



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

السنة الثانية ماستر تسويق مصرفي

الموضوع:

أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمات المصرفية
دراسة حالة: بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR - وكالة بسكرة-

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: تسويق مصرفي

الأستاذ(ة) المشرف(ة):

- د/ رشيد حمريط

من إعداد الطالبة:

- سارة لبشافي.

لجنة المناقشة:

الجامعة	الرتبة	الصفة	أعضاء اللجنة
جامعة بسكرة	محاضر أ	رئيسا	خليفة عيسى
جامعة بسكرة	محاضر أ	مشرفا	رشيد حمريط
جامعة بسكرة	محاضر أ	مناقشا	طاهري طيبة

الموسم الجامعي 2022 - 2023



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

السنة الثانية ماستر تسويق مصرفي

الموضوع:

**أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمات المصرفية
دراسة حالة: بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR - وكالة بسكرة**

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: تسويق مصرفي

الأستاذة (ة) المشرف(ة):

- د/ رشيد حمريط

من إعداد الطالبة:

- سارة لبشافي.

لجنة المناقشة:

الجامعة	الرتبة	الصفة	أعضاء اللجنة
جامعة بسكرة	محاضر أ	رئيسا	خليفة عيسى
جامعة بسكرة	محاضر أ	مشرفا	رشيد حمريط
جامعة بسكرة	محاضر أ	مناقشا	طاهري طيبة

الموسم الجامعي 2022 - 2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

1438

شكر وعرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين،
أما بعد نشكر الله عز وجل

الذي وفقني في إنجاز هذا العمل المتواضع في يسر وعافية، كما أسأله سبحانه وتعالى أن ينفعني مما
علمني وأن يزيدني علما ويحفزني على المزيد وكما ورد

في قول الرسول صلى الله عليه وسلم

«لا يشكر الله من لا يشكر الناس»

لذا أتقدم بجزيل الشكر إلى الأستاذة المشرفة رشيد حمريط على جميع نصائحه وتوجيهاته لجعل هذا
البحث أفضل

كما أتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى جميع أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
الذين سهروا من أجل تكويننا الجيد خلال طول الفترة الجامعية

كما أهدي عملي المتواضع هذا إلى والديا الغاليين إلى من مهد لي الطريق وعلمي الكفاح والمبادئ
الإنسانية

في الأخير أشكر كل من ساهم في إنجاز هذا العمل المتواضع من قريب أو بعيد

الأمم

أهدي ثمرة جهدي هذا إلى:

إلى الذي أعطاني الحياة واسمه أبي

وإلى التي ساندتني طوال حياتي أمي الغالية

إلى من أرى التفاؤل والسعادة في عينيها أختي

إلى من احتز وأفتخر بهم إخوتي

وإلى روح أخي حسام

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحسين جودة الخدمات المصرفية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية البدر وكالة بسكرة هذا من جهة، ومن جهة أخرى إلى تقصي وضع تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة المصرفية بالمصرف، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم إستبانة كأداة لجمع البيانات واستخدام الإختبارات والأدوات الإحصائية المناسبة ضمن برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS.V 20)، وقد تم توزيع الإستبانة على جميع عمال البنك وكالة بسكرة وتم إسترداد 35 إستبانة وكانت صالحة للتحليل، وقد إستغرقت الدراسة الميدانية من 25 مارس 2023 إلى 10 ماي 2023. وقد توصلت الدراسة إلى:

- تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة.
- تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الملموسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة.
- تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الاعتمادية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة.
- تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المصدقية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة.
- تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الاستجابة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة.
- تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأمان في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة.

وتوصي الدراسة ب:

- التركيز على الزبون المصرفي بإعتباره أهم عنصر لدى للمصرف.
 - ينبغي على المنظمات التي تنشط في المجال المصرفي اليوم أن تولي تكنولوجيا المعلومات والاتصال إهتماما كبيرا لما يقدمه هذا الأخير من آثار إيجابية على جميع مستويات المنظمة.
 - تحسين مستوى المكافآت والأجور والعلاوات التي يحصل عليها العمال في المنظمة.
- الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، جودة الخدمة المصرفية؟، بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

Abstract

This study aimed to find out the effect of information and communication technology on improving the quality of banking services at the Bank of Agriculture and Rural Development, Al-Badr Agency, Biskra, on the one hand, and on the other hand, to investigate the status of information and communication technology and the quality of banking service in the bank, and to achieve the objectives of the study, a questionnaire was designed as a tool for data collection and the use of tests And the appropriate statistical tools within the program of the statistical package for social sciences (SPSS.V 20). The questionnaire was distributed to all the workers of the Bank and the Biskra agency. 35 questionnaires were retrieved and were valid for analysis. The field study took place from March 25, 2023 to May 10, 2023.

The study found:

- There is an impact of information and communication technology on improving the quality of banking service at the Bank of Agriculture and Rural Development in Biskra.
- There is an impact of information and communication technology in improving tangibility in the Bank of Agriculture and Rural Development in Biskra.
- There is an impact of information and communication technology in improving reliability in the Bank of Agriculture and Rural Development in Biskra.
- There is an impact of information and communication technology in improving the credibility of the Bank of Agriculture and Rural Development in Biskra.
- There is an impact of information and communication technology in improving the response in the Bank of Agriculture and Rural Development in Biskra.
- There is an impact of information and communication technology in improving security in the Bank of Agriculture and Rural Development in Biskra.

The study recommends:

- Focusing on the banking customer as the most important element of the bank.
- Organizations that are active in the banking field today should pay great attention to information and communication technology, as the latter has positive effects on all levels of the organization.
- Improving the level of rewards, wages and bonuses received by workers in the organization.

Keywords: information and communication technology, quality of banking service?, Bank of Agriculture and Rural Development.

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	بسملة
	شكر وعران
	ملخص الدراسة
	فهرس المحتويات
	فهرس الأشكال والجداول
	الفصل التمهيدي: الإطار العام للدراسة
ب	أولا: تمهيد
ب	ثانيا: طرح الإشكالية والأسئلة الفرعية
ج	ثالثا: فرضيات الدراسة
ج	رابعا: نموذج الدراسة
د	خامسا: أهداف الدراسة
د	سادسا: أهمية الدراسة
هـ	سابعا: أسباب اختيار الموضوع
هـ	ثامنا: التوضع الأبيستمولوجي ومنهج الدراسة
و	تاسعا: الدراسات السابقة
ز	عاشرا: هيكل الدراسة
	الفصل الأول: الإطار النظري لتأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة الخدمة المصرفية
02	تمهيد
03	المبحث الأول: ماهية جودة الخدمات المصرفية
03	المطلب الأول: ماهية الخدمة والخدمة المصرفية
09	المطلب الثاني: أساسيات حول الخدمات المصرفية
13	المطلب الثالث: التعريف بجودة الخدمات المصرفية
19	المبحث الثاني: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال
19	المطلب الأول: التعريف بتكنولوجيا المعلومات والاتصال
21	المطلب الثاني: التطور التاريخي ل تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأهميتها
21	المطلب الثالث: أساسيات حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال
23	المبحث الثالث: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة المصرفية

30	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الإطار التطبيقي لدراسة التطبيقية "دراسة حالة بنك الـ BADR - وكالة بسكرة"	
32	تمهيد
33	المبحث الأول: تقديم عام للمؤسسة محل الدراسة
33	المطلب الأول: التعريف بالمؤسسة
34	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للمؤسسة
35	المطلب الثالث: وظائف ومهام المؤسسة
35	المطلب الرابع: وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة
37	المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية
37	المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة
42	المطلب الثاني: المعلومات والأساليب الإحصائية المستخدمة
44	المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة
47	المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة
47	المطلب الأول: اختبار التوزيع الطبيعي
47	المطلب الثاني: تحليل محاور الاستبيان
52	المطلب الثالث: اختبار الفرضيات
59	خلاصة الفصل
60	الخاتمة
قائمة المراجع	
قائمة الملاحق	

فهرس الأشكال والجداول

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
ط	هيكل الدراسة	01
05	خصائص الخدمة	01.01
15	تعريف جودة الخدمة	02.01
23	مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال	03.01
36	الهيكل التنظيمي للمؤسسة محل الدراسة	01.02
38	توزيع متغيرات الدراسة حسب الجنس	02.02
39	توزيع متغيرات الدراسة حسب العمر	03.02
40	توزيع متغيرات الدراسة حسب المؤهل العلمي	04.02
41	توزيع متغيرات الدراسة حسب الخبرة في البنك	05.02
42	توزيع متغيرات الدراسة حسب المستوى الوظيفي	06.02

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
37	توزيع العينة حسب الجنس	01.02
38	توزيع العينة حسب العمر	02.02
39	توزيع العينة حسب المؤهل العلمي	03.02
40	توزيع العينة حسب الخبرة في البنك	04.02
41	توزيع العينة حسب المستوى الوظيفي	05.02
43	درجات مقياس ليكرت الخماسي	06.02
44	معامل الصدق والثبات	07.02
45	معامل الارتباط بيرسون لعبارات المتغير المستقل مع البعد الذي تنتمي إليه	08.02
46	معامل الارتباط بيرسون لعبارات المتغير التابع مع البعد الذي تنتمي إليه	09.02
47	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي	10.02
47	مقياس الحكم على إجابات الأفراد	11.02
48	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات محور تكنولوجيا المعلومات والاتصال	12.02
49	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات محور جودة الخدمة المصرفية	13.02
52	نتائج تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسة	14.02
53	نتائج تحليل الانحدار المتعدد أثر تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية	15.02
53	نتائج تحليل الانحدار المتعدد أثر تكنولوجيا المعلومات في تحسين ملموسية الخدمة المصرفية	16.02
54	نتائج تحليل الانحدار المتعدد أثر تكنولوجيا المعلومات في تحسين اعتمادية الخدمة المصرفية	17.02
54	نتائج تحليل الانحدار المتعدد أثر تكنولوجيا المعلومات في تحسين مصداقية الخدمة المصرفية	18.02
55	نتائج تحليل الانحدار المتعدد أثر تكنولوجيا المعلومات في تحسين استجابة الخدمة المصرفية	19.02
55	نتائج تحليل الانحدار المتعدد أثر تكنولوجيا المعلومات في تحسين أمان الخدمة المصرفية	20.02

فهرس الملحق

رقم الملحق	عنوان الملحق
01	استبانة الدراسة
02	قائمة محكي الاستبانة
03	طلب استكمال مذكرة تخرج

المقدمة

العامّة

شهدت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات خلال السنوات الأخيرة تطورات سريعة وتأثيرات مباشرة للثورة الرقمية على نمط الحياة الإنسانية على الأصعدة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية تجعل التنمية الاقتصادية مرتبطة إلى حد كبير بمدى قدرة الدول على مسايرة هذه التحولات والتحكم فيها قصد استغلال الإمكانيات المتوفرة والمتجددة.

أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال قوة مؤثرة تتحكم في مختلف نواحي الحياة الأمر الذي أدى إلى ظهور عدد من المداخل والأنظمة والمفاهيم الحديثة لمواكبة تلك التطورات وتحقيق السرعة في التكيف والاستجابة مع تلك القوى، ولاسيما تطوير وتحسين الأداء والارتقاء بمستوى الأهداف نحو تحقيق الأفضل، حيث تسعى مؤسسات الأعمال بصورة دائمة إلى تحقيق النجاح والمحافظة عليه قدر المستطاع وذلك من خلال السعي بالاستمرار إلى تطوير منتجاتها وتحسين استراتيجياتها واستخدام كافة مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتطورة.

وشهد القطاع المصرفي في السنوات الأخيرة على المستوى العالمي تطوراً كبيراً من حيث الخدمات المصرفية المقدمة، والتي تختلف عن الخدمات التقليدية المعتادة، حيث تسعى المصارف جاهدة إلى خلق وابتكار وتقديم خدمات مصرفية جديدة، ومحاولاً بذلك كسب رضا العملاء واستمالتهم بغرض نيل ثقتهم ومنه زيادة معاملاتها معهم، حتى يتحقق ذلك وجب تحقيق جودة في الخدمة المصرفية التي تقدمها المصارف، حيث تعتبر الجودة المصرفية من أساسيات العمل المصرفي، لذا أصبحت المصارف تركز بصفة أساسية على تحقيق جودة في خدماتها، وهذا باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

ثانياً: طرح الإشكالية والأسئلة الفرعية

1. الإشكالية

ومما سبق التطرق إليه قمنا بصياغة الإشكالية التالية:

إلى أي مدى تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -بسكرة-؟

2. الأسئلة الفرعية

تنبثق عن الإشكالية الرئيسية عدة تساؤلات فرعية كما يلي:

- هل تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الملموسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -بسكرة-؟
- هل تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الاعتمادية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -بسكرة-؟
- هل تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة المصدقية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -بسكرة-؟
- هل تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الاستجابة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -بسكرة-؟
- هل تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الأمان في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -بسكرة-؟

❖ الفرضيات الرئيسية

1. الفرضية الرئيسية الأولى:

تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -بسكرة-.

2. الفرضية الرئيسية الثانية:

تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمة المصرفية بأبعادها المختلفة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -بسكرة-.

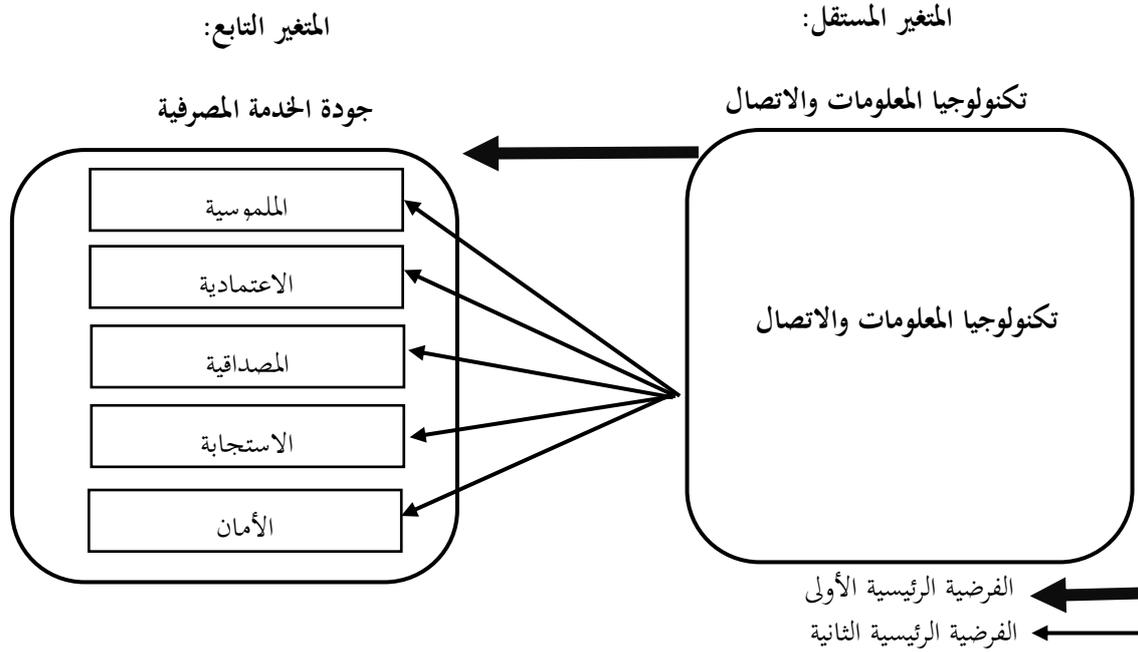
❖ الفرضيات الفرعية:

- الفرضية الفرعية الأولى: تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة الملموسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -بسكرة-
- الفرضية الفرعية الثانية: تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة الإعتمادية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -بسكرة-
- الفرضية الفرعية الثالثة: تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة المصدقية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -بسكرة-
- الفرضية الفرعية الرابعة: تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة الإستجابة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -بسكرة-
- الفرضية الفرعية الخامسة: تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة الأمان في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -بسكرة-

رابعا: نموذج الدراسة

قمنا بصياغة نموذج الدراسة اعتمادا على متغيرين أحدهما مستقل (تكنولوجيا المعلومات والاتصال) والآخر تابع (جودة الخدمة المصرفية) كالتالي:

الشكل رقم (01): نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على متغيري الدراسة ودراسات سابقة

خامسا: أهداف الدراسة

تتمثل أهم الأهداف التي ينتظر تحقيقها من خلال هذا البحث فيما يلي:

- تحديد مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- تحديد مفهوم جودة الخدمة المصرفية وأهميتها في كسب الميزة التنافسية للمؤسسة.
- التحقق من مدى أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات المصرفية.
- معرفة وإبراز دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات المصرفية للبنوك التجارية.
- عرض وتقييم الإطار الفكري والفلسفي لمفهوم تكنولوجيا المعلومات باعتبارها أسلوبا إداريا حديثا يهدف إلى التطوير والتحسين المستمر الأداء المؤسسة.
- دراسة واقع الاهتمام بمكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمات المصرفية المقدمة من بنك الفلاحة والتنمية الريفية-بسكرة-، والوصول إلى تقديم الإقتراحات المناسبة لها، مساهمةً في إيجاد الحلول اللازمة لتخلص من السلبيات الممكن وجودها وتتمين الإيجابيات.

سادسا: أهمية الدراسة

تجدر الإشارة إلى أن هذه الدراسة تكتسي أهمية بالغة وذلك من خلال:

- أهمية المؤسسات الخدمية باعتبارها عامل أساسي ومتحكم في تحسين خدماتها المصرفية.

- التركيز على المفهوم الحديث لتكنولوجيا المعلومات والاتصال الذي هو بناء علمي وفلسفي متميز وشامل لمفهوم المعلومات والاتصال والمراقبة وتركيز على أهدافها.
- إثراء البحوث العلمية والدراسات الأكاديمية في المكتبة الجامعية الجزائرية على العموم، وجامعة بسكرة بوجه أخص.

سابعاً: أسباب اختيار الموضوع

يعود إختيارنا لهذا الموضوع ل:

- طبيعة التخصص في مجال التسويق المصرفي.
- الفضول العلمي لمعرفة الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي أحدثت ثورة عالمية في مختلف بقاع العالم والأثر الذي تخلفه على جودة الخدمات المصرفية وتعزيزها.
- إعطاء إطار نظري خاص بتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تقديم الخدمات المصرفية.

ثامناً: التوضع الأستمولوجي ومنهجية الدراسة

1. التوضع الابستمولوجي ومنهجية الدراسة

أولاً: التوضع الابستمولوجي

تدرس هذه الدراسة تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية بسكرة العلاقة بين موضوعين أساسيين يتعلق الأول تكنولوجيا المعلومات والموضوع الثاني جودة الخدمة المصرفية، وذلك انطلاقاً من تكنولوجيا المعلومات والاتصال وعلاقتها بجودة الخدمة المصرفية، ولدراسة تفاصيل هذه الإشكالية ووصف وتفسير الظواهر وتحديد القواعد والقوانين التي تحكم بينها قمنا باستخدام النموذج الوصفي الذي يساعد على تجسيد تصوراتنا حول الظاهرة المدروسة إلى نموذج يبرز العلاقات السببية فيما بين عناصر الظاهرة، ثم وصف وتحليل موضوعي لعناصرها بالاعتماد على الأساليب الكمية والإحصائية المناسبة واختبار فرضياتها.

ثانياً: منهجية الدراسة

تم إستخدام منهجية البحث الوصفي الميداني لتحليلي، فعلى صعيد البحث الوصفي تم الإطلاع على الدراسات والبحوث النظرية والميدانية، وهذا من أجل إدراك ومعرفة الأسس ومنطلقات الإطار النظري، والوقوف عند أهم الدراسات السابقة التي تعتبر خطوة مهمة جداً لضبط إشكالية ونموذج الدراسة التي ينطلق منها الباحث لفهم جيد يثبت من خلاله أهمية موضوعه، ومقارنة النتائج المتوصل إليها فهي بمثابة دعم له، أما من جانب الميداني التحليلي فقد تم إجراء عينة من مجتمع الدراسة، وتم تحليل كامل بياناتها من خلال الإجابة عن الإستبيانات وإستخدام الطرق الإحصائية المناسبة.

- الدراسة الأولى: دراسة مجيد مصطفى عثمان منصور وإياد يوسف دلبح (د س)، بعنوان:

أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية في فلسطين

هدفت الدراسة إلى بيان أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية في فلسطين، وقد اجريت الدراسة على الموظفين العاملين في البنوك الإسلامية في المحافظات في الضفة الغربية في نابلس وطولكرم وجنين، حيث بلغ عدد افراد مجتمع الدراسة (142) موظفا، وتم استعمال عينة الدراسة مكونة من (46) موظفا، تم اختيارها بالطريقة العشوائية الطبقية، ومن أجل تحقيق هدف الدراسة، طور الباحث الاستبانة كأحد أدوات البحث، تكونت من مجموعة من الفقرات التي بحثت في أثر تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية على جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية في فلسطين، ويتضح من نتائج الدراسة بان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين المسؤولية الاجتماعية وجودة الخدمات المصرفية، حيث بلغ معامل الارتباط 95% وهو معامل ارتباط قوي ودال احصائيا، كما تبين نتائج الدراسة بان المسؤولية الاجتماعية تفسر 90% من التباين في جودة الخدمات المصرفية، وهي دالة عند مستوى (0.01). ويفسر الباحث هذه النتيجة كون المسؤولية الاجتماعية هي نتاج طبيعي لاهتمام البنوك الإسلامية بفكرة تطبيق الشريعة الإسلامية في المعاملات، وهي شريعة سمحه تضع الانسان قبل قبل فكرة المال، وتتسم بكونها خاضعة لقوانين لا يمكن ان يتم تبديلها او التلاعب بها.

- الدراسة الثانية: دراسة شيروف فضيلة (2010) الموسومة بـ:

أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية - دراسة حالة بعض المصارف في الجزائر -مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص تسويق من جامعة منتوري قسنطينة.

وتهدف هذه الدراسة إلى:

- إبراز دور التسويق الإلكتروني في تسهيل المعاملات الإلكترونية بأقل جهد ووقت لتحقيق الجودة.
- إبراز تصور الجودة الخدمات المصرفية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المصرفي يرفع من كفاءة وأداء الخدمات.

أهم النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة هي:

- التأخر في تطبيق تقنيات الصيرفة الإلكترونية في المصارف الجزائرية واقتصارها على فئة قليلة من الزبائن.
- نقص الوعي بأهمية العمل المصرفي الإلكتروني ومحتاج إلى وقت كبير ليترقي إلى مستوى الشفافية الإلكترونية اللازمة.

الدراسة الثالثة: دراسة إسماعيل بن دليمي (2018)، بعنوان:

أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التسويقي للبنوك التجارية الجزائرية-دراسة عينة من البنوك الجزائرية-، أطروحة دكتوراه في علوم التسويق، جامعة باتنة.

وتهدف هذه الدراسة لمعرفة أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التسويقي (جودة الخدمة البنكية، رضا الزبائن، ولاء الزبائن، الابتكار التسويقي) للبنوك التجارية الجزائرية، حيث تم توزيع استبيان على عينة من البنوك التجارية الجزائرية في ولايتي باتنة وأم البواقي، ثم عولجت البيانات المسترجعة باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS. توصلت الدراسة إلى أنه يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التسويقي في البنوك التجارية المدروسة.

الدراسة الرابعة: دراسة كروش نورالدين وليلى أولاد إبراهيم ودقيش جمال (2020)، بعنوان:

أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحسين جودة الخدمة المصرفية، مجلة البحوث والدراسات العلمية، المجلد 14،

العدد 01.

وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات على رفع جودة الخدمة المصرفية من خلال البنوك الالكترونية، وسائل الدفع الحديثة والقنوات المصرفية الالكترونية.

توصلت نتائج الدراسة إلى أن تكنولوجيا المعلومات تساهم في تقديم منتجات جديدة وخدمات متنوعة بتقنية مختلفة ومتفوقة على المنافسين وكذا طرح الخدمات المصرفية بمستوى عالي وبجودة عالية، كما أن القنوات الإلكترونية مصدرًا لجودة الخدمات المصرفية بصورة كبيرة. وتوصي الدراسة بضرورة قيام المصرف محل الدراسة بإجراء مسح دوري لمختلف متلقي الخدمة الإلكترونية من إدراك مواطن القوة والضعف، إلى جانب العمل على القيام بدورات تدريبية بشكل دوري ومستمر للموظفين من أجل الارتقاء بقدراتهم ومهاراتهم في مجال تكنولوجيا المعلومات نظرا لتطورها المستمر وتحفيزهم على استخدامها.

عاشرا: هيكل الدراسة

لدراسة موضوع دراستنا والتحقق من الإشكالية والأسئلة الفرعية المطلوبة، قسمنا هذه الدراسة إلى فصلين أحدهما نظري والآخر تطبيقي، مسبقين بمقدمة شملت مختلف المنهجية المستخدمة والأهمية والهدف من الدراسة المطروحة وفرضياتها والدراسات السابقة المشابهة لها.

أما الفصل النظري فقد تطرقنا فيه إلى الإطار التحليلي النظري لكل من جودة الخدمة المصرفية من المفاهيم النظرية والأهمية والأنواع والخصائص إلى المشكلات والحلول، أما المبحث الثاني فتطرقنا فيه إلى المفاهيم النظرية الخاصة بتكنولوجيا المعلومات واستخداماتها وأهميتها وأنواعها وأثرها على كل بعد من أبعاد الخدمة المصرفية تطرقنا لها في المبحث الثالث والأخير من الفصل.

أما الفصل التطبيقي فقد خصص لدراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وإسقاط الجوانب النظرية فيه، فتناولنا في المبحث الأول التقديم العام بالبنك وهيكله التنظيمي، وفي المبحث الثاني تطرقنا إلى الإطار المنهجي للدراسة الميدانية من حيث مجتمع وعينة الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة، أما المبحث الثالث فخصص لعرض وتحليل مختلف نتائج الدراسة واختبار الفرضيات.

ومتبوعين بخاتمة كانت حوصلة لمختلف النتائج التي ذكرناها وأهم التوصيات وآفاق الدراسة.

الفصل الأول:

الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها
على جودة الخدمة المصرفية

تنشط المصارف سواء أكانت محلية أو عالمية في ظل محيط دائم التغير، تسعى جاهدة لتطوير علاقة طويلة الأجل مع زبائنها، حيث تعمل المصارف على جذب الزبائن والاحتفاظ بالزبائن الحاليين، من خلال كسب رضا مهم وثقتهم عبر تقديم خدمات متميزة وفقا لرغباتهم، ويستند الزبون المصرفي في الحكم على جودة الخدمات المقدمة له على معايير تختلف عن المستخدمة في السلع المادية وذلك بسبب الخصائص المميزة للخدمات المصرفية، لذلك اعتمدت الأبحاث والدراسات في هذا المجال على إبراز وتحديد أهم هذه الأبعاد، وتوضيح نماذج لقياس جودة الخدمة المصرفية، لتتمكن المصارف من التعرف على درجة رضا زبائنها على جودة خدماتها المصرفية والوقوف على جوانب الضعف فيها والعمل على معالجتها وتحسينها.

ويشهد عالمنا المعاصر والحديث اليوم تطورات هائلة وكثيرة في كل المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، و في ظل التوجه العالمي نحو اقتصاديات المعرفة التي تعتمد بشكل أساسي على التقنيات الحديثة في استخدام المعرفة لرفع مستوى الأداء، أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ميزة العصر الذي نعيش فيه، وتقف وراء كل نجاح أو تفوق يحققه الأفراد والمنظمات ووسيلة بقاء وأداة ال يمكن الاستغناء عنها في عالم مفتوح يعتمد القدرة التنافسية معيارا للتقدم والازدهار، حيث مهدت الطريق لعملية الانتقال من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات، وقد أخذت هذه الثورة تترك آثارها على المجتمع المعاصر بشكل غير مسبوق أكم وأنوع.

وكان الأساس في ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هو التعاضد بين تكنولوجيا الاتصالات وبين المعلومات وتكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية معا، لتكون قادرة على معالجة وتوصيل وتخزين المعلومات إلكترونيا إلى الحد الذي شكلت فيه مجتمعات جديدة متباعدة المكان، متقاربة الزمان، مبنية على التواصل المتزامن، وغير المتزامن، فهي لم تعد مجرد أداة فحسب، بل أصبح النظر إليها على أنها مدخل من أهم مداخل اللحاق بركب الحضارة الآنية والمستقبلية في العالم.

ولالإلمام بمختلف الجوانب النظرية المتعلقة بكل الخدمة والخدمة المصرفية وجودة الخدمات المصرفية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال تم تقسيم هذا الفصل إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: ماهية جودة الخدمات المصرفية

المبحث الثاني: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المبحث الثالث: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمة المصرفية

المبحث الأول: ماهية جودة الخدمات المصرفية

نظرًا للتطور السريع في بيئة الأعمال المصرفية، والتي تتميز بالمنافسة الشديدة والتحديات غير المسبوقة للحصول على مجالات تسويقية جديدة، وتعميم تقنية الدفع الإلكتروني، وذلك بهدف كسب المزيد من العملاء والمتعاملين من خلال تطوير الخدمات وتحسينها، وتعزيز وخصائصها التسويقية وتدريب الموظفين، فقد أصبحت المصارف والبنوك تواجه صعوبات مختلفة في مواجهة هذه التحديات، والتي تدفع القيادة العليا للصناعة المصرفية للبحث عن خيارات وبدائل للتعامل مع التطورات المذكورة أعلاه والإبداع في تقديم الجودة المطلوبة من الخدمات المصرفية. وعليه سنتطرق في هذا المبحث إلى الخدمة المصرفية وجودتها.

المطلب الأول: ماهية الخدمة والخدمة المصرفية

الفرع الأول: تعريف الخدمة وخصائصها

1. تعريف الخدمة

حظي مصطلح الخدمة باهتمامات الباحثين والكتاب في مختلف المجالات، وهناك العديد من التعريفات التي أعطيت للخدمة من بينها الجمعية الأمريكية للتسويق عرفت الخدمة على أنها: "النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لإرتباطها بسلع معينة"، والملاحظ من هذا التعريف أنه يحدد الفرق بين السلعة والخدمة بصورة واضحة". (بلبالي، 2009/2008، صفحة 05) والملاحظ من خلال هذا التعريف المطروح من طرف الجمعية الأمريكية للتسويق أنه لا يفرق بشكل واضح بين كل من الخدمات والسلع.

ويمكن تعريف الخدمات بصورة عامة بأنها عبارة عن تصرفات أو أنشطة أو أداء يقدم من طرف إلى طرف آخر وهذه الأنشطة تعتبر غير ملموسة ولا يترتب عليها نقل ملكية أي شيء كما أن تقديم الخدمة قد يكون مرتبطاً أو غير مرتبطاً بمنتج مادي ملموس. (حمد و عبد الهادي، 2002، صفحة 62)

وقد يخلط البعض بين السلع والخدمات، والفرقة الواضحة بين السلع والخدمات تكمن في أن الخدمة ليست شيئاً مادياً ملموساً ولا يمكن تملكها، فعلى سبيل المثال عندما نستأجر غرفة في الفندق لا نأخذ شيئاً مادياً عندما نترك الفندق، وإنما نحصل على درجة من الإشباع وهي الخدمة التي تلقيناها وهي شيء غير ملموس، كذلك الحال عندما نتقدم إلى البنك لإجراء عملية تحويل مبلغ من المال لأحد الأقارب فإننا لا نحصل على شيء مادي ملموس، وإنما نحصل على الإشباع والرضى من خلال تحويل مبلغ من المال. (زيدان و بريش، ب س، صفحة 253)

وقد عرف كل من **Armstrong و Kotler** الخدمة بأنها "نشاط أو منفعة يقدمها طرف إلى طرف آخر وتكون في الأساس غير ملموسة ولا يترتب عليها أي ملكية، فتقديم الخدمة قد يكون مرتبطاً بمنتج مادي أو لا يكون". (العلاق و الطائي، 2009، صفحة 16)

كما عرفت الخدمة بأنها النشاطات غير الملموسة والتي تحقق الإشباع للرغبات، ولا ترتبط أساسا سلعة أو خدمة أخرى، كما عرفت الخدمة بأنها بيع أعمال غير ملموسة تشبع حاجات المستهلك أو المستفيد عندما تقدم بكفاءة (عليان و السامرائي، 2015، صفحة 120) وعرفت أيضا الخدمة من طرف خبراء الإدارة العامة بأنها: "الحاجات الضرورية لحفظ حياة الإنسان وتأمين رفاهيته والتي يجب توفيرها بالنسبة لغالبية الشعب والالتزام في منهج توفيرها على أن تكون مصلحة الغالبية من المجتمع هي المحرك الأساسي لكل سياسة في شؤون الخدمات بهدف رفع مستوى المعيشة للمواطنين". (مسعودي، 2022/2021، صفحة 72)

وعليه ومما سبق التطرق إليه من التعاريف المعطاة للخدمة يمكن لنا تقديم تعريف شامل للخدمة بأنها:

الخدمة هي عبارة عن تصرفات وأنشطة تقدم من طرف إلى آخر بهدف تلبية رغباته، وهذه الأنشطة تعتبر غير ملموسة ولا يترتب عليها نقل ملكية أي شيء بل يحصل من ورائها على منافع، كما أن تقديمها قد يكون مرتبطا أو غير مرتبط بسلعة مادية ملموسة.

2. خصائص الخدمة:

على الرغم من التعريفات المعطاة للخدمة، فهي بذلك تتميز بمجموعة من الخصائص المتمثلة في:

❖ الالاملموسية:

نظرا لكون الخدمة غير ملموسة فإنه من المستحيل على المستفيد منها إدراكها بالحواس، أو الإحساس بها من خلال لمسها أو تذوقها، أو شمها أو رؤيتها قبل شرائها لها. بما أن الخدمة غير ملموسة فهذا يعني أنه ليس لها وجود مادي أبعد من أنها تنتج أو تحضر ثم تستهلك أو يتم الانتفاع بها عند الحاجة إليها، ومن الناحية العملية فإن عمليتي الإنتاج والاستهلاك تحدثان في آن واحد.

❖ التلازمية (عدم الانفصال):

تعني أن عمليتي الإنتاج والاستهلاك للخدمة يتم في نفس الوقت، كما تعني أيضا أنه لا يمكن فصل الخدمة عن مقدميها لأن وقت إنتاجها هو نفسه وقت استهلاكها، فالزبون هنا يكون في إتصال مباشر مع مقدمي الخدمة.

❖ عدم التجانس في المخرجات:

من الصعب القول أو اعتبار أن الخدمات التي تقدمها المؤسسة الخدمية إلى الزبون تتم بنفس المستوى والنوعية، لأن جودة الأداء تعتمد بدرجة كبيرة على مقدميها، فالخدمة المقدمة من نفس الشخص تختلف أيضا من وقت لآخر وبإختلاف المستفيد من الخدمة كذلك. وهذا يعني أنه يصعب على مقدم الخدمة أن يتعهد بأن تكون خدماته متماثلة ومتجانسة على فترات زمنية مختلفة، وبالتالي فهو لا يستطيع ضمان مستوى جودة معين لها مثلما هو الحال عند إنتاج السلع، وبذلك يصبح من الصعوبة على طرفي التعامل (المقدم والمستفيد) توقع بما ستكون عليه الخدمات قبل تقديمها والحصول عليها، وهذه الخاصية تدفع بالمؤسسات الخدمية

إلى البحث عن الكيفية التي تسمح بتقليل التباين في مخرجات خدماتها إلى أدنى مستوى ممكن. (العلاق و الطائي، 2009، الصفحات 24-25)

❖ عدم الملكية:

صفة عدم إنتقالية ملكية الخدمة صفة تميز الخدمة عن المنتج، وذلك كون الزبون يمكنه استعمال الخدمة لمدة معينة دون امتلاكها على عكس المنتج التي يكون فيها الزبون له حق امتلاكها كما هو الحال في مختلف المنتجات المادية. (الضمور، 2015، صفحة 32)

ويترتب عن هذه الخاصية:

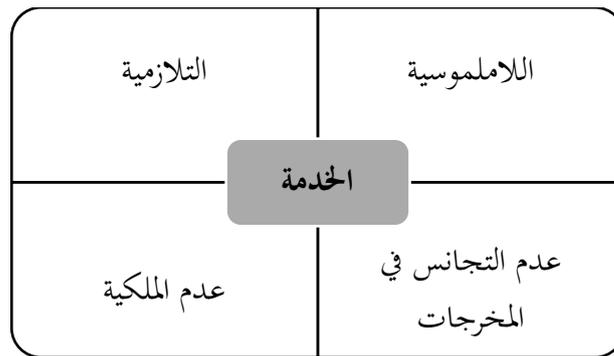
↔ تصبح قناة التوزيع المباشرة أكثر استخدام.

↔ يتحول الوسيط إلى دور المشارك في إنتاج الخدمة بدلا من دوره كناقل فقط. (البكري، 2006، صفحة 220)

إن عدم انتقال الملكية يمثل خاصية مميزة للخدمات مقارنة بالمنتج المادية، فكما سبق الإشارة إليه فبالنسبة للسلع يمكن للمشتري أن يستخدمها بشكل كامل وتخزينها واستهلاكها أو بيعها في وقت لاحق، وعندما يدفع ثمنها فإن الزبون يمتلك المنتج. أما بالنسبة للخدمة فإن المستفيد قادر فقط على الحصول عليها واستخدامها شخصيا لوقت محدد في أغلب الأحيان (مثل تأجير غرفة بفندق)، وأن ما يدفعه يكون مقابل المنفعة المباشرة التي يحصل عليها من تلك الخدمة المقدمة له. (العلاق و الطائي، 2009، صفحة 27)

ويمكن لنا إيضاح خصائص الخدمة في الشكل الموالي:

الشكل رقم (01.01): خصائص الخدمة



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات خصائص الخدمة

الفرع الثاني: تعريف الخدمة المصرفية ونشأتها

1. تعريف الخدمة المصرفية

حظي مصطلح الخدمات المصرفية باهتمامات العديد من الكتاب والدارسين في هذا المجال، وقد تم إعطاء تعريفات لهذا المصطلح كل حسب وجهة نظره ومن بين هذه التعريفات نذكر:

يعرف **زيد رمضان ومحفوظ** جودة الخدمات المصرفية على أنها: "مجموعة أنشطة تتعلق بتحقيق منافع معينة للعميل سواء كان ذلك بمقابل مادي أو بدون مقابل، فقد يقدم البنك أحيانا خدمات مجانية بدون مقابل إلى عملائه". (رمضان و جودة ، 2000، صفحة 307)

وينظر **Sylvie de Coussergues** للخدمات المصرفية في أنها: "العروض البنكية التي تقدم للعملاء، فالحساب على الدفتر، قروض الاستغلال، وخصم الشيكات وغيرها هي منتجات بنكية". (De Coussergues, 1996, p. 247)

فالخدمة المصرفية في تعريفها هي مزيج من المنتجات المصرفية التي يبيعها البنك للعملاء وفقا لاحتياجاتهم بما يحقق لهم المنافع والإشباعات الممكنة، ويقصد بمزيج الخدمات مجموعة أو تشكيلة من المنتجات المصرفية التي يقدمها البنك كبنائ للخدمة إلى العملاء كمشتريين لها وتتجاوز 100 خدمة مصرفية، وقد تكون مختلفة فيما بينها فيعمل البنك على تجميعها في خط خدمات، مثل الخط الكامل لخدمات التوفير (شهادات التوفير قصيرة الأجل، شهادات التوفير طويلة الأجل ، حسابات التوفير الخاصة بالطلبة والمتقاعدين ...) فهي منتجات تشبع نفس الحاجات أو تؤدي نفس الوظائف، أو أن لها نفس منافذ التوزيع وموجهة لنفس العملاء. (معارفي، 2007-2008، صفحة 19)

وعرفت الخدمة المصرفية بأنها: "مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في مجموعة من العناصر الملموسة وغير الملموسة المقدمة من قبل المصرف، والتي يدركها الزبائن من خلال دلالاتها وقيمها المنفعية والتي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، كما تشكل مصدرا لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين". (نزال و الوادي، 2010، صفحة 117)

ويمكن تعريف الخدمة المصرفية أيضا بأنها: "مصدر للإشباع الذي يسعى إلى تحقيقه الزبون لحاجاته ورغباته، أما من منظور المصرف فإنها تمثل مصدرا للربح". (العربي، 2015-2016، صفحة 37)

وعليه ومما سبق ذكره نستخلص أن الخدمة المصرفية تتمثل في:

هي أي نشاط يتعلق بقبول الأموال المملوكة إلى الأفراد والكيانات الأخرى، بحيث يكون الغرض من إقراض هذه الأموال هو تحقيق الربح.

2. نشأة وتطور الخدمة المصرفية

شهدت الخدمات المصرفية عدة مراحل مرت بها نذكرها فيما يلي (مسعودي ر.، 2013-2014، الصفحات 68-70):

أولاً: الخدمات المصرفية في مرحلة ما قبل التصنيع

لقد اعتمدت المجتمعات في هذه المرحلة على الزراعة والصيد في توفير احتياجاتها ولقد تميزت هذه المرحلة بالخصائص التالية:

❖ الاكتفاء الذاتي: حيث إن كل أسرة تنتج ما تحتاجه من سلع وخدمات لذلك تتصف هذه المرحلة بعدم وجود أي نشاط مالي أو مصرفي.

❖ تبادل الفائض من الإنتاج: بعد توجه الأسر إلى التخصص بالإنتاج حدث ظهور فائض في الإنتاج، مما دفعهم إلى إجراء عملية المبادلة بالسلع وذلك من خلال مقايضة سلعة بسلعة أخرى، وأن الخدمات التي كانت تقدم في تلك الفترة بسيطة، شخصية، طوعية، أما بالنسبة إلى الخدمات المصرفية فإن معالمها لم تظهر بعد ولكن أهم ما اتصفت به هذه الفترة هو ظهور عملية التبادل.

❖ ظهور النقود: نظرا لصعوبة إجراء عملية التبادل والمقايضة وذلك لعدم تكافؤ السلع والخدمات من حيث الجودة والقيمة، فإن ذلك دفع إلى إيجاد سلع وسيطة تمكن الأفراد من التواصل إلى عملية تبادل مرضية، مما أدى إلى ظهور النقود والذي حقق تحول كبير في طبيعة الأنشطة المالية.

❖ الإيداع: بعد ظهور المسكوكات الذهبية والفضية والنقود، وبعد أن أصبح هنالك أفراد يمتلكون ثروات وأصبحوا يخشون عليها من السرقة والضياع، قاموا بإيداعها في المعابد وبذلك تعتبر هذه المرحلة البداية لفكرة المصارف والخدمات المصرفية بشكل بسيط ألا وهو الإيداع.

❖ الإيداع والقروض: لقد لجأ أصحاب الثروات إلى إيداع ثرواتهم لدى الصياغ، وأن هؤلاء أخذوا يقومون بإعطاء القروض لقاء فائدة معينة، ويكون القرض لفترة قصيرة إن هذه المرحلة تميزت بظهور خدمة القروض إضافة إلى خدمة الإيداع وكذلك حصول الصياغ على فائدة مقابل منح القروض.

❖ بداية عمل المصارف: تطور عمل الصياغ من الإيداع والقروض والتحصيل على الفائدة إلى التنسيق والتعاون فيما بينهم وقاموا بإنشاء المصارف وإصدار أوراق البنكنوت لإجراء عملية المقايضة.

إن الأنشطة المصرفية في هذه الفترة اقتصر على الإيداع والقروض الفائدة وإصدار أوراق البنكنوت.

ثانياً: الخدمات المصرفية في مرحلة التصنيع

تميزت هذه المرحلة بتراكم رأس المال، مما دفع أصحابه إلى استثماره في المشاريع الصناعية، وأن هذا الاستثمار أدى إلى زيادة الثروات وهنا ظهرت الحاجة بشكل أكبر إلى مصارف أكثر تخصصاً من الفترات السابقة بالشكل الذي جعلها تمثل مؤسسات ذات كيان لها تنظيم إداري وكادر لديه خبرة بالعمل، وذلك نتيجة لزيادة مبالغ الإيداع وزيادة رأس مال المصارف وزيادة إمكانياتها في منح القروض وإعطاء الاستثمارات.

ثالثاً: الخدمات المصرفية في مرحلة التقدم الصناعي

تميزت هذه المرحلة باستخدام التكنولوجيا المتطورة في تقديم الخدمات المصرفية ولقد أصبحت المؤسسات تتسابق فيما بينها في استخدام الأساليب الحديثة والتقنيات المتطورة، لكي تتمكن من تلبية حاجات ورغبات الزبائن وجلب أكبر قدر ممكن من

الزبائن لان عملية الإبداع والاقتراض والاستثمار، أصبحت غير مقتصرة على أصحاب الثروات الطائلة، وإنما أصبح أغلب الأفراد يطالبون بالخدمات المصرفية وذلك من خلال الإيداع، طلب القروض، تحويل الأجر إلى المصارف، طلب بطاقة الائتمان وغيرها من الخدمات المصرفية.

رابعاً: الخدمات المصرفية في مرحلة ما بعد التقدم الصناعي والظروف الحالية

إن أهم ما يميز القطاع المصرفي في هذه المرحلة، هو تعاضد دور التكنولوجيا المصرفية والعمل على تحقيق الاستفادة القصوى من ثمار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بغية تطوير نظم ووسائل تقديم الخدمات المصرفية وابتكار تطبيقات جديدة للخدمة المصرفية تتسم بالكفاءة والسرعة في الأداء، وتتميز هذه المرحلة بالخصائص التالية:

- ❖ تزايد الطلب على الخدمات المصرفية؛
- ❖ زيادة عدد المصارف وتنوع الخدمات المقدمة؛
- ❖ زيادة عدد الفروع التابعة للمصرف؛
- ❖ اتساع الرقعة الجغرافية التي تنتشر عليها هذه المصارف وفروعها؛
- ❖ استخدام الحاسب الآلي في تنفيذ العمليات المصرفية؛
- ❖ الاشتراك في شبكة الانترنت لتسهيل عملية الترويج والاتصال بالزبائن.

ويمكن القول باختصار أن الخدمات المصرفية كغيرها من أوجه النشاطات قد مرت بالعديد من مراحل التطور، حيث تحول النشاط من مجرد القيام بعمليات القرض والإيداع في داخل حدود الدولة المعنية إلى قيام المصارف في مجال الاستثمار وتملكها الكثير من المشروعات الصناعية والخدمية والتجارية وكذلك قيامها بتصدير خدماتها إلى خارج حدود الدولة، وانتشار فروع الكثير من المصارف في معظم دول العالم، وظهور المصارف متعددة الجنسيات... الخ.

ولا شك أن هذا التحول الكبير والتنوع الملحوظ في الخدمات المصرفية أو في صناعة المصارف بصفة عامة كان بمثابة ضرورة فرضها واقع التطور والنمو السريع في مختلف الأنشطة الاقتصادية في دول العالم المختلفة.

الفرع الثالث: أهمية الخدمة المصرفية

يتأكد دور النظام المصرفي من خلال ما قدمه من خدمات أصبحت واحدة من أهم دعائم التنمية الاقتصادية وبدونها لا يستطيع أي اقتصاد معاصر أن يؤدي وظيفته، ونظرا لكون الطلب على خدمات النظام المصرفي، طلبا مشتقا من حاجة التنمية الاقتصادية، فبذلك يمكن القول أنه كلما اتسعت حدود التنمية زادت الحاجة إلى وجود نظام مصرفي أكثر تطورا وأوسع خدمات. فمن خلال تقديم الخدمات المصرفية بتواجد الجهاز المصرفي في مركز النشاطات والمعاملات الاقتصادية لأي بلد فهو يقوم بوظيفة الوساطة المالية بين صاحب العجز المالي وصاحب الفائض المالي وتدخله في الاقتصاد يجعل من التمويل عملية غير مباشرة،

محققا في ذلك منافع على المستوى الجزئي والكلّي، حيث يشجع الاستثمار ويعبئ الادخار. وتظهر أهمية الخدمات التي تقدمها المصارف في هذا العصر بأدائها أرصدة ضخمة من الودائع على مستوى الوفورات المحققة من الحجم الكبير وذلك لما يلي:

- ❖ بدون هذه الوساطة يتعين على صاحب المال أن يجد المستثمر المطلوب والعكس بالشروط والمدة الملائمين للائتين.
- ❖ تشجيع التجارة المحلية الداخلية والخارجية (من خلال تقديم قروض على شكل اعتمادات مستندية).
- ❖ قيامها بالمشاركة في تأسيس الشركات على اختلاف أنواعها ضمن القانون وتقديم الاستشارات المالية للعملاء، كعمل دراسات جدوى اقتصادية كما أن التوجه إلى صناعة الخدمات المصرفية يعتبر توجه لا بديل منه خاصة في ظل العولمة المالية والمصرفية وتعدد حاجات المجتمع، بحيث أصبح بحاجة إلى مزيد من الخدمات المصرفية الجديدة، وأكثر تنوعا، وإلى أدوات استثمارية تدر لهم عائدا ماليا مناسباً زد على هذا النتائج الإيجابية التي يمكن الوصول إليها من جذب مزيد من الزبائن.
- ❖ وتحسين الوضع التنافسي للبنك، واكتساب قدرة على الاستمرارية والتواصل السليم في السوق المصرفي.

وبالتالي تبرز أهمية الخدمات المصرفية المقدمة في المصارف في كونها أنها تمثل شريان الحياة بالنسبة لهذه المصارف، ويجب أن تكون موضع مراقبة لتحقيق من مدى فاعليتها وكفاءتها، ومن بين أهم ما ينبغي في هذا المجال مقدار توافق المنتجات المطروحة مع متطلبات السوق الحالية، ودرجة قدرتها على المنافسة، فالأسواق المعاصرة تتطلب الخدمات التي تقدم للزبائن بمستوى متميز من الأداء، وتكمن أهمية الخدمات المصرفية أيضا في أنها ترتبط بشكل مباشر بإشباع حاجيات الزبائن ورغباتهم المتنوعة، وتسعى المصارف دائما إلى التعرف إلى حاجيات الزبائن، بهدف تعزيز نسبة الاحتفاظ بالزبون والمساعدة في جلب المزيد من الزبائن، وهنا ينبغي أن ينظر إلى الخدمات المصرفية بوصفها حلا يسعى الزبون إليه وصولا إلى الرضا والإشباع. (بوعكاز، 2020/2019، الصفحات 101-102)

المطلب الثاني: أساسيات حول الخدمات المصرفية

الفرع الثاني: خصائص الخدمة المصرفية

تتميز الخدمات المصرفية بمجموعة من الخصائص التالية (زيدان و بريش، ب س، صفحة 253):

- ❖ الخدمات المصرفية ليست مادية مجسمة وبالتالي فهي غير قابلة للتلف ولا يمكن تخزينها.
- ❖ الخدمات المصرفية ليست محمية ببراءة الاختراع وكل خدمة جديدة يوجد بها بنك ما يمكن لبنك آخر تقديمها.
- ❖ الخدمات المصرفية غير قابلة للتجزئة أو التقسيم أو الانفصال عند تقديمها.
- ❖ تعتمد الخدمات المصرفية على التسويق الشخصي بدرجة كبيرة، حيث تعتمد في تقديمها على الاتصال الشخصي بين مقدم الخدمة والعميل.

كما يعدد (الحداد، 1999، صفحة 336) الخصائص التالية للخدمات المصرفية:

- ❖ لا يمكن صنع الخدمة المصرفية مقدما أو تخزينها فهي تنتج وتقدم في نفس اللحظة التي يتقدم الزبون لطلبها.
- ❖ لا يمكن لموظف البنك إنتاج عينات من الخدمة وإرسالها للزبون للحصول على موافقته عن جودتها قبل الشراء.
- ❖ الخدمات المصرفية غير قابلة للاستدعاء مرة أخرى، في حالة وجود أخطاء في إنتاجها أو عيوب عند تقديمها فإن الاعتذار وترضية العميل هما البديل الوحيد أمام موظف البنك.
- ❖ جودة الخدمة المصرفية غير قابلة للفحص بواسطة موظف البنك قبل تقديمها للزبائن.
- ❖ أن تقديم الخدمة المصرفية غير نمطي وتختلف طريقة تقديم الخدمة من زبون لآخر حسب درجة التفاعل بين موظف البنك والعميل.

ورغم الاتفاق بين المفكرين حول خصائص الخدمة المصرفية فإن الملاحظ أن هناك اختلاف على تلك الخصائص المميزة للخدمة المصرفية نظرا لطبيعة وخصوصية النشاط المصرفي من ناحية ومن ناحية أخرى نظرا لطبيعة الخدمة المصرفية وتعددتها وتنوعها وخضوعها لتغيرات مستمرة. ومن بين هذه الخصائص نذكر ما يلي (بوعكاز، 2020/2019، الصفحات 99-100):

- أ. لا يمكن صنع الخدمة مقدما أو تخزينها: من المستحيل إنتاج الخدمة مقدما وتخزينها حين طلب العميل، فالموظف (يصنع) الخدمة بمجرد أن يظهر العميل أمامه، وفي لحظات قليلة يبدأ في تجهيز (المواد الخام) وبقية عناصر إنتاج الخدمة وفي نفس اللحظات يتم إعداد الخدمة بما يتناسب مع طلب العميل. كما أنه على موظف البنك أن يتذكر دائما أنه يعد و ينتج كل خدمة في لحظات وأمام العميل بمجرد وصوله، وأنه لا يستطيع إنتاجها وتخزينها قبل تلك اللحظة، ويفرض ذلك عليه أن يهتم بتقديم الخدمة بنفس مستوى الجودة قدر الإمكان في كل مرة.
- ب. يقوم الموظف بإنتاج وتقديم خدمة وهي عبارة عن خبرة ومعايشة. فهو لا يستطيع أن ينتج عينات من هذه الخدمة التي يرسلها إلى المستهلك ويحصل منه على موافقة مسبقة عن جودة هذه الخدمة قبل استعماله لها كما أنه لا يستطيع أن يوصل هذه الخدمة شفهيًا إلى العميل. كما أنه من غير المتصور إرسال عينة من نوعية الخدمة للعميل قبل أن يحصل عليها حين حضوره إلى البنك.
- ج. التأكد من تقديم ما يطلبه العميل: لأن الخدمة بطبيعتها ليست شيئًا ماديًا ملموسًا يمكن الحكم على مواصفاته بمعايير مطلقة وثابتة بين كل العملاء، فإن الحكم النهائي على ما يقدمه موظف البنك سوف يرتبط بما يطلبه ويتوقعه العميل عن هذه الخدمة.
- د. الخدمات غير قابلة للاستدعاء مرة أخرى: بعض المنتجين لسلع معينة يضطرون إلى سحب سلعهم من السوق بسبب أخطاء فنية في إنتاجها، أو أحيانا بسبب فسادها أو عدم صلاحيتها للاستهلاك الآدمي، أما الخدمة المصرفية التي تقدم للعميل، فلها طبيعة مختلفة ذلك أنها غير قابلة للاستدعاء مرة أخرى بعد تقديمها. وبمجرد أن تصنع الخدمة وتقدم للعميل فإنها تستهلك في التو واللحظة، وعادة لا يكون هناك فرصة لإضافة أية تعديلات إليها أو سحب أي جزء منها. وعلى موظف البنك أن يتأكد من أن الخدمة مناسبة بل أيضا متفوقة في كل جوانبها بحيث لا يوجد مجال للإضافة إليها.

هـ. جودة الخدمات غير قابلة للفحص قبل تقديمها للعملاء: لو كان الموظف يعمل في مصنع وأمام خط إنتاج لكانت الأمور أسهل كثيرا بالنسبة له، فهو ينتج السلعة وبعد ذلك يجلس ليتأملها ويراجع المواصفات ويستبعد الوحدات المعيبة من خلال عملية الفرز ولكن موظف البنك يتعامل ويتفاعل مباشرة مع العملاء. ولا يمكنه بطبيعة الحال إجراء عملية الفرز والرقابة على الجودة بعد الإنتاج ومن ثم لا يمكنه استبعاد الوحدات المعيبة فالاستهلاك قد تم بالفعل، والمسؤولية هنا أكبر وأخطر وتتطلب ضمانات الجودة قبل لحظة الإنتاج.

الفرع الثاني: أنواع الخدمات المصرفية

إن الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك للأشخاص تمثل الجانب الأكبر للنشاط البنكي وتسعى دائما إلى تحقيق وتعزيز الجهود من أجل تقديم أحسن وأفضل خدمة مصرفية للعملاء، فعموما البنوك لديها نوعين من الخدمات المصرفية تقدمها للأفراد والمتمثلة في: (خلوف، 2013-2014، الصفحات 39-40)

1. الخدمات المصرفية المحلية

1.1. عمليات الصندوق:

تشمل هذه العمليات جميع عمليات الإيداع والسحب والتحويل والمقاصة.

أ. الإيداع: هي ودائع نقدية يودعها العميل لدى البنك لمدة معينة وبفائدة معينة، ولا يجوز للعميل سحب الوديعة إلا في نهاية المدة الزمنية المتفق عليها وإلا فقد الفائدة عن هذه الوديعة وتتم عمليات الإيداع بملاً استمارة معينة بما طلب الإيداع وجميع البيانات الخاصة بالمبلغ والفوائد، ويحصل على إيصال من البنك ليثبت قيامه بوضع وديعة فيه.

ب. السحب: يتم إجراء السحب من الحسابات الجارية، حيث يتقدم حامل الشيك إلى الشباك المختص وبعدها يقوم الموظف بالتحقق من الشخصية على بطاقة التعريف والتأكد من أنه المستفيد من الشيك، ثم الحصول على توقيعه وبيانات عنه تقيده على ظهر الشيك ويتم السحب إما مباشرة من طرف الشخص نفسه، وإما لسحب شخص آخر.

والشيك سند يقوم بواسطته شخص يدعى الساحب بإعطاء أمر لبنك ما أو مؤسسة معتمدة يدعى المسحوب عليه، بدفع عند الإطلاع قيمة محددة سواء لفائدته أو لفائدة شخص ثالث وهو المستفيد أو الحامل.

ج. التحويل والمقاصة:

↔ التحويل المصرفي: تتم هذه العملية بتحويل القيود التي يجريها البنك بحيث يجعل حساب عميل معين مدينا بمبلغ معين لكي يجعل حساب عميل آخر دائنا بنفس المبلغ، أو في نقل المبلغ من حساب لآخر، وتبدأ أهداف العملية عندما يصدر المدين أمراً إلى البنك بأن يتم نقل حسابه إلى حساب دائنه مبلغا يعادل قيمة الدين.

↔ المقاصة: هي تبادل أوراق الدين بين البنوك وتحصيلها ويتم هذا التداول في غرفة المقاصة بالبنك المركزي حيث يجتمع مندوبو البنوك فيها لتسوية وعمل مقاصة بين الشيكات المسحوبة على هذه البنوك لصالحها، وغرفة المقاصة منشأة تقوم بتسوية الشؤون المالية بين البنوك.

الوديعة في التعريف المصرفي هي اتفاق بين البنوك والمودع، حيث يدفع المودع مبلغاً من النقود بوسيلة من وسائل الدفع ويبتنى على ذلك خلق وديعة تحت الطلب أو لأجل يحدد بالاتفاق بين الطرفين وينشأ على تلك الوديعة التزام مصر في بدفع مبلغ معين من وحدات النقود القانونية للمودع أو لأمر لدى الطلب أو حينما يحل الأجل.

2. الخدمات المصرفية الخارجية

تتمثل بدورها في:

- أ. الاعتماد المستندي: هو الوسيلة المثلى لتنفيذ العقود، ويصدر في شكل خطاب صادر من البنك بناء على طلب أحد عملاءه، بالتالي يعتبر الاعتماد المستندي تعهد كتابي صادر بناء على طلب المستورد لصالح المصدر يتعهد فيه البنك بدفع أو قبول كمبيالات مسحوب عليها عند تقديمها وحسب الشروط الواردة بالاعتماد.
- ب. الأوراق التجارية: يقصد بها إثبات الالتزام بدفع مبالغ، وخاصيتها المشتركة. إعطاء المدين مهلة محددة لتسديد الديون وأهم أشكالها الكمبيالة (السفتجة) -السند لأمر- ويشترط فيها إيضاح مكان وتاريخ الوفاء واسم المستفيد، واسم وتوقيع المتعهد بالوفاء والتعهد بأداء مبلغ معين إضافة إلى امكانية التداول بالتظهير.
- ج. الأوراق المالية: وتمثل أساساً في الأسهم والسندات فالسهم هو جزء من رأسمال الشركة المساهمة، أما السند يعتبر جزءاً من قروض تصدرها الشركات أو الهيئات الحكومية.

من خلال كل ما جاء في الموضوع، نجد أن الجميع أجزم أن الخدمة تختلف من بنك لآخر وحتى في نفس البنك لأنه من الصعب على مقدم الخدمة أن يقدم خدمة لها نفس المواصفات عبر الزمان والمكان.

الفرع الثالث: العوامل المؤثرة في تقديم الخدمات المصرفية

هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر على الخدمات المصرفية التي يطرحها البنك في السوق، ويمكن تقسيم هذه العوامل إلى مؤثرات خارجية ومؤثرات داخلية كما يلي (بوعكاز، 2020/2019، صفحة 104):

أولاً: المؤثرات الخارجية

وتتمثل هذه العوامل في الجوانب الرئيسية التالية:

- ❖ قوة وأنشطة المنافسين؛
- ❖ التنبؤات الاقتصادية والظروف الاقتصادية المستقبلية؛
- ❖ المناخ التجاري العام؛
- ❖ التشريعات الحكومية والقيود التي قد تحد من قدرات البنك على اتخاذ القرارات وتحد كذلك من طبيعة واتجاه الأنشطة التسويقية وبالتالي تؤثر بشكل غير مباشر على الخدمات المصرفية التي يمكن ترويجها للسوق.

وتشمل هذه النوعية من المؤثرات الأبعاد التالية: (بوعكاز، 2020/2019، الصفحات 105-106)

- ❖ قدرة البنك على تقديم خدمات مصرفية جديدة أو تعديل وتطوير الخدمات الحالية؛
- ❖ مهارات وخبرات إدارة البنك والعاملين لديه وكذلك عمليات الفروع؛
- ❖ الروح المعنوية للعاملين في البنوك وسياسات الأجور ومعدلات الدفع، وكذلك فرص التدريب والتعليم، وفاعلية الاتصالات وغيرها من العوامل السائدة في البنك التي ينبغي أن تؤخذ في الحسبان عند وضع سياسة الخدمات المصرفية؛
- ❖ قدرة البنك على البحوث والدراسات المستمرة لتقييم أداء البنك في السوق فبدون المعلومات عن الأداء وعن أنشطة المنافسين، واحتياجات العملاء المستقبلية لن تنجح سياسة الخدمات المصرفية في البنك؛
- ❖ الصورة الذهنية للبنك لدى العملاء. فعلى سبيل المثال إذا رأى أحد البنوك أن الرسالة الأساسية له هي الجودة بالدرجة الأولى كما هو الحال بالنسبة لبعض البنوك، فإن عليه أن يؤكد أن نطاق الخدمات المقدمة وكذلك معايير الاهتمام بالعملاء تساند هذه الرسالة الأساسية التي تهدف إلى تقديم خدمة ذات مستوى جودة متميز.

المطلب الثالث: التعريف بجودة الخدمات المصرفية

يعد موضوع جودة الخدمة المصرفية من الموضوعات التي تصدرت اهتمامات الباحثين، وقد تولد عن ذلك العديد من الدراسات التي عاجلت الموضوع، فمن الدراسات ما انصب اهتمامه بالدرجة الأولى على وضع تعريف لجودة الخدمة وإيضاح مفهوماها، وركز آخرون على دراسة على أبعاد جودة الخدمة وطرق قياسها.

ومن خلال هذا المطلب سنتعرف على ماهية جودة الخدمات المصرفية وذكر أهم أبعادها وأهم العوامل المؤثرة بها.

الفرع الأول: تعريف جودة الخدمة المصرفية

1. تعريف الجودة:

قبل التطرق إلى تعريف جودة الخدمة المصرفية سنتطرق إلى تعريف الجودة أولاً، حيث إن تعاريف الجودة (La Qualité) تتكاثر وتتوالد عبر السنوات 80 وقبلها فالجودة أصبحت في كل مكان وفي كل قطاب وقطاع، في الخدمات والمنتجات والأنظمة التربوية.

فالمؤسسات التي تنتج في الزمن هي التي لديها أفضل الخيارات الإستراتيجية والتي تطبقها بتنظيم بشري أساسي لوضع إستراتيجية تنافسية وتنكيف دائما على الظروف الجديدة للأسواق والمنافسة والمحيط فالجودة هي خيار المؤسسة الوحيد لكي تمشي وتتوسع.

وعليه فقد عرفت الجمعية الأمريكية لضبط الجودة على أنهما: "مجموعة من المزايا وخصائص المنتج أو الخدمة القادرة على تلبية حاجات المستهلكين". (سمارة، 2014/2013، صفحة 69)

كما عرفت جودة الخدمة المصرفية على أنها: "مدى المطابقة مع المتطلبات فكلما كانت مواصفات المنتج مطابقة لمتطلبات العميل كلما كان هذا المنتج ذا نوعية جيدة". (جودة، 2006، صفحة 19)

وعليه فالجودة هي:

قدرة مجموعة الخصائص (المميزات) الذاتية والجوهرية لمنتج أو خدمة أو نظام أو سيرورة في تحقيق متطلبات الزبائن وأطراف أخرى مهمة.

2. تعريف جودة الخدمة المصرفية

إن مفهوم جودة الخدمة المصرفية لا يختلف عن مفهوم جودة الخدمة بصفة عامة فهي تعني: "تقديم خدمات مصرفية تقابل حاجات وتوقعات الزبائن أو تتجاوزها". (الصرن، 2005، صفحة 07)

وهناك من يعرف جودة الخدمة المصرفية على أنها: "إرضاء متطلبات الزبائن ودراسة قدرة البنك على تحديد هذه المتطلبات والقدرة على التقائها، فإذا تبنى البنك عملية تقديم خدمات ذات جودة عالية، فيجب أن يسعى من خلال خدماته هذه للتفوق على متطلبات الزبائن". (روتال، 2014-2015، صفحة 51)

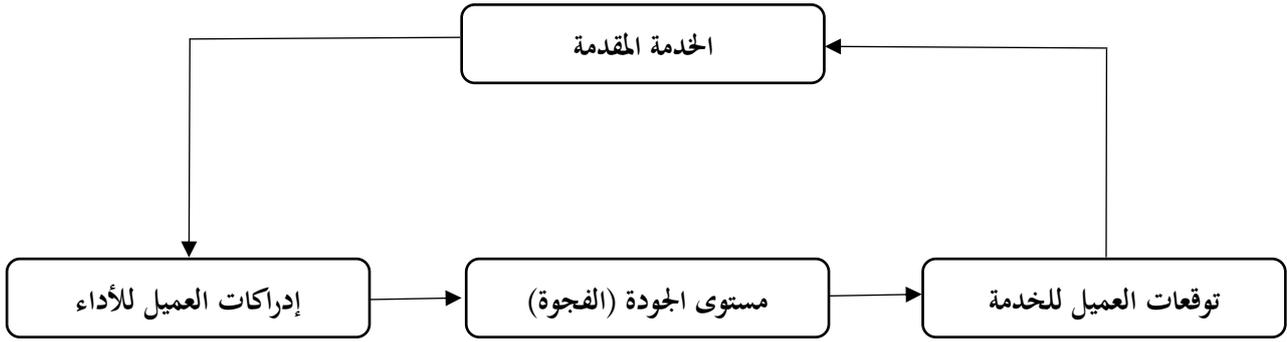
وعرفها (طه، 2000، صفحة 126) على أنها: "قدرة البنك على توفير مستوى أداء للخدمة المصرفية يحق إشباع تام لإحتياجات العميل".

وتعرف جودة الخدمة المصرفية من منظور العملاء بأنها البحث عن إحتياجات العملاء ورغباتهم من مصادر المعلومات المتعددة، ثم العمل على تلبيتها ضمن موارد المصرف وقدراته ومتابعة تطورها وتوفير التغذية الراجعة في حالة حدوث خلل أو خطأ عند الوفاء بهذه الرغبات والإحتياجات. (رسمية، 2000، صفحة 34)

وإن المتتبع للتعريف التي تناولت موضوع مفهوم جودة الخدمة يجد أن معظمها يدور حول مقابلة توقعات العملاء، ويدور أيضا حول المقارنة بين ما يرغبه العملاء في صورة توقعات وبين إدراكهم لمستوى جودة الخدمة الذي يعكس مدى توافر تلك التوقعات بالفعل، أي أنها مقياس لدرجة توافق أو تطابق الأداء الفعلي مع توقعات العملاء. (خلوف، 2013-2014، صفحة 63)

ويتضح ذلك من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (02.01): تعريف جودة الخدمة



المصدر: (خلوف، 2013-2014، صفحة 64)

وعليه ومما سبق ذكره من التعاريف حول جودة الخدمات المصرفية، يمكن لنا تبني التعريف التالي لها:

جودة الخدمة المصرفية تتمثل في: مجموعة من المظاهر والمعايير الخاصة بالمنتج أو الخدمة المقدمة تزيد من قدرة الإشباع لحاجات الزبون.

3. أهمية الجودة في الخدمات المصرفية

تبرز أهمية الجودة في الخدمات المصرفية من خلال المزايا التي تحققها للبنك في بلوغ أهدافه والنجاح في صناعة الأعمال المصرفية، وتقديمها للعملاء في مستويات ملائمة تحقق لهم المنافع الإشباعية الممكنة، وعموماً تتلخص المزايا المترتبة من تركيز البنوك جهودها في تحسين جودة خدماتها المصرفية في النقاط التالية: (سمارة، 2014/2013، الصفحات 72-73)

- ❖ إدراك توقعات واحتياجات الزبائن من الخدمات المصرفية وبالتالي الفهم الصحيح لتوقعاتهم مما يؤدي إلى التسليم الخدمة المصرفية بالشكل المطلوب، وهو ما يحقق رضا العميل عنها ويساعد المصارف في قياس هذا الرضا.
- ❖ تقديم خدمة متميزة تزيد من قدرة البنك على الاحتفاظ بالعملاء وجذب زبائن جدد.
- ❖ إن الخدمات المتميزة وذات الجودة العالية تعزز من ثقة الزبائن في البنك، إضافة إلى تكوين صورة ذهنية إيجابية عن سمعة المصرف وخدماته المقدمة.
- ❖ تجعل جودة الخدمة المتميزة من الزبائن كمندوبي بيع منتجات المصرف من خلال توجيه وإقناع زبائن جدد بخصائص الخدمات المصرفية.
- ❖ زيادة قدرة المصرف على بيع خدمات مصرفية إضافية وجديدة.
- ❖ تحمل المصرف تكاليف منخفضة لقلّة الأخطاء في العمليات المصرفية، وإنجاز الخدمة بشكل صحيح من أول مرة.
- ❖ تسمح الخدمة المتميزة من تقاضي المصرف أسعار وعمولات إضافية.
- ❖ منح المصرف مزيداً من الحرية في تسعير منتجاته طالما العلاقة بين القيمة والسعر متساوية.
- ❖ تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن بقية المصارف ومواجهة الضغوط التنافسية.

وتظهر أهمية الجودة في الخدمات المصرفية على المستوى الداخلي للمصرف، في إيجاد بنية ملائمة للعمل المصرفي، تقوم على الرضا والروح المعنوية والالتزام بين الموظفين في تحسين مستوى أداء الخدمات المصرفية، وتخفيض تكاليف الأخطاء بما يؤدي إلى تعظيم ربحية المصرف، أما على المستوى الخارجي تنعكس في تعزيز سمعة المصرف وصورته أمام الزبائن وزيادة قدرته على الاحتفاظ بالزبائن الحاليين وجذب زبائن جدد وبالتالي تحقيق رضا الزبائن مما يكسب المصرف ميزة تمكنه من مواجهة منافسة المصارف الأخرى.

الفرع الثاني: أبعاد جودة الخدمة المصرفية

ترتبط توقعات العميل حول جودة الخدمة المصرفية بمجموعة من الأبعاد أهمها:

1. **الاعتمادية:** وهي قدرة المصرف على الوفاء بالتزاماته وتقديم الخدمة بشكل مستقل ودقيق في الوقت الذي يحدده العميل وبشكل يرضي طموحه.
2. **الاستجابة:** وهي الرغبة في تطوير الخدمة المصرفية والقدرة على التعامل الفعال مع متطلبات العملاء والاستجابة لشكاويهم والعمل على حلها بسرعة وكفاءة، وإقناعهم بأنهم محل تقدير واحترام من طرف المصرف الذي يتعاملون معه.
3. **التعاطف:** ويعني مستوى العناية والاهتمام الشخصي بالعميل وإبداء روح الصداقة له وإشعاره بأهميته وبالرغبة في تلبية احتياجاته.
4. **العناصر الملموسة:** وتتعلق بالجوانب الفنية الملموسة مثل الديكور وشكل المبنى والتقنيات الحديثة المستخدمة، فالمصرف الذي لا يمتلك صرافاً آلياً أو معدات لتدقيق وحساب النقد أو لا يمتلك أبسط مستلزمات الراحة للعاملين والعملاء كأجهزة التكييف وأماكن الانتظار لا يمكن أن تقيم خدماته بأنها جيدة.
5. **الأمان:** ويعني الاطمئنان النفسي والمادي بأن الخدمة المقدمة تخلو من الخطأ أو الخطر وأن العميل لن يتعرض للابتزاز أو الاعتداء على حقوقه وكرامته.
6. **المصداقية:** وتتعلق بمدى أهلية المصرف للثقة ومراعاته للصدق في تعاملاته، ودرجة التزامه بوعوده، وهل يحافظ على أموال عملائه وممتلكاتهم من السرقة والضياع والتلاعب، أو التخريب نتيجة الإهمال.
7. **معرفة وتفهم احتياجات العملاء:** أي بذل الجهد الكافي من طرف موظفي المصرف لفهم حاجات العملاء وتوجيههم وتقديم النصح لهم.
8. **الجدارة أو الكفاءة:** وتعني امتلاك العاملين للمهارات والقدرات التي تمكنهم من أداء مهامهم بشكل ملائم، فالعملاء غالباً ما يلجأون إلى معايير مثل المعرفة والخبرة لتقييم جودة الخدمات التي يحصلون عليها، كالمستوى التعليمي للموظفين ومدى عضويتهم في جمعيات معينة مثل جمعية المحاسبين القانونيين، أو أي هيئات أخرى وطنية أو دولية.
9. **سهولة الحصول على الخدمة:** كملائمة ساعات العمل وتوفير عدد كافي من المنافذ للحصول على الخدمة.
10. **الاتصال:** ويتعلق بتزويد الزبائن بالمعلومات وبلغة يفهمونها، وتقديم التوضيحات حول طبيعة الخدمة، وتكلفتها والمزايا المترتبة عنها، والبدائل الممكنة. (محبوب، 2013-2014، الصفحات 79-80)

1. مشاكل جودة الخدمة المصرفية

إن ملامح جودة الخدمة المصرفية تتحدد من خلال إدراك الزبائن لهذه الخدمة، ففشل إدارة المصرف في تلبية رغبات واحتياجات الزبائن يعد من المشكلات الأساسية التي تقف عائقاً في تقديم خدمات مصرفية ذات جودة عالية ومن أهم المشكلات نذكر ما يلي (منصوري، 2019-2020، الصفحات 15-16):

❖ **ضعف الالتزام الإداري:** إن عملية تحسين جودة الخدمة المصرفية لا تكون من الإدارة الدنيا أو الوسطى، وإنما يجب أن تقودها الإدارة العليا للمصرف، ولكم بعض الإدارات العليا لا تعترف بمسئوليتها اتجاه الجودة وعدم تقبلها للتدريب اللازم لتحسين الجودة معتمدة على تدريبها المتقادم وخبراتها المحدودة.

❖ **نقص التدريب اللازم لكل من الإدارة والموظفين:** وهو ينجر عن ضعف الالتزام الإداري، مما يجعل الإدارة لا تولي اهتماماً بالتدريب والتطوير الكافي للمهارات الخاصة بالموظفين للوصول إلى المستوى المطلوب. وإن وجد التدريب قد يشمل الموظفين دون المدراء وهذا غير صحيح، لأن الجودة هي مسؤولية والتزام جميع العاملين في المصرف.

❖ **ضعف كفاءات وقدرات الموظفين:** وهذا الضعف يظهر لحظة تقديم الخدمة بسرعة أي عند التعامل مع الزبائن ومحاولة معالجة شكاويهم التي يمكن أن تحدث في هذه اللحظة أو حتى عند الاستجابة لأسئلتهم أو استفساراتهم.

❖ **الرغبة في تحقيق الأهداف قصيرة الأجل:** تعتبر الجودة التزام طويل الأجل ويحتاج لبناء أهداف طويلة الأجل التي تأخذ وقتاً لتحقيقها، ولكن مدراء المصارف يسعون لتحقيق الأهداف قصيرة الأجل كتحقيق الربح مثلاً، الأمر الذي يؤثر في جودة الخدمة المقدمة ويعتبر من المشكلات التي تواجه جودة الخدمة المصرفية.

❖ **الحاجة إلى التحديث والتجديد المستمر في الخدمات المصرفية:** بسبب التحديث أو التجديد في الخدمات المصرفية تظهر الحاجة لتكنولوجيا جديدة لتقديم الخدمات المصرفية وهذا لتسهيل التعقيدات المتعلقة بجودة الخدمات المصرفية، بالإضافة لتدريب الموظفين على هذه التكنولوجيا وكيفية التعامل معها، والحاجة إلى خبراء للتعامل مع التكنولوجيا وأدواتها.

2. أساليب تحسين جودة الخدمة المصرفية

توجد عدة أساليب تؤدي إلى تحسين مستوى جودة الخدمة المصرفية، من أهمها (ميسومي، 2016-2017، الصفحات 95-96):

- ❖ **معرفة وإدراك المؤثرات الأساسية لجودة الخدمة،** حيث تلعب البحوث الميدانية وجميع المعلومات دوراً هاماً في إدراك المؤثرات التي تحكم جودة الخدمة كما يراها ويدركها الزبون سواء تعلق الأمر بخدمة المصرف أو بخدمة المنافسة، إذ أن تلك المؤثرات ستساهم كثيراً في بناء برامج تحسين الجودة واستراتيجيات الخدمة
- ❖ **صياغة وتثبيت معايير الجودة وإبلاغها للعاملين وإفهامهم بها** مع الأخذ بعين الاعتبار أن تكون تلك المعايير مترجمين فعلاً توقعات الزبائن.

- ❖ وضع معايير للأداء تفوق الحد الأدنى للمعايير المتعارف عليها على مستوى الصناعة الخدمية.
- ❖ تقديم ضمانات محددة لأداء الخدمة، حيث تلجأ بعض المصارف أحيانا إلى ضمان السرعة في أداء عملية منح القروض على مدار 24 ساعة أو 48 ساعة، مما يؤدي إلى تدعيم سمعة المصرف في أذهان زبائنه كلما تم الوفاء بذلك.
- ❖ تبني بعض المعايير المحددة للجودة ذات القبول العالمي مثل ISO9002 .
- ❖ العلاقات التفاعلية بين مفهوم الخدمة والزبون حيث يتم تدريب العاملين بشكل مستمر على أساليب التعامل مع الزبائن بالإضافة إلى تزويدهم بكافة المعلومات الخاصة بمشاكل الزبائن وكيفية حلها، كل ذلك من شأنه أن يساهم في تحسين مستوى الأداء ومن ثم تحقيق توقعات الزبائن للخدمة.

المبحث الثاني: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال موضوع واسع والمفاهيم خلاله في حالة من التطور، يغطي أي منتج يقوم بتخزين المعلومات أو استردادها أو معالجتها أو نقلها أو استقبالها إلكترونياً في شكل رقمي. على سبيل المثال أجهزة الحاسوب الشخصية أو التلفزيون الرقمي أو البريد الإلكتروني أو الروبوتات أو الذكاء الاصطناعي. إطار المهارات لعصر المعلومات هو أحد النماذج العديدة لوصف وإدارة الكفاءات المتخصصة لهذه تكنولوجيا للقرن الحادي والعشرين.

وفي هذا المبحث سنتطرق إلى التعريف بتكنولوجيا المعلومات والاتصال وأهم خصائصها وأهدافها وأهميتها، أبعادها ومكوناتها ووسائلها وأثرها في تحسين جودة الخدمة المصرفية

المطلب الأول: التعريف بتكنولوجيا المعلومات والاتصال

تظهر كلمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال الجمع بين الكلمة مكتوبة ومنطوقة، والصورة الساكنة والمتحركة، وبين الاتصالات السلوكية واللاسلكية أرضية أو فضائية، ثم تخزين المعطيات وتحليل مضامينها وإتاحتها بالشكل المرغوب فيه، وفي الوقت المناسب، وبالسرعة اللازمة. (عبدوي، 2015-2016، صفحة 77)

الفرع الأول: تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

قد تعددت التعاريف والإسهامات من طرف الكتاب والمنظمات الدولية المعطاة لمصطلح تكنولوجيا المعلومات والاتصال من بينها: عرف **Eric Brousseau** وهو مختص في إقتصاد المؤسسة تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أنها: "تكنولوجيا تمتلك خاصية التدخل على ميكانيزمات التنسيق بتقديمها خدمة معالجة ونقل وتراكم المعلومات الضرورية للتنسيق ما بين الوحدات". (بن بوزيد، 2011-2012، صفحة 72)

وحسب منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE) فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي: "نموذج تقني اقتصادي جديد، يؤثر على تسيير ومراقبة أنظمة الإنتاج والخدمات في الاقتصاد يعتمد على مجموعة مترابطة من الاكتشافات العميقة في ميدان الحاسبات، الإلكترونيك هندسة البرمجيات، نظم المراقبة والاتصالات البعيدة، مما يسمح بتخفيض تكاليف التخزين المعالجة تبادل وتوزيع المعلومات بشكل كبير جداً"، والملاحظ أن هذا التعريف يعبر عن أحد أهم المزايا بالنسبة للمنظمة المتمثل في تخفيض التكاليف وذلك بالنسبة لكل وظيفة من وظائف هذه التكنولوجيا. (خويلد، 2008-2009، صفحة 46)

كما وتعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأنها: "خليط من أجهزة الحواسيب الإلكترونية ووسائل الاتصال الحديثة المختلفة مثل الألياف الضوئية والأقمار الصناعية وكذلك تقنيات المصغرات الفلمية والبطاقية والمجموعات الأخرى من الاختراعات واستثمارها في المجالات الجبائية المختلفة". (قادة، 2010-2011، صفحة 89)

كما تعبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال عن الاستخدام والاستثمار المفيد والأمثل لمختلف أنواع المعارف، البحث عن أفضل الوسائل والسبل التي تسهل الحصول على المعلومات التي تقودنا إلى المعرفة، وكذلك جعل مثل هذه المعلومات متاحة

للمستفيدين منها وتبادلها وإيصالها بالسرعة المطلوبة، الفاعلية والدقة اللتان تتطلبها أعمال وواجبات الإنسان المعاصر. (ضيف الله ، 2016-2017، صفحة 83)

وعليه يمكن لنا تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل شامل من خلال:

تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي مجموعة العناصر والكفاءات التقنية يتم استخدامها في جمع، تخزين، تحليل، معالجة المعلومات والبيانات اعتماداً على الأساليب والتقنيات التكنولوجية وبكل دقة.

الفرع الثاني: خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال

لقد تميزت تكنولوجيا المعلومات عن غيرها من التكنولوجيات الأخرى بمجموعة من الخصائص أبرزها:

- ⇐ **تقليص الوقت والمكان:** فالتكنولوجيا تجعل كل الأماكن-إلكترونيا-متجاوزة، كما تسمح بالنقل اللحظي للمعلومات والمعطيات، كما تتيح وسائل التخزين التي تستوعب حجماً هائلاً من المعلومات المخزنة والتي يمكن الوصول إليها بيسر وسهولة.
- ⇐ **الذكاء الاصطناعي:** أهم ما يميز تكنولوجيا المعلومات هو تطوير المعرفة وتقوية فرص تكوين المستخدمين من أجل الشمولية والتحكم في عملية الإنتاج.
- ⇐ **تكوين شبكات الاتصال:** تتوحد مجموعة التجهيزات المستندة على تكنولوجيا المعلومات من أجل تشكيل شبكات الاتصال، وهذا ما يزيد من تدفق المعلومات بين المستعملين والصناعيين، وكذا منتجي الآلات، ويسمح بتبادل المعلومات مع بقية النشاطات الأخرى.
- ⇐ **التفاعلية:** أي أن المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مستقبل ومرسل في نفس الوقت، فالمشاركين في عملية الاتصال يستطيعون تبادل الأدوار وهو ما يسمح بخلق نوع من التفاعل الأنشطة بين اقتسام المهام الفكرية مع الآلة نتيجة حدوث التفاعل والحوار بين الباحث والنظام.
- ⇐ **اللاتزامية:** وتعني إمكانية استقبال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدم، فالمشاركين غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت.
- ⇐ **اللامركزية:** وهي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فالإنترنت مثلاً تتمتع باستمرارية عملها في كل الأحوال، فلا يمكن لأي جهة أن تعطل الإنترنت على مستوى العالم بأكمله.
- ⇐ **قابلية التوصيل:** وتعني إمكانية الربط بين الأجهزة الاتصالية المتنوعة الصنع، أي بغض النظر عن الشركة أو البلد الذي تم فيه الصنع.
- ⇐ **قابلية التحويل:** وهي إمكانية نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كتحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة أو مقروءة.

↔ **اللاجمهورية:** وتعني إمكانية توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد أو جماعة معينة بدل توجيهها بالضرورة إلى جماهير ضخمة، وهذا يعني إمكانية التحكم فيها حيث تصل مباشرة من المنتج إلى المستهلك كما أنها تسمح بالجمع بين الأنواع المختلفة للاتصالات، سواء من شخص واحد إلى شخص واحد، أو من جهة واحدة إلى مجموعات، أو من الكل إلى الكل أي من مجموعة إلى مجموعة.

↔ **الشيوع والانتشار:** وهو قابلية هذه الشبكة للتوسع لتشمل أكثر فأكثر مساحات غير محدودة من العالم بحيث تكتسب قوتها من هذا الانتشار المنهجي لنمطها المرن.

↔ **العالمية والكونية:** وهو المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيات، حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة تنتشر عبر مختلف مناطق العالم، وهي تسمح لرأس المال بأن يتدفق إلكترونياً خاصة بالنظر إلى سهولة المعاملات التجارية التي حركها رأس المال المعلوماتي فيسمح لها بتخطي عائق المكان والانتقال عبر الحدود الدولية. (بن بوزيد، 2011-2012، صفحة 48)

بالإضافة إلى ما ذكر يمكن فهناك مزايا إضافية أخرى لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات نذكر منها:

- ↔ زيادة القدرة على الخلق الإبداع والابتكار.
- ↔ مواجهة التهديدات الخارجية.
- ↔ توفير المعلومات المناسبة في الوقت المناسب.
- ↔ دعم وتحسين عمليات اتخاذ القرار. (بن تسوري، 2020-2021، صفحة 49)

المطلب الثاني: التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وأهميتها

الفرع الأول: التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

إن مصطلح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات رغم حداثة نسبيها وارتباطه الكبير بالحواسيب إلا أننا نستطيع أن نوضح بأن هذا المصطلح ليس وليد الساعة بل لكونه ارتبط بالمعلومات والاتصالات التي سبقت التكنولوجيا بمفهومها الحديث. وهكذا نجد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مترابطة فيما بينها وقد مرت بمراحل تاريخية عدة نوجزها بخمس مراحل أساسية:

- ↔ **مرحلة ثورة المعلومات والاتصالات الأولى:** وتمثل في اختراع الكتابة ومعرفة الإنسان لها مثل الكتابة المسمارية والسومرية ثم الكتابة التصويرية وحتى ظهور الحروف، والتي عملت على إنهاء عهد المعلومات الشفهية التي تنتهي بوفاة الإنسان أو ضعف قدراته الذهنية.
- ↔ **ثورة المعلومات والاتصالات الثانية:** والتي تشمل ظهور الطباعة بأنواعها المختلفة وتطورها والتي ساعدت على نشر المعلومات واتصالاتها عن طريق كثرة المطبوعات وزيادة نشرها عبر مواقع جغرافية أكثر اتساعاً.

- ↳ **ثورة المعلومات والاتصالات الثالثة:** وتتميز بظهور مختلف أنواع وأشكال مصادر المعلومات المسموعة والمرئية، الهاتف، المذياع، التلفاز، الأقراص، الأشرطة الصوتية، واللاسلكي إلى جانب المصادر المطبوعة الورقية. هذه المصادر وسعت في نقل المعلومات وزيادة حركة الاتصالات.
- ↳ **ثورة المعلومات والاتصالات الرابعة:** وتتمثل باختراع الحاسوب وتطور مراحل وأجياله مع كافة مميزاته وفوائده وآثاره الإيجابية على حركة تنقل المعلومات عبر وسائل اتصال المختلفة ارتبطت بالحواسيب.
- ↳ **ثورة المعلومات والاتصالات الخامسة:** تتمثل في التزاوج والترابط ما بين تكنولوجيا الحواسيب المتطورة وتكنولوجيا الاتصالات المختلفة الأنواع والاتجاهات التي حققت إمكانية تناقل كميات هائلة من البيانات والمعلومات وعبر مسافات جغرافية هائلة بسرعة فائقة وبغض النظر عن الزمان والمكان وصولاً إلى شبكات المعلومات وفي قمته شبكة الأنترنت. (عبدوي، 2015-2016، الصفحات 76-77)

الفرع الثاني: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تتجلى أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في ميادين أخرى، من أهمها:

- ↳ **المساهمة في التنمية الاقتصادية،** حيث تؤدي الثورة الرقمية إلى نشوء أشكال جديدة تماماً من التفاعل الاجتماعي والاقتصادي وقيام مجتمعات جديدة. وعلى عكس الثورة الصناعية التي شهدتها القرن المنصرم، فإن ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من شأنها الانتشار بشكل سريع والتأثير في حيوية الجميع. وتتمحور تلك الثورة حول قوة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تسمح للناس بالوصول إلى المعلومات والمعرفة الموجودة في أي مكان بالعالم في نفس اللحظة تقريباً.
- ↳ **تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أداة قوية لتجاوز الإنقسام الإنمائي بين البلدان الغنية والفقيرة والإسراع ببذل الجهود بغية دحر الفقر، الجوع، المرض، الأمية والتدهور البيئي.** وكما يمكن لهذه التكنولوجيات من توصيل منافع الإلمام بالقراءة، الكتابة، التعليم، والتدريب إلى أكثر المناطق إنعزلاً.
- ↳ **زيادة قدرة الأشخاص على الاتصال وتقاسم المعلومات والمعارف ترفع من فرصة تحول العالم إلى مكان أكثر سلاماً ورخاء لجميع سكانه.** وهذا إذا ما كان جميع الأشخاص لهم إمكانيات المشاركة والاستفادة من هذه التكنولوجيات.
- ↳ **تمكن تكنولوجيات المعلومات والاتصالات بالإضافة إلى وسائل الإعلام التقليدية والحديثة الأشخاص المهمشين والمعزولين من أن يدلوا بدلوهم في المجتمع العالمي، بغض النظر عن نوعهم أو مكان سكنهم.** وهي تساعد على التسوية بين القوة وعلاقات صنع القرار على المستويين المحلي والدولي. وبوسعها تمكين الأفراد والمجتمعات والبلدان من تحسين مستوى حياتهم على نحو لم يكن ممكناً في السابق. ويمكنها أيضاً المساعدة على تحسين كفاءة الأدوات الأساسية للاقتصاد من خلال الوصول إلى المعلومات والشفافية.

من هذا يتضح أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات دور هام في تعزيز التنمية البشرية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وذلك لما لهذه الأخيرة من خصائص متميزة وأكثر كفاءة من وسائل الاتصال التقليدية، فتكنولوجيا المعلومات والاتصال واسعة الانتشار تتخطى بذلك الحدود الجغرافية والسياسية للدول لتصل إلى أي نقطة من العالم عجزت أن تصل إليها وسائل الاتصال

الفصل الأول الإطار النظري التحليلي لتكنولوجيا المعلومات وتأثيرها على جودة الخدمة المصرفية

القديمة، كما أنها تمتاز بكثرة وتنوع المعلومات والبرامج التثقيفية والتعليمية لكل مختلف شرائح البشر، متاحة في أي مكان وزمان وبتكلفة منخفضة. فهي تعد مصدر هام للمعلومات سواء للأشخاص أو المنظمات بمختلف أنواعها أو للحكومات، كما أنها تلعب دورا هاما في تنمية العنصر البشري من خلال البرامج التي تعرض من خلالها، كبرامج التدريب وبرامج التعليم وبرامج التعليم وغيرها.

لهذا يكون من الضروري الاهتمام بهذه التكنولوجيا وتطويرها استخدامها بشكل فعال، مع تدريب وتعليم الأفراد على استعمالها، وتوعيتهم بأهميتها في التنمية والتطور، من خلال إبراز أهميتها على الصعيد الجزئي والكلبي. (عبدأوي، 2015-2016، الصفحات 79-80)

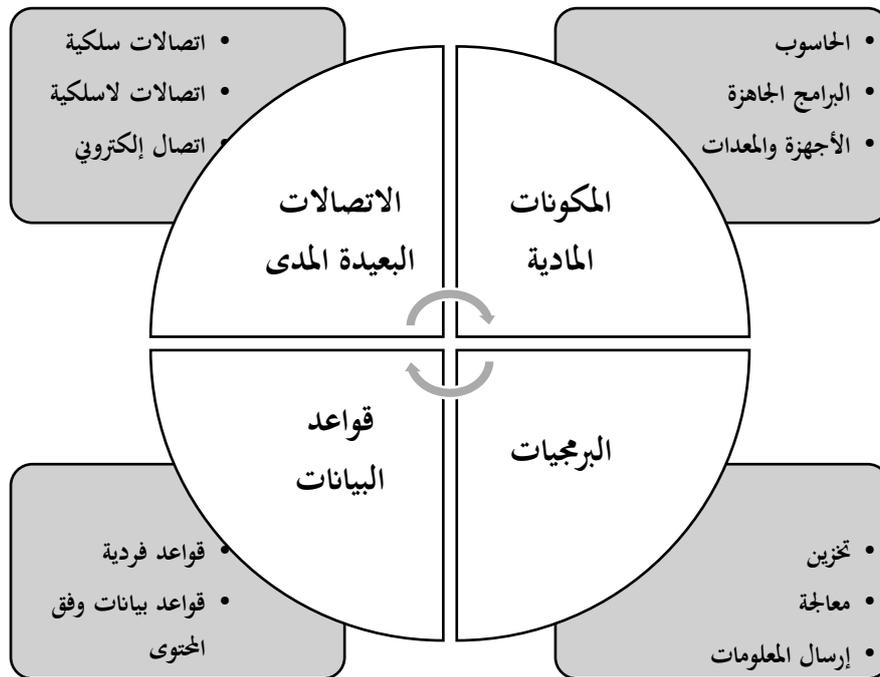
المطلب الثالث: أساسيات حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

الفرع الأول: مكونات ووسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال

1. مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تتكون تكنولوجيا المعلومات والاتصال من مجموعة من المكونات نوضحها في الشكل الموالي:

الشكل رقم (03.01): مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال



المصدر: (بن دليمي ، 2017-2018، صفحة 24)

⇐ المكونات المادية:

وتسمى أيضا بالتجهيزات وتشمل الحواسيب الإلكترونية والأجزاء المادية والأجهزة الملحقة بها. وتتكون هذه الأجهزة (4) من عنصر أدق وأصغر، يتم اختيارها وفق ما تتطلبه الحاجة داخل المنظمة وخارجها وما هو متوفر من التكاليف، وعادة ما تواجه المنظمات تحديات كثيرة في تحديد نوع الأجهزة والمعدات المؤلفة لتكنولوجيا المعلومات، مما يفرض على الإدارة دراسة شاملة لاختيار نوع هذه الأجهزة بحيث لا يعيق أهدافها في أداء وظائفها. (سكر، 2018-2019، صفحة 22)

⇐ البرمجيات:

تتمثل في سلسلة من الأوامر التي يتم تنفيذها من قبل جهاز الكمبيوتر، بهدف إنجاز مهمة معينة، فهي بذلك تعتبر مكمل لجهاز الكمبيوتر، تتمثل في برامج النظام وكذا مختلف البرامج التشغيلية، بالإضافة إلى برامج المعالجة والتطبيق التي تختلف باختلاف الهدف المنشود، ويتم تخزينها كمجموعة من الملفات في الذاكرة. (ميهوب، 2013-2014، صفحة 05)

⇐ قواعد البيانات:

هي مجموعة متكاملة من البيانات التي تنظم وتخز بطريقة سهلة من خلالها استرجاعها وتجب أن تضم الهياكل الأساسية لقواعد البيانات بصورة تتوافق مع احتياجات المنظمات وتسمح بسهولة الوصول إليها كما يجب أن تكون بالشكل الذي يمكن من خلاله إجراء أكثر من برنامج تطبيقي عليها ويكون ذلك من خلال مجموعة من البرامج التي تساعد على القيام بهذه الوظائف وتسمى هذه البرامج بنظم إدارة قواعد البيانات حيث تساعد هذه الأخيرة المستخدم النهائي في القيام بالعملية التالية:

- تحديث وصيانة قواعد البيانات.
- إمداد المستخدم النهائي للتطبيقات بالمعلومات اللازمة للقيام بمهامه التفاعلية. (بو طهرة ، 2018-2019، صفحة

(162)

⇐ الاتصالات البعيدة المدى:

وهي المكون الأخير لتكنولوجيا المعلومات ويعتقد البعض أنها الأكثر أهمية، فهي أدوات ووسائل الاتصالات عن بعد مثل الهاتف الفاكس، الألياف الضوئية، ومكوناتها الأخرى التي تكون الشبكات الإلكترونية التي مكنت مستخدمي أجهزة الحاسوب من الاتصال بأي موقع وبصورة مباشرة، والاتصال بأي مستخدم آخر للحاسوب في أي موقع آخر. (بن دليمي ، 2017-2018، الصفحات 23-24)

الفرع الثاني: مزايا ودوافع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال

1. مزايا استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

إن استخدام المؤسسات لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أدى بها إلى حصاد العديد من المزايا نوجزها فيما يلي: (بن تسوري، 2020-2021، الصفحات 48-49)

1. زيادة المبيعات والأرباح

تعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على زيادة المبيعات المؤسسات من خلال مساعدتها في إشباع حاجات ورغبات المستهلكين، ويترتب على زيادة المبيعات تحسين الربحية خاصة في ظل تخفيض التكاليف.

2. الحصول على مزايا تنافسية

حيث تستخدم العديد من المؤسسات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحسين وضعها في البيئة التنافسية، والحصول على مزايا تنافسية من خلال تصميم برامج وتطبيقات مبتكرة تسمح لتلك المؤسسات بالمنافسة بصورة أكثر فعالية.

3. تخفيض التكاليف

إن تخفيض التكاليف يعتبر من أهم الفوائد التي تجنيها مؤسسات الأعمال جراء استخدامها لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عدة مجالات أهمها تأدية الأعمال والمهام الكتابية بطريقة آلية كذلك استخدام الحاسبات الآلية في رقابة الإنتاج والمخزون كما تستخدم في تنفيذ الإنتاج حسب الطلب.

4. تحسين الجودة

إن أحد أهم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تحسين جودة المخرجات والتصميم بمساعدة الحاسب الآلي خير مثال على ذلك، فالمهندس يستخدم محطات العمل أو ما يعرف بالوحدات الطرفية للحاسب الآلي لعمل رسومات هندسية ويقوم بتخزينها واسترجاعها عند الحاجة لإجراء تعديلات عليها بسهولة من أجل تحسين جودتها وعليه فإن هذا النظام يوفر من الجهود المبذول في التصميم ويقلل الحاجة لمهندسين آخرين.

كما يمكن للمؤسسات استخدام التبادل الإلكتروني للبيانات لتحسين جودة منتجاتها من خلال الاتصال الإلكتروني (مع الموردون (مثلا) وإتمام إجراءات الصفقة.

ومن الملاحظ أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تستغل من خلال ما تقدمه للمؤسسات حيث توفر الحواسيب وشبكات الاتصال مجتمعة أربعة فوائد رئيسية وهي:

← **السرعة:** تستطيع أن تؤدي أعمالها خلال فترة زمنية قصيرة بفضل وسائلها المتطورة؛ الثبات: تمتاز بقدرتها على تكرار العمل بصورة ثابتة أي تكراره مرة تلو الأخرى بنفس الأسلوب والحصول على نفس النتائج.

← **الدقة:** تعتبر التكنولوجيا الحديثة دقيقة جدا، فهي تستطيع التأثير في أدق الاختلافات التي يعجز الإنسان عن رؤيتها أو تعيينها.

← **الموثوقية:** مع السرعة والثبات والدقة تأتي الموثوقية، فعند القيام بنفس الإجراءات وتتبعها بثبات يتوقع الوصول إلى نتائج موثوقة. (واله، 2019-2020، صفحة 05)

هذا من ناحية الفوائد المادية التي تقدمها المكونات المادية، أما من الناحية التنظيمية فقد أصبح لتكنولوجيا المعلومات والاتصال تأثيرا واضحا وبات من الصعب إدارة المؤسسات بأساليب تقليدية، حيث وجدت المؤسسات العون فيما أبدعته الثورة العلمية والتقنية في مجالي المعلومات والاتصال من خلال إعادة التفكير في أولوياتها الإستراتيجية وفي الهيكل الكلي والأساليب التي تتنافس بها، كما ساعدت تكنولوجيا المعلومات في تحسين عملية صنع القرار التي تتم عبر معلومات تتسم بدرجة عالية من الدقة

والسرعة في الاسترجاع واللبث من حيث الكم والنوع وفي الوقت المناسب، ومن خلال إيجاد قنوات اتصال جديدة لزيادة سرعة المعلومات وتدفقها وتبادلها بين المستويات الإدارية كما اكتسبت أهمية بالغة حيث أصبحت تمثل أحد الموارد التنظيمية الرئيسية، والواقع أن لهذه التكنولوجيا مزايا متعددة تكمن في:

- ↔ تحقيق الاستخدام الأمثل للموارد البشرية والمادية المتاحة للمؤسسة والعمل على تنميتها كما وكيفا.
 - ↔ تحسين العمل الجماعي، حيث تمكن تكنولوجيا المعلومات والاتصال من رفع مردودية وفعالية فرق العمل داخل المؤسسات عن طريق تسهيل وتحسين عملية الاتصال وتدفق المعلومات ما بين أفراد العمل.
 - ↔ تسهيل التغيير التنظيمي، حيث تساعد تكنولوجيا المعلومات المؤسسات على التأقلم مع البيئة التي تكون متواجدة فيها والاستجابة للطلبات المتنامية والمتغيرة للمستهلكين وقد يكون هذا التغيير شامل أو جزئي كتغيير طريقة عرض وتوزيع منتجاتها حتى يتسنى لها تقديم أحسن خدمة لزيائنها وقد كانت شركة Fed Ex أول شركة فكرت في استعمال الانترنت لتقديم خدمة جديدة لزيائنها بإعطائهم فرصة الاطلاع على المعلومات الخاصة بطرودهم مباشرة من الموقع الالكتروني للمؤسسة في أي وقت.
 - ↔ مواجهة التهديدات الخارجية وذلك لزيادة قدرة الإدارة على التكيف والتأقلم السريع مع بيئة العمل من خلال عملية التخزين والاسترجاع ومعالجة البيانات قصد تقديمها لمتخذ القرار في الوقت المناسب.
 - ↔ الحصول على مزايا تنافسية من خلال تصميم برامج وتطبيقات مبتكرة بحيث تحولت تكنولوجيا المعلومات إلى قوة دافعة تؤدي إلى تطوير الإمكانيات والقدرات الإنتاجية. (واله، 2019-2020، الصفحات 06-07)
- كما تقدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال الفوائد التالية (بختي، 2005، صفحة 49):
- ↔ تطوير أدوات الإدارة العليا عن طريق تنظيم كفاءات المستخدمين.
 - ↔ تحسين التوظيف الداخلي للمؤسسة.
 - ↔ تحسين الإنتاجية والكفاءة وتطوير الخدمات والمنتجات.
 - ↔ سرعة الإستجابة لمتطلبات الزبون.
 - ↔ الابتكار والتجديد بدون الإنقطاع للبقاء في الخدمة والمحافظة على الحصة السوقية.
 - ↔ إتساع شبكة التوزيع وخلق عروض ملائمة لمتطلبات الزبون.
 - ↔ ركيزة الإبداع والتنمية وخلق منتجات جديدة، خدمات جديدة، أسواق جديدة... الخ.
 - ↔ تساهم في تحسين جودة خدمات المقدمة لزيائنها.
 - ↔ بناء علاقة وطيدة بين المؤسسة وزيائنها.
 - ↔ إنتشار وتوسع التجارة الالكترونية.

2. دوافع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

هناك مجموعة من الدوافع وراء الانتشار الهائل لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات في المنظمات سواء الإنتاجية أو الخدمية، يمكن تلخيصها فيما يلي:

↔ **زيادة الإنتاجية:** يقصد بالإنتاجية إنتاجية الموارد البشرية المادية والطبيعية كما وكيفا؛ ومن أمثلتها: زيادة إنتاجية عمال المصانع: لقد أثبتت تكنولوجيا المعلومات القدرة الفائقة على تقليل تكاليف الإنتاج والخدمات من خلال تقليل العمالة وتوفير المواد الخام.

↔ **زيادة إنتاجية عمال المكاتب:** يتضح ذلك من خلال ظهور أتمتة المكاتب، وذلك بهدف زيادة فعالية التواصل بين موظفي المكاتب وبين مراكز الإدارة والفروع، وكذلك سرعة إنتاج الوثائق وتبادلها.

↔ **تحسين الخدمات:** حيث لعبت التكنولوجيا دوراً أساسياً في تحسين الخدمات القائمة واستحداث خدمات جديدة لم تكن متوفرة من قبل، ومن ذلك مجالات عديدة من أبرزها خدمات المصارف، المواصلات، الاتصالات وغيرها.

↔ **السيطرة على التعقيد:** لقد أثبتت كل المعطيات أن تكنولوجيا المعلومات هي أفضل وأمضى سلاح شهدته البشرية في وجهه ظاهر التعقيد الشديد والذي بات يعتري جميع مظاهر الحياة الحديثة، ولقد وفرت تكنولوجيا المعلومات وسائل عملية لمحاصرة ظاهرة التعقيد منها نماذج المحاكاة ووسائل تحليل نظم البيانات، وباتت تكنولوجيا المعلومات عاملاً مساعداً وفعالاً في حل الكثير من المشاكل في البيئة الإدارية.

↔ **المرونة:** تعتبر المرونة هي الوجه الآخر للعملة فيما يخص ظاهرة التعقيد وسرعة التغير، ففي خضم هذا الكم الهائل من الظواهر التي يصعب التنبؤ بها يعتبر عامل المرونة عاملاً أساسياً لضمان سرعة لتكيف النظم وتجاوبها مع المتغيرات والمطالب العديدة، لهذا السبب كان أحد أهداف نظم الإنتاج على سبيل المثال هو تحقيق المرونة المطلوبة لتلبية مطالب السوق المتغيرة ومواجهة التغيرات المحتملة في نوعية المواد الخام المستخدمة أو أداء آلات الإنتاج. (عبد الله، 2015، الصفحات 127-128)

الفرع الثالث: التحديات التي تواجهها تكنولوجيا المعلومات والاتصال

يواجه استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في شتى الميادين العديد من الإشكاليات والتحديات، فالإستفادة من المزايا التي توفرها هذه التكنولوجيات مرهون بتجنب الوقوع في إحدى العناصر التالية:

1. الجريمة السيبرانية

تعرف الجريمة السيبرانية بأنها أي نشاط تستخدم فيه الحواسيب أو الشبكات كأداة أو هدف أو مكان لممارسة النشاط الإجرامي. وهي أيضاً أنشطة معتمدة على الحاسوب تعد إما غير قانونية أو غير مشروعة من جانب أطراف معينة ويمكن التفريق بين أربعة أنواع مختلفة من الجرائم السيبرانية هي:

↔ الجرائم التي تستهدف سرية البيانات والنظم الحاسوبية وتكاملتها.

↔ الجرائم المتعلقة بالحاسوب.

↔ الجرائم المتعلقة بالمحتوى.

↔ الجرائم المتعلقة بحقوق المؤلف.

2. القرصنة التقنية وأمن المعلومات:

إن القرصنة التقنية المتمثلة في نسخ محتويات الأقراص المضغوطة (مثل برامج الكمبيوتر) تشكل خطرا كبيرا يهدد الملكية الفكرية، إذ أنها تمثل انتهاكا لحقوق الغير وتمنعهم من استيفاء حقوقهم كاملة، فمن السهل حماية ملكية الأشياء من معدات وموارد طبيعية، لكن الأمر أكثر تعقيدا بالنسبة لحماية الملكية الفكرية، وبدون تشريع واضح عملي وسهل التطبيق ستهز أركان الرأسمالية القائمة على المعرفة، ومن الطبيعي ألا أحد سيقدم على استثمار أمواله في البحث والتطوير في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال ما لم يتأكد من تحقيق الأرباح مستقبلا.

وقد ازدادت حدة الآثار السلبية التي يخلفها الإستخدام غير القانوني لمختلف التكنولوجيات خاصة بعد إنتشار الإنترنت، أين أصبح اختراق الشبكات لدى بعض المختصين أمرا في غاية السهولة، وترتب عن ذلك انتشار الجرائم الإلكترونية التي كبدت العديد من المؤسسات خسائر كبيرة نتيجة قرصنة مواقعها، بل وقد تعرضت أكبر الهيئات المالية إلى العديد من الهجمات من قبل المخترقين الذين اصطلح على تسميتهم به الهاكرز".

3. هجرة الأدمغة:

تشكل هجرة الأدمغة جزءا مهما من التدفق المعرفي في عصر العولمة، وتتأثر بالتحويلات في البيئات التمكينية الجاذبة منها أو الطاردة. فالحاجة للكفاءات والخبرات والموارد البشرية ازدادت بشكل ملحوظ في جميع أرجاء العالم، بما في ذلك أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية التي لم تعد قادرة على إنتاج المهارات محليا وأصبحت تبحث عنها في الدول النامية بشكل خاص.

وتمثل ظاهرة هجرة الأدمغة زيفا حقيقيا يكبد البلد الأصلي خسائر اقتصادية جد معتبرة، حيث أن النفقات الطائلة التي خصصت للاستثمار في رأس المال البشري لم يجن منها البلد العائد المنتظر. ولأن الاقتصاد الرقمي يقوم أساسا على رأس المال البشري، فهو مهدد بشكل مباشر بظاهرة هجرة الأدمغة خاصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وهو بذلك يواجه تحديا صعبا، ولا مناص من اتخاذ قرارات عملية لاسترجاع تلك العقول المهاجرة والحفاظ على العقول التي لم تهجر، وذلك من خلال توفير الظروف الملائمة التي تهدئ لهذه الطاقات البيئية الملائمة للعمل والإبداع.

4. الفجوة الرقمية:

إن التطور المتسارع لتكنولوجيات المعلومات والاتصال يعد من أهم أسباب اتساع الفجوة الرقمية بين الدول المتقدمة وتلك النامية، وقد تعود هذه الفجوة بسلسلة من الانعكاسات السلبية المتصاعدة على الأمن والصحة والتعليم والعلاقات الإنسانية والمداخيل، وكذلك على الحق الإنساني في الإبداع والاستفادة من المعلومات. (عتروس، 2017-2018، الصفحات 25-27)

المبحث الثالث: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمة المصرفية

تعتبر جودة الخدمة المصرفية احدى أهم الحلول التي يعتمدها المصرف للحصول على الزبائن والحفاظ عليهم ولهذا وجب على المصارف العمل على تحسين جودة خدماتها وذلك من خلال استغلال وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي توفرها لها.

1. تقديم الخدمات الحرة

بواسطة تكنولوجيا المعلومات والاتصال يستطيع الزبون تنفيذ الخدمة بنفسه مباشرة دون اللجوء الى المكان المادي للمؤسسة، أو الاستعانة بأشخاص معينين وعلى سبيل المثال اللجوء الى الانترنت والدخول الى موقع المصرفي والبحث عن استفسارات.

2. القضاء على زمن الانتظار وضيق الوقت

يتسع استخدام تكنولوجيا المعلومات الاتصال من قبل المصرف والزبائن الى خلق التفاعل بطريقة مباشرة بالتالي كسب الوقت من خلال تلبية المصرف لرغبات عدد كبير من الزبائن في وقت واحد من جهة، ومن جهة أخرى تجنب الزبون مشتقة الانتقال من مكان الى آخر وبالتالي ربح الوقت والقضاء على زمن الانتظار.

3. القضاء على المركزية

يؤدي استخدام تكنولوجيا المعلومات الاتصال الى القضاء على المركزية فيمكن ثابت وتفادي التنقلات والطوابير وغيرها معاً من الأمور التي يستاء منه الزبون والتي يزيد من احتمال تركه واستغناؤه عن المصرف.

4. تطوير خدمات الاستعلام عن بعد للزبائن

بفضل الوسائل الرقمية يمكن للمصرف متابعة زبائنها عن بعد من أجل معرفة آرائهم حول خدماته ويكون هذا عن طريق إرسال رسائل عبر البريد الالكتروني أو عبر الهاتف... الخ وكل هذا تشعر الزبون أن محل اهتمامها وبالتالي كسب رضاها عنها. (جدي، 2018-2019، صفحة 26)

ومن خلال ما سبق ذكره فقد أصبحت المصارف تحتل مكانة هامة في أي اقتصاد ولأي دولة في العالم، فهي تعتبر العمود الفقري الركيزة الأولى للتقديم الجيد للخدمات المصرفية بطريقة الكترونية عبر شبكة الانترنت، ولها أهمية بالغة كالاقتصاد في التكلفة والجهد.

وهي وسيلة لتلبية طلبات العملاء وكذا دعم التجارة الالكترونية وكل هذا من شأنه أن يؤثر إيجابيا على القطاع المصرفي خصوصا في مجال سرعة نشر الصناعة المصرفية وتطوير الخدمات المالية عن بعد ونظام المدفوعات القائم على الانترنت في ظل الاعتماد على التكنولوجيا المتطورة من جهة وازدياد حدة منافسة من جهة وازدياد حدة المنافسة من جهة أخرى، الى جانب الدور الحيوي الذي تؤديه لخدمات المصرفية الالكترونية على مستوى دعم كيان المصرف وبقائه واستمراره.

وفي هذا الفصل تم إدراج مدخل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال بالإضافة الى عموميات حول جودة الخدمة المصرفية مع ذكر العلاقة بين كل من تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين جودة الخدمات المصرفية حيث تبين ما مدى الأهمية الكبيرة التي أصبحت تكتسبها تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

الفصل الثاني:

الإطار التطبيقي لدراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية الـ

BADR وكالة بسكرة

تمهيد

بعد إلمامنا وإطلاعنا على مختلف الجوانب بكل من جودة الخدمة المصرفية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، سوف نحاول في هذا الفصل الإلمام بجوانب الدراسة الميدانية المتعلقة بـ أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة وهذا من خلال ما تحصلنا عليه من معلومات من طرف الموظفين من مختلف الفئات، وقد ساعدتنا الإستبانة التي تم تخصيصها لهذه الدراسة في الحصول على هذه المعلومات بعد توزيعها على عينة البحث المختارة.

ولإحاطة بجوانب الدراسة الميدانية جيدا قسمنا هذا الفصل إلى المحاور التالية:

المبحث الأول: تقديم عام للمؤسسة محل الدراسة

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية

المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

المبحث الأول: تقديم عام للمؤسسة محل الدراسة

سيكون بنك الفلاحة والتنمية الريفية ال BADR وكالة بسكرة محل اهتمامنا في هذا المبحث.

المطلب الأول: التعريف ببنك الفلاحة والتنمية الريفية

أنشئ بنك الفلاحة والتنمية الريفية بموجب المرسوم رقم 82-106 المؤرخ في 13 مارس 1982 كشركة برأسمال 2.200.0000000 دج، في إطار سياسة إتخذتها الدولة لتنمية القطاع الفلاحي كنتكملة لسياسة الثورة الزراعية لتغطية الحاجيات الوطنية من حيث المواد الزراعية والاستهلاكية على إعتبار أن القطاع الفلاحي أخذ المكانة الأولى في مخططات التنمية، وبالتالي فلهذا البنك مهمتان الأولى توزيع ومنح القروض و الثانية تنمية القطاع الفلاحي وفي إطار الإصلاحات الإقتصادية تحول بنك الفلاحة والتنمية الريفية بعد عام 1988 إلى شركة مساهمة ذات رأس مال قدره 22 مليار دينار جزائري، وبموجب القانون قانون النقد و القرض 10/90 أصبح بنك " بدر " كغيره من البنوك يمكن أن يباشر جميع الوظائف التي تقوم بها البنوك التجارية في كل القطاعات الإقتصادية ليرتفع رأسماله سنة 1999 إلى 35 مليار دينار جزائري موزع على 35000 سهم مكتتبه كلها من طرف الدولة. (قطاف، 2010-2011، صفحة 203)

المطلب الثاني: أهداف ومهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية (قطاف، 2010-2011، الصفحات 203-204)

إن التغيرات التي تشهدها الساحة المصرفية المحلية والعالمية جعلت بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك العمومية يقوم بدور كبير في تمويل الاقتصاد الوطني من خلال تمويل المشاريع الاستثمارية وتدعيم مركزه التنافسي، وبالتالي أصبح لزاما على بنك بدر تكييف خطته واستراتيجياته تبعا لتغيرات الوضع الراهن مع التركيز على ترقية منتجاته وتحسين جودة خدماته من أجل إرضاء الزبائن.

أولا: أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

من أهم الأهداف المسطرة من طرف إدارة البنك في المدى القصير والمتوسط ما يلي:

- توسيع وتنويع مجالات تدخل البنك كمؤسسة مصرفية شاملة؛
- تحسين نوعية وجودة الخدمات؛
- تحسين العلاقات مع العملاء؛
- الحصول على أكبر حصة في السوق؛
- تطوير العمل المصرفي قصد تحقيق أقصى قدر من الربحية.

ثانيا: مهام بنك الفلاحة و التنمية الريفية.

- تنفيذ جميع العمليات المصرفية و الإعتمادات المالية على إختلاف أشكالها طبقا للقوانين و التنظيمات الجاري بها العمل؛
- تطوير الموارد و هذا بفتح الحسابات دون تحفظات كبيرة أو حدود؛

- إنشاء خدمات جديدة؛
- تطوير شبكاته و معاملاته النقدية؛
- التقرب أكثر من ذوي المهن الحرة، التجار و المؤسسات الصغيرة و المتوسطة؛
- تسيير الموارد النقدية بالدينار و العملة الصعبة بطرق ملائمة؛
- يبقى في اتصال مع التطور العالمي للتقنيات المرتبطة بالنشاط المصرفي.

المطلب الثالث: أدوات التسويق الرقمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية.

يعتمد التسويق الرقمي على العديد من الأدوات والوسائط بدءا بالموقع الإلكتروني للمؤسسة، وصولا إلى مواقع التواصل الاجتماعي والتسويق عبر الهاتف. و يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية من المؤسسات التي تستخدم هذه الوسائط لتمكين من إيصال المعلومات إلى زبائنها و تعريفهم بخدماتها من خلال صفحاتها الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي سنتطرق إليها من خلال هذا المطلب.

1. الموقع الإلكتروني لبنك الفلاحة والتنمية الريفية:

والذي يعبر عن مهمة البنك قصته رؤيته ويحفز الزبائن على زيارته ويشمل التقديم، المظهر والتصميم، نصوص، صور وفيديوهات، القدرة على جعل المتصفح على اتصال فيما بينهم، القدرة على تخصيص المحتوى حسب الزبون، توفير الاتصال سواء من الموقع نحو المستخدم أو العكس ويتميز أيضا بالتحديث المستمر. (www.badrbanque.dz)

2. مواقع التواصل الاجتماعي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية.

أولا: الفيسبوك

بما أن الفيسبوك يعتبر الأرضية الاجتماعية الأكثر أهمية والأكثر شعبية، فقد حرص البنك على إنشاء صفحة رسمية له عبره، يشارك من خلالها كل ما يتعلق بخدماته، و تتميز صفحته ب72 ألف متابع من كل ربوع الوطن و تتميز بوجود 66 ألف إعجاب على منشوراتها. وعند الدخول الى صفحة البنك للوهلة الأولى نجد مجموعك من التفاصيل المتعلقة بالبنك و المتمثلة في :

- موقع البنك: siége sociale 17.Bd colone Amiroche.B.p 484.Alger Algiers.Algeria

- رقم الهاتف: 021989323.

- الإيميل: contact@badr-bank.dz

- الموقع الإلكتروني: <https://badrbanque.dz/>

- سنة إنشاء الصفحة: 2020/03/01.

ثانيا: الأستغرام

يعتبر الأستغرام من بين أهم وسائل التواصل الاجتماعي و أكثرها استخداما كونه يسمح لمستخدميه برفع الوسائط التي بالامكان تعديلها عبر الفلاتر و تنظيمها باستخدام الوسوم و الاشارات الجغرافية. يمتلك بنك الفلاحة و التنمية الريفية صفحة عبر هذه الوسيلة و تتميز صفحته بوجود 3027 متابع و 206 منشور من خلالها ينشر البنك كافة أعماله.

المطلب الرابع: وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة

أولا: تقديم لوكالة بسكرة

تأسست وكالة بدر بسكرة في مارس تزامنا من تأسيس البنك، ويقع مقرها في وسط المدينة بالتحديد في شارع بن باديس، تشغل الوكالة 29 عاملا تعتمد على خبراتهم و يقوم البنك بتكوين و تدريب العمال وهذا لزيادة خبرتهم وكذا كفاءتهم في التعامل مع التحديث الجاري في البنك.

ثانيا: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة

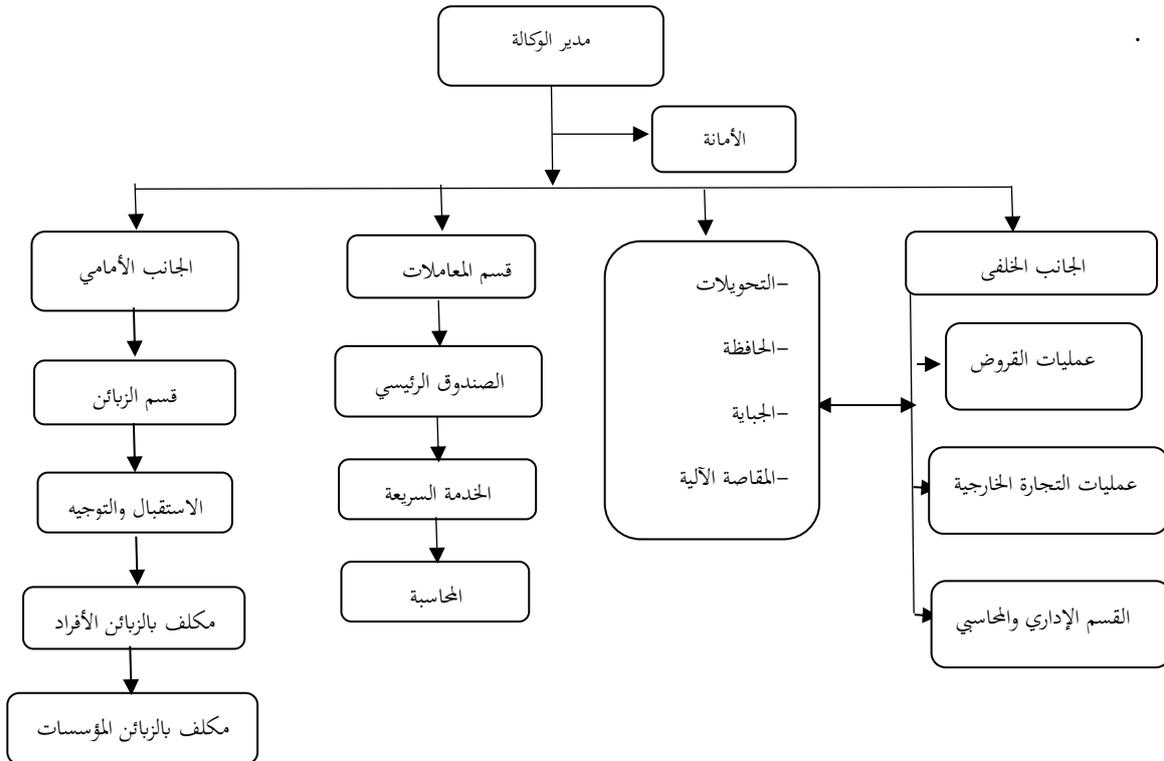
يتكون بنك الفلاحة والتنمية الريفية من مجموعة جهوية للاستغلال و قد تم اختيار المجموعة الجهوية بسكرة (007) التي تتكون من 9 وكالات تقوم بالإشراف عليها، و يتكون الهيكل التنظيمي لوكالة بسكرة مما يلي:

1. **مدير الوكالة:** هو المسؤول عن السير الحسن للوكالة، مهمته التوجيه، التنشيط، المراقبة، تنسيق النشاطات بالإضافة إلى السهر على التنفيذ الجيد للسياسة العامة للبنك.
2. **الأمانة (السكرتارية):** وهي مصلحة تابعة للمدير، تعمل على مساعدته في تسهيل أعماله كما تعمل على إستقبال العملاء، البريد والمكالمات العامة للبنك.
3. **الجانب الأمامي:** ويتكون من قسم الزبائن مهمته استقبال و توجيه الزبائن و ينقسم الى قسم مكلف بالزبائن الافراد وقسم مكلف بالزبائن المؤسسات.
4. **الجانب الخلفي:** ويتضمن:
 - **القسم الإداري والمحاسبي:** و مهمته إنجاز و متابعة ميزانية الوكالة، والسهر على تسيير حسابات الخزينة في ظل الاحترام الصارم للحدود القصوى للصندوق، وكذا فحص الحسابات اليومية للوكالة وتسوية الاختلالات إن وجدت وإعداد الملفات المحاسبية.
 - **قسم القروض:** ويقوم بدراسة ملفات التمويل وإحالتها إلى لجنة القروض والخزينة وتحضير أعمال لجنة القروض والخزينة إضافة للرقابة اللاحقة للقروض الممنوحة من طرف الوكالة.
 - **قسم عمليات التجارة الخارجية:** ويعمل هذا القسم على وضع خطة عمل للسياسة التسويقية وتنفيذها بعد موافقة الإجارة عليها، وتحديد الزبائن المحتملين ودراسة الزبائن اللذين يتعاملون مع البنك.

إضافة إلى قسم المعاملات والصندوق الرئيسي، وكذا الخدمة السريعة والمحاسبة والمدفوعات.

والشكل الموالي يوضح بالتفصيل الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية لوكالة بسكرة:

الشكل رقم (01.02): الهيكل التنظيمي للمؤسسة محل الدراسة



المصدر: (وثائق المؤسسة، 2023)

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية

لغرض إتمام الدراسة الميدانية قمنا بتوزيع الاستبيان على مستوى وكالة ومديرية بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة. وبعد استرجاع الاستبيان وجدولة بياناته قمنا بتحليل نتائجه التي سيتم عرضها في هذا المبحث، أي سنتطرق في هذا المبحث إلى مصادر جمع بيانات الدراسة، عينة البحث، بالإضافة إلى أساليب التحليل الإحصائي، وكذا إلى مدى ثبات وصدق الإستبانة للوقوف على أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة.

المطلب الأول: وصف مجتمع وعينة الدراسة

الفرع الأول: مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في الأفراد العاملين في مؤسسة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-عدددهم 89 عامل، وقد أخذت عينة تقدر بـ 40 عامل، وتم توزيع الاستبانات عليهم خلال الفترة 25 مارس 2023 إلى 10 ماي 2023. وقد تم استرجاع 35 إستبانة منها 35 كلها مستوفاة الشروط المطلوبة للتحليل الإحصائي.

الفرع الثاني: وصف إحصائي لأفراد عينة الدراسة

فيما يلي سنتطرق إلى دراسة خصائص عينة الدراسة حسب البيانات الشخصية والوظيفية.

أولاً: خصائص عينة الدراسة حسب متغير الجنس

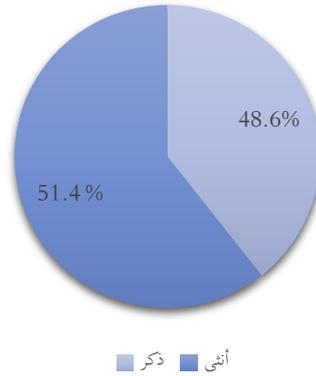
الجدول رقم (01.02): توزيع العينة حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
48.6%	17	ذكر
51.4%	18	أنثى
100%	35	المجموع

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

من خلال الإحصائيات المتحصل عليها في الجدول الموضح أعلاه، نلاحظ التقارب في توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس إذ أن ما نسبته 51.4% من مفردات عينة الدراسة هم الذكور أما الإناث فتمثل بنسبة 48.6%، ومن خلال النسبة المبينة أعلاه سابقة نلاحظ أن نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور بفارق طفيف والشكل الموالي يوضح توزيع مفردات العينة حسب الجنس:

الشكل رقم (02.02): توزيع العينة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

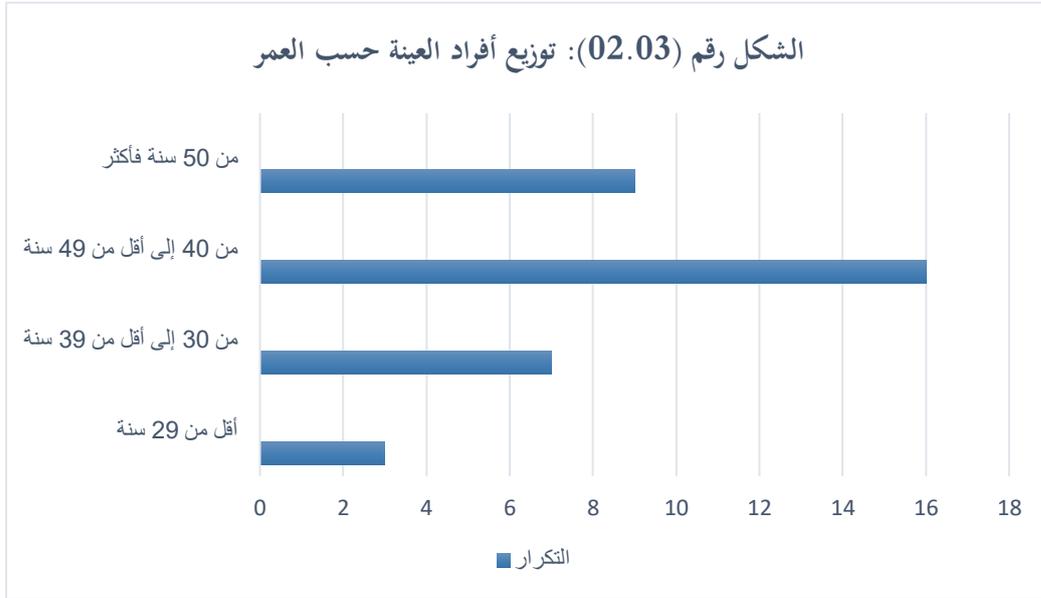
ثانياً: خصائص عينة الدراسة حسب متغير العمر

الجدول رقم (02.02): توزيع العينة حسب العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 29 سنة	3	8.6%
من 30 إلى أقل من 39 سنة	7	20%
من 40 إلى أقل من 49 سنة	16	45.7%
من 50 سنة فأكثر	9	25.7%
المجموع	35	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

نلاحظ من خلال نتائج الإحصائيات الموضحة في الجدول أعلاه أن أغلبية مفردات العينة تتراوح أعمارهم من 40 إلى أقل من 49 سنة، أي أن حوالي 45.7% من عينة الدراسة هم من فئة الشباب، وتوزعت مفردات عينة الدراسة بين فئة (من 50 سنة فأكثر) و فئة (من 30 إلى أقل من 39 سنة) بنسبة 25.7% و 20% على الترتيب، أما الفئة الأخيرة أقل من 29 سنة فقد جاءت بنسبة 8.6%، ونفسر هذه النتائج أن بنك البدر يقوم بتوظيف فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم من 40 إلى أقل من 49 سنة والشكل الموالي يوضح لنا توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر.



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

ثالثاً: خصائص عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

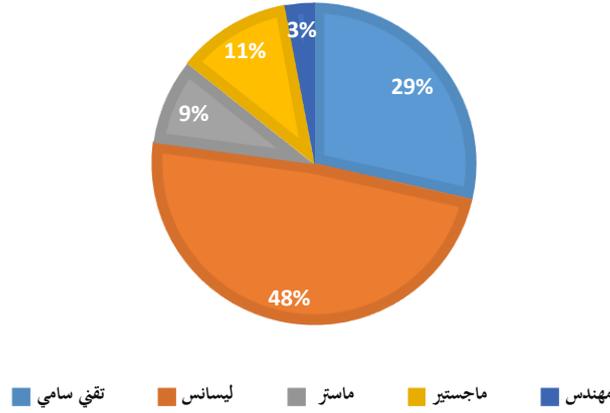
الجدول رقم (03.02): توزيع العينة حسب المؤهل العلمي

العمر	التكرار	النسبة المئوية
تقني سامي	10	%28.5
ليسانس	17	%48.6
ماستر	3	%8.6
ماجستير	4	%11.4
مهندس	1	%2.9
المجموع	35	% 100

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

من خلال الجدول السابق نلاحظ وجود تنوع في المستويات والمراحل التعليمية المختلفة، بحيث نلاحظ أن نسبة 48.6 % من أفراد عينة البحث بدرجة الليسانس، أما نسبة الحاصلين على شهادة التقني سامي فهي 28.5 %، في حين أن الحاصلين على شهادة ماجستير فكانت بما نسبته 11.4 %، أما الحاصلين على شهادة الماستر كانت نسبتهم 8.6 %، ثم تأتي فئة الحاصلين على شهادة مهندس بنسبة 2.9 %، وما سبق نلاحظ أن المؤسسة محل الدراسة تقوم بتوظيف البعدين المتحصلين على شهادة التقني سامي والماجستير والليسانس بنسبة أكبر من الشهادات العلمية الأخرى. والشكل البياني الموالي يوضح لنا توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي.

الشكل رقم (02.04): توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

رابعا: خصائص عينة الدراسة حسب المتغير الخبرة في البنك

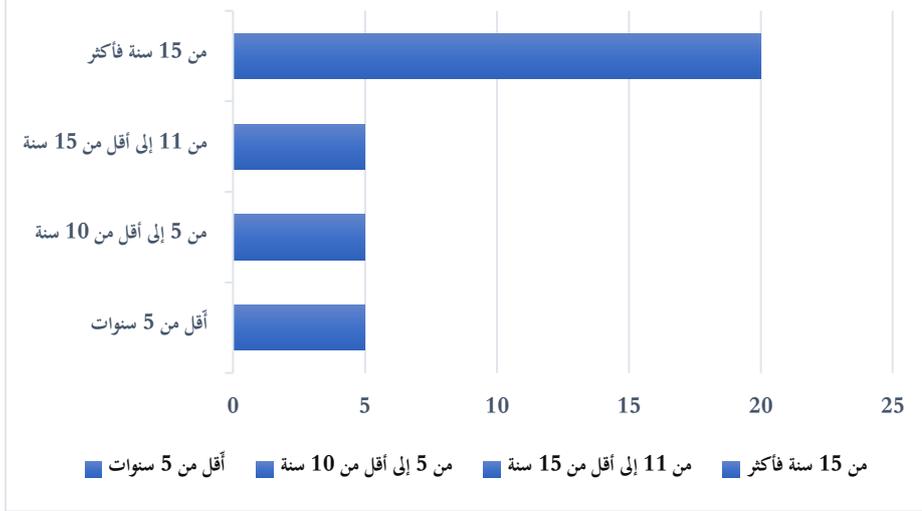
الجدول رقم (04.02): توزيع العينة حسب الخبرة في البنك

النسبة المئوية	التكرار	الخبرة في البنك
% 14.3	5	أقل من 5 سنوات
% 14.3	5	من 5 إلى أقل من 10 سنة
% 14.3	5	من 11 إلى أقل من 15 سنة
% 57.1	20	من 15 سنة فأكثر
% 100	35	المجموع

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

من خلال نتائج الجدول السابق نلاحظ أن أغلب مفردات العينة تمثل ما يقارب نسبته 57.1% ذات خبرة مهنية من 15 سنة عمل فأكثر بينما جاءت مفردات عينة الدراسة بما نسبته 14.3% ذات خبرة مهنية من أقل من 5 سنوات ومن 5 إلى أقل من 10 سنوات ومن 11 إلى 15 سنة عمل، كل ذلك يعكس لنا مدى التنوع في تركيبة العاملين من ذوي الخبرات المتنوعة في المؤسسة محل الدراسة. والشكل البياني التالي يوضح لنا ذلك.

الشكل رقم (02.05): توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة



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

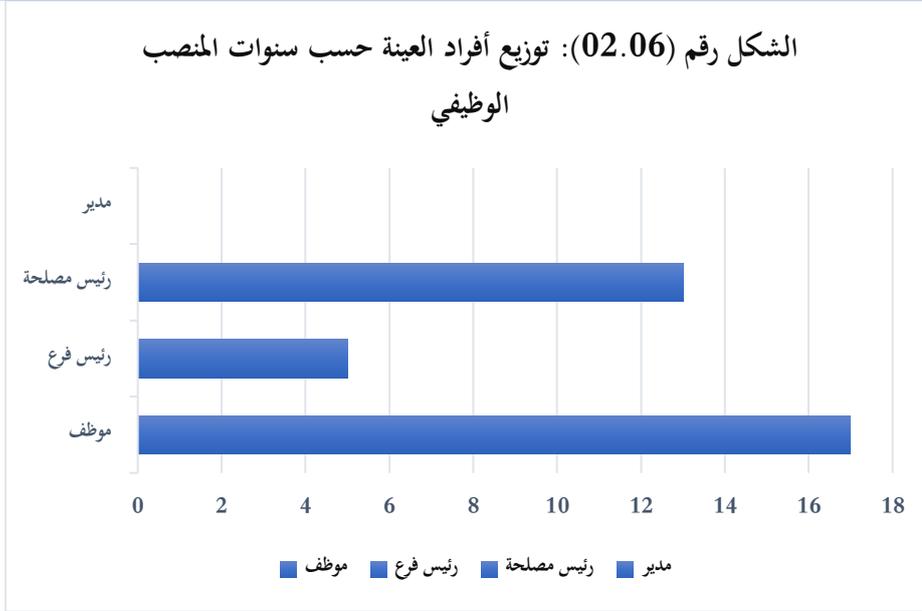
خامسا: خصائص عينة الدراسة حسب المتغير المستوى الوظيفي

الجدول رقم (05.02): توزيع العينة حسب المستوى الوظيفي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الوظيفي
48.6%	17	موظف
14.3%	5	رئيس فرع
37.1%	13	رئيس مصلحة
0%	0	مدير
100%	35	المجموع

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

من خلال نتائج الجدول السابق نلاحظ أن أغلب مفردات العينة تمثل ما يقارب نسبته 48.6% ذات منصب وظيفي موظف بينما جاءت مفردات عينة الدراسة بما نسبته 37.1% ذات منصب وظيفي رئيس مصلحة في حين نجد أن 14.3% من عينة الدراسة هم ذات منصب وظيفي رئيس فرع، كل ذلك يعكس لنا مدى التنوع في تركيبة العاملين من ذوي المناصب المتنوعة في المؤسسة محل الدراسة. والشكل البياني التالي يوضح لنا ذلك.



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

المطلب الثاني: المعلومات والأساليب الإحصائية المستخدمة

الفرع الأول: بناء أداة الدراسة

إعتماداً على ما ورد في الإطار النظري والدراسات السابقة، تم بناء إستبيان خصيصاً لقياس إتجاهات مفردات العينة، وفق المحاور الرئيسية للدراسة (أنظر الملحق رقم 01)، تم تقسيم هذا الإستبيان إلى جزئين، يتعلق أحد أجزائه (القسم الأول) بالخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة، وتشمل كل من الجنس والعمر والمؤهل العلمي وسنوات الخبرة المستوى الوظيفي، وقد خصص القسم الثاني لمحاور الإستبانة، يتعلق المحور الأول بمتغير جودة الخدمة المصرفية حيث يتكون من 20 عبارة مقسمة على 5 أبعاد وذلك لقياس مستوى جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وهي:

- ✓ **البعد الأول:** يقيس هذا البعد إتجاهات أفراد العينة نحو الملموسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية، ويشتمل على ست عبارات من 1 إلى 4.
- ✓ **البعد الثاني:** يقيس هذا البعد إتجاهات أفراد العينة نحو الاعتمادية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية، ويشتمل على ست عبارات من 5 إلى 8.
- ✓ **البعد الثالث:** يقيس هذا البعد إتجاهات أفراد العينة نحو المصادقية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية، ويشتمل على ست عبارات من 9 إلى 12.
- ✓ **البعد الرابع:** يقيس هذا البعد إتجاهات أفراد العينة نحو الاستجابة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية، ويشتمل على ست عبارات من 13 إلى 16.

✓ البعد الخامس: يقيس هذا البعد إتجاهات أفراد العينة نحو الأمان في بنك الفلاحة والتنمية الريفية، ويشتمل على ست عبارات من 17 إلى 20.

أما المحور الثاني والأخير من الإستبيان يتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصال ويتكون بدوره من (10) عبارة لقياس مستوى تكنولوجيا المعلومات والاتصال في بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

وقد تم اختيار مقياس ليكارت الخماسي لاعتباره أكثر المقاييس المستخدمة في قياس آراء لسهولة فهمه وتوازن درجاته، وتمت ترجمة درجاته كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (06.02): درجات مقياس ليكارت الخماسي

التصنيف	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
الدرجة	5	4	3	2	1

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على دراسات سابقة

الفرع الثاني: الأساليب الإحصائية المستخدمة

يتم معالجة البيانات باستخدام العديد من الأساليب الإحصائية المستخرجة من برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الإصدار عشرون، وقد تم استخدام في هذه الدراسة الأساليب التالية:

- **مقاييس الإحصاء الوصفي:** وذلك لوصف مجتمع البحث وإظهار خصائصه، بالاعتماد على النسب المئوية والتكرارات والإجابة على أسئلة البحث وترتيب متغيرات البحث حسب أهميتها بالاعتماد على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- **الوسط الحسابي:** يمثل القيمة التي لو أعطيت لكل مفردة من مفردات المجموعة فإن مجموع القيم الجديدة يساوي مجموع القيم الأصلية، ومعنى آخر أن الوسط الحسابي يساوي مجموع نقاط الفقرات مقسوما على عددها.
- **معامل الارتباط لبيرسون:** وذلك لمعرفة طبيعة علاقات الارتباط بين أبعاد النموذج واختبار صحة الفرضيات.
- **معامل الارتباط ألفا كرونباخ ALPHA DE CRONBACH:** وذلك لقياس ثبات أداة البحث.
- **معامل صدق المحك:** وذلك لقياس صدق أداة البحث.
- **الانحراف المعياري.**
- **تحليل التباين البسيط والمتعدد.**

المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة

الفرع الأول: صدق أداة الدراسة

يقصد بصدق الأداة قدرة الاستبانة على قياس المتغيرات التي صممت لقياسها، ولتحقق من صدق استبانة هذه الدراسة نعتمد على ما يلي:

- صدق المحتوى أو الصدق الظاهري: للتحقق من صدق محتوى أداة البحث والتأكد من أنها تخدم الأهداف الخاصة بالبحث، تم عرضها على مجموعة من المحكمين الأكاديميين المختصين في هذا المجال الذين يعملون بجامعة سطيف، بحيث طلب منهم النظر في مدى كفاية أداة البحث من حيث عدد العبارات، وتنوع محتواها وشموليتها، وتصحيح الأخطاء اللغوية، أي ملاحظات يروها مناسبة فيما يتعلق بالتعديلات، وهذا ما يعتبر بالصدق الظاهري، وصدق محتوى الأداة وبذلك تم اعتبار هذه الأداة صالحة للدراسة وتفي بالغرض الذي هدفت له.
- صدق المحك: تم حساب معامل صدق المحك من خلال أخذ الجذر التربيعي لمعامل الثبات " ألفا كرو نباخ"، إذ نجد أن معامل الصدق الكلي لأداة البحث بلغ (0.940) وهو معامل مرتفع جدا ومناسب لأغراض وهدف الدراسة، كما أنه يتبين لنا أن جميع معاملات الصدق لمحاور البحث هي مرتفعة وصادقة لما وضعت من أجله.

الفرع الثاني: ثبات أداة الدراسة

يسعى اختبار الثبات لقياس مدى صدق الإجابة على فقرات الإستبيان، إذ يعتبر الإختبار ثابتا إذا حصلنا على نفس نتائج القياس في كل مرة لو تم إعادة نفس الإختبار مرة أخرى، ولقياس مدى ثبات أداة الدراسة نلجأ لحساب معامل ألفا كرو نباخ ALPHA DE CRONBACH ومنه إستنتاج صدق المحك والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (07.02): معامل الصدق والثبات

محاور الدراسة	عدد العبارات	معامل الثبات	صدق المحك
محور الأول: جودة الخدمة المصرفية	20	0.860	0.927
محور الثاني: تكنولوجيا المعلومات والاتصال	10	0.903	0.950
الصدق والثبات العام للإستبيان	30	0.885	0.940

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

من خلال إحصائيات الجدول السابق، يتضح لنا أن معامل الثبات العام مرتفع جدا حيث بلغ 0.885، كما أن معاملات الثبات لمحاور الدراسة مرتفعة جميعها حيث تجاوزت الـ 60% بإعتباره الحد الأدنى المقبول في معظم الدراسات، وهذا يدل على أن لجميع محاور الإستبانة درجة عالية من الثبات، لذلك يمكن القول أنه يمكن الإعتماد على هذه الأداة في الدراسة الميدانية وهو ما يؤكد أيضا صدق المحك الذي تجاوز معاملته العام نسبة 94%.

الفرع الثاني: الإتساق الداخلي لأداة الدراسة

فيما يلي الإتساق الداخلي لمختلف أبعاد متغيري الدراسة:

↔ الإتساق الداخلي لمحور جودة الخدمة المصرفية:

الجدول رقم (08.02): معامل الإرتباط بيرسون لعبارات المتغير المستقل مع البعد الذي تنتمي إليه

المتغير المستقل	العبرة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	w1	0.831**	0.000
	w2	0.503**	0.002
	w3	0.565**	0.000
	w4	0.552**	0.001
	w5	0.546**	0.000
	w6	0.434**	0.000
	w7	0.534**	0.000
	w8	0.602**	0.000
	w9	0.561**	0.000
	w10	0.830**	0.000

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

من الجدول السابق يمكن تبين ما يلي:

- نلاحظ أن مقدار الإرتباط متغير تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومختلف عباراته دال إحصائيا، إتراوح معامل الإرتباط ما بين 0.434 و 0.831 عند مستويات دلالة قدرت ما بين 0.000 و 0.002 وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد وبالتالي فجميع فقرات هذا المتغير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.05.

1- الاتساق الداخلي للمتغير التابع:

الجدول رقم (09.02): معامل الإرتباط بيرسون لعبارات المتغير التابع مع البعد الذي تنتمي إليه

المتغير التابع	أبعاد المتغير	العبرة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
جودة الخدمة المصرفية	الملموسية	x11	0.408**	0.000
		x12	0.594**	0.000
		x13	0.539**	0.001
		x14	0.693**	0.002
	الاعتمادية	x21	0.498**	0.013
		x22	0.417**	0.002

0.041	0.498**	x23	المصدقية	
0.084	0.348**	x24		
0.001	0.296	x31		
0.012	0.524**	x32		
0.174	0.420*	x33		
0.026	0.235	x34		
0.000	0.634**	x41	الاستجابة	
0.005	0.463**	x42		
0.009	0.436**	x43		
0.027	0.375*	x44		
0.329	0.170	x51	الأمان	
0.004	0.476**	x52		
0.000	0.701**	x53		
0.000	0.867**	x54		

من خلال الجدول يمكن تبين ما يلي:

- نلاحظ أن متغير جودة الخدمات المصرفية مرتبط ارتباطا طرديا في جميع عباراته، إذ تراوحت معاملات الارتباط في مجملها بين 34.8% و 86.7% وهي أكبر من 50%، فجميع الفقرات دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 05%، حيث كانت مستويات الدلالة 0.000.

المبحث الثالث: تحليل وتفسير نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

بعد تناولنا لبناء أداة الدراسة والتأكد من صدقها وثباتها، نتجه الآن إلى تحليل محاورها والوقوف على أهم النتائج التي جاءت بها، وقد خصصنا هذا المبحث للإلمام بها.

المطلب الأول: اختبار التوزيع الطبيعي

من أجل اختبار ما إذا كانت البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي أم لا، ومن أجل التحقق استخدمنا اختبار Test Kolmogorov-Smirnov à unéchantillon، لإثبات طبيعة التوزيع.

الجدول رقم (10.02): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

البعد	قيمة Z	القيمة الاحتمالية (Sig)
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	0.164	0.118
جودة الخدمة المصرفية	0.159	0.225

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS.22.

من خلال الجدول السابق يتضح لنا أن القيمة الاحتمالية Sig لمتغيري الدراسة كانت أكبر من مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على أن بيانات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي، وهذا ما يسمح لنا بإجراء الاختبارات المعلمية للتأكد من صحة الفرضيات.

المطلب الثاني: تحليل محاور الاستبيان

ولتحديد قيم المتوسط الحسابي في أي فئة يتم ذلك من خلال إيجاد طول المدى (5-1=4) قسمة المدى على عدد الفئات (0.8=4/5)، وبعد ذلك يضاف إلى الحد الأدنى للمقياس مع تخفيض 0.01 من الحد الأعلى من أجل التخلص من مشكلة التعرف على أي فئة تنتمي القيمة المتساوية للحد الأعلى، فتصبح الفئة الأولى (1-1.79) وهكذا لبقية الفئات، فيكون لدينا المقياس التالي:

الجدول رقم (11.02): مقياس الحكم على إجابات الأفراد

مستوى الموافقة	الاتجاه العام	فئات المتوسط الحسابي
منخفض جدا	غير موافق بشدة	(1.79-1)
منخفض	غير موافق	(2.59-1.8)
متوسط	محايد	(3.39-2.60)
مرتفع	موافق	(4.19-3.4)
مرتفع جدا	موافق بشدة	(5.0-4.20)

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على دراسات سابقة

الفرع الأول: تحليل فقرات محور تكنولوجيا المعلومات والاتصال

ما مستوى إدراك عمال بنك الفلاحة والتنمية الريفية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

للإجابة على هذا السؤال سنقوم بتحليل فيما يلي فقرات محور المتغير المستقل تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والخاصة بكل بعد من أبعاد إدارة المعرفة.

الجدول رقم (12.02): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن

عبارات محور تكنولوجيا المعلومات والاتصال

الرقم	تكنولوجيا المعلومات والاتصال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	الاتجاه العام
01	يقوم بنك السلام باعتماد تركيب برمجيات خاصة لمواجهة التغيرات	3.37	1.262	5	متوسط
02	يستخدم البنك في أداء مهامه برمجيات حاسوبية متطورة	3.51	0.981	3	مرتفع
03	يقوم البنك بتحديث البرمجيات باستمرار	3.51	1.173	4	مرتفع
04	يقدم البنك تحفيزات مادية ومعنوية ملائمة لعماله	3.37	1.239	6	متوسط
05	يقوم البنك بدورات تكوينية مستمرة لتدريب إطاراته وعماله على التقنيات الحديثة والمتطورة	3.20	1.158	9	متوسط
06	يقوم البنك باستقطاب أفراد مختصين في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال	3.17	1.124	10	متوسط
07	يستخدم البنك شبكات اتصال للربط بين مختلف المصالح والأقسام	3.63	1.060	1	مرتفع
08	تناسب الشبكة التي يوفرها البنك مع احتياجات العمل به	3.60	1.143	2	مرتفع
09	تساهم شبكة الإنترنت في إعداد دورات تدريبية تخص موظفي البنك	3.34	1.187	7	متوسط
10	يتوفر البنك على مختصين في صيانة الأجهزة والحواسيب التكنولوجية	3.34	1.259	8	متوسط
	تكنولوجيا المعلومات والاتصال	3.35	1.047	-	متوسط

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.22

من خلال إحصائيات الجدول السابق نلاحظ أن:

العبارة رقم (7) التي تنص على " تسعى المؤسسة الى تحديث تجهيزات الإنتاج للتحكم في التكلفة أكثر" جاءت بالترتيب الأول من حيث الأهمية النسبية المعطاة لها من قبل أفراد عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذه العبارة (3.63) بانحراف معياري (1.060). ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول "مرتفعة"، وتبين هذه النتيجة سعب المؤسسة الى تحديث تجهيزات الإنتاج للتحكم في التكلفة أكثر. في حين جاءت العبارة رقم (8) التي تنص على " تقوم المؤسسة بتحديد التكاليف المستهدفة من اجل خلق قيمة للعملاء" جاءت بالترتيب الثاني من حيث الأهمية النسبية المعطاة لها من قبل أفراد عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذه العبارة (3.60) بانحراف معياري (1.143). ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذه العبارة تشير إلى نسبة قبول "مرتفعة"، كما نلاحظ من الجدول السابق أن الأوساط الحسابية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات تكنولوجيا المعلومات والاتصال أنها تشكل قبولاً جيداً.

وبناء على ما تقدم نستنتج أن مستوى تكنولوجيا المعلومات والاتصال في بنك الفلاحة والتنمية الريفية جاء متوسطا وفقا لمقياس الدراسة، إذ بلغ متوسط إجابات المبحوثين عن تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمختلف عباراتها (3.35) بانحراف معياري (1.047) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا المتغير يقع ضمن الفئة (2.60-3.39) ويشير إلى مستوى موافقة متوسط.

الفرع الأول: تحليل فقرات محور جودة الخدمة المصرفية

ما مستوى إدراك عمال بنك الفلاحة والتنمية الريفية لجودة الخدمة المصرفية؟

للإجابة على هذا السؤال سنقوم بتحليل فيما يلي فقرات محور المتغير التابع جودة الخدمة المصرفية، والخاصة بكل بعد من أبعاد جودة الخدمة المصرفية

الجدول رقم (13.02): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن

عبارات محور جودة الخدمة المصرفية

الرقم	أبعاد إدارة المعرفة وعبارات القياس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	الاتجاه العام
01	يتمتع موظفي البنك بمظهر لائق وحسن	3.66	1.083	1	مرتفع
02	يتمتع البنك ببيئة داخلية ومظهر عام ملائم مع نوع الخدمات المقدمة لزبائنه	3.63	1.165	2	مرتفع
03	يوفر البنك العديد من الخدمات المصرفية بطرق إلكترونية في خدمة زبائنه	3.29	1.202	4	متوسط
04	يتوفر البنك على التجهيزات والمعدات ذات تقنية متطورة وعالية	3.34	1.295	3	متوسط
	الملموسية	3.50	1.064	3	مرتفع
05	تحتفظ إدارة البنك بسجلات دقيقة يمكن الرجوع إليها بطرق سريعة	3.54	1.146	2	مرتفع

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة بسكرة

متوسط	4	1.268	3.26	يقوم البنك بتقديم مختلف المعلومات المتعلقة بالخدمات الجديدة	06
متوسط	4	1.187	3.34	يولي موظفو البنك رعاية واهتمام خاص لزيائنه	07
مرتفع	1	1.079	3.80	يقوم البنك بوضع مصلحة الزبون أولى مهامها	08
مرتفع	2	0.907	3.67	الاعتمادية	
مرتفع	1	0.923	3.83	يتميز البنك بالمصداقية التامة في مختلف أعماله	09
مرتفع	4	1.218	3.40	يقوم موظفو البنك بتكليف خدماتهم لتلبية طلبات الزبائن	10
مرتفع	2	0.852	3.74	يتمتع البنك بالسرية في تعامله مع موظفيه	11
مرتفع	3	1.202	3.71	يتمتع البنك بالشفافية التامة في مختلف تعاملاته	12
مرتفع	1	0.789	3.77	المصداقية	
مرتفع	1	1.221	3.46	يتم الاستجابة لطلبات وشكاوى الزبائن بشكل فوري	13
متوسط	4	1.222	3.09	يتمتع موظفو البنك بالمهارة العالية في تقديم الخدمات	14
متوسط	2	1.272	3.17	يتم تلبية مختلف طلبات الزبائن مهما كان نوعها	15
متوسط	3	1.157	3.11	يتمتع موظفي البنك بالاستعداد والرغبة الدائمة لمساعدة الزبائن	16
متوسط	4	0.925	3.28	الاستجابة	
متوسط	3	1.175	3.17	يوفر البنك الأمان لزيائنه في مختلف تعاملاته	17
متوسط	4	1.150	3.03	يتمتع البنك بأوقات عمل تناسب الجميع	18
مرتفع	1	1.147	3.49	يوفر البنك خدمات إلكترونية آمنة لزيائنه	19
متوسط	2	1.291	3.26	تقوم إدارة البنك بتوفير خدمات مصرفية ذات جودة آمنة في إنجاز مختلف العمليات المصرفية	20
متوسط	5	0.941	3.21	الأمان	
مرتفع	-	0.995	3.45	جودة الخدمة المصرفية	

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.22

من خلال إحصائيات الجدول السابق نلاحظ أن:

1. الملموسية: من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أنه جاء بالترتيب الثالث من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة الدراسة، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.50) بانحراف معياري (1.064)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن بعد الملموسية يقع ضمن الفئة (3.4-4.19)، وهو يشير إلى مستوى موافقة مرتفع أي موافق حسب مقياس ليكارت، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.29-3.66) وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين (1.083-1.895)، ويفسر ذلك تمتع موظفي البنك بمظهر لائق وحسن وبيئة داخلية ومظهر عام ملائم مع نوع الخدمات المقدمة لزبائنه إلى جانب توفر البنك على التجهيزات والمعدات ذات تقنية متطورة وعالية
 2. الاعتمادية: جاء بالترتيب الثاني من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة لدراسة، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.67) بانحراف معياري (0.907)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن بعد الاعتمادية يقع ضمن الفئة (3.4-4.19)، وهو يشير إلى مستوى موافقة مرتفع، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.34-3.80) وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين (1.079-1.268)، ويفسر هذا أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية تحتفظ إدارة البنك بسجلات دقيقة يمكن الرجوع إليها بطرق سريعة كما يقوم البنك بتقديم مختلف المعلومات المتعلقة بالخدمات الجديدة.
 3. المصدقية: لقد جاء هذا البعد بالترتيب الأول من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة الدراسة، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.77) بانحراف معياري (0.789)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يقع ضمن الفئة (3.4-4.19)، وهو يشير إلى مستوى موافقة مرتفع، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.4-3.83) وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين (0.852-1.218) ويعود هذا إلى المصدقية التامة التي يتميز بها البنك في مختلف أعماله كما يتمتع البنك بالشفافية التامة في مختلف تعاملاته.
 4. الاستجابة: جاء بالترتيب الرابع من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة لدراسة، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا العامل (3.28) بانحراف معياري (0.925)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يقع في درجة المحايد ضمن الفئة (2.60-3.39)، وهو يشير إلى مستوى موافقة متوسط، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.09-3.46) وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين (1.008-1.357) ويفسر ذلك أنه يتم الاستجابة لطلبات وشكاوى الزبائن بشكل فوري ولكن ليس بسرعة.
 5. الأمان: جاء بالترتيب الخامس من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة لدراسة، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا العامل (3.21) بانحراف معياري (0.941)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يقع في درجة المحايد ضمن الفئة (2.60-3.39)، وهو يشير إلى مستوى موافقة متوسط، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.03-3.49) وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين (1.150-1.291) ويفسر ذلك أحيانا ما تقوم إدارة البنك بتوفير خدمات مصرفية ذات جودة آمنة في إنجاز مختلف العمليات المصرفية.
- وبناء على ما تقدم نستنتج أن مستوى جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية جاء مرتفعا وفقا لمقياس الدراسة، إذ بلغ متوسط إجابات الباحثين عن أبعاد جودة الخدمة المصرفية ككل بمختلف عباراتها (3.45) بانحراف معياري (0.995) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا المتغير يقع ضمن الفئة (3.4-4.19) وبذلك يكون يشير إلى مستوى موافقة مرتفع.

المطلب الثالث: اختبار الفرضيات

بعد قيامنا باختبار التوزيع الطبيعي وتحليلنا لمحاور الإستبيان، سوف نتطرق الآن إلى إختبار الفرضيات وذلك عن طريق حساب الانحدار والتباين للانحدار لاختبار الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية.

الفرع الأول: إختبار الفرضية الرئيسية

- الفرض العدمي: لا تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - بسكرة- عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).
- الفرض البديل: تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - بسكرة- عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

تم استخدام نتائج تحليل التباين للانحدار (Analyses of Variance) للتأكد من صلاحية النموذج لإختبار هذه الفرضية والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول رقم (14.02): نتائج تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة
الانحدار	18.980	1	18.98	34.217	0.000
الخطأ	18.305	33	0.555		
المجموع الكلي	37.286	34			

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

* ذات دلالة إحصائية عند المستوى (0.05=α)

- معامل الارتباط $R=0.713$
- معامل التحديد $R^2=0.509$
- معامل التحديد المعدل $R_a^2=0.494$

من خلال النتائج الواردة في الجدول (15) يتبين لنا ثبات صلاحية النموذج لإختبار الفرضية الرئيسية حيث بلغت قيمة (F) المحسوبة (34.217) بقيمة احتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05=α)، مما يدل على أنه يوجد أثر ذو أثر لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05). كما يتضح لنا من خلال الجدول أن المتغير المستقل بشكله الإجمالي وهو تكنولوجيا المعلومات والاتصال يفسر ما مقداره 71.3% من التباين في المتغير التابع الذي يعبر عنه جودة الخدمة المصرفية، وبناءً على ثبات صلاحية النموذج نستطيع إختبار الفرضية الرئيسية بفروعها المختلفة وذلك كما هو مبين في الجدول (16)

الجدول(15.02): نتائج تحليل الانحدار المتعدد أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمة المصرفية

المتغيرات المستقلة والتابعة	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة المحسوب T	F	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²
تكنولوجيا المعلومات/جودة الخدمة المصرفية	0.751	0.128	0.713	5.850	0.000	34.217	0.713	0.509

* ذات دلالة إحصائية عند المستوى (0.05=α) المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

من خلال النتائج الموضحة في الجدول السابق، يتبين لنا وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية عند مستوى الدلالة 0.05، حيث بلغت قيمة **F** المحسوبة (34.217) عند مستوى دلالة (0.000) وهو أقل من مستوى الدلالة 0.05 وأيضاً بلغت قيمة **T** المحسوبة (5.850) عند مستوى دلالة (0.000) وهو أقل من مستوى الدلالة 0.05 وبلغ معامل الارتباط (0.645) وبالرجوع إلى معامل التحديد التي بلغت (0.713). وهذا يبين أن ما نسبته 71.3% من التغيرات في جودة الخدمة المصرفية ناتجة عن التغير في تكنولوجيا المعلومات وبالتالي نرفض الفرضية الرئيسية ونقبل بديلتها التي تنص على: تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - بسكرة- عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

الفرع الثاني: اختبار الفرضيات الفرعية

1. الفرضية الفرعية الأولى:

- الفرض العدمي: لا تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الملموسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - بسكرة- عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).
- الفرض البديل: تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الملموسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - بسكرة- عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

الجدول(16.02): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على ملموسية الخدمة المصرفية

المتغيرات المستقلة والتابعة	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة المحسوب T	F	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²
تكنولوجيا المعلومات/الملموسية	0.753	0.110	0.765	6.832	0.000	46.683	0.765	0.586

* ذات دلالة إحصائية عند المستوى (0.05=α) المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

من خلال النتائج الموضحة في الجدول السابق، يتبين لنا وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على الملموسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -بسكرة-، حيث بلغت قيمة **F** المحسوبة (46.683) عند مستوى دلالة (0.000) وهو أقل من مستوى الدلالة 0.05 وأيضاً بلغت قيمة **T** المحسوبة (6.832) عند مستوى دلالة (0.000) وهو أقل من مستوى الدلالة 0.05 ومعامل الارتباط (0.765) وبالرجوع إلى معامل التحديد التي بلغت (0.586). وهذا يبين أن ما نسبته 58.6% من التغيرات في الملموسية ناتجة عن التغير في تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبالتالي نرفض الفرضية الفرعية الجزئية الأولى ونقبل بديلها التي تنص على: تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الملموسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

2. الفرضية الفرعية الثانية:

- الفرض العدمي: لا تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الاعتمادية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -بسكرة- عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).
- الفرض البديل: تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الاعتمادية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -بسكرة- عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

الجدول (17.02): نتائج تحليل الانحدار المتعدد أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على اعتمادية الخدمة المصرفية

المتغيرات المستقلة والتابعة	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة المحسوب T	F	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²
تكنولوجيا المعلومات/الاعتمادية	0.710	0.158	0.615	4.479	0.000	20.061	0.615	0.378

* ذات دلالة إحصائية عند المستوى (0.05=α) المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

من خلال النتائج الموضحة في الجدول السابق، يتبين لنا وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على الاعتمادية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -بسكرة-، حيث بلغت قيمة **F** المحسوبة (20.061) عند مستوى دلالة (0.000) وهو أقل من مستوى الدلالة 0.05 وأيضاً بلغت قيمة **T** المحسوبة (4.479) عند مستوى دلالة (0.000) وهو أقل من مستوى الدلالة 0.05 ومعامل الارتباط (0.615) وبالرجوع إلى معامل التحديد التي بلغت (0.378). وهذا يبين أن ما نسبته 37.8% من التغيرات في الاعتمادية ناتجة عن التغير في تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبالتالي نرفض الفرضية الفرعية الجزئية الثانية ونقبل بديلها التي تنص على: تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الملموسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

3. الفرضية الفرعية الثالثة:

- الفرض العدمي: لا تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المصدقية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - بسكرة- عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).
- الفرض البديل: تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المصدقية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - بسكرة- عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

الجدول (18.02): نتائج تحليل الانحدار المتعدد أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على مصداقية الخدمة المصرفية

المتغيرات المستقلة والتابعة	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة المحسوب T	F	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²
تكنولوجيا المعلومات/المصدقية	0.477	0.216	0.360	2.215	0.034	4.905	0.360	0.129

* ذات دلالة إحصائية عند المستوى (0.05=α) المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

من خلال النتائج الموضحة في الجدول السابق، يتبين لنا وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على المصدقية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - بسكرة-، حيث بلغت قيمة **F** المحسوبة (4.905) عند مستوى دلالة (0.034) وهو أقل من مستوى الدلالة 0.05 وأيضاً بلغت قيمة **T** المحسوبة (2.215) عند مستوى دلالة (0.034) وهو أقل من مستوى الدلالة 0.05 وبلغ معامل الارتباط (0.360) وبالرجوع إلى معامل التحديد التي بلغت (0.129). وهذا يبين أن ما نسبته 12.9% من التغيرات في المصدقية ناتجة عن التغير في تكنولوجيا المعلومات وبالتالي نرفض الفرضية الفرعية الجزئية الثالثة ونقبل بديلتها التي تنص على: تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الملموسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

4. الفرضية الفرعية الرابعة:

- الفرض العدمي: لا تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الاستجابة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - بسكرة- عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).
- الفرض البديل: تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الاستجابة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - بسكرة- عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

الجدول(19.02): نتائج تحليل الانحدار المتعدد أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الاستجابة الخدمة المصرفية

المتغيرات المستقلة والتابعة	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة المحسوب T	F	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²
تكنولوجيا المعلومات/الاستجابة	0.529	0.147	0.648	3.043	0.005	9.257	0.468	0.219

* ذات دلالة إحصائية عند المستوى (0.05=α) المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

من خلال النتائج الموضحة في الجدول السابق، يتبين لنا وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على الاستجابة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -بسكرة-، حيث بلغت قيمة **F** المحسوبة (9.257) عند مستوى دلالة (0.005) وهو أقل من مستوى الدلالة 0.05 وأيضا بلغت قيمة **T** المحسوبة (3.043) عند مستوى دلالة (0.005) وهو أقل من مستوى الدلالة 0.05 وبلغ معامل الارتباط (0.468) وبالرجوع إلى معامل التحديد التي بلغت (0.219). وهذا يبين أن ما نسبته 21.9 % من التغيرات في الاستجابة ناتجة عن التغير في تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبالتالي نرفض الفرضية الفرعية الجزئية الرابعة ونقبل بديلتها التي تنص على: تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الاستجابة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

5. الفرضية الفرعية الخامسة:

- الفرض العدمي: لا تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأمان في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -بسكرة- عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).
- الفرض البديل: تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأمان في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -بسكرة- عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

الجدول(20.02): نتائج تحليل الانحدار المتعدد أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أمان الخدمة المصرفية

المتغيرات المستقلة والتابعة	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة المحسوب T	F	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²
تكنولوجيا المعلومات/الأمان	0.483	0.174	0.435	2.772	0.009	7.686	0.435	0.189

* ذات دلالة إحصائية عند المستوى (0.05=α) المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

من خلال النتائج الموضحة في الجدول السابق، يتبين لنا وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأمان في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -بسكرة-، حيث بلغت قيمة **F** المحسوبة (7.686) عند مستوى دلالة (0.009) وهو أقل من مستوى الدلالة 0.05 وأيضا بلغت قيمة **T** المحسوبة (2.772) عند مستوى دلالة (0.009) وهو أقل من مستوى الدلالة 0.05 وبلغ

معامل الارتباط (0.435) وبالرجوع إلى معامل التحديد التي بلغت (0.189). وهذا يبين أن ما نسبته 18.9 % من التغيرات في الأمان ناتجة عن التغيير في تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبالتالي نرفض الفرضية الفرعية الجزئية الخامسة ونقبل بديلتها التي تنص على: تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأمان في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

الفرع الثالث: النتائج

حصلت إلى النتائج التالية:

- تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة.
- تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الملموسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة.
- تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الاعتمادية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة.
- تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المصدقية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة.
- تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الاستجابة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة.
- تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأمان في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة.

الفرع الرابع: تحليل وتفسير النتائج

1. تحليل وتفسير نتائج الفرضية الرئيسية:

التي مفادها:

تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

ومن خلال نتائج الواردة في الجدول رقم (16) نلاحظ وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة أي يوجد علاقة ارتباط قوية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة المصرفية عند مستوى المعنوية 0.05 إلى جانب وجود قوى تفسيرية كبيرة قدرت ب 71.3 % أي أن ما مقداره 71.3% من التغيير في جودة الخدمة المصرفية تفسره تكنولوجيا المعلومات و التغيرات الباقية تعود لتغيرات أخرى، هذا ما يفسر عدم وجود تشتت في إجابات أفراد عينة الدراسة كما يثبت وجود أثر كبير ودور فعال لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمات المصرفية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية، حيث تعمل المؤسسة على اعتماد تكنولوجيا المعلومات من خلال تقديم الخدمات واعتماد برمجيات خاصة لمواجهة التغيرات مع قيامه بتحديث هذه البرمجيات بصورة مستمرة.

2. تحليل وتفسير نتائج الفرضيات الفرعية:

➤ الفرضية الفرعية الأولى:

ومن خلال نتائج الواردة في الجدول رقم (17) نلاحظ وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على ملموسية جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة أي يوجد علاقة ارتباط قوية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وملموسية جودة

الخدمة المصرفية عند مستوى المعنوية 0.05 إلى جانب وجود قوى تفسيرية كبيرة قدرت ب 76.5% أي أن ما مقداره 76.5% من التغير في ملموسية جودة الخدمة المصرفية تفسره تكنولوجيا المعلومات و التغيرات الباقية تعود لمتغيرات أخرى، هذا ما يفسر عدم وجود تشتت في إجابات أفراد عينة الدراسة كما يثبت وجود أثر كبير ودور فعال لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على ملموسية جودة الخدمات المصرفية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية، حيث تعمل المؤسسة على توفير المعدات والتجهيزات اللازمة ذات تقنيات متطورة وعالية المهارة لتلبية إحتياجات الزبائن والقيام بالمهام.

➤ الفرضية الفرعية الثانية:

ومن خلال نتائج الواردة في الجدول رقم (18) نلاحظ وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اعتمادية جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة أي يوجد علاقة ارتباط قوية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واعتمادية جودة الخدمة المصرفية عند مستوى المعنوية 0.05 إلى جانب وجود قوى تفسيرية كبيرة قدرت ب 61.5% أي أن ما مقداره 61.5% من التغير في اعتماد جودة الخدمة المصرفية تفسره تكنولوجيا المعلومات و التغيرات الباقية تعود لمتغيرات أخرى، هذا ما يفسر عدم وجود تشتت في إجابات أفراد عينة الدراسة كما يثبت وجود أثر كبير ودور فعال لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على اعتماد جودة الخدمات المصرفية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية، حيث تفسر هذه النتيجة اعتماد البنك محل الدراسة سياسة تقديم مختلف المعلومات حول الخدمات الجديدة المتوفرة للزبائن لإعتبارهم أولى مصالحهم.

➤ الفرضية الفرعية الثالثة:

ومن خلال نتائج الواردة في الجدول رقم (19) نلاحظ وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على مصداقية جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة أي يوجد علاقة ارتباط قوية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومصداقية جودة الخدمة المصرفية عند مستوى المعنوية 0.05 إلى جانب وجود قوى تفسيرية كبيرة قدرت ب 36% أي أن ما مقداره 36% من التغير في مصداقية الخدمة المصرفية تفسره تكنولوجيا المعلومات و التغيرات الباقية تعود لمتغيرات أخرى، هذا ما يفسر عدم وجود تشتت في إجابات أفراد عينة الدراسة كما يثبت وجود أثر كبير ودور فعال لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على مصداقية الخدمات المصرفية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية، هذه النتيجة تفسر على اعتماد البنك للشفافية والمصداقية في جميع تعاملاته.

➤ الفرضية الفرعية الرابعة:

و ومن خلال نتائج الواردة في الجدول رقم (20) نلاحظ وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على استجابة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة أي يوجد علاقة ارتباط قوية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال واستجابة جودة الخدمة المصرفية عند مستوى المعنوية 0.05 إلى جانب وجود قوى تفسيرية جيدة نوعا ما قدرت ب 46.8% أي أن ما مقداره 46.8% من التغير في استجابة لجودة الخدمة المصرفية تفسره تكنولوجيا المعلومات و التغيرات الباقية تعود لمتغيرات أخرى، هذا ما يفسر عدم وجود تشتت في إجابات أفراد عينة الدراسة كما يثبت وجود أثر كبير ودور فعال لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في الاستجابة لجودة الخدمات المصرفية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية، حيث تعمل المؤسسة على الإستجابة الفورية لطلبات وشكاوى الزبائن وتلبية رغباتهم وإحتياجاتهم.

و ومن خلال نتائج الواردة في الجدول رقم (21) نلاحظ وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على أمن جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة أي يوجد علاقة ارتباط قوية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأمن جودة الخدمة المصرفية عند مستوى المعنوية 0.05 إلى جانب وجود قوى تفسيرية كبيرة قدرت ب 43.5% أي أن ما مقداره 43.5% من التغير في أمن جودة الخدمة المصرفية تفسره تكنولوجيا المعلومات و التغيرات الباقية تعود لمتغيرات أخرى، هذا ما يفسر عدم وجود تشتت في إجابات أفراد عينة الدراسة كما يثبت وجود أثر كبير ودور فعال لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على أمن جودة الخدمات المصرفية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية، وذلك من خلال توفير أنظمة أمنية خاصة لإنجاز مختلف الخدمات المصرفية الخاصة بالزبائن.

خلاصة الفصل

نبين من خلال هذه الدراسة الميدانية بمؤسسة والتي هدفنا من خلال بحثنا هذا الى الوقوف على علاقة الارتباط والتأثير لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها اجمالا في تعزيز جودة الخدمة المصرفية بأبعادها الممثلة في الملموسية، الاعتمادية، المصدقية، الاستجابة، الأمان توصلنا إلى عدة نتائج أهمها:

- مستوى إدراك وتصورات عينة المبحوثين نحو تكنولوجيا المعلومات والاتصال في بنك الفلاحة والتنمية الريفية كان بمستوى قبول مرتفع.

- مستوى إدراك وتصورات عينة المبحوثين نحو جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية كان بمستوى قبول مرتفع.

كما توصلنا كذلك من خلال هدف هذا البحث إلى أن:

- تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمة المصرفية ككل.

عند بحث أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على كل بعد من أبعاد جودة الخدمة المصرفية على نحو مستقل للمؤسسة وجدنا:

- تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الملموسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة.

- تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الاعتمادية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة.

- تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المصدقية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة.

- تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الاستجابة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة.

- أثر لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأمان في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة.

الغائمة

1. خاتمة

ومما سبق القيام به في الجانب النظري والتطبيقي الملاحظ أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال أسهمت وبشكل كبير في إحداث قفزة نوعية على مستوى مختلف الأنشطة عامة والأنشطة المصرفية خاصة من حيث نوع الخدمة المقدمة للزبائن وجودتها، بناء على هذا فقد سعى بنك البدر إلى تبني التكنولوجيا الحديثة كأسلوب في تسيير مختلف الأنشطة التي يقوم بها وكذا محاولة منه التقرب من أكبر عدد ممكن من الزبائن، نظرا لنوع الخدمة وكذا تخفيض الوقت والتكلفة، والتالي فقد استطاع بنك البدر تحقيق قفزة فريدة من نوعها في مجال تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة من خلال الإلمام بمختلف المبادئ والعناصر التي تضمن الجودة للخدمات المصرفية وذلك من خلال تحسين جودة خدماته في مختلف فروع وتلبية رغبات الزبائن وحاجاتهم.

2. النتائج:

ومما سبق ذكره توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج قمنا بتقسيمها إلى شقين أساسيين:

1. النتائج النظرية:

- جودة الخدمة المصرفية من أهم المواضيع التي تطمح المصارف إلى تحقيقها.
- تعتبر تكنولوجيا المعلومات من أهم ما يؤثر على جودة خدمة المصارف.

2. النتائج التطبيقية:

- تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة.
- تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الملموسية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة.
- تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الاعتمادية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة.
- تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المصدقية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة.
- تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الاستجابة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة.
- أثر لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأمان في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بسكرة.

التوصيات:

- التركيز على الزبون المصرفي باعتباره أهم عنصر لدى للمصرف.
- ينبغي على المنظمات التي تنشط في المجال المصرفي اليوم أن تولي تكنولوجيا المعلومات والاتصال اهتماما كبيرا لما يقدمه هذا الأخير من آثار إيجابية على جميع مستويات المنظمة.
- تحسين مستوى المكافآت والأجور والعلاوات التي يحصل عليها العمال في المنظمة.
- إجراء مزيد من الدراسات والأبحاث على هذين المتغيرين وعلاقتهم مع غيرهما من المتغيرات مثل: التحفيز الوظيفي، الأمن الوظيفي...

- ضرورة الإرتقاء بترسيخ مفاهيم جودة الخدمة المصرفية والجودة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال في منظمات اليوم من خلال زيادة وعي الموظفين وعقد المؤتمرات وإقامة دورات تدريبية وثقافية.

آفاق البحث:

تقترح الطالبة دراسة المتغيرات التالية:

- دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق ولاء الزبون المصرفي.
- أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تعزيز الميزة التنافسية للمصارف التجارية.
- دور جودة الخدمة المصرفية في تحقيق ولاء الزبون المصرفي.

قائمة المصادر

والمراجع

المراجع العربية المعتمدة:

- المقالات:

- 1) الصرن، ر. ح. (2005). أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الإنترنت وجودة الخدمات المصرفية. مجلة العلوم الإنسانية. (08)
- 2) زيدان، م.، و بريس، ع (ب س)، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية. مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا (03)، ص ص 251-274.

- الكتب:

- 1) البكري، ت. ي. (2006). التسويق "أسس ومفاهيم معاصرة". عمان، الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- 2) الحداد، ع. (1999). عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية. مصر: دار البيان للطباعة والنشر.
- 3) الضمور، ه. ح. (2015). تسويق الخدمات. عمان، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
- 4) العلاق، ب.، و الطائي، ح. (2009). إدارة عمليات الخدمة، ط ع. عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- 5) جودة، م. أ. (2006). إدارة الجودة الشاملة. عمان الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
- 6) رمضان، ز.، و جودة، م. (2000). الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك. عمان الأردن: دار وائل للطباعة والنشر.
- 7) طه، ط. (2000). إدارة البنوك ونظم المعلومات المصرفية. الإسكندرية، مصر: دار الكتب.
- 8) عبد الله، ح. (2015). إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات. عمان، الأردن: دار المعتز للنشر.
- 9) نزال، ع.، و الوادي، م. (2010). الخدمات في المصارف الإسلامية (آليات تطوير عملياتها). عمان الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.

- الأطروحات والرسائل والمذكرات:

1. العربي، ح. (2015-2016). جودة الخدمات المصرفية في الجزائر من وجهة نظر الزبون. رسالة ماجستير في العلوم التجارية. الجزائر: جامعة الجزائر. 3.
2. بلبالي، ع. (2008/2009). دور التسويق الداخلي في تحقيق جودة الخدمات المصرفية ثم كسب رضا الزبائن-دراسة حالة عينة من البنوك التجارية (BDL)، BNL، (BADR) بأدرار. رسالة ماجستير في علوم التسيير. ورقلة: جامعة قاصدي مرباح .

3. بن بوزيد، ش. (2012-2011). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة- دراسة حالة الشركة د م م للخدمات العامة والتجارة وآل دوداح .-رسالة ماجستير في علوم التسيير .بومرداس، الجزائر : جامعة محمد بوقرة .
4. بن تسوي، ب. (2021-2020). تكنولوجيا المعلومات والاتصال كأداة لتطوير قطاع التأمين في الجزائر .أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية .البليدة، الجزائر :جامعة لونيبي علي.
5. بن دليمي، إ. (2018-2017). أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التسويقي للبنوك التجارية الجزائرية-دراسة عينة من البنوك التجارية الجزائرية .-أطروحة دكتوراه في علوم التسيير .باتنة، الجزائر :جامعة باتنة.-1-
6. بو طهرة، آ. (2019-2018). تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فيالعملية التعليمية بالجامعة الجزائرية-دراسة ميدانية لعينة من الجامعات الجزائرية "الجزائر، قسنطينة، وهران .-أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال .الجزائر : جامعة الجزائر..-3-
7. بوعكاز، ع. (2019/2020). تطبيق الإدارة الإلكترونية كآلية لتحسين جودة الخدمات المصرفية -دراسة ميدانية .- أطروحة دكتوراه في علوم التسيير .الجلفة :جامعة زيان عاشور.
8. جدي، ج. (2019-2018). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة المصرفية -دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADRوكالة المسيلة .-مذكرة ماستر في التسويق المصرفي .المسيلة :جامعة محمد بوضياف .
9. حمد ، م.، و عبد الهادي، ا. (2002). نموذج مقترح لقياس جودة الخدمات المصرفية بدولة قطر .رسالة دكتوراه غير منشورة في العلوم التجارية .مصر :جامعة عين الشمس.
10. خلوف، ز. (2014-2013). دور العنصر البشري في تحسين جودة الخدمات المصرفية-حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية .-BADRرسالة ماجستير في علوم التسيير .الشلف، الجزائر :جامعة حسيبة بن بوعلي.
11. خويلد، ع. (2009-2008). فاعلية النشاط الترويجي في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الجزائرية .رسالة ماجستير في علوم التسيير .ورقلة، الجزائر :جامعة قاصدي مرباح.
12. رسمية، أ. أ. (2000). أثر جودة الخدمة على الربحية ورضا العملاء في المصارف الأردنية-دراسة مقارنة بين بنك الإسكان والبنك الإسلامي .-رسالة ماجستير في التمويل المصرفي .الأردن :جامعة آل البيت.
13. روتال، أ. (2015-2014). جودة الخدمات المصرفية وآثارها على التنافسية -دراسة حالة البنك الوطني الجزائري .-BNAرسالة ماجستير في العلوم التجارية .الجزائر :جامعة الجزائر 3.
14. سكر، ك. (2019-2018). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ترشيد القرارات في العمليات التجارية-دراسة تطبيقية لعينة من المؤسسات الجزائرية .-أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية .الجزائر :جامعة الجزائر.-3-

15. سمارة، ي. (2013/2014). أثر التسويق بالعلاقات على جودة الخدمات المصرفية وعلاقتها برضا الزبائن -دراسة ميدانية بينك الفلاحة والتنمية الريفية "وكالة مدينة المدية -. "رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية. المدية ذ: جامعة المدية.
16. صبرينة مناني. (2022). المزيج الترويجي الفندقي ودوره في تحسين الصورة الذهنية للزبائن -دراسة حالة: عينة من الفنادق. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بسكرة: جامعة محمد خيضر.
17. ضيف الله، ن. (2016-2017). استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثره على تحسين جودة العملية التعليمية-دراسة عينة من الجامعات الجزائرية -. أطروحة دكتوراه في علوم التسيير. باتنة، الجزائر: جامعة الحاج لخضر -باتنة-1.
18. عبداوي، ه. (2015-2016). مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية-دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس -. أطروحة دكتوراه في علوم التسيير. بسكرة، الجزائر: جامعة محمد خيضر بسكرة.
19. عتروس، س. ا. (2017-2018). تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحقيق التنمية المستدامة في قطاع الصيد البحري في الجزائر-دراسة حالة مدينة القالة -. أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية. عنابة، الجزائر: جامعة باجي مختار.
20. عليان، ر.، و السامرائي، إ. (2015). تسويق المعلومات وخدمات المعلومات، ط. 2. عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
21. قادة، د. (2010-2011). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين أداء الجماعات المحلية في الجزائر-دراسة حالة ولاية بومرداس -.رسالة ماجستير في علوم التسيير. الجزائر: جامعة الجزائر. -3-
22. قطاف، ف. (2010-2011). تقييم جودة الخدمات المصرفية ودراسة أثرها على رضا العميل البنكي دراسة "حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية"وكالة بسكرة. 203.
23. محبوب، م. (2013-2014). استخدام استراتيجية إعادة الهندسة الإدارية في تحسين جودة الخدمات المصرفية-دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة -. أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية. بسكرة، الجزائر: جامعة محمد خيضر.
24. مسعودي، إ. (2021/2022). دزر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمة العمومية -دراسة حالة الجزائر- أطروحة دكتوراه في علوم التسيير. البليدة: جامعة البليدة. 2.
25. مسعودي، ر. (2013-2014). التسويق الإلكتروني وأثره على جودة الخدمات المصرفية-دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري -.رسالة ماجستير في العلوم التجارية. الجزائر: جامعة الجزائر. 3.
26. معارفي، ف. (2007-2008). جودة الخدمات المصرفية وعلاقتها بتنافسية البنوك في ظل إدارة الجودة الشاملة -دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري وكالة باتنة -.رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية. بسكرة: جامعة محمد خيضر.

27. منصورى، ش. (2019-2020). أئر جودة الخمة المصرفية على تحسين رضا الزبون المصرفي-دراسة حالة الزبون المصرفي الجزائري .-رسالة ماجستير في العلوم التجارية .بسكرة، الجزائر :جامعة محمد خيرسر .
28. ميسومي، ا. (2016-2017). دور إءارة المعرفة في تحسين جودة الخدمات المصرفية-دراسة حالة بعض البنوك العمومية العاملة بمدينة الجلفة .-رسالة ماجستير في علوم التسيير .المءية، الجزائر :جامعة يحي فارس .
29. ميهوب، س. (2013-2014). أئر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأءاء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية- حالة نشاط البنك عن بعد .-أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية .قسنطينة، الجزائر :جامعة قسنطينة.-2-
30. واله، ع. (2019-2020). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل إءارة العلاقة مع الزبون-دراسة حالة مؤسسة موبيليس فرع وكالة بودواو .-أطروحة دكتوراه في التسويق .الجزائر :جامعة الجزائر.-3-
31. يئئي، إ. (2005). تكنولوجيا المعلومات ونظم المعلومات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .ورقلة، الجزائر :جامعة قاصءي مرباح . وثائق المؤسسة.(2023) .

- الملتقيات والمءاخلات:

1. فاتح ءبلة. (2012). ءءديد الموقف الابستمولوجي والمنهجي للباحء في علوم التسيير، كيف ولماءا؟ قءمت ضمن الملتقى الوطني الأول حول "إشكالية العلوم الاجتماعية في الجزائر واقع وآفاق" 07-08 مارس 2012 (الصفءات 1-20). ورقلة: جامعة قاصءي مرباح.

المراجع الأءنبية المعتمدة:

- Livres :

1. De Coussergues، S. (1996). *Gestion de la Banque*. Paris، France: édition Dunod.

قائمة الملاحق

الملحق رقم (01): استبانة الدراسة

جامعة محمد خيضر - بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

استبيان

سيدي / سيدتي المحترم (ة): تحية طيبة وبعد

في إطار البحث العلمي واستكمالاً لتحضير مذكرة الماستر الطور الثاني تخصص تسويق مصرفي، تسعى الباحثة لإجراء دراسة بعنوان: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات المصرفية -دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وعليه نضع بين أيديكم هذا الاستبيان الموجه لموظفي البنك، بغرض جمع البيانات ذات الصلة ببحثنا. وقد تم اختياركم ضمن عينة البحث للإجابة على العبارات الواردة فيه، لذا نرجو من سيادتكم التكرم بالإجابة على فقرات الاستبيان المرفق وذلك بوضع علامة (X) في الخانة التي تعبر عن رأيكم، وستكون إجاباتكم محاطة بالسرية والمهنية ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.

لكم مني كل عبارات الشكر والتقدير

إشراف: د/ رشيد حمريط

الباحثة: سارة لبشافي

السنة الجامعية: 2023/2022

القسم الأول: البيانات الشخصية والوظيفية

1- الجنس:

ذكر	أنثى
-----	------

2- العمر:

أقل من 29 سنة	من 40 إلى 49 سنة
من 30 إلى 39 سنة	50 سنة فأكثر

3- المستوى التعليمي:

تقني سامي	ماستر
ليسانس	ماجستير
مهندس	دكتوراه

4- الخبرة في البنك:

أقل من 05 سنوات	من 11 إلى 15 سنة
من 05 إلى 10 سنوات	أكثر من 15 سنة

5- المستوى الوظيفي:

موظف	رئيس مصلحة
------	------------

	مدير		رئيس فرع
--	------	--	----------

القسم الثاني: أسئلة متغيرات الدراسة

المحور الأول: جودة الخدمات المصرفية

غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	أبعاد جودة الخدمات المصرفية وعبارات القياس	الرقم
					الملموسية	أولا
					يتمتع موظفي البنك بمظهر لائق وحسن	1
					يتمتع البنك ببيئة داخلية ومظهر عام ملائم مع نوع الخدمات المقدمة لزيائنه	2
					يوفر البنك العديد من الخدمات المصرفية بطرق إلكترونية في خدمة زبائنه	3
					يتوفر البنك على التجهيزات والمعدات ذات تقنية متطورة وعالية	4
					الاعتمادية	ثانيا
					تحفظ إدارة البنك بسجلات دقيقة يمكن الرجوع إليها بطرق سريعة	5
					يقوم البنك بتقديم مختلف المعلومات المتعلقة بالخدمات الجديدة	6
					يولي موظفو البنك رعاية واهتمام خاص لزيائنه	7
					يقوم البنك بوضع مصلحة الزبون أولى مهامها	8
					المصداقية	ثالثا
					يتميز البنك بالمصداقية التامة في مختلف أعماله	9
					يقوم موظفو البنك بتكليف خدماتهم لتلبية طلبات الزبائن	10
					يتمتع البنك بالسرية في تعامله مع موظفيه	11
					يتمتع البنك بالشفافية التامة في مختلف تعاملاته	12
					الاستجابة	رابعا
					يتم الاستجابة لطلبات وشكاوى الزبائن بشكل فوري	13
					يتمتع موظفو البنك بالمهارة العالية في تقديم الخدمات	14
					يتم تلبية مختلف طلبات الزبائن مهما كان نوعها	15
					يتمتع موظفي البنك بالاستعداد والرغبة الدائمة لمساعدة الزبائن	16
					الأمان	خامسا
					يوفر البنك الأمان لزيائنه في مختلف تعاملاته	17
					يتمتع البنك بأوقات عمل تناسب الجميع	18
					يوفر البنك خدمات إلكترونية آمنة لزيائنه	19
					تقوم إدارة البنك بتوفير خدمات مصرفية ذات جودة آمنة في إنجاز مختلف العمليات المصرفية	20

المحور الثاني: تكنولوجيا المعلومات

غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	أبعاد تكنولوجيا المعلومات وعبارات القياس	الرقم
					يقوم البنك بإعتماد تركيب برمجيات خاصة لمواجهة التغيرات	21
					يستخدم البنك في أداء مهامه برمجيات حاسوبية متطورة	22
					يقوم البنك بتحديث البرمجيات باستمرار	23
					يقدم البنك تحفيزات مادية ومعنوية ملائمة لعماله	24
					يقوم البنك بدورات تكوينية مستمرة لتدريب إطاراته وعماله على التقنيات الحديثة والمتطورة	25
					يقوم البنك بإستقطاب أفراد مختصين في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال	26
					يستخدم البنك شبكات اتصال للربط بين مختلف المصالح والأقسام	27
					تناسب الشبكة التي يوفرها البنك مع إحتياجات العمل به	28
					يتوفر البنك على مختصين في صيانة الأجهزة والحواسيب التكنولوجية	29
					يتوفر البنك على أجهزة وحواسيب تتميز بالمعالجة السريعة والدقيقة للبيانات	30

شكرا لكم على حسن تعاونكم معنا

الملحق رقم (02): قائمة محكمي الاستبانة

الجامعة	الصفة	الأستاذ
بسكرة	أستاذ مساعد أ	عبد القادر معزوز
بسكرة	أستاذ مساعد أ	مغزي العرافي راضية
بسكرة	أستاذ محاضر ب	رشيد حمريط

الملحق رقم (03): طلب استكمال تقرير تربص

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



بسكرّة في: 15 - 03 - 2023
إلى السيد: مدير بنك الفلاحة والتنمية
الريفية، وكالة بسكرّة

جامعة محمد خيضر - بسكرّة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير
عمادة الكلية
الرقم: 317 / ل.ق.ت.ت / 2023

طلب مساعدة لاستكمال مذكرة التخرج

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

1 - لبشافي سارة

المسجل بالسنة: ثانية ماستر تخصص: تسويق مصرفي

وذلك لاستكمال الجانب الميداني لمذكرة الماستر المعنونة ب:

"أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمات المصرفية للبنوك التجارية"

تحت إشراف: د/ حمريط رشيد

في الأخير تقبلوا منا أسى عبارات التقدير والاحترام



نائب العميد للدراسات والمسائل المرتبطة
بالطلبة
د. غربي وهيبية



تأشيرة المؤسسة المستقبلة

Mr ZAIRI Mohamed
Sous Directeur Administration et Coopération

جامعة بسكرّة
ص.ب 145 ق.ر - بسكرّة

الملحق رقم (04): تعهد النزاهة العلمية

ملحق بالقرار رقم 10824... المؤرخ في 27 2020
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرفي
الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضي أسفله.

السيد(ة): مباركة ليشاتي الصفة: طالب، أستاذ، باحث...
الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم 209238183 والصادرة بتاريخ 2023/05/24
المسجل(ة) بكلية / معهد العلوم الاقتصادية قسم العلوم التجارية
والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه).
عنوانها: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمات المصرفية

أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 2023/06/05

توقيع المعني (ة)