



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



الموضوع:

أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على جودة الخدمة المصرفية.

دراسة حالة -مصرف السلام وكالة بسكرة -

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية
تخصص: تسويق مصرفي

الأستاذ (ة) المشرف(ة)

بوستة زكية

من إعداد الطلبة:

- عزيز سميحة
- دعاس هاجر

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	- أستاذ مساعد ب	- بوضياف سارة
بسكرة	مقرا	- أستاذ محاضر أ	- بوستة زكية
بسكرة	مناقشا	- أستاذ مساعد ب	- قرفي يمينة

الجامعي: 2024/2023



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



الموضوع:

أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على جودة الخدمة المصرفية.

دراسة حالة -مصرف السلام وكالة بسكرة -

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية
تخصص: تسويق مصرفي

الأستاذ (ة) المشرف(ة)

بوستة زكية

من إعداد الطلبة:

- عزيز سميحة
- دعاس هاجر

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	- أستاذ مساعد	- بوضيف سارة
بسكرة	مقرا	- أستاذ محاضر أ	- بوستة زكية
بسكرة	مناقشا	- أستاذ مساعد	- قرفي يمينة

الجامعي: 2024/2023

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

بسكره في: 2024/06/3

جامعة محمد عبيد - بسكره

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

إذن بالطبع

أنا الممضي أسفله الأستاذ: زكية بوسته

الرتبة: أستاذ: .. أستاذ محاضر أ

قسم الارتباط: العلوم الاقتصادية.....

أستاذ مشرف على مذكرة ماستر للطلبة:

1. عزيز مميحة

2. دعاس هاجر

الشعبة: العلوم تجارية.

التخصص: تسويق مصرفي.

بعنوان: .. أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمة المصرفية

دراسة حالة - مصرف السلام بسكره -

أرخص بطبع المذكرة المذكورة.

رئيس القسم

الأستاذ المشرف



ملحق بالقرار رقم 10821... المؤرخ في 17 أفريل 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،

السيدة(ة): عزيرت سميحة الصفة: طالب، أستاذ، باحث طالبة
الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 05280144 والصادرة بتاريخ 31 صفر 2019
المسجل(ة) بكلية / معهد العلوم الاقتصادية قسم العلوم التجارية
والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه).
عنوانها: أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على
جودة الخدمة المصرفية - دراسة حالة مصرف المصالح بسكرة -
أصرح بشرفي أني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 02/06/2020

توقيع المعني (ة)



ملحق بالقرار رقم 1082/... المؤرخ في 27 شهر 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): دعاس هاجي الصفة: طالب، أستاذ، باحث طالبة
الجامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 653815 والصادرة بتاريخ 2016/04/04
المسجل(ة) بكلية / معهد العلوم الاقتصادية قسم العلوم التجارية
والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه).
عنوانها: أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والأتمتة على جودة
الخدمة المصرفية دراسة حالة مصرف السلام - بسكرة
أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 03/06/2020

توقيع المعني (ة)

دعاس هاجي

إهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى والدي الغالية، أطال الله في عمرها وبارك في صحتها.

وإلى والدي العزيز الذي رحل عنا، رحمه الله وأسكنه فسيح جناته، كان

سندي ومرشدي في الحياة.

أهدي هذا العمل إلى أولادي الذين هم مصدر سعادتي

إلى اخوتي مصدر فخري.

و زوجي الحبيب، شريك حياتي وداعمي الأول.

كما أهدي هذا البحث إلى كل من مد لي يد العون والمساعدة، سواء من

قريب أو من بعيد.

شكرا لكم جميعا على دعمكم وتشجيعكم المستمر.

إهداء

إلى والدتي الحبيبة، أيدها الله بطول العمر.

إلى والدي، ركني ودعمي في هذه الحياة.

إلى أبنائي، مصدر فخري وسعادتي.

إلى زوجي، شريك في الحياة والنجاح.

إلى كل من ساعدني في إتمام هذا البحث، سواء كان قريباً أو بعيداً، أهدي ثمرة

جهدي.

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين الذي وفقنا في إنجاز هذا العمل، وأنار دربنا في الحياة
ورعانا بلطفه وجوده وكرمه.

نتقدم بجزيل الشكر إلى الأستاذة المشرفة بوسنة زكية على التوجيهات
القيمة والنصائح الثمينة، وحرصه الدائم على إكمال هذا البحث بنجاح.
دون أن ننسى أن نعبر عن شكرنا وامتناننا لأساتذة القسم الذين كانوا
دائماً بجانبنا، مقدمين لنا المساعدة والتوجيهات القيمة التي ساهمت في نجاح
هذا العمل.

وختاماً، نود أن نشكر كل من ساهم في إتمام هذا البحث، فلولا دعمهم
وتشجيعهم، لما كان لنا النجاح.

قائمة المحتويات

12	ملخص
14	مقدمة عامة
19	الفصل الأول: الاطار النظري لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال
21	المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال
21	المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا المعلومات
21	<u>الفرع الأول</u> : تعريف تكنولوجيا المعلومات
23	<u>الفرع الثاني</u> : خصائص تكنولوجيا المعلومات
24	المطلب الثاني: مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال
25	المطلب الثالث: مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال
27	المبحث الثاني: أهمية ووظائف تكنولوجيا المعلومات
27	المطلب الأول: أهمية تكنولوجيا المعلومات
30	المطلب الثاني: وظائف تكنولوجيا المعلومات
29	المبحث الثالث: آثار و مجالات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال
29	المطلب الأول: آثار تكنولوجيا المعلومات والاتصال
31	المطلب الثاني: مجالات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال
34	الفصل الثاني: جودة الخدمة المصرفية والتطور التكنولوجي في العمل المصرفي
36	المبحث الأول: ماهية جودة الخدمات
36	المطلب الأول: مفهوم الخدمة
36	<u>الفرع الاول</u> : تعريف الخدمة
37	<u>الفرع الثاني</u> : خصائص الخدمة
37	المطلب الثاني: مفهوم الجودة
38	المطلب الثالث: مفهوم جودة الخدمة
38	<u>الفرع الاول</u> : تعريف جودة الخدمة
38	<u>الفرع الثاني</u> : أهمية جودة الخدمة

40	المبحث الثاني: عموميات حول جودة الخدمة المصرفية
40	المطلب الأول: ماهية البنوك وأنواعها
40	الفرع الأول: تعريف البنوك
40	الفرع الثاني: أنواع البنوك
43	المطلب الثاني: مفهوم جودة الخدمات المصرفية
44	الفرع الأول: تعريف جودة الخدمة المصرفية
44	الفرع الثاني: خصائص جودة الخدمة المصرفية
44	الفرع الثالث: أهمية جودة الخدمة المصرفية
45	الفرع الرابع: أبعاد جودة الخدمة المصرفية
47	المطلب الثالث: نماذج قياس جودة الخدمة المصرفية
50	المبحث الثالث: التطور التكنولوجي في العمل المصرفي
50	المطلب الأول: مراحل التطور التكنولوجي في العمل المصرفي
51	المطلب الثاني: أنواع الخدمات المصرفية الالكترونية
54	المطلب الثالث: أثر التكنولوجيا على الخدمات المصرفية
59	الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية
58	المبحث الأول: نظرة عامة حول مصرف السلام – وكالة بسكرة
58	المطلب الأول: تعريف مصرف السلام بسكرة
58	المطلب الثاني: هيكل التنظيمي لوكالة بسكرة
62	المبحث الثاني: الاطار المنهجي للدراسة الميدانية
62	المطلب الأول: أداة الدراسة
62	المطلب الثاني: مجتمع و عينة البحث
66	المطلب الثالث: تحليل الاستبيان
81	خاتمة عامة
85	الملاحق
90	قائمة المراجع

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الجدول
65	الاتساق الداخلي للمحور الاول	1
65	معاملات ارتباط بيرسون لعبارات بعد الاعتمادية بالدرجة الكلية للمحور الثاني	2
65	معاملات ارتباط بيرسون لعبارات بعد الاستجابة بالدرجة الكلية للمحور الثاني	3
66	معاملات ارتباط بيرسون لعبارات بعد الأمان/الثقة بالدرجة الكلية للمحور الثاني	4
66	معاملات ارتباط بيرسون لعبارات بعد التعاطف بالدرجة الكلية للمحور الثاني	5
67	معاملات الثبات (طريقة ألفا كرونباخ) حسب المحاور	6
68	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	7
69	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر	8
70	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	9
71	توزيع أفراد عينة الدراسة أقدمية التعامل مع المصرف	10
73	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير القناة الالكترونية	11
74	سلم لكارت الخماسي	12
75	تقييم تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المصرف	13
76	تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في المصرف من ناحية بعد الاعتمادية	14
77	تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في المصرف من ناحية بعد الاستجابة	15
78	تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في المصرف من ناحية بعد الأمان/الثقة	16
79	تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في المصرف من ناحية بعد التعاطف	17

ملخص:

يتناول هذا البحث في تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية، حيث يتجلى هذا التأثير من خلال الانتقال من الشكل التقليدي لتقديم الخدمات المصرفية، الذي يتطلب التواصل المباشر بين العميل والمصرف، إلى الشكل الإلكتروني الذي يساهم في تقليل التكاليف والوقت اللازم لتقديم الخدمة. هذا التحول يساهم في تقديم خدمات مصرفية ذات جودة عالية والوصول إلى قاعدة أكبر من العملاء.

يؤكد البحث ضرورة استخدام تكنولوجيا المعلومات لمستقبل المصارف وتطورها. ويسعى مصرف السلام إلى تحقيق هذا الهدف عبر موقعه الإلكتروني على شبكة الإنترنت، الذي يستخدمه لتعريف العملاء بفروعه وخدماته المصرفية التقليدية والإلكترونية. حالياً، تقتصر الخدمات الإلكترونية للمصرف على خدمة الصرافات الآلية والبطاقة المصرفية، بالإضافة إلى بعض الخدمات المتاحة على موقعه الإلكتروني مثل الاطلاع على الحساب.

أظهرت الدراسة أن عملاء مصرف السلام وكالة بسكرة يشعرون برضا بشكل عام عن جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في مختلف جوانبها (الاستجابة، الاعتمادية، الأمان/الثقة، التعاطف) بدرجة متوسطة.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات، الخدمات المصرفية، جودة الخدمات المصرفية، جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية، مصرف السلام-بسكرة.

Abstract:

This research examines the impact of information technology on the quality of banking services. This impact is evident through the transition from the traditional mode of delivering banking services, which requires direct interaction between the customer and the bank, to the electronic mode that helps reduce costs and time required to provide the service. This transition contributes to providing high-quality banking services and reaching a larger customer base.

The research emphasizes the necessity of using information technology for the future and development of banks. Al Salam Bank aims to achieve this goal through its website on the Internet, which is used to inform customers about its branches and both traditional and electronic banking services. Currently, the bank's electronic services are limited to ATM services and banking cards, in addition to some services available on its website such as account inquiries.

The study revealed that customers of Al Salam Bank - Biskra - are generally satisfied with the quality of electronic banking services in various aspects (responsiveness, reliability, security/trust, empathy) to a moderate degree.

Keywords: Information technology, banking services, quality of banking services, quality of electronic banking services, Al Salam Biska.

مقدمة

تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من العوامل الرئيسية التي أحدثت تحولاً كبيراً في قطاع الخدمات المصرفية على مدى العقود الأخيرة. بفضل التقدّمات الهائلة في هذا المجال، أصبحت البنوك والمؤسسات المالية قادرة على تقديم خدمات أكثر دقة وفعالية لعملائها. تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمات المصرفية يتجلى في العديد من الجوانب، مثل تحسين تجربة العملاء، وتسريع عمليات المعاملات، وتقديم خدمات مصرفية متنوعة بشكل أكبر. بالإضافة إلى ذلك، فإن استخدام التكنولوجيا يسهم في تقليل الأخطاء البشرية وزيادة الأمان والتحكم في البيانات المالية. يمكن أن تسهم هذه الابتكارات في تحسين الكفاءة العامة للخدمات المصرفية وبالتالي تعزيز جودتها وزيادة رضا العملاء. هذه التحسينات تعزز بشكل كبير التنافسية بين البنوك وتشجع على التحول نحو خدمات أكثر تطوراً وتكاملاً، مما يعزز الاقتصاد بشكل عام ويعزز التنمية المستدامة للقطاع المصرفي.

حظيت تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالبحث والدراسة في السنوات الأخيرة نظراً لما ينتج عنها من اهتمام وارتباط بالعديد من المجالات من بينها البنوك والخدمات المصرفية، فمن خلال ما سبق جاء هذا البحث ليلسّط الضوء على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الخدمات المصرفية من خلال طرح الإشكالية التالية:

ما مدى تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف مصرف السلام بولاية بسكرة؟

ينبثق من هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية:

- هل يوجد تأثير لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الاعتمادية في مصرف السلام بولاية بسكرة؟
- هل يوجد تأثير لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الاستجابة في مصرف السلام بولاية بسكرة؟
- هل يوجد تأثير لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الأمان/الثقة في مصرف السلام بولاية بسكرة؟
- هل يوجد تأثير لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد التعاطف في مصرف السلام بولاية بسكرة؟

فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسية: يوجد تأثير قوي لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على أبعاد جودة الخدمة المصرفية الالكترونية.

الفرضيات الفرعية:

- يوجد أثر لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الاعتمادية.
- يوجد أثر لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الاستجابة.
- يوجد أثر لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الأمان/الثقة.
- يوجد أثر لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد التعاطف.

الدراسات السابقة:

- دراسة بركات أمينة 2014 بعنوان: الصيرفة الالكترونية كتحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير من كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير بجامعة الجزائر3 وتهدف هذه الدراسة إلى إبراز أهمية تطوير الخدمة المصرفية في المصارف الجزائرية و تقديم الطرق الحديثة لتحديث الخدمات المصرفية وجعلها ذات جودة عالية . أهم النتائج المتوصل اليها من خلال هذه الدراسة هي مساهمة التطور التكنولوجي في تغيير ملامح الخريطة المصرفية الدولية وتأثيرها على أنماط خدمات المصارف في تحسين علاقاتها مع زبائنها وعلى ربحيتها وعلى اداء العام بكفاءة وفعالية و أيضا نقص الوعي الكافي للجزائريين لمنافع النظام المصرفي الالكتروني إلى جانب عدم ميل زبائن المصرف إلى استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية لانعدام الثقة اتجاه هذا النظام.
- دراسة شيروف فضيلة بعنوان : أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة ماجستير، تخصص تسويق، جامعة قسنطينة، 2010 وهدفت الباحثة من خلال دراستها هذه إلى تبين أثر تطبيق مفهوم التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية، حيث توصلت الباحثة إلى ان هناك مشاكل عديدة يصعب فيها تطبيق طرق وتقنيات الصيرفة الإلكترونية في الجزائر بنفس الاسلوب الذي

يطبق في الدول المتقدمة، حيث أن تطبيقها في بعض المصارف بالجزائر مازال متأخرا ويقتصر على فئة قليلة من العملاء لحاجاتهم الضرورية لهذه الخدمة.

- دراسة بريس عبد القادر بعنوان: التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمة المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2002، وهدف الباحث من خلال دراسته إلى تحديد اليات التي تمكن إرساء منظومة مصرفية وطنية قادرة على المنافسة في ظل المتغيرات والتطورات التي تعرفها البيئة المصرفية العالمية، حيث توصل الباحث إلى أن تبني سياسة التحرير المصرفي فرضته التطورات الاقتصادية العالمية، خاصة موجة التحرير الاقتصادي والمصرفي التي شملت الاقتصاديات الاشتراكية التي تبنت التحول نحو اقتصاد السوق، ووجد الباحث أن تبني الجزائر لهذه السياسة جاء في سياق الإصلاحات الاقتصادية و المصرفية التي تم مباشرتها مع مطلع التسعينيات من القرن الماضي، بهدف التحول من نظام الاقتصاد الموجه إلى تبني أليات اقتصاد السوق.

منهج الدراسة :

تم الاعتماد على المنهج الوصفي في الجانب النظري للدراسة من أجل التعرف مختلف المفاهيم المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات و جودة الخدمات المصرفية و المنهج التحليلي في الفصل التطبيقي لجمع البيانات الخاصة بالمصرف، و تحليلها و تفسيرها للوصول إلى النتائج بالاعتماد على الاستبيان.

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة في تشخيص و تسليط الضوء على جودة الخدمات المقدمة من قبل المؤسسة المصرفية من خلال الاستخدام الأمثل لوسائل التكنولوجيا و الرفع من مستواها بما يحقق رغبات و حاجات الزبائن أو العملاء و بالتالي تحقيق التميز .

- التطور المتسارع في التكنولوجيا و ارتباطه بالخدمات المصرفية .
- تسليط الدراسة على بنك السلام الذي يعتبر من بين أهم البنوك في الجزائر.

أهداف الدراسة:

يسعى هذا الموضوع لتحقيق مجموعة من الأهداف ،تمثل في :

- تسليط الضوء على الميزات الاستراتيجية التي توفرها تكنولوجيا معلومات و الاتصال على المصارف
- إبراز دور تكنولوجيا المعلومات والتي أصبحت ضرورة في العمل المصرفي لتسهيل المعاملات المصرفية.
- إبراز أثر تكنولوجيا المعلومات على طبيعة الخدمات المصرفية في حد ذاتها.

هيكل الدراسة:

قسمنا هذه الدراسة إلى ثلاثة فصول ومقدمة وخاتمة، حيث تحتوي المقدمة على مختلف الخطوات التي يتضمنها البحث بشكل دقيق وبطريقة منهجية. فالفصل الأول يتناول الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال والذي قسم لثلاث مباحث و هم تباعاً ماهية تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ، و المبحث الثاني يتضمن أهمية و وظائف تكنولوجيا المعلومات ، أما المبحث الثالث فقد تناول آثار و مجالات تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الاتصال. ثم الفصل الثاني الذي جاء فيه جودة الخدمة المصرفية و التطور التكنولوجي في العمل المصرفي، و هو الآخر قسم إلى ثلاث مباحث تضمن المبحث الأول ماهية جودة الخدمات، و المبحث الثاني تناول عموميات حول جودة الخدمة المصرفية ، أما المبحث الثالث فقد خصص للتطور التكنولوجي في العمل المصرفي . و أخيراً الفصل الثالث فقد خصص للدراسة الميدانية لأثر استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على جودة الخدمة المصرفية بمصرف السلام في ولاية بسكرة، و قد جاء في محتواه مبحثين اثنين هما المبحث الأول نظرة عامة حول مصرف السلام بسكرة ، ثم المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية

أسباب اختيار الموضوع:

- الرغبة الشخصية في البحث حول الخدمات المصرفية لما تملكه من أهمية.
- ارتباط الموضوع بالتخصص الدراسي.
- أهمية الموضوع في وقت الحاضر في ظل التطور التكنولوجي.

الفصل الأول:

الاطار النظري لتكنولوجيا

المعلومات والاتصال

مقدمة الفصل الأول

في عصرنا الحالي، أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال لا غنى عنها في كل جانب من جوانب الحياة. تعتبر هذه التكنولوجيا المحور الرئيسي الذي يشكل أساسا للتطور والتقدم في مجالات متعددة، بدءا من الأعمال التجارية وصولاً إلى التعليم والصحة والترفيه. فهي تسهل التواصل السريع والفعال بين الأفراد والمؤسسات عبر العالم، وتمكن من الوصول السريع إلى المعلومات ومشاركتها بشكل لم يسبق له مثيل. بالإضافة إلى ذلك، فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تلعب دورا حاسما في دعم الابتكار وتحفيز التطور الاقتصادي والاجتماعي، حيث تمثل منصة لظهور أفكار جديدة وتطبيقها بطرق مبتكرة تغير من واقع الحياة. ومع استمرار التطور التكنولوجي، من المتوقع أن تزداد أهمية وتأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المستقبل، مما يعزز الحاجة إلى فهم عميق لهذا المجال واستخدامه بشكل مستدام وفعال.

ستتطرق في هذا الفصل الى ثلاث مباحث:

- المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- المبحث الثاني: أهمية ووظائف تكنولوجيا المعلومات.
- المبحث الثالث: آثار و مجالات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي مجال شامل يعتمد على الاستخدام الفعال للتقنيات والأدوات لجمع وتخزين ومعالجة ونقل واستخدام المعلومات بطريقة سلسلة وفعالة. تعتبر هذه التقنيات والأدوات أساسية في مختلف القطاعات الاقتصادية والاجتماعية، حيث تسهم في تحسين الإنتاجية وتوفير الوقت والجهد وتحقيق التواصل والتفاعل الفعال بين الأفراد والمؤسسات.

بفضل تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أصبحت العالم قرية صغيرة، حيث يمكن للأفراد التفاعل مع بعضهم البعض ومع المعلومات بسهولة وفعالية، سواء كانوا في نفس البلد أو على الصعيد العالمي. ومن خلال التقدم المستمر في هذا المجال، نشهد تطوراً مستمراً في طرق جمع وتخزين وتبادل المعلومات، مما يفتح المجال لإمكانيات جديدة في مختلف المجالات من الطب إلى الترفيه إلى الأعمال وما بينها.

المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا المعلومات

الفرع الأول: تعريف تكنولوجيا المعلومات

لقد برز مصطلح تكنولوجيا المعلومات Technology Information في بداية الخمسينيات إشارة إلى استخدام الحاسبات الإلكترونية في ميدان الأعمال الحكومية والخاصة على حد سواء. وتتضمن تكنولوجيا المعلومات كافة التقنيات والحاسبات والبرمجيات والاتصالات المستخدمة من قبل المنظمة وعناصرها البشرية في جمع المعلومات اللازمة لإنجاز أنشطتها المختلفة وتنفيذها، بهدف رفع كفاءتها وفعاليتها وإبداعها وصولاً لتحقيق الأهداف الاستراتيجية للمنظمة والنمو والتطور.

ويعد تكنولوجيا المعلومات سلاحاً استراتيجياً يمكن أن يساعد في بناء قدرات المنظمة من خلال توفير أفضل البيانات والمعلومات وبما يعزز عالقة المنظمة بالزبائن والمنظمات الأخرى. وقد وصفت بأنها المقدرة التكنولوجية للحصول على البيانات ومعالجتها وتبادلها بهدف اتخاذ القرارات الفعالة في المنظمة. (Sanders, 2007, p. 25)

عرفت بأنها كل التقنيات المستخدمة في جمع وتخزين ومعالجة وتناقل نتائج عمليات التحليل والتصنيف والاستخلاص للمعلومات وتوجيه الإفادة منها من قبل المستخدمين بأيسر الطرائق مع ضمان الإنجاز بالدقة والسرعة والوقت المناسب. (الهواسي و البرزنجي، 2017، صفحة 19)

كما عرفت أيضا بأنها مجموعة التقنيات المتمثلة بالكيان المادي والمكونات البرمجية والموارد البشرية، بالإضافة الى الإجراءات المستخدمة في إطار تنظيم عمل هذه الأجزاء مع بعضها من أجل إدارة البيانات والمعلومات بكفاءة. (شريف و عودة، 2019، صفحة 174)

مجموع التقنيات والأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة أو المرئية أو المطبوعة أو الرقمية من خلال الحاسبات (الالكترونية)، ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات، ثم استرجاعها في الوقت المناسب، ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة أو مسموعة ومرئية أو مطبوعة أو رقمية، ونقلها من مكان إلى آخر، ومبادلتها و، قد تكون تلك التقنية يدوية أو آلية أو الالكترونية أو كهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور. (محي، 1999، صفحة 26)

حسب منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OCDE، تشمل مجموعة التكنولوجيا التي تسمح بجمع، تخزين، معالجة، نقل المعلومات في شكل أصوات، بيانات وصور، فهي تشمل الإلكترونية الدقيق، علم البعديات الالكترونية، والتكنولوجيات الملحققة. (كاوجة، 2013، صفحة 24)

وبناء على ما تقدم يمكن القول بأن تكنولوجيا المعلومات هي عبارة عن كافة التقنيات التي تستخدمها المنظمات المعاصرة لجمع المعلومات التي تستخدمها في تنفيذ أنشطتها المختلفة بأقصى درجة من الكفاءة والفاعلية بالشكل الذي يؤدي بها الى تميزها ونجاحها.

الفرع الثاني: خصائص تكنولوجيا المعلومات

لها العديد من الخصائص في المؤسسة الاقتصادية، ما يجعلها ذات أهمية كبيرة وتمثل فيما يلي:
(بومايلة و فارس ، 2004، الصفحات 204-206)

التفاعلية: أي ان المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مرسل ومستقبل في نفس الوقت.

الإلزامية: أي أن استقبال الرسالة بأي وقت يناسب المستخدم، فالمشاركين في عملية الاتصال غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت.

اللامركزية: هذه التكنولوجيا تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصال، فالإنترنت تتمتع الاستمرارية عملها في كل الأحوال فلا يمكن لأي جهة تعطيل الانترنت على مستوى العالم بأسره

قابلية التواصل: أي إمكانية الربط بين مختلف بين أجهزة الاتصال المختلفة.

قابلية التحرك والحركة: أي يمكن للمستخدم الاستفادة من خدماتها أثناء تنقلاته، من أي مكان عن طريق وسائل كثيرة مثل الهاتف النقال

تخفيض الوقت: وذلك باختصارها للوقت والمكان

الشيوع والانتشار: بمعنى قابلية الشبكة للتوسع لتشمل أكثر مساحات غير محدودة من العالم

قابلية التحول: بمعنى إمكانية نقل المعلومات من وسيط الى وسيط آخر، كتحويل الرسالة المسموعة الى رسالة مقروءة أو مطبوعة

المرونة: تعدد استعمالات تكنولوجيا المعلومات بتعدد الاحتياجات لها.

اقتسام المهام الفكرية مع الالة: نتيجة حدوث التفاعل والحوار بين الباحث والنظام

النمو والتطور: كلما تغير نظام تكنولوجيا المعلومات كلما تغير النظام الاقتصادي

المطلب الثاني: مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال

لم يكن تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال وليد الصدفة، بل إنه كان نتيجة لتراكمات معرفية امتدت لعصور تاريخية طويلة ويرى الكثير من الباحثين أن البدايات الأولى تعود إلى اختراع الكتابة السومارية التي وجدت أرقامها الطينية في بابل، والتي مرت به ذلك بتطورات ومستجدات واختراعات حتى وصلت إلى ما عليه اليوم. وفيما يلي أهم المراحل التي مرت بها تكنولوجيا المعلومات والمتمثلة في خمسة (05) مراحل أساسية: (الصيرفي، 2009، صفحة 97)

المرحلة الأولى: وتتمثل 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.

المرحلة الثانية: والتي تشمل ظهور الطباعة بأنواعها المختلفة وتطورها والتي ساعدت على نشر المعلومات واتصالها عن طريق كثرة المطبوعات وزيادة نشرها عبر مواقع جغرافية أكثر اتساعا.

المرحلة الثالثة: وتتمثل بظهور مختلف أنواع وأشكال مصادر المعلومات كالمسموعة، المرئية كالهاتف، المذياع، التلفاز، الأقراص، الأشرطة الصوتية واللاسلكي إلى جانب المصادر المطبوعة الورقية، هذه المصادر وسعت في نقل المعلومات وزيادة حركات الاتصالات.

المرحلة الرابعة: وتتمثل باختراع الحاسوب وتطوره ومراحله وأجياله المختلفة مع كافة مميزات وفوائده وآثاره الإيجابية على حركة تنقل المعلومات عبر وسائل اتصال ارتبطت بالحواسيب.

المرحلة الخامسة: وتتمثل في التزاوج والترابط الهائل ما بين تكنولوجيا الحواسيب المتطورة وتكنولوجيا الاتصالات المختلفة الأنواع والاتجاهات التي حققت إمكانية تناقل كميات هائلة من المعلومات بسرعة فائقة وبغض النظر عن الزمان والمكان وصولا إلى شبكات المعلومات وفي قمتها شبكة الانترنت.

المطلب الثالث: مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تتكون تكنولوجيا المعلومات والاتصال من مجموعة من العناصر المترابطة التي تتفاعل مع بعضها البعض وهي كالتالي:

أولاً: المكونات المادية

تمثل المكونات المادية أو أجهزة الحاسوب عموماً من ثلاث وحدات أساسية هي: (الحميدي، 2005، صفحة 262)

1. **الوحدة المركزية:** وتتكون هذه الوحدة من الوحدة الأم والمعالج الذي يعتبر عقل الحاسوب، حيث يقوم بتنفيذ كل العمليات الحسابية والمنطقية إضافة إلى وحدة الذاكرة الرئيسية التي تكمن وظيفتها في تخزين تعليمات البرامج والمعطيات قيد المعالجة، التي تقوم بمعالجة البيانات بغرض تحويلها إلى شكل أكثر فائدة، إضافة إلى وظيفة السيطرة والتنسيق التي تقوم بها على بقية أجزاء الحاسوب.
2. **وحدة التخزين الرئيسية** التي تقوم بالتخزين المؤقت للبيانات ولتعليمات البرنامج أثناء المعالجة.
3. **وحدات التخزين الثانوي** التي تقوم بتخزين البيانات والتعليمات، عندما لا تكون مستخدمة في المعالجة، مثال ذلك الأقراص والأشرطة الممغنطة... وسائل إدخال البيانات التي ترسل وتحول البيانات والتعليمات للمعالجة في الحاسوب، مثل لوحة المفاتيح الفارة، التي تحول البيانات والتعليمات إلى أشكال إلكترونية، بغرض تهيئتها للإدخال في الحاسوب
4. **وسائل إخراج البيانات والمعلومات** التي تعرف البيانات والمعلومات بشكل يفهمه المستخدمون لنظام الحاسوب مثل الطابعات والتي تقوم بتحرير البيانات الإلكترونية المنتجة بواسطة نظام الحاسوب وعرضها بشكل يستطيع المستخدمون فهمها.

ثانياً: البرمجيات (بسيوي، 2008، صفحة 108)

- ✓ **أنظمة التشغيل:** مثل ويندوز، وماك أو إس، ولينكس، التي تدير وتدير الموارد الأجهزة وتسمح بتشغيل البرامج والتطبيقات.

✓ **التطبيقات البرمجية:** تشمل البرمجيات المكتوبة مثل معالجات النصوص وجداول البيانات، والبرمجيات الخاصة بالإنترنت مثل المتصفحات وتطبيقات البريد الإلكتروني، والبرمجيات التي تستخدم في التصميم وتطوير الويب والتطبيقات الحاسوبية.

✓ **أنظمة إدارة قواعد البيانات:** تسمح بتخزين وإدارة البيانات بشكل منظم وفعال.

ثالثا: قواعد البيانات والشبكات (بسيوني، 2008، صفحة 112)

✓ **نموذج البيانات:** يحدد كيفية تنظيم وتخزين البيانات في قاعدة البيانات، مثل نموذج البيانات العلائقية ونموذج البيانات غير العلائقية.

✓ **التخزين والتعامل مع البيانات:** تتضمن عمليات تخزين البيانات واسترجاعها وتحديثها وحذفها، بالإضافة إلى إجراءات الأمان المرتبطة بالبيانات.

✓ **البنية التحتية للشبكات:** تشمل الأجهزة الشبكية مثل الموجهات والمفاتيح وأسلاك الشبكة والأجهزة اللاسلكية التي تسمح بتوصيل الأجهزة وتمكين التواصل بينها.

✓ **بروتوكولات الشبكة:** مثل TCP/IP و HTTP و FTP التي تحدد كيفية تبادل البيانات عبر الشبكة.

✓ **أمن الشبكات:** يشمل الحماية من الهجمات والاختراقات مثل جدران الحماية والتشفير والتصدي للبرمجيات الضارة.

المبحث الثاني: أهمية ووظائف تكنولوجيا المعلومات

تكنولوجيا المعلومات تلعب دورا حيويا في العديد من جوانب الحياة اليومية والأعمال. تتضمن أهمية ووظائف تكنولوجيا المعلومات مجموعة واسعة من الفوائد والخدمات التي تساهم في تحسين الكفاءة والفعالية في مختلف المجالات.

المطلب الأول: أهمية تكنولوجيا المعلومات

تؤدي تكنولوجيا المعلومات دور كبير في تحديث وتطوير إدارة الأعمال وتؤدي الى خلق أنواع جديدة من الوظائف ومجالات عمل ونشاطات متنوعة في بيئات الأعمال، يمكن ملاحظة ذلك من خلال أهما: (عبد الله، 2015، صفحة 127)

- تساعد في تحقيق رقابة فعالة في العمليات التشغيلية .
- تساهم تكنولوجيا المعلومات في تحسين العمليات اليومية للشركات، مما يزيد من كفاءتها وإنتاجيتها.
- تساعد على توفير قوة عمل فعلية داخل المؤسسة .
- بفضل التكنولوجيا، يمكن للشركات تقليل التكاليف الإدارية وتوفير الوقت من خلال الأتمتة والتشغيل الآلي للمهام، مما يساهم في تحقيق الكفاءة وزيادة التنافسية
- تتيح تكنولوجيا المعلومات استخدام الأنظمة والبرمجيات لتبسيط العمليات اليومية مثل إدارة المخزون، ومتابعة المبيعات، وإدارة الموارد البشرية، مما يسهل العمل ويزيد من كفاءة العمل
- تسمح التكنولوجيا بإمكانية تطوير منتجات وخدمات جديدة بشكل أسرع وتكلفة أقل.
- يمكن استخدام التكنولوجيا لتحسين عمليات البحث والتطوير وتحليل ردود الفعل من العملاء لتحسين المنتجات وتلبية احتياجات السوق بفعالية.
- تساعد على زيادة قنوات الاتصال الإداري بين مختلف الإدارات .
- تساعد على توفير الوقت خاصة للإدارة العليا والتفرغ لواجبات أكثر أهمية.
- تساعد على تقليص حجم التنظيمات الإدارية.

- توفر التكنولوجيا المعلومات وسائل فعالة للتسويق والترويج للمنتجات والخدمات، وأيضاً للتفاعل مع العملاء وفهم احتياجاتهم ومتطلباتهم بشكل أفضل.

المطلب الثاني: وظائف تكنولوجيا المعلومات

تكنولوجيا المعلومات تلعب دوراً حيوياً في دعم عمل المؤسسات وتسهيل عملياتها. من بين الوظائف التي تقوم بها تكنولوجيا المعلومات داخل المؤسسات: (علك، 2013، صفحة 29)

- توفير المعلومات إلى مختلف المستويات الإدارية عند الحاجة لغرض ممارسة وظائفها في التخطيط والتنظيم والسيطرة .
- تحديد وتوضيح قنوات الاتصال أفقياً وعمودياً لتسهيل عملية التخطيط والتنظيم والاسترجاع.
- تقييم نشاطات المنظمة وتقييم النتائج بغية تصحيح الانحرافات.
- المساعدة على التنبؤ بمستقبل المنظمة والاحتمالات المتوقعة بغية اتخاذ الاحتياطات اللازمة في حالة وجود خلل في تحقيق الأهداف .
- إمكانية الاستفادة من هذه النظم بإصدار تقارير سواء كانت تجمعية أو تفصيلية آتياً أو شهرياً أو تفصيلياً أو سنوياً عن نشاطات المنظمة.
- توفر نظم المعلومات الإدارية قدرة متزايدة للوصول إلى معلومات محددة واسترجاعها في الوقت المناسب بهدف صنع القرار بالوقت والسرعة المناسبة.
- تمكين المدراء من جمع المعلومات التي تحتاجها كل الإدارات في المنظمة لغرض إنجاز أعمال المنظمة المختلفة .
- تجميع البيانات التي تحتاجها عمليات التخطيط والتنسيق والتوجيه والرقابة وصياغتها لاتخاذ القرار .
- زيادة الكفاءة والفاعلية من خلال إشباع حاجياتها أو متطلباتها من معلومات.

المبحث الثالث: آثار و مجالات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تحول العالم إلى قرية صغيرة يربطه شبكة عالمية غير مسبوقه من الاتصالات وتدفق المعلومات. يمتلك الفرد الآن القدرة على التواصل مع الأشخاص في أقاصي العالم بسهولة، والوصول إلى كم هائل من المعلومات بلمح البصر.

المطلب الأول: آثار تكنولوجيا المعلومات والاتصال

إن تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال قد أحدثت تطورات هائلة على مستوى المؤسسات، كما استطاعت هذه التطبيقات أن تغزو جميع المؤسسات العامة والخاصة على مختلف أنواعها، فلا نكاد نجد أيا منها يخلو بشكل أو بآخر من هذه التطبيقات، وسنسلط الضوء على آثار استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال أثرها على الجوانب المختلفة التنظيمية والاقتصادية والاجتماعية. (عفيفي ، 2004، صفحة 86)

الآثار التنظيمية: إن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات المعاصرة خلق تحديات كبيرة تمثلت في مجالات عدة خاصة من الناحية التنظيمية، حيث تحدد العلاقات ما بينهما من خلال المرتكزات التالية: المركزية، أو اللامركزية أو الجمع بينهما، التقليص في حجم الوظائف والمستويات الإدارية والتحول في شكل الهيكل التنظيمي من الهرمي إلى الشبكي.

الآثار الاقتصادية: تحت تأثير عصر المعلومات وثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، تغيرت عدة مفاهيم، فقد أصبح رأس المال الفكري أهم نسبيًا من رأس المال المادي، وأصبحت المعلومات قوة وثروة تضيف على العمل قيمة مضافة، لأن الاقتصاد المعاش هو اقتصاد المعلومات، كما تميزت هذه الثروة بتقلها السريع عكس منتجات الزراعة والصناعة. ولعل الآثار الاقتصادية الناتجة عن استخدام التكنولوجيا المعلومات تتمثل في استخدام الحاسب الإلكتروني كأحد العناصر الأساسية المكونة لهذه التكنولوجيا، حيث كان لتطور استخدام الحاسبات الآلية الأثر الكبير في اقتصاديات استخدام هذه التكنولوجيا، وما ذلك لما تتميز به هذه الآلات من انخفاض في مستويات أسعارها، والسهولة في التشغيل والصيانة، وضمان تدفق المعلومات بشكل أفضل، بالإضافة إلى قابليتها للتوسع وتطابق أنظمة الحاسبات المختلفة، وأهميتها في تعمير

مفهوم المركزية واللامركزية في الهيكل التنظيمي في المؤسسة بالإضافة إلى قدرتها على تخزين الكم المعلوماتي الهائل، وإسهاماتها في سرعة ودقة إنجاز المهام والواجبات المطلوبة.

ثالثا - الآثار الاجتماعية

إن تكنولوجيا المعلومات والاتصال لا تمنحنا فقط أساليب مختلفة للعمل والتفكير والترفيه، بل إنها تقدم لنا أيضا بعض الخيارات الأخلاقية المختلفة، والتحويلات الثقافية التي تنعكس وتساعد في توجيه السلوك والتصرفات، مما يخلق أثارا على البنيان المجتمعي، والبناء القيمي يترتب على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وهذا يخلق آثارا ايجابية وسلبية على المجتمع منها:

- ✚ الآثار المستقبلية على العملية التربوية والتعليمية وتطوير البحث العلمي والتقني وما يترتب على ذلك من خلق فلسفة جديدة في الانفتاح والتعاون الدولي في مجال المعلومات.
- ✚ كيفية تسخير هذه التكنولوجيا في حل المشكلات وتخفيف المعاناة التي يتعرض لها الأفراد .
- ✚ تشجيع السلوكيات الجديدة من المطالبة بالمساواة والعدالة الاجتماعية وحرية التعبير وبناء العلاقات الشخصية وحماية حقوق الملكية والفكرية....
- ✚ القياسات الحيوية والعمل على مكافحة الجريمة.

أما في الجانب المظلم لتكنولوجيا المعلومات والاتصال نجد بأن لها تأثيرات سلبية عديدة على الفرد والمجتمع، نذكر منها: الآثار الصحية مثل المخاطر الصحية للشاشات العرض، الإصابة بالتعب المتكرر، مخاطر الإشعاع، والآلات الكهرومغناطيسية إدمان الانترنت والهاتف المحمول، تعب العين والصداع، وكذا جملة من المخاطر البيئية نذكر منها: استهلاك الطاقة، وما تخلفه على الجانب البيئي، مشكلات وحدات التصنيع والمواد المضرّة بالبيئة... إلخ. كما تم استغلال هذه التكنولوجيا في غير أهدافها، مما ساعد على نشر الجريمة في المجتمع، والمساعدة على الانتحار وتهديد الأمن العام والتطرف الديني والعقائدي والدعوة للتعصب والعنصرية والترويج لسرقة المعلوماتية وانتحال الشخصيات.

المطلب الثاني: مجالات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تتعدد حاجات المؤسسات إلى إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال كما تتعدد استعمالات هذه الأخيرة في المؤسسات، فيمكن أن نجد هذا الاستعمال ضمن المجال الداخلي أو ضمن المجال الخارجي للمؤسسة كما يلي: (الخالدي، 2007، صفحة 125)

✓ تطبيق واستعمال داخلي:

من أهم استعمالات تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المستوى الداخلي للمؤسسة ما يلي:

➤ تستعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصال كمصدر مركزي لكل معلومات المؤسسة في بطاقة تعرض فيها كل من التعريف بالمؤسسة، نشاطها هيكلها التنظيمي، أهدافها، معلومات عن الهيكل أو المنتج... إلخ.

➤ وضع دليل العاملين الذي يساعد في حصر كل من المعلومات الشخصية، الوظيفية، الترقيات... إلخ

➤ الاستعمال الإلكتروني لبطاقات الدوام لتسهيل معالجة البيانات، والاستفادة منها، وكذلك سرعة الوصول إليها.

➤ الانتقال السهل والسريع في المؤسسة وربط كل أجزاء المؤسسة مع بعضها البعض حتى وإن كانت في مواقع مختلفة.

➤ النقل السريع والاقتصادي للمستندات لتوفير التكاليف البردية والوقت المستغرق في ذلك.

✓ تطبيق واستعمال خارجي:

من أهم الاستعمالات الخارجية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال للمؤسسة ما يلي:

➤ نشر الإعلانات والإشهار الخاص بمنتجات المؤسسة على شبكة الانترنت حتى تجلب أكبر عدد من الزبائن.

- الحصول على معرفة خارجية من خبراء أو مستشارين في مجال عملها حل بعض المشاكل دون دفع تكاليف الاستشارة في بعض الأحيان.
- الاطلاع الدائم على سوق العمالة من أجل اختيار متطلباتها من الموظفين عند الحاجة.
- السماح للزبائن الشراء والتسوق عبر الانترنت وتحقيق التجارة الالكترونية.
- متابعة مدى تطور المؤسسة بمقارنة مع المؤسسات أخرى في نفس القطاع نشاطها أو القطاعات ذات العلاقة، وذلك عن طريق الاتصال الدائم بالعالم من أجل الحصول على معلومات كزيارة مواقع هذه المؤسسات.

خلاصة الفصل

في ختام هذا الفصل، ندرك أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال قد أصبحت أساسية في حياتنا اليومية وفي جميع جوانب الحياة الاقتصادية والاجتماعية. من خلال التطورات السريعة في هذا المجال، شهدنا تحولات هائلة في كيفية تبادل المعلومات والتواصل، مما أحدث تأثيرات عميقة على العمل والتعليم والعلاقات الإنسانية.

لكن يبقى تحدي توجيه هذه التكنولوجيا بطريقة تعزز الفوائد وتقلل المخاطر، وتعزز التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية تحديا كبيرا. ومن المهم أن نواصل التفكير بشكل نقدي في كيفية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل يخدم مصلحة الإنسانية والمجتمع بشكل عام.

الفصل الثاني:

جودة الخدمة المصرفية و التطور التكنولوجي في العمل
المصرفي

مقدمة الفصل الثاني:

تمتاز الخدمات المصرفية بأهمية كبيرة في حياة الأفراد والشركات على حد سواء، حيث تعتبر جودة الخدمة المقدمة من قبل المؤسسات المالية محورا أساسيا لتحقيق رضا العملاء وبناء علاقات قوية ومستدامة معهم. ومع التطور التكنولوجي السريع في عصرنا، أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال تلعب دوراً حاسماً في تحسين جودة الخدمات المصرفية.

تم تقسيم الفصل الى ثلاث مباحث:

المبحث الأول: ماهية جودة الخدمات

المبحث الثاني: عموميات حول جودة الخدمة المصرفية

المبحث الثالث: التطور التكنولوجي في العمل المصرفي.

المبحث الأول: ماهية جودة الخدمات

جودة الخدمات هي مفهوم أساسي في مجال إدارة الأعمال وتسويق الخدمات، حيث تمثل مقياساً لمدى امتثال مقدم الخدمة لتوقعات العملاء ورضائهم. تتأثر جودة الخدمات بعدة عوامل تتعلق بكيفية تقديم الخدمة وتجربة العميل، مما يؤثر على رضا العميل وولائه. تعتبر جودة الخدمات عملية دائمة لتحسين الأداء وتلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل وأكثر فعالية.

المطلب الأول: مفهوم الخدمة

تعتبر الخدمات جزءاً أساسياً من الاقتصاد وتشكل جزءاً كبيراً من الأنشطة الاقتصادية في معظم البلدان، وتلعب دوراً حاسماً في تلبية احتياجات المجتمع وتحسين جودة الحياة.

الفرع الأول: تعريف الخدمة

عرفت على أنها: النشاط الغير ملموس الذي يهدف أساساً إلى إشباع رغبات ومتطلبات العملاء. (منصور، 2008، صفحة 179)

عرفت بأنها: كل نشاط أو أداء يخضع للتبادل، بحيث أن التبادل غير ملموس، ولا ينتج عنه انتقال للملكية ويمكن أن تكون الخدمة مرتبطة بمنتج مادي، كما يمكن ألا تكون كذلك. (kotler & bernard, 2000, p. 45)

كما يتضح مفهومها بأنها: هي السلع الاستهلاكية أو الإنتاجية غير الملموسة التي غالباً تستهلك في نفس الوقت التي تنتج فيه، النشاطات الاقتصادية الخاصة بالخدمات هي في الغالب ذات كثافة عمالية أكبر بالمقارنة مع النشاطات الأخرى. (الطائي، 2006، صفحة 191)

عرفت أيضاً بأنها: منتج غير ملموس يقدم المنافع للمستفيد نتيجة لاستخدام جهد بشري أو آلي ولا ينتج عن تلك المنافع حيازة شيء مادي، ملموس. (الظهور، 2002، صفحة 27)

ويمكن تلخيص تعريف الخدمة بأنها: أداء نشاط قد يشترك به المستفيد ويحقق له منفعة ما من غير أن يؤدي إلى تملكه لشيء ملموس.

الفرع الثاني: خصائص الخدمة

خصائص الخدمة هي سمات أو جوانب تميز الخدمة وتحدد طبيعتها وجودتها. تعتبر هذه الخصائص أساسية لتقديم تجربة خدمة مرضية للعملاء من بينها: (الظهور، 2002، صفحة 58)

- **غير ملموسة:** تتميز الخدمات بأنها غير ملموسة، وهذا يعني أنها لا يمكن رؤيتها أو لمسها قبل شرائها أو استخدامها. على سبيل المثال، الخدمات المصرفية مثل الاستشارات المالية أو خدمات الإنترنت المصرفية لا يمكن تحديدها بشكل مادي.
- **عدم التخزين:** تعني هذه الخاصية أن الإنتاج والاستهلاك للخدمة يحدثان في نفس الوقت والمكان. على سبيل المثال، خلال تقديم خدمة مالية عبر الإنترنت، يتم إنتاج الخدمة واستهلاكها في نفس اللحظة.
- **عدم التجانس "تباين الخدمة":** فمن الصعب على مقدم الخدمة أن يقدم خدمات متجانسة من حيث الوقت والمكان، كما أن التيقن من ثبات الأداء عند المقابلة بين العميل ومقدم الخدمة هو نسبي، ومنه عدم القدرة في الكثير من الحالات على تنميط الخدمات وخاصة تل التي يعتمد تقديمها على الانسان بشكل كبير.
- **عدم الانفصالية:** وتعني تلازم عمليتي الإنتاج و الاستهلاك للخدمة ،وتشير الخاصية المتلازمة إلى وجود عالقة مباشرة بين مزود الخدمة والمستفيد فغالبا ما يتطلب الامر حضور المستفيد من الخدمة عند تقديمها، كما يترتب أيضا على هذه الخاصية ضرورة مساهمة أو مشاركة المستفيد في إنتاجها، وهذه السمة تعتبر أساسية حيث لا يمكن أداء الكثير من الخدمات دون توافرها.

المطلب الثاني: مفهوم الجودة

تعرف الجودة أنها انتاج المنظمة لسلعة أو تقديم خدمة بمستوى عال من الجودة المتميزة، تكون قادرة من خلالها على الوفاء باحتياجات ورغبات عملائها، بالشكل الذي يتفق مع توقعاتهم وتحقيق رضاهم ، ويتم

ذلك من خلال مقاييس موضوعة سلفا إنتاج السلعة أو تقديم الخدمة و إيجاد صفة التميز فيهما، وهكذا فإن الجودة هي معيار للتميز والكمال يجب تحقيقه وقيامه، وتقديم افضل ما يمكن لدى المنظمة لعملائها، من أجل إرضائهم وكسب ثقتهم مع الاهتمام بكل شيء، وبالتفاصيل على حد سواء من أجل الوصول إلى الكمال، فلا مجال للصدفة أو التخمين. (الدرداكة، 2006، صفحة 182)

كما يعرفها المكتب القومي للتنمية الاقتصادية ببريطانيا: الجودة مجموعة العوامل أو الخصائص التي يجب أن تتوافر في منتج أو خدمة بهدف الوفاء بمتطلبات السوق. (توفيق ، 2004، صفحة 39)

عرفت أيضا بأنها حالة ديناميكية مرتبطة بالمنتجات المادية والخدمات، وبالأفراد والعمليات والبيئة المحيطة، حيث تتطابق هذه الحالة مع التوقعات. (Avid, 1994, p. 04)

وكتعريف شامل للجودة هي: تقديم أفضل ما يمكن لدى المنظمة لكسب ثقة العملاء ورضاهم.

المطلب الثالث: مفهوم جودة الخدمة

جودة الخدمة تمثل مقياسا للمدى الذي يلبي فيه مقدم الخدمة توقعات واحتياجات العملاء أو المستخدمين.

الفرع الاول: تعريف جودة الخدمة

جودة الخدمة تعني قدرة المنظمة على تلبية احتياجات وتوقعات العملاء بشكل مرضٍ. تشمل هذه الجودة عدة عناصر مثل الاستجابة السريعة لاحتياجات العملاء، والتفاني في تقديم خدمات متميزة، وتوفير حلول فعالة للمشاكل التي تطرأ. من المهم أيضا توفير بيئة تواصل مريحة ومواتية للعملاء، بالإضافة إلى استخدام التكنولوجيا والأدوات بطريقة تساهم في تحسين تجربة العملاء. (الصراف، 2007، صفحة 73)

الفرع الثاني: أهمية جودة الخدمة

جودة الخدمة لها أهمية كبيرة في مجموعة متنوعة من الصناعات والقطاعات، بما في ذلك الخدمات المصرفية، وذلك لعدة أسباب: (الصراف، 2007، صفحة 104)

1. جودة الخدمة تؤثر بشكل كبير على رضا العملاء. عندما تكون الخدمة عالية الجودة، يشعر العملاء بالرضا والراحة، وهذا يؤدي إلى تحقيق الولاء والثقة من قبل العملاء وزيادة فرص البقاء لفترات طويلة.
2. تساهم في تحقيق التميز التنافسي. عندما تتمتع الشركة بسمعة طيبة لتقديم الخدمات عالية الجودة، فإنها تبرز بين المنافسين وتجذب عملاء جدد وتحافظ على العملاء الحاليين.
3. تساهم في بناء الثقة والمصداقية بين الشركة والعملاء. عندما يعرف العملاء أنهم يمكنهم الاعتماد على الشركة لتقديم خدمات عالية الجودة، فإنهم يشعرون بالثقة والاطمئنان ويتعاملون مع الشركة بشكل أكثر استقراراً.
4. تساهم في تقليل التكاليف الإضافية المرتبطة بالخدمة، مثل التكاليف المرتبطة بإعادة الخدمة أو حل المشاكل. عندما تكون الخدمة عالية الجودة، يتم تقليل الحاجة إلى إصلاحات أو تعديلات، وبالتالي يتم توفير التكاليف.
5. تساهم في تحسين سمعة العلامة التجارية. عندما يتمتع العملاء بتجربة إيجابية مع الشركة، فإنهم ينشرون الكلمة عن ذلك ويساهمون في بناء سمعة إيجابية للشركة.

المبحث الثاني: عموميات حول جودة الخدمة المصرفية

تعتبر الخدمة المصرفية خدمة تقدمها مؤسسة مالية، تسمى المصارف أو البنوك. لا شك أن جميع فروع النشاط الاقتصادي تعتمد بشكل أساسي على الخدمات المصرفية في الوقت الحالي. في الواقع، إن تنوع وتطور الخدمات المصرفية التي يتبناها الجهاز المصرفي يجعل من الممكن تطوير الاقتصاديات الحديثة. تعتبر الجودة في الخدمات المصرفية بمثابة متغير استراتيجي وتحدي رئيسي يواجه المصارف، ولن يتم تحقيقها إلا من خلال المصادر والاستراتيجيات التي تعتمد عليها المصارف لتحقيق الجودة والوصول إلى أعلى مستويات التميز.

المطلب الأول: ماهية البنوك وأنواعها

البنوك هي مؤسسات مالية تقدم خدمات مالية ومصرفية للأفراد والشركات. تعد البنوك جزءاً أساسياً من النظام المالي في أي اقتصاد، حيث تقوم بجمع الودائع وتقديم القروض وإدارة الاستثمارات وتوفير الخدمات المالية المتعددة. تختلف أنواع البنوك بناءً على أنشطتها والخدمات التي تقدمها.

الفرع الأول: تعريف البنوك

- كلمة بنك أصلها كلمة ايطالية BANCO وتعني مصطبة وكان يقصد بها في البدء المصطبة التي يجلس عليها الصرافون لتحويل العملة ثم تطور المعنى فيما بعد ليقصد بالكلمة منضدة التي يتم فوقها تبادل العملات، ثم أصبحت في النهاية تعني المكان الذي توجد فيه تلك المنضدة وتجري فيه المتاجرة بالنقود. (باوني، 2001، صفحة 130)
- البنك منشأة مالية تقوم بجمع الودائع وقبولها ثم إقراضها قصد توظيف المال وإمداد المشاريع الاقتصادية بمصادر التمويل. (باوني، 2001، صفحة 131)
- ويعرف أيضاً على أنه مكان لالتقاء عرض النقود بالطلب عليها، أي أن البنوك تعمل كأوعية تتجمع فيها المدخرات ومن ثم تتولى عملية ضخ هذه الأموال إلى الأفراد على شكل استثمارات أي أنها حلقة وصل بين المدخرين والمستثمرين. (الحسيني، 2000، صفحة 13)
- البنك هو مؤسسة تمارس تجارة النقود، وتقوم بجمع الودائع ومنح القروض وتلعب دور الوسيط في العمليات المالية. (الجزار، 2007، صفحة 63)

- البنك هو المؤسسة أو الهيئة التي تمتهن، استقبال رؤوس الأموال من الأفراد على شكل ودائع لاستغلالها لحسابها الخاص في عمليات الخصم والقرض والعمليات المالية. (الجزائر، 2007، صفحة 70)
- اما التعريف الذي نأخذ به فهو التعريف الذي أورده المشرع الجزائري في قانون 10/90 الصادر في 14 أبريل والمتعلق بالقرض والنقد في مادته 114: البنك هو شخصية اعتبارية التي تمتهن بصفة دائمة كل وظائف البنوك من استقبال الودائع، منح القروض وتوفير وسائل الدفع وتسييرها.

الفرع الثاني : أنواع البنوك

إن تطور البنوك قد أدى بها للانقسام إلى أنواع مختلفة تتخصص كل منها في أداء أعمال معينة يرجع ذلك إلى ما لا تخصص من مزايا تظهر في صورة أرباح أكبر، نتيجة اكتساب الخبرات المتخصصة، ونتيجة التناسق الذي أمكن إيجاده بين الأنواع المختلفة منها من بين أنواع البنوك نذكر:

اولا: البنوك التجارية أو بنوك الودائع:

البنوك التجارية هي مؤسسات ائتمانية غير متخصصة تضطلع أساسا بتلقي ودائع الأفراد القابلة للسحب لدى الطلب أو بعد أجل قصير والتعامل بصفة أساسية في الائتمان قصير الأجل ويطلق على هذه البنوك اصطلاح بنوك الودائع. فلا يمكن أن تعتبر بنوكا تجارية ما لم تتوفر على قبول ودائع القابلة للسحب لدى الطلب من المؤسسات الائتمانية، أو ما ينحصر في النشاط الأساسي المتمثل في القيام بعمليات الائتمان ذي الأجل الطويل كبنوك الادخار وبنوك الرهن العقاري... الخ (عوض الله، 2005، الصفحات 99-100)

كما يمكن تعريف البنوك التجارية أنها المؤسسات النقدية التي تقبل الودائع من طرف الأشخاص أو المؤسسات وتكون تحت تصرف المودع في أي وقت شاء، تبعا للمدة المتفق عليها ونظرا لهذه الميزة أصبح يطلق عليها بنوك الودائع وتأتي هاته البنوك في الدرجة الثانية بعد البنك المركزي، وهاذين النوعين من البنوك يشكلان عصب الجهاز المصرفي لأي بلد. (مجدي، 1987، صفحة 105)

ويعتبر البنك التجاري المؤسسة التي تمارس عمليات الائتمان (الإقراض والاقتراض) حيث يحصل البنك على أموال العملاء فيفتح لهم بما ودائع ويتعهد بتسديد مبلغها عند الطلب أو لأجل كما يقدم قروض لها . (الموساوي ، 1993، صفحة 94)

من هذه التعاريف يتضح أن دور البنوك التجارية ينحصر بصفة أساسية في قبول الودائع ومنح الائتمان وأداء بعض الخدمات المصرفية الأخرى وكذا دورها الأساسي في توفير الأموال لمتطلبات التنمية الاقتصادية والاجتماعية، كما أطلق عليها بنوك الودائع واعتبارها تتعامل بالائتمان (المباشر والغير مباشر) وأهم ما ميزها قبولها للودائع تحت الطلب والحسابات الجارية.

ثانيا: بنوك الاستثمار

هي بنوك عملياتها موجهة لمن يسعى لتكوين أو تجديد رأس المال الثابت (مصنع، عقار، أرض صالحة للزراعة... الخ). لهذا فهي تحتاج لأموال غير قابلة للطلب متى شاء المودع، أي أنها تعتمد في إقراضها للغير على رأسمالها بالدرجة الأولى وعلى الودائع لأجل أي ودائع مرتبطة بتاريخ (أي غير مستحقة الأداء عند مجرد الطلب) وعلى الاقتراض من الغير لفترة محددة بتاريخ (أي السندات)، وهي تشبه تماما الودائع لأجل من حيث النتيجة ، إلا أن الفرق هو أن البنك هنا هو الذي يسعى للاقتراض وجلب الوديعة تحت إغراء منح فائدة في حين أن الوديعة لأجل يأتي بها المودع من تلقاء نفسه طمعا في الفائدة، والرغبة منه في توظيف ماله . وأخيرا تعتمد تلك البنوك أيضا على المنح الحكومية. (عوض الله، 2005، صفحة 124)

ثالثا: منشآت الادخار والتوفير

وهي تختص بتجميع المدخرات للأفراد (صغار المدخرين بالدرجة الأولى) والتي تكون في الغالب مستحقة عند الطلب وتأخذ شكل دفتر ادخار وقد تكون تلك المدخرات لأجل (أي مرتبط سحبها بتاريخ)، وعندئذ تأخذ شكل أذونات أو سندات. (صبحي، 1983، صفحة 151)

رابعا: البنوك الإلكترونية

البنوك الإلكترونية هي وسيلة إلكترونية لنقل المنتجات والخدمات البنكية التقليدية والحديثة مباشرة إلى الزبائن عبر الإنترنت، مما يمكنهم من الوصول إلى حساباتهم وإجراء العمليات والحصول على المعلومات دون الحاجة للتنقل بين فروع البنك". البنوك التي تقدم خدماتها إلكترونياً عن بعد عبر شبكة معلومات البنك الداخلية تحقق العديد من المزايا لكل من البنوك والزبائن.

المطلب الثاني: مفهوم جودة الخدمات المصرفية

تعد جودة الخدمة المصرفية من العوامل الأساسية التي تسبق رضا العملاء، حيث يؤثر رضاهم على قراراتهم الشرائية المستقبلية وإدراكهم. لذا، تعتبر جودة الخدمة المصرفية شرطاً ضرورياً لتلبية رغبات العميل والحفاظ عليه.

الفرع الأول: تعريف جودة الخدمة المصرفية

تعرف جودة الخدمة المصرفية QUALITE SERVICE فيما يقوله العميل وليس فيما يقوله وينادي به المصرف، وتحقق جودة الخدمة المصرفية انطلاقاً من إستراتيجية مقادة بالعميل وفقاً لما يتوقعه. (المصرف، 2007، صفحة 112)

عرفت الجودة المصرفية أيضاً على أنها: " قدرة المصرف على توفير مستوى أداء للخدمة المصرفية يحقق إشباع تام لاحتياجات العميل. (طه، 2000، صفحة 162)

كما تعرف جودة الخدمات المصرفية على أنها: " إرضاء لمتطلبات العملاء ودراسة قدرة المصرف على تحديد هذه المتطلبات والقدرة على التقاءها، فإذا تبنى المصرف عملية تقديم خدمات ذات جودة عالية يجب ألا يسعى من خلالها إلى التعرف على متطلبات العملاء. (الدراكة، 2006، صفحة 194)

بناءً على التعاريف السابقة يمكن تعريف جودة الخدمة المصرفية على أنها: " مقابلة المصرف لتوقعات العميل من الخدمات المصرفية المقدمة، بمعنى أن ما يتوقعه العميل من مستوى جودة يتطابق فعلياً مع ما يقدمه البنك، وهو المفهوم الجوهرى لجودة الخدمة المصرفية.

الفرع الثاني: خصائص جودة الخدمة المصرفية

تكمّن الخصائص التي تحقّقها جودة الخدمات المصرفية في: (عبد العظيم، 2008، صفحة 18)

- يجب أن تكون خدمات المصرفية موثوقة وآمنة بشكل كامل لضمان حماية البيانات الشخصية والمالية للعملاء. هذا يتضمن الاستجابة بسرعة لمشاكل الأمان والتصدي للتهديدات السيبرانية.
- يجب أن تكون الخدمات المصرفية متاحة بسهولة وفي أي وقت، سواء كان ذلك عبر الإنترنت، أو الهاتف، أو الفروع البنكية، أو أجهزة الصراف الآلي، مما يوفر للعملاء راحة البال والتنوع في الوصول إلى خدماتهم المصرفية.
- يجب أن تكون واجهات المستخدم سهلة الاستخدام وتوفر تجربة سلسلة للعملاء أثناء استخدام الخدمات المصرفية، سواء كان ذلك عبر المواقع الإلكترونية أو التطبيقات الذكية.
- يجب أن تتيح الخدمات المصرفية تجربة مخصصة لكل عميل وفقاً لاحتياجاته الفردية، سواء كان ذلك من خلال تقديم منتجات وخدمات مصرفية مخصصة، أو توفير توجيهات ونصائح شخصية.
- يجب أن يكون هناك دعم عملاء فعال ومتاح للرد على استفسارات العملاء ومساعدتهم في حل مشاكلهم بسرعة وفعالية، سواء كان ذلك عبر الهاتف، أو البريد الإلكتروني، أو الدردشة عبر الإنترنت.
- يجب أن تتبنى المصارف التنوع والابتكار في تقديم خدمات جديدة ومبتكرة للعملاء، مما يلي تطلعاتهم ويساهم في تحسين تجربتهم المصرفية.

الفرع الثالث: أهمية جودة الخدمة المصرفية

تبرز أهمية الجودة في الخدمات المصرفية من خلال المزايا التي يحققها المصرف في بلوغ أهدافه، والنجاح في صناعة الأعمال المصرفية، وتقديمها للعملاء في مستويات ملاءمة تحقق لهم المنافع الممكنة، وعموماً تتلخص المزايا المترتبة من تركيز المصارف جهودها في تحسين جودة خدماتها المصرفية في النقاط التالية: (نبعة، 2005، صفحة 87)

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

- تقديم خدمة متميزة تزيد من قدرة المصرف على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وجذب عملاء جدد.
- إن الخدمات المتميزة وذات الجودة العالية تعزز من ثقة العملاء في المصرف، وخدماته المقدمة.
- زيادة قدرة المصرف على بيع خدمات مصرفية إضافية وجديدة.
- تحمل المصرف تكاليف منخفضة لقلة الأخطاء في العمليات المصرفية، وانجاز الخدمة بشكل صحيح أول مرة
- تسمح الخدمة المتميزة من تقاضي المصرف أسعار وعمولات إضافية.
- تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن بقية المصارف ومواجهة الضغوط التنافسية.

الفرع الرابع: أبعاد جودة الخدمة المصرفية

تسعى الشركات إلى إيصال رسالتها إلى جمهور العملاء الحاليين والمحتملين من خلال استخدام استراتيجيات التواصل الفعالة التي تضمن تحقيق أعلى مستويات الإقناع وبناء صورة إيجابية للبنك. وقد حدد بعض الباحثين مجموعة من الأبعاد و المعايير التي يستخدمها العملاء في تقييم جودة الخدمة: (القزويني، 1989، صفحة 84)

1. الاعتمادية: تعني القدرة على تقديم الخدمة بشكل موثوق ودقيق، ويشمل هذا المفهوم الواسع تنفيذ الوعود المقدمة من قبل البنك، مثل توفير الخدمة، حل المشاكل، والتسعير. يرغب العملاء في التعامل مع البنوك التي تلتزم بهذه الوعود، وخاصة تلك المتعلقة بالميزات الأساسية للخدمة. يجب على البنوك أن تكون على دراية بتوقعات العملاء فيما يخص الاعتمادية، فالبنك الذي يقدم الخدمة الأساسية التي يتوقعها العملاء سيشهد زيادة في المبيعات.

2. الاستجابة: تعني وجود الإرادة لمساعدة العملاء وتزويدهم بالخدمة فوراً. يركز هذا البعد على الجمالة واللطف وأصالة التعامل مع طلبات العملاء، سواء كانت أسئلة، شكاوى، أو مشاكل. في خدمة المواجهة، حيث يجب الموازنة بين الاستجابة والأحداث المرافقة التي قد تتطلب التكيف، هناك تشابه قوي بين سلوك المستخدم في هذه الخدمة وبعد الاستجابة لجودة الخدمة. تتجلى الاستجابة للعملاء من

خلال مدة الانتظار لتلقي المساعدة (الإجابة على الأسئلة)، الاهتمام بالمشاكل، وكذلك المرونة والقدرة على تقديم الخدمة التي تلي احتياجات العملاء.

3. **الكفاءة أو القدرة:** تعكس المهارة والقدرة على أداء الخدمة، والتي تأتي من توافر المعلومات والفهم الجيد لظروف وطبيعة العمل، وامتلاك جميع المهارات اللازمة لتحقيق أداء خدمة فعال.

4. **المصداقية** تشمل الأمانة والثقة والسمعة في كل من البنك ومقدم الخدمة.

5. **الاتصال** يعني دوام إمداد الزبائن بالمعلومات ومخاطبتهم باللغة التي يفهمونها، والاستماع الجيد إليهم وتأمين الاتصالات.

6. **الأمان** يعكس بالدرجة الأولى خلو المعاملات مع المؤسسة الخدمية من الشك أو المخاطرة أو الخطر.

7. **سهولة الحصول على الخدمة** تتضمن سهولة الاتصال وتيسير الحصول على الخدمة من قبل العملاء، مما يتضمن قصر فترة الانتظار للحصول على الخدمة، وتناسب مواعيد عمل البنك، وتوفير عدد كاف من منافذ الحصول على الخدمة.

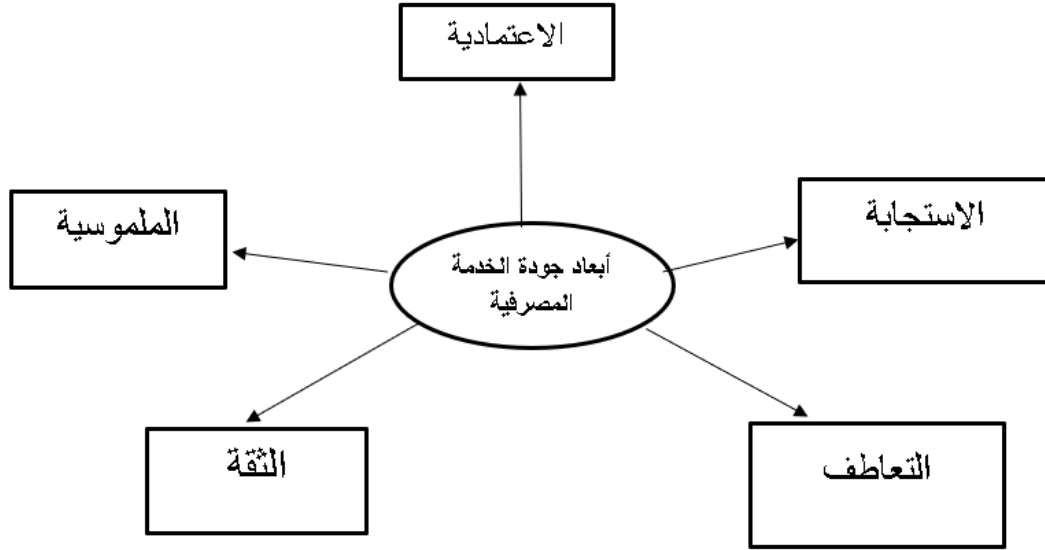
8. **اللباقة** تعني أن يكون موظفو البنك، وخاصة الذين يتعاملون مباشرة مع الزبائن، على قدر من الاحترام والحسن المظهر، وأن يتمتعوا بروح الصداقة والود، والاحترام تجاه الزبائن، وأن يقدروا ظروفهم ويتعاملوا معهم بلطف واحترام.

9. **الفهم** يعكس الجهد المبذول لفهم احتياجات الزبون، ومواءمة الخدمة وفقاً لهذه المعرفة. يتضمن هذا الجانب تقديم الاهتمام الشخصي للزبون وسهولة التعرف عليه.

10. **الملموسية** تشمل التسهيلات المادية المستخدمة في العمل، من المظهر الخارجي للبنك وتجهيزه من الداخل بأحدث الأجهزة والوسائل المستخدمة في تقديم الخدمة.

وقد تم دمج الأبعاد العشرة في خمسة أبعاد، وأطلق عليها نموذج جودة الخدمة، وتشمل الاعتمادية، الاستجابة، الملموسية، الأمان، واللباقة. أظهرت الدراسات أنه على الرغم من أن النظر إلى هذه الأبعاد الخمسة كأمر ضروري، إلا أن الوزن النسبي لكل منها يختلف من عميل إلى آخر. ومع ذلك، يظل البعد الخاص بالاعتمادية في المرتبة الأولى كأهم عنصر يعكس جودة الخدمة بغض النظر عن طبيعة الصناعة.

الشكل 1: الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة المصرفية



المصدر: من اعداد الطلبة

المطلب الثالث: نماذج قياس جودة الخدمة المصرفية

هناك عدة نماذج مقاييس كمصادر معلومات مفيدة لإدارة المصارف تعتمد على لقياس مستوى الجودة في خدماتها المصرفية منها:

1. نموذج الاتجاه: SERVPERFMODEL :

يرتكز هذا المدخل على أساس أن جودة الخدمة تمثل مفهوماً اتجاهياً يتصل بالرضا ولكنه ليس مرادفاً له، كما أنه يرتبط بإدراك العميل للأداء الفعلي للخدمة المقدمة، فبالرغم من أن الباحثين يعترفون ضمناً بأهمية إدراك العملاء لجودة الخدمة، إلا أنهم يرون أن لكل من جودة الخدمة كما يقيمها ويدركها العملاء في شكل من أشكال الاتجاه الذي يعتمد على عملية تقييم تراكمية بعيدة المدى، أما الرضا فإنه يمثل حالة نفسية عابرة وسريعة الزوال، ويرى باحثون آخرون أن العملاء يشكلون اتجاهاتهم للخدمة على أساس خبراتهم السابقة، ولهذا فإن هذا الاتجاه يتكيف طبقاً لمستوى الرضا الذي حققه من خلال تعامله مع المؤسسة الخدمية، وقد

أكدت نتائج عدد من الدراسات كفاءة استخدام الأداء الفعلي للخدمة المدركة من قبل العملاء كمقياس لجودة الخدمة. (كورتل، 2009، صفحة 186)

2. نموذج الفجوة:

يقوم هذا النموذج على أساس أن الفرق بين توقعات العملاء بشأن الخدمة وبين إدراكاتهم الفعلية لها يحدد مستوى جودة الخدمة، وعليه فإن مستوى جودة الخدمة يتحدد بالفرق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة أي الأداء الفعلي، بمعنى آخر أن جودة الخدمة تعني مسايرة توقعات العملاء والارتقاء إليها بشكل مستمر. يوجد خمس أنواع من الفجوات وهي: (عبد الخالق، 2010، صفحة 46)

الفجوة 1: بين توقعات العميل وإدراكات الإدارة، وتنتج عند عدم معرفة الإدارة المصرفية لاحتياجات ورغبات عملاءها، وجهلها لمواصفات جودة الخدمة المرغوب فيها مقدما.

الفجوة 2: بين إدراكات الإدارة لتوقعات العملاء وتحديد درجة دقة المواصفات الخاصة بالخدمة، وتنتج عن عدم تطابق المواصفات الخاصة بالخدمة مع إدراك الإدارة لتوقعات العملاء، بمعنى أن المصارف في بعض الأحيان غير قادرة على ترجمة توقعات العملاء لخصائص جودة الخدمة بسبب قيود تتعلق بموارد البنك أو التنظيم أو عدم القدرة وعدم احترام الأهداف الموضوعية.

الفجوة 3: وتظهر كنتيجة لاختلاف المستوى الفعلي لأداء الخدمة عن المواصفات المحددة من قبل الإدارة، ويعود هذا السبب إلى مجموعة من العوامل مثل: سوء التنسيق بين رجال التصميم والإنتاج والمبيعات، عدم توفر روح الفريق بين العاملين، قصور وضعف الرقابة، عدم وضوح أهداف المؤسسة... إلخ

الفجوة 4: بين تسليم الخدمة والاتصالات الخارجية للعملاء، حيث تبدو الفجوة واضحة عندما يتعهد المصرف بتقديم خدمة ذات مستوى جيد لكن الواقع يخالف ذلك، وهو ما يعرف بفجوة الوعود، فإذا ما أظهر البنك في إعلانه عن تسهيلات لقروض معينة وعند وصول العميل يكتشف أن الإعلان غير صحيح، فالإتصال الخارجي شوه ما كان العميل يتوقعه، وفقا لما هو معلن عنه.

الفجوة 5: بين الخدمة المدركة والخدمة المتوقعة، تتعلق بالفرق بين توقعات العملاء وإدراكهم للخدمة المقدمة بالفعل، وتكون محصلة لجميع الفجوات السابقة بحيث يتم على أساسها الحكم على جودة أداء المصرف ككل.

المبحث الثالث: التطور التكنولوجي في العمل المصرفي.

شهد العمل المصرفي تطوراً تكنولوجياً هائلاً في السنوات الأخيرة، مما أسهم في تحسين الخدمات المصرفية وزيادة كفاءتها. من أبرز التطورات التي شهدتها هذا المجال هو التحول إلى الأنظمة الإلكترونية والتطبيقات المصرفية عبر الهواتف الذكية، التي أصبحت تتيح للعملاء إجراء المعاملات المالية بكل سهولة ويسر في أي وقت ومن أي مكان. كما أدت التكنولوجيا إلى تعزيز الأمان المصرفي من خلال استخدام تقنيات التشفير المتقدمة وأنظمة التحقق البيومترية، مثل بصمة الإصبع والتعرف على الوجه.

المطلب الاول: مراحل التطور التكنولوجي في العمل المصرفي

التطور التكنولوجي في العمل المصرفي مر بعدة مراحل رئيسية، يمكن تلخيصها كما يلي: (Doe، 2021، صفحة 45)

1. الميكنة الأولية (1960-1980):

في هذه المرحلة، بدأت البنوك باستخدام الحواسيب الرئيسية لتحسين العمليات الداخلية وإدارة الحسابات. تم استخدام الأنظمة الممغنطة لتسجيل المعاملات وحفظ السجلات بدلاً من النظام الورقي التقليدي، مما أسهم في زيادة الكفاءة وتقليل الأخطاء.

2. ظهور الصرافات الآلية (1980-1990):

خلال هذه الفترة، بدأت البنوك في تركيب الصرافات الآلية (ATM)، التي سمحت للعملاء بإجراء عمليات السحب والإيداع والتحقق من الأرصدة على مدار الساعة دون الحاجة إلى زيارة الفروع.

3. الخدمات المصرفية عبر الإنترنت (1990-2000):

مع انتشار الإنترنت، بدأت البنوك في تقديم خدماتها عبر الإنترنت، مما أتاح للعملاء إدارة حساباتهم وإجراء المعاملات عبر الشبكة العنكبوتية. أدى ذلك إلى سهولة الوصول إلى الخدمات المصرفية وتقليل الحاجة إلى الذهاب إلى الفروع.

4. المصرفية عبر الهاتف المحمول(2010-2000) :

مع تطور الهواتف الذكية، بدأت البنوك في تطوير تطبيقات مصرفية مخصصة تتيح للعملاء القيام بمعظم معاملاتهم المالية عبر هواتفهم المحمولة. أصبح من الممكن الآن تحويل الأموال، دفع الفواتير، والتحقق من الأرصدة بسهولة عبر الهاتف المحمول.

5. الأمان والتحقق البيومتري(2020-2010) :

للحفاظ على أمان العمليات المصرفية، بدأت البنوك في استخدام تقنيات التحقق البيومتري مثل بصمة الإصبع والتعرف على الوجه. كما تم تعزيز الأمان باستخدام تقنيات التشفير المتقدمة وأنظمة المصادقة الثنائية.

المطلب الثاني: أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية

الخدمات المصرفية الإلكترونية تشمل مجموعة واسعة من الخدمات التي تقدمها البنوك عبر الإنترنت والتقنيات الرقمية، مما يتيح للعملاء إجراء العديد من المعاملات المصرفية بسهولة وراحة. إليك بعض أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية:

1. الخدمات الذاتية في الصرافات الآلية (ATM):

تعتبر الخدمات الذاتية في الصرافات الآلية (ATM) جزءاً أساسياً من تقنيات الخدمات المصرفية الإلكترونية المتاحة للعملاء. تمثل هذه الصرافات نقطة اتصال مهمة بين العملاء والبنوك، حيث توفر مجموعة متنوعة من الخدمات التي يمكن الوصول إليها على مدار الساعة دون الحاجة إلى مساعدة بشرية. يمكن أن تتضمن الخدمات الذاتية في الصرافات الآلية ما يلي:

أولاً، يمكن للعملاء القيام بالعديد من المعاملات المالية بسرعة وسهولة، مثل سحب النقود، وإيداع النقود، وطلب كشف حساب. تقلل هذه الخدمات من الحاجة إلى زيارة الفروع البنكية الرئيسية وتوفر للعملاء الراحة والمرونة في إدارة أمورهم المالية.

ثانياً، توفر الصرافات الآلية خدمات التحويل المالي، حيث يمكن للعملاء نقل الأموال بين حساباتهم أو إرسال الأموال إلى الأشخاص الآخرين في داخل البلاد أو حتى في الخارج. يمكن أن يكون هذا خياراً مفيداً للأشخاص الذين يحتاجون إلى إرسال الأموال بشكل فوري دون الحاجة إلى زيارة البنك شخصياً.

ثالثاً، توفر الصرافات الآلية خدمات إدارة الحسابات، حيث يمكن للعملاء طباعة كشوف حسابهم البنكية، والاطلاع على أرصدهم، والتحقق من المعاملات الأخيرة. يتيح هذا للعملاء تتبع نشاطاتهم المالية وإدارتها بكل سهولة ويسر.

2. الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول:

الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول أصبحت أحد أهم الوسائل التقنية التي تقدمها البنوك لعملائها، حيث توفر مجموعة من الخدمات الحيوية بسهولة ومرونة على مدار الساعة. يعتمد هذا النوع من الخدمات على تطبيقات الهواتف الذكية التي تمكن العملاء من إدارة حساباتهم المالية والقيام بمجموعة متنوعة من المعاملات، بما في ذلك:

- ✓ يمكن للعملاء الوصول إلى حساباتهم البنكية وإدارتها بسهولة. يمكنهم متابعة الأرصدة، ومعرفة تفاصيل المعاملات، وإدارة الحسابات المختلفة بنقرة واحدة، مما يوفر لهم رؤية فورية وشاملة عن حالتهم المالية.
- ✓ تشمل هذه الخدمات التحويلات المالية، حيث يمكن للعملاء نقل الأموال بين حساباتهم أو إلى حسابات أخرى داخل البنك أو خارجه، وذلك بشكل فوري أو بحسب الجدول الزمني الذي يختارونه.
- ✓ توفر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول خيارات للدفع الإلكتروني، حيث يمكن للعملاء دفع فواتيرهم ومدفوعاتهم المتنوعة، مثل فواتير الخدمات العامة والمدفوعات للمشتريات عبر الإنترنت.

3. الخدمة المصرفية عبر شبكة الإنترنت:

المعروفة أيضاً بالمصرف عبر الإنترنت، تعني إنجاز المعاملات المصرفية من خلال الولوج إلى موقع البنك على الإنترنت. تسمح هذه الخدمة الراحة والأمان للعملاء الذين يمتلكون بطاقات الصراف الآلي بالولوج إلى معلوماتهم المصرفية من أي مكان وفي أي وقت خلال اليوم، سواء كانوا في المنزل أو في المكتب. يتم تزويد العملاء برقم شخصي تعريفي (PIN) لتسهيل الولوج إلى النظام وإجراء المعاملات المالية.

4. خدمة الدفع الإلكتروني:

تعد جزءا حيويا من الخدمات المالية الرقمية التي تقدمها البنوك والشركات المالية، وتسهم في تيسير وتسريع عمليات الدفع والتحويل. تعمل هذه الخدمة على توفير الراحة والأمان للعملاء، وتشمل عدة وسائل دفع من أهمها بطاقة الائتمان التي تعتبر أداة مالية شخصية تصدرها المصارف والمؤسسات المالية، وهي تعتبر من بين أهم الخدمات المصرفية الحديثة. تتميز بطاقة الائتمان بأنها بطاقة بلاستيكية صغيرة الحجم، تحتوي على معلومات شخصية لصاحبها، مثل الاسم ورقم الحساب. هناك عدة أنواع من بطاقات الائتمان :

✓ **البطاقة الفضية** هي نوع من بطاقات الائتمان التي تتميز بحدود إئتمانية منخفضة نسبيا مقارنة بالبطاقات الائتمانية الأخرى. تصدر هذه البطاقة لعموم العملاء، وتتيح لهم القدرة على القيام بعدد من العمليات المالية، مثل الشراء من المتاجر، والسحب النقدي من الصراف الآلي، وأجهزة السحب الآلي الأخرى. على الرغم من أن البطاقة الفضية قد تكون لها حدود إئتمانية منخفضة، إلا أنها توفر لحاملها العديد من الخدمات المصرفية الأساسية. يمكن استخدامها للقيام بالمشتريات اليومية في المتاجر وعبر الإنترنت، كما يمكن استخدامها لسحب النقود النقدية من الصراف الآلي لتلبية الاحتياجات النقدية. يتم تقديم البطاقة الفضية عادة للعملاء الذين لديهم تاريخ ائتماني غير متميز أو لأولئك الذين يبحثون عن بديل للنقد النقدي للمشتريات اليومية. توفر هذه البطاقة للعملاء فرصة لتحسين تاريخهم الائتماني عن طريق الاستخدام المنتظم والمسؤول للبطاقة، كما تسمح لهم بالتمتع بالخدمات المالية الأساسية بدون الحاجة إلى فتح حسابات ائتمانية تقليدية.

✓ **البطاقة الذهبية** هي نوع من بطاقات الائتمان التي تتميز بحدود إئتمانية عادية لدى بعض المؤسسات راعي البطاقة مثل VISA، وتكون بعضها غير محدودة بسقف معين لدى بعض البطاقات مثل American Express. تصدر هذه البطاقة للعملاء ذوي القدرة المالية العالية، وتتميز بالعديد من المزايا الإضافية مثل التأمين ضد الحوادث، والاستشارات الطبية والقانونية، وخدمات توصيل الرسائل إلى جميع أنحاء العالم، وغيرها من الخدمات. تتفاوت المزايا الإئتمانية للبطاقات الذهبية بين المؤسسات، حيث توفر بعضها مزايا مثل التخفيضات على التسوق والسفر، والوصول إلى قاعات الانتظار في المطارات، وحتى توفير خدمات حجز الفنادق والسفر عبر وكالات خاصة. بعض البطاقات الأخرى

تشمل البطاقة الخضراء والبطاقة الماسية، التي توفر مزايا مالية وخدمات إضافية تختلف باختلاف البطاقة وشروطها. بطاقة السحب النقدي الإلكتروني هي وسيلة مالية تستخدم أساساً لسحب النقود فقط، سواء من أجهزة الصرف الآلي الدولية أو من أجهزة القارئ لشريط المغناطيسي المزودة بالمصارف المشتركة في عضوية البطاقة. توجد أيضاً البطاقة المحلية التي يقتصر استخدامها داخل حدود الوطن وفي العملات المحلية. تتميز بطاقة السحب النقدي الإلكتروني ببساطتها وميزتها الرئيسية في سحب النقود بسهولة وسرعة. يمكن استخدامها عند الحاجة للنقود النقدية للمعاملات اليومية أو للحالات الطارئة.

✓ **النقود الإلكترونية:** مصطلح النقود الإلكترونية يشمل مجموعة متنوعة من المنتجات المصممة لتوفير بدائل لطرق الدفع التقليدية للمستهلكين. نظراً للتطور المستمر للأنظمة التي تدير هذه الأموال الإلكترونية والتحويلات المتلاحقة، فمن الصعب تقديم تعريف دائم يشمل جميع الجوانب القانونية والتقنية والاقتصادية. يعرف البعض النقود الإلكترونية بأنها التمثيل الإلكتروني للنقود التقليدية، حيث يقوم العميل بشراء العملات الإلكترونية من البنك الذي يصدرها وتحميلها على جهاز الكمبيوتر الشخصي، حيث تأتي في شكل وحدات إلكترونية تعمل بدلاً من النقود الورقية، وتحمل نفس القيمة المالية لتلك العملات.

المطلب الثالث: أثر التكنولوجيا على الخدمات المصرفية

الآثار المتعددة للتكنولوجيا الحديثة على المؤسسات المصرفية تتضمن: (طه، 2000، صفحة

(135)

1. **تعزيز كفاءة التنفيذ والأداء:** التكنولوجيا تؤثر إيجابياً في تحسين كفاءة تنفيذ العمليات المصرفية، مما يعزز الأداء العام للمصارف. ومع ذلك، قد تفرض التكنولوجيا بعض القيود والمحددات التي يجب على المصارف التعامل معها.

2. **تقديم منتجات وخدمات مالية جديدة:** تمكن التكنولوجيا المصارف من ابتكار وتقديم منتجات وخدمات مالية جديدة تلي احتياجات العملاء المتنوعة، مما يعزز الطلب على هذه المنتجات والخدمات.

3. عنصر أساسي في الاستراتيجيات المصرفية: أصبحت التكنولوجيا جزءاً أساسياً من استراتيجيات المصارف، نظراً لتأثيرها الكبير على الأنشطة المتعلقة بتقديم منتجات وخدمات جديدة، وكذلك بسبب المنافسة المتزايدة بين المصارف في استخدام التكنولوجيا.

4. تنوع الخدمات المصرفية: تساعد التكنولوجيا المصارف على تقديم مجموعة واسعة من الخدمات التي تلي رغبات العملاء، مما يسهم في التغلب على مشكلة تقادم المنتجات التقليدية وإيجاد خدمات جديدة تزيد من تنوع إيرادات البنك من الرسوم والعمولات.

5. توسيع الأسواق: تسمح التكنولوجيا للمصارف بتنويع أسواقها والتعامل مع عدد كبير من قطاعات النشاط المختلفة، مما يزيد من فرص النمو والتوسع.

6. التأثير على القوى العاملة: تتطلب التكنولوجيا من القوى العاملة في المصارف امتلاك مهارات جديدة مثل الكفاءة في استخدام الحسابات الإلكترونية، والإبداع والتطوير المستمر.

7. تحسين التسويق المصرفي: ساعدت التكنولوجيا على جعل العالم كقرية صغيرة من خلال تسهيل الاتصالات السريعة، مما انعكس على مفهوم التسويق المصرفي وجعل من الضروري استخدام أدوات تكنولوجية حديثة في نشر الدعاية والإعلان.

8. الابتكار التكنولوجي والمنافسة: قد يساعد الابتكار التكنولوجي المصارف على مواكبة الخدمات الجديدة، ولكنه لا يضمن بالضرورة نجاح بيع هذه الخدمات، خاصة إذا تأخر تسويقها.

خلاصة الفصل

في الختام، يظهر بوضوح أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تلعب دوراً حاسماً في تحسين جودة الخدمات المصرفية. تمكنت هذه التكنولوجيا من تسهيل الوصول إلى الخدمات المصرفية، وتقديم تجارب مستخدم متميزة، وتعزيز الأمان والحماية للعملاء. ومع استمرار التطور التكنولوجي، ينبغي على المؤسسات المصرفية الاستفادة من هذه الفرص لتعزيز جودة خدماتها وتلبية تطلعات العملاء بشكل أفضل. في الفصل القادم سنقوم بدراسة تطبيقية .

الدراسة التطبيقية

تمهيد:

يهدف هذا الفصل إلى إسقاط الجوانب النظرية التي تمت مناقشتها في الفصول السابقة من خلال التطبيق الميداني في بنك السلام بسكرة. يتمثل هدف هذا التطبيق في إجراء دراسة إحصائية لبيان العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمات المصرفية. يتم استخدام أسلوب الاستبيان في جمع البيانات، ومن ثم تحليلها باستخدام برنامج SPSS لضمان دقة التحليل والاستنتاجات.

المبحث الأول: نظرة عامة حول مصرف السلام – وكالة بسكرة

المطلب الأول: تعريف مصرف السلام بسكرة

مصرف السلام هو مصرف إسلامي يقدم خدماته في منطقة وكالة بسكرة بالجزائر. يتميز مصرف السلام بالتزامه بمبادئ الشريعة الإسلامية في جميع عملياته المالية والمصرفية.

تأسس في 22 نوفمبر 2018 بعد الحصول على تصريح من بنك الجزائر، وتحمل الرمز 12. بدأ مباشرة بمزاولة عمليات قبول الودائع ومنح القروض، وكان أول خدمة قدمها هي قرض الاستهلاك المخصص لشراء السيارات، موجهة للأفراد والتجار.

في سنة 2018، كان عدد العمال في الوكالة 6 عمال، وتقع في حي سايجي بقطعة رقم 69، ملكية رقم 109-110 في مدينة بسكرة. الوكالة مجهزة بكل الوسائل الحديثة لتقديم خدماتها بشكل فعال وفقاً للمتطلبات الحديثة في القطاع المصرفي.

المطلب الثاني: هيكل التنظيمي لوكالة بسكرة

مدير الوكالة:

- يعتبر الممثل الرئيسي للبنك على مستوى الوكالة.
- مسؤول عن توفير التنظيم الإداري والتشغيلي للوكالة وتنميتها التجارية.
- مسؤول عن الاهتمام المستمر بإدارة الجودة والمخاطر.

- يقوم بتحقيق الأهداف الاستراتيجية والمالية التي حددها إدارة البنك العامة.
- يضمن الشفافية الاقتصادية للبنك وإدارة ميزانية الوكالة.
- يسهر على مراقبة نظامية الحسابات في الوكالة ويتأكد من سير العمليات الإدارية والتشغيلية بشكل قانوني.

- مسؤول عن إدارة موظفي الوكالة والاشراف عليهم.

المسؤول التجاري:

- تنشيط وإشراف على فريق المبيعات لمساعدتهم في تحقيق أهداف العمل النوعية والكمية المتعلقة بالوكالة.
- ضمان تسيير محافظ العملاء بشكل فعال وضمن تقديم جميع منتجات البنك للعملاء.
- احترام تطبيق القرارات الائتمانية ومراقبة فتح الحسابات وإشراف على العمليات الإدارية ذات الطبيعة الإدارية.
- الاشراف على تحليل الملفات والقروض للمؤسسات والأفراد.
- التنسيق مع المشرف الإداري لضمان سلاسة العمل وتطبيقه بما يتوافق مع قوانين العمل واللوائح والتنظيمات.
- وضع استراتيجيات لجميع المنتجات المسوقة من قبل الوكالة لعملائها.
- التحقق من احترام تطبيق القرارات الائتمانية ومراقبة فتح الحسابات وإشراف على العمليات الإدارية ذات الطبيعة الإدارية.
- تنسيق العمل مع المشرف الإداري لضمان سلاسة العمل وتطبيقه بشكل يتوافق مع قوانين العمل واللوائح والتنظيمات.

المراقب:

- مسؤول عن ضمان وتحسين الرقابة على جميع المعاملات التي تقوم بها الوكالة في سياق إدارة المخاطر التشغيلية.
- التحقق من العمليات اليومية للشباك والصندوق للتأكد من سلامة المعاملات مع الأفراد والمؤسسات.
- مراقبة العمليات الإدارية والتدقيق في الحسابات الإدارية والقانونية.
- إجراء مراجعات داخلية ومراقبة الحسابات وصحة المعلومات وانسجامها مع القوانين.

المشرف الإداري:

- يشرف على أمين الصندوق وعامل الشباك والأعوان لتحقيق أهداف الوكالة.
- يقدم الخدمة للعملاء ويتابع تنفيذ العمليات البنكية الجارية في الشباك مع الزبائن.
- يعالج شكاوي العملاء ويحل المشاكل التي قد تطرأ أثناء الخدمة.

مستشار مبيعات العملاء:

- يدير محفظة العملاء ويقدم الخدمات من مجموعة المنتجات التي يقدمها البنك.
- يدير حسابات العملاء وفقاً للقرارات التنظيمية وينفذ العمليات الجارية اليومية لزبائن المؤسسة.
- يدير الكفالات والضمانات الاحتياطية ويدير قروض الاستثمار وينفذ عمليات التجارة الخارجية.
- يتعامل مع المعاملات مع الدول الأجنبية ويعالجها برعاية خاصة.

المندوب الإداري:

- يضمن تنفيذ عمليات Office Back بما في ذلك إدارة الوثائق والعمليات الإدارية الخلفية مع احترام القوانين واللوائح المعمول بها في البنك.

- يتأكد من أن كل العمليات تتم بجودة عالية وبدقة عالية.
- يحافظ على حسابات العملاء ويدير دفاتر الصكوك ويتعامل مع تصاريح الشيكات غير المدفوعة.
- يضمن تسوية الحسابات بانتظام وفقاً للإجراءات المحددة.
- يقوم بتجهيز المعاملات على الفواتير والشيكات والتحويلات وفقاً للإجراءات المعمول بها في البنك.
- يدير السندات وجميع الأوراق التجارية الأخرى المتعلقة بالعمليات المصرفية.

عامل شبك الصراف:

يقوم عامل الشباك الصراف بضمان سير العمليات البنكية بشكل سلس ومستمر مع احترام جميع الإجراءات المعمول بها في البنك. كما يعمل على ضمان تسوية الحسابات بدقة وفقاً للإجراءات المالية المعمول بها.

أمين الصندوق:

هو المسؤول عن إدارة الصندوق وضمان سلامة عمليات الصندوق مع العملاء وحسن سيرها، مع احترام جميع الممارسات والإجراءات السارية المعمول بها في البنك. كما يسهر على ضمان تسوية الحسابات بدقة وفقاً للسياسات المالية والإجراءات المتبعة.

سجل الصندوق:

سجل الصندوق يقوم بتنفيذ مختلف العمليات الإدارية نيابة عن العملاء، مثل صرف الشيكات وإصدار الشيكات البنكية أو خصمها، بالإضافة إلى تقديم عدة خدمات أخرى ضرورية لضمان سير العمل بسلاسة. كما يتم فيه وضع استعراض لدور الأنشطة وتقديم الاقتراحات لتحسين الأداء.

المبحث الثاني: الاطار المنهجي للدراسة الميدانية

في هذا المبحث، سنتناول الإطار المنهجي من خلال التطرق إلى طريقة الدراسة وأدوات المعالجة الإحصائية، بالإضافة إلى اختبار ثبات وصدق الاستبيان.

المطلب الاول: أداة الدراسة

إن أداة الدراسة المختارة تمثلت في الإستبانة والتي تعرف بأنها: مجموعة من الأسئلة أو العبارات المرتبطة حول موضوع معين (اقتصادي، اجتماعي، ثقافي)، يتم إرسالها للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة أو العبارات الواردة فيها، ويتم بواسطة الإستبانة التوصل إلى حقائق جديدة في موضوع الدراسة أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعومة بحقائق.

وتتكون إستبانة الدراسة من جزئين يتم توضيحها على النحو التالي:

أولاً: الجزء الأول للإستبانة

يشمل البيانات الشخصية والوظيفية للمبحوثين والمتمثلة في: الجنس و العمر، المستوى التعليمي، عدد سنوات التعامل مع المصرف، القناة المتعامل بها مع المصرف.

ثانياً: الجزء الثاني للإستبانة.

يتضمن متغيرات الدراسة و يحتوي على محورين تناول المحور الاول المتغير المستقل تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المصرف، وخصصت له خمسة أسئلة، أما المحور الثاني يتناول المتغير التابع جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في المصرف، مقسم على ثلاثة أبعاد: الاعتمادية، الاستجابة ، الأمان/الثقة، التعاطف.

المطلب الثاني: مجتمع وعينة البحث

مجتمع الدراسة هو عملاء مصرف السلام-بسكرة-. ونظراً لأن هذا المصرف يتعامل مع الأفراد والمؤسسات، فقد اقتصرت هذه الدراسة على العملاء من الأفراد فقط. وتم توزيع استبيان، مصمم لأغراض هذه الدراسة، على عينة من هؤلاء العملاء.

أما عينة الدراسة تشكلت من 35 عميلاً للوكالة، تم اختيارهم بطريقة عشوائية. تم توزيع الاستمارة على هؤلاء العملاء، مع الحرص على اختيار العملاء الذين يستخدمون إحدى القنوات الإلكترونية (الصرافات الآلية، الموقع الإلكتروني، أو كليهما).

المطلب الأول: صدق و ثبات الدراسة

أولاً: سنحاول دراسة الصدق الظاهري والبنائي لأداة الدراسة، وكذلك دراسة ثباتها وهذا كما يلي :

- صدق أداة الاستبيان : يقصد بصدق أداة الدراسة شمول الاستبيان لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية ومن ناحية أخرى وضوح فقراته ومفرداته بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها وقد تم التأكد من صدق أداة الدراسة كما يلي:

✓ الصدق الظاهري للأداة: لمعرفة مدى صدق الأداة ظاهرياً تم عرضها على الأستاذة المشرفة ، وعلى ضوء آراءهم واقتراحاتهم تم صياغة الاستبيان بصورته النهائية الملحق رقم (1) والتي تم توزيعها على العينة المبحوثة.

✓ صدق الاتساق الداخلي: بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة تم توزيع الاستبيان على عينة، ومن أجل الوقوف على التناسق الداخلي للاستبانة، تم حساب معامل الارتباط بيرسون (Personé) ، كما هو موضح في الجداول التالية:

الجدول رقم 1: الاتساق الداخلي للمحور الاول.

رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور
1	0.72

0.74	2
0.81	3
0.73	4
0.71	5

**دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل.

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS v22

الجدول رقم 2 : معاملات ارتباط بيرسون لعبارات بعد الاعتمادية بالدرجة الكلية للمحور الثاني.

رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور
6	0.62
7	0.59
8	0.72
9	0.69
10	0.74

**دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل.

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS v22

الجدول رقم 3: معاملات ارتباط بيرسون لعبارات بعد الاستجابة بالدرجة الكلية للمحور الثاني

رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور
11	0.61
12	0.72
13	0.74

0.78	14
------	----

**دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل.

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS v22

الجدول رقم 4: معاملات ارتباط بيرسون لعبارات بعد الأمان/الثقة بالدرجة الكلية للمحور الثاني

رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور
15	0.79
16	0.65
17	0.72
18	0.69

**دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل.

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS v22

الجدول رقم 5: معاملات ارتباط بيرسون لعبارات بعد التعاطف بالدرجة الكلية للمحور الثاني

رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور
19	0.69
20	0.73
21	0.79

0.72	22
------	----

**دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل.

المصدر: من اعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS v22

يتضح من خلال الجداول السابقة أن قيم معامل إرتباط كل عبارة مع العبارات مع محورها وبعدها موجبة ودالة إحصائيا عن مستوى الدلالة 0.01 فأقل، مما يدل على صدق إتساقها مع محورها وبعدها.

ثانيا: ثبات أداة الاستمارة:

تم التحقق من ثبات أداة الدراسة باستخدام معادلة ألفا كرونباخ للاتساق الداخلي من خلال تطبيق الاداة على 35 عميل من عملاء مصرف السلام -وكالة بسكرة- وقد بلغت قيمة ألفا لأبعاد الاداة وفق الجدول التالي:

الجدول رقم 6 : معاملات الثبات (طريقة ألفا كرونباخ) حسب المحاور:

اسم المتغير	معاملات الثبات	معامل الصدق
تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المصرف	0.724	0.794
جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في المصرف	0.924	0.963
الاستمارة ككل	0.956	0.935

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS v22

يلاحظ من الجدول 6 أن معاملات الثبات لجميع متغيرات الدراسة مقبولة وهي أكبر من النسبة المعيارية 0.60 ، حيث بلغ معامل الارتباط ألفا كرونباخ للاستمارة ككل 0.956 و معامل الصدق 0.935 و منه الاستمارة تتمتع بالثبات.

المطلب الثالث: تحليل الاستبيان

تقوم هذه الدراسة على عدد من المتغيرات الديمغرافية المتعلقة بالخصائص الوظيفية والشخصية لأفراد عينة الدراسة والمتمثلة في (الجنس، العمر، المؤهل التعليمي الأقدمية في التعامل مع المصرف، والقناة الإلكترونية المتعامل بها مع المصرف)، و متغيرات الدراسة المتكونة من محورين محور تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المصرف، محور جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في المصرف

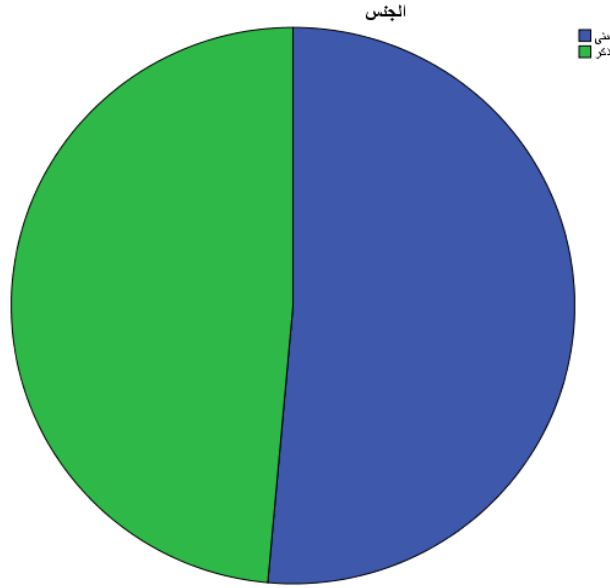
تحليل المعلومات الشخصية:

الجنس:

الجدول رقم 7: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس:

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	18	51.4%
انثى	17	48.6%
المجموع	35	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS v22



يظهر هذا التوزيع أن هناك توازناً نسبياً بين الجنسين في العينة المدروسة. نسبة 51.4% تمثل عدد الذكور الذين شملهم الدراسة، بينما نسبة 48.6% تمثل عدد الإناث. من المهم أن نلاحظ أن العدد الإجمالي للذكور هو 18 بينما الإناث 17، مما يشير إلى أن الفرق بين العدد الإجمالي للذكور والإناث في العينة ليس كبيراً.

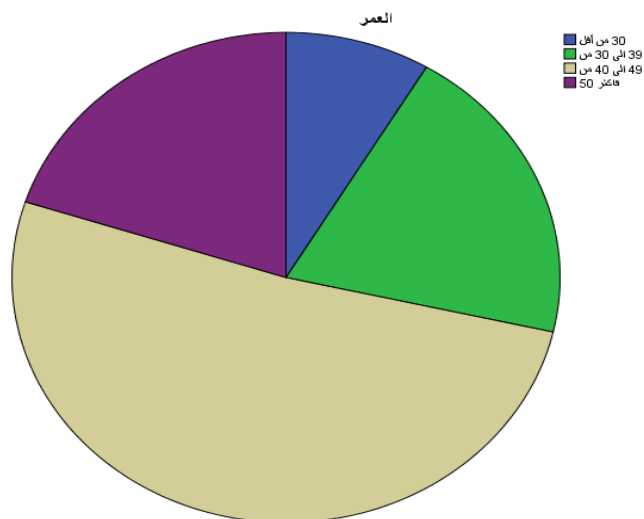
العمر:

الجدول رقم 8: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر:

النسبة المئوية	التكرارات	العمر
8.6%	3	أقل من 30 سنة
20.0%	7	من 30 الى 39 سنة
51.4%	18	من 40 الى 49 سنة
20.0%	7	50 فأكثر

المجموع	35	100%
---------	----	------

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS v22



تمت دراسة عينة من الأفراد لتحديد توزيع الأعمار بين المشاركين في الدراسة. وجد أن 8.6% من المشاركين كانوا أقل من 30 سنة، بينما بلغت نسبة الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 30 و39 عاما 20.0%. كانت أغلبية المشاركين في فئة الأعمار من 40 إلى 49 سنة حيث بلغت نسبتهم 51.4%. وأخيرا، كان 20.0% من المشاركين يبلغون من العمر 50 عاما فأكثر. يتضح من هذه النتائج أن الفئة العمرية الأكثر تمثيلاً في العينة هي من 40 إلى 49 سنة، مما يشير إلى أن الدراسة قد تمثل فئة عمرية وسطية متوسطة في توزيعها.

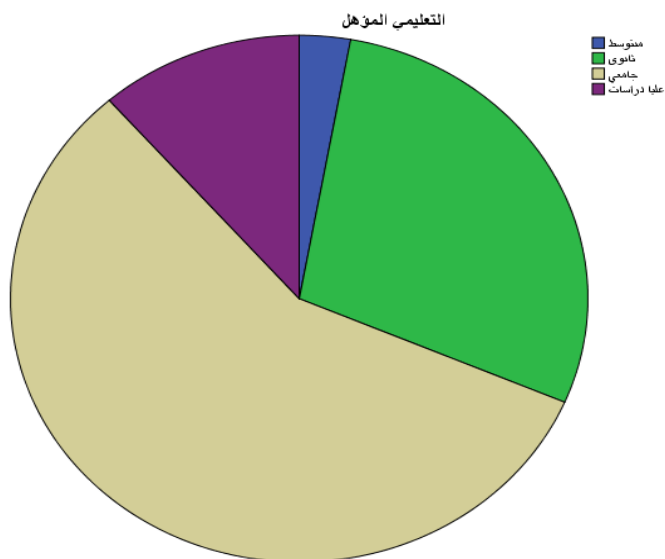
المستوى التعليمي:

الجدول رقم 9 : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي:

النسبة المئوية	التكرارات	المستوى التعليمي
2.9%	1	متوسط
28.6%	10	ثانوي

57.1%	20	جامعي
11.4%	4	دراسات عليا
100%	35	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS v22



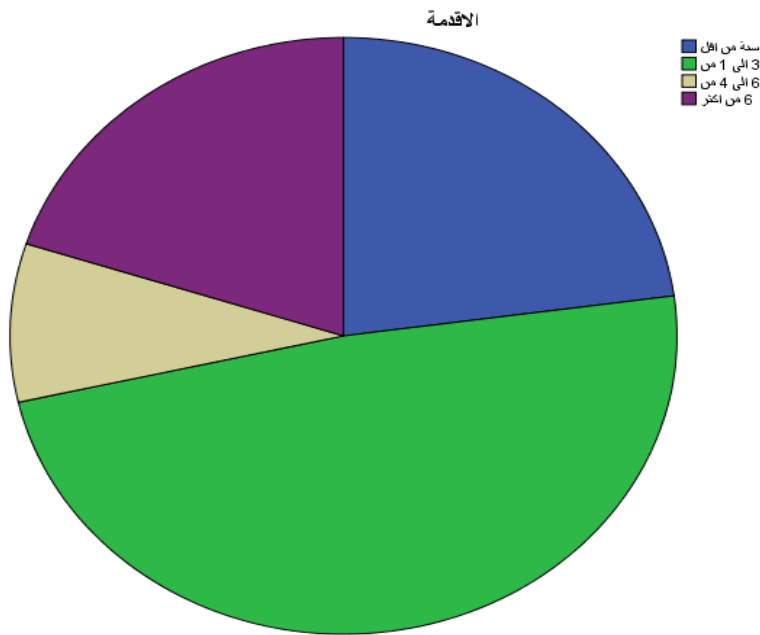
يبين الجدول أن أغلب الأفراد لديهم مؤهلات جامعية (57.1%)، مما يشير إلى أن الغالبية العظمى من العينة لديها مستوى تعليمي عال. يلي ذلك الحاصلون على شهادة الثانوية (28.6%)، مما يعكس وجود عدد كبير من الأفراد الذين أكملوا التعليم الثانوي. بينما يمثل حاملو الدراسات العليا نسبة صغيرة جداً من العينة (11.4%)، مما يعكس أن هذا المستوى التعليمي أقل شيوعاً بين الأفراد المدرجين في الدراسة.

توزيع أفراد العينة حسب متغير أقدمية التعامل مع المصرف:

الجدول رقم 10: توزيع أفراد عينة الدراسة أقدمية التعامل مع المصرف:

النسبة المئوية	التكرارات	الأقدمية
22.9%	8	أقل من سنة
48.6%	17	من سنة - 3 سنوات
8.6%	3	من 4 - 6 سنوات
20.0%	7	أكثر من 6 سنوات
100%	35	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS v22



توضح الأرقام أن نسبة كبيرة من العملاء لديها علاقات طويلة الأمد مع المصرف. فقط 22.9% من الأشخاص تعاملوا مع المصرف لأقل من سنة واحدة، في حين أن 48.6% تعاملوا معه لمدة تتراوح بين سنة وثلاث سنوات. ويشير النسب المتبقية إلى استمرار العلاقات لفترات أطول، حيث بلغت 8.6% لمدة 4-6 سنوات، و20% لأكثر من 6 سنوات.

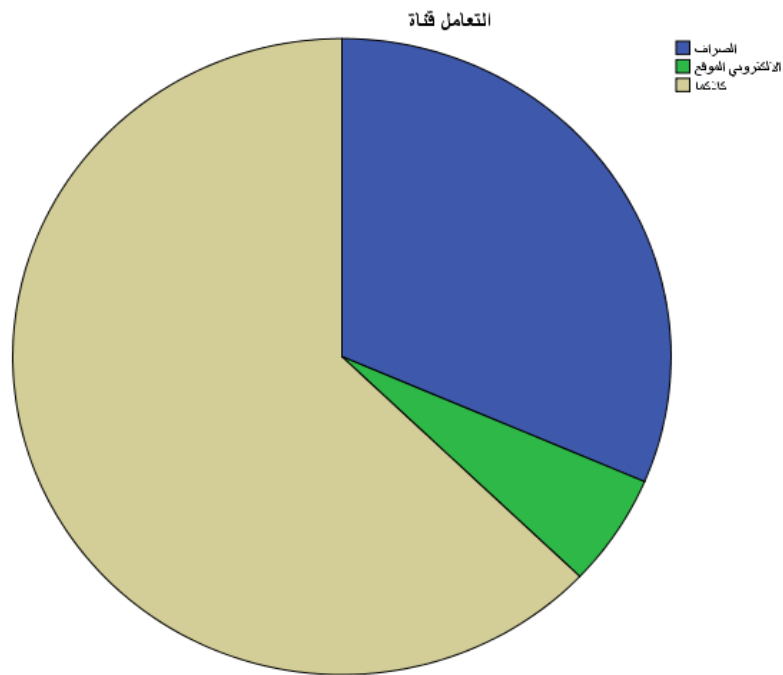
تظهر هذه الأرقام أن المصرف يحتفظ بنسبة كبيرة من عملائه لفترات طويلة، مما يعكس رضاهم العالي والثقة التي يتمتع بها المصرف في السوق.

القناة الإلكترونية المتعامل بها مع المصرف :

الجدول رقم 11: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير القناة الإلكترونية

النسبة المئوية	التكرارات	القناة الإلكترونية المتعامل بها
31.4%	11	الصرافات الآلية
5.7%	2	الموقع الإلكتروني
62.9%	22	كلاهما
100%	35	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS v22



تظهر البيانات أن 31.4% من الأشخاص يفضلون استخدام الصرافات الآلية لإتمام معاملاتهم المصرفية، بينما يفضل 5.7% استخدام الموقع الإلكتروني لنفس الغرض. ويبلغ إجمالي الأشخاص الذين يفضلون استخدام أي من هاتين الطريقتين 62.9%.

ثانياً: تحليل متغيرات الدراسة:

في هذا العنصر سوف نقوم بتحليل محاور الاستبيان بغية الإجابة على أسئلة البحث، حيث تم استخدام الإحصاء التحليلي باستخراج المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري على مقياس لكارتر (1-5) لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات الاستبيان.

جدول 12: سلم لكارتر الخماسي

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	سلم لكارتر
1,79-1	2,59-1,8	3,39-2,9	4,19-3,4	5-4,2	المتوسط الحسابي
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	درجة الموافقة

ولتحديد درجة الموافقة حددت ثلاث مستويات لتحديد درجة الموافقة هي: مرتفعة، متوسطة، ومنخفضة وبذلك تكون:

- الدرجة المنخفضة تأخذ القيمة من [2,33-1]
- الدرجة المتوسطة تأخذ القيمة من [3,66-2,33]
- الدرجة المرتفعة تأخذ القيمة من 3,67 [فأكثر]

تحليل عبارات المحور الاول تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المصرف

الجدول 13 : تقييم تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المصرف

رقم العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
01	7	2	4	18	4	3.42	1.15	موافق
02	1	11	4	16	3	3.22	1.18	متوسط
03	6	6	9	10	4	3.10	1.38	متوسط
04	4	4	7	13	7	3.43	1.21	موافق
05	8	8	5	12	2	3.23	1.42	متوسط
تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المصرف								
						3.32	1.11	متوسط

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS v22

تم قياس خمس عبارات تعكس تقنية المعلومات المستخدمة في المصرف، وقد تم تقديم المعدل الحسابي لكل عبارة والانحراف المعياري بالإضافة إلى درجة الموافقة. تبين أن المتوسط العام للمتوسطات الحسابية للعبارات الخمسة هو 3.32، مما يعكس درجة متوسطة من الموافقة بشكل عام. بالإجماع، يبدو أن

العينة بأكملها وافقت على العبارات بدرجات مختلفة، مما يظهر في الانحراف المعياري الذي بلغ 1.11، والذي يقيس مدى تشتت إجابات العملاء نسبة إلى المتوسط.

تحليل عبارات المحور الثاني جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في المصرف:

1. جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في المصرف من ناحية بعد الاعتمادية:

الجدول 14: تقييم جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في المصرف من ناحية بعد الاعتمادية

رقم العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
6	8	8	5	10	4	3.52	1.21	موافق
7	2	10	4	16	3	3.24	1.20	متوسط
8	5	5	9	12	4	3.15	1.40	متوسط
9	5	6	4	13	7	2.84	1.23	متوسط
10	9	10	9	5	2	3.35	1.44	متوسط
						3.38	1.14	متوسط

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS v22

يوضح الجدول 14 الوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة بالنسبة لعبارات التي تعكس بعد الاعتمادية. وجاء المعدل العام للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعبارات الخمس التي تحدد

تقييم جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في المصرف من ناحية بعد الاعتمادية فقدرت بـ (3.38)، مما يعكس درجة متوسطة من الموافقة وبإجماع أفراد العينة، كما يدل عليه الانحراف المعياري الذي قدر بـ (1.14)، والذي يقيس مقدار تشتت إجابات العملاء نسبة إلى الدرجة الوسطية.

2. جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في المصرف من ناحية الاستجابة

الجدول 15 : تقييم جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في المصرف من ناحية بعد الاستجابة

رقم العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
11	9	7	4	12	3	3.23	1.12	متوسط
12	9	5	4	14	3	3.53	1.18	موافق
13	5	5	9	12	4	2.75	1.11	متوسط
14	9	6	4	14	2	3.56	1.25	موافق
						3.31	1.12	متوسط

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS v22

يوضح الجدول 15 الوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة بالنسبة لكل العبارات التي بعد الاستجابة. وجاء المعدل العام للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعبارات الخمس التي تحدد

تقييم جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في المصرف من ناحية بعد الاستجابة فقدرت بـ (3.31)، مما يعكس درجة متوسطة من الموافقة وبإجماع أفراد العينة، كما يدل عليه الانحراف المعياري الذي قدر بـ (1.12)، والذي يقيس مقدار تشتت إجابات العملاء نسبة إلى الدرجة الوسطية.

3. جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في المصرف من ناحية بعد الأمان/الثقة:

الجدول 16 : تقييم جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في المصرف من ناحية بعد الأمان/الثقة

رقم العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
15	5	4	5	18	3	3.51	1.18	موافق
16	5	6	5	12	7	3.28	0.69	متوسط
17	2	5	12	13	3	2.83	1.12	متوسط
18	9	6	4	14	2	3.54	1.22	موافق
						3.43	1.23	متوسط
بعد الأمان/الثقة								

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS v22

يوضح الجدول 16 الوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة بالنسبة لكل العبارات التي بعد الأمان/الثقة. وجاء المعدل العام للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعبارات الخمس التي تحدد تقييم

جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في المصرف من ناحية بعد الأمان/الثقة فقدرت بـ (3.43)، مما يعكس درجة متوسطة من الموافقة و بإجماع أفراد العينة، كما يدل عليه الانحراف المعياري الذي قدر بـ (1.23)، والذي يقيس مقدار تشتت إجابات العملاء نسبة إلى الدرجة الوسطية.

4. جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في المصرف من ناحية بعد التعاطف:

الجدول 17 : تقييم جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في المصرف من ناحية بعد التعاطف

رقم العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
19	11	8	3	11	2	3.26	1.09	متوسط
20	2	8	6	10	9	3.45	1.25	موافق
21	8	10	9	5	3	2.65	0.72	متوسط
22	9	12	8	5	1	2.85	1.07	متوسط
	بعد التعاطف					3.33	1.13	متوسط

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS v22

يوضح الجدول 17 الوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة بالنسبة لكل العبارات التي بعد التعاطف. وجاء المعدل العام للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعبارات الخمس التي تحدد تقييم جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في المصرف من ناحية بعد التعاطف بـ (3.33)، مما يعكس درجة متوسطة

من الموافقة وياجتماع أفراد العينة، كما يدل عليه الانحراف المعياري الذي قدر بـ (1.13)، والذي يقيس مقدار تشتت إجابات العملاء نسبة إلى الدرجة الوسطية.

بعد عرض النتائج و التحليلات لكل محور و أبعاده نستنتج قبول كل من الفرضيات المتعلقة بأبعاد تكنولوجيا المعلومات بعد اختبارها ومن خلال النتائج المتحصل عليها حسب توجه آراء العينة تبين أن هناك أثر لتكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية بمختلف أبعادها الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الأمان/الثقة .

خلاصة الفصل

هدفت هذه الدراسة إلى تطبيق الدراسة النظرية على الجانب العملي، حيث قمنا بدراسة عينة من عملاء مصرف السلام ولاية بسكرة لفهم مدى رضاهم عن جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها المصرف.

أظهرت النتائج ما يلي:

- يتميز مصرف السلام لولاية بسكرة بتكنولوجيا معلومات حديثة تواكب التطورات في القطاع المصرفي الجزائري.
- يواجه المصرف تحديات في تطبيق تكنولوجيا المعلومات، مثل عدم توفر البنية التحتية الملائمة التي تمكنه من تقديم خدمات مصرفية جديدة وتطوير الخدمات الحالية.
- يدرك عملاء المصرف مدى أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين الخدمات المصرفية،
- بشكل عام، تبين النتائج أن تكنولوجيا المعلومات تلعب دورا كبيرا في تحسين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية وتلبية توقعات العملاء، على الرغم من التحديات التي تتعلق بالبنية التحتية.

خاتمة

في العصر الحديث، تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصال دورا محوريا في تطوير وتحسين مختلف القطاعات الاقتصادية، ومن بين هذه القطاعات، يعد القطاع المصرفي من أبرز المستفيدين من هذه التطورات. لقد شهدت السنوات الأخيرة تحولات جذرية في كيفية تقديم الخدمات المصرفية، وذلك بفضل الابتكارات التكنولوجية المتسارعة التي أدخلت تحسينات ملحوظة على جودة وكفاءة الخدمات المقدمة للعملاء.

تاريخيا، كان العملاء يترددون على الفروع المصرفية لإنجاز معاملاتهم، لكن مع تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أصبحت العديد من الخدمات المصرفية متاحة إلكترونيا، مما يوفر الوقت والجهد للعملاء ويعزز من تجربة المستخدم بشكل عام. من الخدمات المصرفية عبر الإنترنت إلى تطبيقات الهواتف الذكية وأجهزة الصراف الآلي المتقدمة، أصبحت المصارف أكثر قدرة على تلبية احتياجات عملائها بكفاءة ومرونة.

علاوة على ذلك، ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تعزيز الأمان والشفافية في العمليات المصرفية، من خلال تقنيات التشفير وحماية البيانات. هذا التطور التكنولوجي لم يقتصر فقط على تحسين الخدمات الحالية، بل فتح الباب أمام ابتكار خدمات جديدة تلي احتياجات السوق المتزايدة والمتنوعة.

في هذا السياق، هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمات المصرفية في بنك السلام لولاية بسكرة و كيف ساعدت هذه التقنيات في تحسين تجربة العملاء، وتطوير الخدمات المصرفية، وزيادة الكفاءة التشغيلية للمصارف.

بناء على النتائج النظرية التي تم عرضها في الدراسة، يمكننا تلخيصها كما يلي:

- توضح الدراسة أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تلعب دورا حيويا في تحسين جودة الخدمات المصرفية. تم تحديد أنواع مختلفة من التكنولوجيا المستخدمة في البنوك، مثل النظم المعلوماتية، والشبكات، والتطبيقات الإلكترونية، التي تساعد في تعزيز الأداء العام للمصارف وتحسين تجربة العملاء.

● بالإضافة إلى ذلك، تبين الدراسة أن الاستخدام المناسب لتكنولوجيا المعلومات يسهم في زيادة رضا العملاء وتحسين العلاقات بين المصارف وعملائها. فقد تم استعراض كيفية تأثير التكنولوجيا على جوانب مختلفة من جودة الخدمة مثل الاعتمادية، والأمان وسرعة الاستجابة و التعاطف.

بشكل عام، يبرز من الدراسة أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال ليست مجرد أداة داعمة بل هي عنصر أساسي يساعد في تحويل البنوك التقليدية إلى بنوك رقمية تقدم خدمات مبتكرة ومرنة تلي توقعات العملاء في العصر الرقمي الحديث.

في ضوء التحليلات التي تم الحصول عليها من دراسة التطبيقية، يمكن تلخيص النتائج كما يلي:

- تم قبول معظم الفرضيات بعد التحليلات التي تم طرحها في اول الدراسة.
- توضح النتائج أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تلعب دورا حاسما نوعاً ما في تحسين جودة الخدمات المصرفية في ظل غياب الثقافة المصرفية
- يوفر المصرف مجموعة من الخدمات المصرفية الإلكترونية والتي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات منها: الخدمات المصرفية عبر الصرافات الآلية.
- يقدم المصرف من خلال موقعه الإلكتروني عدد من الخدمات الإلكترونية في إطار ما يعرف بخدمة المصرف الإلكتروني والذي يسمح للعملاء التواصل مع المصرف.
- عملاء مصرف السلام يشعرون بالرضا على جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية بمختلف أبعادها بدرجة متوسطة عموماً مما يستدعي على المصرف ضرورة العمل على تحسين جودة خدماته أكثر.

التوصيات:

بناء على النتائج التطبيقية للدراسة، يمكن اقتراح التوصيات التالية للمصرف:

- ✓ ينصح المصرف بتحسين وتعزيز بنيته التحتية التكنولوجية لتكون أكثر جاهزية لدعم وتقديم الخدمات المصرفية الرقمية.

✓ ينبغي للمصرف تحسين تجربة العملاء من خلال توفير واجهات مستخدم مبسطة وسهلة الاستخدام للخدمات المصرفية الرقمية. يجب أن تكون هذه الواجهات متوافقة مع أجهزة مختلفة وتدعم التفاعل بين العميل والمصرف بشكل فعال.

✓ ينبغي على المصرف توفير تدريبات وتعليمات مستمرة للعملاء حول كيفية استخدام الخدمات المصرفية الرقمية بشكل صحيح وآمن. يمكن أن تساعد هذه الخطوة في تعزيز قبول التكنولوجيا الجديدة من قبل العملاء.

✓ ينبغي للمصرف الاستثمار المستمر في الابتكار التكنولوجي وتطبيق التقنيات الجديدة التي تحسن من جودة الخدمات المصرفية وتلبي تطلعات العملاء.

افاق الدراسة:

✓ تأثير تكنولوجيا المعلومات على الاعتمادية في الخدمات المصرفية الرقمية
✓ تحليل جودة الخدمة المصرفية وتأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال: دراسة استطلاعية في سوق الخدمات المالية بالجزائر

✓ أمان تكنولوجيا المعلومات وتأثيرها على اختيار الخدمات المصرفية: دراسة حالة في المصارف الجزائرية
✓ تكنولوجيا المعلومات ورضا العملاء في الخدمات المصرفية: مقارنة بين المصارف العالمية والمصارف الجزائرية

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

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



جامعة محمد خيضر - بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم والتسيير
عمادة الكلية

الرقم : 00303 / ل.ع.إ.ت.ع ت / 2024

إلى السيد مدير: بنك السلام
ولاية بسكرة

طلب مساعدة لاستكمال مذكرة التخرج

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

- 1- عزيز سميجة
- 2- دعاس ماجر
- 3- /

المسجلون بـ قسم العلوم التجارية

بالسنة: ثانياة ماستر تسويق مصرفي

وذلك لاستكمال الجانب الميداني لمذكرة التخرج المعنونة بـ:

"" أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمة المصرفية ""

وفي الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير.

بسكرة في: 2024-03-12

ع/ عميد الكلية



تأشيرة المؤسسة المستقبلة



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد عيسى - بسكرة -

معهد التعليم الاقتصادي والتجاري وعظيم الوعر

تحية طيبة وبعد :

يرجى منكم التكرم بالاجابة على الاسئلة التالية بتمعن بوضع الاشارة (X) التي تتفق مع رأيكم كمساعدة منكم لانجاح هذه الدراسة المبنوية ب: أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية -مصرف السلام-، كما نعلمكم بأن هذه البيانات سوف تستخدم لاغراض البحث العلمي فقط وستعامل بسرية تامة، شاكرين لكم سلفا حسن تعاونكم.

أولا : البيانات الشخصية:

	ذكر	الجنس
	أنثى	
	أقل من 30	العمر
	من 30 الى 39	
	من 40 الى 49	
	50 فأكثر	

	متوسط	المؤهل التعليمي
	ثانوي	
	جامعي	
	دراسات عليا	
	أقل من سنة	الاقدمية في التعامل
	من 1 الى 3 سنوات	
	من 4 الى 6 سنوات	
	أكثر من 6 سنوات	
	الصراف الالي	قناة التعامل
	الموقع الالكتروني	
	كلاهما	

ثانيا : محاور الامتثبات

الرقم	المحور الأول : تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المصرف	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	يوفر البنك وسائل وتقنيات تكنولوجية حديثة تحتاجها لتسهيل معاملتك المصرفية.					
2	يستخدم البنك برمجيات حاسوب حديثة و متطورة لتحسين جودة خدماته المقدمة للعملاء.					
3	يستغل البنك التطور التكنولوجي لزيادة فعالية الاتصال الدائم مع العملاء لضمان ولاعهم.					
4	يعتمد البنك في التواصل مع عملائه بالوسيلة التي تناسب العميل.					
5	يعمل البنك على تقديم الخدمات الالكترونية لعملائه وسميه لتجديدها دائما وفق التطورات الحديثة في عالم الصيرفة العالمية.					

الرقم	التحور الثاني: جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في المصرف	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
البعد الأول: الاعتمادية						
6	يوفر البنك ي الصرافات الآلية بكثرة على زيادة عملاء البنك					
7	تساعد البطاقات البنكية المعتمدة من البنك بتوفير خدمات متنوعة للعملاء					
8	توفر الصرافات الآلية للعملاء عدم التقيد بمواعيد العمل الرسمية للبنك					
9	يقدم الموقع الإلكتروني للبنك معلومات يتم تحديثها باستمرار					
10	يعتمد البنك على اصدار نشرات إلكترونية فيها كافة المعلومات المتعلقة بنشاطه					

البعد الثاني: الاستجابة						
11	يصلح البنك أعطاب الصرافات الآلية بسرعة					
12	يصلح البنك مشاكل المعاملات الإلكترونية بسرعة					
13	يرد البنك بسرعة على طلبات العملاء عن طريق البريد الإلكتروني					
14	تسرع الصرافات الآلية وقت الخدمة المصرفية					

البعد الثالث : الأمان/الثقة						
					الموقع الإلكتروني للبنك له سمعة جيدة	15
					لا أذكر خطورة عند تقديم المعلومات الشخصية عبر بريد أو موقع البنك	16
					لا يسيء البنك استخدام المعلومات الشخصية للعملاء	17
					أذكر بالثقة في الخدمات البنكية الإلكترونية التي يقدمها البنك	18
البعد الرابع : المعاملات						
					يوفر البنك ساعات عمل ملائمة للزبون	19
					يتعامل موظفون البنك بأسلوب جيد مع الزبون	20
					يضع البنك مصلحة الزبون في قمة اهتمامه	21
					يولي البنك رعاية خاصة و فردية لكل زبون على حدى	22

قائمة المراجع

- J. Doe .(2021). *The evolution of banking technolog*.
- إدريس قريصة صبحي. (1983). *النقود والبنوك والعلاقات الاقتصادية الدولية*. بيروت: دار النهضة العربية.
- حسن مسلم عبد الله. (2015). *إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات*. الاردن: دار المعتر للنشر و التوزيع.
- محمود شهاب مجدي. (1987). *النقود والبنوك والاقتصاد*. الرياض: دار المريخ للنشر.
- Avid, G. (1994). *Total Quality*. NewYork: ,Mac Millan College Publishing.
- kan Sanders .(2007). *The Benefits of using e-business technology* .the supplier perspective .Journal of Business Logistics
- kotler , p., & bernard, d. (2000). *marketing management*. paris: pupilunion, ١٠ émé éditions.
- أثير أنور شريف، و كامل عودة. (2019). *دور تكنولوجيا المعلومات في الاداء الوظيفي*. مجلة العلوم الاقتصادية والادارية.
- إياد شوكت منصور. (2008). *إدارة خدمة العملاء الطبعة الأولى*. عمان: دار كنوز المعرفة العلمية.
- بشير كاوجة. (2013). *دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية*. الجزائر: رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية جامعة ورقلة، جعفر الجزائر. (2007). *البنوك في العالم*. دار النفائس للنشر.
- حميد الطائي. (2006). *الأسس العلمية للتسويق الحديث*. الاردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- رعد حسن الصرف. (2007). *عولمة جودة الخدمة المصرفية*. عمان: مؤسسة الوراق للنشر ودار التواصل العربي.
- زينب عوض الله. (2005). *اساسيات الاقتصاد النقدي والمصرفي*. منشورات الحلبي الحقوقية.
- سعاد بومائلة ، و بوباكور فارس . (2004). *أثر تكنولوجيا الحديثة للإعلام و الاتصال في المؤسسة الاقتصادية*. مجلة الاقتصاد والمناجمنت.
- شاكر القزويني. (1989). *محاضرات في اقتصاد البنوك*. ديوان المطبوعات الجامعية.
- ضياء مجيد الموساوي . (1993). *الاقتصاد النقدي*. الجزائر: دار الفكر.
- طارق طه. (2000). *ادارة البنوك و نظم المعلومات المصرفية*. الاسكندرية: دار الكتب.
- عبد الحميد بسيوني. (2008). *الحماية من مخاطر الانترنت*. القاهرة: دار الكتب العلمية.
- عبد العزيز نبعة. (2005). *تسويق الخدمات المتخصصة*. دار الوراق للنشر والتوزيع الأردن.

- عبد الناصر علك. (2013). نظم المعلومات الإدارية بالتركيز على وظائف المنظمة. الاردن: دار غيداء للنشر.
- فريد كورتل. (2009). تسويق الخدمات. عمان: دار كنوز المعرفة العلمية للنشر.
- فلاح حسن الحسيني. (2000). إدارة البنوك. عمان: دار وائل للنشر.
- مأمون سليمان الدرداكة. (2006). إدارة الجودة الشاملة و خدمة العملاء. الاردن: دار الصفاء للنشر او لتوزيع.
- محمد الصيرفي. (2009). إدارة تكنولوجيا المعلومات. مصر: دار الفكر الجامعي.
- محمد باوني. (2001). العمل المصرفي وحكمه الشرعي. جامعة منتوري قسنطينة.
- محمد عبد الخالق. (2010). الادارة المالية والمصرفية. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- محمد عبد العظيم. (2008). التسويق المتقدم. الاسكندرية: الدار الجامعية.
- محمد عبد المحسن توفيق . (2004). قياس الجودة والقياس المقارن، أساليب حديثة في المعايرة والقياس. القاهرة: دار الفكر العربي.
- محمد محمود الخالدي. (2007). التكنولوجيا الالكترونية. عمان: دار كنوز المعرفة.
- محمد مسعي محي . (1999). ظاهرة العولمة بين الأوهام والحقائق. القاهرة: مطبعة الشعاع.
- محمود حسن الهواسي، و حيدر شاكر البرزنجي. (2017). تكنولوجيا وأنظمة المعلومات في المنظمات المعاصرة. بغداد: السيسان للطباعة والنشر والتوزيع.
- محمود عفيفي . (2004). التطورات الحديثة في تكنولوجيا المعلومات. القاهرة: دار الثقافة لنشر والتوزيع،.
- نجم عبد الله الحميدي. (2005). نظم المعلوماتية الادارية. عمان: دار وائل.
- هاني حامد الظمور. (2002). تسويق الخدمات. الاردن: دار وائل للنشر.