

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم الاقتصادية



عنوان الموضوع :

**دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين جودة
الخدمات المصرفية
دراسة حالة بنك الخليج الجزائر - وكالة بسكرة -**

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية
تخصص : مالية واقتصاد دولي

تحت إشراف الأستاذ :

- فريد عبدة

من إعداد الطالب :

- محمد العيد قدور

السنة الجامعية : 2015/2014

الشكر و العرفان

إلى السيد المشرف : فريد عبة الذي صبر معي
طول إنجاز هذا البحث.

إلى كل الأساتذة الذين لقنوني العلم طول سنوات الدراسة
إلى كل عمال المكتبة التي قضيت فيها معظم أوقات
الدراسة

الإهداء

إلى الوالدين الكريمين

إلى زوجتي و أبنائي محبي و وسيم

إلى أخوتي و أخواتي

إلى كل أصدقائي و زملائي

أهدي هذا العمل

مقدمة :

يعيش العالم اليوم ثورة تكنولوجية لم يسبق لها مثيل، فالعصر الذي نعيش فيه يستحق تسميته بعصر تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث حققت نهضة اقتصادية مست جميع القطاعات الصناعية والتجارية والخدمية.

ومن بين أهم هذه الخدمات نجد الخدمات المصرفية التي استفادت من تكنولوجيا المعلومات والاتصال بزيادة ربحيتها وحصصها المصرفية باستخدام المزيد من أدوات الصيرفة الالكترونية.

ومع تسارع التقدم العلمي والتطور التكنولوجي، يشهد القطاع المصرفي في كافة دول العالم تحولات ملحوظة في السنوات الأخيرة.

وواكب هذا التطور زيادة الاهتمام بالجمهور العام بما يقدمه الجهاز المصرفي من خدمات جديدة ومتنوعة.

ومن أجل الوفاء بطلبات العملاء وحاجاتهم من الخدمات المصرفية وبغية جذب أكبر شريحة منهم تحاول المصارف تقديم الأفضل لعملائها باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العمل المصرفي.

وقد أصبح استخدام التكنولوجيا الحديثة عنصرا ملازما للعمل المصرفي لما توفره من فعالية في العمل، وسرعة في الانجاز، ووفرة في المعلومات عن العملاء، والأسواق والقدرة على تطوير المنتجات الجديدة وإيصالها إلى العملاء في أي مكان كانوا وفي أي وقت أرادوا.

الإشكالية :

وعليه يمكن صياغة إشكالية البحث كما يلي :

ما هو دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين جودة الخدمات المصرفية ؟

التساؤلات الفرعية :

يمكن تقسيم هذه الإشكالية إلى عدة تساؤلات فرعية وهي:

- 1 ما هو مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال؟
- 2 ماذا نقصد بجودة الخدمات المصرفية وما هي عناصرها؟
- 3 هل تساعد تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين جودة الخدمات المصرفية ؟
- 4 ما مدى تطبيق تكنولوجيا الإعلام والاتصال في البنوك الجزائرية ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية؟

الفرضيات :

لغرض الإجابة عن التساؤلات الفرعية السابقة يمكن صياغة الفرضيات التالية:

- 1 توجد علاقة مباشرة بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال والخدمات المصرفية وذلك بتأثرها المباشر بالمعاملات الالكترونية.
- 2 تساعد تكنولوجيا الإعلام والاتصال على تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال تطوير وسرعة تقديم الخدمات المصرفية وتحقيق الفعالية الاشباعية.
- 3 تكنولوجيا الإعلام والاتصال من ضروريات الخدمة المصرفية والتي لا تكتمل إلا بها، من خلال الصيرفة الالكترونية.
- 4 تعاني الصيرفة الالكترونية في الجزائر من العديد من الصعوبات في تطبيقها.

أهمية الدراسة :

يكتسي موضوع الدراسة أهمية بالغة نظرا للتحديات الكبيرة التي يواجهها القطاع المصرفي الجزائري في ظل الانفتاح والتحرر المالي الذي فرضه النظام الاقتصادي الحالي، بالإضافة إلى تغير نشاط البنوك التجارية من بنوك ودائع ومنح الائتمان إلى تقديم خدمات مصرفية متنوعة ومتطورة تعتمد على تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والتي أفرزت نمو كبير ومتسارع في أنظمة التمويل والدفع الإلكترونية.

أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية :

- 1 إبراز الآثار الإيجابية والسلبية لتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك التجارية.
- 2 إبراز أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين جودة الخدمات المصرفية.
- 3 إبراز أهمية رضا الزبون وحاجياته كأحد أهم متطلبات الاهتمام بجودة الخدمات المصرفية وتطبيقاتها.
- 4 إبراز التحديات المستقبلية للبنوك التجارية الجزائرية في ظل الانفتاح الاقتصادي من خلال المقارنة مع الخدمات المصرفية المتطورة التي تقدمها البنوك الأجنبية.

دوافع الدراسة :

هناك دوافع ذاتية ودوافع موضوعية لاختيار هذا البحث.

الدوافع الذاتية: منذ سنوات وهذا الموضوع يثير اهتمام الباحث بغرض معرفة آخر تطورات التكنولوجيا في عالم البنوك وآخر منتجات الصيرفة الالكترونية.

الدوافع الموضوعية: يعتبر هذا الموضوع ميدان تخصصي في شفه المالي كما يتم التعرف على كل الطرق والتقنيات والتعاملات المتطورة والتعامل بها دوليا.

منهج الدراسة :

لإعطاء الدراسة صفة الموضوعية وتوافق مع طبيعتها وسعي للإجابة عن مشكلتها وتساؤلاتها، ثم الاعتماد على **المنهج الوصفي التحليلي** لكونه الأنسب للدراسة من خلال وصف وتحليل دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات المصرفية، بالإضافة إلى استخدام تقنيتي **الملاحظة** خلال الزيارة الميدانية لمبني البنك وداخله، وتقنية **الاستبيان** وتحليله بواسطة برنامج SPSS لغرض تحديد مدى الارتباط بين متغيري الدراسة.

الدراسات السابقة :

1 بحث لـ: شايب محمد، بعنوان أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية الجزائرية- مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة فرحات عباس ،سطيف، 2006 /2007.

وكان الهدف من هذه الدراسة: قياس أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية الجزائرية.

وخلصت الدراسة إلى أن هناك علاقة تفاعلية كبيرة بين التكنولوجيا ونشاط البنك وخاصة في وظيفة الإنتاج وتوزيع الخدمات المصرفية.

2 بحث لـ: هدى جبلي، بعنوان قياس جودة الخدمة المصرفية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير جامعة منتوري ، قسنطينة، سنة 2010

وكان الهدف من الدراسة هي قياس وتقييم جودة الخدمات المصرفية، وتحديد نقاط القوة والضعف فيها والعمل على تطويرها وتحسينها.

وخلصت الدراسة على التأكيد على الدور الذي تلعبه نماذج قياس جودة الخدمة في الوقوف على مكامن التطوير والتحسين فيها، كما بينت أن رضا العميل عن الخدمات المقدمة إليه هو أساس استمرار التعامل مع البنك وزيادة ولائه.

هيكل الدراسة :

لغرض الإحاطة الكاملة بالإشكالية والإجابة على التساؤلات الواردة سنقوم بتقسيم البحث إلى فصلين نظريين وفصل ثالث تطبيقي.

حيث سنتناول في الفصل الأول: موضوع تكنولوجيا الإعلام و الاتصال، أنواعها، خصائصها و مميزاتها.

و في الفصل الثاني ، سنتناول موضوع جودة الخدمات المصرفية حيث سنتطرق إلى مفهوم الخدمة المصرفية ، تعريفها و خصائصها ثم جودة الخدمات المصرفية أبعادها و عناصرها و في الأخير الصرفة الالكترونية أشكالها ، مميزاتها و أهدافها.

أما الفصل الثالث ، فيخصص للعمل الميداني ، وذلك بتقديم بنك الخليج وكالة بسكرة و الخدمات المقدمة بها ثم نتائج الاستبيان الذي وزع على زبائن البنك.

الفصل الأول

الإطار النظري لتكنولوجيا

الإعلام والاتصال

تمهيد:

تعتبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال واحدة من المجالات التي انتقلت بسرعة من المجال العلمي البحت إلى عالم الحياة اليومية، حيث أصبحت حياتنا المعاصرة تعجّ بمجموعة من الأدوات والأجهزة ذات الطابع الإلكتروني والتي أصبحت حيوية الاستخدام في مجال استقبال وجمع وتخزين ومعالجة وتوزيع البيانات. وسنركز خلال هذا الفصل على عرض عيّنة من مختلف التطبيقات التكنولوجية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وخاصة المستعملة في الخدمات المصرفية من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول : مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال

المبحث الثاني : مكونات تكنولوجيا الإعلام والاتصال

المبحث الثالث : وظائف وأثر تكنولوجيا الاعلام والاتصال

المبحث الأول : مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال

لقد انتشرت تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في جميع المجالات بغرض تحسين أداء العمل و زيادة كفاءة الأعمال و سرعتها ، و بزيادة انتشار و استخدام ، و ازدادت الحاجة لتبادل المعلومات و الابتكارات.

المطلب الأول : تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال

الفرع الأول : تعريف التكنولوجيا:

إنّ أوّل ظهور لمصطلح "التكنولوجيا" "technologie" كان في ألمانيا عام 1770 وهو مركب من مقطعين "techno" وتعني في اللغة اليونانية "فن" أو صناعة يدوية و"logy" تعني "علم أو نظرية" وليس لديها مقابل أصيل في اللغة العربية بل عربت بنسخ لفظها حرفياً "تكنولوجيا" "technologie" - .
كما أنها تعرف بالإبداع والابتكار بالإضافة إلى الاقتباس والاستيعاب، فالتكنولوجيا عبارة عن جميع الاختراعات والإبداعات اللازمة لعملية التطور الاقتصادي والاجتماعي، والتي تتم من خلال مراحل النمو المختلفة.

يرى الأستاذ ليتل (Littre) في قاموسه الصادر سنة 1876 " إن اصطلاح التكنولوجيا تعني تفسير الألفاظ الخالصة للفنون والمهن العديدة.¹

أ - اصطلاحاً :

هي مجموعة النظم والقواعد التطبيقية وأساليب العمل التي تستقر لتطبيق المعطيات المستخدمة لبحوث ودراسات مبتكرة في مجال الإنتاج والخدمات كونها التطبيق المنظم للمعرفة والخبرات المكتبية والتي تمثل مجموعة الرسائل والأساليب الفنية التي يستخدمها الانسان في مختلف نواحي حياته العلمية وبالتالي فهي مركب قوامه المعدات والمعرفة الإنسانية.

أما المفهوم الحديث للتكنولوجيا فيشمل الإبداع والخلق بالإضافة إلى الاقتباس والاستيعاب فالتكنولوجيا عبارة عن جميع الإجراءات والإبداعات اللازمة لعملية التطور الاقتصادي والاجتماعي والتي من خلال مراحل النمو المختلفة.

وهناك عدة تعاريف أخرى للتكنولوجيا :

تعريف (1) : الجهد المنظم الرامي لاستخدام البحث العلمي في أساليب أداة العمليات الانتاجية بالمعنى الواسع الذي يشمل الخدمات والأنشطة الإدارية والتنظيمية والاجتماعية، وذلك بهدف التوصل إلى أساليب جديدة يفترض أنه أجدى للمجتمع.²

تعريف (2) : مجموعة من التقنيات المتسلسلة لا نتاج مصنوع بطريقة آلية متطورة.³

1- فضيل دليو "تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديد"، دار هومة الجزائر، 2014، ص 13

2- جمال محمد أبو شنب، العلم والتكنولوجيا والمجتمع، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2004، ص 28.

3- محمد محسن، التسيير الاقتصادي للمؤسسات، منشور الساحل، الجزائر 2001، ص 83.

تعريف (3) : هو حصيلة التفاعل بين الانسان والطبيعة، تلك الحصيلة التي تزيد من كفاءة هذا التفاعل بهدف زيادة الانتاج أو تحسين نوعه أو تقليل الجهد المبذول.¹

ومما سبق يمكن القول أن التكنولوجيا هي الأدوات والوسائل التي يستعين بها الإنسان في حياته وعمله لإكمال قواه، وقدراته لتلبية وتسهيل حاجاته اليومية الاجتماعية والوظيفية.

الفرع الثاني : مفهوم الإعلام : (L'information)

ويعرف بأنه العملية التي يترتب عنها نشر الأخبار و المعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية ، والارتقاء بمستوى الرأي، ويقوم الإعلام على التتوير والتتقيف، مستخدماً أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي.

- الفرع الثالث: مفهوم الاتصال : Communication :

هو العملية أو الطريقة التي يتم عن طريقها انتقال المعرفة من شخص إلى آخر حتى تصبح مشاعاً بينهما وتؤدي إلى التفاهم بين هذين الشخصين أو أكثر، وبذلك يصبح لهذه العملية عناصر ومكونات واتجاه تسير فيه واتجاه تسعى إلى تحقيقه ومجال تعمل فيه ويؤثر فيها.

وهناك العديد من التعاريف المختلفة:

تعريف (1) : فرويد بروكر Floyd Broker الاتصال على أنه (عملية نقل فكرة أو مهارة أو حكمة من شخص لآخر.²

تعريف(2) : تعرّفه المنظمّتين "الأمم المتّحدة" و" التّعاون والتّنمية الاقتصاديّة بأنّه عبارة عن وسائل إلكترونيّة تنقل وتخزّن وتعالج وتنتشر المعلومات-³.

تعريف (3) : هي نقل المعلومات عن طريق الشبكات أو الأقمار الصناعية بواسطة الحاسبات والفاكس والهاتف والتلفاز... ذلك بسرعة فائقة وبأحجام كبيرة ويمكن تخزينها ونقلها واسترجاعها.⁴

من خلال ما سبق يمكن القول أن الاتصال هو عملية تقوم على الارسال والاستقبال بين طرفين أو أكثر ، والغرض منها إيصال الرسالة و خلق التفاعل بين المرسل والمستقبل على أساس مضمون ومحتوى الرسالة.

¹ - قرين على، هبال عبد الستار، تسيير الموارد التكنولوجية و تطوير الإبداع التكنولوجي في المؤسسة ، في الملتقى الدولي حول المعرفة الركيزة الجديدة والتحدي للمؤسسات " والاقتصاديات " ، جامعة محد خيضر بسكرة ، نوفمبر 2005 ، ص 76.

² - محمد سيد فهمي، تكنولوجيا الاتصال " في الخدمة الاجتماعية" ، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2006 ، ص 23.

³- فضيل دليو، مرجع سابق ،ص16.

⁴ - أمل عمر بسيم الرفاعي، معجم مصطلحات إدارة الأعمال، دار شعاع ، ص 537.

الفرع الرابع : تكنولوجيا الاتصال والإعلام :

هي مجموعة من التقنيات والأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الاعلامي والاتصالي الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو الجمعي أو التنظيمي أو الواسطي، أو المصورة، المرسومة أو الرقمية من خلال الحاسبات الإلكترونية أو الكهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور.

ولقد عرفت تكنولوجيا الإعلام والاتصال بعدة تعاريف منها :

أولاً: تعريف (1) :

الأدوات والوسائل التي تستخدم لأغراض عملية تطبيقية والتي يستعين بها الإنسان في عمله لإكمال قواه وقدراته وتلبية تلك الحاجيات التي تظهر في إطار ظروفه الاجتماعية ومراحلها التاريخية¹.

ثانياً: تعريف (2) :

تعرفه المنظمين "الأمم المتحدة" و"التعاون والتنمية الاقتصادية بأنه عبارة عن وسائل إلكترونية تنقل وتخزن وتعالج وتنشر المعلومات².

ثالثاً: تعريف (3) :

هي مجموعة الآلات أو الأجهزة أو الوسائل التي تساعد على إنتاج المعلومات وتوزيعها واسترجاعها وعرضها.

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال هي مجموعة من الوسائل الإلكترونية والأدوات والبرامج والشبكات التي تساعد على نقل وتخزين ومعالجة ونشر واسترجاع المعلومات.

المطلب الثاني : خصائص وأسباب تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال

الفرع الأول : خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال

حسب المفكر "ألفرد توفلر" بأن هناك جملة من الخصائص تتميز بها تكنولوجيا الإعلام والاتصال وهي³:

1. التفاعلية :

أي أن المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مستقبلاً ومرسلاً في نفس الوقت، فالمشاركون في عملية الاتصال يستطيعون تبادل الأدوار مما يسمح بخلق نوع من التفاعل بين الأشخاص والمؤسسات وباقي الجماعات وبإدخال مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل المشاركين بدلاً من المصادر، الممارسة الثنائية والتبادل.

¹ -محمد الفاتح حمدي، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة ، كنوز الحكمة، الجزائر 2010، ص2.

² -فضيل دليو، مرجع سابق، ص16.

³ -جمال سالم، "الاقتصاد الدولي وعولمة اقتصاد"، اقتصاد المعرفة، دار العلوم، الجزائر، 2010، ص39.

2. اللّاتزامنيّة :

وتعني إمكانية استقبال الرّسالة في أي وقت يناسب المستخدم فالمشاركون غير مطالبين باستخدام النّظام في الوقت نفسه، ففي البريد الإلكترونيّ مثلا نجد الرّسالة مباشرة من المنتج إلى المستقبل، دونما حاجة لتواجد هذا الأخير أثناء العمليّة وقد يسترجعها فيما بعد.

3. اللّامركزيّة :

تسمح هذه الخاصيّة باستقلاليّة هذه التّكنولوجيّات فالإنترنت مثلا تتمتع باستمراريّة عملها في كلّ الأحوال، فلا يمكن لأيّ جهة أن تعطلّ الإنترنت على مستوى العالم كلّ، إذ ليس هناك عقدة واحدة أو كمبيوتر واحد يتحكّم فيما، فقد تتعطلّ عقدة واحدة أو أكثر دون تعريض الأنترنت بمجملها للخطر، ودون أن تتوقف الاتّصالات عبرها.

4. الشّيوع والانتشار :

هو قابليّة هذه الشّبكة للتّوسّع لتشمل أكثر فأكثر مساحات غير محدودة من العالم، بحيث تكتسب المنهجيّ لنظامها المرن-.

5. قابليّة التّوصيل "connectivité" :

وتعني إمكانية الرّبط بين الأجهزة الاتّصالات متنوّعة الصّنع، أي بغضّ النظر عن الشّركة أو البلد الذي تمّ فيه الصّنع.

6. اللّاجماهيريّة :

وتعني إمكانية توجيه الرّسالة الاتّصاليّة إلى فرد واحد أو جماعة معينة بدل توجيهها بالضرّورة إلى جماهير ضخمة.

7. العالميّة والكونيّة :

وهو دور المحيط الذي تنشط فيه هذه التّكنولوجيا حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلف ومعدّد تنتشر عبر مختلف مناطق العالم وهي تسمح لرأس المال بأن يتدفق إلكترونيّا.

8. القابليّة الحركيّة :

تعني أن هناك وسائل اتّصاليّة كثر يمكن لمستخدميها الاستفادة منها في الاتّصال من أي مكان ثمّ نقلها إلى آخر حركته مثل الهاتف النّقال والتّليفون المدمج ساعة اليد وحاسب نّقال مزور بطابعة، كما تعني إمكانية نقل المعلومات من مكان إلى آخر بكلّ يسير وسهولة.

9. قابليّة التّحويل :

وهي قدرة وسائل الاتّصال على نقل المعلومات والعكس، كما هو الحال في أنظمة التّليتكست، التي تقدّم خدمات ورسائل مطبوعة على شاشات التّلفزيون تلبية بالتّعدد والتنوّع يبرز هذا أيضا في أنظمة الدّبلجة والترّجمة للمواد المرئيّة كما هو الحال في بعض المحطّات التّلفزيونيّة.

10. التدويل أو الكونية والعالمية :

التطور المتسارع في هذه التكنولوجيا في اتجاه اختصار عامل المسافة والزمن هذا التطور بلغ من الأهمية في الحقب الأخيرة إلى حد أن أطلق البعض على الكرة الأرضية التي تعيش عليها وصف القرية العالمية كناية عن القدرة الهائلة التي تتيحها تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال نقل وتبادل المعلومات تبين مختلف أجزاء العالم الآن واللحظة إنه بوجود وسائل الإعلام.

لم يعدّ التفاعل على أرض واحد هو الباعث الأول للتجمع بل أصبح التفاعل يتم عبر تكنولوجيا ووسائط المعلومات والإعلام متخطيا الحدود الجغرافية عابرا فوق الحدود الوطنية.

11. التعقيد وكثافة الاستخدام :

تكنولوجيا الاتصال وبالذات المقدمة منها تتسم بكثافة استخدام رأس المال والتعقيد الشديد وارتفاع التكلفة ولكل ذلك تأخذ صبغة احتكارية حيث تتركز عادة في أيدي بناء القوة والنفوذ السائد في المجتمع.

12. التوجه نحو التصغير :

تتجه الوسائل الجماهيرية في ظل الثورة إلى وسائل وسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان إلى آخر وبالشكل الذي يتلاءم وظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل والتحرك عكس مستهلك العقود الماضية التي التي بالسكون والثابت ومن الأمثلة الجديدة ومن هذه الوسائل الجديدة، الهاتف النقال، الحاسوب النقال، وبطابعة إلكترونية.

13. الاحتكارية وسيطرة قلة قليلة عليها:

إن صناعة هذه التكنولوجيا تتسم بالتركيز الشديد حاليا في عدد محدود من الدول الصناعية الكبرى ومن الشركات العالمية متعددة الجنسيات ويؤدي هذا التركيز إلى سيطرة المطلقة لهذه الشركات الاحتكارية في عملية التسويق وإدارة استخدامها وصيانتها¹.

الفرع الثاني : أسباب تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال :

إن كثرة الرغبات والحاجات الأفراد و الجماعات والمؤسسات الملحقة هي التي ساعدت على تطوير

تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومن بين هذه الأسباب : 2

1 -الرغبة في الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات بشكل فوري نتيجة عوامل المنافسة في السوق الرأسمالي.

2 -الحاجة إلى توفير قنوات الاتصال الفوري مع الوحدات التابعة لمركز العمل في أماكن جغرافية بعيدة.

¹-محمد الفاتح حمدي، مرجع سابق، ص ص 8 - 10.

²- نفس المرجع، ص 21.

- 3- الرغبة في الحصول على خدمات سريعة مثل شراء السلع والبضائع والتعامل مع المصارف و دفع الفواتير المستحقة.
- 4- الرغبة في التعرف على نظم البيئة و مراقبة تغيراتها والتحكم في الجوانب الأمنية.
- 5- الانتشار الواسع للخدمات التليفزيونية وتعدد أشكالها مثل التليفزيون الرقمي والتفاعلي والتوسع في حجم شاشة الاستقبال.
- 6- الرغبة في نقل الرسائل بسرعة تواكب حركة المجتمع باستخدام وسائل جديدة مثل البريد الالكتروني وتخزين الصور والفاكس السريع.

المبحث الثاني : مكونات تكنولوجيا الإعلام والاتصال :

تشمل مكونات تكنولوجيا الإعلام والاتصال ما يلي:

- شبكات الإعلام والاتصال

- أجهزة وعتاد الإعلام والاتصال

المطلب الأول : شبكات الإعلام والاتصال :

تعتبر الشبكات شريان الأعمال الحديثة فهي أساس تبادل الاتصالات داخل المؤسسة وخارجها

وستتعرف عليها كالتالي :

أولا : شبكة الاتصالات الداخلية " intranet "

هي شبكة المؤسسة الخاصة التي تستخدم تكنولوجيات الإنترنت من تصفحات البحث وبروتوكولات

الإنترنت لتبادل المعلومات والاستخدام المشترك لقاعدة ومستودع البيانات في المؤسسة وهي مصممة لتلبية

احتياجات العاملين من المعلومات الداخلية أو من أجل تبادل البيانات والمعلومات عن عمليات وأنشطة

المؤسسات التي يتم تنفيذها من مقرر المؤسسة أو في فروعها ووحدات أعمالها الاستراتيجية بهدف دعم

المؤسسات عموديا وأفقيا وتتم الاتصالات ضمن هذه الشبكة وفق قواعد مدرجة من طرف المؤسسة المعنية

بحيث لا يتمكن الأشخاص من غير العاملين من غير العاملين من الدخول إلى مواقع الشبكة، لكن قد تسمح

المؤسسة بإعطاء موافقة لمجموعة خاصة من المستفيدين مثل الموردين أو العملاء المهمين لاستخدام موارد

الشبكة، وباستخدام نظم الحماية والسيطرة وتقنيات الرقابة والمحافظة على موارد المؤسسة من المعلومات

المرتبطة بأنشطتها مثل تقنيات الحماية "بجدار النار" تستطيع المؤسسة ضمان الاستخدام الشرعي للشبكة.

كما تقدم الإنترنت نظام البريد الإلكتروني والتواصل عن بعد وأدوات التشارك الجماعي وأنظمة تقاسم

برمجيات التطبيق بما يمكن المؤسسة من العمل كوحدة واحدة وهناك عدة مزايا للشبكة الداخلية أهمها :¹

✓ إثراء بيئة المعلومات في المؤسسة التي تقاسمها بشكل فوري، والاستجابة الفورية لها من قبل

جميع وظائف و أقسام المؤسسة والعاملين فيها.

✓ حفظ تكلفة توزيع المعلومات.

✓ إمكانية استخدام الشبكة في تكوين الفرق الافتراضية وكذلك عقد المؤسسات الافتراضية بين

العاملين مهما كانت مواقع انتشارهم الجغرافي.

ثانيا : شبكة الاتصالات الخارجية الإكسترنات " extranet "

على عكس شبكة الإنترنت التي تقوم بتجهيز العاملين داخل المؤسسة باحتياجاتهم من المعلومات فإن

شبكة الإكسترنات هي شبكة المؤسسة الخاصة التي تستند إلى تقنيات الأنترنت المهمة لتلبية احتياجات

¹حنان جودي، أهمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر ، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، جامعة محمد خيضر بسكرة ، السنة 2009 ، ص105.

المستفيدين من خارج المؤسسة مثل البائعين ،الموزعين ،العملاء ،حملة الأسهم..إلخ ، ولكن ضمن نطاق محدود بنوع العلامة التي تريدها المؤسسة تستخدم في شبكة الإكسترنات تقنيات الحماية.

ويتطلب الدخول إليها استخدام كلمة المرور ،ذلك لأنها غير موجهة إلى الجمهور العام ومن الناحية العملية تحدد المؤسسة التي تملك شبكة إكسترنات الأفراد الذين يسمح لهم بالدخول إلى الشبكة ونوع الدخول المسموح به لتمكينهم من تقاسم قواعد ومستودعات بيانات المؤسسة من أجل المساهمة في تطوير أعمالها. وتستخدم المؤسسات الشبكة الخارجية للأغراض التالية :¹

- تبادل الحجم الكبير من البيانات بين أطرافها المشاركة.
- تقاسم أدلة وخصائص بين الأطراف المشاركة.
- التشارك مع المؤسسات الأخرى فيما يتعلق بالمشروعات والأنشطة بتطوير واستخدام برامج تدريب مع المؤسسات الأخرى.
- تقاسم الأخبار والاهتمامات المشتركة مع المؤسسات الأخرى

ثالثا : الإنترنت

I- تعريف الانترنت:

يقول العالمان الأمريكان كلي هاراكاداي وبات ماكزوجر Pat macreyoh et Clee hara cady في الإجابة على هذا السؤال حول ماهية الانترنت ليست هناك إجابة موحدة على هذا السؤال، لأن الانترنت شئ مختلف بالنسبة لنا ويعرف أيضا كما يلي:²

- 1 -إنها مجموعة من الحاسبات الآلية تتحدث عبر الألياف الضوئية وخطوط التليفون ووصلات الأقمار الصناعية و غيرها من الوسائل.
- 2 -أنها مكان يستطيع فيه التحدث إلى أصدقائك و افراد أسرته المنتشرين حول العالم.
- 3 -هي مكان تقدم فيه الأبحاث التي تحتاج إليها في رسالتك الجامعية أو أعمالك التجارية.
- 4 -هي فرص تجارية غير محدودة.
- 5 -هي منجم من الذهب يضم أصحاب الكفاءات في جميع الميادين و هم يتقاسمون المعلومات عن مجالات عملهم.
- 6 -هي مئات من المكتبات و الأرشيف التي تفتح بمجرد لمسك لها.

والإنترنت لغة : مشتقة من شبكة المعلومات الدولية اختصارا للاسم الانجليزي International net work وتطلق عليها تسميات منها شبكة النت The net أو الشبكة العالمية Word net أو الشبكة المعلوماتية.

¹ - حنان جودي ، مرجع سابق ، ص 106.

² - رضوان بلخيري ، مدخل إلى الاعلام الجديد ، المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، دار جسر ، ص ص 63 ، 64 .

أما اصطلاحاً : يعرفها نايل الخشبي (هي شبكة من الحواسيب الإلكترونية المرتبطة ببعضها عبر خطوط خاصة بنقل المعطيات)¹.

وعرفها البعض بأنها دائرة المعارف العملاقة حيث يمكن من خلالها الحصول على معلومات حول أي موضوع في شكل نص مكتوب أو مرسوم أو صورة أو خرائط، ويمكن من خلالها أيضاً التراسل عن طريق البريد الإلكتروني.

وكتعريف شامل يمكن القول بأن الانترنت هي مجموعة من الحاسبات المرتبطة ببعضها البعض في مختلف أنحاء العالم، يمكن بواسطتها نقل المعلومات و تبادلها من عدد غير محدود من المرسلين إلى عدد غير محدود من المستقبلين ، بحيث يمكن للمستخدم لها الدخول إليها من لأي مكان و في أي وقت. لقد كان النموذج الأول للانترنت يتكون من أربعة أجهزة حاسوب وتم تركيبها في أربعة مراكز علمية هي :

- جامعة يوتاه UTAH كاليفورنيا في سانتا باربرا.
- جامعة كاليفورنيا في لوس أنجلوس.
- معهد ستانفورد الدولي للأبحاث.
- (MITE) و يعد من المعاهد الرائدة في مجال الحاسوب الآلي خاصة في مجالات الذكاء الاصطناعي.

وفي عام 1972 تم توصيل 72 جامعة و مركز أبحاث إلى الشبكة وكانت جميع تلك الجامعات والمراكز تعمل في مشاريع وأبحاث خاصة بوزارة الدفاع الأمريكية. ولم يكد عام 1974 يحل إخراج بروتوكول الانترنت ويرمز إليه Internet protocol وبروتوكول التحكم في الإرسال أو بروتوكول التحكم في النقل الذي يرمز إليه (T.C.P) ، ولهذين البروتوكولين الفضل في تحديد الطريقة التي تنقل بها الرسائل و الملفات و المعلومات بين شبكات الكمبيوتر داخل الانترنت.² وحدثت النقلة الكبيرة في عام 1992 بعد اختراع طريقة جديدة فعالة إقبال المعلومات بجميع أنواعها وتتضمن النصوص والصور وأفلام الفيديو في مركز " سرن " الأوروبي في جنيف وسرعان ما قامت الجامعات الأمريكية بدور البرمجة وتوفير التصفح Internet brow sers ويعتبر توسعها ظاهرة فريدة ، وخاصة في السنوات الخمس الأخيرة، حيث وصل عدد الحاسبات المتصلة معها و حجم الرسائل المتبادلة بصورة مذهلة، وبرز في منتصف عام 1993 نظام للوسائط المتعددة بالانترنت وهو عبارة عن مجموعة من البرامج الخاصة بتجميع الوثائق، مما أتاح لمستخدمي هذه الوسائط التجول في الشبكة و قراءة كل ما فيها و مشاهدته بالصوت و الصورة و منها انبثق نور فجر جديد، إذ لم تعد الأنترنت مجرد وسيلة لإرسال

¹ - رضوان بلخيري، مرجع سابق ، ص 65.

² - نفس المرجع، ص 66.

واستقبال البريد الإلكتروني ونقل البيانات، بل أصبحت بمثابة مكان يعج بالناس والأفكار يمكن التجول فيه وهو ما يعرف بالواقع الافتراضي.

إن من الأسباب التي كانت وراء انتشار الانترنت وتوسعها الواسع هي: ¹

1 - التهافت على التشبيك معها هو كثرة المعلومات و البيانات التي يمكن الاستفادة منها، إضافة إلى وجود قدر هائل من التنوع في هذه المعلومات ما بين عملية بحثة وثقافية عامة وتجارية، وبالتالي حصول عدد كبير من الناس على إشباع ميولهم وتنمية مهارتهم وإطلاعهم على الجديد و المفيد في المواضيع الثقافية والعلمية وتحقيق الانتشار التجاري، وغيرها من الأنشطة التي تقع تحت مختلف الاهتمامات الإنسانية.

2 - قلة تكاليف إرسال المعلومات والاستفادة منها التي لا تتعدى أحيانا ثمن مكالمة محلية من خلال الهاتف.

3 - جعلها غير ملكية لجهة ما، أو تتحكم فيها جهة حكومية أو تديرها دولة من الدول وإنما تديرها جمعية ومجلس استشاري يقومان بمهمة وضع المواصفات والإشراف عليها وخاصة بعد أن أخذت أعداد جديدة من الوظائف والتتقيف والتعليم والترفيه والإعلانات التجارية مما جذب اهتمام أعداد غفيرة من المستخدمين لها.

4 - توفر حواسيب شخصية رخيصة الثمن و برمجيات أكثر تحررا و اتصالات منخفضة و في ظل الزيادة المستمرة للمشاركين.²

2- خدمات شبكة الإنترنت

ترسل المعلومات عبر شبكة الاتصالات عن بعد باستخدام حزمة التحويل التي تسمح بإرسال معلومات كثيرة عبر الشبكة، وتقدم شبكة الإنترنت عدة أوجه من الاستخدامات والتي يمكن تسميتها بالتطبيقات أو الخدمات ونوجزها كما يلي :

1. البريد الإلكتروني: email

تسمح هذه الخدمة بتبادل - إرسال - واستقبال الرسائل بين الحواسيب حيث تقدم للمؤسسة فوائد عديدة مقارنة بالبريد العادي، الفاكس والهاتف، ومن بين هذه الفوائد ما يلي :

- ❖ تعتبر أسرع وأهم طريقة مضمونة لتبادل المعلومات وبأقل تكلفة.
- ❖ يسمح بإرسال عدد كبير من المعلومات ليست فقط رسائل نصية بل أيضا وثائق - صور - رسومات..

¹ - نفس المرجع سابق ، ص 67.

² - نفس المرجع، ص 68.

- ❖ الرسائل يتم حمايتها بسهولة تسجيلها وتنظيمها كما يمكن إرسالها في نفس الوقت إلى عدد كبير من المستقبلين.
- ❖ خدمات يمكن الحصول عليها حتى خارج مكان العمل.
- ❖ على المستوى التجارية يمكن استخدام البريد الإلكتروني في طلب معلومات حول منتج معني أو طلب فواتير شبكة أو إرسال طلبيات للموردين أو إلغائها.
- ومن أجل استخدام البريد الإلكتروني على المؤسسة أن تكون مرتبطة بشبكة الإنترنت والإكسترنات.

2. خدمة بروتوكول نقل الملفات :

ويسمح بروتوكول نقل الملفات بالاتصال المؤقت بين حاسبين فبفضل هذه الخدمة يمكن نقل الملفات وتحويلها من حاسب إلى آخر عبر شبكة الإنترنت وتصفح قائمة ملفات نصية، صور صوت أو أي شكل آخر من أشكال الملفات .

3. خدمة الربط عن بعد:

يستخدم البرنامج أساسا لربط جهازي كمبيوتر معا عبر الإنترنت إذ يكون بمثابة وصلة طرفي لجهاز كمبيوتر آخر بعيد، فاستخدام برامج Telenet لا يسمح إل بالقيام بأشياء تتعلق بنقل الملفات بينما يتوقف الدخول إلى الجهاز المضيف باستخدام برنامج Telenet على ما يقدمه هذا الأخير وما يسمح بالحصول عليه أي معرفة عناوين الدخول إليه وشفرات الاستغلال¹.

4. الشبكة العنكبوتية العالمية: world wide web

وتعدّ أكبر مكتبة للوثائق في العالم والتي تضم قواعد معطيات، معلومات، ووثائق نصية أو وسائل متعددة..، خاصيتها الأساسية هي معلومات يمكن توجيه مستخدمه وبطريقة آلية وشفافية لأحد الخوادم الأخرى لكي يسهل له استخدام واستغلال مصادر الويب الأخرى².

5. خدمة مجموعات النقاش: forums

تسمح هذه الخدمة لمستخدميها بالتعبير عن آراءهم حول موضوع معين يحدد على أساس الاستدراك في المجموعة، يستخدم فيه البريد الإلكتروني فكل رأي به يوزع فوراً أو أوتوماتيكيا لبقية المشاركين كما يمكن للمؤسسات أن تطرح مجموعات نقاش خاصة بها حول منتجاتها للتعرف على وجوهات نظر زبائنها وما يقترحونه من تعديلات مما يعزز القدرة التنافسية للمؤسسة حيث هناك من المؤسسات من تتخذ من مجموعات النقاش وسيلة للتوزيع.

¹-جودي حنان، مرجع سابق، ص107.

²-كامليا يزغش، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على التوجهات الاستراتيجية لمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير، (غير منشورة) جامعة محمد خيضر بسكرة، 2009، ص76.

6. خدمة الاتصال المباشر

تمكن هذه الخدمة من استخدام شبكة الانترنت كوسيلة اتصال مباشر بين الأفراد أو المؤسسات بغية خفض تكلفة الاتصالات وتستفيد المؤسسات من هذه الخدمة في عقد لقاءات عبر الشبكة مع الزبائن أو أطراف أخرى عن طريق المحاورة الآنية كتابيا "chat" أو صوتيا، أو المحاورة المرئية والصوتية باستخدام الوسائط المتعددة.¹

3. مزايا الإنترنت في المؤسسة

يحقق تطبيق الإنترنت للمؤسسة ثمان مزايا هي:²

- 1- تحقيق وفورات في التكلفة: وفورات في الوقت، وفورات حقيقة في عميات البيع والتسليم، وفورات ناجمة عن تخفيضات في المصاريف التشغيلية للأعمال.
- 2- تسهيل الحصول على المنتجات: حيث يمكن الزبائن الاطلاع على المنتجات مواصفاتها وهم في أماكنهم دون الحاجة إلى التنقل.
- 3- توفير الخيارات المتعددة: إن المستهلك يجد نفسه أمام خيارات من العلامات التجارية وبالتالي إمكانية المقارنة الحقيقية لكل المعروضات.
- 4- التكيف: توفير المنتجات حسب المواصفات الدقيقة للزبون.
- 5- إمكانية الحصول على آراء وتطلعات الزبائن وهذا ما يسمى بتقنية التسويق الفردي، وبالتالي ضمان تصريف المنتج.
- 6- الاتصال: تمثل تكنولوجيا الإنترنت وسيلة فعالة للاتصال ما بين المؤسسة والموردين من جهة والزبائن من جهة أخرى و الموظفين من جهة ثالثة وهذا من خلال إصدار نشرات إعلامية كيفية حسب الجهة المقصودة.
- 7- قناة توزيع: إن توزيع المنتجات يمكن أن يكون على نوعين، توزيع غير ملموس "برامج الحاسوب، صور، أفلام.. وهذا عبر الشبكة وهو ما يسمى بالتوزيع الافتراضي وهذا من خلال عرض المنتجات في أماكن من العالم كشراء تذاكر الطائرة وكتب ومنازل.. إلخ، وتوزيع ملموس عبر قنوات التوزيع التقليدية والذي يقتصر في أغلب الأحيان على مناطق محدودة.
- 8- المجتمعات: تنظيم الزبائن ورغباتهم الشرائية ضمن مجتمعات افتراضية وبالتالي تحقيق عملية تجزئة للزبائن بصورة ناجحة.
- 9- معلومات عن الزبون: إن امتلاك المعلومات بعد امتلاكها للقوة في أي ميدان كان والانترنت تقدم تلك المعلومات التفصيلية عن الزبون بكونها أداة زهيدة الثمن مقارنة مع الأداة التقليدية وهذا من خلال إرسال المئات من الاستجابات عبر البريد الإلكتروني و كذلك وضع صفحات خاصة لتلقي آراء المستهلكين.

¹ - حنان جودي : مرجع سابق ،ص 108.

² - حنان جودي :مرجع سابق 110

المطلب الثاني : أجهزة وعتاد تكنولوجيا الإعلام والاتصال :

تتكون تكنولوجيا الإعلام والاتصال من عدة أجهزة وعتاد وسنتطرق في هذا المطلب إلى عنصرين مهمين أحدثوا ثورة إعلامية في نهاية القرن العشرين وهما :

1 -الحاسب الآلي.

2 -الهاتف النقال.

الفرع الأول : الحاسب الآلي:

إن كلمة كمبيوتر هي كلمة إنجليزية مشتقة من الفعل يحسب أو يعد، وتستخدم في اللغة العربية عدة مصطلحات للتدليل على الكمبيوتر، مثل الحاسب الآلي، العقل الإلكتروني، الإعلام الآلي.

وكلمة إعلام آلي (Informatique) تم اقتراحها من قبل " فيليب دريفوس" عام 1962 للتعبير عن المعالجة الأوتوماتيكية للمعلومات، و تم قبول المقترح من قبل الأكاديمية الفرنسية عام 1966. تم بناء أول كمبيوتر في تاريخ البشرية في جامعة "بنسلفانيا" بالولايات المتحدة الأمريكية عام 1946 وأطلق عليه لفظ (ENIAC) .

I- أهمية الحاسب الآلي: تكمن أهميته فيما يلي:¹

- 1 -يعد استخدام الحاسب الآلي من بين وسائل الاتصال الجماهيري في وقتنا الحاضر.
- 2 -يعتبر مظهر من مظاهر العصر الذي نعيش فيه (عصر التكنولوجيا و المعلومات)
- 3 -حاجة كل المجالات إلى استخدام جهاز الحاسب الآلي في جميع فروعها و أعمالها و هذا نظرا للقدرة الفائقة التي يتمتع بها و مقرته على إنجاز الأعمال و المهام التي يطلبها الانسان منه، و ذلك من ناحية السرعة و الوقت و الدقة المتناهية.
- 4 -يخضع لعمليات التعديل و التدخل المستمر من قبل الفرد من أجل الحصول على معلومات جديدة و السعي إلى تخزينها لفترة طويلة و استرجاعها و قت الحاجة إليها.
- 5 -و يصعب علينا حاليا أن نعدد استخدامات الحاسوب الآلي التي شملت مظاهر الحياة اليومية أو الحياتية للأفراد و الجماعات و المجتمعات البشرية في الوقت الحاضر، بقدر ما نستطيع أن نشير إلى مدى إسهام الحاسوب كأحد الوسائل الاتصالية الحديثة في إحداث ثورة اتصالية.

II-استخدام الحاسب الآلي في الاتصال:

تتنوع وتختلف استخدامات الحاسب الآلي من فرد إلى آخر، وهذا راجع إلى إشباعات واحتياجات كل فرد، وهذا الاختلاف ناتج عن اختلاف مجال العمل أو الدراسة أو البحث العلمي ومن بين الاستخدامات نجد :

- 1 -معالجة الكلمات : تتيح معالجة الكلمات طباعة أكثر تقدما وسرعة.

¹ - محمد الفاتح حمدي، مرجع سابق ، ص 42.

- 2 - النشر المكتبي : تستخدم أجهزة الحاسوب في إنتاج صفحات كاملة من الصحف مزودة بالعناوين والنصوص والرسوم.
- 3 - تصميم الرسوم : غيرت الحاسبات الإلكترونية من طريقة أداء الناس للرسوم التقنية.
- 4 - البريد الإلكتروني : يمكن استخدام الحاسب الآلي في توزيع الرسائل البريدية.
- 5 - الاتصال المباشر بشبكات المعلومات : يتيح هذا الاتصال توفير خدمات عديدة من المعلومات مثل الأخبار ، الطقس ، الرياضة ، خدمات السياحة ، السفر، الشراء ، ممارسة الأعمال المصرفية ، استرجاع المعلومات ، التعليم ، التسلية و الترفيهإلخ.
- 6 - أعمال التوليف والتشغيل الذاتي لوسائل الاتصال، يلعب الحاسب الآلي دورا مهما في عملية المونتاج والمكساج للبرامج التلفزيونية وأفلام السينما.

III-مميزات وفوائد الحاسب الآلي :

إن أهم ما يميز نظام الحاسب الآلي عن سائر النظم الأخرى هو السرعة والدقة والقدرة في معالجة كميات كبيرة من المعلومات، والقيام بعمليات روتينية بشكل متواصل، ومن بين مميزات الحاسب الآلي نجد:

1

- 1 -السرعة في أداء الأعمال : يقوم الحاسب الآلي بمعالجة البيانات بسرعة فائقة حيث نجد أن الأبحاث غالبا تحتوي على بعض المعادلات الرياضية المعقدة و التي يحتاج حلها يدويا إلى الكثير من وقت الباحثين ، وبوجود الحاسب الآلي حلت المشكلة.
- 2 -الطاقة التخزينية : يستطيع الحاسب الآلي و ملحقاته من أجهزة التخزين تخزين كميات هائلة من المعلومات في حيز صغير جدا مقارنة بطرق تخزين المعلومات التقليدية التي تحتاج إلى مساحة كبيرة من داخل المكتبات من أجل استيعابها.
- 3 -الدقة في أداء الأعمال : بالإضافة إلى السرعة العالية في أداء العمليات الحسابية وغيرها وتمتاز أجهزة الحاسب الآلي بدقتها في إجراء تلك العمليات.
- 4 -العمل المتواصل : من الخصائص الهامة للحاسب الآلي أنه يعمل بشكل متواصل عدة ساعات بل عدة أيام، وبالتالي فهو من أهم الأدوات لإجراء الأعمال المتكررة داخل المؤسسات المختلفة.
- 5 -أداء بعض الوظائف والأعمال بسرعة أكبر وأخطاء أقل، وأيضا زيادة القدرة على التحكم في العملية التعليمية مع إتاحة الفرصة للتعليم الفردي حيث يسير كل تلميذ في تعليمه حسب استعداده.
- 6 -يقوم الكمبيوتر بتقديم الدروس وأداء بعض المهام الروتينية التي توفر للمدرس الوقت لإعطاء الاهتمام الشخصي لكل تلميذ وتوجيه عملية التعلم ومعالجة المشكلات الفردية التي لا تسمح مسؤوليات المدرس العادية له بالوقت الكافي.

¹ - نفس المرجع السابق، ص ص 43 - 46 .

الفرع الثاني: الهاتف النقال (الخلوي) :

الهاتف النقال عبارة عن جهاز اتصال صغير الحجم مربوط بشبكة للاتصالات اللاسلكية والرقمية تسمح ببث واستقبال الرسائل الصوتية والنصية (الصوت) والصور عن بعد وبسرعة فائقة ونظرا لطبيعة مكوناته الإلكترونية و استقلاليتة العملية ، فقد يوصف "بالخلوي" أو " بالنقال" أو الجوال أو المحمول ، ومعروف أن الهاتف النقال الحالي هو الشكل المتطور للهاتف التقليدي " الثابت"

I- نشأته وتطوره : ترجع بدايته إلى ما كان يعرف باسم المذياع الهاتفي الذي نتج عن التلغرافيا اللاسلكية في أوائل القرن العشرين. وفي عام 1948 تم اكتشاف طريقة جديدة يسرت الاتصال بكل من لديه جهاز خاص ثم طورت أنظمة هاتفية وطنية تسمح لعدد محدود من المواطنين الانتفاع بخدماته (الأغنياء).

ومن الأنظمة الرائدة في هذا المجال مجمع " طومسون" الفرنسية (1958) ثم النظام الهاتفي الأمريكي (AMPS) عام (1978) تلاها نموذج الشمال الأوروبي (NMT) معتمدا على نظام الهاتف التماثلي المتحرك و الذي أصبح حينها أول خدمة راديو هاتفية عملياتية في العالم ، وبعد ذلك ظهر في بريطانيا النظام الخلوي الشامل (TACS) المنفرع عن نظام (AMPS).

في عام (1982) قامت معظم الدول الأوروبية إلى تكوين لجنة مشتركة كلفت بالعمل على إنشاء شبكة جديدة للاتصالات اللاسلكية تسمح باعتماد رقمي مشترك.

وفي أكتوبر 1991 أعلن عن ظهور النظام الأوروبي الشامل للاتصالات المتحركة (GSM) الذي لقي رواجاً كبيراً في مختلف أنحاء العالم منذ عام 1998 بعدها جهزت الشبكة العالمية بأنظمة راديو إرسالية بفضل 66 قمراً تغطي جميع العالم، ونتيجة لذلك انتشرت الهواتف النقالة بكثرة.

وفي 2006 كان 20 % من سكان العالم يملكون الهاتف النقال أما الآن فالنسبة تفوق 100 % أي أكثر من هاتف نقال واحد لكل شخص.

II- التطور في مجال تكنولوجيا الاتصالات الهاتفية:

إن ظهور أجهزة تلفزيون تقوم بترجمة الصوت إلى عدة لغات وذلك من تحويل إشارات الصوت إلى رموز رقمية يمكن تخزينها في الحاسوب الإلكتروني ويتم ترجمة هذا الصوت فوراً إلى عدد من اللغات الأخرى.

ظهور تليفونات قوية مزودة بكمبيوترات ذات امكانيات متعددة ، فيمكنها تداول كتيب عناوين الأصدقاء وطلب المكالمات أوتوماتكياً، وتسلم الرسائل والفاكسات.

تستخدم الهواتف المزودة بشاشات مثل بيكاسو في آخر الأمر كتليفونات ذات تفاعلية وسيكون باستطاعتها تقديم خدمات العروض المدفوعة الأجر.

طرحت شركة يابانية في الأسواق جهاز " فيديو" صغير الحجم بشاشة كريستال وكاميرا رقمية يرفق بالهاتف المحمول يمكن استخدامه ما يرغب فيه من مواد ترفيهية وأخبار من الانترنت

تم إنتاج الهاتف المحمول في آلاف الأشكال، بعضها قد يكون بلا سماعة في المقدور رؤية كل من الآخر عند إجراء المكالمات تليفونيا.

كما أصبح في مقدور أولادنا حمل رسائل الاتصال الخاصة بهم أينما ذهبوا أو تكون مهمة الشبكة هي تحديد مكان تواجدهم وكيفية الوصول إليهم.

وفي تطوير آخر أيضا كان الهاتف المحمول الوسيلة الأكثر اتصالا بشبكة الأنترنت في عام 2002 و ما بعدها قل الاعتماد على خطوط التليفون (و هو ما يحصل اليوم).¹

III- مجالات استخدام الهاتف النقال:

بعد تطوير الشبكة العالمية للاتصالات اللاسلكية (GSM) الهاتف النقال كوسيلة اتصال متعددة وسريع يشغل في الكثير من نواحي حياتنا اليومية العامة والخاصة ويستخدم في عدة مجالات نذكر منها:

في المجال الإعلامي : يعد التلفزيون المحمول من الوسائط المستحدثة مؤخرا لنقل الصورة الصحفية لا سلكيا عبر موجات الكهرومغناطيسية التي تسير في الغلاف الجوي، وبعد استخدام المحمول أكثر الطرق بساطة وسرعة لنقل الصورة الصحفية من موقع الأحداث إلى مقر الصحيفة مباشرة أو إلى القنوات الإعلامية السمعية والبصرية.

في المجال التجاري: أصبحت التجارة بواسطة الهاتف النقال ميسرة وذلك في سياق ما يعرف بالتجارة الإلكترونية، حيث حل محل الكمبيوتر كوسيلة اتصال بالأسواق العالمية وانجاز العمليات التجارية دون التقيد بالمكان والاستفادة من الخدمات البنكية المصرفية.

في المجال الصحي : طورت نماذج لتقنيات الاتصال النقال خاصة بالأطباء ونظم الرعاية الصحية (وخاصة بالأطباء) وخاصة أثناء تنقلاتهم وزيارتهم للمرضى.

في المجال التعليمي : قد يستعمل الهاتف النقال في الإرشاد والتعليم خارج المدرسة للصغار والكبار في التعليم الموازي والرسمي.

في المجال العلاقات الاجتماعية: أصبح اليوم الهاتف النقال هو البديل في التفاعل مع الأفراد والجماعات فبدل من زيارتهم والوصول إليهم أصبح الهاتف هو الوسيلة المفضلة عند العديد من الأفراد في الاتصال بأفراد العائلة أو الأصدقاء خصوصا إذا كانت المسافة بعيدة ولهذا يمكن أن نقول أن الهاتف المحمول حول العلاقات الاتصالية في ظل القرية الكونية إلى علاقات إلكترونية.²

¹ - محمد الفاتح حمدي، مرجع سابق ، ص ص 99-100.

² - نفس المرجع السابق ، ص ص 101 - 102

المبحث الثالث : وظائف وأثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال :

إن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال عدة وظائف و عدة آثار سواء على مستوى الأفراد أو المؤسسات.

المطلب الأول : وظائف تكنولوجيا الاتصال:

إن الانتشار الواسع والمتسارع في تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة في وقتنا الحاضر، أدى إلى زيادة الثقافة الجماهير حولها والاستفادة مما قدمته من خدمات اتصالية اعلامية في شتى الميادين، ومما لا شك فيه أن هذه الوظائف تختلف من وسيلة إلى أخرى ولكنها تعمل من أجل هدف واحد هو خدمة الإنسان وتسهيل طرق عيشه في البيئة الاجتماعية، و تختلف ميادين الاستفادة من هذه التكنولوجيا من ميدان إلى آخر فنجد (ميدان التعليم، التربية، الإعلان، التسلية والترفيه، التوثيق والمكتسبات) ، ومن بين هذه الوظائف التي جاءت بها تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة نذكر منها:¹

- 1 - وظيفة التوثيق : لعبت تكنولوجيا الاتصال ممثلة بالحاسوب و الأقراص المضغوطة وآلات التصوير الرقمية دورا كبيرا في توثيق الإنتاج الفكري في مجال الاتصال والإعلام وذلك بتناول البحوث والدراسات الأكاديمية والتطبيقية والعملية والمعلومات المتخصصة في فروع الإعلام وتتاولها لعمليات التجميع، ووضع النظم والأساليب الفنية الكفيلة باسترجاع مضمون هذا الإنتاج وتحليله من خلال فهرسته وتصنيفه، ثم الإعلام عنه ليتحقق الاستخدام الأمثل لهذا الرصيد الفكري.
- 2 - تعمل تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة على تقديم المعلومات (Information) المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق ، ذلك أن الاتصال الرقمي والانفجار المعلوماتي والمعرفي جاء نتاجا للتطور غير المسبوق في تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات الذي استفاد منه الاتصال الرقمي وساهم في تعميم الاستفادة من ثورة المعلومات وانتشارها التي غطت كل المجالات، نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وأهمها سعة التخزين.
- 3 - سمات تكنولوجيا الاتصال والإعلام الجديدة على الزيادة في سرعة إعداد الرسائل الاعلامية وفي القدرات العالية من حيث تحويلها إلى أشكال مختلفة (من مطبوعة إلى مرئية ومن مرئية إلى مطبوعة) و في القدرة على نشرها و توزيعها و تخطي حاجزي الزمان و المكان.
- 4 - ظهور الحاسب الشخصي والتوسيع في استخداماته وبيئته هذا الحاسب قائمة ضخمة من الخدمات والمعلومات سواء للاستخدام الشخصي أو إمكانية الاستفادة من المعلومات التي تقدمها شبكات المعلومات. كما يحتوي الحاسوب الآلي على كمية كبيرة من المعلومات يمكن استرجاعها بسرعة فائقة مثل برامج النشر المكتبي و الصحفي و قواعد البيانات والفاكسميلي والبريد الإلكتروني ،

¹ - محمد الفاتح حمدي ، مرجع سابق ، ص ص 10 ، 14

- كما أصبحت أداة ووسيلة حيث يمكن للحاسب الآلي عبر خطوط الهاتف الاستعانة بالمعدل (Modem) و الاتصال ببعضها و هو ما يطلق عليه أنظمة الحاسب الإلكتروني التي تتضمن (النصوص المتلفزة، البريد الإلكتروني، عقد الندوات عن بعد) وتبادل المعلومات والأحداث العلمية بين المراكز والمعاهد العلمية على نطاق عالمي واسع. وأيضا التحكم والاستكشاف وذلك من خلال برامج تسمح للطلاب بإجراء التجارب و تصميم المواقف و تحليل المتغيرات.
- 5- كما يستخدم الحاسب الآلي في التعليم وانتشار الاستراتيجيات الخاصة بتوظيف الحاسب و برامجه في التعليم و اعتماد التعليم عليه خصوصا في التعليم الفردي أو التعليم الذاتي، الذي يقوم على الاعتماد على تصميم و إنتاج البرامج التعليمية و نسخها على الأسطوانات المدمجة (CD) للإستفادة بها في التعليم الفردي و التعليم الذاتي.
- 6- قدمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة ومن خلال الأجيال الجديدة للهاتف و الفاكس فرصة المشاركة في الندوات خلال طرح تساؤلات أو مناقشة بعض الموضوعات ، كما اتسعت دائرة التعليم المفتوح أو التعليم عن بعد التي بدأت بالجامعات ، و تقديم المحاضرات من خلال الانترنت.
- 7- منحت أنظمة (Télé-Tax) للأجيال الجديدة من أجهزة الاستقبال ، منحت الجمهور فرصة متابعة الأخبار و الحداث و ملخصات الكتب و برامج القنوات وأهم عناوين الصحف و المجلات المطبوعة على شاشة التليفزيون في إطار سمة من سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة و هي قابلية التحويل.
- 8- أدى امتزاج وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية مع تكنولوجيا الحاسب الإلكتروني إلى خلق عصر جديد للنشر الإلكتروني ، حيث يتم طباعة الكلمات على شاشة التليفزيون أو وسيلة العرض المتصل بالحاسب الإلكتروني لكي يتسلمه المستفيد في منزله أو مكتبه حيث يقترب مستخدمو النصوص الإلكترونية من المعلومات بالكمية والنوعية التي يرغبون فيها وفي الأوقات التي تناسبهم.
- 9- ظهور العديد من خدمات الاتصال الجديدة مثل الفيديو تيكس والتلنكست والبريد الإلكتروني والأقراص المدمجة الصغيرة (CD) التي يمكن من خلالها تخزين مكتبة عملاقة على قمة مكتب صغير.
- 10- هناك اختراعات جديدة يبدو نها ستغير من شكل التسلية المنزلية بشكل أكبر من الانقلاب الذي حدث نتيجة الانتقال من الفونوغراف إلى الراديو في النصف الأول من القرن العشرين و من ذلك (الفيديو كاسيت ، أقراص الفيديو، ألعاب الفيديو، الفيديو الرقمي DVD .
- 11- بجانب المواقع الاعلامية المعروفة على شبكة الانترنت ، تقوم لآلاف أو مئات الآلاف من المواقع الأخرى التي تقدم الخدمة الإعلامية، حول الواقع والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من

العالم وكتابة التقارير الاخبارية والتعليقات عليها في إطار الخدمة الاعلامية المتكاملة تراها هذه المواقع.

12 ظهور التكنولوجيا الجديدة في مجال الخدمة التليفزيونية ، مثل خدمات التليفزيون التفاعلي عن طريق الكابل، ويقدم خدمات متعددة، ويتيح التليفزيون الكابلي العديد من القنوات التليفزيونية، كذلك (حققت الإذاعة المباشرة عبر الأقمار الصناعية) قدرا هائلا من المعلومات والترفيه لمشاهدي المنازل مباشرة ، وحدثت تطورات كبيرة في وجود الصورة التليفزيونية من خلال ما يعرف بالتليفزيون عالي الدقة.

13 وظيفة الإعلان و التسويق والدعاية والدعوة : أصبح لها صدى كبير لدى المعلنين والدعاة وخصوصا بالنسبة للمواقع التي تحقق نسبة أكبر في الاستخدام والدخول عليها.

المطلب الثاني : الفوائد التي تقدمها تكنولوجيا الإعلام والاتصال للمؤسسة

من الفوائد التي تقدمها تكنولوجيا الاعلام والاتصال للمؤسسات نذكر ما يلي: ¹

- ✓ تطوير أدوات الإدارة العليا عن طريق تنظيم كفاءات المستخدمين.
- ✓ تحسين التوظيف الداخلي للمؤسسة.
- ✓ التخفيف من الأعمال الإدارية والتركيز على المهام الأساسية.
- ✓ وسيلة لتخفيض المصارف وتحسين الإنتاجية والكفاءة وتطوير الخدمات والمنتجات العمل على فرق خارجية.
- ✓ التفاعل مع تحركات المنافسين بعدم التأخر.
- ✓ الابتكار والتجديد بدون انقطاع للبقاء في الخدمة.
- ✓ ركيزة الإبداع والتنمية وخلق منتجات جديدة ،أسواق جديدة ،ميزة تنافسية. إلخ
- ✓ تسمح بتقديم خدمة سريعة للزبون.
- ✓ إنشاء علاقات مثالية مع الموردين وانفتاح كبير على المحيط.
- ✓ انتشار وتوسع التجارة الإلكترونية.
- ✓ وسيلة هجوم ومنافسة بالنسبة للمؤسسة إذ تسمح بالخروج من الأسواق المحلية إلى الأسواق العالمية
- ✓ الوصول إلى المعرفة.
- ✓ جعل الاتصال أسرع بأداء أحسن وتكلفة أقل.

¹ - كامليا يزغش : مرجع سابق ،ص 99.

خلاصة الفصل :

لقد شهد العالم المعاصر تطورا سريعا و كبيرا في مختلف جوانب الحياة خاصة في مجال تكنولوجيا الاعلام و الاتصال سواء من حيث الاستخدام أو التأثير و قد ساهمت هذه الأخيرة في تعزيز ظاهرة العولمة حيث اختزلت الزمان و المكان حتى أصبح العالم و كأنه قرية صغيرة مما سهل من الانتقال السريع للأفكار و المعلومات و تأثيرها على انتقال السلع و الخدمات.

فالتطور الهائل في تكنولوجيا الاعلام و الاتصال أدى بانتقال الاقتصاد من الاقتصاد الكلاسيكي إلى الاقتصاد الرقمي يعتمد على سرعة المعلومات في حد ذاتها كمورد تنافس تحقق من ورائه المؤسسات مكانة و بعدا استراتيجيا ، فمكانة هذه الأخيرة أصبحت مرهونة بما تملكه من سبق في الحصول على المعلومات ، و لا يكفي الحصول عليها بل يجب استخدامها في الوقت المناسب.

لقد تطرقنا في هذا الفصل إلى تطوير تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و إبراز خصائصها و توظيفها، بحيث تم معرفة بعض مفاهيم تكنولوجيا الإعلام و الاتصال كما عرجنا على عناصرها و خصائصها و أبعادها كذلك مزاياها و فوائدها.

أما النتائج التي توصلنا إليها في هذا الفصل:

-تكنولوجيا الإعلام في تطوير دائم و سريع و يمكن تسمية هذا العصر بعصر تكنولوجيا الاعلام و الاتصال.

-بفضل تكنولوجيا الإعلام و الاتصال اختزلت المسافات بين البلدان و القارات و أصبح العالم قرية صغيرة.

الفصل الثاني

جودة الخدمات المصرفية

تمهيد :

لقد شهدت العقود الأخيرة تطورات تكنولوجية أحدثت تأثيرا كبيرا بطريقة أو بأخرى في جميع نواحي الحياة ، وبالخصوص في قطاعات النشاط الاقتصادي المختلفة و من بينها القطاع البنكي ، حيث شرعت البنوك في الاستفادة من تلك التطورات و التقنيات لاستخدامها في تحسين خدماتها والاستفادة من جودتها. و من جهة أخرى فالاتجاه العالمي اليوم يركز على توقعات المستهلك و متطلباته المتطورة باستمرار من ناحية جودة المنتجات و الخدمات المقدمة.

و تتطلب الاستجابة على ذلك من المؤسسات المصرفية ، تكريس طاقاتها و امكانياتها الداخلية المختلفة و استغلال الفرص المتاحة في المحيط الخارجي ، و ذلك من أجل تطوير و تحسين جودة منتوجاتها و خدماتها ، و التي تمثل أهم عناصر الاستثمار اليوم و تعتبر التطورات التكنولوجية ، خاصة منها المعتمدة على أنظمة تكنولوجيا الاعلام و الاتصال من أهم التطورات في كافة الميادين العلمية الانتاجية و الخدماتية. كما أن نجاح التكنولوجيا المعاصرة في البنوك مرهون بنوعية التكنولوجيا المتوفرة ، بطريقة إدخالها و بكيفية إدارتها و استغلالها.

و لذلك ظهرت بوادر الاهتمام بنوعية تقديم الخدمات البنكية باستخدام الحاسب الآلي (عن طريق الأنترنت) و الهاتف النقال مما جعل المعاملات سهلة و سريعة و قد أثرت في جودة الخدمات المصرفية مما زاد في حجم الخدمات و بالتالي في حجم الإيرادات.

لذلك سيتم التطرق من خلال هذا الفصل إلى ما يلي :

المبحث الأول : الخدمات المصرفية

المبحث الثاني: الجودة

المبحث الثالث : الصرفة الإلكترونية

المبحث الأول : مفهوم الخدمة المصرفية

قبل التطرق إلى الخدمات المصرفية نعرض قليلا إلى مفهوم الخدمة، أنواعها وخصائصها:

المطلب الأول : تعريف الخدمة وأنواعها :

الفرع الأول : تعريف الخدمة :

يعرف مفهوم الخدمة بطرائق متعددة ، حيث تؤكد معظم التعاريف القابلة لعدم ملموسية الخدمة التي تقارن غالبا بملموسية السلع .

وقد عرفنا قاموس أكسفورد على "أنها التصور الفعلي لمجموعة أو فئة الأهداف الموضوعية عن طريق توحيد مجموعة من المظاهر المختلفة وأعتبر أن هنا التصور الفعلي يقدم من قبل الزبائن والعمال والمساهمين في المنظمة ، أو من خلال الخدمة المحفوظة في أذهانهم واقترح بأن يكون مفهوم الخدمة عبارة عن التصور أو البيان الذي يغلف طبيعة الاعمال الخدمية بحيث يتم في النهاية الحصول على قيمة وشكل ووظيفة وتجزئة ونتائج الخدمة".

تعريف الجمعية الأمريكية للتسويق للسلع الغير ملموسة أو على الأقل يجب أن تكون كذلك فاذا كانت غير ملموسة كليا يمكن تبادلها بشكل مباشر من المنتج الى المستعمل فهي لا يمكن أن تنقل أو تخزن ، كما أنها قد تكون قابلة للفساد فورا والسلع الخدمية صعبة التحديد فهي تأتي الى الوجود في الوقت نفسه الذي تشتري وتستهلك فيه، كما أنها تتركب من عناصر غير ملموسة وغير قابلة للفصل أو العزل ، وهي تتطلب غالبا مشاركة الزبون من خلال استخدام بعض الأساليب الهامة ، كما لا يمكن أن تباع من خلال نقل الملكية وليس لها عنوان محدد.

وقد عرف philip kotler الخدمة باعتبارها أي عمل أو أداء يمكن أن يقدمه أحد الأطراف للطرف الآخر، حيث يكون بشكل أساسي غير ملموس ، ولا ينتج من الملكية أي شيء وأن انتاجه يمكن أو لا يمكن أن يرتبط بالسلعة المادية .

ويمكن تعريف الخدمة على انها عملية تتركز على الإنسان وعلى المعلومة وعلى السلعة ويتطلب تنفيذها تحقيق علاقة مبادلة مع المستهلك، ويركز هذا التعريف على ثلاثة عناصر أساسية تتمثل في :¹

- 1/الخدمة تتحقق من خلال العلاقة بين المنتج والمستهلك .
- 2/هناك عملية تحويل من حالة الى حالة .
- 3/لا تظهر الخدمة الا من خلال تأثيرها على الواقع، الإنسان، المعلومة أو السلعة .

¹ رعد حسن الصر، عولمة جودة الخدمة المصرفية ، دار الوراق سوريا، 2008 ،ص ص 60 ،62.

الفرع الثاني : أنواع الخدمة

وقد ربط البعض بين الخدمة والانتاجية وكان نتيجة ذلك تقسيم الخدمات الى مجموعتين :
أولاً : الخدمات المطبقة على المعارف المنتجة : وهي تتمثل في الهندسة، استشارات، الخدمات المالية، البحث والتطوير...الخ

ثانياً : الخدمات حسب الوظيفة : التي تقسم الى أربعة أقسام تتمثل في :

- الخدمات الموزعة: وتتمثل في النقل والاتصالات والتجارة.
- الوظائف المنتجة للخدمات: وتتمثل في البنوك، تأمينات، الخدمات العقارية .
- الخدمات الاجتماعية: وهي كل ما يتعلق بخدمات الصحة والتعليم والخدمات العامة.
- الخدمات الشخصية: وتتمثل في خدمات الفنادق ، المطاعم ، والخدمات الترفيهية .

المطلب الثاني : تعريف الخدمة البنكية وخصائصها

الفرع الأول : تعريف الخدمة البنكية:

يطلق اسم منتج خدمة بنكية على الخدمات البسيطة والمعقدة المقدمة لعملاء البنك ، وترتبط هذه الخدمات بهدف معين أو محدد وتكون الشروط وكيفية العمل معرفة مسبقاً كما أن البنك يعمل على توجيه القطاعات الغير اقتصادية مستغلة تنشيطها والارتقاء بمستويات الدخل وبالتالي زيادة الادخار والاستثمار . وتستمد الخدمات البنكية كيانها من عدة عناصر يجب أن تتوفر في البنك نفسه لإعطاء صورة إجابيه وفعالة عن البنك والعاملين فيه وكسب ثقة العملاء ومن أهم هذه العناصر العلم والمعرفة والكفاءة والخبرة والاحتراف والسرية والامان...الخ.

وترتبط جودة المنتج والخدمة بكل العوامل التي تدخل في عملية انتاج او تصنيع المنتج او الخدمة بالدراسات والابحاث التي تجري من أجل تحديد احتياجات ورغبات المستهلك، وبكل الوظائف والانظمة التي تساهم في اتخاذ القرارات او تنفيذها او مراقبتها والجودة بهذا المعنى الشامل التي تهتمنا في دراستنا وسنتعرض لها فيما بعد . - 1.

¹- نفس المرجع السابق، ص 62

الفرع الثاني : خصائص الخدمات البنكية

إذا نظرنا إلى الخدمات البنكية على أنها نشاط اقتصادي نجد أنه يتميز بعدة خصائص سنستعرضها كما يلي :¹

- ✓ تشعب وتعدد مجالات الخدمة البنكية وارتباطها بجميع الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية الأخرى بالدولة .
 - ✓ الطلب على الخدمات البنكية دالة في درجة التقدم الاقتصادي للدولة، والخدمة المصرفية نشاط إنتاجي ذات طبيعة خاصة ويرتبط بقضايا التنمية بمجالاتها المتعددة
 - ✓ الخدمات البنكية دالة في على مستوى الرفاهية الاقتصادية في الدولة، وكذلك الخصائص السكانية المختلفة.
 - ✓ الطلب على الكثير من الخدمات البنكية يتصف بصفة التكرار .
 - ✓ الخدمات البنكية تعتبر صناعة حيث يتوافر فيها كل متطلبات وعناصر أي إنتاج وتتميز المنتجات أو الخدمات البنكية بعدة خصائص تجعلها مختلفة عن غيرها من الخدمات، مما يتطلب من البنك معالجة خاصة لتقديمها، أو تطويرها، أو تسويقها، وكذلك إقناع العميل بمزاياها التي لا يمكن له أن يلمسها إلا بعد التعامل بها ، ومن أهمها ما يلي :
 - ✓ الخدمة البنكية متكاملة أي قابلة للتجزئة، أو التقسيم أو الانفصال فهي كل متكامل في ذاته وفي أجزائه وعناصره
 - ✓ الخدمة البنكية لا تخزن وهذا يسبب مشاكل للبنك في حالة تغير الطلب
 - ✓ ترضي العميل تماما ولا تدع لديه نقص في الإشباع، فالعلاقة بين البنك والعميل علاقة دائمة ومستمرة قائمة على تعظيم الإشباع لدى العميل
 - ✓ الخدمة البنكية ترتبط بالشخص الذي يقدمها فإذا كان هذا الشخص ليس له المعرفة أو التكوين أو السلوك المناسب فسيعطي نظرة سلبية عن المؤسسة.
- ويتضمن مفهوم الخدمة المصرفية مجموعة من الخصائص التي يعمل البنك على تطويرها من أجل تحقيق الجودة يذكر منها ما يلي:
- ✓ الخصائص الظاهرة: وهذه الخصائص يسهل التعرف عليها من طرف العملاء وتمييزها، وهي مرتبطة بمواصفات الخدمة أو بعلاقاتها ببقية الخدمات التي يقدمها البنك.
 - ✓ الخصائص الضمنية: وهي خصائص غير ظاهرة، ترتبط بقدرة البنك على إعطاء صورة ذهنية ايجابية عند لعملائه الحاليين أو المرتقبين و يتم ذلك من خلال الرموز المعنوية كالأمان و الثقة، أو

1- وسيلة حمداوي ، الجودة ميزة تنافسية ، مديرية النشر لجامعة قلمة ، 2009 ، ص29 .

توصيل رسالة معينة للعميل عن طريق المعلومات لتعريفه بخصائص الخدمة إدراكه لأهميتها بالنسبة له و اتخاذ قراره بشرائها .

✓ الخصائص الخارجية : وهي الخصائص التي ترتبط بالمجتمع الذي يتواجد فيه البنك ، لذلك يجب أن يحرص البنك على تقبل المجتمع للخدمات المقدمة من طرفه حتى لا يتعارض هذه الخدمات مع احتياجات ورغبات المجتمع.

المطلب الثالث : الخدمات في البنوك التجارية:

هناك العديد من الخدمات التقليدية للبنوك التجارية نذكر منها:¹

1/ القيام بفتح الحسابات الجارية وقبول الودائع على اختلاف أنواعها ,مما يسمح لها هنا بخلق النقود .

2/ القيام بالوساطة المالية بين طرفين الطرف الاول يودع النقود الفائضة لديه ,والثاني يحتاج اليها لتغطية العجز في التمويل .

3/تأدي وظيفة الاقراض بصوره المختلفه لتلبية حاجيات زبائنها في اطار مختلف الانشطة الاستهلاكية ,الاستثمارية والاستغلالية, وكذلك فنقوم بمنح السلف المختلفة وفتح الاعتماد المستند عند تمويل التجارة الخارجية وغيرها .

4/التعامل في الاوراق التجارية وتسديد المدفوعات نيابة عن زبائنها كإجراء امر الاقتطاع وتحويل الاموال وكذلك توفير كل الادوات التي من شأنها تسهيل على زبائنها تسوية معاملاتهم باستخدام هذه الادوات-أدوات الدفع البنكي.

5/مساهمتها في تمويل المؤسسات الانتاجية مثلا عن طريق المساهمة في إنشاء المؤسسات أو في رفع رأس مالها

6/قيامها بالتعاملات التي تخص الأوراق المالية وذلك لصالحها أو لصالح زبائنها.

7/ القيام بعمليات شراء أو بيع العملات الأجنبية والتعامل بالشبكات السياحية ومختلف الحوالات .

8/ بالإضافة إلى ذلك كله تقدم خدمات متنوعة كتقديم استشارات اقتصادية ومالية إجراء دراسات تقسيم المشاريع ،إصدار بطاقات الائتمان وخدمات التأمين وغيرها.

9/تحصيل الشيكات والحوالات البريدية.

10/إصدار الشيكات مقبولة الدفع ودفاتر الشيكات.

11/خصم الكمبيالات².

¹فضيل فارس،"التقنيات البنكية محاضرات وتطبيقات، مطبعة المؤسسات الجزائر، 2013، ص41.

²-وسيم محمد حداد، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة ، الأردن، 2012، ص33.

المبحث الثاني : ماهية جودة الخدمات البنكية

قبل التطرق إلى مفهوم جودة الخدمات المصرفية نتعرف أولاً على مفهوم الجودة.

المطلب الأول : ماهية الجودة

الفرع الأول : مفهوم الجودة

يرجع مفهوم الجودة إلى الكلمة اللاتينية Qualitas التي تعني طبيعة الشخص أو طبيعة الشيء ودرجة الصلابة ، و قدما كانت تعني الدقة و الإتقان .

نجد هنا اختلافات عديدة في تعريف الجودة ، و يظهر ذلك جلياً من خلال التعاريف التالية:

التعريف 1 :

هي مقياس لمدى تلبية حاجات الزبائن و متطلباتهم المعلنة و الضمنية ، فالجودة لا تعني بالضرورة التميز " Excellence " ، و إنما ببساطة المطابقة للمواصفات أو ترجمة لحاجات الزبائن و توقعاتهم¹.

التعريف 2:

تعريف الجمعية الأمريكية لضبط الجودة : و هي المجموع الكلي للمزايا و الخصائص التي تؤثر في قدرة المنتج أو الخدمة على تلبية حاجات معينة.²

التعريف 3 :

تعريف المنظمة العالمية للتقييس ISO " هي الدرجة التي تشبع فيها الحاجات و التوقعات الظاهرية و الضمنية من خلال جملة الخصائص الرئيسية المحددة مسبقاً .³ من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف الجودة على أنها هي مطابقة السلع و الخدمات للمواصفات و المعايير الموضوعية و التي توفى حاجات المستهلك و ترضيه".

الفرع الثاني : أهمية ومراحل الجودة

أولاً : أهمية الجودة

للجودة أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسة و هذا بالرغم من اختلاف أنشطتها ، و يمكن تناول أهمية الجودة بالنسبة للمؤسسة فيما يلي :

I- سمعة المؤسسة : تستمد سمعة المؤسسة من مستوى الجودة التي تنتج بها منتجاً ، و يترتب على فشل الإدارة في إعطاء الاهتمام الكافي بالجودة الإساءة إلى سمعة المؤسسة و ربما فقدانها لعدد كبير من زبائنها.

II- المسؤولية القانونية للجودة : إذ كل مؤسسة تكون مسؤولة عن كل ضرر قد تصيب الزبون نتيجة استخدامه لمنتجاتها غير الجيدة.

¹ مامون السلطي ، سهيلة إلياس : دليل عملي لتطبيق أنظمة إدارة الجودة ، دار الفكر ، سوريا ، 1995 ، ص 26.

² مامون درادكة ، طارق الشبلي ، الجودة في المنظمات الحديثة ، دار الصفاء ، عمان ، الأردن ، 2002 ، ص 17.

³ يوسف سعداوي: أساسيات في إدارة المؤسسات، دار هومة الجزائر، 2013 ، ص 340

III- المنافسة العالمية : في عصر العولمة تكتسب الجودة أهمية متميزة إذ تسعى كل تحقيقها بهدف التمكن من تحقيق المنافسة العالمية.

IV- حماية الزبون : إن تبني المؤسسة لسياسة الجودة و وضعها لمواصفات قياسية محددة تؤدي إلى حماية الزبون من الغش التجاري ، مما يؤدي إلى تعزيز الثقة في منتجات المؤسسة.

V- التكاليف و الحصة السنوية : عندما تقوم المؤسسة بتحسين جودة المنتجات و الخدمات التي تقدمها سيسمح لها بجذب أكبر عدد من الزبائن و بيع منتجاتها بسعر مرتفع مما سيؤدي جليا إلى زيادة حصتها السوقية و تخفيض تكاليفها و بالتالي زيادة أرباح المؤسسة.¹

ثانيا : مراحل الجودة

لقد عرفت مفاهيم الجودة عدة تطورات لتصل في النهاية إلى الجودة الشاملة :

المرحلة الأولى: كانت الجودة تعني جودة المنتج و ذلك عن طريق الاهتمام بتخفيض نسبة الأرباح ، أداء العمل صحيحا من المرحلة الأولى، قياس تكلفة الإنتاج المعيب و تحفيز عمال الإنتاج بالالتزام بشروط الجودة.

المرحلة الثانية: ارتبطت الجودة بإشباع رغبات العميل و ذلك بالاقتراب من العميل و تفهم حاجاته وتوقعاته و جعل كل القرارات أساسها رغبات العميل.

المرحلة الثالثة : اتخذت الجودة كعامل في المنافسة عن طريق جعل السوق أساس كل القرارات و الاقتراب في السوق و العملاء أكثر من المنافسين للتعرف على المنافسين و محاولة التميز عليهم و البحث عن أسباب انصراف العملاء لنصل في النهاية إلى الجودة الشاملة كمدخل تطوير شامل متميز يشمل كافة مراحل الأداء، و يشكل مسؤولية كل فرد في المنظمة من الإدارات العليا و إدارة الأقسام و فرق العمل سعيا لإشباع حاجات وتوقعات العميل.²

المطلب الثاني : أبعاد وعناصر جودة الخدمة

الفرع الأول : أبعاد جودة الخدمة

أبعاد الجودة هي معايير يمكن على أساسها تقييم جودة الخدمة وقد أشار البعض إلى أن الجودة تتضمن مايلي :

(1) الجودة الفنية :

وتعني ما يتم تقديمه ويمكن قياسه بطريقة موضوعية من خلال العميل.

(2) الجودة الوظيفية :

وهي تتعلق بالعمليات الخاصة بتقديم الخدمة وكيفية تقديمها والعلاقة بين مقدم الخدمة والعميل.

¹- يوسف سعداوي، مرجع سابق، ص 344

²- نفس المرجع، ص 345

(3) الانطباع الذهني :

- هو ناتج تقييم العملاء لكل من الجودة الفنية والجودة الوظيفية ،وأكد البعض الآخر أبعاد جودة الخدمة ترتبط مباشرة بالتفاعل بين العميل ومقدم الخدمة أثناء تقديم الخدمة وتتضمن ما يلي :
- ✓ الاعتمادية :وتعني درجة الاتساق في أداء الخدمة وتقديمها بشكل صحيح من أول مرة.
 - ✓ درجة الاستجابة :وتشير إلى سرعة مقدم الخدمة لاحتياجات العميل.
 - ✓ كفاءة قدرة مقدم الخدمة :وتعني توافر القدرات اللازمة لمقدمي الخدمة لتقديم خدمة مميزة للعملاء.
 - ✓ إمكانية الوصول :أي سهولة الوصول إلى مقدمي الخدمة.
 - ✓ المجاملة : ويعني ابداء روح المودة و الصداقة مع العميل ، و الحرص عليه و تقدير ظروفه و اشعاره بأهميتها و الرغبة في تقديم الخدمة له في الوقت الذي يطلبها.¹
 - ✓ الاتصال :أي سهول تبادل المعلومات المتعلقة بالعملاء.
 - ✓ المصداقية :أي توفر درجة عالية من الثقة في مقدم الخدمة.
 - ✓ الأمان :وتعني أن المنشأة تؤدي الخدمة بطريقة صحيحة في الوقت المناسب وأنها تفي بوعودها تجاه عملائها.
 - ✓ الثقة :وتعني إلمام العاملين بمهام وظائفهم بشكل يمكنهم من تقديم الخدمة بدون مخاطر.
 - ✓ الملموسية :وهي تعني توفير الدليل المادي لأداء الخدمة مثل توفير الموارد المادية والبشرية².
- الفرع الثاني : عناصر جودة الخدمة :**
- ✓ يلجا البنك لإظهار جودة خدماته الى عدة عناصر تبني القيمة الخيالية للمنتج او الخدمة المعروضة , ويمكن ان يستعمل البنك عدة سياسات لا عطاء صورة جيدة عن خدمة سريعة وفعالة.
 - ✓ العمال : حيث يهتم البنك بهيئتهم و لباسهم كشف ميولاتهم واهتماماتهم وكفائتهم.
 - ✓ الاجهزة : حيث يهتم بتحديث اجهزته ومعداته لاعطاء صورة المؤسسة المتطورة .
 - ✓ المعومات : هو توفير معلومات واضحة مشجعة لاتخاذ القرارات الصحيحة.
 - ✓ الشعارات : حيث يضع البنك شعارات ورموز للتعبير على الثقافة التنظيمية .
 - ✓ المحلات : حيث يهتم البنك باعادة تنظيم المحلات من الداخل والخارج وتخصيص اماكن لاستقبال العمال في مختلف العمليات البنكية لتقليل الانتظار العملاء .
 - ✓ الاسعار: حيث يضع البنك الاسعار بشكل واضح وشفاف للزبائن.

1- مديحة بخوش : دور رضا العميل في ارساء إدارة الجودة الشاملة في القطاع المصرفي ، مجلة دراسات اقتصادية الجزائرية ، 2013 ، العدد 21 ، ص - ص ، 104 ، 105 .

2-محمد سمير أحمد ،"الجودة الشاملة وتحقيق الرقابة في البنوك التجارية" ،دار المسيرة ،الأردن ،2009 ،ص69.

المطلب الثالث : جودة الخدمات المصرفية

الفرع الأول : جودة الخدمات المصرفية

إن مفهوم الجودة المصرفية لا يختلف عن مفهوم جودة الخدمة بصفة عامة فهي تعني تقديم خدمات مصرفية تقابل حاجات و توقعات العملاء أو تتجاوزها.¹

ويمكن النظر إلى جودة الخدمات المصرفية من زاويتين إحداهما داخلية و الأخرى خارجية، و تقوم وجهة النظر الداخلية على أساس الالتزام بالمواصفات القياسية التي تكون الخدمة المصرفية قد صممت وفعالها. أما وجهة النظر الخارجية فتركز على جودة الخدمة كما يدركها عملاء المصرف ، و تعبر وجهة النظر الداخلية عم موقف إدارة المصرف و توجهاتها لتحسين جودة الخدمة فيما تعبر وجهة النظر الخارجية عن موقف العملاء واتجاهاتهم إزاء ما يقدم لهم من خدمات . و عند تطبيق مفهوم التسويق المصرفي الحديث فإن وجهة النظر الخارجية هي التي يجب أن تسود و يتم الاعتماد عليها عند إجراء التحسينات في جودة الخدمات التي تقدمها المصارف و المؤسسات المالية المختلفة لعملائها.

الفرع الثاني : أهداف و مزايا نظام الجودة

أولا : أهداف نظام الجودة

إن الهدف الأساسي لنظام الجودة هو تلبية حاجات و رغبات المستهلكين بصورة مطابقة لمتطلباته و يعززها "بسترفيله"

على أنها تحقق توقعات العميل ، أو نقدها و تستخدم هذه التوقعات في تحديد متطلبات المنتج أو الخدمة و يرى " بسترفيله" أن الجودة لها تسعة أبعاد مختلفة تتمثل في الأداء ، السمات ، المطابقة ، تماسك الأداء عبر الوقت ، الاستدامة ، الخدمة ، الاستجابة ، الجمال ، السمعة.

و تتكفل وظيفة التسويق بتعريف الأبعاد و ترجمتها إلى متطلبات واضحة تهدف إلى تطوير المنتج أو الخدمة الحالية أو خلق منتجات أو خدمات أخرى و تتولى وظائف البحث و التطوير هذه المهمة.

و الجود عملية مستمرة و متواصلة و يجب أن تكون مستهدفة من جميع الأفراد و الهياكل و مدعومة من طرف الإدارة العامة.

و يمكن تلخيص أهداف الجودة في العناصر التالية:

- 1 زيادة تعامل العملاء الحاليين.
- 2 جذب المزيد من العملاء الجدد.
- 3 تخفيض تكلفة تقديم الخدمات المماثلة التي تقدمها البنوك المنافسة.
- 4 تحسين الوضع التنافسي للبنك.
- 5 زيادة حصة البنك و نصيبه من السوق المصرفي.

¹ هدى جبلي : قياس جودة الخدمات المصرفية ، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، جامعة منتوري قسنطينة ، الجزائر 2010 ، ص ، 71.

- 6 - اكتساب قدرة على الاستمرار و التواصل السليم في السوق المصرفي.
- 7 - تأكيد تفوق البنك و سبقه الدائم نحو الجديد و التجديد.
- 8 - سد الفجوات القائمة بين مستوى الاشباع الحالي و تطلعات العميل لمستوى اشباع أفضل.¹
- 9 - التقليل من الأخطاء و العيوب.
- 10 - تنفيذ العمل كاملا و بالشكل الصحيح من المرة الأولى.
- 11 - تخفيض الوقت الضائع.²
- 12 - العمل على تطوير و التحسين المستمر في كافة اجراءات و أساليب العمل.³

ثانيا: مزايا جودة الخدمات المصرفية

- تحقيق ميزة تنافسية و مواجهة الضغوط التنافسية الأخرى
- تخفيض التكاليف بسبب انخفاض الأخطاء في المعاملات المصرفية
- إتاحة الفرصة للحصول على أسعار و عمولات أكبر.
- زيادة قدرة المصرف على الاحتفاظ بالزبائن في الحالتين و جذب زبائن جدد .
- بيع خدمات مصرفية إضافة جديدة.
- جعل الزبائن بمثابة مندوبي مبيعات للمصرف من خلال إقناع الزبائن الجدد.

¹ - حمداوي وسيلة ، مرجع سابق ، ص 35

² - محمد سمير أحمد ، مرجع سابق ، ص 66.

³ - يوسف مسعداوي ، مرجع سابق ، ص 367.

المبحث الثالث : الصيرفة الالكترونية كنتيجة لدور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين عمل البنوك التجارية.

لقد تأثرت المؤسسات بكل أنواعها بالتطورات الحاصلة في تكنولوجيا الاعلام و الاتصال و من أهم هذه المؤسسات هي البنوك مما ظهر مصطلح الصيرفة الالكترونية.

المطلب الأول : تعريف و دوافع الصيرفة الالكترونية

إن التطور في مجال تكنولوجيا الإعلام و الاتصال اثر إيجابي على عدة قطاعات و من أهم هذه القطاعات، القطاع البنكي التي أصبحت تعمل في بيئة أكثر تنافسية، و هذا ما أدى المؤسسات المصرفية تتماشى مع متطلبات الحصة.

الفرع الأول : تعريف الخدمات المصرفية الالكترونية:

هناك عدة تعاريف للصيرفة الالكترونية و سنشير إلى بعض منها:

التعريف(1): هو إجراء العمليات المصرفية بطرق الكترونية أي استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال

الجديدة سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أو الجديدة و في ظل هذا النمط يكون العميل مضطر للتنقل إلى البنك إذا أمكنه القيام بالأعمال التي يريدتها من بنك من أي مكان و في أي زمان.¹

التعريف(2): هي تلك الخدمات التي المقدمة من طرف البنوك أو المؤسسات المالية و التي تقوم على الركائز الإلكترونية و توظيف كافة التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصال و المعلومات لتقديم كافة الخدمات المصرفية بأمان مطلق.²

التعريف (3): هي كافة العمليات و النشاطات التي يتم عقدها او تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الوسائل

الإلكترونية أو الضوئية مثل: الهاتف و الحاسوب و الصراف الآلي و الانترنت و التلفزيون الرقمي و غيرها، و ذلك من قبل المصارف و المؤسسات المالية.

و من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف الصيرفة الإلكترونية على أنها كل الخدمات الإلكترونية المقدمة بوسائل تكنولوجيا حديثة مثل الهاتف و الحاسوب عن طريق الانترنت، الصراف الآلي... ، و المرتبطة بشبكات مبرمجة.

الفرع الثاني : دوافع الصيرفة الالكترونية:

1 -دوافع الصيرفة الالكترونية: إن ظهور الصيرفة الالكترونية كان نتيجة تفاعل عدة عناصر منها:

1. ثورة الاتصالات و المعلومات التي أدت إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي و المالي، و منذ التطلع إلى تقديم خدمات مصرفية و مالية متطورة و متنوعة اعتمادا على ما أنتجته التكنولوجيا و ثورة المعلومات.

¹ وسيم محمد الحداد، مرجع سابق، ص 55.

² ناظم محمد نوري الشمري، الصيرفة الالكترونية، دار وائل، الأردن، 2008، ص 28.

2. التجارة الالكترونية التي يتم استخدام الوسائل الالكترونية و خاصة الانترنت و التي اصبحت تتميز بخصائص عديدة تميزها عن التجارة التقليدية التي اعتادت هذه المؤسسات المالية التعامل في ظلها و معها مما جعل التطوير الوعائي للاستراتيجيات و اساليب عمل البنوك ضرورة خدمية و ليس ترفا و اهدار الاموال.
 3. وجود منافسة شديدة بين البنوك بعضها البعض و مع غيرها من المؤسسات المالية هذه المنافسة التي اصبحت لا تقتصر على الاقتصاديات الوطنية بل اكتسبت ابعادا دولية في ظل التجارة العالمية.
 4. تزايد دخول العديد من المؤسسات المالية غير المصرفية مثل شركات التأمين و شركات الأوراق المالية و منافستها للبنوك، حيث أصبح العديد من هذه المؤسسات يقدم مجموعة الخدمات وثيقة الصلة بعمل البنوك.
 5. و جوب تطوير الأداء بصفة مستمرة سواء للبنوك و غيرها من المؤسسات المالية لرفع مستوى الكفاءة التشغيلية لتقديم أفضل خدمة لعملائها، و خاصة أن الكثير من العملاء أصبحو يطلبون يطلبون خدمة رفيعة المستوى بتكلفة تنافسية، مستفيدين من المنافسة المتزايدة بين المؤسسات.
 6. دخول العديد من المؤسسات التجارية و الاقتصادية بسوق الاعمال المصرفية و من اهم الامثلة في ذلك قيام بعض المحلات الكبيرة بتقديم خدمة لعملائها في صورة كربون يستخدم عند التسويق فيها و بالتالي نقل الحاجة للتعامل مع البنوك.
- و بالتالي نستنتج ان تغير الظروف و الاحوال (العوامل السابقة) يتبعه تغير الادوات و الوسائل التي تستخدم للتعامل معها، اذ لا يجوز استخدام وسائل تقليدية للتعامل مع ظروف و مستجدات لم تكن قائمة مثلما هو الحال فيما شهده العمل المصرفي خاصة و المالي عامة من التحولات و تغيرات لعل اهمها الصيرفة الالكترونية.¹

المطلب الثاني: مميزات و أهداف الصيرفة الالكترونية

الفرع الأول: مميزات الصيرفة الالكترونية

- 1) تكلفة تداولها زهيدة و المعاملات الالكترونية عبر الانترنت أو الشبكات الاخرى أرخص كثيرا من استخدام الأنظمة البنك التقليدية.
- 2) لا تخضع للحدود سحب و إيداع الأموال في أي وقت حتى ولو كان البنك مغلق و ذلك لاعتمادها على الشبكات التي لا تعترف بالحدود الجغرافية و السياسية.

¹ وسيم محمد الحداد، مرجع سابق، ص56.

- (3) بسيط و سهلة الاستخدام، تسهل النقود الالكترونية التعاملات البنكية إلى حد كبير، فهي تغني عن ملء الاستمارات و إجراء الاستعمالات البنكية عبر الهاتف.
- (4) تسرع عمليات الدفع: تجري حركة التعاملات المالية بصورة آنية و عكس التعاملات التقليدية التي تتطلب وقت طويل.
- (5) التعامل المشفر: التعاملات آمنة مع بياناتك مما يضمن و يعزز من السرية.
- (6) سريعة: حيث أن الحصول على المعلومة و استرجاعها يتم بسرعة عالية.
- (7) دقيقة: إن احتمال الوقوع بالخطأ في النظم التقليدية اليدوية أكبر بكثير من النظم المحسوبة التي تمتاز بدرجة عالية من الدقة.
- (8) توفير الجهود: فالجهد البشري المبذول في النظم التقليدية هو أكبر من الجهد المبذول في النظم المحسوبة سواء على مستوى إجراءات التعامل مع المعلومات أو الاستفادة منها أو استرجاعها.
- (9) كمية المعلومات: إن حجم المعلومات و الوثائق المخزونة بالطرق التقليدية محدودة قياسا بالامكانيات الكبيرة و المتنامية لذاكرة الحاسب، و وسائط الحفظ و التخزين الالكتروني¹.
- (10) قلة المعاملات الورقية: التخفيف من المعاملات الورقية و ما يترتب عليها من عملية التخزين و البحث²

الفرع الثاني: أهداف الصيرفة الالكترونية

1. فتح أسواق جديدة أمام منتجات و خدمات البنك، ذلك التحول إلى الخدمات الالكترونية يجب أن يصاحبه الحصول على عملاء جدد، و فتح آفاق جديدة، و بما يغطي تكلفة استثماراته التكنولوجية، و مخاطر تشغيلية.
2. تحسين طرق إدارة العلاقات مع العملاء و ذلك لكون الخدمة الالكترونية يميزها الدقة في الداء، و الأمن في أي وقت و أي مكان، فبالتالي من المفروض أن تؤدي إلى تحسين العلاقات مع عملاء البنك.
3. تخفيض كلفة أداء الخدمة، فانخفاض أداء الخدمة سمة من سمات الخدمات الالكترونية وذلك بالرغم مما تتطلبه من بنية تحتية، وبرامج و حسابات و تدريب، إلا أن ذلك يضل أقل تكلفة من تقديم الخدمة المصرفية بالوسائل التقليدية من خلال الفروع.
4. القدرة على مخاطبة كل عميل على حدة و تقديم الخدمة المناسبة له، أي إدارة العلاقات مع العملاء للمحافظة على رضاهم، وذلك نتيجة ما تتيحه الخدمات الالكترونية من البرامج التي تمكنها من تحقيق شعور لدى العميل بأن الخدمة مقدمة له دون غيره.¹

¹ ناظم محمد نوري الشمري، مرجع سابق ص 21.

² وسيم محمد حداد، مرجع سابق، ص 59.

5. إتاحة المعلومات عن الخدمات المصرفية التي يؤديها البنك.

6. حصول العملاء على الخدمات المصرفية و غير المصرفية في أي وقت و أي مكان.²

المطلب الثالث: أشكال خدمات الصيرفة الالكترونية

الفرع الأول: بنك الانترنت (البنوك الالكترونية)

أولاً: تعريف الخدمة : هو بنك له وجود كامل على شبكة الانترنت تحتوي موقعه على كافة البرمجيات للاعمال المصرفية حيث يتيح للعميل القيام بكافة الاعمال الخاصة بالبنك عن طريق اي مكان موجود به، و ذلك بواسطة خط يوفره البنك يسمح له بإنجاز كافة معاملات دون أن يضطر إلى الذهاب بنفسه إلى مقر البنك.³

ثانياً : الخدمات التي يقدمها:

1. ملخص أرصدة الخدمات.
2. الاستعلام على الحركات.
3. آخر عشر حركات.
4. قائمة الشيكات.
5. بطاقة ماستر كارد.
6. بطاقة التسويق عبر الانترنت.
7. أسعار العملات.
8. التحويل بين حسابات العميل.
9. التحويل بين فروع البنك.
10. تسديد الفواتير.
11. طلب دفتر الشيكات أو كشف حساب.
12. إيقاف بطاقة فيز إلكترون.
13. ارسال و استقبال الرسائل.⁴

ثالثاً : مزايا و منافع البنك الالكتروني:

1) تنظيم الدفعات: يكفل الإنفاق على وقت الاقتطاع و التسديد و يتم التحويلات المالية و تنظيم عمليات الدفع دون أي ريبية في امكانية السداد في الوقت المحدد.

¹ ناظم محمد نوري الشمري، المرجع نفسه، ص 35.

² وسيم محمد حداد، المرجع نفسه، ص 57.

³ وسيم محمد حدادو آخرون، مرجع سابق ص 67.

⁴ ناظم محمد نوري الشمري، مرجع سابق ، ص ص 61-62.

- (2) تسديد العمل: ألغت عملية المقايضة الآلية خاصة العميل إلى زيادة البنك لإيداع قيمة التحويلات المالية ، مما يعني تسيير العمل و رفع فعاليته.
 - (3) السلامة و الأمن: أزال التحويلات المالية الالكترونية الخوف من سرقة الشيكات الورقية و الحاجة إلى تناقل الأموال السائلة.
 - (4) زيادة رضا العملاء: تكفل سرعة عمليات التحويل الالكتروني و إنخفاض كلفتها لتحقيق رضا العملاء.¹
 - (5) تقليل الأعمال الورقية: تقليل الاعتماد على النماذج الورقية، و الشيكات التقليدية و غيرها من المعاملات الورقية.
 - (6) توفير المصاريف: تتضمن عملية افتتاح فرع ببنك ما مصاريف تشغيلية مثل تكاليف شراء الموقع و تأثيثه و تكاليف العمالة و الصيانة و غيرها، غير أن تلك المصاريف معدومة نهائيا في حالة البنوك الإلكترونية.
 - (7) زيادة كفاءة البنوك الالكترونية: لسرعة إنجاز الأعمال عن البنوك التقليدية.
 - (8) امكانية الوصول إلى أكبر عدد ممكن من العملاء، حيث تتميز البنوك الالكترونية بقدرتها على الوصول إلى اكبر قاعدة ممكنة من العملاء دون التقيد بمكان أو زمان معين.
 - (9) تقديم خدمات مصرفية كاملة و جديدة و تقدم البنوك الالكترونية كافة الخدمات المصرفية التقليدية، و إلى جانبها خدمات مصرفية أكثر تطور عبر الانترنت تميزها عن الأداء التقليدي.²
- رابعا : خصائص البنوك الالكترونية:**
- إن ما يميز البنوك الالكترونية عن البنوك التقليدية بعض الخصائص و من بين هذه الخصائص مايلي:
- ✓ اختفاء المعاملات بالوثائق الورقية حيث أن كافة الاجراءات تتم عن طريق الشبكة .
 - ✓ البنوك الالكترونية فتحت المجال أمام البنوك صغيرة الحجم و التي تعمل في مجال ضيق لتوسيع نشاط عملها عالميا حيث دخلت إلى اسواق جديدة دون الحاجة إلى النفورغ لذلك.
 - ✓ القدرة على إدارة العمليات المصرفية للبنوك عبر شبكة الانترنت بكفاءة عالمية من اي موقع جغرافي.
 - ✓ عدم إمكانية تحديد الهوية، حيث لا يرى طرفا التعاملات الالكترونية كل منهما الآخر مما يثبت السرية بالتعامل بين البنك و عملية.
 - ✓ إمكانية تسليم بعض الخدمات الالكترونية و بسرعة دون الحاجة إلى الإنتظار مثل كاشف الحساب و كالرصيد و غيرها.¹

¹ وسيم محمد حداد و آخرون، مرجع سابق، ص 67.

² وسيم محمد حداد و آخرون، مرجع سابق، ص 68.

الفرع الثاني : البنك الخليوي : Mobil bank

أولاً : تعريف الخدمة: يمكن تعريف البنك الخليوي بأنه مجموعة من الخدمات المصرفية الالكترونية للعميل عبر هاتفه الخليوي المعتمد للخدمة Wap enabled

ثانياً : الخدمات التي يقدمها البنك:

- الاستفسار عن رصيد الحساب
- الاستعلام عن الاخر (10) حركات على الحساب
- التحويل من حساب إلى حساب داخلي
- طلب كشف حساب
- طلب دفتر شيكات
- ملخص أرصدة الحساب
- تغيير الرقم السري
- وقف بطاقة الفيزا الالكترونية
- تسديد فواتير الفاست للبنك
- أسعار العملات الرئيسية
- أسعار الفوائد على الدينار و العملات الأجنبية
- تغيير الرقم السري

الفرع الثالث : البنك الناطق:

أولاً : تعريف: يمكن تعريف البنك الناطق بأنه يقدم مجموعة من الخدمات المصرفية لعملاء البنك من خلال الاتصال الهاتفي على ارقام محددة و بالتالي يمكن الحصول على مجموعة من الخدمات المصرفية:

ثانياً : الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الناطق:

- الاستفسار عن رصيد الحساب.
- الاستعلام عن آخر الحركات على الحساب.
- طلب كشف الحساب.
- طلب دفتر شيكات.
- تغيير الرقم السري.
- إيقاف بطاقة الفيزا الالكترونية و بطاقة الماسترو.
- إجراء داخلية بين الحسابات.
- توفير جميع المعلومات الخاصة بالخدمات للجمهور.

¹ وسيم محمد حداد و آخرون، مرجع سابق، ص 74.

الفرع الرابع : البنك الفوري:

أولاً : تعريف: هي القناة الالكترونية التي يستطيع العميل إنجاز معاملاته من خلال إستخدام الهاتف بالتالي الحصول على العديد من الخدمات، و للاستفادة من خدمات البنك الفوري أن يكون للعميل حساب لدى البنك و حاصل على بطاقة فيزا الالكترونية و رقمها السري الخاص بالبنك.

ثانياً : الخدمات التي يقدمها البنك:

- التحويل الفوري من حساب إلى حساب
- إدخال التحويلات الدورية
- طلب كشف حساب يرسل على جهاز الفاكس
- اصدار الحوالات الداخلية
- اصدار و تسديد الحوالات السريعة Western Union
- اصدار الشيكات المصرفية
- طلب دفتر الشيكات
- اصدار شهادة الملاءة
- الاستفسار عن أرصدة حساباتك للودائع و القروض.
- إيقاف صرف شيك
- إلغاء إيقاف صرف شيك
- تجسيد و وقف بطاقة الفيزا
- إصدار الكفالات
- إصدار بطاقة الفيزا الالكترونية أو تجميدها
- الاستفسار عن أسعار العملات الأجنبية
- الاستعلام عن جميع خدمات البنك المصرفية
- الاستعلام عن خدمة بنك الانترنت
- خدمة قروض و سلف على الهاتف
- تسدسد الفواتير¹

الفرع الخامس : الصراف الآلي:

أولاً : تعريف: و هي تلك الآلات التي يمكن نشرها بالأماكن المختلفة سواء بالجدار أو بشكل مستقل و تكون متصلة بشبكة حاسوب المصرف و يقوم العميل بإستخدام بطاقة بلاستيكية أو بطاقة ذكية للحصول على الخدمات المختلفة.

¹ ناظم محمد نوري الشمري، مرجع سابق، ص ص 68-69.

ثانيا : الخدمات التي يقدمها الصراف الآلي:

- ✓ السحب النقدي
- ✓ إيداع النقد
- ✓ إيداع الشيكات
- ✓ إيداع الفواتير
- ✓ الحصول على بطاقات المدفوعة مسبقا
- ✓ الاستفسار عن الأرصدة و التحويل من الحسابات
- ✓ طلب كشف حساب
- ✓ تغيير الرقم السري
- ✓ طلب دفتر شيكات
- ✓ الاستفسار عن أسعار العملات¹

الفرع السادس : التلفزيون الرقمي : هي القناة التي تتبلور من خلال الربط بين أجهزة التلفزيون بالمنزل أو مقر العمل و بين حواسيب البنوك عبر الأقمار الصناعية بحيث بمجرد قيام الزبون بالمنزل أو العمل بإدخال الرقم السري الخاص به، يمكنه الدخول إلى حاسوب البنك و إمكانية حصوله على مختلف المعلومات و الاستفسارات.

و بعد هذا التلفزيون من أحدث القنوات التي تم إبتكارها، و التي تمكن البنوك من التفاعل مع العملاء في مواقعهم خصوصا في المنزل مع ربات البيوت لاسيما في حالة عدم توفر جهاز حاسوب، و وجدت هذه التقنية رواجاً خصوصا في بريطانيا و في السويد و فرنسا.²

الفرع السابع : نقاط البيع الالكتروني:

وهي الآلات التي تنتشر لدى المؤسسات التجارية و الخدمة بمختلف أنواعها و أنشطتها و يمكن للعميل إستخدام بطاقات ذكية للقيام بأداء مدفوعات من خلال الخصم على حسابه الالكتروني بتمرير هذه البطاقة داخل هذه البطاقة داخل هذه الآلات المتصلة إلكتروني بحاسوب المصرف³

الفرع الثامن : الحاسوب الشخصي:

و هو الحاسوب الذي يخص شخص معين يكون موجود بمنزلة أو مكان عملة أو في مكان آخر، إذ يمكن لهذا الأخير من إستخدامه للأفضل بحاسوب البنك من خلال استخدام الرقم السري لإجراء عملية بنكية معينة، و هي القناة تأخذ تسمية أخرى (الصيرفة المنزلية)⁴

¹ ناظم محمد نوري الشمري، مرجع سابق، ص76.

² نضيل فارس، التقنيات البنكية، مطبعة الموساك، الجزائر، 2013، ص 257.

³ ناظم محمد نوري الشمري، نفس المرجع، ص31.

⁴ فضيل فارس، المرجع نفسه، ص 256.

الفرع التاسع : البطاقات الالكترونية:

أما استخدام البطاقات كان مع بداية القرن الماضي في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي ، وبطاقات معدنية تستعمل على مستوى البريد في الولايات المتحدة الأمريكية . وفي عام 1958 أصدرت American Express أول بطاقة بلاستيكية لتنتشر على نطاق واسع ، ثم قامت بعدها ثمانية بنوك بإصدار بطاقة "Bank Americard" عام 1968 لتتحول إلى شبكة Visa العالمية، كما تم إصدار في نفس العام البطاقة الزرقاء "Carte Bleue" من طرف ستة بنوك فرنسية . وفي عام 1986 قامت اتصالات فرنسا "France Telecom" بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئة للبطاقات الذاكرة (Cartes à mémoire) لتصبح عام 1992 كل البطاقات المصرفية بطاقات برغوثة (Cartes à puce) تحمل بيانات شخصية لحاملها .

أولا : أنواعها:

تتعدد الأنواع التي تتخذها البطاقة البنكية، وذلك تبعا لتعدد تصنيفاتها على أساس مجموعة من المعايير، وهي على النحو التالي:

I- تصنيفها على أساس مصدرها: بحسب الملة التي أصدرت البطاقة، نجد الأنواع التالية:

1. **البطاقة الخصوصية:** بطاقة صادرة من المؤسسات التجارية الكبيرة و هي بطاقة يصدرها المحل التجاري لعملائه، تتيح لهم شراء ما يحتاجونه على الحساب من السلع و الخدمات التي يقدمها، و ذلك في حدود سقف ائتماني معين، كما أن بعض المحلات تقدم قروضا نقدية لحملة بطاقتها، و يقوم حاصل البطاقة بسداد قيمة مشترياته و مسحوباته النقدية إلى المحل التجاري في نهاية كل شهر بالكامل أو تسديد جزء منها و تحمله بالفوائد على المبالغ المؤجلة.
2. **البطاقة الاعتمادية:** هي تلك البطاقة التي تصدرها مؤسسات بنكية عالمية، لذلك تسمى البطاقة الدولية، حيث حاملها يعتبر من الزبائن من المستوى الراقي (رجال الأعمال، أثرياء....)، هؤلاء يستخدمونها في حال قيامهم بالسفار بداعي الاعمال أو السياحة من ثم تستخدم لغرض الحجز في الفنادق الفخمة، و المطاعم الفاخرة و كراء السيارات إلخ، و كأمثلة على هذا النوع من البطاقة نجد فيزا، أمريكان اكسبرس، وداينرزكلوب وغيرها.

II- تصنيفها على أساس هدف الاستخدام: نجد الأنواع التالية

1. **بطاقة السحب:** هي تلك البطاقة التي يقتصر استخدامها على سحب النقود فقط من الموزعات الآلية الأوراق النقدية، وهي البطاقة التي يتم تمريرها عبر جهاز الصراف الآلي مع إدخال حاملها للرقم السري الشخصي، و بتقييد المبلغ الذي يراد سحبه و هي ثلاث أنواع:
 - بطاقة السحب أحادية البنك: و هي البطاقة التي تستعمل لسحب النقود من الموزعات الآلية للموزعات الآلية للأوراق النقدية التي تتبع البنك المصدر لها، أو جهة معينة مصدرة لها فقط.

- بطاقة السحب البنكية المحلية: و هي البطاقة التي يمكن إستعمالها في مختلف الموزعات الآلية للموزعات الآلية للأوراق النقدية التي تحوز عليها مختلف البنوك العاملة محليا.
- بطاقة السحب البنكية الدولية: و هي تلك البطاقة التي تستخدم على المستوى الدولي على مستويين الموزعات الآلية للأوراق النقدية التي تتبع مختلف البنوك الدولية بموجب إتفاق مبرم بينها.

2. بطاقة الدفع :

هي البطاقة التي نتمكن صاحبها من الاستفادة من خدمات تخص:

- سحب النقود من الموزعات الآلية للنقود و كذلك الشبايك الآلية للبنوك.
- خدمة تسديد فواتير الخدمات كالكهرباء و المياه و الهاتف،
- تسديد عمليات الشراء التي يقوم بها لدى مختلف التجار مع قيام البنك او الجهة المصدرة لها بوضع سقف معني من النقود الذي يمكن استخدامه من خلال حامل البطاقة ، حيث ان هذه الحالة تعرف على انها : بطاقة بلاستيكية مصنوعة من مادة يصعب العبث بها تصدرها جهة ما، يذكر فيها اسم العميل الصادرة لصالحه و رقم حسابه حيث يملك الحامل تقديم تلك البطاقة للتاجر لتسديد ثمن مشترياته ، حيث يقوم التاجر بتحصيل تلك القيمة من الجهة المصدرة التي تقوم بدورها باستيفاء تلك المبالغ من الحامل.
- ومن جانب اخر ، بطاقة الدفع تتخذ انواعا مختلفة بحسب معيارين:
- معيار شبكة القبول ، وفق هذا المعيار نجد:

3. بطاقة الدفع المحلية: تستخدم فقط محليا ، حاملها يستخدمها عند القيام بعمليات الشراء و الدفع لدى التجار المعتمدين المحليين من قبل البنوك العاملة في الحدود الجغرافية للدولة و ليس خارجها.

4. بطاقة الدفع الدولية : تستخدم لدى التجار و الفنادق و المطاعم المعتمدة من طرف البنوك المتفقة من خلال الشبكة الدولية.

III- معيار الخصم : بموجب هذا الاخير يمكن التمييز بين :

1. بطاقة الخصم الفوري : بعد استخدام البطاقة للحصول على الاحتياجات المختلفة من السلع و الخدمات و غيرها تتم عملية الخصم مباشرة دون انتظار لقيمة هذه الاستخدامات من الحساب البنكي لحاملها.
2. بطاقة الخصم المؤجل: هي عكس بطاقة الخصم الفوري، تسمى بطاقة الحساب حيث يمتن استخدامها من طرف حاملها لاقتناء سلع و خدمات مع امكانية تأجيل الخصم بسبب عدم كفاية رصيد الحساب البنكي لحاملها و عدم مقابلته لقيمة الاستخدامات ، حيث يمهل البنك لحامل البطاقة مدة اقصاها شهر لتسديد قيمة الاستخدامات، و في مال لتأخر عن السداد تفرض عليه فوائد التأخير.

3. بطاقة ضمان الشيكات: هي تلك البطاقة التي تستخدم كضمان للشيك البنكي ، حيث بعض المتاجر لا تقبل من زبائنها عند اقتناء السلع مثلا التسديد بالشيك البنكي بل يجب ان يرفق هذا الاخير ببطاقة تتضمن اسم حاملها.¹

و توقيعه النموذجي و رقم حسابه و الحد الاقصى للاستخدام الذي يتعهد البنك مصدر البطاقة بسداده.

ثانيا : مزايا البطاقة الالكترونية:

بالنسبة لحاملها: تتجلى المزايا التي يستفيد منها حاملها في:

- البطاقة البنكية بالنسبة لحاملها هي بمثابة اداة وفاء شخصية ، اذ يمكن له استخدامها لسحب النقود او اقتناء سلع و خدمات دون الحاجة لحمله نقود و من ثم يتجنب حاملها الكثير من مخاطر السرقة في حال حمله للنقود هذا من جهة ، و من جهة اخرى تمكنه من اقتناء السلع و الخدمات في حال حسابه برصد اقل من ثمن مشتريات.

- يمكن استخدامها من طرفه خلال 24 ساعة / 24 ساعة و سبعة ايام / سبعة ايام و في أي مكان يتم قبول استخدامها.

- تكرر الامان لدى حاملها عند استخدامها و ذلك بموجب رقم سري يخصه يستخدمه عند تمرير البطاقة عبر الجهاز الالي هذا من جهة ، اما من جهة اخرى لصعوبة تزويدها و تغيير المعلومات التي تتضمنها امكانية حصول حاملها على تخفيضات تجارية و ذلك يعزى للعقد الذي يبرم بين البنك مصدر البطاقة و التاجر المعتمد.

- يمكن لحاملها من استخدام البطاقة ليس عن طريق تمريرها عبر الجهاز الالي بل ايضا بوسائط اخرى مثل الهاتف و الأنترنت.

بالنسبة للتاجر المعتمد: هو بدوره له الحق في الاستفادة من مجموعة المزايا عند قبوله لتسديد المشتريات و الخدمات ، وهي بإيجاز:

- امكانية ضمان التسديد و التسوية المالية لكل المبيعات التي تقوم بها على اساس قبوله البطاقة كأداة للتسديد و هذا الامر كفيل بان يجنب التاجر التعامل بالأجل مع زبائنه لو كان ذلك عن طريق التعامل من دون البطاقة.

- يتجنب الاحتفاظ بالأموال في حال قام بتحقيق المبيعات عن طريق السيولة ، و من ثم وجود الامان في التعامل التجاري الذي يقوم به مع حاملي البطاقات دون ان يكون له الخوف من السرقة و عمليات السطو و الاوراق النقدية المزورة بالإضافة الى ذلك يتجنب هو شخصا ضرورة التنقل اليومي الى البنك لا يداع امواله-في شكل إيرادات المبيعات-

- هي اداة تدعم اكثر مبيعاته من السلع و الخدمات ، كما انها تسمح له بجذب المزيد من الزبائن.

¹ - فضيل فارس ، مرجع سابق، ص ص 265 - 266

امكانية تدعيم مركزه التنافسي ، باعتبار انه يقبل تحقيق المبيعات عن طريق قبول البطاقة مقارنة بالتجار الاخرين.¹

الفرع العاشر : البطاقة الذكية :

وهي عبارة عن بطاقة مزودة بشريحة كمبيوتر على وجهيها بحيث تكون قادرة على حفظ معلومات اكثر من البطاقة الاعتمادية العادية و المزودة بشريط مغناطيسي لحفظ معلومات متنوعة حول العديد من التطبيقات العملية مثل السجل الصحي و النقل و المواصلات و لعمليات التعريف بالهوية و عمليات البيع و غيرها.²

- مميزات البطاقة الذكية:

و من خلال التعريف السابقة تتميز البطاقة الذكية بعدة مميزات تجعلها تتفرد عن البطاقات الائتمانية و غيرها ، و هذه المميزات تتمثل في النقاط التالية:

- تحتوي على شريحة للذاكرة ، حيث تستغل بواسطة حاسوب صغير يزودها بمختلف المعلومات ، بحيث يمتلك طاقة تخزين اكبر بكثير من طاقة تخزين التي تستوعبها البطاقة ذات الشريط المغناطيسي.

- ان المعلومات المخزنة في الشريحة هي مشفرة ، ولا يمكن الاطلاع عليها ، حيث يمكن ان يطلع عليها سوى مصدر البطاقة . مع العلم ان التأكد من كون البطاقة الذكية هي اصلية يحتاج الى التأكد من المعلومات المشفرة.

- تتيح للزبون حاملها امكانية استخدامها كبطاقة اعتمادية او بطاقة خصم فوري وذلك تبعا لرغباته.

- تتيح للزبون ايضا امكانية القيام بصفة شخصية بعملية تسديد المدفوعات صغيرة القيمة.

- تتيح للزبون حاملها و مستخدمها طريقة اسرع في الدفع.

- يمكن شحنها، أي اعادة تعبئتها عن طريق الصراف الالي و كذلك الحاسب الشخصي و امكانية تحويلها لمحفظة النقود الالكترونية.

- و تتصف البطاقة الذكية ايضا بكونها تتيح لصاحبها امكانية تحويل قيمة من النقود من رصيد بطاقته الى رصيد بطاقة اخرى او العكس، و كذلك امكانية قيام صاحبها بتحويل قيمة من النقود من حسابه البنكي الى رصيد بطاقته الذكية.

- تتصف ايضا بمستوى كبير من الامان عند استخدامها، حيث تعتبر غير قابلة للتزوير و غير قابلة لسوء الاستخدام، على الاقل عس البطاقة ذات الشريط المغناطيسي، هذه الاخيرة يمكن تزويدها و قراءة بياناتها. و من ثم الشريحة الحاسوبية هي اكثر امانا من الشريط المغناطيسي الذي تتضمنه البطاقات غير الذكية .

- كما تتميز هذه البطاقة بقدرتها على تخزين المدخل البيولوجي BIOMETRICS، ويعني هذا المصطلح الوسائل التي يمكن عن طريقها التعرف على السمات الشخصية للفرد مثل مسح شبكة العين و هندسة اليد او

¹ - فضيل فارس ، التقنيات البنكية ، مرجع سابق ، ص - 275

² - وسيلة محمد الحداد ، مرجع سابق ، ص - 180

بصمة الاصبع و بصمة الشفاه و بصمة الصوت و انسجة الاوردة و بعبارة اخرى تعد البطاقة الذكية مثل بطاقة الهوية التي تصدرها مصلحة الاحوال المدنية ، ويمكن اعتبارها مثل جواز السفر الذي تصدره مصلحة الجوازات ، وذلك يحدث بالفعل في سنغافورة، حيث يمكن للفرد ان يستغني عن اصدار جواز السفر و يستخرج البطاقة الذكية ، و يسجل عليها بياناته الشخصية و كذلك بيانات تذكرة الطيران، بحيث تعد البطاقة الذكية بديل لجواز السفر و تذكرة الطيران.¹

- تتيح لحاملها امكانية تخزين الكثير من المعلومات حول العديد من الاشياء حول مواعيد رحلات الطيران، و الفنادق الموجودة ، و الخدمات المتنوعة و غيرها من الاشياء. التي تهتم الفرد في المجتمع. السفحة الالكترونية.²

- هي السفحة التقليدية التي يتم معالجتها الكترونيا، او جعلها ممغنطة. و بالتالي الكمبيوتر الالكتروني تراه نفس اركان الكمبيوتر التقليدية و نفس المشكل ايضا في صورتين اساسيتين ، تجعلان من الكمبيوتر الالكتروني تنقسم الى نوعين:

كمبيوتر الكترونية ورقية : وهي التي تصدر من البداية في شكل ورقة كأى كمبيوتر تقليدية ثم يتم معالجتها الكترونيا عند تقديمها لدى البنك لتحصيلها او تظهيرها لأي طرف اخر. كمبيوتر الكترونية ممغنطة: و فيها يختفي أي دور للورق و تصدر من البداية على دعامة الكترونية ممغنطة، و الواقع ان هذا النوع هو الذي يمثل قمة الاستفادة من التقنيات الالكترونية الحديثة. السند للأمر الالكتروني: لا يختلف تعريف السند للأمر الالكتروني كورقة تجارة عن السند للأمر التقليدي سوى كونه يعالج الكترونيا ، عبر نقل بياناته و حفصها على الشريط المغناطيسي و يقوم بإشعار بنك المحرر بذلك.³

الفرع الحادي عشر : انواع اخرى من البطاقات:

أولا : بطاقة الصراف الآلي :

هي تلك البطاقة التي تصدرها البنوك او الجهات الاخرى التي رخص لها القانون صرافة تستخدم من طرف صاحبها لسحب النقود من الصرافات الآلية مع شرط ان يكون الحساب البنكي للزبون صاحب البطاقة برصيد يقابل ما يتم سحبه من طرف هذا الاخير ، كما تستخدم لإيداع الاموال و الاستفسار عن رصيد الحساب.

ثانيا : البطاقة الائتمانية:

و هي تلك البطاقة التي تستعمل لتسديد قيمة المشتريات الفورية من السلع و قيمة الحصول على الخدمات ، و هي اداة وفاء تصدر من قبل البنوك لصالح زبائنها بعد ما تقوم البنوك بدراسة وضعيتهم و التحقق من قدرتهم على التسديد تجنباً لمخاطر عدم التسديد.

¹- فضيل فارس ، التقنيات البنكية ، مرجع سابق ، ص ص 292-293

²-فضيل فارس ، مرجع سابق ، ص-292

³-فضيل فارس ، المرجع نفسه ، ص ص 88 - 89

من امثلة هذا النوع بطاقة الفيزا كارد و ماستر كارد و امريكان اكسبرس.

ثالثا : بطاقة الصرف البنكي:

تحمل تقريبا نفس مفهوم البطاقة الائتمانية ، مع وجود اختلاف ، حيث يكمن هذا الاخير في ان صاحب بطاقة الصرف البنكي مطالب تسديد قيمة المشتريات و السلع و قيمة الحصول على الخدمات للبنك الذي اصدر له البطاقة خلال نفس الشهر الذي تم فيه استخدام البطاقة .¹

الفرع الثاني عشر : النقود الالكترونية :

تعتبر النقود الالكترونية مثلها مثل البطاقات البنكية في وقتنا الحالي من بين وسائل الدفع و البدائل الحديثة للنقود و ذلك نتيجة للثورة في التكنولوجيات الجديدة في الاعلام و الاتصالات و تاثير هذه الاخيرة على مستوى استخدام وسائل الدفع الالكتروني حيث بدأ يشاع استعمالها على نطاق واسع في العالم. وتعرف ايضا بالنقود الرقمية، حيث ظهرت بعد ظهور البطاقة البنكية.

أولا : تعريف النقود الالكترونية:

التعريف 01 : النقود الالكترونية هي احد وسائل الدفع الالكتروني مثلها مثل الشيك الالكتروني و التحويل الالكتروني و غيرها من الوسائل.

التعريف 02: النقود الالكترونية ،هي قيمة نقدية مخزنة على دعامة الكترونية مثل البطاقة ذات الذاكرة او على ذاكرة الكمبيوتر و تكون مقبولة كوسيلة دفع بواسطة افراد او مؤسسات غر المؤسسة التي اصدرتها. و يتم اصدارها لكي تكون في متناول المستهلكين و تحل النقود الورقية و النقود المكتوبة، وذلك لمدفوعات ذات قيمة محدودة.(1)

التعريف 03: مجموعة من البروتوكولات و التوقيعات الرقمية التي تتيح للرسالة الالكترونية ان تحل محل فعليا محل تبادل العملات النقدية.

و منه يمكن تعريف النقود الالكترونية على انها نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات الكترونية يمكن استخدامها للقيام بعمليات البيع و الشراء و التحويل.

ثانيا : مميزاتها ومزاياها:

إن النقود الإلكترونية باعتبارها أداة من أدوات الدفع البنكية الإلكترونية، فلا مجال للشك في كونها تتمتع بمجموعة من الخصائص التي تميزها ، بالإضافة إلى ذلك فإن ظهورها فرضته ازدياد التعامل في التجارة الإلكترونية مما يسمح و يعزي ذلك للعديد من مزاياها.

1 - مميزات النقود الإلكترونية :

من خلال التعاريف أعلاه ، يمكن بلورة مميزات النقود الإلكترونية في النقاط الأساسية التالية :

- هي قيم نقدية مخزنة بطريقة إلكترونية تستخدم لتسوية المدفوعات تتسم بصغر الحجم.

¹- فضيل فارس ، مرجع سابق ، ص ص 267-268

- تتسم بسهولة تخزينها و نقلها - سهولة حملها-و بدرجة كبيرة من الأمان عند استخدامها.
- ترتبط بحسابات بنكية أو ببطاقات سابقة الدفع.
- هي قابلة للتحويل إلى النقود القانونية.
- تتطلب وجود ثلاثة أطراف ، الطرف الأول الذي يصدرها، و مستخدمها عند الدفع كطرف ثاني ، و الثالث هو المستفيد من قيمتها. و لكن مع الإشارة إلى أن ملكيتها يتم نقلها من المستهلك إلى التاجر دون الحاجة إلى وجوب تدخل مصدرها ، لأنها تعتبر أداة لإبراء الذمة و لدفع ثمن السلع و الخدمات دون أن يقوم التاجر الذي يقبلها كمقابل لمبيعاته بالتأكد من حقيقة و صحة النقود الإلكترونية أو كفاية رصيد الحساب البنكي لحامل البطاقة الإلكترونية مثلا المقابل لثمن السلع و الخدمات التي يتم اقتناءها من طرف هذا الأخير.
- النقود الإلكترونية على خلاف النقود العادية الحقيقية لا يمكن تداولها إذ عند استخدامها يتم تحويلها إلى نقود عادية حقيقية و هذا ما يقصد به تدمير النقود الإلكترونية.
- تصدر النقود الإلكترونية من طرف مؤسسات ائتمانية خاصة أو بنوك.
- لا يمكن إيداعها كوديعة مقابل فوائد ، على عكس النقود العادية التي يمكن إيداعها كوديعة لتدري أرباح في شكل فوائد.
- تصدر بقيم نقدية غير متجانسة و غير متماثلة تبعا لعدم تجانس قيم السلع و الخدمات و لتنوع رغبات المستهلكين.
- تتضمن النقود الإلكترونية التوقيع الإلكتروني و ذلك من طرف جهة أو هيئة بعدما تعتمد هذه الأخيرة من طرف هيئات دولية و مؤسسات ائتمانية معروفة على المستوى الدولي من خلال حصولها على شهادة الاعتماد ، مع العلم أن التوقيع الإلكتروني يمكن أن يتبلور في رموز أو ارقام أو حروف بصورة إلكترونية.
- تسمح للأفراد باستخدامها دون الحاجة للتعريف بأنفسهم للغير (التجار الأفراد أو المؤسسات المالية و البنكية) و ذلك بخلاف الشيكات و باقي وسائل الدفع العادية حيث هذه الأخيرة عند استخدامها ينجر عنه الكشف عن هوية مستخدمها و وسائل الدفع العادية كالشيكات و البطاقات البنكية و غيرها.

2 - مزايا النقود الإلكترونية

- تتمتع النقود الإلكترونية بمجموعة من المزايا و التي جعلتها تتميز عن النقود العادية ، بالإضافة إلى ذلك فإنها تعود بالفائدة على كل الأطراف الذين يتعاملون بها، وهي بالإجمال تتبلور في النقاط التالية:
- استخدام النقود الإلكترونية وفق أنظمة إلكترونية تتصف بالأمان ، مما تسمح بتجسيد عمليات دفع آمنة و بثقة كبيرة.

- يتم تحويل النقود الإلكترونية بين مناطق و أماكن مختلفة في شتى العالم دون قيود دون حدود مهما كان نوعها.
- عند استخدامها لا تستلزم اتخاذ الاجراءات و الترتيبات كنتلك المطبقة في حال النقود العادية ، ومن ثم تتبين السهولة و عدم التعقيد عند استخدامها.
- من حيث التكاليف ، عملية استخدام النقود الإلكترونية من أجل الدفع أو التحويل غير مكلفة مقارنة بعملية استخدام النقود العادية.¹

الفرع الثالث عشر : ثانيا : الشيك الإلكتروني :

الشيك الإلكتروني هو المكافئ الإلكتروني للشيكات الورقية التقليدية التي اعتدنا التعامل بها و الشيك الإلكتروني ElectronicChecks هو رسالة إلكترونية موثقة و مؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله) ليعتمده و يقدمه للبنك الذي يعمل عبر الأنترنت ليقوم البنك أولاً بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك و بعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك و إعادته إلكترونياً إلى مستلم الشيك (حامله) ليكون دليلاً على أنه قد تم صرف الشيك فعلاً و يمكن لمسلم الشيك أن يتأكد إلكترونياً من انه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه.²

- و يمتاز الشيك الإلكتروني بعدة مميزات ، هي بإيجاز في هذه الملاحظات:
- يتبلور في صورة وثيقة إلكترونية تتضمن مختلف البيانات ، كرقمه ، و رقم الحساب الذي يقتطع منه مبلغ الشيك ، اسم البنك ، و المستفيد من قيمة الشيك و غيرها من بيانات.
- يتم نقله إلكترونياً من خلال البريد الإلكتروني من محرره إلى المستفيد، طبعا مع إشعار البنك من خلال الإيداع الإلكتروني له في حساب محرره.
- يتضمن التوقيع الإلكتروني هو توقيع الدفع -
- يمكن نقل ملكيته بصورة إلكترونية من خلال التظهير الإلكتروني.
- بمجرد استفادة المستفيد من قيمته ، يقوم البنك بإبلاغ المحرر [انه تم صرف قيمته و ذلك إلكترونياً.

- للشيك الإلكتروني مزايا ، توجز في النقاط التالية:
- أقل تكلفة من حيث تكاليف التشغيل مقارنة بالشيك التقليدي.
- مدة تحصيله أقل مقارنة بمدة تحصيل الشيك الذي يمر عبر المقاصة.
- غير معرض للسرقة و الضياع.

¹ - فضيل فارس ، التقنيات البنكية ، محاضرات و تطبيقات ، ص - ص 281 ، 282 ، 283 .

² - فضيل فارس ، مرجع سابق ، ص 278

الفرع الرابع عشر : التحويل الإلكتروني و المقاصة الإلكترونية :

أولاً : التحويل الإلكتروني:

إن نظام التحويل الإلكتروني هي عملية كاملة مبنية على برمجيات الكمبيوتر و التي تعمل على تسهيل عملية تحويل الأموال ، و عملية معالجة المعاملات النقدية بين مؤسستين ماليتين، حيث تتم عملية التحويل خلال يوم واحد و عبر شبكة مثل شبكة الأنترنت ، أن غرفة المقاصة و التي تعمل على التأكد من عملية التحويل التي تتم بين مؤسستين ماليتين يجب أن تتم بالشكل الصحيح بحيث إن الحسابات الصحيحة يتم استخدامها في عملية الدين و المدين.¹

ثانياً : المقاصة الإلكترونية :

وهي المرحلة الخيرة من تطور عملية المقاصة ، حيث حلت محل المقاصة اليدوية . نتاج للصعوبات التي كانت تميزها و التي يمكن إيجازها في :
بذل الكثير من الجهد و استغراق وقت كبير ، ذلك عندما تتطلب مندوبي البنوك لغرفة المقاصة حاملين معهم الشيكات المسحوبة على البنوك.
الإجراءات الكثيرة التي تحتاج لتطبيقها عملية إجراء المقاصة اليدوية.
مخاطر تضييع الشيكات و الشيكات الخاطئة و الشيكات المزورة.

عملية المقاصة للبنك المسحوب على بنك آخر تستغرق في حدود أربعة أيام لحين إيصال الشيك الأصلي إلى غرفة المقاصة بالبنك المركزي و إجراء العمليات اللازمة . تعرف المقاصة الإلكترونية على أنها أداة دفع بين البنوك و اداة إيفاء دين بينها تتركس بواسطة البنك المركزي من خلال التصوير الإلكتروني للشيكات المسحوبة على البنوك دون الحاجة لحملها ، حيث حل محله الفرز الآلي باستعمال أجهزة متخصصة تسمح بقراءة الشيكات من خلال الطور المغنطيسية و التحقيق ما حصتها داخل غرفة المقاصة و من ثم معرفة النتائج النهائية في صورة أرصدة ، أرصدة دائنة باستخدام أجهزة الحاسوب.

I- أهمية المقاصة الإلكترونية:

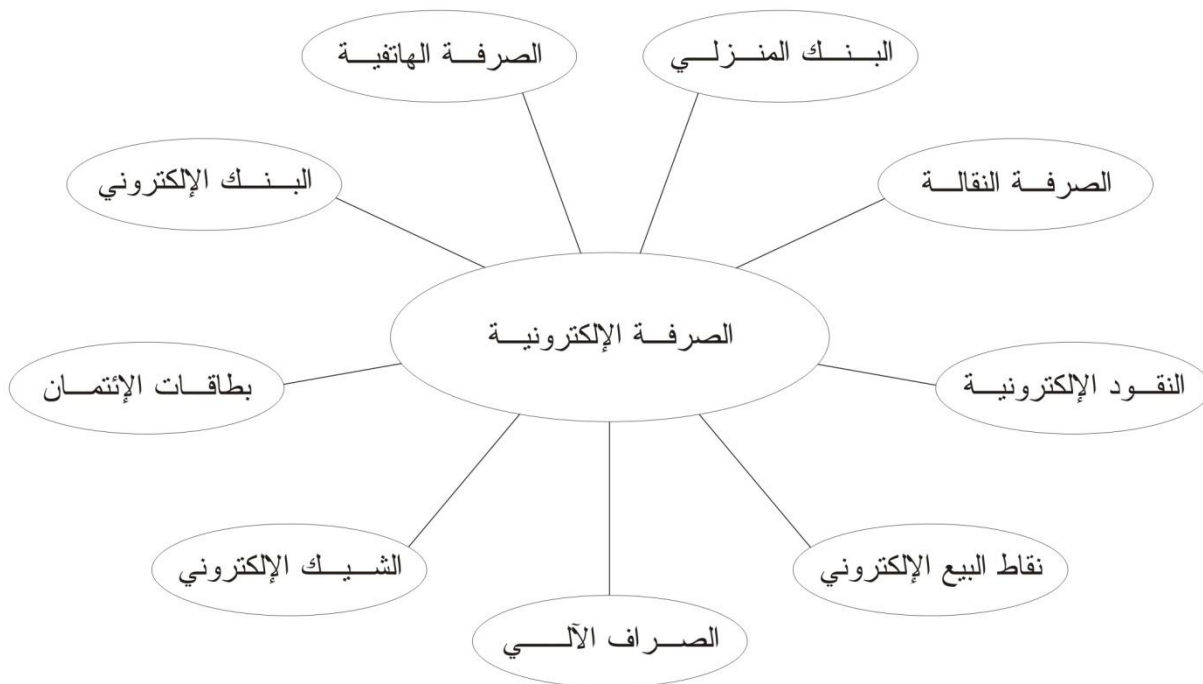
- 1 تمكين البنوك من تجنب مخاطر نقل الشيكات كما كان يحدث عند إجراء المقاصة اليدوية
- 2 إمكانية تحقق البنوك من صحة الشيكات المقدمة للمقاصة و من ثم تقليل فرص تزويرها.
- 3 تساهم في التسيير الأمثل لخزينة البنوك.
- 4 تجعل من الشيكات التي يتم التقاص حولها، شيكات دفع فورية، مع أن تحصيلها يكون في مدة وجيزة. أي عند تقديم الشيك يمكن تحصيله بعد المرور بالمقاصة في نفس اليوم كون المقاصة إلكترونية و تجري بصفة يومية.

¹ - وسيلة محمد الحداد ، مرجع سابق ، ص 184

II- أهداف المقاصة الإلكترونية :

- للمقاصة الإلكترونية عدة أهداف منها: إن المقاصة الإلكترونية هي نظام يسمح بتحقيق :
 - تصوير الشيكات مع إمكانية الاحتفاظ بصورة منه و تخزينها بالإضافة إلى تحويل كامل بياناته و من ثم تجنب ضياعها لو كان ذلك في حالة المقاصة اليدوية و تسهيل الاستعلام عليها دون مشقة و وقت كبير و الدقة الكبيرة في تحصيلها.
 - قراءة الشريط المغناطيسي الذي يتضمنه الشيك قراءة واضحة و سهولة التحقق من بياناته.
 - إمكانية معالجة قوائم الشيكات غير القابلة للدفع و قوائم الشيكات القابلة للدفع الآلي و أيضا معالجة الشيكات أجله للدفع.
 - تبليغ نتيجة المقاصة الإلكترونية لكل بنك معني بها بطريقة إلكترونية.
 - توفير إحصائيات دقيقة عن عدد الشيكات الصادرة ، الشيكات الواردة، الشيكات المعادة و مبالغها الاجمالية.¹

الشكل رقم 01 : أشكال الصرفة الالكترونية



المصدر : من إعداد الطالب بناء على المعطيات السابقة.

المطلب الرابع : معوقات و مخاطر الصيرفة الإلكترونية.

الفرع الأول : معوقات الصيرفة الإلكترونية:

أولا : المعوقات التنظيمية :

رغم المزايا التي تمتاز بها المصرفية الإلكترونية إلا أن هناك العديد من المعوقات التنظيمية التي تحول دون توسيع البنوك في استخدام المصرفية الإلكترونية.

- 1 عدم قناعة الغدارة بالجدوى الاقتصادية لتطبيق التكنولوجيا و بالذات الصيرفة الإلكترونية.
- 2 عدم وجود معرفة بالميزات و الفوائد.
- 3 عدم توفير روح الإبداع.
- 4 عدم التوافق و الانسجام بينهما و بين أنظمة العمل الموجودة بالبنك.
- 5 عدم توفر سياسة متعلقة بالأمان و السرية.
- 6 عدم توفير كادر بشري مدرب.
- 7 عدم امتلاك بنية تكنولوجية تحتية.

ثانيا : المعوقات المالية

- 1 ارتفاع تكاليف الاستثمار المالي مثل شراء الأجهزة و الصيانة و التدريب و غيرها.
- 2 ارتفاع التكاليف الإدارية مثل إنشاء وحدة إدارية متخصصة.
- 3 عدم تخصيص البنك مبلغ دوري لتحديد و تطوير الصيرفة الإلكترونية.

ثالثا : معوقات أخرى :

هناك العديد من المعوقات الأخرى التي تحول دون توسع البنوك في الصيرفة الإلكترونية أهمها :

- 1 وجود مقاومة للتغيير من قبل العاملين بالبنوك نتيجة التغيير في أداء العمل و الخوف من فقدان الوظيفة مثلا.
- 2 عدم وجود عدد كافي من العملاء للتعامل مع هذه التطبيقات.
- 3 انخفاض الوعي المصرفي لدى العملاء و قلة الثقة.
- 4 عدم وجود قوانين تشجع البنوك على تبني الصيرفة الإلكترونية.
- 5 عدم وجود تفصيل او تمييز من قبل البنك المركزي للبنوك التي تتوسع في استخدام الصيرفة الإلكترونية على غيرها.
- 6 عدم وجود تشريعات حكومية لتنظيم هذه الأعمال و حمايتها و ضمان سريتها.
- 7 عدم توفير بنية تكنولوجية تحتية خارجية.
- 8 ازدياد المنافسة بين البنوك.

9 عدم المعرفة بالتطورات التكنولوجية المصرفية الجديدة.¹

الفرع الثاني : مخاطر الصيرفة الالكترونية

في ممارسة المصارف لأعمالها الالكترونية تواجه مخاطر يترتب عنها خسائر مالية، ومن هذه المخاطر يمكن تصنيفها ضمن مجموعات مختلفة تتمثل فيمايلي:

- المخاطر التقنية: تحدث هذه المخاطر من احتمال الخسارة الناتجة عن خلل في شمولية النظام أو من أخطاء العملاء، أو من برنامج إلكتروني غير ملائم للصيرفة والأموال الالكترونية .
- مخاطر الاحتيال : وتتمثل في تقليد برامج الحواسيب الالكترونية أو تزوير معلومات مطابقة للبرامج الالكترونية، أو تعديل بعض المعلومات بخصوص الأموال الالكترونية .
- مخاطر ناتجة عن سوء عمل النظام الالكتروني : قد ينشأ الخطر من سوء استخدام هذا النظام، أو سوء مراقبة البرامج في حد ذاتها .
- مخاطر قانونية : تحدث المخاطر القانونية عندما لا يحترم البنك القواعد القانونية والتشريعات المنصوص عليها، أو عندما لا تكون هناك نظم قانونية واضحة ودقيقة بخصوص عمليات مصرفية جديدة، وتبرز أهم التحديات القانونية متمثلة في تحدي قبول القانون للتعاقدات الإلكترونية، حجبتها في الإثبات، أمن المعلومات، وسائل الدفع، التحديات الضريبية، إثبات الشخصية، التوقيع الإلكتروني، أنظمة الدفع النقدي، المال الرقمي أو الإلكتروني، سرية المعلومات، أمن المعلومات من مخاطر إجرام التقنية العالية، خصوصية العميل، المسؤولية عن الأخطاء والمخاطر، حجية المراسلات الإلكترونية، التعاقدات المصرفية الإلكترونية، مسائل الملكية الفكرية لبرمجيات وقواعد معلومات البنك أو المستخدمة من موقع البنك أو المرتبطة بها، علاقات وتعاقدات البنك مع الجهات المزودة للتقنية أو المورد لخدماتها أو مع المواقع الحليفة مشاريع الاندماج والمشاركة والتعاون المعلوماتية .
- مخاطر فجائعي : مثل هذه المخاطر تؤدي إلى مشاكل في السيولة وفي سياسة القروض المصرفية، حيث أن فشل المشاركين في نظام نقل الأموال الإلكترونية أوفي سوق الأوراق المالية بشكل عام في تنفيذ التزاماتهم - الدفع و التسديد - يؤدي غالبا إلى توتر قدرة مشارك أو مشاركين آخرين للقيام بدورهم في تنفيذ التزاماتهم في موعدها، وهذا ما يؤدي إلى توتر العلاقات وزعزعت الاستقرار المالي في السوق .

■ مخاطر تكنولوجية : ترتبط المخاطر بالتغيرات التكنولوجية السريعة، وإن عدم إلمام موظفي البنوك باستخدام الأمثل للتكنولوجيا الحديثة يؤدي إلى القصور في أداء العمليات الالكترونية بشكل صحيح.²

¹ ناظر محمد نوري ، الصيرفة الالكترونية ، دار وائل ، 2008 ، الأردن ، ص ص 191 ، 193

² صالح مفتاح، معارفي فريدة ، البنوك الالكترونية ، بحث مقدم إلى مؤتمر العلمي الخامس ، جامعة عمان ، الأردن ، ص 14

خلاصة الفصل :

إن الجودة في المؤسسة المصرفية من أهم العوامل التي يمكن أن نميزها عن غيرها من المنظمات المصرفية فالجودة هي عدة عمليات متناسقة و متكاملة مخططة من البداية و لها أهداف و مقاييس و استراتيجية واضحة و مفهومة من قبل الجميع.

فالجودة هي نتيجة لعدة عمليات متناسقة و متكاملة مخططة منذ البداية و لها لأهداف و مقاييس استراتيجية واضحة.

حيث يتطلب إرضاء العميل و معرفة احتياجاته و متطلباته لتلبيتها و الاجابة عنها بفعالية.

و ذلك بسرعة الخدمات و المهارة العالية و حسن الاستقبال و الاستماع للزبون و تسهيل كل متطلباته.

لقد تطرقنا في المبحث أول إلى أنواع و خصائص و أبعاد الخدمات المصرفية.

كذلك ذكرنا أهمية الجودة المصرفية و خصائصها.

و الجودة الشاملة مبادئها و تطبيقا نهائي لقانون الخدمات المصرفية

أما المبحث الثاني فتطرقنا إلى الخدمات المصرفية الإلكترونية ، أهدافها ، أنواعها و اشكالها.

توفير الظروف و الثقافة و الهياكل لاستقباله و الاستجابة لمتطلباته كذلك بتكوين العمال و تحفيزهم و تطوير قدراتهم من أجل رفع مستوى أدائهم و إدخال تكنولوجيات جديدة و طرق أساليب جديدة و خدمات متطورة و منتوجات تلائم و متطلبات العصر مثل اجراء العمليات المصرفية بشكل إلكتروني و تقديم خدمات بدون توقف عن طريق الهاتف و شبكة الأنترنت و التعامل بالبطاقات المصرفية و الصراف و الآلي.

الفصل الثالث

دور تكنولوجيا المعلومات
والاتصالات في تحسين جودة خدمات
بنك خليج الجزائر وكالة بسكرة

تمهيد :

بعد الدراسة النظرية التي قمنا بها في الفصل الأول و الثاني و التي تطرقنا فيها إلى تكنولوجيا الاعلام و الاتصال و جودة الخدمات المصرفية و كذلك الخدمات الإلكترونية المتنوعة ، إرتئينا في هذا الفصل أن نسقط الدراسة النظرية على أرض الواقع ، هذا من خلال الدراسة الميدانية النظرية و على أرض الواقع ، هذا من خلال الدراسة الميدانية التي سنقوم بها حول بنك الخليج لولاية بسكرة ، و مدى تطابق هاتين الدراستين النظرية و التطبيقية و بالتالي إسقاط الدراسة التطبيقية على جميع البنوك. و في هذ المجال بغية الإلمام بجميع جوانب الدراسة التطبيقية قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين و هم على التوالي.

المبحث الأول : نظرية عامة على بنك الخليج.

المبحث الثاني : نتائج و تحليل الدراسة التطبيقية.

المبحث الأول: تقديم عام لبنك الخليج الجزائري وكالة بسكرة.

من أجل إثراء الرصيد المعرفي لهذه المذكرة عمدنا إلى القيام بتربص تطبيقي على مستوى مؤسسة من المؤسسات المالية الهامة والمتمثلة في بنك الخليج الجزائري، وهذا لدراسة دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على البنوك الجزائرية حيث سلطنا الضوء في هذه الدراسة على بنك الخليج الجزائري وكالة بسكرة.

المطلب الأول: تقديم بنك الخليج الجزائري مع الإشارة لوكالة بسكرة.

يعتبر بنك خليج الجزائر أحد المؤسسات المصرفية الخاصة كما يعتبر أحد أحدث البنوك في الجزائر بدأ مزاولة نشاطاته البنكية منذ مارس 2004 برأس مال يقدر بـ مليار دينار جزائري، كما أن مقره الرئيسي يقع في الجزائر العاصمة وهو بنك ودائع مملوكة ملكية خاصة كويتية وتاب لمجموعة كيبكو KIPCO "شركة مشاريع الكويت" وخاضع للقانون التجاري ويتولى كل العمليات التي تقوم بها كل البنوك كتقديم القروض وجمع الودائع والتعاملات الخارجية والتعامل بالشيكات، ويقوم بتمويل المؤسسات المتوسطة وصغيرة الحجم وعمليات التصدير والاستيراد، وهو يعتبر واحدة من الوكالات الاثنان والثلاثون المنتشرة في مجمل التراب الوطني ومنذ تأسيسه التزم بتقديم المساعدات المختلفة في مجالات التمويل البنكي والضمانات لمختلف الشركات والأفراد بالإضافة لتلبية توقعات كل زبون، كما يقدم البنك منتجاته بطرق أكثر حداثة وعصرنة وهي ميزة البنك التي جعلت منه يدخل السوق البنكية الجزائرية من بابها الواسع باعتباره عامل مساعدا على عصرنة الأعمال المصرفية الحديثة، إلا أن هذا البنك على غرار البنوك الأخرى والمؤسسات بصفة عامة واجه بعض الصعوبات نذكر منها:

• نقص الموارد البشرية من جهة ونقص خبرة هذه الموارد من جهة أخرى.

• غياب الوسائل المستخدمة في الإعلام على مستوى الوكالات.

أما بالنسبة لرأس مال بنك خليج الجزائر فهو عبارة أن مجموع المساهمات المقدمة من طرف عدة مؤسسات مالية كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم 01: تقسيم رأس مال بنك خليج الجزائر

%60	أموال من طرف البركان بنك Burgan Bank
%30	أموال من طرف البنك التونسي الدولي Bank Tunis International
%10	أموال من طرف البنك الأردني الكويتي Jordan Kuwait Bank
%100	المجموع:

المصدر: من إعداد الطالب بناء على وثائق البنك

• لمحة تاريخية عن بنك الخليج الجزائري وكالة بسكرة:

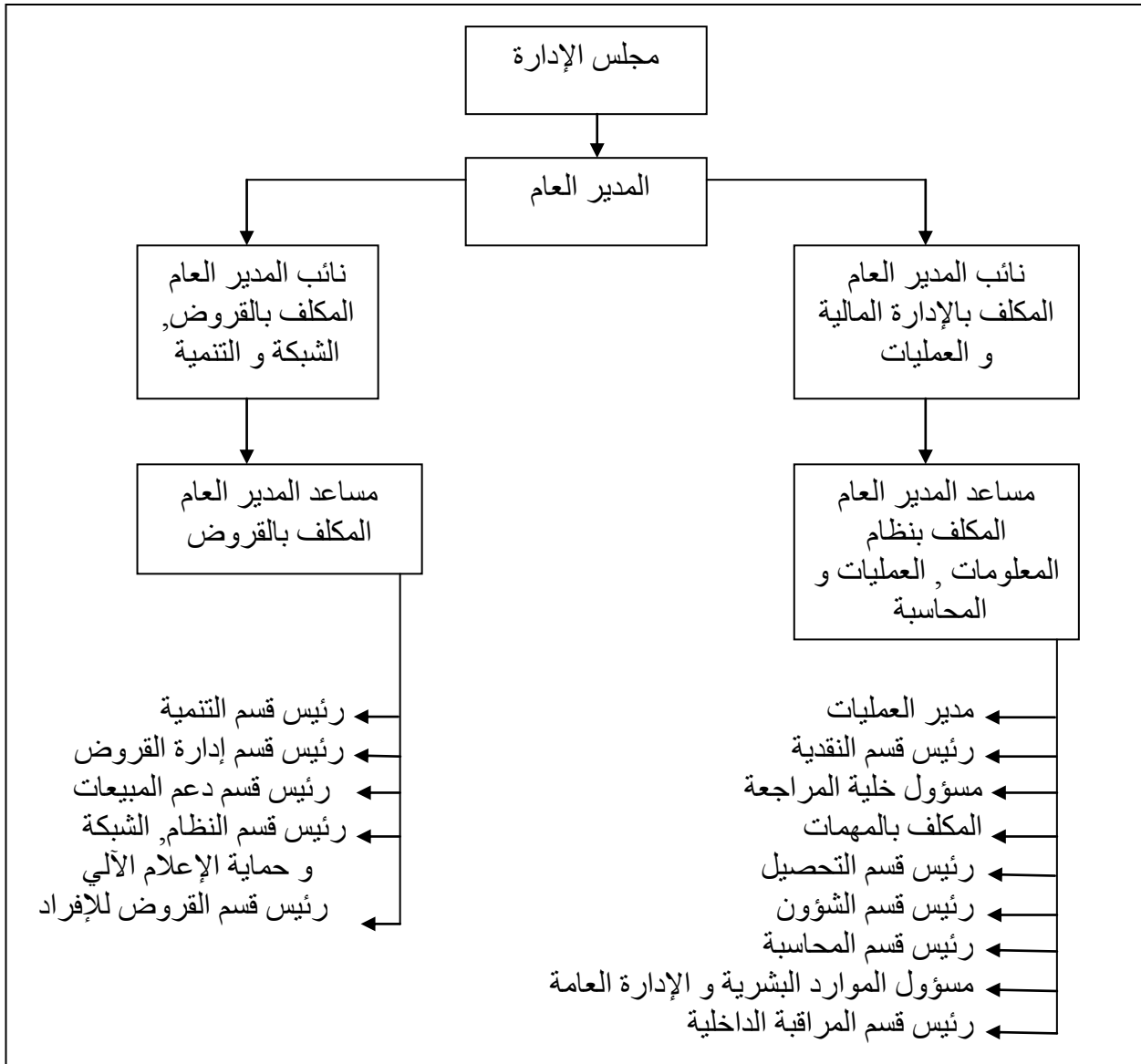
من منطلق السياسات الإستراتيجية الاقتصادية التي اتبعتها الدولة الجزائرية منذ الاستقلال والتي مرت بعدة مراحل وبعده أزمات، وهذه السياسة الخاصة بالتوزيع المحلي لمختلف الهياكل الاقتصادية ذات التنمية الشاملة، والتي كانت متركزة على المؤسسات الخاصة والقواعد الهيكلية عموما، هذا المفهوم أدى إلى التشجيع على فتح بنوك خاصة للزيادة في الهياكل الاقتصادية (و مثالها بنك الخليج الجزائري) وعلى اثر التقسيم الإداري الجديد استفادة ولاية بسكرة من عدة وكالات بنكية ذات الأنشطة التجارية، و لقد انشأ بنك الخليج وكالة بسكرة في جوان 2010، حيث تقع الوكالة بسكرة في شارع سايحي طريق توقرت بعاصمة الولاية (بسكرة) تسير حوالي 2500 حساب بنكي وتمويل العديد من المشاريع التي من شأنها النهوض بالتنمية المحلية في الولاية.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لبنك الخليج الجزائري وكالة بسكرة.

يمثل الهيكل التنظيمي مختلف الأقسام والمصالح الموجودة في مختلف فروع بنك الخليج ومختلف العلاقات التي تربطهم ببعضهم البعض، وفي ما يلي عرض الهيكل التنظيمي العام لجميع الفروع والهيكل التنظيمي الفرعي لبنك الخليج بولاية بسكرة.

ويمكن توضيح الهيكل التنظيمي لأقسام البنك في الشكل الموالي:

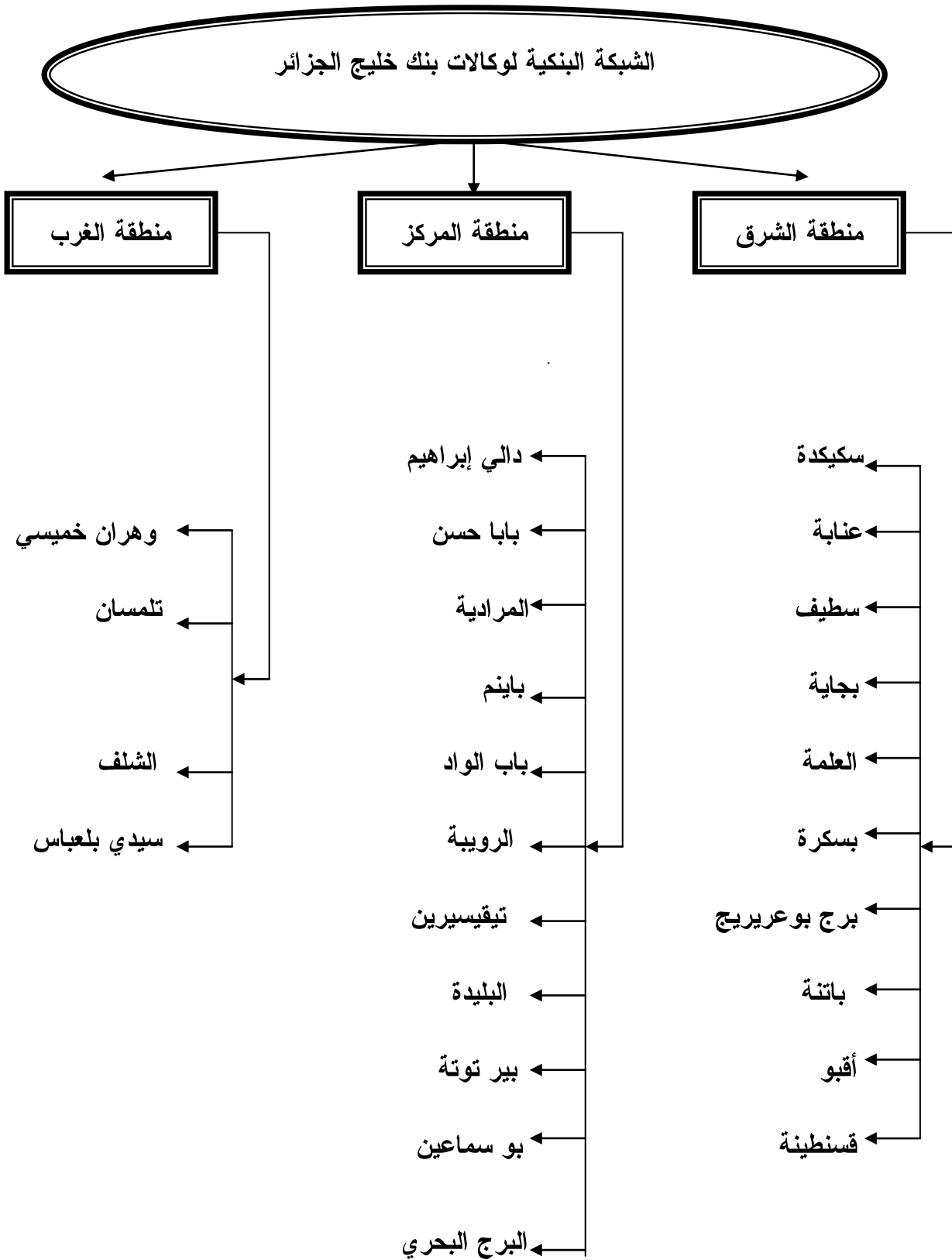
الشكل رقم 02: الهيكل التنظيمي لأقسام بنك خليج الجزائر



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الموقع الإلكتروني للبنك <http://www.ag-bank.com/entreprise.php#tab1site>, تاريخ التصفح

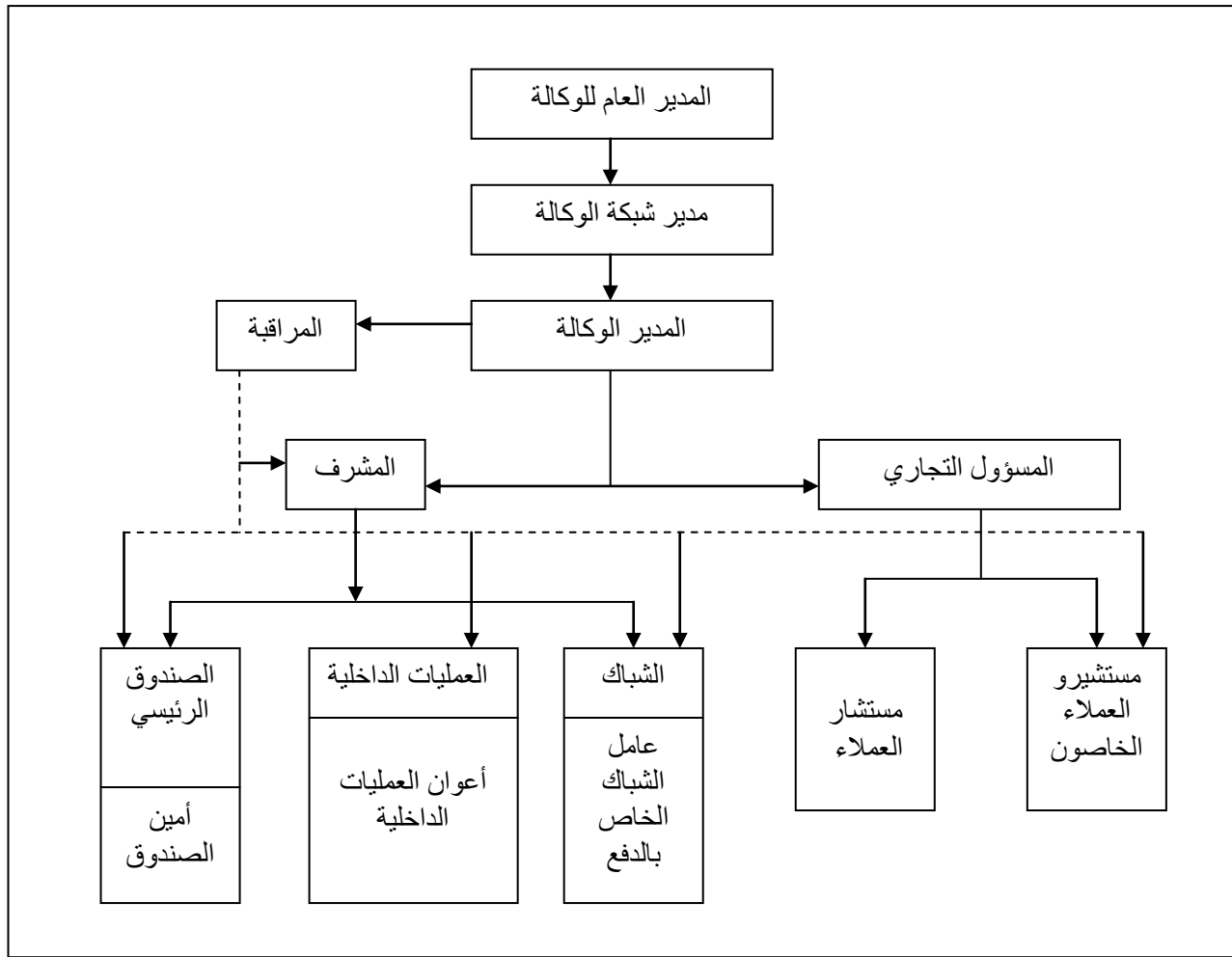
15:10 على الساعة: 2015/04/01:

الشكل رقم 03 : الشبكة البنكية لوكالات بنك خليج الجزائر



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات بنك الخليج الجزائري

الشكل رقم 04 : الهيكل التنظيمي لبنك الخليج الجزائري وكالة بسكرة



المصدر: من إعداد الطالب بناء على وثائق بنك الخليج الجزائري (وكالة بسكرة).

وللتوضيح أكثر سنتعرف على كل مصلحة أو قسم ومختلف المهام الموكلة إليه في ما يلي:

1- **مجلس الإدارة:** الذي يضم الرئيس وهو الرجل الأول في البنك وصاحب القرار النهائي لمجموعة الأعمال الكويتية كيبكو يليه نائب الرئيس ثلاثة أعضاء و منه فان مجلس إدارة البنك يتكون من خمسة أعضاء.

2- **اللجنة التنفيذية:** وهي الجهة الممثلة للمجموعة في الجزائر حيث تتكون من المدير العام وهو صاحب السلطة العليا للبنك داخل البلاد (الجزائر)، يأتي بعده نائبان اثنان، الأول مكلف بالإدارة المالية و العمليات

والثاني مكلف بالتنظيم، نظام المعلومات، العمليات والمحاسبة، إذا اللجنة التنفيذية للبنك تتكون من ثلاثة أعضاء.

3- الإدارة: هذه الأخيرة تمثل المصالح و الأجهزة التي تقوم بتسيير البنك حيث تتكون من عدة أقسام. يأتي على رأس هذه الأقسام مساعدان اثنا للمدير العام، الأول مكلف بالقروض والثاني مكلف بالتنظيم، نظام المعلومات، العمليات والمحاسبة، يليهما رؤساء الأقسام التالية: مدير العمليات، رئيس قسم التنمية، رئيس قسم النقدية، رئيس قسم إدارة القروض، رئيس قسم دعم المبيعات مسؤول خلية المراجعة، رئيس قسم النظام، الشبكة وامن الإعلام الآلي، المكلف بالمهمات، رئيس قسم التحصيل رئيس قسم الشؤون القانونية، رئيس قسم المحاسبة، رئيس قسم القروض للأفراد، مسؤول الموارد البشرية والإدارة العامة، رئيس قسم المراقبة الداخلية.

المطلب الثالث: وظائف وأهداف وخصائص بنك خليج الجزائر.

في هذا العنصر سيتم التطرق إلى مختلف المهام التي يقوم بها بنك خليج الجزائر وكذا أهدافه وخصائصه.

أولاً: وظائف البنك: تتمثل مهامه فيما يلي:

- تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم.
- تمويل نشاطات الاستغلال والاستثمار.
- تمويل المهن الحرة.
- منح القروض العقارية والمضمونة والقروض بالحيارة الخاصة.
- تمويل كل النشاطات المتعلقة بالاقتصاد والصناعة والتجارة.
- جمع المدخرات من مختلف المصادر.
- يلعب دور الوسيط للعمليات المالية من إصدار وتقديم القروض وتمويل المشتريات.

ثانياً: أهداف البنك: وتتمثل أهم أهداف البنك في ما يلي:

- من خلال اسم بنك الخليج الجزائري يمكن التوصل إلى أن الهدف الرئيسي لهذا البنك هو المساهمة في تحقيق التوسع والنمو والوصول إلى جميع الدول وهذا بفتح فروع جديدة وتقديم خدمات جديدة لكسب المزيد من الزبائن.
- ومن أهدافه الحديثة التي تخدم الاقتصاد الوطني هي تقديم خدمات خاصة كقروض التعمير و خاصة القرض العقاري المضمون الذي أصبح منتج بالنسبة للبنك لاعتبار أن السكن أصبح منتج اقتصادي.

- يلتزم بنك الخليج التزاما راسخا لضمان أعلى مستوى جودة في كل أعماله المصرفية: حيث ومنذ منح الاعتماد للبنك وهو يسعى إلى استغلال كل الوسائل الحديثة المستعملة في المجال البنكي لتقديم أعلى مستوى في الخدمات وبجودة عالية ومن أهم هذه الاستخدامات الالكترونية الحديثة المستعملة في البنك هي:

أ- البطاقات ما بين البنوك CIB CARD.

ب- بطاقات الفيزا كارد VISA CARD.

ج- بطاقات غولدن كارد GOLDEN CARD.

د- البطاقات الكلاسيكية CLASSIC CARD.

هـ- بطاقات الفيزا للدفع المسبق VISA CARD PRERAID.

و- السعي إلى تعظيم قيمة موجوداته وهذا الهدف يعتبر من الأهداف المسطرة لكل بنك سواء كان أجنبي أو وطني حيث تعتبر زيادة الموجودات أو بعبارة أخرى تعظيم الأرباح من أولويات بنك الخليج والتي يعمل على تحقيقها منذ دخولها للسوق النقدية الجزائرية.

ي- السرعة في الأداء للقيام بالعمليات البنكية والمعاملات المختلفة في أوقات قياسية.

ن- العمل على تطوير منتجات جديدة وذلك من خلال خلق منتجات أخرى تكون ذات ميزة خاصة عن باقي المنتجات المقدمة من قبل البنوك الأخرى.

المبحث الثاني: التحليل الإحصائي للدراسة الميدانية بوكالة بسكرة

لغرض دراسة موضوع البحث والمتعلق بتحليل دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة الخدمات المصرفية ببنك خليج الجزائر وكالة بسكرة ولغرض الاقتراب أكثر من الواقع قمنا بدراسة ميدانية على مستوى هذه الوكالة البنكية.

المطلب الأول: تحديد مجتمع الدراسة وأساليب التحليل الإحصائي

أولاً: تحديد مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من زبائن بنك الخليج الجزائري وكالة بسكرة لغرض قياس جودة الخدمات التي يقدمها هذا البنك بعد إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال تأثيرها على رضا الزبون لذلك قمنا بتوزيع استبيان يحتوي على المعلومات الشخصية لكل زبون: كالجنس، العمر، المستوى الدراسي، المهنة، عدد مرات الزيارة للبنك، مدة التعامل...إخ، بالإضافة إلي مجموعتين من الأسئلة تشمل بعدين هما:

1 قياس جودة الخدمات المصرفية

2 تكنولوجيا الإعلام والاتصال والخدمات الالكترونية

مستخدمين في ذلك سلم ذو خمسة درجات وهي: موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة. كما قام بتحكيم هذا الاستبيان مجموعة من الأساتذة المختصين في موضوع الدراسة.

ثانياً: أساليب التحليل الإحصائي:

لغرض تحليل المعلومات الواردة في الاستبيان قمنا باستعمال برنامج SPSS ومن خلاله اعتمدنا

على الأساليب الإحصائية التالية:

- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمعرفة اتجاه أفراد العينة للإجابة عن أسئلة الدراسة.
- تحليل التباين لاختبار فرضيات الدراسة
- معامل الارتباط للكشف عن العلاقة بين متغيرات الدراسة (تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وجودة الخدمات المصرفية).

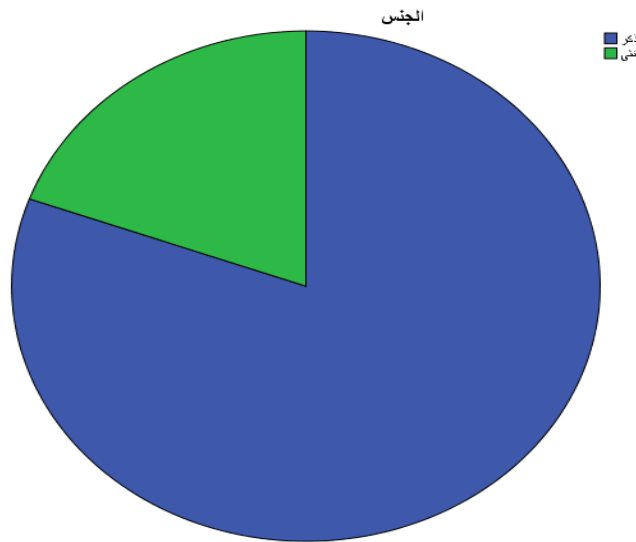
المطلب الثاني: خصائص عينة الدراسة.

الجدول رقم(2) : توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

الفئة	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ذكر	29	80,6	80,6	80,6
أنثى	7	19,4	19,4	100,0
المجموع	36	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالب بناء على نتائج التحليل الإحصائي

الشكل رقم(5) : توزيع عينة الدراسة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالب بناء على نتائج التحليل الإحصائي

يلاحظ من خلال الجدول والشكل السابق أن 80.6% من زبائن البنك هم ذكور أما نسبة الإناث فتمثل 19.4% فقط.

و يرجع ذلك إلى أن :

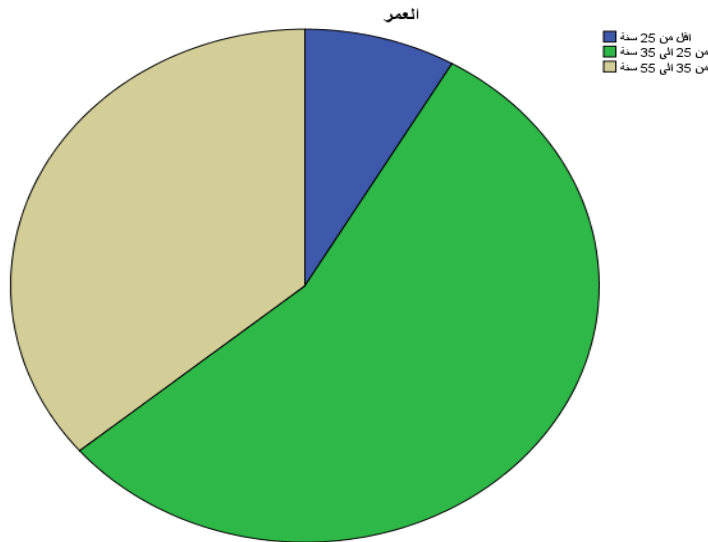
- 1- الرجال أكثر تعاملًا بالأموال من الإناث.
- 2- الرجال يقومون على زوجاتهم في المعاملات المالية.
- 3- الرجال أكثر توظيفًا ودخلاً من الإناث.
- 4- طبيعة المجتمع الذي قليلاً ما يكون للمرأة حساب بنكي لذلك ترددها على البنك قليل جداً.

الجدول رقم(3) : توزيع عينة الدراسة حسب العمر

الفئة	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
اقل من 25 سنة	3	8,3	8,3	8,3
من 25 إلى 35 سنة	20	55,6	55,6	63,9
من 35 إلى 55 سنة	13	36,1	36,1	100,0
المجموع	36	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالب بناء على نتائج التحليل الإحصائي

الشكل رقم(6) : توزيع عينة الدراسة حسب العمر



المصدر: من إعداد الطالب بناء على نتائج التحليل الإحصائي

من خلال الجدول والشكل السابقين نستنتج ما يلي :

الفئة الأولى (أقل من 25) : فنسبة قليلة من يزاولون العمل يتعاملون بالأموال.

الفئة الثانية (من 25 إلى 35) : 55,6 % وهي مرتفعة لأن جل النشاطات الاجتماعية تحدث في هذا السن فهي مرحلة مليئة بالنشاط والحركة والتعاملات المالية. بداية العمل الزواج - المنزل - الأولاد-العطل- السفر- الأعياد...

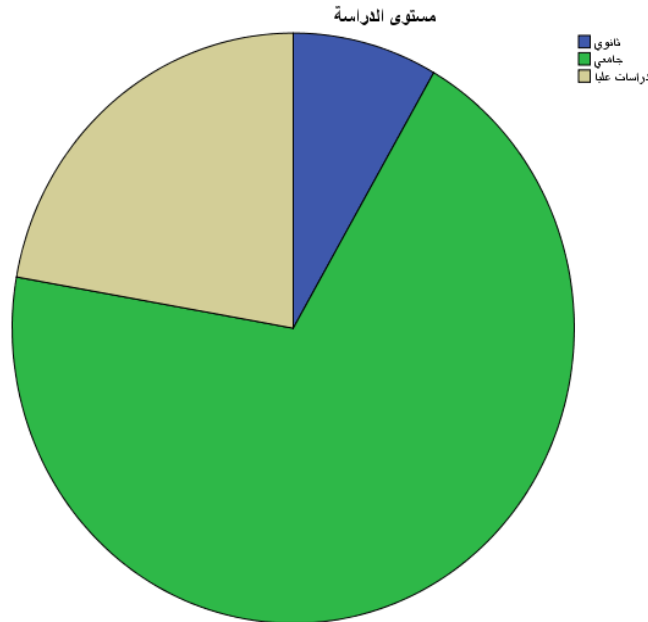
الفئة الثالثة (من 35 إلى 55) تشكل 36.1 % هذه الفئة تمتاز بنوع من الاستقرار الاجتماعي وبالتالي أقل نشاطا من الفئة الثانية.

الجدول رقم(4) : توزيع عينة الدراسة حسب مستوى الدراسة

الفئة	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ثانوي	3	8,3	8,3	8,3
جامعي	25	69,4	69,4	77,8
دراسات عليا	8	22,2	22,2	100,0
المجموع	36	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالب بناء على نتائج التحليل الإحصائي

الشكل رقم(7) : توزيع عينة الدراسة حسب مستوى الدراسة



المصدر: من إعداد الطالب بناء على نتائج التحليل الإحصائي

من خلال الجدول والشكل السابقين نستنتج ما يلي :

الفئة الأولى (مستوى ثانوي) وتمثل 8.3 % من زبائن البنك وهي نسبة ضعيفة لأن هذا المستوى لا يسمح (أقل حظ) من الحصول على مناصب شغل لا بأس بها ماديا، وبالتالي هذه الفئة لا تفكر في الادخار وبالتالي نقص في التعاملات المصرفية.

الفئة الثانية (المستوى الجامعي) تمثل 69.4 % وهي نسبة مرتفعة، فهي الفئة التي تتميز بمناصب عمل أكثر دخلا وبالتالي أكثر تعاملًا بالأموال.

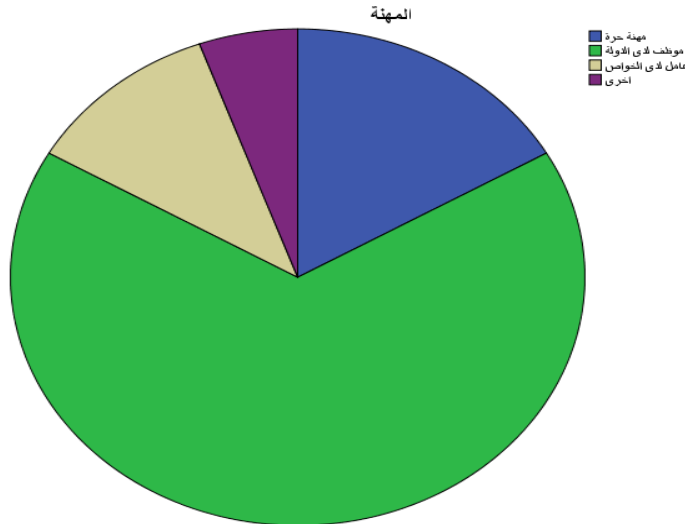
الفئة الثالثة (مستوى الدراسات العليا) وتمثل 22.2 % نسبة مرتفعة نسبيا لأنها فئة أكثر تعاملًا مع البنك لتعاملاتهم الخارجية وتفاعلاتهم الدراسية وكذلك لمداخلهم المرتفعة وزيادة مدخراتهم، كما أنها أكثر فئة تستخدم الخدمات الإلكترونية وتسعى إلى مواكبة كل ما هو جديد في القطاع البنكي الإلكتروني.

الجدول رقم(5) : توزيع عينة الدراسة حسب المهنة

الفئة	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
مهنة حرة	6	16,7	16,7	16,7
موظف لدى الدولة	24	66,7	66,7	83,3
عامل لدى الخواص	4	11,1	11,1	94,4
اخرى	2	5,6	5,6	100,0
المجموع	36	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالب بناء على نتائج التحليل الإحصائي

الشكل رقم(6) : توزيع عينة الدراسة حسب المهنة



المصدر: من إعداد الطالب بناء على نتائج التحليل الإحصائي

من خلال الجدول والشكل السابقين نستنتج ما يلي:

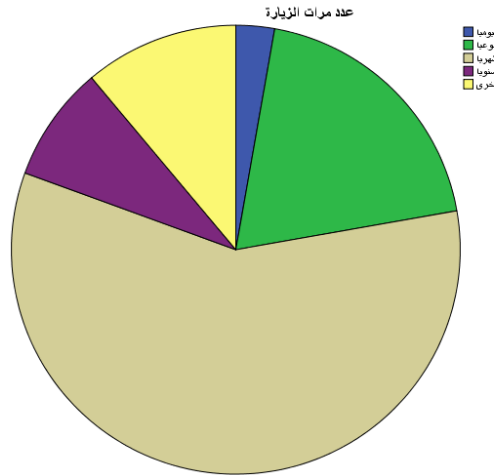
- الفئة الأولى (16.7%) فئة صغيرة على العموم وتشكل في اعتقادي أصحاب المقاولات والمؤسسات الصغيرة و المتوسطة والمقاولين، أي مسيري القطاع الخاص على العموم.
- الفئة الثانية (66.7%) وهي الفئة الأكبر وهي منطقية لأن الشريحة الكبرى من المجتمع الجزائري هم موظفين لدى الدولة.
- الفئة الثالثة (11.1%) وهي فئة عمال القطاع الخاص وهي قليلة وهي تعبر على ضالة القطاع الخاص في الجزائر وضعف مداخلهم.

الجدول رقم(6) : توزيع عينة الدراسة حسب عدد مرات الزيارة

الفئة	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
يومية	1	2,8	2,8	2,8
أسبوعيا	7	19,4	19,4	22,2
شهريا	21	58,3	58,3	80,6
سنويا	3	8,3	8,3	88,9
اخرى	4	11,1	11,1	100,0
المجموع	36	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالب بناء على نتائج التحليل الإحصائي

الشكل رقم(9) : توزيع عينة الدراسة حسب عدد مرات الزيارة



المصدر: من إعداد الطالب بناء على نتائج التحليل الإحصائي

من خلال الجدول والشكل السابقين نستنتج ما يلي:

- الفئة الأولى (زيارة البنك يوميا) و تمثل 2.8 % قليلة لأن هذه الفئة منحصرة على رجال العمال والمقاولين ومديري المؤسسات الخاصة... إلخ ، وهي نسبة قليلة في المجتمع.
- الفئة الثانية (من يزورون البنك أسبوعيا) وتمثل 13.4 % وتمثل أصحاب المدخلات بجميع وظائفها وأصحاب المؤسسات الصغيرة.
- الفئة الثالثة (من يزور البنك شهريا) 58.3% وهي النسبة الأكبر لأنها تمثل الطبقة العاملة وسحبها لأجورها الشهرية.
- الفئة الرابعة (من يزورون البنك سنويا) وتمثل 8.3 % ربما تمثل أصحاب القروض (تسديد الأقساط السنوية) أو أصحاب مدخرات لا يحتاجون إليها إلا في حالات قليلة (كشراء سيارة ، أو شراء منزل ..)

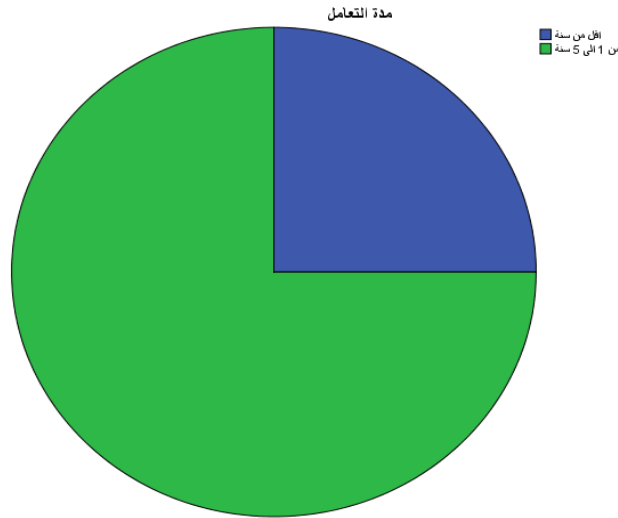
- الفئة الخامسة وتمثل 11.1 % وتمثل هذه الفئة أصحاب الزيارات المتذبذبة ، وتمثل بعض السحوبات والتحويلات لبعض الظروف الخاصة.

الجدول رقم(7) : توزيع عينة الدراسة حسب مدة التعامل

مدة التعامل				
الفئة	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
اقل من سنة	9	25,0	25,0	25,0
من 1 الى 5 سنة	27	75,0	75,0	100,0
المجموع	36	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالب بناء على نتائج التحليل الإحصائي

الشكل رقم(10) : توزيع عينة الدراسة حسب مدة التعامل



المصدر: من إعداد الطالب بناء على نتائج التحليل الإحصائي

من خلال الجدول والشكل السابقين نستنتج ما يلي:

25 % أقل من سنة و 75 % أكثر من سنة و هذه النسبة منطقية لأن البنك لم يفتح أبوابه إلى منذ 05

سنوات فقط.

المطلب الثالث: حساب المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري
الفرع الأول : تحليل نتائج المحور الثاني.

الرقم	ثانيا : قياس جودة الخدمات المصرفية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
01	يتميز مبنى بنك بالجانبية.	4.42	0.604
02	يستخدم البنك أجهزة و معدات حديثة.	4.44	0.558
03	المظهر الداخلي للبنك جميل و لائق.	4.53	0.506
04	يظهر موظفي البنك بمظهر أنيق و حسن.	4.50	0.561
05	عندما يعدك البنك بأداء عمل معين فإنه يقوم بإنجازها بدقة	4.33	0.717
06	يمكن الإعتماد على موظفي البنك.	4.39	0.766
07	يقوم موظفي البنك بالاستماع إلى شكاوي العملاء و التعامل معها بجدية و حلها.	4.31	0.822
08	يتمتع موظفو البنك بالمهارة في تقديم الخدمة.	4.31	0.759
09	يمكن الوثوق بالعاملين في البنك.	4.39	0.599
10	يتعامل البنك مع المعلومات الخاصة بسرية.	4.44	0.558
11	يقدم لي البنك جميع المعلومات المتعلقة بأي خدمات جديدة.	4.58	0.649
12	يمتاز البنك بسمعة حسنة في خدمة عملائه مما يحقق الرضا.	4.53	0.609
13	أشتهر بالأمان في التعامل مع البنك.	4.56	0.504
14	يوفر البنك ساعات عمل ملائمة.	4.44	0.607
15	يلبي البنك احتياجاتك بطريقة سريعة و بتكلفة أقل.	4.47	0.774
0.47999	جودة خدمات المصرفية	4.4426	

جدول رقم : (08) : نتائج متوسط الحسابي و الانحراف المعياري لجودة الخدمات المصرفية

المصدر : من إعداد الطالب استنادا على مخرجات SPSS .

يمثل الجدول رأي الزبائن في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من بنك الخليج ، وكما هو واضح في الجدول بلغت قيمة المتوسط الحسابي لخدمة الجودة المصرفي 4.4426 بدرجة موافقة مرتفعة جدا ، بمعنى أن العينة تجمع على أن بنك الخليج يقدم خدمات ذات جودة عالية.
و كانت ايجابيات عينة الدراسة حول هذه الأبعاد متقاربة كما يشير الانحراف المعياري الذي بلغ 0.47999.

الفرع الثاني : المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري للمحور الثاني.

الرقم	ثالثا : تكنولوجيا الاعلام و الاتصال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
01	بنك الخليج يمتلك معدات تكنولوجيا حديثة و متطورة.	4.44	0.607
02	يمكن إجراء بعض العمليات عن طريق الهاتف.	3.94	0.924
03	يمكن التواصل مع بنك الخليج عن طريق الانترنت.	4.14	0.723
04	يسمح البنك باختيار الرقم السري الخاص بك.	4.17	0.941
05	هل أنت راضي عن خدمات الصراف الآلي.	4.61	0.645
06	يساهم التعامل بالخدمات الالكترونية في تخفيض الأسعار.	4.53	0.736
07	ساهمت الخدمات الالكترونية المقدمة من قبل بنك الخليج في تسهيل التعامل معه.	4.64	0.487
08	إن المعلومات التي يقدمها الموقع الالكتروني للبنك تتلائم و احتياجاتك.	4.06	1.068
09	يحرص الموقع الالكتروني للبنك على تحقيق الجودة في الخدمات المصرفية.	3.94	1.068
10	ساهمت الخدمات الالكترونية المقدمة في تقليص الوقت و زيادة درجة الثقة و الأمان.	4.33	0.926
11	يوفر بنك الخليج مجموعة لا بأس بها من البطاقات الالكترونية.	4.44	0.695
تكنولوجيا الاعلام و الاتصال		4.2955	0.52936

جدول رقم : (09) : نتائج متوسط الحسابي و الانحراف المعياري لتكنولوجيا الاعلام و الاتصال

المصدر : من إعداد الطالب استنادا على مخرجات SPSS .

يمثل الجدول رأي الزبائن في وسائل التكنولوجيا و الصيرفة الالكترونية في بنك الخليج و كانت قيمة المتوسط الحسابي لمجموع الايجابيات هو 4.2955 و هي نسبة مرتفعة جدا ، بمعنى أن العينة أجمعت على أن بنك الخليج ذو خدمات ذات تكنولوجيا عالية ، و كان الانحراف المعياري 0.52936 و هي نسبة مرتفعة نسبيا ، بمعنى أن ايجابيات عينة الدراسة لم تكن متقاربة ، و ذلك لاختلافهم و تباين ايجابياتهم حول الوسائل الالكترونية مثل خدمات الهاتف النقال و الانترنت لأن هناك من زبائن لا يتقن استعمال هذه الطرق و تخوفهم من كل ما هو الكتروني.

الفرع الثالث : دراسة تباين العينة :

Modèle النموذج	R معامل الارتباط	R-deux معامل تحديد
1	0,698	0,487

جدول رقم : (10) : يمثل معامل الارتباط و التباين

المصدر : من إعداد الطالب استنادا على مخرجات SPSS .

من الجدول نستنتج أن معامل الارتباط يمثل 0.698 و هي نسبة مرتفعة أين أن هناك ارتباط قوي بين تكنولوجيا الاعلام و الاتصال و جودة الخدمات المصرفية.

و نلاحظ أن معامل التحديد ($R^2 = 0.487$) و هذا يعني أن تكنولوجيا الاعلام و الاتصال قد فسرت 48.7% من التباين في جودة الخدمات المصرفية.

خلاصة الفصل :

رغم ان بنك الخليج حديث العهد في الجزائر, الا انه اصبح في فترة وجيزة من السباقين في حجم معاملاته, و نوعية خدماته, وذلك بفضل خبرته العالمية وتطور منتجاته, فهو يسعى دائما الى العالمية. في هذا الفصل تم عرض نتائج الدراسة الميدانية المتعلقة بدور تكنولوجيا الاعلام و الاتصال في تحسين جودة الخدمات المصرفية.

و استخلصت نتائج الدراسة ان زبائن بنك الخليج اجمعوا على ان الخدمات المقدمة من طرف هذا الاخير ذو جودة عالية, كما اجمعوا على ان البنك يولي اهتمام كبير بتكنولوجيا الاعلام و الاتصال, و ذلك لما يوفره من تجهيزات و خدمات الكترونية جديدة بدرجة كبيرة.

لقد جاءت التكنولوجيا إلى البنوك ليس لتلغي الخدمات التقليدية، ولكن لتعطيها نوع من الديناميكية والحركة السريعة ونوع من السهولة والقبول فالعمليات المصرفية المعقدة التي كانت تتطلب ساعات لانجازها أصبحت تنجز في دقائق، والتي كانت تنجز في دقائق أصبحت تنجز في لمح البصر، مع انخفاض الأخطاء والعراقيل والتعطلات.

ورغم تكلفتها العالية إلا أن ما تحققه من أرباح وفوائد يفوق بكثير ما ينفق عليها. وعليه مواكبة لعصر التكنولوجيا والعولمة وتماشيا مع متطلبات السوق وعمليات التجارة الإلكترونية، كان لابد من تطوير وعصرنة بنوكنا وتحسين خدماتها. فإدخال الشبكات السريعة والأنترنت وأجهزة الحواسيب والصراف الآلي والبطاقات الذكية، تساعد في تحسين الخدمات المصرفية، وتزيد من قدرتها التنافسية وتعزيز مكانتها السوقية.

أولا : نتائج اختبار الفرضيات :

بعد دراسة البحث والإحاطة ببعض جوانبه، يمكن إجراء اختبار الفرضيات كما يلي :
الفرضية الأولى : توجد علاقة بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال والخدمات المصرفية، حيث ساهمت التكنولوجيا في تسهيل العمليات المصرفية وذلك بإمكانية السحب 24/24 سا و 7 أيام / 7 ، بالإضافة إلى تنوع الخدمات والبطاقات الإلكترونية والاتصال بالبنك ومعرفة حسابك وآخر العمليات المصرفية وأنت جالس في بيتك أو مكتبك. وعليه ثبت صحة الفرضية الأولى.

الفرضية الثانية : تساعد تكنولوجيا الإعلام والاتصال على تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال تطوير وسرعة تقديم الخدمات المصرفية وتحقيق الفعالية الاشباعية، وذلك للتطور في شبكات الاتصال سواء الداخلية (Intranet) أو العالمية (Internet) كذلك سرعة الحواسيب أدت إلى السرعة في الخدمات المصرفية. وعليه ثبت صحة الفرضية الثانية.

الفرضية الثالثة: في وقت المنافسة الكبيرة في المجال المصرفي أصبح من غير المعقول أن تواصل البنوك في الخدمات المصرفية التقليدية لأنها أصبحت الآن وكأنها بدائية، وسيكون مصيرها الزوال فالبقاء الآن للبنوك التي تطور خدماتها وتتماشى والتقنيات الحديثة والتي نسميها الآن بالصيرفة الإلكترونية. وعليه ثبت صحة الفرضية الثالثة.

الفرضية الرابعة : من نتائج بحثنا أن أكبر صعوبة في تطبيق الصيرفة الإلكترونية أنها ما زالت عدد كبيرة من الجزائريين لا يتعاملون بالانترنت في مجال المعاملات البنكية وفي معالجة أمورهم المالية، لذلك لم تنتشر البطاقات الإلكترونية انتشارا واسعا مثل الدول الأوروبية. وعليه ثبت صحة الفرضية الثالثة.

ثانيا : النتائج العامة للدراسة :

بناء على تم التطرق إليه في بحثنا هذا خلصت الدراسة إلى النتائج التالية :

I- نتائج نظرية:

- تتجسد تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالبنوك في الصيرفة الالكترونية.
- الصيرفة الالكترونية تقدم خدمات متميزة و لا غنى عنها وتوفر الجهد والوقت والتكلفة.
- تأخذ الصيرفة الالكترونية عدة أشكال منها : الأنترنت ، الهاتف النقال ، التلفزيون الرقمي ، الصراف الآلي.
- رغم مزايا الصيرفة الالكترونية إلا أنها لا تخلوا من عدة مخاطر منها المخاطر التقليدية، التنظيمية والمخاطر التشغيلية.

II نتائج الدراسة الميدانية :

- استخدام بنك الخليج لوسائل الإعلام والاتصال المتطورة أتاح له تطوير حجم التجارة الدولية والتجار في ميدان التجارة الإلكترونية.
- رغم حداثة بنك الخليج في السوق الجزائري ، استطاع الاستحواذ على 10 % من حجم التجارة الخارجية بما فيها المحروقات ، وهذا راجع لاستخدامه أحدث التقنيات ووسائل الإعلام والاتصال.
- يسعى بنك الخليج لكي يكون السباق دائما في الجزائر في ما يخص الخدمات المصرفية لإدخالها و تقديمها لزبائنه حتى و لو كانت تكلفتها مرتفعة، وذلك لسعيه ليكون البنك الأول في الجزائر، ومواكبة البنوك العالمية.
- أدى استخدام الصيرفة الإلكترونية إلى اختصار الوقت وتفاذي مشاكل الاكتظاظ والطوابير وانتظار الزبائن.
- استطاع البنك تسهيل الحياة اليومية للزبون، وجلب عدد كبير من الزبائن الجدد كانوا متعاقدين مع مؤسسات مصرفية ومالية أخرى.
- يعمل الصراف الآلي 24 س / 24 ، 7 أيام / 7 و ذو ملائمة دائمة فالسيولة موجودة حتى في المواسم والأعياد ، مما جعل كل الزبائن راضون على ذلك.
- ما زال يوجد نقص في الإقبال على استخدام الوسائل الإلكترونية، نظرا لأنها لم تلقى قبولا عاما لدى الزبائن نتيجة لنقص الثقافة اللازمة لاستعمالها.

ثالثا : المقترحات:

- انطلاقا من النتائج المتوصل إليها في هذا البحث يمكن تقديم المقترحات التالية:
- ضرورة اهتمام البنوك الجزائرية بالصيرفة الالكترونية ومختلف المنتجات التي أفرزها تطبيق تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في البنوك التجارية لتلبية حاجيات ورغبات الزبون.
- محاولة إدخال كل ما هو جديد في عالم الصيرفة الالكترونية وذلك لمواكبة البنوك العالمية.
- الانفتاح على العالم من خلال التجارة الالكترونية لتلبية احتياج الزبائن من السلع العالمية.

رابعاً : آفاق الدراسة :

نشير في الأخير إلى أن مجال البحث واسع وعميق ويمكن دراسته من عدة جوانب أخرى، فإننا نقترح بعض المواضيع ذات الصلة بموضوع البحث والتي يمكن أن تكون عناوين لبحوث مستقبلية :

1/ تكنولوجيا الإعلام والاتصال في التجارة الالكترونية.

2/ دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تطوير عمل البنوك التجارية الجزائرية.

3/ دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية.

قائمة المراجع

الكتب:

- 1 - دليو فضيل : تكنولوجيا الاعلام و الاتصال ، دار هومة الجزائر 2014.
- 2 - حمدي محمد الفاتح ، تكنولوجيا الاعلام و الاتصال ، المرئية لاستعمال كنوز الحكمة ، الجزائر 2010.
- 3 - سلمى جمال : الاقتصاد الدولي و عولمة الاقتصاد ، دار العلوم ، الجزائر 2010.
- 4 - بلخيري رضوان : مدخل إلى الاعلام الحديدي المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، جسور للنشر الجزائر 2014.
- 5 - رعد حسن الصرن : عولمة الخدمة المصرفية دار الوراق سوريا 2008.
- 6 - حمداوي وسيلة ، الجودة ميزة تنافسية ، مديرية النشر بجامعة قلمة ، 2009
- 7 - رجيح عبد القادر، الشامل في تقنيات البنوك دار الخلدونية الجزائر 2013.
- 8 - فضيل فارس ، التقنيات البنكية محاضرات و تطبيقات مطبعة المؤسسات الجزائرية 2013.
- 9 - وسيم محمد حداد الخدمات المصرفية الإلكترونية دار السيرة الأردن 2012.
- 10 - مسعداوي يوسف ، أساسيات في ادارة المؤسسات دار هومة الجزائر 2013.
- 11 - مأمون السلطي سهيلة ، إلياس ، دليل عملي لتطبيق أنظمة إدارة الجودة ، دار الفكر ، سوريا 2002.
- 12 - محمد سمير أحمد : الجودة الشاملة و تحقيق الرقابة في البنوك التجارية دار المسير الأردن 2009.
- 13 - تاظم محمد نوري الثمري : الصيرفة الإلكترونية دار وائل الأردن 2008.
- 14 - فضيل فارس التقنيات البنكية مطبعة المؤسسات الجزائرية 2013.
- 15 - جمال محمد أبو شنب ، العلم و التكنولوجيا و المجتمع ، دار المعرفة الجامعية ، 2014
- 16 - محمد محسن ، التسيير الاقتصادي للمؤسسات ، منشورات الساحل ، الجزائر ، 2001
- 17 - محمد سيد فهمي ، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث ، الاسكندرية ، 2006
- 18 - أمال عمر بسيم الرفاعي ، معجم مصطلح إدارة أعمال ، دار شعاع ، الأردن ، 2010
- 19 - مأمون دراركة ، طارق الشبلي ، الجودة في المنظمات الحديثة ، دار الصفاء ، عمان ، الأردن ، 2002.

مذكرات :

- 1 -يزغش كامليا: أثر تكنولوجيا الاعلام و الاتصال على التوجهات الاستراتيجية. للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة مذكرة ماجستير جامعة محمد خيضر 2009.
- 2 -جودي حنان : أهمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر مذكرة ماجستير جامعة محمد خيضر بسكرة 2009.
- 3 جبلي هدى ، قياس جودة الخدمات المصرفية ، مذكرة ماجستير غير منشورة ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، الجزائر ، 2010.

المجلات :

- 1 جخوش مديحة ، دور رضا العميل في أرساء إدارة الجودة الشاملة في القطاع المصرفي ، مجلة دراسات اقتصادية ، الجزائر ، 2013. العدد 21

الملتقيات :

- 1 قرين علي ، هبال عبد الستار ، تسيير الموارد التكنولوجية و تطوير الابداع التكنولوجي في المؤسسة ، الملتقى الدولي حول المعرفة الجديدة و التحدي للمؤسسات و الاقتصاديات ، جامعة محمد خيضر ، نوفمبر ، 2005
- 2 مفتاح صالح ، معارفي فريدة ، البنوك الالكترونية، بحث مقدم إلى المؤتمر العالمي الخامس ، الأردن ، جوان 2007

قائمة الجداول

الصفحة	المحتوى
58	جدول رقم 01: تقسيم رأس مال بنك خليج الجزائر.....
65	الجدول رقم(2) : توزيع عينة الدراسة حسب الجنس.....
66	الجدول رقم(3) : توزيع عينة الدراسة حسب العمر.....
67	الجدول رقم(4) : توزيع عينة الدراسة حسب مستوى الدراسة.....
68	الجدول رقم(5) : توزيع عينة الدراسة حسب المهنة.....
69	الجدول رقم(6) : توزيع عينة الدراسة حسب عدد مرات الزيارة.....
70	الجدول رقم(7) : توزيع عينة الدراسة حسب مدة التعامل.....
71	جدول رقم : (08) : نتائج متوسط الحسابي و الانحراف المعياري لجودة الخدمات المصرفية.....
72	جدول رقم : (09) : نتائج متوسط الحسابي و الانحراف المعياري لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال.
73	جدول رقم : (10) : يمثل معامل الارتباط و التباين.....

قائمة الأشكال

الصفحة	المحتوى
51	الشكل رقم 01 : أشكال الصرفة الالكترونية.....
59	الشكل رقم 02: الهيكل التنظيمي لأقسام بنك خليج الجزائر.....
60	الشكل رقم 03 : الشبكة البنكية لوكالات بنك خليج الجزائر.....
61	الشكل رقم 04 : الهيكل التنظيمي لبنك الخليج الجزائري وكالة بسكرة.....
65	الشكل رقم (5) : توزيع عينة الدراسة حسب الجنس.....
66	الشكل رقم (6) : توزيع عينة الدراسة حسب العمر.....
67	الشكل رقم (7) : توزيع عينة الدراسة حسب مستوى الدراسة.....
68	الشكل رقم (8) : توزيع عينة الدراسة حسب المهنة.....
69	الشكل رقم (9) : توزيع عينة الدراسة حسب عدد مرات الزيارة.....
70	الشكل رقم (10) : توزيع عينة الدراسة حسب مدة التعامل.....

قائمة الملاحق

ملحق رقم 01 : مقابلة مع مدير البنك

ملحق رقم 02 : استبيان البحث

ملحق رقم 03 : محاور إستبيان البحث

ملحق رقم 04 : بطاقة فيزا بلاتينيوم

ملحق رقم 05 : مجموعة متنوعة من بطاقة فيزا

ملحق رقم 06 : بطاقة مستر كارد

ملحق رقم 07 : خدمات الهاتف النقال

الملاحق

حتوى المقابلة مع السيد المدير
لبنك الخليج - فرع بسكرة-

الأسئلة الموجهة :

- 1- ما هي أهم الخدمات التي يمتاز بها بنك الخليج.
- 2- هل هناك الخدمات الخاصة المقترحة للزبائن المميزين.
- 3- ما هي أهم الخدمات المصرفية مع الخارج.
- 4- ما هي الشبكات المستعملة.
- 5- ما هي أهم الخدمات الإلكترونية المميزة في بنك الخليج.
- 6- ما هي أهم البطاقات المستعملة في بنك الخليج.
- 7- ما هي أهم الصعوبات التي واجهت بنك الخليج عند افتتاحه.
- 8- ما هي عناصر القوة في بنك الخليج.
- 9- ما هي اهتمامات البنك الأولى.
- 10- ما هي استراتيجيات البنك في المستقبل.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

إستبانه البحث

سيدي ، سيدي ، تحية طيبة

إن هذه الدراسة هي جزء من متطلبات نيل شهادة الماستر مالية و إقتصاد دولي و تهدف إلى دراسة العلاقة بين مستوى استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و جودة الخدمات المصرفية المقدمة من بنك الخليج ، وقد تم إختياركم ضمن عينة البحث للإجابة على العبارات الواردة فيها ، يرجى التكرم بالإجابة عن هذه الأسئلة بموضوعية لما لذلك من أثر كبير على صحة النتائج التي سوف يتوصل إليها البحث ، كما نعلمكم بأن هذه البيانات سوف تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط و ستعامل بسرية تامة.

شكرا إليكم سلفا على حسن تعاونكم.

تقبلوا مني فائق الاحترام و التقديـر.

أولا : بيانات عامة :

نرجو منكم التكرم بالإجابة المناسبة على التساؤلات التالية و ذلك بوضع علامة (X) أمام العبارة المناسبة :

1. الجنس : ذكر أنثى

2. العمر : أقل من 25 سنة من 25 إلى 35 سنة

من 35 إلى 55 سنة أكثر من 55 سنة

3. المستوى الدراسي : متوسط ثانوي جامعي

دراسات عليا أخرى

4. المهنة : تاجر مهنة حرة موظف لدى الدولة

عامل لدى الخواص أخرى

5. عدد المرات زيارتك للبنك يوميا أسبوعيا شهريا

سنويا أخرى

6. مدة التعامل : أقل من سنة ما بين سنة و 5 سنوات

من 5 إلى 10 سنوات أكثر من 10 سنوات

ثانيا : قياس جودة الخدمات المصرفية :

نرجو منكم التكرم بالإجابة المناسبة على التساؤلات التالية و ذلك بوضع علامة (X) أمام العبارة المناسبة :

الرقم	ثانيا : قياس جودة الخدمات المصرفية :	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	يتميز مبنى بنك بالجاذبية.					
02	يستخدم البنك أجهزة و معدات حديثة.					
03	المظهر الداخلي للبنك جميل و لائق.					
04	يظهر موظفي البنك بمظهر أنيق و حسن.					
05	عندما يعدك البنك بأداء عمل معين فإنه يقوم بإنجازها بدقة					
06	يمكن الاعتماد على موظفي البنك.					
07	يقوم موظفي البنك بالاستماع إلى شكاوي العملاء و التعامل معها بجدية و حلها.					
08	يتمتع موظفو البنك بالمهارة في تقديم الخدمة.					
09	يمكن الوثوق بالعاملين في البنك.					
10	يتعامل البنك مع المعلومات الخاصة بسرية.					
11	يقدم لي البنك جميع المعلومات المتعلقة بأي خدمات جديدة.					
12	يمتاز البنك بسمعة حسنة في خدمة عملائه مما يحقق الرضا.					
13	أشتهر بالأمان في التعامل مع البنك.					
14	يوفر البنك ساعات عمل ملائمة.					
15	يلبي البنك احتياجاتك بطريقة سريعة و بتكلفة أقل.					

ثالثا : تكنولوجيا الاعلام و الاتصال و الخدمات الالكترونية.

نرجو منكم التكرم بالإجابة المناسبة على التساؤلات التالية و ذلك بوضع علامة (X) أمام العبارة المناسبة :

الرقم	ثالثا : تكنولوجيا الاعلام و الاتصال و الخدمات الالكترونية.	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	بنك الخليج يمتلك معدات تكنولوجية حديثة و متطورة.					
02	يمكن إجراء بعض العمليات عن طريق الهاتف.					
03	يمكن التواصل مع بنك الخليج عن طريق الانترنت.					
04	يسمح البنك باختيار الرقم السري الخاص بك.					
05	هل أنت راضي عن خدمات الصراف الآلي.					
06	يساهم التعامل بالخدمات الالكترونية في تخفيض الأسعار.					
07	ساهمت الخدمات الالكترونية المقدمة من قبل بنك الخليج في تسهيل التعامل معه.					
08	إن المعلومات التي يقدمها الموقع الالكتروني للبنك تتلائم و احتياجاتك.					
09	يحرص الموقع الالكتروني للبنك على تحقيق الجودة في الخدمات المصرفية.					
10	ساهمت الخدمات الالكترونية المقدمة في تقليص الوقت و زيادة درجة الثقة و الأمان.					
11	يوفر بنك الخليج مجموعة لا بأس بها من البطاقات الالكترونية.					



ملحق رقم 04 : بطاقة فيزا بلاتينيوم



ملحق رقم 05 : مجموعة متنوعة من بطاقة فيزا

MasterCard AGB

MasterCard, enfin en Algérie !



ماستركارد، أخيرا في الجزائر !



بنك الخليج الجزائر
Gulf Bank Algeria
Member of the KIPCO Group

Simplifions la banque
www.ag-bank.com

ملحق رقم 06 : بطاقة ماستركارد

SMS Banking AGB

Avec un simple SMS
Obtenez votre solde
en envoyant un SMS vide
ou
la situation de tous vos comptes
en envoyant 50
au
0555 888 888
Service gratuit, hors coût du SMS

C'est facile!

بنك الخليج الجزائر
Gulf Bank Algeria
Member of the KIPCO Group

Simplifions la banque

ملحق رقم 07 : خدمات الهاتف النقال

الفهرس

الصفحة

المحتوى

الشكر و العرفان

الإهداء

مقدمة

01	الفصل الأول : الاطار النظري الإطار النظري لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.....
02	تمهيد:.....
03	المبحث الأول : مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال.....
03	المطلب الأول : تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال.....
03	الفرع الأول : تعريف التكنولوجيا:.....
04	الفرع الثاني : مفهوم الإعلام : (L'information)
04	الفرع الثالث: مفهوم الاتصال : Communication :
05	الفرع الرابع : تكنولوجيا الاتصال والإعلام :
05	المطلب الثاني : خصائص وأسباب تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال.....
05	الفرع الأول : خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال.....
07	الفرع الثاني : أسباب تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال :.....
09	المبحث الثاني : مكونات تكنولوجيا الإعلام والاتصال :
09	المطلب الأول : شبكات الإعلام والاتصال :.....
09	أولا : شبكة الاتصالات الداخلية " intranet "
09	ثانيا : شبكة الاتصالات الخارجية الإكسترانات " extranet "
10	ثالثا : الإنترنت.....
15	المطلب الثاني : أجهزة وعتاد تكنولوجيا الإعلام والاتصال :.....
15	الفرع الأول : الحاسب لآلي:
15	I- أهمية الحاسب الآلي.....
15	II-استخدام الحاسب الآلي في الاتصال:.....
16	III-مميزات وفوائد الحاسب الآلي :.....
17	الفرع الثاني: الهاتف النقال (الخليوي) :.....
17	I- نشأته وتطوره.....
17	II- التطور في مجال تكنولوجيا الاتصالات الهاتفية:.....
18	III-مجالات استخدام الهاتف النقال:.....
19	المبحث الثالث : وظائف وأثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال :.....

19	المطلب الأول : وظائف تكنولوجيا الاتصال:
21	المطلب الثاني : الفوائد التي تقدمها تكنولوجيا الإعلام والاتصال للمؤسسة
22	خلاصة الفصل :
23	الفصل الثاني : جودة الخدمات المصرفية.
24	تمهيد :
25	المبحث الأول : مفهوم الخدمة المصرفية.
25	المطلب الأول : تعريف الخدمة وأنواعها :
25	الفرع الأول : تعريف الخدمة :
26	الفرع الثاني : أنواع الخدمة.
26	أولا : الخدمات المطبقة على المعارف المنتجة.
26	ثانيا : الخدمات حسب الوظيفة.
26	المطلب الثاني : تعريف الخدمة البنكية وخصائصها.
26	الفرع الأول : تعريف الخدمة البنكية:
27	الفرع الثاني : خصائص الخدمات البنكية
28	المطلب الثالث : الخدمات في البنوك التجارية:
29	المبحث الثاني : ماهية جودة الخدمات البنكية.
29	المطلب الأول : ماهية الجودة.
29	الفرع الأول : مفهوم الجودة.
29	الفرع الثاني : أهمية ومراحل الجودة.
29	أولا : أهمية الجودة.
29	I- سمعة المؤسسة.
29	II- المسؤولية القانونية للجودة.
30	III- المنافسة العالمية.
30	IV- حماية الزبون.
30	V- التكاليف و الحصة السنوية.
30	ثانيا : مراحل الجودة
30	المطلب الثاني : أبعاد وعناصر جودة الخدمة.
30	الفرع الأول : أبعاد جودة الخدمة.
31	الفرع الثاني : عناصر جودة الخدمة :
32	المطلب الثالث : جودة الخدمات المصرفية
32	الفرع الأول : جودة الخدمات المصرفية.
32	الفرع الثاني : أهداف و مزايا نظام الجودة.

32	أولا : أهداف نظام الجودة.....
33	ثانيا :مزايا جودة الخدمات المصرفية.....
	المبحث الثالث : الصيرفة الالكترونية كنتيجة لدور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين
34	عمل البنوك التجارية.....
34	المطلب الأول : تعريف و دوافع الصيرفة الالكترونية.....
34	الفرع الأول : تعريف الخدمات المصرفية الالكترونية:.....
34	الفرع الثاني : دوافع الصيرفة الالكترونية:.....
35	المطلب الثاني: مميزات و أهداف الصيرفة الالكترونية.....
35	الفرع الأول: مميزات الصيرفة الالكترونية.....
36	الفرع الثاني: أهداف الصيرفة الالكترونية.....
37	المطلب الثالث: أشكال خدمات الصيرفة الالكترونية.....
37	الفرع الأول: بنك الانترنت (البنوك الالكترونية)
37	أولا : تعريف الخدمة
37	ثانيا : الخدمات التي يقدمها:
37	ثالثا : مزايا و منافع البنك الالكتروني:.....
38	رابعا : خصائص البنوك الالكترونية:.....
39	الفرع الثاني : البنك الخليوي: Mobil bank.....
39	أولا : تعريف الخدمة.....
39	ثانيا : الخدمات التي يقدمها البنك:.....
39	الفرع الثالث : البنك الناطق:.....
39	أولا : تعريف.....
39	ثانيا : الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الناطق:.....
40	الفرع الرابع : البنك الفوري:.....
40	أولا : تعريف.....
40	ثانيا : الخدمات التي يقدمها البنك:.....
40	الفرع الخامس : الصراف الآلي:.....
40	أولا : تعريف.....
41	ثانيا : الخدمات التي يقدمها الصراف الآلي:.....
41	الفرع السادس : التلفزيون الرقمي.....
41	الفرع السابع : نقاط البيع الالكتروني:.....
41	الفرع الثامن : الحاسوب الشخصي:.....
42	الفرع التاسع : البطاقات الالكترونية:.....

42أولاً : أنواعها:
42I- تصنيفها على أساس مصدرها.
42II- تصنيفها على أساس هدف الاستخدام.
43III- معيار الخصم.
44ثانيا : مزايا البطاقة الالكترونية:
45الفرع العاشر : البطاقة الذكية :
46الفرع الحادي عشر : انواع اخرى من البطاقات:
46أولاً : بطاقة الصراف الآلي :
46ثانيا : البطاقة الائتمانية:
47ثالثاً : بطاقة الصرف البنكي:
47الفرع الثاني عشر : النقود الالكترونية :
47أولاً : تعريف النقود الالكترونية:
47ثانيا : مميزاتها ومزاياها:
49الفرع الثالث عشر : ثانيا : الشيك الإلكتروني :
50الفرع الرابع عشر : التحويل الإلكتروني و المقاصة الإلكترونية :
50أولاً : التحويل الإلكتروني:
50ثانيا : المقاصة الإلكترونية :
50I- أهمية المقاصة الإلكترونية:
51II- أهداف المقاصة الإلكترونية :
52المطلب الرابع : معوقات و مخاطر الصيرفة الإلكترونية.
52الفرع الأول : معوقات الصيرفة الإلكترونية:
52أولاً : المعوقات التنظيمية :
52ثانيا : المعوقات المالية.
52ثالثاً : معوقات أخرى :
53الفرع الثاني : مخاطر الصيرفة الالكترونية.
54خلاصة الفصل :
	الفصل الثالث : دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة خدمات بنك خليج
55الجزائر وكالة بسكرة.
56تمهيد :
57المبحث الأول: تقديم عام لبنك الخليج الجزائري وكالة بسكرة.
57المطلب الأول: تقديم بنك الخليج الجزائري مع الإشارة لوكالة بسكرة.
58المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لبنك الخليج الجزائري وكالة بسكرة.

62	المطلب الثالث: وظائف وأهداف وخصائص بنك خليج الجزائر.....
62	أولاً: وظائف البنك.....
62	ثانياً: أهداف البنك.....
64	المبحث الثاني: التحليل الإحصائي للدراسة الميدانية بوكالة بسكرة.....
64	المطلب الأول: تحديد مجتمع الدراسة وأساليب التحليل الإحصائي.....
64	أولاً: تحديد مجتمع الدراسة.....
64	ثانياً: أساليب التحليل الإحصائي:.....
65	المطلب الثاني: خصائص عينة الدراسة.....
71	المطلب الثالث: حساب المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري.....
71	الفرع الأول : تحليل نتائج المحور الثاني.....
72	الفرع الثاني : المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري للمحور الثاني.....
73	الفرع الثالث : دراسة تباين العينة :.....
74	خلاصة الفصل :
75	أولاً : نتائج اختبار الفرضيات :.....
75	ثانياً : النتائج العامة للدراسة :.....
75	I- نتائج نظرية :
75	I- بنك الخليج :
75	III- البنوك في الجزائر.....
76	ثالثاً : توصيات :
76	رابعاً : آفاق الدراسة :

الخاتمة

قائمة المراجع

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

قائمة الملاحق

الفهرس

الملخص

ملخص

إن أول مقياس نقيس به مكانة البنك اليوم هو مقياس الجودة ، و خاصة في السنوات الأخيرة ، أين تتميز الحياة الاقتصادية العالمية بالسرعة و الديناميكية ، كالتجارة الإلكترونية و المعاملات البنكية الإلكترونية ، عن طريق الأنترنت أو الهاتف النقال أو ما يسمى بالبنوك الإلكترونية.

و إن هذه الدراسة هي محاولة لقياس مدى دور التكنولوجيا و الإعلام و الاتصال في تحسين جودة هذه الخدمات ، و بينت النتائج أن لتكنولوجيا الاعلام و الاتصال دور كبير في تحسين جودة الخدمات المصرفية.

Résumé

Aujourd'hui la valeur de la banque est mesuré essentiellement en fonction de sa qualité, surtout au cours de ces dernières années, où la vie économique mondiale est caractérisée par des transactions rapides et dynamiques, tels que le commerce électronique et les services bancaires électroniques via Internet ou téléphone mobile, ou ce qui est appelé les e-banques.

Cette étude vise à mesurer le rôle de la technologie et de la télécommunication dans l'amélioration de la qualité de ces services, et les résultats ont montré que la technologie de la télécommunication joue un rôle majeur dans l'amélioration de la qualité des services bancaires.