جامعة يحـي فــارس بالمديـــة

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم الاقتصادية

الموضوع:

أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات المصرفية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بومرداس

مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم الإقتصادية

تخصص اقتصاد نقدي وبنكي

إعداد الطالبين :

سعيدي محفوظ

قاسمي شيماء

تحت إشراف:

د. بوشريط أسامة

السنة الجامعية 2023/2022

الشكر والتقدير

"رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن أعمل صالحا ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين" صدق الله العظيم النمل الآية19

الحمد لله عدد خلقه ورضا نفسه وزنة عرشه ومداد كلماته حمدا طيبا كثيرا مباركا فيه كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم سلطانك إن من عليا بكرمه لإتمام هذا العمل المتواضع والصلاة والسلام على المبعوث رحمة للعالمين أما بعد :

في البداية يطيب لي أن أتقدم بجزيل الشكر والعرفان والتقدير إلى من يعجز قلمي عن شكره واللسان عن إيفائه حقه من شرفني ربي بأن أن اهل من بحر علمه واستمد من توصياته نورا اهتدي به أستاذتي" بوشريط أسامة "حفظه الله ورعاه وجعله ذخرا للعلم ونفعه

وكذلك اشكر كل من ساعدني على إتمام هذا البحث وقدم لي يد العون والمساعدة وزودوني بالمعلومات اللازمة لإتمام هذا البحث وكما اشكر العاملين في بنك الجزائر اللذين أمدوني بالمعلومات التي احتجتها في إطار موضوع مذكرتي

وفي الأخير أتقدم بشكري إلى كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير وكل العاملين فيها وكافة الأساتذة واخص بشكري إلى عميد الكلية



الإهداء

الصلاة والسلام على سيد البشرية محمد وعلى آله وصحبه أجمعين

إهدائي إليكـ أيتها الأم التي كنت عوناً ودفء بين أضلعي والتي ربيتني وأنرت دربي وأعنتني بالصلوات والدعوات...

إليكـ أيها الأب الذي علمني بأن عندما تطفأ الأنوار لابد من إضاءة الشمعة ولا نقوم بلعن الظلام

ويا من عملت بكد في سبيل تعليمي معنى الكفاح وأوصلتني إلى ما أنا عليه...

إلى جميع إخوتي وأخواتي الذين دعموني في مساري هذا وكل باسمه والى كافة أعمامي وعماتي وعائلتي ...

إلى من سرت معهن في درب العلم زميلاتي في هذا العمل

إلى كل الزملاء والأصدقاء اللذين قاسمت معهم شطرا من حياتي...

إلى كل من وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي...

محفوظ



إلى الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما

إلى إخوتي وأخواتي

إلى أصدقائي ورفقاء دربي

إلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل من قريب و من بعيد

أهدي ثمرة جهدي

شيماء

ملخص

يهدف هذا البحث إلى تبيان أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية، ويظهر هذا الأثر جليا من خلال تغيير شكل وكيفية تقديم الخدمات المصرفية من شكلها التقليدي والذي يستلزم الاتصال المباشر ما بين العميل و المصرف، على الشكل الإلكتروني بما يساعد على تقليل تكاليف ووقت تقديم الخدمة، بالتالي تقديم خدمة مصرفية ذات جودة عالية والوصول إلى شريحة أكبر من العملاء.

استخدام تكنولوجيا المعلومات على مستوى المصارف جعل من الخدمات المصرفية الإلكترونية أمرا حتميا يفرض نفسه في مستقبل المصارف وتطورها، وهذا ما يحاول مصرف الفالحة والتنمية الريفية الوصول إليه، حيث توصلنا من خلال هذا الدراسة إلى أنه يعتمد من خلال موقعه الإلكتروني على شبكة الأنترنت للتعريف بنفسه وبكل الفروع التابعة له، إضافة إلى تعريف العملاء بخدماته المصرفية التقليدية منها والإلكترونية، هذه الأخيرة ما زالت تقتصر فقط على خدمة الصرافات الآلية والبطاقة المصرفية، إضافة إلى تقديم بعض الخدمات على موقعه الإلكتروني مثل: خدمة الاطلاع على الحساب، طلب دفتر الشيكات ..إلخ.

استنتاج من خلال هذا البحث عملاء مصرف الفالحة والتنمية الريفية–وكالة بومرداس– على مستوى جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية بمختلف أبعاده (الاستجابة، الاعتمادية، الأمان/الثقة، الوصول) بدرجة متوسطة عموما.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات، الخدمات المصرفية، جودة الخدمات المصرفية، جودة الخدمات المصرفية، الإلكترونية، مصرف الفالحة والتنمية الريفية– وكالة بومرداس–

Résumé:

Cette recherche vise à montrer l'impact de l'utilisation des technologies de l'information sur la qualité des services bancaires, et cet effet apparaît clairement en changeant la forme et la façon de fournir des services bancaires de sa forme traditionnelle, qui nécessite une communication directe entre le client et la banque , sur le formulaire électronique, ce qui permet de réduire les coûts et les délais de fourniture du service, offrant ainsi des services bancaires de haute qualité et atteignant un plus grand segment de clients.

Ainsi, l'utilisation des technologies de l'information au niveau des banques a fait des services bancaires électroniques un impératif qui s'impose dans l'avenir des banques et leur développement, et c'est à cela que tente d'atteindre la Banque de l'agriculture et du développement rural, comme nous l'avons conclu à travers cette étude qu'elle s'appuie sur son site internet sur Internet pour se présenter Et avec l'ensemble de ses agences affiliées, en plus d'initier les clients à ses services bancaires traditionnels et électroniques, ce dernier se limite encore aux seuls guichets automatiques et service de carte bancaire, en plus à fournir certains services sur son site internet tels que : service de consultation de compte, demande de chéquier..etc.

A travers cette recherche, les clients de la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural - Agence de Boumerdes - ont été conclus au niveau de la qualité du service monétique dans ses différentes dimensions (réactivité, fiabilité, sécurité/confiance, accès) à un degré modéré en général.

Mots clés: informatique, services bancaires, qualité des services bancaires, qualité des services bancaires, électronique, Banque de l'Agriculture et du Développement Rural - Agence de Boumerdes -.

فهرس المحتويات

المحتوى	الصفحة
ملخص	
الإهداء.	–
الشكر.	–
فهرس المحتويات	–
قائمة الجداول	I
قائمة الأشكال	II
مقدمة	أ
الفصل الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال	
تمهيد	9
المبحث الأول: تكنولوجيا المعلومات	10
المطلب الأول: مفاهيم حول التكنولوجيا	10
المطلب الثاني: ماهية المعلومات	11
المطلب الثالث: تكنولوجيا المعلومات	15
المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول الاتصال	19
المطلب الأول: ماهية الاتصال	19
المطلب الثاني: أنماط الإتصال في المؤسسة	23
المطلب الثالث: شبكات الاتصال	26

المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات والإتصال	30
المطلب الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والإتصال	30
المطلب الثاني: تكنولوجيا الشبكات العامة (الأنترنت)	34
المطلب الثالث: تكنولوجيا الشبكات الخاصة (الإنترانت والإكسترانت)	40
خلاصة الفصل	45
الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية وعلاقاتها بتكنولوجيا المعلومات والإتصال	
تمهيد	47
المبحث الأول: الخدمات المصرفية	48
المطلب الأول: نشأة وتعريف الخدمات المصرفية	48
المطلب الثاني: خصائص ومميزات الخدمات المصرفية	51
المطلب الثالث: تصنيف الخدمات المصرفية وعوامل نجاح تقديمها	54
المبحث الثاني: جودة الخدمات المصرفية	56
المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمات المصرفية وأهميتها	56
المطلب الثاني: أبعاد ومستويات جودة الخدمة المصرفية	58
المطلب الثالث: قياس جودة الخدمات المصرفية	61
المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة المصرفية	66
المطلب الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مجال الخدمات المصرفية	66
المطلب الثاني: مزايا وعيوب استخدام T-I-C في الخدمات المصرفية	72
خلاصة الفصل	73
الفصل الثالث: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بومرداس	
تمهيد	75
المبحث الأول: تقديم عام حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بومرداس –	76

623-	
المطلب الأول: التعريف بينك الفلاحة والتنمية الريفية و مراحل تطوره	76
المطلب الثاني: التعريف بالمؤسسة محل الدراسة – وكالة بومرداس 623	80
المطلب الثالث: المزيج في مصرف الفلاحة والتنمية الريفية – وكالة بومرداس.	84
المبحث الثاني: واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في بنك BADR– وكالة بومرداس	89
المطلب الأول: تجهيزات المعلوماتية المتوفرة في الوكالة	89
المطلب الثاني: الوسائط الإلكترونية في الوكالة	90
المطلب الثالث: الشبكة المعلوماتية وتطبيقها في الوكالة	92
المبحث الثاني: تحليل البيانات واختبار الفرضيات وعرض النتائج وتحليلها	94
المطلب الأول: مجالات الدراسة	94
المطلب الثاني: صدق وثبات الاستبيان	96
المطلب الثالث: عرض النتائج وتحليل البيانات	100
المبحث الثاث: التوزيع الطبيعي للمحاور والعلاقة بينهم	115
المطلب الأول: التوزيع الطبيعي للمحور الأول	116
المطلب الثاني: اختبار الفرضيات	118
المطلب الثالث: العلاقة استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال وجودة الخدمة المصرفية في البنك	
خلاصة الفصل	128
خاتمة	130
قائمة المراجع	136
الملاحق	141

قائمة الأشكال

الرقم	الشكل	الصحفة
.1	مكونات تكنولوجيات المعلومات	16
.2	خطوات/عناصر الاتصال	21
.3	نموذج قياس جودة الخدمة وتقييمها من وجهة نظر الزبون ونظر مقدم الخدم	65
.4	الهيكل التنظيمي لوكالة بومرداس 623	84
.5	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	101
.6	توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر	102
.7	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي	103
.8	توزيع أفراد العينة حسب مدة التعامل مع البنك	104
.9	توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة	105
.10	توزيع أفراد العينة حسب اسم البنك	106
.11	توزيع الطبيعي للمحور الأول	116
.12	توزيع الطبيعي للمحور الثاني	117

قائمة الجداول

الرقم	الجدول	الصحفة
.13	الفرق بين البيانات المعلومات والمعرفة	14
.14	مقارنة بين الأنترنت الإنترانت والإكسترانت	44
.15	درجات مقياس ليكرت الخماسي	95
.16	تقدير الاتجاهات	95
.17	نتائج معامل ألفا كرونباخ لأداة الاستبيان.	96
.18	الاتساق الداخلي لعبارات محور تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في البنك	97
.19	الاتساق الداخلي لعبارات جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في البنك	99
.20	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	100
.21	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	102
.22	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي	103
.23	توزيع أفراد العينة حسب متغير مدة التعامل مع البنك	104
.24	توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة	105
.25	توزيع أفراد العينة حسب اسم البنك	106
.26	النتائج المتعلقة باتجاه آراء المستجوبين حول فقرات المحور الأول	107

.27	النتائج المتعلقة باتجاه آراء المستجوبين حول فقرات المحور الثاني	112
.28	التوزيع الطبيعي للمحور الأول	116
.29	التوزيع الطبيعي للمحور الثاني	117
.30	اختبار الانحدار البسيط الملموسية للمؤسسة على تحقيق جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية	118
.31	اختبار الانحدار البسيط الإعتمادية للمؤسسة على وجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في البنك لدى مؤسسة بنك الفلاحة والتنمية الريفية ولاية المدية	119
.32	اختبار الانحدار البسيط الإستجابة على جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية	120
.33	اختبار الانحدار البسيط الأمان والثقة على تحقيق جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية	122
.34	اختبار الانحدار البسيط التعاطف على تحقيق جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية	123
.35	العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في البنك وجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في البنك	125

مقدمة

يشهد العالم اليوم ثورة تكنولوجية هائلة في مختلف القطاعات خاصة الاقتصادية منها، حيث تحول الاقتصاد العالمي من الصناعي المادي القائم على رأس المال إلى المعلوماتي أو المعرفي، هذا ما دفع بالقطاع الخدماتي بما فيه المصرفي إلى تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC)، ويتجلى ذلك في نظم ووسائل تقديم الخدمات المصرفية وابتكار تطبيقات جديدة للخدمة تتسم بالكفاءة والسرعة في الأداء لذا بات لزاما على المؤسسات المصرفية أن تدمج هذه الوسائل من إعلام آلي وبطاقات السحب والدفع الالكتروني وغيرها في عملها لتحسين الجودة في خدمتها.

انطلاقا مما سبق تتجلى إشكالية الدراسة في **السؤال الرئيسي** التالي:

- **كيف يمكن أن تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة المصرفية؟**

ينبثق من هذا السؤال الجوهري جملة من الأسئلة الفرعية ندرجها في ما يلي:

– هل يوجد أثر الستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الملموسية في مصرف الفلاحة والتنمية الريفية–وكالة بومرداس.

– هل يوجد أثر الستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الاعتمادية في مصرف الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بومرداس.

– هل يوجد أثر لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الاستجابة / التعاطف في مصرف الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بومرداس.

– هل يوجد أثر لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الأمان / الثقة في مصرف الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بومرداس

الفرضيات:

من أجل الاجابة على التساؤلات المطروحة ، تم وضع الفرضية الرئيسة التالية:

الفرضية الرئيسية: يؤثر إستخدام تكنولوجيا المعلومات على مختلف أبعاد جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية الإعتمادية، الاستجابة، الوصول، الأمان/ الثقة، الموقع الجمالي.

وتنبثق عن الفرضية الرئيسية مجموعة من الفرضيات الفرعية ندرجها فيما يلي:

الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الملموسية.

الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الإعتمادية.

الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد أثر لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الاستجابة/التعاطف.

الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد أثر لاستخدام تكنولوجيا المعلومات على بعد الأمان/ الثقة.

أهداف الدراسة:

يهدف هذا البحث إلى تحقيق جملة من الأهداف التالية:

1- إبراز دور تكنولوجيا المعلومات والتي أصبحت ضرورة حتمية في العمل المصرفي، في تسهيل المعاملات المصرفية.

2- إبراز أثر تكنولوجيا المعلومات ليس على جودة الخدمات المصرفية فقط، وإنما حتى على طبيعة هذه الخدمات في حد ذاتها، فقد ساعدت على ظهور الخدمات المصرفية الإكترونية.

أهمية الدراسة:

ترجع أهمية البحث فيما يلي:

1. يتناول موضوعا مهما ألا وهو تكنولوجيا المعلومات وعملية تبنيه وتطبيقه من قبل المصارف التجارية لتحسين جودة الخدمة المصرفية.
2. الأهمية البالغة التي يحظى بها النشاط المصرفي ومؤسسات الوساطة المالية والدور الفعال الذي تلعبه المصارف في تحريك النشاط الاقتصادي وتمويل المجالات الاقتصادية.

حدود الدراسة:

نظرا لاتساع البحث وكبر حجم الموضوع لابد من وضع حدود للدراسة لتفادي التشعب فيه، هذا من خلال جانبين:

1-**الجانب المكاني:** حيث تم حصر حدود الدراسة في دائرة بومرداس **بنك الفلاحة والتنمية الريفية- وكالة بومرداس.**

2-**الجانب الزمني:** والمتمثل في فترة من ماي 2023 إلى غاية جوان 2023.

منهج البحث والأدوات المستخدمة:

بحكم طبيعة الموضوع الذي نود دراسته ونوع المعلومات المتوفرة عنه يمكننا الاعتماد على المنهج الوصفي في شقها النظري وكذلك أسلوب دراسة الحالة في شقه التطبيقي وقد استخدمنا مجموعة من الأدوات أهمها:

- **طريقة المسح المكتبي:** وذلك بالاعتماد على رسائل الدكتوراه، أطروحات الماجستير، ومذكرات الماستر المتوفرة في المكتبات وكذا على شبكة الإنترنت؛
- **الاستبيان والملاحظة:** وذلك لغرض الحصول على المعلومات الميدانية؛
- بالإضافة إلى استخدام برنامج SPSS إصدار 20 في المعالجة الإحصائية وبرنامج Excel إصدار 2007 لرسم الأشكال البيانية.

تقسيمات البحث (الدراسة):

قسمت الدراسة إلى ثلاثة فصول، اثنان منها تتعلق بالجانب النظري والثالث فهو دراسة حالة. حيث تناولنا في الفصل الأول موضوع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، فتطرقنا في المبحث الأول إلى تكنولوجيا المعلومات وخصائصها من خلال إبراز مفهوم كل من تكنولوجيا المعلومات، وتناولنا في المبحث الثاني مفهوم الاتصال وأشكاله، أما المبحث الثالث والأخير فتطرقنا إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال إبراز مفهومها والتعرف على مختلف تكنولوجيات الشبكات، كرس الفصل الثاني لمعرفة طرق

استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة، حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى الأسس النظرية لجودة الخدمة المصرفية من خلال إبراز مفهوم كل من الخدمة المصرفية، الجودة ثم مفهوم جودة الخدمة المصرفية وسبل قياسها وتناولنا في المبحث الثاني مختلف الأساليب لتحسين جودة الخدمة، أما المبحث الثالث فخصصناه لإبراز دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة المصرفية.

الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات المتوفرة والتي تدور حول موضوع تكنولوجيا المعلومات والاتصال نذكر منها:

1-**دراسة ميهوب سماح:** "أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية "أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة2، السنة الجامعية 2013-2014.

وكانت نتائج الدراسة أن المصارف تهدف من خلال استخدامها المستمر لـ TIC في نشاطها المصرفي إلى تحقيق هدفين:

الأول: تحسين الأداء التجاري من خلال تحسين جودة الخدمة المصرفية.

الثاني: ربحية المصرف ومن ثم العائد على الحقوق الملكية.

2-**دراسة بن بوزيد شهرزاد** "دور تكنولوجيات الإعلام والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: أطروحة ماجستير تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس 2011-2012.

هدفت الباحثة من خلال دراستها إلى تبيان أهمية المتغيرين الأساسيين في قلب الاقتصاد المعاصر والمتمثلين في كل من TIC مفهوم واسع ومعقد كما أن قرارات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مرتبطة به كما أن هذا الأخير يساهم في زيادة هامش ربحها.

3-**دراسة بوباح عالية** "دور الانترنت في مجال تسويق الخدمات" مذكرة الماجستير في العلوم التجارية تخصص تسويق جامعة منتوري -قسنطينة- 2011.

تطرقت هذه الدراسة إلى مختلف استخدامات تكنولوجيا المعلومات خاصة الانترنت في مجال التسويق متمثلة في الإعلانات والإشهارات عبر مواقع الويب أو ما يعرف بالتسويق الالكتروني

وقد توصلت من خلال هذه الدراسة إلى أن استخدام ثورة الاتصالات أمر حتمي سيفرض نفسه في تحديد مستقبل المؤسسات وتطورها.

4-**دراسة بجادي صفاء** "التسويق الالكتروني الخدمي" : مذكرة شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة 2015.

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في إمكانية استغلال التكنولوجيا الحديثة للاتصال في الوظيفة التسويقية وإظهار أهمية استخدام التكنولوجيات المتوفرة في العصر الحالي وما يتمخض من فوائد إيجابية تخدم المؤسسة والكشف عن آراء الزبائن ومدى تقلبهم لتقنية التسويق الالكتروني وكيفية التعامل بها.

5-**دراسة شيروف فضيلة:** بعنوان "أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية"، مذكرة ماجستير، تخصص تسويق، جامعة قسنطينة، 2010 وهدفت الباحثة من خلال لدراستها هذه إلى تبيين أثر تطبيق مفهوم التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، حيث توصلت الباحثة إلى لأن هناك مشاكل عديدة يصعب فيها تطبيق طرق وتقنيات الصيرفة الإكترونية في الجزائر بنفس الأسلوب الذي يطبق في الدول المتقدمة، حيث أن تطبيقها في بعض المصارف بالجزائر مازال متأخرا ويقتصر على فئة قليلة من العملاء لحاجاتهم الضرورية لهذه الخدمة.

الفصل الأول
ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تمهيد:

شهدت البشرية عدة ثورات أخرها ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي أحدثت القطيعة مع كل ما هو قديم وجعلت جديد اليوم قديم الغد، ونتيجة لهذه التطورات تزايد الطلب على هذه التكنولوجيا وبالتالي أصبحت من متطلبات أي قطاع باعتبارها نقطة التميز والتفوق في عصر سمته الأساسية هي المعلوماتية.

وإذا نظرنا لكل ما ذكر سالفا فإن قطاع الخدمات بما فيها البنوك أيضا دخل خصم المعلوماتية وهذا راجع لما شهده هذا الأخيرة في الآونة الأخيرة من تطورات تكنولوجية والتي بدورها تمثل له البيئة التحتية، كل هذا جعل المؤسسة أمام تحد كبير وهو امتلاك تكنولوجيا المعلومات والاتصال وكيفية تسييرها واستغلالها.

وللإلمام بالموضوع سوف نتطرق في المبحث الأول إلى تكنولوجيا المعلومات وفي المبحث الثاني إلى الإتصال وفي المبحث الثالث إلى تكنولوجيا المعلومات والإتصال الكلي.

المبحث الأول: تكنولوجيا المعلومات

إن تحديد المفاهيم ضروري في أي تواصل إنساني بغية تسيير الحوار والتعلم بالتقرب من الواقع بمتغيرات عملية متماشيا مع طبيعة موضوعنا سنتعرض بإيجاز لمفهوم كل من التكنولوجيا المعلومات و تكنولوجيا المعلومات.

المطلب الأول: مفاهيم حول التكنولوجيا

لقد أصبحت التكنولوجيا تلعب دورا مهما في النهوض باقتصاديات الكثير من الدول.

1-تعريف التكنولوجيا:

يرجع أصل التكنولوجيا إلى الكلمة اليونانية التي تتكون من مقطعين هما **Techno** تعني التشغيل الصناعي، والثاني **Logos** أي العلم أو المنهج، وينتج عن تركيب المقطعين كلمة علم التشغيل الصافي[1]

ويمكن تعريفها من جهة التحليل الاقتصادي بأنها "مجموعة المعارف والمهارات والخبرات الجديدة التي يمكن تحويلها إلى طرق النتاج أو استعمالها في إنتاج سلع وخدمات وتسويقها وتوزيعها، أو استخدامها في توليد هياكل تنظيمية إنتاجية" وتعرف التكنولوجيا على أنها "تطبيق الإجراءات المستمدة من البحث العلمي والخبرات العلمية لحل المشكلات الواقعية، ولا تعني التكنولوجيا هذا الأدوات والمكائن فقط بل أنها الأسس النظرية والعلمية التي ترمي إلى تحسين الأداء البشري للحركة التي تناولها"[2]

2- أنواع التكنولوجيا:

يتم تصنيف التكنولوجيا على أساس عدة أوجه منها ما يلي:

أ- على أساس درجة التحكم: بعد الأنواع التالية:

---

[1] غسان قاسم اللامي، "**إدارة التكنولوجيا مفاهيم ومداخيل تقنيات تطبيقات علمية**"، الطبعة الأولى، دار المناهج، عمان، 2006، ص22.

[2] عبد الباري، إبراهيم درة، "**تكنولوجيا الأداء البشري في المنظمات الأسس النظرية ودلالتها في البيئة العربية المعاصرة**"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2003، ص2.

- **التكنولوجيا الأساسية:** وهي التكنولوجيا التي تمتلكها أغلب المؤسسات الصناعية ويتميز بدرجة تحكم عالية جدا.
- **تكنولوجيا التمايز:** وهي التي تملكها مؤسسة واحدة أو عدد محدود من المؤسسات الصناعية والتي بدورها تميزها عن مثيلاتها المنافسة.

ب- على أساس موضوعها: تصنف التكنولوجيا على أساس أنواعها إلى ما يلي:

- **تكنولوجيا التسيير:** المستخدم في التسيير تدفقات الموارد، ومن أمثلتها البرامج والتطبيقات التسييرية
- **تكنولوجيا التصميم:** وهي التي تستخدم في النشاطات التصميم في المؤسسة التصميم بمساعدة الحاسوب
- **تكنولوجيا أسلوب الإنتاج:** وهي تلك المستخدمة في عماليات الصنع، وعمليات التركيب والمراقبة.
- **تكنولوجيا المعلومات والاتصال:** وهي التي تستخدم في معالجة المعطيات ونقلها.

ج- على أساس درجة التعقيد: على هذا الأساس يمكن تقسيم التكنولوجيا إلى:

- **تكنولوجيا ذات درجة عالية:** وهي التكنولوجيا شديدة التعقيد، والتي من الصعب على المؤسسات الوطنية في الدول النامية تحقيق استغلاله إلا بطلب من صاحب البراءة
- **تكنولوجيا عادية:** وهي أقل تعقيدا من سابقتها، حيث بإمكان المختصين المحلين في الدول النامية استيعابها حيث أنها تتميز أيضا لضخامة تكاليفها[1].

المطلب الثاني: ماهية المعلومات

1- مفهوم المعلومات:

قبل التطرق إلى تعريف المعلومات إرتأينا التطرق إلى تعريف البيانات وكذا المعرفة التقارب المفاهيم بينهم:

[1] لمين علوطي، "**تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها على تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة**"، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر، 2003/2004 ص9،10.

أ- **البيانات:** يمكن تعريفها على أنها مفاهيم لغوية أو رياضية أو رمزية خالية من المعنى الظاهري متفق عليها لتمثيل الأشخاص أو الأشياء أو الأحداث[1].

كما تعرف على أنها حقائق مجردة لم يجرى عليها أي معالجات فهي تمثل المواد الخام[2].

ب- **المعرفة:** إن التطور الاقتصادي من النصف الثاني من القرن الماضي والمتركز علي التطور التقني والعلمي والاستخدام المكثف لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أدى إلى ظهور مفهوم جديد عرف بالاقتصاد المعرفي والمبني أساسا على المعرفة حيث أنها تلعب دورا أساسيا في توليد الثروة وهي تمثل الشكل الأساسي لرأس المال كما أن تراكمها هو الدافع والمحرك للنمو الاقتصادي فكلما زادت المعرفة في مكونات العملية الإنتاجية زاد النمو الاقتصادي، كما ينظر إليها أنها أصل من أصول المنظمة الجديدة والمعقدة ويعتقد الكثير من الاقتصاديون أنها تساعد في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمة.

ولقد زادت قناعة الأفراد والمؤسسات بالحاجة إلى المعرفة وذلك لأهميتها الحيوية في حياة الأفراد والمؤسسات، فثورة الحاسوب والاتصالات والانفتاح الواسع بين الأمم زاد من الحاجة إليها خاصة في مجال اتخاذ القرار[3].

ج- المعلومات:

المعلومة لغة هي المفردات المنشقة من علم تتسم بشراء مفرداتها وتنوع معانيها تتصل بالعلم والمعرفة الدراية، الإطاحة، والإدراك، اليقين، الإرشاد الوعي، وغير ذلك[4].

---

[1] عماد الصباغ، "**نظم المعلومات ماهيتها ومكوناتها**"، مكتبة دار الثقافة، عمان 2000، ص12.

[2] شريف أحمد العاصي، "**نظم المعلومات الإدارية**"، دار الفكر الجامعي الإسكندرية 2004 ص27.

[3] نعيم ابراهيم الطاهر "**دار المعرفة**" **جدار للكتاب الحديث**، الأردن 2009، ص 10.

[4] الشيخ ولد محمد "**استخدام نظم المعلومات في اتخاذ القرارات في المؤسسة الاقتصادية**"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير كلية العلوم الاقتصادية تخصص بحوث العمليات وتسيير المؤسسات جامعة تلمسان، 2011 ص78.

تعرف على أنها مجموعة من البيانات المنظمة والمنسقة بطريقة توليفية مناسبة بحيث تعطى معنى خاص وهي تركيبة متجانسة من الأفكار والمفاهيم تمكن الإنسان من الاستفادة منها للوصول إلى المعرفة واكتشافها.

كما يمكن أن تعرف المعلومات على أنها بيانات تم تحويلها إلى صورة ذات معنى و قابلة للاستخدام من قبل المستفيد الأخر [1].

2-**خصائص المعلومات:** تتوفر المعلومات على مجموعة من الخصائص أهمها:

- **التوقيت المناسب:** وهي المعلومات المناسبة رميا و تتوافر في وقت الحاجة إليها
- **الوضوح:** يجب أن تكون المعلومات واضحة وخالية من الغموض
- **الدقة:** أن تكون المعلومات خالية من أخطاء التجميع والتسجيل، حتى يمكن الاعتماد عليها في تقدير احتمالات المستقبل ومساعدة الإدارة في تصوير واقع الأحوال.
- **الصلاحية:** وتعني أن تكون المعلومات ملائمة أو مرنة ومناسبة لطلب المستفيد.
- **القياس الكمي:** وتعني إمكانية القياس الكمي للمعلومات الرسمية الناتجة من نظام المعلومات.
- **عدم التحيز:** وتعني عدم تغير محتوى المعلومات مما يؤثر على المستفيد أو تغير المعلومات حتى تتوافق مع أهداف ورغبات المستفيدين.
- **إمكانية الحصول عليها:** وتعني إمكانية الحصول على المعلومات السهولة وسرعة أي تكون المعلومات سهلة المنال.
- **الشمول:** وتعني أن تكون المعلومات شاملة لجميع متطلبات ورغبات المستفيد وأن تكون صورة كاملة دون تفصيل رائد ودون إيجاز تفقد معناها
- **قابلة للمراجعة:** وهي خاصية منطقية نسبيا وتتعلق بدرجة الاتفاق المكتسبة بين مختلف المستفيدين المراجعة فحص نفس المعلومات [2].

---

[1] عماد الصباغ، نفس المرجع السابق، ص12.

[2] يحيى مصطفى حلمي، "**أساسيات نظم المعلومات**"، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1998، ص78 ص79.

الجدول رقم 1: الفرق بين البيانات المعلومات والمعرفة.

البيانات	المعلومات	المعرفة
هي مجموعة الحقائق الموضوعية الخام التي يتم تجميعها أو التوصل لها من خلال نظم المعلومات الرسمية للمؤسسة، مثل البيانات المالية في النظام المحاسبي البيانات الإحصائية حول نشاط المؤسسة ونشاط السوق،...الخ.	هي ناتج معالجة البيانات وتبويبها، وتصنيفها، وتحليلها، واستخلاص النتائج الملائمة منها؛ حتى يمكن للمؤسسة أن تستفيد منها في إدارة النشاط، وفي صناعة واتحاد القرار وقد يتم تصوير المعلومات في أشكال كثيرة مثل التقارير و أو الأشكال البيانية، والخرائط التنظيمية وتستخدم تكنولوجيا المعلومات في إعداد وتوفير الكم المطلوب منها بالدقة والكيف الملائم.	تعتبر المعلومات أساس تكوين المعرفة فهي مرحلة جديدة من تشغيل المعلومات، يتم من خلالها إنتاج وتنظيم المعرفة عن طريق إضافة المهارات والخبرات الشخصية والتفسيرات والتحليلات والاستنتاجات التي يضيفها الشخص ذاته للمعلومات، وما يراه من معان ودلالات...

المصدر: لمين علوطي، "تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها على تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة"، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر، ص 11.

3-أهمية المعلومات:

تلعب المعلومات دورا هاما وحيويا يظهر ذلك في:

- إثراء البحث العلمي وتطور العلوم وتكنولوجيا.
- تعكير العنصر الأساسي في اتخاذ القرار المناسب وحل المشكلات.
- أهمية كبيرة في مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية والإدارية والثقافية... الخ.
- دور كبير في التوقيت المناسب من خلال دورة المعالجة والإدخال والتقارير.

- تساعد المعلومات في نقل خبرتنا للآخرين وعلى حل المشكلات التي توجها، وعلى الاستفادة من المعرفة المتاحة.

4-مصادر المعلومات:

تعددت مصادر المعلومات فهناك من يصنفها إلى مصادر داخلية يتم الحصول عليها من داخل محيط المؤسسة ومصادر خارجية يتم الحصول عليها من خارج المؤسسة

وهناك من يصنف مصادر المعلومات تبعا لأولوية استعمالها لكن كيفية البحث عنها لتخذ ترتيبا عكسيا ويكون ذلك كالأتي:

- **مصادر من الدرجة الثالثة:** وهي ترشدنا عادة للوصول إلى مصادر المعلومات الأولية كما تقدم عادة ملخصات وقوائم المصادر الثانوية ومن أمثلتها نجد: المصنفات، الفهارس، قوائم المراجع وغيرها.
- **مصادر ثانوية:** تتخذ المصادر الأولية كأساس للتعليق عليها وتفسيرها لذلك هي تدلنا عليها ومن أمثلتها نجد: المستخلصات والفهارس، التقاويم أو الحوليات، القواميس، الموسوعات وغيرها.
- **مصادر أولية:** وهي تشكل المادة الخام للبحث وتتضمن المعلومات الأصلية الناتجة مباشرة عن البحوث ومن أمثلتها نجد محاضر المؤتمرات، والندوات والأيام الدراسية، الكتيبات، مصادر الانترنت، الكتب، دراسات الحالة وغيرها[1].

المطلب الثالث: تكنولوجيا المعلومات

1-**تعريف تكنولوجيا المعلومات:** لم تختص تكنولوجيا المعلومات كغيرها من المصطلحات الجديدة بمفهوم واحد، بل تعددت هذه التعاريف وتنوعت تبعا لرؤية كل واحد لها، لذا سندرج عدة تعاريف حتى تبرر لما أوجه الاتفاق بينها، لتعطي في الأخير تعريفا لها، ونذكر منها: وتعرف أيضا على أنها :

[1] فضيل دليو، "**تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديثة**"، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص46.

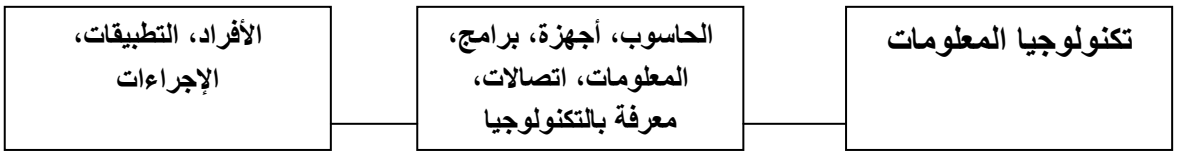
"نطاق واسع من القدرات والمكونات أو العناصر المتنوعة المستخدمة في معالجة وتخزين وتوزيع البيانات بالإضافة إلى دورها في خلق المعرفة"[1]

وتعرف أيضا على أنها "حيازة، معالجة، تخزين، بث معلومات ملفوظة، مصورة، ورقمية بواسطة مزيج من الحاسب الإلكتروني، والاتصالات السلكية واللاسلكية، ومبنى على أساس الإلكترونيات الدقيقة"[2]

ومن التعاريف السابقة التي تطرقنا إليها بحد أن تكنولوجيا المعلومات هي مكونات الحواسيب والبرمجيات بالإضافة إلى شبكات الاتصال وغيرها من الأجهزة اللازمة للقيام بمعالجة وتخزين وتنظيم وإرسال واسترجاع المعلومات وذلك بالكفاءة والسرعة العالية.

وقد بينت إحدى الدراسات أن التكنولوجيا تمثل توليفة من المكونات الثلاثية الأبعاد والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم1: مكونات تكنولوجيات المعلومات



المصدر: عرابة رابح، دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري"، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، العدد8 ، 2012، ص13.

2-**مزايا وعيوب استخدام تكنولوجيا المعلومات:** رغم ما تمنحه تكنولوجيا المعلومات من مزايا، إلا أنه لا يحب النظر إليها على أنها خير خالص، بل على العكس من ذلك فهي تحوي جوانب سلبية نستجليها من خلال هذا العنصر في إطار الحديث عن الآثار الإيجابية والسلبية لتكنولوجيا المعلومات.

أ - **الآثار الإيجابية:** تمثل أهم الآثار الإيجابية فيما يلي:

---

[1] سعد غالب ياسين، **أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات**"، دار المناهج، عمان، الأردن، 2006، ص307.

[2] عرابة رابح، "**دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري**"، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، العدد8، 2012ص13.

- زادت الخدمات التي تقدمها الانترنت في التعليم، والطب والتجارة، والاتصالات من شعور الإنسان بالحرية، ورمت عن كاهله قيود إقطاع الزمن، أما فيما يخص المجال العلمي فقد ساهمت الانترنت في تعزيز العمل الأكاديمي الجامعي، وفتحت آفاقا جديدة أمام البحث العلمي في مختلف مجالاته.
- تقدم تكنولوجيا المعلومات موارد غنية، وتوفر المعلومات في مختلف مجالات الحياة كالسفر، والسياحة فصلا عن منتديات الحوار والنقاش الإلكترونية التي تساهم في تشجيع التفاعل والتواصل بين الأفراد.
- تساعد الانترنت الأنظمة والحكومات والتنظيمات الموالية لها كما تساعد القوى المعارضة في تواصل وتنظيم نفسها.
- أثرت ثورة المعلومات بشكل كبير على النشاط التجاري لمختلف الشركات والمؤسسات التجارية، حيث قدمت التجارة الالكترونية ووفرت إتاحة السلع والخدمات للجمهور الكبير.

لهذه الأسباب وأخرى أصبحت تكنولوجيا المعلومات الخيار الإستراتيجي الأول للمصارف في هذا العالم.

ت- **الآثار السلبية:** تتمثل أهم الآثار السلبية فيما يلي:

- استمرار وجود التفاوت الاجتماعي والمعرفي بين الناس سواء داخل الدولة الواحدة أو بين الدول، ووجود فئات المهمشين الأميين من عالم ثورة المعلومات، فأصبحنا نسمع بفقراء وأغنياء المعلومات في عصر المعلومات.
- أدخلت ثورة تكنولوجيا المعلومات في حياة الناس ما يسمى بالواقع الافتراضي، الذي سمح للمنتفعين والمستثمرين بهذه الثورة أن يتلاعبوا بالحقائق التاريخية.
- أثرت شبكة الانترنت على الأطفال ونشأتهم، بل وعلى الكبار أيضا، فالجلوس لساعات طويلة أمام شبكة الانترنت والانتقال من موقع لآخر بعيدا عن العالم الواقعي

الذي يعيشون فيه، والكم الهائل من المعلومات التي يحصلون عليها يفرز ضغوطا نفسية وعصبية عليهم.

- خرق حرمة الأشخاص والتنظيمات، عن طريق الدخول في ملفاتهم الخاصة بهم، ومعرفة أدق التفاصيل عن حياتهم الخاصة، هذه الاختراقات قد تطال في بعض الأحيان حتى الرؤساء والشخصيات البارزة.
- يرى فيها البعض أنها تهديدا للأمن القومي والدول والمجتمعات، فضلا عن تدشينها لنوع جديد من الحروب، هي حروب المعلوماتية. حيث ظهر نوع جديد من الجرائم هي الجرائم المعلوماتية.
- إن الموجات الكهرومغناطيسية التي تنشرها هذه التكنولوجيا لها آثار سلبية على صحة الأفراد، كمرض الأعصاب والديسك والسرطان الناتج عن الهواتف النقالة، لذا يجب أن تتلازم عملية استخدامها مع فترات رياضية وصحية.
- مسألة حقوق المؤلف والناشر حيث ازدادت عملية النسخ والتقليد.
- ساعدت على انتشار النشاطات الهدامة والسلبية مثل تجارة المخدرات والرذيلة، واستدراج الأطفال إلى ذلك[1].

[1] عرابة رابح، مرجع سبق ذكره، ص13-14.

المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول الاتصال

تعد الاتصالات مهمة لنجاح وتحقيق التفاهم والتعاون بين المتصلين من أفراد ومجموعات، إذا تمثل عملية الاتصال إحدى العناصر الأساسية في التفاعل الإنساني فمن خلال أنظمة الاتصال استطاعت المؤسسات إحراز تقدم في مختلف الجوانب.

المطلب الأول: ماهية الاتصال

1-مفهوم الاتصال:

مصطلح الاتصال في اللغة العربية كما تشير المعاجم يعني الوصول إلى الشيء أو بلوغه والإنتهاء إليه[1] إن كلمة إتصالات **communications** مشتقة من الأصل اللاتيني **commou** بمعنى **communis** أي عام وفعلها **communicare** أي يذيع أو يشيع[2].

ظهرت تعاريف عديدة لمفهوم الاتصال لا يمكن حصرها ن قبل الباحثين والمختصين في علوم المعلومات والاتصال عبر الزمن عكست في معظمها أهمية ودوره في الحياة الإنسانية أو العناصر الأساسية لعملية الإتصال ومن بين هذه التعاريف:

"الاتصال ظاهرة اجتماعية تتم غالبا بين طرفين لتحقيق هدف أو أكثر منها بصورة شخصية أو غير شخصية وفي اتجاهات متضادة بما يحقق تفاهم متبادل بينهما ويتم ذلك من خلال عملية اتصالية".[3]

"الاتصال هو عملية مستمرة تتضمن قيام أحد الأطراف بتحويل أفكار ومعلومات معينة إلى رسالة شفهية أو مكتوبة، تنقل من خلال وسيلة اتصال إلى الطرف الآخر".[4]

---

[1] مصطفى عليان ربحي، عدنان محمود الطباسي، "**الاتصال والعلاقات العامة**"، الطبقة الأولى، دار صفاء، عمان، 2004، ص 127.

[2] فضيل دليو، "**تاريخ ووسائل الاتصال**"، بدون دار النشر، قسنطينة، 2006، ص17.

[3] شعبان فرج "**الاتصالات الإدارية**"، الطبعة الأولى دار الأسامة للنشر، عمان، الأردن، 2008، ص 27.

[4] أحمد ماهر، "**كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الاتصال**"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص27.

ومن خلال هذه التعاريف تبين لنا أن الاتصال هو عبارة عن عملية أو فن نقل وتوصيل وتبادل الأفكار بين طرفين أو أكثر باستخدام مختلف الأساليب مثل الكلام، الكتابة، الإشارات...الخ.

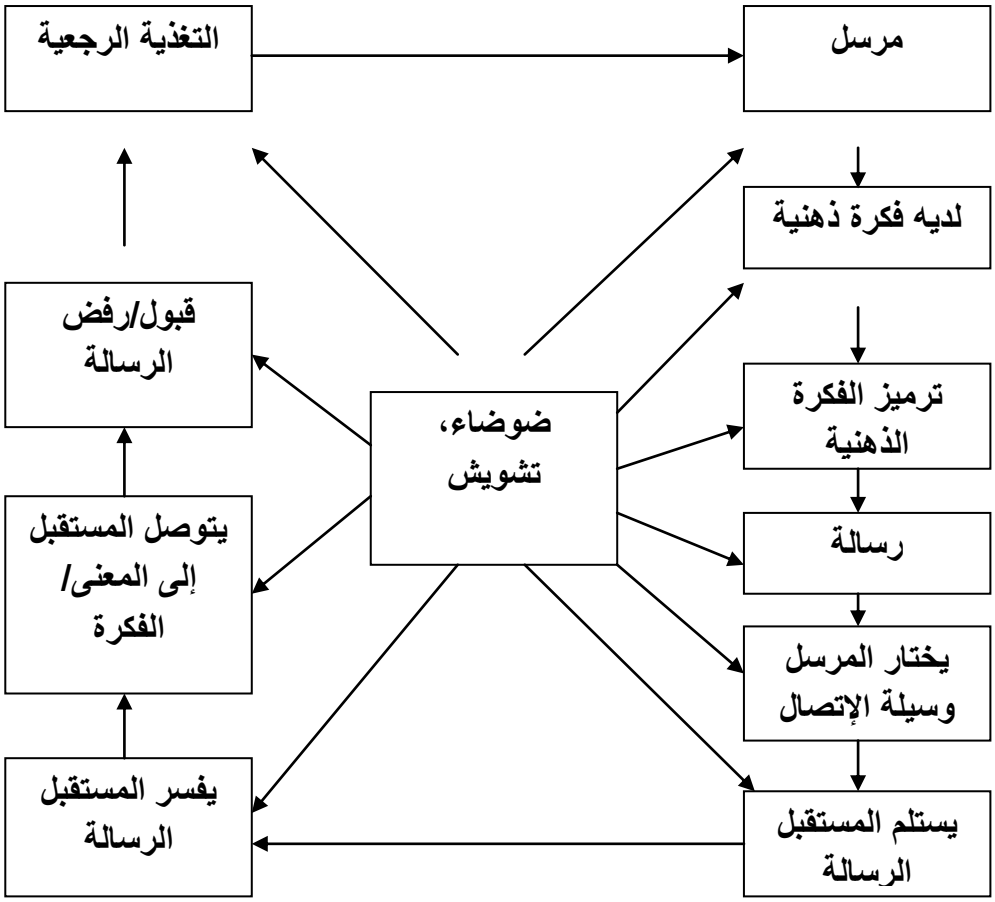
2-خطوات عملية الإتصال: إن الاتصال ليست عملية بسيطة بل معقدة وصعبة وتتضمن عدد من الخطوات: [1]

- تبدأ عملية الاتصال بوجود شخص (مرسل) يرغب في إبلاغ طرف آخر (مستقبل) معلومات معنية من أجل التأثير في سلوكه على نحو ما.
- يقوم المرسل بتطوير فكرة ذهنية (في عقل المرسل) حول موضوع معين يود إبلاغه لشخص.
- بعد إتمام المرسل بلورة الفكرة الذهنية، يقوم بتحويل هذه الفكرة إلى رموز أي لغة يستطيع المستقبل فهمها.
- ينتج عن عملية الترميز "الرسالة" التي يود المرسل إرسالها إلى المستقيل.
- بعد إتمام الترميز يختار المرسل وسيلة لنقل هذه الرسالة وقد تكون هذه الوسائل إما كتابية أو شفوية.
- يتسلم المستقبل الرسالة.
- يقوم المستخدم بتحليل الرموز وتفسير الرسالة.
- نتيجة لتفسير وتحليل الرسالة، يتوصل المستقبل إلى المعنى.
- بناءا على ما توصل إليه المستقبل من معاني يقوم بقبول الرسالة أو رفضها.
- التغذية الرجعية حيث يقوم المستقبل بالرد على الرسالة وبالتالي يتحول المستقبل إلى مرسل حيث يقوم ببلورة رده وتحويله إلى رسالة واختيار وسيلة لتوصيلها (الرسالة) إلى المرسل.

[1] حسين حريم، "**مهارات الإتصال في عالم الاقتصاد وإدارة الأعمال**"، دار حامد عمان، 2009، ص19.17.

- المعوقات والتشويش والضوضاء وتتمثل في كل ما يمكن أن يتدخل ويعيق عملية الاتصال عند كل خطوة من الخطوات السابقة، والشكل التالي يوضح الخطوات السابقة:

الشكل رقم 02: خطوات/عناصر الاتصال



المصدر: حسين حريم، "**مهارات الإتصال في عالم الاقتصاد وإدارة الأعمال**"، دار حامد، عمان، 2009، ص17.

3-تكنولوجيا الإتصال: ولابد من الذكر بأن تطور الاتصال عبر التاريخ مر على خمس ثورات أساسية، تمثلت الثورة الأولى في تطور اللغة والثانية في تدوين اللغة واقترنت الثورة الثالثة باختراع الطباعة في منتصف القرن التاسع عشر وبدأت معالم الثورة الرابعة من خلال اكتشاف الكهرباء والموجات الكهرومغناطيسية والتلغراف والهاتف

والتصوير الفوتوغرافي والسينما ومن ثم ظهرت ثورة العلم والتكنولوجيا التي سميت من طرف الباحثين بالثورة الخامسة نتيجة التطورات التكنولوجية والمعلوماتية وتطوير شبكات الهاتف بإدخال وسائط مثل الألياف البصرية والأقمار الاصطناعية لتسريع بث ونقل وتلقي المعلومات.[1]

كما أنه تم تعريف تكنولوجيا الاتصال من قبل الباحثين والدارسين على أنها "تكنولوجيا الاتصال هي التي تمكننا من نقل المعلومات من أي مكان في العالم إلى أي مكان آخر بفعالية و سرعة عالية.

تكنولوجيا الاتصالات هي التكنولوجيا التي تعمل على تسهيل الاتصال بين الأفراد أو الجماعات الذين يتواجدون في أماكن مختلفة، و تتدرج تحتها مجموعة أنظمة مثل الهاتف والتلكس والفاكس والراديو والتلفزيون، والفيديو، بالإضافة إلى تقنيات الحاسب بما في ذلك تبادل البيانات الإلكترونية والبريد الإلكتروني [2]

كما تميزت تكنولوجيا الاتصال بأنها عملت على تحسين وتسريع والرفع من قدرة وجودة التواصل ما بين البشر مما وضعها في مقدمة الأولويات الثقافية والاقتصادية بحيث أصبحت المدير الثقافي والتعليمي الذي يقصده الناس، كما أصبح ممتلكو هذه الوسائل المعلوماتية في زماننا هم الذين يصنعون ويديرون المعلومة، ويرى البعض أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة اعتمدت على مجموعة من التقنيات المعلوماتية والاتصالية التالية: [3]

- ✓ الأقمار الصناعية وخاصة أقمار الاتصالات بنمطيها وهما نمط أقمار التوزيع وعط أقمار البث المباشرة.

---

[1] عبد المالك ردمان الدناني، "**الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت**"، دار الرتب، بيروت، لبنان، 2001، ص81-82

[2] ربحي مصطفى عليان وعدنان مجمود الطوباسي، "**الاتصال والعلاقات العامة**"، الطبعة الأولى، دار الصفاء، عمان، الأردن، 2005، ص35-36.

[3] فؤاد البكري، الهوية الثقافية العربية في ظل ثورة الاتصال والإعلام الجديد، "**المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة..لعالم جديد**"، جامعة البحرين، البحرين، 7-9 أفريل 2009، ص375.

- شبكات الكابل.
- أقمار الاتصال المرتبطة بشبكات الكابل
- نظم توزيع الترددات متعددة الاتجاه.
- الألياف البصرية (الصوتية).
- التليفزيون فائق الجودة.
- نظم البث الإذاعي فائقة القدرة.
- تقنيات المعلومات المتطورة وتشمل جميع الأجهزة والنظم والبرمجيات المتعلقة بتداول المعلومات آليا، كذلك بثها عبر مسافات بعيدة أو استنساخها وعرضها المناسب، مرئية أو مصورة أو مسموعة.

المطلب الثاني: أنماط الإتصال في المؤسسة

يمكن تقسيم الاتصالات (تدفق البيانات والمعلومات) في المؤسسة تبعا لأسس مختلفة هي الاتجاه، الأسلوب، القناة، وفيما يلي توضيح لهذه الأسس:

1-**أساس اتجاه الاتصالات:** تصنيف الاتصالات بموجبه كما يلي :

أ- **الإتصال باتجاه واحد (بسيط)** : يتم نقل البيانات والمعلومات باتجاه واحد فقط أما بالإرسال البيانات والمعلومات فقط كالجهاز المايكرويف الصوتي، أو لاستقبالها فقط كالجهاز التلفاز.

ب- **الاتصال نصف المزدوج:** يتم نقل البيانات والمعلومات باتجاهين ولكن ليس بنفس الوقت أي وجود فاصل زمني بين إرسال المعلومات والبيانات و استقبالها.

ت- **الإتصال كامل الازدواجية** : يتم نقل البيانات والمعلومات بكلى الاتجاهين في آن واحد أي إرسال البيانات والمعلومات واستقبالها يتم في آن واحد كما هو الحال بالنسبة لأنظمة الاتصال الهاتفي أو عملية الاتصال بين حاسبين.

2- **أساس أسلوب الاتصالات:** تصنف الاتصالات تبعا لهذا الأساس إلى نوعين هما:

أ- **الاتصالات المتسلسلة:** يتم نقل البيانات والمعلومات بشكل رموز ثنائية الواحدة تلو الأخرى بشكل تسلسلي غير خط نقل واحد، إن يفضل استخدام هذا الأسلوب في الاتصالات بعيدة المسافة والتي يتعذر فيها بناء عدد كبير من الكابلات بين طرفي الاتصال.

ب- **الاتصالات المتوازنة:** يتم نقل البيانات والمعلومات على شكل بايت واحد في كل مرة من خلال استخدام قناة نقل واحدة كل رمز ثنائي على النحو الذي يسرع من عملية النقل بالمقارنة مع الإتصال المتسلسل[1]

3- **أساس قناة الاتصالات:** تصنف الاتصالات اعتمادا على قنوات الاتصال إلى نوعين هما: الاتصالات الرسمية والاتصالات غير الرسمية[2]

أ- **الاتصالات الرسمية:** وهي الاتصالات التي تحصل من خلال خطوط السلطة الرسمية والمعتمدة بموجب اللوائح والقرارات المكتوبة، وقد تكون داخلية أو خارجية.

1-**الاتصالات الداخلية:** أي تدفق البيانات والمعلومات والناجمة عن التفاعلات بين أقسام ونشاطات المؤسسة ويكون ذلك على ثلاثة أنوع، ويضاف إليها نوع آخر جديد هي كالآتي:

- **الاتصالات النازلة:** ويكون اتجاه هذا الإتصال من أعلى إلى أسفل، والتي تنطوي على القواعد والأمور والتعليمات والتوجيهات
- **الاتصالات الصاعدة:** ويكون الاتجاه هذا الاتصال من أسفل إلى الأعلى أي من المرؤوسين إلى الرؤساء أو من مستوى إداري أدبي إلى مستوى إداري أعلي في الهيكل التنظيمي مثل الشكاوى ... الخ.

[1] محمد آل فرج الطائي، "**مدخل إلى نظم المعلومات**"، الطبعة الأولى، دار وائل، عمان، 2005، ص95.

[2] حسين حريم، مرجع سبق ذكره، ص19-20.

- **الاتصالات الأفقية** ويقصد تلك التي تتم بين موظفي المستوى الإداري الواحد بهدف التنسيق بين جهودهم..
- **الاتصالات القطرية (التقاطعية):** يكون بين شخصين من مستويين تنظيميين مختلفين ولا تربطهما علاقة رئيس مرؤوس، يقصد من هذه الإتصالات تجاوز مستويات تنظيمية معينة بغرض اختصار الوقت والجهد، هذا النوع من الإتصالات يجب أن يكون في حالات محدودة جدا وواضحة لأن تكرار تجاوز مستوى تنظيمي معين بشير حتما للإحتكاك و النزاع بين العاملين.

2-**الاتصالات الخارجية:** هي عبارة عن تدفق البيانات والمعلومات الناجمة عن التفاعلات بين المؤسسة و بين بيئتها الخارجية و يكون على نوعين:

- **الاتصالات الداخلة:** وهي عبارة عن تدفق البيانات والمعلومات من البيئة الخارجية إلى المؤسسة مثل ذلك التشريعات الحكومية، بيانات عن المنافسون والزبائن ...الخ.
- **الاتصالات الخارجة:** أي تدفق المعلومات من المؤسسة إلى البيئة الخارجية مثال ذلك تقارير الأداء المرسلة إلى الجهات الأعلى التي تتبعها المؤسسة إداريا أو إلى الدوائر الحكومية التي تتطلب مثل هذه التقارير.

ب- **الاتصالات غير الرسمية:** وهي الاتصالات التي تتم بطريقة غير رسمية بين العمال حيث يتبادلون المعلومات والأفكار ووجهات النظر في الموضوعات التي تخصهم وتخص عملهم وهذا خارج الشبكة الرسمية، إن هذه الإتصالات هي جزء من واقع الحياة في المؤسسات ويمكن أن يكون للإشاعات والأقاويل نتائج وآثار ويتطلب الأمر من المدرين استمرار اليقظة والإصغاء إلى ما يدور ويقال واطلاع العاملين باستمرار على ما تجري في المؤسسة والإصغاء إليهم، كما يعد هذا النوع من الاتصالات أقل تكلفة وأكثر سرعة.

المطلب الثالث: شبكات الاتصال

تعرف الشبكة على أنها "عبارة عن مجموعة من التجهيزات أو المعدات أو الأشياء الملموسة المرتبطة فيما بينها عن طريق قنوات اتصال، بحيث تسمح بمرور عناصر معينة فيما بينها حسب قواعد محددة وتتكون الشبكة من قسمين رئيسين: ناقل و منقول فالقسم الناقل ضروري و يشمل على التجهيزات و قنوات الاتصال، أما القسم المنقول فهو الذي وقع عليه فعل النقل" كما تعرف على "أنها الشبكة نظام للعلاقات الترابطية داخل المؤسسة، أو فيما بين المؤسسات"[1]

ويمكن تصنيفها حسب الطريقة التي توصل بها مكونات الشبكة أو حسب المجال الجغرافي أو حسب معيار دور كل حاسب في توفير خدمات الشبكة كما تصنف أيضا. حسب الخدمات التي يمكن أن تقدمها.

1- **تصنيف الشبكات حسب الطريقة التي توصل بها مكونات الاتصال:** وتقسم وفق هذا المعيار إلى أربع طرق:

أ- **شبكة ذات نمط النجمة:** تستخدم لربط مجموعة من الحواسيب مع بعضها البعض بواسطة حاسوب مركزي حيث أن كل أنواع الاتصالات تمر عبر هذا الحاسوب بذلك فإنها تعتمد بشكل كبير على قدرة الحاسوب المركزي من مزايا هذه الشبكة هو أن عطل أي جهاز لا يؤثر على عمل الشبكة باستثناء عطل المزود أو الموزع.[2]

ب- **شبكة ذات النمط الخطي (الناقل):** و هي شبكات حواسيب يكون شكلها كحركة سير الباص تستخدم لربط مجموعة من الحواسب مع بعضها البعض بواسطة خط رئيسي ويستخدم في توصيل الحواسيب إما سلك مبروم أو سلك محوري أو سلك الألياف الضوئية ومن مزايا هذا النوع من الشبكة أنها محدودة التكاليف وإذا ما حصل

[1] لمين علوطي، مرجع سبق ذكره، ص202

[2] مزهر شعبان العاني، شوقي ناجي جواد، "**العملية الإدارية وتكنولوجيا المعلومات**"، الطبعة الأولى، ثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص199.

خلل أو تعطل أي جهاز من الأجهزة المشاركة فلن يؤثر ذلك على الشبكة ومن السهل إدارتها إضافة إلى إمكانية إضافة إليها مشاركين جدد أو الانسحاب منها من دون تأثير يذكر على أداء الشبكة .[1]

ت- **شبكة ذات النمط الحلقي:** وفيها يتم ربط جميع الحاسبات بواسطة ناقل في شكل حلقي أو دائرة، تتكون من وصل كل حاسوب بالحاسوب المجاور له، ووصل الحاسوب الأخير بالأول ويتم نقل المعلومة وفق هذه الشبكة على مدار الحلقة في اتجاه واحد، من مميزات هذه الشبكة أن تعطيل إحدى الحواسيب يؤدي إلى توقف عمل الشبكة.[2]

ث- **الشبكة الهرمية:** تأخذ شكل شبكة شجرية أحيانا، تستخدم لربط مجموعة من الحواسيب مع بعضها البعض على شكل شجري أو هرمي ويتم ربط جميع الحواسيب الطرفية مع الحواسيب المركزي ومن ميزاته أن كل الإتصالات تمر عبر الحاسوب المركزي، وكل البيانات موجودة فيه، كما ه إذا حصل خلل به فإنه يعطل عمل الشبكة أما إذا حصل خلل في أي حاسوب طرفي فلن يؤثر ذلك على بقية الشبكة.[3]

2-**تصنيف الشبكات حسب المجال الجغرافي:** يمكن تصنيف الشبكات حسب هذا المجال إلى:

أ- **الشبكة المحلية LAN:** وهي التي تربط عدد من أجهزة في مكتب واحد أو عدد من مكاتب في مبنى واحد، إلا أن هذا النوع من الشبكات يغطي مسافات محددة تكون عادية بناية واحدة، أو بضعة بنايات في منطقة جغرافية واحدة، تتراوح سرعة تحويل

---

[1] عامر إبراهيم قنديلجي، علاء الدين الجباني، "**نظام المعلومات وتكنولوجيا المعلومات الإدارية**"، الطبعة الثالثة، دار المسيرة، عمان، 2008 ص398.

[2] علاء السالمي، حسين السالمي، "**شبكات الإدارة الإلكترونية**"، الطبعة الأولى، دار وائل عمان، 2005، ص31

[3] عامر إبراهيم قنديلجي، مرجع سبق ذكره، 399.

البيانات من 10 ميغابيت إلى 100 ميغابيت حسب نوعية الموصلات والتكنولوجيا المستعملة في التشابك.[1]

ب- **شبكة الخادم المستفيد (المزود الزبون):** تتكون هذه الشبكة من مجموعة من أجهزة الحاسوب يطلق على أحدها إسم خادم الشبكة، بينما يطلق على البقية محطات العميل أو المستفيد. نلاحظ أن الحاسب في هذا النوع من الشبكات يؤدي أحد دورين إما خادم أو مستفيد فالخادم هو الذي يخزن ويعالج البيانات المشاركة ويتولى إدارة نشاطات الشبكة وهو ليس مرتبا للمستخدم، أما المستفيد فإنه يتفاعل مباشرة في حصة من التطبيقات وغالبا ما تكون في إدخال البيانات أو استردادها، تتمتع شبكة الخادم المستفيد بالمزايا التالية:

- السيطرة المركزية على أمن الشبكة و مصادرها مما يسهل إدارتها.
- وجود معدات وأجهزة بإمكانيات مميزة تؤدي الكفاءة في الوصول إلى المصادر.
- وجود كلمة مرور واحدة للدخول إلى الشبكة .[2]

ج-**الشبكة التناظرية:** تتمثل الشبكة التناظرية في البيئة التي يمكن لجميع الحواسيب فيها أن تلعب دور الخادم والمستفيد في أن واحد، حيث يوفر كل منهم الخدمة للآخرين، كما يطلب الخدمة من الآخرين في وقت آخر عندما يحتاجها والشبكة التناظرية مفيدة في البحوث والتصميم والتعاون التنافسي في العمل ومن مزايا هذه الشبكة سهولة إنشائها وعدم الحاجة إلى تعيين مدير لها كما أنها تساهم في تقليل التكلفة تعمل في بيئة ذات عدد محدود من الأجهزة أما عيوبها فمنها عدم وجود سيطرة مركزية كما أنها لا تؤدي دورا جيدا عندما يكون عدد حواسب الشبكة كبيرا إضافة إلى أنه قد يحتاج المستخدم لكثير من كلمات مرور إذ نجد أن لكل مصدر كلمة خاصة به.[3]

---

[1] سعد عالب ياسين، مرجع سبق ذكره، ص14.

[2] فريد النجار جمعة، "**نظم المعلومات الإدارية**"، دار حامد للنشر، الأردن، 2005، ص247-248.

[3] نفس المرجع السابق،ص250

ح- **الشبكات الإقليمية (MAN):** هذا النوع من الشبكات ينشأ من ربط عدة شبكات المحلية مع بعضها، لتغطية مدينة كبيرة وغالبا ما تمتد إلى مسافة 50 كيلومتر، حيث بإمكان مجموعة من الشبكات المحلية لنفس المنظمة أو لمنظمات مختلفة يمكن أن تكون شبكة إقليمية إذا ما ربطت مع بعضها. [1]

خ-**الشبكات الواسعة (WAN):** وهي شبكات تغطي بقعة جغرافية واسعة وقد تسمى الشبكات البعيدة، تستخدم هذه الشبكات أيضا لتغطية المدينة واسعة الأرجاء أو المدينة وضواحيها وقد أصبحت مثل هذه الشبكات ضرورة لأداء النشاطات والفعالية الخاصة بالأعمال اليومية الإعتيادية وتستخدم من قبل المصارف المؤسسات الصناعية الكبيرة، شركات النقل، المؤسسات التي تنقل وتسلم المعلومات عبر العالم .[2]

[1] مزهر شعبان العاني، "**نظم المعلومات الإدارية**"، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، 2009، ص20.

[2] علاء السالمي، مرجع سبق ذكره، ص31.

المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات والإتصال

يعد مفهوم تكنولوجيا المعلومات والإتصال مفهوما متداخلا بعض الشيء نظرا للتطور الذي شهدته هذه التكنولوجيا والتي معظمها كانت موجودة منذ الثلاثينية الماضية أو أكثر وما يمكن اعتباره جديدا هو العمل الشبكي خاصة الإنترنت.

المطلب الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والإتصال

أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مرتبطة بتطور المجتمعات في عصرنا الحاضر، فهي تعتبر الوسيلة الأكثر أهمية لنقل المجتمعات النامية إلى مجتمعات أكثر تطورا، حيث تساهم بطريقة مباشرة في بناء مجتمع جديد ينطوي على أساليب وتقنيات جديدة للاقتصاد الرقمي الذي يعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

1-مفهوم تكنولوجيا المعلومات والإتصال:

تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أحدث مفرزات التطور العلمي ويرجع ذلك لإلغاء حواجز الوقت والمسافات.

فلقد وصفها (هاربرسيمون) الحائز على جائزة نوبل للإقتصاد سنة 1978 أنها تساعد على جعل كل معلومة مسموعة أو مرئية أو مفرودة في الكتب أو المذكرات تخزن في مذكرات الكترونية.[1]

أما منظمة الأمم المتحدة (**ONU**) ومنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (**OCDE**) فتعرفانها على أنها "مجموعة التكنولوجيات التي تسمح بجمع، تخزين، معالجة، نقل المعلومات في شكل أصوات بيانات وصور فهي تشمل الإلكترونيك الدقيق، علم البعيدات الالكترونية، والتكنولوجيات الملحقة.[2]

[1] كريم عياد، مفهوم الإنترنت http://www.kutub.info/downloads/6533.doc(15/04/2023)

[2] فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص1.

أما Jane Laudon و Kenneth Laudon فيعرفان تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ظل التغيرات الجديدة والعالم الرقمي على أنها أداة من أدوات التسيير المستخدمة و التي تتكون من خمسة مكونات و هي:[1]

العتاد المعلوماتي، البرمجيات، تكنولوجيات التخزين، وتتمثل في الحوامل الفيزيائية لتخزين المعطيات وبراميات التنظيم المعطيات، تكنولوجيات الاتصال وهي معدات ووسائط فيزيائية وبرمجيات تربط مختلف اللواحق لنقل المعمليات من مكان آخر، الشبكات.

ومن خلال ما جاء من تعاريف يمكن أن تحاول الجمع بينها وتعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال وصفها بأنها تحمل الأدوات المادية والمعرفية المستخدمة في الجمع بين الكلمة المكتوبة والمنطوقة والصورة الساكنة والمتحركة وبين الاتصالات السلكية واللاسلكية، أرضية كانت أو فضائية تم تخزين المعطيات وتحليل مضامينها وإتاحتها بالشكل المرغوب في الوقت المناسب للمستخدم النهائي حتى ينسى له اتحاد القرار بكفاءة بسرعة وبدقة.

2-**خصائص تكنولوجيا المعلومات والإتصال:** مختلف المجالات منها: لتكنولوجيا المعلومات والاتصال مجموعة من الخصائص تجعلها تتمتع بقدرات عالية وتأثيرات متزايدة في مختلف المجالات منها:

أ- **التفاعلية:** أي إن المستعمل لهذه التكنولوجيات يمكن أن يكون مستقبل ومرسل في نفس الوقت فالمشاركين في عملية الاتصال يستطيعون تبادل الأدوار.

ب-**اللاتزامنية:** تعني إمكانية استقبال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدم، فالمشاركين غير مطالبين باستخدام النظام في الوقت نفسه، ففي البريد الالكتروني، تحد الرسالة

[1] بشير كاوجة "**دور تكنولوجيا المعلومات والإتصال في تحسين الإتصال الداخلي في المؤسسات الإستشفائية العمومية الجزائرية**"، مذكرة لإستكمال نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص نظم المعلومات ومراقبة التسيير، جامعة ورقلة، 2013/2012، ص25.

ترسل مباشرة من المرسل إلى المستقبل دون الحاجة لتواجد هذا الأخير أثناء العملية، وقد يسترجعها فيما بعد.

ت-**اللامركزية:** هي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصال فالأنترنت مثلا لا يمكن لأي جهة أن تعطله على مستوى العالم، أي أنه يتمتع باستمرارية عمله، وليس هناك كمبيوتر واحد يتحكم فيها، ويمكن أن تتعطل عقدة واحدة أو أكثر دون تعريض الانترنت تحملها للخطر، ودون أن تتوقف الاتصالات عبرها.

ث- **قابلية التوصيل:** أي الربط بين الأجهزة الاتصالية المختلفة، بغض النظر عن البلد أو الشركة التي تم فيها الصنع. كما أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تتميز بخاصية قابلية التحرك أو الحركية حيث يمكن لمستخدميها الاستفادة منها أثناء تنقله في أي مكان عن طريق وسائل اتصال كثيرة: كالحاسب الآلي النقال الانترنت اللاسلكية...

ج- **قابلية التحويل:** أي إمكانية نقل المعلومة من وسيط إلى آخر، كتحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مقروءة أو ما يسمى بالمقروء الالكتروني.

ح-**اللاجماهرية:** إمكانية التحكم فيها حيث تصل مباشرة من المنتج إلى المستهلك أي بإمكانها توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد، أو إلى جماعة معينة كما أنها تسمح بالجمع بين أنواع مختلفة للاتصالات سواء كان ذلك من شخص إلى آخر، أومن مجموعة إلى أخرى.

خ-**الشيوع والانتشار:** هو قابلية هذه الشبكة التوسع لتشمل أكثر فأكثر مساحات غير محدودة من العالم بحيث تكتسب قوتها من هذا الانتشار المنهجي لنظامها المزن كما إنما تتميز بالعالمية والكونية أي المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيات حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة تنتشر عبر مختلف مناطق العالم وهي تسمح لرأس المال أن يتدفق إلكترونيا.[1]

[1] زلماط مريم، "**دور تكنولوجيا المعلومات في إدارة المعرفة داخل المؤسسة الجزائرية**"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير بمدرسة الدكتوراه، تخصص تسيير الموارد البشرية، جامعة تلمسان، 2010/2009، ص17.

3-**متطلبات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال** تتكون البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والإتصال من سبعة مكونات رئيسية وهي:

- **أجهزة الحواسيب Computer:** تشمل جميع أنواع النواب الصغيرة والكبيرة، الثابتة منها والتقلية وتشمل جميع
- **أنظمة التشغيل Operating Systems:** وتشمل جميع أنظمة التشغيل المستخدمة كالوينداوز ولينكس وغيرها.
- **تطبيقات برامج المؤسسة Enterprise Software Application:** وتشمل جميع البرامج التطبيقية المستخدمة في المؤسسة كتطبيقات أوراكل القواعد البيانات وتطبيقات مايكروسوفت وغيرها.
- **التخزين وإدارة البيانات Data Management and Storage** وتشمل جميع البرامج المستخدمة في إدارة قواعد بيانات المؤسسة مثل شبكات التخزين وغيرها.
- **الاتصالات والشبكات Telecommunication and Network** وتشمل كل الأمور المتعلقة بالشبكات الاتصالات من حيث الأجهزة المادية والبرمجيات.
- **الإنترنت والإنترانت Internet and Intranet** ويشمل كل المعدات المادية والبرمجية والإدارية لدعم مواقع الويب وخدمات الويب للإنترنت والإنترانت.
- **الاستشارات وتكامل النظام Consulting and system Integration** ويشمل كل الاستشارات المتعلقة بالتغيير والتطوير في العمليات والإجراءات والتدريب والتعليم وتكامل البرمجيات[1]

4-**فوائد تكنولوجيا المعلومات والإتصال:**

من بين ما تقدمه تكنولوجيا المعلومات والاتصال للمؤسسة ما يلي:

- تطوير أدوات الإدارة العليا عن طريق تنظيم كفاءات المستخدمين.

[1] مزهر شعبان العاني، مرجع سبق ذكره، ص75.

- تحسين التوظيف الداخلي للمؤسسة حين الإنتاجية والكفاءة وتطوير الخدمات والمنتجات.
- سرعة الإستجابة لمتطلبات الزبون.
- الإبتكار والتحديد بدون الإنقطاع للبقاء في الخدمة والمحافظة على الحصة السوقية.
- إتساع شبكة التوزيع و حلق عروض ملاكمة المتطلبات الزبون.
- ركيزة الإبداع والتنمية وحلق منتجات جديدة، خدمات جديدة، أسواق جديدة.. الخ
- المساهمة في تحسين جودة خدمات المقدمة الزبائن.
- بناء علاقة وطيدة بين المؤسسة وزبائنها وكسب ثقتهم
- انتشار وتوسع التجارة الالكترونية.
- التخفيض التكاليف خاصة بما يتعلق بالترويج وبالتالي تعظيم الأرباح.

المطلب الثاني: تكنولوجيا الشبكات العامة (الأنترنت)

لقد أصبح إهتمام المؤسسات ينصب أكثر فأكثر على إيجاد الطرق الأكثر فعالية للإتصال بالمستهلكين وتلبية حاجاتهم ورغباهم وهو ما حصل بفعل عامل التقدم التكنولوجي، مما أدى إلى ظهور ما يسمى بمراكز الاتصال الإفتراضية والمتمثلة في الإنترنت.

1- تعريف الانترنت Internet

الانترنت هي أكبر شبكة حواسيب موسعة إذ تغطي جميع أنحاء العالم وتصل بين حواسيب شخصية وشبكات محلية وكذا شبكات موسعة، ويتمكن لأي شخص أن يصبح عضوا في هذه الشبكة من منزله أو مكتبه ويستطيع حينها الوصول إلى قدر هائل من المعلومات عن أي موضوع، حيث أن الحكومات والمجتمعات والمنظمات والشركات تنشر المعلومات عبر الانترنت.

وكلمة إنترنت هي إختصار الكلمة الإنجليزية International Network ومعناها شبكة المعلومات العالمية، التي يتم فيها ربط مجموعة شبكات مع بعضها البعض في

العديد من الدول عن طريق الهاتف أو الأقمار الصناعية، حيث يكون لها القدرة على تبادل المعلومات بينها من خلال أجهزة كمبيوتر مركزية تسمى أجهزة الخادم server التي تستطيع تخزين المعلومات الأساسية فيها والتحكم بالشبكة بصورة عامة، كما تسمى أجهزة الكمبيوتر التي يستخدمها الفرد بإسم أجهزة المستفيدين users.[1]

2-**خدمات الانترنت:** توفر الإنترنت العديد من الخدمات تذكر منها:[2]

أ- **خدمة البريد الالكتروني:** يعد البريد الإلكتروني من أول الخدمات التي تم تطويرها على الانترنت وبالرغم أن الهدف الأصلي لوجود شبكة تربط المواقع البعيدة عن بعضها البعض والبريد الالكتروني يعد من الاستخدامات الشائعة والتي توفر إمكانية الاتصال بالملايين من البشر حول العالم، كما تسمح هذه الخدمة بإرسال واستقبال رسائل الإلكترونية من وإلى جميع المشتركين في الشبكة عبر العالم.

ب- **خدمة الشبكة العنكبوتية العالمية للمعلومات Word Wide Web (WWW)** تسمى أيضا بالنسيج العالمي الواسع، ويطلق عليها خدمة الويب، فهي من أكثر الخدمات استخداما في الإنترنت و يمكن من خلالها الإبحار في مختلف المواقع على شبكة الإنترنت وتصفح ما بها من صفحات عن طريق وسائط متعددة قد تكون مكتوبة أو مرسومة أو بالصوت أو بالصورة كما تعد هذه الخدمة وسيلة من وسائل الترويج و الدعاية والإعلان على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي.

ت-**خدمة بروتوكول نقل الملفات FTP:** وهو بروتوكول يستعمل لنقل الملفات غير شبكة الإنترنت كتحميل بعض الملفات من جهاز خادم بعيد، ويستعمل مسيرو المواقع الإلكترونية المعروفة بالواب ماستر **webmasters** هذا البروتوكول الإرسال التحديثات اللازمة إلى الأجهزة الخادمة التي يشرفون على تسييرها .

[1] خالد ممدوح إبراهيم، " **الإدارة الالكترونية**"، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2010، ص84.

[2] نفس المرجع، ص85

ث- **خدمة منتديات النقاش forums de discussion:** تسمح هذه الخدمة للمشتركين فيها بالتعبير عن آرائهم حول موضوع معين يطرح للنقاش، ويستخدم البريد الإلكتروني للإدلاء بالآراء، وغالبا ما تخضع هذه المجموعات إلى إدارة شخص واحد يعمل على إدارة المناقشات وتوجيهها واستبعاد ما لا يناسب منها، وتستعمل بعض المؤسسات هذه النوادي لطرح النقاشات خاصة بمنتجاتها لمعرفة ردود فعل المستهلكين وآرائهم الشخصية.

ج-**خدمة الدردشة (الإتصال المباشر):** تتيح لنا هذه الخدمة إمكانية إجراء الحوار المباشر بين أي عدد من الأشخاص حول العالم، ويكون ذلك إما بالكتابة أو الصوت أو بالصورة والصوت معا.

ح-**خدمة المجموعات الإخبارية News groups:** تعرف المجموعات الإخبارية بأنها وسيلة للنقاش مع الأشخاص ذوي الاهتمامات المشتركة، ويتم ذلك من خلال وضع موضوع محدد للنقاش من قبل مدير المجموعة ليقوم الأشخاص المهتمين بهذا الموضوع بتدعيمه بآراء ووجهات نظر مختلفة.

3- تقنيات الإتصال بالانترنت:

هنالك العديد من الوسائل والتقنيات للإتصال بالإنترنت حيث تنقسم إلى عدة طرف منها الإتصال بالهاتف العادي أو عن طريق الخط الرقمي RNIS أو من خلال تقنية الخط المشترك الرقمي DSL وكذا الاتصال عن طريق الأقمار الصناعية Satellite أو عن طريق الخط DSL المستأجر، إضافة إلى طرق أخرى حديثة ظهرت مؤخرا كالواي فاي والواي ماكس.[1]

أ- الإتصال عبر الهاتف:

- ✓ **طريقة الهاتف الثابتة للإستخدام البسيط Dial up:**

[1] براهيم بختي،ت "**دور الانترنت وتطبيقاته في المجال التسويقي (دراسة حالة الجزائر)**"، أطروحة دكتوراه دولة، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2002-2003، ص34-35.

إن استخدام وصلة الإنترنت عادية من خلال خط الهاتف الثابت بطريقة Dial up توفر الدخول إلى البريد الإلكتروني، وتصفح المواقع الالكترونية باستخدام الأنترنت من حين لآخر، تمكن هذه التقنية من الإتصال مبدئيا بسرعة الإتصال لغاية 56 كيلوبايت في الثانية ولإستخدام هذه الوصلة يجب توفر خط هاتف ثابت ومودم، ليقوم هذا الأخير بالتحويل من إرسال رقمي إلى إرسال تماثلي عبر خط الهاتف وفي الجهة الأخرى لدى مزود الخدمة تحدث العملية العكسية، حيث يتم تحويل الرسالة من تماثلية إلى رقمية وهذا الإتصال يتميز بكونه إتصالا مؤقتا، ومن سلبيات إستخدام هذه الطريقة هو بطئ السرعة بالإضافة إلى قطع الإتصال بالانترنت إذا أراد الشخص إجراء مكالمة هاتفية أو العكس أي أنه من المستحيل إستخدام الهاتف للإتصال والإتصال بالانترنت في آن واحد.

✓ **طريقة الخط الرقمي[1] *RNIS:**

بالرغم من التوصل الطريقة RNIS خلال فترة الثمانيات، إلا أن انتشارها على نطاق واسع لم يتم إلا في فترة قريبة، كما انخفضت تكلفة استخدامها بدرجة ملحوظة وبالتالي شهدت الخدمة إنتشارا معقولا في فترة قصيرة وخدمة RNIS تعد خدمة الشبكة الرقمية المتكاملة، فهي تكنولوجيا متطورة تضيف الأصوات والفيديو وغيرها من التطبيقات إلى خط الهاتف العادي، وكذلك على خط هاتف واحد وهو يعني أن خط RNIS واحد يكون بديل عن شراء عدة خطوط هاتفية عادية، ومن إيجابيات هذه الطريقة هي إمكانية إستخدام الهاتف للإتصال والإتصال بالإنترنت في أن واحد، بالإضافة إلى وجود فارق في السرعة.

✓ **الاتصال عن طريق خط المشترك الرقمي:**

ظهرت هذه الطريقة في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1998، بعدها بدأت في الانتشار عالميا وهذه الخدمة عبارة عن تقنية تستخدمها شركة الاتصالات لتقديمها

RNIS* : Réseau Numérique a Intégration de services

للمشتركين لديها وهي تعرف باسم خط المشترك الرقمي Digital Subscriber line أو ما يعرف اختصارا باسم DSL حيث يعتبر الكثيرين هذه الطريقة هي الحل الأمثل لمشاكل الاتصال بالانترنت بتكلفة معقولة، سرعات كبيرة خاصة لو كان هذا التوصيل سيتم الشبكة داخلية ومن الاختلافات الجوهرية في هذه الطريقة عن الطريقة التقليدية هو أنك ستكون متصلا بالانترنت مجرد تشغيل الكمبيوتر لديك دون الحاجة إلى الاتصال برقم مزود الخدمة وستتمكن من إجراء مكالمات تلفونية عادية في نفس الوقت، ومن أهم المميزات أن سرعة نقل البيانات تتجاوز بعشرات الأضعاف الطرق التقليدية المستخدمة حالها، ومع هذه المميزات هناك بعض السلبيات مثل ضرورة وجود المستخدم قريبا من مكان مرود بالخدمة لأن سرعة البيانات تأثر كثيرا بالمسافة الجغرافية فكلما بعد المستخدم عن مقدم الخدمة قلت سرعة نقل البيانات بشكل ملحوظ، وهناك العديد من نوعيات الخطوط الرقمية DSL أكثرها شيوعا طريقة المشترك الرقمي غير المتناسق ويرمز له اختصارا ADSL وهي الطريقة الأكثر استخداما في المنازل أو المكاتب الصغيرة وتعتمد فكرة العمل هذه الخطوط على نظرية بسيطة للغاية وهي أن خطوط الهاتف العادية لديها القدرة على نقل كميات واسعة من الترددات، ما يقوم به DSL هو استغلال باقي النطاق الترددي غير المستخدم ويقوم بتوظيفها لنقل البيانات ضمن ترددات معينة دون التأثير على المكالمات الهاتفية.

ب- **الإتصال عن طريق الأقمار الصناعية:** بالرغم من أن معظم الحديث حول الطرق الحديدة في الاتصال بالإنترنت بتمركز حول طريقة DSL إلا أن هناك طريقة ثالثة أيضا وهي الإتصال بالانترنت عبر الأقمار الصناعية، وتعتبر هذه الطريقة الحل الوحيد في الكثير من الأماكن الجغرافية المعزولة أو التي يصعب الوصول إليها بأي طريقة تقليدية والتي لا يمكن الوصول إليها حتى باستخدام التقنية ADSL وقد يعتقد البعض أن الأقمار الصناعية لا تستخدم سوى في إرسال الإشارات التلفزيونية فقط إلا أن العديد منها يستخدم في الإتصالات العسكرية والتجارية أيضا وقد حاولت شركة

(Intelsat) الأوروبية صاحبة العديد من الأقمار الصناعية التجارية المعروفة باسم **(Hotbird)** استثمار إمكانات هذه الأقمار في الإنترنت وأسمت المشروع" **couverageence2** وفيه تقوم الفكرة الأساسية على إستخدام قنوات البث الرقمي للفيديو في نقل المعلومات بواسطة TCP/IP وهي طريقة نقل البيانات في الإنترنت .

ت- **الاتصال عن طريق الخط المخصص المستأجر *LS :**

الخط المخصص المستأجر LSهو الخط الذي يتبع الإتصال المستمر بالإنترنت دون القطاع، وتتميز الخطوط المستأجرة بـ:

- خط خاص ومباشر يربط بين موقع المشترك ومزود الخدمة.
- اتصال سريع وثابت.
- متوفر على مدار الساعة بسرعة تصل إلى عدة ميغابايتات في الثانية وهو مخصص للإتصال الرقمي.
- سهولة الإتصالات الداخلية عبر البريد الالكتروني.
- يسمح بعقد مؤتمرات مرئية وتطبيقات صوتية بجودة ممتازة.

يوفر هذا النوع من الإتصال الربط الدائم المتكامل مع الشبكة بشكل مستمر على مدار أربعة وعشرين ساعة يوميا فيصبح الكمبيوتر الخاص بالمؤسسة جزء من شبكة الإنترنت لذلك غالبا ما تستخدم هذا النوع من الاتصال بشبكة الإنترنت المؤسسات الكبرى والجامعات والمؤسسات الحكومية.

ث-**الإتصال عن طريق Wifi** استخدمت هذه التقنية بشكل واسع بغرض تقديم خدمة الإنترنت في الجامعات والمراكز التجارية والمطارات والأماكن العامة وحتى بداخل القطارات مؤخرا، فلا يجب على المستخدم إلا أن يكون في منطقة التغطية التي يوفرها مزود خدمة الانترنت بالإعتماد على ما يسمى بالنقاط الساخنة.

LS* : Ligne specialisee

ج-الإتصال عبر تكنولوجيا الاتصال اللاسلكي واي ماكس *WIMAX:

الواي ماكس Wimax وتشبه فكرة عملها فكرة عمل WIFI ولكن تقنية واي ماكس تعمل على مسافات أكبر وبسرعات أعلى وتوفر خدمة الانترنت لعدد كبير من المستخدمين. هذا بالإضافة إلى أن الواي ماكس سوف تصل لكل الناس حتى لو لم تكن لديهم خدمات الهاتف أو خدمة الاتصال بالإنترنت بواسطة الكوابل.

- **الفرق بين تقنية واي ماكس وتقنية الواي فاي:**

- تعمل تقنية الواي ماكس سرعة أكبر بكثير، و تعطي مساحات ومساقات اكبر وأطول وتسمح لعدد أكبر من المستخدمين باستعمالها وبهذا ستنعدم مشكلة توصيل الخدمات في المناطق الريفية أو النائية.
- إن أسرع خدمة واي فاي يمكنها نقل البيانات بسرعة تصل إلى 54 ميجابايت في الثانية بينما تقنية الواي ماكس يمكنها نقل بالشبكات الداخلية الإنترانت وشبكات خاصة بالزبائن وموردي وشركاه المؤسسة والتي تسمى بالشبكات الخارجية البيانات بسرعة 70 ميجابايت في الثانية. وفي حال كان عدد المستخدمين كبيرا فإن تلك التقنية سيكون بمقدورها توفير الخدمة العشرات المحلات التجارية ومئات المنازل.
- المساحة التي تغطيها الواي فاي يصل قطرها إلى 60 مترا بينما يبلغ قطر المساحة التي تغطيها تقنية الواي ماكس 100 كيلومتر.
- تعمل تقنية الواي ماكس بترددات تتراوح ما بين 2 - 11 جيجا هرتز بينما تعمل تقنية الواي فاي بترددات 5 جيجا هرتز.

المطلب الثالث: تكنولوجيا الشبكات الخاصة (الإنترانت والإكسترانت)

WIMAX* : worldwide Interoperability forMicrowave Access .

تستخدم الإنترنت في تأدية عمل المؤسسة، كما تسمح بإنشاء شبكات خاصة للإستعمال الحصري من قبل المؤسسة تدعى بالشبكات الداخلية (الانترنت) وشبكات خاصة بالزبائن وموردي وشركاء المؤسسة والتي تسمى بالشبكات الخارجية (الإكسترانت).

❖ **أولا: الإنترانت**

1-**تعريف الإنترانت:** إن الكثير من الشركات الصغيرة استفادت وتمتعت بقائد العمل عبر الشبكات المحلية intranet لأنهم وجدوا فيها الطريقة الجيدة للتنسيق والتعاون فيما بينهم أثناء العمل وعلى مدار الساعة. وتعرف الإنترانت ببساطة على أنها مجموعة من أنظمة توزيع المعلومات، تقوم بتطبيق تكنولوجيا الأنترنت والمعايير الخاصة بها عبر شبكة محلية داخلية للشركة، إذن الإنترانت هي نسخة مصغرة من الأنترنت تعمل داخل المؤسسة وهي ملك لها ولا يمكن لي شخص الوصول إليه إلا إذا سمح له وذلك حسب الصلاحية الممنوحة له.[1]

2-**فوائد الإنترانت:** لهذه الشبكة عدة فوائد تذكر منها:

- مشاركة مصادر الشبكة من طابعات وأجهزة الفاكس والملفات والمجلدات بين كل المستخدمين في الشبكة.
- كفاءة الإتصال والتنسيق بين مختلف أقسام الشركة وفروعها، مما يسهل عملية الإدارة والتحكم بكل النشاطات والعمليات داخل الشركة وخارجها.
- الوصول على المعلومة المطلوبة بشكل سريع وفعال.
- إجراء عمليات التدريب ونشر المعرفة والوعي والإرشادات المتعلقة بالعمل في الشركة.
- هي وسيلة اتصال بين الموظفين في مختلف الأقسام بأقل التكاليف.
- المساعدة في عملية المراقبة للأجهزة والموظفين.[2]

3-**خدمات الإنترانت:**

[1] خضر مصباح الطيطي، "**إدارة تكنولوجيا المعلومات**"، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص45.
[2] خضر مصباح الطيطي، مرجع سابق، ص47-ص48.

ومن بينها خدمة البريد الإلكتروني خدمة الدراسة عبر الويب خدمة البريد الفوري، خدمة البحث عن المعلومات خدمة منتديات الحوار على الويب خدمة البحث عن المعلومات خدمة الهاتفية عبر الإنترنت على مستوى المؤسسة، خدمة قوائم النشر.[1]

❖ **ثانيا: الإكسترانت**

تستخدم المؤسسات المتطورة إضافة إلى الإنترانت ما يعرف بالإكسترانت

1-**تعريف الإكسترانت:** تعرف شبكة الإكسترانت على أنها "نتاج تزاوج الأنترنت والإنترانت فهي شبكة إنترنت مفتوحة على المحيط الخارجي بالنسبة للمؤسسة المتعاونة معها والتي لها علاقة بطبيعة نشاطها بحيث تسمح لشركاء أعمال المؤسسة المرور عبر جدران نارية التي تمنع ولوج الدخلاء والوصول لبيانات المؤسسة، وقد يكون هؤلاء الشركاء موردين، موزعين، شركاء، عملاء، أو مراكز بحث تجمع بينهما شراكة عمل في مشروع واحد".[2]

إذن فالإكسترانت ما هي إلا استخدام تقنية الانترنت لربط أكثر من شبكة إنترانت معا وذلك عندما يكون للمشركة أكثر من فرع في أكثر من مكان. [3]

2-**شبكات الإكسترانت:** وتصنف إلى ثلاث أنواع رئيسية[4]

أ- **شبكة إكسترانت التزويد أو التكميل:** تربط هذه الشبكات المخازن والمستودعات الخاصة بالبضائع فيها تقوم بالتوفيق بين المخازن الفرعية والمستودعات الرئيسية للتحكم في مستوى المخزن بنظام، لتفادي مشكلات العجز والمحافظة على كميات ثابتة من المحزون.

---

[1] بشير عباس العلاق، سعد غالب ياسين، " **الأعمال الإلكترونية**"، دار المناهج، عمان، 2006، ص59-60

[2] مراد رايس، "**أثر تكنولوجية المعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة**"، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال، جامعة الجزائر، بالجزائر 2006/2005، ص47.

[3] خضر مصباح الطيطي، نفس المرجع، ص57.

[4] علاء السالمي، حسين السالمي، مرجع سبق ذكره، ص41.

ب- **شبكة إكسترانت التوزيع:** يعتبر هذا النوع من الإكسترانت أكثر أنواع تواجد فهو يقدم خدمة الطلب الإلكتروني للعملاء من حجز واشتراكات وغيرها من خدمات، في ظل خدمات النشر الفوري للتعديلات والتغيرات التي قد تحدث على هذه الخدمات من تغير أسعار ومواصفات.

ت- **شبكات إكسترانت التنافسية:** هذا النوع من الشبكات يمسح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكبيرة الحجم فرصا متكافئة في جمال البيع والشراء عن طريق ربط الشركات الصغيرة والكبيرة لكي تنتقل الأسعار والمواصفات التقنية بينهما مما يرفع من مستوى الخدمة في ذلك القطاع ويعزز جودة المنتجات ويقضي على الاحتكار.

3-**خدمات الإكسترانت:**

لقد حققت عديد المؤسسات فوائد جراء تطبيق شبكة الإكسترانت، وتذكر في ما يلي بعض الخدمات التي يمكن أن تمنحها هاته الأخيرة:

أ- **تسهيل عمليات الشراء في المؤسسات:** يمكن للمؤسسة أن تقوم بإرسال طلب شراء عبر الإكسترانت وتلغي الحاجة إلى المراسلات بكل أنواعها.

ب- **متابعة الفواتير:** تسهل هذه الخدمة عملية توقيع الفواتير من مديري الفروع المنتشرين في مناطق مختلفة كما تسمح لهم بمتابعة إجراء الصرف أو القبض ووضع العلامات التي تشير إلى كل عملية تجري على الفاتورة أثناء تناقلها بين الفروع والأقسام.

ت- **خدمة التوظيف:** تستخدم الإكسترانت لربط مصادر الموارد البشرية المؤهلة مع سوق العمل المتخصصة بغرض تقديم خدمة متعددة المنافع لكلا الطرفين، إذ تحد الموارد البشرية لمؤهلة فرصة العمل المناسبة في الوقت المناسب، كما يمكن السوق العمل تأمين إحتياجاته عن طريق الشبكة نفسها.

ث- **تواصل شبكات توزيع السلع:** تسمح شبكة إكسترانت بربط الموزعين المحليين بالمزود الرئيسي وذلك لتسريع عمليات الطلب، والشحن وتسوية الحسابات[1]

وانطلاقا مما سبق يمكن وضع مقارنة بين الأنترنت، الإنترانت والإكسترانت كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم 2 مقارنة بين الأنترنت الإنترانت والإكسترانت

نوع الشبكة	المستخدمين	الوصول	نوع المعلومات
الأنترنت	أي شخص عن طريق الهاتف أو شبكة العمل.	عدد غير محدود من العامة بدون قيود.	عامة، شعبية، تسويقية.
الإنترانت	العاملون المرخص لهم فقط.	خاص ومقيد ومحصور على العاملين.	خاصة بالمؤسسة وبما يرتبط بها.
الإكسترانت	مجموعات خاصة من شركاء العمل.	خاص ومحصور على شركاء العمل الرخص لهم.	مشتركة بين مجموعات الشركاء

المصدر: خالد ممدوح إبراهيم، الإدارة الالكترونية"، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2010، ص96

[1] مراد رايس، مرجع سبق ذكره، ص50.

خلاصة الفصل:

يعد تطور تكنولوجيا المعلومات والإتصال من أبرز مظاهر أواخر القرن الماضي وبدايات القرن الحالي، ويرى العلماء المختصون في هذا المجال أن التطور الحاصل في تكنولوجيا المعلومات والإتصال يعد أهم الإنجازات المحققة حيث استطاع الإنسان أن يلغي المسافات ويختصر الزمن ويجعل العالم أشبه بشاشة إلكترونية صغيرة.

كما غزت تكنولوجيا المعلومات والإتصال كل نواحي الحياة اليومية لعديد البلدان، وتأثر أصحاب المال والأعمال بهذه الموجة الجديدة في مختلف المستويات والقطاعات بما فيها الخدمات وعلى وجه الخصوص المصرفية منها بما يشمل الجودة وهذا ما سنتطرق إليه في الفصل الموالي.

الفصل الثاني:
جودة الخدمات المصرفية وعلاقتها مع تكنولوجيا المعلومات والإتصال

تمهيد:

لقد ازدادت أهمية جودة الخدمة المقدمة للعملاء كأساس لتحقيق التميز في مواجهة المنافسين في البنوك والمؤسسات المالية، وأصبحت الخدمة المميزة هي الأساس في المفاضلة بين بنك وآخر حيث تتشابه عروض جميع البنوك تقريبا في كافة الخدمات المصرفية التي تقدمها للعملاء، وبالتالي أصبح مستوى جودة أداء الخدمات المصرفية أحد الأسلحة التنافسية القوية في تامين الاستمرار والنمو لمؤسسات الخدمات عموم والبنوك على وجه الخصوص وهناك العديد من المبررات التي تدعو إلى الاهتمام بتقديم خدمة مميزة للعملاء في أي بنك منها، تحقيق ميزة تنافسية أما أن التكاليف تنخفض بسبب قلة الأخطاء. ومن ناحية أخرى فإن الخدمة المتميزة تتيح الفرصة لتقاضي أسعار وعمولات أعلى وتمكن البنك من الاحتفاظ بالعملاء وغير ذلك من المزايا.

وللإلمام بهذا الموضوع قسم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث حيث يتم التطرق في المبحث الأول إلى تعريف الخدمات المصرفية، خصائصها وأصنافها وعوامل نجاح تقديمها أما المبحث الثاني فقد عالج جودة الخدمات المصرفية وخصص الثالث لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمات المصرفية.

المبحث الأول: الخدمات المصرفية

تسعى البنوك إلى تحقيق أهدافها المختلفة من خلال قيامها بنشاطها المصرفي وذلك بتحقيق أقصى ربح ممكن وبأقل تكلفة ممكنة مقارنة بالبنوك المنافسة وهذا من أجل إرضاء زبائنه بالدرجة الأولى بتلبية حاجاتهم ورعاتهم من خلال تقديم خدمات مختلفة بكفاءة لزبائنه، وقبل أن يتم التطرق إلى مختلف الخدمات التي تقدمها البنوك يتم التطرق إلى نشأة وتطور الخدمات المعرفية ثم إلى تجديد خصائصها التي تميزها عن باقي الخدمات الأخرى ويتم بعدها تبيان تصنيفها وعوامل نحاج تقديمها.

المطلب الأول: نشأة وتعريف الخدمات المصرفية

1-نشأة وتطور الخدمات المصرفية: تتمثل مراحل تطور الخدمات المصرفية كما يلي:[1]

أ- **الخدمات المصرفية في مرحلة ما قبل التصنيع:** في هذه المرحلة كان الإنسان يعتمد في تلبية حاجياته على الزراعة والصيد وتميزت هذه المرحلة بما يلي:

- **الإكتفاء الذاتي:** أي أن كل أسرة تنتج ما تحتاجه من سلع وخدمات وتميزت هذه المرحلة بعدم وجود أي نشاط مالي أو مصرفي
- **تبادل الفائض من الإنتاج:** أي أن الأسر في هذه الحالة اتجهت إلى التخصص بالإنتاج وبذلك ظهر فائض في الإنتاج وهذا أدى إلى إجراء عملية المبادلة بالسلع من خلال مقايضة سلعة بسلعة أخرى تعبت كانت الخدمات شخصية وبسيطة، أما الخدمات المصرفية فلم تظهر معالمها في هذه الفترة وتميزت هذه المرحلة فقط بظهور عملية التبادل.
- **ظهور النقود:** نظرا لصعوبة إجراء عملية التبادل أدى هذا إلى إيجاد النقود كسلعة وسيطة تمكن الأفراد من التراضي من خلال عملية التبادل، حقق تحول كبير في طبيعة الأنشطة المالية.

[1] محمد جاسم الصميدعي، ردينه عثمان يوسف، "**التسويق المصرفي**"، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص45 ص47.

- **الإيداع:** بعد ظهور المصكوكات الذهبية والفضية والنقود أدى هذا إلى إيجاد أفراد أثرياء ولخشية سرقتها وضياعها قاموا بإيداعها في المعابد، وبذلك تعتبر هذه المرحلة البداية لفكرة البنوك والخدمات المصرفية بشكل بسيط وهو الإيداع.
- **الإبداع والقروض:** لقد لجأ أصحاب الثروات إلى إيداع ثرواتهم عند صائغي الذهب وهؤلاء يقدمون القروض لقاء فائدة معينة وذلك لفترة قصيرة، وتميزت هذه الفترة بظهور القروض، الإيداع والفائدة.
- **بداية البنوك:** تطور عمل الصائغين من الإيداع، الفروض والتحصيل على الفائدة إلى التنسيق والتعاون فيما بينهم وقاموا بإنشاء البنوك وإصدار أوراق البنكنوت لإجراء عملية المقايضة، إن الأنشطة الصرفية في هذه المرحلة اقتصرت على الإيداع، القروض، الفائدة وإصدار أوراق البنكنوت.

ب – الخدمات المصرفية في مرحلة التصنيع: تتميز هذه المرحلة بتراكم رؤوس الأموال مما دفع أصحابها إلى استثمارها في المشاريع الصناعية وهذا أدى إلى زيادة الثروات وهنا ظهرت الحاجة بشكل أكبر إلى بنوك أكثر تخصصا من الفترات السابقة بالشكل الذي جعلها تمثل مؤسسات ذات كيان لها تنظيم إداري لديه خبرة بالعمل وذلك نتيجة لزيادة المبالغ المودعة وزيادة رأس مال البنوك، زيادة إمكانياتها في منح القروض وإعطاء الاستثمارات.

ج–**الخدمات المصرفية في مرحلة التقدم الصناعي** تتميز هذه المرحلة باستخدام تكنولوجيا متطورة في تقديم الخدمات المصرفية، ولقد أصبحت هذه المؤسسات تتسابق فيما بينها في استخدام الأساليب الحديثة والتقنيات المتطورة لكي تتمكن من تلبية حاجات ورغبات الأفراد وجذب أكبر عدد ممكن من الزبائن، لأن عملية الإيداع والإقتراض والاستثمار أصبحت غير مقترة فقط على أصحاب رؤوس الأموال والمشاريع الكبيرة وإنما أصبح أغلب الأفراد يطلبون الخدمات المصرفية وذلك من

خلال الإيداع، الاقتراض، تحويل الراتب إلى البنوك، طلب بطاقة الائتمان وغيرها من الخدمات المصرفية.

ح-الخدمات المصرفية في مرحلة ما بعد التقدم الصناعي والمرحلة الراهنة:

إن التطور الكبير الذي حصل في جميع المجالات أثر بشكل كبير على الخدمات المصرفية وهذا ناتج من:

- تزايد الطلب على الخدمات المصرفية.
- زيادة عدد البنوك وتنوع الخدمات المقدمة.
- زيادة عدد الفروع التابعة للبنوك.
- اتساع الرقعة الجغرافية التي تنتشر عليها هذه البنوك وفروعها.
- استخدام الحاسوب الآلي في تنفيذ العمليات المصرفية.
- الاشتراك في شبكة الانترنت التسهيل عملية الترويج والإتصال بالزبائن.

2-تعريف الخدمات المصرفية

يمكن تعريف الخدمات بصورة عامة "بأنها عبارة عن تصرفات أو أنشطة أو أداء يقدم من طرف إلى طرف آخر وهذه الأنشطة تعتبر غير ملموسة ولا يترتب عليها نقل ملكية أي شيء لها أن تقديم الخدمة قد يكون مرتبط أو غير مرتبط بمنتج مادي ملموس".[1]

كما يعرفها لكل من **Kotler & Armstrong** [2] بأنها "أنشطة أو منافع أو إشباعات يقدمها طرف (البائع) الطرف آخر (المشتري)، وهي بطبيعتها غير ملموسة، ولا يترتب على بيعها نقل ملكية شيء، وقد يرتبط أو لا يرتبط إنتاجها وتقديمها بمنتج مادي ملموس".

[1] محمد حمد عبد الهادي الرويس، "**نموذج مقترح لقياس جودة الخدمات المصرفية بدولة قطر**"، رسالة دكتوراه، كلية التجارة، جامعة عين شمس، جمهورية مصر، 2002، ص62

[2] P.Kotler& G.Armstrong, principles of marketing services, edition prentice hall. 1996; P66

وانطلاقا من التعاريف السابقة يمكن تعريف الخدمات المصرفية على أنها "مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة والمقدمة من قبل البنك والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمها المنفعية والتي تشكل مصدرا لإشباع رغباتهم وحاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، وفي الوقت ذاته تمثل مصدر ربح الملك من خلال العلاقات التبادلية بين الطرفين".

المطلب الثاني: خصائص ومميزات الخدمات المصرفية

رغم الاتفاق بين المفكرين حول خصائص الخدمات إلا أنه من الملاحظ أن هناك اختلاف على الخصائص المميزة للخدمات المصرفية نظرا لطبيعة وخصوصية النشاط المصرفي من ناحية ومن ناحية أخرى نظرا لطبيعة الخدمات المصرفية وتعددها وتنوعها وخضوعها لتغيرات مستمرة، ونستعرض فيما يلي خصائص الخدمات المصرفية حسب أراء بعض الكتاب المختصين في مجال تسويق الخدمات المصرفية.

يرى **محسن الخضيري** أن الخدمات المصرفية تتصف خصائص أهمها[1]

1-الخدمات المصرفية ليست مادية مجسمة وبالتالي فهي غير قابلة للتلف ولا يمكن تخزينها

2-الخدمات المصرفية ليست محمية ببراءة الاختراع وكل خدمة جديدة يوجدها بنك ما يمكن لبنك آخر تقديمها.

3-الخدمات المصرفية غير قابلة للتجزئة أو التقسيم أو الإنفصال عند تقديمها.

4-تعتمد الخدمات المصرفية على التسويق الشخصي بدرجة كبيرة، حيث تعتمد في تقديمها على الاتصال الشخصي بين مقدم الخدمة والعميل.

[1] محسن أحمد الخضيري، "**التسويق المصرفي**"، المدخل المتكامل لحل المشكلات البنكية، مكتبة الأنجلو المصرية، 1982، ص21-26

كما يعدد **عوض بدير الحداد** [1] الخصائص التالية للخدمات المصرفية:

1-لا يمكن صنع الخدمة المصرفية مقدما أو تخزينها فهي تنتج وتقدم في نفس اللحظة التي يتقدم الزبون طلبها.

2-لا يمكن لموظف البنك إنتاج عينات من الخدمة وإرسالها للزبون للحصول على موافقته عن جودتها قبل الشراء.

3-الخدمات المصرفية غير قابلة للاستدعاء مرة أخرى، في حالة وجود أخطاء في إنتاجها أو عيوب عند تقديمها فإن الإعتذار وترضية العميل هما البديل الوحيد أمام موظف البنك.

4-الخدمة المصرفية غير قابلة للفحص بواسطة موظف البنك قبل تقديمها للزبائن.

5-أن تقديم الخدمة المصرفية غير نمطي وتختلف طريقة تقديم الخدمة من زبون لآخر حسب درجة التفاعل بين موظف البنك والعميل، وعموما تتميز الخدمات المصرفية بما يلي:[2]

1-عدم الملموسية: معنى ذلك إن الخدمات المصرفية ليس لها تجسيد مادي، وبالتالي لا يمكن إدراكها بالحواس وبناءا على ذلك لا يمكن نقلها، تخزينها، تعبئتها أو فحصها قبل الشراء، فمن الناحية العملية إنتاج واستهلاك الخدمة يحدث في نفس الوقت لذلك يصعب علينا معاينتها.

2-الاعتماد على الودائع: تعتمد البنوك على الودائع في تأديتها الجميع خدماتها والتي تمثل المصدر الأساسي التمويل المصارف وتحقيق الأرباح للمصرف.

3-تعدد وتنوع الخدمات المصرفية: إن الخدمات المصرفية أن الخدمات التي تقدم من قبل البنوك كثيرة ومتنوعة لتلبية مختلف حاجات الزبائن خاصة الحاجات التمويلية والائتمانية باختلاف أنواعهم وتواجدهما الجغرافي.

---

[1] عوض بدير حداد، "**تسويق الخدمات المصرفية**"، دار البيان للطباعة والنشر، مصر، 1999، ص336.

[2] صباح محمد أبو تاية، "**التسويق المصرفي**"، دار وائل للنشر، الأردن، 2008، ص70.

4-**الانتشار الجغرافي** أي امتلاك شبكة فروع في أي بنك دو حجم ومجال واسع وتشكل متتابع للتزويد بالمنافع الملائمة بحيث تنتشر جغرافيا بشكل يتلاءم ورغبات واحتياجات الزبائن إلى الخدمات والمنتجات المصرفية وآل هذا من أجل تحقيق المنفعة المكانية للعميل وبشكل فعال سواء على المستوى المحلي أو القومي أو الدولي.

5-**تكامل الخدمة المصرفية في ذاتها:** الخدمة المصرفية تتصف بعدم قابليتها للتجزئة أو التقسيم أو الانفصال فهي كل متكامل في ذاته وفي أجزائه وعناصره.

6-**صعوبة تقييم الخدمات المصرفية** وترجع هذه الصعوبة إلى أن الخدمات المصرفية غير ملموسة ومنه فان الزبون لا يستطيع تقييم شرائه للخدمة المصرفية قبل الحصول عليها.

7-**صعوبة التمييز في الخدمة المصرفية:** في الخدمة للمصرفية لا تختلف إلا في حدود ضيقة جدا ولهذا تتصف بقدر كبير من التشابه والنمطية مثلا الخدمات المصرفية التالية تكاد أن تكون نمطية في بنوك مختلفة الحساب الجاري، القروض بمختلف أنواعها، الاعتمادات المستندية، حساب التوفير.

8-**التوازن بين النمو والمخاطر** بمعنى أن أي عمل مصرفي موضوعي يتصف بالضرورة لإيجاد توازن بين توسع نشاطه ودرجة المخاطر التي يتحملها المصرف، فمن أولى مسؤوليات المصرف أن يجري نوع من التوازن بين الوضع النشاط المصرفي وبين أعباء هذا التوسع .

9-**إشباع رغبات الزبون:** يتعين أن تكون هذه الخدمات التي يقدمها البنك زبائنه خدمات كاملة الإشباع، أي ترضي الزبون تماما ولا تدع له المجال بأن يبحث عن خدمات بنك آخر فالعلاقة بين البنك والزبون علاقة دائمة ومستمرة قائمة على تعظيم الإشباع لدى الزبون.

10- صعوبة تحديد السوق المصرفية بدقة وخاصة في الدول النامية وذلك لعدم استقرار الأوضاع الاقتصادية والسياسية من جهة والقصور في الجهود والأنشطة التسويقية للبنك من جهة أخرى

المطلب الثالث: تصنيف الخدمات المصرفية وعوامل نجاح تقديمها

1- **تصنيف الخدمات المصرفية** تصنف الخدمات المصرفية عموما إلى ما يلي: [1]

- **خدمات ميسرة:** وهي خدمات سهلة المنال لا يلاقي الزبون أي مشكلة للحصول عليها كخدمات السحب والإيداع، استخدام النطاقات البنكية، الاستخدام الآلي من خلال الأجهزة والمعدات المتوفرة في البنك وخارجه، ويلاحظ أنها تتكرر باستمرار يوميا أو أسبوعيا وقت الحاجة تبعا لشكلها وتوعيتها.
- **خدمات تسوق:** غالبا ما يبذل الزبون جهدا للحصول عليها والتي قد لا يتكرر استخدامها إلا بفترات زمنية متباعدة نسبيا لخدمة القروض التي لا يتم تحقيقها إلا إذا توفرت شروط معينة كالقدرة على الإيفاء والضمان .
- **خدمات خاصة:** هذه الخدمات قد لا تقدم إلا بشكل خاص للمستفيدين منها ولها خصوصية معينة ينفرد بهاكل بنك عن آخر، فبعض البنوك لا تقبل الودائع ولا تفتح الحسابات لديها إلا من خلال تحميل الزبون أجورا مقابل هذه الخدمة.

2- **عوامل نجاح تقديم الخدمات المصرفية**

لكي تستطيع البنوك التي تقدم الخدمات المصرفية الخاصة النجاح في هذا الميدان عليها أن تأخذ بعين الاعتبار العوامل التالية: [2]

- السرية في التعامل وبالتالي شعور الزبون بمزيد من الأمان الأمر الذي يساعد على ضمان ولائه للبنك.

[1] تيسير العجارمة، "**التسويق المصرفي**"، الطبعة الأولى، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص135.
[2] صباح محمد أبو تايه، مرجع سبق ذكره، ص 53 ص54.

- ضرورة فهم الزبون وتوقعاته وتوفير راحة التعامل من خلال المسؤول عن قسم الخدمات المصرفية.
- ضرورة توفير إطارات مؤهلة ومحترفة وذو خبرة واسعة تستطيع أن توفر حلولا شاملة ومفصلة تناسب احتياجات الزبون من حيث الوقت، المكان والسعر بالطريقة المناسبة وبالسرعة والدقة اللازمة.
- ضرورة توفر مسؤولا واحدا لكل زبون وذلك لتامين إقامة علاقات على درجة عالية من الخصوصية ومعرفة وثيقة بمقدم الخدمة ومدير العلاقة وبالتالي ضمان استمرارية العلاقة بين هذا المسؤول والزبون.
- ضرورة توفر البنك لفريق من المحللين على الصعيدين الجزئي والكلي وذلك لإبقاء الزبائن على معرفة بأحداث المستجدات المالية على المستويين المحلي والعالمي.
- ضرورة تزويد الزبائن وعلى مدار 24 ساعة بكشوفات الحسابات وتقارير أداء المحافظ الاستثمارية وبحوث الأسواق المالية والصانع الاستثمارية.. الخ
- ضرورة الفصل بين الخدمات المصرفية الخاصة وباقي الخدمات المصرفية التقليدية التي تقدمها البنوك الشاملة.
- ضرورة وجود سياسة استثمارية واضحة ومفهومة لدى البنك.

وعلى هذا الأساس يجب أن تركز الأهداف الرئيسية للبنك في إقامة علاقات طويلة المدى محورها الثقة المتبادلة، فهم الأحداث المالية الحالية والمستقبلية للزبائن وتوفير الخدمة المبنية على المعرفة وفقا لاحتياجات وأهداف ومتطلبات الزبون.

المبحث الثاني: جودة الخدمات المصرفية

بعد موضوع جودة الخدمة المعرفية من الموضوعات التي تصدرت اهتمامات الباحثين، وقد تولد من ذلك العديد من الدراسات التي عالجت الموضوع، فمن الدراسات ما انصب اهتمامه بالدرجة الأولى على وضع تعريف لجودة الخدمة وإيضاح مفهومها، وركز آخرون على دراسة على أبعاد جودة الخدمة وطرق قياسها .

المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمات المصرفية وأهميتها

1-**مفهوم الجودة:** يرجع مفهوم الجودة Quality إلى الكلمة اللاتينية Qualitas التي تعني طبيعة الشخص أو طبيعة الشيء ودرجة الصلابة وقلتها كانت تعي الدقة والإتقان من خلال قيامهم بتصنيع الآثار والأوابد التاريخية و الدينية من تماثيل وقلاع وقصور لأغراض التفاخر أو إستخدامها لأغراض الحماية.[1]

وحديثا تغير مفهوم الجودة بعد تطور علم الإدارة، إذ أصبح لمفهوم الجودة أبعاد جديدة ومتشعبة وقد عرفت الجودة بصفة عامة أنها " تلك الدرجة التي يشيع بها منتج معين حاجات المستهلك في الوقت الملائم وبالكمية المناسبة وبأقل تكاليف ممكنة كما عرفتها الجمعية الأمريكية لضبط الجودة بأنها: " مجموعة من المزايا وخصائص المنتج أو الخدمة القادرة على تلبية حاجات. المستهلكين. [2]

وعرفها هيئة المواصفات الدولية ISO2000/9000 بأنها "درجة تلبية مجموعة الخصائص الموروثة لمتطلبات العميل.[3]

2-**مفهوم جودة الخدمات المصرفية:** تعبر جودة الخدمة المصرفية عن "نوعية الخدمات المقدمة المتوقعة والمدركة والتي تمثل المحدد الرئيسي لرضا العملاء، إذن فجودة الخدمة المصرفية تعتبر مقياس للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة المقدمة

[1] مأمون الدرادكة، طارق الشبلي، "**الجودة في المنظمات الحديثة**"، ط1، دار الصفاء، عمان، 2002، ص15.

[2] مأمون سليمان الدرادكة، "**إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء**"، ط1، دار الصفاء، عمان، 2008،ص19.

[3] وفاء الصبحي التميمي، "**أثر الابتكار التسويقي في جودة الخدمات المصرفية دراسة ميدانية في المصارف التجارية الأردنية**"، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، المجلد العاشر، العدد الأول، 00، ص103.

للعملاء ليقابل توقعاتهم، وبالتالي فإن تقديم خدمة ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي مع توقعات العملاء لأبعاد جودة الخدمة ومستوى الأداء الفعلي الذي يعكس مدى توافر تلك الأبعاد بالفعل في الخدمة المقدمة لهم.[1]

3-**أهمية جودة الخدمات المصرفية:** تؤكد أغلب صناعات الخدمة على أن الجودة وسيلة لدعم المنافسة، وأن الخدمة الممتازة عدت السلاح التنافسي الاستراتيجي الرئيسي، والجزء الأهم أن الجودة تعد الإستراتيجية التسويقية لصناعة الخدمات المصرفية. فجودة الخدمة ستكون الهدف الرئيسي للمصرف الذي من خلاله يتمكن المصرف من الوصول إلى الموقع الذي يسعى إليه، إذ يعد تسليم الخدمة بجودة عالية إستراتيجية أساسية لنجاح وإدامة القيمة التنافسية وفي الآونة الأخيرة بدت البيئة التنافسية أكثر تزايدا وشدة، لذا فان جودة الخدمة تعد نقطة حرجة لنجاح المؤسسة أو فشلها، فقد كشفت البحوث عن أن تسليم الخدمة بجودة عالية سبب رئيسي في تحقيق الأرباح وتقليل التكاليف [2] كما يرى عوض بدير الحداد أن جودة الخدمة المصرفية تكمن في:

- تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن بقية البنوك وبالتالي القدرة على مواجهة الضغوط التنافسية.
- تحمل تكاليف أقل بسبب قلة الأخطاء والتحكم في أداء العمليات المصرفية.
- أن الخدمة المتميزة تتيح الفرصة للبنك إمكانية رفع الأسعار والعمولات وتحقيق أرباح القدير.
- أن الخدمة المتميزة وذات الجودة العالية تمكن البنك من الإحتفاظ بالزبائن الحاليين وجذب زبائن جدد.

[1] عصام الدين أمين أبو علفة، "**التسويق-المفاهيم والإستراتيجيات**"، مؤسسات هورس الدولية، 2002، ص498

[2] تيسير العجارمة، مرجع سبق ذكره، ص330.

- أن الخدمة المتميزة تجعل من زبائن البنك مندوبي بيع في توجيه و إقناع زبائن حدد من الأصدقاء والزملاء.

المطلب الثاني: أبعاد ومستويات جودة الخدمة المصرفية

1-**أبعاد جودة الخدمة المصرفية:** لقد أوضح بعض الباحثين في هذا المجال أن الجودة في قطاع الخدمات وخصوصا المؤسسات المصرفية تشتمل على ثلاثة أبعاد وهي:

- **الجودة المادية:** تتعلق بالبيئة المحيطة بتقديم الخدمة.
- **جودة المنظمة (البنك):** تتعلق بصورة البنك والانطباع العام عنه من قبل العملاء.
- **الجودة التفاعلية:** تتعلق بمستوى العلاقة ودرجة التفاعل بين العميل ومقدم الخدمة.

و يرى بعض الباحثين أن جودة الخدمة تتمثل في جانبين هما:

- **جودة العمليات:** يتم فيها حكم العميل أثناء تقديم الخدمة.
- **جودة المخرجات:** يتم فيها حكم العميل بعد الأداء الفعلي للخدمة.

كما يرى **Gronross** أن هناك ثلاثة أبعاد رئيسية للحكم على جودة الخدمة وتتمثل هذه الأبعاد في:

- **الجودة الفنية:** والتي يرى أنه يمكن الوصول إليها عن طريق الإجابة على التساؤل المطروح أمام مسؤولي البرية (ما الذي يتم تقديمه للعميل ؟) وهذا البعد يختص في الصورة النهائية للخدمة المقدمة إلى العميل والذي يمكن قيامه بشكل موضوعي عن طريق العميل نفسه.
- **الجودة الوظيفية:** هي التي ترتبط بعملية أداء الخدمة نفسها والكيفية التي يتم بها تقديم الخدمة ويعبر عنها بالتساؤل المطروح (كيف تتم عملية تقديم الخدمة ؟) حيث يتصل هذا الجانب بالتفاعل بين مقدم الخدمة والعميل وبعد هذا البعد أهم أبعاد الجودة والذي يشتمل على سلوك موظف الخدمة باعتبار أن هذه الأخيرة عبارة عن أداء وليس منتج مادي، وعليه فإن الاهتمام بتدريب وتكوين موظفي البنك في التعامل مع العملاء يعتبر الشغل الشاغل لإدارة التسويق على مستوى هذه البنوك.

- **الصورة الذهنية للبنك:** هي الصورة التي تعكس انطباعات العملاء حول البنك، وأن الصورة الذهنية لدى العملاء تتكون من الجودة الفنية والجودة الوظيفية للخدمات التي يقدمها البنك والتي سوف تؤثر بشكل مباشر في أخذ صورة حول البنك المتعامل معه.[1]

كما توصل باحثون آخرون إلى تطوير عشرة معايير أو أبعاد للحكم على جودة الخدمة المصرفية وتشتمل هذه الأبعاد على:

- **الاعتمادية:** وتعني ثبات الأداء وإنجاز الخدمة بشكل سليم، وتنفيذ البنك لوعوده نحو العميل وذلك عن طريق:

أ- دقة الحسابات والملفات وعدم حدوث الأخطاء.

ب- تقديم الخدمة المصرفية بشكل صحيح.

ت-تقديم الخدمة في المواعيد المحددة وفي الوقت المصمم لها.

ث-ثبات مستوى أداء الخدمة.

- **سرعة الاستجابة من قبل العاملين:** وتشير إلى رغبة واستعداد العاملين بالبنك لتقديم الخدمة ومساعدة العملاء والرد على استفسارتهم.
- **القدرة والكفاءة:** تعكس المهارة والقدرة على أداء الخدمة والتي تستمد من توافر المعلومات والإلمام بظروف وطبيعة العمل وامتلاك كافة المهارات الضرورية لتحقيق الأداء السليم للخدمة.
- **سهولة الحصول على الخدمة:** تتضمن سهولة الإتصال وتيسير الحصول على الخدمة من طرف العميل بأقل مدة انتظار وتلاؤم المواعيد وتوفر منافذ الحصول على الخدمة

[1] عوض يدير الحداد، المرجع السابق، ص342.

- **اللياقة:** تعني أن يكون موظفي البنك وخاصة من لهم اتصال مع العملاء على قدر من الاحترام وحسن المظهر والتمتع بروح الصداقة والاحترام للعملاء وتقدير ظروفهم والتعاطف معهم.
- **المصداقية:** وتعني التزام الصدق والأمانة مع العملاء مما يولد الثقة.
- **الأمان:** وتعني خلو المعاملات مع البنك من الشك والمخاطر.
- **الإتصال:** ويعني دوام إمداد العملاء بالمعلومات ومخاطبتهم باللغة التي يفهمونها والإنصات وتأمين المعلومة المرتدة.
- **الفهم:** ويعني الجهد المبذول للتعرف على احتياجات العميل ومواءمة الخدمة في ظل تلك المعرفة.
- **الجوانب المادية:** وتشمل التسهيلات المادية المستخدمة في العمل من المظهر الخارجي للبنك وتجهيزه من الداخل بأحدث الأجهزة والوسائل المستخدمة في تقديم الخدمة.

قد قامت الدراسات الحديثة بتلخيص هذه الأبعاد العشرة في خمسة فقط أطلق عليها نموذج جودة الخدمة **(Servqual)** وتشمل النواحي المادية المتطورة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان واللباقة. [1]

2-مستويات جودة الخدمة المصرفية:

يمكن التمييز بين خمسة مستويات لجودة الخدمة المصرفية حسب ناجي معلا وهي:

- **الجودة المتوقعة من قبل العملاء:** وتتمثل في الجودة التي يرى العملاء وجوب توفرها في الخدمات المصرفية المقدمة.

[1] عوض بدير الحداد، المرجع السابق، ص343-345

- **الجودة المدركة من قبل إدارة البنك والتي تراها في أغلب الأحيان مناسبة:** وتمثل مدى إدراك البنك لاحتياجات وتوقعات زبائنه وتقديم الخدمة المصرفية بالمواصفات التي أدركها لتكون في المستوى الذي يرضي الزبون.
- **الجودة القياسية المحددة بالمواصفات النوعية للخدمة.**
- **الجودة الفعلية التي تؤدى بها الخدمة:** وتعني أداء العاملين بالبنك للخدمة وتقديمها طبقا للمواصفات التي حددها البنك.
- **الجودة المروجة للعملاء:** وتعني المعلومات الخاصة بالخدمة وخصائصها وما تعهد البنك بتقديمه والتي يتم نقلها إلى الزبائن من خلال المزيج الترويحي من إعلان وترويج شخصي ومطبوعات.[1]

المطلب الثالث: قياس جودة الخدمات المصرفية

تسعى البنوك من أجل كسب رضا وولاء الزبائن بصفة دائمة، إلى التحسين المستمر في جودة خدماتها ويكون ذلك، من خلال تشخيص وتقييم الوضع الحالي لجودة الخدمة المقدمة حتى تقرر ما يجب القيام به من تحسين وتشير الدراسات إلى أن هناك ثلاث مداخل لقياس جودة الخدمة تتمثل فيما يلي:

1-**قياس جودة الخدمات من منظور الزبائن:** يضم 5 مقاييس كما يلي:[2]

❖ **مقياس عدد الشكاوي (Complaints)** يمكن هذا المقياس المصارف من اتخاذ الإجراءات المناسبة لتجنب الشكاوي التي يتقدم بها الزبائن خلال فترة زمنية معينة والتي تعبر على أن الخدمات المقدمة دون المستوى أو لا تتناسب مع ادراكاتهم والعمل على تحسين مستوى جودة هذه الخدمات

[1] ناجي معلا، قياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك التجارية في الأردن، العدد الثاني، مجلة الدراسات المصرفية والمالية، عمان، جوان، 1998 ص 3.

[2] صليحة رقاد، **تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون دراسة حالة مؤسسة البريد والمواصلات**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة باتنة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2007-2008، ص100.

❖ **مقياس الرضا (Satisfaction Measure):** يستخدم لقياس اتجاهات الزبائن نحو جودة الخدمات المقدمة بعد حصولهم عليها وذلك عن طريق توجيه الأسئلة التي تكشف للمصارف طبيعة شعور الزبائن نحو الخدمة المقدمة لهم وجوانب القوة والضعف بها.

❖ **مقياس الفجوة(Servqual Measure):** تنسب أول محاولة لقياس وتقييم جودة الخدمة إلى الباحثين **Berry et Zeithaml،Parasuraman** ويستند هذا النموذج، على توقعات الزبائن لمستوى الخدمة المقدمة وعلى إدراكاتهم لمستوى الأداء الفعلي للخدمة المقدمة إليهم، فالمحور الأساسي في تقييم جودة الخدمة هو الفجوة بين إدراك الزبون المستوى الأداء الفعلي للخدمة وتوقعاته حول هذه الخدمة إضافة إلى أربع فجوات أخرى تسبب عدم النجاح في تقديم الجودة المطلوبة تتلخص في:

أ- **الفجوة الأولى:** وتنتج عن الاختلاف بين توقعات الزبائن لمستوى الخدمة وإدراك إدارة المنظمة لتلك التوقعات. فقد لا تدرك إدارة المنظمة بدقة رغبات الزبائن الكيفية حكمهم على مكونات الخدمة، إما لأن المعلومات التي لديها خاطئة أو أنه تم تفسيرها بصورة غير صحيحة.

ب-**الفجوة الثانية:** وتنتج عن الاختلاف بين إدراكات إدارة المصرف لتوقعات الزبائن، ومواصفات جودة الخدمة الموضوعة، بمعنى أنه حتى ولو كانت حاجات الزبائن المتوقعة معروفة بالنسبة للإدارة فإنه لا يمكن ترجمتها إلى مواصفات محددة في الخدمة المقدمة.

ت-**الفجوة الثالثة:** تشير إلى عدم وجود تطابق بين مواصفات جودة الخدمة الموضوعة، ومواصفات التسليم الفعلي للخدمة.

ث-**الفجوة الرابعة:** وتنتج عن الاختلاف بين مواصفات التسليم الفعلي للخدمة، والخدمة المرجوة

ج- **الفجوة الخامسة:** وتظهر في الاختلاف بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة، أي أن الخدمة المتوقعة لا تتطابق مع الخدمة الفعلية، وتمثل هذه الفجوة المحصلة النهائية لجميع الفجوات السابقة إذ يتم على أساسها الحكم على جودة أداء المنظمة ككل.

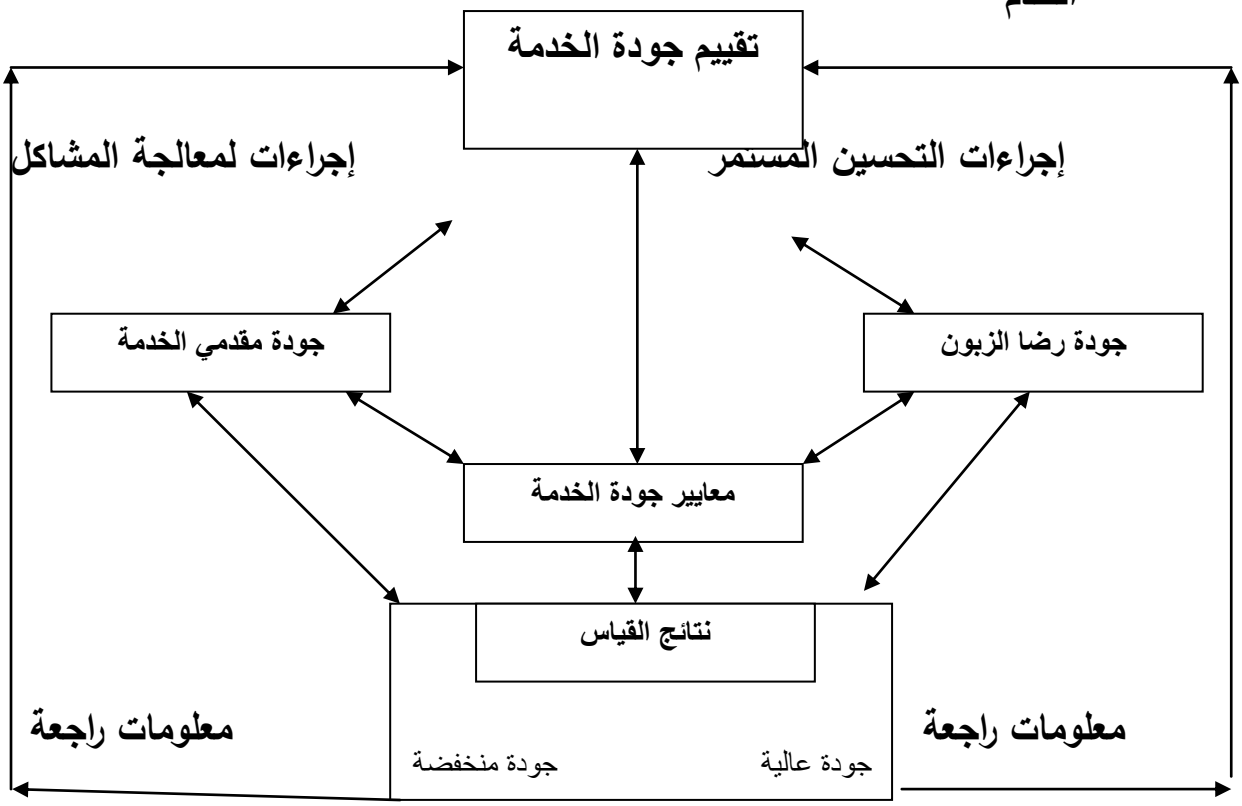
وحتى يمكن سد الفجوة الخامسة فإنه لابد من سد جميع الفجوات الأربع، حيث أن وجود أي فجوة سلبية من هذه الفجوات الأربع سوف يتسبب في إحداث قصور في الخدمة المقدمة.

- **مقياس الأداء الفعلي (Server Measure):** ينسب هذا النموذج إلى كل من الباحثين **Taylor** و **Cronin** وقد جاء هذا النموذج، نتيجة للانتقادات التي وجهت من طرفهم إلى نموذج الفجوات إذ يرفض هذا النموذج فكرة الفجوة بين إدراكات الزبائن وتوقعاتهم، ويركز على تقييم الأداء الفعلي للخدمة المقدمة للزبون، أي التركيز على إدراك الزبائن للأداء الفعلي للخدمة المقدمة ويتميز هذا المقياس ببساطته وسهولة استخدامه كذلك بزيادة درجة مصداقيته وواقعيته إلا أنه لا يكشف عن مجالات القوة والضعف في الخدمة المقدمة وحتى يمكن سد الفجوة الخامسة فإنه لابد من سد جميع الفجوات الأربع، حيث أن وجود أي فجوة سلبية من هذه الفجوات الأربع سوف يتسبب في إحداث قصور في الخدمة المقدمة.
- **مقياس القيمة(Value Measure)** يعتمد هذا المقياس على المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة من جانب الزبون والتكلفة للحصول على هذه الخدمات أي أن العلاقة بين المنفعة والسعر هي التي تحدد القيمة كلما زادت مستويات المنفعة زادت القيمة وبالتالي زيادة الطلب على الخدمات حيث يدفع هذا المقياس المصرف لتركيز جهوده نحو تقديم خدمة متميزة للزبائن بأقل تكلفة ممكنة.

2-**قياس الجودة المهنية (Measuring Pofessional Quality)**: تناول هذا النموذج قدرة البنوك على الوفاء بخدماتها المتنوعة من خلال الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة، ويشمل 3 مقاييس تتمثل في:

- **قياس الجودة بدلالة المدخلات:** يستند هذا المقياس على اعتبار المدخلات جوهر الخدمة وجودتها وتتمثل هذه المدخلات في التجهيزات والمعدات، كفاءة العاملين، الأهداف المحددة والواضحة والزبون المستفيد لتلقي الخدمة وغيرها.
- **قياس الجودة بدلالة العمليات:** وهذا المقياس على المراحل المختلفة لتقديم الخدمة المطلوبة والتي يتم على أساسها تصنيف الخدمات كخدمات جيدة.
- **قياس الجودة بدلالة المخرجات:** يتعلق هذا المقياس بإنجاز أو عدم الإنجاز للنتائج النهائية من الخدمة التي يسعى إليها الزبون.
- **قياس الجودة من المنظور الشامل:** رغم ما أسهمت به كل المقاييس السابق من تقدم في قياس الجودة وتقييمها إلا أنها يغلب عليها الطابع الجزئي، مما أدى إلى إبراز ضرورة قياس جودة الخدمة وتقييمها بطريقة شاملة أي من وجهة نظرك لا من الزبون ومقدم الخدمة (المصرف). والشكل الموالي يوضح هذا النموذج

الشكل 3 نموذج قياس جودة الخدمة وتقييمها من وجهة نظر الزبون ونظر مقدم الخدم



المصدر: قاسم نايف علوان المحياوي، إدارة الجودة في الخدمات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان الأردن، الطبعة الأولى، 2006، ص108.

إن نماذج قياس جودة الخدمة، توفر للمصرف تغذية عكسية من المعلومات عن مستوى الإشباع الذي حققته الخدمة المقدمة لمطالب وتوقعات زبائنها، أما تكشف جوانب النقص، ومجالات إدخال التحسينات المستمرة لزيادة درجة رضا الزبائن الجودة ما تقدمه المنظمة لهم من خدمات.

المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة المصرفية

سيتم في هذا المبحث التعرف على مختلف أنواع تكنولوجيا المعلومات والإتصال المستخدمة في المصارف وما يترتب عنه من ايجابيات وسلبيات على جودة الخدمات المقدمة.

المطلب الأول: تكنولوجيا المعلومات والإتصال في مجال الخدمات المصرفية

تتمثل تكنولوجيا المعلومات والإتصال المستخدمة في المصرف فيما يلي:

1- **جهاز الصراف الآلي (Automated Teller Machines) (ATM):** هي تلك الآلات التي نشرها بالأماكن المختلفة سواء بالجدار أو بشكل مستقل، وتكون متصلة بشبكة حاسب المصرف، ويقوم الزبون باستخدام بطاقة بلاستيكية أو بطاقة قوية للحصول على الخدمات المختلفة دون الدخول إلى البنك وانتظار الموظفين لتلبية طلباته ويمكن استخدام الصراف الآلي في العديد من العمليات المصرفية التقليدية وغير التقليدية مثل السحب والإيداع النقدي والإستفسار عن الرصيد والحصول على كشف حساب مختصر وتحويل الأموال بين الحسابات لنفس الشخص أو المستفيد آخر وإجراء الحوالات التجارية، وتسديد أقساط القروض، وتسديد فواتير الهاتف والكهرباء، ودفع فواتير المشتريات، وإيداع الصكوك في الحساب وطلب دفتر الصكوك، وإعطاء تعليمات محددة للمصرف ومعرفة أسعار الفوائد وتحويل النقود من عملة إلى أخرى والسحب النقدي باستخدام بطاقات الائتمان وغيرها. إن جهاز الصراف الآلي ذات سعة محددة من العملات لذلك فهي تعتمد الخدمة الحالات الطارئة للزبون حفاظا على وقته وتسهيلا الخاجاته، وهي محدودة من ناحية عدد مرات السحب وكمية النقود لذلك يحدد سقف للمبالغ النقدية الممكن سحبها بالاستناد إلى ظروف الزبون.[1]

[1] عز الدين، **الصيرفة الإلكترونية**، http//www.bank of Sodan.org/arabic/période/masrafi/vol26/asrafi-26htm ;2007 ;p02 (30/04/2023)

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

3-**جهاز التلفزيون الرقمي Digital television:** هو عبارة عن ربط من الأقمار الصناعية بين جهاز التلفزيون بالمنزل وبين حاسب البنك، وبالتالي يمكن الدخول من خلال رقم سري إلى حاسب البنك أو شبكة الانترنت وتنفيذ العمليات المطلوبة، وبعد التلفزيون من القنوات التي تم ابتكارها والتي تمكن المصارف من التفاعل مع الزبائن في مواقعهم خصوصا في المنزل لاسيما في حالة عدم توفر جهاز حاسب.

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

إن شبكة الانترنت تنطوي على مخاطر عالية حيث أنه يسمح بنوع من الإتصال المحدود بأنظمة المعلومات الداخلية للمصرف كما يمكن من تأدية الخدمة المطلوبة وعليه فإن على المصرف إتخاذ إلى ما يلزم لحماية أنظمته الداخلية من العبث والتغيير وكذلك الحماية من فيروسات الحاسوب المحمل دخولها من خلال القضاء الخارجي .

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

وتمكن للزبون القيام بعملية السحب بوضع البطاقة في المكان المخصص لها على الجهاز ثم تسجيل رقمه السري على لوحة الأرقام، فتظهر على الشاشة أمام الزبون أنواع الخدمات (سحب، الإيداع ... الخ) حيث يمكنه اختيار إحداها بالضغط على الزر المقابل لها، مما يسمح بخروج ظرف يستطيع الزبون وضع ما يريد إيداعه ومعه إشعار بالمعلومات اللازمة والبطاقة مرة أخرى ويمكن للزبون القيام بسحب أو عدة سحوبات من أجهزة الصراف الآلي المتواجدة على مستوى البلد بفضل الشبكة الالكترونية التي تربط بين البنوك أو البنك وفروعه بشرط أن لا يتعدى مجموع السحوبات الحد الأعلى للقيمة المحددة أسبوعيا ويجب على صاحب البطاقة التأكد من وجود رصيدك في حسابه.

6-البطاقات الائتمانية أو بطاقات الاعتماد (crédit card):

و يوجد نوعان منهما:

6-1 البطاقة الكلاسيكية:

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

2-6 البطاقة الالكترونية أو المحفظة الالكترونية: (la carte à puce ou le porte-monnaie électronique) [1]

إن البطاقات الالكترونية أو المحفظة الالكترونية هي تطبيق لنظام محمول بنقل وحدات الكترونية للدفع مخزنة في دارة داخلية غالبا ما تكون الدارة الالكترونية الصغيرة للبطاقة والهدف منها تحقيق مشتريات ذات قيمة صغيرة.

ويوجد نوعين من المحافظ الالكترونية هما:

- المحفظة الالكترونية كحامل شكلي للوحدات النقدية الافتراضية .
- المحفظة الافتراضية وهي بمثابة حساب يزود بوحدات افتراضية رقمية من طرف البنك ويسمح بالقيام بالمدفوعات الصغيرة أو المنخفضة القيمة على شبكة الانترنت.

وفيما يلي سيتم ظهر أهم البطاقات الالكترونية العالمية:

- **الفيزا كاش (visa cash):** وهي بطاقة الكترونية أمريكية مطورة من قبل مؤسسة فيزا العالمية للبطاقات والبنوك الأمريكية التالية: **first union; nation Bank wachovia** وكانت أول تجربة لها في أفريل 1995 وتعتبر بطاقة الفيزا كاش محفظة الكترونية حاملة لقيمة نقدية في شكل بطاقة ذات دارة الكترونية صغيرة، منها ما هو قابل لإعادة الشحن بعد نفادها ومنها ما هو غير قابل لإعادة الشحن (ترمى البطاقة بعد نفادها) وتشترى من الموزع الآلي بواسطة البطاقات العادية، ويمكن الشراء بفيزا كاش من أي متجر بفضل الوحدات النقدية المخزنة في الدارة الالكترونية الصغيرة
- **ماستر كاردكاش master card cash:** هي بطاقة الكترونية استرالية ذات دارة صغيرة ملحقة بطاقة ماستر كارد الكلاسيكية بمساهمة البنوك التالية: **ANZ Bank wespac Commonwealth Bank** وتمت تجربتها في نهاية 1996.

[1] Pierre Bresse, Cullaume Beaure Daugères, Stéphanie Thuillier, Paiement numérique sur internet– international ; Thomson Publishing ; Fraance ;1997 ; p28.

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

- **موناداكس (Mondex):** وهي بطاقة بريطانية مخترعة من طرف **Tim Jonse** سنة 1990 مطورة من قبل البنكين البريطانيين **British Telecom** ومؤسسة **Midland; Nat West** وهي عبارة عن محفظة الكترونية ذات دارة صغيرة تسمح بدفع قيمة السلع والخدمات مثلها مثل النقود السائلة كما يمكن تحويل النقود من بطاقة لأخرى أو من بطاقة إلى حساب بنكي بواسطة نوع خاص من النهائيات (أجهزة إدخال) أو هواتف **Telecom British.**

ويسمح القارئ الشخصي للبطاقات بمعرفة محتوى البطاقة في أي وقت ومراجعة العمليات التي تم إجراؤها وتخزينها في الدارة الالكترونية الصغيرة. ولقد جهزت بطاقة موندكس لتقبل خمس عملات مختلفة وهي مؤمنة من قبل صاحبها بمفتاح سري مشكل من 16 رمزا حيث يمكن للسارق في حالة سرقتها إفراغها من محتواها لكنه لا يمكنه إعادة شحنها أو التقرب من البنوك المنشئة للبطاقة لأن هذه البنوك تستطيع أن تتعرف على صاحب البطاقة بفضل رقم تسلسلي يمكنها من إيجاد صاحبها في حالة الضياع أو السرقة.

وتم تطوير هذه البطاقة لتصبح بطاقة افتراضية يتم التعامل بها على شبكة الانترنت مند 28 سبتمبر 1996 كما تم بيع 51% من ملكية موندكس في 18 نوفمبر 1996 إلى دورة ماستر كارد التي تتمتع بقدرة كبيرة على تمويل بطاقاتها وتطويرها.

- **بروتون (Proton):** بطاقة بروتون هي نظام بلحيكي للمحفظة الالكترونية، أطلق في فيفري 1995 مطور من قبل مجموعة البنوك البلجيكية **Bank Sys SA** والدي يعني **Association des banques Belges** ويستخدم هذا النظام بطاقة ذات دارة الكترونية لتخزين وحدات نقدية يتم دفعها (للمتاجر، المطاعم مواقف السيارات.. الخ) وهي قابلة

لإعادة الشحن، كما طور هذا النظام في إطار مشروع **STEPS** أي نظام الدفع الأوروبي العادي **(Standard Payment System European)**

وقد تم في بداية ديسمبر 1996 توزيع 10000 بطاقة بوجود 2500 جهاز إدخال ما أدى إلى القيام بحوالي 3.5 مليون عملية بمعدل 45 فرنك فرنسي للعملية، وقامت مجموعة البنوك البلجيكية خلال نظام **(chip knip)** بالتحالف مع بنك **(ABNAmro)** الأسترالي والبرازيل بواسطة بنك البرازيل **(banon de Brazil)** وسويسرا من خلال مشروع **TELE KURS** حيث تبنت هذه الدول نظام بروتون للبطاقات الالكترونية، نظرا لفعاليته وأمانه.

- **كليب (Clip):** هي بطاقة أطلقت وجربت في جوان 1996 ونظام كليب الأوروبي عبارة عن محفظة الكترونية متعددة العملات، تعتمد على تكنولوجيا البطاقات ذات الذرات الالكترونية الصغيرة وتستخدم كوسيلة للمدفوعات الصغيرة وخاصة من قبل المسافرين الدين يحتاجون إلى مبالغ صغيرة بعملات مختلفة، كما دخل نظام كليب مجال الدفع على الانترنت بالتعاون مع شركة IBM الأمريكية المختصة في مجال الإعلام الآلي والإتصالات.
- **جهاز القرض الآلي: (ALM) (Automated Loan Machine)**: يعد من أجهزة الخدمة الذاتية التي تم استخدامها مؤخرا، وهو عبارة عن حاسوب طرفي يساعد الزبون على التزود بقرض عن طريق وضع معلومات حالية عنه، وقد يتم أيضا سؤال الزبون عدة أسئلة متسلسلة للتعرف على هويته ووضعه الائتماني.

المطلب الثاني: مزايا وعيوب استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال في الخدمات المصرفية [1]

1-مزايا استخدام استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال في الخدمات المصرفية:

تلعب تكنولوجيا المعلومات والإتصال دورا هاما في تحسين جودة الخدمات المصرفية يتمثل في :

- زيادة سرعة تقديم الخدمات.
- تمنح استجابة فورية للعملاء.
- ارتفاع مستوى الدقة في تقديم الخدمة.
- ارتفاع مستوى الخدمات المقدمة.
- زيادة إنتاجية الخدمات.
- انخفاض نسبة الأخطاء مما يؤدي إلى انخفاض التكاليف و زيادة الأرباح.
- تحرير العملاء من قيود المكان والزمان لظهور ما يعرف بالخدمات المنزلية المصرفية home banking
- زيادة راحة الزبون.
- زيادة تعاملات الزبون مع المصرف.
- توفير خدمات مصرفية جديدة وفعالة تأمين خدمات مصرفية بعد ساعات العمل الرسمية.

2-عيوب استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال في الخدمات المصرفية:

رغم الفوائد التي تعود على المصرف لاستخدامه لتكنولوجيا المعلومات والإتصال إلا أنها لا تخلو من العيوب والتي يمكن حصرها فيما يلي:

- مشكلة الأمان من الاحتيال وذلك لانتشار مواقع الخداع والقرصنة الالكترونية.

[1] تيسير العجارمة، مرجع سبق ذكره، ص 206

- تحتاج نوعا ما لمهارات شخصية مما تسبب الإزعاج لبعض المستخدمين.

خلاصة الفصل:

تعد الجودة من أهم المداخل والاستراتجيات التنافسية التي أصبحت تتبعها البنوك، في ظل المتغيرات الاقتصادية الراهنة. فجودة الخدمة هي أساس ثقة العميل في صناعة لا تقوم إلا على الثقة.

ومما لاشك فيه أن أهم ما يميز العمل المصرفي في عصر العولمة هو تعاظم دور التكنولوجيا المصرفية والعمل على تحقيق الاستفادة القصوى من ثمار تكنولوجيا المعلومات والاتصال بغية تطوير نظم ووسائل تقديم الخدمات المصرفية وابتكار تطبيقات جديدة للخدمة المصرفية تتسم بالكفاءة والسرعة في الأداء بما يتواءم مع الإيقاع المتسارع للصناعة المصرفية في القرن الواحد والعشرين، ولهذا أصبح لزاما على البنوك استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال للقيام بنشاطها المصرفي وحتى تتمكن من تقديم خدمات ذات جودة عالية.

الفصل الثالث
دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بومرداس

تمهيد:

رأينا في الدراسة النظرية كيف يمكن استغلال تكنولوجيا المعلومات والإتصال في تحسين جودة الخدمات المصرفية وسنحاول في الجانب التطبيقي هذا دراسة حالة واقع تكنولوجيا المعلومات والإتصال في بنك الفلاحة والتنمية الريفية والدور الذي ألحقته بخدماته المقدمة، حيث أخدنا وكالة بومرداس – 623 – بمدينة بومرداس كميدان لإجراء هذه الدراسة.

ولهذا قسم الفصل إلى ثلاث مباحث، حيث تناولنا في المبحث الأول تقديم عام حول البنك وكالة بومرداس –623 – وأهم خدماتها المقدمة وفي المبحث الثاني تناولنا واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالوكالة محل الدراسة أما المبحث الثالث والأخير فخصص لغرض دراسة وتحليل الاستبيان.

المبحث الأول: تقديم عام حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بومرداس -623-

في هذا المبحث سنتطرق إلى التعريف بالبنك والمجمع الجهوي للاستغلال والوكالة المستقبلة وعرض الهيكل التنظيمي لها

المطلب الأول: التعريف بينك الفلاحة والتنمية الريفية و مراحل تطوره

سيتم التركيز في هذا المطلب على العناصر التالية:[1]

1- تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

ينتمي بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) إلى القطاع العمومي، إذ يعتبر وسيلة من وسائل سياسة الحكومة الرامية إلى المشاركة في تنمية القطاع الفلاحي وترقية العالم الريفي تم إنشاءه بموجب مرسوم رقم 106 المؤرخ في 13 مارس 1982 تبعا لإعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري، وذلك بهدف المساهمة في تنمية القطاع الفلاحي وترقيته، ودعم نشاطات الصناعات التقليدية والحرفية.

وفي هذا الإطار قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتمويل المؤسسات الفلاحية التابعة للقطاع الاشتراكي، مزارع الدولة والمجموعات التعاونية، وكذلك المستفيدين الفرديين للثورة الزراعية، مزارع القطاع الخاص، تعاونيات الخدمات والدواوين الفلاحية والمؤسسات الفلاحية الصناعية إلى جانب قطاع الصيد البحري.

وفي إطار الإصلاحات الاقتصادية تحول بنك الفلاحة والتنمية الريفية بعد عام 1988 إلى شركة مساهمة ذات رأس مال قدره 22 مليار دينار جزائري، مقسم إلى 2200 سهم بقيمة 1.000.000 دج للسهم الواحد، ولكن بعد صدور قانون النقد والقرض في 06-05-1990 الذي منح استقلالية أكبر للبنوك وألغي من خلاله نظام التخصص أصبح بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك يباشر جميع الوظائف التي تقوم بها البنوك التجارية والمتمثلة في منح التسهيلات الائتمانية وتشجيع عملية الإدخار بنوعيها

[1] www.badr-bank.net

بالفائدة وبدون فائدة، والمساهمة في التنمية، مع وضع قواعد تحمي البنك وتجعل معاملاته مع زبائنه اقل مخاطرة ولتحقيق أهدافه وضع البنك إستراتيجية شاملة من خلال التغطية الجغرافية لكامل التراب الوطني بأكثر من 3000 وكالة.

2-تطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

مر بنك الفلاحة والتنمية الريفية في تطوره بأربع مراحل رئيسية وهي:

المرحلة الأولى 1982-1990:

خلال هذه المرحلة انصب اهتمام البنك على تحسين موقعه في السوق المصرفي، والعمل على ترقية العالم الريفي من طريق تكيف فتح الوكالات المصرفية في المناطق ذات النشاط الفلاحي.

المرحلة الثانية 1991-1999:

بموجب قانون النقد والقرض الذي ألغي من خلاله التخصص القطاعي للبنوك توسع نشاط بنك الفلاحة والتنمية الريفية ليشمل مختلف قطاعات الاقتصاد الوطني خاصة قطاع الصناعات الصغيرة والمتوسطة بدون الاستغناء عن القطاع الفلاحي الذي تربطه معه علاقات مميزة، أما في المجال التقني فقد شهدت هذه المرحلة إدخال وتعميم استخدام الإعلام الآلي عبر مختلف وكالات البنك لقد تميزت هذه المرحلة بما يلي :

- **عام 1991:** وتم الانخراط في نظام سويفت "SWIFT" لتسهيل معالجة وتنفيذ عمليات التجارة الخارجية ونظام "SWIFT" عبارة عن نظام اتصال سريع يؤمن مصداقية المعلومات المتبادلة بين البنوك داخليا وخارجيا.
- **عام 1992:** تم وضع نظام" "Sybu يساعد على سرعة أداء العمليات المصرفية من خلال ما يسمى Téletraitement " ونظام Sybu عبارة عن شبكة معلوماتية خاصة ببنك BADR تؤمن ربط الوكالات المصرفية بالمديرية العامة وتسمح بالقيام بأعمال وتعاملات مصرفية تختص بها عمال البنك.
- **عام 1993:** الانتهاء من إدخال الإعلام الآلي على جميع العمليات المصرفية.

- **عام 1994:** بدء العمل بمنتج جديد يتمثل في بطاقة السحب بدر.
- **عام 1996:** إدخال نظام لمعالجة عن بعد لجميع العمليات المصرفية في وقت حقيقي.
- **عام 1998:** بدء العمل ببطاقة السحب ما بين البنوك ((CIB).

المرحلة الثالثة 2002 – 2004:

تميزت هذه المرحلة بمساهمة بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك العمومية في تدعيم وتمويل الاستثمارات المنتجة، ودعم برنامج الإنعاش الاقتصادي والتوجه نحو تطوير قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والمساهمة في تمويل قطاع التجارة الخارجية وفقا لتوجهات اقتصاد السوق، وللتكيف مع التحولات الاقتصادية والاجتماعية التي تعرفها البلاد، واستجابة لاحتياجات ورغبات الزبائن، قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية بوضع برنامج على مدى خمس سنوات يتمحور أساسا حول عصرنه البنك وتحسين أداءه، والعمل على تطوير منتجاته وخدماته، بالإضافة إلى تبنيه استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال العمل المصرفي، هذا البرنامج الطموح حقق نتائج هامة نوردها فيما يلي:

- **عام 2000:** القيام بفحص دقيق النقاط القوة ونقاط الضعف في سياسته، مع وضع إستراتيجية تسمح للبنك باعتماد المعايير العالمية في مجال العمل المصرفي.
- **عام 2001:** سعيا منه لإعادة تقييم موارده قام البنك بإجراء عملية تطهير محاسبية ومالية الجميع حقوقه المشكوك في تحصيله بغية تحديد مركزه المالي ومواجهة المشاكل المتعلقة بالسيولة و غيرها، والعمل على زيادة تقليص مدة مختلف العمليات المصرفية تجاه الزبائن.

إلى جانب ذلك قام البنك بتحقيق مفهوم البنك الحالي La Banque Assise مع خدمات مشخصة.

- **عام 2002:** تعميم تطبيق مفهوم البنك الجالس مع خدمات مشخصة على مستوى جميع وكالات البنك.
- **عام 2004:** لقد كانت سنة 2004 مميزة بالنسبة للبنك الذي عرف إدخال تقنية جديدة تعمل على سرعة تنفيذ العمليات المصرفية تتمثل في عملية نقل الشيك غير الصورة، فبعد أن كان يستغرق وقت تحصيل شيكات البنك مدة قد تصل إلى 15 يوما، أصبح بإمكان الزبائن التحصيل شيكات بنك بدر في وقت وجيز، وهذا يعتر إنجاز غير مسبوق في مجال العمل المصرفي في الجزائر.

المرحلة الرابعة 2005-2015:

يمكن حصر أهم التطورات التي مست بنك الفلاحة والتنمية الريفية في الآتي:

- القيام بتقديم خدماته مصرفية الكترونية كمعرفة العميل لرصيده وحركة حسابه البنكي، بالإضافة إلى تحميل كشوف الحسابات عن طريق فتحة الحساب في موقع تابع للموقع الرسمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية.
- فتح مركز اتصال للإجابة على جميع التساؤلات العملاء الحاليين والمحتملين وانشغالهم على الرقم (0.21.42.84.28).
- المشاركة كعضو في النقابة التي أنشأتها بورصة الجزائر للقيام بدور وسيط يتمثل في جمع طلبات شراء أسهم الروية لإنتاج المشروبات والعصائر وإرسالها إلى مكتب البورصة في الجزائر العاصمة.

3-مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

وفقا للقوانين والقواعد المعمول بها في المحال المصرفي، فإن بنك الفلاحة والتنمية الريفية مكلف بالقيام بالمهام التالية:

- معالجة جميع العمليات الخاصة بالقروض الصرف والصندوق.
- فتح حسابات لكل شخص طالب لها واستقبال الودائع.
- المشاركة في تجميع الإدخارات.

- المساهمة في تطوير القطاع الفلاحي والقطاعات الأخرى.
- تأمين الترقيات الخاصة بالنشاطات الفلاحية وما يتعلق بها.
- تطوير الموارد والتعاملات المصرفية وكذا العمل على خلق خدمات مصرفية جديدة مع تطوير المنتجات والخدمات القائمة.
- تنمية موارد واستخدامات البنك عن طريق ترقية عمليتي الادخار والإستثمار.
- تطوير شبكته ومعاملاته النقدية.
- تقسيم السوق المصرفية والتقرب أكثر من ذوي المهن الحرة التجار والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- الاستفادة من التطورات العالمية في مجال العمل المصرفي.

لقد عمل بنك الفلاحة والتنمية الريفية ولأجل تعزيز مكانته التنافسية والتوجه الاقتصادي الحديد للدولة وسياستها بصفة عامة، بوضع مخطط استراتيجي شرع في تطبيقه مع بداية العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، تلخصت أهم محاوره في:

- إعادة تنظيم وتسيير الهيئات والهيكل التنظيم.
- عصرنة البنك.
- احترافية العاملين.
- تحسين العلاقات مع الأطراف الأخرى.
- تطهير وتحسين الوضعية المالية.

المطلب الثاني: التعريف بالمؤسسة محل الدراسة – وكالة بومرداس 623

1-تعريف الوكالة المستقبلة:

تم إنشاء وكالة بومرداس رقم 623 في 06/01/2006 مع زيادة الحاجة إلى تمويل للمستثمرين الفلاحين، خاصة وأن منطقة بومرداس هي منطقة ساحلية سهلية صالحة للزراعة.

وباعتباره بنك يهدف إلى تمويل النشاط الفلاحي فإنه يعطى امتياز للمهن الفلاحية ويمنحها فروض بشروط أسهل أي بسعر فائدة أقل و ضمانات أخف.

2-مهام الوكالة:

تتمثل المهام التي أنشأت من أجلها الوكالة في:

- تنفيذ مختلف العمليات البنكية الموكلة لها من طرف الزبائن وتحسين العلاقات التجارية مع الزبائن الجدد.
- منح قروض متنوعة لتمويل المؤسسات الاقتصادية و متابعتها.
- قبول الودائع من الجمهور وفتح الحسابات الزبائن سواء بالعملة الصعبة أو المحلية.
- إعداد التقرير السنوي حول نشاطها.
- العمل على تعبئة الضمانات اللازمة.
- منح قروض متنوعة لتمويل الفلاحين وتنمية القطاع الفلاحي.
- ترقية النشاطات الفلاحية الحرفية و الصناعية المرتبطة بالفلاحة.
- الترقية الاقتصادية للعالم الفلاحي.
- تنمية المناطق الريفية.

3-**الهيكل التنظيمي للوكالة:**

يمثل الهيكل التنظيمي للوكالة مختلف الهيئات التي تسهر على حسن سيرها وتنظيمها حيث يقسمه إلى:

أ- **قسم خاص بالزبائن:** Frant-office وهو الجناح الخاص بالزبائن أو بعبارة أخرى هو واجهة الوكالة التي تستقبل الزبائن وتعمل علي توفير الجو المناسب والملائم لهم.

ب- **قسم خاص لمعالجة العمليات البنكية** :Back-office: وهو القسم الذي يشمل كل الاستخدامات التقنية والبشرية عامين، محللين من أجل معالجة الأوامر والعمليات المرسلة من القسم الخاص بالزبائن وهيكلة الوكالة تتكون من:

1-**مدير الوكالة:** ويعتبر المسؤول الأول على الوكالة والمكلف بتطبيق سياساتها التنموية.

2-**كاتب المدير:** وتتمثل مهامه في مساعدة المدير علي التسيير الحسن والربط بين مختلف أنشطة الوكالة.

ج - قسم خاص بالزبائن: وهو المكتب المكلف باستقبال الزبائن والسهر على معالجة وتنفيذ عملياتهم المختلفة مسير من طرف المشرف يتكون من:

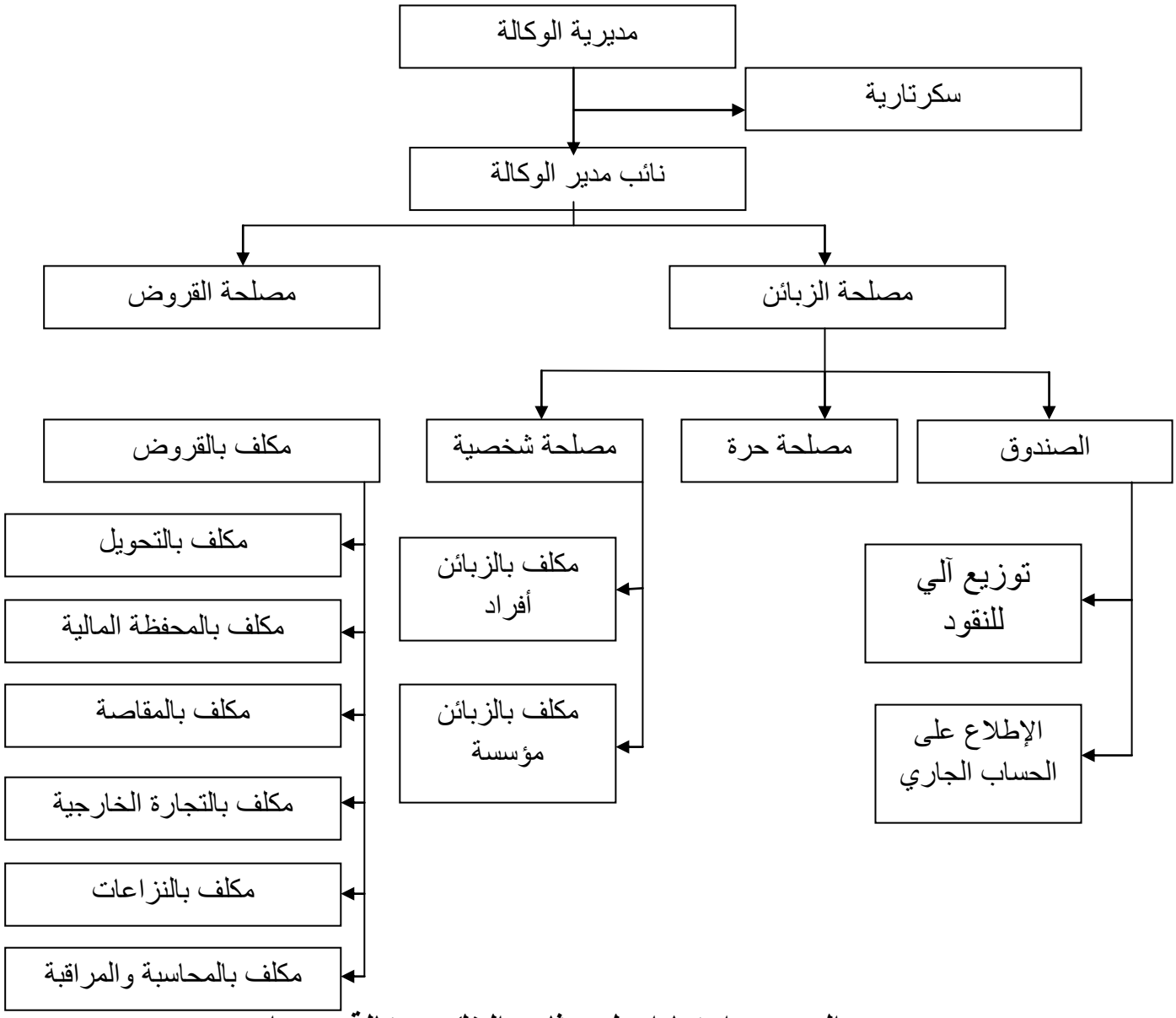
- ✓ **المشرف:** وهو المكلف بالإشراف والمراقبة على عمليات القسم الخاص بالزبائن وضمان الربط بين هذا القسم والقسم المكلف بمعالجة العمليات البنكية.
- ✓ **المكلف بالزبائن (مؤسسة (أفراد):** ويعتبر المتحدث أو المخاطب الممتاز للزبائن إذ ينفذ العمليات ويوجه التصالح للزبائن ويساعدهم على معالجة عملياتهم المختلفة ومن مهامه أيضا:
  - فتح الحساب.
  - استقبال ملفات الفروض ومتابعتها.
  - القيام بمعاينة مشاريع الزبائن عن طريق الزيارة الميدانية.
  - اقتراح المنتجات البنكية كالبطاقة البنكية والإطلاع على حساب عن طريق الأنترنت.
  - التأمين المصرفي.
- ✓ **مصلحة الصندوق:** تعتبر من أهم المصالح في الوكالة والتي ينهم على حمايتها وضمان مركزية الأموال فيها بالشكل الذي يسمح للزبون بوضع الودائع وسحب الأموال الضخمة بكل سرية يشرف على هذه العمليات المكلف بالصندوق والذي يتم تعينه من طرف مدير الوكالة.
- ✓ **مصلحة الخدمات الحرة:** والتي تحتوي على الوسائل المادية الموضوعية من طرف الوكالة تحت تصرف الزبائن والتي تمكن من تنفيذ بعض العمليات بمفرده والاطلاع على حساباته.

د- قسم خاص بمعالجة العمليات البنكية: يعتبر هذا القسم بمثابة امتداد للقسم الأول إذ يوفر لهذا الأخير كل المعلومات والنصائح الضرورية لتنفيذ عمليات الزبون ويهتم أيضا

بالمسائل الإدارية والتقنية مسيرة من طرف مشرف وتحت سلطة المدير المساعد ويتكون من:

- **المشرف:** مسؤول عن رقابة نشاط هذا القسم وضمان التنسيق بين مختلف المصالح الموضوعة تحت إشرافه.
- **مصلحة الدفع:** وهي للمصلحة المكلفة بمختلف عمليات الدفع بأمر من الزبون صاحب الحساب وضمان متابعة العمليات والحسابات المشرقة عليها والمراقبة الدائمة الحسن تنفيذ عمليات الدفع الآلية.
- **مصلحة المحفظة:** يمكن دورها في استقبال المساعدات من البنوك الأخرى في إطار الشراكة ما بين البنوك في محال تحصيل المبالغ المستحقة ضمان معالجة وتسجيل جميع عوارض الدفع.
- **مصلحة المقاصة:** مهمتها الأساسية ضمان عمليات المقاصة خاصة تلك المتعلقة بتغطية الصكوك المحلية على مستوى غرفة المقاصة المتواجدة في بنك الجزائر أو التبادل المباشر مع البنوك الأخرى.
- **مصلحة القانون والمنازعات:** تختم هذه المصلحة كغيرها من المصالح الأخرى بتقديم المساعدات للوكالة في المحال القانوني ودراسة الشكاوي متابعة عملية الحجز والمعارضة حماية حقوق الوكالة لدى الغير وبعبارة أخرى فإنها تهتم بكل ما يتعلق بالناحية القانونية للوكالة.
- **مصلحة المحاسبة والمراقبة:** وهي المكلفة بالتأكد من مصداقية الوثائق المحاسبية وضمان المراقبة والتسجيل المحاسبي لليوم مع إبلاغ المصالح المعنية بكل الأخطاء لاتخاذ الإجراءات اللازمة والشكل الموالي يوضح الهيكل التنظيمي لوكالة بومرداس:623

الشكل رقم 4: الهيكل التنظيمي لوكالة بومرداس 623



المصدر: اعتمادا على وثائق البنك – وكالة بومرداس

المطلب الثالث: المزيج في مصرف الفلاحة والتنمية الريفية – وكالة بومرداس.

المزيج الخدمي هو مجموعة الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف لعملائه.

1-منتجات مصرف الفلاحة و التنمية الريفية – وكالة بومرداس 623

وتتمثل أهم هذه المنتجات فيما يلي:

- **الحساب الجاري:** يكون مفتوحا للأشخاص الطبيعيين والمعنويين الذين يمارسون نشاطا تجاريا ثمار صناعيون، مؤسسا تجارية، فلاحون .....الخ (هذا المنتج المصرفي بدون فوائد).
- **حساب الشيكات (الصكوك):** تكون مفتوحة لجميع الأفراد أو الجماعات التي لا تمارس أي نشاط تجاري جمعيات، إدارة وذوي الأجور الراغبين في الاستعانة بالشيكات لتصفية الحسابات.
- **دفتر التوفير:** هو عبارة عن منتج مصرفي يمكن الراغبين في ادخار أموالهم الفائضة عن حاجاتهم على أساس فوائد محددة من طرف المصرف أو بدون فوائد محددة حسب رغبات المدخرين، وباستطاعة هؤلاء المدخرين الحاملين الدفاتر التوفير القيام بعمليات دفع وسحب الأموال في جميع الوكالات التابعة للمصرف وبذلك فان هذا المنتج يجنب أصحاب دفتر التوفير مشاكل وصعوبات نقل الأموال من مكان لآخر.
- **دفتر توفير الشباب:** هو دفتر مخصص المساعدة أبناء المدخرين للمتمرس والتدريب على الادخار في بداية حياتهم الادخارية، حيث يفتح دفتر التوفير للشباب الذين لا تتجاوز أعمارهم 19 سنة من طرف ممثليهم الشرعيين، كما يستفيد الشاب صاحب الدفتر عند بلوغه الأهلية القانونية ذو الأقدمية التي تزيد عن خمس سنوات من قروض مصرفية تصل إلى مليونين دينار جزائري.
- **بطاقة بدر:** هذه البطاقة موجهة لعملاء مصرف الفلاحة و التنمية الريفية حيث تمكن من القيام بعمليات الدفع و السحب للأوراق النقدية عبر الموزعات الآلية للأوراق النقدية، كما تمكن أصحابها أيضا من القيام بعمليات السحب من الموزعات الآلية للبنوك الأخرى.
- **حساب الصندوق:** عبارة عن تفويض لأجل وبعائد موجه للأشخاص المعنويين والطبيعيين.

- **الإيداعات لأجل:** وهي وسيلة تسهل على الأشخاص الطبيعيين والمعنويين إيداع الأموال الفائضة عن حاجاتهم لآجال مختلفة محددة نسبة فوائد متغيرة من مصرف لآخر.
- **حساب بالعملة الصعبة:** وهو منتج يسمح يجعل نقود المدخرين بالعملة الصعبة متاحة في كل لحظة مقابل عائد محدد شروط المصرف والوكالة المستقبلة.
- **بطاقة ما بين المصارف:** هي بطاقة ممغنطة تسمح لزبون المصرف بسحب مقدار محدد من المال من الموزعات الآلية التابعة للمصرف أو من الموزعات الآلية التابعة للمصارف التي وقعت على إصدار هذه البطاقة والمتمثلة في مصرف الفلاحة والتسمية الريفية، والمصرف الوطني الجزائري، و مصرف التوفير والاحتياط، ومصرف الجزائر الخارجي، القرض الشعبي الجزائري للإشارة فإن هذا المنتج قد بدأ العمل به في عام 2001، وتشرف عليه شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين المصارف.
- **بطاقة السحب:** وهي تسمح بسحب النقود من الموزعات الآلية التابعة لوكالات مصرف الفلاحة والتنمية الريفية، كما يمكن لحاملها أن يقوم بعمليات السحب من الموزعات الآلية للبنوك الأخرى وتسمح أيضا البطاقة من القيام بعدة عمليات مثل الاطلاع على رصيد الحساب، طلب تجديد الشيك.
- **بدر الاستشارة:** خدمة وضعت في متناول عملاء المصرف، تسمح لهم بمعرفة أرصدتهم بواسطة أرقام شخصية يمنحها المصرف عن بعد فهي توفر على العملاء الذهاب إلى مقارنات المصرف للحصول على حركات أرصدتهم.
- **الخدمات عن بعد:** خدمة تسمح بفحص وانجاز مختلف العمليات المصرفية عن بعد وفي وقت سريع، وخاصة بعد إدخال تقنية جديدة والتي تهدف إلى إرسال الشبكات بالصورة وفي أقل وقت ممكن.

وقد قام المصرف يطرح منتجات مالية جديدة في صورة فروض تتمثل في:

- –**القروض الموجهة للاستهلاك:** في بداية جوان 1999 تم إدخال هذا المنتج المالي الجديد إلى السوق، من أجل مساعدة المواطنين أصحاب الدخل المحدود والثابت على اقتناء منتجات الاستهلاك الدائمة بإشراف من المصرف، وذلك عن طريق اتفاقية يعقدها المصرف مع الباعة الخواص في مدة تتراوح بين 12 إلى 36 شهر.
- **القروض الموجهة للسكن:** في نهاية التسعينات دخل هذا المنتج المالي الجديد إلى السوق، من أجل مساعدة المواطنين ذوي الدخول الثابتة في بناء ترميم، توسيع أو ش ره سكنات فردية مقابل فترة تسديد تمتد على فترة 20 سنة بفوائد يتفق عليها المستفيد مع المصرف، وتكون خاضعة للتعديل والتغيير.
- **القروض الاستثمارية:** في بداية عام 2000 قام مصرف الفلاحة والتنمية الريفية بعرض منتجات مصرفية جديدة في شكل قروض استثمارية، موجهة إلى فئات معينة لتشجيعهم في حياتهم المهنية كقروض الاستثمار في القطاع الفلاحي، قروض الاستثمار في مجال الصيد البحري، قروض الاستثمار في القطاع الصحي الأطباء والصيادلة.. الخ.

2– خدمات مصرف الفلاحة و التنمية الريفية – وكالة بومرداس 623:

تظهر أهم هذه الخدمات في:

- ✓ فتح مختلف الحسابات للعملاء وتخليص الصكوك بأمر المعني أو بأمر المعني.
- ✓ التحويلات المصرفية.
- ✓ الخدمات المتعلقة بالدفع والتحصيل فيما يخص التعاملات الخارجية.
- ✓ خدمة كراء الخزائن الحديدية.
- ✓ خدمات المصرف للمعاينة التي تمكن العملاء من معاينة ومراجعة التحويلات التي طرأت على أرصدتهم عبر استعمال الأرقام الشخصية السرية لهم المعطاة من طرف المصرف، من خلال استعمال أجهزة الإعلام الآلي المتاحة.

- ✓ خدمات الفحص السلكي التي تسمح بخدمة أحسن العملاء شبكة الفحص السلكي في تنفيذ العمليات التحويلية المصرفية في الوقت الحقيق.
- ✓ التأمين المصرفي خدمات المصرف الإلكتروني.

ويستعمل مصرف الفلاحة والتنمية الريفية عددا من وسائل الإعلان للتعريف بمنتجاته وخدماته المصرفية المقدمة من طرف وكالاته وخاصة الخدمات الجديدة التي يتم إلحاقها بخدمات الوكالة، وتتمثل هذه الوسائل في:

- ✓ **مجلة المصرف "أخبار بدر:** هي عبارة عن مجلة تصدر كل شهرين تتطرق المختلف نشاطات المصرف في تلك الفترة، يتم من خلالها التعريف بمختلف المنتجات والخدمات المصرفية، وهي ذات استعمال مزدوج حيث توجه الموظفين والزبائن في نفس الوقت.
- ✓ **منشورات خاصة:** هي عبارة عن وسيلة لتعريف الجمهور والزبائن مختلف الخدمات المصرفية، حيث يتم تقديم مثل هذه الوسائل إلى مختلف الوافدين إلى وكالات المصرف.
- ✓ **الملصقات:** هي وسيلة تستخدم للتعريف بمنتجات المصرف وخدماته عن طريق إلصاق لوحات إشهارية بمحاذاة فروع المصرف أو داخله كما تقوم الوكالة بتقديم رزنامات، حاملات مفاتيح، محافظ، مذكرات والتي تحمل شعار المصرف.

بالإضافة إلى أن الوكالة تستخدم موقع المصرف على شبكة الأنترنت www.badr-bank.net كوسيلة من وسائل الإعلان للتعريف وعرض أهم المنتجات والخدمات المصرفية التي يتعامل فيها. ويستخدم المصرف كذلك الوسائل السمعية البصرية كالتلفزيون والراديو للتعريف بالخدمات خاصة الجديدة منها إضافة إلى التشهير من طرف موظفي المصرف للخدمات الجديدة وتقديمها للعملاء وإعطائهم الامتيازات حول هذه الخدمة.

المبحث الثاني: واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في بنك BADR- وكالة بومرداس

تسهر الوكالة على توفير الوقت والجهد والراحة لزبائنها وهذا يتوجب عليها مواكبة التكنولوجيات الحديثة.

المطلب الأول: تجهيزات المعلوماتية المتوفرة في الوكالة

لضمان سير العمل الجيد تحرص الوكالة على توفير الإمكانيات المادية التالية:

1-**أجهزة الكمبيوتر:** تحتوي الوكالة على 16 جهاز كمبيوتر، ذات شاشات عرض مسطحة extra plat تتوزع هذه الأجهزة على بعض المصالح وهي مصلحة الشبابيك الأمانة العامة، مصلحة المراقبة مصلحة الإدارة، وكل جهاز من هذه الأجهزة موصول بطابعة .

2-**البرامج:** البرامج المكتبية المتوفرة على مستوى أجهزة الكمبيوتر في الوكالة هي:

- ✓ 2007(.....Microsoft officer word excel power point.
- ✓ Adobe Reader9
- ✓ برنامج Delta Bank: وهو برنامج فرنسي يستخدم في الوكالة للقيام بالعمليات البنكية، يساهم في تقديم الخدمات للزبائن بكفاءة عالية وسرعة فائقة.

3-**الماسح الضوئي:** تمتلك الوكالة جهازين.

4- **قارئ البطاقة المغناطيسية:** تمتلك الوكالة جهاز خاص بقراءة بطاقاته المغناطيسية موجود تحت تصرف شباك خاص بعملية السحب، حيث يمكن للزبون القيام بعملية السحب من هذا الشباك باستخدام البطاقات دون اللجوء إلى الشبابيك الآلية.

5-**الفاكس:** يمتلك بنك الفلاحة والتنمية الريفية لبومرداس - 623 - جهاز فاكس واحد لإرسال لزبائنه كشوف حساباتهم عند الطلب.

المطلب الثاني: الوسائط الإلكترونية في الوكالة

يضع بنك الفلاحة والتنمية الريفية نظاما خاص بالنقد الآلي وهذا بفضل شركة النقد الآلي والعلاقات بين البنوك التي تزوده بالشبابيك الآلية للبنوك وجهزة الدفع الإلكتروني .. وقبل هذا نتطرق أولا لتعرف " SATIM"

1- تعريف بشركة النقد الآلي والعلاقات بين البنوك « SATIM »

شركة ساتيم هي فرع لثمانية بنوك تجارة جزائرية بنك الفلاحة والتنمية الريفية القرض الشعبي الجزائري البنك الوطني الجزائري، البنك الخارجي الجزائري، بنك التنمية المحلية الصندوق الوطني للادخار والتوفير، الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي، بنك البركة).

نشأت في 25 مارس1995 وهي شركة ذات أسهم رأسمالها مليون دينار، تكمن مهمتها في تحديث التقنيات البنكية وتطوير نظام النقد وعصرنة وسائل الدفع أما الأعمال التي تتطلع عليها فهي إدماج الموزعات الآلية في البنوك والتي تشرف عليها، صناعة البطاقات السكنية خاصة بالدفع والسحب حسب المقاييس المعمول بها دوليا ومنح الرمز السري.

لشركة SATIM مجموعة من المهام من بينها ما يلي:

- ✓ تطبيق برامج حديثة للبطاقات الإلكترونية كوسيلة سحب ودفع.
- ✓ اعتماد التكنولوجيا في الصناعة المصرفية.
- ✓ المؤسسة المشاركة في إنجاز برامج للشبابيك الأوتوماتيكية.
- ✓ تطوير وتسيير أجهزة الصراف الآلي ATM.
- ✓ وضع نظام مشترك بين البنوك للسحب بواسطة الموزعات الآلية المربوطة تخط X25
- ✓ الاحتياط لجميع الأنشطة المصرفية على شبكة النقديات.
- ✓ ضمان احترام التشريعات المالية والنقدية.

2- **أجهزة الصراف الآلي:** تمثل فيما يلي:[1]

أ- **الموزع الآلي Distributeur automatique de Bills:** هو آلة أوتوماتيكية يتم استخدامها في البنك، تسمح لزبائنه بالقيام بعملية السحب من حساباتهم البنكية عن طريق البطاقات المغناطيسية على مدار أيام الأسبوع والأعياد.

ب-**الشباك الآلي Guichet Automatique de Banque:** هو أيضا آلة أوتوماتيكية أكثر تعقيدا وتنوعا وتطورا من السابقة، حيث يقدم خدمات أخرى بالإضافة إلى خدمة السحب وهي: معرفة الرصيد، القيام بتحويلات، طلب شيك تسديد الفواتير.

3- **بطاقات الدفع والسحب الإلكتروني:** جاء استخدام البطاقات البنكية على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية، كاستجابة لمتطلبات التكنولوجيا المصرفية السائدة على الساحة حاليا يستخدمها البنك كأحد السبل التي تساعد على تطوير الخدمة المصرفية وزيادة الطلب عليها، وسيتم ذكر بعض البطاقات الخاصة ببنك الفلاحة والتنمية الريفية في ما يلي:[2]

أ- **بطاقة CIP:** وهي بطاقة تستخدم للسحب والإيداع عن طريق الموزعات الآلية للأوراق النقدية التي تقع خارج مبنى البنك، أو باستخدام الشبابيك الآلية للأوراق النقدية داخل البنك مع العلم أن السحب يكون مسقف من طرف البنك.

ب-**بطاقة السحب البنكية CBR:** يتم الحصول على هذه البطاقة عن طريق إبرام عقد بين الزبون والبنك يحتوي شروط الاستعمال وسعر البطاقة، لا يمكن السحب بهذه البطاقة إلا من موزعات بنك الفلاحة والتنمية الريفية بدأ التعامل بها على مستوى الوكالة منذ سبتمبر 2005، تسمح هذه البطاقة بالقيام بعمليات السحب في أقل وقت ممكن وبكل أمان.

[1] وثائق من الوكالة.

[2] وثائق من الوكالة.

ت-**البطاقة الذهبية Gold Carte:** بدأ استخدام هذه البطاقة على مستوى الوكالة في أواخر سنة 2008 تمنح لمدة معينة من العملاء وهم التجار ذوي المداخيل المرتفعة تقدر تكلفتها ب 1200 دج، وتوفر سقف سحب أكثر من البطاقات العادية.

ث-**البطاقة العادية La Carte Classique:** في بطاقة تقدم خدمتي الدفع والسحب، تمنح لفئة العملاء من الموظفين العاديين وذوي المداخيل المحدودة.

ج-**بطاقة التوفير:** تخص هذه البطاقة دفاتر الإدخار وهي حديثة الاستعمال في تلك الفلاحة والتنمية الريفية.

هذه البطاقات تسمح لحاملها بالقيام بعدة عمليات سحب من خلال أجهزة الصراف الآلي داخل التراب الوطني على مستوى البنوك المنخرطة في الشبكة النقدية ما بين البنوك RMI و المتمثلة في بنك الفلاحة و التسمية الريفية بالإضافة إلى البنوك التالية:

CPA–CNEP–BDL–BNA–BEA–PTT

والسحب يتم في حدود المبلغ المسموح به.

المطلب الثالث: الشبكة المعلوماتية وتطبيقها في الوكالة

يتطلع البنك إلى تقديم الخدمات لزبائنه أينما وجدوا وهذا يتطلب توفر شبكة ونظام لنقل وحفظ المعلومات.

1- **الشبكة المعلوماتية:** يوجد في الوكالة نوعين من الشكات هما:

أ- **الشبكة المحلية:** يتواجد بالوكالة شبكة محلية (LAN) تربط بين الخادم وأجهزة الكمبيوتر وتأخذ هذه الشبكة هيكلة السلسلة (الخطي) و يرجع السبب وراء اختيار هذا النوع من الهيكلة هو أنه في حالة توقف أحد الأجهزة لا تتعطل الشبكة كما تتميز هاته الشبكة بسهولة إدارتها وسهولة إضافة أو سحب حواسيب من الشبكة.

ب-**الشبكة الخارجية:** تمتلك الوكالة شبكة خارجية (الإكسترانت) من نوع التوزيع، بحيث يمكن لأي زبون يملك حساب بنكي أن يدخل موقع البنك ويطلع على بعض الصفحات عن طريق رقم حسابه (numéro d'abonné) و كلمة السر التي تمنحها

له الوكالة، بحيث يسمح لأي زبون من خلال هذه الشبكة أن يقوم بالإطلاع على رصيد الحساب، تحميل كشوف حساباته المفضلة، تلقي كشوف حساباته عبر الفاكس، تلقي رصيد حسابه الجاري غير الرسائل القصيرة، ويتمثل موقع البنك في: www.badr-bank.net

ت-**شبكة الإنترنت:** يشترك البنك بالشبكة العالمية للإنترنت.

ث-**أمن الشبكة:** لضمان العمل الجيد الشبكة في البنك يتخذ البنك احتياطات أمنية تتمثل في برامج مضادة للفيروسات. (Kaspersky internet Security antivirus).

2- **التطبيقات المعلوماتية على الشبكة:**

يتوفر داخل الوكالة نظام معلومات مشترك عن طريق الشبكة الداخلية.

أ- **نظام Télé COMPANSATION** وهو نظام يسمح لزبائن بنك Badr بالسحب من أي بنك آخر منخرط في الشبكة النقدية البنكية RMI.

المبحث الثاني: تحليل البيانات واختبار الفرضيات وعرض النتائج وتحليلها

ضمن هذا المبحث عرضا لتحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية(Spss) ، حيث نقوم أولا بوصف الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة، وبعد إجراء تحليل وصفي لإجابات موظفي عينة الدراسة، وبعد ذلك نقوم باختبار فرضيات الدراسة

المطلب الأول: مجالات الدراسة

تتمثل مجالات الدراسة فيما يلي:

الحدود المكانية: أجريت هذه الدراسة بـ: بنك الفلاحة والتنمية الريفية

الحدود البشرية: العاملين والموظفين بالمؤسسة

الحدود الزمنية:أجريت هذه الدراسة خلال فصل الثاني من السنة الداراسة 2022-2023

مجتمع وعينة الدراسة: تتكون من 30 عامل

أدوات الدراسة: تم إعداد استبانة صممت خصيصاً لغرض جمع البيانات، وتم توزيعها على مجتمع الدراسة، وتم تحليل نتائج هذا الاستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي spss قد تم إعداد الإستبانة على النحو الآتي:

- ✓ إعداد استبانه أولية من أجل استخدامها في جمع البيانات والمعلومات.
- ✓ عرض الإستبانة على المشرف من أجل اختبار مدى ملاءمتها لجمع البيانات.
- ✓ تعديل الإستبانة بشكل أولي حسب ما يراه المشرف.
- ✓ عرض الاستبانة على الاساتذة المحكمين
- ✓ توزيع الإستبانة على جميع أفراد العينة لجمع البيانات اللازمة للدراسة، ولقد تم تقسيم الإستبانة إلى جزأين كما يأتي:

الجزء الأول: يتكون من البيانات العامة لعينة الدراسة: الجنس، السن، المستوى الدراسي، الوظيفة، سنوات الخبرة في مجال العمل البنكي، اسم البنك الذي تعمل به.

الجزء الثاني: قسم على محورين:

المحور الأول: استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال

المحور الثاني: جودة الخدمة المصرفية.

وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على مقياس ليكرت الخماسي لقياس متغيرات الدراسة، حيث تم إعطاء درجات مقياس للدراسة، والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم(1-3): درجات مقياس ليكرت الخماسي.

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

المصدر: من إعداد الطالبين.

وانطلاقاً من هذه الدرجات ولتحديد الحدود الاتجاهات لكل فئة من فئات ليكرت الخماسي تم حساب طول المدى (4=1-5)، ثم قسمة طول المدى على عدد الفئات (4/5=0,8)، بعد ذلك إضافة العدد 0,8 إلى كل فئة تدريجيا ابتداءا من الفئة الأولى والنتائج كالآتي:

تقدير الاتجاهات وفقا لمقياس ليكرت الخماسي:

الجدول رقم (2-3): تقدير الاتجاهات

المتوسط	الاتجاه العام
[1.00 – 1.79]	غير موافق بشدة
[1.80 – 2.59]	غير موافق
[2.60 – 3.39]	محايد
[3.40 – 4.19]	موافق

[4.20 – 5.00]	موافق بشدة

المصدر: من إعداد الطالبين.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها، فقد تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام برنامج Spss، وفيما يلي مجموعة من الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات:

- ✓ قياس معامل ثبات الاستبيان ألفا كرونباخ.
- ✓ التكرارات والنسب المئوية.
- ✓ المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- ✓ معامل الارتباط الخطي لسبيرمان Spearman.
- ✓ معامل الارتباط الخطي لبيرسون Pearson.
- ✓ الانحدار الخطي البسيط.

المطلب الثاني: صدق وثبات الاستبيان

لاختبار مدى صدق وثبات الاستبيان وللتأكد من مصداقية المستجوبين في الإجابة على أسئلة الاستبيان لكل محور على حدا فقد تم استخدام معامل آلفا كرونباخ لتحقق من ذلك.

وكانت النتائج كالآتي:

الجدول رقم (3-3): نتائج معامل ألفا كرونباخ لأداة الاستبيان.

رقم المحور	عنوان المحور	عدد العبارات	ألفا كرونباخ
1	استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال	35	0.963
2	جودة الخدمة المصرفية	22	0.968

جميع محاور الاستبيان	57	0.980

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج spss.

يتضح لنا من خلال الجدول أن معامل الثبات ألفا كرونباخ للمحور الأول: استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك والثاني: جودة الخدمة المصرفية كانت قيمته أكبر من 0,60%، فيما بلغت قيمة معامل الثبات الإجمالي 0,980 وهي قيمة تفوق 0,60%، وهذا يدل على أن أداة الاستبيان تتمتع بالثبات وصادقة لما وضعت لأجله.

أولا: الاتساق الداخلي للمحاور

وذلك بالاعتماد على معامل الارتباط سبيرمان spearman لقياس مدى توافق واتساق كل محور مع العبارات التي يتضمنها.

الاتساق الداخلي للمحور الأول: استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال

الجدول رقم (4-3): الاتساق الداخلي لعبارات محور الأول

الرقم	العبارات	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
1	يتوفر البنك على عدد كافي من أجهزة الحاسوب للقيام بالعمل البنكي	0.658**	0.000
2	يتوفر في مكان عملك أجهزة حاسوب حديثة	0.377*	0.040
3	تقوم ملحقات الحاسوب (سكنر، طابعة) المتوفرة بتغطية جميع الإحتياجات بغرض الإستفادة منها في أعمال البنك الذي تعمل به	0.394*	0.031
4	تتوفر في البنك الذي تعمل به البمجيات التي تؤدي إلى توفير قدرات كافية للعمل	0.517**	0.003
5	يتوفر البنك على برمجيات متطورة	0.598**	0.000
6	تساعد المعلومات التي تقدمها البرمجيات في تحديد نقاط القوة أو الضعف في البدائل المتاحة لإنجاز العمل	0.647**	0.000
7	استخدام الأجهزة والبرمجيات يسهل العمل أكثر من العمل اليدوي	0.419*	0.021

8	يحرص البنك الذي تعمل به على تحديث البرمجيات باستمرار لخدمة أهداف العمل	0.651**	0.000
9	البرمجيات المستخدمة في البنك تتناسب مع طبيعة العمل المطلوب	0.710**	0.000
10	تتلائم البرامج المستخدمة في البنك مع احتياجات معالجة المعلومات	0.618**	0.000
11	يتعاون البنك الذي تعمل به مع البنوك الأخرى فيما يخص ما لديها من برمجيات لإنجاز أعمالها	0.529**	0.003
12	تعمل قواعد البيانات في البنك الذي تعمل به على تقليل من ازدواجية تكرار البيانات والمعلومات	0.702**	0.000
13	توفر قواعد البيانات في البنك الذي تعمل به القدرة على ربط البيانات المتعلقة ببعضها البعض أو المختلفة حسب الحاجة	0.734**	0.000
14	تقوم قواعد البيانات الحديثة بعمليات التجمع والإعداد والتخزين للملفات	0.658**	0.000
15	تزيد قواعد البيانات من أمن البيانات وتكاملها لأن النظام يضبط محاولات الدخول إليها ويتحقق من صلاحية الشخص (المستخدم) في الحصول على المعلومات	0.718**	0.000
16	تعمل قواعد البيانات على تحسين العلاقة بين المستخدم والنظام بسبب سهولة إدخال واستخراج المعلومات	0.604**	0.000
17	تتوفر في البنك نظام اتصالات حديثة ذات جودة عالية	0.580**	0.001
18	تدفق الأنترنيت داخل البنك يكون شامل سريع	0.496**	0.005
19	يمتلك البنك موقع على الأنترنيت	0.452*	0.012
20	يتم التعامل مع الزبائن الألكترونيا عن طريق الأنترنيت	0.430*	0.018
21	يتم استخدام الأنترنيت بصورة واسعة في إطار الإتصالات الفعالة مع الزبائن	0.610**	0.000
22	يساهم البريد الإلكتروني (e-mail)في زيادة القدرة على تبادل المعلومات	0.454*	0.012
23	تقوم أجهزة الإتصال (الهاتف، الفاكس، الأنترنيت) المتوفرة بتغطية جميع احتياجات العمل بالبنك	0.737**	0.000
24	تساهم نظم المعلومات المستخدمة في سرعة انجاز العمل	0.353	0.056
25	توفر نظم المعلومات في البنك الأشكال والجداول والعروض البيانية	0.548**	0.002
26	يتم التعامل مع نظم المعلومات الإدارية بدرجة عالية من السرية	0.524**	0.003
27	تثق بنظم المعلومات المستخدمة في البنك الذي تعمل به	0.390*	0.033
28	يتوفر في نظم المعلومات الموجود بالبنك الذي تعمل به على أجهزة الحماية والأمن مما يمنع الآخرين من التلاعب بالبيانات المخزنة	0.386*	0.035

29	يوجد بالبنك الذي تعمل به قسم المعلومات والإتصالات	0.483**	0.007
30	يتوفر للعاملين في البنك برامج تدريبية في مجال استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصالات	0.687**	0.000
31	تمتلك المهارة في استخدام الحاسوب كوسيلة لإنجاز العمل البنكي	0.544**	0.002
32	لديك المعرفة الكاملة في استخدام الأنترنيت لإنجاز العمل البنكي	0.514**	0.004
33	تستطيع إدخال البيانات ومعالجتها والحصول على المعلومات اللازمة لإنجاز العمل	0.714**	0.000
34	يتوفر في البنك ذوي الكفاءات الفنية القادرة علة استخدام المعلومات والإتصالات	0.608**	0.000
35	يقوم البنك الذي تعمل به بدورات تدريبية للعاملين في مجالات المعلومات والإتصالات لرفع كفاءتهم	0.527**	0.003

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج SPSS.

يتبين لنا من خلال الجدول أن معامل الارتباط لسبيرمان لعبارات المحور الأول: استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك كانت كلها موجبة وعند مستوى معنوية أقل من 0,05 وهذا يدل على اتساق وصدق العبارات، وأنها تقيس ما وضعت لأجله.

الاتساق الداخلي للمحور الثاني: جودة الخدمة المصرفية

الجدول رقم (5-3): الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني

الرقم	العبارات	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
1	تتوفر لدى البنك تجهيزات تقنية حديثة تقدم خدمات تنافسية	0.703**	0.000
2	يملك البنك موقع جذاب يزيد من إقبال الزبائن	0.779**	0.000
3	التصميم الداخلي للبنك منظم ومتكامل	0.786**	0.000
4	يتمتع موظفو البنك بالأناقة و اللباقة في التعامل مع الزبائن	0.861**	0.000
5	يمتلك البنك قاعات كافية للانتظار	0.785**	0.000
6	يمكن الاعتماد على موظفي البنك	0.568**	0.001
7	يفي البنك بوعوده للزبائن فيما يخص تقديم الخدمات في الأوقات المحددة	0.630**	0.000

8	يمكن الثقة بمهارة موظفي البنك على تقديم الخدمات بشكل جيد من أول مرة	0.460*	0.011
9	يحتفظ البنك بسجلات وكشوفات دقيقة عن زبائنه	0.716**	0.000
10	يتمتع موظفو البنك بمهارة في تقديم الخدمات	0.806**	0.000
11	يقوم البنك بتقديم خدمات سريعة	0.543**	0.002
12	الاستجابة السريعة لشكاوى العملاء أو استفساراتهم ضرورة ملحة.	0.376*	0.041
13	تعطى مواعيد محددة لأداء الخدمة المصرفية	0.384*	0.036
14	يقدم البنك للزبائن جميع المعلومات المتعلقة بأي خدمات جديدة باستخدام وسائل الاتصال الحديثة)هاتف نقال، انترنت)...	0.568**	0.001
15	يشعر الزبائن بالأمان عند تعاملهم مع البنك	0.583**	0.001
16	يظهر الموظف المعرفة الشخصية بالزبون ويحرص على الترحيب به	0.653**	0.000
17	يبلغ البنك الزبائن بالتطورات التي تمس الأعمال المصرفية داخل البنك	0.591**	0.001
18	توفر الأدوات الإلكترونية وسائل الحماية يساهم في طمأنة الزبائن للتعامل مع البنك	0.709**	0.000
19	يوفر البنك ساعات عمل ملائمة لظروف الزبون	0.608**	0.000
20	يتعامل موظفو البنك مع الزبائن بالترحيب بهم ومراعاة ظروفهم والتعاطف معهم	0.706**	0.000
21	يضع البنك مصلحة الزبون في قمة اهتماماته	0.645**	0.000
22	يولي البنك رعاية خاصة وفردية بكل زبون	0.686**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج SPSS.

يتضح لنا من خلال الجدول أن معامل الارتباط لسبيرمان لعبارات المحور الثاني: جودة الخدمة المصرفية في البنك كانت كلها موجبة وعند مستوى معنوية أقل من 0,05 وهذا يدل على اتساق وصدق العبارات، وأنها تقيس ما وضعت لأجله.

المطلب الثالث: عرض النتائج وتحليل البيانات

أولا: النتائج المتعلقة بالبيانات الشخصية لعينة الدراسة.

1. **الجنس:**

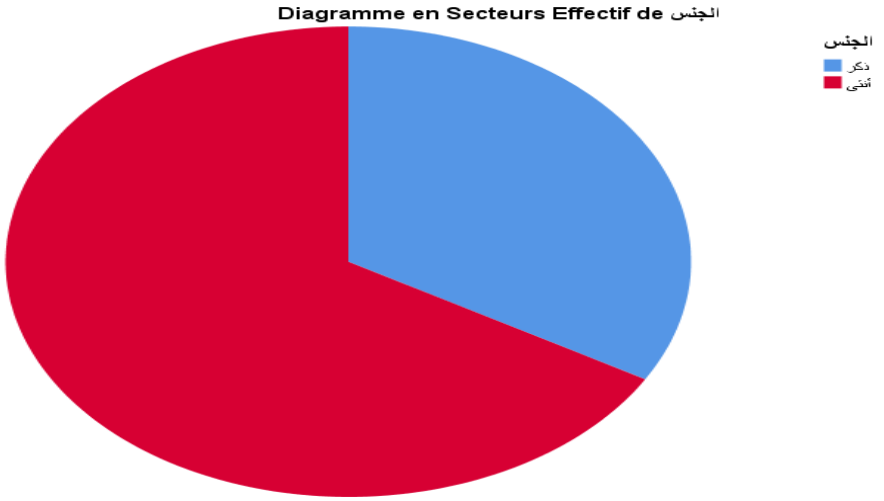
الجدول رقم (6-3): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	10	% 33.3
أنثى	20	% 66.7
المجموع	30	% 100

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج SPSS

يتضح لنا من خلال الجدول أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية تعتمد بشكل كبير على الفئة القادرة على إعطاء إضافة من حيث الجهد العضلي والفكري، حيث كانت نسبة الإناث تفوق نسبة الذكور، حيث كانت نسبة الذكور 33.3 %، ونسبة الإناث 66.7%.

الشكل رقم (1-3): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج SPSS.

2. السن:

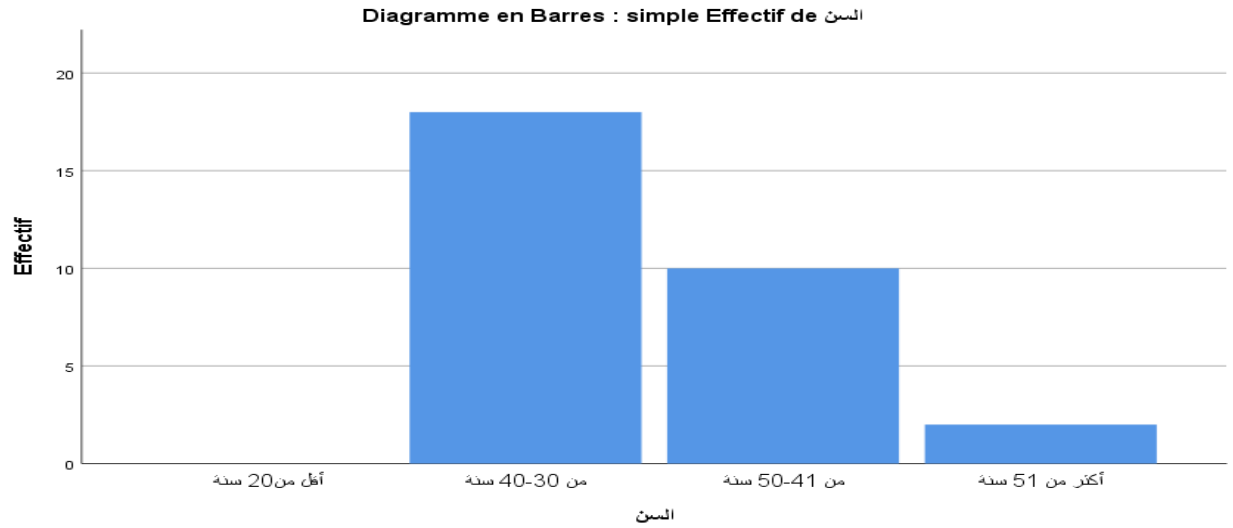
الجدول رقم (7-3): توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

السن	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 20 سنة	0	% 0
من 30- 40 سنة	18	% 60
من 41-50 سنة	10	% 33.3
أكثر من 50 سنة	2	% 6.7
المجموع	**30**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج SPSS.

يتضح لنا من خلال الجدول أن المؤسسة تعتمد بشكل كبير على الفئة القادرة على إعطاء إضافة من حيث الجهد العضلي والفكري، حيث كانت نسبة الأفراد الذين تقل أعمارهم عن 20 سنة 0%، تليها فئة 30- 40 بـ 60% ثم تليها فئة 41-50 بنسبة 3.33 %، بينما فئة الأفراد الذين تزيد أعمارهم عن 50 سنة فقدرت بـ: 6.7%.

الشكل رقم (2-3): توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج SPSS.

3. المستوى الدراسي:

الجدول رقم (8-3): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي.

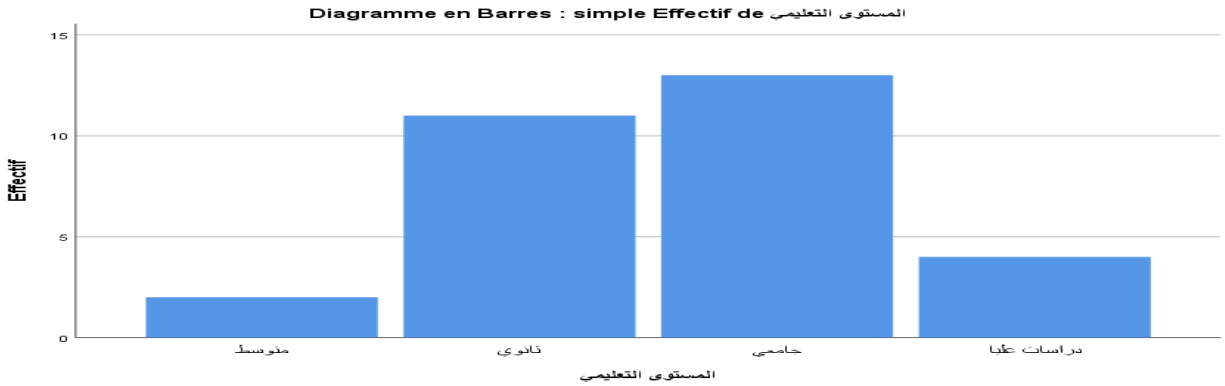
المستوى الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
متوسط	2	% 6.7
ثانوي	11	% 36.7
جامعة	13	% 43.3
دراسات عليا	4	% 13.3
المجموع	30	%100

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج SPSS.

تضح لنا من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة من مستوى الدراسي جامعة حيث بلغت نسبتهم 43.3%، تليها فئة الأفراد الحاصلين على مستوى ثانوي بنسبة % 36.7، بينما بلغت نسبة الأفراد من ذوي الدراسات العليا 13.3%، لتليها مستوى متوسط بنسبة 6.7%.

يعود ذلك إلى حيز توزيع استمارات الاستبيان حيث خصص أغلباها لطبقة الإداريين بالمؤسسة.

الشكل رقم (3-3): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SPSS.

4. مدة التعامل مع البنك:

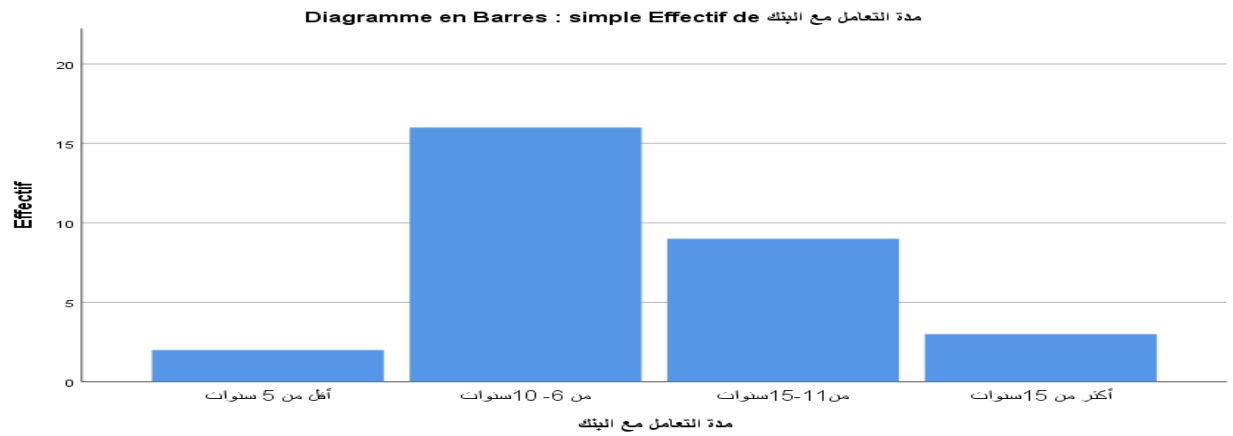
الجدول رقم (9-3): توزيع أفراد العينة حسب متغير مدة التعامل مع البنك.

مدة التعامل مع البنك	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 5 سنة	2	% 6.7
من 6-10 سنوات	16	% 53.3
من 11-15 سنوات	9	% 30
أكثر من 15 سنوات	3	% 10
المجموع	**30**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج SPSS.

يتضح لنا من خلال الجدول أن نسبة 53.3% من العاملين لديهم مدة التعامل البنك تتراوح بين 6-10 سنوات، كما أن نسبة 30% من لديهم مدة التعامل بين 11-15 سنوات، وهذا يدل على المؤسسة تعتمد على التطوير والتدريب للعاملين، بينما كانت نسبة الأفراد الذين لديهم مدة التعامل مع البنك بنسبة 10% و 6.7 % لكل من أكثر من 15سنة وفئة أقل من 5 سنوات على التوالي.

الشكل رقم (4-3): توزيع أفراد العينة حسب مدة التعامل مع البنك.



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج SPSS.

5. الوظيفة

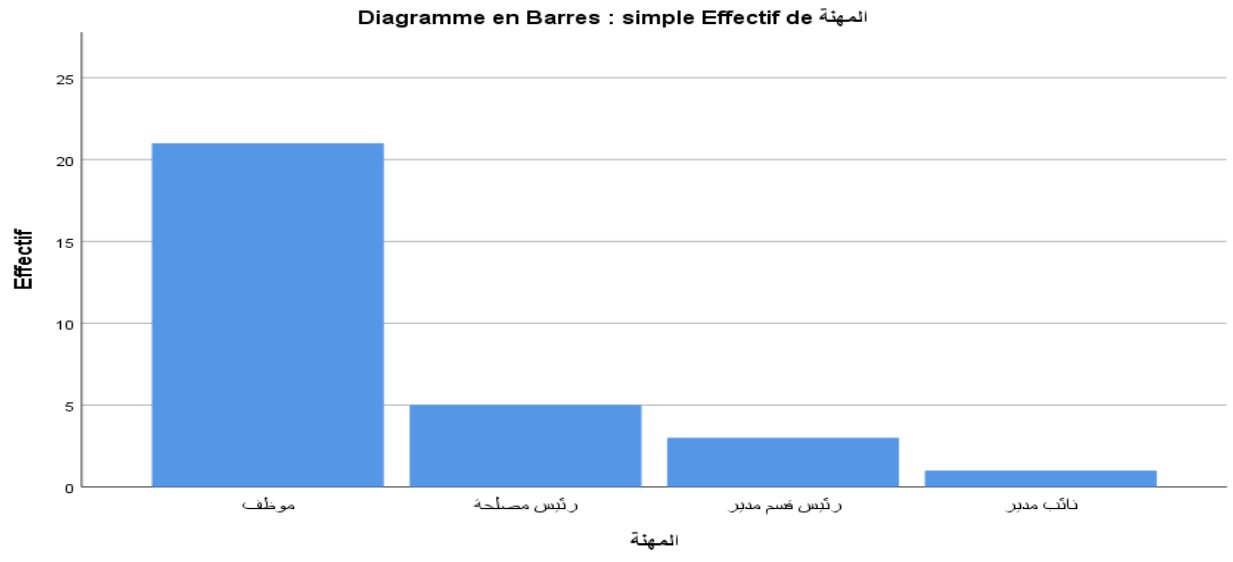
الجدول رقم (10-3): توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة

الوظيفة	التكرار	النسبة المئوية
موظف	21	% 70
رئيس مصلحة	5	% 16.7
رئيس قسم مدير	3	% 10
نائب مدير	1	%3.3
مجموع	**30**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج SPSS.

يتضح لنا من خلال الجدول أن نسبة 70% من العاملين الذين منصبهم موظف ونسبة 16.7% لأصحاب منصب رئيس مصلحة، كما أن نسبة 10% من لديهم منصب رئيس قسم مدير، لتليها صاحب منصب نائب مدير بنسبة 3.3%.

الشكل رقم (5-3): توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة.



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج SPSS.

6. اسم البنك

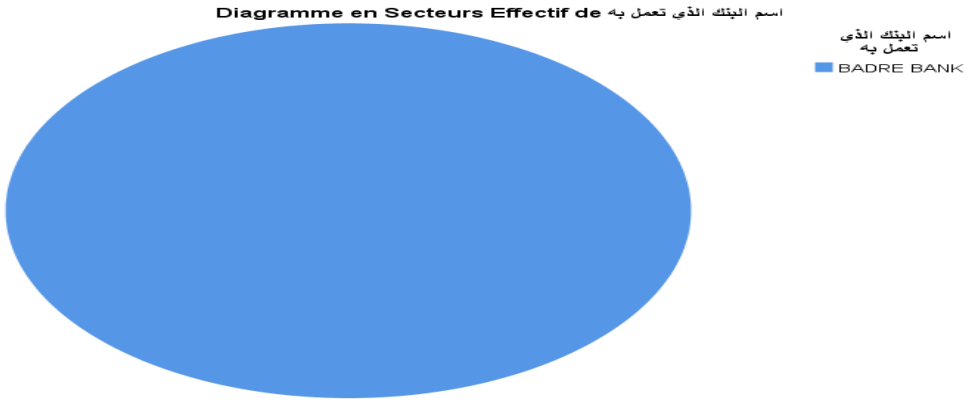
الجدول رقم (11-3): توزيع أفراد العينة حسب متغير اسم البنك

العبارة	التكرار	النسبة المئوية
BADRE BANK	30	%100
المجموع	**30**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج SPSS

نلاحظ أن كل الإستبيانات وزعت موظفي بنك البدر

الشكل رقم (6-3): توزيع أفراد العينة حسب اسم البنك



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج SPSS

ثانيا: تحليل نتائج إجابات الأفراد المستجوبين حول محاور الاستبيان:

لمعرفة درجة الموافقة حول كل محور قمنا باستخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والاتجاهات العامة لإجابات الأفراد حول جميع أسئلة محاور الاستبيان.

- **النتائج المتعلقة باتجاه آراء المستجوبين حول فقرات المحور الأول: استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال**

الجدول رقم (12-3): النتائج المتعلقة باتجاه آراء المستجوبين حول فقرات المحور الأول

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	الترتيب	الإتجاه العام
		التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار				
		%	%	%	%	%				
01	يتوفر البنك على عدد كافي من أجهزة الحاسوب للقيام بالعمل البنكي	0	2	0	19	2	4.17	0.747	1	موافق
		% 0	% 6.7	% 0	% 63.3	% 6.7				
02	يتوفر في مكان عملك أجهزة حاسوب حديثة	1	4	3	16	6	3.73	1.048	24	موافق
		% 3.3	% 13.3	% 10	% 53.3	% 20				
03	تقوم ملحقات الحاسوب (سكنر، طابعة) المتوفرة بتغطية جميع الإحتياجات بغرض الإستفادة منها في أعمال البنك الذي تعمل به	0	4	1	20	5	3.87	0.860	14	موافق
		% 0	% 13.3	% 3.3	% 66.7	% 16.7				
04	تتوفر في البنك الذي تعمل به البمجيات التي تؤدي إلى توفير قدرات كافية للعمل	0	3	2	21	4	3.87	0.776	15	موافق
		% 0	% 10	% 6.7	% 70	% 13.3				
05	يتوفر البنك على برمجيات متطورة	1	3	5	16	5	3.70	0.988	26	موافق
		% 3.3	% 10	% 16.7	% 53.3	% 16.7				
06	تساعد المعلومات التي تقدمها البرمجيات في تحديد نقاط القوة أو الضعف في البدائل المتاحة لإنجاز العمل	0	3	2	22	3	3.83	0.747	17	موافق
		% 0	% 10	% 6.7	% 73.3	% 10				
07	استخدام الأجهزة	4	3	0	17	6	3.60	1.303	30	موافق

	والبرمجيات يسهل العمل أكثر من العمل اليدوي	13.3 %	% 10	% 0	% 56.7	% 20				
08	يحرص البنك الذي تعمل به على تحديث البرمجيات باستمرار لخدمة أهداف العمل	0	4	0	16	10	4.07	0.944	4	موافق
		% 0	% 13.3	% 0	% 53.3	% 33.3				
09	البرمجيات المستخدمة في البنك تتناسب مع طبيعة العمل المطلوب	0	3	0	21	6	4.00	0.788	6	موافق
		% 0	% 10	% 0	% 70	% 20				
10	تتلائم البرامج المستخدمة في البنك مع احتياجات معالجة المعلومات	0	2	0	19	9	4.17	0.747	2	موافق
		% 0	% 6.7	% 0	% 63.3	% 30				
11	يتعاون البنك الذي تعمل به مع البنوك الأخرى فيما يخص ما لديها من برمجيات لإنجاز أعمالها	0	3	3	15	9	4.00	0.910	7	موافق
		% 0	% 10	% 10	% 50	% 30				
12	تعمل قواعد البيانات في البنك الذي تعمل به على تقليل من ازدواجية تكرار البيانات والمعلومات	2	3	4	16	5	3.63	1.098	28	موافق
		% 6.7	% 10	% 13.3	% 53.3	% 16.7				
13	توفر قواعد البيانات في البنك الذي تعمل به القدرة على ربط البيانات المتعلقة ببعضها البعض أو المختلفة حسب الحاجة	0	4	1	20	5	3.87	0.860	16	موافق
		% 0	% 13.3	% 3.3	% 66.7	% 16.7				
14	تقوم قواعد البيانات الحديثة بعمليات التجمع والإعداد	0	4	1	19	6	3.90	0.885	12	موافق
		% 0	% 13.3	% 3.3	% 63.3	% 20				

	والتخزين للملفات								
15	تزيد قواعد البيانات من أمن البيانات وتكاملها لأن النظام يضبط محاولات الدخول إليها ويتحقق من صلاحية الشخص (المستحدم) في الحصول على المعلومات	0	4	19	0	7	3.97	0.890	8	موافق
		0 %	13.3 %	63.3 %	0 %	23.3 %				
16	تعمل قواعد البيانات على تحسين العلاقة بين المستخدم والنظام بسبب سهولة إدخال واستخراج المعلومات	2	2	1	16	9	3.93	1.112	10	موافق
		6.7 %	6.7 %	3.3 %	53.3 %	30 %				
17	تتوفر في البنك نظام اتصالات حديثة ذات جودة عالية	3	3	6	15	3	3.40	1.133	34	موافق
		10 %	10 %	20 %	50 %	10 %				
18	تدفق الأنترنيت داخل البنك يكون شامل سريع	4	3	6	15	2	3.27	1.172	35	محايد
		13.3 %	10 %	20 %	50 %	6.7 %				
19	يمتلك البنك موقع على الأنترنيت	3	0	2	19	6	3.83	1.085	18	موافق
		10 %	0 %	6.7 %	63.3 %	20 %				
20	يتم التعامل مع الزبائن الألكترونيا عن طريق الأنترنيت	1	5	2	18	4	3.63	1.033	29	موافق
		3.3 %	16.7 %	6.7 %	60 %	13.3 %				
21	يتم استخدام الأنترنيت بصورة واسعة في إطار الإتصالات الفعالة مع الزبائن	3	2	6	14	5	3.53	1.167	31	موافق
		10 %	6.7 %	20 %	46.7 %	16.7 %				
22	يساهم البريد الإلكتروني(e-mail) في زيادة القدرة على تبادل المعلومات	1	5	4	17	3	3.53	1.008	32	موافق
		3.3 %	16.7 %	13.3 %	56.7 %	10 %				
23	تقوم أجهزة الإتصال	0	5	3	17	5	3.73	0.944	25	موافق

	(الهاتف، الفاكس، الأنترنيت) المتوفرة بتغطية جميع احتياجات العمل بالبنك	% 0	% 16.7	% 10	% 56.7	% 16.7				
24	تساهم نظم المعلومات المستخدمة في سرعة انجاز العمل	2	0	3	21	4	3.83	0.913	19	موافق
		% 6.7	% 0	% 10	% 70	% 13.3				
25	توفر نظم المعلومات في البنك الأشكال والجداول والعروض البيانية	0	2	3	19	6	3.97	0.765	9	موافق
		% 0	% 6.7	% 10	% 63.3	% 20				
26	يتم التعامل مع نظم المعلومات الإدارية بدرجة عالية من السرية	0	2	0	20	8	4.13	0.730	3	موافق
		% 0	% 6.7	% 0	% 66.7	% 26.7				
27	تثق بنظم المعلومات المستخدمة في البنك الذي تعمل به	1	5	2	16	6	3.70	1.088	27	موافق
		% 3.3	% 16.7	% 6.7	% 53.3	% 20				
28	يتوفر في نظم المعلومات الموجود بالبنك الذي تعمل به على أجهزة الحماية والأمن مما يمنع الآخرين من التلاعب بالبيانات المخزنة	0	4	0	16	10	4.07	0.944	5	موافق
		% 0	% 13.3	% 0	% 53.3	% 33.3				
29	يوجد بالبنك الذي تعمل به قسم المعلومات والإتصالات	0	3	2	19	6	3.93	0.828	11	موافق
		% 0	% 10	% 6.7	% 63.3	% 20				
30	يتوفر للعاملين في البنك برامج تدريبية في مجال استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصالات	0	4	4	15	7	3.83	0.950	20	موافق
		% 0	% 13.3	% 13.3	% 50	% 23.3				
31	تمتلك المهارة في	0	4	1	19	6	3.90	0.885	13	موافق

	استخدام الحاسوب كوسيلة لإنجاز العمل البنكي	% 0	% 13.3	% 3.3	% 63.3	% 20			
32	لديك المعرفة الكاملة في استخدام الأنترنيت لإنجاز العمل البنكي	4	5	1	14	6	3.43	1.357	33	موافق
		13.3 %	% 16.7	% 3.3	% 46.7	% 20				
33	تستطيع إدخال البيانات ومعالجتها والحصول على المعلومات اللازمة لإنجاز العمل	0	4	2	19	5	3.83	0.874	21	موافق
		% 0	% 13.3	% 6.7	% 63.3	% 16.7				
34	يتوفر في البنك ذوي الكفاءات الفنية القادرة علة استخدام المعلومات والإتصالات	0	4	2	19	5	3.83	0.874	22	موافق
		% 0	% 13.3	% 6.7	% 63.3	% 16.7				
35	يقوم البنك الذي تعمل به بدورات تدريبية للعاملين في مجالات المعلومات والإتصالات لرفع كفاءتهم	1	3	2	19	5	3.80	0.961	23	موافق
		% 3.3	% 10	% 6.7	% 63.3	% 16.7				
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الإجمالي للمحور الأول							3.81	0.644		موافق

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج SPSS.

يتضح لنا من خلال الجدول أن المتوسطات الحسابية للمحور الأول: استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك محصورة بين (3.27-4.17) والانحرافات المعيارية محصورة بين (0,730-1,357)، كما أن العبارة 01 والمتمثلة في [يتوفر البنك على عدد كافي من أجهزة الحاسوب للقيام بالعمل البنكي] جاءت في المرتبة الأولى للترتيب العام للمحور بمتوسط حسابي قدره 4,17 وانحراف معياري 0.847 وباتجاه الموافقة من طرف أفراد العينة، لتأتي العبارة 10 والمتمثلة في: [تتلائم البرامج المستخدمة في البنك مع احتياجات معالجة المعلومات] في المرتبة الثانية وباتجاه موافق عند متوسط حسابي 4.17 وانحراف معياري 0.907، ثم جاءت بعدها العبارات 02، 03، 04،

05، 06، 07، 08، 09، 11، 12، 13، 14، 15، 16، 17، 19، 20، 21، 22، 23، 24، 25، 26، 27، 28، 29، 30، 31، 32، 33، 34، 35 على التوالي باتجاه موافق، لتأتي العبارة 18 والمتمثلة في: [تدفق الأنترنيت داخل البنك يكون شامل سريع] في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره 3.27 وانحراف معياري 1.172 وباتجاه محايد من قبل الأفراد.

كما بلغ المتوسط الحسابي الإجمالي لمحور استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك 3.81 وباتجاه الموافقة من قبل أفراد العينة، مما يدل أن العاملين يرون بأن المؤسسة تتوفر على نظام جيد لاستخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك ، وبلغ الانحراف المعياري الإجمالي للمحور 0.644 وهي قيمة قريبة من الصفر وهذا يفسر وجود تقارب كبير في الإجابات حول هذا المحور.

- **النتائج المتعلقة باتجاه آراء المستجوبين حول فقرات المحور الثاني: جودة الخدمة المصرفية**

الجدول رقم (13-3): النتائج المتعلقة باتجاه آراء المستجوبين حول فقرات المحور الثاني

الرقم	العبارات	غيرموافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	الترتيب	الإتجاه العام
		التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار				
		%	%	%	%	%				
01	تتوفر لدى البنك تجهيزات تقنية حديثة تقدم خدمات تنافسية	0	4	2	20	4	3.80	0.847	11	موافق
		0 %	13.3 %	6.7 %	66.7 %	13.3 %				
02	يملك البنك موقع جذاب يزيد من إقبال الزبائن	2	3	3	18	4	3.63	1.066	19	موافق
		6.7 %	10 %	10 %	60 %	13.3 %				
03	التصميم الداخلي للبنك منظم ومتكامل	0	4	5	18	3	3.67	0.844	18	موافق
		0 %	13.3	16.7	60 %	10 %				

						%	%		
04	يتمتع موظفو البنك بالأناقة و اللباقة في التعامل مع الزبائن	0 % 0	5 16.7 %	0 % 0	19 63.3 %	6 % 20	3.87	0.937	6	موافق
05	يمتلك البنك قاعات كافية للانتظار	1 % 3.3	6 % 20	1 % 3.3	18 % 60	4 % 13.3	3.60	1.070	20	موافق
06	يمكن الاعتماد على موظفي البنك	2 % 6.7	1 3.3 %	1 % 3.3	16 53.3 %	10 % 33.3	4.03	1.066	1	موافق
07	يفي البنك بوعوده للزبائن فيما يخص تقديم الخدمات في الأوقات المحددة	3 % 10	5 16.7 %	5 16.7 %	13 43.3 %	4 % 13.3	3.33	1.213	22	محايد
08	يمكن الثقة بمهارة موظفي البنك على تقديم الخدمات بشكل جيد من أول مرة	3 % 10	2 6.7 %	5 16.7 %	18 % 60	2 % 6.7	3.47	1.074	21	موافق
09	يحتفظ البنك بسجلات وكشوفات دقيقة عن زبائنه	2 % 6.7	1 3.3 %	4 13.3 %	19 63.3 %	4 % 13.3	3.73	0.980	16	موافق
10	يتمتع موظفو البنك بمهارة في تقديم الخدمات	0 % 0	4 13.3 %	1 % 3.3	18 % 60	7 % 23.3	3.93	0.907	5	موافق
11	يقوم البنك بتقديم خدمات سريعة	2 % 6.7	0 % 0	3 % 10	20 66.7 %	5 % 16.7	3.87	0.937	7	موافق
12	الاستجابة السريعة لشكاوى العملاء أو استفساراتهم ضرورة ملحة.	0 % 0	3 % 10	2 % 6.7	21 % 70	4 % 13.3	3.87	0.776	8	موافق
13	تعطى مواعيد محددة لأداء الخدمة المصرفية	0 % 0	3 % 10	2 % 6.7	23 76.7 %	2 % 6.7	3.80	0.714	12	موافق
14	يقدم البنك للزبائن جميع المعلومات المتعلقة بأي	3 % 10	0 % 0	4 13.3	19 63.3	4 % 13.3	3.70	1.055	17	موافق

	خدمات جديدة باستخدام وسائل الاتصال الحديثة (هاتف نقال، انترنت)...			%	%				
15	يشعر الزبائن بالأمان عند تعاملهم مع البنك	0 % 0	2 6.7 %	1 % 3.3	21 % 70	6 % 20	4.03	0.718	2	موافق
16	يظهر الموظف المعرفة الشخصية بالزبون ويحرص على الترحيب به	2 % 6.7	2 6.7 %	2 % 6.7	18 % 60	6 % 20	3.80	1.064	13	موافق
17	يبلغ البنك الزبائن بالتطورات التي تمس الأعمال المصرفية داخل البنك	0 % 0	4 13.3 %	1 % 3.3	21 % 70	4 % 13.3	3.83	0.834	9	موافق
18	توفر الأدوات الإلكترونية وسائل الحماية يساهم في طمأنة الزبائن للتعامل مع البنك	2 % 6.7	1 3.3 %	4 13.3 %	17 56.7 %	6 % 20	3.80	1.031	14	موافق
19	يوفر البنك ساعات عمل ملائمة لظروف الزبون	0 % 0	3 % 10	3 % 10	20 66.7 %	4 % 13.3	3.83	0.791	10	موافق
20	يتعامل موظفو البنك مع الزبائن بالترحيب بهم ومراعاة ظروفهم والتعاطف معهم	0 % 0	3 % 10	1 % 3.3	19 63.3 %	7 % 23.3	4.00	0.830	3	موافق
21	يضع البنك مصلحة الزبون في قمة اهتماماته	2 6.7%	1 3.3 %	3 10%	19 63.3 %	5 16.7%	3.80	0.997	15	موافق
22	يولي البنك رعاية خاصة وفردية بكل زبون	0 % 0	3 %10	2 % 6.7	18 % 60	7 %23.3	3.97	0.850	4	موافق
المتوسط الحسابي والانحراف المعياري الإجمالي للمحور الثاني							3.78	0.730		موافق

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج SPSS.

يتضح لنا من خلال الجدول أن المتوسطات الحسابية للمحور الثاني: جودة الخدمة المصرفية في البنك بين (3.33-4.03) والانحرافات المعيارية محصورة بين (0.714-1.213)، كما أن العبارة رقم 06 والمتمثلة في: [يمكن الاعتماد على موظفي البنك] جاءت في المرتبة الأولى في الترتيب العام لعبارات المحور بمتوسط حسابي 4.03 وانحراف معياري 1.066 وذلك باتجاه الموافقة من طرف الأفراد، كما جاءت العبارة 15 والمتمثلة في: [يشعر الزبائن بالأمان عند تعاملهم مع البنك] في المرتبة الثانية عند متوسط حسابي 4.03 وانحراف معياري 0,718 باتجاه موافقة، ثم تلتها العبارات 01، 02، 03، 04، 05، 08، 09، 10، 11، 12، 13، 14، 16، 17، 18، 19، 20، 21 و 22 باتجاه الموافقة، بينما جاءت في الأخير العبارة 07 والمتمثلة في: [يفي البنك بوعوده للزبائن فيما يخص تقديم الخدمات في الأوقات المحددة] بمتوسط حسابي 3.33 وانحراف معياري قدره 1,213 وكانت بالحياد من طرف أفراد العينة المستجوبين.

وبلغ المتوسط الحسابي الإجمالي لمحور جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في البنك 3.78 باتجاه الموافقة من قبل أفراد العينة وهذا يدل على أن العاملين يرون بأن جودة الخدمة المصرفية في البنك داخل المؤسسة يتم على أعلى المستويات، كما بلغ الانحراف المعياري الإجمالي للمحور 0,730 وهي قيمة متوسطة وهذا يعني أنه لا يوجد تشتت كبير بين الإجابات.

المبحث الثالث: التوزيع الطبيعي للمحاور والعلاقة بينهم

المطلب الأول: التوزيع الطبيعي للمحور الأول

جدول رقم(14-3): التوزيع الطبيعي للمحور الأول

Tests de normalité

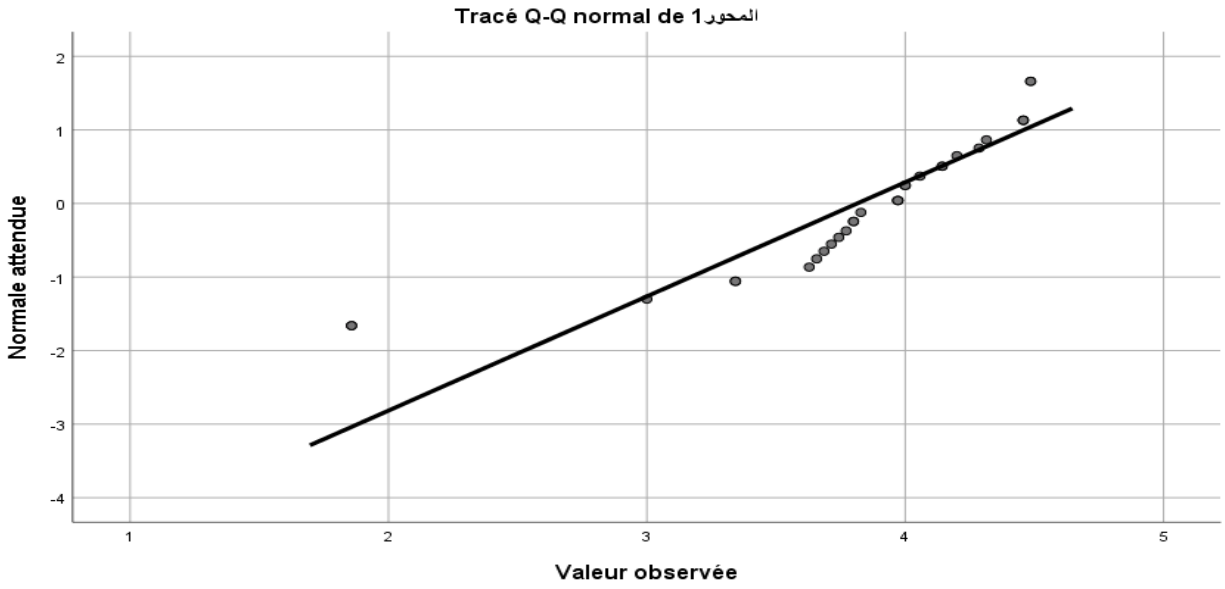
	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistiques	ddl	Sig.	Statistiques	ddl	Sig.
1المحور	,220	30	,001	,792	30	,000

a. Correction de signification de Lilliefors

المصدر: إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات البرنامج الاحصائي.Spss

نلاحظ من خلال الجدول أن المحور الأول لا يتبع التوزيع الطبيعي حيث نرى أن Kolmogrov-Smirnov أقل من 0.05 و Shapiro-Wilk أقل من 0.05.

الشكل رقم (7-3): توزيع الطبيعي للمحور الأول



المصدر: إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات البرنامج الاحصائي.Spss

جدول رقم(15-3): التوزيع الطبيعي للمحور الثاني

Tests de normalité

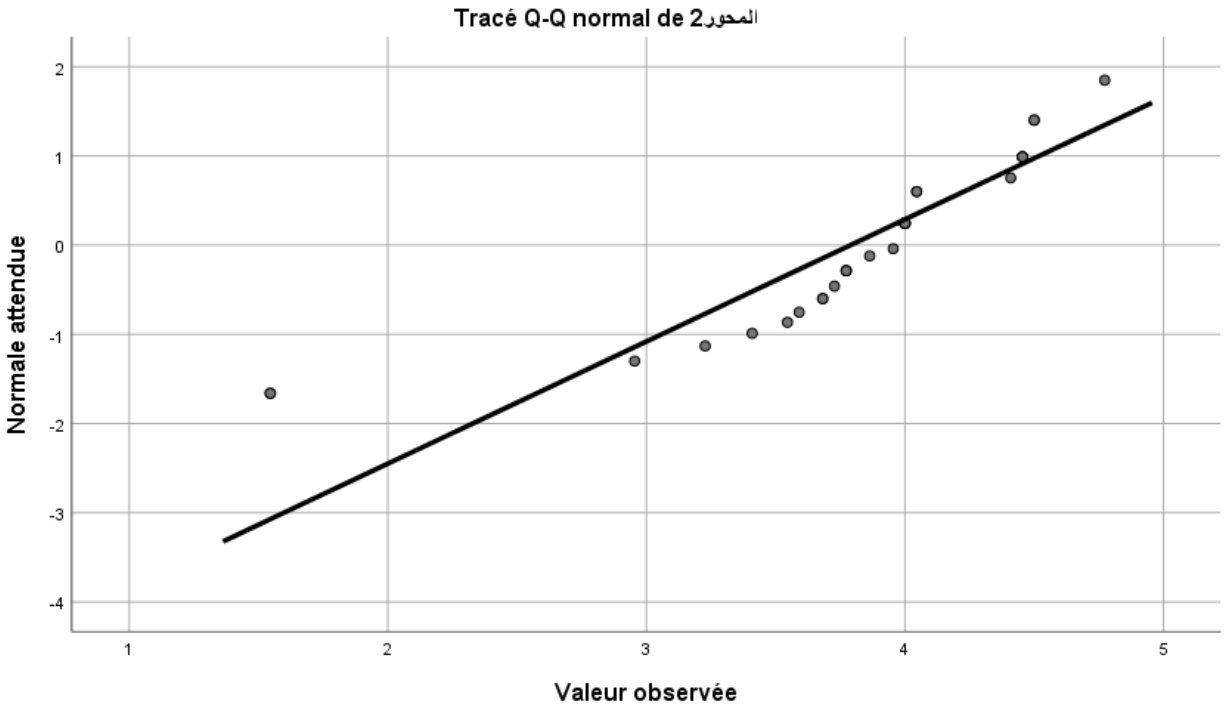
	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistiques	ddl	Sig.	Statistiques	ddl	Sig.
2المحور	,208	30	,002	,790	30	,000

a. Correction de signification de Lilliefors

المصدر: إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات البرنامج الإحصائي.Spss

نلاحظ من خلال الجدول أن المحور الأول لا يتبع التوزيع الطبيعي حيث نرى أن Kolmogrov-Smirnov أقل من 0.05 و Shapiro-Wilk أقل من 0.05.

الشكل رقم (8-3): توزيع الطبيعي للمحور الثاني



المصدر: إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات البرنامج الإحصائي.Spss

المطلب الثاني: اختبار الفرضيات

أولا: اختبار الفرضيات الفرعية الأولى

- ✓ الفرضية الصفرية(H0): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05)
- ✓ الفرضية البديلة (H1): يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05)

جدول رقم(16-3): اختبار الانحدار البسيط الملموسية للمؤسسة على تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية

البيان	الملموسية				
تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية	R معامل الارتباط	R^2 معامل التحديد	B معامل الانحدار	T المحسوبة	دلالةT
	0.835	0.697	1.748	4.974	0.000
	F المحسوبة		دلالة F		
	11.034		0.000b		

المصدر: إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات البرنامج الاحصائي.Spss

يوضح الجدول أعاله رقم (12) اثر الملموسية على تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي مايلي:

قيمة معامل الارتباط R=0.835 بين الملموسية للمؤسسة واستخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية المدية، ومنه يتضح وجود علاقة بين المتغيرين بالارتباط جيد.

وبلغ معامل التحديد $R^2 = 0.697$ أي أن ما قيمة 69.7% من التغيرات في تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية المدية ناتجة عن الملموسية.

كما بلغت قيمة معامل الانحدار $B = 1.748$ وهذا يعني زيادة بدرجة واحدة في الملموسية للمؤسسة يزيد من تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية ولاية المدية، بقيمة 1.748 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 حيث بلغت قيمة T المحسوبة 4.974عند مستوى معنوية 0.000

كما بلغت قيمة F المحسوبة 11.034 عند مستوى معنوية b 0.000 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) الملموسية على تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية ولاية المدية.

ثانيا: إختبار الفرضية الثانية

- ✓ الفرضية الصفرية(H0): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05)
- ✓ الفرضية البديلة (H1): يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05)

جدول رقم(17-3): اختبار الانحدار البسيط الإعتمادية للمؤسسة على تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية ولاية المدية.

البيان	الإعتمادية				
تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية	R معامل الارتباط	R^2 معامل التحديد	B معامل الانحدار	T المحسوبة	دلالةT
	0.871	0.759	1.348	4.246	0.000
	F المحسوبة		دلالة F		

الريفية	15.089	0.000b

المصدر: إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات البرنامج الاحصائي.Spss

يوضح الجدول أعاله رقم (13) اثر الإعتمادية للمؤسسة على تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي مايلي:

قيمة معامل الارتباط 0.871= R بين الإعتمادية واستخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية، ومنه يتضح وجود علاقة بين المتغيرين بالارتباط جيد جدا.

وبلغ معامل التحديد 0.759 = R^2 أي أن ما قيمة 75.9% من التغيرات في تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية ناتجة عن الإعتمادية.

كما بلغت قيمة معامل الانحدار1.348 = B يعني زيادة بدرجة واحدة في الإعتمادية للمؤسسة يزيد من تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية، بقيمة 1.348 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 حيث بلغت قيمة T المحسوبة 4.246 عند مستوى معنوية 0.000

كما بلغت قيمة F المحسوبة 15.089 عند مستوى معنوية 0.000 b وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) الإعتمادية للمؤسسة على تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

ثالثا: إختبار الفرضية الثالثة

- ✓ الفرضية الصفرية(H0): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05)

✓ الفرضية البديلة (H1): يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05)

جدول رقم(18-3): اختبار الانحدار البسيط الإستجابة للمؤسسة على تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية ولاية المدية.

البيان	الإستجابة				
تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية	R معامل الارتباط	R^2 معامل التحديد	B معامل الانحدار	T المحسوبة	دلالةT
	0.779	0.606	1.454	3.088	0.005
	F المحسوبة		دلالة F		
	9.620		0.000b		

المصدر: إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات البرنامج الاحصائي.Spss

يوضح الجدول أعاله رقم (13) اثر الإستجابة للمؤسسة على تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي مايلي:

قيمة معامل الارتباط R =0.779 بين الإستجابة واستخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية، ومنه يتضح وجود علاقة بين المتغيرين بالارتباط جيدة.

وبلغ معامل التحديد R^2 = 0.606 أي أن ما قيمة 60.6% من التغيرات في تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية ناتجة عن الإستجابة.

كما بلغت قيمة معامل الانحدار B = 1.454 يعني زيادة بدرجة واحدة في الإستجابة للمؤسسة يزيد من تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى

بنك الفلاحة والتنمية الريفية، بقيمة 1.454 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 حيث بلغت قيمة T المحسوبة 3.088 عند مستوى معنوية 0.005

كما بلغت قيمة F المحسوبة 9.620 عند مستوى معنوية b 0.000 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) الإستجابة للمؤسسة على تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

رابعا: إختبار الفرضية الرابعة

- ✓ الفرضية الصفرية :(H0)لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05)
- ✓ الفرضية البديلة :(H1) يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05)

جدول رقم(19-3): اختبار الانحدار البسيط الأمان والثقة للمؤسسة على تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية

البيان	الأمان والثقة				
تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية	R معامل الارتباط	R^2 معامل التحديد	B معامل الانحدار	T المحسوبة	دلالةT
	0.853	0.728	1.217	2.958	0.007
	F المحسوبة		دلالة F		
	16.731		0.000b		

المصدر: إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات البرنامج الاحصائي.Spss

يوضح الجدول أعاله رقم (14) اثر الأمان والثقة على استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي مايلي:

قيمة معامل الارتباط 0.853= R بين الأمان والثقة واستخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية ، ومنه يتضح وجود علاقة بين المتغيرين بالارتباط جيد جدا.

وبلغ معامل التحديد 0.728= R^2 أي أن ما قيمة 72.8% من التغيرات في تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية ناتجة عن الأمان والثقة.

كما بلغت قيمة معامل الانحدار 1.217 = B وهذا يعني زيادة بدرجة واحدة في الأمان والثقة يزيد من تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية، بقيمة 1.217 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 حيث بلغت قيمة T المحسوبة 2.958 عند مستوى معنوية 0.007

كما بلغت قيمة F المحسوبة 16.731 عند مستوى معنوية 0.000 b وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) الأمان والثقة على تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

خامسا: إختبار الفرضية الخامسة

- ✓ الفرضية الصفرية :(H0)لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05)
- ✓ الفرضية البديلة :(H1) يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.05)

جدول رقم(20-3): اختبار الانحدار البسيط التعاطف على تحقيق جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

البيان	التعاطف				
تحقيق استخدام	R معامل	R^2 معامل	B معامل	T المحسوبة	دلالةT

تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية	الارتباط	التحديد	الانحدار		
	0.872	0.760	1.368	4.267	0.000
	F المحسوبة		دلالة F		
	19.768		0.000b		

المصدر: إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات البرنامج الاحصائي.Spss

يوضح الجدول أعلاه رقم (15) اثر التعاطف للمؤسسة واستخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي مايلي:

قيمة معامل الارتباط R =0.872 بين الآمان والثقة للمؤسسة واستخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية، ومنه يتضح وجود علاقة بين المتغيرين بالارتباط جيد جدا.

وبلغ معامل التحديد R^2 = 0.760 أي أن ما قيمة 76% من التغيرات في تحقيق التعاطف في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ناتجة عن استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

كما بلغت قيمة معامل الانحدار B = 1.368 وهذا يعني زيادة بدرجة واحدة في التعاطف للمؤسسة يزيد من تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية، بقيمة 1.368 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 حيث بلغت قيمة T المحسوبة 4.267 عند مستوى معنوية 0.000

كما بلغت قيمة F المحسوبة 19.768 عند مستوى معنوية 0.000 b وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05 ومنه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) التعاطف

للمؤسسة على تحقيق استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

المطلب الثالث: العلاقة استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال وجودة الخدمة المصرفية في البنك

قمنا باستخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط لقياس مدى تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك وجودة الخدمة المصرفية في البنك، وذلك بقياس العلاقة بينهما.

وذلك حسب للفرضية التالية:

H_0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك على جودة الخدمة المصرفية في البنك في المؤسسة عند مستوى دلالة إحصائية 0,05.

H_1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتأثيراستخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك على جودة الخدمة المصرفية في البنك في المؤسسة عند مستوى دلالة إحصائية 0,05.

والجدول يوضح النتائج:

الجدول رقم (20-3): العلاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك وجودة الخدمة المصرفية في البنك

البيان	جودة الخدمة المصرفية					
استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال	R الارتباط	R^2 معامل التحديد	b معامل الانحدار	a الثابت	t المحسوبة	Sig مستوى المعنوية
	0.898	0.806	0,792	0,813	2,871	**0,008**

في البنك						

المصدر: إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات البرنامج الاحصائي.Spss

يوضح لنا الجدول ما يلي:

بلغت قيمة معامل الارتباط $R = 0,898$ وهذا يدل على وجود علاقة ارتباط طردية جيدة جدا بين استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك وجودة الخدمة المصرفية في البنك للمؤسسة.

بلغت قيمة معامل التحديد $R^2 = 0,806$ أي أن نسبة 80.6% من التغير في مستويات استخدام تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في البنك ترجع إلى تأثير جودة الخدمة المصرفية في البنك للمؤسسة.

وبلغت قيمة معامل الانحدار $b = 0,792$ وهذا يعني أن زيادة استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك بدرجة واحدة يؤدي إلى زيادة في مستوى جودة الخدمة المصرفية في البنك بقيمة 0,792.

قيمة الثابت بلغت $a = 0,813$ وهي عبارة عن قيمة ثابتة في معادلة فعالية جودة الخدمة المصرفية في البنك

فيما بلغت قيمة ستودنت المحسوبة $t = 2,871$ وذلك عند مستوى معنوية 0,008 وهي قيمة أقل من 0,05.

ومنه نرفض الفرضية الصفرية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 والتي تنص على أنه:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك على جودة الخدمة المصرفية في البنك في المؤسسة عند مستوى دلالة إحصائية 0,05.

وعليه تكون معادلة الدراسة كالآتي:

$$y = 0,792\ x + 0,813$$

حيث أن:

y : استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك

x : جودة الخدمة المصرفية في البنك

المصدر: إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات البرنامج الاحصائي.Spss

من خلال النموذج المتحصل عليه نجد أن هناك علاقة طردية جيدة جدا بين استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك وجودة الخدمة المصرفية في البنك للمؤسسة.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تطرقنا إليه فيي هذا الفصل تعرفنا على دور استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في البنك وذلك بناءا على دراسة ميدانية التي اعتمدت على الإستبيان الموزع في مؤسسة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية بومرداس وبعدها القيام بتحليل عن طريق برنامج spss مع الإستعانة بعدة أساليب إحصائية أخرى منها المدرجات التكرارية والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والإنحراف المعياري ومعامل الإختلاف وتحليل الإنحدار وهذا من أجل التوصل إلى العلاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك وجودة الخدمة المصرفية في البنك.

ولقد خلصنا في هذا الفصل إلى أنه:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقديرات المستجوبين حول استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك وجودة الخدمة المصرفية في البنك كل على حدة تعزى لمتغير الجنس؛
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقديرات المستجوبين حول استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك وجودة الخدمة المصرفية في البنك كل على حدة لمتغير سنوات الخبرة؛
- يوجد تأثير ذو دلالة احصائية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال في البنك وجودة الخدمة المصرفية في البنك عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

خاتمة

أضحى لزاما على المصارف مواجهة العولمة باتخاذ الخطوات الملائمة التي تساعدها على الإنخراط في الإقتصاد العالمي بتحولاته وتغيراته المتزايدة والمستمرة للوقوف على أعمال البنوك العالمية، ولعل أهم ما يميز هذه الأعمال في هذا العصر هو تفاقم دور التكنولوجيا المصرفية، والسعي لتحقيق الاستفادة القصوى من فوائد تكنولوجيا المعلومات والاتصال خاصة فيما يخص جودة خدماتها ، وذلك من خلال إعادة صياغة إستراتجياتها بأنها وانتهاج سياسات أكثر تطورا وشمولا تعرف إلى التكيف مع الإتجاهات الإيداعية في العمل المصرفي الدولي، ورفع كفاءة الأداء وتتمثل أهم محاور هذه الإستراتجية في تعميق إستخدام التكنولوجيا في العمل المصرفي من أجل ترقية وتطوير وسائل تقديم الخدمة المصرفية، بما يتوافق والإيقاع المتسارع للصناعة المصرفية.

ولا شك أن نجاح المصارف في تنفيذ إستراتجيات الرفع من جودة خدماتها هو أمر مرهون بتوفير إطارات بشرية عالية التأهيل معزة بتقنيات مصرفية أكثر عصرنة.

وسعيا منها لمواكبة التطورات في هذا المجال عملت المصارف الجزائرية بما فيها بنك الفلاحة والتنمية الريفية على العمل جاهدة للإلتحاق بركب مثيلاتها المتطورة بما يشمل إدخال خدمات إلكترونية جديدة للسوق المصرفي واستحداث قنوات إلكترونية للإستفادة من هذه الخدمات.

1-**نتائج الدراسة:** يمكن تلخيص نتائج الدراسة فيما يلي:

1-1-نتائج الجانب النظري:

- بناءا على ما جاء في الفصل الأول لهذه الدراسة يمكننا الوصول إلى جملة من الإستنتاجات أهمها :

1-تتمثل التكنولوجيا في محمل المعارف والأسس النظرية والعلمية وكذا الأدوات والمكائن التي تتجر للإنسان الحمد والوقت والراحة.

2-تعد تكنولوجيا المعلومات والإتصال عاملا مهما في تطور جميع المؤسسات بصفة عامة والمؤسسات الخدمية بصفة أخص

3-تتمثل تكنولوجيا المعلومات والإتصال في معمل الأدوات المادية والمعرفية المستخدمة في جمع، تخزين ومعالجة البيانات وتحويلها إلى معلومات يمكن الاستفادة منها في اتخاذ القرارات باستخدام مختلف وسائل الاتصال مثل البريد الإلكتروني، الإنترنت، ومنه يمكننا القول أن تكنولوجيا المعلومات والإتصال تتمثل في مجمل المعدات ذات علاقة أو صلة بتكنولوجيا المعلومات والإتصال وهذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى.

- وبناءا على ما جاء في الفصل الثاني لهذه الدراسة يمكننا الوصول إلى جملة من الإستنتاجات أهمها:

1- تعد الجودة عاملا مهما ورئيسيا لنجاح المؤسسات الخدمية.

2- تعرف جودة الخدمة المصرفية على أنها مدى توافق إدراكات الزبون مع توقعاته للخدمة .

3- يعتمد قياس جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بالنسبة للزبائن على خمسة أبعاد رئيسية وهي: النواحي المادية المتطورة الإعتمادية، الإستجابة، الأمان واللباقة، لذا يمكننا القول أن جودة الخدمة تتمثل في محمل أبعادها وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية.

4- عملت تكنولوجيا المعلومات والاتصال على توسيع نطاق الخدمات المقدمة من قبل المصارف وتنوعها، كما أنها أتاحت تقديم الخدمات المصرفية من خلال منافذ توزيعية جديدة مثل: الموزعات الآلية الموقع الإلكتروني للمصرف....إلخ.

2-1- نتائج الفصل التطبيقي:

1-يعمل مصرف الفلاحة والتنمية الريفية باستمرار على مواكبة التطورات التكنولوجية التي يشهدها العمل المصرفي.

2-يوفر المصرف مجموعة من الخدمات المصرفية الإلكترونية والتي تعتمد بالدرجة الأولى على تكنولوجيا المعلومات منها: الخدمات المصرفية عبر الصرافات الآلية، وهو تبعا لذلك يوفر لعملائه عدد من البطاقات المصرفية والتي تختلف خصائصها حسب حاجاتهم المختلفة.

3-على الرغم من الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من قبل المصرف إلا أنها تبقى محدودة ولا ترقى إلى المستوى المطلوب إذ ما تم مقارنتها بما تشهدها الساحة المصرفية العالمية.

4- يدرك عملاء مصرف الفلاحة والتنمية الريفية – وكالة بومرداس – أثر إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة، وبالتالي فهم يعتبرون أن استخدام تكنولوجيا المعلومات في المصرف عامل مهم في استمرار تعاملهم معه.

5-يقدم المصرف من خلال موقعه الإلكتروني عدد من الخدمات الإلكترونية في إطار ما يعرف بخدمة المصرف الإلكتروني والذي يسمح للعملاء التواصل مع المصرف 24/24 ساعة و7/7 أيام، ومن بين هذه الخدمات: خدمة الإطلاع على الرصيد، خدمة الإطلاع على الرصيد، وكذا خدمة البريد الإلكتروني والتي تتيح للعملاء إرسال الشكاوي والمقترحات.

6- عملاء مصرف الفلاحة والتنمية الريفية – وكالة بومرداس – راضون على مستوى جودة الخدمة المصرفية الألكترونية بمختلف أبعادها (الإستجابة، الإعتمادية، الأمان، الثقة، الوصول) بدرجة متوسطة عموما مما يحتم على المصرف ضرورة العمل على تحسين جودة خدماته أكثر.

2- التوصيات والإقتراحات:

بناءا على كل ما سلف يمكن تقديم مجموعة من الاقتراحات الهادفة إلى تحسين الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة:

- ✓ الاهتمام بعنصر الترويج وضرورة وضع ومضات إشهارية لشرح طرق تجاوب الزبائن مع هذه التكنولوجيا.
- ✓ ضرورة تهيئة الظروف المناسبة لعمل هؤلاء الموظفين من أجل زيادة الإنتاجية وتحسين جودة الخدمة.
- ✓ توظيف الإطارات والكفاءات المتخصصة في الإعلام الآلي.
- ✓ ضرورة تنظيم دورات تدريبية للموظفين خاصة بكيفية التجاوب مع التكنولوجيات الحديدة.
- ✓ ضرورة نشر ثقافة استخدام هذه التكنولوجيا لدى الزبائن وتوعيتهم وتشجيعهم.
- ✓ يمكن إضافة اللغة العربية للموقع الإلكتروني للمصرف إلى جانب اللغة الأجنبية أخذا بعين الإعتبار كل شرائح المجتمع.
- ✓ ضرورة إعتماد المؤسسة على أنظمة لتسير شكاوي الزبائن و الإستجابة الفورية لهم كاستخدامها لبرنامج (Gestion des Relations avec Client)، والذي يتيح لها معرفة أكثر الزبائن وفاء مما يسهل كيفية التعامل معهم.

3-آفاق البحث:

نظرا للأهمية التي يكتسبها هذا الموضوع تفتح آفاق لبحوث ودراسات أخرى أكثر تفصيلا وتعمقا في المستقبل، يمكنها إثراء مختلف جوانبه الجديرة بالبحث وذلك من خلال التطرق لأحد هذه النقاط التالية:

- تدعيم النتائج المتوصل إليها وذلك بتوسيع عينة الدراسة لتشمل كل التراب الوطني.
- دراسة سلوك الزبون الجزائري تجاه المعاملات الإلكترونية.
- دراسة أثر تكنولوجيا المعلومات والإتصال على الموارد البشرية في المؤسسة.
- تهيئة الظروف المناسبة لعمل هؤلاء الموظفين من أجل زيادة الإنتاجية وتحسين جودة الخدمة.

خاتمة

في الأخير يمكننا القول أن جودة الخدمة المصرفية تتأثر بتكنولوجيا المعلومات والإتصال بقدر معين وفي أبعاد معينة دون إهمال عوامل أخرى مؤثرة كالمورد البشري وقوانين التعامل مع الزبائن أسعار الفائدة، تاريخ الإستحقاق ....) وغيرها.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

الكتب:

1- أحمد ماهر، "كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الاتصال"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003.

2- بشير عباس العلاق، سعد غالب ياسين، " الأعمال الإلكترونية"، دار المناهج، عمان، 2006.

3- تيسير العجارمة، "التسويق المصرفي"، الطبعة الأولى، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2005.

4- حسين حريم، "مهارات الإتصال في عالم الاقتصاد وإدارة الأعمال"، دار حامد عمان، 2009.

5- خالد ممدوح إبراهيم، "الإدارة الالكترونية"، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2010.

6- خضر مصباح الطيطي، "إدارة تكنولوجيا المعلومات"، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.

7- ربحي مصطفى عليان وعدنان مجمود الطوباسي، "الاتصال والعلاقات العامة"، الطبعة الأولى، دار الصفاء، عمان، الأردن، 2005.

8- سعد غالب ياسين، أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات"، دار المناهج، عمان، الأردن، 2006.

9- شريف أحمد العاصي، "نظم المعلومات الإدارية"، دار الفكر الجامعي الإسكندرية 2004.

10- شعبان فرج "الاتصالات الإدارية"، الطبعة الأولى دار الأسامة للنشر، عمان، الأردن، 2008.

11- صباح محمد أبو تاية، "التسويق المصرفي"، دار وائل للنشر، الأردن، 2008.

12- عامر إبراهيم قنديلجي، علاء الدين الجباني، "نظام المعلومات وتكنولوجيا المعلومات الإدارية"، الطبعة الثالثة، دار المسيرة، عمان، 2008.

13- عبد الباري، إبراهيم درة، "تكنولوجيا الأداء البشري في المنظمات الأسس النظرية ودلالتها في البيئة العربية المعاصرة"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2003.

14- عبد المالك ردمان الدناني، "الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت"، دار الرتب، بيروت، لبنان، 2001.

15- عرابة رابح، "دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري"، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، العدد8 2012.

16- علاء السالمي، حسين السالمي، "شبكات الإدارة الإلكترونية"، الطبعة الأولى، دار وائل عمان، 2005.

17- عصام الدين أمين أبو علفة، "التسويق-المفاهيم والإستراتيجيات"، مؤسسات هورس الدولية، 2002.

18- عماد الصباغ، "نظم المعلومات ماهيتها ومكوناتها"، مكتبة دار الثقافة، عمان 2000.

19- عوض بدير حداد، "تسويق الخدمات المصرفية"، دار البيان للطباعة والنشر، مصر، 1999.

20- غسان قاسم اللامي، "إدارة التكنولوجيا مفاهيم ومداخيل تقنيات تطبيقات علمية"، الطبعة الأولى، دار المناهج، عمان، 2006.

21- فريد النجار جمعة، "نظم المعلومات الإدارية"، دار حامد للنشر، الأردن، 2005.

22- فضيل دليو، "تاريخ ووسائل الاتصال"، بدون دار النشر، قسنطينة، 2006.

23- فضيل دليو، "تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديثة"، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.

24- مأمون الدرادكة، طارق الشبلي، "الجودة في المنظمات الحديثة"، ط1، دار الصفاء، عمان، 2002.

25- مأمون سليمان الدرادكة، "إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء"، ط1، دار الصفاء، عمان، 2008.

26- محسن أحمد الخضيري، "التسويق المصرفي"، المدخل المتكامل لحل المشكلات البنكية، مكتبة الأنجلو المصرية، 1982.

27- محمد آل فرج الطائي، "مدخل إلى نظم المعلومات"، الطبعة الأولى، دار وائل، عمان، 2005.

28- محمد جاسم الصميدعي، ردينه عثمان يوسف، "التسويق المصرفي"، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2005.

مزهر شعبان العاني، "نظم المعلومات الإدارية"، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان،

29- مزهر شعبان العاني، شوقي ناجي جواد، "العملية الإدارية وتكنولوجيا المعلومات"، الطبعة الأولى، ثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2008.

30- مصطفى عليان ربحي، عدنان محمود الطباسي، "الاتصال والعلاقات العامة"، الطبقة الأولى، دار صفاء، عمان، 2004.

31- نعيم ابراهيم الطاهر "دار المعرفة" جدار للكتاب الحديث، الأردن 2009.

32- يحيى مصطفى حلمي، "أساسيات نظم المعلومات"، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1998.

أطروحات ومذكرات تخرج

1- براهيم بختي، "دور الانترنت وتطبيقاته في المجال التسويقي (دراسة حالة الجزائر)"، أطروحة دكتوراه دولة، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2003.

2- بشير كاوجة "دور تكنولوجيا المعلومات والإتصال في تحسين الإتصال الداخلي في المؤسسات الإستشفائية العمومية الجزائرية"، مذكرة لإستكمال نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص نظم المعلومات ومراقبة التسيير، جامعة ورقلة، 2013.

3- زلماط مريم، "دور تكنولوجيا المعلومات في إدارة المعرفة داخل المؤسسة الجزائرية"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير بمدرسة الدكتوراه، تخصص تسيير الموارد البشرية، جامعة تلمسان، 2010.

4- الشيخ ولد محمد "استخدام نظم المعلومات في اتخاذ القرارات في المؤسسة الاقتصادية"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير كلية العلوم الاقتصادية تخصص بحوث العمليات وتسيير المؤسسات جامعة تلمسان، 2011 .

5- صليحة رقاد، تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون دراسة حالة مؤسسة البريد والمواصلات، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة باتنة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2008.

6- لمين علوطي، "تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها على تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة"، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر، 2004.

7- محمد حمد عبد الهادي الرويس، "نموذج مقترح لقياس جودة الخدمات المصرفية بدولة قطر"، رسالة دكتوراه، كلية التجارة، جامعة عين شمس، جمهورية مصر، 2002.

8- مراد رايس، "أثر تكنولوجية المعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة"، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال، جامعة الجزائر، بالجزائر 2006.

مجلات وملتقيات علمية

1-ناجي معلا، قياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك التجارية في الأردن، العدد الثاني، مجلة الدراسات المصرفية والمالية، عمان، جوان، 1998.

2- وفاء الصبحي التميمي، "أثر الابتكار التسويقي في جودة الخدمات المصرفية دراسة ميدانية في المصارف التجارية الأردنية"، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، المجلد العاشر، العدد الأول.

3-فؤاد البكري، الهوية الثقافية العربية في ظل ثورة الاتصال والإعلام الجديد، "المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة..لعالم جديد"، جامعة البحرين، البحرين، 7-9 أفريل 2009.

مراجع باللغة الأجنبية

1- P.Kotler& G.Armstrong, principles of marketing services, edition prentice hall. 1996.

2- Pierre Bresse, Cullaume Beaure Daugères, Stéphanie Thuillier, Paiement numérique sur internet- international ; Thomson Publishing ; Fraance ;1997 .

مواقع إلكترونية

1- www.badr-bank.net

2- عزالدين، الصيرفة الإلكترونية، http//www.bank of Sodan.org/arabic/période/masrafi/vol26/asrafi-26htm ;2007.

3- كريم عياد، مفهوم الإنترنت (http://www.kutub.info/downloads/6533.doc(15/04/2023

الملاحق

جامعة يحي فارس بالمدية

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير.

قسم العلوم الاقتصادية.

استبانه

سيدي الموظف / سيدتي الموظفة:

في إطار انجاز مذكرة ماستر تحت عنوان " **أثر جودة الخدمات المصرفية في زيادة القدرة التنافسية في البنوك التجارية دراسة حالة البنك الوطني الجزائري** "، بكلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة يحي فارس بالمدية. وللوصول إلى نتائج دقيقة للبحث قمنا بتصميم هذه الاستبانة، لذا نرجو من حضرتكم الكريمة التفضل بالإجابة على أسئلة هذه الاستبانة، وذلك بوضع إشارة (×) في المربع الذي يتفق مع رأيكم ، علما أن معلوماتكم ستستخدم لأغراض علمية فقط.

من إعداد الطالبين: **تحت إشراف الأستاذ:**

- محفوظ سعيدي — بوشريط أسامة
- شيماء قاسمي

الجزء الأول :بيانات عامة

1. **الجنس** : ذكر ☐ أنثى ☐

2. **السن** : اقل من 20 ☐ من 30-40 ☐ من 41-50 ☐ 51 فأكثر ☐

3. المستوى الدراسي : متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐ دراسات عليا ☐

4. **اسم البنك الذي تعمل**

به:.....

5. **الوظيفة** :

موظف ☐ رئيس مصلحة ☐ رئيس قسم ☐ مدير ☐

6. سنوات الخبرة في مجال العمل البنكي :

اقل من 5 سنوات ☐ من6-10 سنوات ☐ من 11الى15 سنة ☐

أكثر من 15 سنة ☐

الجزء الثاني: محور الأول: استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال

	أبعاد استخدام تكنولوجيا المعلومات الإتصال (المتغير التابع)	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
	الأجهزة البرمجية					
1	يتوفر البنك على عدد كافي من أجهزة الحاسوب للقيام بالعمل البنكي					
2	يتوفر في مكان عملك أجهزة حاسوب حديثة					
3	تقوم ملحقات الحاسوب (سكنر، طابعة) المتوفرة بتغطية جميع الإحتياجات بغرض الإستفادة منها في أعمال البنك الذي تعمل به					
4	تتوفر في البنك الذي تعمل به البمجيات التي تؤدي إلى توفير قدرات كافية للعمل					
5	يتوفر البنك على برمجيات متطورة					
6	تساعد المعلومات التي تقدمها البرمجيات في تحديد نقاط القوة أو الضعف في البدائل المتاحة لإنجاز العمل					
7	استخدام الأجهزة والبرمجيات يسهل العمل أكثر من العمل اليدوي					
8	يحرص البنك الذي تعمل به على تحديث البرمجيات باستمرار لخدمة أهداف العمل					
9	البرمجيات المستخدمة في البنك تتناسب مع طبيعة العمل المطلوب					
10	تتلائم البرامج المستخدمة في البنك مع احتياجات معالجة المعلومات					
11	يتعاون البنك الذي تعمل به مع البنوك الأخرى فيما يخص ما لديها من برمجيات لإنجاز أعمالها					
	قواعد البيانات					
12	تعمل قواعد البيانات في البنك الذي تعمل به على تقليل من ازدواجية تكرار البيانات والمعلومات					
13	توفر قواعد البيانات في البنك الذي تعمل به القدرة على ربط البيانات المتعلقة ببعضها البعض أو المختلفة حسب الحاجة					
14	تقوم قواعد البيانات الحديثة بعمليات التجمع والإعداد والتخزين للملفات					
15	تزيد قواعد البيانات من أمن البيانات وتكاملها لأن النظام يضبط محاولات الدخول إليها ويتحقق من صلاحية الشخص (المستحدم) في الحصول على المعلومات					
16	تعمل قواعد البيانات على تحسين العلاقة بين المستخدم والنظام بسبب سهولة إدخال واستخراج المعلومات					

الأنترنيت والإتصالات						
17	تتوفر في البنك نظام اتصالات حديثة ذات جودة عالية					
18	تدفق الأنترنيت داخل البنك يكون شامل سريع					
19	يمتلك البنك موقع على الأنترنيت					
20	يتم التعامل مع الزبائن الألكترونيا عن طريق الأنترنيت					
21	يتم استخدام الأنترنيت بصورة واسعة في إطار الإتصالات الفعالة مع الزبائن					
22	يساهم البريد الإلكتروني(e-mail) في زيادة القدرة على تبادل المعلومات					
23	تقوم أجهزة الإتصال (الهاتف، الفاكس، الأنترنيت) المتوفرة بتغطية جميع احتياجات العمل بالبنك					
نظم المعلومات						
24	تساهم نظم المعلومات المستخدمة في سرعة انجاز العمل					
25	توفر نظم المعلومات في البنك الأشكال والجداول والعروض البيانية					
26	يتم التعامل مع نظم المعلومات الإدارية بدرجة عالية من السرية					
27	تثق بنظم المعلومات المستخدمة في البنك الذي تعمل به					
28	يتوفر في نظم المعلومات الموجود بالبنك الذي تعمل به على أجهزة الحماية والأمن مما يمنع الآخرين من التلاعب بالبيانات المخزنة					
المستخدمين						
29	يوجد بالبنك الذي تعمل به قسم المعلومات والإتصالات					
30	يتوفر للعاملين في البنك برامج تدريبية في مجال استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصالات					
31	تمتلك المهارة في استخدام الحاسوب كوسيلة لإنجاز العمل البنكي					
32	لديك المعرفة الكاملة في استخدام الأنترنيت لإنجاز العمل البنكي					
33	تستطيع إدخال البيانات ومعالجتها والحصول على المعلومات اللازمة لإنجاز العمل					
34	يتوفر في البنك ذوي الكفاءات الفنية القادرة علة استخدام المعلومات والإتصالات					
35	يقوم البنك الذي تعمل به بدورات تدريبية للعاملين في مجالات المعلومات والإتصالات لرفع كفاءتهم					

المحور الثاني : جودة الخدمة المصرفية.

	أبعاد جودة الخدمة المصرفية (المتغير المستقل)	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
	بعد الملموسية					
1	تتوفر لدى البنك تجهيزات تقنية حديثة تقدم خدمات تنافسية					
2	يملك البنك موقع جذاب يزيد من إقبال الزبائن					
3	التصميم الداخلي للبنك منظم ومتكامل					
4	يتمتع موظفو البنك بالأناقة و اللباقة في التعامل مع الزبائن					
5	يمتلك البنك قاعات كافية للانتظار					
	بعد الاعتمادية					
6	يمكن الاعتماد على موظفي البنك					
7	يفي البنك بوعوده للزبائن فيما يخص تقديم الخدمات في الأوقات المحددة					
8	يمكن الثقة بمهارة موظفي البنك على تقديم الخدمات بشكل جيد من أول مرة					
9	يحتفظ البنك بسجلات وكشوفات دقيقة عن زبائنه					
10	يتمتع موظفو البنك بمهارة في تقديم الخدمات					
	بعد الاستجابة					
11	يقوم البنك بتقديم خدمات سريعة					
12	الاستجابة السريعة لشكاوى العملاء أو استفساراتهم ضرورة ملحة.					
13	تعطى مواعيد محددة لأداء الخدمة المصرفية					
14	يقدم البنك للزبائن جميع المعلومات المتعلقة بأي خدمات جديدة باستخدام وسائل الاتصال الحديثة(هاتف نقال، انترنت)...					
	بعد الأمان والثقة					
15	يشعر الزبائن بالأمان عند تعاملهم مع البنك					
16	يظهر الموظف المعرفة الشخصية بالزبون ويحرص على الترحيب به					
17	يبلغ البنك الزبائن بالتطورات التي تمس الأعمال المصرفية داخل البنك					
18	توفر الأدوات الإلكترونية وسائل الحماية يساهم في طمأنة الزبائن للتعامل مع البنك					
	بعد التعاطف					
19	يوفر البنك ساعات عمل ملائمة لظروف الزبون					
20	يتعامل موظفو البنك مع الزبائن بالترحيب بهم ومراعاة ظروفهم والتعاطف معهم					
21	يضع البنك مصلحة الزبون في قمة اهتماماته					
22	يولي البنك رعاية خاصة وفردية بكل زبون					

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,963	35

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,968	22

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,980	57

الجنس

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	10	33,3	33,3	33,3
	أنثى	20	66,7	66,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

السن

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	من 30-40 سنة	18	60,0	60,0	60,0
	من 41-50 سنة	10	33,3	33,3	93,3
	من 51 سنة أكثر	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

التعليمي المستوى

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	متوسط	2	6,7	6,7	6,7
	ثانوي	11	36,7	36,7	43,3
	جامعي	13	43,3	43,3	86,7
	عليا دراسات	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

المهنة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موظف	21	70,0	70,0	70,0
	مصلحة رئيس	5	16,7	16,7	86,7
	مدير قسم رئيس	3	10,0	10,0	96,7
	مدير نائب	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

به تعمل الذي البنك اسم

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	BADRE BANK	30	100,0	100,0	100,0

البنك مع التعامل مدة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سنوات 5 من أقل	2	6,7	6,7	6,7
	سنوات10 -6 من	16	53,3	53,3	60,0
	سنوات15-11من	9	30,0	30,0	90,0
	سنوات15 من أكثر	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

البنكي بالعمل للقيام الحاسوب أجهزة من كافي عدد على البنك يتوفر

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	2	6,7	6,7	6,7
	موافق	19	63,3	63,3	70,0
	بشدة موافق	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

متطورة برمجيات على البنك يتوفر

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	1	3,3	3,3	3,3
	موافق غير	3	10,0	10,0	13,3
	محايد	5	16,7	16,7	30,0
	موافق	16	53,3	53,3	83,3
	بشدة موافق	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

المعلومات معالجة احتياجات مع البنك في المستخدمة البرامج تتلائم

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	2	6,7	6,7	6,7
	موافق	19	63,3	63,3	70,0
	بشدة موافق	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

أو البعض ببعضها المتعلقة البيانات ربط على القدرة به تعمل الذي البنك في البيانات قواعد توفر الحاجة حسب المختلفة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	4	13,3	13,3	13,3
	محايد	1	3,3	3,3	16,7
	موافق	20	66,7	66,7	83,3
	بشدة موافق	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

المعلومات واستخراج إدخال سهولة بسبب والنظام المستخدم بين العلاقة تحسين على البيانات قواعد تعمل

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	2	6,7	6,7	6,7
	موافق غير	2	6,7	6,7	13,3
	محايد	1	3,3	3,3	16,7
	موافق	16	53,3	53,3	70,0
	بشدة موافق	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

الأنترنيت طريق عن الألكترونيا الزبائن مع التعامل يتم

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	1	3,3	3,3	3,3
	موافق غير	5	16,7	16,7	20,0
	محايد	2	6,7	6,7	26,7
	موافق	18	60,0	60,0	86,7
	بشدة موافق	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

بالبنك العمل احتياجات جميع بتغطية المتوفرة (الأنترنيت الفاكس، الهاتف،) الإتصال أجهزة تقوم

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	5	16,7	16,7	16,7
	محايد	3	10,0	10,0	26,7
	موافق	17	56,7	56,7	83,3
	بشدة موافق	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

بالبنك العمل احتياجات جميع بتغطية المتوفرة (الأنترنيت الفاكس، الهاتف،) الإتصال أجهزة تقوم

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	5	16,7	16,7	16,7
	محايد	3	10,0	10,0	26,7
	موافق	17	56,7	56,7	83,3
	بشدة موافق	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

العمل لإنجاز اللازمة المعلومات على والحصول ومعالجتها البيانات إدخال تستطيع

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	4	13,3	13,3	13,3
	محايد	2	6,7	6,7	20,0
	موافق	19	63,3	63,3	83,3
	بشدة موافق	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

والإتصالات المعلومات استخدام علة القادرة الفنية الكفاءات ذوي البنك في يتوفر

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	4	13,3	13,3	13,3
	محايد	2	6,7	6,7	20,0
	موافق	19	63,3	63,3	83,3
	بشدة موافق	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

كفاءتهم لرفع والإتصالات المعلومات مجالات في للعاملين تدريبية بدورات به تعمل الذي البنك يقوم

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	1	3,3	3,3	3,3
	موافق غير	3	10,0	10,0	13,3
	محايد	2	6,7	6,7	20,0
	موافق	19	63,3	63,3	83,3

بشدة موافق	5	16,7	16,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
المحور1	30	3,8143	,64439
أجهزة من كافي عدد على البنك يتوفر البنكي بالعمل للقيام الحاسوب	30	4,17	,747
حاسوب أحهزة عملك مكان في يتوفر حديثة	30	3,73	1,048
(طابعة سكنر،) الحاسوب ملحقات تقوم الإحتياجات جميع بتغطية المتوفرة البنك أعمال في منها الإستفادة بغرض به تعمل الذي	30	3,87	,860
البمجيات به تعمل الذي البنك في تتوفر للعمل كافية قدرات توفير إلى تؤدي التي	30	3,87	,776
متطورة برمجيات على البنك يتوفر	30	3,70	,988
البرمجيات تقدمها التي المعلومات تساعد في الضعف أو القوة نقاط تحديد في العمل لإنجاز المتاحة البدائل	30	3,83	,747
يسهل والبرمجيات الأجهزة استخدام اليدوي العمل من أكثر العمل	30	3,60	1,303
تحديث على به تعمل الذي البنك يحرص العمل أهداف لخدمة باستمرار البرمجيات	30	4,07	,944
تتناسب البنك في المستخدمة البرمجيات المطلوب العمل طبيعة مع	30	4,00	,788
مع البنك في المستخدمة البرامج تتلائم المعلومات معالجة احتياجات	30	4,17	,747
البنوك مع به تعمل الذي البنك يتعاون برمجيات من لديها ما يخص فيما الأخرى أعمالها لإنجاز	30	4,00	,910
تعمل الذي البنك في البيانات قواعد تعمل البيانات تكرار ازدواجية من تقليل على به والمعلومات	30	3,63	1,098
تعمل الذي البنك في البيانات قواعد توفر المتعلقة البيانات ربط على القدرة به الحاجة حسب المختلفة أو البعض ببعضها	30	3,87	,860
بعمليات الحديثة البيانات قواعد تقوم للملفات والتخزين والإعداد التجمع	30	3,90	,885

البيانات أمن من البيانات قواعد تزيد محاولات يضبط النظام لأن وتكاملها صلاحية من ويتحقق إليها الدخول على الحصول في (المستخدم) الشخص المعلومات	30	3,97	,890
العلاقة تحسين على البيانات قواعد تعمل إدخال سهولة بسبب والنظام المستخدم بين المعلومات واستخراج	30	3,93	1,112
ذات حديثة اتصالات نظام البنك في تتوفر عالية جودة	30	3,40	1,133
شامل يكون البنك داخل الأنترنيت تدفق سريع	30	3,27	1,172
الأنترنيت على موقع البنك يمتلك	30	3,83	1,085
عن الألكترونيا الزبائن مع التعامل يتم الأنترنيت طريق	30	3,63	1,033
في واسعة بصورة الأنترنيت استخدام يتم الزبائن مع الفعالة الإتصالات إطار	30	3,53	1,167
في (e-mail)الإلكتروني البريد يساهم المعلومات تبادل على القدرة زيادة	30	3,53	1,008
الفاكس، الهاتف،) الإتصال أجهزة تقوم جميع بتغطية المتوفرة (الأنترنيت بالبنك العمل احتياجات	30	3,73	,944
في المستخدمة المعلومات نظم تساهم العمل انجاز سرعة	30	3,83	,913
الأشكال البنك في المعلومات نظم توفر البيانية والعروض والجداول	30	3,97	,765
الإدارية المعلومات نظم مع التعامل يتم السرية من عالية بدرجة	30	4,13	,730
البنك في المستخدمة المعلومات بنظم تثق به تعمل الذي	30	3,70	1,088
بالبنك الموجود المعلومات نظم في يتوفر والأمن الحماية أجهزة على به تعمل الذي بالبيانات التلاعب من الآخرين يمنع مما المخزنة	30	4,07	,944
المعلومات قسم به تعمل الذي بالبنك يوجد والإتصالات	30	3,93	,828
في تدريبية برامج البنك في للعاملين يتوفر المعلومات تكنولوجيا استخدام مجال والإتصالات	30	3,83	,950
الحاسوب استخدام في المهارة تمتلك البنكي العمل لإنجاز كوسيلة	30	3,90	,885

استخدام في الكاملة المعرفة لديك البنكي العمل لإنجاز الأنترنيت	30	3,43	1,357
ومعالجتها البيانات إدخال تستطيع اللازمة المعلومات على والحصول العمل لإنجاز	30	3,83	,874
الفنية الكفاءات ذوي البنك في يتوفر المعلومات استخدام علة القادرة والإتصالات	30	3,83	,874
تدريبية بدورات به تعمل الذي البنك يقوم المعلومات مجالات في للعاملين كفاءتهم لرفع والإتصالات	30	3,80	,961
N valide (liste)	30		

تنافسية خدمات تقدم حديثة تقنية تجهيزات البنك لدى تتوفر

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	4	13,3	13,3	13,3
	محايد	2	6,7	6,7	20,0
	موافق	20	66,7	66,7	86,7
	بشدة موافق	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

الزبائن مع التعامل في اللباقة و بالأناقة البنك موظفو يتمتع

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	5	16,7	16,7	16,7
	موافق	19	63,3	63,3	80,0
	بشدة موافق	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

.ملحة ضرورة استفساراتهم أو العملاء لشكاوى السريعة الاستجابة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	3	10,0	10,0	10,0
	محايد	2	6,7	6,7	16,7
	موافق	21	70,0	70,0	86,7
	بشدة موافق	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

البنك داخل المصرفية الأعمال تمس التي بالتطورات الزبائن البنك يبلغ

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	4	13,3	13,3	13,3
	محايد	1	3,3	3,3	16,7
	موافق	21	70,0	70,0	86,7
	بشدة موافق	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

معهم والتعاطف ظروفهم ومراعاة بهم بالترحيب الزبائن مع البنك موظفو يتعامل

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	3	10,0	10,0	10,0
	محايد	1	3,3	3,3	13,3
	موافق	19	63,3	63,3	76,7
	بشدة موافق	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

اهتماماته قمة في الزبون مصلحة البنك يضع

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بشدة موافق غير	2	6,7	6,7	6,7
	موافق غير	1	3,3	3,3	10,0
	محايد	3	10,0	10,0	20,0
	موافق	19	63,3	63,3	83,3
	بشدة موافق	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

زبون بكل وفردية خاصة رعاية البنك يولي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق غير	3	10,0	10,0	10,0
	محايد	2	6,7	6,7	16,7
	موافق	18	60,0	60,0	76,7
	بشدة موافق	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
المحور2	30	3,7894	,73045
حديثة تقنية تجهيزات البنك لدى تتوفر تنافسية خدمات تقدم	30	3,80	,847
إقبال من يزيد جذاب موقع البنك يملك الزبائن	30	3,63	1,066
ومتكامل منظم للبنك الداخلي التصميم	30	3,67	,844
في اللباقة و بالأناقة البنك موظفو يتمتع الزبائن مع التعامل	30	3,87	,937
للانتظار كافية قاعات البنك يمتلك	30	3,60	1,070
البنك موظفي على الاعتماد يمكن	30	4,03	1,066
يخص فيما للزبائن بوعوده البنك يفي المحددة الأوقات في الخدمات تقديم	30	3,33	1,213
على البنك موظفي بمهارة الثقة يمكن مرة أول من جيد بشكل الخدمات تقديم	30	3,47	1,074
عن دقيقة وكشوفات بسجلات البنك يحتفظ زبائنه	30	3,73	,980
تقديم في بمهارة البنك موظفو يتمتع الخدمات	30	3,93	,907
سريعة خدمات بتقديم البنك يقوم	30	3,87	,937
أو العملاء لشكاوى السريعة الاستجابة ملحة ضرورة استفساراتهم.	30	3,87	,776
الخدمة لأداء محددة مواعيد تعطى المصرفية	30	3,80	,714
المعلومات جميع للزبائن البنك يقدم باستخدام جديدة خدمات بأي المتعلقة نقال، هاتف(الحديثة الاتصال وسائل انترنت...)	30	3,70	1,055
مع تعاملهم عند بالأمان الزبائن يشعر البنك	30	4,03	,718
الشخصية المعرفة الموظف يظهر به الترحيب على ويحرص بالزبون	30	3,80	1,064
تمس التي بالتطورات الزبائن البنك يبلغ البنك داخل المصرفية الأعمال	30	3,83	,834
الحماية وسائل الإلكترونية الأدوات توفر البنك مع للتعامل الزبائن طمأنة في يساهم	30	3,80	1,031
لظروف ملائمة عمل ساعات البنك يوفر الزبون	30	3,83	,791
بالترحيب الزبائن مع البنك موظفو يتعامل معهم والتعاطف ظروفهم ومراعاة بهم	30	4,00	,830

قمة في الزبون مصلحة البنك يضع اهتماماته	30	3,80	,997
بكل وفردية خاصة رعاية البنك يولي زبون	30	3,97	,850
N valide (liste)	30		

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,835[a]	,697	,634	,39001

a. Prédicteurs : (Constante), جذاب موقع البنك يملك ,للانتظار كافية قاعات البنك يمتلك البنك موظفو يتمتع ,تنافسية خدمات تقدم حديثة تقنية تجهيزات البنك لدى تتوفر ,الزبائن إقبال من يزيد ومتكامل منظم للبنك الداخلي التصميم ,الزبائن مع التعامل في اللباقة و بالأناقة

ANOVA[a]

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	8,391	5	1,678	11,034	,000[b]
	de Student	3,651	24	,152		
	Total	12,042	29			

a. Variable dépendante : المحور1

b. Prédicteurs : (Constante), البنك لدى تتوفر ,الزبائن إقبال من يزيد جذاب موقع البنك يملك ,للانتظار كافية قاعات البنك يمتلك ومتكامل منظم للبنك الداخلي التصميم ,الزبائن مع التعامل في اللباقة و بالأناقة البنك موظفو يتمتع ,تنافسية خدمات تقدم حديثة تقنية تجهيزات

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,871[a]	,759	,708	,34799

a. Prédicteurs : (Constante), الاعتماد يمكن ,الخدمات تقديم في بمهارة البنك موظفو يتمتع يفي ,مرة أول من جيد بشكل الخدمات تقديم على البنك موظفي بمهارة الثقة يمكن ,البنك موظفي على وكشوفات بسجلات البنك يحتفظ ,المحددة الأوقات في الخدمات تقديم يخص فيما للزبائن بوعوده البنك زبائنه عن دقيقة

ANOVA[a]

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	9,136	5	1,827	15,089	,000[b]
	de Student	2,906	24	,121		
	Total	12,042	29			

a. Variable dépendante : المحور1

b. Prédicteurs : (Constante), بمهارة الثقة يمكن ,البنك موظفي على الاعتماد يمكن ,الخدمات تقديم في بمهارة البنك موظفو يتمتع يحتفظ ,المحددة الأوقات في الخدمات تقديم يخص فيما للزبائن بوعوده البنك يفي ,مرة أول من جيد بشكل الخدمات تقديم على البنك موظفي زبائنه عن دقيقة وكشوفات بسجلات البنك

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,779[a]	,606	,543	,43554

a. Prédicteurs : (Constante), جديدة خدمات بأي المتعلقة المعلومات جميع للزبائن البنك يقدم الخدمة لأداء محددة مواعيد تعطى ,)...انترنت نقال، هاتف(الحديثة الاتصال وسائل باستخدام بتقديم البنك يقوم ,.ملحة ضرورة استفساراتهم أو العملاء لشكاوى السريعة الاستجابة ,المصرفية سريعة خدمات

ANOVA[a]

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	7,300	4	1,825	9,620	,000[b]
	de Student	4,742	25	,190		
	Total	12,042	29			

a. Variable dépendante : المحور1

b. Prédicteurs : (Constante), الحديثة الاتصال وسائل باستخدام جديدة خدمات بأي المتعلقة المعلومات جميع للزبائن البنك يقدم ,.ملحة ضرورة استفساراتهم أو العملاء لشكاوى السريعة الاستجابة ,المصرفية الخدمة لأداء محددة مواعيد تعطى ,)...انترنت نقال، هاتف(سريعة خدمات بتقديم البنك يقوم

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,853[a]	,728	,685	,36194

a. Prédicteurs : (Constante), طمأنة في يساهم الحماية وسائل الإلكترونية الأدوات توفر المعرفة الموظف يظهر ,البنك مع تعاملهم عند بالأمان الزبائن يشعر ,البنك مع للتعامل الزبائن الأعمال تمس التي بالتطورات الزبائن البنك يبلغ ,به الترحيب على ويحرص بالزبون الشخصية البنك داخل المصرفية

ANOVA[a]

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	8,767	4	2,192	16,731	,000[b]
	de Student	3,275	25	,131		
	Total	12,042	29			

a. Variable dépendante : المحور1

b. Prédicteurs : (Constante), الزبائن يشعر ,البنك مع للتعامل الزبائن طمأنة في يساهم الحماية وسائل الإلكترونية الأدوات توفر التي بالتطورات الزبائن البنك يبلغ ,به الترحيب على ويحرص بالزبون الشخصية المعرفة الموظف يظهر ,البنك مع تعاملهم عند بالأمان البنك داخل المصرفية الأعمال تمس

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,872[a]	,760	,721	,34016

a. Prédicteurs : (Constante), البنك يضع ,زبون بكل وفردية خاصة رعاية البنك يولى موظفو يتعامل ,الزبون لظروف ملائمة عمل ساعات البنك يوفر ,اهتماماته قمة في الزبون مصلحة معهم والتعاطف ظروفهم ومراعاة بهم بالترحيب الزبائن مع البنك

ANOVA[a]

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	9,149	4	2,287	19,768	,000[b]
	de Student	2,893	25	,116		
	Total	12,042	29			

a. Variable dépendante : المحور1

b. Prédicteurs : (Constante), يوفر ,اهتماماته قمة في الزبون مصلحة البنك يضع ,زبون بكل وفردية خاصة رعاية البنك يولي معهم والتعاطف ظروفهم ومراعاة بهم بالترحيب الزبائن مع البنك موظفو يتعامل ,الزبون لظروف ملائمة عمل ساعات البنك

Descriptives

			Statistiques	Erreur standard
المحور1	Moyenne		3,8143	,11765
	Intervalle de confiance à 95 % pour la moyenne	Borne inférieure	3,5737	
		Borne supérieure	4,0549	
	Moyenne tronquée à 5 %		3,8857	
	Médiane		3,9714	
	Variance		,415	
	Ecart type		,64439	
	Minimum		1,86	
	Maximum		4,49	
	Plage		2,63	
	Plage interquartile		,54	
	Asymétrie		-1,927	,427
	Kurtosis		4,281	,833

Tests de normalité

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistiques	ddl	Sig.	Statistiques	ddl	Sig.
المحور1	,220	30	,001	,792	30	,000

a. Correction de signification de Lilliefors

Tests de normalité

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistiques	ddl	Sig.	Statistiques	ddl	Sig.
المحور2	,208	30	,002	,790	30	,000

a. Correction de signification de Lilliefors

Descriptives

			Statistiques	Erreur standard
المحور2	Moyenne		3,7894	,13336
	Intervalle de confiance à 95 % pour la moyenne	Borne inférieure	3,5166	
		Borne supérieure	4,0621	
	Moyenne tronquée à 5 %		3,8645	
	Médiane		3,9773	
	Variance		,534	
	Ecart type		,73045	
	Minimum		1,55	
	Maximum		4,77	
	Plage		3,23	
	Plage interquartile		,48	
	Asymétrie		-1,948	,427
	Kurtosis		4,638	,833

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,898[a]	,806	,799	,28881

a. Prédicteurs : (Constante), المحور2

ANOVA[a]

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	9,707	1	9,707	116,370	,000[b]
	de Student	2,336	28	,083		
	Total	12,042	29			

a. Variable dépendante : المحور1

b. Prédicteurs : (Constante), المحور2

Coefficients[a]

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
		B	Erreur standard	Bêta	t	Sig.
1	(Constante)	,813	,283		2,871	,008
	المحور2	,792	,073	,898	10,787	,000

a. Variable dépendante : المحور1