن حاجاتهم على أساس فوائد محددة من طرف البنك أو بدون فوائد حسب رغبات المدخرين، وباستطاعة هؤلاء المدخرين الحاملين لدفتر التوفير القيام بعمليات دفع وسحب الأموال في جميع الوكالات التابعة للبنك وبذلك فإن هذا المنتج يجنب أصحاب دفاتر التوفير مشاكل وصعوبات نقل الأموال من مكان الآخر.
- **دفتر توفير الشباب Junior épargneLivret:** مخصص لمساعدة أبناء المدخرين للتندرس والتدريب على الادخار في بداية حياتهم الادخارية. هذا الدفتر يفتح للشباب الذين لا تتجاوز أعمارهم 19 سنة من طرف ممثلهم الشرعيين حيث حدد الدفع الأولي بـ 500 دينار، كما يمكن أن يكون الدفع في صورة نقدية أو عن طريق تحويلات تلقائية أو أوتوماتيكية منتظمة. كما يستفيد الشاب صاحب الدفتر عند بلوغه الأهلية القانونية ذو الأقدمية التي تزيد عن 5 سنوات الاستفادة من قروض مصرفية تصل إلى مليونين دينار جزائري.
- **بطاقة بدر BADR Carte:** هذه البطاقة موجهة لزبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية حيث تمكن من القيام بعمليات الدفع والسحب للأوراق النقدية عبر الموزعات الآلية للأوراق النقدية DAB كما تمكن أصحابها أيضا من القيام بعمليات السحب من الموزعات الآلية للبنوك الأخرى.
- **سندات الصندوق Les bons de caisse:** عبارة عن تفويض لأجل وبعائد موجه للأشخاص الطبيعيين والمعنويين.
- **الإيداعات لأجل Les depots a termes:** وهي وسيلة تسهل على الأشخاص الطبيعيين والمعنويين إيداع الأموال الفائضة عن حاجاتهم إلى أجل محددة بنسبة فوائد متغيرة من طرف البنك.
- **حساب بالعملة الصعبة Les comptes devises:** منتج يسمح بجعل نقود المدخرين بالعملة الصعبة متاحة في كل لحظة مقابل عائدا محدد حسب شروط البنك. كما توجد عدة منتجات أخرى لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية كالدفتر المخصص للسكن إضافة إلى الاعتمادات والقروض التي يمنحها البنك لزبائنه التي تكون وفق دراسات وشروط مسبقة.

2. الخدمات التقليدية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية:

تظهر أهم هذه الخدمات في:

الفصل التطبيقي: دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة

- فتح مختلف الحسابات للزبائن وتخليص الصكوك بأمر المعني أو بأمر الآخرين.
- التحويلات المصرفية.
- الخدمات المتعلقة بالدفع والتحويل فيما يخص التعاملات الخارجية.
- خدمة كراء الخزائن الحديدية.
- خدمات البنك للمعaine BADR consulte : التي تمكن الزبائن من معاينة ومراجعة التحويلات التي طرأت على أرصدهم عبر استعمال الأرقام الشخصية السرية لهم المعطاة من طرف البنك من خلال استعمال أجهزة الإعلام الآلي المتاحة.
- خدمات الفحص السلبي télétraitement : التي تسمح بخدمة أحسن لزبائن البنك باستعمال شبكة الفحص السلبي في تنفيذ العمليات التحويلية المصرفية في الوقت الحقيقي. ويعتمد بنك BADR في توزيع خدماته المصرفية على التوزيع المباشر من خلال شبكة من الوكالات منتشرة عبر كامل التراب الوطني والتي تتعدى 300 وكالة بهدف الوصول على أكبر عدد من الزبائن أيضا وضع البنك تحت تصرف زبائنه نظام توزيع الكتروني وذلك عن طريق الموزعات الآلية للأوراق النقدية DAB أو عن طريق الشبايبك الآلية للأوراق النقدية GAB كما يوفر أيضا خدمات مصرفية عبر الهاتف لكنها محدودة جدا.

ثانيا: الخدمات الالكترونية المقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

يعد بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR من رواد المؤسسات المصرفية في الجزائر فقد قطع شوطا كبيرا على مستوى نظام الاتصالات، فهو يمتلك شبكة اتصالات تعم جل مناطق الوطن، وهي مخصصة للتحويل المالي المباشر مع وكالاتها، وتعتبر بطاقة السحب والدفع BADR دعم النشاط المصرفي للمؤسسة وزيادة لمواردها ووسيلة لتحسين خدماتها المصرفية.

(1) وسائل الدفع الكتروني: في إطار برنامج تحديد نظام الدفع وفر بنك الفلاحة والتنمية الريفية أربعة بطاقات عادية وأخرى ذهبية تتضمن شعار البنك المصدر مما تحوي شريطا مغناطيسيا وشريحة لعملية السحب فيما تحتوي أيضا على اسم العميل وتتيح هذه البطاقة كافة عمليات السحب مع إمكانية التعرف على الباقي مع كل عملية، سوف نعرضها كما يلي:

- بطاقة توفير: هي بطاقة مزودة بشريحة مغناطيسية مطابقة للمعايير الدولية فهي مرتبطة بدفتر التوفير تسمح له بالقيام بعمليات السحب والدفع بأي زمان ومكان، تسلم لصاحبها من طرف وكالة المواطن لديها، بالإضافة إلى أنها تمنح لصاحبها السحب كل ثلاثة أيام بحدود 50.000 دج، وهذه البطاقة صالحة لمدة سنتين، ويتم تجديدها آليا.

• بطاقة CBRI: هي بطاقة للسحب سارية المفعول في القطر الجزائري فقط ما بين البنوك، تسمح صاحبها أو حاملها بسحب الأموال على مستوى الصراف الآلي، بالنسبة للأشخاص الطبيعيين الذين يملكون حسابا بالدينار الجزائري سلسلة 200، ودخل

الفصل التطبيقي: دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة

ثابت. اما بالنسبة لممثلي أو وكلاء المؤسسات أو الشركات الذين لديهم حساب بالدينار الجزائري سلسلة 300، في هذه الحالة البطاقة ترسل إلى حساب المؤسسة.

- بطاقة CIB: هي بطاقة وطنية للسحب الصحيح فقط في الجزائر على مستوى البنوك، إضافة إلى الدفع، وتكون حسب طلب الزبون ويستطيع سحب ثلث الأجر، وتجدد تلقائيا قبل شهر من نهاية صلاحيتها.
- البطاقة الذهبية GOLD: هي بطاقة وطنية مخصصة للزبائن ذوي الدخل المرتفعة في حدود 50.000 دج مثل المقاول، محامي أستاذ، دكتور.... الخ، وتجدد تلقائيا قبل هر من نهاية صلاحيتها.

(2) خدمات الصراف الآلي:

- شبك الآلي للأوراق GAB: شبك تلقائي للبنك، هو شبك خارجي يسمح لحامل البطاقة البنكية بالدفع والتحويل دون تدخل موظفي البنك 24 سا/24 سا.
 - الموزع الآلي للأوراق DAB: هو آلة أوتوماتيكية يعمل على مدار 24 سا/24 سا الذي يقدم خدمة الأكثر ضرورة للزبون.
- الجدولين التاليين يوضحان مجمل الخدمات التي يقدمها الصراف الآلي من خلال جهازين GAB، DAB

الجدول رقم 1: الشبك الآلي للأوراق GAB

النتائج	التقنية	الخدمات التي يقدمها	
يستعمل من طرف الزبائن حتى في أوقات غلق البنك على مدار 24 سا.	جهاز موصول بكمبيوتر رئيسي للبنك يقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة.	يخول لحائز البطاقة القيام بالعديد من جهاز موصول بكمبيوتر يستعمل من طرف الزبائن للأوراق العمليات منها: - سحب الأموال، معرفة الرصيد، القيام بالتحويلات، طلب دفتر الشيكات.	الشبك الآلي للأوراق GAB

المصدر: (بلغيث، 2020، صفحة 55)

الجدول رقم 2: الموزع الآلي للاوراق DAB

النتائج	التقنية	الخدمات التي يقدمها	
تخفيض نشاط السحب على الفروع.	جهاز موصول بكمبيوتر بوحدة مراقبة تقرا المدارات المغناطيسية للبطاقات.	يسمح لحامل بطاقة السحب بالقيام بعملية سحب الأموال.	الشبكات الآلي للاوراق DAB

المصدر: (بلغيث، 2020، صفحة 55)

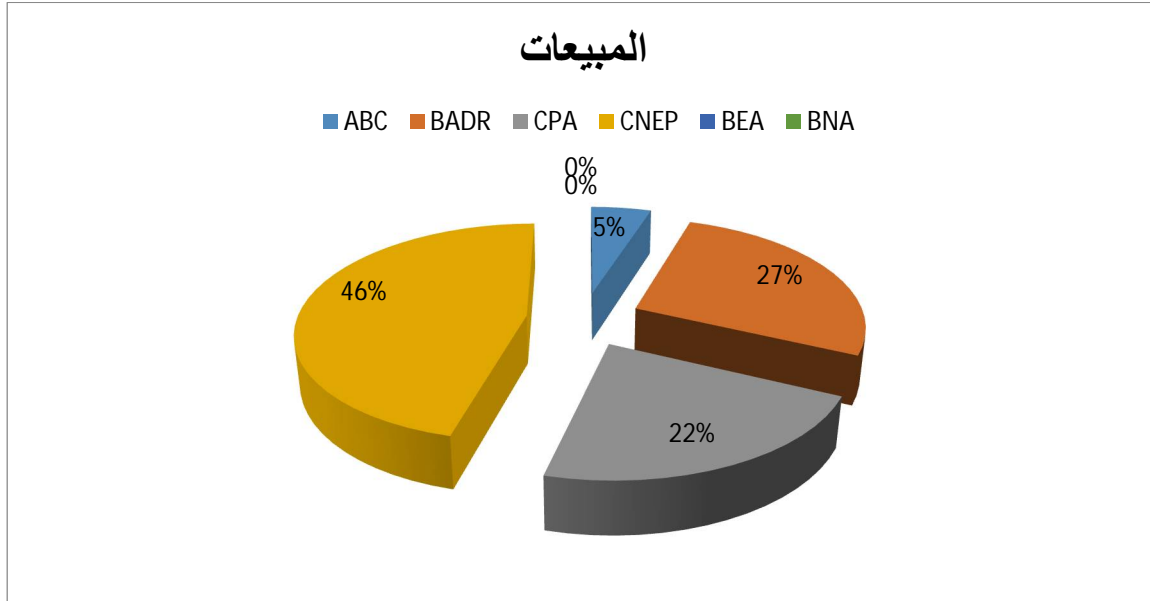
الجدول رقم 3: جدول يمثل عدد الوكالات وعدد الموزعات الآلية على مستوى المصارف العمومية في الجزائر

CNEP	CPA	BNA	BEA	BADR	ABC	
209	154	205	150	300	24	عدد الوكالات
209	100	-	-	121	24	عدد الموزعات الآلية

المصدر: (بلغيث، 2020، صفحة 56)

من قراءة بيانات الجدول تبين لنا أن بنك الفلاحة والتنمية الفلاحية يحتل حصة الأسد بالنسبة لعدد الوكالات عبر الوطن وهذا الانتشار الواسع ناتج عن القيادة المتميزة للبنك ذات الرؤية الاستراتيجية، إضافة إلى الموارد البشرية والتكنولوجية، وهذا ما يميزها عن البنوك الأخرى، مما يوضح التنوع في الخدمات المقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية، أما بالنسبة لعدد الموزعات الآلية فيحتل المرتبة الثانية بعد CNEP نظرا لمحدودية استعمال بطاقات الدفع المتمثلة في 4 بطاقات فقط، وأخرى ستدخل نظام الدفع في المستقبل.

الشكل رقم 10: دائرة نسبية تمثل عدد الآلية حسب الوكالات



المصدر: (بلغيث، 2020، صفحة 56)

حيث تقدر نسبة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالنسبة لعدد الموزعات الآلية بنسبة يوضح أن البنك أنه يتماشى بوتيرة متسارعة بالمقارنة مع البنوك الأخرى.

3. نظام المقاصة الالكترونية:

و المقاصة الالكترونية ATCI في الانتاج في ماي 2006، ويسمح هذا النظام بتبادل كل وسائل الدفع بالجمهور العريض (شيكات، أوراق تجارية، إقتطاعات آلية، عمليات على البطاقات)، ويسير هذا النظام من طرف مركز المقاصة ما بين المصارف CPI ويهدف هذا النظام الى جعل مختلف عمليات التحويل تتم بشكل أوتوماتيكي، وريح الوقت والتكاليف وذلك بالانتقال من الصفة المالية الى غير المادية.

المميزات التي تقدمها المقاصة الالكترونية:

- إعادة الثقة للزبائن في وسائل الدفع خاصة الشيكات.
- تقليص آجال المعالجة وتسريع المعاملات فيتم قبول أو رفض العملية خلال 24 ساعة.

الفصل التطبيقي: دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة

•مواجهة ومحاربة تبييض الأموال في الجزائر .

الجدول 4 : يمثل عدد العمليات اليومية والوقت الذي تعالج فيه المعاملات

CNEP	CBA	BNA	BEA	BADR	ABC	
-	200	500	2000	200	20	عدد العمليات في اليوم
2	2	2	10	1	2	متوسط الوقت بالدقيقة

المصدر: (بلغيث، 2020، صفحة 58)

المصارف العمومية تسجل رقم مهم في معالجة المعاملات في اليوم الواحد، بحيث معظم الوقت المقدر لمعالجة هذه المعاملات لا يتعدى 10 دقائق، ونلاحظ من خلال الجدول أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية يحتل المرتبة الثالثة بالنسبة لعدد العمليات المعالجة في اليوم، أما بالنسبة لمتوسط الوقت المقدر لمعالجة المعاملات فهي تحتل المرتبة الأولى، حيث يتم معالجة حوالي 200 عملية في وقت لا يتعدى الدقيقة، بالمقارنة بالبنوك الأخرى وهذا يدل على الإمكانيات العالية والمتطورة التي يستخدمها البنك في معالجة العمليات المالية.

المبحث الثاني: المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة

سنتطرق في هذا المبحث على منهجية الدراسة والإطار الوصفي لمجتمع الدراسة وأساليب المعالجة الإحصائية.

المطلب الأول: منهجية الدراسة

سنتناول في هذا المطلب منهج وأداة الدراسة وثبات هذه الأداة واختبار التوزيع الطبيعي

أولاً: منهج الدراسة

ويقصد به الطريقة الموضوعية التي يتبعها الباحث في دراسة ظاهرة من الظواهر قصد تشخيصها وتحديد أبعادها بما يتيح معرفة أسبابها ومؤثراتها للوصول الى نتائج عامة محددة يمكن فهم الظاهرة من خلاله.

لقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي في وصف الجانب لنظري وعرض بعض الدراسات السابقة ونعتمد في الدراسة التطبيقية في مايلي على منهج دراسة حالة فالبتالي فان الملامح الاساسية لمنهج الدراسة تتمثل في جمع كل من المنهج الوصفي ومنهج دراسة حالة

ثانياً: اختبار اداة الدراسة

سحاول دراسة الصدق الظاهري والبنائي لاداة الدراسة وكذا دراسة ثباتها

- الصدق الظاهري لاداة الاستبيان اذ تم عرضها على الاستاذ المشرف وعلى مجموعة من المحكمين.

وعلى ضوء ارائهم واقتراحاتهم تم صياغة الاستبيان بصورتها النهائية(انظر الملحق

صدق وثبات أداة الدراسة

1. معامل الثبات Alpha Cronbach

جدول رقم (5): معامل الثبات الكلي Alpha Cronbach

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,956	10

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

جدول رقم (6): معامل الثبات إذا تم حذف المحور Alpha Cronbach

Alpha de Cronbach en cas de suppression de l'élément	الأبعاد والمتغيرات
,952	أجهزة وبرمجيات
,957	دقة قواعد البيانات
,962	شبكات اتصال
,950	مهارة وخبرة
,947	تكنولوجيا المعلومات والاتصال
,948	الإعتمادية
,950	الاستجابة
,951	الملموسية
,949	الثقة والأمان
,946	الخدمة المصرفية

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

نلاحظ أن معامل الثبات لجل أبعاد ومتغيرات الدراسة يفوق 60 %، وجاء معدل الثبات العام ب(95,6%)

وهي نسبة عالية تمكن من الاعتماد على نتائج الدراسة، وبالتالي يمكن الحكم على مدى فعالية الاستبانة وتحقيقها الهدف من الدراسة.

اختبار التوزيع الطبيعي:

الجدول (7): اختبار **Shapiro-Wilk** للتوزيع الطبيعي

Shapiro-Wilk			
Sig.	ddl	Statistiques	
,784	35	,981	أجهزة وبرمجيات
,456	35	,970	دقة قواعد البيانات
,774	35	,980	شبكات اتصال
,486	35	,972	مهارة وخبرة
,137	35	,953	تكنولوجيا المعلومات والاتصال
,132	35	,952	الإعتمادية
,244	35	,961	الاستجابة
,694	35	,978	الملموسية
,047	35	,937	الثقة والأمان
,467	35	,971	الخدمة المصرفية

*. Il s'agit de la borne inférieure de la vraie signification.

a. Correction de signification de Lilliefors

المصدر: إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS V23

من خلال الجدول السابق وحسب اختبار **Shapiro-Wilk** يمكن القول أن البيانات المدروسة تتوزع توزيع طبيعي وذلك كون sig جاء أكبر من 0,05 بالنسبة لجل أبعاد ومتغيرات الدراسة تقريبا، وقد تم استخدام هذا الاختبار لأنه الذي يعنى بالعينات التي هي أقل من 50 مفردة.

أساليب المعالجة الإحصائية

بهدف الإجابة على إشكالية وتساؤلات الدراسة وبعد جمع البيانات الأولية عن طريق استبانة الدراسة، استعنا بالحزمة

الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS/v23) وذلك باستعمال مجموعة من الأساليب الإحصائية الوصفية المتمثلة في:

الفصل التطبيقي: دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة

التكرارات والنسب المؤوية، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، معاملات الثبات Alpha Cronbach، معاملات الصدق، اختبار الالتواء والتفلطح لمعرفة طبيعة توزع البيانات، اختبار تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA، معاملات الارتباط pearson، معاملات التحديد، وتحليل الانحدار البسيط وتحليل الانحدار الخطي المتعدد.

وتم تحديد الاختيارات ب خمسة درجات حسب سلم ليكرت من (موافق بشدة إلى غير موافق بشدة) كالتالي:

جدول رقم(8): درجات الاختيارات للاستبانة

الإجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1
مجالات الإجابة	5 _ 4,2	4,2 _ 3,4	3,4_ 2,6	2,6 _ 1,8	1,8_1
الاتجاه العام	جيد جدا	جيد	متوسط	ضعيف	ضعيف جدا

المصدر: إعداد الطالبة بناء على دراسات ومعطيات سابقة

1. العينة حسب الجنس :

جدول رقم(9): توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

		الجنس			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	22	62,9	62,9	62,9
	أنثى	13	37,1	37,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

المصدر: إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS V23

عينة الدراسة شملت كلا الجنسين ولكن بنسب متفاوتة حيث بلغت نسبة الذكور 62,9 %، بينما الإناث فقد بلغت نسبتهم 37,1 %، والفرق بين نسبة الإناث والذكور فرق مرتفع قد يعود ذلك لصغر حجم عينة الدراسة حيث جاء عدد الذكور أكبر من عدد الإناث.

2. توزيع العينة حسب العمر:

جدول رقم(10): توزيع عينة الدراسة حسب العمر

		العمر			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سنة 25 من أقل	7	20,0	20,0	20,0
	35 إلى 25 من سنة	16	45,7	45,7	65,7
	55 إلى 35 من سنة	10	28,6	28,6	94,3
	سنة 55 من أكثر	2	5,7	5,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

تشير النتائج في الجدول السابق إلى أن نسبة أفراد العينة الذين أعمارهم أقل من 25 سنة هي نسبة متوسطة قدرت بـ 20,0%، والذين تتراوح أعمارهم ما بين [25-35 سنة] هي بحدود 45,7% وهي نسبة مرتفعة مقارنة بغيرها من الفئات، وأما بالنسبة للذين كانت أعمارهم ما بين [35-55 سنة] فنسبتهم قدرت بـ 28,6% وهي نسبة جيدة، وتحتوي عينة الدراسة مفردتين فقط من الذين أعمارهم تفوق الـ 55 سنة بما يعادل 5,7%.

3. توزيع العينة حسب المستوى التعليمي:

جدول رقم(11): توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

		المستوى التعليمي			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	متوسط	6	17,1	17,1	17,1
	ثانوي	8	22,9	22,9	40,0
	جامعي	15	42,9	42,9	82,9
	عليا دراسات	6	17,1	17,1	100,0

الفصل التطبيقي: دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة

Total	35	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

المصدر: إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS V23

من خلال النتائج غلبت على العينة فئة الجامعي بنسبة 42,9 % ، وبمعدل 17,1% لمستوى الدراسات العليا، وشملت العينة 22,9% من مستوى الثانوي و17,1% كذلك لمستوى المتوسط.

1. توزيع العينة مدة التعامل:

جدول رقم (12): توزيع العينة حسب مدة التعامل

مدة التعامل		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من سنة	8	22,9	22,9	22,9
	من سنة إلى 3 سنوات	10	28,6	28,6	51,4
	من 4 إلى 6 سنوات	6	17,1	17,1	68,6
	أكثر من 6 سنوات	11	31,4	31,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

المصدر: إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS V23

من خلال النتائج قدرت نسبة الذين مدة تعاملهم أقل من سنة ب 22,9% وهي أكبر فئة في العينة، أما الفئة من سنة إلى 3 سنوات فجاءت بنسبة 28,6%، بالنسبة للفئة من 4 إلى 6 سنوات فكانت نسبتهم 17,1%. والذي مدة تعاملهم أكثر من 6 سنوات نسبتهم من عينة الدراسة 31,4%.

1. توزيع العينة حسب المهنة:

جدول رقم (13): توزيع العينة حسب المهنة

		المهنة			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موظف	20	57,1	57,1	57,1
	حرة مهنة	9	25,7	25,7	82,9
	متقاعد	6	17,1	17,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

من خلال النتائج قدرت نسبة الموظفين بـ 57,1% وهي أكبر فئة في العينة، أما فئة ذوي المهام الحرة فجاءت بنسبة 25,7%، أما المتقاعدين فكانت نسبتهم 17,1%.

عرض ومناقشة نتائج الدراسة

تحليل إجابات المبحوثين:

Statistiques descriptives					
الاتجاه العام (الدرجة الكلية)	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	N	
متوسط	5	1,380	2,49	35	توفر الحواسيب في البنك بعدد كاف
متوسط	6	1,240	3,14	35	يستعين البنك ببعض البرمجيات الجاهزة لأداء أعماله
متوسط	4	1,358	3,26	35	يقوم البنك باستخدام أجهزة ذات تقنية عالية من خلال تقنيات المعلومات المحسوبة
متوسط	3	1,287	3,14	35	يسعى البنك لتنفيذه أعماله من خلال تقنيات المعلومات المحسوبة

الفصل التطبيقي: دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة

جيد	2	,948	3,43	35	البنك يمتلك أجهزة ومعدات تمكنها من أن يكون رائد في عمله
جيد	1	1,143	3,60	35	الأجهزة الموجودة في البنك توفر معالجة سريعة ودقيقة للبيانات المطلوبة
متوسط		,90473	2,8238	35	أجهزة وبرمجيات

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

ترتبط إجابات الجدول السابق باتجاهات المبحوثين نحو بعد الأجهزة والبرمجيات وتعتبر إحدى محددات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وقد بينت إجابات المبحوثين أنه وبمعدل متوسط تتوفر الأجهزة والبرمجيات بالبنك محل الدراسة وذلك بمتوسط حسابي 2,8238 وانحراف معياري 0,90473، حيث وافق المبحوثين كما هو مبين في الجدول بدرجات متوسطة إلى جيدة متفاوتة على مؤشرات توفر الأجهزة والبرمجيات بالبنك، كتوفر الحواسيب، الاستعانة ببعض البرمجيات الجاهزة، امتلاك البنك لأجهزة ومعدات تمكنه من أن يكون رائد في مجاله... الخ

Statistiques descriptives					
الاتجاه العام (الدرجة الكلية)	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	N	
متوسط	3	1,272	3,17	35	يمكن الوصول للبيانات بالوقت المناسب من قبل الأعضاء العاملين في البنك
جيد	2	1,193	3,40	35	تتوفر الدقة في استرجاع البيانات والمعلومات
جيد	1	1,120	3,54	35	تمتاز البيانات بمرجعتها وتحديثها باستمرار
جيد	1	1,120	3,54	35	يحرص البنك على اتقاء البيانات المفيدة له من غير المفيدة قبل معالجتها
متوسط		,94118	2,5857	35	دقة قواعد البيانات

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

الفصل التطبيقي: دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة

ترتبط إجابات الجدول السابق باتجاهات المبحوثين نحو بعد دقة قواعد البيانات وتعتبر إحدى محددات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وقد بينت إجابات المبحوثين أنه وبمعدل متوسط تتوفر البرمجيات بالبنك محل الدراسة وذلك بمتوسط حسابي 2,5857 وانحراف معياري 0,94118، حيث وافق المبحوثين كما هو مبين في الجدول بدرجات متوسطة إلى جيدة متفاوتة على مؤشرات دقة المعلومات بالبنك، كإمكانية الوصول للبيانات في الوقت المناسب، الدقة في استرجاع البيانات والمعلومات، امتياز البيانات بمرجعيتها وحرص البنك على انتقاء البيانات المفيدة له من غيرها.

Statistiques descriptives					
الاتجاه العام (الدرجة الكلية)	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	N	
متوسط	1	1,221	3,26	35	يملك الافراد في البنك مهارات استخدام الحاسوب وبرمجياته
متوسط	3	1,341	2,71	35	قسم المعلومات في البنك يقوم بتدريب العاملين لتأهيلهم على تطبيق البرمجيات بكفاءة
متوسط	2	1,224	3,03	35	لدى البنك مبرمجين وخبراء يستطيعون تطوير البرمجيات وتكليفها وفقا لما يحتاج إليه
متوسط	4	1,195	2,57	35	يمنح البنك الامتيازات لذوي الأفكار الخلاقة والمبدعة
متوسط		,97446	3,1071	35	مهارة وخبرة

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

ترتبط إجابات الجدول السابق باتجاهات المبحوثين نحو بعد المهارة والخبرة وتعتبر إحدى محددات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وقد بينت إجابات المبحوثين أنه وبمعدل متوسط تتوفر المهارة والخبرة بالبنك محل الدراسة وذلك بمتوسط حسابي 3,1071 وانحراف معياري 0,97446، حيث وافق المبحوثين كما هو مبين في الجدول بدرجات متوسطة متفاوتة على مؤشرات المهارة والخبرة بالبنك، كما تملكه لمهارات استخدام الحاسوب وبرمجياته، تدريب العاملين وتأهيلهم على تطبيق البرمجيات بكفاءة، امتلاك البنك مبرمجين وخبراء يستطيعون تطوير البرمجيات وتكليفها وفقا لما يحتاج إليه... الخ.

الفصل التطبيقي: دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة

Statistiques descriptives					
الاتجاه العام (الدرجة الكلية)	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	N	
جيد	1	1,268	3,54	35	يستخدم البنك شبكات اتصال لربط كافة الاقسام المهمة فيه
متوسط	3	1,392	3,34	35	تبادل المعلومات والبيانات يتم بسهولة ما بين الاقسام في البنك من خلال وسائل الاتصال المتوفرة لديه
متوسط	2	1,239	3,37	35	يحرص البنك على توفير أمن الشبكات لغرض حماية المعلومات والبيانات والحفاظ على سريتها
متوسط	4	1,043	3,03	35	تمتاز إدارة البنك بمقدرتها على تنفيذ برامجها وخططها من خلال ما تمتلكه من إدارة تكنولوجيا المعلومات المحسوبة
متوسط		,97312	2,6786	35	شبكات الاتصال

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

ترتبط إجابات الجدول السابق باتجاهات الباحثين نحو بعد شبكات الاتصال وتعتبر إحدى محددات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وقد بينت إجابات الباحثين أنه وبمعدل متوسط تتوفر البرمجيات بالبنك محل الدراسة وذلك بمتوسط حسابي 2,6786 وانحراف معياري 0,97321، حيث وافق الباحثين كما هو مبين في الجدول بدرجات متفاوتة من متوسطة إلى جيدة على مؤشرات توفر شبكات الاتصال، كاستخدام البنك لشبكة الاتصال لربط كافة الأقسام المهمة فيه بدرجة كبيرة، تبادل المعلومات بسهولة داخل البنك من خلال وسائل الاتصال المتوفرة لديه، حرص البنك على توفير أمن الشبكات لغرض حماية المعلومات وحفظ سريتها... الخ

Statistiques descriptives					
الاتجاه العام (الدرجة الكلية)	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	N	

الفصل التطبيقي: دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة

متوسط	2	1,308	3,37	35	تساعد الصرافات الآلية العملاء على عدم التقيد بمواعيد العمل الرسمية
متوسط	4	1,384	3,29	35	إن الموقع الجغرافي للبنك مناسب من شأنه زيادة حسته من الأسواق المستهدفة
متوسط	3	1,274	3,29	35	كل المعلومات التي يقدمها الموقع الالكتروني للبنك يقوم بتحديثها باستمرار
متوسط	5	1,323	2,89	35	يقوم البنك بإصدار نشرات الكترونية تضم كافة المعلومات المتعلقة بنشاطه
جيد	1	1,292	3,49	35	تقدم البطاقات البنكية عدة خدمات متنوعة للعملاء (سحب الأموال، تسديد قيمة المشتريات)
متوسط		,95643	2,7371	35	الإعتمادية

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

ترتبط إجابات الجدول السابق باتجاهات الباحثين نحو بعد الاعتمادية وتعتبر إحدى محددات الخدمة المصرفية، وقد بينت إجابات الباحثين أنه وبمعدل متوسط تتوفر البرمجيات بالبنك محل الدراسة وذلك بمتوسط حسابي 2,7371 وانحراف معياري 0,95643، حيث وافق الباحثين كما هو مبين في الجدول بدرجات متفاوتة متوسطة إلى جيدة على مؤشرات الاعتمادية بالبنك، حيث تساعد الصرافات الآلية العملاء على عدم التقيد بمواعيد العمل الرسمية، تقدم البطاقات البنكية عدة خدمات متنوعة للعملاء، يقوم البنك بإصدار نشرات الكترونية تضم كافة المعلومات المتعلقة بنشاطه... الخ

Statistiques descriptives					
الاتجاه العام (الدرجة الكلية)	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	N	
جيد	1	1,501	3,43	35	تساعد الصرافات الآلية من اختصار الوقت والجهد على العميل

الفصل التطبيقي: دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة

متوسط	2	1,345	3,11	35	يعمل البنك على إصلاح أعطاب الصرافات الآلية بسرعة
متوسط	4	1,237	3,00	35	يقوم البنك بحل مشاكل المعاملات الالكترونية بطريقة أوتوماتيكية
متوسط	3	1,027	3,06	35	يلبي البنك طلبات العملاء واحتياجاتهم بصفة سريعة عن طريق البريد الالكتروني
متوسط		,95194	2,7929	35	الاستجابة

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

ترتبط إجابات الجدول السابق باتجاهات المبحوثين نحو بعد الاستجابة وتعتبر إحدى محددات الخدمة المصرفية، وقد بينت إجابات المبحوثين أنه وبمعدل متوسط يستجيب البنك محل الدراسة للتغيرات السريعة وذلك بمتوسط حسابي 2,7929 وانحراف معياري 0,95194، حيث وافق المبحوثين كما هو مبين في الجدول بدرجات متفاوتة متوسطة إلى جيدة على مؤشرات الاستجابة بالبنك حيث تساعد الصرافات الآلية من اختصار الوقت والجهد على العميل، يعمل البنك على إصلاح أعطاب الصرافات الآلية بسرعة، يقوم البنك بحل مشاكل المعاملات الالكترونية بطريقة أوتوماتيكية ويلبي طلبات العملاء واحتياجاتهم بصفة سريعة عن طريق البريد الالكتروني.

Statistiques descriptives					
الاتجاه العام (الدرجة الكلية)	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	N	
متوسط	2	1,216	3,14	35	يمكن الدخول إلى الموقع الالكتروني للبنك بطريقة سريعة ومباشرة
متوسط	3	1,337	2,91	35	سهولة وصول العميل إلى ما يحتاجه على موقع البنك
جيد	1	1,063	3,60	35	تساعد الصرافات الآلية البنك على تقديم خدماته المرفية للعميل
متوسط	4	1,272	2,83	35	محتوى الموقع الالكتروني للبنك منظم وشامل من السهل تصفحه

الفصل التطبيقي: دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة

متوسط		,88153	2,8786	35	الملموسية
-------	--	--------	--------	----	-----------

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

ترتبط إجابات الجدول السابق باتجاهات المبحوثين نحو بعد الملموسية وتعتبر إحدى محددات الخدمة المصرفية، وقد بينت إجابات المبحوثين أنه وبمعدل متوسط يتميز البنك بالملموسية وذلك بمتوسط حسابي 2,8786 وانحراف معياري 0,88153، حيث وافق المبحوثين كما هو مبين في الجدول بدرجات متفاوتة متوسطة إلى جيدة على مؤشرات الملموسية بالبنك يمكن الدخول إلى الموقع الإلكتروني للبنك بطريقة سريعة ومباشرة، يسهل على العميل الوصول العميل إلى ما يحتاجه على موقع البنك، تساعد الصرافات الآلية البنك على تقديم خدماته المصرفية للعميل، يعتبر محتوى الموقع الإلكتروني للبنك منظم وشامل من السهل تصفحه.

Statistiques descriptives					
الاتجاه العام (الدرجة الكلية)	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	N	
متوسط	4	1,190	3,37	35	هناك شعور بالأمان في اتمام المعاملات البنكية عبر الصرافات الآلية
متوسط	5	1,200	3,17	35	توفر الأنظمة الأمنية المتطورة التي تخلق الإحساس بعدم المخاطرة في التعاملات
متوسط	6	1,173	2,91	35	المعلومات التي يقدمها البنك عن الخدمات على الموقع الإلكتروني واضحة وصادقة
جيد	2	1,222	3,49	35	يتمتع الموقع الإلكتروني للبنك بسمعة طيبة
جيد	1	1,202	3,71	35	يوفر البنك السرية في التعاملات والمعاملات مع عملائه

الفصل التطبيقي: دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة

وجود ثقة ومصداقية في الخدمات البنكية الالكترونية المقدمة من طرف البنك	35	3,43	1,267	3	جيد
الثقة والأمان	35	2,6524	,91588		متوسط

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

ترتبط إجابات الجدول السابق باتجاهات المبحوثين نحو بعد الثقة والأمان وتعتبر إحدى محددات الخدمة المصرفية، وقد بينت إجابات المبحوثين أنه وبمعدل متوسط يتوفر الثقة والأمان للتعامل مع البنك محل الدراسة وذلك بمتوسط حسابي 2,6524 وانحراف معياري 0,91588، حيث وافق المبحوثين كما هو مبين في الجدول بدرجات متفاوتة متوسطة إلى جيدة على مؤشرات الثقة والأمان بالبنك حيث يوفر البنك السرية في التعاملات والمعاملات مع عملائه، يتمتع الموقع الالكتروني للبنك بسمعة طيبة، توجد ثقة ومصداقية في الخدمات البنكية الالكترونية المقدمة من طرف البنك، هناك شعور بالأمان في اتمام المعاملات البنكية عبر الصرافات الآلية، توفر الأنظمة الأمنية المتطورة التي تخلق الإحساس بعدم المخاطرة في التعاملات، تعتبر المعلومات التي يقدمها البنك عن الخدمات على الموقع الالكتروني واضحة وصادقة.

Statistiques descriptives					
الاتجاه العام (الدرجة الكلية)	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	N	
متوسط	2	,90473	2,8238	35	أجهزة وبرمجيات
متوسط	4	,94118	2,5857	35	دقة قواعد البيانات
متوسط	3	,97312	2,6786	35	شبكات الاتصال
متوسط	1	,97446	3,1071	35	مهارة وخبرة
متوسط		,76231	2,7988	35	تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

الجدول السابق يمثل ترتيب أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالبنك محل الدراسة حيث تبينى حسب إجابات المبحوثين بالترتيب التالي مهارة وخبرة في المرتبة الأولى، أجهزة البرمجيات في المرتبة الثانية، الشبكات والاتصال في المرتبة الثالثة، ودقة قواعد البيانات في المرتبة الرابعة والأخيرة.

Statistiques descriptives					
---------------------------	--	--	--	--	--

الفصل التطبيقي: دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة

الاتجاه العام (الدرجة الكلية)	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	N	
متوسط	3	,95643	2,7371	35	الإعتمادية
متوسط	2	,95194	2,7929	35	الاستجابة
متوسط	1	,88153	2,8786	35	الملموسية
متوسط	4	,91588	2,6524	35	الثقة والأمان
متوسط		,84479	2,7652	35	الخدمة المصرفية

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

الجدول السابق يمثل ترتيب أبعاد الخدمة المصرفية بالبنك محل الدراسة حيث تتبنى حسب إجابات المبحوثين بالترتيب التالي الملموسية في المرتبة الأولى، الاستجابة في المرتبة الثانية، الاعتمادية في المرتبة الثالثة، الثقة والأمان في المرتبة الرابعة والأخيرة.

المبحث الثاني: اختبار صدق الفرضيات

علاقة الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال و تحسين الخدمة المصرفية

لدراسة دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمة المصرفية يجب أن ندرس علاقة الارتباط بين المتغيرين أولاً.

Corrélations							
الخدمة المصرفية	الثقة والأمان	الملمو سية	الاستجابة	الإعتمادية	تكنولوجيا المعلومات والاتصال		
,846**	,796**	,797**	,731**	,765**	1	Corrélation de Pearson	تكنولوجيا المعلومات والاتصال
,000	,000	,000	,000	,000		Sig. (bilatérale)	
35	35	35	35	35	35	N	

** . La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

يبين الجدول السابق وجود علاقة ارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال مع متغير الميزة التنافسية ومختلف أبعادها حيث:

الفصل التطبيقي: دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة

- توجد علاقة ارتباط جيدة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والاعتمادية وقدر بـ 76,5% وهو ارتباط دال إحصائيا حيث جاءت قيمة مستوى الدلالة أقل من 0,05.
- توجد علاقة ارتباط جيدة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والاستجابة وقدر بـ 73,1% وهو ارتباط دال إحصائيا حيث جاءت قيمة مستوى الدلالة أقل من 0,05.
- توجد علاقة ارتباط جيدة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والملموسية وقدر بـ 79,7% وهو ارتباط دال إحصائيا حيث جاءت قيمة مستوى الدلالة أقل من 0,05.
- توجد علاقة ارتباط جيدة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والثقة والأمان وقدر بـ 79,6% وهو ارتباط دال إحصائيا حيث جاءت قيمة مستوى الدلالة أقل من 0,05.
- توجد علاقة ارتباط جيدة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومتغير الخدمة المرفية وقدر بـ 84,9% وهو ارتباط دال إحصائيا حيث جاءت قيمة مستوى الدلالة أقل من 0,05.

اولا: اختبار وتفسير الفرضية الرئيسية

السؤال الرئيسي (الاشكالية): هل يوجد دور ذو دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة عند مستوى الدلالة 0,05؟

Récapitulatif des modèles				
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,846 ^a	,717	,708	,45654

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

من خلال الجدول السابق وبالرجوع لمعامل التحديد يتضح وأن الخدمة المصرفية تتأثر بنسبة 71,7 % بتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	17,387	1	17,387	83,420	,000 ^b
	Résidu	6,878	33	,208		
	Total	24,265	34			

a. Variable dépendante : الخدمة المصرفية

الفصل التطبيقي: دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة

b. Prédicteurs : (Constante), تكنولوجيا المعلومات والاتصال,

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

من خلال نتائج تحليل التباين الموضحة في الجدول السابق فإن مستوى الدلالة يساوي (0,000) وهو أقل من مستوى المعنوية 5% وبالتالي فإن نموذج الانحدار معنوي، وهذا يعني أن هناك واحد على الأقل من معاملات الانحدار يختلف عن الصفر ولتحديد أيهما معنوي يتم اختبار المعنوية الجزئية للنموذج من خلال اختبار T-TEST

Coefficients ^a						
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,140	,298		,469	,642
	المعلومات تكنولوجيا والاتصال	,938	,103	,846	9,133	,000

a. Variable dépendante : المصرفية الخدمة

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

من خلال مستوى المعنوية في الجدول السابق والمقابل لمختلف العوامل المفسرة (تكنولوجيا المعلومات والاتصال) يتضح وان المقدار الثابت لكونه الحد الأدنى من الخدمة المصرفية هو مقدار غير معنوي عند مستوى 0,05 والنسبة لميل الانحدار (معامل الخدمة المصرفية) فهو دال عند مستوى معنوية 0,05 حيث قدرت مستوى الدلالة بـ (0,000) كما نلاحظ من خلال الجدول أن Beta قدرت بـ (0,846) وهي قيمة موجبة.

مما يعني قبول الفرضية التي تنص على أنه يوجد دور ذو دلالة احصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على

تحسين الخدمة المصرفية. وهو دور ايجابي

ثانيا: صدق الأسئلة الفرعية:

السؤال الأول: هل يوجد دور ذو دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الاعتمادية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة عند مستوى الدلالة 0,05؟

الجدول رقم (14): القدرة التفسيرية للنموذج

Récapitulatif des modèles				
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,765 ^a	,586	,573	,62475

a. Prédicteurs : (Constante), تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

من خلال الجدول السابق وبالرجوع لمعامل التحديد يتضح وأن الإعتمادية تتأثر بنسبة 58,6 % بتكنولوجيا المعلومات

والاتصال.

جدول رقم (15): تحليل التباين **ANOVA^a** لاختبار معنوية الانحدار

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	18,221	1	18,221	46,684	,000 ^b
	Résidu	12,880	33	,390		

الفصل التطبيقي: دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة

Total	31,102	34		
-------	--------	----	--	--

a. Variable dépendante : الإعتمادية

b. Prédicteurs : (Constante), تكنولوجيا المعلومات والاتصال,

من خلال نتائج تحليل التباين الموضحة في الجدول السابق فإن مستوى الدلالة يساوي (0,000) وهو أقل من مستوى المعنوية 5% وبالتالي فإن نموذج الانحدار معنوي، وهذا يعني أن هناك واحد على الأقل من معاملات الانحدار يختلف عن الصفر ولتحديد أيهما معنوي يتم اختبار المعنوية الجزئية للنموذج من خلال اختبار T-TEST

جدول رقم (16): المعنوية الجزئية للنموذج (معاملات الانحدار)

Coefficients ^a						
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,049	,407		,121	,904
	المعلومات تكنولوجيا والاتصال	,960	,141	,765	6,833	,000

a. Variable dépendante : الإعتمادية

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

من خلال مستوى المعنوية في الجدول السابق والمقابل لمختلف العوامل المفسرة (تكنولوجيا المعلومات والاتصال) يتضح وان المقدار الثابت لكونه الحد الأدنى من الاعتمادية هو مقدار غير معنوي عند مستوى 0,05 وبالنسبة لميل الانحدار (معامل الاعتمادية) فهو دال عند مستوى معنوية 0,05 حيث قدرت مستوى الدلالة ب (0,000) كما نلاحظ من خلال الجدول أن Beta قدرت ب (0,765) وهي قيمة موجبة.

مما يعني قبول الفرضية التي تنص على أنه يوجد دور ذو دلالة احصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الاعتمادية. وهو دور ايجابي

السؤال الثاني: هل يوجد دور ذو دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الاستجابة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة عند مستوى الدلالة 0,05؟

الجدول رقم (17): القدرة التفسيرية للنموذج

Récapitulatif des modèles				
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,731 ^a	,535	,521	,65890

a. Prédicteurs : (Constante), تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

من خلال الجدول السابق وبالرجوع لمعامل التحديد يتضح وأن الإستجابة تتأثر بنسبة 53,5 % بتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

جدول رقم (18): تحليل التباين **ANOVA^a** لاختبار معنوية الانحدار

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	16,484	1	16,484	37,967	,000 ^b
	Résidu	14,327	33	,434		
	Total	30,811	34			

a. Variable dépendante : الاستجابة

b. Prédicteurs : (Constante), تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

من خلال نتائج تحليل التباين الموضحة في الجدول السابق فإن مستوى الدلالة يساوي (0,000) وهو أقل من مستوى المعنوية 5% وبالتالي فإن نموذج الانحدار معنوي، وهذا يعني أن هناك واحد على الأقل من معاملات الانحدار يختلف عن الصفر ولتحديد أيهما معنوي يتم اختبار المعنوية الجزئية للنموذج من خلال اختبار T-TEST

جدول رقم (19): المعنوية الجزئية للنموذج (معاملات الانحدار

Coefficients ^a						
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard			
1	(Constante)	,236	,430		,550	,586
	المعلومات تكنولوجيا والاتصال	,913	,148	,731	6,162	,000

a. Variable dépendante : الاستجابة

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

من خلال مستوى المعنوية في الجدول السابق والمقابل لمختلف العوامل المفسرة (تكنولوجيا المعلومات والاتصال) يتضح وان المقدار الثابت لكونه الحد الأدنى من الاستجابة هو مقدار غير معنوي عند مستوى 0,05 وبالنسبة لميل الانحدار (معامل الاستجابة) فهو دال عند مستوى معنوية 0,05 حيث قدرت مستوى الدلالة بـ (0,000) كما نلاحظ من خلال الجدول أن Beta قدرت بـ (0,731) وهي قيمة موجبة.

الفصل التطبيقي: دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة

مما يعني قبول الفرضية التي تنص على أنه يوجد دور ذو دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الاستجابة. وهو دور ايجابي

السؤال الثالث: هل يوجد دور ذو دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الملموسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة عند مستوى الدلالة 0,05؟

الجدول رقم (20): القدرة التفسيرية للنموذج

Récapitulatif des modèles				
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,797 ^a	,636	,625	,54002

a. Prédicteurs : (Constante), تكنولوجيا المعلومات والاتصال,

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

من خلال الجدول السابق وبالرجوع لمعامل التحديد يتضح وأن الملموسية تتأثر بنسبة 63,6% بتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

جدول رقم (21): تحليل التباين ANOVA^a لاختبار معنوية الانحدار

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	16,798	1	16,798	57,602	,000 ^b
	Résidu	9,623	33	,292		
	Total	26,421	34			

الفصل التطبيقي: دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة

a. Variable dépendante : الملموسية

b. Prédicteurs : (Constante), تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

من خلال نتائج تحليل التباين الموضحة في الجدول السابق فإن مستوى الدلالة يساوي (0,000) وهو أقل من مستوى المعنوية 5% وبالتالي فإن نموذج الانحدار معنوي، وهذا يعني أن هناك واحد على الأقل من معاملات الانحدار يختلف عن الصفر ولتحديد أيهما معنوي يتم اختبار المعنوية الجزئية للنموذج من خلال اختبار T-TEST

جدول رقم (21): المعنوية الجزئية للنموذج (معاملات الانحدار)

Coefficients ^a						
Modèle	Coefficients non standardisés	Coefficients standardisés		t	Sig.	
		B	Erreur standard			Bêta
1	(Constante)	,298	,352		,846	,404
	المعلومات تكنولوجيا والاتصال	,922	,121	,797	7,590	,000

a. Variable dépendante : الملموسية

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

من خلال مستوى المعنوية في الجدول السابق والمقابل لمختلف العوامل المفسرة (تكنولوجيا المعلومات والاتصال) يتضح وان المقدار الثابت لكونه الحد الأدنى من الملموسية هو مقدار غير معنوي عند مستوى 0,05 وبالنسبة لميل الانحدار (معامل الملموسية) فهو دال عند مستوى معنوية 0,05 حيث قدرت مستوى الدلالة ب (0,000) كما نلاحظ من خلال الجدول أن Beta قدرت ب (0,797) وهي قيمة موجبة.

مما يعني قبول الفرضية التي تنص على أنه يوجد دور ذو دلالة احصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الملموسية. وهو دور ايجابي

السؤال الرابع: هل يوجد دور ذو دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الثقة والأمان في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة عند مستوى الدلالة 0,05؟

الجدول رقم (23): القدرة التفسيرية للنموذج

Récapitulatif des modèles				
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,796 ^a	,634	,623	,56252

a. Prédicteurs : (Constante), تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

من خلال الجدول السابق وبالرجوع لمعامل التحديد يتضح وأن الثقة والأمان تتأثر بنسبة 63,4 % بتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

جدول رقم (24): تحليل التباين **ANOVA^a** لاختبار معنوية الانحدار

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	18,078	1	18,078	57,132	,000 ^b
	Résidu	10,442	33	,316		
	Total	28,521	34			

a. Variable dépendante : الثقة والأمان

b. Prédicteurs : (Constante), تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

جدول رقم (25): المعنوية الجزئية للنموذج (معاملات الانحدار)

Coefficients ^a						
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard			
1	(Constante)	-,025	,367		-,068	,946
	المعلومات تكنولوجيا والاتصال	,957	,127	,796	7,559	,000

a. Variable dépendante : والأمان الثقة

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

من خلال مستوى المعنوية في الجدول السابق والمقابل لمختلف العوامل المفسرة (تكنولوجيا المعلومات والاتصال) يتضح وان المقدار الثابت لكونه الحد الأدنى من الأمان والثقة هو مقدار غير معنوي عند مستوى 0,05 وبالنسبة لميل الانحدار (معامل الأمان والثقة) فهو دال عند مستوى معنوية 0,05 حيث قدرت مستوى الدلالة ب (0,000) كما نلاحظ من خلال الجدول أن Beta قدرت ب (0,796) وهي قيمة موجبة.

مما يعني قبول الفرضية التي تنص على أنه يوجد دور ذو دلالة احصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على بعد الأمان والثقة. وهو دور ايجابي

الجدول رقم (26): القدرة التفسيرية للنموذج

Récapitulatif des modèles				
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,859 ^a	,738	,703	,46056

a. Prédicteurs : (Constante), تكنولوجيا المعلومات والاتصال,

مهارة وخبرة, دقة قواعد البيانات, أجهزة وبرمجيات

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

من خلال الجدول السابق وبالرجوع لمعامل التحديد يتضح وأن الخدمة المصرفية تتأثر بنسبة 73,8 % بتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

جدول رقم (27): تحليل التباين **ANOVA^a** لاختبار معنوية الانحدار

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	17,901	4	4,475	21,098	,000 ^b
	Résidu	6,364	30	,212		
	Total	24,265	34			

الفصل التطبيقي: دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة

a. Variable dépendante : الخدمة المصرفية

b. Prédicteurs : (Constante), تكنولوجيا المعلومات والاتصال, مهارة وخبرة, دقة قواعد البيانات, أجهزة وبرمجيات

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

من خلال نتائج تحليل التباين الموضحة في الجدول السابق فإن مستوى الدلالة يساوي (0,000) وهو أقل من مستوى المعنوية 5% وبالتالي فإن نموذج الانحدار معنوي، وهذا يعني أن هناك واحد على الأقل من معاملات الانحدار يختلف عن الصفر ولتحديد أيهما معنوي يتم اختبار المعنوية الجزئية للنموذج من خلال اختبار T-TEST

جدول رقم (28): المعنوية الجزئية للنموذج (معاملات الانحدار)

Coefficients ^a						
Modèle	Coefficients non standardisés	Coefficients standardisés		t	Sig.	
		B	Erreur standard			Bêta
1	(Constante)	,243	,312		,780	,442
	وبرمجيات أجهزة	-,222	,240	-,237	-,923	,363
	البيانات قواعد دقة	-,291	,200	-,324	-	,157
	وخبرة مهارة	-,242	,171	-,280	-	,167
	المعلومات تكنولوجيا والاتصال	1,662	,529	1,500	3,143	,004

a. Variable dépendante : الخدمة المصرفية

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

Variables exclues ^a						
Modèle		Bêta In	t	Sig.	Corrélation partielle	Statistiques de colinéarité
						Tolérance
1	شبكات الاتصال	.b	.	.	.	,000
a. Variable dépendante : المصرفية الخدمة						
b. Prédicteurs dans le modèle : (Constante), والاتصال المعلومات تكنولوجيا, وخبرة مهارة, قواعد دقة, وبرمجيات أجهزة, البيانات						

المصدر: إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS V23

من خلال مستوى المعنوية في الجداول السابقة والمقابلة لمختلف العوامل المفسرة (تكنولوجيا المعلومات والاتصال) يتضح وان المقدار الثابت لكونه الحد الأدنى من الخدمة المصرفية هو مقدار معنوي عند مستوى 0,000 وهو أقل من مستوى المعنوية 0,05، أما بالنسبة لميل الانحدار (معاملات الانحدار) بالنسبة للأبعاد (الأجهزة والمعدات، البرمجيات، الشبكات والأفراد) فهي غير دالة إحصائيا حيث جاء sig أكبر من مستوى المعنوية، وبالنسبة لبعث شبكات الاتصال فقد قام البرنامج بإخراجها من النموذج. أي أنه لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور في الخدمة المصرفية ألا أن أبعادها منفصلة ليست لها دور في الخدمة المصرفية.

الخاتمة

إن التسارع الرهيب الذي يحدث في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال ساهم وبشكل كبير في تطوير الاقتصاد وتسهيل المعاملات سواء على العامل أو العميل، مما أدى ذلك إلى ضرورة إدخالها والعمل بها في القطاع الاقتصادي بشكل عام والقطاع المصرفي بشكل خاص، فهي تعطيه عدة فرص وخيارات للتخلص من بعض المشاكل التي كان يعاني منها نتيجة اعتماده على تقنيات تقليدية، لهذا أصبح إلزاما على البنوك إن تسعى بخطوات متسارعة نحو تطوير خدماتها المقدمة، حتى تستطيع الارتقاء إلى مستوى التحديات المتباينة التي تواجه العمل المصرفي خلال السنوات الحالية والقادمة من خلال مواكبة التطور التكنولوجي المصرفي لتحقيق ثمار تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين وتقديم خدمات مصرفية تتسم بالجودة العالية.

1. نتائج الدراسة :

حيث تم الاستخلاص من الجانب النظري أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال لها أهمية كبيرة، وذلك لما توفره هذه الأخيرة من تقنيات تكنولوجية متطورة جعلتها تحسن من جودة وسرعة معالجة المعلومات بشكل يزيد من تحسين استخداماتها في مختلف المجالات، وبزيادة الحاجة إلى سرعة نقل المعلومات وجدت الشبكات التي كانت العامل الأساسي لضمان تبادل المعلومات بسرعة ووصولها إلى مستخدميها بشكل أفضل، وأن من شأن ذلك تحسين مستوى الجودة، وتبين أن الأهمية البالغة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال الخصائص التي تتمتع بها، في الحصول على المعلومة والاستغلال الجيد لها واستخدام التكنولوجيا ووسائل الاتصال الحديثة يعني تحسين من جودة وسرعة معالجة المعلومات بشكل يزيد من فعالية استخدامها في مختلف المجالات، وقد سلطت الدراسة التطبيقية الضوء على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة المصرفية في مصرف الفلاحة والتنمية الريفية وكالة المسيلة فبالاعتماد على الاستبيان تم التوصل إلى أن: (تيناوي، 2019، صفحة 101.99)

* من خلال نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى تبين وجود علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الجوانب المادية الملموسة كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة في البنك.

* من خلال نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية تبين وجود علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الاعتمادية أو المصدقية كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة في البنك.

* من خلال نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة تبين وجود علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين بعد سرعة الاستجابة ومساعدة العميل كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة في البنك.

* من خلال نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة تبين وجود علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين بعد الثقة والأمان (الضمان) كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة في البنك.

ثانيا: توصيات البحث:

بناء على نتائج البحث يوصي الباحثين بالآتي:

الخاتمة

1- بناء على نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى يوصي الباحثين البنك محل الدراسة بتعزيز الاهتمام بعد الجوانب المادية الملموسة كأحد أبعاد جودة الخدمات اعتمادا على استخدام تكنولوجيا المعلومات الاتصال من خلال استخدام البنك محل الدراسة لمعدات وأجهزة تكنولوجية حديثة ومناسبة، وزيادة الاهتمام بالتجهيزات والمباني بأن تكون ذات مظهر جميل ومميز، والاهتمام أكثر بأن يكون التصميم الداخلي للبنك يوفر جوا مريحا وممتع للعملاء، وزيادة اهتمام البنك بتأمين البيئة المادية المناسبة من ناحية الإضاءة والتكييف والحرارة والرطوبة وغيرها مما ينعكس على رضا العملاء والعاملين في البنوك.

2- بناء على نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية يوصي الباحثين البنك محل الدراسة بتعزيز الاهتمام بعد الاعتمادية أو المصدقية كأحد أبعاد جودة الخدمات اعتمادا على استخدام تكنولوجيا المعلومات الاتصال من خلال قيام البنك بأداء خدماتها في الوقت المحدد دون أي تأخير على العميل، وأن تتسم البنك بقدرتها على تقديم الخدمة دون انقطاع أية أسباب، وأن تحرص البنك على حل المشكلات للعملاء حول الخدمات المقدمة لهم بسهولة ويسر، وأن يكون هناك مصداقية بأن تلتزم البنك بتقديم جميع الخدمات التي وعدت بها العملاء، وأن تنجز البنك على تأدية الخدمات بطريقة صحيحة من المرة الأولى مما ينعكس على رضا عملاء البنك.

3- بناء على نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة يوصي الباحث البنوك محل الدراسة بتعزيز الاهتمام بعد سرعة الاستجابة ومساعدة العميل كأحد أبعاد جودة الخدمات اعتمادا على استخدام تكنولوجيا المعلومات الاتصال من خلال أن يكون موظفو البنك على استعداد تام لتقديم المساعدة للعملاء، وأن يعمل موظفو البنك لمساعدة العملاء في حلا لمشكلات التي تواجههم في تقديم الخدمة بسرعة ويسر، وأن يستجيب موظفو البنك للاحتياجات العملاء مهما كانت درجة انشغالهم وزيادة اهتمام إدارة البنك بشكاوي واستفسارات العملاء، وأن تعمل إدارة البنك على اختصار بعض الإجراءات من قبل العاملين بهدف سرعة خدمة العملاء، وأن يقدم الموظفون الخدمة للعملاء حسب أولوية دخولهم البنك وبدون تجاوز أو محسوبيات، وأن تسعى إدارة البنك إلى توفير العدد الكافي من الموظفين الذين يقدمون الخدمة للعملاء من أجل سرعة تأدية الخدمات للعملاء، مما ينعكس في تحقيق رضا العملاء عن البنك.

4- بناء على نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة يوصي الباحث البنوك محل الدراسة بتعزيز الاهتمام بعد الثقة والأمان (الضمان) كأحد أبعاد جودة الخدمات اعتمادا على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال تركيز إدارة البنك بأن يكون سلوك العاملين في البنك تجعل العملاء يثقون بهم، وجعل العملاء يشعرون بالثقة والأمان عند تعاملهم مع العاملين في البنك، وأن يكون سلوك العاملين في البنك يتسم بالشفافية والوضوح، وأن يكون العاملون لديهم المعرفة والخبرة العالية للإجابة على جميع استفسارات العملاء، وضرورة أن تولي البنك سرية بالمعلومات الخاصة بالعميل والمحافظة عليها باستخدام أحدث الوسائل التكنولوجية بذلك، وأن تحرص الإدارة على أن تكون جميع الاتصالات الخاصة بالعملاء تتسم بالسرية التامة .

قائمة المصادر والمراجع

المراجع

- ابراهيم مغربي . (2019). دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات البنكية(شهادة ليسانس). كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، بسكرة: جامعة محمد خيضر.
- العياشي زرزار، و كريمة غياد. (2016). *استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة الاقتصادية ودورها في دعم الميزة التنافسية (المجلد الاولي)*. عمان، الاردن: دار الصفاء للنشر والتوزيع.
- المجلة العربية للارشيف. (بلا تاريخ).
- الهام عميرد. (2015). جودة الخدمة المصرفية واثرها على رضا وولاء الزبائن (مذكرة ماستر). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، سكيكدة: جامعة 20 اوت 1955.
- انصاف حريدي، و سارة بوطالب. (2016). دور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة الخدمات المصرفية (مذكرة ماستر). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، قالمة: جامعة 8 ماي 1945.
- انصاف حريدي، و سارة بوطالب. (2016). دور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة الخدمات المصرفية (مذكرة ماستر). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، قالمة: جامعة 8 ماي 1945.
- بدير الحداد عوض. (1999). *تسويق الخدمات المصرفية (المجلد الاولي)*. مصر: البيان للطباعة والنشر.
- بوحسان سارة كنزة. (2012). *الاثار الفعلية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على تطبيقات تسيير الموارد البشرية في المؤسسة*. قسنطينة، تسيير الموارد البشرية، الجزائر: جامعة منتوري.
- جناة جدي. (2019). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات المصرفية(شهادة ماستر). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، مسيلة: جامعة محمد بوضياف.
- حسن الصرن رعد. (2007). *عولمة جودة الخدمة المصرفية*. دمشق، عمان: دار التواصل العربي، مؤسسة الوراق.
- حميد الطائي، و بشير العلاق. (2009). *ادارة عمليات الخدمة*. عمان: دار اليازوري العلمية.
- خير الدين محمود بوزارب، و ابو بكر الشريف خوالد. (بلا تاريخ). واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر.
- دنيا صحراوي. (2015). اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمة المصرفية (مذكرة ماستر). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، سكيكدة: جامعة 20 اوت 1955.
- دنيا صحراوي. (2015). اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمة المصرفية. سكيكدة، تسويق، الجزائر: جامعة 20 اوت 1955.
- دينة يسعد، و زهية لبادة. (2014). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمة المصرفية(شهادة ماستر). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جيجل: جامعة جيجل.
- رانية بن العمري. (2019). دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية(شهادة ماستر). العلوم الاقتصادية والتسيير و العلوم التجارية، ميله: جامعة عبد الحفيظ بوالصوف.

قائمة المصادر والمراجع

- زرزار العياشي ، غياد كريمة. (2016). استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة الاقتصادية ودورها في دعم الميزة التنافسية. عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع.
- سارة كنزة بوحسان. (2012). الاثار الفعلية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على تطبيقات تسبير الموارد البشرية في المؤسسة(شهادة ماجستير). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسنطينة: جامعة منتوري.
- سليمة بزخامي. (2015). أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، مستغانم: جامعة عبد الحميد ابن باديس.
- سليمة عبد الله. (2009). دور تسويق الخدمات الالكترونية في تفعيل النشاط البنكي (مذكرة ماجستير). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، باتنة: جامعة الحاج لخضر.
- سماح ميهوب. (2014). اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الاداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية(اطروحة دكتوراة). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسنطينة: جامعة قسنطينة-2.
- سمية اريد. (2013). دور سياسة الترويج في تسويق الخدمات المصرفية (مذكرة ماستر). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، ام البواقي: جامعة العربي بن مهيدي.
- شهرزاد عواطي. (2019). اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في البنوك الجزائرية(شهادة ماستر). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، ام البواقي: جامعة العربي بن مهيدي.
- شهرزاد عواطي. (بلا تاريخ). أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك الجزائرية(شهادة ماستر). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، أم البواقي: جامعة العربي بن مهيدي.
- عامر ابراهيم قديلي، و ايمان فاضل السمراي. (بلا تاريخ). تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها. عمان: دار الورق للنشر والتوزيع.
- عامر محمد زهير تيناوي. (2019). دور استخدام المعلومات في تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصالات (شهادة ماجستير). كلية العلوم الاقتصادية والتجارة وعلوم التسيير، سوريا: الجامعة الافتراضية السورية.
- عزيزة عبد الرحمان العتيبي. (2010). اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على اداء الموارد البشرية.
- علاء عبد الرزاق السالمي. (2009). تكنولوجيا المعلومات . عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- غالب ياسين سعد. (2009). أساسيات نظم المعلومات الادارية وتكنولوجيا المعلومات. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- غسان قاسم داود اللامي، و شكرولي البياني أميرة . (2010). تكنولوجيا المعلومات في منظمات الاعمال الاستخدامات والتطبيقات ط1. عمان: الوراق للنشر والتوزيع.
- قطاف فيروز، و بزقاري عبلة. (2019). جودة الخدمات المصرفية (المجلد الاولي). عمان: مؤسسة نبلاء ناشرون وموزعون، دار اسامة للنشر والتوزيع.
- كريمة خوضر. (2015). الابعاد الاساسية للتسويق بالعلاقات وأثرها على جودة الخدمات المصرفية (مذكرة ماستر). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، سكيكدة: جامعة 20 اوت 1955.
- لخضر بن احمد. (2012). متطلبات تطوير وتحديث الخدمات المصرفية في الجزائر (اطروحة دكتوراة). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة الجزائر 3.

قائمة المصادر والمراجع

- لعجاج نور الدين وآخرون. (2010/2011). الاعلام الالي للسنة الأولى من التعليم الثانوي. الجزائر: الديوان الوطني للمطبوعات المدرسية.
- ليلي الخنين. (بلا تاريخ). العملية الاتصالية وعناصرها مقدمة في وسائل الاتصال.
- محسن مزرق. (2014). تطوير الخدمات المصرفية كمدخل لتحقيق رضا العميل (مذكرة ماستر). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جيجل: جامعة جيجل.
- محمد حدود. (2013). دور جودة الخدمات المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية(مذكرة ماستر). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، بسكرة: جامعة محمد خيضر.
- محمد عامر حسن ميادة. (بلا تاريخ). اثر تكنولوجيا المعلومات في ترويج الخدمات المصرفية (شهادة ماجستير). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، العراق: جامعة الجزيرة.
- محمد هشام بشير باي. (2021). دور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في تحسين جودة الخدمات المصرفية(شهادة ماستر). كلية العلوم التجارية و الاقتصادية و علوم التسيير، مستغانم: جامعة عبد الحميد بن باديس .
- مراد مرابط . (2015). أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية(شهادة ماستر). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، بسكرة: جامعة محمد خيضر.
- مراد مرابط. (2015). اثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية (مذكرة ماستر). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، بسكرة: جامعة محمد خيضر.
- مغربي ابراهيم. (2019). دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات البنكية(شهادة ليسانس). كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، بسكرة: جامعة محمد خيضر.
- ميادة محمد عامر حسين. (بلا تاريخ). اثر تكنولوجيا المعلومات في ترويج الخدمات المصرفية. ادارة الاعمال، جامعة الجزيرة.
- ميمونة عماري. (2017). تاثير التكنولوجيا الجديدة للاعلام والاتصال على اداء البنك الجزائري(شهادة ماستر). كلية العلوم الاجتماعية، مستغانم: عبد الحميد بن باديس.
- نسيم بوكحيل. (2018). تطوير الخدمات البنكية كمدخل لتحقيق رضا الزبون في ظل اقتصاد المعرفة (اطروحة دكتوراة). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، ام البواقي: جامعة العربي بن مهيدي.
- نور الدين بلغيث. (2020). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الترويج المصرفي(شهادة ماستر). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، بسكرة: جامعة محمد خيضر.
- نور الدين لعجاج، و اخرون. (2011). الاعلام الالي للسنة الأولى من التعليم الثانوي. الجزائر: الديوان الوطني للمطبوعات المدرسية.

الفهرس

فهرس المحتويات

5.....	شكر وعران
6.....	اهناء
7.....	الملخص:
8.....	قائمة الاشكال
8.....	قائمة الجداول
أ.....	مقدمة:
7.....	الفصل الأول:
7.....	مدخل عام حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال
2.....	تمهيد
3.....	المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال
3.....	المطلب الأول: مفاهيم حول تكنولوجيا المعلومات
7.....	المطلب الثاني: مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات ومجالات تطبيقها
7.....	أولاً: مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات
7.....	ثانياً: مجالات تطبيق تكنولوجيا المعلومات
9.....	المبحث الثاني: متطلبات تكنولوجيا المعلومات
9.....	المطلب الأول: مكونات تكنولوجيا المعلومات
10.....	1.المكونات المادية:
10.....	2.المكونات البرمجية
10.....	3.الشبكات.
11.....	4.الموارد البشرية.
11.....	المطلب الثاني: خصائص تكنولوجيا المعلومات
13.....	المطلب الثالث: وظائف تكنولوجيا المعلومات
13.....	المبحث الثالث: أساسيات تكنولوجيا المعلومات
14.....	المطلب الأول: مزايا تكنولوجيا المعلومات والاتصال
14.....	المطلب الثاني: الآثار المترتبة عن استخدام تكنولوجيا المعلومات
14.....	أولاً: الآثار الإيجابية لاستخدام التكنولوجيا المعلومات
15.....	ثانياً: الآثار السلبية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات

16.....	المطلب الثالث: العوامل التي أدت إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات
17.....	المبحث الرابع: ماهية الاتصال
17.....	المطلب الأول: مفهوم الاتصال وأهميته
17.....	أولاً: مفهوم الاتصال
18.....	ثانياً: أهمية الاتصال
18.....	المطلب الثاني: عناصر الاتصال
20.....	المطلب الثالث: أنواع الاتصال
21.....	خلاصة الفصل
29.....	الفصل الثاني:
29.....	الخدمة المصرفية ومدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسينها
23.....	تمهيد:
24.....	المبحث الأول: ماهية الخدمة المصرفية
24.....	المطلب الأول: مفهوم وخصائص الخدمة المصرفية
24.....	أولاً: مفهوم الخدمات المصرفية
25.....	ثانياً: خصائص الخدمات المصرفية
26.....	المطلب الثاني: أنواع الخدمة المصرفية
27.....	المطلب الثالث: دورة حياة الخدمة المصرفية
27.....	1- مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية :
27.....	2- مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية:
28.....	3 خصائص مراحل دورة الخدمة المصرفية
29.....	المبحث الثاني: تطوير الخدمات المصرفية
29.....	المطلب الأول: آلية تطوير الخدمات المصرفية
29.....	أولاً: مفهوم عملية تطوير الخدمة المصرفية :
29.....	ثانياً: أهمية تطوير الخدمات المصرفية
30.....	ثالثاً: الأشكال المختلفة لتطوير الخدمات المصرفية
30.....	رابعاً: مراحل عملية تطوير الخدمات المصرفية الجديدة
31.....	خامساً: العوامل المؤثرة في تطوير الخدمات المصرفية
32.....	سادساً: مصادر تطوير الخدمات المصرفية
33.....	المطلب الثاني: جودة الخدمات في المؤسسات المصرفية
33.....	أولاً: مفاهيم ومستويات جودة الخدمة المصرفية

34	ثانيا: أهمية الجودة في الخدمة المصرفية.....
35	ثالثا: أبعاد جودة الخدمة المصرفية.....
36	رابعا: قياس جودة الخدمة المصرفية.....
40	المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النشاط المصرفي.....
40	المطلب الأول: مراحل وأسباب دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النشاط المصرفي.....
40	أولا: مراحل دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النشاط المصرفي:.....
42	ثانيا: أسباب دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النشاط المصرفي.....
43	المطلب الثاني: أدوات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النشاط المصرفي.....
46	المطلب الثالث: المميزات الإستراتيجية التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصال للتحسين من الخدمات المصرفية.....
48	الفصل التطبيقي:.....
48	دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة.....
49	تمهيد.....
50	المبحث الأول: لمحة عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR.....
50	المطلب الأول: تقديم عام حول البنك.....
50	أولا: تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR.....
51	ثانيا: مهام واهداف البنك.....
52	المطلب الثاني: منتجات وخدمات بنك الفلاحة والتنمية الريفية وتكنولوجياته.....
52	أولا: المنتجات والخدمات التقليدية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية.....
54	ثانيا: الخدمات الالكترونية المقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية.....
59	المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة.....
59	المطلب الأول: منهجية الدراسة.....
59	أولا: منهج الدراسة.....
59	ثانيا اختبار أدوات الدراسة.....
73	المبحث الثاني: اختبار صدق الفرضيات.....
74	أولا: اختبار وتفسير الفرضية الرئيسية.....
76	ثانيا: صدق الأسئلة الفرعية.....
89	الخاتمة.....
29	قائمة المصادر والمراجع.....
92	المراجع.....

الملحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة بسكرة محمد خيضر

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم التجارية

تخصص: تسويق مصرفي

أخي الكريم، أختي الكريمة

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

في إطار تحضير مذكرة ماستر في تخصص تسويق مصرفي تحت عنوان: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BDAR، وكالة بسكرة

نرجو من سيادتكم المشاركة في إثراء موضوع بحثنا هذا من خلال تفضلكم بالإجابة على جملة من الأسئلة الموجودة في هذه الاستمارة وهذا مساعدة منكم لإنجاح الدراسة ونحيطكم علما بان كل المعلومات التي تقدم سوف تعامل بشكل سري ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

وشكرا على تعاونكم.

الباحثان:

- صكاك فضيلة
- زكار ابتسام

الجزء الأول: البيانات الشخصية

يرجى وضع علامة (x) واحدة أمام الخانة المناسبة لكل سؤال.

المحور الأول: معلومات عامة

1. الجنس: ذكر أنثى
2. العمر: اقل من 25 سنة 25 إلى 35 سنة 35-55 سنة أكثر من 55 سنة
3. المستوى التعليمي: متوسط ثانوي جامعي أخرى
4. مدة التعامل: اقل من سنة-3 سنوات 4-6 سنوات أكثر من 6 سنة
5. المهنة: موظف مهنة حرة متقاعد

الجزء الثاني: تكنولوجيا المعلومات والاتصال والخدمة المصرفية

المحور الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال

الابعاد	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
أجهزة وبرمجيات	1. توفر الحواسيب في البنك بعدد كاف.					
	2. يستعين البنك ببعض البرمجيات الجاهزة لأداء أعماله.					
	3. يقوم البنك باستخدام أجهزة ذات تقنية عالية للاستفادة من المعلومات والعمل بأدق الطرائق.					
	4. يسعى البنك لتنفيذه أعماله من خلال تقنيات المعلومات المحوسبة.					
	5. البنك يمتلك أجهزة ومعدات تمكنها من أن يكون رائد في عمله.					
	6. الأجهزة الموجودة في البنك توفر معالجة سريعة ودقيقة للبيانات المطلوبة.					
دقة قواعد البيانات	7. يمكن الوصول للبيانات بالوقت المناسب من قبل الأعضاء العاملين في البنك.					
	8. تتوفر الدقة في استرجاع البيانات والمعلومات.					
	9. تمتاز البيانات بمرجعتها وتحديثها باستمرار.					
	10. يحرص البنك على انتقاء البيانات المفيدة له من غير المفيدة قبل معالجتها.					
شبكات اتصال	11. يستخدم البنك شبكات اتصال لربط كافة الأقسام المهمة فيه.					
	12. تبادل المعلومات والبيانات يتم بسهولة مابين الأقسام في البنك من خلال وسائل الاتصال المتوفرة لديه.					
	13. يحرص البنك على توفير امن الشبكات لغرض حماية المعلومات والبيانات والحفاظ على سريتها.					

					14. تمتاز إدارة البنك بمقدرتها على تنفيذ برامجها وخططها من خلال ما تمتلكه من إدارة تكنولوجيا المعلومات المحوسبة.	
					15. يمتلك الأفراد في البنك مهارات استخدام الحاسوب وبرمجياته.	مهارة وخبرة
					16. قسم المعلوماتية في البنك يقوم بتدريب العاملين لتأهيلهم على تطبيق البرمجيات بكفاءة.	
					17. لدى البنك مبرمجين وخبراء يستطيعون تطوير البرمجيات وتكييفها وفقا لما يحتاج إليه.	
					18. يمنح البنك الامتيازات لذوي الأفكار الخلاقة والمبدعة.	

المحور الثاني: الخدمة المصرفية

					19. تساعد الصرافات الآلية العملاء على عدم التقيد بمواعيد العمل الرسمية.	الاعتمادية
					20. إن الموقع الجغرافي للبنك مناسب من شأنه زيادة حصته من الأسواق المستهدفة.	
					21. كل المعلومات التي يقدمها الموقع الالكتروني للبنك يقوم بتحديثها باستمرار.	
					22. يقوم البنك بإصدار نشرات الكترونية تضم كافة المعلومات المتعلقة بنشاطه.	
					23. تقدم البطاقات البنكية عدة خدمات متنوعة للعملاء (سحب الأموال، تسديد قيمة المشتريات..).	الاستجابة
					24. تساعد الصرافات الآلية في اختصار الوقت والجهد على العميل.	
					25. يعمل البنك على إصلاح اعطاب الصرافات الآلية بسرعة.	
					26. يقوم البنك بحل مشاكل المعاملات الالكترونية بطريقة أوتوماتيكية.	
					27. يلبي البنك طلبات العملاء واحتياجاتهم بصفة سريعة عن طريق البريد الالكتروني.	الملموسية
					28. يمكن الدخول إلى الموقع الالكتروني للبنك بطريقة سريعة ومباشرة .	
					29. سهولة وصول العميل إلى ما يحتاجه على موقع البنك.	
					30. تساعد الصرافات الآلية البنك على تقديم خدماته المصرفية للعميل.	
					31. محتوى الموقع الالكتروني للبنك منظم وشامل من السهل تصفحه.	الثقة والأمان
					32. هناك شعور بالأمان في إتمام المعاملات البنكية عبر الصرافات الآلية.	
					33. توفر الأنظمة الأمنية المتطورة التي تخلق الإحساس بعدم المخاطرة في التعاملات.	
					34. المعلومات التي يقدمها البنك عن الخدمات على الموقع الالكتروني واضحة وصادقة.	

					35 يتمتع الموقع الالكتروني للبنك بسمعة طيبة.
					36 يوفر البنك السرية في التعاملات والمعاملات مع عملائه.
					37 وجود ثقة ومصداقية في الخدمات البنكية الالكترونية المقدمة من طرف البنك.