

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة ابن خلدون - تيارت
ملحقه قصر الشلالة
كلية العلوم الاقتصادية
والعلوم التجارية وعلوم التسيير



مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات لنيل شهادة الماستر
تخصص: مالية وبنوك

الموسومة بـ:

مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمة المصرفية

الصفة	أعضاء اللجنة
رئيساً	د. بوجنان خالدية
مشرفاً مقراً	د. بنية صبرينة
عضواً مناقشاً	د. آيت عيسى عيسى

إشراف الأستاذة:

بنية صبرينة

إعداد الطالبة

بسداد نور الهدى

السنة الجامعية

2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّعَةَ
وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّعَةَ
وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّعَةَ

كلمة شكر

بعد بسم الله والصلاة والسلام على خير أفضل خلق الله
أترحم على روح أستاذنا الفاضل "**بركان بن خيرة**"
بأسمى عبارات الترحم والغفران والعرفان
أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى
كل الأساتذة الأفاضل واخص بالذكر الأستاذة الدكتورة "**بنية صبرينة**"
التي أشرفت علينا ولم تبخل علينا بنصائحها أو توجيهاتها القيمة
التي كانت عوناً لي في إنجاز هذه المذكرة.
كل موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية – قصر الشلالة –
على حسن استقبالهم وتعاونهم الذي مكننا من إجراء الدراسة الميدانية.
والى كل من ساعدني وشجعني مادياً ومعنوياً
على إتمام هذا العمل المتواضع.

إهداء

إلى من أوصانا الله بهما وقال:

"اخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا"
الزهرة التي لا تذبل... إلى التي رفع الله من مقامها وجعل الجنة تحت أقدامها وعلمتني
العطاء والتسامح، إلى التي رأيتني أخطو الخطوات الأولى في حياتي واكبر أمام أعينها،
وحفزتني في مشواري الدراسي، إلى من أعطتني الحب والحنان، إلى مدرسة الأخلاق،
التي حملتني وهنا على وهنا،

إلى من سهرت لأجلي وحرصت على تنشئتي، وكانت نور دربي، لك يا أجمل حواء أنت
أمي الغالية والحببية أطل الله في عمرها

الأماس الذي لا ينكسر نبع العطاء الذي زرع الأخلاق بداخلي وعلمني طرق الارتقاء...
إلى الذي تعلمت منه كيف تكون الحياة وتعب من اجلي، إلى من كان ولا زال سنداً لي في
الحياة

إلى مصدر فخري واعتزازي، الذي غرس فيا حب التعلم، إلى ذلك القلب الواسع الذي
أوصلني إلى ما أنا عليه

إلى أبي الغالي والعزيز حفظه الله

إلى أجمل هدية أهدتني إياها أمي **إخوتي الأعزاء حماهم ووقفهم الله** في ميدان عملهم
إلى رمز الصداقة ورفقاء الدراسة في الجامعة طيلة خمسة سنوات اخص بالذكر
صديقتي **"فضيلة"**

Artistic Designs

الفهرس

شكر وتقدير

الإهداء

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

أ مقدمة

الفصل الأول: إطار مفاهيمي ونظري لتكنولوجيا المعلومات

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول تكنولوجيا المعلومات 06

المطلب الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات 06

المطلب الثاني: خصائص تكنولوجيا المعلومات 18

المطلب الثالث: أقسام تكنولوجيا المعلومات وآثار استخدامها 19

المبحث الثاني: أهمية وأهداف تكنولوجيا المعلومات ووظائفها 22

المطلب الأول: أهمية تكنولوجيا المعلومات 22

المطلب الثاني: أهداف تكنولوجيا المعلومات 24

المطلب الثالث: وظائف تكنولوجيا المعلومات وفوائدها 24

المبحث الثالث: مجالات ومراحل تكنولوجيا المعلومات ومكوناتها 28

المطلب الأول: مجالات تكنولوجيا المعلومات 28

المطلب الثاني: مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات 29

المطلب الثالث: مكونات تكنولوجيا المعلومات ومخاطر استخدامها 30

خلاصة الفصل 33

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وتطورها في ظل تكنولوجيا المعلومات

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الخدمة المصرفية 35

المطلب الأول: مفهوم الخدمة المصرفية 35

المطلب الثاني: أنواع الخدمة المصرفية 37

المطلب الثالث: خصائص الخدمة المصرفية 45

المبحث الثاني: تطوير الخدمات المصرفية 47

المطلب الأول: تعريف تطوير الخدمة المصرفية وأهميتها ودورة حياتها 47

المطلب الثاني: مصادر تطوير خدمات مصرفية 50

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في تطوير الخدمات المصرفية 51

المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات وأثرها على تطوير الخدمة المصرفية 52

المطلب الأول: اتجاهات حديثة للبنوك 53

المطلب الثاني: الخدمات المصرفية الإلكترونية 56

المطلب الثالث: أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية 57

خلاصة الفصل 59

الفصل الثالث: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية – وكالة قصر الشلالة-

تمهيد 61

61	المبحث الأول: لمحة عامة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية
61	المطلب الأول: بطاقة فنية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR
63	المطلب الثاني: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية
66	المطلب الثالث: مهام وأهداف وكالة قصر الشلالة
68	المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة {عرض، تحليل، نتائج الاستبيان}
68	المطلب الأول: طريقة الدراسة وصدق ثباتها
71	المطلب الثاني: أساليب المعالجة الاحصائية لبيانات اداة الدراسة {استمارة}
71	المطلب الثالث: تحليل استبيان واختبار الفرضيات
79	المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات ودورها في تطوير الخدمات المصرفية
79	المطلب الأول: الخدمات المصرفية المطورة لبنك
83	المطلب الثاني: نظام المقاصة الإلكترونية
85	المطلب الثالث: دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمة المصرفية
87	خلاصة الفصل
90	خاتمة عامة
94	قائمة المصادر والمراجع
98	الملخص

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	الاختلاف بين المعلومات حسب المستوى الإداري	12
02	مقياس الإجابات على الفقرات	69
03	(معاملات الثبات (طريقة ألفا كرونباخ) حسب المحاور	69
04	معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الأول (تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية) بالدرجة الكلية للمحور:	70
05	معاملات ارتباط بيرسون لعبارات بعد الاعتمادية بالدرجة الكلية للمحور الثاني (تطوير الخدمة المصرفية في البنك الفلاحة والتنمية الريفية)	70
06	(معاملات ارتباط بيرسون لعبارات بعد الاستجابة بالدرجة الكلية للمحور الثاني (تطوير الخدمة المصرفية في البنك الفلاحة والتنمية الريفية)	70
07	(معاملات ارتباط بيرسون لعبارات بعد الوصول/ الموقع الحالي بالدرجة الكلية للمحور الثاني تطوير الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية.	71
08	معاملات ارتباط بيرسون لعبارات بعد الأمان / الثقة بالدرجة الكلية للمحور الثاني (تطوير الخدمة المصرفية في البنك الفلاحة والتنمية الريفية).	71
09	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	72
10	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر	72
11	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	73
12	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة	73
13	توزيع أفراد عينة الدراسة مدة التعامل مع البنك	74
14	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير القناة الالكترونية المتعامل بها مع البنك للحصول على الخدمة المصرفية	74
15	مقياس تحليل النتائج "مقياس ديكرات الخماسي"	75
16	تقييم تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في البنك الفلاحة والتنمية الريفية	75
17	تقييم جودة الخدمة البنكية الالكترونية في البنك من ناحية بعد الاعتمادية	76
18	تقييم جودة تطوير الخدمة المصرفية في البنك من ناحية بعد الاستجابة	77
19	تقييم جودة وتطوير الخدمة المصرفية في البنك من ناحية بعد الوصول/ الموقع الإجمالي	78
20	تقييم جودة الخدمة البنكية الالكترونية في البنك من ناحية بعد الأمان / الثقة .	78-79
21	تطور عدد الوكالات البنكية للبنك	86
22	تطور قروض الإستغلال وقروض الإستثمار لوكالة قصر الشلالة – للفترة(2007 – 2011)	86

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	المعلومات الناتجة من البيانات	10
02	تفاعل تكنولوجيا المعلومات مع المجالات الوظيفية في المنظمة	23
03	وظائف تكنولوجيا المعلومات	25
04	الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية	66
05	يمثل القائمة الرئيسية للاختبارات	84
06	تطور قروض الاستغلال وقروض الاستثمار لوكالة قصر الشلالة	87

مقدمة عامة

مقدمة عامة:

عرف العالم المعاصر تحولات هامة أفرزتها معطيات مختلفة أبرزها وأهمها تطورات التكنولوجيا حيث أحدثت انفجارا معلوماتيا أدى إلى ارتباط أفراد وجماعته ودوله بشبكات معلوماتية متطورة سهلة انتقال المعلومات العلمية والاقتصادية والثقافية إلى جميع أنحاء العالم إذ أصبحت السمي الغالية على بيئة العمل هي التقلب والتغير السريع وأصبح التقدم الأمم ورفيها يقاس ما تمتلكه من خزان علمي وتكنولوجي متطور ومنه فان تكنولوجيا الاتصال أصبحت وسيلة بقاء وأداء لا يمكن الاستغناء عنها وتنامي دورها الفعال في مختلف الميادين "الاقتصادية والاجتماعية والثقافية" وهنا تعتبر الخدمات المصرفية احد أهم الأنشطة الاقتصادية التي استفادت من التطورات التكنولوجية كما إن زيادة الطلب عليها على درجة التقدم الاقتصادي للبلد إما عرضها فهو يعمل على تحقيق رفاهية المجتمع لذا نجد النشاط المصرفي يتأثر بالتطورات الاقتصادية المختلفة حيث انتقلت البنوك من تقديم خدمات تقليدية محصورة في الإيداع والسحب والاقتراض إلى أشكال متعدد في تقديم خدماتها المصرفية.

ونظراً لأهمية الدور الذي يلعبه القطاع المصرفي في هذا العصر من الناحية الاجتماعية عامة والاقتصادية خاصة إذ يتعامل مع قاعدة عريضة من العملاء وقد تأثر بما حدث من تطور في مجال تكنولوجيا المعلومات لذا أصبح من الضروري إحداث تقنيات التكنولوجية لتسهيل إيجاز المعلومات المصرفية.

وكنتيجة لذلك فقد حاولت المؤسسات المصرفية إدخال ممارسات إدارية حديثة ومواكبة للعصر والتطور التكنولوجي عن طريق ابتكار وعصرنة خدماتها المقدمة تحديث نظمها وإعادة هندسة الأعمال بها وتطويرها بالإضافة إلى الاهتمام بالعنصر البشري من حيث تدريب وإعادته للتأهيل علميا وعمليا للتعامل مع أحدث التقنيات العصرية كل هذا بغية جعلها أكثر كفاءة وفعالية ودقة وسرعة وموثوقية وأمان في تهيئة المعلومات وتليبيتها من جهات المستفيدة "الزبائن" مما ساهم إلى حد كبير في خلق جو المنافسة بين المصارف من خلال تميزها في مستوى جودة خدماتها المصرفية.

لهذا أصبحت تكنولوجيا المعلومات تحتل مكانة واسعة وذات أهمية في كل مجالات وخاصة المجال الاقتصادي وهذا يعني أن نظم المعلومات التقليدية أصبحت اقل ملائمة في تقديم المعلومات إلى متخذي القرارات إذ فقدت المعلومات أهم خصائصها النوعية وهي الملائمة والتوقيت المناسب ومن هنا برزت الحاجة لوجود نظام معلومات جديد يتلائم مع البيئة الحاضنة لتكنولوجيا المعلومات ليكون قادرا على توفير معلومات ذات جودة عالية للوقت المناسب تساهم في ترشيد القرارات.

وبات من المؤكد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تمثل العنصر المعرفي الأهم في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية حيث تشكل أكثر مما مضى عاملا أساسيا في الإنتاج والإنتاجية وفي توفير فرص العمل الحقيقية وفي تنويع الاقتصاد وفي زيادة القيمة المضافة وأرباح وزيادة الدخل القومي وفي توفير مقومات الدفاع والأمن وعلى هذا الأساس اغرب دول العالم توجهت للدخول في ميدان تكنولوجيا المعلومات بغرض مواكبة التطورات المذهلة في مجال ولن تفوت الدول النامية هذه الفرص لتحقيق التنمية

الاقتصادية وخاصة بالنظر إلى الواقع المزري التي تعيشه بعض الدول في مختلف المجالات الاقتصادية والتنمية.

1. إشكالية البحث:

وفي هذا السياق يمكن حصر إشكالية البحث في سؤال رئيسي يتمثل في:

ما هو تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمات المصرفية؟

وللإجابة عن السؤال الرئيسي للإشكالية نقوم بالإجابة على الأسئلة فرعية

- ما المقصود بتكنولوجيا المعلومات؟
- ما هي آثار تكنولوجيا المعلومات؟ وأهميتها؟
- ما مدى مساعدة تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمات المصرفية؟

2. فرضيات البحث:

على ضوء ما سبق ويهدف تناول مختلف التساؤلات المطروحة نعتمد مجموعة من الفرضيات والتي سوف يتم تدعيمها بأدلة وأدوات البحث من:

- تستخدم تكنولوجيا المعلومات في كثير من المجالات ذلك لأنها تسهل وتسرع من تداول المعلومات بين مختلف الأطراف.
- تعتبر الخدمات المصرفية هي أساس العمل المصرفي لذلك يقوم المصرف بتطويرها لضمان الاستمرارية والنمو وجذب عملاء جدد.
- يطور المصرف الخدمات المصرفية باستعماله لتكنولوجيا بالتوجه نحو العمل المصرفي لتقليل التكاليف وزيادة تنافسية المصرف.

3. أهداف البحث:

تسعى من خلال هذه الدراسة إلى:

- توضيح ومعرفة تكنولوجيا المعلومات.
- معرفة الخصائص والسمات التي تجعل المعلومات ذات جودة.
- معرفة مدى أهمية تكنولوجيا المعلومات وأثرها في تطوير الخدمة المصرفية.
- إبراز الدور الكبير لتكنولوجيا المعلومات في فعالية أنشطة البنوك.
- تسليط الضوء على تطوير الخدمات المصرفية وقياس مستواها من وجهة نظر الزبائن.
- اطلاع المهتمين في ميدان البنوك بأهمية الموضوع وما يمكن أن يقدمه من إسهامات فيما يخص عصرنة القطاع.

4. أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة من الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات وتبنيه وتطبيقه في العمل المصرفي، وانعكاس ذلك في تطوير الخدمات المصرفية، فبدخول التكنولوجيا للعمل المصرفي "كالحاسوب وملحقاته، البرامج المصرفية المتطورة وغيرها...".

5. صعوبات البحث:

- عدم توفر المراجع بشكل وافر وذلك باعتبار أن الجامعة ملحقة وليست جامعة مركزية.
- صعوبة الحصول على المعلومات من البنوك بسبب تفشي فيروس كورونا.
- انشغال الموظفين بمهامهم الوظيفية أدى إلى عدم تزويد المتربصين بالمعلومات الكافية.

6. أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيار أي موضوع لا يتم اعتباطيا أو صدفة بل هناك العديد من الأسباب الموضوعية والذاتية التي دعتنا إلى اختيار هذا الموضوع دون غيره هي:

أ/ الأسباب الموضوعية:

- المعرفة في معرفة وضع البنوك في مجال تكنولوجيا المعلومات
- حب الاطلاع والبحث خاصة في مجال التخصص.
- محاولة منا لانجاز دراسة علمية أكاديمية تبقى موضوع إفادة للطلبة مستقبلا.

ب/ الأسباب الذاتية:

- الدور الكبير الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات في مساهمتها لتحقيق الخدمة المصرفية.
- تزايد الاهتمام في الآونة الأخيرة بتكنولوجيا المعلومات والوسائل التكنولوجية المختلفة المستخدمة في البنوك.
- التعمق ومواصلة البحث في الموضوع، وهذا ما دفعنا إلى التفكير في البحث الجدي والتعمق حول تكنولوجيا المعلومات واستغلالها في البنوك وتوضيح دورها وأهميتها ومدى استخدامها.

7. منهجية الدراسة:

نعتمد في هذه الدراسة لمعالجة الإشكالية على المنهج الوصفي والذي سيتم الاعتماد عليه بحثنا على استخدام البيانات التي تم الحصول عليها من مصادرنا وفي وصف الخلفية النظرية للموضوع من أجل إبراز أهم المفاهيم والخصائص المتعلقة بتطوير الخدمات المصرفية وذلك بالاعتماد على الكتب والرسائل الجامعية والملتقيات إضافة على الانترنت.

إما المنهج التطبيقي فسنحاول من خلاله مدى استخدام تكنولوجيا في تطوير الخدمات المصرفية على مستوى الصندوق الوطني لتوفير والاحتياط وكالة قصر الشلالة.

الفصل الأول:

إطار مفاهيمي ونظري
لتكنولوجيا المعلومات

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول تكنولوجيا المعلومات

يعيش عالمنا المعاصر ما يسمى بعصر المعلوماتية حيث يزداد الوعي بأهمية المعلومات كمورد استراتيجي من موارد المنشآت على اختلاف أنواعها ونتيجة لذلك يتزايد الاهتمام بإدارة هذا المورد وبتطوير نظم المعلومات التي تعمل على توفير المعلومات اللازمة لاتخاذ القرار.

سيتم من خلال هذا المبحث التعرف على ماهية تكنولوجيا المعلومات، خصائصها وبنيتها التحتية.

المطلب الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات

أصبحت تكنولوجيا المعلومات مرتبطة بتطور المنظمات والمجتمعات في العصر الحاضر فهي تعتبر صيغة عامة تشمل مجموعة التكنولوجيا المستعملة في البحث والتطبيقات العلمية، وقبل التطرق إلى مفهوم تكنولوجيا سيتم التعرف عليه من خلال تجزئته إلى عدة مصطلحات:

1. تعريف تكنولوجيا:

تم استخدام التكنولوجيا لأول مرة في أواخر القرن الثامن عشر حيث كانت تشير إلى عملية تجهيز المواد الخام لتصبح صالحة للاستخدام المتعدد للحرفيين في ذلك الوقت تم حدث تطور لهذا المفهوم منذ الثورة الصناعية وحتى الآن.

إن كلمة تكنولوجيا تتكون لغويا من شقين:

- **تكنو:** وهو لفظ يوناني قديم يعني فن الصناعة أو التشغيل.
- **لوجيا:** وهو لفظ مشتق من اللغة اليونانية القديمة أيضا، ويعني علم أو منهج.

أي أن التكنولوجيا في معناها اللغوي الدقيق تعني التطبيق العلمي لفن الصناعة.

هذا وتعددت الرؤى التي تناولت موضوع التكنولوجيا حيث عرفت على أنها: "المكائن والمعدات والانتشار التكنولوجي، وهو تعريف ركز على الجانب المادي للتكنولوجيا".

وكذلك "هو استخدام المعرفة المتوفرة لإنتاج السلع والخدمات وهو التعريف الذي شمل المعرفة في مفهوم التكنولوجيا".

إلا أن مفهوم التكنولوجيا يتضمن جوانب أكثر من العناصر المادية أو المعرفية، حيث تعرف على أنها "الأدوات والأساليب والإجراءات والمعرفة المستخدمة لخلق منتج أو خدمة⁽¹⁾".

ويعرف Webster التكنولوجيا "بأنها اللغة التقنية والعلم التطبيقي والطريقة الفنية لتحقيق غرض عملي فضلاً عنكونها مجموعة من الوسائل المستعملة لتوفير كل ما هو ضروري لمعيشة الناس ورفاهيتهم".

(1) حمو محمد، إدارة تكنولوجيا المصرفية من أجل تحسين تنافسية بنوك، مع الإشارة إلى البنوك الجزائرية، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة شلف، العدد 16، سنة 2016، ص 86.

وتمتزج التكنولوجيا بمفهوم العلم لتفاعلها في الميادين التطبيقية فالتكنولوجيا عبارة عن "معرفة الكيف أو الوسيلة بين ما يميل العلم لمعرفة الأسباب إذ يأتي بالنظريات والقوانين العامة وتحولها تكنولوجيا إلى أساليب وتطبيقات في مختلف النشاطات ويعد العلم مصدر للمعرفة الأساسية ومركز أساسيا للتكنولوجيا".

وعرفت تكنولوجيا كذلك من قبل المهتمين بنظرية المنظمة "بأنها الفن والعلم المستخدم في إنتاج وتوزيع السلع والخدمات وتخفيض التكاليف الإنتاج وتطور أساليب العمل أي أنها العمليات والتقنيات والمكائن والأعمال المستخدمة لتحويل المدخلات (المواد والمعلومات والأفكار) إلى المخرجات (منتجات وخدمات).⁽¹⁾

وكما تعرف تكنولوجيا كذلك على أنها: "الجهد المنظم الرامي لاستخدام نتائج البحث العلمي في تطوير أساليب أداء العمليات الإنتاجية بالمعنى الواسع الذي يشمل الخدمات والأنشطة الإدارية والتنظيمية واجتماعية، وذلك بهدف التوصل إلى أساليب جديدة يفترض أنها أجدى للمجتمع.⁽²⁾

1.1.1. أصناف التكنولوجيا: (3)

ويتم تصنيف التكنولوجيا على أساس عدة معايير منها مايلي:

1.1.1.1. على أساس درجة تحكم هناك:

- ❖ **تكنولوجيا أساسية:** وهي تكنولوجيا مشاعة تقريبا، وتمتلكها المؤسسات الصناعية والمسلم به أن درجة التحكم فيها كبيرا جدا.
- ❖ **تكنولوجيا التمايز:** وهي عكس النوع السابق، حيث تمتلكها مؤسسة واحدة أو عدد محدود من المؤسسات الصناعية وهي تكنولوجيا تتميز بها عن بقية منافسيها المباشرين.

2.1.1. على أساس موضوعها:

- ❖ **تكنولوجيا المنتج:** وهي التكنولوجيا المحتواة في المنتج النهائي والمكون له.
- ❖ **تكنولوجيا أسلوب الإنتاج:** وهي تلك المستخدمة في عمليات الصنع، وعمليات التركيب والمراقبة.
- ❖ **تكنولوجيا التسيير:** وهي المستخدمة في معالجة مشاكل التصميم والتنظيم وتسيير تدفقات الموارد، ومن أمثلتها البرامج والتطبيقات التسييرية (نظم دعم القرارات، نظم دعم المديرين... إلخ).
- ❖ **تكنولوجيا التصميم:** وهي التي تستخدم في نشاطات التصميم في المؤسسة، كالتصميم لمساعدة حاسوب.

⁽¹⁾ ناشف فاطمة، وسائل الدفع الالكتروني في البنوك والمؤسسات المالية الجزائرية، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة مستغانم، سنة 2017/2018، ص 13.

⁽²⁾ مراد مرابط، أثر تكنولوجيا معلومات على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر، كلية علوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بسكرة، سنة 2014/2015، ص 03.

⁽³⁾ نوال هلو، دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمة المصرفية، بحث تكميلي مقدم لنيل درجة الماستر في تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، سنة 2012/2013، ص 05.

2.1. آثار تكنولوجيا: (1)**1.2.1. الآثار الايجابية:**

هناك العديد من الفوائد والمزايا الجوهرية من استخدام تكنولوجيا الجديدة ومن هذه المزايا وأكثرها وضوحاً ما يلي:

- تخفيض التكاليف المباشرة للعمل والمواد الخام.
- زيادة المبيعات: حيث أنه وفي ظل استخدام تكنولوجيا جديدة ومتقدمة فإن المبيعات ستزيد.
- تحسين الجودة: وكمثال نجد أنه خلال استخدام تكنولوجيا الطبية الجديدة يمكن تشخيص الأمراض القلبية والباطنية وغيرها.
- وفي مجال التصنيع فإن استخدام الآليات في مناولة المواد الخام أدى إلى تخفيض الإخطار البشرية وتحسين المنتج، كما أصبحت أوقات تسليم المنتجات للعملاء سريعة وبالتالي تخفيض تكاليف الإنتاج.
- تحسين الظروف: كاستخدام تكنولوجيا المتقدمة في الاتصالات أدى إلى سرعة الاتصال وتقريب المسافات وتخفيض حجم الضوضاء والتشويش في الهاتف والمكالمات وسرعة الحصول على المعلومة من خلال شبكة الانترنت.

2.2.1. الآثار السلبية:

قدمت تكنولوجيا خدمات عظيمة للبشرية إلا أن وجودها لم يخلو من الآثار السلبية على هذا الصعيد أو ذلك ومن بين هاته الآثار ما يلي:

- ارتفاع تكاليف الاستثمارات في تكنولوجيا المتقدمة، خاصة تلك المشروعات التكنولوجية المعقدة.
- تحتاج المشروعات التكنولوجية العالية التكلفة إلى مجهودات كبيرة والتدقيق والمعاينة والاختبار والتجريب.
- مخاطر عدم تشغيل الآلات والمعدات طول الوقت، أي وجود طاقة تكنولوجية فائضة أو عاطلة.
- استمرار التفاوت الاجتماعي والمعرفي بين الناس، سواء داخل الدولة الواحدة أو بين الدول.
- العمل لساعات طويلة لمستخدمي النظم يلحق بهم مشاكل صحية وتوترات نفسية.
- يمكن أن يتم نشر معلومات غير قانونية أو انتهاك حقوق الملكية الفكرية باستخدام نظم المعلومات مثل الانترنت أو الاتصال... إلخ.
- سيواجه المدراء مشاكل اختراق الحماية وعدم القدرة على السيطرة عليها.

2. تعريف المعلومات:

في البداية لا بد من التعرف على أصل المعلومات وهي البيانات:

(1) سميرة ناشي، أثر مساهمة تطبيق تكنولوجيا معلومات واتصال على رضا العميل المصرفي، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، كلية علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير، جامعة الوادي، سنة 2014/2015، ص 11.

2.1. البيانات DATA:

"هي عبارة عن المادة الخام أو المعلومات قبل معالجتها وتتكون من الجمل والعبارات والحقائق والأفكار والآراء والأحداث والأرقام والرموز غير المنظمة وغير المرتبطة بموضوع واحد وتعبر عن مواقف وأفعال أو تصف ظاهرة أو هدف دون أي تعديل أو تفسير أو مقارنة وقد لا يستفاد منها في شكلها الحالي إلا بعد معالجتها وتحويلها إلى معلومات". (1)

وتعرف أيضا: "على أنها عبارة عن أرقام أو رموز أو حقائق أولية متعلقة بالظاهرة محل الدراسة. فالبيانات هي المادة الأولية التي تستخلص منها المعلومات، أي هي بمثابة المدخلات اللازمة لإنتاج المعلومات". (2)

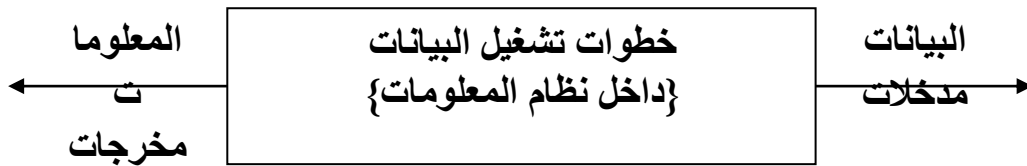
والمعلومات Information هي البيانات التي تمت معالجتها وأصبحت ذات دلالة وذات قيمة وهي عبارة عن مجموعة من الحقائق والمفاهيم والآراء والتي تتعلق بموضوع ويكون الهدف منها زيادة المعرفة ويمكن الحصول عليها من خلال القراءة أو الرؤية أو السمع أو الذوق أو الحس". (3)

وتعرف أيضا بأنها "هي ناتج معالجة البيانات تحليلا أو تركيبيا، لاستخلاص ما تتضمنه هذه البيانات أو تشير إليه من مؤشرات وعلاقات ومقارنات وغيرها، وذلك من خلال تطبيق العمليات الحسابية والطرق الإحصائية والرياضية والمنطقية، أو من خلال إقامة النماذج وما شابهه".

وفي توصيف آخر: تعرف المعلومات بأنها تلك التي تؤدي إلى تغيير سلوك وفكر الأفراد واتخاذ القرارات. (4)

أما المعلومات فإنها تتكون من بيانات تم تحويلها وتشغيلها لتصبح لها قيمة وبالتالي فإن المعلومات تمثل معرفة لها معنى وتفيد في تحقيق أهداف. وشكل رقم 01 يظهر العلاقة بين البيانات والمعلومات. (5)

شكل رقم 01: المعلومات الناتجة من البيانات



المصدر: كمال الدين مصطفى الدهراوي، نظم المعلومات الحاسوبية في ظل تكنولوجيا المعلومات، دار جامعة للنشر الإسكندرية، 2008، ص 25.

(1) سليمان مصطفى الدلاهمة، نظم المعلومات الحاسوبية وتكنولوجيا المعلومات، طبعة الأولى، عمان الأردن، سنة 2008، ص 31.

(2) محمد محمود المكاوي، اقتصاديات نظم المعلومات، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، الإسكندرية سنة 2011، ص 24.

(3) سليمان مصطفى الدلاهمة، مرجع سبق ذكره، ص 31.

(4) محمد محمود المكاوي، مرجع سبق ذكره، ص 24.

(5) كمال الدين مصطفى الدهراوي، نظم المعلومات الحاسوبية في ظل تكنولوجيا المعلومات، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية سنة 2008، ص 25.

2.2. أنواع المعلومات: (1)

تتبع أهمية تحديد أنواع المعلومات، من أهمية تحقيق فاعلية نظام المعلومات في المؤسسة، والتي تقاس بمدى قدرة النظام على تلبية الاحتياجات من المعلومات للمستفيدين بغية تحقيق الأهداف واتخاذ القرارات وفي هذا الصدد يمكن تصنيف المعلومات حسب عدة معايير أهمها ما يلي:

❖ تصنيف المعلومات حسب المصدر:

طبقا لهذا المعيار فإنه يتم تصنيف المعلومات إلى: معلومات داخلية ومعلومات خارجية.

« **المعلومات الداخلية:** ويكون مصدرها من داخل المؤسسة عن طريق الأشخاص أو الإدارات المكونة لها مثل: المشرفين ورؤساء الأقسام والمدراء بمختلف مستوياتهم، وهذه المعلومات تعكس الحقائق المتصلة بالأحداث والوقائع المتعلقة بسير العمل في مختلف وظائف المؤسسة كالتأمين، التسويق، الموارد البشرية، المحاسبة... إلخ، والذي يعرف بتدفق المعلومات داخل المؤسسة.

« **المعلومات الخارجية:** وهي المعلومات التي تحصل عليها المؤسسة من مصادر خارجية، أي من البيئة المحيطة بها والتي تعكس الأحداث والوقائع التي تجري في تلك البيئة والمتعلقة أساسا بالأسواق، المنافسين الموردين، العملاء، النقابات العمالية، القوانين والتشريعات، الهيئات الحكومية... إلخ، ومثل هذه المصادر تمد المؤسسة بالمعلومات البيئية والتنافسية، والتي تعطي للمدراء قاعدة هامة لمعرفة ما يحدث من تغييرات، فمثلا المعلومات الخارجية قد تكشف عن أنشطة مماثلة لنشاط المؤسسة، والتي تفيد في إجراء دراسات المقارنة وتلقي المزيد من الضوء على المركز التنافسي للمؤسسة، وكذلك الهيئات الحكومية التي تمد المؤسسات بمختلف الإحصائيات مثل: الدخل القومي، توزيع السكان، معدل الاستهلاك وغيرها، والتي تكون ذات أهمية كبيرة بالنسبة لأغراض التخطيط وهكذا.

إن السبب الأساسي في تصنيف المعلومات إلى داخلية وخارجية يعود إلى اختلاف الإجراءات والصعوبات الخاصة بإدارة وتحصيل كل منها، فالمعلومات الداخلية تتميز بأنها:

- تستلزم إجراء دراسات وأبحاث قليلة، لأن مصادرها معروفة ومحددة.
- تكاليف تهيئتها تكون بسيطة وضمنية مع عناصر التكاليف الأخرى.
- إما المعلومات الخارجية فتتميز بأنها:
- تستلزم دراسات وأبحاث شاملة نظرا لتعدد وتنوع مصادرها.
- يتم تجميعها بواسطة جهات مستقلة متخصصة بهذا العمل.
- تتحمل المؤسسة تكاليف كبيرة في سبيل الحصول عليها.

(1) مراد، أهمية نظم المعلومات الإدارية كأداة للتحليل البيئي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية جامعة سطيف، سنة 2009/2010، ص 23-20.

❖ تصنيف المعلومات حسب المستوى الإداري:

تنقسم الإدارة في الغالب إلى ثلاث مستويات وهي الإدارة الإستراتيجية (الإدارة العليا) والإدارة التكتيكية (الإدارة الوسطى) والإدارة التشغيلية (التنفيذية) حيث يتطلب كل مستوى إداري نوع خاص به من المعلومات وهي: المعلومات الإستراتيجية، المعلومات التكتيكية والمعلومات التنفيذية.

« **المعلومات الإستراتيجية:** وهي المعلومات التي تغطي فترة زمنية مستقبلية طويلة نسبياً، حيث تصف أهداف المؤسسة واستراتيجياتها والموارد اللازمة لبلوغ هذه الأهداف، تحديد الفعاليات والسياسات... إلخ وتتضمن التنبؤات والتقديرات المستقبلية لمختلف المتغيرات الاقتصادية، وتكون عادة ذات طبيعة عامة وملخصة وتمثل الاتجاه العام، وهي ليست بالضرورة تفصيلية ودقيقة، ومن الأمثلة على هذه المعلومات تلك الخاصة بتحديد مواقع المشروعات مصادر رأس المال، أنواع المنتجات... إلخ.

« **المعلومات التكتيكية:** هي المعلومات التي تغطي فترة زمنية متوسطة، وتتعلق بتنفيذ مختلف الأنشطة الوظيفية في المؤسسة كالإنتاج المشتريات، المبيعات، وذلك حسب الاستراتيجيات الموضوعة من قبل الإدارة العليا، أي أنها تتركز حول وصف الخطط التكتيكية الضرورية لتنفيذ إستراتيجية معينة، ومن الأمثلة على ذلك المعلومات الخاصة باختبار وتدريب الأفراد، جدولة الإنتاج خطط العيانة... إلخ.

« **المعلومات التشغيلية:** هي المعلومات التي تتعلق بالعمليات اليومية التي تتم داخل المؤسسة، حيث يجب توفير معلومات تفصيلية ودقيقة وبصفة مستمرة ومتكررة عن جميع أوجه النشاط في المؤسسة مثل ذلك المعلومات المتعلقة بحضور وانصراف الأفراد، أنواع وكميات السلع المنتجة والمباعة التوقفات الحاصلة في الآلات والمعدات... إلخ.

ولمزيد من التوضيح ندرج الجدول التالي والذي يوضح الاختلاف بين المعلومات المذكورة وفق أبعاد محددة كما يلي:

الجدول رقم 01: الاختلاف بين المعلومات حسب المستوى الإداري

الأبعاد نوع المعلومات	المستفيد الوظيفي	مصدر المعلومات	درجة التعقيد	الدرجة الزمنية	الاستخدام
المعلومات الإستراتيجية	الإستراتيجية الإستراتيجية	البيئة الخارجية بالدرجة الأولى+البيئة الداخلية	معقدة	المستقبل	صياغة وتطبيق إستراتيجية الأعمال
المعلومات التكتيكية	التكتيكية	البيئة الداخلية بالدرجة الأولى	متوسطة	الحاضر + المستقبل	الاستراتيجية الوظيفية
المعلومات التشغيلية	التشغيلية	البيئة الداخلية	غير معقدة	الحاضر	الخط التشغيلية

المصدر: مرمي مراد، مرجع سبق ذكره، ص 22.

❖ تصنيف المعلومات حسب الدرجة الرسمية:

نميز هنا بين المعلومات الرسمية والمعلومات غير الرسمية.

« المعلومات الرسمية: وهي الناتج الأول لنظام المعلومات وخاصة النظام الجيد وتشمل بوجه عام على الاحتياجات الرقابية، المتطلبات القانونية، التشريعات الحكومية، الإجراءات المحاسبية متطلبات التخطيط والمتابعة، متطلبات وسائل الاتصالات وغيرها. بالإضافة إلى المستندات والنماذج التي تستخدم في تحديد نوعية الحركة بين أقسام وإدارات المؤسسة مثل أنونات الصرف والاستلام، التحويل والرد، أوامر التشغيل والتوريد... إلخ، وكذلك التقارير عن الحركة اليومية للمخزون والإنتاج اليومي، الإحصائيات والكشوف المحاسبية كقوائم الجرد والميزانيات... إلخ، فهي كلها أشكال ونماذج تعبر عن تدفق المعلومات بشكل رسمي داخل المؤسسة.

« المعلومات غير الرسمية: وتتضمن المعلومات غير الرسمية الآراء والأفكار والاجتهادات والخبرات الشخصية والشائعات وما إلى ذلك وهي في بعض الأحيان تكون ضرورية لتكامل المعلومات الرسمية، إذ تستخدم كبديل في حالة غياب هذه الأخيرة، وتحدد قيمتها كمعلومات فقط بواسطة مستخدميها وعموماً، فالمعلومات غير الرسمية تشكل جزءاً هاماً من إجمالي متطلبات المعلومات في المؤسسات.

إن المؤسسات تستقبل يوميًا كميات كبيرة من البيانات والمعلومات، غير أنها ليست كلها مفيدة وقابلة للاستعمال، فالمعلومات المفيدة نادرًا ما تكون متوفرة بالشكل المطلوب لذلك يجب على المؤسسات أن تعمل على توليد المعلومات المفيدة من خلال جمع ومعالجة بعض البيانات الأساسية، أو المعلومات الأولية وهذا يعتمد على وجود نظم للمعلومات بالمؤسسة.

• **رقابة وحماية البيانات:** تتضمن وظيفة وحماية البيانات إجراءين أساسيين يتمثل الأول في حراسة البيانات وحمايتها باعتبارها إحدى موارد المنظمة والإجراء الثاني يتمثل في التأكد من أن البيانات التي يتم حفظها بيانات صحيحة كاملة، ويتم تشغيلها بطريقة صحيحة.

• **إنتاج المعلومات:** تتمثل الوظيفة النهائية من وظائف نظام المعلومات المالية في إنتاج المعلومات وتهدف هذه الوظيفة إلى توصيل المعلومات إلى الأشخاص المصرح لهم بالحصول على هذه المعلومات وتتضمن وظيفة إنتاج المعلومات ثلاث أنشطة رئيسية وهي:

- تجميع واسترجاع المعلومات.
- نقل المعلومات.
- إعداد تقارير المعلومات.

3.2. خصائص معلومات:

أن أهم الخصائص التي يجب أن تتميز بها المعلومات بشكل عام هي:

- ◀ **الدقة:** وهي أن تكون المعلومات محددة وخالية من الأخطاء ومستندة إلى الحقائق والثوابت وأن دقة البيانات يجعل المعلومات دقيقة ويمكن الاعتماد عليها.
- ◀ **الوضوح:** وهي أن تكون المعلومات بسيطة ومفهومة وغير معقدة وسهلة التطبيق ووضوح المعلومات يجعلها أكثر فائدة في المجال المطلوب.
- ◀ **الملائمة:** ويقصد بذلك أن تكون المعلومات مناسبة لحجم وطبيعة الاستخدام.
- ◀ **الشمولية:** أي شمولها وتمثيلها للمجال المطلوب جمعها من أجله وبمعنى آخر قدرة المعلومات على تغطية جميع جوانب الموضوع التي جمعت من أجله.
- ◀ **التوقيت والسرعة:** وهو توفر المعلومات ووصولها في الوقت المناسب وبالسرعة الممكنة مع مراعاة الوضوح والدقة.

- ◀ **المرونة:** وهي إمكانية المعلومات وقدرتها على تلبية احتياجات المستخدم وان يستفاد منها في أكثر من غرض في نفس الوقت.
- ◀ **التكلفة:** ويقصد بذلك أن يكون العائد المتوقع من المعلومات أكبر من تكلفة الحصول عليها.
- ◀ **الواقعية:** أي أن البيانات يجب أن تكون ممثلة للواقع أي مأخوذة من واقع حالة المشكلة.
- ◀ **الأهمية النسبية:** تتأثر درجة ملائمة المعلومات بطبيعتها وبأهميتها النسبية.
- ◀ **الحياد:** لكي تتسم المعلومات بالموثوقية فإنها يجب أن تكون محايدة أي خالية من أي تحيز.
- ◀ **الحيطة والحذر:** وهذه الخاصية يجب أن تتوفر في المعلومات المحاسبية بشكل خاص ويقصد بذلك مراعاة درجة معينة من الحذر في الأحكام الشخصية التي تستخدم في إعداد التقديرات وبشكل عام فإن الحيطة والحذر لا تعني المبالغة غير المبررة في تقييم المطلوبات والخسائر المتوقعة أو التخفيض في قيم الموجودات والأرباح المتوقعة لأن ذلك يؤدي إلى أن تنتفي عن المعلومات صفة الحياد وبالتالي تفقد الموثوقية.
- ◀ **القابلية للمقارنة:** وهذه الخاصية أيضا يجب أن تتوفر في المعلومات المحاسبية بشكل خاص ويقصد بذلك يجب أن يكون باستطاعة مستخدمي المعلومات المحاسبية مقارنة البيانات المالية للمنشأة على مر الزمن وذلك لتحديد الاتجاهات بالنسبة لكل من الربحية والمركز المالي وقد تكون المقارنة مع منشآت أخرى من نفس القطاع أو مقارنة أداء المنشأة نفسه مع السنوات السابقة.(1)

4.2. مصادر المعلومات:(2)

توجد مصادر عديدة للحصول على تصنيف المعلومات والتي تستخدم في عملية اتخاذ القرارات أو كعملية الاتصال، ويمكن تصنيف المعلومات التي تتعامل بها المؤسسات إلى مجموعتين وهما:

❖ المعلومات الأولية للمعلومات:

إذا كانت المعلومات التي نحتاج إليها غير متوقعة فيمكن الوصول إليها والحصول عليها بسهولة، فإنه يجب علينا تجميعها حيث يتم تجميعها بإحدى الطرق التالية:

- ◀ **الملاحظة:** إن الملاحظة الدقيقة لظاهرة ما تمكنا من الحصول على أجوبة جزئية للمشكلة، ويتم تجميعها بعدة طرق، فمثلا إذا أرادت مؤسسة الحصول على المعلومات خاصة بمنتجاتها من طرف المستهلكين، فيمكن ملاحظة رد فعلهم على شاشات أو وضع سجلات كاسيت في محلات البيع للحصول على ردود أفعالهم دون معرفة مسبقة عنهم، مما يؤدي إلى تجميع معلومات دقيقة عنهم، والميزة الرئيسية

(1) سليمان مصطفى دلاهمة، مرجع سبق ذكره، ص 33.

(2) سارة مدفوني، أثر استخدام نظام المعلومات المحاسبي على جودة القوائم المالية في المؤسسة الإنتاجية، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، أم البواقي، سنة 2014/2015، ص 50-52.

للملاحظة هي أنها توفر معرفة أولية عن المشاكل والعمليات والأنشطة محل الاهتمام وتتجنب هذه الطريقة ردود الفعل المتحيزة.

« **التجربة والمسح:** في بعض الأحيان توضع مصادر المعلومات {أفراد، آلات، معدات} تحت التجربة ويتم إصدار حكم بشأنها إما المسح فيعتبر أكثر المصادر استعمالاً وسرعة في تجميع المعلومات الأولية، وحتى يكون المسح له مدلول واضح وكامل فهو يحتاج إلى تخطيط جيد واضح وتسلسلي كالأسئلة، وكذلك ضرورة اختيار العتبة بكل حذر وعناية للحصول على معلومات حتمية وصحيحة ودقيقة.

« **التقدير الشخصي:** يتم الحصول على التقدير الشخصي عن طريق الخبراء، وقد يكون هؤلاء الخبراء من داخل المؤسسة كرؤساء الإدارات، أو القطاعات أو من خارج المؤسسة كالمستشارين أو الخبراء الأجانب.

❖ المصادر الثانوية للمعلومات:

إن الحصول على المعلومات الأولية يستغرق وقتاً ويكلف أموالاً، وللتخفيف من هذه الحدة فإن المؤسسة بواسطة مستعملي المعلومات تلجأ إلى استخدام المصادر الثانوية للمعلومات كلما تطلب الأمر ذلك، وتشمل هذه المصادر على المعلومات الموجودة داخل المؤسسة المعلومات المشتركة من خارجها والوكالات الحكومية.

المعلومات الموجودة في المؤسسة في بعض الأحيان تعتبر المعلومات الموجودة في المؤسسة ذات أهمية عالية بالنسبة لمديري المؤسسة فالتقارير يتم إعدادها على مستوى الإدارات المختلفة بحيث توفر كمية كبيرة من المعلومات، كملفات المؤسسة عن السياسات المتبعة والإجراءات والخطط الطويلة والقصيرة الأجل، كذلك المعلومات المتحصل عليها من طرف العاملين داخل المؤسسة، فهم يقدمون معلومات بطريقة غير مباشرة عن طريق المناقشات التي تحدث بينهم في الميدان العلمي، والصعوبات التي يمكن أن تلاحظ بالنسبة لمعلومات الشركة هي:

- قد لا يمكن الحصول عليها في الوقت الذي تكون بحاجة إليها.
- في حالة ما إذا تم إعدادها من طرف رئيس قسم معين فلا يستطيع فهمها رئيس قسم آخر.
- عدم اهتمام العاملين بهذه المعلومات الموجودة بينهم.

ويمكن حصر المصادر الثانوية للمعلومات فيما يلي:

- شراء المعلومات من خارج المؤسسة: من الضروري أن المؤسسات تحتاج إلى معلومات لا تكون متوفرة فتلجأ للمحيط الخارجي بهدف الحصول عليها.
- النشرات: كالنشرات والمجلات في الميدان الاقتصادي والتي تحتوي على موضوعات حول المعاملات في المؤسسة التجارية والحكومية.
- الوكالات الحكومية: تتوفر الوكالات الحكومية على حجم كبير من المعلومات، نجد معلومات خاصة بعدد السكان وتوزيعهم الجغرافي، وإجمالي الدخل الوطني، وكل هذه المعلومات قد تكون نافعة بالنسبة للمؤسسة.

3. نظام المعلومات:

يعرف نظام المعلومات بأنه إطار يتم من خلاله تنسيق الموارد (البشرية والآلية) لتحويل المدخلات (البيانات) إلى مخرجات (المعلومات) لتحقيق أهداف المشروع. ويعرف أيضا: هو مجموعة من الأفراد والتجهيزات والإجراءات والبرمجيات وقواعد البياناتتعمل يدويا أو ميكانيكيا أو آليا على جمع المعلومات وتخزينها ومعالجتها ومن ثم توصيلها للمستفيد.(1)

يعرف نظام المعلومات بأنه إطار يتم من خلاله تنسيق الموارد البشرية والآلية لتحويل البيانات إلى معلومات لتحقيق أهداف المشروع.(2)

1.3. أنواع نظام المعلومات:

تصنف أنظمة المعلومات إدارية وفقا لمعايير عديدة، فعلى سبيل المثال يمكن تصنيف هذه الأنظمة بحسب المستويات إدارية إلى مايلي:

❖ نظم المعلومات الإستراتيجية:

ويوجه هذا النوع من النظم إلى إدارة العليا للمنشأة لمساعدتها في اتخاذ القرارات المتعلقة بالمنشأة ككل وهي عبارة عن نظم معلومات متكاملة.

❖ نظم المعلومات الوظيفية:

وتكون هذه النظم موجهة لخدمة وظيفة محددة من وظائف المنشأة مثل نظام المعلومات المحاسبي ونظام معلومات الموارد البشرية وغيرها من النظم.(3)

2.3. وظائف الأساسية لنظام المعلومات: (4)

يمكن بلورة الوظائف الأساسية التي يقوم بها نظام معلومات المالية في خمسة وظائف أساسية تتمثل في

❖ جمع البيانات:

تتكون وظيفة جمع البيانات من مجموعة من الإجراءات والخطوات تبدأ بتحديد البيانات التي تعتبر المدخلات الرئيسية للنظام، ثم تجميع هذه البيانات من مصادرها المختلفة وإدخالها للنظام وإعداد للتشغيل من خلال مجموعة من الأنشطة التنفيذية لوظيفة جمع البيانات.

❖ تشغيل البيانات:

يقصد بعملية التشغيل البيانات تنفيذ مجموعة معينة من الإجراءات الأساسية على مدخلات نظام المعلومات المالية المتمثلة في البيانات الخام، لتحويلها إلى منتج نهائي للنظام وهو المعلومات وتتمثل الإجراءات الرئيسية لتشغيل البيانات فيما يلي:

(1) سليمان مصطفى الدلاهمة، مرجع سبق ذكره، ص 35.

(2) كمال الدين الدهراوي، مرجع سبق ذكره، ص 25.

(3) كمال الدين دهراوي، مرجع سابق، ص 35.

(4) حمدوش أمنة، نظام المعلومات ودوره في تسيير المؤسسة الاقتصادية، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي، كلية العلوم التجارية، الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة مستغانم، سنة 2015/2016، ص 41-42.

- فرز المعلومات.
- إجراء العمليات الحسابية والمنطقية على البيانات.
- تلخيص البيانات.

❖ إدارة البيانات:

نظرًا لأنه لا يتم تشغيل البيانات فور تجميعها بل يتم تخزينها وتحديثها وصيانتها حتى تكون متاحة وقت الحاجة إليها لأغراض التشغيل، لذا فإن وظيفة إدارة البيانات تتضمن الأنشطة التالية:

- تخزين البيانات.
- تحديث وصياغة البيانات.
- استرجاع البيانات.

5. تعريف تكنولوجيا المعلومات

يشير مصطلح تكنولوجيا المعلومات إلى مجموعة من العناصر والقدرات التي تستخدم في جمع البيانات والمعلومات وتخزينها ونشرها باستخدام تكنولوجيا الحاسبات والاتصالات بسرعة عالية وكفاءة لإحداث شيء مفيد يساعد على تطور المجتمعات، هي أيضا "كل التقنيات المتطورة التي تستخدم في تحويل البيانات بمختلف أشكالها إلى المعلومات بمختلف أنواعها التي تستخدم من قبل المستفيدين منها في مجالات الحياة كافة" كما تم تعريفها أنها "كل الوسائل من أجهزة وبرامج تسهل نقل المعلومات وتبادلها في داخل المؤسسة أو بين المؤسسات المختلفة شاملا ذلك جمع المعلومات وتخزينها ومقارنتها، وتحليلها والتخطيط لسهولة استخدامها في الوقت المناسب "فالتكنولوجيا والتقدم العلمي هما عصا تطور البشرية ورقبها وتوسع إمكانياتها وطاقاتها ولقد انعكست مختلف التقنيات العالية السريعة على المجتمع العالمي ككل، كعامل أساسي في حركة البشر خلال القرن الحالي وقد أصبح الإنسان يعيش على أوتار حركة هذا التقدم وتقنياته المتواترة.

وقد غيرت تكنولوجيا المعلومات نظام الإنتاج الخاص بالثورة الصناعية بالقرن الثامن عشر من حيث حجم الإنتاج وجودة وشكل المنتج الذي يمكن تعديله بناء على طلب الزبون لمواكبة التطورات والتقنيات الجديدة.(1)

وتعرف كذلك "تكنولوجيا تعتبر أحد الأدوات الهامة المتاحة للمدربين للتكيف والتعامل مع الغير، وتعتبر تكنولوجيا المعلومات هي المسؤولة عن التلاحم وتماسك التنظيم كوحدة واحدة، فهي الأداة التي يمكن بواسطتها خلق ورقابة الأنشطة المختلفة للتنظيم".(2)

المطلب الثاني: خصائص تكنولوجيا المعلومات

تتميز تكنولوجيا المعلومات عن غيرها بمجموعة من الخصائص أهمها:

(1) عاوي هند، المرصد الوطني لمجتمع المعلومات بالجزائر أطروحة نيل شهادة دكتوراه العلوم في علم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، سنة 2007/2008، ص 25-26.
(2) سونيا محمد البكري، نظم المعلومات الإدارية، دار الجامعية للنشر، الاسكندرية، سنة 2011، ص 25.

- ◀ **تقليص الوقت:** فالتكنولوجيا تجعل كل الأماكن إلكترونيا متجاورة.
- ◀ **تقليص المكان:** تتيح وسائل التخزين التي تستوعب حجمها هائلا من المعلومات المخزنة والتي يمكن الوصول إليها بسير وسهولة.
- ◀ **اقتسام المهام الفكرية مع الآلة:** نتيجة حدوث التفاعل والحوار بين الباحث والآلة
- ◀ **النممة:** بمعنى آخر أسرع، أرخص... إلخ. وتلك هي وتيرة تطور منتجات تكنولوجيا المعلومات.
- ◀ **الذكاء الاصطناعي:** أهم ما يميز تكنولوجيا المعلومات هو تطوير المعرفة وتقوية فرص تكوين المستخدمين من أجل الشمولية والتحكم في عملية الإنتاج.
- ◀ **تكوين شبكات الاتصال:** تتوحد بمجموعة من التجهيزات المستندة على تكنولوجيا المعلومات من أجل تشكيل شبكات الاتصال، وهذا ما يزيد من تدفق المعلومات بين المستخدمين والصناعيين، وكذا منتجي الآلات ويسمح بتبادل المعلومات مع بقية النشاطات.
- ◀ **التفاعلية:** أي أن المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مستقبل ومرسل في نفس الوقت، فالمشاركين في عملية الاتصال يستطيعون تبادل الأدوار وهو ما يسمح بخلق نوع من التفاعل بين الأنشطة.
- ◀ **اللاتزامية:** وتعني إمكانية استقبال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدمين، فالمشاركين غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت.
- ◀ **اللامركزية:** وهي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فالانترنت مثلا تتمتع باستمرارية عملها في كل الأحوال، فلا يمكن لأي جهة أن تعطل الانترنت على مستوى العالم بأكمله.
- ◀ **قابلية التوصيل:** وتعني إمكانية الربط بين الأجهزة الاتصالية متنوعة الصنع، أي بغض النظر عن الشركة أو البلد الذي تم فيه الصنع.
- ◀ **قابلية التحرك والحركية:** أي يمكن للمستخدم أن يستفيد من خدماتها أثناء تنقلاته، أي من أي مكان عن طريق وسائل اتصال كثيرة مثل الحاسب الآلي، النقال، الهاتف... إلخ.
- ◀ **قابلية التحويل:** وهي إمكانية نقل المعلومة من وسط إلى آخر، كتحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة أو مقروءة مع إمكانية التحكم في نظام الاتصال.
- ◀ **اللاجماهيرية:** وهي تعني توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد أو جماعة معينة بدل توجيهها بالضرورة إلى جماهير ضخمة وهذا يعني إمكانية التحكم فيها حيث تصل مباشرة من المنتج إلى المستهلك، كما أنها تسمح بالجمع بين الأنواع المختلفة للاتصالات سواء من شخص واحد أو من جهة واحدة إلى مجموعات أو من مجموعة إلى مجموعة.

- ◀ **الشيوع والانتشار:** وهو قابلية هذه الشبكة للتوسع لتشمل أكثر فأكثر مساحات غير محددة من العالم، بحيث تكسب قوتها من هذا الانتشار المنهجي ونمطها المرن.
- ◀ **العالمية:** هو المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيات، حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة تنتشر عبر مختلف مناطق العالم وهي تسمح لرأس المال بأن يتدفق إلكترونيا خاصة بالنظر إلى سهولة المعاملات التجارية التي يحركها رأس المال المعلوماتي فيسمح لها بتخطي عائق المكان والانتقال عبر الحدود الدولية.(1)

المطلب الثالث: أقسام تكنولوجيا المعلومات وآثار استخدامها

تدرج تحت هذا المطلب كل من أقسام تكنولوجيا المعلومات بالإضافة إلى انعكاسات استخدام هذه التكنولوجيا بكل ما فيها من آثار إيجابية وسلبية.

1. أقسام تكنولوجيا المعلومات:

يمكن تصنيف تكنولوجيا المعلومات في الأقسام التالية:

- ❖ تقنيات إنتاج أوعية المعلومات على اختلاف أشكالها.
- ❖ تقنيات تجهيز المعلومات واختزانها في أشكالها.
- ❖ تقنيات الاتصالات وتراسل البيانات.
- ❖ تقنيات إنتاج المعطيات أو المعلومات نفسها.

وهي تقنيات المختبرات التي تدعم في الأساس حواس الإنسان وقدرته على ملاحظة الظواهر الفلكية والجيولوجية والفيزيائية والكيميائية والحيوية كل الأقسام السابقة تعتمد في أداء عملها على مجموعة من الأجهزة أهمها الحاسبات الإلكترونية أو ما يعرف بالتقنيات الرقمية، وهي الأساس في تقنيات المعلومات المعاصرة فهي تستخدم لإغراض إنتاج أوعية المعلومات في المجالات الآتية:

- إعداد النصوص للطباعة.
- النشر الإلكتروني.
- إنتاج الاسطوانات البصرية والاسطوانات المكنزة Cd-Rom.
- أغراض التجهيز والاختزان والاسترجاع.
- دعم مقومات الاتصالات الإلكترونية بعيدة المدى.(2)

2. آثار استخدام تكنولوجيا المعلومات:(3)

رغم ما تقدمه تكنولوجيا المعلومات من مزايا للمستخدم وبما أنها قد اكتسحت جميع مجالات الحياة وباتت تعتبر المستعمل الحديث إلا أنه هناك آثار لها فقد تعددت لتشمل جميع القطاعات، وفيما يلي سيتم التركيز على الآثار الاقتصادية والاجتماعية لتكنولوجيا

(1) معطي سيد أحمد، واقع وتأثير تكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير، كلية علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير، تلمسان، سنة 2011/2012، ص 11-09.

(2) بوتدارة صليحة، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير جامعة الجزائر، سنة 2016/2017، ص 17.

(3) نوال هلو، مرجع سابق، ص 20-22.

المعلومات.

❖ الآثار الاقتصادية لتكنولوجيا المعلومات:

إن انتشار تكنولوجيا المعلومات سيؤثر بلا شك على المتغيرات الاقتصادية، ويمكن ذكرها في النقاط التالية:

- يعد قطاع تكنولوجيا المعلومات المحفز الرئيسي للنمو الاقتصادي، فالطلب على العمالة الماهرة نتيجة لهذا يخلق فرص عمل جيدة لهؤلاء من جهة ويؤدي إلى زيادة معدلات الأجور،
- وجود علاقة طردية بين تكنولوجيا المعلومات ونمو الإنتاجية، وهذا يؤدي إلى عوائد الاستثمار،
- وجود علاقة إيجابية بين التكنولوجيا وتحسين الأداء الاقتصادي، حيث أن معظم الاستثمارات تتجه إلى قطاع تكنولوجيا المعلومات،
- إن استخدام تكنولوجيا المعلومات والإنترنت يؤدي إلى تحقيق مبدأ الاقتصاد في النفقات خاصة في تحصيل الرسوم والضرائب العامة.

ولتكنولوجيا المعلومات آثار أيضا على كل من:

◀ **الإنتاج:** تعمل تكنولوجيا المعلومات على تهيئة المناخ المناسب والبيئة المناسبة لزيادة ورفع مستوى الكفاءة الإنتاجية حيث:

- استخدام التكنولوجيا الحديثة يؤدي إلى تحسين الإنتاج بل ابتكار خدمات ومنتجات جديدة،
- تسير تكنولوجيا المعلومات عملية الإنتاج آليا،
- بإمكان المنتجين تحقيق الوفرة.

◀ **التسويق:** يؤثر تكنولوجيا المعلومات على التسويق من النواحي التالية:

- توسيع نطاق السوق حيث يمكن لكل من المنتج والبائع أن يصل إلى أكبر عدد ممكن من العملاء المحتملين، وتتسع هذه القاعدة كلما ازداد عدد المتعاملين في التجارة الإلكترونية،
- تساعد في عولمة السوق وهذا بتخطي الحواجز والقيود بين الأسواق الداخلية والدولية،
- توفير المعلومات اللازمة لإنجاح إدارة التسويق على أسس عملية سليمة بفضل تجميع وتحليل البيانات والمعلومات التسويقية.

❖ الآثار الاجتماعية لتكنولوجيا المعلومات:

إن لتكنولوجيا المعلومات آثار اجتماعية متعددة فمنها ما هو إيجابي ومنها ما هو سلبي، ويمكن ذكرها كما يلي:

◀ **الآثار الإيجابية:** وتتمثل فيما يلي:

- التدفق السريع للمعلومات مما يسمح للفرد بتنمية قدراته.
- الاهتمام أكثر بكفاءة العنصر البشري والسرعة في أداء العمل.

- مكافحة الأمية وتأمين المعرفة لكل الأفراد في أي زمان ومكان.
- تحسين طرق التعليم.
- تحسين المستوى المعيشي من حيث الوسائل التكنولوجية المستخدمة في كافة المجالات.

◀ الآثار السلبية: وتتمثل فيمايلي:

- الثورة المعلوماتية التي تسهل نقل وشراء الثقافات المختلفة على مستوى العالم، غير أن هذه الإمكانيات يمكن أن تؤدي إلى هيمنة ثقافية ولغوية في الفضاء المعرفي كما أن نقل الثقافات وأساليب الحياة هي عملية غير مرحب بها في بعض المجتمعات.
- اتساع الفجوة بين الغنى المعلوماتي والفقر المعلوماتي وعدم المساواة في الدخول.
- التكنولوجيا الحديثة تؤثر سلبا على العمل، حيث إحلال الآلة مكان العامل يؤدي إلى التخلي عن هذا الأخير، وبالتالي سوف ترتفع نسبة البطالة.
- إن تسارع ظهور المجتمعات المبنية على المعرفة يؤدي إلى استبعاد الأفراد الذين هم في وضع هامشي سواء في التعليم أو في الحياة الاجتماعية.
- التكنولوجيا الحديثة تؤثر سلبا على البيئة ذلك إن إنتاج الحاسبات الآلية يحتاج إلى استنزاف شديد للموارد.

لقد كان لثورة المعلومات أثر كبير على مختلف النشاطات والمجالات والمجتمعات والأفراد، ورغم أن أثر تكنولوجيا المعلومات ظاهري إلا أنه لا يمكن قول أنها ذات آثار إيجابية كلها ولكن لها دور كبير في التقدم التكنولوجي.

المبحث الثاني: أهمية وأهداف تكنولوجيا المعلومات ووظائفها

تعد تكنولوجيا المعلومات سلاحا استراتيجيا يساعد في بناء وتعزيز إستراتيجية أي مؤسسة من خلال توفير المعلومات من داخل وخارج المؤسسة وتزداد أهمية تكنولوجيا المعلومات في مجال الأعمال سنة بعد أخرى.

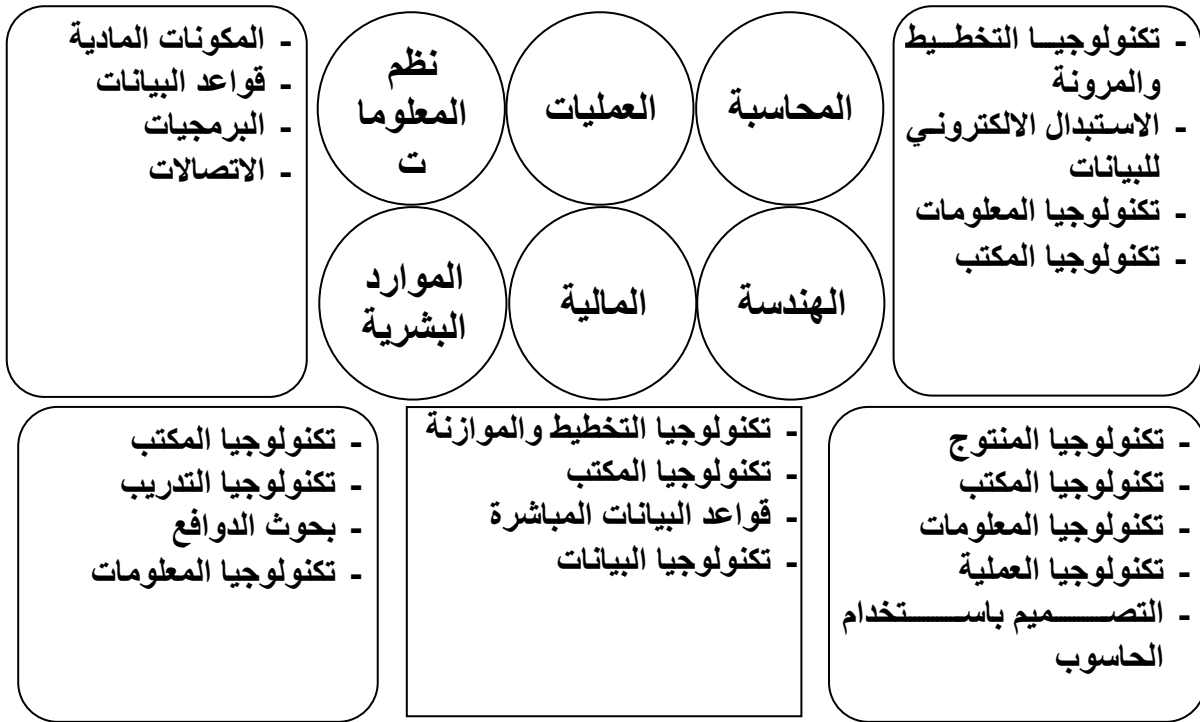
لذا سنتطرق من خلال هذا المبحث التعرف أكثر على أهمية وأهداف تكنولوجيا المعلومات ووظائفها.

المطلب الأول: أهمية تكنولوجيا المعلومات

تبرز أهمية تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في مساهمتها الحادة لتعزيز عناصر الميزة التنافسية للمنظمات، إذ تتوسع الأعمال وتخفض التكاليف وتتحقق وفورات كبيرة في الجهد والوقت والمرونة العالية لتحديث وتطوير الأداء وتحقيق عوائد وموارد جديدة للمنظمة، وتحسين سرعة الاستجابة للزبائن والتحسين المستمر للجودة وتكوين التقنية لبناء إدارة المعرفة المنظمة.

يستخدم المديرون تكنولوجيا المعلومات لغرض اتخاذ القرارات الفاعلة في أداء مختلف العمليات والوظائف، إذ تتفاعل هذه الوظائف وتتكامل من خلال توافر تقنيات حديثة للمعلومات كما يوضحه الشكل الذي يبين تفاعل نظم المعلومات الإدارية مع المجالات الوظيفية ودورها في انجاز وظيفة العمليات في المنظمة.

الشكل رقم 02: تفاعل تكنولوجيا المعلومات مع المجالات الوظيفية في المنظمة



المصدر: بلقاسمي مليكة، مرجع سبق ذكره، ص 05

كما يمكن تلخيص أهمية تكنولوجيا المعلومات من خلال النقاط التالية:

- نقل تكنولوجيا المعلومات وأحداث تغييرات جذرية في كل مفاصل المنظمة وأعمالها، منتجاتها، أسواقها لامتداد استخدامها في مختلف أنشطة المنظمة.
- تدفع بالمنظمة للاستجابة والتكيف مع متطلبات البيئة حيث أن تطبيق مفهوم وأساليب تكنولوجيا المعلومات في المنظمات يحتم عليها اللحاق بالتطورات تجنباً للاحتمالات العزلة والتخلف عن مواكبة عصر المعلوماتية.
- مكنت تكنولوجيا المعلومات المنظمات من زيادة قدرة التنسيق بين أقسامها وبين المنظمات مع بعضها، من خلال ما توفره شبكات الاتصال الحديثة وربط الحواسيب مع بعضها.
- تحسين عملية اتخاذ القرار من خلال توفير المعلومات بالدقة والوقت المناسب لمتخذ القرار وتوفير قنوات اتصال جيدة تساعد في زيادة تدفق وتبادل المعلومات.
- تساعد المنظمة على بناء قاعدة معلومات إستراتيجية بما يكسب المنظمة الميزة التنافسية وتقديم الدعم المباشر لإستراتيجية المنظمة بما توفره من معلومات عن عوامل المنافسة⁽¹⁾.

المطلب الثاني: أهداف تكنولوجيا المعلومات

تتمثل أهداف تكنولوجيا المعلومات فيما يلي:

(1) بلقاسمي مليكة، تكنولوجيا الإعلام والاتصال ودورها في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية، كلية علوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، البويرة، سنة 2014/2015، ص 06-04.

- الأعمال الممكن تشغيلها وأدائها.
- التكاليف الكلية للنظام.
- الأداء (حجم المبيعات).
- طبيعة وخبرة المستخدم.
- ضمان التكامل لعدم ضياع البيانات.
- امن المعلومات.
- إمكانية التشغيل على قواعد بيانات مختلفة أو نظم تشغيل وأجهزة متنوعة.
- سرعة تطوير النظام.
- القدرة على التغيير والتعديل.
- قدرة تعمل أعمال إضافية.
- إمكانية تكبير الإمكانيات.
- زمن الضمان.
- الجهود اللازم للحفاظ على النظام.

نلاحظ أن تكنولوجيا المعلومات دورا حساسا في صياغة الأعمال الحديثة وبناء الأهداف الإستراتيجية المهمة للمؤسسة الاقتصادية.⁽¹⁾

المطلب الثالث: وظائف تكنولوجيا المعلومات وفوائدها

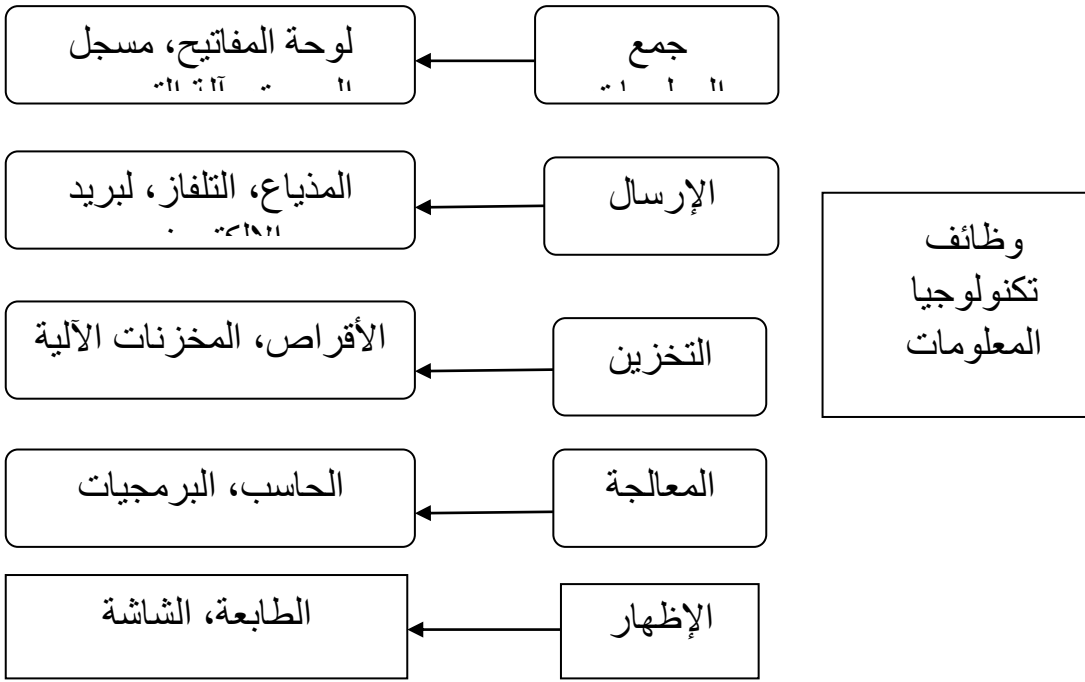
1. وظائف تكنولوجيا المعلومات: (2)

تؤدي تكنولوجيا المعلومات خمسة وظائف اساسية تتمثل في جمع المعلومات، إرسالها، تخزينها، معالجتها، إظهارها وقت الحاجة باستخدام العديد من الوسائل والأدوات ويمكن إبراز ذلك في الشكل الموالي:

الشكل رقم 03: وظائف تكنولوجيا المعلومات

(1)حطاب أمال، أثر تطبيقات المعلومات والاتصالات على أداء المؤسسات الاقتصادية، مذكرة تخرج تدرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة مستغانم، سنة 2018/2017، ص 10.

(2)مغربي إبراهيم، دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات البنكية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، سنة 2018/2019، ص 13.



المصدر: خطاب أمال، مرجع سبق ذكره، ص 10.

نلاحظ من خلال الشكل إن هناك العديد من الأدوات المعتمدة في تأدية الوظائف المختلفة لتكنولوجيا المعلومات، ولكن ما يمكن ملاحظته في الأونة الأخيرة إن هذه الأدوات خضعت إلى تطور كبير ومستمر من حيث نطاق العمل، حيث أصبحت أكثر تقدما مما كانت عليه، مثلا أدوات التخزين فإننا نلاحظ تزايدا مستمرا في سعتها مقارنة بما كانت عليه في الماضي بالإضافة إلى تواجد عامل القدرة على تصغير حجم ووزن الأدوات المستخدمة كالهاتف النقال، الحواسيب الآلية وغيرها وهذا كله ساهم في تغيير نمط أداء الأعمال من خلال انجاز أعمال خارج مراكزها وفي أي مكان.

2. فوائد تكنولوجيا المعلومات: (1)

إذا كانت تكنولوجيا المعلومات السبب في الثورة التكنولوجية الحالية، يمكن أن تلعب أيضا دورا أساسيا في مرحلة الانتشار واستئناف النمو على المدى الطويل. وبالنظر إلى التأثيرات الخارجية الكبيرة ومكاسب الابتكار والإنتاجية المحتملة لتكنولوجيا المعلومات، يمكن لها أن تصبح عنصرا رئيسيا في الاستجابة للسياسات وبرامج التحفيز التي يجري النظر فيها من قبل مختلف الدول، ويمكن حتى أن تنتشر أيضا لتحفيز الابتكار والاستثمار في التكنولوجيا النظيفة واستخدام الطاقة الذكية، وبالتالي تمهيد الطريق لتطور جديد وذكي وتنمية مستدامة. كما يمكن لتقنيات المعلومات واسعة الانتشار أداء وظائف متعددة، بما في ذلك جمع وتخزين وتوزيع وتحليل والتصريف بناء على المعلومات التي تم جمعها من قبل مدخلات العنصر البشري المعتمد: كل بحث على الانترنت يترك أي اثر

(1) سحانين الميلود، مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في علوم اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سيدي بلعباس، سنة 2016/2017، ص 38-40.

يمكن استغلاله من قبل المعلنين الشرعيين، ولكن أيضا قد يخدع المحتالين والحكومات القمعية.

ظهرت نماذج عديدة لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات، وكل يوم يحل علينا إلا ونجد انه تم اكتشاف مزايا واستعمالات أخرى لها، ونذكر من جملة ذلك:

❖ في قطاع المال والأعمال:

- إكمال أعمال البنوك: من أجل تحسين الخدمة بشكل عام، وسرعة الضبط للحسابات، بالإضافة إلى مساندة الرقابة المالية على البنوك.
- توافر المعلومات اللازمة للأعمال: تستخدم منظمات الأعمال تكنولوجيا المعلومات وبصفة أساسية في دعم مهام تمتد من حساب المرتبات إلى تصميم نماذج الفرض الشفوي إلى إقامة مواقع WEB التي من خلالها يقوم العملاء بإرسال أوامر الطلب للمنتجات والخدمات التي يرغبون في شرائها.
- تعزيز الابتكار: حيث يمكن أن تساعد تكنولوجيا المعلومات في زيادة القدرة على الابتكار، حيث قامت شركة Fedex للبريد السريع بتقديم برنامج لتسليم الطرود، حيث يقوم عملائها باستخدامه ليطلبوا الكترونيا خدمات الشركة.
- اختزال الوقت والمساحة: تمثل تكنولوجيا المعلومات أداة للقضاء على قيود الوقت والمساحة، وكأداة للقضاء على قيود المساحة يمكن تفهمها من خلال القدرة التخزينية التي تتمتع بها، فالأقراص المكتنزة cd-rom يمكنها أن تخزن 650ميغابايت من المعلومات، ومن ناحية أخرى يمكن للمنظمة أن تستخدم تكنولوجيا المعلومات لتحطيم قيود الوقت الذي يستغرق في تشغيل وبث المعلومات "لا يقصد بذلك السرعة المذهلة التي تتصف بها تكنولوجيا المعلومات، فجهاز الحاسوب الشخصي pc يستطيع حاليا تنفيذ 130 مليون عملية في الثانية الواحدة".
- تحويل الأموال الكترونيا: والهدف منه سرعة الخدمة، تقليل العمل الورقي للعمليات بين البنوك.
- إقامة النماذج الاقتصادية لتحليل أداء النظم الاقتصادية وتقييم الاستراتيجيات.
- إدارة الاستثمارات: بتعظيم عائد الاستثمارات وتحليل المخاطر.
- تنظيم معلومات أسواق الأوراق المالية من خلال فورية بث المعلومات للمتعاملين واستخراج إحصائيات السلاسل الزمنية لتغير أسعار الأسهم والسندات والمؤشرات الاقتصادية الأخرى.
- التصميم بمساعدة الكمبيوتر: لسرعة تعديل وتعدد تجارب التصميم وتوفير جهد ما بعد التصميم من خلال النظام الآلي بتحديد قوائم المكونات والمواد الداخلة فيه.

❖ في مجال التعليم والتدريب:

- نظام التدريب من خلال المحاكاة لرواد الفضاء والطيارين على قيادة المركبات وهذا ما يقلل التكاليف والخطر.
- برمجيات مساندة التعليم والتعلم: الهدف منها زيادة إنتاجية المعلم والطالب في مواجهة تضخم المادة التعليمية وتعقدتها.

- نظم المعلومات التربوية، والتي تساعد على صياغة ووضع السياسات التربوية والتخطيط التربوي، وجهود البحوث والتنظير في مجال التعليم.
- بالإضافة إلى ذلك، تشمل تطبيقات تكنولوجيا المعلومات ما يلي:
- التجارة الإلكترونية.
- التطبيقات الثقافية.
- البحث عن المعلومات ونقلها.
- تطبيقات الاتصالات بين الأفراد والمؤسسات، مثل البريد الإلكتروني، الدردشة بالنص والصورة، مؤتمرات الفيديو.
- التطبيقات العلمية.
- التطبيقات الترفيهية، مثل الألعاب عبر الإنترنت.

ويمكن توظيف تكنولوجيا المعلومات في وطننا العربي عبر المراحل الخمس

الآتية:

- **المرحلة الأولى:** واقتناء نظم التشغيل والبرامج الجاهزة باللغة الانجليزية.
- **المرحلة الثانية:** استخدام نظم التشغيل بلغتها الأصلية أو تطبيق البرامج الجاهزة وتطوير برامج أخرى في بعض المجالات المختارة.
- **المرحلة الثالثة:** إضافة بعض المطالب ذات المغزى للمستخدم العربي، كتلك الخاصة بتعريب نظم التشغيل والتطبيقات، والتعامل مع التقويم الهجري، ومراعاة قوانين العمل المحلية، وفي نظم الأفراد وما شابهه.
- **المرحلة الرابعة:** الدخول في مجال معالجة اللغة العربية أليا، وتطبيق أساليب الذكاء الاصطناعي وهندسة المعرفة عليها وتطوير أدوات برمجية في مجالات البرمجيات التعليمية، وحفظ التراث وفهرسة النصوص العربية وفهمها وتلخيصها أليا.
- **المرحلة الخامسة:** دخول ميدان التنافس في مجال الترجمة الآلية والى العربية، بعد أن نكون قد تأهلنا لدخوله عبر المرحلة السابقة ولسنا بحاجة هنا إلى التأكيد على الأهمية المتوقعة لسوق الترجمة الآلية عالميا.

ومن فوائد تكنولوجيا المعلومات إنها تتيح المجال للعديد من التطبيقات الجديدة التي تسهل حياة الأفراد والمنظمات والدول، مثل اقتصاد المعرفة، التجارة الإلكترونية، الحكومة الإلكترونية، التعليم الإلكتروني، وغيرها من التطبيقات

المبحث الثالث: مجالات ومراحل تطور تكنولوجيا المعلومات ومكوناتها

إن التطور الحاصل في تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها في المجالات المختلفة يعتبر أهم ما يميز العقود الأخيرة من القرن الماضي وفي بداية القرن الجديد، حيث أصبحت تكنولوجيا المعلومات تحتل مكانة واسعة وذات أهمية في كل المجالات لذلك من خلال هذا المبحث التعرف على مجالات تطبيق مراحل تكنولوجيا المعلومات ومكوناتها.

المطلب الأول: مجالات تطبيق تكنولوجيا المعلومات: (1)

سمحت خاصية المعلومات بتعدد استعمالات وتطبيقات تكنولوجيا المعلومات فمست جميع المجالات وسنستعرض فيما يلي تطبيقاتها في عدة مجالات منها:

◀ **مجال الصناعة:** إن عبارة الرجل الآلي، التالية، والمرونة هي الكلمات الأكثر استعمالاً عند الحديث عن تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في إنتاج فأمام التغيرات الكبيرة في المحيط وفي ظل عولمة الاقتصاد وازدياد شدة المنافسة وتحت هاجس الزوال وجدت المؤسسات نفسها مجبرة على التحكم ما أمكن في هذه التكنولوجيا ويمكننا هنا تعداد أربع آلات أو تقنيات موجهة فقط لمساعدة المؤسسة في عملية الإنتاج

◀ **الآلات الموجهة رقمية:** هي أجهزة حلت محل العامل في الإنتاج، ظهرت في بداية الحرب العالمية الثانية ولا كنها لم تعرف تطورها الحقيقي إلى حين ارتبطت نهائياً بالالكتروني.

◀ **الآلية:** لقد عاش الرجل الآلي منذ أمد في مخيلة الإنسان فكان يتصوره صورة طبق الأصل عنه غير انه يقوم بكل الأعمال التي يقوم بها الإنسان واتي هذا المنتظر ولم يكن كما تصور لكنه آلة لا تستطيع القيام إلا ببعض الحركات البسيطة ولكن مع تطور الكترونات وظهور رقائق السليكون تطورت هذه الآلات إلى رجال آليين يقومون بتنفيذ حركات معقدة وسريعة للغاية يعجز الإنسان عن أدائها بنفس الكفاءة.

◀ **لقد أصبحت هذه الآلات تقوم بعمليات عدة أهمها:** الإنتاج، التصميم، والتنظيف والرفع ويعتبر انخفاض نسبة الأخطاء من أهم مميزات استعمال الرجال الآليين.

◀ **التصميم المساعد من طرف الحاسوب:** قد استطاعت هذه التقنية أن تحدث ثورة في مكاتب الدراسة حيث أصبحت بإمكان رؤية النموذج المجسم قبل أن يوجز هذه التقنية سمحت بظهور ما يعرف باقتصاد التصميمات إذ يتم انجاز العديد من التصميمات في أقل وقت ممكن وبأقل التكاليف مما سمح بإدخالها في عملية الإنتاج بواسطة التصميم والإنتاج المساعد من طرف الحاسوب.

◀ **الذكاء الاصطناعي:** اعتبر الحاسوب عندما اكتشف أول مرة أعجوبة العصر، إذ كان قادراً على القيام بالعمليات الحسابية وتخزين النتيجة في الذاكرة ومن ثم إرسالها إلى الشاشة وظن الإنسان اللحظة انه خلق إنساناً آخر لكن مع مرور الوقت بدأت تظهر المشاكل وتبين انه ما هو إلا آلة.

كما ساعدت تكنولوجيا بصفة عامة مجتمعات في ممارسة أعمالهم اليومية بسهولة، وتكنولوجيا في الآونة الأخيرة لم تترك مجتمعا إلا واقتحمت جميع أنشطته سواء السياسة أو المدنية، العسكرية، التجارية، التعليمية،... وبالتالي بذلك تطبيقاتها غير محدودة ولا متناهية، بل شملت الميادين التي عجز الإنسان عن اقتحامها، ففتحت بذلك آفاقاً جديدة وأوجدت مجالات حديثة للبحث.

(1)فهد بوزيد، أثر تكنولوجيا المعلومات على استخدامات البنوك التجارية في ظل الاتجاهات المصرفية الحديثة، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، سنة 2015/2016، ص 17-18.

المطلب الثاني: مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات(1)

يعد عالمنا الذي نعيشه رهين التغيير والتطور السريع، مما يعجزنا عن رصد التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات بشكل دقيق، ولكن الأمر المسلم به هو أن تكنولوجيا المعلومات إنما هي ثمرة تطورات عبر الزمن يمكن اختصارها فيما يلي:

« **مرحلة ثورة المعلومات الأولى:** منذ حوالي 3600 قبل الميلاد تم اختراع الكتابة ومختلف وسائل حفظ المعلومات، فاستطاع السومريون الكتابة على الطين اللين، مما أنتج انتهاء عهد المعلومات الشفهية التي تندثر بمجرد وفاة الإنسان، أو ضعف قدراتها الذهنية، إلا أنها كانت ناهضة الثمن وحكر فقط على فئة الأغنياء ورجال الدين.

« **مرحلة ثورة المعلومات الثانية:** عصر ظهور الطباعة إذ يعد الألماني غوتنبرغ بطل هذه الفترة في القرن 16 والفاعل الأساسي في نشر المعلومات وذلك بكثرة مطبوعاته ونشرها من جهة، وظهور عصر التنوير من جهة أخرى ما أعطى لأوروبا حق الأسبقية في التقدم على العالم بثلاث قرون....

« **مرحلة ثورة المعلومات الثالثة:** لقد كان اكتشاف التلغراف 1937 ردة فعل حتمية لنظم الاتصال بغية توفير فعالية أكبر في تبادل المعلومات وذلك إبان ظهور الثورة الصناعية، ثم اكتشف جراهام بل الهاتف من خلال قوة وسرعة التيار الكهربائي في نقل الصوت عبر الأسلاك النحاسية، وتوالى الاختراعات في مجال الاتصال كجهاز الفوتوغراف في القرن التاسع عشر عن طريق T.edison (وكان من تطبيقاته الميكروفون، ميكروفيلم) وظهر على التوالي القرص المسطح بفضل Berlinger واكتشاف Marconi اللاسلكي 1896، وهي المرة الأولى التي ينتقل فيها الصوت إلى مسافات بعيدة، نسبيا بدون استخدام الأسلاك وانتشرت خدمات الراديو 1919 ثم بثت خدمات التلفزيون التجاري 1941.

« **مرحلة ثورة المعلومات الرابعة:** تميزت باختراع الحاسوب وتطوره ومراحل أجياله المختلفة، وما له من أثر إيجابي على حركة تدفق المعلومات عبر وسائل اتصال التي لها صلة بالحواسيب.

« **مرحلة ثورة المعلومات الخامسة:** أنها الثورة الخامسة والتي بدأت من النصف الثاني من ق 20 حتى يومنا هذا، وهي تعتمد بالدرجة الأولى على اكتساح الأقمار الصناعية وشبكات الألياف الصوتية ذا السرعة الفائقة في عالم المعلومات في نقل الأنباء، البيانات، الصور، كنتيجة حتمية للترابط الهائل بين تكنولوجيا الحواسيب المتطورة، وتكنولوجيا الاتصال المختلفة وخير برهان على ذلك استخدام الانترنت كأداة تختصر العالم بأسره في ثلاث حروف www.

وقد عبر أحمد قنديل عن هذه الفترة بالتدرج بقوله: فمن الكمبيوتر الذي يعمل بالصمامات الأيونية الحرارية، إلى آخر يعمل بالترانزستور، الأليكمبيوتر يمكن حمله في الجيب، ومن إدخال البيانات بأكوام من الكروت الورقية إلى اعتماد لوحة المفاتيح ثم

(1) طوبهري فاطمة، أثر استخدام المعلومات والاتصال على أداء الموارد البشرية في المؤسسة الجزائرية، مذكرة للحصول على شهادة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة وهران، سنة 2014/2015، ص 11-13.

الفارة، ومن تخزين المعلومات في شرائط ممغنطة إلى اسطوانات مرنة وأخرى مدمجة ضوئية وذات سعة هائلة، ومن إخراج المعلومات على شاشة الكمبيوتر باللغة المكتوبة إلى إخراجها بالرسوم والأشكال ثابتة ومتحركة مع الصوت والألوان بفضل وسائط متعددة ثم تبادلها بشبكات المعلومات...

وقد لوحظ أن تطور تكنولوجيا المعلومات يمكن تمثيله ضمن منحنى غير منتظم، مسنن ومدرج، وهذا المنحنى يسمى من قبل علماء الرياضيات منحنى الشيطان La courbe de diable.

وهذا يمكننا القول أن كل مرحلة من المراحل هذه تعد تمهيد لتربة مرحلة مواكبة لها، بالرغم من أنها تجربة اجتاحت مدة زمنية معتبرة إلا أنها تبدو ومضة عين لما حققته ومازالت تحققه، كوننا نعيش أسرى لواقع افتراضي مبني على التوقعات والاحتمالات.

المطلب الثالث: مكونات تكنولوجيا المعلومات ومخاطر استخدامها

1. مكونات تكنولوجيا المعلومات: (1)

تحتاج تكنولوجيا المعلومات إلى:

1.1. الأجهزة:

هي الأدوات التي تحفظ وتخزن وتعالج الأساس الأول (البيانات) والتي هي مجموعة من الحواسيب بمختلف أنواعها وأحجامها وسرعتها وإمكانية استيعابها من البيانات.

والحاسوب هو جهاز إلكتروني يأخذ البيانات كمدخلات، حيث يتم تخزينها ومعالجتها حسب الأوامر الصادرة لتنفيذ مهام معينة ثم يتم عرضها كمخرجات، والحاسوب يتقبل البيانات والمعلومات بكل أشكالها رموز، كلمات، صور وغيرها، حيث تحول السلسلة من الأشكال الثنائية تسمى Bit ويمثل بالرقم صفر أو واحد، والحاسوب الرقمي يتعامل مباشرة مع الأرقام الثنائية وكل ثمانية أرقام تسمى Byte وتستخدم لخرن الأرقام والرموز والكلمات والصور وغيرها.

2.1. البرمجيات:

تعني برامج الحاسوب التي تعمل على تشغيل وإدارة المكونات المادية، وتقوم بمختلف التطبيقات، لأهميتها أصبحت تكنولوجيا أساسية لتشغيل الحاسوب.

تساهم البرمجيات في معالجة المعلومات وتسجيلها وتقديمها كمخرجات مفيدة لأداء العمل وإدارة العمليات، وتنقسم برمجيات الحاسوب بشكل عام إلى:

« **برمجيات النظام:** تعتبر برمجيات ضرورية لتشغيل الحاسوب وتنظيم علاقة وحداتها بعضها ببعض، ويضم هذا النوع برامج تشغيل والتي هي عبارة عن سلسلة البرامج التي تعد من قبل الشركة المصنعة للحاسوب وتخزن فيه داخليا، وتعتبر جزء لا يتجزأ من الحاسوب نفسه.

« **البرمجيات التطبيقية:** هي برامج معدة لتشغيل عمليات معينة ذات طبيعة نمطية

(1) سحانين الميلود، مرجع سبق ذكره، ص 33-34.

بحيث يمكن تطبيقها مع متغيرات طفيفة وتشتمل على كافة التعليمات التي تحدد بصورة تسلسلية عمليات المعالجة اللازمة للبيانات وكيفية تنفيذها. وتعتبر البرمجيات التطبيقية ضرورية جدا في أداء عمليات منظمات الأعمال، إذ تتوفر برمجيات خاصة بأساليب الرقابة الإحصائية للعمليات، وطرق التنبؤ بالطلب والمحاكاة وأساليب الترتيب الداخلي للمصنع واختيار مواقع المصنع والبرمجة الخطية... إلخ.

« **برمجيات التأليف:** هي مجموعة البرامج التي تعني بترجمة التعليمات والايجازات المكتوبة بإحدى لغات البرمجة ذات المستوى العالي إلى لغة آلة.

3.1. الأفراد:

« **المستخدمون النهائيون:** هم الأفراد الذين يستخدمون النظام أو المعلومات التي ينتجها النظام، مثل المديرون، المحاسبون، العملاء، وعلى هذا الأساس فإن معظمنا مستخدمين النظام.

« **الاختصاصيون الفنيون:** هم المسؤولون عن تشغيل واستدامة النظام، والذين يقومون بتطوير وتشغيل وإدارة نظام المعلومات فنيا، ومنهم محللو النظم ومطورو البرامج ومشغلو النظام من العاملين.

4.1. قواعد البيانات:

هي مجموعة بيانات مرتبطة مع بعضها أو المعلومات المخزونة على أجهزة ووسائل خزن البيانات، مثل مشغل الأقراص الصلبة للحاسوب والأقراص المرنة أو الأشرطة. وقد تكون قواعد البيانات متعلقة بسجلات المخزون في الشركة والأوقات القياسية لأنواع مختلفة من العمليات وبيانات تتعلق بالتكاليف أو معلومات تخص احتياجات الزبائن وغيرها.

وتتوفر قواعد بيانات مباشرة بعضها تنظم على شكل أرقام مؤشرات اقتصادية وأسعار السوق والمخزون، وقسم آخر من قواعد البيانات تجمع على أساس مواضيع أو كلمات، مثل المواضيع المنشورة في الصحف والمجلات.

2. مخاطر استخدام تكنولوجيا المعلومات (1)

هناك العديد من العيوب ومخاطر استخدام تكنولوجيا المعلومات في الرقابة الداخلية منها:

- الاعتماد على البرامج والأنظمة والتي يتم من خلالها تشغيل البيانات بشكل غير حقيقي وغير دقيق أو قد تكون عدم الدقة في البيانات ذاتها.
- تغيير البيانات بشكل غير سليم في الدفتر أو الملف أي إمكانية التلاعب بالبيانات.
- فقدان محتمل للبيانات، أو حذف بالخطأ.
- الفشل في إجراء تغييرات لازمة في الأنظمة والبرامج.

(1) ياسمين أعراب، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على جودة المعلومة المحاسبية، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، سنة 2015/2016، ص 06-05.

- تغيير بشكل غير مصرح ب هاو غير مسموح به في البرامج أو الأنظمة.
- دخول غير مسموح وغير مصرح به إلى بيانات والذي قد يؤدي إلى تدمير البيانات أو تغييرها.
- تضخم إثر الأخطاء التي تحدث أثناء التشغيل حيث يتم تشغيل البيانات بصورة متماثلة مما يؤدي إلى تراكم الأخطاء بصورة كبيرة.
- الحاسب غير قادر على التفكير أو الحكم الشخصي بالتالي فان هناك العديد من الأخطاء التي يمكن حدوثها ما لم توجد إجراءات للرقابة على البرامج المستخدمة.
- تتطلب بيئة تكنولوجيا المعلومات ضرورة توافر خبرات ومؤهلات معينة في الأفراد القائمين على تشغيل النظام مع ضرورة التدريب المستمر لهؤلاء الأفراد لمواكبة التطورات الحديثة.

خلاصة الفصل:

من خلال دراستنا لهذا الفصل يتضح لنا أن تكنولوجيا المعلومات تحقق العديد من النتائج والأهداف التي تؤدي إلى التنمية والتقدم حيث تعتمد مختلف المنظمات في وقتنا الحالي على شتى الوسائل التكنولوجية وكذا نظم المعلومات المرتبطة بأهمية الحاسوب لقد شهد العالم عدة تطورات وآخرها تطور تكنولوجيا المعلومات التي أحدثت القطيعة بين كل ما هو قديم وأصبح جديد، نتيجة لهذه التطورات تزايد الطلب على هذه تكنولوجيا أصبحت هي المورد الأكثر أهمية.

وتمثل المعلومات مكونا أساسيا في بناء وتطور المجتمعات من خلال قدرتها على خلق المنافع واندماجها في جل أوجه الحياة المعاصرة بحيث أصبح الإدمان عليها سمة هذا العصر فسمي "عصر المعلومات" لكن استغلالها بالشكل الأمثل يحتاج إلى عملية تفاعلية بين الأفراد والمؤسسات من خلال الاتصال الفعال.

وقد ساعدت الثورة التكنولوجية خصوصا بعد اكتشاف الانترنت في تعظيم دور المعلومات وتأثيرها في صنع السياسات العامة للدول والمؤسسات باختلاف أنواعها، من خلال القدرة على التحكم في متغيرات البيئة الداخلية والخارجية وبفضل سهولة جمع وتحليل المعلومات المتعلقة بتلك البيئات واستغلالها لخدمة الأهداف العامة.

الفصل الثاني

الخدمة المصرفية وتطورها
في ظل تكنولوجيا المعلومات

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الخدمة المصرفية.

إننا نستعمل الخدمات كل يوم، كالتحدث بالهاتف، وركوب السيارة، ومشاهدة برامج التلفزيون وكتابة شيك، وتوصيل أو صيانة في المنزل، إرسال رسالة، ... إلخ وكل ما سبق خدمات يستخدمها الناس يوميا، فالمؤسسة التعليمية التي تتعلم بها هي نفسها مؤسسة خدمية معقدة، إضافة إلى خدمة التعليم والتدريب فان التسهيلات الأخرى التي تقدمها تتضمن قاعات للمطالعة، ومراكز لبيع الكتب والتصوير، والمقاصف وخدمات البريد والاتصال وحتى أيضا الخدمات المصرفية، وأحيانا تقدم خدمات السكن لطلبتها.

ولكن ماذا نعني بالخدمة؟

ومن خلال هذا المبحث التعرف أكثر على مفهوم الخدمات المصرفية وأنواعها، وخصائصها.

المطلب الأول: مفهوم الخدمة المصرفية

لقد تطورت الخدمة المصرفية من شكلها التقليدي إلى الحديث بتطور المصارف وتعددتها وتنوعها حسب طلب العميل بعد أن أصبح سيد السوق. وقبل التطرق لتعريف خدمة المصرفية نقوم أولا بتعريف الخدمة.

1. تعريف الخدمة:

عرفها Bitner & Zeitaml فقد قالوا ببساطة: "إن الخدمات عبارة عن أفعال، عمليات وإنجازات أو أعمال".

بينما التعريف الواسع الذي قدمه يتماشى مع تعريفهم البسيط هو "الخدمات تتضمن كل الأنشطة الاقتصادية التي مخرجاتها ليست منتجات مادية، وهي بشكل عام تستهلك عند وقت إنتاجها تقدم قيمة مضافة (مثل الراحة والصحة والتسلية واختصار الوقت) وهي بشكل أساسي غير ملموسة لمشتريها الأول".⁽¹⁾

وكما تعرف كذلك "الخدمة عبارة عن نشاط تؤديه المؤسسات أو الأفراد والموجهة لإشباع حاجات ورغبات المستفيد، وهذا النشاط غير ملموس ولا يترتب عليه نقل ملكية شيء، كما أن تقديم الخدمة قد يقترن أولا عند تقديمها بمنتج مادي ملموس".⁽²⁾

2. خصائص الخدمة: (3)

وقد أظهرت العديد من الدراسات والأبحاث الخصائص المميزة للخدمات والتحديات الناتجة عنها وبعض التطبيقات التسويقية، وفيما يلي استعراض لأهم هذا الخصائص:

« **اللاملموسية:** بالأصل الخدمات غير ملموسة، أي من الصعب تذوقها، والإحساس بها، ورؤيتها، أو شمها أو سماعها قبل شرائها وهذا أهم ما يميزها عن السلعة. فالاتجاهات والآراء حولها يتم البحث عنها قبل الحصول عليها، وتكرار الشراء قد يعتمد على الخبرة السابقة، والمستهلك قد يحصل على شيء مادي ملموس ليمثل الخدمة

(1) هاني الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة الخامسة، دار وائل للنشر، الجامعة الأردنية، سنة 2009، ص 20.

(2) مرابط مراد، مرجع سابق، ص 24.

(3) هاني الضمور، مرجع سبق ذكره، ص 22-30.

لكن في النهاية فإن شراء الخدمة هو شراء غير ملموس.

« **التلازمية (عدم الانفصال):** ونعني بالتلازمية درجة الارتباط بين الخدمة ذاتها وبين الشخص الذي يتولى تقديمها، أي من الصعب أحيانا فصل الخدمات عن شخصية البائع مقدما لذلك، فإن أداء خدمة معينة قد يحدث جزئيا أو كليا في لحظة وقت استهلاكها، فالسلع تنتج وتباع وتستهلك، أما الخدمات فهي تباع ومن ثم تنتج وتستهلك،

« **عدم التجانس في المخرجات (الاختلاف والتنافر):** من الصعب إيجاد معايير نمطية للإنتاج في حالة الخدمات على الرغم من استعمال أنظمة موحدة لحجوزات السفر على الطائرة مثلا أو الحجز لاستئجار سيارة أجرة أو إعطاء سعر التأمين على الحياة. فكل نوع من أنواع الخدمات لها طرق مختلفة في كيفية قياسها وعلى الرغم من محاولة العديد من مؤسسات الخدمات وضع معايير لمستوى مخرجاتها، إلا أنه من الصعب عليها التأكد والاطمئنان من تقديم مستوى الجودة نفسه لمخرجاتها.

« **المخزون (الهلامية والفاء):** العديد من الخدمات ذات طبيعة هلامية غير قابلة للتخزين، فكلما زادت درجة اللاملموسية للخدمة، انخفضت فرصة تخزينها بمعنى آخر، إن درجة عدم الملموسية تزيد أو ترفع من درجة الفئائية كثيرا. فالخدمات ذات الطبيعة الفئائية لا يمكن حفظها على شكل مخزون. هذا ما يجعل تكلفة التخزين والإيداع منخفضة نسبيا أو بشكل كامل في المؤسسات الخدمية، وهذا يمكن النظر إليه كنتيجة ايجابية لخاصية الفئائية.

« **الملكية:** إن عدم انتقال الملكية تمثل صفة واضحة تميز بين الإنتاج السلعي والإنتاج الخدمي، وذلك لأن المستهلك له فقط الحق باستعمال الخدمة لفترة معينة دون إن يمتلكها (مثل غرفة في فندق أو مقعد في طائرة). فالدفع يكون بهدف الاستعمال أو الاستئجار للشيء بينما في حالة شراء السلعة، فالمستهلك له الحق التصرف بها.

3. تعريف الخدمة المصرفية:

هي مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة والمقدمة من قبل المصرف، والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمها المنفعية والتي تشكل مصدر لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والانتمانية الحالية والمستقبلية وفي الوقت ذاته تشكل مصدر لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين.

وتعرف أيضا أنها تمثل نشاط أو عمل يحصل عليه المستفيد من خلال الأفراد التي تقدم من خلالها وان مستوى الإشباع بالوعي للمستفيد يرتبط بمستوى أداء الأفراد وذلك لعدم ملموسية هذا النشاط أو العمل وان هذه الخدمات قد يرتبط تقديمها بمنتج أو قد لا يرتبط.⁽¹⁾

المطلب الثاني: أنواع الخدمة المصرفية

(1) حورية جنان، دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات مصرفية، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماجستير الأكاديمي علوم اقتصادية، كلية علوم اقتصادية وعلوم تجارية وعلوم تسيير، أم البواقي، سنة 2013، ص 39.

تعمل المصارف على جلب أكبر قدر ممكن من المتعاملين الاقتصاديين بتوفير الكثير من الخدمات المصرفية بما يتجاوب واحتياجاتهم، فالمصارف توفر خدمات كثيرة ابتداء من خدماتها الأولى الإيداع والإقراض إلى خدمات أخرى متنوعة، وفي هذا المطلب سيتم تقسيمها على النحو الموالي:

1. عمليات الودائع: (1)

تمثل الوديعة كل ما يقوم الأفراد أو الهيئات بوضعه في البنوك بصفة مؤقتة قصيرة أو طويلة على سبيل الحفظ أو التوظيف، ودائماً ملك لصاحبها، والتخلي عن التصرف فيها بصفة مؤقتة.

1.1. الودائع تحت الطلب أو ودائع جارية:

تتميز الودائع تحت الطلب بخصائص تميزها عن غيرها من الودائع. وكما يدل عليه اسمها، فهذه الودائع هي دائماً تحت تصرف أصحابها، يمكنهم اللجوء إلى سحبها كلياً أو جزئياً متى شاءوا، ودون إشعار مسبق. فالوديعة، وإن كانت بحوزة البنك فهي تحت التصرف المطلق لصاحبها. ولا يحق للبنك أن يفرض قيوداً أو شروطاً أمام صاحبها أثناء السحب، ولا يجوز له أن يتحجج بأي حجة كانت من شأنها أن تشكل عراقيل أمام المودعين في استعمال هذه الودائع.

ومقابل هذه الخاصية، لا يمكن لأصحاب هذا النوع من الودائع الاستفادة من فوائد. وهم لا يستطيعون أن يفرضوا ذلك على البنوك نظراً للطبيعة الجارية للوديعة، على الرغم من أن البنك بإمكانه استعمال هذه الودائع في منح القروض، ولا شيء يمنعه من ذلك سوى ما يتوقعه من عمليات سحب. وهناك من الأنظمة المالية ما يمنع صراحة إعطاء فوائد على هذه الودائع. ويسمح مثل هذا الأمر للبنوك باستعمال موارد مالية غير مكلفة، الأمر الذي يسمح بالتوسع في القرض نظراً لتكلفته المنخفضة.

2.1. الودائع لأجل: (2)

تمثل الودائع لأجل اتفاق بين المصرف والذبون، يودع الأخير بموجبه مبلغاً من النقود لدى المصرف لا يجوز له سحبه أو سحب جزء منه قبل تاريخ متفق عليه، وفي مقابل ذلك يحصل المودع على فائدة بصفة دورية أو يحصل عليها في نهاية مدة الإيداع.

وعادة ما يشترط في الودائع لأجل إلا يقل المبلغ المودع عن قدر معين، وقد يتدرج معدل الفائدة في التصاعد كلما زاد المبلغ المودع أو كلما طالت فترة الإيداع.

3.1. الودائع الادخارية: (3)

تعتبر هذه الودائع بمثابة عملية توفير وادخار حقيقية نظراً لمدة إيداعها في البنوك والعائد المنتظر منها. فهذه الودائع تبقى لفترات طويلة في البنك، لا يمكن لصاحبها أن

(1) طاهر لطرش، تقنيات البنوك، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، سنة 2001، ص 26.

(2) إسماعيل إبراهيم عبد الباقي، إدارة البنوك التجارية، دار غيداء للنشر والتوزيع، سنة 2015، ص 186.

(3) طاهر لطرش، مرجع سبق ذكره، ص 27.

يسحبها مهما كانت الظروف. وهو يواجه عراقيل عديدة أولها ضرورة انقضاء مدة الإيداع.

كما أن أصحاب هذه الودائع يحصلون على فوائد معتبرة تعتبر عوائد توظيف حقيقية للأموال، وتعكس الطبيعة الادخارية لهذه الودائع، ومقابل هذه التكلفة التي تعتبر مرتفعة نسبيا بالنسبة للبنك مقارنة بما يدفعه مقابل الودائع لأجل مثلا، فإنه يضمن بقاء هذه الأموال بحوزته لفترات طويلة، الأمر الذي يفتح أمامه المجال لاستعمالها في منح القروض ذات الأجل الطويل.

4.1. الودائع الائتمانية:

يختلف هذا النوع من الودائع عن بقية الأنواع الأخرى. فهو النوع الوحيد الذي لا يكون نتيجة إيداع حقيقي، بل هو ناشئ عن مجرد فتح حسابات ائتمانية، والقيام بعمليات الإقراض. فحينما يقوم صاحب وديعة حقيقية بتحرير شيك لفائدة شخص ما دون أن يقوم هذا الشخص بسحب فعلي للنقود، فإن البنك يقوم بتسجيل هذه العمليات محاسبيا، بحيث يجعل حساب المسحوب عليه مدينا وحساب المستفيد دائنا. أن هذا التحول بين الحسابين يعتبر بالنسبة للبنك وديعة، ليست فعلية على كل حال، ولكنها تسمح بالتوسع في القرض دون أن يدفع نقودا حقيقية.

إذا فالودائع الائتمانية هي عبارة عن ودائع كتابية أي ناتجة عن مجرد تسجيل محاسبي لحركات الأموال داخل البنك. وما تجدر الإشارة إليه، أن الودائع الائتمانية تزيد كلما قلت الأموال المسحوبة فعلا من البنك، وتنقص مع زيادتها.

والجدير بالذكر أن الودائع الائتمانية هي الوجه الآخر للقروض الائتمانية. فعندما يمنح البنك قرضا إلى شخص معين دون أن يسحبه، فمعنى ذلك أنه يمنح لهذا الشخص قدرة شرائية تمكنه من تسوية المعاملات عن طريق استعمال الشيكات، حيث تحول الأموال كتابيا إلى حساب المستفيد الجديد، وتعتبر عملية التحويل هذه ودائع جديدة، ائتمانية بالطبع، وهذا ما يعطي في المحصلة النهائية تعادل ما بين القروض الائتمانية والودائع الائتمانية. وتبعاً لذلك نقول أن البنك قد خلق عملة جديدة، هي نقود الودائع.⁽¹⁾

2. عمليات القرض:

تختلف القروض على حسب آجالها، وتبعاً للمقترضين، والأغراض التي تستخدم فيها، والضمانات المقدمة وبالتالي تبويب القروض يبعاً لذلك يسهل على البنك تتبع نشاطه وبمعرفة الأسباب التي أدت إلى تقدمه أو تأخره. ومقارنة أنواع نشاطه، وفيما يلي تناول أنواع القروض المصرفية من خلال تلك المعايير لتبويب. وتصنف إلى:

1.2. تبويب القروض بحسب آجالها: (2)

وتقسم القروض المصرفية طبقاً لهذا المعيار إلى:

(1) طاهر لطرش، مرجع سبق ذكره، ص 28.

(2) واضح نعيمة، العوامل المؤثرة على اتخاذ قرار منح القروض البنكية للمؤسسات الاقتصادية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير تلمسان، سنة 2017، ص 28-29.

1.1.2. قروض قصيرة الأجل:

ومدتها عادة لا تزيد عن سنة وتستخدم أساسا في تمويل النشاط التجاري للمنشآت. وتتميز هذه القروض بخاصية التصفية الذاتية والتي توجه لتمويل المخزون السلعي أو الذمم المالية.

2.1.2. قروض متوسطة الأجل:

ويتمد أجلها إلى خمس سنوات بغرض تمويل بعض العمليات الرأسمالية للمشروعات، مثل شراء آلات جديدة للتوسع بوحدة جديدة، أو إجراء تعديلات تطور من الإنتاج.

3.1.2. قروض طويلة الأجل:

وتزيد مدتها عن خمس سنوات بغرض تمويل مشروعات الإسكان واستصلاح الأراضي وبناء المصانع.

ويمكن أيضا تقسيم القروض حسب آجالها إلى:

- قروض مستحقة عند الطلب: أي يحق للبنك طلب سدادها في أي وقت يشاء، وللمقترضين الحق في أدائها عندما يريدون
- قروض ممنوحة لأجل: وتقسم إلى قروض قصيرة الأجل، ومتوسطة، وطويلة الأجل.

وقد يشارك البنك في منح القروض متوسطة الأجل مع عدد من البنوك الأخرى فيما بينها تعرف بقرض المشاركة.

2.2. تصنيف القروض بحسب الأغراض: (1)

وتقسم القروض لهذا المعيار إلى:

1.2.2. قروض استهلاكية:

ويستخدم في الحصول على سلع للاستهلاك الشخصي، أو لدفع مصروفات مفاجئة لا يمكن للدخل الحالي للمقترض من مواجهتها، ويتم سدادها من دخل المقترض في المستقبل أو تصفية لبعض ممتلكاته وتقدم ضمانات لها مثل، تحويل الموظف لمراقبة على البنك، ضمان شخصي آخر، أوراق مالية، رهن عقاري.

2.2.2. القروض الإنتاجية:

وهي التي تمنح بهدف تكوين الأصول الثابتة للمشروع كما تستخدم في تدعيم الطاقات الإنتاجية لها عن طريق تمويل شراء مهمات المصنع والمواد الخام اللازمة للإنتاج. هذه القروض ما يستخدم في تمويل تكوين مشروعات التنمية الاقتصادية في المجتمع، وتتوافر في هذه القروض السيولة الذاتية حيث أن دخل المقترض يرتفع نتيجة

(1) عبد المطلب عبد الحميد، بنوك شاملة عملياتها وإدارتها، الدار الجامعية طبع -نشر- توزيع، الإسكندرية، سنة 2001، ص 114-115.

بيع منتجاته الناتجة عن زيادة أصوله الثابتة واستخدامها في ذلك. وبالتالي يمكن تجنب جزء من الدخل والأرباح المحتجزة، لرفع قيمة القرض، ولكن السيولة الذاتية لا تحدث في الأجل المتوسط والطويل.

ولا تحبذ البنوك التجارية منح القروض الإنتاجية الرأسمالية لطول الفترة التي تبقى فيها هذه القروض في حكم المجمدة ولطبيعة المخاطر التي تلاحقها في جراء منحها، ولكن لا يوجد ما يمنع من قيام البنوك التجارية بمنحها لأنها قد تكون أكبر سلامة من سندات مشروعات أخرى، مع مراعاة سلامة المركز المالي للعميل والحصول على ضمان عيني كبير كرهن المصنع، إلا تطول فترة الوفاء أكثر من خمسة أعوام كحد أقصى، وأن يستهلك القرض تدريجياً أطول فترة استحقاقه، وأن يضع البنك قيوداً على النواحي المالية للمقترض، مثل توزيعات الأرباح وطريقة استعمال الأموال المقترضة، ومنع رهن باقي الأصول أو الإيراد.

هذا بالإضافة إلى ضرورة ألا يزيد هذا النوع من القروض الرأسمالية عن نسبة محددة من رأس مال البنك، واحتياطياته وعمومي يتخصص في هذا النوع البنوك المتخصصة.

3.2.2. القروض التجارية:

وهي تلك القروض الممنوحة لأجل قصيرة إلى المزارعين، والمنتجين، والتجار لتمويل عملياتهم الإنتاجية والتجارية وطابعها موسمي، وتختلف البنوك في اهتمامها بهذا النوع من القروض، فمنها ما يتخصص في تمويل الزراعة والحصاد، ومنها ما يفضل أنشطة أخرى.

وتفضل البنوك التجارية هذا النوع فيما عداه لملائمته لطبيعتها (أدى تمثيل الودائع وخصوصاً الودائع تحت الطلب لنسبة كبيرة من مواردها المالية) لذا تمثيل القروض التجارية نسبة كبيرة من استثماراتها لأن معظم هذه القروض ينطبق عليها قاعدة السيولة الذاتية في الأجل القصير.

وتحقق البنوك على ضمانات لتلك القروض مثل السندات الأذنية التي تحمل وعدهم بدفع قيمة القروض في تواريخ استحقاقها، بالإضافة إلى تقديم ضامين آخرين وتسلم كمبيالات مسحوبة على عملاء المقترضين.

4.2.2. القروض الاستثمارية:

تمنح القروض الاستثمارية لبنوك الاستثمار وشركات الاستثمار لتمويل اكتتابها في سندات واسهم جديدة وتمنح القروض الاستثمارية في شكل قروض مستحقة عند الطلب أو لأجل لسماسة الأوراق المالية، وتمنح أيضاً للأفراد لتمويل جزء من مشترياتهم للأوراق المالية.

وفي كل هذه الحالات يمثل القرض جزء من قيمة الأوراق المالية المشتراة، عندما تنخفض القيمة السوقية للأوراق يطلب البنك من المقترض تغطية قيمة الفرق نقداً أو تقديم أوراق مالية أخرى. وفي حالة عدم تنفيذهم لرغبة البنك يقوم البنك ببيع الأوراق المالية المرهونة لديه ليحصل من ثمن البيع مقدار ما قدمه لهم.

3.2. تصنيف القروض بحسب الضمان: (1)

وتنقسم القروض طبقاً لهذا المعيار إلى:

1.3.2. قروض مضمونة:

وهي التي يقدم مقابلها ضمانات عينية، أو شخصية وبالتالي تنقسم إلى:

« قروض بضمان شخصي: وتمنح دون ضمان عيني، بل يعتمد البنك على مكانة المركز المالي للعميل.

« قروض بضمان عيني: وقد تكون بضمان بضائع، تودع لدى البنك كتأمين للقرض، أو قروض بضمان الأوراق المالية، ويودع لدى البنك أسهم وسندات يشترط فيها أن تكون جيدة وسهلة التداول، أو قروض بضمان كمبيالات وتظهر الكمبيالات للبنك والخاصة بالأشخاص الذين يتفاعل معهم العميل وهناك قروض بضمان، مستخلصات المقاولين وقروض بضمان وثائق التأمين، وقروض بضمان الودائع لأجل وشراءات الإيداع والاستثمار.

2.3.2. القروض غير المضمونة:

ويكتفي فيها بوعده المقترض بالدفع، إذ لا يقدم عنها أي أصل عيني أو ضمان شخصي للرجوع إليه في حالة عدم الوفاء بالقرض يمنح هذا النوع من القروض بعد التحقق من المركز الائتماني للعميل ومن مقدرته على الوفاء في الوقت المحدد، وهذا يتطلب مصادر الوفاء وتحليل قوائم التشغيل والقوائم المالية.

وتنشأ القروض غير المضمونة بسبب طبيعة الأعمال التجارية حيث يلاحظ أن قدراً كبيراً من التعامل بين الشركاء يتم على أساس حسابات مفتوحة فبيع المنتج مثلاً سلفة لتاجر الجملة، يتم ويقيد الثمن في حسابه لديه وبعد فترة قد تطول يرسل إليه فاتورة البيع أو كشف الحساب مرفقاً به فواتير البيع وموضحاً عليه الرصيد المستحق. ويقوم التاجر بالخدمة نفسها بالنسبة لتاجر التجزئة وهكذا تنساب السلع ويقابلها انسياب في رأس المال الدائر حيث تحل محل السلع أوراق القبض التي تتحول إلى أرصدة نقدية منها يتمكن المنتج من شراء المواد الأولية ودفع أجور العمال ومصروفاته الأخرى لإنتاج السلع. ثم تتكرر الدورة من جديد.

وليس بمعنى كون القرض غير مضمون أنه أقل سلامة من القرض المضمون، إذ أنه عندما تنخفض القيمة السوقية للضمان قد يخسر البنك من قيمة القرض. يعكس النوع الآخر المعطى للمقرض ذي المقدرة المالية المبنية والسمعة الحسنة والذي يقوم بسداد دينه محافظة منه على سمعته التجارية.

4.2. تصنيف القروض بحسب المقترضين: (2)

وتنقسم القروض طبقاً لهذا المعيار إلى:

(1) عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 116-117.

(2) عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 118.

- قروض للأفراد وقروض للشركات والبنوك الأخرى.
- قروض للقطاع الخاص وقروض للحكومة والقطاع العام.
- قروض المستهلكين وقروض للمنتجين وأصحاب الأعمال.
- قروض للعملاء وقروض لآخرين.

ويدخل تحت كل نوع تقسيمات فرعية، وتقوم التقسيمات أساسا على نوعية ومهنة المقترضين، ويفيد في وضع سياسات الإقراض الملائمة التي تحبذ نوعية دون الأخرى بناء على البيانات التي تتجمع بهذا الخصوص.

3. خدمات مصرفية أخرى: (1)

وتضم أنواع مختلفة للخدمات المصرفية:

1.3. النقود القانونية:

وهي عبارة عن النقود الورقية، والنقود المعدنية المساعدة. وتصدر هذه النقود من طرف البنك المركزي. وهي تعبر عن الشكل الأعلى للسيولة التامة والنهائية. وتمثل التزام البنك المركزي تجاه الاقتصاد ككل (حكومة، مؤسسات وأفراد). وبما أن البنك المركزي هو الذي يصدرها، لذلك تسمى أيضا النقود المركزية.

2.3. نقود الودائع:

يصدر هذا النوع من النقود من طرف البنوك التجارية، وفي الواقع، ليس لها وجود مادي مثل النقود القانونية أو المركزية، وإنما هي ناشئة بالأساس عن مجرد تسجيل محاسبي للمعاملات الناجمة عن استعمال الشيكات. وتنشأ نقود الودائع بناء على إيداع حقيقي وتتضاعف تبعا للتحويلات ما بين الحسابات التي تعتبر من وجهة نظر البنك ودائع جديدة.

3.3. كمبيالة (السفتجة):

السفتجة مثلها في ذلك مثل السند لأمر هي عبارة عن ورقة تجارية. ولكنها تختلف عنه في بعض الأمور الأساسية. فهي تظهر ثلاثة أشخاص في آن واحد وتسمح بإثبات ذمتين ماليتين في نفس الوقت. وهي من جهة أخرى عبارة عن أمر بالدفع لصالح شخص معين أو لأمره ومن هذه النقطة بالذات، يمكنها أن تتحول إلى وسيلة دفع. وأمام حامل هذه الورقة (السفتجة) نفس طرق استعمالها مثلما هو الشأن بالنسبة للسند لأمر. إما الاحتفاظ بها إلى غاية تاريخ الاستحقاق، إما خصمها لدى البنك إذا احتاج حاملها إلى السيولة، وإما تسوية عمليات أخرى (تجارية أو ائتمانية) بواسطتها وذلك عن طريق تظهيرها إلى الغير، وإدخالها في التداول. وبهذا فهي تتحول من مجرد وسيلة قرض تجارية إلى وسيلة دفع. ويحق عند إدخال هذه الورقة في التداول، لكل شخص تقدم له أن يطلب توقيعها من طرف المظهر. كما يحق له الرجوع إلى كل الموقعين عليها في حالة إفسار المدين أو المسحوب عليه وعدم قدرته على تسديد قيمتها عند حلول تاريخ الاستحقاق، ودون الأخذ بالاعتبار ترتيبهم الزمني.

(1) طاهر لطرش، مرجع سبق ذكره، ص 32-38.

4.3. سند لأمر:

السند لأمر هو أصلا ورقة تجارية، تحرر بين شخصين لإثبات ذمة مالية واحدة. فهذا السند هو إذا عبارة عن وثيقة يتعهد بواسطتها شخص معين بدفع مبلغ معين إلى شخص آخر في تاريخ لاحق هو تاريخ الاستحقاق. وعلى أساس هذا التعريف، يمكن أن نستنتج أن سند لأمر هو وسيلة قرض حقيقية، حيث أن هناك انتظار من جانب الدائن للمدين لكي يسدد ما عليه في تاريخ الاستحقاق الذي يتفق بشأنه.

5.3. سند الرهن:

سند الرهن هو أيضا ورقة تجارية كسابقه، يمكن استعماله في التداول إذا أراد مجتمع التجار ذلك. وهو سند لأمر مضمون بكمية من السلع محفوظة في مخزن عمومي. وسند الرهن مثله مثل الأوراق التجارية (السند لأمر والكمبيالة)، يمكن تقديمه للبنك بغرض الخصم، كما يمكن تحويله إلى وسيلة دفع بإدخاله في التداول وانتقاله بين الأفراد (التجار) لتسوية المعاملات.

6.3. سند الصندوق:

يحدث أحيانا أن يقوم شخص ما بإقراض مؤسسة أو بنك أموالا لأجل قصير مقابل الحصول على فائدة. ومقابل ذلك تقوم الهيئة المقترضة (تكون في الغالب بنكا) بإصدار وثيقة هي سند الصندوق. ويمكن تعريف هذا الأخير بأنه التزام مكتوب من طرف هذا البنك أو هذه المؤسسة بدفع المبلغ المذكور في السند (هو مبلغ القرض) في تاريخ معين هو تاريخ الاستحقاق. وقد يكون هذا السند محرر باسم هذا الشخص أو لأمره أو لحامل السند. وسند الصندوق، على الرغم من أنه يعتبر سند لأمر إلا أنه يلعب دور وسيلة دفع على غرار أوراق القرض التجارية فصاحب السند أو حامله يمكن تظهيره إلى الغير بهدف تسوية معاملات تجارية أو ائتمانية أخرى، وبالتالي يمكن تداوله من يد إلى يد الغرض، فسند الصندوق يمكن دائما أن يحرر لأمر حامله. ومدته قصيرة لا يمكن أن تتجاوز في أقصى الحدود اثنتا عشر شهرا. ويمكن لحامله قبل انقضاء هذه المدة أن يقدمه إلى البنك للخصم إذا احتاج إلى سيولة قبل تاريخ الاستحقاق.

7.3. سندات العمومية قصيرة الأجل:

تحتاج الخزينة إلى نوعين من الأموال: الأموال طويلة الأجل لتمويل عملياتها الخاصة بالتجهيز، وأموال قصيرة الأجل لتمويل نفقاتها العادية أو الجارية. والسندات العمومية قصيرة الأجل تشبه إلى حد كبير سند الصندوق. والاختلاف الأساسي الموجود بينهما هو في الجهات التي تصدرهما، وكذلك في كون السندات العمومية مضمونة من طرف الدولة. ويتم تداول هذه السندات من يد إلى يد واستعمالها في التبادل و ضمان القروض عندما تكون محررة لحاملها، أي سندات غير اسمية

يجب القول بأن الأمر المؤثر في تقديم الخدمات المصرفية هو ثقة المجتمع بالمصرف، ويتوقف نجاح المصرف في تقديم الخدمات والاستقرار والنمو على هذه الثقة التي تعتمد على التزام البنك بدفع الكفالات والدقة في أداء الأعمال والاحتفاظ بالسيولة

لمواجهة طلبات المودعين، وأن الهدف الرئيسي للبنك هو قبول الودائع ومنح القروض واستثمار المتبقي من الأموال ويقوم البنك بتقديم الأنشطة والخدمات.

8.3. الشيك: (1)

يعد الشيك وسيلة من الوسائل التي تلجأ إليها البنوك، وقد تم تنظيم الشيك في الباب الثاني من الكتاب الرابع من نص المادة 472 إلى 543 من القانون التجاري، وقد تم استحواء هذه الأحكام من القانون الموحد الذي أقر من جنيف عام 1931، والشيك ورقة تأمر بالدفع الفوري لمستفيدها مبلغ يقع سحبه من وديعة المسحوب عليه في بنك معين بشرط في الشيك وجود حساب بنكي والشيك هو السند لأمر دون سند.

كما يمكن تعريف الشيك كذلك بأنه "صك يتضمن أمرا من شخص يدعى الساحب إلى شخص آخر يدعى المسحوب عليه، بأن يدفع لإذن شخص ثالث هو المستفيد مبلغا من النقود، وذلك بمجرد الاطلاع وفي العادة ما يكون المسحوب عليه في الشيك أحد البنوك.

وحسب نص المادة 472 وما بعدها من القانون التجاري نجدها أوردت كل البيانات المتعلقة بالشيك، البيانات الإلزامية والاختيارية ويوجد نموذج للشيك كما يلي:

د ج
ادفعوا.....
إلى.....
ح/ج رقم..... مفتاح.
عنوان..... في.....
إمضاء.

المطلب الثالث: خصائص الخدمات المصرفية: (2)

الخدمة المصرفية هي عبارة عن مجموعة الأنشطة تتعلق بتحقيق منافع معينة للعميل سواء بمقابل مادي أو بدونه. تسقط جميع خصائص الخدمات على الخدمات المصرفية، ولكنها تختلف عنها فيما يتعلق بالأنشطة والإجراءات المتبعة لتقديم الخدمة المصرفية، وطريقة أداء الموظفين والأجهزة المستخدمة في تقديمها، ويضاف إلى ذلك إن نمطية المضمون الذي تتصف به الخدمة المصرفية والتي تملئ على المصارف تطبيق أشكال أخرى من المنافسة والتركيز على جودة الخدمة المصرفية.

وضمن هذا السياق، برزت للخدمة المصرفية مجموعة من السمات المميزة نوجزها فيما يلي:

(1) كوثر ولجي، عمليات البنوك المختلفة، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، أم البواقي، سنة 2014، ص 28.

(2) يزخامي سليمة، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم تسيير، مستغانم، سنة 2015، ص 3-4.

« **اللامموسية:** معنى ذلك بان الخدمة المصرفية ليس لها وجود مادي، وبالتالي لا يمكن إدراكها بالحواس، وبناءا على ذلك لا يمكن تخزينها أو نقلها أو تعبئتها، فالخدمة المصرفية مباشرة لا تحتاج إلى حلقات وسيطة بين المصرف كمنتج لها والسوق المصرفية.

« **تكاملية الإنتاج والتوزيع:** إن الخدمات المصرفية تنتج وتوزع في آن واحد وهي غير قابلة للاستدعاء مرة أخرى لأجل تحسينها أو بسبب خطأ فيها ولهذا فان اهتمام المصارف ينصب في توفير الخدمات المصرفية في المكان والزمان المناسبين. هذه الحالة تفرض على المصرف انتهاج سياسة البيع المباشر باعتبارها الأكثر ملائمة لتسويق الخدمة المصرفية، ورغم ذلك فإن ابتكار بطاقة الائتمان المصرفي (Crédit Cards) أمكن المصارف من التغلب على كثير من المشكلات التي تواجهها وهي بصدد توزيع خدماتها ونشرها في مناطق واسعة.

« **نظام تسويقي ذو توجه شخصي:** تعتمد الخدمات المصرفية على التسويق المصرفي الشخصي بدرجة كبيرة، حيث تعتمد في تقديمها على الاتصال الشخصي بين مقدم الخدمة والعميل. حيث أن التفاعل المباشر بين موظفي البنوك والعملاء، يمكن الإدارة من معرفة ردود فعل العملاء وتحديد حاجاتهم، وآراءهم وتفضيلا تهمبخصوص الخدمات المعروضة والمقدمة لهم. وبالتالي تهئى العمل اللازم من اجل التكيف والاستجابة وتلبية تلك الرغبات على أحسن وجه.

« **صعوبة التمييز في الخدمة المصرفية:** بالنسبة لجمهور العملاء، فان الخدمات التي تقدمها المصارف تكاد تكون متشابهة أو متطابقة. وفي معظم الأحيان يكون اختبار العميل للمصرف الذي ينوي التعامل معه مبنيا على أساس معايير كالموقع، والسمعة، جودة الخدمة والسرعة والدقة وكفاءة الموظفين... إلخ. إن محدودية التنافس بين البنوك فيما يخص الخدمة المصرفية فتحت آفاقا واسعة لمسؤولي إدارات التسويق المصرفية للإبداع والتطوير في مجالات أخرى وأدت إلى تكوين مكانة خاصة وفريدة للمصرف في أذهان العملاء.

« **الانتشار الجغرافي:** لكي يحقق المصرف الهدف المنشود، فإنه يتعين عليه الوصول إلى العملاء القائمين والمحتملين في الأماكن التي يتواجدون فيها. وهذا لا يتحقق إلا إذا امتلك المصرف شبكة متكاملة من الفروع التي تنتشر جغرافيا بشكل يتلاءم ورغبات العملاء، فالعلاقة بين المصرف وعملائه شخصية في طبيعتها مما يسقط دور الوسطاء في توزيع الخدمة المصرفية والحقيقية إن ما يجعل هذا ضروريا هو أن الملائمة المكانية تعتبر معيارا أساسيا في اختبار العميل للمصرف.

« **اتساع نطاق المنتجات والخدمات المصرفية:** يتعين على المصرف تقديم مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات المصرفية التي تلبي الاحتياجات المتنوعة من الرغبات والاحتياجات التمويلية والائتمانية والخدمات المصرفية الأخرى، من جانب العملاء باختلاف أنواعهم واختلاف مناطق تواجدهم. فالمصرف يواجه طلبات واحتياجات مختلفة على مستوى مختلف قطاعات العملاء وعليه فإنه يحتاج إلى أكثر من مزيج تسويقي لمقابلة هذه الاحتياجات، وبالإضافة إلى ذلك فإنه يقدم خدمات تقليدية

مثل استلام النقود وإيداعها... إلخ.

« التوازن بين النمو والمخاطر: إن أي عمل مصرفي موضوعي يتضمن بالضرورة إيجاد توازنين توسع النشاط ودرجة المخاطر التي يتحملها المصرف باعتبار أن المصرف مؤسسة تمارس نشاطها في ظل سيادة الثقة المتبادلة بين العميل وبين المصرف، وبالتالي يكون من أولى مسؤولياته إجراء نوع من التوازن بين التوسع في نشاطه وبين أعباء هذا التوسع الذي ينوي التعامل معه.

المبحث الثاني: تطوير الخدمات المصرفية(1)

عملية تطوير الخدمات البنكية هي عملية ضرورية وحيوية في ظل تزايد المنافسة التي تدفع المصرف إلى تطوير خدماته البنكية لتصل إلى إشباع حاجات الزبائن الجديدة وجذب مزيد من الزبائن الجدد والحفاظ على الزبائن الحاليين وضمان عدم تحولهم إلى مصارف أخرى.

وان اعتماد المصارف على خدماتها المصرفية الحالية فقط دون السعي إلى تطويرها وتحديثها قد يجعل من ميزتها التنافسية تختفي ذلك أنها إن لم تقم هي بتجديد وتطوير خدماتها وجدت نفسها خارج السوق ليحل محلها غيرها ممن هم قادرين على ذلك وسيتم من خلال هذا المبحث التطرق على تعريف تطوير الخدمة المصرفية وأهميتها ودورة حياتها، استراتيجياتها، والعوامل المؤثرة فيها.

المطلب الأول: تعريف تطوير الخدمة المصرفية وأهميتها ودورة حياتها

1. تعريف تطوير الخدمة المصرفية:

يعرف تطوير الخدمة المصرفية على أنه: "إضافة مزايا جديدة لتلك الخدمات بحيث تؤدي هذه المزايا إلى زيادة الطلب على هذه الخدمات".

إن هذا التعريف يحصر مفهوم التطوير أو الابتكار في إضافة منافع جديدة للخدمة الحالية، وهذا يعني أن التطوير يساوي التعديل أو التحسين، وهذا الأمر غير صحيح لأن الابتكار أوسع من ذلك بكثير.

"أو هو عبارة عن تطوير وإيصال الخدمات وفوائدها للعملاء بصورة جديدة ومتفوقة، بحيث تقدم أفضل الحلول الممكنة لتلبية الاحتياجات الحالية".

بناء على ما سبق يمكن تعريف ابتكار (تطوير) خدمة مصرفية على أنه عملية تقديم خدمات مصرفية جديدة سواء كان ذلك بإجراء تحسينات أو تعديلات على خصائص ومنافع الخدمة الحالية، أو إضافة خصائص وفوائد جديدة لها، أو إضافة خدمة مصرفية جديدة كلياً.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن الخدمة قد تكون جديدة بالنسبة للبنك وليست كذلك بالنسبة للسوق، أو العكس إلا أنه وفي جميع الحالات لا بد وان يحس العميل أنها خدمة جديدة تحقق له إشباعاً لمتطلباته المتغيرة.

(1) عيشوش عبدو، تسويق خدمات مصرفية في بنوك إسلامية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية علوم اقتصادية وعلوم تسيير، باتنة سنة 2009، ص 144.

2. أهمية تطوير الخدمة المصرفية: (1)

إن تطوير أي خدمة يجب أن يكون من وجهة نظر العميل وليس من وجهة نظر المصرف. وبناء على هذا القول، فإن أهمية تطوير خدمة مصرفية جديدة تبرز من خلال الآتي:

- ❖ المساعدة على التكيف مع التطورات والتغيرات التي تحدث في حاجات ورغبات العملاء، مما يساهم في الحفاظ عليهم وجذب المزيد منهم.
- ❖ المساهمة في زيادة حجم التعامل والمبيعات في السوق الحالية وذلك من خلال:
 - زيادة البيع المتقاطع: وهو امتلاك شبكة من الفروع ورصيداً من العملاء الذين يزورون هذه الفروع بانتظام.
 - جذب حسابات جوهرية من المنافسين: ويعني السعي إلى تطوير خدمات مصرفية تستهدف إقناع العملاء لدى المصارف المنافسة بتحويل حساباتهم إلى مصارف أخرى.
 - تطوير منتجات مصرفية وعرضها للبيع لعملاء المصارف المنافسة بشكل مستقل عن جوهر الحساب إذ أن "بيع جوانب معينة من خدمة مصرفية لعملاء المصارف المنافسة وبشكل مستقل عن جوهر الحساب تعد أسهل بالمقارنة مع عملية إقناع أو ترغيب عملاء المصارف المنافسة بتحويل حساباتهم.
 - تخفيض تكلفة تقديم خدمات مصرفية مشابهة تقدمها مصارف منافسة أخرى.

3. دورة حياة الخدمة المصرفية:

تستمد دورة حياة الخدمة المصرفية مفاهيمها من تفسير سلوك تطور المبيعات والأرباح، فدورة حياة المنتج المصرفي مثل باقي المنتجات من السلع والخدمات المختلفة حيث أن دورة حياة الخدمة المصرفية تمر بمراحل مختلفة يفسرها تطور المبيعات/الأرباح عبر الزمن.

1.3. مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية: (2)

❖ مرحلة التقديم:

بعد الانتهاء من مرحلة الدراسات، واتخاذ كل ما يلزم من أجل طرح الخدمة في السوق تبدأ هذه المرحلة مع البدا بإنتاج الخدمة. وفي هذه المرحلة يكون الطلب على الخدمة المصرفية في حدوده الدنيا لعدم معرفة العملاء بها، وبالتالي تكون المبيعات منخفضة ويحقق المصرف خسائر من بيعها لأن التكاليف أكبر من الإيرادات حيث تتمثل التكاليف في نفقات البحث وفي مستلزمات الإنتاج وفي نفقات الترويج والتوزيع وفي هذه المرحلة يجب أن تتركز جهود المصرف التسويقية في العمل على جعل العملاء المستهدفين يدركون وجود الخدمة والمنافع المتوقعة منها وبمعنى آخر فإن النشاط الرئيسي يتركز هنا على إستراتيجية الترويج.

(1) فضل محمد إبراهيم المحمودي، التسويق المصرفي، الطبعة الأولى، دار مركز جامعة العلوم والتكنولوجيا، صنعاء، سنة 2014، ص 147-148.

(2) بتول عبد علي غالي، دور تطوير خدمات مصرفية وخصائصها التسويقية في المصارف التجارية، مجلة المثني للعلوم الإدارية واقتصادية، جامعة القادسية، المجلد (7) العدد (4) سنة 2017، ص 88-89.

❖ مرحلة النمو:

بعد أن يتعرف العملاء إلى الخدمة ويدركون مزاياها يبدأ الطلب بالتوسع وتزداد المبيعات وتنتج الأرباح نحو الارتفاع مع استقرار التكاليف وفي هذه المرحلة يمكن للمصرف تحسين مستوى قبول الخدمة في السوق من خلال:

- التطوير والتحسين في ملامح وجودة الخدمة.
- بيع الخدمة إلى قطاعات عريضة في السوق.
- التركيز من خلال الإعلان على إقناع العملاء بالشراء.
- تخفيض سعر الخدمة كلما كان ذلك ممكناً لجذب أكبر عدد ممكن من العملاء.

❖ مرحلة النضوج:

حيث تصل المبيعات هنا إلى الذروة وتشجع الأرباح التي يحققها المصرف المنافسين على الدخول في السوق وتقديم خدمة مماثلة أو تقليد المصرف في الخدمة التي يقدمها، وتتصف هذه المرحلة بتباطؤ معدل نمو المبيعات وارتفاع تكاليف الترويج وبالتالي تراجع الأرباح مع اشتداد المنافسة.

وهذا يجب على إدارة المصرف العمل على إطالة عمر هذه المرحلة إلى أطول مدة ممكنة ويمكن إتباع الإجراءات التالية:

- تخفيض الأسعار والعمولات لضمان استمرار العملاء الحاليين، وكذلك من أجل جذب عملاء إضافيين.
- العمل على ربط بيع الخدمة مع خدمات أخرى تحقق رواجاً ملموساً.

❖ مرحلة الانحدار:

وتتصف هذه المرحلة بتراجع مستويات الأرباح بسبب تراجع المبيعات وفي ظل ثبات التكاليف الثابتة. وهنا يجب البحث في أسباب هذا التراجع في المبيعات هل لأن الخدمة لم تعد تلبي حاجات ورغبات العملاء وتحوز على رضاهم أم أن هناك خدمات جديدة يتم تقديمها لدى المنافسين ذات مزايا ومنافع أفضل أم هناك خللاً في سياسات التوزيع بمعنى أنه من الضروري البحث في أسباب التراجع.

المطلب الثاني: إستراتيجيات تطوير الخدمات المصرفية⁽¹⁾

يعتمد البنك على العديد من الإستراتيجيات في تطوير خدماته المصرفية وهي كما يلي:

يلي:

1. إستراتيجية تنمية وتطوير السوق:

وترتكز هذه الإستراتيجية على قيام البنك بتطوير برنامج لخدماته يمكن من خلاله إشباع حاجاته ورغبات قطاعات جديدة من الزبائن من خلال:

(1) عليوش عبد المالك، أهمية الاتصال التسويقي في تحسين الخدمة المصرفية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في المسار العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بسكرة، سنة 2015، ص 11-10.

- قيام البنك بتوسع وتدعيم شبكة توزيعية لخدماته لتصل إلى مناطق جغرافية جديدة لم يسبق التعامل فيها.
- قيام البنك بزيادة جاذبية خدماته لفئات جديدة من الزبائن من خلال تطوير مواصفات جديدة في الخدمة المقدمة وتكثيف حملات ترويجية بهدف تعريف الزبائن الجدد في السوق بتلك المواصفات.
- البحث عن فئات جديدة من الزبائن فضلا عن الزبائن الحاليين.

2. إستراتيجية اختراق السوق:

وترتكز هذه الإستراتيجية على قيام البنك بزيادة حجم تعامله من خدماته الحالية في السوق الحالي وهذه الإستراتيجية تتطلب من البنك زيادة مختلف جهوده التسويقية بهدف:

- تشجيع الزبائن الحاليين للبنك عن زيادة معدلات استخدامهم للخدمات المصرفية الحالية.
- محاولة جذب واستقطاب زبائن البنوك المنافسة لشراء خدمات البنك.
- محاولة جذب فئات جديدة من الزبائن المرتقبين يتصفون بنفس صفات الزبائن الحالية للبنك.

3. إستراتيجية تطوير الخدمات الجديدة وتحسين الخدمات الحالية:

وترتكز هذه الإستراتيجية على قيام البنك بتطوير خدمات مصرفية جديدة أو تعديل الخدمات الحالية لتلائم حاجات الزبائن كما أنه يقوم باكتشاف استخدامات جديدة للخدمة المصرفية الحالية.

4. إستراتيجية التنوع:

وترتكز هذه الإستراتيجية على قيام البنك بتطوير خدمات مصرفية جديدة في أسواق جديدة وعادة ما تكون هذه الخدمات الخارجية على نطاق الخدمات المألوفة وكما أنها تتطرق إلى توسيع خطوط الخدمة الجديدة.

5. إستراتيجية التمييز:

إن التحرك باتجاه إستراتيجية التمييز يتطلب بالضرورة تطوير مصرفية واضحة المعالم وتكون موجهة إلى قطاعات سوقية مختارة ولأغراض ترويجية فإن جوهر منتج كهذا سيتألف من مجموعة من الخدمات التي تم اختيارها ذات علاقة وطيدة بالقطاع المستهدف فإن توافق إستراتيجية تمييز المنتج المصرفي عملية تقليص نطاق الخدمات المقدمة، إذا ما كان التركيز على قطاعات سوقية محدودة جدا، فإن الاستغناء عن الخدمات غير الضرورية أو عديمة الصلة يساعد على تقليص التكاليف ويمكن للخدمة تقليص من التنافس سعريا في السوق.

وكبديل يستطيع البنك أن يوجه طاقاته وإمكانياته إلى قطاعات سوقية متعددة في نفس الوقت وفي هذه الحالة فإن تمييز المنتج لا يتطلب بالضرورة تقليص نظام الخدمة

المقدمة إلا أن توجيه الطاقات والإمكانيات صوب قطاعات سوقية مختلفة في آن واحد لا يخلو من المشاكل والصعوبات.

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في تطوير الخدمات المصرفية⁽¹⁾

هناك العديد من العوامل التي تحدد درجة انتشار ونجاح الخدمة المصرفية الجديدة أو المنتج الجديد، ومن أهم هذه العوامل ما يلي:

1. خصائص الخدمة الجديدة:

ويقصد بذلك المزايا والمنافع التي تتمتع بها الخدمة المصرفية الجديدة ومدى اتفاقها مع حاجات ورغبات الزبائن وثقافتهم وخبراتهم. وفيما يتعلق بمزايا الخدمة للمستثمرين أو الزبائن، أفادت النتائج التي توصلت إليها إحدى الدراسات بان استخدام التكنولوجيا الحديثة للانترنت في الاتصال بزبائن القروض الشخصية لشراء مساكن قد حقق مزايا للمقترضين وخفض متوسط التكاليف للقرض.

2. خصائص المصرف أو المؤسسة المالية:

تتوافر للمؤسسة المالية المعروفة في السوق ذات السمعة الطيبة فرصة أكبر من المؤسسات أو المصارف الصغيرة غير المعروفة، من حيث سهولة انتشار منتجها الجديد، وبخاصة عندما تتمتع بالمزايا السابقة. بالإضافة إلى ذلك فإن التنظيم الجيد لعملية اختبار الأفكار الجديدة والتوصل إلى المنتجات الجديدة والتخطيط الجيد لذلك لهما أكبر الأثر على توافر الخصائص الجيدة في المنتج الجديد وبالتالي سرعة انتشاره. هناك أيضا قدرة المصرف على تحديد فئات الزبائن للمنتج الجديد وقدرته على تخطيط الحملات الترويجية الفعالة باستخدام أساليب الاتصالات المؤثرة. وتساعد القدرة العالية للمصرف في هذه النواحي على سرعة رواج وانتشار المنتج الجديد.

3. التأثير الشخصي:

يلعب الأفراد دورا هاما في تحديد درجة انتشار الخدمة الجديدة، فالأفراد دورا هاما في التأثير على اتجاهات بعضهم البعض، وفيما يتعلق بالخدمة الجديدة فإن فئة الزبائن والمستعملين الأوائل للمنتج الجديد، يلعبون دورا هاما في التأثير على الفئات الأخرى عن طريق الاتصالات الشخصية والكلمة المنطوقة أو المنقولة من شخص لآخر، فالمعلومات التي ينقلها الشخص إلى الآخر لها دور كبير في التأثير على اتجاهاته نحو المنتج الجديد.

4. تصرفات المنافسين:

للمنافسين دور هام أيضا على درجة انتشار المنتج الجديد، فعندما تشتد المنافسة وتكثر المنتجات الجديدة المتشابهة، تقل فرص انتشار المنتج الجديد بسرعة. على العكس عندما لا تكون للمنافسين سياسات قوية فيما يتعلق بتطوير منتجات جديدة ويكون

⁽¹⁾ بن أحمد لخضر، متطلبات تطوير وتحسين الخدمات المصرفية في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم تسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم تسيير، الجزائر العاصمة، سنة 2012، ص 92-93.

المصرف هو الرائد في السوق في هذا المجال، ففي هذه الحالة يسهل انتشار المنتج الجديد للمصرف عن الحالة الأولى.

5. المتغيرات الأخرى:

هناك عوامل أخرى تلعب دورا هاما وأن اختلفت درجة الأهمية من منتج لآخر، مثل الحالة الاقتصادية والنواحي الاجتماعية والثقافية. وبالرغم من أن هذه العوامل تؤخذ عادة في الحسبان في مراحل تطوير الخدمة الجديدة إلا أن لها اثر أيضا في عملية الانتشار.

وبالنسبة لتأثير العوامل التكنولوجية، فإن التطور التكنولوجي في أسواق معينة يساعد بعض المصارف على بيع القروض الشخصية للزبائن عن طريق التجارة الإلكترونية بدلا من الاتصالات الشخصية.

المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات وأثرها على تطوير الخدمة المصرفية

لقد أتاحت الصيرفة للمصارف خدمات متطورة استطاعت من خلالها تخفيض التكلفة وزيادة حجم السوق المستهدف من خلال الخدمة المصرفية عن بعد بمختلف أنواعها، كما أثر ذلك على عملاء من خلال تخفيض تكلفة الخدمة المصرفية والسرعة والفعالية، وبدون الانتقال إلى المصرف، كما أثر ذلك على جميع القطاعات خاصة القطاع التجاري من خلال زيادة رقم أعماله وارتفاع عدد متعاملينا.

وتطورت الصيرفة الإلكترونية إلى أن أصبح هناك مصارف تعمل عن بعد أو ما يسمى بالمصارف الإلكترونية، هذا الكيان المصرفي الجديد الذي فتح فرص جديدة للمتعاملين. وعليه سنحاول في هذا المبحث التعرف بشيء من التفصيل إلى الجوانب المتعلقة بالصيرفة الإلكترونية. وفي هذا المبحث يتم التطرق إلى اتجاهات حديثة للبنوك، أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية، ووسائل الدفع الإلكترونية.

المطلب الأول: اتجاهات حديثة للبنوك

شهدت الساحة المصرفية خلال العشرية الأخيرة توسعا كبيرا في التكنولوجيا البنكية، من أبرز مظاهرها انتشار المصارف (البنوك) الإلكترونية التي تعد اتجاها حديثا ومختلفا عن البنوك التقليدية لما تحققه من مزايا عديدة.

1. البنوك الإلكترونية:

تمت بالانتقال من مصارف تقليدية إلى مصارف افتراضية.

1.1. تعريف البنوك الإلكترونية:

يقصد بالمصارف أو البنوك الإلكترونية تلك البنوك التي تقدم خدماتها إلكترونيا عن بعد عن طريق شبكة معلومات البنك الداخلية حيث يوجد اتفاق عام على أن البنوك الإلكترونية تحقق العديد من المزايا لكل من البنوك والعملاء.⁽¹⁾

(1) زايدي بشرى، الخدمات المصرفية الإلكترونية، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، أم البواقي، سنة 2016، ص 09.

والبنوك الإلكترونية كمصطلحيتضمن كلمتين هما: البنوك وهي عبارة عن تلك المؤسسات التي تؤدي وظائف متعددة من بينها الوساطة المالية كما أشرنا سالفاً إلى جانب تقديم القروض والقيام بتوظيف الأموال واستثمارها في الأسواق المالية إلى جانب خدمات غير ائتمانية متنوعة وذلك لصالح زبائنها. أما الكلمة الثانية: الإلكترونية، فهي الصفة التي ألحقت بالبنوك مثلها مثل الحكومة الإلكترونية وغيرها، والتي تعني قيام البنوك بتقديم خدماتها وإجراء مختلف العمليات واعتماد أدوات دفع من خلال تبني أساليب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة.(1)

وتعرف أيضا "يستخدم اصطلاح البنوك الإلكترونية أو بنوك الانترنت كتعبير متطور وشامل التي ظهرت مع مطلع التسعينات كمفهوم لخدمات مالية عن بعد أو البنوك الإلكترونية عن بعد أو البنك المنزلي أو البنك على الخط أو الخدمات المالية الذاتية وجميعها تعبيرات تتصل بقيام الزبائن بإدارة حساباتهم وإنجاز أعمالها المتصلة بالبنك عن طريق المنزل والمكتب وأي مكان آخر وفي الوقت الذي يريد الزبون.

وتعرف كذلك أنها "ما هي وسيلة إلكترونية لنقل المنتجات والخدمات البنكية التقليدية والحديثة مباشرة إلى العملاء عبر الانترنت وهي بذلك تمكنهم من الوصول لحساباتهم وإجراء العمليات والحصول على المعلومات دون الحاجة إلى تنقل بين فروع البنوك".(2)

2.1. خصائص البنوك الإلكترونية:(3)

بالاستناد إلى التعريفات السابقة نجد أن البنوك الإلكترونية يمكنها أن تقدم كافة الخدمات البنكية التي تقدمها البنوك التقليدية وكذلك تستطيع القيام بمختلف العمليات البنكية التي تقوم بها البنوك التقليدية، وهو الأمر الذي حينما يؤخذ به يتأكد بأنه يشكل وجه الشبه بين البنوك الإلكترونية والبنوك التقليدية، ومع هذا فإن الوسائط التي تستخدمها البنوك الإلكترونية وقنوات توزيعها تجعل هذه الأخيرة تتميز عن البنوك التقليدية بعدة خصائص هي كالتالي:

- الحصول على عوائد أكبر مقارنة بالبنوك التقليدية لأنها تقدم خدمات الحسابات التجارية بأسعار أكثر ارتفاعاً عن أسعار الخدمات التقليدية.
- تخفيض الكلف وبالتالي أسعار الفائدة على القروض.
- تخفيض تكاليف أداء عملياتها المختلفة لأنها تستغني عن الأماكن والموظفين.
- ارتفاع العوائد على شهادات الإيداع.
- الحصول على الخدمة بأسرع وقت.
- تقديم بعض الخدمات بدون دفع رسوم مثل رسوم خدمة دفع الفواتير.
- التوفير في الجهد وسرعة الحصول على الخدمات وتخفيض كلفة الانتقال والانتظار.

(1) فضيل فارس، التقنيات البنكية، الطبعة الأولى، دار الموساك رشيد، الجزائر العاصمة، سنة 2013، ص 249.
(2) محمود محمد أبو فورة، عبد العزيز حضري، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الانترنت، طبعة الثانية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، سنة 2012، ص 25.
(3) دريد كامل شبيب، إدارة بنوك معاصرة، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان -الأردن، سنة 2012، ص 69.

3.1. أنماط البنوك الالكترونية(1)

ليس كل موقع للبنك على شبكة الانترنت يعني بنكا الكترونيا، وسيظل معيار تحديد البنك الالكتروني مثار تساؤل في بيئتنا العربية إلى أن يتم تشريعا تحديد معيار منضبط في هذا الحقل.

ووفقا للدراسات العالمية وتحديدا دراسات جهات الإشراف والرقابة الأمريكية والأوروبية، فإن هناك ثلاثة صور أساسية للبنوك الالكترونية على الأنترنت:

◀ **الموقع المعلوماتي:** وهو المستوى الأساسي للبنوك الإلكترونية أو ما يمكن تسميته بصورة الحد الأدنى من النشاط الالكتروني المصرفي، من خلاله فإن البنك يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.

◀ **الموقع التفاعلي والاتصالي:** بحيث يسمح الموقع بنوع ما من التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه كالبريد الالكتروني وتعبئة طلبات أو نماذج على الخط أو تعديل معلومات القيود والحسابات.

◀ **الموقع التبادلي:** وهذا هو المستوى الذي يمكن القول أن البنك فيه يمارس خدماته وأنشطته في بيئة الكترونية، حيث تشمل هذه الصورة السماح للزبون بالوصول إلى حساباته وإداراتها وإجراء الدفعات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية وإجراء الحوالات بين حساباته داخل البنك أو مع جهات خارجية.

وكما سنرى تاليا لدى استعراض واقع العمل المصرفي الالكتروني، فإن غالبية البنوك في العالم قد أنشأت بشكل أو بآخر مواقع معلوماتية تعد من قبيل المواد الدعائية، واتجهت معظم المواقع إلى استخدام بعض وسائل الاتصال التفاعلي مع الزبون، على عكس المواقع التبادلية، التي لا تزال اتجاهات البنوك نحوها تخضع لاعتبارات عديدة، فهذه المواقع تعني قدرة الزبون على التعامل مع الخدمة المصرفية عن بعد ومن خلال الانترنت، وإن البنوك الالكترونية إنما هي البنوك التي تقع في نطاق النمط الثالث من الأنماط المتقدمة.

2. بنوك الأنترنت:

هي مفهوم جديد للبنوك الأنترنت.

1.2. تعريف بنوك الأنترنت:

كان السؤال المحير للبنوك هو كيف يستطيع أن يتواصل مع عملائه في أي مكان في العالم، وبدا البحث عن آلية تمكنهم من ذلك، فوجدوا أن شبكة الترابط في جميع أنحاء العالم هي الانترنت والذي جعل العالم قرية صغيرة وفكروا في كيفية استخدام الانترنت في الخدمات البنكية فخرجوا بفكرة الانترنت البنكي.

(1) خياطة عبد الله، الاقتصاد المصرفي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، سنة 2008، ص 107-108.

تعد بنوك الانترنت الأعم والأشمل والأيسر والأكثر أهمية في مجال قنوات التوزيع الخدمة المصرفية الكترونيا وذلك بفضل اتساع شبكة الانترنت، وفي ظل وجود شبكة الانترنت وشيوعها وازدياد مستخدميها واستغلال هذه الشبكة في ميدان النشاط التجاري الالكتروني، لم تكف البنوك بدور المتفرج بل شهدت ثورة في المعاملات المصرفية أمدت هذا القطاع بأحدث الآليات جعلته أكثر مرونة وسرعة في تقديم خدماته.(1)

المطلب الثاني: الخدمات المصرفية الالكترونية وأصنافها

1. تعريف الخدمات المصرفية الالكترونية:(2)

دعت التطورات الاقتصادية العالمية البنوك على إعادة التفكير في وضع استراتيجيات جديدة وتطوير نماذج أعمال تسمح لها بالمنافسة والاستمرار ضمن عالم تقني يتطور تطورا كبيرا حيث تواجه جميع البنوك في العالم نفس التحديات. مما أدى إلى الاستعانة بحلول مصرفية ذكية تجعل الأنظمة الآلية في البنوك تتطور لتتكيف مع معطيات الثورة التكنولوجية.

لقد قامت العديد من البنوك بجهود كبيرة في مجال تطوير بنيتها التقنية وتحديث أنظمتها الالكترونية وابتكار المزيد من الخدمات النوعية التي تفي باحتياجات عملائها الحالية والمتوقعة. لذا فإن الخدمات المصرفية الالكترونية هي تقديم الخدمات المصرفية مباشرة للعملاء من خلال التفاعل الآلي مع القنوات الالكترونية المختلفة التي يوفرها البنك لجميع المستخدمين على مدار الساعة.

2. أصناف الخدمات المصرفية الالكترونية:

إن نوعية المخرجات التي يقدمها المصرف هي عبارة عن خدمات، وتشكيلية هذه الأخيرة تتضمن عدة أوجه لتقديمها منها:

« **الخدمة المصرفية:** ويتحمل عليها فقط عن طريق عمل خدمني يؤديه موظفو المصرف، ومن قبيل ذلك خدمات الاستشارة والهندسية والمالية...»

« **الخدمة المختلطة:** وهي تلك الخدمات التي تجمع بين أداء عمل خدمني ومنتج للتجهيز في نفس الوقت، ومع التطور الحاصل في مجال الإعلام الآلي في المصارف، فهي الخدمات تطورت بشكل كبير على حساب الخدمات المصرفية، كما أن خدمات الاستشارة أصبحت تعتمد بشكل كبير على وسائل أخرى، كأنظمة الخبرة وأنظمة الإعلام الآلي المساعدة على اتخاذ القرارات وفي وقتنا الحالي فإن معظم الخدمات المصرفية تحمل قدر كبير من التكنولوجيا.

« **الخدمات الرأسمالية:** هذا الرأسمال يكون في شكل قروض وودائع وتتبع هذه الخدمات من وظيفة الوساطة المالية للمصرف وتعتبر من المميزات التي تنسم بها النشاطات التجارية والمالية في المصرف بما أن منحها ينعكس على حالة الذمة المالية

(1) زايدي بشري، مرجع سابق، ص 31.

(2) بوترارة صليحة، مرجع سابق، ص 42.

للمؤسسة المصرفية. (1)

المطلب الثالث: أنواع الخدمات المصرفية الالكترونية

إن إبراز شيء تقدمه البنوك الالكترونية لمختلف الأعوان الاقتصاديين هو إتاحة وسائل الدفع الالكترونية من خلال نظام الدفع الالكتروني:

1. وسائل الدفع الالكترونية:

1.1. بطاقة الائتمان:

هي بطاقة كلاسيكية صغيرة الحجم شخصية، تصدرها المصارف أو منشآت التمويل الدولية تمنح للأشخاص لهم حسابات مصرفية وهي من أشهر الخدمات المصرفية الحديثة، وبموجب هذه البطاقة يستطيع المتعامل الحاملين لهذه البطاقة ائتماننا مجاناً متفق عليها مع المصرف على منح هؤلاء المتعاملين الحاملين لهذه البطاقة ائتماننا مجاناً يقومون سداده بعد مدة ويطلق لفظ بطاقة الائتمان والتي تعبر عن لفظ ائتمان واعتماداً، وهذه البطاقة فضلاً عن كونها أداة للوفاء أو الدفع مثل بطاقة ضمان، الشيك، فإنها تمنح حاملها ائتمان مصرفياً قصيراً الأجل، ولهذا عليها يطلق مصطلح بطاقات الائتمان.

ومما سبق يمكن القول بأن بطاقة الائتمان أداة دفع أو وفاء للالتزامات المالية وهي تقدم للبائع من قبل حاملها على أن يكون مصدر البطاقة مسؤولاً عن الدفع للبائع، ويكون حامل البطاقة مسؤولاً على الدفع لمصدر البطاقة ولهذا فهي أداة دفع سواء كان هذا الدفع نقداً ورقياً أو قيوداً محاسبية أو دفع ائتمانياً أي قرض على الذمة أو الحساب.

وعلى الرغم من شيوع وصف بطاقة الائتمان بالنقود البلاستيكية، إلا أن هناك تحفظ على هذا الوصف باعتبار أن البطاقة الائتمانية لا تمثل في حد ذاتها، وإنما هي مجرد أداة لتداولها، شأنها في ذلك شأن الشيكات التي تستخدم في السحب من حسابات العملاء لدى المصارف والتي يطلق عليها نقود الودائع. (2) **2.1 النقود الالكترونية:**

تعرف النقود الالكترونية بمجموعة من البروتوكولات والتواقيع الرقمية التي تتيح للرسالة الالكترونية ان تحل فعلياً محل تبادل العملات التقليدية التي اعتدنا تداولها.

وهي نقود رقمية أو الكترونية تكافئ النقود الورقية والمعدنية، وتدعم الدفعات الالكترونية التي لا تتم عن طريق بطاقات الدفع وخصوصاً التي تكون بمبالغ صغيرة.

عرفها أيضاً البنك المركزي الأوروبي بأنها: "مخزون الكتروني لقيمة نقدية على وسيلة تقنية يستخدم بصورة شائعة للقيام بمدفوعات لمتعهدين غير من أصدرها، دون الحاجة إلى وجود حساب بنكي عند إجراء الصفقة وتستخدم كأداة محمولة مدفوعة مقدماً". (3)

(1) رزيقة اهرار، واقع الخدمات المصرفية الالكترونية في الجزائر، مذكرة مقدمة لاستكمال شهادة ماستر أكاديمي في علوم تجارية، كلية علوم اقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، خميس مليانة سنة 2017/2018، ص 09.

(2) رشيد بوعافية، آلية الدفع الالكتروني باستعمال بطاقة الائتمان عبر شبكة الانترنت، مجلة الاقتصاد الحديث، خميس مليانة، العدد 07، سنة 2012، ص 27.

(3) بن مسعي إيمان، واقع تطبيق وسائل الدفع الالكترونية في بنوك تجارية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم تسيير، بسكرة، سنة 2016/2017، ص 32.

3.1. أجهزة الصراف الآلي:

وهو كناية "ماكينة" مبرمجة تحتفظ فيها النقود بطريقة معينة، وتستطيع التعرف على البطاقة الخاصة بها، والسماح بإدخال مبلغ نقدي مغطى في رصيد حساب صاحب البطاقة. كما تتميز هذه الماكينة بسعة محددة من العملات، بحيث نعتبر خدمة للحالات الطارئة فضلا عن حفاظها على وقت الزبائن، بحيث يتم تقدير حجم المبالغ التي تسحب يوميا بدراسة متوسطة حالات السحب، قياسها على سعة الآلة، كما يمكن برمجة الماكينة بصورة تتيح صرف مبالغ محددة ومنع تكرار الصرف من الرقم عينه في اليوم الواحد.⁽¹⁾

4.1. الانترنت المصرفي:

اتجهت البنوك إلى التوسع في إنشاء مقرات لها على الانترنت بدلا من إنشاء مقرات ومباني جديدة حتى يستطيع العميل أن يصل إلى الفرع الإلكتروني بطريقة أسهل ويقدم عدة خدمات من بينها:

- تقديم طريقة دفع العملاء للكمبيالات المسحوبة عليهم إلكترونيا.
- كيفية إدارة المحافظ المالية للعملاء.
- طريقة تحويل الأموال بين حسابات العملاء المختلفة.⁽²⁾

(1) سماح شعيبور، وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، كلية علوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تبسة، سنة 2015/2016، ص 32.

(2) عرابة رابح، دور تكنولوجيا خدمات مصرفية إلكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 08، سنة 2012، ص 17.

خلاصة الفصل:

في هذا الفصل تم دراسة اثر تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمة المصرفية التي تعتبر جوهر العمل المصرفي وذلك بتقديم منافع ورغبات يسعى العميل لتحقيقها من خلال استخدام هذه الخدمات وبتعدد الطلبات قد تعددت وتنوعت الخدمات المصرفية وذلك ما يساعد في خلق نوعا جديدا لمسايرة التقدم التكنولوجي، وما يساعد المصرف على مواصلة واستمرار العمل المصرفي هو تقديم خدمات واتخاذ قرارات تخص تطوير هذه الخدمات، من جراء تحليل وتقييم دورة حياتها في الظروف الحالية والمستقبلية، وذلك من اجل ضمان النمو والاستمرارية للمصرف.

فالتطور في تكنولوجيا المعلومات وانتشار استخدام الانترنت اثر بشكل فعال على نمط عمل المصارف نحو عمل مصرفي الكتروني مقلص للأعباء التقليدية وملبي للطلبات في أي وقت وفي أي مكان، فادت تكنولوجيا المعلومات إلى زيادة فعالية أداء الخدمات المصرفية المتطورة الكترونيا ضمن وجود عوامل مساعدة على تطبيقها وتحدي الصعوبات فيها، ولا يمكن تقديم خدمات مصرفية متطورة دون وسائل دفع الحديثة لذلك فزيادة التعاملات الالكترونية زادت من ضرورة توفير هذه الوسائل بما يخدم ترقية وتطوير الخدمات المصرفية ومن اجل إبراز واقع دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمات المصرفية سيتم إسقاطه على الواقع العملي من خلال دراسة الحالة البنك الفلاحة والتنمية الريفية.

الفصل الثالث

دراسة حالة بنك الفلاحة
والتنمية الريفية
- وكالة قصر الشلالة -

تمهيد الفصل:

يسعى بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى تطوير خدماته المصرفية والارتقاء بعنصر التطوير في الخدمات المقدمة وذلك تماشياً وتألقاً مع التطورات التكنولوجية الحاصلة في البيئة المصرفية ولتحقيق ذلك فقد انتهجت عدة وسائل وطرق من أجل تحقيق الزيادة والتميز في السوق المصرفية بل أكثر من ذلك حفاظها أو اكتسابها لعملاء جدد كل هذا عن طريق تبنيها لتكنولوجيا المعلومات. وعليه سنتناول من خلال هذا الفصل الدراسة الميدانية لهذا الموضوع والتمثلة في مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمة المصرفية المقدمة من قبل بنك الفلاحة والتنمية الريفية بقصر الشلالة ومن أجل ذلك ارتأينا تقسيم الفصل إلى ثلاث مباحث.

المبحث الأول: لمحة عامة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة {عرض، تحليل، نتائج الاستبيان}

المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات ودورها في تطوير الخدمة المصرفية

المبحث الأول: لمحة عامة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية

يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك التجارية التي تلعب دوراً فعالاً في نجاح التنمية الاقتصادية، فهو يحتل مكانة هامة ضمن الجهاز البنكي في الجزائر، ولهذا تم اختيار وكالة قصر الشلالة للقيام بهذه الدراسة،

المطلب الأول: بطاقة فنية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR

سوف يتم التطرق في هذا المطلب إلى نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية ومراحل تطوره وأيضاً المبادئ التي يتبناها.

1. نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

أنشئ بنك الفلاحة والتنمية الريفية بموجب المرسوم رقم 105/88 بتاريخ 13 مارس 1982، وهو مؤسسة مالية وطنية تنتمي إلى القطاع العمومي، ومع بداية التسوية الاقتصادية سنة 1988، عدل وأكمل بموجب المرسوم 01/88 الذي حدد نهائياً النظام الأساسي للبنك بتاريخ 1988/01/12 ووضع طرق العمل وإجراءات التحويل، فتحول بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى شركة ذات أسهم وهذا التحويل سجل بعقد أصلي بتاريخ 1988/02/19 لدى مكتب التوثيق للسيد "مندان" موثق بالجزائر العاصمة.

جاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية لمهمة تطوير القطاع الفلاحي وترقية العالم الريفي، في بداية المشوار تكوّن البنك من 140 وكالة متنازل عنها من طرف البنك الوطني الجزائري BNA.

أصبح اليوم يتكون من 35 مديرية و400 وكالة موزعة على المستوى الوطني ويشغل بنك الفلاحة والتنمية الريفية حوالي 7000 عامل ما بين إطار وموظف نظراً لكثافة شبكته وأهمية تشكيلته البشرية.⁽¹⁾

(1) معلومة مقدمة من الوكالة.

صنف بنك الفلاحة والتنمية الريفية من طرف مجلس قاموس البنك (BANC Almanach) طبعة 2001 في المركز الأول في ترتيب البنوك التجارية ويحتل البنك كذلك المركز 668 في الترتيب العالمي ما بين 4100 بنك مصنف

2. مراحل تطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية

شهد بنك الفلاحة والتنمية الريفية أثناء تطوره في السوق البنكي الجزائري عدة مراحل نذكرها كالتالي:⁽¹⁾

❖ المرحلة الأولى 1982 – 1990:

سعى البنك في هذه المرحلة إلى فرض وجوده ضمن المجال الريفي بفتح العديد من الوكالات في المناطق الريفية وهذا طبقاً لمبدأ تخصص البنوك حيث كان بنك عمومي يختص بإحدى القطاعات الحيوية العامة ومع مرور الوقت اكتسب البنك سمعة طيبة وتجربة كبيرة في مجال تمويل القطاع الفلاحي والصناعات الغذائية إلى جانب الصناعة الميكانيكية.

❖ المرحلة الثانية 1991 – 1999:

بموجب صدور قانون النقد والقرض 90/10 من خلال نظام التخصص القطاعي المطبق من قبل وهذا في إطار الاقتصاد الموجه توسع نشاط بنك الفلاحة والتنمية الريفية ليشمل مختلف قطاعات الاقتصاد الوطني خاصة قطاع الصناعات الصغيرة والمتوسطة مع بقاءه الشريك الأول في تدعيم وتمويل القطاع الفلاحي.

❖ المرحلة الثالثة 1991 – 2006:

تميزت هذه المرحلة بموجب التدخل الفعلي والفعال للبنوك العمومية لبعث نشاط جديد فيما يتعلق بمجالات الاستثمار المربحة وجعل نشاطاتها ومستوى مردوديتها يساير قواعد اقتصاد السوق وفي الصدد رفع بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى حد كبير من القروض لفائدة المؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة إضافة إلى رفعه لمستوى مساعداته للقطاع الفلاحي وفروعه المختلفة.

أما عام 2008 عقدت اتفاقية بين وزارة التنمية الريفية (MADR) وبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) تقتضي بتوسيع البنك لعملياته التمويلية للنشاطات الإنتاجية كللت بإصدار منتج قرضي جديد الرفيق (RFIG) يتم بموجبه تدعيم الفوائد على قروض الاستغلال الموجهة للقطاع الفلاحي من قبل الوزارة بنسبة 100% إلى جانب هذا قام البنك بإعادة تفعيل منتج قرض البناء الريفي وهذا من خلال الاتفاقية المبرمة بين الصندوق الوطني للسكن من قبل من أجل المساعدة على التنمية الريفية وتثبيت الفلاحين في مناطقهم وخلال هذه الفترة تم عقد اتفاقية بين البنك والشركة الجزائرية للتأمين (SAA) التي بموجبها أصبح البنك يباشر من خلال شبكته الواسعة كل عمليات التأمين التي تقوم بها هذه الشركة.

أما عام 2009 تم البدء في استعمال البطاقات الممغنطة وهي بطاقة تسمح لمالكها بتسديد فواتيره بواسطتها من خلال خصم قيمة هذه الفواتير من رصيدها.

3. مبادئ بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

(1) معلومة مقدمة من الوكالة.

يعتمد البنك على مبادئ عديدة في عمله ومن بينها ما يلي:

« **مبدأ حسن المعاملة:** حيث يحرص البنك على توفير المعاملة الحسنة القائمة على الاحترام المتبادل بغرض إشعار المتعاملين بالاطمئنان وكذا تبسيط وتسهيل المعاملات كالإيداع، السحب، الإقراض، طلب معلومات وغيرها.

« **مبدأ الشفافية:** يعمل البنك جاهداً على توفير المعلومات الدقيقة والصحيحة والآتية للزبون حتى يكون على علم بالتغيرات ذات التأثير المباشر على جمال الخدمة المعنية.

« **مبدأ الضمان:** يضمن البنك للمتعاملين معه حقوقهم وخاصة المودعين منهم، وذلك لأن البنك يستعمل هذه الودائع ضمن نشاطه الإقراضي مما يوجب حرصه على استعادة ما تم إقراضه وذلك ليتأثر إلا من خلال قبض رهن عيني وآخر كتابي يمكن البنك من استعادة أمواله.

« **مبدأ مواجهة خطر السيولة:** يحتفظ البنك دائماً بسيولة نقدية تمكنه من تخطي كل العواقب التي قد تعترضه، ومواجهة طلبيات السحب بكل أنواعها وكذا عدم تفويت الفرص التي قد تظهر في السوق وكسب زبائن جدد.⁽¹⁾

« **مبدأ الثقة:** إن تقديم المقترض للضمانات المطلوبة يخلق نوعاً من الثقة لدى البنك بأن أمواله سوف تعود إليه كما أن المودعين إذا إطمئنوا على ودائعهم كان ذلك عاملاً أساسياً في كسب ثقتهم مما يسهم في إبقاء ودائعهم لدى البنك.

« **مبدأ تسيير الخزينة:** حيث يقوم البنك بالسهر على حسن تسيير خزينته، من خلال الإبقاء على نسبة معينة من أهداف تغطية حسابات المتعاملين، فيما يعمل البنك على إرسال الفائض إلى خزينة البنك المركزي، وذلك من باب الحفاظ على الأموال.

المطلب الثاني: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية

تأسست وكالة BADR قصر الشلالة 393 في مارس 1982 تزامناً مع تأسيس البنك، يقع مقرها وسط المدينة شارع عبد الحفيظ بوصوف، تشغل الوكالة 33 عاملاً تعتمد على خبراتهم، يقوم البنك بتكوين وتدريب العمال وهذا لزيادة خبرتهم وكفاءتهم في التعامل مع التحديث الجاري في البنك.

BADR قصر الشلالة 393 هي وكالة من الرتبة 02 يشرف عليها مدير كمسؤول أول وتتمثل مهامه في السهر على السير الحسن للوكالة في جميع مجالات الاستغلال والقرارات المتعلقة بتسيير الوكالة ويساعده في ذلك نائب المدير حيث تنحصر مهام هذا الأخير في استقبال الزبائن عند غياب المدير تتبعه أمانة تسهر على سير المكتب، ويلاحظ من خلال الشكل أن الوكالة تتكون من جانبين أحدهما أمامي والآخر خلفي.

الجانب الأمامي: ويتكون من العناصر التالية:

مصلحة مكلفة بالزبائن: تهتم هذه المصلحة في وكالة قصر الشلالة بكل ما يعني الزبائن وحاجاتهم في العمليات البنكية (السحب والإيداع) بحيث تتكون من أربعة مكاتب تعمل على استقبال الزبائن.⁽²⁾

(1) معلومة مقدمة من الوكالة.

(2) معلومة مقدمة من الوكالة.

الجانب الخلفي: يتكون من مجموعة من المصالح التي يقوم من خلالها بتقديم الخدمات للزبائن، وهذه المصالح تتمثل في:

1. مصلحة القروض: تقوم هذه المصلحة بكافة العمليات الخاصة بمنح التسهيلات الائتمانية بمختلف أنواعها، ومن مهامها أيضاً القيام بدراسة ملفات طلب القروض وتكون حسب قيمة المبلغ والتي تقدم إلى اللجان الخاصة بهذه الدراسة، وتندرج ضمن هذه المصلحة الفرع التالية:

- فرع خاص بالقروض الفلاحية: يكمن دور هذا الفرع في منح ومراقبة كل القروض المتعلقة بالفلاحين.

- فرع القروض التجارية: ويقوم بمنح قروض لفئة التجار مع مراقبتها.

- فرع الإحصائيات: يقوم هذا الفرع بجمع وإعطاء كل الإحصائيات السنوية أو حتى الشهرية حيث تكون هذه الإحصائيات خاصة بالقروض فقط.

2. مصلحة المحاسبة: من مهام هذه المصلحة جمع العمليات المحاسبية الخاصة بالبنك، وكذا إعداد الميزانيات الافتتاحية والختامية للبنك ويضاف أيضاً مراجعة جميع العمليات اليومية المتعلقة بالبنك ودفع أجور العمال.

3. مصلحة مراقبة الأمور الإدارية: تهتم هذه المصلحة بصفة خاصة بالشؤون التالية:

- المراقبة الداخلية، الأرشفة والأمن.

- كما تهتم بكل من أجور العمال وعطلهم والمكافآت المتعلقة بهم وأيضاً الدورات التكوينية وكل ما يتعلق بالموارد البشرية بصفة عامة.

- ويضاف إلى ذلك كل الإعانات والاحتياجات وغيرها من المهام الأخرى.

4. مصلحة الصندوق (الخزينة):

- أمين الصندوق الرئيسي: ويتم على مستوى هذا الفرع تأدية عملية خصم الأوراق التجارية لصالح الزبائن وذلك من خلال تقديم تلك الأوراق التجارية إلى البنك المركزي من أجل خصمها، ويتقاضى العمولة مقابل ذلك.⁽¹⁾

- فرع التحويلات: يختص هذا الفرع بنقل الأموال من حساب زبون ما إلى حساب زبون آخر وذلك عندما يكون لديهما حسابين في نفس البنك.

5. مصلحة العمليات الأجنبية: تقوم هذه المصلحة ببعض خدمات التجارة الخارجية وذلك من خلال العمليات التالية:

- يقوم البنك بتمويل التجارة الخارجية عن طريق فتحه للاعتمادات المستندية أو خطابات الضمان.

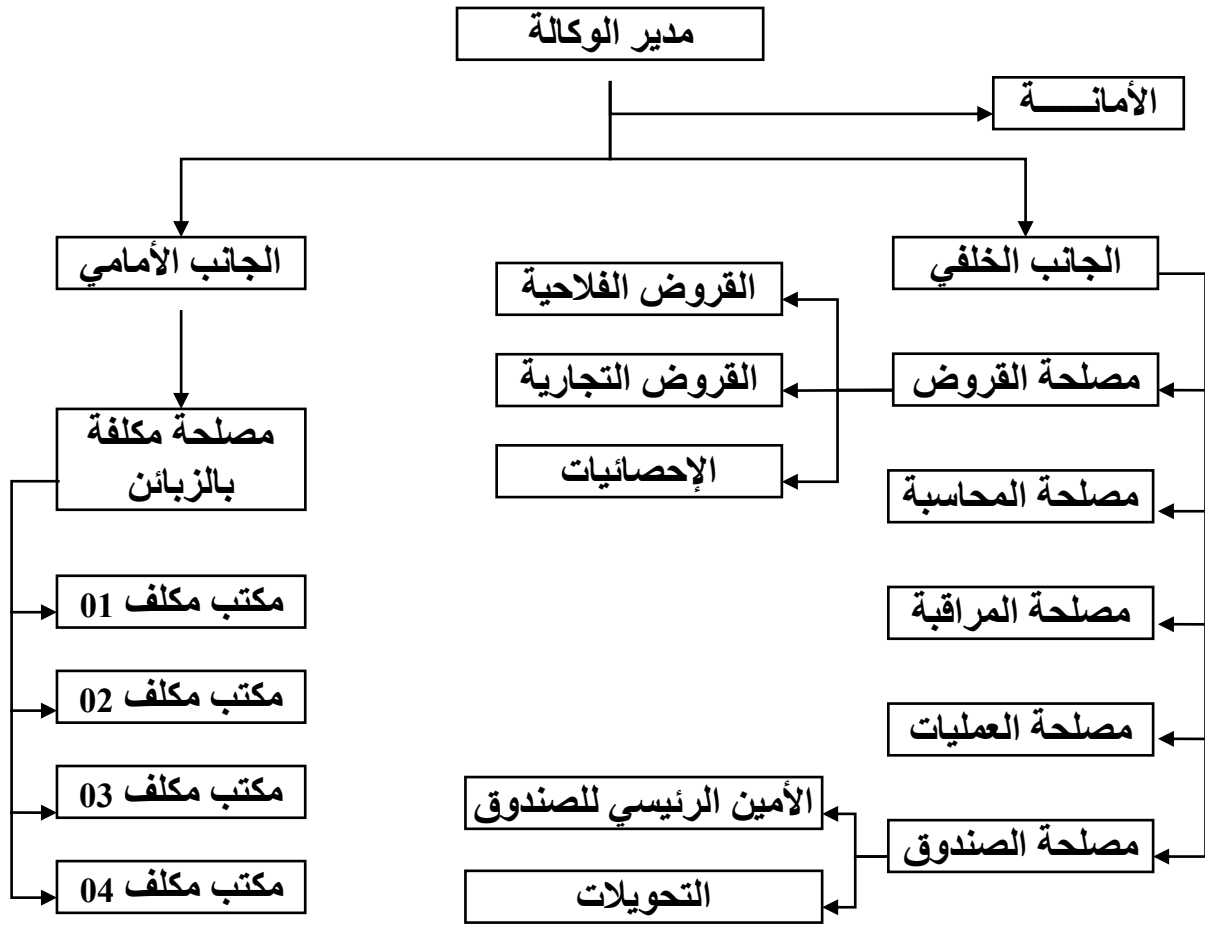
- القيام بعمليات التوطين البنكي.

- كذلك تقوم هذه المصلحة بجمع الإحصائيات المختلفة الخاصة بالعمليات الخارجية الأجنبية بالإضافة إلى ذلك القيام بعملية تصفية الحساب أو مراجعتها.

ويمكن توضيح الهيكل التنظيمي للوكالة في الشكل الموالي

(1) معلومة مقدمة من الوكالة.

الشكل رقم (04): الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية



المصدر: معلومة مقدمة من الوكالة.

المطلب الثالث: مهام وأهداف وكالة قصر الشلالة

لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة قصر الشلالة مجموعة من الأهداف والمهام تتمثل فيما يلي:

1. مهام وكالة قصر الشلالة:

يمكن حصر مهام الوكالة في:

- معالجة كل عمليات الائتمان.
- فتح حسابات بنكية لكل شخص قام بطلب.
- استلام الودائع.
- المشاركة في جمع الادخار.
- المحافظة على سمعة البنك لدى الزبائن.
- كما لووكالة قصر الشلالة المهمة المساهمة في تطوير القطاع الفلاحي، كذلك ترقية النشاطات الفلاحية، الصناعية والحرفية.

بالإضافة إلى المهام سالفة الذكر فإن للوكالة مهام أخرى نذكر منها:

❖ وضع سياسة اتصال فعالة لتحقيق الأهداف المخططة من خلال:

- العمل على مواجهة مخاطر صرف القروض.

- تطوير مستوى الموظفين وإعطاء الأولوية لحاملي الشهادات.

❖ عرض منتجات جديدة من خلال:

- تصفية المشاكل المالية.
- أخذ الضمانات الملائمة وتطبيقها.
- تمويل التجارة الخارجية.
- الاستقبال الجيد للزبائن واحترامهم والرد على طلباتهم بجدية.
- تمويل المشاريع الداخلية في إطار تشغيل الشباب.

❖ تطبيق الخطط والبرامج الداخلية وفق سياسة الحكومة من أجل:

- تطوير الموارد والعمل على رفعها وتخفيض تكاليفها.
- الاستعمال الرشيد للإمكانيات التي تمنحها السوق المالية.
- مساهمة التطور الحاصل في عالم المهنة البنكية وتقنياتها.

2. أهداف الوكالة:

للكوكالة أهداف عديدة منها:

- السيادة في الموارد بأقل التكاليف وأكبر ربحية بواسطة القروض الإنتاجية والمنتوعة في إطار احترام القواعد.
- الإدارة الصارمة لخزينة البنك سواء بالدينار أو العملات الأجنبية.
- ضمان تحقيق تنمية متناسقة للبنك في مجالات النشاط التي يليها.
- تحقيق رضا العملاء من توفير خدمات ومنتجات تلبي احتياجاتهم.
- تكييف إدارة ديناميكية.
- التنمية التجارية من خلال إدخال تقنيات إدارية جديدة مثل: التسويق وإدراج منتجات جديدة.
- الحفاظ على المركز المالي وتحقيق أكبر مردودية.
- منع التضارب في اتخاذ القرارات داخل البنك والتنسيق بين البنك وعملائه.
- إعادة تنظيم جهاز الإنتاج الفلاحي بتعميم وتحفيز استعمال التقنيات الحديثة في المجال وتجديد الثروة وعصرنتها.
- السهر على تسهيل إجراءات التعامل.

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة {عرض، تحليل، نتائج الاستبيان}

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

المطلب الأول : طريقة الدراسة وصدق ثباتها

1. طريقة الدراسة : سنتعرف من خلال هذا المبحث على المنهج المستخدم من خلال النقاط التالية:

1.1مجتمع الدراسة

يشمل مجتمع الدراسة على عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية - BADAR وبمما أن هذا المصرف يتعامل مع الأفراد والمؤسسات ، فان هذه الدراسة قد اقتصر على العملاء من الأفراد فقط ، حيث تم توزيع استبيان لهم لأغراض هذه الدراسة على عينة من عملائها .

2.1عينة الدراسة

تشكلت عينة الدراسة من 60 عميل لوكالة ، ثم اختيارهم بطريقة عشوائية ، وقد تم توزيع 50 استمارة ، حيث تم الحرص في توزيعها على اختيار العملاء الذين يستخدمون إحدى القنوات الالكترونية (الصرافات الآلية ، الموقع الالكتروني ، و كلاهما استعيد منها 50 استمارة منها 40 استمارة كاملة وصحيحة

3.1أسلوب جمع البيانات

تم استخدام الاستبيان كأداة أساسية لجمع بيانات عينة الدراسة، لما لها من أهمية في توفير الجهد و الوقت لطالب، حيث تم تصميمه ليتم توجيه عملاء البنك، وقد تم تقسيم الاستبيان الى :

الجزء الأول : متعلق بالمعلومات الشخصية لعينة الدراسة ،والمتمثلة في (الجنس ، العمر ، المستوى العلمي ، الوظيفة ، سنوات التعامل مع البنك ، القناة المتعامل بها مع البنك)

الجزء الثاني : يتعلق بمتغيرات الدراسة و الذي يحتوي على محورين ، يتناول المحور الأول المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية) وخصص له عشرون سؤال مقسمة على خمسة أبعاد ، وتم دمج بعد الوصول وبعد الموقع الإجمالي مع بعض ، وتم تقييم الأسئلة على النحو التالي :

- 1- بعد الاعتمادية : تقيس دقة الخدمة ،تسليم حسب الموعد، توفير المعلومات حول الخدمة وخصصت له أسئلة من(1-6)
- 2- بعد الاستجابة : تقيس سرعة الحصول على المساعدة في حالة استفسار أو مشكلة وخصصت له أسئلة من (7-10)
- 3- بعد الوصول /الموقع الإجمالي : وخصصت له الأسئلة من (14-10)
- 4- الأمان و الثقة : يقيس شعور العميل بالثقة في التعامل مع الموقع وخصصت له أسئلة من (15-20) وقد عرضت جميعها الى مقياس ديكارت الخماسي الذي يتكون من الوزن التالية

الجدول رقم (02): مقياس الإجابات على الفقرات

التصنيف	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق
الوزن	1	2	3	4	5

المصدر: من اعداد الطالبة

2. صدق و ثبات أداة الدراسة

للتأكد من صدق الاستمارة وثباتها قمنا بما يلي:

1.2 الصدق الظاهري للأداة

للتأكد من صدق الأداة (الاستمارة) تم عرضها بصورة أولية على ثلاثة محكمين من ذوي الخبرة والكفاءة من أساتذة الجامعة لإبداء رأيهم وملاحظاتهم حولها ولمعرفة مدى ملائمة عبارات الاستمارة لأغراض البحث، وكذلك حول مدى سلامة الصياغة والمحتوى، والتي تم أخذها بعين الاعتبار، وبعد إعادة الأداة تم إجراء التعديلات المقترحة كإعادة الصياغة وتعديل بعض العبارات التي أوردها المحكمون في توصياتهم.

- **ثبات أداة الاستمارة:** تم التحقق من ثبات أداة الدراسة باستخدام معادلة ألفا كرونباخ للاتساق الداخلي من خلال تطبيق الأداة على (40) عميل من عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة قصر الشلالة - وقد بلغت قيمة ألفا لأبعاد الأداة وفق الجدول التالي

الجدول رقم (03): (معاملات الثبات (طريقة ألفا كرونباخ) حسب المحاور

اسم المتغير	معاملات الثبات طريقة ألفا كرونباخ	معامل الصدق
تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في البنك	0.795	0.892
تطوير الخدمة المصرفية في البنك	0.915	0.956
الاستمارة ككل	0.940	0.970

المصدر: من اعداد الطالب باعتماد على مخرجات spss

يلاحظ من الجدول رقم (03) أن معاملات الثبات لجميع متغيرات الدراسة مقبولة وهي أكبر من النسبة المعيارية 0.60، حيث بلغ معامل الارتباط ألفا كرونباخ للاستمارة ككل 0.940 و معامل الصدق 0.970 ومنه فالاستمارة تتمتع بالثبات.

2.2 صدق الاتساق الداخلي للأداة:

بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة قمنا بتطبيقها ميدانيا على بيانات العينة الكلية، حيث قمنا بحساب معامل الارتباط بيرسون لمعرفة درجة الارتباط بين كل فقرة من فقرات (الأسئلة) الاستبانة مع المحاور الذي تنتمي إليه، كما توضح ذلك الجداول التالية وتم تقريب الأرقام إلى رقمين عشريين للاختصار

الجدول رقم (04): معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الأول (تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية) بالدرجة الكلية للمحور:

رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور	رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور
01	0.76	03	0.89
02	0.73	04	0.40
03	0.86		

** دال عند مستوى الدلالة 0.01 الأقل

الجدول رقم (05): معاملات ارتباط بيرسون لعبارات بعد الاعتمادية بالدرجة الكلية للمحور الثاني (تطوير الخدمة المصرفية في البنك الفلاحة والتنمية الريفية)

رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور	رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور
01	0.59	04	0.85
02	0.57	05	0.72
03	0.47	06	0.86

** دال عند مستوى الدلالة 0.01 الأقل

الجدول رقم (06): معاملات ارتباط بيرسون لعبارات بعد الاستجابة بالدرجة الكلية للمحور الثاني (تطوير الخدمة المصرفية في البنك الفلاحة والتنمية الريفية)

رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور	رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور
07	0.54	08	0.60
09	0.76	10	0.80

** دال عند مستوى الدلالة 0.01 الأقل

الجدول رقم (07): معاملات ارتباط بيرسون لعبارات بعد الوصول/ الموقع الحالي بالدرجة الكلية للمحور الثاني تطوير الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور	رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور
11	0.82	12	0.77
13	0.74	14	0.54

** دال عند مستوى الدلالة 0.01 الأقل

الجدول رقم (08): معاملات ارتباط بيرسون لعبارات بعد الأمان / الثقة بالدرجة الكلية للمحور الثاني (تطوير الخدمة المصرفية في البنك الفلاحة والتنمية الريفية).

رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور	رقم العبارة	درجة الارتباط بالمحور
15	0.73	16	0.83

0.80	18	0.71	17
0.80	20	0.17	19

يتضح من خلال الجداول السابقة أن قيم معامل ارتباط كل العبارة مع العبارات مع محورها وبعدها موجبة ودالة إحصائية عن مستوى الدلالة 0.01 فأقل ، مما يدل على صدق اتساقها مع محورها وبعدها

المطلب الثاني : أساليب المعالجة الإحصائية لبيانات أداة الدراسة (الاستمارة)

لتحقيق أهداف الدراسة و تحليل البيانات المجمع تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية و الذي يرمز له باختصار برنامج spss ، وهو برنامج يحتوي على مجموعة كبيرة من الاختيارات الإحصائية التي تدرج ضمن الإحصاء الوصفي مثل : التكرارات ، المتوسطات ، الانحرافات المعيارية ، وضمن الإحصاء الاستدلالي مثل : معاملات الارتباط ، وفيما يلي مجموع الأساليب الإحصائية التي يتم استخدامها في هذه الدراسة:

- ✓ **المتوسط الحسابي:** وهو المقياس الأكثر استخداما من مقياس النزعة المركزية ، ويتم استخدام المتوسط الحسابي لإجابات عينة الدراسة عن الاستبيان لأنه يعبر عن أهمية الفقرة عند أفراد العينة .
- ✓ **الانحراف المعياري:** هو مقياس من مقاييس التشتت ويستخدم لقياس وبيان تشتت إجابات مفردات عينة الدراسة حول وسطها الحسابي ، ويكون هناك اتفاق بين أفراد العينة على فقرات معينة إذا كان انحرافها المعياري منخفضا
- ✓ **اختبار معامل ألفا كرونباخ ومعامل الصدق :** لقياس ثبات فقرات الاستبيان
- ✓ **التكرارات و النسب المئوية :** تمت الاستعانة بالتكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة، وكذا لتحديد استجابات أفرادها اتجاه عبارات محاور الاستبيان
- ✓ **معامل الارتباط بيرسون :** استخدم هذا المعامل لمعرفة مدى ارتباط درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان مع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه (الاتساق الداخلي لأداء المؤسسة

المطلب الثالث : تحليل الاستبيان واختبار الفرضيات

في هذا المطلب ستقوم بتحليل البيانات المتحصل عليها خلال توزيع الاستمارة على العملاء وهذا من أجل اختبار فرضيات موضوع البحث.

1. تحليل الاستبيان:

تقوم هذه الدراسة على عدد من المتغيرات الديمغرافية المتعلقة بالخصائص الوظيفية والشخصية لأفراد عينة الدراسة و المتمثلة في (الجنس ، العمر ، المستوى العلمي ، الوظيفة ، سنوات التعامل مع البنك ، القناة الإلكترونية المتعامل بها مع البنك) ، و متغيرات الدراسة المتكونة من محورين (محور تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في البنك ، محور تحسين وتطوير الخدمة البنكية في البنك) وفيما يلي تحليل للمتغيرين

1.1 تحليل المعلومات الشخصية :

-**الجنس :** يبين الجدول التالي توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس كالتالي:

الجدول رقم (09) : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
67.5	27	ذكر
32.5	13	أنثى
100	40	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة باعتماد على مخرجات spss

يتضح من خلال الجدول أن توزيع الذكور في العينة قد بلغ (27) فردا أي بنسبة 67.5% من مجموع المبحوثين (أفراد العينة)، هذا يعني أن ما يزيد على نصف من أفراد عينة الدراسة هم ذكور ، علما أن عدد الإناث كان (13) عميلات بنسبة 32.5% من المجموع الكلي للعينة المبحوثة ، وهذا راجع في تقديرنا إلى أن أغلبية المتعاملين مع البنك هم رجال.

-العمر:

يبين الجدول التالي توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر:
الجدول رقم (10) : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر

النسبة المئوية	التكرارات	العمر
27.5	11	أقل من 25 سنة
20.0	08	من 25-35 سنة
30.0	12	من 36-45 سنة
22.5	09	أكثر من 45 سنة
100	40	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss

وعليه يتضح من خلال الجدول رقم (10) أن 12 من العملاء الذين يمثلون مانسبته 30 % من إجمالي عينة الدراسة كانت أعمارهم تتراوح بين 36-45 وهي الفئة الأكبر ، في حين أن (11 منهم) يمثلون مانسبته 27.5 % من إجمالي العينة قد كانت أعمارهم أقل من 25 سنة ، بينما يلاحظ أن (09 عملاء) كانت أعمارهم أكثر من 45 سنة بنسبة 22.5 % في حين شكلت فئة الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 25-28 سنة أدنى فئة و التي كان عددها (08 عملاء) بنسبة 20 % .

-المستوى التعليمي : يبين الجدول التالي توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

الجدول رقم (11) : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرارات	المستوى التعليمي
32.5	13	متوسط / ثانوي
25.0	10	جامعي

دراسات عليا	17	42.5
المجموع	40	100

المصدر: من اعداد الطالبة لاعتماد على مخرجات spss

يتضح من خلال الجدول رقم (11) أن (17 من أفراد الدراسة) يمثلون ما نسبته 42.5 % من إجمالي عينة الدراسة مؤهلهم العلمي دراسات عليا وهم أعلى نسبة من مجموع أفراد العينة المبحوثة ، ثم تلي بعدها الأفراد الذين يحملون المؤهل المتوسط /ثانوي و البالغ عددهم (13 فرد) بنسبة 32.5 % و فـي الأخير فإن (10 أفراد) ممن لديهم مؤهل جامعي بنسبة 25.0 %.

الوظيفة :

يبين الجدول التالي توزيع أفراد عينة الدراسة متغير الوظيفة

الجدول رقم (12) : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة

الوظيفة	التكرارات	النسبة المئوية
موظف	26	65.0
مهن حرة	08	20.0
متقاعد	06	15.0
المجموع	40	100

المصدر: من اعداد الطالبة لاعتماد على مخرجات spss

يتضح من خلال الجدول أن (26 من أفراد الدراسة) يمثلون ما نسبته 65 % من إجمالي عينة الدراسة هم عمال وهي الفئة الأعلى من أفراد الدراسة، وهذا أمر طبيعي لأن هذه الفئة هي الأكثر تعاملًا مع البنك ، في حين أن (08 منهم) يمثلون ما نسبته 20 % من إجمالي عينة الدراسة هم أصحاب المهن الحرة، أما بالنسبة لفئة المتقاعدين فقد بلغ عددهم (06 عملاء) بنسبة قدرها 15 % من إجمالي عينة الدراسة وهي ادني نسبة في العينة.

- توزيع أفراد العينة حسب متغير مدة التعامل مع البنك :

يبين الجدول التالي توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدة التعامل مع البنك

الجدول رقم (13) : توزيع أفراد عينة الدراسة مدة التعامل مع البنك

الإقديمة	التكرارات	النسبة المئوية
اقل من سنة	08	20.0
من سنة-3 سنوات	11	27.5
من 4-6 سنوات	07	17.5
اكثر من 6 سنوات	14	35.0
المجموع	40	100

المصدر: من اعداد الطالبة لاعتماد على مخرجات spss

يتضح من خلال الجدول رقم (13) أن (14 من المبحوثين) تزيد مدة تعاملهم مع البنك عن 6 سنوات وهذا ما يمثل نسبة 35 % وهي الأكثر بالنسبة للعدد الإجمالي للعينة المبحوثة، ففي حين أن (11 من أفراد الدراسة) يمثلون مانسبته 27.5% من إجمالي أفراد الدراسة هم ممن تتراوح مدة تعاملهم مع المصرف من سنة إلى 3 سنوات ، بينما كان (08 من أفراد الدراسة ممن كانت مدة تعاملهم مع المصرف أقل من سنة، وذلك بنسبة 20.0 % في حين أن (07 من أفراد الدراسة) يمثلون ما نسبته 17.5% ممن تتراوح مدة تعاملهم مع المصرف من 4-6 سنوات ، ويمثلون بذلك أقل نسبة من حيث مدة التعامل مع البنك.

- القناة الالكترونية المتعامل بها مع البنك للحصول على الخدمة البنكية

الجدول رقم (14) : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير القناة الالكترونية المتعامل بها مع البنك للحصول على الخدمة المصرفية

النسبة المئوية	التكرارات	القناة الالكترونية المتعامل بها
62.5	25	الصرافات الآلية
15.0	06	المواقع الالكترونية
22.5	09	كلاهما
100	40	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة لاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (14) نرى أن معظم عملاء العينة يستخدمون الصرافات الآلية بنسبة كبيرة تقدر بـ 62.5% ثم تأتي بعدها العملاء الذين يستخدمون القناتين معا بنسبة 22.5 % وادنى قيمة التي تتعامل بالموقع الالكتروني بنسبة 15 % .

2. اختبار الفرضيات :

الجدول رقم (15) : مقياس تحليل النتائج "مقياس ديكرت الخماسي"

المتوسط الحسابي	درجة التغيير
من 1 إلى أقل من أو يساوي 1.79	غير موافق بشدة
من 1.8 إلى أقل من أو يساوي 2.59	غير موافق
من 2.6 إلى أقل من أو يساوي 3.39	محايد
من 3.4 إلى أقل من أو يساوي 4.19	موافق
من 4.20 إلى أقل من أو يساوي 5	موافق بشدة

المصدر: من اعداد الطالبة

1- تحليل عبارات المحور الأول تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في البنك

الجدول رقم (16) : تقييم تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في البنك الفلاحة والتنمية الريفية

رقم العبارة	غير موافق	غير	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط	الانحراف	درجة
-------------	-----------	-----	-------	-------	------------	---------	----------	------

النسبة %	بشدة	موافق		الحسابي	المعياري	الموافقة
01	02	08	05	17	04	متوسط
النسبة %	5.6%	22.2%	13.9%	47.2%	11.1%	
02	02	10	06	15	03	متوسط
النسبة %	5.6%	27.8%	16.7%	41.7%	8.3%	
03	07	06	09	09	05	متوسط
النسبة %	19.4%	16.7%	25%	25%	13%	
04	03	05	08	14	06	موافق
النسبة %	8.3%	13.9%	22.2%	38.9%	16.7%	
05	07	09	06	14	05	متوسط
النسبة %	19.4%	25%	16.7%	25%	13.6%	
						متوسط
						تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في البنك

المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

يوضح الجدول أعلاه الوسط الحسابي و الانحراف المعياري ودرجة الموافقة وذلك بالنسبة لكل عبارة من العبارات الخمسة التي تعكس تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في البنك .

وجاء المعدل العام للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعبارات الخمسة التي تحدد تقييم العملاء لتكنولوجيا المعلومات المستخدمة في البنك فقدرت ب3.16 مما يعكس درجة متوسطة من الموافقة و بإجماع أفراد العينة ، كما يدل عليه الانحراف المعياري الذي قدر ب: 0.91 والذي يقيس مقدار تشتت إجابات العملاء نسبة إلى الدرجة الوسطية .

رغم ذلك أن نلاحظ أن العبارة الرابعة تحصلت على أكبر متوسط حسابي 3.41 الذي يقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي في حدود المجال 4.20-3.4 الدالة على اختيار موافق وهذا يبرز أن المصرف يوفر للعملاء أنواع مختلفة من البطاقات الالكترونية .

كذلك العبارتين الأولى و الثانية تحصلت على درجة متوسط و بمتوسط حسابي قدر بـ (3.36)، (3.19) رغم أن أغلبية أفراد العينة كانت إجاباتهم بموافق و موافق بشدة ، عند جمعها تقدر بنسبة (58.2) % للعبارة الأولى و 50 % للعبارة الثانية وهذا يبرز أن المصرف يستخدم تكنولوجيا معلومات لا بأس بها.

2- تحليل عبارات المحور الثاني "جودة الخدمة البنكية في البنك الفلاحة والتنمية الريفية

:

2-1 جودة الخدمة البنكية في البنك من ناحية بعد الاعتمادية

الجدول رقم (17) :تقييم جودة الخدمة البنكية الالكترونية في البنك من ناحية بعد الاعتمادية.

رقم العبارة % النسبة	موافق غير بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
01	00	01	07	18	10	4.02	0.77	موافق
% النسبة	00%	2.8%	19.4%	50%	27.8%			
02	02	02	03	17	12	3.97	1.08	موافق
% النسبة	5.6%	5.6%	8.3%	47.2%	33.3%			
03	01	05	07	15	08	3.66	1.06	موافق
% النسبة	2.8%	13.9%	19.4%	41.7%	22.2%			
04	06	08	10	10	02	2.83	1.18	محايد
% النسبة	16.7%	22.2%	27.8%	27.8%	5.6%			

محاييد	1.21	3.11	05	09	11	07	04	05
			13.9%	25%	30.6%	19.4%	11.1%	%النسبة
محاييد	1.16	2.72	02	08	10	10	06	06
			5.6%	22.2%	27.8%	27.8%	16.6%	%النسبة
محاييد	0.74	3.38	بعد الاعتمادية					

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد من مخرجات spss

يوضح الجدول أعلاه الوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة الموافقة ، وذلك بالنسبة لكل عبارة من العبارات الستة التي تعكس بعد الاعتمادية .

وجاء المعدل العام للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعبارات الخمسة التي تحدد تقييم جودة الخدمة المصرفية في البنك من ناحية بعد الاعتمادية فقدرت بـ 3.38 مما يعكس درجة متوسطة من الموافقة وبإجماع أفراد العينة ، كما يدل عليه الانحراف المعياري الذي قدر بـ 0.74 والذي يقيس مقدار تشتت إجابات العملاء نسبة إلى الدرجة الوسطية .

الفرغم ذلك نلاحظ أن العبارات الأولى و الثانية تحصلت على التوالى متوسط حسابي بـ : 02.4، 3.97، 3.66 و الذي يقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي في حدود المجال 3.4 - 2.4 الدالة على اختيار موافق ، وكانت فيها إجابات أغلبية أفراد العينة بموافق و موافق بشدة عند جمعها تقدر بنسبة (77.8) % للعبارة الأولى ، و (80) % للعبارة الثانية ، و (63.9) % للعبارة الثالثة .

وهذا يبين أن تكنولوجيا المعلومات لها دور في تحسين جودة الخدمات البنكية الالكترونية المقدمة إليهم من طرف البنك حسب بعد الاعتمادية

2.2 جودة الخدمة البنكية الالكترونية في البنك من ناحية بعد الاستجابة

الجدول رقم (18) : تقييم جودة تطوير الخدمة المصرفية في البنك من ناحية بعد الاستجابة

رقم العبارة	موافق غير بشدة	غير موافق	محاييد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
07	01	00	07	18	10	4	0.86	موافق
%النسبة	2.8%	00%	19.4%	50%	27.8%			
08	02	08	07	12	07	3.38	1.20	محاييد
%النسبة	5.6%	22.2%	19.4%	33.3%	19.4%			
09	03	08	11	10	04	3.11	1.14	محاييد
%النسبة	8.3%	22.2%	30.6%	27.8%	11.1%			
10	06	08	10	07	05	2.91	1.29	محاييد
%النسبة	16.7%	22.2%	27.8%	19.4%	13.6%			
بعد الاستجابة								

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج spss.

يوضح الجدول أعلاه الوسط الحسابي و الانحراف المعياري ودرجة الموافقة ، وذلك بالنسبة لكل عبارة من العبارات الأربعة التي تعكس بعد الاستجابة .

وجاء المعدل العام للمتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية للعبارات الأربعة التي تحدد تقييم جودة وتطوير الخدمة المصرفية في البنك من ناحية بعد الاستجابة فقدرت بـ: (3.35) مما يعكس درجة متوسطة، وبإجماع أفراد العينة كما يدل عليه الانحراف المعياري

الذي قدر بـ: (0.77) والذي يقيس مقدار تشتت إجابات العملاء نسبة إلى الدرجة الوسطية .

رغم ذلك نلاحظ أن العبارة السابعة تحصلت على متوسط حسابي قدر بـ: (4.00) الذي يقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي في حدود المجال {3.4-4.20} الدالة على اختبار موافق وكانت إجابات أغلبية أفراد العينة بموافق وموافق بشدة عند جمعها مع بعض تقدر بنسبة (77.8) % للعبارة السابعة .

وهذا يبين أن تكنولوجيا المعلومات لها دور في تحسين وتطوير الخدمات المصرفية المقدمة إليهم من طرف البنك حسب بعد الاستجابة .

3.2 جودة وتطوير الخدمة المصرفية في البنك من ناحية بعد الوصول /الموقع الإجمالي :

الجدول رقم (19) : تقييم جودة وتطوير الخدمة المصرفية في البنك من ناحية بعد الوصول /الموقع الإجمالي.

رقم العبارة النسبة %	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
								محايد
11	05	08	11	08	04	2.94	1.21	محايد
النسبة %	13.9%	22.2%	30.6%	22.2%	11.1%			
12	03	08	11	10	04	3.11	1.14	محايد
النسبة %	8.3%	22.2%	30.6%	27.8%	11.1%			
13	05	08	12	08	03	2.88	1.16	محايد
النسبة %	13.9%	22.2%	30.3%	22.2%	8.3%			
14	01	06	08	13	08	3.58	1.10	موافق
النسبة %	2.8%	16.7%	22.2%	36.1%	22.2%			
بعد الوصول/الموقع الاجمالي								
						3.13	0.83	محايد

المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات spss.

يوضح الجدول أعلاه الوسط الحسابي و الانحراف المعياري ودرجة الموافقة وذلك بالنسبة لكل عبارة من العبارات الأربعة التي تعكس بعد الوصول / الموقع الحالي .

وجاء المعدل العام للمتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية للعبارات الأربعة التي تحدد تقييم جودة وتطوير الخدمة المصرفية في البنك من ناحية الوصول/الموقع الحالي فقدرت بـ: (3.13) مما يعكس درجة متوسطة من الموافقة وبإجماع أفراد العينة ، كما يدل عليه الانحراف المعياري الذي قدر بـ: (0.83) و الذي يقيس مقدار تشتت إجابات العملاء نسبة إلى الدرجة الوسطية .

وهنا نلاحظ في العبارة الرابعة عشر تحصلت على متوسط حسابي قدر بـ: (3.58) الذي يقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي في حدود المجال {3.4-4.20} الدالة على اختبار موافق وكانت إجابات أغلبية أفراد العينة بموافق و موافق بشدة عند جمعها مع بعض تقدر بنسبة (58.3)

وهذا يبين أن تكنولوجيا المعلومات دور في تحسين وتطوير الخدمات المصرفية المقدمة إليهم من طرف البنك حسب بعد الوصول / الموقع الحالي

4.2 جودة وتطوير الخدمة المصرفية في البنك من ناحية بعد الأمان /الثقة :

الجدول رقم (20) : تقييم جودة الخدمة البنكية الالكترونية في البنك من ناحية بعد الأمان /الثقة .

رقم العبارة	موافق غير	غير	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط	الانحراف	درجة
-------------	-----------	-----	-------	-------	------------	---------	----------	------

النسبة %	بشدة	موافق				الحسابي	المعياري	الموافقة
15	02	09	06	15	04	3.27	1.13	محايد
النسبة %	5.6%	25%	16.7%	41.7%	11.1%			
16	04	07	11	10	04	3.08	1.18	محايد
النسبة %	11.1%	19.4%	30.6%	27.8%	11.1%			
17	03	09	10	11	03	3.05	1.11	محايد
النسبة %	8.3%	25%	27.8%	30.6%	8.3%			
18	04	07	09	11	05	3.16	1.23	محايد
النسبة %	11.1%	19.4%	25%	30.6%	13.9%			
19	02	06	10	15	03	2.80	1.23	محايد
النسبة %	5.6%	17.6%	27.8%	41.7%	8.3%			
20	07	07	11	08	03	3.30	1.03	محايد
النسبة %	16.7%	16.7%	30.6%	22.2%	8.3%			
						3.11	0.73	محايد

المصدر : من إعداد الطالب باعتماد على مخرجات spss

يوضح الجدول أعلاه الوسط الحسابي و الانحراف المعياري ودرجة الموافقة وذلك بالنسبة لكل عبارات الستة التي تعكس بعد الأمان /الثقة .

وجاء المعدل العام للمتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لعبارات بعد الأمان /الثقة التي تحدد تقييم جودة وتطوير الخدمة المصرفية في البنك من ناحية هذا البعد فقدرت بـ : (3.11) مما يعكس درجة متوسطة لإجابات أفراد العينة، كما يدل عليه الانحراف المعياري الذي قدر بـ : (0.73) والذي يقيس مقدار التشتت إجابات العملاء نسبة إلى الدرجة الوسطية

. حيث نلاحظ أن العبارات كلها تقريبا متساوية ذات درجة موافقة متوسطة في حدود المجال {2.6-3.39} حسب المقياس المستخدم في الدراسة

المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات ودورها في تطوير الخدمات المصرفية

المطلب الأول: الخدمات المصرفية المطورة لبنك

لقد انتهج البنك الوطني الجزائري خلال العشرية الأخيرة، عدة إصلاحات جوهرية مست بمجملها تحسين وتطوير خدماته وذلك تماشيًا مع التطورات التي تشهدها الساحة المصرفية الجزائرية وضرورة إدخال تكنولوجيا المعلومات على العمل المصرفي لترقية الخدمة وتقريب البنك من الزبون وجذب زبائن جدد وتمثل هذه الخدمات فيما يلي:

1. خدمات الصراف الآلي:

تتم عن طريق الصراف الآلي سحب الأوراق النقدية بطريقة آلية، وقد تم توزيعها في كل فروع البنك، ومن إيجابياتها تقليص عدد العمليات و زمن العملية كما أنها تقضي على ظاهر الطوابير والتي تشعر العميل بالملل، وقد خصصت للصراف الآلي خلية متابعة لمراقبته في أي وقت وتعبئته بالنقود ليكون دائم السيولة وأيضًا صيانته، ومن صعوباته:

- انقطاع التيار الكهربائي؛
- هروب التجار من التعامل مع الحساب البنكي؛
- الاتصالات المنقطعة مما يجعل الشبكات بين البنك وشركة الاتصالات صعب.

2. وسائل الاتصال:

من بين الوسائل الإتصالية التي يستخدمها المصرف والوكالات التابعة له:

1.2. شبكة سويفت:

تستعمل وكالة قصر الشلالة شبكة سويفت، وهي شبكة اتصالية تهدف إلى تحسين طريقة الدفع الدولية بإدخال مقاييس موحدة في العلاقات المصرفية الدولية باستعمال الوسائل التكنولوجية الحديثة في الإعلام والإتصال وذلك من أجل تسريع الإتصال بينها (BNA) وبين البنوك الأخرى.

2.2. المعالجة الحسابية عن بعد Télétraitement:

تعتبر المعالجة الحسابية عن بعد أسلوب يعالج كافة العمليات التي تتم على مستوى الحساب من إيداع، سحب، تحويل بين وكالات BNA بطريقة آنية كانت في السابق تتم عن طريق البريد ونظرًا لاقتحام بنك BNA فضاءات تكنولوجية جديدة أصبحت المعالجة الحسابية تجري عن طريق الحاسوب من خلال إرسال كافة المعلومات اسم ولقب المستفيد، المبلغ، رقم الحساب واسم الوكالة.

3.2. موقع الأنترنت:

من أحدث وسائل الإتصال التي تعتمد عليها وكالة BNA في إعلام العملاء عن أهم المعلومات التي يحتاجون إليها من خلال التعريف بالبنك، الخدمات التي يقدمها وما تتطلبه من وثائق إدارية، موقع BNA هو: WWW.BAN.DZ.

وهي خدمة وضعت في متناول العملاء، تسمح لهم بمعرفة أرصدهم بواسطة أرقام شخصية يمنحها البنك، وقد تطورت هذه الخدمة حيث أصبح بالإمكان الإطلاع على الرصيد البنكي عن طريق الأنترنت.

3. خدمة التأمينات:

يوجد داخل الوكالة فرع التأمين وقد تم إنشائه خلال سنة 2009 بتعاقد بين البنك والشركة الجزائرية للتأمينات، وهذا لتقريب الخدمة من الزبون، فإذا تم تقديم قرض يضاف إليه التأمين في حالة ما إذا جاء جفاف أو مشكل ما فالتأمين يتكفل بتسديد الأضرار والمستحقات للبنك.

يعمل البنك الوطني الجزائري على تقديم خدمات أفضل وتحسينها من خلال تطوير هذه الخدمات ومواكبه لمتطلبات الزبائن وحاجاتهم، وقد شملت جميع الوكالات التابعة له بما فيها وكالة قصر الشلالة وقد كانت هذه العملية بداية للوعي المصرفي بهدف مواجهة المنافسة والحفاظ على مكانته في السوق كبنك رائد في مجال العمل المصرفي الوطني.

4. خدمة البنك الجالس:

هو تنظيم جديد لهياكل وأنشطة البنك بهدف تحقيق الفعالية في الأداء والعمل على راحة العميل، وهو عبارة عن مساحة واسعة مجهزة بمكاتب لاستقبال العملاء في وسط مريح وفي أجواء مكيّفة، وأطلق عليه هذا الاسم لأنه يتم استقبال العميل فيه بالجلوس حيث يواجه مباشرة موظف البنك، وقد تم تبنيه لتحقيق الأهداف المئوية:

- تحقيق ميزة تنافسية وإعطاء صورة جيدة عن البنك؛
- جذب أكبر عدد ممكن من العملاء للتعامل مع البنك؛

- تحقيق المنفعة المكانية والزمنية لعملاء البنك؛
- تحسين أداء موظفي البنك.

وفي البنك الجالس يقدم للزبائن لوائح إخبارية للبنك لخدماته وأيضًا استفسارات حول القروض والفوائد.

5. أجهزة حديثة:

تعتمد الوكالة في تقديم خدماتها على أجهزة حديثة، وهي عبارة عن أجهزة متكاملة مع بعضها البعض، تساعد في تسريع الخدمات التي تقدمها الوكالة.

مثل جهاز الصراف الآلي الذي يقوم بعمليات السحب والدفع عن طريق البطاقة البنكية⁽¹⁾.

بالإضافة إلى استعمالهم لـ:

❖ الشيك الإلكتروني:

يصدر البنك الوطني الجزائري وجميع وكالاته شيك خاص به وذلك عندما يكون لدى الزبون المتعامل مع البنك حسابًا مع رصيد، ويقدم الشيك بطلب من الزبون حيث يسمح له بسحب أمواله من البنك فقط ويستعمل الشيك في تسوية الوضعيات المالية بين المتعاملين.

بعدما كان الشيك يلمس أصبح يظهر في شكل صورة شيك ChèqueImage وهي وسيلة دفع تحت النظر أي تتم هذه العملية بالمسح الضوئي Scanner فور تقديم الشيك، فقبل انطلاق عملية التحديث تسبقها عملية ضبط الشيكات بمواصفات تقنية وهذا ليتمكن إدخاله في المسح الضوئي Scanner، كأن تكون عرض المنطقة البيضاء 3 ملم.

6. وسائل الدفع الإلكترونية لبنك BNA:

وأصدر بطاقات خاصة به لمواجهة التحديات المصرفية.

1.6. بطاقات الإنتمان في بنك BNA:

يصدر بنك BNA حاليًا نوعين من بطاقات الإنتمان وتتميز كل منها بخصائص عن الأخرى وهي:⁽²⁾

❖ البطاقة البنكية الكلاسيكية:

بطاقة وطنية للسحب معمول بها في الشبكة النقدية للبنك ويصدرها خاصة للعمال الأجراء الذي يكون دخلهم ابتداءً من 1800 دجالي غاية 10000 دج، يمكن للزبون شراءها بـ200 دج، تستعمل عوضًا عن النقود وتأخذ اللون الأزرق وتسمح هذه البطاقة لحاملها بسحب النقود وذلك حسب السقف الأسبوعي للسحب المحدد من طرف البنك، ويمكن السحب بها ما بين البنوك وهذه البطاقة تمنح إما بمبادرة من البنك أو بطلب من الزبون، ومدير الوكالة هو المقرر النهائي بمنح أو رفض البطاقة وذلك بعد الأخذ بعين الاعتبار العديد من المعايير للموافقة على ذلك منها:

- التأكد من عدم تعرض الحساب لأي حادث؛

(1) مستخرج من وثائق خاصة بالمديرية العامة للمستخدمين التابعة لبنك بدر اعتمادا على مقابلة مع إطار في البنك.

(2) من إعداد الطالبة بناءً على المعلومات المقدمة من طرف قسم التحصيل.

- وجود رصيد للزبون لدى البنك؛
 - أقدمية الزبون بالنسبة للبنك.
- ❖ البطاقة الذهبية (GOLD):

استخدمت هذه البطاقة في أواخر 2004 وهي خاصة فقط للتجار الذين يملكون رصيد محدد من طرف البنك، وما يميزها تسمح بسحب مبالغ كبيرة، (مخصصة لذوي الدخل الأكثر من 10000 دج فما فوق، تشتري بـ200 دج).

مزايا البطاقات البنكية: (1)

- سهولة الاستعمال؛
- تمنح فرصة دفع مستحقات الزبائن وسحب أموالهم على مدى الأسبوع وذلك 24 سا على 24 ساتضمن حماية رفيعة كونها بطاقة رقمية؛
- مربحة للوقت.

طريقة استعمال البطاقة:

- تقديم البطاقة عند الصندوق؛
- يسجل التاجر قيمة مشترياتكم؛
- أدخلوا البطاقة في جهاز الدفع الإلكتروني؛
- أكتبوا الرمز السري بواسطة ملامس الجهاز؛
- عند نهاية العملية يرد لكم التاجر البطاقة والتذكرة.

المطلب الثاني: نظام المقاصة الإلكترونية

تعتبر المقاصة الإلكترونية من الوسائل الحديثة والمتطورة داخل نظام وكالة قصر الشلالة ذلكلتطبيقها لتكنولوجيا المعلومات في وسائلها وبرمجياتها المستخدمة، فقد كان الهدف منها هو تفادي نقل النقود وبذلك تشجيع استعمال الشيك والمقاصة الإلكترونية تقوم بتسوية المعاملات ما بين البنوك عن طريق البنك المركزي.

فقد تم إدخال نظام المقاصة الإلكترونية في جميع الوكالات البنكية، مكاتب البريد، الخزينة العامة، يعالج هذا النظام أوتوماتكياً نسخ المعطيات رقمياً وصور الشيك، فهو يحقق الأمان والثقة في التعاملات ومحاربة الغش والاختلاس.

1. نظام عمل المقاصة الإلكترونية:

تعمل المقاصة الإلكترونية وفق منهج عمل مبرمج في الحاسوب مخصص للشيكات وقد خصصت أرقام في الشيكات لتفادي الخلط بينها كما يلي:

- 002: البنك الخارجي الجزائري؛
- 003: بنك الفلاحة والتنمية الريفية؛
- 004: القرض الشعبي الجزائري؛
- 005: بنك التنمية المحلية؛
- 008: الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط؛
- 011: البنك الوطني الجزائري.

(1) مستخرج من وثائق خاصة بالمديرية العامة للمستخدمين التابعة لبنك بدر اعتمادا على مقابلة مع إطار في البنك.

2. مراحل عمل المقاصة:

فتعمل المقاصة الإلكترونية على مرحلتين ذهاب وإياب وهما: (1)

1.1. مرحلة الذهاب:

تجري عملية تحويل الشيكات من خلال الخطوات الموالية:

الخطوة الأولى: يتقدم العميل الذي يمتلك حساب لدى البنك الوطني الجزائري للوكالة بغرض القيام بالتحويل فيقدم الشيك الخاص بالوكالة يحوي جميع البيانات المرفقة (المبلغ، الرقم، اسم ولقب المستفيد، العنوان، رقم الحساب) بالإضافة أنه يجب أن يكون الشيك ممضى عليه والختم الخاص إذا كان مؤسسة أو تاجر.

الخطوة الثانية: تقدم الوكالة للعميل أمر بالتحويل وهي وثيقة يستوجب على العميل ملأ بياناتها.

الخطوة الثالثة: يتأكد موظف الوكالة من أن:

- للعميل حساب وأن رصيده كاف للتحويل؛
- إذا كانت المعلومات المملوءة من طرق العميل صحيحة أم لا.

الخطوة الرابعة: هذه الخطوة تأتي بعد جمع الشيكات المراد تحويلها ثم وضع الختم والإمضاء الخاص ببنك الفلاحة والتنمية الريفية.

الخطوة الخامسة: وهي تحويل الشيكات إلكترونياً لتتم عملية المقاصة الإلكترونية وتتم عملية التحويل من خلال جهاز الحاسوب الخاص وفق ما يلي:

- ملأ البيانات الخاصة باسم الموظف الذي سيقوم بعملية التحويل (الرقم السري)؛
- اختيار نوع الوثيقة المراد ارسالها؛
- شيك؛
- وثيقة نقل؛
- فاتورة تحويل.

بعدها يظهر الشكل الموالي:

الشكل رقم (05): يمثل القائمة الرئيسية للاختيارات

القائمة الرئيسية	
1.	فتحاليومية؛
2.	إجراءالعمليات؛
3.	طلب الاسترداد إلى مكان المستفيد؛
4.	تحديثالعمليات المؤجلة؛
5.	عرض العمليات؛
6.	عمليةيدوية؛
7.	حالةالعمليات بين الوكالات؛
8.	تحديثالشكل المرجعي؛

(1)بناءً على المعلومات مقدمة من طرف قسم المقاصة.

9. تقديم إشعار الاستئناف؛

10. خدمات.

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على المعلومات المقدمة من طرف قسم المقاصة.

ومن خلال الشكل يختار الموظف التعليمية الخاصة بعملية التحويل في نظام المقاصة الإلكترونية وهي التعليمية الثانية "إجراء العمليات".

- بعدها تظهر البيانات الخاصة بالعميل صاحب الشيك ويقوم الموظف بملئها اعتمادًا على الشيك الذي سيحوله حتى إكمال جميع الشيكات.
- يتم استقبال البيانات المحولة آليًا للشيكات ثم يتم فرزها يدويًا لمعرفة ما إذا كانت مقبولة في نظام المقاصة الإلكترونية أم لا، والمقبولة يجب أن يساوي أو يتجاوز المبلغ فيها 50000 دج من أجل تمريرها في الماسح الضوئي.
- ويتم استقبال البيانات الخاصة بالشيكات المحولة في شكل الشيكات الخاصة.

2.2. مرحلة الإياب:

في هذه المرحلة يتم وصول واستقبال ملفات الشيكات أوتوماتيكيًا ويتم التأكد من المراقبة الإلكترونية للرصيد، كما يتم الاقتطاع المالي للمبالغ في الحساب بطريقة آلية ومن ثم إرسال الشيكات المجردة ماديًا إلى الوكالات المسحوب عليها وخطوات عملية الاستقبال هي نفس خطوات عملية الإرسال لكن الفرق يكمن في عملية اختيار التعليمية فقط.

من خلال ما سبق يمكن قول أن المقاصة الإلكترونية تحقق مزايا أهمها ربح الوقت، وسهولة الإتصال وتسوية الشيكات والحد من المخاطر الناجمة عن إتمام عملية استلام وتسليم الأوراق المالية إلا أنه على مستوى وكالة -قصر الشلالة- توجد لها عيوب كعدم التحكم في نظام المقاصة الإلكترونية إلى حد الآن كذلك وجود مشاكل تقنية، ويحتوي قسم المقاصة الإلكترونية لدى وكالة -قصر الشلالة- على وسائل تكنولوجية حديثة أهمها الحاسوب بكل لوازمه وآلة الماسح الضوئي ومعدات مكتبية لحفظ المعلومات للوكالة.

المطلب الثالث: دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمة المصرفية

تلعب تكنولوجيا المعلومات دورًا كبيرًا في تحسين وتطوير الخدمة المصرفية في وكالة -قصر الشلالة- وذلك من خلال:

1. بعض إحصائيات تطور الخدمات المصرفية من قبل وكالة -قصر الشلالة- -

1.1. إحصائيات عن تطور عدد وكالات البنك:

قام البنك بتكثيف فروع في معظم مناطق الوطن والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول رقم (21): تطور عدد الوكالات البنكية للبنك

السنوات	1966	1997	1999	2007	2011
عدد الوكالات	53	306	132	200	250

المصدر: بناءً على معلومات مقدمة من طرف الوكالة.

حيث ازداد عدد وكالات البنك من فترة إلى أخرى إلى أن حقق 250 وكالة موزعة في كامل التراب الوطني.

تحليل تطور قروض الاستغلال وقروض الاستثمار لوكالة قصر الشلالة – للفترة (2011-2007).

تعتبر هذه القروض من القروض الممولة للتنمية الاقتصادية بشكل خاص نظرًا لتخصصها في نوع معين من العمل، والشكل الموالي يوضح تطورها.

الجدول رقم (22): تطور قروض الإستغلال وقروض الإستثمار لوكالة قصر الشلالة – للفترة (2011 – 2007)

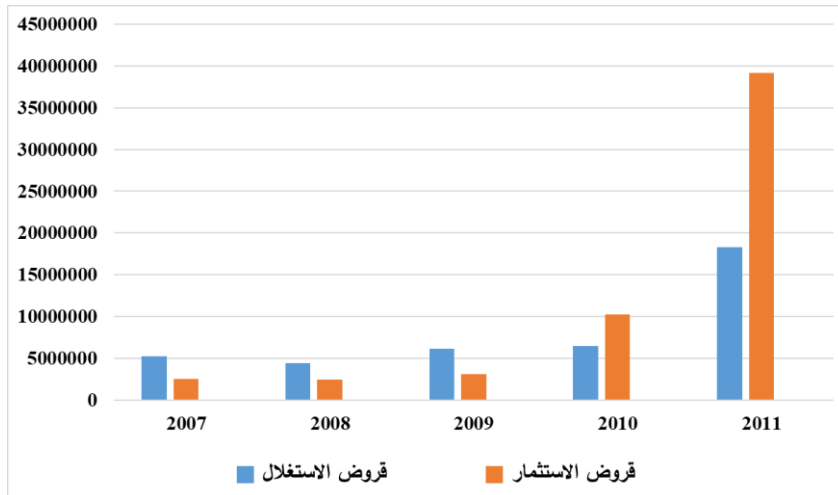
الوحدة: دج

البيانات	2011		2010		2009		2008		2007	
	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة
قروض الاستغلال	180,24	18278740	5,98	6522397	+38,32	6153935	-15,95	4448850	-	5293361
قروض الاستثمار	281,87	39130000	223,81	10246700	+26,57	3164400	-2,01	2500000	-	2551430

تحليل تطور قروض الاستغلال وقروض الاستثمار لوكالة قصر الشلالة – للفترة (2011-2007)

تعتبر هذه القروض من القروض الممولة للتنمية الاقتصادية بشكل خاص نظرًا لتخصصها في نوع معين من العمل، والشكل الموالي يوضح تطورها:

الشكل رقم (06): تطور قروض الاستغلال وقروض الاستثمار لوكالة قصر الشلالة – للفترة (2011 - 2007)



المصدر: من إعداد الطالبة

من الشكل يتضح أنّ قروض الاستغلال قد عرفت انخفاصاً في سنة 2008 بنسبة (15,95) وذلك بإحجام الطلب عليها خلال هذه الفترة وعادت للارتفاع خلال فترة (2009 – 2011) نظرًا لتمويلها لنشاطات الاستغلال المختلفة.

أما قروض الإستثمار فقد عرفت زيادات متلاحقة وقد قدرت خلال سنة 2011 بنسبة (281,87) وهي زيادة كبيرة وذلك لزيادة الطلب على هذا النوع من القروض خلال الفترة.

2. أثر تكنولوجيا المعلومات على تطوير الخدمة المصرفية في وكالة:

يظهر جلياً دور تكنولوجيا المعلومات من خلال الخدمات المقدّمة من طرف الوكالة حيث تلعب تكنولوجيا المعلومات دوراً بارزاً من خلال ادخالها على:

- نظام المعلومات الجديد والآلي المطبق في الوكالة الذي كان قديماً وصعب الاستعمال، أما الجديد فإنه يوفر الوقت والجهد لاعتباره مجهز بالبرمجيات الخاصة؛
- اعتماد وسيلة الصراف الآلي وذلك لتجنب الحشود المنتظرين في الطوابير؛
- تعزيز قدرات الأشخاص العاملين بالوكالة من خلال بعثات تعليمية وتطبيقية لتحسين في نوعية الخدمات المطبقة؛
- اعتماد أسلوب البريد الخاص بالإعتماد المستندي، المتمثل في سويفت الذي يقلص المكان والجهد ويضمن وصول كل الوثائق.

من خلال الدراسة الميدانية لوكالة قصر الشلالة نقول أنّ تكنولوجيا المعلومات تؤثر ايجاباً على تطوير الخدمة المصرفية.

خلاصة الفصل : هدف هذا الفصل إلى إسقاط الدراسة النظرية على الجانب التطبيقي، حيث قمنا بدراسة عينة من عملاء بنك الفلاحة و التنمية الريفية –وكالة قصر الشلالة- ، لمعرفة رضاهم عن جودة وتطوير الخدمات المصرفية المقدمة لهم من طرف البنك . وقد أظهرت النتائج المحققة عن الدراسة ما يلي : إن عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية –وكالة قصر الشلالة- اجمعوا على أن الخدمات المقدمة من طرف هذا الأخير ذو جودة وتطوير عالي، كما اجمعوا على أن البنك يولي اهتمام كبير بتكنولوجيا الإعلام و الاتصال ، و ذلك لما يوفره من تجهيزات و خدمات الكترونية جديدة بدرجة كبيرة، تم التوصل الى أن عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية –وكالة ق.الشلالة- يدركون دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين وتطوير الخدمات المصرفية ، ويعتبرون استمرار البنك في تطوير خدماته باستخدام تكنولوجيا المعلومات الحديثة عامل مهم في استمرارية تعاملهم مع البنك ،وجود بعض المشاكل التي تواجه بنك الفلاحة و التنمية الريفية –وكالة ق.الشلالة- عند توظيفه لتكنولوجيا المعلومات كعدم جاهزية البنية التحتية التي تساعد على تقديم خدمات بنكية جديدة وتطوير الخدمات البنكية الحالية وتم التوصل إلى أن معظم عملاء البنك يدركون مدى أهمية تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمة المصرفية.

خاتمة عامة

خاتمة عامة:

بعد إن انتهينا من كتابة هذه الرسالة بعون الله نأمل أن نكون قد أوصلنا فكرتنا بوضوح وببساطة، وأزلنا الغموض الذي يواجه الكثيرين ممن يقبلون على تكنولوجيا المعلومات فهي تعتبر من عوامل عصرنة المنظومة المصرفية التي تواكب تحديات العصر، أدركت المصارف الجزائرية ضرورة تبني تكنولوجيا المعلومات باعتبارها وسيلة لتقديم خدمات مصرفية ذات جودة عالية ومت لها من أهمية في توفير وتقليل الجهد والاستغلال الأمثل للموارد في اقل وقت ممكن، وبهذا فهي تسعى جاهدة للارتقاء من العمل المصرفي الإلكتروني عن طريق إدخالها لخدمات الكترونية بأحدث التقنيات المصرفية، وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمة المصرفية التي يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية وذلك من خلال معرفة آراء ووجهات نظر الزبائن المستفيدين حول مستوى تطوير الخدمات المقدمة إليهم، وقد تم عرضها من خلال فصلين نظريين وفصل تم تخصيصه لدراسة الحالة.

حيث تناول الفصل الأول إطار مفاهيمي ونظري لتكنولوجيا المعلومات التي تتمثل في مختلف المجالات المعرفية والتقنية التي تساعد على معالجة المعلومات بكفاءة ودقة مطلوبة في التحول بالاقتصاد نحو التقدم والتطور وهو ما زاد من أهميتها ونظرا لما توفره من تقنيات تكنولوجية متطورة جعلتها تحسن من تطوير وسرعة معالجة المعلومات.

أما الفصل الثاني فتضمن الخدمات المصرفية باعتبارها مجموعة من الأنشطة والعمليات التي تقدمها المصارف للزبائن من اجل إرضاء حاجاتهم المتعددة مما زاد بتنوع الخدمات المصرفية لمسايرة التقدم التكنولوجي، ومواصلة العمل المصرفي من خلال تحليل وتقييم دورة حياة الخدمة المصرفية ودعم مزاياها التنافسية على المدى الطويل لضمان استمرارية المصرف، ويتم ذلك بتطوير الخدمات المصرفية، فادى التطور في تكنولوجيا المعلومات وسرعة انتشار استخدام الانترنت على تحول نمط العمل المصرفي الكتروني بتقديم خدمات مصرفية الكترونية ذات فعالية أفضل.

أما الفصل الثالث الذي احتوى على دراسة تطبيقية لمدى استخدام تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية فتسعى البنوك جاهدة إلى تطوير خدماتها المصرفية من خلال إدخالها تقنيات وخدمات حديثة تضمن لها تقديمها بجودة عالية ودقة وسرعة في الأداء كما أنها تحقق رضا المتعاملين وتحول رضاهم إلى ولاء، والهدف من ذلك تحقيق استقرار البنك والمحافظة على مكانته المصرفية في ظل التغيرات الاقتصادية المستمرة في عولمة وانفتاح اقتصادي، وبفضل تكنولوجيا المعلومات التي قربت المواطن من البنوك أكثر فأكثر لذلك البنوك كانت ولا زالت تسعى لتوفير خدمات مصرفية ذات جودة والرفع من مستوى كفاءتها وتبسيط إجراءات سير عملها والارتقاء بمستويات أداء موظفيها بما يعكس على تحسين جودة الخدمات المصرفية وتطويرها وبالتالي جذب أكبر عدد من الزبائن وتحقيق احتياجاتهم مما يحقق لهم مستوى عال من الرضا.

نتائج الدراسة: من خلال هذا البحث توصلنا إلى جملة من النتائج:

- تعمل البنوك على تقديم خدمات مصرفية عديدة ومتنوعة من خلال قنوات توزيعية جديدة كالموزعات الآلية بمختلف أنواعها والمواقع الالكترونية.
- أدى استخدام تكنولوجيا المعلومات إلى تطوير الخدمة المصرفية.
- تسعى البنوك جاهدة إلى تحسين وترقية خدماتها المصرفية وهذا عن طريق توفير خدمات الكترونية سريعة تعتمد على تكنولوجيا متطورة كالعامل بالأجهزة الآلية
- يوفر المصرف مجموعة من الخدمات المصرفية الالكترونية والتي تعتمد بدرجة الأولى على تكنولوجيا المعلومات منها: الخدمات المصرفية عبر الصرافات الآلية، وهو تبعاً لذلك يوفر لعملائه عدد من البطاقات المصرفية التي تختلف خصائصها حسب حاجاتهم المختلفة.
- يقدم المصرف من خلال موقعه الالكتروني عدد من الخدمات الالكترونية في إطار ما يعرف بخدمة المصرف الالكتروني والذي يسمح للعملاء التواصل مع المصرف 24/24 ساعة و 7/7 أيام، ومن بين هذه الخدمات: خدمة الاطلاع على الرصيد، وكذا خدمة البريد الالكتروني والتي تتيح للعملاء إرسال الشكاوي والمقترحات.
- عملاء المصرف الفلاحة والتنمية الريفية وكالة قصر الشلالة راضون على مستوى تطوير الخدمة المصرفية بمختلف أبعادها (الاستجابة، الاعتمادية، الأمان/الثقة، الوصول).

التوصيات:

- عدم الاكتفاء بعدد محدود من الخدمات الالكترونية، حيث يجب على البنوك التوجه نحو الإيداع وتنويع الخدمات المصرفية وخلق قنوات توزيع جيدة لجلب عملاء جدد يمكنها من اكتساب ميزة تنافسية بين البنوك.
- تطوير البيئة التحتية للانترنت.
- الإكثار من أجهزة المراقبة على الصرافات الآلية والاهتمام بالأمن المعلوماتي أكثر نسبة للتحويلات الالكترونية من مخاطر القرصنة والسرقة.
- تحسين العملاء بمزايا الخدمات المصرفية الالكترونية وهذا من خلال تقديم تشجيعات من طرف المصارف لهدف المحافظة على العملاء الحاليين وجذب آخرين جدد.

الآفاق:

- نشير في الأخير إلى أن مجال البحث الواسع وعميق ويمكن دراسته من جوانب أخرى ولقد تبين لنا من خلال الخوض في هذا البحث بأن هناك جوانب هامة جدية بالدراسة والبحث ونقترحها لتكون إشكاليات بحوث ودراسات تام لان تنال حقها من الدراسة والتحليل في المستقبل وهي:
- دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الجزائرية.
- دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية.
- الاهتمام بالموارد البشري في البنوك باعتباره العقل المفكر والمبدع بالتشجيع والتحفيز.

وختاماً لبحثنا هذا يمكن القول إن الإحاطة بجميع جوانب الموضوع من غير الممكن، وذلك تبقى مجالات البحث مفتوحة أمام طلبة السنوات القادمة لإثرائه والتوسع في جوانبه المختلفة لأنه يظل في تطور دائم.



قائمة

المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً - الكتب:

1. إسماعيل إبراهيم عبد الباقي، إدارة البنوك التجارية، دار غيداء للنشر والتوزيع، سنة 2015.
2. خبابة عبد الله، الاقتصاد المصرفي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، سنة 2008.
3. دريد كامل شبيبت، إدارة بنوك معاصرة، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، سنة 2012.
4. سليمان مصطفى الدلاهمة، نظم المعلومات المحاسبية وتكنولوجيا المعلومات، طبعة الأولى، عمان الأردن، سنة 2008.
5. سونيا محمد البكري، إبراهيم سلطان، نظم المعلومات الإدارية، دار الجامعة للنشر، الإسكندرية، 2001.
6. طاهر لطرش، تقنيات البنوك، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، سنة 2001.
7. عبد المطلب عبد الحميد، بنوك شاملة عملياتها وإدارتها، الدار الجامعية طبع - نشر - توزيع، الإسكندرية، سنة 2001.
8. فضل محمد إبراهيم المحمودي، التسويق المصرفي، الطبعة الأولى، دار مركز جامعة العلوم والتكنولوجيا، صنعاء، سنة 2014.
9. فضيل فارس، التقنيات البنكية، الطبعة الأولى، دار الموساك رشيد، الجزائر العاصمة، سنة 2013.
10. كمال الدين مصطفى الدهراوي، نظم المعلومات المحاسبية في ظل تكنولوجيا المعلومات، المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية سنة 2008.
11. محمد محمود المكاوي، اقتصاديات نظم المعلومات، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، الإسكندرية سنة 2011.
12. محمود محمد أبوفرة، عبد العزيز حضري، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الانترنت، طبعة الثانية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، سنة 2012.
13. هاني الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة الخامسة، دار وائل للنشر، الجامعة الأردنية، سنة 2009.

ثانياً - المجلات:

1. بتول عبد علي غالي، دور تطوير خدمات مصرفية وخصائصها التسويقية في المصارف التجارية، مجلة المثنى للعلوم إدارية واقتصادية، جامعة القادسية، المجلد (7) العدد (4)، سنة 2017.

2. حمو محمد، إدارة تكنولوجيا المصرفية من أجل تحسين تنافسية بنوك، مع الإشارة إلى البنوك الجزائرية، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة شلف، العدد 16، سنة 2016.
3. رشيد بوعافية، آلية الدفع الإلكتروني باستعمال بطاقة الائتمان عبر شبكة الانترنت، مجلة الاقتصاد الحديدي، خميس مليانة، العدد 07، سنة 2012.
4. عرابة رابح، دور تكنولوجيا خدمات مصرفية الكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 08، سنة 2012.

ثالثاً -المذكرات:

1. بزخامي سليمة، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم تسيير، مستغانم، سنة 2015.
2. بلقاسمي مليكة، تكنولوجيا الإعلام والاتصال ودورها في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية، كلية علوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، البويرة، سنة 2014/2015.
3. بن أحمد لخضر، متطلبات تطوير وتحسين الخدمات المصرفية في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم تسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم تسيير، الجزائر العاصمة، سنة 2012.
4. بن مسعي ايمان، واقع تطبيق وسائل الدفع الالكترونية في بنوك تجارية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم تسيير، بسكرة، سنة 2016/2017.
5. بوتدارة صليحة، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير جامعة الجزائر، سنة 2016/2017.
6. حطاب أمال، أثر تطبيقات المعلومات والاتصالات على أداء المؤسسات الاقتصادية، مذكرة تخرج تدرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة مستغانم، سنة 2017/2018.
7. حمدوش آمنة، نظام المعلومات ودوره في تسيير المؤسسة الاقتصادية، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي، كلية العلوم التجارية الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة مستغانم، سنة 2015/2016.
8. حورية جنان، دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات مصرفية، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي علوم اقتصادية، كلية علوم اقتصادية وعلوم تجارية وعلوم تسيير، أم البواقي، سنة 2013.
9. رزيقة اهرار، واقع الخدمات المصرفية الالكترونية في الجزائر، مذكرة مقدمة لاستكمال شهادة ماستر أكاديمي في علوم تجارية، كلية علوم اقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، خميس مليانة سنة 2017/2018.

10. زايدي بشرى، الخدمات المصرفية الإلكترونية، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، أم البواقي، سنة 2016.
11. سارة مدفوني، أثر استخدام نظام المعلومات المحاسبي على جودة القوائم المالية في المؤسسة الإنتاجية، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، أم البواقي، سنة 2015/2014.
12. سحانين الميلود، مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في علوم اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سيدي بلعباس، سنة 2017/2016.
13. سماح شعيبور، وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، كلية علوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تبسة، سنة 2016/2015.
14. سميرة ناشي، أثر مساهمة تطبيق تكنولوجيا معلومات واتصال على رضا العميل المصرفي، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، كلية علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير، جامعة الوادي، سنة 2015/2014.
15. طويهري فاطمة، أثر استخدام المعلومات والاتصال على أداء الموارد البشرية في المؤسسة الجزائرية، مذكرة للحصول على شهادة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة وهران، سنة 2015/2014.
16. عاوي هند، المرصد الوطني لمجتمع المعلومات بالجزائر أطروحة نيل شهادة دكتوراه العلوم في علم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، سنة 2008/2007.
17. عليوش عبد المالك، أهمية الاتصال التسويقي في تحسين الخدمة المصرفية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في المسار العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بسكرة، سنة 2015.
18. عيشوش عبدو، تسويق خدمات مصرفية في بنوك إسلامية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية علوم اقتصادية وعلوم تسيير، باتنة سنة 2009.
19. فهد بوزيد، أثر تكنولوجيا المعلومات على استخدامات البنوك التجارية في ظل الاتجاهات المصرفية الحديثة، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، سنة 2016/2015.
20. كوثر ولجي، عمليات البنوك المختلفة، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، أم البواقي، سنة 2014.
21. مراد مرابط، أثر تكنولوجيا معلومات على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر، كلية علوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بسكرة، سنة 2015/ 2014.

22. مرمي مراد، أهمية نظم المعلومات الإدارية كأداة للتحليل البيئي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية جامعة سطيف، سنة 2010/2009.
23. معطي سيد أحمد، واقع وتأثير تكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير، كلية علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير، تلمسان، سنة 2011/2012.
24. مغربي إبراهيم، دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات البنكية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، سنة 2018/2019.
25. ناشف فاطمة، وسائل الدفع الإلكتروني في البنوك والمؤسسات المالية الجزائرية، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة مستغانم، سنة 2017/2018.
26. نوال هلو، دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمة المصرفية، بحث تكميلي مقدم لنيل درجة الماستر في تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، سنة 2012/2013.
27. واضح نعيمة، العوامل المؤثرة على اتخاذ قرار منح القروض البنكية للمؤسسات الاقتصادية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير تلمسان، سنة 2017.
28. ياسمين أعراب، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على جودة المعلومة المحاسبية، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، سنة 2015/2016.

المخلص:

يمر العالم بتغيرات كبيرة في شتى المجالات ويعد التقدم التكنولوجي من أسباب التطور والتقدم لما تشهده الثورة العلمية والرقمية للوسائل والتقنيات الحديثة التي أدت إلى تحول الاقتصاد نحو السرعة في تداول ونقل المعلومات بين مختلف الأطراف، وقد ساهم هذا التطور في إحداث تغيير جذري للأعمال ومنها العمل المصرفي.

فقد سعى كل مصرف إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات المتطورة والاستفادة بما تقدمه من الانجازات والأدوات الجديدة لتطوير خدماته والتي هي أساس العمل بالتحول نحو خدمات مصرفية إلكترونية وهو التوجه الحديث للمصارف للارتقاء بالخدمات المصرفية وتطويرها لتلبية احتياجات العملاء وزيادة تنافسية المصرف.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا، المعلومات، الخدمة المصرفية، تطوير الخدمة

المصرفية.

Résume:

Aujourd'hui, le monde est devant un grand changement dans tous les domaines grâce au développement technologique qui lui pousse vers une véritable révolution et que le développement rapide de l'économie et la facilité des communications est l'un de ses conséquences.

Bien que ce développement agît avec des changements radicaux aux trafique commerciales comme celles, qui concernes les services des banques le point de départ était toujours la technologie des informations et les nouveaux utiles ces derniers ont créer un milieu de compétition entre les banques résultant tout dans le bénéfice des clients.

Les mots clés: technologie, informations, services des banques, développement, services des banques