



جامعة الشيخ العربي التبسي - تبسة -



كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

قسم العلوم التجارية

الرقم التسلسلي : / 2024

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي (ل م د)

فرع : العلوم التجارية

تخصص : تسويق خدمي

المذكرة الموسومة بـ :

التكنولوجيا المصرفية كضرورة لترقية الخدمات البنكية
- دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية الشريعة -

إشراف الأستاذة : عولمي بسمة

إعداد الطالب : شعبانة مسلم

أعضاء لجنة المناقشة :

اللقب و الإسم	الرتبة العلمية	الصفة
سايحي الخامسة	أستاذ محاضر أ	رئيسا
عولمي بسمة	أستاذ	مشرفا ومقررا
مهدي مراد	أستاذ محاضر أ	عضوا مناقشا

السنة الجامعية : 2023\2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

الحمد لله رب العالمين تبارك وتعالى له الكمال وحده
والصلاة والسلام على سيدنا محمد نبيه ورسوله الامين

وعلى سائر الانبياء والمرسلين

أحمد الله تعالى الذي بارك لي في الهاء نخشي هذا
واقدم بخزيل الشكر وخالص الامثان إلى الأستاذة المشرفة
عولمي بسمة على إرشاداتها وتوجيهاتها التي لم تبخلها علي يوما

كما اتقدم بخزيل الشكر والعطاء

إلى كل يد مرافقتي في هذا العمل سواء من قريب او بعيد
والشكر موصول كذلك الى اوليائي الذين آمنوا بي
وسهروا على تقدير كل الظروف الملائمة لإجازه هذا العمل

إهداء

بداية أشكر الله الذي وفقني للوصول إلى هذا المستوى من العلم وأعانني على إكمال هذه المذكرة . الحمد لله دائماً .

أهدي هذا العمل . . .

إلى أبي العزيز . تقف الكلمات عاجزة عن وصف مدى حبي واحترامي وتقديري لك لما قدمته من تضحيات ولما بذلته من جهد في سبيل توفير الظروف المناسبة لي من أجل تعليمي ومرفاهتي .

إلى أمي العزيزة ، أشكرك جزيل الشكر على دعمك وتشجيعك ودعاؤك المتواصل لي الذين لا أترجموني طوال حياتي . أدام الله عليك الصحة والعمر المديد والسعادة .

كل الحب والامتنان إلى أخواتي العزيزات شكراً لوقوفكم إلى جانبي ولدعمكم ومساندتك لي في السراء والضراء .

شكراً إلى كل من ساعدني بشكل مباشر أو غير مباشر وتمنى لي التوفيق .

مسلم

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
-	شكر و عرفان
-	الإهداء
-	فهرس المحتويات
-	فهرس الجداول
-	فهرس الأشكال
أ - د	المقدمة
الفصل الأول: التأسيس النظري للتكنولوجيا المصرفية والخدمات البنكية	
3	تمهيد
4	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للتكنولوجيا المصرفية
4	المطلب الأول: نشأة التكنولوجيا المصرفية
5	المطلب الثاني: مفهوم التكنولوجيا المصرفية
5	01. تعريف التكنولوجيا
6	02. تعريف التكنولوجيا المصرفية
6	03. خصائص التكنولوجيا المصرفية
6	المطلب الثالث: أشكال التكنولوجيا المصرفية
6	01. وسائل ونظم الدفع الإلكتروني
7	02. قنوات الإتصال والصيرفة الإلكترونية
8	المبحث الثاني: ثورة التكنولوجيا في المجال المصرفي
8	المطلب الأول: مراحل تطور التكنولوجيا في العمل المصرفي
9	01. مرحلة الدخول
9	02. مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا
9	03. مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات العملاء
9	04. مرحلة ضبط أو السيطرة على التكاليف

9	05. مرحلة إعتبار التكنولوجيا أصلا كباقي أصول المصرف
9	06. مرحلة إعتبار التكنولوجيا عملا ضمن أعمال المصرف
10	المطلب الثاني: تأثير استخدام التكنولوجيا المصرفية على الأنشطة البنكية
10	01. تأثير التكنولوجيا المصرفية على الأنشطة التنظيمية
10	02. تأثير التكنولوجيا المصرفية على الأنشطة التسويقية
10	03. تأثير التكنولوجيا المصرفية على عمليات الخدمة البنكية
11	04. تأثير التكنولوجيا المصرفية على وظيفة الإنتاج بالبنك
11	المطلب الثالث: انعكاسات التطور التكنولوجي المصرفي و مخاطرها
11	01. انعكاسات التطور التكنولوجي المصرفي
12	02. مخاطر التكنولوجيا المصرفية
13	المبحث الثالث: ماهية الخدمات البنكية
13	المطلب الأول: مفهوم الخدمات البنكية
13	01. تعريف الخدمات البنكية
14	02. خصائص الخدمات البنكية
14	المطلب الثاني: مراحل تطوير الخدمات البنكية
14	01. مرحلة الحصول على أفكار جديدة
15	02. مرحلة تصفية الأفكار
15	03. مرحلة الدراسات الاقتصادية
15	04. مرحلة تحديد مواصفات الخدمة
15	05. مرحلة تجربة وإختبار الخدمة
15	06. مرحلة تقديم الخدمة البنكية الجديدة للسوق
15	07. مرحلة التقييم
16	المطلب الثالث: أنواع الخدمات البنكية
16	01. قبول الودائع
16	02. القروض والتسهيلات الائتمانية
16	03. الإستثمار في الأوراق المالية والمشاريع الإستثمارية
16	04. الخدمات البنكية التقليدية
17	05. الخدمات البنكية الحديثة
17	المبحث الرابع: تسويق الخدمات البنكية

17	المطلب الأول: دورة حياة الخدمات البنكية
18	01. مرحلة التقديم
18	02. مرحلة النمو
19	03. مرحلة النضج
19	04. مرحلة الإنحدار والتدهور
19	المطلب الثاني: المزيج التسويقي للخدمات البنكية
19	01. المنتج (الخدمة)
20	02. السعر
20	03. التوزيع
20	04. الترويج
21	05. الأفراد أو مقدموا الخدمات
21	06. العمليات
22	07. الدليل المادي
22	المطلب الثالث: المميزات التسويقية للخدمات البنكية وعوامل نجاح تقديمها
22	01. المميزات التسويقية للخدمات البنكية
23	02. عوامل نجاح تقديمها
24	خاتمة الفصل الأول
الفصل الثاني: التكنولوجيا المصرفية كضرورة لترقية الخدمات البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الشريعة 485	
27	المبحث الأول: التعريف ببنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر وكالة الشريعة 485
27	المطلب الأول: تقديم البنك ووكالة الشريعة 485
27	01. تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر
28	02. تقديم الوكالة البنكية بدر الشريعة 485
30	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لوكالة بدر الشريعة 485
31	المطلب الثالث: الخدمات المصرفية لوكالة بدر الشريعة 485
31	01. دفاتر الإدخار
31	02. الودائع لأجل
31	03. بطاقات السحب الإلكتروني
32	04. القروض

32	المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة التطبيقية
32	المطلب الأول: منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات
32	01. منهج الدراسة
33	02. الأقسام المعنية بالدراسة
33	03. أدوات جمع البيانات
33	المطلب الثاني: بناء وتطبيق أدوات الدراسة
33	01. بناء أدوات الدراسة
35	02. تطبيق أدوات الدراسة
35	المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية
35	01. المطلب الأول: عرض وتحليل البيانات السوسيو – ديموغرافية
38	02. المطلب الثاني: عرض وتحليل بيانات محور الخدمات البنكية
43	03. المطلب الثالث: عرض وتحليل بيانات محور التكنولوجيا المصرفية
46	04. المطلب الرابع: عرض نتائج المقابلة
49	خاتمة الفصل الثاني
50	الخاتمة
54	قائمة المراجع والمصادر
58	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
35	نتائج تحليل عينة افراد الدراسة من حيث الجنس	01
36	نتائج تحليل عينة افراد الدراسة من حيث السن	02
36	نتائج تحليل عينة افراد الدراسة من حيث الشهادة	03
37	نتائج تحليل عينة افراد الدراسة من حيث الخبرة المهنية	04
37	نتائج تحليل عينة افراد الدراسة من حيث المنصب المشغول	05
38	نتائج تحليل إجابات عينة الدراسة في محور الخدمات البنكية (الملموسية)	06
39	نتائج تحليل إجابات عينة الدراسة في محور الخدمات البنكية (الإعتمادية)	07
40	نتائج تحليل إجابات عينة الدراسة في محور الخدمات البنكية (الإستجابة)	08
41	نتائج تحليل إجابات عينة الدراسة في محور الخدمات البنكية (الأمان)	09
42	نتائج تحليل إجابات عينة الدراسة في محور الخدمات البنكية (التعاطف)	10
43	نتائج تحليل إجابات عينة الدراسة في محور التكنولوجيا المصرفية	11

فهرس الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	دورة حياة الخدمة البنكية	18
02	الهيكل التنظيمي لوكالة بدر الشريعة 485	30
03	دائرة نسبية توضح توزيع افراد العينة من حيث الجنس	35
04	دائرة نسبية توضح توزيع افراد العينة من حيث السن	36
05	أعمدة بيانية توضح توزيع افراد العينة من حيث الشهادة	36
06	أعمدة بيانية توضح توزيع افراد العينة من حيث الخبرة المهنية	37
07	أعمدة بيانية توضح توزيع افراد العينة من حيث المنصب المشغول	37
08	دائرة نسبية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الأول	38
09	دائرة نسبية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الثاني	38
10	أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الثالث	38
11	دائرة نسبية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الرابع	39
12	أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الخامس	39
13	أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال السادس	39
14	أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال السابع	40
15	أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الثامن	40
16	دائرة نسبية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال التاسع	40
17	دائرة نسبية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال العاشر	41
18	أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الحادي عشر	41
19	أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الثاني عشر	41
20	أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الثالث عشر	42
21	أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الرابع عشر	42
22	أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الخامس عشر	42
23	دائرة نسبية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال السادس عشر	43
24	دائرة نسبية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال السابع عشر	43
25	دائرة نسبية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الثامن عشر	44
26	دائرة نسبية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال التاسع عشر	44

44	أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال العشرون	27
45	أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الواحد والعشرون	28
45	أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الثاني والعشرون	29
45	أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الثالث والعشرون	30
46	أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الرابع والعشرون	31
46	أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الخامس والعشرون	32

المقدمة

يواجه القطاع المالي والمصرفي تحديات كبيرة في ظل التغيرات الاقتصادية الراهنة، كونه يعتبر من أكثر القطاعات تأثراً بمظاهر العولمة، والتي تمثلت أهم معالمها في موجة التحولات والتطورات المتلاحقة التي شهدتها الساحة المصرفية والمالية الدولية، من خلال الإتجاه المتزايد نحو التحرر من القيود وإزالة المعوقات التشريعية والتنظيمية، بفعل التغيرات التي شهدها الاقتصاد العالمي خاصة بعد ميلاد المنظمة العالمية للتجارة.

وشهد العقد الأخير من القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين وفي ظل موجة التحرير وإزالة القيود تقدماً هائلاً في مجال التكنولوجيا، حيث أدى التقدم التكنولوجي إلى ظهور العديد من التطورات في الأنشطة المصرفية حيث إستوعب النشاط المصرفي قدراً ضخماً من الإنجازات التكنولوجية التي تولدت في السنوات الأخيرة وقد تكاثفت التكنولوجيات الحديثة مع المنافسة والإبتكارات المالية الجديدة مما نتج لنا عصراً جديداً ينفرد بأساليب وأدوات لم تعرف من قبل وتسير إتجاهات التطور التقني في الدول الصناعية المتقدمة إلى حرص البنوك على الإستفادة من التقدم التكنولوجي في مجال الحسابات الآلية وصناعة الاتصالات لتوفير الخدمات البنكية المختلفة عبر كافة الوسائط الإلكترونية مع إمكانية المزج بين واحد أو أكثر منها في تقنية واحدة حيث لا بد من تطوير تقنيات مختلفة لتقديم كافة الخدمات البنكية.

وقد تغيرت البنوك كمعظم القطاعات من خلال الإبتكارات التكنولوجية، وأصبح الطلب المتزايد على تكنولوجيا المعلومات والإتصال والخدمات الإلكترونية في القطاع المصرفي أمراً حتمياً ولا يمكن تنبهه في العالم ككل، ولا شك أن المستقبل يكمن في الأنظمة والخدمات البنكية القائمة على التكنولوجيا، ولذا شرعت البنوك في نشر غير مسبوق للخدمات البنكية القائمة على هذه التكنولوجيات الحديثة كأجهزة الصراف الآلي، الخدمات البنكية عبر الأنترنت والدفع عبر الهاتف النقال.

وإثر ذلك فإن هناك العديد من الإستثمارات التي تم توجيهها نحو كامل مرافق التكنولوجيا المصرفية وكذلك لتطوير و تكوين الأفراد الذين يتمتعون بالكفاءات اللازمة لتشغيل الأجهزة المولدة من تلك التكنولوجيا، ومن ما لا شك فيه أن من مزايا التكنولوجيا المصرفية التي حفزت المصارف بالدرجة الأولى من أجل إستخدام تلك المخرجات نظراً لما يعود عليها من يسر وسهولة في إجراء الخدمات المطلوبة والمتنوعة.

الإشكالية:

نظراً لأهمية الموضوع وللوصول إلى أهداف الدراسة يمكن طرح التساؤل الذي يبرز في الإشكالية التالية:

ما مدى العلاقة بين التكنولوجيا المصرفية والخدمات البنكية وإلى أي حد تبرز هذه العلاقة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الشريعة 485 ؟

التساؤلات الفرعية:

إلى جانب السؤال الجوهرى للإشكالية العامة، يمكن طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- 1- ما هو مفهوم التكنولوجيا المصرفية؟ وكيف تأثر على العمل المصرفي؟
- 2- ما هو مفهوم الخدمات البنكية؟ وكيف يتم تسويقها؟
- 3- ما هي أهم التطورات التكنولوجية المستخدمة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بوكالة الشريعة ؟
- 4- كيف يتم تسويق الخدمات البنكية ؟ و ما دور المزيج التسويقي و المميزات التسويقية في ذلك ؟

الفرضية:

التكنولوجيا المصرفية ضرورية جدا في ترقية الخدمات البنكية تبعا لما يشهده عصرنا من هيمنة التكنولوجيا على جميع مناحي الحياة

الفرضيات الفرعية:

يمكن تلخيص فرضيات البحث فيما يلي:

- 1- عرفت الساحة الدولية العديد من التطورات التكنولوجية والتي ساهمت بشكل كبير في تطوير الخدمات البنكية.
- 2- التكنولوجيا المصرفية أدت إلى ظهور الصيرفة وهي استعمال أو تقديم الخدمات البنكية بوسائل إلكترونية.
- 3- يعتمد بنك الفلاحة والتنمية الريفية بوكالة الشريعة 485 على الوسائل التكنولوجية بشكل كبير في أداء نشاطه البنكي.
- 4- يتم تسويق الخدمات البنكية بالطرق التسويقية الإلكترونية الحديثة و للمزيج التسويقي دور رئيسي في ذلك.

دوافع اختيار الموضوع:

- قلة الأبحاث في مجال التكنولوجيا المصرفية.

- إظهار أهمية التكنولوجيا في المجال المصرفي.
- إبراز دور التكنولوجيا المصرفية في زيادة فعالية النشاط البنكي.
- تبيان أثر التكنولوجيا على الخدمات البنكية.
- تسليط الضوء على بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الشريعة كبنك وظف التكنولوجيا الحديثة في نشاطه المصرفي.

أهمية اختيار الموضوع:

يأخذ هذا الموضوع أهميته من خلال الدور الذي تلعبه التكنولوجيا في المجال المصرفي، وضرورة إمتلاك وتطوير خدماتها في ظل التحديات الراهنة، الأمر الذي يتطلب من البنوك الإحاطة بجميع المستجدات في الجانب التكنولوجي وضمان توظيفه بالشكل الأمثل والذي يحقق أفضل طريقة لتقديم الخدمات البنكية.

أهداف الموضوع:

- إبراز الدور الهام الذي تلعبه التكنولوجيا المصرفية في عصرنة وتطوير العمل المصرفي.
- التعرف على أشكال التكنولوجيا المصرفية في البنوك.
- التعريف بالخدمات البنكية والوقوف على مراحل تطويرها.

مناهج الدراسة:

من أجل الإجابة على الإشكالية والتساؤلات الفرعية وإثبات مدى صحة الفرضيات المطروحة والإلمام بجميع جوانب الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لتغطية الجزء النظري فيما يتعلق بتوضيح المفاهيم الأساسية ذات الصلة بالموضوع وتبيان أهميتها وتأثيرها بالإضافة للاعتماد على منهج دراسة الحالة في ما يخص الجانب التطبيقي.

خطة الموضوع:

تم تقسيم الموضوع إلى قسمين على النحو التالي:

* القسم الأول وهو فصل نظري يندرج تحت عنوان التكنولوجيا المصرفية والخدمات البنكية حيث يحتوي هذا الفصل على أربعة مباحث كانت الغاية منها إعطاء نظرة عامة حول التكنولوجيا المصرفية

نشأتها ومفهومها وأشكالها، تطورها ومخاطرها، كما تم التطرق إلى الخدمات البنكية من خلال إبراز ماهيتها وأنواعها ومراحل تطورها، دورة حياتها مزيجها التسويقي ومميزاتها التسويقية.

* القسم الثاني وهو عبارة عن فصل تطبيقي يشتمل على ثلاثة مباحث تم من خلالها إبراز واقع التكنولوجيا المصرفية وأثرها على الخدمات البنكية، وكذا إبراز أهم التطورات التكنولوجية التي مست الخدمات البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بوكالة الشريعة 485.

صعوبات الموضوع:

- عدم توفر مراجع كافية في جانب التكنولوجيا المصرفية.
- عدم الاهتمام من قبل وكالة التربص.
- صعوبة الحصول على المعلومات الميدانية.

الفصل الأول

التأصيل النظري

للتكنولوجيا المصرفية والخدمات

البنكية

تمهيد:

يعتبر التطور التكنولوجي من أهم العوامل التي أحدثت تحول جذري في أنماط العمل المصرفي في العقد الأخير من القرن العشرين، فقد أصبحت التكنولوجيا من أهم المتغيرات التي ساهمت في نجاح ونمو الصناعة المصرفية وتغيير شكلها، وقد أدى التعاون بين التكنولوجيا والمنافسة والإبتكارات إلى خلق عصر جديد بأساليب وأدوات لم تكن معروفة من قبل، وتزايد إهتمام البنوك بالتكنولوجيا ومدى قدرتها على توظيف هذا الكم الهائل من التكنولوجيا وإدارتها بالشكل الذي يسمح بتحقيق أكثر إستفادة منها بغية إبتكار خدمات بنكية مستحدثة وتطوير وسائل تقديمها مما يحقق إنسيابية في عملية تقديم الخدمة البنكية.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للتكنولوجيا المصرفية

يعتبر مصطلح التكنولوجيا المصرفية من أكثر المفاهيم الاقتصادية والاجتماعية إستخداما في الدراسات الحديثة.

ومنذ نشأتها تم إعتبار التكنولوجيا المصرفية على أنها أحد العوامل المؤثرة على الأعمال بصفة عامة، وسنقوم بالتفصيل في ذلك أكثر من خلال هذا المبحث حيث قمنا بتقسيمه إلى ثلاثة مطالب كالتالي:

المطلب الأول: نشأة التكنولوجيا المصرفية

شهد العقد الأخير من القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين، وفي ظل موجة التحرير وإزالة القيود، تقدماً هائلاً في مجال التكنولوجيا. كما يعد التقدم التكنولوجي أحد أهم المتغيرات التي ساهمت في نجاح ونمو الصناعة المصرفية، حيث استوعب النشاط المصرفي حجماً متزايداً من تلك المنجزات التكنولوجية، وحدث تغير في شكل العمل المصرفي. ومما لا شك فيه ان التقدم التكنولوجي قد اسهم في احداث العديد من التغيرات والتطورات في مجال الاعمال المصرفية وهذا يعتمد على الاثر الاقتصادي للتكنولوجيا الجديدة على معدل تزايد تلك التكنولوجيا ومدى قدره البنوك على توظيف التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وادارتها.¹

و من اهم العوامل المؤدية لنشأة التكنولوجيا المصرفية نجد:

- ثورة الاتصالات والمعلومات التي أدت إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المالي.
- الوتيرة السريعة في استخدامات الهواتف الذكية والإنترنت بالإضافة الى التوافر الضخم للبيانات والمعلومات.

- التجارة الالكترونية والتي أصبحت تتميز بخصائص عديدة تميزها عن التجارة التقليدية.
- تزايد دخول العديد من المؤسسات المالية غير المصرفية مثل شركات التأمين وشركات التمويل ومنافستها للبنوك، حتى أصبحت العديد من هذه المؤسسات يقدم مجموعة خدمات مالية وثيقة الصلة بعمل البنوك.

- القبول المتزايد من العملاء للخدمات المالية الممكنة تكنولوجيا نتيجة التأثير الإيجابي للعمليات المصرفية الحديثة.

وهناك تاريخ طويل لاستخدام التكنولوجيا في المجال المصرفي حيث تطورت هذه التكنولوجيات على مر السنين ومن أبرز الأحداث الرئيسية في هذا المجال كانت:

❖ بداية استخدام الآلات الحاسبة والأجهزة الإلكترونية البسيطة في أوائل القرن العشرين وذلك لتسهيل الحساب والمعاملات المالية.

¹ المجلة الاكاديمية للدراسات الإنسانية و الاجتماعية، أ/قسم العلوم الاقتصادية و القانونية، العدد16، جوان 2016، ص86.

- ❖ ظهور أول أجهزة الصراف الآلي (ATM) في بداية الستينات، والتي أتاحت للعملاء إمكانية السحب النقدي دون الحاجة للتعامل المباشر مع موظفي البنك.
- ❖ في السبعينات والثمانينات، تم تطوير أنظمة الحاسب الآلي المصرفية لتسهيل عمليات الإقراض والتحويلات المالية والمحاسبة البنكية.
- ❖ في التسعينات، ظهرت البنوك الإلكترونية والخدمات المصرفية عبر الأنترنت والتي أتاحت للعملاء إمكانية إجراء معاملات مالية من خلال أجهزة الكمبيوتر والهواتف المحمولة.
- ❖ وفي العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، تطورت التقنيات المصرفية لتشمل الدفع الإلكتروني والتطبيقات المصرفية الذكية والذكاء الاصطناعي في المجال المصرفي.

المطلب الثاني: مفهوم التكنولوجيا المصرفية

لقد تم استخدام لفظ التكنولوجيا في عديد من المجالات للتعبير عن معان مختلفة، و فيما يلي نورد بعض المفاهيم المتعلقة بالتكنولوجيا و التكنولوجيا المصرفية وكذلك خصائصها.

أولاً: تعريف التكنولوجيا:

تم استخدام كلمة التكنولوجيا لأول مرة في أواخر القرن الثامن عشر، عندما أشارت إلى عملية تحضير المواد الخام لجعلها مناسبة للإستخدامات المتعددة من قبل الحرفيين في ذلك الوقت. ثم حدث تطور لهذا المفهوم منذ الثورة الصناعية حتى الآن.

حيث أن كلمة تكنولوجيا تتكون من شقين:

* **تكنو:** وهو لفظ يوناني قديم يعني الصناعة و التشغيل.

* **لوجيا:** وهو لفظ مشتق من اللغة اليونانية القديمة ويعني علم أو منهج. و بالتالي يمكننا القول أن التكنولوجيا معناها اللغوي الدقيق هو التطبيق العلمي لفن الصناعة حيث أن هناك من العلماء من يرى أن التكنولوجيا هي علم الفنون والمهن وخصائص المادة التي تصنع منها الآلات والمعدات.¹

و منه يمكننا تعريف التكنولوجيا بانها:²

- فرع من المعرفة التي تتعامل مع إنشاء وإستخدام الوسائل التقنية وترابطها مع الحياة والمجتمع والبيئة بالاعتماد على موضوعات مثل الفنون الصناعية الهندسية والعلوم التطبيقية والعلوم البحتة.

- عبارة عن مجموعة من المعارف والمهارات والخبرات المترجمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية التي يستخدمها الإنسان لاستغلال موارد البيئة وتطوير ما فيها من الموارد والطاقات

¹ يوسف محمد عفيف، التكنولوجيا الحديثة ودورها في تنمية الموارد البشرية، مذكرة ماستر، تخصص تنمية الموارد البشرية، تبسة، دفعة 2016، ص10.09.

² سخانين الميولد، مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة، دكتوراه، تخصص إدارة أعمال، السنة الجامعية 2016/2017، ص28.

لخدمته في أداء عمل أو وظيفة ما في مجال حياته اليومية لإشباع الحاجات المادية والمعنوية سواء على مستوى الفرد والمجتمع.

ثانياً: تعريف التكنولوجيا المصرفية:

تعرف التكنولوجيا المصرفية على أنها رصيد المصرف الذي يسمح بإدخال الآلات ومعدات وعمليات وخدمات مصرفية جديدة ومحسنة وعلى ذلك يضم مصطلح التكنولوجيا في الميدان المصرفي مجالين الأول هو التكنولوجيا الثقيلة وتشمل الآلات والمعدات المصرفية والبرامج والثانية هي التكنولوجيا الخفيفة وتشمل الدراية والإدارة والمعلومات والتسويق المصرفي.¹

وتتضمن التكنولوجيا في المجال المصرفي استخدام الطرق والوسائل اللازمة لتقديم الخدمة المصرفية بالاعتماد على المعارف والمهارات والخبرات المتاحة أو التي يمكن إستيرادها من الخارج.

ثالثاً: خصائص التكنولوجيا المصرفية:

من خلال دراسة مفهوم التكنولوجيا في المجال المصرفي يمكن تحديد أهم خصائصها فيما يلي:²

- أن الخدمة المصرفية هي المجال الرئيسي لتطبيق التكنولوجيا في البنك.
- أن التكنولوجيا المصرفية هي مجموعة من المعارف والمهارات والطرق والأساليب المصرفية.
- أن هذه المعارف والمهارات والطرق والأساليب قابلة للإستفادة منها بالتطبيق العلمي في المجال المصرفي.
- لا يقتصر تطبيق التكنولوجيا على مجال أداء الخدمة المصرفية بل يمتد إلى الأساليب الإدارية.
- أن التكنولوجيا بمفاهيمها المختلفة ليست هدف في حد ذاتها بل هي وسيلة يستخدمها البنك لتحقيق أهدافه.

المطلب الثالث: أشكال التكنولوجيا المصرفية

لقد ظهرت أشكال عديدة للتكنولوجيا و برزت من خلالها صور مختلفة لاستخدامات التكنولوجيا المصرفية والتي يمكن جمعها في صورتين:

1- وسائل ونظم الدفع الالكتروني:

تطورت أساليب تقديم الخدمات المصرفية من خلال وسائل ونظم الدفع الالكتروني و ذلك مع انتشار العمل بالتجارة الالكترونية وتطورها على المستوى العالمي و ابرزها:

1-1- البطاقات البنكية:

وهي عبارة عن بطاقة بلاستيكية مغناطيسية بأبعاد قياسية معينة مدون عليها بيانات مرئية وغير مرئية تصدرها البنوك لعمالئها للتعامل بها بدلا من حمل النقود. التي قد تتعرض لمخاطر السرقة او

¹ سامي أحمد محمد مراد، دور اتفاقية تحرير تجارة الخدمات الدولية في رفع كفاءة أداء الخدمة المصرفية ببنوك القطاع العام في مصر، رسالة دكتوراه، تخصص العلوم الادارية، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، مصر، 2002، ص132.

² البنك الأهلي المصري، النشرة الاقتصادية، المجلد 54، العدد 02، 2001، ص138

الضياح او التلف و تكون مصنوعة من مادة يصعب العبث بها. حيث يتم صرف هذه الأموال من البنوك عبر ماكينات الصرف الالية المنتشرة.¹ ومن أنواع البطاقات البلاستيكية: بطاقة الائتمان المصرفية، بطاقة الدفع الفوري، بطاقة السفر.

2-1- النقود الرقمية (الإلكترونية):²

هناك عدة تعريف للنقود الإلكترونية فقد عرفها البعض على أنها دفع او تحويل الودائع المدخلة المعالجة إلكترونيا ضمن أنظمة البنوك الإلكترونية وعرفها البعض على أنها مخزون إلكتروني أو أرصده نقدية محملة إلكترونيا على بطاقة تخزين القيمة. فيما ذهب البعض الاخر في تعريفهم للنقود الإلكترونية على انها عبارة عن سلسلة من الأرقام التي تعبر عن قيم معينة تصدرها البنوك التقليدية أو الافتراضية لمودعيها ويحصل هؤلاء عليها في صورة نبضات كهرومغناطيسية على كارت ذكي أو على القرص الصلب.

ومما سبق يمكن تعريف النقود الإلكترونية بأنها عبارة عن قيمة نقدية بعملة محددة تصدر في صورة بيانات إلكترونية مخزنة على كارت ذكي او قرص صلب حيث يستطيع صاحبها نقل ملكيتها الى من يشاء دون تدخل شخص ثالث.

3-1- الشيكات الإلكترونية:³

يعرف الشيك الإلكتروني على انه المكافئ الإلكتروني للشيكات الورقية التقليدية التي إعتدنا التعامل بها والشيك الإلكتروني هو رسالة الكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك الى مستلم الشيك (حامله) ليعده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الإنترنت ليقوم البنك أولاً بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب عامل الشيك وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك فعلاً ويمكن لمستلم الشيك ان يتأكد إلكترونياً من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه.

2- قنوات الإتصال و الصيرفة الإلكترونية:

أدى تأثير التكنولوجيا على وسائل الإتصال بين البنك والعملاء في تحسين العلاقة بينهما حيث أصبح الإتصال بينهما سريع وسهل كما أصبح بإمكان إدارة البنك من التواصل مع احد أبعد الوحدات ومن بين أهم قنوات الاتصال والخدمات المصرفية الإلكترونية نجد ما يلي:

¹ زهير زواش، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية، رسالة ماجستير، تخصص تمويل الدولي والمؤسسات المالية والنقدية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، السنة الجامعية، 2011/2010، ص25

² د/هيثم عدنان عزو، بحث حول النقود الإلكترونية، المصدر www.ta3lime.com اطلع عليه بتاريخ 2024/03/12

³ عبد القادر بريش، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرات التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة دكتوراه دولية في العلوم الاقتصادية، فرع نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2006، ص145

2-1- البنك المنزلي:¹

يتم تحميل الحاسوب الشخصي ببرنامج يوفره البنك مجاناً أو لقاء رسوم من العملاء لأغراض الإطلاع على الحساب والتصرف (السحب/ الإيداع) في أرصدة الحسابات البنكية عن طريق خط خاص يبدأ طرفه من المكتب أو المنزل أو أي مكان آخر في أي وقت آخر وينتهي طرفه الثاني عند الحاسوب المركزي للبنك.

2-2- التحويل الإلكتروني للأموال:²

هو عقد بين الأمر بالتحويل والبنك يتم إنعقاده أو تنفيذه كله أو جزء منه باستخدام وسيلة إتصال عن بعد يلتزم بموجبه البنك أن يدفع بنفسه او بواسطة غيره مبلغ من النقود يعادل قيمة أمر تحويل إلى المستفيد مقابل عمولة متفق عليه.

2-3- الهاتف المصرفي:³

أنشأت البنوك خدمة الهاتف المصرفي كخدمة يتم تأديتها لمدة 24 ساعة يوميا دون إستثناء الإجازات أو العطلات الرسمية أيضا وتتيح هذه الخدمة للعملاء الإستفسار عن حساباتهم كما يمكنهم سحب بعض المبالغ من هذه الحسابات وتحويلها لدفع بعض الالتزامات الدولية مثل دفع فواتير الهاتف الكهرباء وغيرها.

المبحث الثاني: ثورة التكنولوجيا في المجال المصرفي

لعبت التكنولوجيا دورا كبيرا في العمل المصرفي حيث كلما تطورت زادت أهميتها في العمل المصرفي، وقد أمتد تأثيرها ليمس كافة النشاطات البنكية المختلفة، وقد صاحب هذا التطور بعض المخاطر التي تعيق استخدام⁴ التكنولوجيا المصرفية بالشكل الأمثل، وسنقوم بالتعمق في ذلك من خلال المطالب التالية:

المطلب الأول: مراحل تطور التكنولوجيا في المجال المصرفي

شهدت التكنولوجيا العديد من التطورات على مختلف السنوات وقد مر إستخدامها في العمل المصرفي بست مراحل و هي كالتالي:⁵

¹ محمد حسن عبد الحافظ عبد الفتاح، مدير بنك القاهرة، مصر 2017، المصدر <https://specialites.bayt.com> اطلع عليه بتاريخ 20 مارس 2024.

² محمد عمر ذوابه، عقد التحويل المصرفي الإلكتروني، دار الثقافة، عمان- الاردن، الطبعة الأولى، 2006، ص24.

³ ابراهيم بختي، التجارة الإلكترونية، مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر، 2005، ص73

⁴

⁵ ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، الصيرفة الإلكترونية الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، الطبعة الأولى 2008، ص26، 25

1- مرحلة الدخول:

وهي المرحلة التي دخلت فيها التكنولوجيا إلى أعمال المصارف بغرض إيجاد حلول للأعمال المكتبية الخلفية حيث بدأ الأخصائيون في التكنولوجيا يدخلون المصارف لإيجاد الحلول التكنولوجية لمشاكل الأعمال المصرفية الخلفية مثل مشكلات التأخير في إعداد التقارير المالية والتقارير المحاسبية ولم يكن هناك تدخل مباشر من قبل الإدارة الوسطى والعليا والتنفيذية سواء في الحلول المقترحة أو في كلفتها فكان المهم وهو حل المشاكل المتعلقة بالعمل المصرفي.

2- مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا:

و هي المرحلة التي بدأت بتعميم الوعي بالتكنولوجيا على كافة العاملين بالمصرف من خلال برامج تدريب تغلب عليها التقنية على حساب المعرفة بالأعمال وكانت مرحلة تحضير أوسع لدخول التكنولوجيا. وتميزت هذه المرحلة بعدم وجود تدخل مباشر من قبل الإدارات الوسطى والعليا .

3- مرحلة دخول الإتصالات و التوفير الفوري لخدمات العملاء:

وتميزت هذه المرحلة بالتكاليف العالية حيث بدأ إهتمام الإدارة العليا بالتكنولوجيا.

4- مرحلة ضبط و السيطرة على التكاليف:

وهي مرحلة ضبط الاستثمار في التكنولوجيا وعمدت هذه الإدارات في الاستعانة بأخصائيين وإستشاريين في شؤون التكنولوجيا من أجل مساعدتهم في ضبط التكاليف.

5- مرحلة إعتبار التكنولوجيا أصلا كباقي أصول المصرف:

فبالتالي يجب أن يجني هذا الأصل مردودا كباقي الأصول, و من هنا بدأت مرحلة إدارة التكنولوجيا.

6- مرحلة إعتبار التكنولوجيا عملا ضمن أعمال المصارف:

وهي المرحلة التي بدأت فيها الإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا والتي إرتكزت على تفعيل الإنتاجية على الصعيد الداخلي وتحسين الضبط على الصعيد العلمي وتسويق التكنولوجيا على الصعيد الخارجي.

و لقد إعتمدت الإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا المصرفية على عدة عناصر أهمها:

- تصاعد أهميه الخدمات المصرفية بالتجزئة كميدان أساسي من أعمال البنوك ومصدر مهم لزيادة الربحية.
- الاعتماد المتنامي على الركائز الإلكترونية لتلبية إحتياجات العملاء من الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- تصاعد أهمية التكنولوجيا في مراقبة سير الأعمال والرقابة الداخلية وهذا لزيادة المردودية.

• معايير بازل الجديدة التي تهتم بمخاطر التشغيل وأهمية الإدارة الإستراتيجية لمخاطر التكنولوجيا المصرفية لمنع أي تأثير سلبي على البنوك.

المطلب الثاني: تأثير استخدام التكنولوجيا المصرفية على الأنشطة البنكية

توسع تأثير استخدام التكنولوجيا على مختلف أنشطة منظمات الأعمال ولقد تركت التكنولوجيا المصرفية اثار متميزة على القطاع المصرفي وعلى أداء البنوك، وقد كان تأثيرها كالتالي:

أولاً: تأثير التكنولوجيا المصرفية على الأنشطة التنظيمية:

و تتمثل أهم تأثيرات التكنولوجيا المصرفية على الأنشطة التنظيمية في ما يلي:

- تحقيق درجة أعلى من التكامل وترابط بين الأنشطة التنظيمية المختلفة كالربط بين الإنتاج والتسويق، المالية والمحاسبة وذلك عند استخدام الكمبيوتر.
- إمكانية إحداث تغييرات في الأنشطة التي تتصف بضخامة حجمها وإنتشارها في كل أركان التنظيم والمتمثلة في الأنشطة الكتابية والمكتبية والأنشطة الروتينية و نوعيات النماذج و السجلات وكل هذا عن طريق استخدام الكمبيوتر.

وقد يترتب عن استخدام التكنولوجيا المصرفية آثار بارزة على التنظيم:

- إنخفاض عدد الأفراد العاملين في تلك النشاطات.
- تعزيز في نوعيات المهارات اللازمة للعاملين.
- زيادة إنشاء نظم متكاملة تعتمد على بنوك المعطيات وترشيد عمليات إتخاذ القرار في البنك.

ثانياً: تأثير التكنولوجيا المصرفية على الأنشطة التسويقية:

أدى إدخال التكنولوجيا في البنوك إلى التأثير على المجالات التسويقية من خلال ما يلي:¹

- المزيج التسويقي ويشمل عدة جوانب الأول يتعلق بالمنتج ويقوم على إدخال خدمات ومنتجات جديدة حسب رغبة العميل والثاني يتعلق بالسعر من خلال أسعار خاصة، مسائل قانونية وضريبية، تحليل سلوك المشتري الترويج عن طريق دعائم إشهارية جديدة، تغطية كاملة، إشهار تفاعلي، مكان بيع إفتراضي، إتصال دائم بالزبون وقنوات توزيع جديدة.
- إغراء العملاء بشراء خدمات بنكية جديدة مما يؤدي إلى خلق طلب جديد على أسواق جديدة و عملاء جدد مع إمكانية الوفاء بإحتياجاتهم المصرفية الحديثة.
- ترشيد الإنفاق والمعلومات المقدمة للعملاء.

ثالثاً: تأثير التكنولوجيا المصرفية على عمليات الخدمة البنكية:

تبدو تأثيرات التكنولوجيا المصرفية على عمليات الأنشطة البنكية واضحة للزبون، وهناك تأثير

¹ مريم هاني، تأثير تكنولوجيا المعلومات والإتصال على أنشطة البنوك التجارية الجزائرية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2013، ص 5، 6.

غير واضح بدأ من المكاتب الخلفية حيث تسمح هذه التكنولوجيا بتحسين الخدمات البنكية المقدمة للعملاء من خلال ما يلي:¹

- مساندة التطور التكنولوجي من أجل إحداث تغيير في مجال الخدمات البنكية فالتكنولوجيا تساعد البنك على مضاعفة موارده وتحسين نوعية منتجاته وخدماته.

- التكنولوجيا تمكن البنك من إعادة تنظيم هيكله لتسهيل الإتصال الداخلي والخارجي وتحسين الأداء الداخلي من خلال تغيير الأنشطة والعمليات التي تؤدي إلى عرض وتقديم الخدمة المصرفية في ظروف ملائمة للعميل المصرفي.

- تسمح التكنولوجيا بتحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة للعملاء من خلال المكاتب الخلفية.

رابعاً: تأثير التكنولوجيا المصرفية على وظيفة الإنتاج بالبنك:

سهل إدخال التكنولوجيا للبنك من توفير و تبادل وإستخدام المعلومات إلى و بين الانظمة الفرعية المختلفة، و تحقيق التكامل فيما بينهما مما يؤثر على العملية الإنتاجية من خلال:²

- تخفيض تكاليف الإنتاج.

- الإنتقال من التسيير التقليدي للمخزون إلى تسيير النفقات أي إدماج العمليات شيئاً فشيئاً والمعالجة المستمرة.

- التصميم لمجمل العمليات، أي تصميم الأنشطة الجديدة وتوزيعها بطريقة تتناسب مع تخصص العمال وساعات العمل المطلوبة، مع تخفيض الوقت الضائع الذي يؤدي إلى ربح الوقت وإستغلاله في تحسين نوعية الخدمات مما يزيد من مضاعفة الموارد المالية للبنك.

المطلب الثالث: انعكاسات التطور التكنولوجي المصرفي و مخاطرها

إنعكس التطور التكنولوجي المصرفي على جوانب متعددة وأدى ذلك إلى ظهور وظائف جديدة، ولكن نتيجة عدم الإستخدام الأمثل للتكنولوجيا ظهر مع ذلك مخاطر مصاحبة له.

1- انعكاسات التطور التكنولوجي المصرفي:

للتطور التكنولوجي المصرفي في انعكاسات على العديد من المتغيرات كتنظيم البنوك وإدارتها والعمالة وما يتطلبه ذلك من بحوث التطوير نذكرها فيما يلي:³

1-1- من الجانب التنظيمي:

أدى التطور التكنولوجي المصرفي إلى:

¹ مريم هاني، نفس المرجع السابق، ص 8
² بونيرة راضية، صادو أسامة، دور تقنيات الدفع الإلكتروني في تفعيل نشاط البنك التجاري دراسة حالة البنك الوطني الجزائري وكالة جيجل 671، مذكرة ماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، 2016-2017، ص 60 ، 61
³ أمن المعلومات البنكية يزيد من الإنفاق على التكنولوجيا، من على الموقع الإلكتروني <https://www.sci-magazine.com>، إطلع عليه بتاريخ 18 مارس 2024

- إزدياد الحاجة إلى العمالة الغير مباشرة فضلا عن ظهور الحاجة إلى وظائف جديدة مثل اخصائي البحوث والتطوير و فنيو الصيانة للتعامل مع تجهيزات اكثر تعقيدا.
- ظهور الحاجة إلى إعادة تصميم الوظائف ومن ثم إعادة تحليلها ووصفها.
- ظهور الحاجة إلى تغيير الأداء بالوظائف الجديدة حيث ان إدخال الآلات الأكثر أوتوماتيكية من شأنه أن يساهم في زيادة التكلفة الرأسمالية او تكلفة الإستثمار في الآلات وزيادة مخصصات الإهلاك.

2-1- انعكاسات التطور التكنولوجي على العمالة المصرفية:

من الطبيعي أن يؤدي التغير في التجهيزات إلى تغير في هيكل العمالة حيث أن التحول إلى الآلات الأكثر أوتوماتيكية سيقفل من إعداد العمالة اليدوية وغير الماهرة عموما لكنه سيزيد من العمالة الفنية في مجال التشغيل والصيانة.

3-1- ارتفاع النفقات على برامج البحث و التطوير:

أدى التطور التكنولوجي إلى إزدياد الحاجة لبرامج البحوث والتطوير حيث إقترنت التطورات التكنولوجية بالإنفاق على هذه البرامج وما يتطلب ذلك من إنشاء وتطوير وحدات للبحث والتطوير من خلال مزيج متكامل من تكنولوجيا التعليم والتدريب المصرفي مما أدى إلى إرتفاع الإنفاق على تكنولوجيا المعلومات خاصة في ظل التغيرات التنظيمية التي عرفتھا الصناعة المصرفية والتهديدات الامنية في بيئة الأنترنت.

2- مخاطر التكنولوجيا المصرفية:

على الرغم مما تحققه التكنولوجيا المصرفية من مزايا متعددة خدمت القطاع المالي والمصرفي بشكل كبير إلا أنها وبالمقابل أوجدت مخاطر مصاحبة لإستخدامها من قبل البنوك والمؤسسات المالية . وقد تجسدت هذه المخاطر فيما يلي:¹

- سهو وخطأ العاملين حيث يقترف العاملون على الأنظمة الآلية أخطاء ناجمة عن عدم المعرفة أو تؤدي إلى إحداث أضرار بالمعلومات والأنظمة المبرمجة.
- إختراق الأنظمة المصرفية والمالية من قبل أشخاص خارجين غير مرخص لهم وذلك في ظل غياب أنظمة أمنية لحماية النظم الآلية بهدف العبث أو السارق أو التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء مما يعرض الأجهزة للفيروسات التي تساعد على محو أنظمة المعلومات الداخلية للبنوك او وقوع البيانات الخاصة في أيدي غير مستخدمى الأجهزة وهو ما يؤدي إلى إفشاء السر المصرفي.

¹ محمد حمو، أثر إتفاقية تحرير تجارة الخدمات المالية و المصرفية على الصناعة المصرفية بالبنوك الجزائرية، مذكرة ماجستير في العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2009، ص32

- كما أنها تلعب دور فعال في تطور الوسائل المتعددة لعمليات غسل الأموال وإنجاز عمليات مصرفية غير مشروعة لا توافق البنوك على تقديمها أو تكون بحاجة إلى أخذ الموافقة عليها وهو ما يعني أن هذه التكنولوجيا قد ساهمت في إنتشار غسل الأموال.

- إرتفاع مخاطر الإحتيال على البنوك في السنوات القليلة الماضية نتيجة للإبتكارات والتطورات المتسارعة التي تسهل إختراق قواعد البيانات وقنوات التوزيع بما في ذلك أجهزة الصراف الآلي والأنترنت لذلك يجب العمل على تقوية إدارة المخاطر لدى القطاع المصرفي.

المبحث الثالث: ماهية الخدمات البنكية

مما لا شك فيه أن جميع فروع النشاط الاقتصادي في الوقت الحالي وبصفة أساسية تعتمد على الخدمات البنكية، والواقع أن هذه الخدمات المتنوعة التي يتيحها الجهاز المصرفي هي التي جعلت من الممكن تطوير الإقتصاديات الحديثة، ومن خلال هذا قمنا بتقسيم هاذ المبحث إلى ثلاثة مطالب كالتالي:

المطلب الأول: مفهوم الخدمات البنكية

تعتبر الخدمة البنكية خدمة تقدمها مؤسسة مالية من نوع خاص تسمى البنوك، حيث تنفرد بخصائص تميزها عن غيرها من الخدمات الباقية.

1- تعريف الخدمات البنكية:

تعرف على أنها مختلف الأنشطة والعمليات البنكية ذات المضمون لنفعي، والكامنة في العناصر غير الملموسة والمقدمة من قبل البنك للزبائن والمتعاملين، والتي تشكل أساس إشباع رغباتهم المالية و النقدية.

وتشكل في الوقت ذاته مصدر ربح البنك.¹

كما تعرف الخدمة البنكية بأنها مجموعة العمليات ذات المضمون النفعي الكامن في مجموعة العناصر الملموسة (الحقيقية)، وغير الملموسة (غير الحقيقية) المدركة من قبل الأفراد أو المؤسسات من خلال دلالاتها وقيمتها المنفعية التي تشمل مصدر لإشباع حاجاتهم المالية الانتمانية الحالية والمستقبلية، والتي تشكل في نفس الوقت مصدر ربحية الخدمة البنكية، ويتصف مضمون الخدمة البنكية بتغلب العناصر غير الملموسة على العناصر الملموسة.²

ومنه الخدمات البنكية هي: مجموعة من النواتج غير الملموسة وغير المتجانسة التي تقدمها البنوك للزبائن، وذلك بغية الإستجابة لطلباتهم، إشباع رغباتهم وحاجاتهم والتي لا ينتج عنها نقل ملكية.

¹ تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2005، ص 31

² عبد الرحيم نادية، تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي _دراسة حالة الجزائر _، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر

2- خصائص الخدمات البنكية:

نظرا لخصوصية حساسية الخدمات البنكية إذا ما قورنت بخدمات أخرى من حيث أنها متعددة ومتنوعة وخاضعة لتغيرات مستمرة، والتوسع في استخدام الوسائط التكنولوجية لتقديم الخدمات البنكية. و تتميز الخدمات البنكية بالخصائص التالية:¹

- الخدمات البنكية ليست مادية ملموسة وبالتالي لا يمكن تخزينها.
- الخدمات البنكية غير قابلة للتجزئة والتقسيم او الانفصال عند تقديمها.
- الخدمات البنكية ليست محمية ببراءة إختراع وكل خدمة جديدة يقدمها بنك ما يمكن لبنك اخر تقديمها.
- تعتمد الخدمة البنكية في تقديمها على التسويق الشخصي وعلى مهارة وكفاءة مقدم الخدمة.
- تقديم الخدمة البنكية لا يأخذ شكل نمطيا محددًا حيث تختلف طريقة تقديم الخدمة ودرجة تفاعل موظف البنك من زبون لآخر.
- لا يمكن إنتاج عينات من الخدمة وإرسالها للزبون لفحصها والحصول على موافقته على جودتها قبل الشراء.
- جودة الخدمة البنكية غير قابلة للفحص قبل تقديمها من طرف موظف البنك إلى الزبون.

المطلب الثاني: مراحل تطوير الخدمات البنكية

إن عملية تطوير الخدمات البنكية هي عملية ضرورية في ظل تزايد المنافسة التي تدفع المصرف إلى تطوير خدماته البنكية لتصل إلى إشباع حاجات الزبائن الجديدة وجذب المزيد من الزبائن، تتمثل مراحل عملية تطوير الخدمات البنكية في ما يلي:²

1. مرحلة الحصول على أفكار جديدة:

عملية تقديم الخدمة البنكية الجديدة بفكرة أي بتوليد الأفكار وقد تأتي هذه الفكرة أو الأفكار، من مصادر داخلية أو من مصادر خارجية، ومن المصادر الداخلية الرئيسية لخلق الأفكار البنكية الجديدة وظيفة البحث والتطوير في المصرف، حيث يعكف المتخصصون على تصميم الخدمات البنكية التي تحقق أهداف المصرف وتتماشى مع الظروف الإقتصادية والبيئية المتغيرة، وغيرها من المصادر التي تعمل على البحث عن أفكار جديدة ذات مضامين خدمية عالية.³

¹ محسن أحمد الخضيرى، التسويق المصرفي، المدخل المتكامل لحل المشكلات البنكية، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 1982، ص21-26

² سامر جلد، البنوك التجارية والتسويق المصرفي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 194-198

2. مرحلة تصفية الأفكار:

تأتي مرحلة تصفيات وغرلة الأفكار للخدمات البنكية في ضوء أهداف وبيانات المصرف وإمكاناته، بحيث يتم فرز الأفكار وتخفيض عددها إلى أقل عدد ممكن لكي يتم تحديد الخدمات الجديدة وفق لإعتبارات المصرف، إذ لا يمكن أن يتم تجربة كل فكرة لخدمة جديدة ويجب أن يكون هناك حكم أولي لتقرير ما إذا كانت كل فكرة تستحق دراسة أكثر.

أيضا هناك العديد من الإعتبارات التسويقية التي يجب الإنتباه لها عند تصفية الأفكار فمثلا يمكن أن تكون الخدمة الجديدة مكملة للخدمات الحالية وبذلك تسهل من بيع الخدمات البنكية الحالية.

3. مرحلة الدراسات الإقتصادية:

تشمل هذه المرحلة إعداد تقديرات على أساس السوق وإمكانيات تقديم الخدمة، وتقدير التكاليف والعائد، وهذا يعني تطوير تحليل وضع الخدمة البنكية الجديدة في ضوء الأهداف الأولية للبنك، والمهم في هذه المرحلة تحديد الربحية المتوقعة للخدمة، ويتطلب ذلك مراجعة التقديرات الخاصة بحجم المبيعات للخدمة والتكاليف الخاصة بإنتاج وتسويق الخدمة والأرباح المتوقعة للوقوف على مدى إنسجام هذه الخدمة مع أهداف البنك.

4. مرحلة تحديد مواصفات الخدمة:

ويتطلب ذلك إعداد نموذج أولي بالخدمة الجديدة تتطلب دراسة كافة النماذج والإجراءات والبرمجيات الحاسبات الآلية وتكاليف الإدخال والمتطلبات المالية والبشرية والتقنية وغيرها وبالتالي إخراج مفهوم الخدمة إلى صورته بصفته منتجا فعلي.

5. مرحلة تجربة وإختبار الخدمة:

يمكن القول أن هذه المرحلة لها أهمية قصوى في تطوير الخدمات البنكية الجديدة، والتي تكون غالبا محفوفة بالمخاطر، وتشكل عبئا على موارد البنك المالية والادارية على السواء، وفي الوقت نفسه ليس مؤكدا نجاح فكرة الخدمة، ومع أنه لا يمكن التنبؤ بنجاح أو فشل الخدمة الجديدة إلا أن دور التسويق هو محاولة تخفيض نسبة عدم التأكد.

6. مرحلة تقديم الخدمة البنكية الجديدة إلى السوق:

في هذه المرحلة توظف البنوك إمكاناتها لطرح الخدمة الجديدة في السوق، وهذا يتطلب إهتماما خاصا من إدارة التسويق في البنك، كذلك ينبغي على مسؤول التدريب أن يتأكد من أن كل موظف له علاقة بالعملاء على معرفة بالخدمة الجديدة وكيفية تقديمها للعميل.

7. مرحلة التقييم:

وهي المرحلة الأخيرة من مراحل تطوير الخدمات البنكية وتنطوي على مراقبة النتائج لفترة زمنية معينة، ويشمل ذلك مراجعة الخدمة البنكية الجديدة من عدة نواحي تشمل:

- مدى رضا العملاء على الخدمة البنكية مقارنة بالخدمات المنافسة.
- إمكانية استجابة البنك السريعة للتعديل في الخدمة في ظل التغيرات السوقية.
- مستويات الربحية والمبيعات والتكاليف.

المطلب الثالث: أنواع الخدمات البنكية

من الصعب أن تقوم بحصر جميع الخدمات البنكية التي أصبحت تقدمها البنوك نظرا لتعدد وتنوع الخدمات البنكية التي أصبحت خاضعة لتطورات مستمرة نتيجة لإستخدام الوسائل التكنولوجية في تقديم الخدمات البنكية، وعموما يمكن تقسيم أنواع الخدمات البنكية على النحو التالي:¹

✓ قبول الودائع:

وهي الودائع المصرح بها، المودعة لدى البنك والتي تؤدي عند الطلب أو بعد إنذار في تاريخ إستحقاق معين، وتعد خدمة قبول الودائع من أقدم الخدمات البنكية وتشمل:

- الحسابات الجارية أو حسابات الصكوك.
- أوامر الدفع القابلة للتداول.
- حساب إيداع سوق النقد.
- شهادات الإيداع.
- حسابات التوفير.

✓ القروض و التسهيلات الائتمانية:

وهي التي تمنحها البنوك التجارية للأفراد في المجالين التجاري والصناعي لتزويدهم بما يحتاجونه من أموال، أما التسهيلات فمنها ما هو نقدي مثل السلف وخصم الكمبيالات ومنها ما هو غير نقدي مثل فتح الإعتمادات المستندية.

✓ الإستثمار في الأوراق المالية و المشاريع الإستثمارية:

وتتمثل فيما يلي:

- الإستثمار في الأوراق المالية أي شراء سندات حكومية وسندات مضمونة من الحكومة وأذونات الخزانة.

- الإستثمار في المشروعات الإستثمارية المساهمة في رؤوس أموال البنوك الأخرى ورؤوس أموال مشروعات العاملة في قطاعات الزراعة والصناعة والإسكان والسياحة.

✓ الخدمات البنكية التقليدية:

وتتمثل هذه الخدمات فيما يلي:

¹ صديقي نعاس، أوباح سعيدة، أثر معايير جودة الخدمات البنكية على رضا الزبائن من وجهة نظر زبائن البنك الوطني الجزائري بالجلفة، مجلة دراسات، المجلد 12، العدد 02، 2021، ص270-271-

- تحصيل الصكوك المسحوبة على البنك بالداخل والخارج لصالح عملائها.
- صرف الصكوك المسحوبة على البنك بالعملة المحلية والأجنبية.
- إجراء عملية التحويل نزولا عند أوامر الزبائن بالداخل والخارج.
- فتح الحسابات بالعملات المحلية والأجنبية.
- شراء وبيع عملات اجنبية.

✓ الخدمات البنكية الحديثة:

و التي منها:

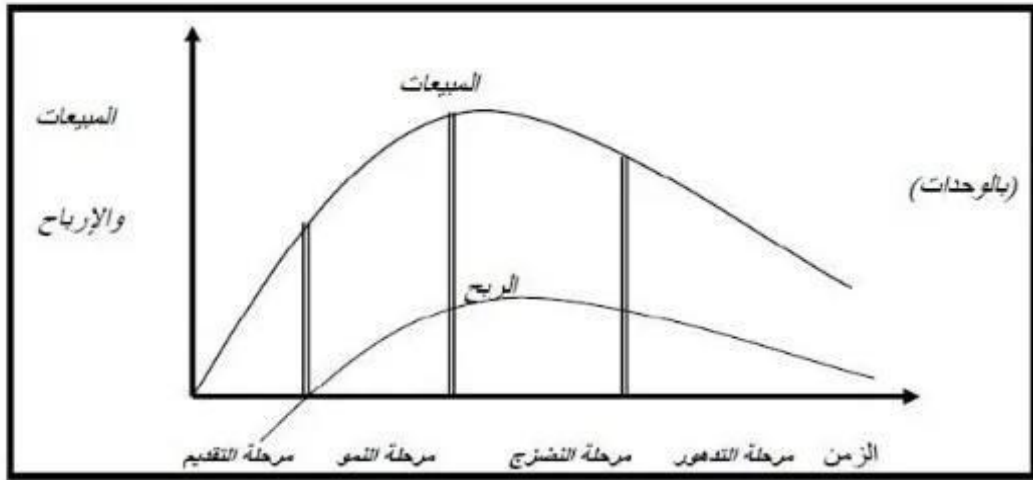
- نظام التحويل الأوتوماتيكي للأموال.
- البطاقات الائتمانية.
- خدمات نقطة البيع.
- البطاقة الذكية.
- خدمات التأمين.

المبحث الرابع: تسويق الخدمات البنكية

تسعى البنوك بصفة عامة إلى تلبية حاجات ورغبات زبائنها بطريقة تجعلهم راضين عن خدماتها أكثر من منافسيها فالبنوك لا تسعى لبيع ما تنتجه وإنما إنتاج ما يمكن بيعه. ويتحقق ذلك من خلال التعامل الدقيق مع كل مرحلة من مراحل حياة الخدمة البنكية وكذلك بتقسيم مزيج تسويقي يتناسب مع المتغيرات المستمرة التي تمس إحتياجات الزبائن.

المطلب الأول: دورة حياة الخدمة البنكية

تمر الخدمة البنكية بأربع مراحل والتي تمثل حجم التطور والتعامل بالخدمة عبر الزمن، وإن منحى دورة الحياة يعبر عن التاريخ البيعي لها ولهذا تحليل دورة حياة المنتج او الخدمة البنكية يساعد على وصف الكيفية التي تعمل بها الخدمة البنكية، كما يوضح المفهوم المتفاوت في سلوك الخدمة من مرحلة إلى مرحلة أخرى وهو ما يسمح بتطبيق إستراتيجيات تسويقية مختلفة من مرحلة لأخرى، ويمكن توضيح مراحل حياة المنتج البنكي فيما يلي:



Source : Kotler Philip, Marketing Management, 11 th International Edition, pearson education international, Inc-prentice Hall, 2003, P 328.

الشكل 1: دورة حياة الخدمة البنكية

1. مرحلة التقديم:

تبدأ هذه المرحلة من الوقت الذي تقدم فيه الخدمة البنكية إلى السوق، وعادة ما تستغرق هذه المرحلة وقتاً طويلاً كما أن وقت تنفيذ هذه المرحلة يحسن إختياره يعتبر بعداً إستراتيجياً في نجاح الخدمة وإستمرارها، وتتميز هذه المرحلة بإنخفاض نسبي في حجم التعامل بالخدمة لأن معدل نموها يكون بطيئاً كذلك تتسم هذه المرحلة بإنخفاض الأرباح ويعود ذلك إلى إرتفاع تكاليف المنتج المقدم خاصة من ناحية التوزيع والترويج.¹

2. مرحلة النمو:

تعتبر هذه المرحلة من أهم المراحل في دورة حياة الخدمة البنكية حيث يعبر عنها بمرحلة جني الأرباح ومن أبرز مميزاتا الزيادة الملموسة في حجم التعامل بها ومقدار الأرباح المحققة وبالتالي تقود البنوك إلى زيادة درجة التنوع في تشكيلة الخدمات وتستمر هذه المرحلة ما دام حجم التعامل لم يصل إلى أعلى مستوياته الموضوعية من طرف إدارة البنك والعائد من الخدمة لم يصل كذلك إلى المستوى المرغوب هذا يعني أنها لا تزال في مرحلة النمو وتوجد مجموعة من المؤشرات تدل على أن الخدمة المصرفية في مرحلة النمو نذكر منها:

- التزايد في حجم المبيعات والأرباح.
- إشتداد المنافسة بين البنوك وبالتالي يجب على البنوك الحفاظ على نهج تنافسي تبرز من خلاله الميزة التنافسية للخدمة وذلك عن طريق: - تطوير خصائص الخدمة وتحسين جودتها.

¹ محمد فريد الصحن، التسويق - المفاهيم والإستراتيجيات -، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 1996، ص146

- الوصول الى أسواق مرتقبة بعد الأسواق الحالية.

- الإهتمام بشبكة التوزيع وتطويرها.¹

3. مرحلة النضج:

فيها يبدأ الإنخفاض التدريجي لمعدل نمو المبيعات وتزداد المنافسة في السوق وتزيد البنوك من ميزات المخصصة للبحث والتطوير لتحسين الخدمة. وتصل الخدمة إلى مرحلة النضج عندما تشجع

الأرباح التي حققها البنك المنافسين على دخول السوق وتقديم خدمات مماثلة وتتصف هذه المرحلة بـ:

- إنخفاض حجم المبيعات وزيادة الإعلان.

- زيادة التكاليف وإنخفاض الأرباح.

وهناك العديد من الأساليب التي يمكن بها تقليل معدل الإنخفاض في المبيعات والإيرادات في الأجل القصير، لكن في النهاية لا يكون هناك مفر من إحلال هذه الخدمة ومن هذه الأساليب:

- تعديل الأسعار لجذب عملاء جدد.

- تخفيض الأسعار للإحتفاظ بالعملاء على الأقل.

- تغيير الإستراتيجية البيعية من خلال بيع الخدمة مع حزمة خدمات مكملة لإعطاء العميل نوعاً من

الخيارات المتعددة او الواسعة.²

4. مرحلة الإنحدار والتدهور:

مرحلة الانحدار والتدهور هي تلك المرحلة التي يبدأ فيها الطلب على المنتج في التراجع وبالتالي انخفاض حجم المبيعات وبالتالي ينكمش المنتج بشكل ملحوظ، وهي المرحلة الحرجة التي تمتاز بإنخفاض المبيعات وتتحقق الخسائر وهنا يبدأ البنك في إلغاء الخدمة وإستبدالها بخدمات أخرى جديدة.

المطلب الثاني: المزيج التسويقي للخدمات البنكية

مما لا شك فيه أن نجاح إستراتيجية التسويق لا يمكن أن يتم إلا بالإختيار المناسب والفعال والمتكامل لعناصر المزيج التسويقي والمتمثلة في مجموعة من الأنشطة والفعاليات المختلفة والمتكاملة و المتناسقة التي تمكن البنك من تلبية حاجات ورغبات الزبائن، وتتمثل هذه العناصر في:

➤ المنتج(الخدمة):

إن المحور الرئيسي لأي نشاط في المنظمات الخدمية ومنها البنوك هو تقديم خدمات وفق رغبات وميولات الزبائن وهذا لا يتحقق إلا بتحقيق الجودة في الخدمة والتركيز على بعض التسهيلات مثل

¹ لعدور صورية، أهمية التسويق المصرفي في تحسين العلاقة مع الزبون، مذكرة ماجستير، تخصص علوم التسويق، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2007-2008، ص 87

² ليلي محمد وليد، تسويق الخدمات المصرفية - لمحة عن واقع القطاع المصرفي السوري -، مذكرة ماجستير، تخصص إدارة الأعمال، جامعة دمشق، سوريا، 2008-2009، ص43

ضمانات ما بعد البيع ومعالجة شكاوي العملاء وهذا تطلب توفر سمات وصفات في العاملين خاصة الذين هم في إتصال مباشر مع الزبائن من أجل إقناعهم للإستفادة من الخدمات المقدمة والتعامل مع البنك.¹

➤ السعر:

تعتبر القرارات المتعلقة بالسعر في الخدمات البنكية من القرارات الهامة في الصناعة الإستراتيجية التسويقية كون السعر من العناصر الأساسية في المزيج التسويقي للخدمة وتأتي هذه الأهمية من دور هذا العنصر في خلق العائد للبنك، تحديد قيمه الزبون وبناء صورة الخدمة المقدمة لذلك نجد أن ما يشغل المنظمات ليس فقط البحث من أجل تقديم فرصة وإنما تحديد السياسة السعرية المناسبة التي تحقق ربحاً معقولاً للبنك مع تحقيق رضا للزبون.²

➤ التوزيع:

و يقصد بها كل الجهود التسويقية المتداولة لتوصيل الخدمة إلى المستفيدين منها بالشكل الملائم وفي الوقت والمكان المناسبين، و يقصد بها كل الجهود التسويقية المتداولة لتوصيل الخدمة إلى المستفيدين منها بالشكل الملائم وفي الوقت والمكان المناسبين.

قبل اختيار منفذ التوزيع على البنك مراعاة بعض العوامل منها:³

- طبيعة الخدمات البنكية المقدمة: ترتبط الخدمات بطبيعة المستفيدين منها وكذا حجم الفروع.
- عناصر السوق: ويقصد بها المستفيدين من الخدمات الحاليين، الموزعين، انتشارهم الجغرافي، خصائصهم الشخصية، عاداتهم وانماطهم الشرائية.
- الإعتبارات القانونية: اشترط بعض الأمن والحجم والتجهيزات.
- العناصر الداخلية للبنك: تتمثل في القدرات المالية، شهرة واسعة للبنك لأنه يلعب دور كبير في تتبع الفروع له.

عموماً فإنه في حالة اختيار المصرف لمنفذ معين لتقديم خدماته فهذا لا يدل على طريقة ما إذا كان المستنفذ مناسباً أو يتطلب الأمر تغيير إلى فرع آخر.

➤ الترويج:

يعرف بأنه عملية إتصال إقناعي يستهدف التأثير على جهود البنك بقصد إستمالة إستجابات سلوكية من أفراد الجمهور في الإتجاه المرغوب به من قبل البنك وعليه فإن الترويج يقدم على:

- عملية إتصال بين البنك وعملائه لنقل المعلومات والبيانات عن الخدمات البنكية.

¹ د.خضير كاظم محمود، إدارة الجودة بخدمة العملاء، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2002، ص 205

² تيسير العجارمة، مرجع سبق ذكره، ص 281

³ د.سامي أحمد مراد، تفعيل التسويق المصرفي، المكتبة العربية للمعارف، مصر، الطبعة الأولى، 2001، ص 74

- التأثير على الزبائن لتكوين توجه ايجابي نحو البنك.

و توجد عدة أساليب يمكن الاعتماد عليها في عملية الترويج للخدمات البنكية وأهمها:

- **الإعلان:** ويعرف على أنه شكل من أشكال الإتصال غير الشخصية المدفوعة الأجر لتقديم الأفكار والسلع والخدمات وتوجيهها لدى الجمهور المستهدف من خلال وسائل إعلان بسيطة وواسعة النطاق.¹
- **البيع الشخصي:** ويعد البيع الشخصي من الأساليب الترويجية الشخصية لأنه يمثل عملية إتصال وإقناع للتأثير على الزبون المرتقب فالبيع الشخصي يمثل إتصال شخصي مباشر وتفاوضي بين رجل البيع وبين الزبون.²

- **تنشيط المبيعات:** يعد تنشيط المبيعات أحد الأنشطة الترويجية التي تتعامل مع الأنشطة الأخرى للمزيج الترويجي كالإعلان والبيع الشخصي... ويؤدي تنشيط المبيعات دورا هاما في ترويج الخدمات البنكية من خلال وسائل التنشيط المتعددة التي تهدف جميعا إلى زيادة الطلب على الخدمة. وتهدف إلى تعريف الزبائن الجدد بالخدمة وإثارة اهتمامهم بالخدمة البنكية التي يقدمها البنك ويقنعهم بالتعامل معها.

➤ الأفراد أو مقدموا الخدمة:

ويعرف الأفراد بأنهم مجموعة الأفراد المشاركين في تقديم الخدمة للزبائن ولهم تأثير على قبول الزبون للخدمة. ويقصد بمقدموا الخدمة كافة العاملين في المنظمة وعليه فإن نوعية العلاقة بين مقدم الخدمة ومتلقيها هي التي تقرر حماية التبادل المستمر بين الطرفين في المستقبل أي الإستمرار لهذه العلاقة يعتمد على الثقة وتحقيق الأبعاد التي يقيس بها الزبون مستوى الخدمة حيث يستوجب على الإدارة القيام بتدريب وتقوية العاملين ويقودنا هذا إلى ما يعرف بالتسويق الداخلي وهذا ما يثير أهمية تحفيز جودة العاملين وذلك بتطوير الوظائف وتنمية مهارات وسلوكات العاملين خاصة من لهم إتصال مباشر مع العملاء.³

➤ العمليات:

تعتبر العمليات العنصر الرئيسي لأي خدمة للزبون وتعرف على أنها كل الطرق والأساليب التي يتم بها الوصول إلى خصائص الخدمة المقدمة فهي متطلب أساسي لتحسين مستوى جودة الخدمة فإذا مارست عمليات الخدمة بكفاءة عالية فإن مزود الخدمة سيمتلك ميزة تنافسية تفوق المنافسين فهناك بعض الأمور التي يجب مراعاتها لتساعد مقدم الخدمة في إكتساب مكانة إستراتيجية، إختصار العمليات في خطوات منطقية سلسلة تسهل عمليتي الرقابة والتحليل وتبسيط الإجراءات ووقت إنتقال العمل من إدارة إلى أخرى.

¹ د.سامي احمد مراد، نفس المرجع السابق، ص 62

² محمد جاسم الصميدعي، التسويق المصرفي، مدخل إحصائي تحليلي، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2005، ص 306

³ تيسير العجارمة، مرجع سبق ذكره، ص 317.

➤ **الدليل المادي:**

ويعرف على أنه الأشياء الملموسة الموجودة لخلق وتقديم الخدمة مثل الأجهزة والمعدات فالدليل المادي يعتبر من العوامل ذات التأثير الواضح في تسهيل عملية إدراك الزبون للخدمة البنكية وتسهيل عملية الخدمة وخاصة في الخدمات الترويجية وتتمثل في التسهيلات المادية والتي هي من مبادئ البنك و كذلك الموقع الملائم، والتسهيلات الأخرى المتميزة بالمظهر الداخلي عن غيرها (الحواسيب ووسائل الإتصال).¹

المطلب الثالث: المميزات التسويقية للخدمات البنكية وعوامل نجاح تقديمها

في ظل المنافسة الشديدة التي يشهدها القطاع المصرفي، يمكن للبنوك التي تقدم خدمات مميزة وبطرق ناجحة وفعالة أن تتميز عن منافسيها وتجذب المزيد من العملاء.

أولاً: المميزات التسويقية للخدمات البنكية

يمكن للخدمة البنكية أن تتميز إذا ما توفرت على العناصر التالية:²

➤ **جودة الخدمة:**

يعتمد إشباع الزبون ودرجة الرضا على إتجاهات موظفي البنك قبل أن يعتمد على نوعية الخدمة المقدمة. حيث أن الزبون يبني تعامله في الخدمة على الضرورة الذهنية والإنطباع الجيد المكون على البنك ومدى قدرة الموظف على تقديمها إليه فشعور الزبون بالألفة داخل البنك وإمكانيات تحقيق راحته ضروري لتدعيم أي خدمة، لذا فإن من الضروري:

- معرفة مدى المرونة التي تبذلها في التعامل وإمكانيات الخدمة من خلال الأوراق والمستندات.
- يجب أن يشعر الزبون بأن موظف البنك متخصص وخبير ومرن ومتكيف مع واقعه وحاجاته.
- ان جودة الخدمات تتأكد من خلال نظام تسليمها للعملاء وكيفية التسليم.

➤ **التطوير المستمر:**

إن الإستمرار في مواجهة المنافسة لن يأتي إلا بتقديم خدمات جديدة أو التطوير المستدام لما يقدم حالياً كما أن إرتباط الموظف بالزبائن يتطلب منه دائماً الإرتباط بالتقدم في مفاهيمهم وتسهيل عملية الإشباع بالنسبة لهم وبما يضمن الولاء من طرف الزبائن لاسيما أن البنك وخدماته والحصول على زبائن جدد مرتبط أكثر بخدمات جديدة، إذ أن على موظف البنك أن يغير مفاهيمه بإستمرار للحصول على زبائن جدد ذوي الأفكار المختلفة والمتجددة وبالتالي يجب التأكد من:

- تقديم تطوير جديد في الخدمات لتتناسب مع الأسواق الجديدة.
- تقديم خدمات جديدة للأسواق الحالية.

¹ بوراس نبيلة زنفوقي كريمة، ابتكار الخدمة المصرفية ودورها في إدارة العلاقة مع الزبون، مذكرة ماستر، تخصص إدارة مالية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2011-2012، ص 31

² صباح محمد أبو تايه، التسويق المصرفي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص70-71

- تطوير الخدمات القديمة بغرض تحسين جودة الأداء أو التقليل من التكلفة.
- البحث باستمرار لتحديد رغبات الزبائن، والتغير في الخدمات التي تدعم حاجتهم.

➤ خلق علاقات طويلة الأجل:

حيث كلما نجحت البنوك في صياغة خدمات بنكية ملائمة لرغبات المتعاملين رخيصة التكلفة كلما ضمنت ولاء وعلاقة طويلة الأجل مع طبقات مختلفة من المتعاملين. وعليه فإنه لا بد من إيجاد علاقات مع العملاء ووضع سياسات تسويقية معهم على أساس أن يتم إشباع حاجاتهم في المراحل الأولى من حياتهم العملية أو في بدء نشاط أعمالهم مثلا إعطائهم حسابات جارية بلا أي تكلفة.

ثانيا: عوامل نجاح تقديمها

هناك عدة عوامل يجب توفرها لنجاح تقديم الخدمة البنكية نذكر منها:¹

- * السرية في التعامل وبالتالي شعور الزبون بالمزيد من الأمان الأمر الذي يساعد على ضمان ولاء الزبون للبنك وعدم خروجه من قائمة الزبائن الكبار له.
- * ضرورة فهم طبيعة الزبون وتوقعاته وتوفير راحة التعامل من خلال المسؤول عن قسم الخدمات البنكية.
- * ضرورة توفير إطارات مؤهلة ومحترفة وذو خبرة متنوعة وعميقة تستطيع أن توفر حلول شاملة ومتصلة
- تناسب إحتياجات الزبون من حيث الوقت، المكان، السعر، الطريقة المناسبة وبالسرعة والدقة اللازمة.
- * ضرورة توفير مسؤول واحد لكل زبون وذلك لتأمين إقامة علاقات على درجة عالية من الخصوصية ومعرفة وثيقة بمقدم الخدمة ومديرا للعلاقة بين هذا المسؤول والزبون.
- * ضرورة توفير البنك لفريق من المحللين على الصعيدين الجزئي والكلي لإبقاء الزبائن على مدار 24 ساعة بكشوفات الحسابات وتقارير أداء المحافظ الإستثمارية.

¹ صباح محمد أبو تايه، مرجع سبق ذكره، ص 70

خاتمة الفصل الأول :

لقد أصبحت البنوك تلعب دورا هاما في أي إقتصاد ولأي دولة في العالم حيث تعتبر العمود الفقري والركيزة الأولى لتحقيق توجهات وأهداف الدول الإقتصادية وحتى يتحقق هذا الدور وجب على البنوك البلوغ بمستوى خدماتها البنكية لمستوى الجودة لتحقيق ميزة تنافسية تكون مبنية على أساس الإستجابة لإحتياجات وتوقعات العملاء ولقد أصبح لزاما على البنوك الإرتقاء بالعمل البنكي من التقليدي إلى الالكتروني والإستغلال الأمثل للتكنولوجيا المصرفية القائمة عليها بهدف جذب عملاء جدد حيث يتعين على البنوك مواكبة التطورات التكنولوجية لعصرنة نظامه المصرفي ووضع إستراتيجية شاملة تمكنها من تحقيق الجودة والسرعة في أدائها وتقديمها.

الفصل الثاني

التكنولوجيا المصرفية كضرورة لترقية

الخدمات البنكية في بنك الفلاحة

والتنمية الريفية بدر وكالة الشريعة

485

المبحث الأول: التعريف ببنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر وكالة الشريعة

من خلال هذا المبحث سنقوم بالتعرف على بنك الفلاحة والتنمية الريفية بصفة عامة ووكالة الشريعة 485 بصفة خاصة وموسعة، وللقيام بذلك قمنا بتقسيم المباحث إلى ثلاثة مطالب كالتالي:

* المطلب الأول: تقديم البنك ووكالة الشريعة 485

* المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لوكالة بدر الشريعة 485

* المطلب الثالث: الخدمات المصرفية لوكالة بدر الشريعة 485

المطلب الأول: تقديم البنك ووكالة الشريعة 485

أولاً: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر

يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية بنك مساهمة ذات رأس مال قدره 33000.000.000 دج ويقع مقره بـ: 17 شارع عميروش بالجزائر العاصمة، وسنتطرق إليه كالتالي:³⁷

1- نشأة البنك ومهامه:

تأسس بنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر سنة 1982 بموجب المرسوم الرئاسي رقم 106-82 حيث ينتمي إلى القطاع العمومي، ومن مهامه الرئيسية تطوير القطاع الفلاحي وترقية المجال الريفي، في بداياته كان هذا البنك يتكون من 140 وكالة متنازل عليها من طرف البنك الجزائري وأصبح يحتضن في يومنا هذا 268 وكالة و31 مديرية جهوية، ويشغل بنك بدر حوالي 7000 عامل ما بين إطار وموظف ونظرا لكثافة شبكته وأهمية تشكيلته صنف هذا البنك من طرف مجلة قاموس البنوك في المركز الأول في ترتيب البنوك الجزائرية ويتحل كذلك المركز 668 في الترتيب العالمي ما بين 1100 بنك مصنف، وطبقا للقوانين والإجراءات يتكفل هذا البنك بتطبيق الخطط والبرامج المرتقبة من خلال قيامه بالمهام التالية:

تطوير الموارد والعمل على رفعها وتحسين تكاليفها.

لإستعمال الكلي للإمكانيات التي تمنحها السوق المالية.

مسايرة التطور الحاصل في عالم النشاط المصرفي وتقنياته.

1- أهداف البنك:

تتضح الضرورة الاقتصادية لإنشاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية في إطار تحقيق الأهداف التالية:

✓ إعادة تنظيم الجهاز الإنتاجي الفلاحي بتطوير وتعميم الإستعمال الآلي وتجديد الثورة الفلاحية وعصرنتها.

³⁷ وثائق داخلية مقدمة من طرف الوكالة

- ✓ إشتراك الزراعة في الإلتزام الوظيفي وتنمية تصنيفها في مجال الإنتاج الوطني.
- ✓ توسيع الأراضي الزراعية وتحسين نوعية الخدمات.
- ✓ فتح وكالات جديدة في المدن الغنية بالموارد وتكوين الموظفين وتقويم سلوكهم حيث يسعى البنك من خلال هذا إلى الإقتراب أكثر من زبائنه.

ثانياً: تقديم الوكالة البنكية بدر الشريعة 485

فيما يلي سنقوم بالتعريف بالوكالة البنكية بدر الشريعة 485 وكذلك نشأتها ومصالحها:³⁸

1- التعريف بالوكالة ونشأتها

مع تزايد نشاطات بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكذا تزايد حجم الحاجات والطلبات ذات الطابع الفلاحي والإستثماري خاصة، فيما يخص ولاية تبسة، جاء قرار إنشاء وتأسيس الوكالة في سنة 1982 حيث تعتبر الوكالة 485 واحدة من الخلايا القاعدية البنكية للمؤسسة النقدية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية عامة، وتدخل ضمن الهيكل القاعدية لهذه الأخيرة

تخت ما يسمى بـ: الوكالات المحلية للاستغلال، والتي تعتبر الوصلة المباشرة مع الزبائن.

تأسست وكالة الشريعة ذات المؤشر البنكي 485 سنة 1982 وفتحت أبوابها بعد خرجت من البنك الوطني الجزائري BNA. وجاء تنصيب هذه الوكالة كخلية عملياتية قاعدية من أجل دعم نشاط الوكالة المركزية لولاية تبسة 488 التي إزدادت عليها طلبات الزبائن حيث إقتضى الأمر إنشاء وكالة جديدة تابعة لها لتدعيم نشاطها ومسارها.

وتقع الوكالة بحي 100 مسكن بدائرة الشريعة ولاية تبسة حالياً بـ 14 موظف، يمارسون مختلف النشاطات البنكية من عمليات الشباك، الصندوق، المحفظة البنكية وكذلك مصلحة القرض وكذا فتح الحسابات البنكية. ولكون مردودية الوكالة ذات مستوى ملحوظ، فهي تعتبر بذلك أحد أهم الوكالات البنكية بتبسة والتي تحقق موارد مرتفعة.

2- مصالح الوكالة

كغيرها من الوكالات فإن وكالة الشريعة 485 تحوز على هيكل تنظيمي يخولها توزيع المهام وفقاً لطبيعة كل مصلحة، وتتمثل مصالح الوكالة في التالي:

* **مصلحة الزبائن:** حيث تهتم هذه المصلحة بكل ما هو متمثل في إنشغالات الزبائن ومشاكلهم وحاجاتهم في العمليات البنكية.

* **المحفظة البنكية:** تعتبر من أهم مصالح الوكالة، وتعنى بالعمليات التي لا تمس السيولة النقدية (النقد الملموس) وتشتغل بوثائق رسمية منها الداخلية (عمليات تخص زبائن الوكالة) ومنها الخارجية (عمليات ما بين البنوك).

³⁸ وثائق داخلية مقدمة من طرف الوكالة

* **الصندوق:** يعتبر الصندوق رئة أي وكالة بنكية، نظرا لخصوصيته المتمثلة أساسا في عمليات السيولة. ويعتبر الصندوق أحد أهم عناصر البنك ويعمل بالتنسيق الدائم والمستمر والمباشر مع المحفظة البنكية والشباك.

وهذا الأخير (الشباك) يتم فيه التسجيل المحاسبي لعمليات السحب والإيداع التي يقوم بها الزبائن، في النظام البنكي المعتمد خلافا للنظام القديم، اعتمادا على رموز العمليات البنكية وتتم العمليات كالتالي:

- **في حالة السحب:** يتم أولا التسجيل المحاسبي الآلي للعملية، ثم يقوم أمين الصندوق بالدفع.

- **في حالة الإيداع:** يحدث العكس، حيث يقوم الأمين أولا بحساب المبالغ المالية المراد إيداعها،

ثم يمضي الزبون إستمارة الإيداع بعد ملئها، وبعدها يتم التسجيل المحاسبي الآلي للعملية

على مستوى الشباك.

* **مصلحة القرض:**

مصلحة القرض جوهرية في النشاط البنكي لأي وكالة مهما كانت صفتها، وتهتم بدراسة جميع أنواع الملفات الخاصة بطلبات القروض ومعالجتها، حيث تركز على عدة نقاط منها ما يهتم بالمرودية وتقوم بمتابعة الملفات حتى بعد منح القرض من أجل التغطية والتحصيل في حالات عدم التسديد أو العجز.

* **الخلية القانونية**

وهي خلية مستقلة نسبيا ، حيث تشبه في طبيعتها نشاطها الطبيعية الإدارية أكثر منها الطبيعية المحاسبية. ويقوم ويقوم عليها لجنة إدارية متخصصة في الشؤون القضائية والحقوق والمنازعات وغيرها من المسائل الخاصة. وتسهر هذه الخلية على إتمام ما يلي:

- فتح الحسابات البنكية والتأكد من سلامة الوثائق وصحة الملفات المقدمة إداريا وكونها خالية من الأخطاء الإدارية

التي توقع الزبون والبنك معا في مشاكل مستقبلا.

- السهر على القضايا والنزاعات التي تخص البنك.

- متابعة ملفات الحسابات البنكية التي تحتوي على مشاكل، والعمل على تطبيق القانون البنكي بكل

صرامة بغية

تجنب جميع أنواع المشاكل، وفي هذه الحالات يكون لدى البنك الحق في تجميد الحسابات او إيقافها

مؤقتا لغاية

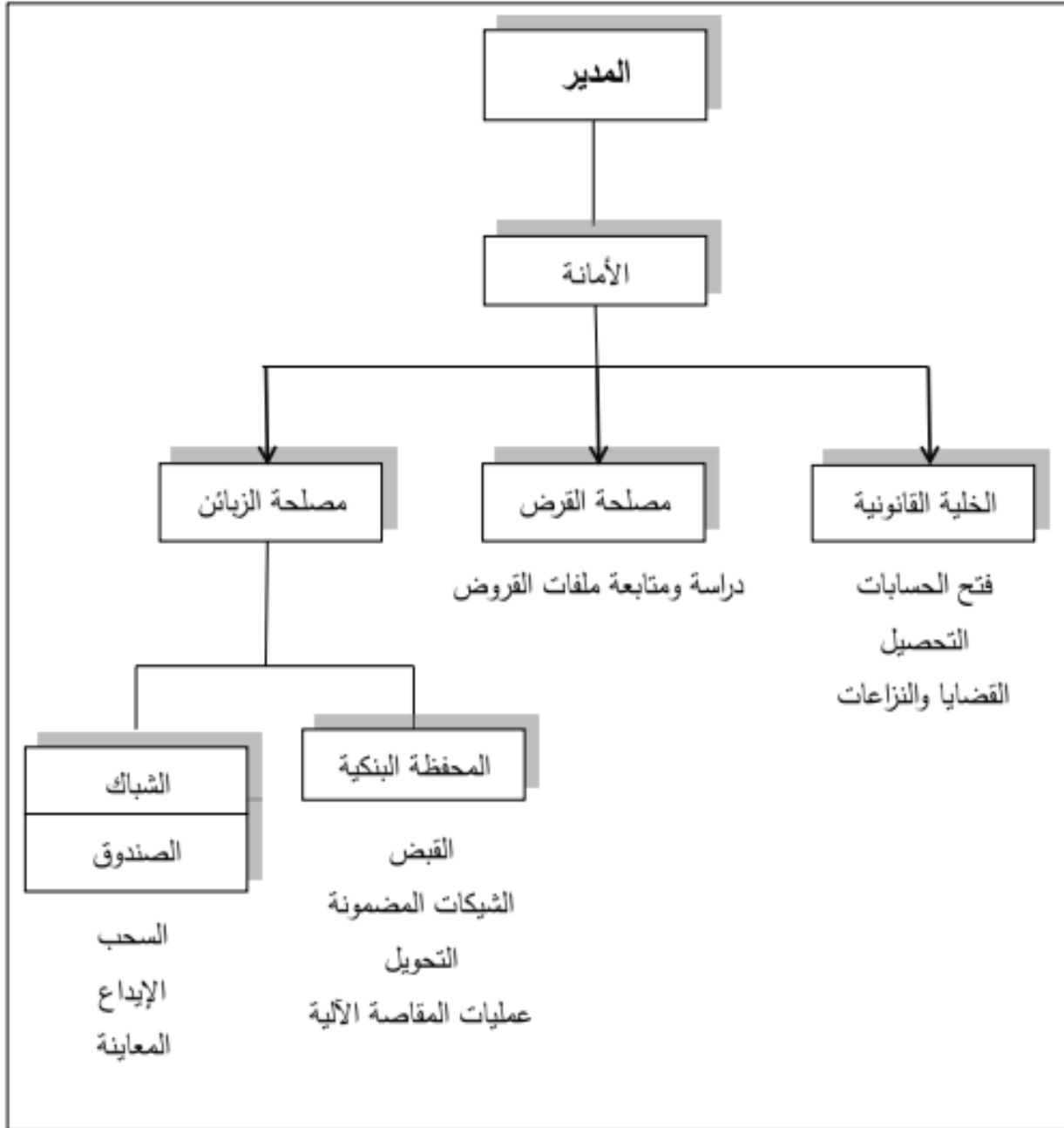
حلها.

- القيام بعمليات التحصيل البنكي.

- التنسيق مع مختلف مصالح الوكالة البنكية.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لوكالة بدر الشريعة 485

كغيرها من الوكالات، فإن وكالة بدر الشريعة 485 يلزمها هيكل تنظيمي يضمن السيرورة الحسنة والسلسة للعمليات عبر كافة مرافق الوكالة. ومن خلال الشكل الموالي يمكننا توضيح الهيكل التنظيمي للوكالة محل الدراسة.



الشكل رقم (1): الهيكل التنظيمي لوكالة بدر الشريعة 485

المصدر من إعداد الطالب بالإعتماد على وثائق مقدمة من الوكالة البنكية

المطلب الثالث: الخدمات المصرفية لوكالة بدر الشريعة 485

لا تختلف الخدمات البنكية في الوكالة 485 عن غيرها من الوكالات التابعة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية، وبغض النظر عن أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية بنكا ذو إهتمامات تدخل ضمن مجال الفلاحة بالدرجة الأولى غير أنه يعتبر بنكا تجاريا يتيح له الفرصة بأن يقدم منتوجات متنوعة على غرار باقي البنوك التجارية المنافسة في السوق. وهنا نقوم بعرض مجموعة من النتوجات التي تقدمها الوكالة لزبائنها:

أولاً: دفاتر الإدخار

حيث يوفر بنك الفلاحة والتنمية الريفية هذه الإمكانيات لزبائنه حيث يمكن للزبون أن يفتح حساب بنكي بسلسلة خاصة بدفاتر الإدخار، حيث تتم العملية بالوكالة كالتالي:

* يتقد الزبون للوكالة راغبا في فتح حساب بنكي.

* بعد الإستماع له من طرف المكلف بالزبائن، يقدم له قائمة بالوثائق المطلوبة لفتح حساب لإدخار مع

معلومات عن نوع الحساب والميزات التي سيستفيد منها وذلك من أجل توليد الإحساس بأهمية

الإدخار

والمبلغ الأدنى المحدد قانونيا لفتح الحساب.

* يتم فتح الحساب البنكي الخاص بالإدخار و إعطاء الزبون دفتر توفير يتضمن المعلومات الخاصة به

وبحسابه وذلك بعد تسجيله اليا في النظام البنكي.

ثانياً: الودائع لأجل

عملية الإيداع لأجل واحدة من المنتوجات البنكية الأساسية التي تعتمد عليها البنوك التجارية بما في

ذلك بنك الفلاحة والتنمية الريفية 485، وتقوم على إيداع الأموال في حساب بنكي معين لدى الوكالة ثم

الاتفاق على تجميد تلك الأرصدة إلى أجل معين، لتكون بذلك عبارة عم رأس مال بالنسبة للبنك، على أن

يستفيد الزبون من نسبة فائدة تقدر بـ 2.5 بالمئة حسب جدول الاتفاق.

ثالثاً: بطاقات السحب الإلكترونية

يعتمد مبدأ السحب بالبطاقة الإلكترونية على الموزع الإلكتروني البنكي المتواجد على مستوى

نقاط مختلفة في الوكالات التابعة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية. وتقوم الوكالة بجمع الطلبات الكافية

للزبائن، المجسدة في شكل إتفاقية داخلية ثم إرسالها إلى الإدارة المركزية من أجل تجهيزها للزبائن،

وتقوم إدارة الوكالة بعد جاهزية الطلبات بإشعار زبائنها بوصول بطاقتهم الإلكترونية الجاهزة للاستعمال

بعد فرزها والتأكد من سلامتها الفيزيائية، تحتوي كل بطاقة على رقم سري خاص بكل زبون.

رابعاً: القروض

القرض منتج جوهري لا يمكن الإستغناء عنه في الوظيفة البنكية، ولهذا يخصص له مصلحة خاصة به نظراً لكونه عصب الوظيفة البنكية، وأحد أهم مصادر الموارد المالية حيث تختلف القروض باختلاف طبيعة النشاط المراد تجسيده والمشروع الذي يرغب العميل في تحقيقه، فهناك قروض إستغلال وهناك قروض إستثمار بالإضافة إلى كون الواكلة تقوم بدراسة ملفات القروض الخاصة بزبائنها فهي تقوم كذلك بدراسة ملفات القروض القادمة من:

* الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب.

* الوكالة الوكنية لدعم القروض المصغرة.

* الصندوق الوطني للتأمين على البطالة.

إضافة إلى منح القروض الخاصة بالفلاحين في إطار القرض الرفيق وهو إجراء مستحدث مؤخراً، خاض بدعم النشاط الفلاحي وفقاً لآليات خاصة.

إضافة إلى ما سبق فإن الوكالة تعتمد إضافة نظام القرض بالإيجار والذي يقوم على مبدأ دراسة ملف القرض الذي يقتضي بدعم الزبون بعتاد عمل (حرار، محراث، إلخ) بالتنسيق مع مؤسسات خاصة بإيجار العتاد تنتهي خلالها العملية بدفع الزبون لأقساط القرض وحصوله في نهاية الأمر على عقد ملكية العتاد يتم دعمه به كأحد الخيارات المتاحة.

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة التطبيقية

يتضمن هذا المبحث وصفاً لمنهج الدراسة المتبع والأدوات المستخدمة لإجراء هذه الدراسة والمتمثلة في الإستمارة كأداة رئيسية والمقابلة كأداة مساعدة وهذا ما سيتم عرضه في هذا المبحث من خلال المطالب التالية:

* **المطلب الأول:** منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات.

* **المطلب الثاني:** بناء وتطبيق أدوات الدراسة.

المطلب الأول: منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

من أجل الوصول لحقيقة علمية يتطلب ذلك إتباع خطوات معينة ومراحل معينة، وكذلك توظيف أدوات ووسائل بحث تساعد على تحقيق الهدف المرغوب من الدراسة.

أولاً: منهج الدراسة

يبين منهج الدراسة الأسلوب الذي يعتمد عليه الباحث في دراسته لظاهرة معينة بهدف الوصول إلى نتائج عامة، والمنهج الذي سيتم إستخدامه في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي، على اعتبار أن هذا المنهج لا يقتصر

على جمع المعلومات والحقائق بل تعدها لإيجاد حلول للمشكلة موضع البحث.

ثانياً: الأقسام المعنية بالدراسة

لابد من تحديد الأقسام المصالح التي طبقت فيها الإستثمار والمقابلة بغية الوصول لنتائج الدراسة، حيث تم توزيع الإتمارة على الموظفين في وكالة بدر الشريعة 485 والبالغ عددهم 14 موظف. أما المقابلة فقد تم إجراؤها مع السيد مدير الوكالة ورئيس قسم الإدارة التجارية.

ثالثاً: أدوات جمع البيانات

هناك مجموعة من الأدوات التي يتم الاعتماد عليها للحصول على البيانات، ونظراً لتعدد مصادر جمع هذه البيانات نظراً لتعدد مصادر جمع هذه البيانات فقد تم الإستعانة بمجموعة من الأدوات لجمع البيانات العلمية والموضوعية وتتمثل فيما يلي:

1- الوثائق والسجلات

تم الاعتماد على الوثائق والسجلات كأداة ثانوية لجمع البيانات.

2- الإستثمار

وهي الأداة الأولية في دراستنا وتعتبر أحد الأدوات الضرورية المستعملة في الحصول على المعلومات والبيانات الضرورية لتحقيق أغراض البحث، حيث تتضمن العديد من الأسئلة المتعلقة بمتغيرات الدراسة يتم تقسيمها إلى محاور حسب عدد المتغيرات.

3- المقابلة

وتم توظيفها كأداة مساعدة حيث لا يمكن للباحث معرفة والحصول على البيانات المناسبة والكافية إلا من خلال المقابلة المباشرة مع رؤساء الأقسام والمصالح المعنيين من أجل الحصول على معلومات حول الموظفين وكذا إعطاهم مساحة أكبر للتعبير عن آرائهم بحرية أكبر.

المطلب الثاني: بناء وتطبيق أدوات الدراسة

بغرض إتمام عملية البحث، تم الإستعانة بمجموعة من الأساليب اللازمة للدراسة وذلك لإكمال الدراسة التطبيقية.

أولاً: بناء أدوات الدراسة

بإضافة إلى ما تم الإستعانة به من أدوات ولدت لجمع المعلومات، وكذلك إعتداد الوثائق والسجلات الخاصة بالمؤسسة وذلك من أجل معالجة موضوع البحث ميدانياً، فإنه تم إستخدام أداة أخرى لجمع البيانات وهي الإستثمار كما ذكرنا في السابق وذلك من أجل وذلك للوقوف على التكنولوجيا المصرفية كضرورة لترقية الخدمات البنكية، وتمثلت الإستثمار في مجموعة من الأسئلة يتم تقديمها لشخص معين وتم بناء هذه الأسئلة إنطلاقاً من ما تم تحديده من أهداف الدراسة والتساؤلات الفرعية والفرضيات وبناء على ذلك تم إعداد أسئلة الإستثمار التي تضمنت متغيرات الدراسة، ثم عرضها على الأستاذة المشرفة

ومن خلال الملاحظات المقدمة من طرفها قمنا بوضع التعديلات اللازمة وكذا حذف ما يجب حذفه، كما قمنا باستخدام أداة المقابلة كأداة مساعدة وتكون فيها الإجابات مفتوحة من أجل جمع معلومات أكثر وزيادة مصداقية الدراسة، وتمثلت في مجموعة من الأسئلة تم توجيهها إلى أشخاص معينين وذلك من أجل إثراء الدراسة وكذلك أعطاء الأشخاص حرية أكبر في التعبير، وفيما يلي توضيح أكثر لكيفية إعداد أسئلة الإستمارة والمقابلة:

1- الإستمارة:

تم تقسيم أسئلة الإستمارة (أنظر الملحق 04) إلى ثلاثة محاور حيث خصص المحور الأول للبيانات السوسيو-ديموغرافية أما المحور الثاني فخصص للخدمات البنكية والمحور الثالث كان تحت عنوان التكنولوجيا المصرفية، ويمكن توضيح ذلك فيما يلي:

1- المحور الأول: تضمن البيانات السوسيو-ديموغرافية والمثثلة في السن، الشهادة، الخبرة المهنية والمنصب المشغول.

2- المحور الثاني: تحت عنوان الخدمات البنكية وضم هذا المحور 15 سؤال تتعلق بجودة الخدمات

البنكية، وتم تقسيم الأسئلة كالتالي:

- الملموسية: ضمت (03) أسئلة.
- الإعتمادية: ضمت (03) أسئلة.
- الإستجابة: ضمت (03) أسئلة.
- الأمان: ضم (03) أسئلة.
- التعاطف: ضم (03) أسئلة.

3- المحور الثالث: بعنوان التكنولوجيا المصرفية وتضمن هذا المحور على أسئلة متعلقة بـ "

التكنولوجيا المصرفية " وتمثلت في 10 أسئلة.

2- المقابلة:

وفي شكلها النهائي إحتوت المقابلة (أنظر الملحق 05) على 09 أسئلة تعلقت بأثر التكنولوجيا المصرفية على الخدمات البنكية.

ثانياً: تطبيق أدوات الدراسة

تطلب تطبيق الإستمارة والمقابلة عددا من الإجراءات المهمة، والتي يمكن توضيحها في الخطوات التالية:

1- الحصول على الوثيقة الإدارية اللازمة (إتفاقية التربص) من امعة الشيخ العربي التبسي كلية العلوم الإقتصادية

والتجارية وعلوم التسيير وتكون مؤشرة من طرف رئيس القسم.

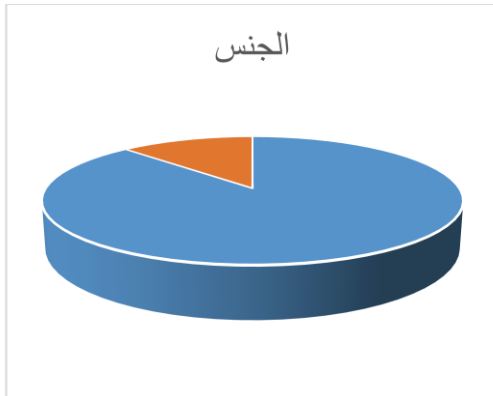
- 2- الحصول على الموافقة من قبل مدير المؤسسة محل الدراسة لتطبيق الدراسة على الأطراف المعنيين.
- 3- القيام بإعداد أسئلة الإستمارة والمقابلة ثم عرضها على الأستاذة المشرفة وهي بدورها تقوم بتقديم الملاحظات وإجراء التعديلات اللازمة من ناحية نوعية الأسئلة وكذا كميتها، والتأكد من مدى فاعليتها في الحصول على المعلومات والبيانات اللازمة.
- 4- التوجه نحو المؤسسة محل الدراسة من أجل تحديد يوم يكون فيه لدى الموظفين وقت كافي لتخصيصه للإجابة على أسئلة الإستمارة، وكذا تحديد موعد مع الأطراف المعنيين بالمقابلة من أجل إجراءها معهم.
- 5- التوجه نحو المؤسسة في اليوم المحدد وبمساعدة مدير المؤسسة تم المرور على الموظفين وتسليمهم الإستمارات مع توضيح المرجو من جمع هذه البيانات، ومن ثم الإتصال بالأطراف المعنيين بالمقابلة من أجل إجرائها معهم قصد الحصول على نتائج أكثر وذات مصداقية أكثر.
- 6- بعد إتمام عملية المقابلة وجمع الإستمارات يتم إستخراج المعلومات التي تم جمعها ثم المباشرة في عملية تحليلها من أجل توظيفها في الدراسة.

المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

سيتم من خلال هذا المبحث دراسة ضرورة التكنولوجيا المصرفية لترقية الخدمات البنكية بينك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الشريعة 485، ومن أجل القيام بهذه الدراسة قمنا بإختيار عينة والمتمثلة في موظفي الوكالة البالغ عددهم 14موظف حيث قمنا بإستخدام أداة القياس الكمية والمتمثلة في الإستمارة وتم كذلك إستخدام أداة المقابلة من أجل إثراء الدراسة وزيادة مصداقيتها، وسيتناول هذا المبحث عرضا وتحليلا للنتائج التي تم الحصول عليها من خلال أدوات الدراسة، ومن هذا المنطلق سيتم التطرق إلى ذلك وفق المطالب التالية:

المطلب الأول : عرض وتحليل البيانات السوسيو – ديموغرافية

تم تقسيم استمارة جمع المعلومات من افراد عينة الدراسة الى 3 محاور أساسية أولها البيانات السوسيو ديموغرافية و التي يتم عرض نتائج تحليلها كالتالي:

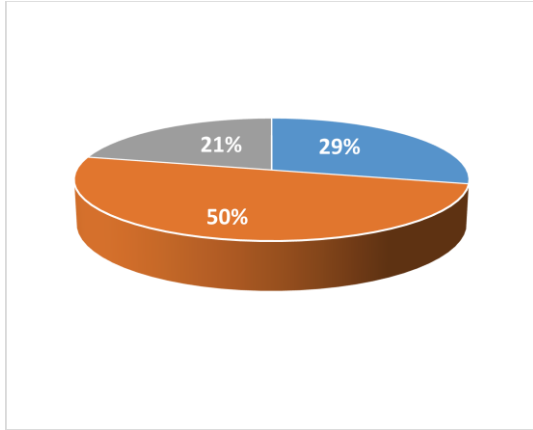


النسبة %	التكرار	الجنس
71.43	10	ذكر
28.57	4	أنثى
100	14	المجموع

الجدول 01 : نتائج تحليل عينة افراد الدراسة من حيث الجنس

الشكل 01 : دائرة نسبية توضح توزيع افراد العينة من حيث الجنس من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج Excel

من خلال الجدول 01 و الشكل 01 نلاحظ ان عدد ذكور عينة الدراسة يفوق ضعف عدد الإناث بعدد 10 ذكور و بما نسبته 71.43% ، اما الاناث فعددهم 4 بنسبة 28.57% . يعود ذلك الى ان الاختصاصات الاقتصادية في الجامعات يميل لها الذكور أكثر من الاناث و بالتالي فالغالبية من الخريجين هم من الذكور و هو مايفسر تفوق عدد الذكور على الإناث.

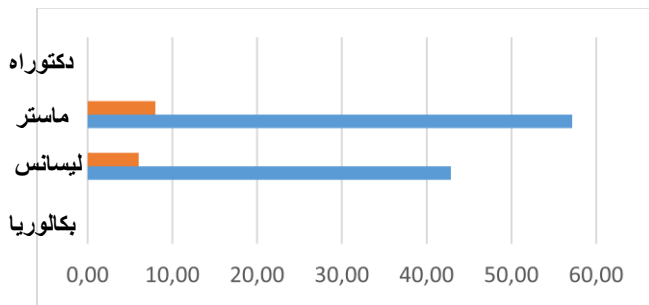


السن	التكرار	النسبة
من 20 الى 30	4	28.57
من 31 الى 40	7	50.00
من 41 الى 50	3	21.43
أكبر من 50	0	0.00
المجموع	14	100.00

الجدول 02 : نتائج تحليل عينة افراد الدراسة من حيث السن

الشكل 02 : دائرة نسبية توضح توزيع افراد العينة من حيث السن من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج Excel

من خلال الجدول 02 و الشكل 02 نلاحظ ان نصف عينة الدراسة تتراوح أعمارهم بين 31 و 40 سنة بينما ينقسم النصف الاخر بين الفئتين 20 الى 30 سنة بنسبة 28.57% و من 41 الى 50 سنة بنسبة 21.43% بينما لا يوجد من الموظفين من يفوق الـ 50 سنة . من الطبيعي ان ينتمي نصف عينة الدراسة الى نفس الفئة العمرية لان حصولهم على الوظيفة يكون في مسابقات محدودة زمنيا و يكون اغلب المسجلين فيها في فئة عمرية واحدة . اما التباين في النصف الآخر من الموظفين فيعود لعدم توظيفهم في نفس الفترة الزمنية بسبب اختلاف فترات فتح باب التوظيف لكل منصب.



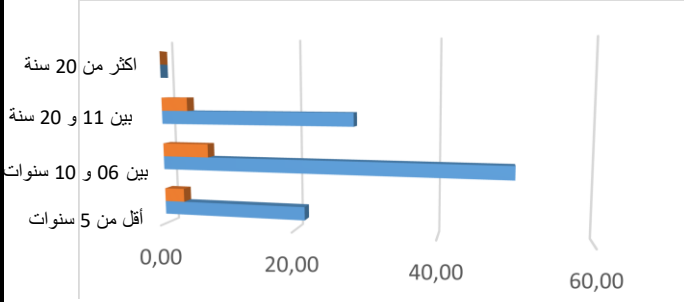
الشهادة	التكرار	النسبة
بكالوريا	0	0.00
ليسانس	6	42.86
ماستر	8	57.14
دكتوراه	0	0.00
المجموع	14	100.00

الجدول 03 : نتائج تحليل عينة افراد الدراسة من حيث الشهادة

الشكل 03 : أعمدة بيانية توضح توزيع افراد العينة من حيث الشهادة من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج Excel

من خلال الجدول 03 و الشكل 03 نلاحظ غياب الموظفين الحاملين لشهادتي البكالوريا و الدكتوراه فالحاملين لهذه الأخيرة يمتلكون مستوى تعليمي أكبر من المطلوب لنيل الوظيفة و بالتالي يتوجهون نحو المناصب التي تتطلب الحصول على الدكتوراه و التي تكون عادة اعلى شئنا من الوظيفة

البنكية (كالتعليم الجامعي) اما حاملي شهادة البكالوريا فمستواهم ادنى من المطلوب و لا يملكون تكويننا نظريا و لا تطبيقيا للتعامل مع الوظائف البنكية. فيما يخص شهادتي ماستر و ليسانس فيتواجدان مناصفة في شغل الوظائف و هذا كون الوظيفة البنكية تتطلب هذين المستويين تعليما و تكوينا.

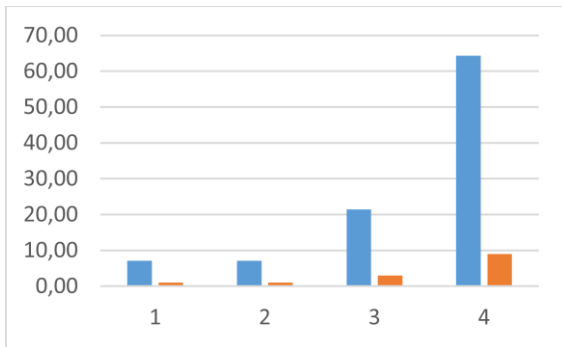


النسبة	التكرار	الخبرة المهنية
21.43	3	أقل من 5 سنوات
50.00	7	بين 6 و 10 سنوات
28.57	4	بين 11 و 20 سنة
0.00	0	أكثر من 20 سنة
100.00	14	المجموع

الجدول 04 : نتائج تحليل عينة أفراد الدراسة من حيث الخبرة المهنية

الشكل 04 : أعمدة بيانية توضح توزيع أفراد العينة من حيث الخبرة المهنية من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج Excel

من خلال الجدول 04 و الشكل 04 نلاحظ ان نتائج حساب السن تفسر جليا النتائج الموضحة حسب الخبرة ففئة العمال ذوي الخبرة التي تفوق 20 سنة لا يوجد و هذا لان الموظفين الأكثر من 50 سنة لا يوجدون أيضا فمن غير المنطقي ان نجد عاملا يفوق سنه 50 سنة بخبرة اقل من 20 سنة و أيضا من غير المنطقي ان نجد عاملا صغيرا في السن بخبرة تفوق 20 سنة . باقي الفئات تتوافق أيضا مع النتائج المحققة في السن و هو ما يعزز مصداقية الدراسة



النسبة	التكرار	المنصب المشغول
7.14	1	مدير رئيسي
7.14	1	مدير فرعي
21.43	3	رئيس قسم
64.29	9	مكلف بالزبائن
100.00	14	المجموع

الجدول 05 : نتائج تحليل عينة أفراد الدراسة من حيث المنصب المشغول

الشكل 05 : أعمدة بيانية توضح توزيع أفراد العينة من حيث المنصب المشغول من اعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج Excel

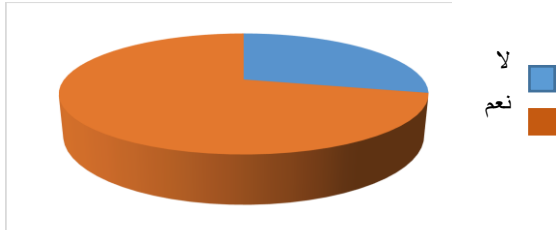
من خلال الجدول 05 و الشكل 05 نلاحظ ان عدد المدراء الفرعيين و المدراء الرئيسيين 01 و هذا طبيعي نظرا لان البنك صغير نسبيا و يمكن لمدير فرعي و مدير رئيسي واحد تسيير المؤسسة بفعالية اما اغلبية افراد عينة الدراسة فهم المكلفون بالزبائن و هذا أيضا امر طبيعي فلا يمكن ان نجد في بنك ما عدد المدراء يفوق عدد المكلفين بالزبائن .

المطلب الثاني : عرض وتحليل بيانات محور الخدمات البنكية

فيما يلي سيتم عرض نتائج وتحليل نتائج محور الخدمات البنكية

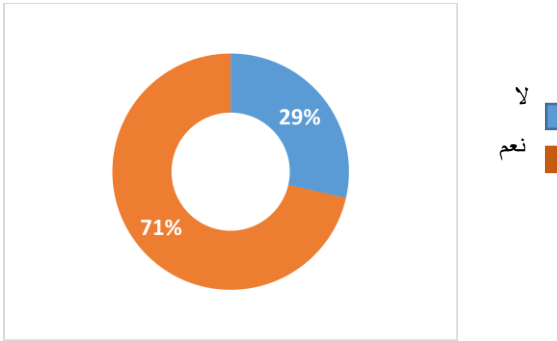
الملموسية	نعم	النسبة	لا	النسبة	المجموع	مجموع النسبة
السؤال رقم 01	10	71.43	4	28.57	14	100
السؤال رقم 02	10	71.43	4	28.57	14	100
السؤال رقم 03	10	71.43	4	28.57	14	100

الجدول 06 : نتائج تحليل إجابات عينة الدراسة في محور الخدمات البنكية (الملموسية)



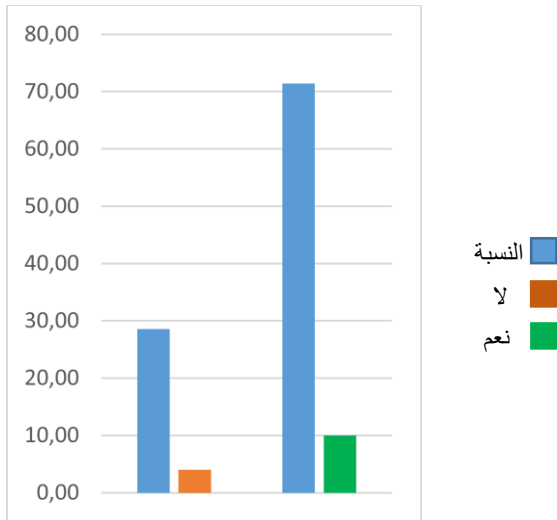
الشكل 06 : دائرة نسبية توضح توزيع إجابات أفراد العينة على السؤال الأول من أعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel

من خلال الجدول 06 و الشكل 06 نلاحظ ان اغلب افراد عينة الدراسة بنسبة 71.43% يجابون بنعم على السؤال : هل تتمتع الوكالة بموقع ملائم و يسهل الوصول اليه ؟ و هذا ما يدل على الموقع الاستراتيجي للوكالة و هذا ما يسهل وصول الموظفين و العملاء لها .



الشكل 07 : دائرة نسبية توضح توزيع إجابات أفراد العينة على السؤال الثاني من أعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel

من خلال الجدول 06 و الشكل 07 نلاحظ 10 من افراد عينة الدراسة و بما نسبته 71.43% يجابون بنعم على ان الوكالة تمتلك أجهزة حديثة و ذات تقنية عالية و منه فالوكالة تحرص على التحديث المستمر لاجهزتها و ذلك لمواكبة التطور التكنولوجي المستمر .

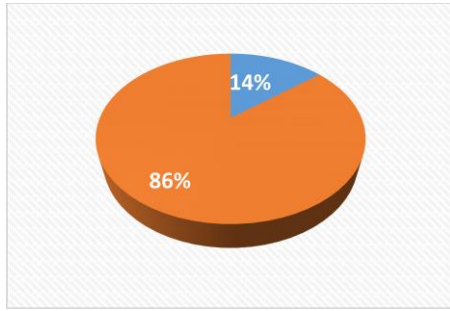


الشكل 08 : أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات أفراد العينة على السؤال الثالث من أعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel

من خلال الجدول 06 و الشكل 08 نلاحظ ان عدد قليل من افراد عينة الدراسة بنسبة 28.57% لا يرون ان الوكالة توفر أماكن انتظار مهيئة و مريحة و ذلك لان الكراسي الحديدية غير مريحة بينما الأغلبية يرون العكس و ذلك لان جميع المؤسسات الأخرى (بما فيها المستشفيات) تتوفر على نفس النوع من الكراسي و أيضا انه لم يتم تسجيل أي شكاوى من الكراسي منذ فتح الوكالة

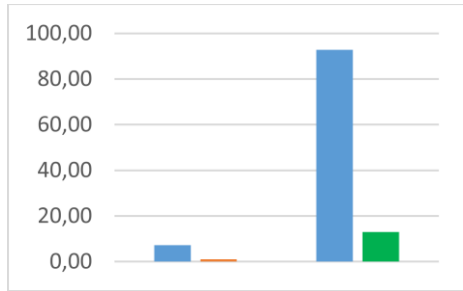
الاعتمادية	نعم	النسبة	لا	النسبة	المجموع	مجموع النسبة
السؤال رقم 04	12	85.71	2	14.29	14	100
السؤال رقم 05	13	92.86	1	7.14	14	100
السؤال رقم 06	9	64.29	5	35.71	14	100

الجدول 07 : نتائج تحليل إجابات عينة الدراسة في محور الخدمات البنكية (الاعتمادية)



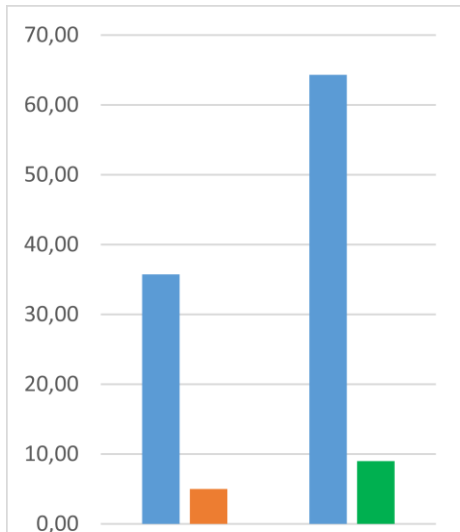
الشكل 09 : دائرة نسبية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الرابع من اعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel

من خلال الجدول 07 و الشكل 09 نلاحظ ان تقريبا كل عينة الدراسة موافقون على ان الوكالة تلتزم بتقديم خدماتها البنكية في الوقت المحدد و هذا راجع الى التزام موظفي الوكالة بتقديم الخدمات للزبائن و العملاء في موعدها حتى تنمي عندهم الولاء و الرضا عن الخدمات المقدمة .



الشكل 10 : أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الخامس من اعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel

من خلال الجدول 07 و الشكل 10 نلاحظ ان الغالبية الساحقة من افراد عينة الدراسة يرون ان موظفي الوكالة يقدمون الخدمات البنكية باتقان لان تعيين الموظفين في الوكالة يكون عبر اجتياز مسابقة فكرية و مهنية يتم فيها فلتره المترشحين و تحدد الأكثر كفاءة منهم

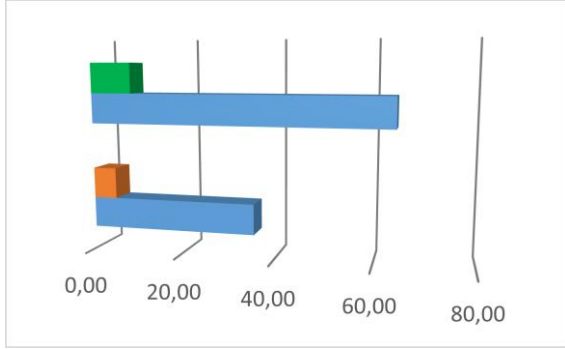


الشكل 11 : أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال السادس من اعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel

من خلال الجدول 07 و الشكل 11 نلاحظ ان اغلبية ضيقة من عينة الدراسة بنسبة 64.29% يرون ان موظفوا الوكالة يتمتعون بمهارة تقديم الخدمات البنكية الفورية والسريعة بينما ما نسبته 35.71% لا يوافقون على نفس فحوى السؤال، يرجع ذلك الى ان الخدمات البنكية تأخذ وقت اكثر من الأخرى فتقديم الخدمات بشكل فوري وسريع امر نسبي حسب طبيعة الخدمة المقدمة لذلك فالموظفون المنوطون بتقديم خدمات تحتاج وقتا هم الغير موافقون على فحوى السؤال .

الاستجابة	نعم	النسبة	لا	النسبة	المجموع	مجموع النسبة
السؤال رقم 07	9	64.29	5	35.71	14	100
السؤال رقم 08	12	85.71	2	14.29	14	100
السؤال رقم 09	12	85.71	2	14.29	14	100

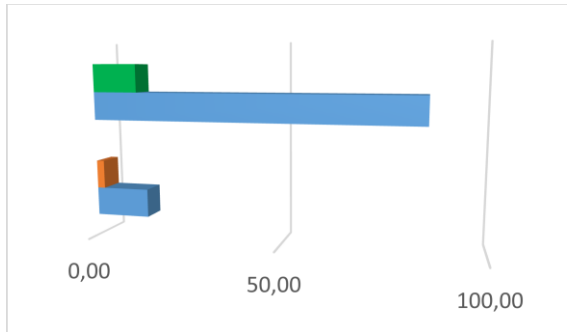
الجدول 08 : نتائج تحليل إجابات عينة الدراسة في محور الخدمات البنكية (الاستجابة)



الشكل 12 : أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات أفراد العينة على السؤال السابع من أعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel

من خلال الجدول 08 و الشكل 12 نلاحظ

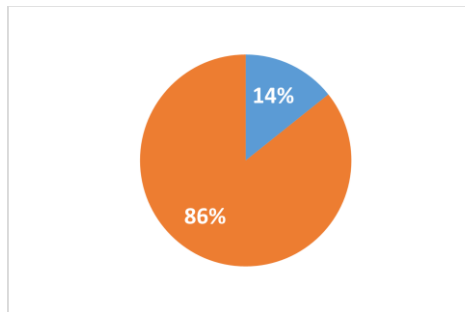
ان اقلية ضيقة من عينة الدراسة لا يرون ان الوكالة تتوفر على عدد كافي من الموظفين الذين يقدمون الخدمات للعملاء، ذلك لان بعض المكاتب فيها ضغط عمل عالي ومستمر فتحنا الوكالة حسب نظرتهم الى زيادة عدد الموظفين للتخلص من هذا الضغط بينما يرى البقية ان عدد الموظفين كافي لاداء كل الخدمات



الشكل 13 : أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات أفراد العينة على السؤال الثامن من أعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel

من خلال الجدول 08 و الشكل 13 نلاحظ

ان اغلبية عينة الدراسة يوافقون على ان الوكالة تقوم بالرد الفوري على الاستفسارات وشكاوي العملاء وذلك لتوفر الوكالة على موظفين على دراية واسعة بالمهام المقدمة لهم مما يعطيهم القدرة على الرد استفسارات الجميع بكفاءة



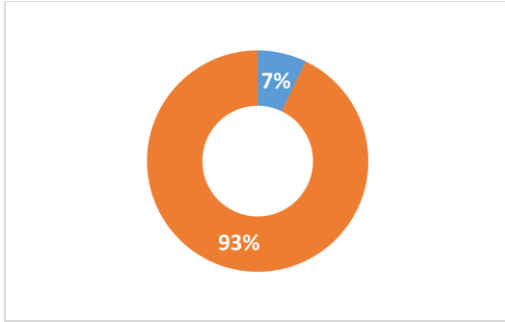
الشكل 14 : دائرة نسبية توضح توزيع إجابات أفراد العينة على السؤال التاسع من أعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel

من خلال الجدول 08 و الشكل 14 نلاحظ

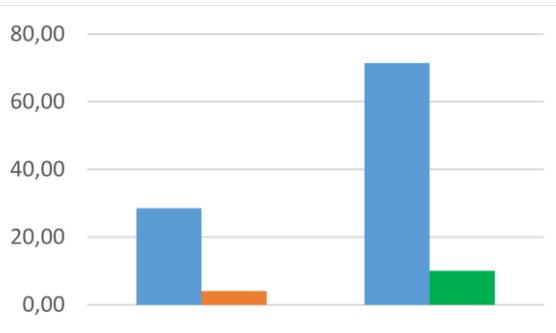
ان تقريبا كل عينة الدراسة يوافقون على انه يتم اعلام العملاء عن موعد تقديم الخدمة بدقة وهو ما يتماشى مع سياسة الوكالة في جذب اكبر عدد من الزبائن والعملاء بالتزامها بالمواعيد والاوقات

الأمان	نعم	النسبة	لا	النسبة	المجموع	مجموع النسبة
السؤال رقم 10	13	92.86	1	7.14	14	100
السؤال رقم 11	10	71.43	4	28.57	14	100
السؤال رقم 12	12	85.71	2	14.29	14	100

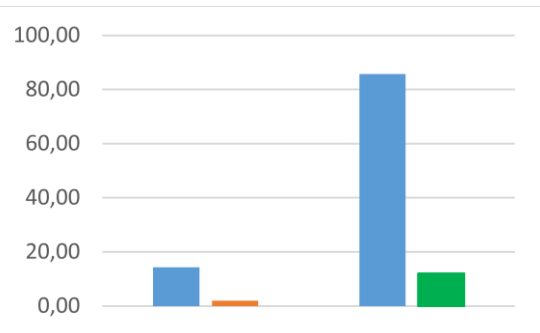
الجدول 09 : نتائج تحليل إجابات عينة الدراسة في محور الخدمات البنكية (الامان)



الشكل 15 : دائرة نسبوية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال العاشر من اعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel



الشكل 16 : أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الحادي العاشر من اعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel



الشكل 17 : أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الثاني عشر من اعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel

من خلال الجدول 09 و الشكل 15 نلاحظ

ان كل عينة الدراسة باستثناء واحد فقط موافقون على ان معاملات الوكالة تتم بدرجة كبيرة من الأمان والسرية و هذا ما يجب ان يكون تبعا لطبيعة الوكالة فالبنك من المؤسسات الحساسة جدا لانه يحتوي على الأصول المالية للكثير من الناس و الشركات و التجار

من خلال الجدول 09 و الشكل 16 نلاحظ

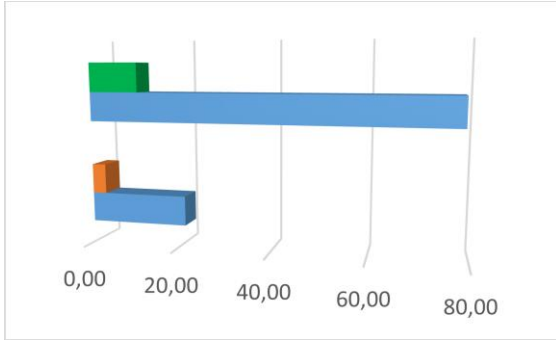
ان معظم افراد عينة الدراسة يوافقون على ان الوكالة توفر الحماية التامة داخلها و خارجها من طرف أعوان الامن اما البقية (بعدد 4 و نسبة 28.57%) فلا يرون ذلك بل يظنون ان الأمان متوفر بوجود رجال الشرطة من جهة و الأمان السائد في المنطقة

من خلال الجدول 09 و الشكل 17 نلاحظ ان

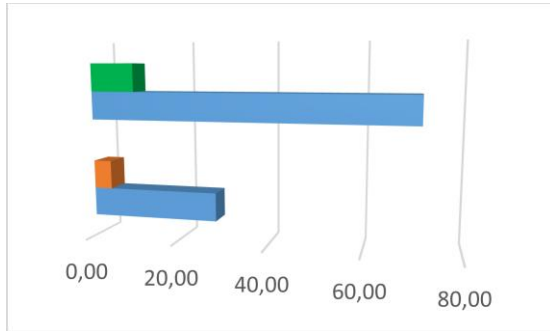
الأغلبية الساحقة موافقون على ان العميل يشعر بالأمان عند تعامله مع الوكالة و هو ما يثبت صحة الإجابة على سؤال سابق فحواه ان البنك يوفر الأمان و السرية (السؤال رقم 10) و هذا يفسر أيضا الاقبال الكبير و الولاء لدى العملاء و زبائن الوكالة اما مانسبته 14.29% من عينة الدراسة الغير موافقين فهم يرجعون ذلك الى تخلي بعض العملاء عن حساباتهم البنكية و التوجه نحو البريد او فروع و وكالات لبنوك أخرى .

التعاطف	نعم	النسبة	لا	النسبة	المجموع	مجموع النسبة
السؤال رقم 13	11	78.57	3	21.43	14	100
السؤال رقم 14	10	71.43	4	28.57	14	100
السؤال رقم 15	12	85.71	2	14.29	14	100

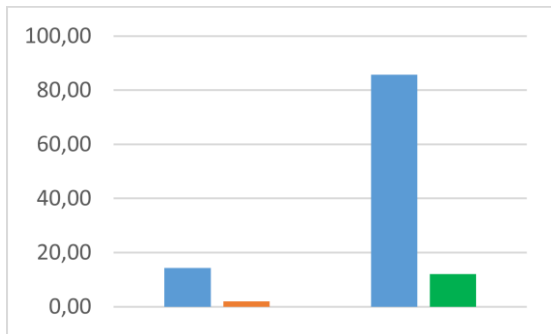
الجدول 10 : نتائج تحليل إجابات عينة الدراسة في محور الخدمات البنكية (التعاطف)



الشكل 18 : أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الثالث عشر من اعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel



الشكل 19 : أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الرابع عشر من اعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel



الشكل 20 : أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الخامس عشر من اعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel

من خلال الجدول 10 و الشكل 18 نلاحظ ان جل عينة الدراسة يؤكدون على ان الموظفين يصغون باهتمام لمشاكل العملاء و هذا راجع الى تمكنهم من المهام المنوطة بهم و هذا ما يجعلهم قادرين على الاصغاء و الإجابة على كل استفسارات و أسئلة العملاء و الزبائن .

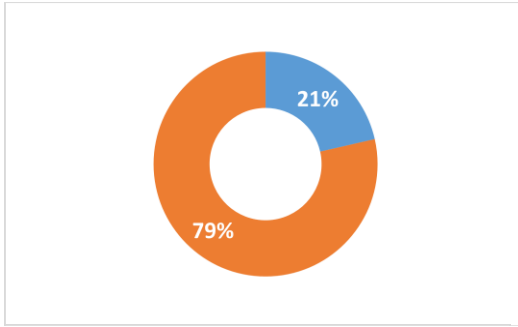
من خلال الجدول 10 و الشكل 19 نلاحظ ان الأغلبية يوافقون على أن الوكالة توفر ساعات عمل تناسب العميل و ذلك لان الوكالة تفتح أبوابها في ساعات العمل المعتادة لدى اغلب المؤسسات و هو الوقت المناسب لتواجد الموظفين في أماكن عملهم.

من خلال الجدول 10 و الشكل 20 نلاحظ ان اغلبية عينة الدراسة يوافقون على ان الوكالة تقدر ظروف العملاء و تبدي العناية بهم و ذلك راجع لسياسة الوكالة التي تملي على الموظفين زرع روح الولاء لدى العملاء و الزبائن و ذلك يكون عبر مجموعة من الطرق و الآليات من أهمها مراعاة ظروفهم و تقديرها .

المطلب الثالث : عرض وتحليل بيانات محور التكنولوجيا المصرفية

السؤال رقم	نعم	النسبة	لا	النسبة	المجموع	مجموع النسبة
السؤال رقم 16	11	78.57	3	21.43	14	100
السؤال رقم 17	9	64.29	5	35.71	14	100
السؤال رقم 18	12	85.71	2	14.29	14	100
السؤال رقم 19	9	64.29	5	35.71	14	100
السؤال رقم 20	10	71.43	4	28.57	14	100
السؤال رقم 21	10	71.43	4	28.57	14	100
السؤال رقم 22	9	64.29	5	35.71	14	100
السؤال رقم 23	11	78.57	3	21.43	14	100
السؤال رقم 24	12	85.71	2	14.29	14	100
السؤال رقم 25	3	21.43	11	78.57	14	100

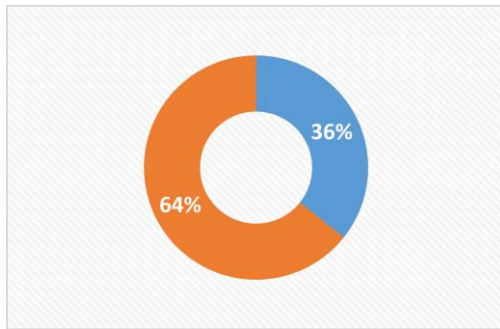
الجدول 11 : نتائج تحليل إجابات عينة الدراسة في محور التكنولوجيا المصرفية



الشكل 21 : دائرة نسبية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال السادس عشر من اعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel

لا
نعم

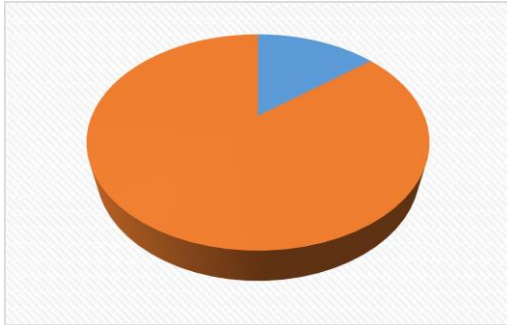
من خلال الجدول 11 و الشكل 21 نلاحظ ان الأغلبية موافقون على ان الوكالة استوعبت التطورات التكنولوجية في وقت سريع و ذلك كون الموظفين يواكبون التطور التكنولوجي في حياتهم اليومية حتى من الهواتف النقالة و السيارات الى التطورات الأكثر تخصصا في مجال عملهم مما جعل استيعاب التطورات التكنولوجية اكثر سرعة و سلاسة بالنسبة



الشكل 22 : دائرة نسبية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال السابع عشر من اعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel

لا
نعم

من خلال الجدول 10 و الشكل 22 نلاحظ ان 9 من أعضاء الدراسة يوافقون على ان التكنولوجيا المصرفية أدت الى الاستغناء عن بعض الوظائف داخل الوكالة و هم يمثلون 64.29% من عينة الدراسة و هذا راجع الى استحواذ الالات على بعض مناصب العمل التي كان يشغلها الانسان مثل الالات منح بطاقات الترتيب



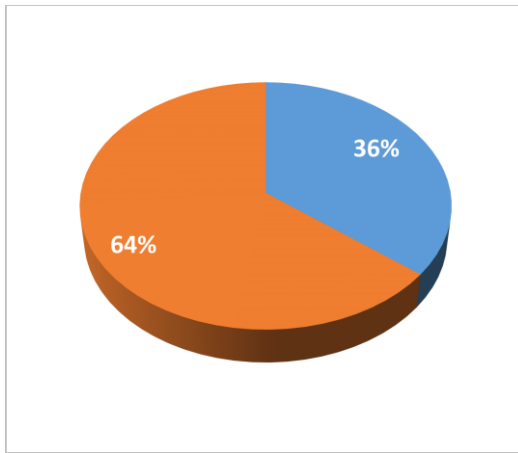
الشكل 23 : دائرة نسبية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الثامن عشر من اعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel

من خلال الجدول 10 و الشكل 23 نلاحظ موافقة الغالبية الساحقة من عينة الدراسة على ان التكنولوجيا المصرفية تساعد على توفير الوقت و الجهد في انجاز المهام و هذا طبيعي لان التكنولوجيا هدفها الأول هو تسهيل القيام بالمهام و توفير الجهد و الوقت اقصى ما يمكن .

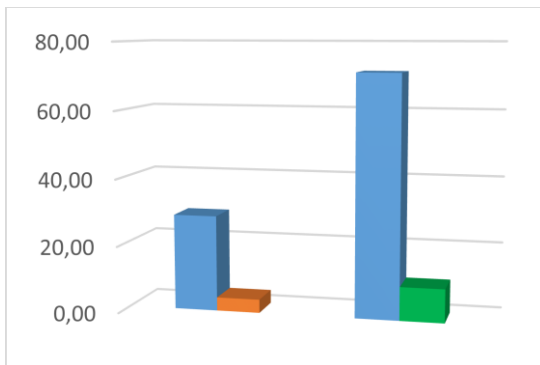
لا
نعم

من خلال الجدول 10 و الشكل 24 نلاحظ ان عينة الدراسة منقسمين حول الإجابة على هذا السؤال فاكثرا بقليل من نصفهم يرى انه يمكن اسقاط التكنولوجيا المصرفية على كل أنواع الخدمات البنكية دون تخصيص و هذا راجع لطبيعة عملهم فالتكنولوجيا المصرفية التي تصلهم يمكن اسقاطها تقريبا على كل الخدمات التي يؤدونها اما البقية من عينة الدراسة (و نسبتهم 35.71%) فيرون ان هناك أنواع من الخدمات التي لا يمكن اسقاط التكنولوجيا المصرفية عليها و هي المهام التي تتطلب تدخلا بشريا مباشرا .

لا
نعم



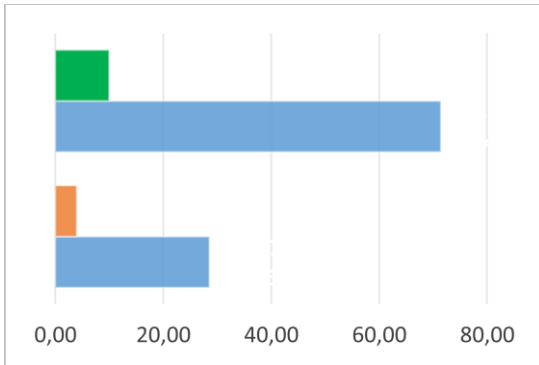
الشكل 24 : دائرة نسبية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال التاسع عشر من اعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel



الشكل 25 : أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال العشرون من اعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel

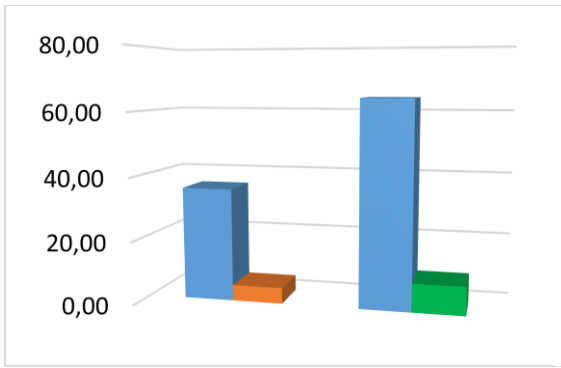
النسبة
لا
نعم

من خلال الجدول 10 و الشكل 25 نلاحظ ان الأغلبية يوافقون على ان التكنولوجيا المصرفية تساهم في التعريف بالخدمات البنكية الجديدة في الوكالة بشكل اسرع فالتكنولوجيا كما تضمن السرعة و السهولة في أداء المهام من جانب فهي أيضا تضمن التعريف بالمهام بشكل اسرع و اسهل و على نطاق أوسع من جانب آخر.



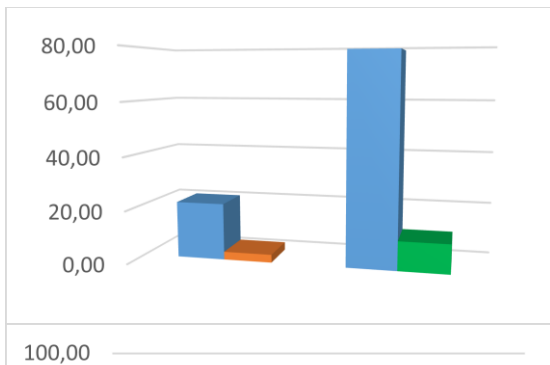
الشكل 26 : أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الواحد و العشرون من اعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel

من خلال الجدول 10 و الشكل 26 نلاحظ ان الأغلبية يوافقون على ان التكنولوجيا المصرفية زادت من عدد الخدمات البنكية المقدمة من طرف الوكالة في مدة زمنية معينة و هذا راجع لتجربة الموظفين للتكنولوجيا المصرفية و هو ما قدم إضافة نوعية للخدمات البنكية اما البقية الذين لا يوافقون على السؤال فذلك راجع لشغلهم وظائف لازالت تحتاج منهم التركيز التام لانجازها بتدخل طفيف من الاعلام الالي او الأجهزة



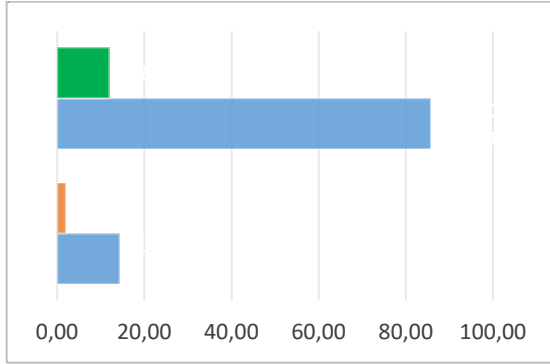
الشكل 27 : أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الثاني و العشرون من اعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel

من خلال الجدول 10 و الشكل 27 نلاحظ ان غالبية افراد عينة الدراسة يرون ان التكنولوجيا المصرفية غيرت من عملية تقديم الخدمات داخل الوكالة فالتسويق مثلا للخدمات البنكية أصبح يتم الكترونيا و بتدخل الذكاء الاصطناعي فحتى العمليات من المعقدة الى البسيطة اصبح يتكفل بها الاعلام الالي و يتطلب التدخل البشري حالات معينة فقط كما سهلت من سرعة و سلاسة تقديم الخدمة .



الشكل 28 : أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الثالث و العشرون من اعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel

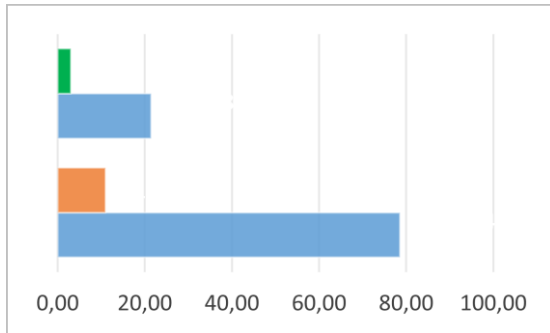
من خلال الجدول 10 و الشكل 28 نلاحظ ان الغالبية الساحقة من افراد عينة الدراسة يرون ان التكنولوجيا المصرفية توفر عدة طرق لتقديم الخدمة البنكية الواحدة فسحب الأموال اصبح يمكن عبر الصرافات الالية و أيضا عبر الشيك البنكي و عن بعد و الكترونيا باستعمال التطبيقات البنكية الخاصة على الهواتف الذكية.



الشكل 29 : أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الرابع و العشرون من اعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel

من خلال الجدول 10 و الشكل 29 نلاحظ

ان الغالبية الساحقة من افراد عينة الدراسة يرون ان التكنولوجيا المصرفية زادت من مصداقية الخدمات البنكية المقدمة من طرف الوكالة فالرسائل النصية التي تثبت إتمام العمليات مثلا تعتبر كوسيلة اثبات قاطعة على إتمام المهام و تزيد من رضا العميل على الخدمات المقدمة و أيضا زيادة مصداقية الخدمات المؤدات.



الشكل 30 : أعمدة بيانية توضح توزيع إجابات افراد العينة على السؤال الخامس و العشرون من اعداد الطالب و مخرجات برنامج Excel

من خلال الجدول 10 و الشكل 30 نلاحظ ان

الأغلبية الساحقة بنسبة (78.57%) لا يوافقون على ان للتكنولوجيا المصرفية انعكاسات سيئة على الوكالة و خدماتها و هذا بديهي فلو كان للتكنولوجيا المصرفية انعكاسات سيئة على الوكالة و خدماتها فان الوكالة ستتخلى عنها و لا تدخلها في انجاز عمليات حساسة تتطلب مستوى عالي من الأمان و

المطلب الرابع: عرض نتائج المقابلة

فيما يلي سيتم عرض نتائج المقابلة التي تم إجراؤها مع مدير الوكالة وكذلك رئيس قسم الإدارة التجارية، وكانت النتائج كالتالي:

السؤال رقم (01): " هل تحرص الوكالة على مواكبة التطور التكنولوجي؟ "، تعمل الوكالة بكامل قواها على مواكبة التطور التكنولوجي في المجال المصرفي من خلال التحديث المستمر لوسائل العمل وكذا توفير أجهزة ذات تقنيات عالية كما تعمل جاهدا على إدخال التكنولوجيا في جميع فروعها وأقسامها.

السؤال رقم (02): " هل يجيد الموظفون التعامل مع التطورات التكنولوجية في المجال المصرفي؟ " لم يستغرق الموظفون الكثير من الوقت للتأقلم مع التطورات التكنولوجية في المجال المصرفي وذلك راجع إلى استعمالها في حياتهم اليومية وتوظيفها في كثير من الأعمال خارج الوكالة وهذا ما سهل من من توظيفها في أعمالهم داخل الوكالة.

السؤال رقم (03): " حسب رأيك، كيف تستغل الوكالة التكنولوجيا المصرفية في جذب عملاء جدد؟ " يواكب العملاء أيضا التطورات التكنولوجية وهذا ما سهل على وكالتنا الوصول إليهم بطريقة أسرع حيث مكنتنا التكنولوجيا من نشر خدماتنا والتعريف بها على نطاق أوسع من خلال التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي والتي يقضي معظم العملاء أوقاتهم عليها، كما نقوم بالتحسين المستمر لموقع الوكالة الإلكتروني.

السؤال رقم (04): " هل تسهل التكنولوجيا المصرفية عملية تقديم الخدمات البنكية للعميل؟ " سهلت التكنولوجيا من عملية تقديم الخدمات البنكية للعميل فمن خلال التطبيقات الإلكترونية أصبح بإمكان العميل إدارة حساباته والقيام بالعديد من العمليات المصرفية في أي وقت من أي مكان بسرعة وسلاسة.

السؤال رقم (05): " هل توفر الوكالة جميع الخدمات البنكية الإلكترونية لعملائها؟ " تعمل الوكالة جاهدا على توفير جميع الخدمات التي يطلبها العميل وخاصة منها الإلكترونية وذلك لما توفره من سهولة وسرعة في إنجاز الأعمال كما تختصر الكثير من الأعمال على الوكالة كالتحويلات المالية والاستعلام عن الرصيد والتي أصبحت تتم عبر تطبيقات الهاتف الذكي.

السؤال رقم (06): " هل تساعد التكنولوجيا المصرفية في زيادة كفاءة الخدمات البنكية المقدمة من طرف الوكالة؟ " ساعدت التكنولوجيا المصرفية الوكالة على تحسين كفاءة خدماتها من خلال تحسين العمليات الداخلية وتقليل التكاليف بالإضافة إلى ذلك تساهم التقنيات المتقدمة في تعزيز الأمان والحماية من الإحتيال ومخاطر الأمان مما يزيد في ثقة العملاء وكفاءة الخدمات البنكية المقدمة.

السؤال رقم (07): " هل تأثر التكنولوجيا المصرفية على جميع الخدمات البنكية المقدمة من طرف الوكالة؟ "، لقد مست التكنولوجيا المصرفية جميع الأقسام في الوكالة وبالتالي فقد أثرت ولو بنسبة صغيرة على جميع الخدمات البنكية المقدمة من طرف الوكالة.

السؤال رقم (08): " حسب رأيك، هل تساهم التكنولوجيا المصرفية في التقليل من الأخطاء المرتكبة في عملية تقديم الخدمات البنكية؟ " من الأغراض الرئيسية التي وجدت من أجلها التكنولوجيا هي التقليل من الجهد والوقت وكذا التقليل من الأخطاء التي يمكن أن يقع فيها العنصر البشري، فبتوظيف الوكالة للتكنولوجيا المصرفية فهي بهذا تقوم بالتقليل من نسبة الأخطاء الوارد حدوثها في عملية تقديم الخدمات البنكية.

السؤال رقم (09): " هل تواجه الوكالة صعوبات في توظيف التكنولوجيا المصرفية؟ " لقد واجهت الوكالة صعوبات في البداية كان من أهمها تدريب الموظفين وتمكينهم من توظيف هذه التكنولوجيا في

أعمالهم، كما واجهت الوكالة بعض التحديات في كيفية توظيف التكنولوجيا المصرفية في بعض الخدمات لكن مع الوقت تماشت الوكالة مع التطورات التكنولوجية وأصبح من السهل توظيفها في جميع العمليات.

خاتمة الفصل الثاني

في هذا الفصل تم الاسقاط التطبيقي لما التطرق اليه نظريا في الفصل الأول على بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة الشريعة 485 حيث اعتمدنا على جمع البيانات و المعلومات من عينة الدراسة المتمثلة في 14 فردا من موظفي الوكالة و ذلك اعتمادا على استمارة تم توزيعها عليهم و جمعها لاحقا و أيضا مقابلة تحتوي على 09 أسئلة مع كل من مدير الوكالة و رئيس قسم الإدارة التجارية و بعد جمع البيانات و تبويبها و احصائها استعنا ببرنامج Windows Office Excele 2016 لنقوم عبر هذا الأخير باستخلاص مجموعة نتائج من أهمها : ان جل العمال يقدرون الدور الكبير الذي تقدمه التكنولوجيا المصرفية في تسهيل الخدمة المقدمة للزبائن و العملاء في وقت أقل و بجودة أكبر و كذا شمولية التكنولوجيا المصرفية على كل الخدمات البنكية و منه تسهيل عمل الجميع في الوكالة من جهة و زيادة طرق تقديم الخدمات البنكية وبالتالي تسريع الخدمة للزبائن من جهة أخرى.

الحنامة

ان التطور التكنولوجي قد مس جميع مناحي الحياة فأصبحت الآلات تتحكم في عدد هائل من المعاملات اليومية التي يقوم بها الإنسان سواء كانت هذه المعاملات تتم أوتوماتيكيا تماما او تحتاج الى تدخل طفيف من الإنسان كل حسب رغبته و اختياره في تقرير كيفية انهاء المعاملة . من افضل الأمثلة على ذلك نجد المعاملات البنكية اليومية مثل سحب الأصول المالية و ايداعها و تحويلها فنجد ان التكنولوجيا المصرفية قد تدخلت بطريقة عميقة جدا فالمعاملات الورقية تكاد تختفي تماما اصبح الكثير من الناس يعتمدون على الصرافات الآلية و المواقع الإلكترونية التي تتيح لهم الاطلاع على حساباتهم و تسييرها بالطريقة التي يريدونها في أي زمان و أي مكان دون ضرورة انتظار افتتاح وكالات البنوك أبوابها . كما ان هذا التطور التكنولوجي لا يزال يتطور يوما بعد يوم و تتوطد العلاقة بين هذا التطور التكنولوجي و شبكة الانترنت العالمية و كذا الهواتف الذكية . من هذا المنطلق فان دراسة اثر التكنولوجيا المصرفية على الخدمات البنكية عنوان لا بد من دراسته لتبيان الأثر الهائل للتكنولوجيا المصرفية على الخدمات البنكية .

تناولت هذه الدراسة اثر التكنولوجيا المصرفية على الخدمات البنكية في جانبها النظري (الفصل الأول) و كذا الاسقاط التطبيقي لما التطرق اليه نظريا في الجانب التطبيقي للدراسة (الفصل الثاني) على بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة الشريعة 485 . بعد إتمام الدراسة تم التوصل الى عدة نتائج يمكن استخلاصها من خلال جمع البيانات و تبويبها و احصائها و كذا عدة توصيات للعمل على التحسين المستمر لما تم التوصل اليه من اثر و تاثير التكنولوجيا المصرفية على الخدمات البنكية و ترقيتها .

نتائج الدراسة

- ان جودة الخدمات البنكية في وكالة الشريعة جيدة جدا و ذلك تبعا لاجابات افراد عينة الدراسة على أسئلة الاستمارة الموزعة عليهم و هو ما يدل على ترقية الخدمات البنكية في كل الوكالات و هو أحد الأهداف التي تسعى اليها البنوك
- ان سياسة الوكالة تجعل هدفها الأول استقطاب اكبر عدد من الزبائن و كسب الولاء و ثقة الزبائن و العملاء الموجودون لديها بالفعل و هو ما يجعل الموظفين ملتزمين بالمواعيد و يستمعون للشكاوى المتعددة للزبائن و اعطائهم الحلول المناسبة و قد كان للتكنولوجيا المصرفية الأثر الكبير في هذا من حيث تسهيل العملية .
- ان التكنولوجيا المصرفية دائما في خدمة الوكالة و الزبون معا فالعمليات التي كانت تحتاج لوقت طويل و جهد أصبحت لا تتعدى دقائق معدودة ، كلما كان البنك اكثر حرصا على توفير التكنولوجيا المصرفية الأكثر حداثة كلما تمكن من استقطاب زبائن جدد .

- اما من الجانب التسويقي فإن دور التكنولوجيا المصرفية فعال جدا في تعريف الناس اكثر بالوكالة و الخدمات البنكية التي توفرها و باحدث الوسائل دون اضطرار الوكالة الى نشر الإعلانات الدعائية المكتوبة .
- التكنولوجيا المصرفية أدت الى ظهور الرسائل التأكيدية للعمليات التي يقوم بها الزبائن كما ان المعاملات الالكترونية تتسم بمستوى عالي من السرية و الأمان و هذا من الاثار البارزة للتكنولوجيا المصرفية على الخدمات البنكية .
- ان التكنولوجيا المصرفية وفرت الكثير من الوقت على الموظفين في الوكالة و هو ما يجعل الوكالة تنظم وقت العمل لديها بطريقة فعالة و ممتازة .
- تعمل وكالة بدر الشريعة 485 بإستمرار على مواكبة التطورات التكنولوجية التي يشهدها العمل المصرفي.
- يدرك عمال الوكالة أثر إستخدام التكنولوجيا المصرفية في تطوير وتحسين جودة الخدمات المقدمة.

توصيات الدراسة

- ✓ ضرورة إبرام شراكة بين الوكالة و المؤسسات المتخصصة او حتى المواقع الالكترونية التي توفر تكويننا متخصصا في احدث إصدارات البرامج التكنولوجية حتى يبقى كل الموظفين مواكبين لهذه التطورات و أيضا قادرين على التعامل معها بكفاءة .
- ✓ التواصل الفعال بين إدارة وكالة الشريعة و المديرية الرئيسية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية من اجل الحصول على موقع و هيكل بنائي خاص بالبنك حيث ان الوكالة حاليا يشغل الطابق الأرضي لاحد العمارات و هو ما يجعل العثور على البنك للعملاء الجدد صعب نسبيا .
- ✓ ان ترقية الخدمات البنكية يؤدي الى تغير أوقات العمل و هو ما يجب على الوكالة الاستفادة منه الى اقصى درجة و ذلك بالعمل على فتح الأبواب للزبائن في الأوقات المناسبة لهم قصد تقديم الخدمات التي لا تزال غير متاحة الكترونيا .
- ✓ المحافظة على مستوى الخدمات المقدمة والإستمرار في مواكبة التطور التكنولوجي.
- ✓ ضرورة زيادة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للخدمات المقدمة من طرف الوكالة.
- ✓ ضرورة توفير الحماية الكافية لنظم المعلومات من المخاطر التي تصاحب إستخدام التكنولوجيا المصرفية في الوكالة .

✓ إن معاملات البنك مع الزبائن لا تقتصر فقط على المحليين حيث يزوره كذلك المتعاملون بالعملية الصعبة لذلك فمن الضروري تعامل البنك بالعملية الصعبة فكلما كان التنوع في العملات الأجنبية أكبر كان أفضل.

أفاق البحث

نظرا للاهتمام الزائد بالتكنولوجيات الحديثة وما يشهده العالم الاعمال اليوم من حدة في المنافسة خاصة في القطاع الخدمي ونظرا للتشعبات الكثيرة التي تكتسي هذا الموضوع وامتداد اطرافه، يمكن مواصلة عملية البحث في جوانب اخرى عديدة و متعددة لها صلة بهذا الموضوع ، حيث و في هذا النسق يمكن اقتراح بعض العناوين مثل :

- دور التكنولوجيا المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية بين البنوك .
- أثر التكنولوجيا الرقمية على المزيج التسويقي للخدمات الرقمية .
- علاقة جودة الخدمات البنكية بالسياسة التسويقية للبنك .
- اثر تكنولوجيا المعلومات على الخدمات البنكية .

قائمة المصادر والمراجع

1- الكتب

- إبراهيم بخيتي، التجارة الإلكترونية مفاهيم وإستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية بن عكنون، الجزائر، 2005.
- تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2005.
- د. خضير كاظم محمود، إدارة الجودة بخدمة العملاء، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، الطبعة الأولى، 2002.
- د. سامي أحمد مراد، تفعيل التسويق المصرفي، المكتبة العربية للمعارف، مصر، الطبعة الأولى، 2001.
- سامر جلدة، التسويق المصرفي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
- صباح محمد أبو تايه، التسويق المصرفي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- محسن أحمد الخضير، التسويق المصرفي المدخل المتكامل لحل المشكلات البنكية، مكتبة الأنجلو المصرية مصر، 1982.
- محمد جاسم الصميدعي، التسويق المصرفي مدخل إحصائي تحليلي، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن الطبعة الأولى، 2005.
- محمد عمر ذوابه، عقد التحويل المصرفي الإلكتروني، دار الثقافة، الأردن، الطبعة الأولى، 2006.
- محمد فريد الصحن، التسويق - المفاهيم والإستراتيجيات -، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية مصر، 1996.
- ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير اللات، الصيرفة الإلكترونية الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2008.

2- الرسائل والأطروحات

- بوراس نبيلة، زنفوقي كريمة، إبتكار الخدمة المصرفية ودورها في إدارة العلاقة مع الزبون، مذكرة ماستر تخصص إدارة مالية، جامعة 08 ماي 1945، قالمه، الجزائر، 2011-2012.

- بونيرة راضية، صادو أسامة، دور تقنيات الدفع الإلكتروني في تفعيل نشاط البنك التجاري دراسة حالة البنك الوطني الجزائري وكالة جيجل 671، مذكرة ماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، جيجل، 2016-2017.
- زهير زواش، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية، رسالة ماجستير تخصص تمويل الدولي والمؤسسات المالية والنقدية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، السنة الجامعية، 2010/2011.
- سامي أحمد مراد، دور اتفاقية تحرير تجارة الخدمات الدولية في رفع كفاءة أداء الخدمة المصرفية بينوك القطاع العام في مصر، رسالة دكتوراه، تخصص العلوم الادارية، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، مصر 2002.
- سحانين الميلود، مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة، دكتوراه، تخصص إدارة أعمال، السنة الجامعية 2016/2017.
- عبد الرحيم نادية، تطور الخدمات المصرفية ودورها تفعيل النشاط الإقتصادي دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر 3، 2010-2011.
- عبد القادر بريش، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرات التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة دكتوراه دولية في العلوم الاقتصادية، فرع نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2006.
- لعزور صورية، أهمية التسويق المصرفي في تحسين العلاقة مع الزبون، مذكرة ماجستير، تخصص علوم التسيير، امعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2007-2008.
- ليلي محمد وليد، تسويق الخدمات المصرفية – لمحة عن واقع القطاع المصرفي السوري -، مذكرة ماجستير تخصص إدارة أعمال، جامعة دمشق، سوريا، 2008-2009.
- محمد حمو، أثر إتفاقية تحرير تارة الخدمات المالية والمصرفية على الصناعة المصرفية بالبنوك الجزائرية مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2009.
- مريم هاني، تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أنشطة البنوك التجارية الجزائرية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2013.

- يوسف محمد عفيف، التكنولوجيا الحديثة ودورها في تنمية الموارد البشرية، مذكرة ماستر، تخصص تنمية الموارد البشرية، تبسة، دفعة 2016.

3- المجلات

- البنك الأهلي المصري، النشرة الاقتصادية، المجلد 54، العدد 02، 2001.
- صديقي نعاس، اوباح سعيدة، أثر معايير جودة البنكية على رضا الزبائن من وجهة نظر زبائن البنك الوطني الجزائري بالجلفة، مجلة دراسات، المجلد 12، العدد 02، 2021.
- المجلة الاكاديمية للدراسات الإنسانية و الاجتماعية، أ/قسم العلوم الاقتصادية و القانونية، العدد 16، جوان 2016.

4- المواقع الإلكترونية

- www.ta3lime.com consulté le 12 mars 2024.
- <https://specialities.bayt.com> consulté le 20 mars 2024.
- <https://www.sci-magazine.com> consulté le 26 mars 2024.

5- الكتب باللغة الفرنسية

- Kotler Philip, marketing management, 11th international edition, Pearson education international, Inc-prentice hall, 2003, p 328 .

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
نهاية عمادة الكلية مكلفة بالدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
مصلحة التعليم والتقييم

الرقم:/2023

اتفاقية التربص

المادة الأولى: هذه الاتفاقية تضبط علاقة جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة - ممثلة من طرف عميد كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير.

مع المؤسسة: للأستاذ الفلاحة والنوعية الرفيعة
مقرها: السرديانة ولاية تبسة

ممثلة من طرف:

فارس عبد الحميد الوظيفة: مدير الوكالة

هذه الاتفاقية تهدف الى تنظيم تربص تطبيقي للطلبة الآتية أسماؤهم:

1- تيمجانة حساح

2- ماستر التخصص لتسويق الخدمات

عنوان المنحة: التكنولوجيا المصرفية كضرورة لترقية الخدمات البنكية

الاستاذ المشرف: عوليجي بسمة

هذه الاتفاقية تهدف الى تنظيم تربص تطبيقي للطلبة الآتية أسماؤهم:

1-
2-
3-

4-
5-

ليسانس التخصص:

عنوان تقرير التربص:

الاستاذ المشرف:

وذلك طبقا للمرسوم رقم 88-90 المؤرخ في: 03/05/1988 القرار الوزاري المؤرخ في ماي 1989.

المادة الثانية: يهدف هذا التريص الى ضمان تطبيق الدراسات المعطاة في القسم والمطابقة للبرنامج والمخططات التعليمية في

تخصص الطلبة المعنيين

المادة الثالثة: التريص التطبيقي يجرى في مصلحة

الفترة من: 31 ماي 2024 الى: 31 ماي 2024

المادة الرابعة: برنامج التريص المعد من طرف الكلية مراقب عند تنفيذه من طرف جامعة تبسة والمؤسسة المعنية.

المادة الخامسة:

وعلى غرار ذلك تتكفل المؤسسة بتعيين عون أو أكثر بمتابعة تنفيذ التريص التطبيقي هؤلاء الاشخاص مكلفون أيضا بالحصول على المسابقات الضرورية للتنفيذ الامثل للتنفيذ الامثل للبرنامج وكل غياب للمتريص ينبغي أن يكون على استمارة السيرة الذاتية المسلمة من طرف الكلية.

المادة السادسة: خلال التريص التطبيقي والمحدد بثلاثين يوما يتبع المتريص مجموع الموظفين في وجاته الجديدة في النظام الداخلي وعليه يحسب على المؤسسة أن توضع للطلبة عند وصولهم أماكن تريصهم، مجموع التدابير المتعلقة بالنظام الداخلي في مجال الامن والنظافة وتبين لهم الاخطاء الممكنة.

المادة السابعة: في حالة الاخلال بهذه القواعد فالمؤسسة لها الحق في اثناء تريص الطالب بعد إعلام القسم عن طريق رسالة مسجلة ومؤمنة الوصول.

المادة الثامنة: تأخذ المؤسسة كل التدابير لحماية المتريص ضد مجموع مخاطر حوادث العمل وتسهر بالخصوص على تنفيذ كل تدابير النظافة والامن المتعلقة بمكان العمل المعين لتنفيذ التريص.

المادة التاسعة: في حالة حادث ما على المتريصين بمكان التوجيه يجب على المؤسسة أن تلجأ الى العلاج الضروري كما يجب أن ترسل تقريرا مفصلا مباشرة الى القسم.

المادة العاشرة: تتحمل المؤسسة التكاليف بالطلبة في حدود إمكانياتها وحسب مجيل الاتفاقية الموقعة بين الطرفين عند الوجود ولا فإن الطلبة يتكفلون بأنفسهم من ناحية القل ، المسكن ، المطعم.

ادارة القسم
رئيس قسم
فانيس عبد الحامد

ادارة المؤسسة المستقبلية
فانيس عبد الحامد
مدير الوكالة

الجمهورية العربية السورية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
الجامعة العربية السورية

الكلية الاقتصادية والتجارية
مركز بحوث الكلية مكلية الدراسات والبحوث الاقتصادية والتجارية
مصلحة التعليم والتقييم

أذن بالطبع لمذكرة التخرج ماستر / تقارير التريص ليسانس

أنا المضي أسفله الأستاذ (ة) : عولمي بسمة

المشرف على مذكرة التخرج ماستر / تقرير تريص ليسانس للسنة الجامعية : 2024/2023

فئة ليسانس

فريق العمل	الاختصاص	عنوان التقرير بالتفصيل
1*		
2*		
3*		
4*		
5*		

فئة الماستر

فريق العمل	الاختصاص	عنوان التقرير بالتفصيل
1* تتبعاً له مسام	تسويق إلهي	التكامل بين المبرفوية كضرورة لترقية الخدمات البنكية دراسة حالة بنك الفلاحية والتمهية الربحية وكالة الشريعة
2*		

أوفق على تقديم المذكرة أو تقرير التريص وهذا بعد المراجعة الكاملة .

اللقب والاسم : عولمي بسمة

الامضاء : أ.د. عولمي بسمة
علوم اقتصادية

تاريخ الامضاء : 2024/05/15

الادارة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشيخ العربي التبسي - تبسة-

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

من إعداد المتربص

مسلم شعبانة

قسم: العلوم التجارية

السنة: الثانية ماستر

تخصص: تسويق خدمي

إستمارة حول:

**التكنولوجيا المصرفية كضرورة لترقية الخدمات البنكية
دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة
-الشرية-**

سيداتني / ساداتني

في إطار التحضير لإعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر أكاديمي، أضع بين أيديكم الإستمارة التالية لمساعدتي في إتمام دراسة هذا الموضوع، فالرجاء تقديم المساعدة من خلال الإجابة على الأسئلة الواردة فيه، وأعلمكم أن مساهمتكم في إبداء الرأي الدقيق على الأسئلة الواردة بالقائمة سيكون له أثر كبير في إثراء البحث والوصول إلى نتائج دقيقة، كما أحيطكم علما أن البيانات والمعلومات الواردة سيتم توظيفها في إطار البحث العلمي فقط.

ملاحظة: يرجى وضع علامة (X) أمام الإجابة التي ترونها ملائمة.

المحور الأول : البيانات السوسيو- ديموغرافية

ضع علامة (X) في الخانة المناسبة

01	الجنس	<input type="checkbox"/>	ذكر	<input type="checkbox"/>	أنثى
02	السن	<input type="checkbox"/>	بين 20 و 30	<input type="checkbox"/>	بين 31 و 40
03	الشهادة	<input type="checkbox"/>	بكالوريا	<input type="checkbox"/>	ليسانس
04	الخبرة المهنية	<input type="checkbox"/>	أقل من 5	<input type="checkbox"/>	بين 6 و 10
05	المنصب المشغول	<input type="checkbox"/>	مكلف بالزبائن	<input type="checkbox"/>	رئيس قسم
		<input type="checkbox"/>	أكثر من 50	<input type="checkbox"/>	بين 41 و 50
		<input type="checkbox"/>	دكتوراه	<input type="checkbox"/>	ماستر
		<input type="checkbox"/>	أكثر من 20	<input type="checkbox"/>	بين 11 و 20
		<input type="checkbox"/>	مدير عام	<input type="checkbox"/>	مدير فرعي

المحور الثاني : الخدمات البنكية

ضع علامة (X) في الخانة المناسبة

الرقم	العبارة	نعم	لا
الملموسية			
01	هل تتمتع الوكالة بموقع ملائم ويسهل الوصول إليه؟	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
02	هل تمتلك الوكالة أجهزة حديثة وذات تقنية عالية؟	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
03	هل يتوفر البنك على أماكن إنتظار مهينة ومريحة؟	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
الإعتمادية			
04	هل تلتزم الوكالة بتقديم الخدمات البنكية في الوقت المحدد؟	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
05	هل يقدم موظفوا الوكالة الخدمات البنكية بإتقان؟	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
06	هل يتمتع موظفوا الوكالة بمهارة تقديم الخمت البنكية الفورية والسريعة؟	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
الإستجابة			
07	هل يتوفر عدد كاف من الموظفين الذين يقدمون الخدمات للعملاء؟	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
08	هل تقوم الوكالة بالرد الفوري على الإستفسارات وشكاوي العملاء؟	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
09	هل يتم إعلام العملاء عن موعد تقديم الخدمة بدقة؟	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
الأمان			
10	هل تتم معاملات الوكالة بدرجة كبيرة من الأمان والسرية؟	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

		هل توفر الوكالة الحماية التامة داخلها وخارجها من طرف أعوان الأمن؟	11
		هل يشعر العميل بالأمان عند تعامله مع الوكالة؟	12
التعاطف			
		هل يصغي الموظفون بإهتمام لمشاكل العملاء؟	13
		هل يوفر البنك ساعات عمل تناسب العميل؟	14
		هل يقدر البنك ظروف العملاء ويبيدي عناية بهم؟	15

المحور الثالث : التكنولوجيا المصرفية

لا	نعم	العبارة	الرقم
		هل إستوعبت الوكالة التطورات التكنولوجية في وقت سريع ؟	16
		هل أدت التكنولوجيا المصرفية إلى الإستغناء عن بعض الوظائف داخل الوكالة ؟	17
		هل تساعدك التكنولوجيا المصرفية على توفير الوقت و الجهد في انجاز مهامك ؟	18
		هل يمكن اسقاط التكنولوجيا المصرفية على كل انواع الخدمات البنكية دون تخصيص ؟	19
		هل تساهم التكنولوجيا المصرفية في التعريف بالخدمات البنكية الجديدة في الوكالة بشكل أسرع ؟	20
		هل زادت التكنولوجيا المصرفية من عدد الخدمات البنكية المقدمة من طرف الوكالة في مدة زمنية معينة ؟	21
		هل غيرت التكنولوجيا المصرفية من عملية تقديم الخدمات داخل الوكالة ؟	22
		هل توفر التكنولوجيا المصرفية عدة طرق لتقديم الخدمة البنكية الواحدة ؟	23
		هل زادت التكنولوجيا المصرفية من مصداقية الخدمات البنكية المقدمة من طرف الوكالة ؟	24
		هل تظن ان للتكنولوجيا المصرفية انعكاسات سينة على الوكالة و خدماتها ؟	25

إستمارة مقابلة

مذكرة لنيل شهادة الماستر تحت عنوان

التكنولوجيا المصرفية كضرورة لترقية الخدمات البنكية

- دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الشريعة

تحت إشراف الأستاذة:

بسمة عولمي

من إعداد:

مسلم شعبانة

السنة الجامعية:

2024/2023

سيداتتي / ساداتي

موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية بوكالة الشريعة:

تشكل هذه المقابلة جزءا من دراسة الماستر تخصص تسويق خدمي بهدف التعرف على التكنولوجيا المصرفية كضرورة لترقية الخدمات البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بوكالة الشريعة ولذلك نرجو منكم الإجابة على أسئلة المقابلة علما أن المعلومات سيتم التعامل معها بسرية تامة ولا تستخدم إلا للدراسات العلمية.

مع جزيل الشكر والإمتنان لتعاونكم.

س1: هل تحرص الوكالة على مواكبة التطور التكنولوجي؟

ج1:

.....

.....

س2: هل يجيد الموظفون التعامل مع التطورات التكنولوجية في المجال المصرفي؟

ج2:

.....

.....

س3: حسب رأيك، كيف تستغل الوكالة التكنولوجيا المصرفية في جذب عملاء جدد؟

ج3:

.....

.....

س4: هل تسهل التكنولوجيا المصرفية عملية تقديم الخدمات البنكية للعميل؟

ج4:

.....

.....

س5: هل توفر الوكالة جميع الخدمات البنكية الإلكترونية لعملائها؟

ج5:

.....

.....

س6: هل تساعد التكنولوجيا المصرفية في زيادة كفاءة الخدمات البنكية المقدمة من طرف الوكالة؟

ج6:

.....

.....

س7: هل تؤثر التكنولوجيا المصرفية على جميع الخدمات البنكية المقدمة من طرف الوكالة؟

ج7:

.....

.....

س8: حسب رأيك، هل تساهم التكنولوجيا المصرفية في التقليل من الأخطاء المرتكبة في عملية تقديم الخدمات البنكية؟

ج8:

.....

.....

س9: هل تواجه الوكالة صعوبات في توظيف الخدمات البنكية؟

ج9:

.....

.....

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد مدى أهمية وضرورة استخدام التكنولوجيا المصرفية لترقية الخدمات البنكية وتطويرها والوقوف على أشكالها، وواقع الأمر ببنك الفلاحة والتنمية الريفية بوكالة الشريعة.

إن تحليل المعطيات التي تم جمعها من خلال تحليل إجابات الموظفين العاملين ببنك الفلاحة والتنمية الريفية بوكالة الشريعة بينت بما لا شك فيه أن التكنولوجيا المصرفية ضرورة كبيرة إذا ما أريد تطوير الخدمات البنكية، نظرا للمزايا العديدة التي توفرها للمؤسسة وما تسفر عنه من مساعدة في عملية تقديم الخدمة.

غير أن تطوير الخدمة البنكية وترقيتها بالمستوى المطلوب لا يتم إلا من خلال التركيز على عوامل التطوير والتحديث اللازمة هذا فضلا عن تكوين وتدريب الموارد البشرية لتواكب جميع التطورات الحاصلة في المجال التكنولوجي وللتغلب على العوائق المختلفة لاستخدام هذه التكنولوجيا وتجاوز سلبياتها.

الكلمات المفتاحية

التكنولوجيا المصرفية، الخدمات البنكية، ترقية الخدمات

Résumé

Cette étude vise à déterminer l'importance et la nécessité d'utiliser la technologie bancaire pour moderniser et développer les services bancaires et à déterminer leurs formes, ainsi que la réalité de la question au sein de la Banque de l'agriculture et du développement rural relevant de l'Agence de la charia.

L'analyse des données recueillies à travers l'analyse des réponses des employés travaillant à la Banque d'Agriculture et de Développement Rural de l'Agence de la Charia a montré sans aucun doute que la technologie bancaire est une grande nécessité si l'on veut développer les services bancaires, étant donné les nombreux avantages qu'il apporte à l'institution et l'assistance qu'il apporte dans le processus de fourniture du service.

Cependant, le développement du service bancaire et sa mise au niveau requis ne peuvent être réalisés qu'en se concentrant sur les facteurs de développement et de modernisation nécessaires, en plus de la formation et de la formation des ressources humaines pour suivre le rythme de toutes les évolutions dans le domaine technologique

et surmonter les différents obstacles à l'utilisation de cette technologie et surmonter ses inconvénients.

Les mots clés

Technologie bancaire, services bancaires, mise à niveau des services