

Dirassat & Abhath
The Arabic Journal of Human
and Social Sciences



مجلة دراسات وأبحاث
المجلة العربية في العلوم الإنسانية
والاجتماعية

EISSN: 2253-0363
ISSN : 1112-9751

فعالية وكفاءة نظام المعلومات البنكي في الرفع من جودة الخدمات المصرفية -
دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري (CPA) - ولاية الجزائر

**The Effectiveness and Efficiency of Banking Information Systems in Raising
the Quality of Banking Services - A Case Study of the Popular Algerian Loan-
Wilaya of Algiers**

لخلف فاطمة الزهراء fatima zohra lakhlef 1 ، معين السيد أمين 2 Amine muin sayed

1 جامعة الجزائر3

University of Algiers 3, Faculty of Economic, Department of Commercial Sciences.
Lakhlef.fatimazohra@univ-alger3.dz.

2 جامعة الجزائر3

University of Algiers 3, Faculty of Economic, Department of Commercial Sciences.
Muinsayed.amine@univ-alger3.dz

المؤلف المرسل: لخلف فاطمة الزهراء fatima zohra lakhlef :fatima zohra lakhlef@univ-alger3.dz.

تاريخ القبول: 2021-09-24

تاريخ الاستلام: 2021-04-19

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة نظام المعلومات البنكي في الرفع من جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف القرض الشعبي الجزائري- ولاية الجزائر- ولتحقيق أهداف الدراسة تم توزيع قائمتي استبيان على بعض موظفي وعملاء البنك محل الدراسة، فبالنسبة لعينة الموظفين تم تصميم قائمة استبيان لقياس فعالية وكفاءة هذا النظام، أما عينة العملاء فتم تصميم قائمة أخرى وزعت عليهم لقياس أبعاد جودة الخدمة المصرفية، وقد استرجع وخضع للتحليل 43 استبانة خاصة بالموظفين و 100 استبانة خاصة بالعملاء، ومن أبرز النتائج المتوصل إليها أن جودة الخدمات المقدمة من طرف البنك محل الدراسة كانت مرضية لزيائن العينة وفي مستوى توقعاتهم، وأن نظام المعلومات البنكي يزيد من جودة الخدمات المصرفية في البنك محل الدراسة بشكل كبير، أي هناك علاقة موجبة بينهما. ومنه يتبين أهمية وجود نظام المعلومات للرفع والتحسين من جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنك محل الدراسة.

الكلمات المفتاحية: نظام المعلومات البنكي؛ الخدمة المصرفية؛ جودة الخدمة المصرفية؛ القرض الشعبي الجزائري.

Abstract:

This study aims to know the extent of the banking information system's contribution to raising the quality of banking services provided by the Popular Algerian Loan - wilaya of Algiers, two questionnaire lists have been distributed to some of the bank's employees and clients, for the sample of employees a questionnaire list was designed to measure The effectiveness and efficiency of this system. As for the customer sample, another list was distributed to measure the dimensions of the quality of service, and 43 employee questionnaires and 100 customer questionnaires were retrieved and analyzed. Among the most prominent results reached is that the quality of services provided by the bank under study was satisfactory to customers, and that the banking information system increases the quality of banking services in the bank under study significantly.

Keywords: Banking information system; Banking service; Quality of banking service; The Popular Algerian Loan .

مقدمة:

وباعتبار البنك مؤسسة مالية تقوم بعمليات مصرفية متنوعة (سحب- إيداع- تحويل)، فإنه يعتمد بدرجة كبيرة على نظام المعلومات البنكي الذي يعتبر مجموعة مترابطة من الموارد المادية والبشرية والبرمجيات التي تعمل معا بطريقة متكاملة لتجميع وتخزين ومعالجة البيانات المصرفية وتحويلها إلى معلومات تساعد في عملية اتخاذ القرار.

- يشهد هذا العصر تطورات هائلة في نظام المعلومات، نتيجة للتقدم العلمي وتطور وسائل الإعلام والاتصال وظهور تكنولوجيا حديثة، إذ أصبحت المؤسسات المالية كمختلف المؤسسات الأخرى تسعى جاهدة على استعمال نظام المعلومات وتطويره بما يتلائم مع طبيعة نشاطاتها المختلفة.

المحور الأول: الدراسة النظرية للبحث:

سنحاول التطرق لأدبيات الدراسة من خلال طرح نظري مختصر لنظام المعلومات البنكي والخدمة المصرفية وجودة الخدمة المصرفية.

أولاً- نظام المعلومات البنكي الكفاء والفعال:**1- مفهوم نظام المعلومات البنكي:**

لقد تعددت وتنوعت التعاريف المتعلقة بنظام المعلومات البنكي، سنذكر منها:

يعرف نظام المعلومات البنكي بأنه: "مجموعة من العاملين والإجراءات والموارد التي تقوم بتجميع البيانات ومعالجتها ونقلها لتتحول إلى معلومات مفيدة وإيصالها إلى المستخدمين بالشكل الملائم والوقت المناسب من أجل مساعدتهم في أداء الوظائف المسندة إليهم"¹.

كما عرفه Reix بأنه: "مجموعة منظمة من الموارد المادية والبشرية والبرامج والبيانات والطرق التي تسمح بجمع ومعالجة وتخزين وإيصال المعلومات على أشكال مختلفة"².

ومن التعريفين السابقين يمكن استنتاج أنه: "نظام متكامل من العنصر البشري والأجهزة والمعدات والبرمجيات وقاعدة بيانات وشبكات الاتصال والإجراءات....، يضمن تقديم معلومات دقيقة في الوقت المناسب لدعم عمليات اتخاذ القرارات في البنك". أو بعبارة أخرى يمكن القول أن:

أ/- نظام المعلومات البنكي يتكون من مختلف الموارد :

- **الأجهزة والمعدات:** وتشمل الحاسبات ووسائل التخزين الثانوية أو المساعدة وأجهزة الاتصالات.

- **البرمجيات:** ويمكن تقسيمها إلى برمجيات نظم وتختص بعمليات التشغيل الآسامي للحاسبات وبرمجيات التطبيقات والتي تكون موجهة لإنجاز مجموعة من الوظائف.

- **العنصر البشري:** يعتبر من الأجزاء المهمة ويضم كل من محلي ومصممي النظم والقائمين على تطويرها وواضعي البرامج، بالإضافة إلى المسؤولين عن جمع وحصر وإعداد البيانات في شكل مدخلات والمشرفين على توجيه النشاطات

ومما لا شك فيه أن البنوك بمختلف أنواعها تواجه تحديات كبرى في ظل اشتداد المنافسة في القطاع المصرفي، مما جعلها تهتم بالدرجة الأولى بالحفاظ على عملائها وجذب عملاء جدد، من خلال العمل على تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة لتلبية احتياجاتهم بما يتناسب مع توقعاتهم وتحقيق رضاهم ونيل ولائهم. وهذا يتحقق بالاعتماد على نظام معلومات بنكي كفاء. وهذا ما سنحاول توضيحه من خلال الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

➤ ما مدى مساهمة نظام المعلومات البنكي في الرفع**من جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف****القرض الشعبي الجزائري؟.****➤ فرضيات الدراسة:** استهدفت الدراسة اختبار

الفرضيتين التاليتين:

- نظام المعلومات البنكي يساهم بشكل فعال في الرفع والتحسين من جودة الخدمة المصرفية.

- تقييم زبائن البنك محل الدراسة لجودة الخدمات البنكية المقدمة لهم كان تقييماً إيجابياً.

➤ أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى:

- التعرف على نظام المعلومات البنكي باعتباره موضوعاً حيويًا وهامًا.

- توضيح العلاقة الموجودة بين نظام المعلومات البنكي وجودة الخدمات المصرفية.

➤ أهمية الدراسة: تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها:

توضح أهمية نظم المعلومات البنكية في المؤسسات المصرفية لتحسين جودة خدماتها.

➤ المنهج المتبع: بغية الوصول إلى الأهداف المرجوة

من البحث وللإجابة على التساؤلات المطروحة، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، بالإضافة إلى

الأسلوب المكتبي في البحث وجمع المعلومات من خلال استغلال مجموعة من الكتب والمراجع والبحوث التي لها صلة بموضوعنا هذا، كما ارتأينا

إلى استخدام الإستبانة وتحليلها للإجابة على تساؤلات الدراسة والتأكد من صحة الفرضيتين.

- **القبول:** ويقصد به تمتع النظام بالقبول من قبل المستفيدين منه ويشار إلى عدم إمكانية استمرار ونجاح النظام دون تعاون من قبل الأطراف المستفيدة والتي تدير نظام المعلومات، ومنه يجب على مصممي النظام أن يدعوا مستخدميه إلى المشاركة في تصميمه لأنهم هم المطالبون بتشغيله، فالعمل على إيجاد نظام يتميز بالكفاءة والمرونة والبساطة والموثوقية يتطلب السعي لتحقيق النظام القبول من طرف مستخدميه، لأن الأفراد يلعبون الدور الأساسي في إنجاح أو إفشال نظام المعلومات لذلك يجب اللجوء إلى أسلوب الإقناع بأهمية النظام.

- **الاقتصادية:** قد ترغب المنظمات في إدخال نظام المعلومات إلا أنه قبل توفيره يجب دراسة التكلفة المادية والمستلزمات التقنية والبشرية والعملية لإيجاد نظام المعلومات، فالنظام الذي يتميز بالكفاءة ليس الذي يحقق أهدافه فقط وإنما هو النظام الذي يحقق الهدف بأقل تكلفة بالنظر للعائد.

ثانيا- مفاهيم أساسية حول الخدمة المصرفية:

1- مفهوم الخدمة والخدمة المصرفية:

إن مفهوم الخدمة المصرفية لا يختلف كثيرا عن مفهوم الخدمة بصفة عامة والتي عرفت الجسمية الأمريكية للتسويق: على أنها عبارة عن الأنشطة أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تقدم مرتبطة مع السلع المباعة⁴.

وعرفت أيضا أنها كل عمل أو انجاز يمكن لطرف أن يقدمه لطرف آخر، يكون أساسا غير ملموس ولا ينتج عنه تملك لأي شيء، وقد يرتبط تقديمه بمنتج مادي⁵.

أما الخدمة المصرفية، فعرفت على أنها: مجموعة أنشطة تتعلق بتحقيق منافع معينة للعميل سواء كان بمقابل مادي أو بدون⁶، فقد يقدم البنك أحيانا خدمات مجانية بدون مقابل إلى عملائه.

وعرفت أيضا أنها: نشاط أو منفعة يقدمها البنك لطرف آخر ولا يترتب على تقديمها أي نوع من أنواع الملكية، وهناك من يعرفها بأنها ذلك النشاط غير الملموس الذي يقدمه البنك ويهدف إلى إشباع حاجات ورغبات العميل⁷.

ومن التعاريف السابقة يمكن استنتاج أن الخدمة المصرفية هي مجموعة الأنشطة والعمليات التي يقوم بها المصرف

الفنية والإدارية بأفضل استغلال ممكن لإمكانيات الحاسبات ونظمها للوفاء بالأهداف المطلوب تحقيقها، كما يتضمن المستخدمين النهائيين للنظام.

- **قاعدة البيانات:** تعرف قاعدة البيانات بأنها تمثيل معلوماتي لمعلومة حول موضوع معين³، فهي المخزن والوعاء الذي يحتوي على البيانات التي تصف كل العمليات والأحداث الجارية في المؤسسة والتي يمكن استرجاعها وتحديثها.

- **شبكات الاتصال:** والتي تتمثل في كل الأجهزة المتصلة بوسائط الاتصالات.

ب/- نظام المعلومات البنكي يعمل على توفير المعلومات الدقيقة لدعم عملية اتخاذ القرارات.

ج/- نظام المعلومات البنكي يهدف إلى مساعدة مختلف الوظائف الإدارية من تنظيم، تخطيط، رقابة...

2- معايير كفاءة وفعالية نظام المعلومات البنكي:

لكي نقول عن نظام المعلومات في البنك أنه كفاء يجب أن تتوفر فيه الشروط التالية:

- **البساطة:** يتميز نظام المعلومات الناجح بالبساطة والبساطة في كل مراحله من الحصول على المعلومات إلى معالجتها وتوصيلها إلى المستفيدين منها. فاستخدام نظام معلومات معقد يصعب فهمه والتعامل معه وتشغيله والاستفادة منه فهذا التعقيد قد يسبب فشل النظام وعدم تحقيق أهدافه.

- **المرونة:** تعتبر المرونة في التصميم والقابلية للتغيير من صفات النظام الناجح للمعلومات وذلك للتكيف مع التغيرات المتوقعة في بيئة النظام والتغير المستمر في التكنولوجيا الموجودة في محيط المؤسسة والتعايش مع الظروف الاستثنائية.

- **الاعتمادية أو الموثوقية:** يجب أن تتمتع مخرجات النظام بالموثوقية للاستفادة منها في اتخاذ القرارات وتلبية حاجيات المستفيدين من المعلومات.

الأولى التي يواجهها أي مصرف، حيث تدفعه إلى محاولة التميز عن المنافسين بإنتاج خدمات ذات جودة عالية.

- أهمية عنصر الثقة في المصرف: نظرا لحساسية التعامل في الأموال، فإن خسارة المصرف في أحد العمليات المالية قد تنشأ تخوفا لدى الزبائن، الأمر الذي يؤدي إلى عجز المصرف عن توفير السيولة اللازمة لمواجهة حركة السحب غير العادية الناتجة عن تخوف الزبائن وتحولهم إلى مصارف أخرى، كما أن عجز المصرف عن تحقيق الإيرادات والأرباح المناسبة قد يؤدي إلى اهتزاز صورة المصرف ونقص الثقة لدى الزبائن.

- الاعتماد على التوزيع المباشر: لا يستطيع المصرف إنتاج الخدمة مركزيا ثم توزيعها بواسطة قنوات توزيع كما هو الحال بالنسبة للسلع المادية، ولكن المصرف يقدم خدماته مباشرة عن طريق فروع المنتشرة لتلبية رغبات الزبائن ويكون قريبا منهم.

- عدم تجانس الخدمة المصرفية: الخدمات البنكية لا تأخذ شكلا نمطيا محددًا حيث تختلف طريقة تقديم الخدمة ودرجة تفاعل موظف البنك من زبون لآخر.¹³

- مشبعة لرغبات الزبائن: يتعين أن تكون الخدمات التي يقدمها المصرف خدمات كاملة الإشباع، أي أن ترضي الزبون تماما ولا تدع لديه مجال أو نقص في الإشباع، وذلك حتى لا يدفعه للبحث عن مصرف آخر يقدم الخدمات المصرفية التي يحتاج إليها بصورة أفضل.

ثالثا- ماهية جودة الخدمة المصرفية:

1- تعريف جودة الخدمة المصرفية:

لقد أصبحت جودة الخدمة المصرفية تعتبر المحدد الرئيسي لرضا العملاء وعنصرا حاسما في معرفة المركز التنافسي وما سيتبعه من الحصة السوقية والأرباح للمصرف، وبالتالي أصبحت الجودة تحتل مركز الصدارة من بين اهتمامات المصارف، وقد تعددت تعريفات الباحثين لجودة الخدمة المصرفية كل حسب وجهة نظره ومن أهم هذه التعريفات نذكر:

والتي تشكل مصدرا لإشباع حاجات الزبون ورغباته المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية كما تمثل مصدرا للربح بالنسبة للمصرف وهذا من خلال علاقتهما المتبادلة.

2- خصائص الخدمة المصرفية:

نظام تقديم الخدمة المصرفية على درجة عالية من الخصوصية: إذ تتطلب طبيعة الخدمة المصرفية درجة عالية من السرعة في التعامل والمحافظة على الأسرار المالية للزبائن، كما تحتاج لتفاعل شخصي بين الزبون والمصرف لنجاح العملية المصرفية، أي لا مجال هنا للوسطاء.⁸

- **اللاملموسية:** أي أن الخدمة المصرفية غير ملموسة بمعنى ليس لها وجود مادي، وبالتالي فالمستهلك النهائي لها لا يستطيع رؤيتها أو لمسها أو تذوقها....أما من جهة المنتج لها فلا يمكنه تخزينها أو تجزئتها⁹، وبناء على ذلك فهي تنتج وتوزع في آن واحد.

- **الاعتماد على الودائع:** تعتمد المصارف على الودائع في تأدية جميع خدماتها المصرفية والتي تمثل المصدر الأساسي لتمويل المصارف، وتحقيق الأرباح للمصرف.

- **التلازمية (التكاملية):** تكتسي الخدمة المصرفية الصفة التلازمية، أي إنتاجها وتوزيعها (استهلاكها) متزامنان¹⁰، تنتج وتوزع في آن واحد، ولا يمكن الفصل بينها وبين الشخص الذي يقدمها.

- **التشتت الجغرافي:** ليس هناك حدود جغرافية للمطالب والاحتياجات المصرفية للعملاء، فهناك طلب محلي موزع على أماكن جغرافية متفرقة داخل أي بلد، وهناك طلب خارجي يتمثل في الطلب على التحويلات المصرفية بين الدول وبعضها، واستخدام بطاقات الإئتمان المصرفية خارج حدود الدول المصدرة لها.¹¹

- **المسؤولية الائتمانية:** ان من أولى أولويات أي مصرف سواء كان تجاريا أو غير تجاري هو حماية ودائع زبائنه والمحافظة على السرية المصرفية للزبائن وعدم إفشاء أسرارهم، مما يزيد من ثقة الزبائن في المصارف التي يتعاملون معها¹²

- **تشابه ما تقدمه المصارف من خدمات:** تتشابه الخدمات التي تقدمها المصارف ، وهذا ما يشكل المشكلة التسويقية

- توفير المصرف لصراف آلي يقدم خدمات متعددة.
- دقة الحسابات والملفات وعدم حدوث الأخطاء.
- **الاستجابة:** وهي القدرة على التعامل الفعال مع كل متطلبات الزبائن، والاستجابة لشكواهم والعمل على حلها بسرعة وكفاءة بما يقنعهم بأنهم محل تقدير واحترام من قبل المصرف الذي يتعاملون معه.
- **القدرة والمهارة في أداء الخدمة:** امتلاك العاملين للمعارف والمهارات التي تمكنهم من إتقان مهامهم وتحقيق الأداء السليم للخدمة.
- **سهولة الوصول إلى الخدمة:** وتعني مدى توافق الخدمة من حيث الزمان والمكان اللذين فيهما الزبون، وبأن يحصل عليها دون انتظارها.
- **التعاطف مع الزبائن:** هذا البعد يشير إلى المودة والإحترام بين مقدم الخدمة وزبون المصرف، والتي ينبغي إبرازها خلال التفاعل المتبادل.
- **الإتصال:** قدرة المصرف بتزويد الزبون بكل المعلومات الضرورية حول طبيعة الخدمة المقدمة، من حيث الخطوات والإجراءات اللازمة للحصول على الخدمة، ويكون هذا باللغة التي يفهمها.
- **المصداقية:** توفر الثقة والسمعة الجيدة للمصرف.
- **الأمان:** خلو المعاملات مع المصرف من الشك والمخاطرة وتعامل المصرف بسرية مع المعلومات المتعلقة بالزبائن، مما يجعله في ارتياح في معاملاته مع المصرف وموظفيه.
- **درجة فهم المصرف للزبون:** الجهد المبذول للتعرف على احتياجات الزبون ورغباته.
- **التسهيلات المادية:** بمعنى توفير التسهيلات المادية اللازمة لأداء الخدمة، وكافة النواحي الملموسة في الخدمة ذاتها والمتمثلة في الوسائل والمعدات المستخدمة في أداء الخدمة، المظهر المناسب للعاملين بالمصرف، التنظيم الداخلي للمصرف وجاذبية المباني.
- عرفها Kolter بأنها: "إحدى الإستراتيجيات التنافسية المتميزة في مجال الخدمات المصرفية من أجل ضمان مستوى أفضل"¹⁴
- كما عرفت بأنها: "القدرة على إنتاج أو تقديم خدمات مصرفية تكون قادرة على الوفاء بحاجات المستهلكين والعملاء، أي القدرة على تحقيق رغبات المستهلك بالشكل الذي يتطابق مع توقعاته ويحقق رضاه التام عن السلعة أو الخدمة المصرفية التي تقدم له"¹⁵.
- وعرفت أيضا على أنها: "التفوق على توقعات الزبون"¹⁶، أي أن البنك يتفوق في خدماته التي يؤذيها فعليا على مستوى التوقعات التي يحملها الزبون اتجاه هذه الخدمات.
- فجودة الخدمة المصرفية ترتبط وتعتمد على احتياجات وتوقعات العملاء، فإذا تم تقديم خدمة تتفق مع احتياجات وتوقعات العملاء أو تتفوق عليها قيل أن الخدمة تتصف بالجودة"¹⁷.
- ومن التعاريف السابقة يمكن استنتاج أن جودة الخدمة المصرفية هي قدرة المصرف على إرضاء زبائنه من خلال تقديمه لخدمات تلي احتياجاته وتتماشى مع توقعاته.
- 2- أبعاد جودة الخدمة المصرفية:**
- تعد دراسة أبعاد جودة الخدمة التي يعتمد عليها الزبائن في تقييمهم لجودة الخدمة المقدمة لهم من أهم الأساليب للوصول إلى فهم جوهر الخدمة، ولقد اختلفت الآراء حول ماهية هذه الأبعاد وعددها، ولهذا سنتطرق لأهم ما توصل إليه بعض الباحثين وهي عشرة أبعاد:
- **الاعتمادية:** قدرة المصرف على تقديم الخدمة المطلوبة بمستوى ثابت من الجودة بدقة وبأداء صحيح من أول مرة كما يتوقعها الزبون، وهذا يتضمن:
- الوفاء بالوعد المقدمة لإنجاز الخدمة المصرفية.
- تقديم الخدمة بالشكل الصحيح وفي الوقت المحدد لها.
- صدق المعلومات التي يقدمها المصرف للزبائن من خلال الموظفين أو الإعلان.....

بتحليل أبعاد جودة الخدمة المصرفية حسب آراء زبائن البنك.

4- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

لتحليل محاور الاستبيان والوصول إلى النتائج واختبار الفرضية، قمنا باستخدام بعض الأساليب الإحصائية: التكرارات والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية واستخدام مقياس ليكرت ذو خمس درجات لتقييم إجابات العملاء، حيث تم إعطاء رقم لكل درجة لتسهيل المعالجة وهي كالتالي: موافق بشدة (5)، موافق (4)، محايد (3)، غير موافق (2)، غير موافق بشدة (1). وبعد الحصول على مجموعة من النتائج الإحصائية والتي من ضمنها المتوسط الحسابي لمختلف العبارات وجب تحديد درجة الموافقة على أساس مقياس ليكرت الموضح في الجدول رقم (1).

الجدول رقم (1): درجة الموافقة على أساس مقياس ليكرت

الترتيب	الاستجابة	المتوسط الحسابي
1	غير موافق بشدة	من 1 إلى 1,79
2	غير موافق	من 1,8 إلى 2,59
3	محايد	من 2,6 إلى 3,39
4	موافق	من 3,4 إلى 4,19
5	موافق بشدة	من 4,2 إلى 5

المصدر: من إعداد الباحث.

المحور الثاني: الدراسة الميدانية للبحث:

حتى تتمكن من معرفة مدى فعالية نظام المعلومات البنكي في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنك ومستوى هذه الجودة، قمنا بإسقاط الدراسة النظرية على القرض الشعبي الجزائري (CPA) لولاية الجزائر.

أولاً- عرض الدراسة:

للإجابة على التساؤل المطروح والتحقق من صحة الفرضيتين، تم القيام بدراسة ميدانية من خلال تصميم استمارتي استبيان تتناسب مع أغراض الدراسة وتتوافق مع الفئة المستهدفة.

1- مجتمع وعينة البحث:

تم إجراء الدراسة الميدانية على مستوى القرض الشعبي الجزائري (CPA) - مجموعة من وكالات ولاية الجزائر- في شهر أكتوبر 2019، وتتكون عينة الدراسة من بعض موظفي هذه الوكالات والذي بلغ عددهم 43 موظف، بالإضافة إلى 100 فرد من عملاء نفس الوكالات.

2- منهجية الدراسة الميدانية:

لغرض الإجابة على التساؤل الرئيسي والتحقق من صحة الفرضيتين، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وعلى أسلوب دراسة حالة.

3- أداة الدراسة:

تم الاعتماد بصفة أساسية على استمارتي استبيان نظرا لملائمتها لتحقيق الهدف الرئيسي من الدراسة: الإستمارة الأولى كانت موجهة لبعض موظفي وكالات القرض الشعبي الجزائري لولاية الجزائر، تم توزيع 48 استبيان وبلغ عدد الإستمارات المسترجعة 43 استمارة قابلة للتحليل، بحيث قسمت إلى ثلاث محاور: المحور الأول متعلق بالبيانات الشخصية: المحور الثاني متعلق بكفاءة نظام المعلومات في البنك محل الدراسة؛ أما المحور الثالث متعلق بنظام المعلومات البنكي ودوره في تحسين جودة الخدمات المقدمة من طرف البنك محل الدراسة؛ أما الإستمارة الثانية فكانت موجهة إلى عملاء البنك محل الدراسة، تم توزيعها على 122 مفردة وقد تم استرجاع 100 استمارة قابلة للتحليل، وقسمت إلى محورين: المحور الأول متعلق بالبيانات الشخصية، أما المحور الثاني متعلق

المعلومات في البنك كاف بل يجب تغييره كلياً بنظام معلومات جديد.

3-1-1- التجهيزات والمعدات اللازمة لنظام المعلومات متوفرة في البنك بشكل كاف أم لا؟
الجدول رقم (3-1-1): مدى توفر التجهيزات والمعدات اللازمة لنظام المعلومات البنكي.

النسبة	التكرار	الاختيار
23%	10	كاف
77%	33	متوسط
0%	0	قليل
100%	43	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

يعتقد 23% من المستجوبين أن التجهيزات والمعدات اللازمة لعمل نظام المعلومات متوفرة في البنك بشكل كاف، بينما يرى 77% من المستجوبين أن تجهيزات ومعدات نظام المعلومات في البنك متوفرة بشكل متوسط، وهذا ما هو موضح في الجدول رقم (3-1-1).

4-1-1- تتوفر البرامج المناسبة لتشغيل نظام المعلومات في البنك بشكل كبير أو متوسط أو صغير؟

الجدول رقم (4-1-1): مدى توفر البرامج المناسبة لتشغيل نظام المعلومات في البنك

النسبة	التكرار	الاختيار
12%	5	كبير
88%	38	متوسط
0%	0	قليل
100%	43	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث.

حسب الجدول رقم (4-1-1) أجاب 12% من أفراد العينة بأنه تتوفر برامج مناسبة لتشغيل نظام المعلومات في البنك بشكل كبير بينما يرى 88% أن البرامج المستعملة في تشغيل نظام المعلومات متوفرة بشكل متوسط.

5-1-1- هل يتميز نظام المعلومات البنكي بالتعقيد؟

ثانياً- نتائج الدراسة:

يتناول هذا الجزء عرض وتحليل ومناقشة البيانات الميدانية التي تم جمعها من خلال استمارتي الاستبيان.

1- تحليل محاور الاستبيان الخاص بموظفي البنك:

1-1-1- تحليل محور كفاءة نظام المعلومات في البنك:

1-1-1- هل يوجد على مستوى بنكم نظاما للمعلومات

الجدول رقم (1-1-1): وجود نظام معلومات في البنك

النسبة	التكرار	الاختيار
100%	43	نعم
0%	0	لا
100%	43	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث.

أجاب 100% من أفراد العينة أن لدى البنك الذي يعملون به نظام للمعلومات وهذا على مستوى الوكالات البنكية محل الدراسة، والنتائج المتحصل عليها موضحة في الجدول رقم (1-1-1).

2-1-1- ما رأيك في نظام المعلومات الموجود حالياً في البنك؟

الجدول رقم (2-1-1): تقييم نظام المعلومات الموجود حالياً في البنك

النسبة	التكرار	الاختيار
5%	2	جيد ويجب إبقاؤه
88%	38	يحتاج إلى تحسين وتطوير
7%	3	يجب تغييره بنظام معلومات جديد
100%	43	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث.

من الجدول رقم (2-1-1) نلاحظ أن 5% من أفراد العينة يعتقدون أن نظام المعلومات الحالي في البنك جيد ويجب إبقاؤه، بينما يعتقد 88% منها أن نظام المعلومات الموجود حالياً يجب تحسينه وتطويره ولا يجب تغييره كلياً، أما 7% من المستجوبين فلا يعتقدون أن مجرد تحسين وتطوير نظام

من الجدول رقم (7-1-1) نلاحظ أن 56% من الذين أجابوا بنعم يعتقدون أن التدريب المقدم لهم كاف، أما 44% منهم يعتقدون أن التدريب غير كاف ويحتاجون للمزيد من التدريب.

8-1-1- هل يعمل نظام المعلومات على تجنب الأخطاء؟

الجدول رقم (8-1-1): مساهمة نظام المعلومات البنكي في تجنب الأخطاء

الاختبار	التكرار	النسبة
نعم	38	88%
لا	5	12%
المجموع	43	100%

المصدر: من إعداد الباحث

من الجدول رقم (8-1-1) يرى 88% من المستجوبين أن نظام المعلومات يساعد على تجنب الأخطاء، من خلال تنبيه المستخدم في حالة ارتكابه لأخطاء إما بظهور لوحات توضيحية توجه المستخدم أو عدم استجابة النظام، أما 12% يعتقدون أن نظام المعلومات لا يساعد على تجنب الأخطاء.

9-1-1- هل يصاب نظام المعلومات بأعطاب توقف العمل

الجدول رقم (9-1-1): إصابة نظام المعلومات بأعطاب

الاختبار	التكرار	النسبة
غالباً	0	0%
ناذراً	43	100%
أحياناً	0	0%
أبداً	0	0%
المجموع	43	100%

المصدر: من إعداد الباحث

من خلال الجدول رقم (9-1-1) أجاب 100% من المستجوبين أن نظام المعلومات في البنك يصاب بأعطاب توقف العمل وهذا في حالات نادرة، وفي حال حدوث أي عطل في النظام يتم الاستعانة بمهندس مختص لمعالجة المشكل.

الجدول رقم (5-1-1): تعقيد نظام المعلومات البنكي

الاختبار	التكرار	النسبة
نعم	11	26%
لا	32	74%
المجموع	43	100%

المصدر: من إعداد الباحث

يرى 74% من المستجوبين أن نظام المعلومات في البنك بسيط ولا يتميز بالتعقيد، وهذا ما هو موضح في الجدول رقم (5-1-1).

6-1-1- هل يوفر البنك التدريب على استخدام نظام المعلومات؟

الجدول رقم (6-1-1): توفير البنك التدريب على استخدام نظام المعلومات

الاختبار	التكرار	النسبة
نعم	29	67%
لا	14	33%
المجموع	43	100%

المصدر: من إعداد الباحث

في الجدول رقم (6-1-1) أجاب 67% من أفراد العينة بأن البنك يوفر لهم التدريب على نظام المعلومات وهي نسبة لا بأس بها إلا أنه يجب توسيع نطاق التدريب ليشمل البقية. 7-1-1- إذا كانت الإجابة بنعم، هل تعتقد أن التدريب كاف أم لا؟

الجدول رقم (7-1-1): مدى كفاية التدريب على استخدام نظام المعلومات البنكي.

الاختبار	التكرار	النسبة
كاف	16	56%
غير كاف	13	44%
المجموع	29	100%

المصدر: من إعداد الباحث

الجدول رقم (1-2-3): مساهمة نظام المعلومات البنكي في سرعة العمليات

الاختبار	التكرار	النسبة
كبير	39	91%
متوسط	4	9%
صغير	0	0%
المجموع	43	100%

المصدر: من إعداد الباحث.

يرى 91% من عينة البحث أن نظام المعلومات يزيد من سرعة القيام بالعمليات بشكل كبير، كما يرى 9% أن نظام المعلومات يزيد من سرعة القيام بالعمليات بشكل متوسط، مما يبين أهمية نظام المعلومات في زيادة سرعة العمليات المصرفية، والنتائج الموضحة مدونة في الجدول رقم (1-2-3).
4-2-1- يسهل نظام المعلومات من عملية التنسيق والاتصال في البنك بشكل كبير أو متوسط أو صغير؟

الجدول رقم (1-2-4): مدى تسهيل نظام المعلومات البنكي عملية الاتصال والتنسيق

الاختبار	التكرار	النسبة
كبير	35	81%
متوسط	8	19%
صغير	0	0%
المجموع	43	100%

المصدر: من إعداد الباحث.

من خلال الجدول رقم (1-2-4) نلاحظ أن 81% من المستجوبين يرون أن نظام المعلومات يساعد على عملية التنسيق والاتصال بشكل كبير، وهذا يدل على أن نظام المعلومات يسهل على البنك عملية التواصل مع عملائه.
5-2-1- هل نظام المعلومات يوفر الأمن والسرية الكافية للمعلومات؟

2-1- تحليل محور نظام المعلومات البنكي ودوره في تحسين جودة الخدمة المصرفية:

1-2-1- هل يوفر النظام معلومات دقيقة بشكل كبير أو متوسط أو صغير؟

الجدول رقم (1-2-1): مدى دقة المعلومات التي يوفرها نظام المعلومات البنكي.

الاختبار	التكرار	النسبة
كبير	12	28%
متوسط	31	72%
صغير	0	0%
المجموع	43	100%

المصدر: من إعداد الباحث

من الجدول رقم (1-2-1) نلاحظ أن 28% من أفراد العينة أجابوا بأن نظام المعلومات يقدم معلومات دقيقة بشكل كبير، بينما يعتقد 72% من أفراد العينة أن نظام المعلومات يوفر معلومات دقيقة بشكل متوسط.

2-2-1- هل يوفر النظام المعلومات في الوقت المناسب؟

الجدول رقم (1-2-2): توفير النظام للمعلومة في الوقت المناسب

الاختبار	التكرار	النسبة
نعم	36	84%
لا	7	16%
المجموع	43	100%

المصدر: من إعداد الباحث

في الجدول رقم (1-2-2) أجاب 84% من أفراد العينة أن نظام المعلومات يوفر المعلومات في الوقت المناسب، بينما يعتقد 16% من أفراد العينة أن نظام المعلومات لا يوفر المعلومات في الوقت المناسب.

3-2-1- نظام المعلومات يزيد من سرعة القيام بالعمليات المصرفية بشكل كبير أو متوسط أو صغير؟

أجاب 93% من أفراد العينة أن الهدف الأساسي من وجود نظام المعلومات في البنك هو تحسين مستوى الخدمة المقدمة، بينما يعتقد 7% من المستجوبين أن الهدف الأساسي من وجود نظام المعلومات هو ربط العملاء بالبنك، والنتائج موضحة في الجدول رقم (7-2-1).

8-2-1- يزيد نظام المعلومات من جودة الخدمات المصرفية بشكل كبير أو متوسط أو صغير؟

الجدول رقم (8-2-1): رفع نظام المعلومات البنكي من جودة الخدمات المقدمة.

النسبة	التكرار	الإختبار
95%	41	كبير
5%	2	متوسط
0%	0	صغير
100%	43	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث.

من خلال الجدول رقم (8-2-1) نلاحظ أن 95% من عينة البحث يرون بأن وجود نظام المعلومات في البنك يزيد من جودة الخدمات المصرفية المقدمة بشكل كبير، كما يعتقد 5% من أفراد العينة أن نظام المعلومات يزيد من جودة الخدمات المصرفية بشكل متوسط، ومنه تتبين الأهمية البالغة لوجود نظام المعلومات في البنك، بحيث يساهم بشكل كبير في الرفع من جودة الخدمات المصرفية المقدمة للزبائن، وبهذا تكون الفرضية الأولى محققة.

2- تحليل أبعاد جودة الخدمة المصرفية حسب آراء زبائن البنك:

الجدول رقم (5-2-1): أمن وسرية نظام المعلومات البنكي

النسبة	التكرار	الاختبار
100%	43	نعم
0%	0	لا
100%	43	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

في الجدول رقم (5-2-1) 100% من أفراد العينة أجابوا بأن نظام المعلومات يوفر عنصر الأمان والسرية الكافية، وهذا عامل مهم بالنسبة للبنك لكسب ولاء عملائه.

6-2-1- هل يمكن استرجاع المعلومات في حالة فقدانها؟

الجدول رقم (6-2-1): إمكانية استرجاع المعلومات

النسبة	التكرار	الإختبار
100%	43	نعم
0%	0	لا
100%	43	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث.

من الجدول رقم (6-2-1) نلاحظ أن 100% من أفراد العينة كانت إجاباتهم بأن المعلومات يمكن استرجاعها في حالة فقدانها، وهذا ما يعزز أمن المعلومات.

7-2-1- ما هو الهدف الأساسي من وجود نظام المعلومات في البنك؟

الجدول رقم (7-2-1): الهدف من وجود نظام المعلومات البنكي

النسبة	التكرار	الاختبار
93%	40	تحسين الخدمات المقدمة
0%	0	التعرف على الفرص واستغلالها
7%	3	ربط العملاء بالبنك
0%	0	آخر
100%	43	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

الجدول رقم (1-2): المتوسطات الحسابية لدرجة إجابات

أفراد العينة على عبارات محاور الاستبيان

المحور	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	النسبة %	الاتجاه
الجوانب الملموسة	المظهر العام لليبك والأثاث والديكور ملائم وجذاب	0	15	0	53	32	4,02	80,4	موافق
	يوجد لدى البنك تقنيات حديثة	6	12	9	39	34	3,83	76,6	موافق
	ملائمة وقرب موقع البنك الذي أتعامل معه لي	0	7	5	42	46	4,27	85,4	موافق بشدة
الاعتمادية	تحتفظ إدارة البنك بسجلات دقيقة يمكن الرجوع إليها بسرعة	5	8	12	48	27	3,84	76,8	موافق
	يقدم البنك لي جميع المعلومات المتعلقة بالخدمات الجديدة	4	11	7	50	28	3,87	77,4	موافق
	موظفي البنك الذين أتعامل معهم يمكن الاعتماد عليهم	0	0	11	46	43	4,32	86,4	موافق بشدة
	يولي موظفو البنك رعاية خاصة لي كزبون	9	11	17	39	24	3,58	71,6	موافق
	تضع إدارة البنك المصلحة العليا للزبون نصب أعينها	4	7	19	37	33	3,88	77,6	موافق
الإستجابة	يستجيب الموظفون لطلباتي بشكل فوري	0	8	11	52	29	4,02	80,4	موافق
	يتمتع موظفو البنك بمهارة عالية في تقديم الخدمة	7	10	12	41	30	3,77	75,4	موافق
	قصر مدة انتظار الحصول على الخدمة	0	0	7	45	48	4,41	88,2	موافق بشدة
	يتمتع موظفو البنك بالسمعة الحسنة واللباقة في التعامل مع الزبائن	0	0	0	42	58	4,58	91,6	موافق بشدة
التعاطف	يمتاز البنك بالسمعة الطيبة في خدمة زبائنه	0	0	0	47	53	4,53	90,6	موافق بشدة
	يقوم موظفو البنك بتكليف الخدمة لتلبي حاجاتي ورغباتي،	6	9	10	45	30	3,84	76,8	موافق
	يقوم البنك بتوزيع استمارات استبيان لمعرفة متطلبات الزبائن	9	15	19	33	24	3,48	69,6	موافق
الأمان	أثق دائما بعمليات البنك	0	13	22	28	37	3,89	77,8	موافق
	يتعامل البنك مع المعلومات الخاصة بي كزبون بسرية تامة	0	8	14	30	48	4,18	83,6	موافق
	بإمكاني الحصول على بعض الخدمات البنكية وحل المشاكل عن طريق الهاتف	7	12	9	41	31	3,77	75,4	موافق
	إنني أشعر بالأمان عند تعاملي مع موظفي البنك	0	9	11	31	49	4,2	84	موافق بشدة

المصدر: من إعداد الباحث.

الجدول رقم (2-2): المتوسطات الحسابية لدرجات إجابات أفراد العينة على عبارات محاور الاستبيان

الاتجاه	المتوسط	المحاور
موافق	4,04	الجوانب الملموسة
موافق	3,90	الإعتمادية
موافق	4,07	الإستجابة
موافق	4,11	التعاطف
موافق	4,01	الأمان
موافق	4,02	كل المحاور

المصدر: من اعداد الباحث

يتضح من الجدولين (1-2) و (2-2) أن:

- أغلبية العملاء المستجوبين يقيمون مؤشر الملموسة تقييم كبير بدرجة موافق بمتوسط حسابي يقدر ب: 4.04 حسب مقياس ليكرت، أي أن أغليبتهم يرون أن المظهر العام للبنك ومكان تواجده والتقنيات المستعملة تتوافق بدرجة كبيرة مع متطلباتهم.

-أغلبية مفردات العينة كانت اتجاهاتهم نحو كل العبارات المتعلقة بمؤشر الإعتمادية ضمن التقييم الجيد، إذ أن إجمالي المتوسط الحسابي هو 3.90، بحيث أكد أغلبية الزبائن أنه يمكن الاعتماد على موظفي البنك فهم يقدمون لهم رعاية خاصة، بالإضافة إلى تزويدهم بكافة المعلومات المتعلقة بالخدمات الجديدة.

- أغلبية العملاء المستجوبين يقيمون مؤشر الإستجابة تقييم كبير بدرجة موافق بمتوسط حسابي يقدر ب: 4.07 حسب مقياس ليكرت، حيث أن أغلب الزبائن المستجوبين يرون أن الحصول على الخدمة يكون بشكل فوري ومدة الانتظار قصيرة مما يتوافق بدرجة كبيرة مع متطلباتهم.

-أغلب مفردات العينة يقيمون مؤشر التعاطف بدرجة جيد، إذ بلغ المتوسط الحسابي لإجمالي العبارات 4.11، حيث أكد أغلب الزبائن أن البنك يمتاز بالسمعة الطيبة والحسنة في التعامل مع زبائنه.

- أغلبية زبائن البنك المستجوبين كانت اتجاهاتهم نحو كل العبارات المتعلقة بمؤشر الأمان ضمن التقييم الجيد، حيث إجمالي المتوسط الحسابي هو 4.01، فهم يرون أن البنك يتعامل مع المعلومات الخاصة بهم بكل سرية تامة، هذا ما أدى إلى زيادة ثقتهم وشعورهم بالأمان خلال تعاملهم مع موظفيه.

ومن خلال تحليل إجابات أفراد العينة الخاصة بتقييم مؤشرات جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنك محل الدراسة، فقد تبين أن كل من مؤشرات الملموسة، الإعتمادية، الإستجابة، التعاطف، الأمان لها دلالة كبيرة على جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء، إذ أن المتوسط الحسابي لكل المحاور كان 4.02 وبمقارنته مع مقياس ليكرت الخماسي نجد أن توجه أراء الزبائن كان موافق وبالتالي كان تقييمهم لجودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم من قبل البنك محل الدراسة تقييما ايجابيا أي بدرجة جيد ومنه قبول الفرضية الثانية.

الخاتمة:

من خلال هذه الدراسة توصلنا إلى مجموعة من النتائج والاقتراحات تمثلت فيمايلي:

النتائج:

- من النتائج المتوصل إليها بعد تحليل إجابات كل من موظفي وزبائن البنك محل الدراسة، مايلي:
- 1- معايير كفاءة وفعالية نظام المعلومات البنكي محققة بنسبة لا بأس بها، وهذا يظهر جليا فيمايلي:
- البرمجيات والتجهيزات والمعدات في القرض الشعبي الجزائري متوفرة بصفة متوسطة، إذ يحتاج إلى تحسين وتطوير دائم ليتماشى مع التغيرات الحاصلة.
- يسعى البنك إلى تدريب أكبر عدد ممكن من عماله، إلا أن التدريب يحتاج أن يعم جميع الموظفين المستخدمين لنظام المعلومات في البنك.
- يتمتع نظام المعلومات في البنك محل الدراسة بعناصر الأمان والسرية اللازمة وهو عامل مهم لكسب ولاء الزبائن.
- يسعى نظام المعلومات في البنك محل الدراسة لتقديم معلومات تتميز بالدقة والاعتمادية في الوقت المناسب، مما

- 2- ضرورة توفير تجهيزات ومعدات ذات جودة عالية ترفع من أداء نظام المعلومات والعمل على تطويرها وصيانتها باستمرار، وإدخال الوسائل التكنولوجية المعلوماتية الحديثة.
- 3- يجب على إدارة البنك محل الدراسة تدريب وتوجيه وتوعية كل مستخدمي نظام المعلومات دون استثناء، بالطريقة الصحيحة لاستخدام هذا النظام.
- 4- يجب على كل البنوك الجزائرية حماية نظامها المعلوماتي من أي مخاطر محتملة.

قائمة المراجع:

• الكتب:

الكتب العربية:

- بشير عباس العلاق ومحمود جاسم الصميدعي، أساسيات التسويق الشامل والمتكامل، دار المناهل، عمان، الأردن، 2012.
- عبد الكريم أحمد جميل، التسويق المصرفي، الجندرية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
- عبد الناصر علك حافظ وحسين وليد حسين عباس، نظم المعلومات الإدارية بالتركيز على وظائف المنظمة، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
- علي محمد حسن بني مصطفي، أثر التخطيط الإستراتيجي في تسويق خدمات قطاع الاتصالات الأردنية، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2018.
- وصفي عبد الرحمان أحمد النعسة، التسويق المصرفي، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

الكتب الأجنبية:

- Michel Scholl, encyclopédie de l'informatique et des sciences de l'information éditeur section bases de données, Vuibert, 2006.
- Philip Kolter et bernard dubois, « marketing management », 12e édition, paris 2006.
- Reix Robert, système d'information et management des organisations, 4ème édition, ed. vuibert, paris, 2002.

• المقالات:

- زهية لعراف ومفتاح لعراف وعبد المطلب ببيصار، آليات تنشيط الخدمة المصرفية لتفعيل الميزة التنافسية، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، جامعة المسيلة، العدد 03- مارس 2018.

يساهم في سرعة القيام بالعمليات المصرفية ويسهل عملية الاتصال.

- يعتبر الهدف الأساسي من وجود نظام المعلومات في البنك محل الدراسة هو تحسين جودة الخدمات المقدمة وربط العملاء بالبنك.

2- تقييم الزبائن لجودة الخدمات البنكية المقدمة لهم من قبل البنك محل الدراسة كان تقييماً إيجابياً أي بدرجة جيدة، مما يدل على جودة الخدمات المقدمة من طرف القرض الشعبي الجزائري لزبائنه.

3- يساهم نظام المعلومات في البنك محل الدراسة في الرفع والتحسين من جودة الخدمات المصرفية المقدمة لمختلف المستخدمين بدرجة كبيرة، باعتبارها المعيار الأساسي لنجاحه.

➤ في الأخير يمكن القول أن هناك علاقة تربط بين نظام المعلومات البنكي وجودة الخدمة المصرفية ألا وهي: نظام المعلومات البنكي يساعد على إجراء دراسات متابعة كل ما هو جديد فيما يتعلق بتحسين وتطوير جودة الخدمة المصرفية.

- كما يحرص على سرية المعلومات المصرفية والتقليل من عمليات القرصنة على مستوى حسابات العملاء وكذا البطاقات الائتمانية.

- كما أن تبني نظام معلومات بنكي كفى يساعد على البحث عن كيفية الحفاظ على ولاء الزبائن من خلال سعيه إلى تحسين جودة الخدمة المصرفية.

- يختص نظام المعلومات البنكي بجمع وتشغيل وتحليل وإرسال المعلومات إلى مراكز اتخاذ القرارات في التوقيت المناسب وبالنوعية المطلوبة وذلك لخدمة أنظمة العمل المصرفي، مما يسمح لها بتحسين وتطوير خدماتها بما يلبي حاجات ورغبات عملائها.

الاقتراحات:

بناء على نتائج التحليل، هناك مجموعة من التوصيات التي يمكن أن نأخذ بها، نلخصها فيما يلي:

1- يجب أن تعمل إدارة البنك محل الدراسة على الاستمرار للأفضل في تحسين مستوى جودة الخدمات المقدمة للزبائن.

- سارة بن غيدة، سعيده حركات، ادارة مخاطر الصيرفة الإلكترونية وأثرها على الخدمة البنكية الإلكترونية- دراسة حالة عينه من الوكالات البنكية بأمر بواقي، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، العدد 09- جوان 2018.
- سامي زعباط، دور جودة الخدمة في تحقيق رضا الزبون- دراسة مقارنة، مجلة المالية والأسواق، المجلد4، العدد1 (2017).
- عبد الطيف أولاد حيمودة وآخرون، النماذج النوعية لقياس جودة الخدمات المصرفية، مجلة MECAS، العدد 10-ديسمبر 2014.
- نور الدين كروش وليلى أولاد إبراهيم وجمال دقيش، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على تحسين جودة الخدمة المصرفية، مجلة البحوث والدراسات العلمية، المجلد14، العدد1 (2020).
- **الإطروحات:**
- إسعد سراج، أثر تطبيق الإتفاقية العامة لتحرير التجارة في الخدمات على القدرة التنافسية للقطاع المصرفي السوري، أطروحة دكتوراه، كلية الإقتصاد، جامعة دمشق، سوريا، 2014.
- بن أحمد لخضر، متطلبات تطوير وتحرير الخدمات المصرفية في الجزائر (دراسة الواقع والأفاق)، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2011-2012.
- عبد القادر بربش، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية. اطروحة دكتوراه، فرع نقود ومالية، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2006.
- تونين علي، تحرير تجارة الخدمات المالية والمصرفية وانعكاساتها على الأنظمة المصرفية العربية -حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد كمي، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2012-2013.

الهوامش:

- ¹ عبد الناصر علك حافظ وحسين وليد حسين عباس، نظم المعلومات الإدارية بالتركيز على وظائف المنظمة، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص23.
- ² Reix Robert, système d'information et management des organisations, 4ème édition, ed. vuibert, paris, 2002, p75.
- ³ Michel Scholl, encyclopédie de l'informatique et des sciences de l'information éditeur section bases de données, Vuibert, 2006, p473.
- ⁴ بشير عباس العلق ومحمود جاسم الصميدعي، أساسيات التسويق الشامل والمتكامل، دار المناهل، عمان، الأردن، 2012، ص343.
- ⁵ علي محمد حسن بني مصطفى، أثر التخطيط الإستراتيجي في تسويق خدمات قطاع الإتصالات الأردنية، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2018، ص101.
- ⁶ عبد الكريم أحمد جميل، التسويق المصرفي، الجندرية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص122.
- ⁷ نور الدين كروش وليلى أولاد إبراهيم وجمال دقيش، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على تحسين جودة الخدمة المصرفية، مجلة البحوث والدراسات العلمية، المجلد14، العدد1 (2020)، ص3.
- ⁸ عبد القادر بربش، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية. اطروحة دكتوراه، فرع نقود ومالية، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير- جامعة الجزائر3، 2006، ص232.
- ⁹ أولاد حيمودة عبد اللطيف وآخرون، النماذج النوعية لقياس جودة الخدمات المصرفية، مجلة MECAS، العدد 10-ديسمبر 2014، ص376.
- ¹⁰ زهية لعرف ومفتاح لعرف وعبد المطلب ببيصار، آليات تنشيط الخدمة المصرفية لتفعيل الميزة التنافسية، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، جامعة المسيلة، العدد03- مارس 2018.

- ¹¹ تونين علي، تحرير تجارة الخدمات المالية والمصرفية وانعكاساتها على الأنظمة المصرفية العربية – حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد كمي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2012-2013، ص49.
- ¹² بن أحمد لخضر، متطلبات تطوير وتحرير الخدمات المصرفية في الجزائر (دراسة الواقع والأفاق)، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، 2011-2012، ص20.
- ¹³ سارة بن غيدة، سعيدة حركات، إدارة مخاطر الصيرفة الإلكترونية وأثرها على الخدمة البنكية الإلكترونية- دراسة حالة عينة من الوكالات البنكية بأم بواقي، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، العدد 09- جوان 2018، ص10.
- ¹⁴ Philip Kolter et bernard dubois, « marketing management », 12e édition, paris 2006, p451.
- ¹⁵ إسعد سراج، أتر تطبيق الإتفاقية العامة لتحرير التجارة في الخدمات على القدرة التنافسية للقطاع المصرفي السوري، أطروحة دكتوراه، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، سوريا، 2014، ص114.
- ¹⁶ زعباط سامي، دور جودة الخدمة في تحقيق رضا الزبون- دراسة مقارنة، مجلة المالية والأسواق، المجلد4، العدد1 (2017)، ص 363.
- ¹⁷ وصفي عبد الرحمان أحمد النعسة، التسويق المصرفي، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص143.