

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية



مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

التخصص: تسويق الخدمات

الشعبة: علوم التجارة

الاتصال الالكتروني في بنك الجزائر الخارجي

دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي - مستغانم -

تحت اشراف الاستاذ

د. درقاوي أسماء

مقدم من طرف الطالب:

كحلول يوسف محمد

بوسته عبد الله

لجنة المناقشة

أستاذنا مناقشا	أستاذنا مقرا	أستاذنا رئيسا
الأستاذة براهيم سعاد	الأستاذة درقاوي اسماء	الأستاذ مختار دقيش

السنة الجامعية 2022-2023

الملخص

إن الغاية من هذا البحث هو التعريف على دور الاتصال الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المصرفية ومدى الفعالية على رضا الزبائن وتم تخصيص في هذه الدراسة مجموعة من الأبحاث أو الدراسات السابقة وتحليل المعلومات المكتسبة والمقابلة مع موظفين البنك ودراسة الشكوى واقتراحات العملاء وتم ذلك في أحد فروع البنك الخارجي الجزائري في ولاية مستغانم وتم التوصل إلى فعالية ودور الهائل الذي أظهره هذا المجال في تحسين الخدمات كما أنه أصبح ميزة تنافسية بين البنوك لتلبية رغبة الزبائن الحاليين أو حتى استقطاب عملاء جدد وقد نما هذا المجال وشهد تطورا هائلا في السنوات الأخيرة ومنه نستخلص أنه كلما تحسنت الخدمة البنكية الإلكترونية زاد رضا الزبون وسهل عليه وعلى البنوك التعاملات البنكية.

كلمات مفتاحية: الاتصال الإلكتروني – ميزة تنافسية – رضا الزبون – جودة الخدمة.

Abstract

The purpose of this research is to introduce the role of electronic communication in improving the quality of banking service and the extent of effectiveness on customer satisfaction has been allocated in this study a set of research or previous studies and analysis of information gained and interview with bank employees and study the complaint and customer suggestions and this was done in one of the branches of the Algerian Foreign Bank in the state of Mostaganem and was reached the effectiveness and the tremendous role shown by this area in improving services as it has become a competitive advantage between banks to meet The desire of existing customers or even attracting new customers This field has grown and witnessed tremendous development in recent years, and from it we conclude that the better the electronic banking service, the greater the customer's satisfaction and the .easier it is for him and the banks to bank transactions

Key words: electronic communication – competitive advantage – customer satisfaction – .quality of service

الإهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفى أما بعد:

الحمد لله الذي وفقنا لتثمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية في بمذكرتنا، ثمرة

الجهد والنجاح بفضلته تعالى مهداة إلى كل من علمني حرفا في هذه الدنيا، إلى

الوالدين الكريمين حفظهما الله، إلى من كانت بسمتهم ونظرتهم تبعث في النفس من

القوة، إخوتي الأعزاء أطال الله في عمرهم وأنار درهمهم، إلى قلوب كانت تفرح لفرحي

وتأسى لما يصيبني، وإلى كل أصدقائنا في الدراسة.

شكر وتقدير

قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: " من لم يشكر الناس لم يشكر الله و من

اهدى اليك معروفا فكافئوه فان لم تستطيعوا فادعوا له " .

وعملا بهذا الحديث و اعترافا بالجميل نحمد الله عز و جل و نشكره على ان وفقنا

لإتمام هذا العمل المتواضع.

ونتقدم بالشكر والجزيل الى الأستاذة المؤطرة " درقاوي أسماء " التي رافقتنا طيلة

هذا البحث و امدتنا بالمعلومات و النصائح القيمة راجين من الله عز و جل ان يسدد

خطاها و يحقق منهاها فجزاها الله منا كل الخير.

الى كل عمال بنك الجزائر الخارجي – وكالة مستغانم – و نخص بالذكر " العربي

جيلالي " على المساعدات و التسهيلات المقدمة لنا فجزاه الله عنا كل الخير.

و أخيرا لا يفوتنا ان نعبر عن بالغ تحياتنا الى كل من ساعدنا من قريب او من بعيد في

انجاز هذا البحث المتواضع.

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
أ	الاهداء
ب	الشكر والعرفان
ج	فهرس المحتويات
هـ	فهرس الجداول
و	فهرس الاشكال
1	مقدمة عامة
6	الجزء الأول : الاتصال الالكتروني
8	المبحث الاول : ماهية الاتصال الالكتروني
8	المطلب الاول : تعريف الاتصال الالكتروني
9	المطلب الثاني : تطور الاتصال الالكتروني
10	المطلب الثالث : خصائص الاتصال الالكتروني
13	المطلب الرابع : انواع الاتصال الالكتروني
15	المطلب الخامس : مزايا وعيوب الاتصال الالكتروني
16	المبحث الثاني : جودة الخدمة
16	المطلب الأول : تعريف جودة الخدمة

17	المطلب الثاني : أهمية جودة الخدمة
18	المطلب الثالث : ابعاد جودة الخدمة
19	المطلب الرابع : تقييم جودة الخدمة
24	المطلب الخامس: علاقة الاتصال الالكتروني بجودة الخدمة
27	الفصل الثاني : دراسة حالة البنك الجزائري الخارجي
29	المبحث الأول : بطاقة تعريفية لبنك الجزائري الخارجي
29	المطلب الأول : تعريف البنك الجزائري الخارجي
33	المطلب الثاني : وظائف البنك الجزائري الخارجي
34	المطلب الثالث : الهيكل التنظيمي لبنك الجزائري الخارجي
36	المبحث الثاني: جودة الخدمة والاتصال الالكتروني في البنك
36	المطلب الاول : الاتصال الالكتروني في البنك
40	المطلب الثاني : جودة الخدمة في البنك
42	المطلب الثالث: دور الاتصال الالكتروني في تحسين جودة الخدمة المصرفية.
45	الخاتمة
47	المراجع
50	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	الجدول
20	الجدول (1-1) : مؤشرات تقييم جودة الخدمة
42	الجدول (1-2) : معاملات بالاتصال الالكتروني و بدونه

قائمة الاشكال

الصفحة	الشكل
18	الشكل (1-1): أهمية جودة الخدمة
23	الشكل (2-1): نموذج الفجوة (SERVQUAL)
35	الشكل رقم (1-2): هيكل تنظيمي ل BEA

المقدمة

يعرف الاقتصاد العالمي تحولات كبيرة لا سيما على مستوى التطورات التكنولوجية خاصة ما تعلق بأنظمة الاتصال الإلكترونية، حيث ساعد هذا التطور في رفع من السرعة والفعالية التي يوفرها له، كما ظهرت أفكار اقتصادية تعكس هذا التطور من بين الأسباب التي أوجدت هذه التحولات نجد التقدم الكبير في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث عرفت تقنية الاتصال عن بعد تطورات رهيبية وفرت السرعة التي يحتاجها الاقتصاد العالمي ويعتبر النشاط المصرفي أحد أهم الركائز التي يقوم عليها الاقتصاد إذ انه يساهم في تحويل مختلف الأنشطة الاقتصادية، وفي ظل هذه التطورات المتسارعة فإن صناعة الخدمات المصرفية تواجه تحديات كبيرة وجديدة تتمثل في زيادة المنافسة بشكل كبير إلى جانب صعوبة التنبأ بالجانب الاقتصادي الدولي لذا يعتبر أن مستقبل الخدمات المصرفية يعتمد بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

لذلك قامت البنوك بابتكار وسائل تعمل على انسياب الخدمات المصرفية من البنوك إلى العميل بسهولة ويسر وكفاءة، وبما بلانم احتياجات ورغبات العملاء من ناحية وتحقيق المردودية ومن ناحية أخرى معتمدة على أساليب الكترونية حديثة في تقديم الخدمات المصرفية كالتى تتم عبر الصراف الآلي أو عبر الأنترنت أو التحويل الإلكتروني للأموال، ويتمشى هذا الإختلاف مع تغير في نمط سلوك العملاء في الزمان والمكان التي تقدم فيه الخدمة المصرفية، هذا ما جعل البنوك المعاصرة تستجيب لهذه التغيرات للمحافظة على مكانها في الحصة السوقية والسعي لحصة سوقية أكبر.

أصبح لزاما بعد هذه التحولات على البنوك الجزائرية دخول اقتصاد السوق ومواكبة ما تشهده الساحة المصرفية من تغيرات وأن تسعى بالثبات نحو تطوير خدمات المصرفية المقدمة كأحد أهم القدرات التنافسية في السوق المحلية والأجنبية والاستعانة بأحدث تقنيات المعلومات والاتصال والحواسيب الإلكترونية وتطوير أساليب تقديمها وضمان جودتها.

الاشكالية :

تحتل التكنولوجيا أهمية كبيرة فيما يتعلق بتسهيل التواصل بين الناس ، حيث ساهمت بفاعلية في جعل العالم الكبير يبدو أنه قرية صغيرة، وتحقق ذلك بفضل ما قدمته التكنولوجيا للناس من وسائل وطرق لتعزيز وتسهيل تواصل فيما بينهم، وتنوعت هذه الوسائل لتمتد من الهاتف الثابت والهاتف المحمول، لتصل إلى شبكة انترنت وما يرتبط بها من قدرة تواصل ناس مع بعضهم البعض عبر القارات والبلدان المختلفة خلال ثواني معدودة.

ونظرا لتطور تقني أصبحت وسائل اتصال أكثر تطورا وأوسع انتشارا واستخداما، بحيث أصبح من السهل الحصول على أي معلومة وخدمة في زمن وجيز حيث تساهم تكنولوجيا بشكل كبير في الوصول إلى المعلومات واكتسابها ، وبالتالي تطويرها، وهو ما يعد سببا لوجود ثورة علمية ومعرفية ضخمة يترتب عليها تسهيل حياة البشر من خلال زيادة اختراعات في المجالات العملية المختلفة ، ومثال ذلك إمداد المصانع بالعديد من الآلات والمعدات المتطورة التي ساعدت على توفير سلع وخدمات ذات جودة عالية ، وذلك عن طريق تسهيل عمليات الإنتاج في المصانع وجعلها ذات وقت وجهد اقل ، بالإضافة لإفادتها في تقليل تكلفة التشغيل لصالح أرباب العمل.

يلجأ الاتصال الإلكتروني دورا هاما في ترقية الخدمة البنكية وأصبح تزويد العملاء بالخدمات الإلكترونية واحدة من أهم مقومات نجاح قطاع البنكي والقطاع الاقتصادي عامة ، إذ تعزز خدمات الاتصال الإلكتروني من سياسة تخفيض تكاليف واختصار العامل الزمني ، وتعد أحد مميزات ترويجية في سوق شديدة التنافس ، تهتم بتحديث القطاع البنكي .

على دور ما ذكر في المقدمة والملخص أعلاه تتبادر لنا الإشكالية التالية :

❖ كيف يساهم الاتصال الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة المصرفية للبنوك .

المقدمة العامة

○ الأسئلة الفرعية :

- ما هو الاتصال الالكتروني؟
- ما هي جودة الخدمة؟
- العلاقة بين الاتصال الالكتروني وجودة الخدمة في تحسين الخدمات المصرفية لبنك الجزائر الخارجي؟

○ الفرضيات:

- ✓ الاتصال الالكتروني هو تبادل المعلومات والبيانات باستخدام الاجهزة الالكترونية والتكنولوجيا.
- ✓ جودة الخدمة هي ضمان مستوى من الاداء لتدفق البيانات.
- ✓ تساهم العلاقة بين الاتصال الالكتروني وجودة الخدمة في تحسين الخدمات المصرفية لبنك الجزائر الخارجي.

○ أهمية الدراسة:

- ✓ تسهيل التعاملات بين البنوك والمستخدمين.
- ✓ إنشاء بنوك قادرة على المصارعة محليا وأجنبيا.
- ✓ تطوير ميدان الاتصال الالكتروني في الجزائر.
- ✓ رضى الزبائن من الخدمة المقدمة.

○ أهداف الدراسة:

- ✓ الاطلاع على تأثير الاتصال الالكتروني في جودة الخدمة المصرفية.
- ✓ إدراك أهمية الاتصال الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة البنكية.
- ✓ محاولة إفادة المسؤولين بأهمية الاتصال الالكتروني الذي يؤثر إيجابا على البنوك.

○ منهج الدراسة :

-بناء على طبيعة الموضوع تم الاعتماد على مجموعة من المناهج العلمية المكتملة لبعضها البعض , ولدراسة موضوعنا بطريقة جيدة استخدمنا المنهج الوصفي والاستقراري الذان يرتكزان على الوصف الدقيق و تحليل الظاهرة أو موضوع

المقدمة العامة

الدراسة و العوامل التي أترت في معطيات البحث و فرضياته . كما تم الاعتماد على المنهج التحليلي و الوصفي وفق توضيح وتفسير و تحليل المعلومات المتوفرة عن الموضوع محل الدراسة..

كما اننا سنقف في القسم التطبيقي على دراسة حالة للمؤسسة البنكية حيث قمنا بإجراء مقابلة مع احد موظف ي الشركة ثم تم تحليل و تفسير الاجوبة للوصول إلى استنتاجات قادرة على نفي أو إثبات الفرضيات.

○ صعوبات الدراسة

- قصر الفترة الزمنية في التبرص.
- التحفظ لدى رئيس المصلحة المالية للبنك لبعض المعلومات مما ضيق مجال الدراسة.
- عدم على الوصول إلى مجتمع البحث .

○ الدراسات السابقة: (دراسة خارجية) :

✓ 1. دراسة أحمد عبد السلام شكري (2010) أثر التسويق الالكتروني على جودة خدمات المصرفية بالتطبيق على مصرف الساحل بالصحراء (جامعة أم درمان الاسلامية كلية العلوم الإدارية).
تهدف هذه الدراسة لبيان أثر التسويق الالكتروني على تقديم الخدمات المصرفية والكشف عن الدور الذي يلعبه التسويق الالكتروني في ترويج الخدمات المصرفية

✓ 2. دراسة مطاي عبد القادر، بن تنيه كريمة (23 - 12 - 2018) أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في الجزائر. حالة بنك سوسييتي جنرال، جامعة شلف.
تهدف هذه الدراسة الى إلقاء الضوء على الدور الحيوي الذي يقوم به التسويق المصرفي الإلكتروني الذي أصبح من اهم وسائل الاتصال المؤسسات المصرفية مع بيئتها المحيطة.

المقدمة العامة

✓ 3. دراسة الطلبة قيراطي سومية، بوزيدي لمياء، فريحة لندة (2016) عنوان الدراسة: جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضا العميل دراسة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة قالمة، جامعة 8 ماي 1945 م بقالمة.

تهدف هذه الدراسة الى تقديم إطار نظري يحوي ويعرف مختلف المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمة المصرفية المتمثلة في الملموسية، الاستجابة، الاعتمادية، الامان والتعاطف على رضى العملاء من خلال دراسة استطلاعية الآراء العملاء في البنك.

○ أسباب الدراسة:

- اختيار الموضوع راجع أساسا الى وضع الاقتصاد الجزائري وتركيز على تحسين أداء البنوك.
- قلة الوعي في استخدام تكنولوجيا الاتصال.

○ حدود الدراسة:

- حدود موضوعية: دراسة التسويق الالكتروني .
- الحدود المكانية: بنك الجزائر الخارجي (فرع ولاية مستغانم) .
- الحدود الزمنية: تم إجراء هذه الدراسة خلال مدة بين 01/03/2023 و 27 /03/2023 .
- الحدود البشرية: تم إجراء هذه الدراسة من خلال المقابلة مع رئيس المصلحة المالية للبنك .

○ تقسيمات الدراسة :

- تم تقسيم الدراسة الى فصلين فصل نظري و فصل تطبيقي حيث جاء الفصل النظري على النحو التالي :
 - ✓ الفصل الأول :الاتصال الالكتروني :و قسم هذا الفصل إلى مبحثين على النحو التالي:
 - ✓ المبحث الأول: ماهية الاتصال الالكتروني.
 - ✓ المبحث الثاني : جودة الخدمة
- أما الفصل الثاني وهو الفصل التطبيقي فجاء على النحو التالي :
 - ✓ الفصل الثاني : دراسة حالة البنك الجزائري الخارجي و يندرج تحته مبحثين
 - ✓ المبحث الأول : بطاقة تعريفية لبنك الجزائر الخارجي .
 - ✓ المبحث الثاني : جودة الخدمات والاتصال الالكتروني في البنك الجزائري الخارجي .

الفصل الأول: الاتصال الإلكتروني

تمهيد الفصل:

أدى التطور التكنولوجي الى فتح افاق جديدة في الاتصال بين الشعوب وأصبح الاتصال من اهم
سيئات في العصر الحديث وشريك الحياة ووسيلة وأداة لا يمكن الاستغناء عنها في عالمنا هذا ، ما اجبر
المؤسسات ان تواكب هذا التطور بالاتصال .

الاتصال الإلكتروني أصبح يشمل جميع المجالات خاصة في قطاع الخدمات .

وسنتناول في هذا الفصل :

- المبحث الأول : الاتصال الإلكتروني .
- المبحث الأول جودة الخدمة .

المبحث الأول: ماهية الاتصال الإلكتروني.

تمهيد:

يعتبر الاتصال المورد الأساسي للمعلومات بين مراكز اتخاذ القرار في المؤسسة. ومع تطور تكنولوجيا الاتصال وظهور وسائل الاتصال الحديث نجد أن أغلب المؤسسات أصبحت تعتمد على وسائل الاتصال الحديثة نجد ان اغلب المؤسسات أصبحت تعتمد على وسائل الاتصال الحديثة حيث صارت عنصرا من عناصر الميزة التنافسية للمؤسسات وأكبر تحدياتها المستقبلية ومن هذا الصدد سنحاول تقديم مفهوم شامل على الاتصال الإلكتروني.

المطلب الأول: تعريف الاتصال الإلكتروني:

إن الاتصال الإلكتروني هو ذلك الاتصال الذي يتم بغرض نقل المعلومات والأفكار والمشاعر داخل المنظمة أو خارجها وذلك باستخدام الأنظمة والوسائط المعلوماتية وشبكة الاتصال الإلكتروني داخلية (الإنترنت) وشبكة اتصال الكترونية (الإنترنت).

ويعرف أيضا بأنه العملية التي يتم فيها تبادل المعلومات أو توفير التسلية سواء كان ذلك على الصعيد الشخصي أو العملي باستخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة، حيث تطوّرت في عصرنا وأصبح بالإمكان الاتصال بين قارة وأخرى، بل بين قطر وآخر بغضون ثوان معدودة حتى أصبح العالم وكأنه قرية صغيرة تصل الأخبار إليها بسرعة¹.

ويمكن القول إن الاتصال الإلكتروني هو ذلك الاتصال الذي يتم عن طريق شبكات الإنترنت ويتم عادة بين الأهداف التالية:²

- من الأعمال إلى المستهلك.
- من الأعمال إلى الأعمال.
- من المستهلك إلى المستهلك.

¹ - عبد الله بن عبد الرحمن البريدي وآخرون، الاتصال الفعال، الدار الجامعية، القاهرة، 2008، ص632.

² - سعيد حسين عامر، الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها، مركز إيدير قيس للاستثمارات، القاهرة، 2000، ص414-415.

المطلب الثاني: تطور الاتصال الإلكتروني:

لقد شهدت العالم في السنوات الاخيرة تطورا مذهلا في وسائل وتكنولوجيا الاتصالات، وأصبح من الصعب متابعة المخترعات الجديدة في هذا المجال، ولعل اهم التطورات في تكنولوجيا الاتصالات المستخدمة في نقل المعلومات:

الهاتف: على الرغم من مرور أكثر من مئة عام على اختراع هذا الهاتف فإنه لا يزال وسيلة مهمة في نقل المعلومات عبر المسافات القريبة منها والبعيدة، ولقد حدثت تطورات كثيرة على هذا الجهاز حيث ادخلت اليه الوسائل الإلكترونية والليزرية المتطورة لتسهيل عملية نقل المعلومات، حيث تطور الهاتف في شكله وامكاناته عدة مرات، واصبحت هناك شبكات هاتفية وامكانية لنقل الصورة والصوت بسرعة هائلة، وأصبح ايضا مزودا بذاكرة تؤهله لتخزين الصورة واسترجاعها، كما أصبح يستخدم كوسيلة اتصال بالهواتف الأخرى المنتشرة جغرافيا¹.

علاوة على التقدم، فإن خدماته تكاد تصل الي اغلب المؤسسات، لكونه يقدم غالبا النقل الفوري للمعلومات سواء اكانت صوتية او بيانية او مرئية، فهو اداة ملائمة لنقل واستقبال المعلومات بتكاليف منخفضة نسبيا، مثل الاسئلة المرجعية والاستعلام والمعلومات اما بطريقة مباشرة في الاتصال وتكون بين العالمين في المؤسسة او بين الادارة والعاملين بطريقة غير مباشرة من خلال ربط الخط الهاتفي بتقنية اتصال أخرى².

الفاكس Fax mile:

وهو عبارة عن جهاز يقوم ببث الرسائل والنصوص والصور والوثائق المكتوبة عبر الخطوط الهاتف العادي³.

شهدت هذه المرحلة اشكالا لتكنولوجيا الاتصال، ولعل أبرز مظاهر تلك التكنولوجيا هو امتزاج ثلاث مع بعضها البعض شكلت ما يسمى بثورة تكنولوجيا الاتصالات التي حدث خلال الربع الأخير من القرن، والتي اتسمت بالسرعة والانتشار، وتمثلت هذه الثورات فيما يلي:

○ ثورة المعلومات: وتتمثل في ذلك الانفجار الضخم وتضاعف الانتاج الفكري في مختلف المجالات وظهور الحاجة الي تحقيق اقصى سيطرة ممكنة علي فيض المعلومات المتدفقة، واتاحتها للمهتمين والباحثين وصانعي القرارات في أسرع وقت وبأقل جهد، عك طريق استخدام اساليب وبرامج معاصرة في

¹ - صباح محمد كلو، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وانعكاساتها على المؤسسات المعلوماتية، مجلة مكتبة فهد الوطنية، عدد2، ص59-93، 2001، ص68.

² - جعفر حسن الطائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، عمان: دار البداية، 2013، ص106.

³ - صباح محمد كلو، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وانعكاساتها على المؤسسات المعلوماتية، مرجع سابق، ص 68.

تنظيم المعلومات، تعتمد بالدرجة الأولى على الكمبيوتر واستخدام تقنية الاتصال لمساندة مؤسسات المعلومات¹.

○ ثورة وسائل الاتصال: وتتمثل في تكنولوجيا الاتصالات الحديثة التي بدأت بالاتصالات السلكية واللاسلكية، مروراً بالتليفون والنصوص المتلفزة ومن ثم الاعتماد على الأقمار الصناعية واللياف البصرية ولا يزال أفقها غير محدود².

وبمعنى آخر أنها مجموعة التقنيات والأدوات والوسائل والنظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي ... الخ.

○ ثورة الحاسبات الإلكترونية: ويعني التطور الغير متناهي في إنتاج أنظمة المعلومات المختلفة وفي إدارة نظم المعلومات وشبكتها في دراستنا هذه سنتطرق الي شبكات الانترنت والإكسترنات والانترانت كونها المتوفرة والحديثة بالنسبة للمجتمع وعلى المدى الزمني، فما هو حديث اليوم قديم غدا. وقد قادت هذه الثورات الثلاث الي سيادة نظم جديدة للمعلومات كما ادت الي تحقيق هدف رئيسي وهو توصيل الرسالة الي الجمهور المستهدف، فضلاً عن تبادل المعلومات العلمية والفنية من خلالها، ولا يزال التطور مستمر في مجال تكنولوجيا الاتصال بشكل جعل العالم قرية صغيرة.

المطلب الثالث: خصائص الاتصال الإلكتروني

على الرغم من أن التكنولوجيات الاتصالية الحديثة التي أفرزتها الثورة التكنولوجية الحديثة تكاد تتشابه في عديد من السمات مع الوسائل التقليدية، إلا أن هناك خصائص أخرى تتميز بها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة ومن أبرزها:

● **التفاعلية:**³ وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين واستطاعتهم، تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية، وهي تفاعلية بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع

¹ - ثامر كامل محمد، العولمة من المنظور ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال آليات حراكها في الوطن العربي، مجلة العلوم 13 السياسية، العدد 37، ص 224-253، ص 227.

² - ثامر كامل محمد، العولمة من المنظور ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال آليات حراكها في الوطن العربي، نفس المرجع 14 السابق، ص 227-228.

³ - محمود علم الدين وعبد الحسيب محمد ، الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال، دار الشروق ، القاهرة. 1997

الشخص (ب)، ويقوم بأفعاله الاتصالية المرسل يستقبل ويرسل في نفس الوقت وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ "المشاركين" بدلا من "المصادر"، ومثال على ذلك التفاعلية في بعض أنظمة النصوص المتلفزة ونتج عن هذا التفاعل انحسار "تحكم الدولة في مصادر المعلومات والأخبار وأصبح الفرد مسؤولا مسؤولية كاملة في اختيار معلوماته وبرامجه وذلك وفق اتجاهاته وإمكانياته وقدراته الإدراكية.

• **اللاتزامنية (عدم الارتباط بعنصر الوقت):** وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت، دونما حاجة لتواجد مستقبل الرسالة¹.

• **التوجه نحو التصغير (قابلية التحرك أو الحركية):** تتجه رسائل الاتصال الجماهيرية في ظل هذه الثورة إلى وسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان إلى آخر، وبالشكل الذي يتلاءم وظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل والتحرك عكس مستهلك العقود الماضية الذي اتسم بالسكون 1 والثبات، الأمثلة ومن عن هذه الوسائل الجديدة: تلفزيون الجيب، الهاتف النقال، الحاسوب المزود بطابعة إلكترونية².

• **قابلية التحويل:** وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس وهي في طريقها لتحقيق نظام للترجمة الآلية، وقد ظهرت مقدماته في نظام المينيثال "Minitel" الفرنسي، "فالحودود أو الفروقة أو السمات التي كانت تميز وسائل الاتصال الجماهيرية عن بعضها البعض، قد زال بعضها وبعضها الآخر في طريقه إلى الزوال، الأفلام السينمائية يمكن عرضها في دور السينما، شاشة التلفزيون وعلى أشرطة الفيديو كاسيت وعلى الأسطوانات المدمجة على الرغم من اختلافها في الشكل".

• **قابلية التوصيل والتركيب:** لم تعد شركات صناعة أدوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض فقد اندمجت أنظمة الاتصال واتحدت الأشكال والوحدات التي تصنعها الشركات المتخصصة في صناعة أدوات الاتصال، ومن الأمثلة الدالة على ذلك: وحدات الهوائي المقعر الذي يمكن تجميعها من موديلات مختلفة الصنع، لكنها تؤدي وظيفتها في مجال استقبال الإشارات التلفزيونية على أكمل وجه،

¹ - عبد الباسط محمد عبد الوهاب: استخدام تكنولوجيا الاتصال في الانتاج الاذاعي والتلفزيوني، المكتب الجامعي الحديث، 2005.

² - محمد شطاح، قضايا العالم في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا، الجزائر، دار الهدى، 2006، ص 25.

فهناك الهوائي القائم على الوحدات التالية: الصحن من صنع "شركة إيستون Eston" ، "والديمو (المحلل) من صنع شركة ناكست ويف " Wave Next ، "والرأس من صنع شركة شارب "Sharp".

• **اللاجماهيرية (الرسائل الإعلامية الشخصية):** ومعناه أن رسائل الاتصال قد توجه إلى مجموعة من أفراد (الجماهير) أو قد توجه إلى فرد بعينه، فقد سمحت الوسائل الجديدة للفرد أن يستقبل عن المجموع من حيث الرسائل التي يتابعها، ومثال ذلك محطات البث التلفزيوني في البلدان المتقدمة التي تقدم برامج متنوعة حسب طلب المشترك ورغباته¹.

• **الشيوع والانتشار:** ونعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم في داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة، نلمح ذلك في التلفزيون ثم الفاكس ميل، وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام لكل الأطراف المعنية، وفي رأي ألفين "توفلر" "Tophler. A" أن من المصلحة القوية للأثرياء هنا أن يجدوا طرقاً لتوسيع النظام الجديد للاتصال ليشمل لا ليقضي من هم أقل ثراء، حيث يدعمون بطريقة غير مباشرة الخدمة المقدمة لغير القادرين على تكاليفها.

• **الكونية:** البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية، حتى تستطيع المعلومة أن تتبع المسارات المعقدة تعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونيا عبر الحدود الدولية جيئة وذهاباً، من أقصى مكان في الأرض إلى أدناه في أجزاء على الألف من الثانية، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان من العالم².

وباختصار فقد لخص أحد الخبراء سمات تكنولوجيا الاتصال الحديثة في قوله: "الخدمات التي أتاحت نتيجة التحول من الصوتي إلى الرقمي، ومن الإلكتروني إلى الفوتون، ونحو الرخيص المتاح دوماً، ومن الخاص إلى العام، والمتنوع إلى الكامل، ومن السلبي أحادي الاتجاه إلى التجاوب ثنائي 3 الاتجاه، ومن الثابت إلى النقال، ومن الشفرة الإنجليزية إلى الشفرة متعددة الاتجاهات"³.

وعموماً فإن الكونية التفاعلية اللاجماهيرية اللاتزامنية، قابلية التوصيل التحويل، التحريك والشيوع من أبرز سمات التكنولوجيات الحديثة، التي ساهمت بنسبة كبيرة في زيادة الاتجاه نحو الإعلام

¹ - محمد شطاح، مرجع سابق، ص، 71-71.

² - محمود علم الدين، مرجع سابق، ص 179-180.

³ - محمد شطاح، مرجع سابق، ص، 27.

المتخصص ولامركزية الاتصال التي تعتمد على تقديم رسائل متعددة تخاطب الحاجات الفردية لضيقة والجماعات المتجانسة بدلا من الرسائل الموحدة التي تخاطب الجماهير الكبيرة.

المطلب الرابع: انواع الاتصال الإلكتروني

1- التلكس: هو نظام لنقل الرسائل وهو جهاز تم استخدامه في الارسال بالكهرباء، وتعرف الشفرة الخاصة بالمراقبة شفرة المراسلة تطورات من العشرينيات من القرن العشرين تم استخدام الطبقات عن بعد التي بإمكانها ارسال نبضات كهربائية مباشرة عبر خطوط البرق الى برقية اخري على الطرف الاخر من الخط. ولقد ساهم التلكس في نقل الانباء والرسائل الى غاية ظهور الهاتف الذي ادى الى استغناء عنه واستبعاده بمعدات اخري أكثر سرعة.

2- التيليكس: هو حالة متقدمة من نظام البرقية، حيث ان التيليكس يجمع بين عمل التيليكس الاعتيادي وعمل نظام المعالجة النصوص الذي يعمل بواسطة الآلة الكاتبة الالكترونية والشاشة المرئية المثبتة فيها، مع وجود امكانية لخصن المعلومات المطبوعة¹.

وبشكل عام يمكن استخدام التيليكس في المجالات الآتية:

- المراسلات: مثل المذكرات والتقارير والرسائل العامة والمتخصصة في مجال معين.

- الشؤون الإدارية: مثل وظائف الموظفين، جرد المخازن واعتماد نماذج وطبقات.

- الشؤون المادية: كالحسابات الجارية قوائم الاسعار وتسجيل المبيعات والصفقات.

3- الهاتف: تطور الهاتف في شكله وحجمه ومزاياه عدة مرات، واصبحت شبكات الاتصال الهاتفية، من أحدث الابتكارات في عالم الاتصالات الهاتفية الهاتف الفيديو، جهاز مزود بذاكرة لخصن الصورة واسترجاعها وهو ينتشر بشكل واسع بين الناس.

ويستخدم الهاتف كوسيلة اتصالية بالهواتف الأخرى المنتشرة جغرافيا بطريقتين اساسيتين هما:

○ طريقة الاتصال المباشر، أي من هاتف اخر.

○ طريقة الاتصال غير المباشرة، اي عن طريق ربط بوسيلة اخري مثل التليكس،

الحواسيب وغيرها.

4- بنوك الاتصال المتلفزة: وهي حالة متلفزة لاستخدام واستثمار جهاز التلفزيون العادي عن طريق اضافة قنوات المحطات جديدة، وهي عبارة عن وسيلة لعرض الكلمات والارقام والصور والرموز على

¹ - منى محمد ابراهيم البطل، تكنولوجيا الاتصال المعاصر الشخصية الادارية ونظم المعلومات، ط1، الوراثة للنشر والتوزيع، 21 عمان، دس، ص211.

شاشة التلفزيون عن طريق ضغط مفتاح معين ملحق بجهاز التلفزيون، وتشمل تقنية فيديو تكس على ثلاثة ركائز¹:

- البحث عن طريق شاشة التلفزيون.
- تخزين واسترجاع عم طريق الحاسوب.
- نقل هاتفي او بوسيلة سلكية او لاسلكية.

وتشمل بنوك الاتصال المتلفزة على نوعين هما²:

- الفيديو تكس المبت: وهو نظام يبث معلومات محددة بنظام متسلسل ومحدد بالقوائم مثل نظام التليكس الموجه لمشاهدة التلفزيون.
- الفيديو تكس التفاعلي: يستطيع المشاهد المستعمل هذا النظام ان يوجه استفساراته وان يحصل على الاجابات المطلوبة، أي ان التفاعل قائم بين المستفيد والنظام.

5- الفاكس الميلي: هو عبارة عن جهاز يقوم ببث الرسائل والنصوص والصور والوثائق المكتوبة عبر الخطوط الهاتفية العادية ويشبه آلة التصوير الصغيرة غير انها مزودة بهاتف او متصلة به، فالفاكس هو عبارة عن تقنية حديثة تشمل علي:

- جهاز استنساخ الكتروني مرتبط بخط هاتف.

- جهاز هاتف مرتبط بخط هاتفي.

ويمكن تحديد اهم مميزاته وخصائص الفاكس ميلي على النحو التالي³:

- جهاز سهل الاستخدام يحتاج الي خبير فني متخصص.

- رخيص الثمن، يمكن للأفراد شراءه.

- لا يحتاج الى متطلبات كثيرة وخطوط لهاتف متوفرة في كل مكان.

¹ - ربيعي مصطفى عريان، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2007 ص117.

² - وهيبية غارمي، تكنولوجيا المعلومات في المكتبات، ط2، دار المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009، ص150.

³ - منى محمد ابراهيم البطل، مرجع سابق، ص213.

المطلب الخامس: مزايا وعيوب الاتصال الإلكتروني

تتمثل مزايا الاتصال الإلكتروني وعيوبه في¹:

أولاً: مزايا الاتصال الإلكتروني:

وتتلخص أهم مزاياه في عملها على جلب الراحة و الرفاهية للمستخدمين لما توفره لهم من جهد، ووقت ومال، وذلك عن طريق جمعها بين مجالي الاتصال عن بعد و الكمبيوتر ، وكذلك أحدث من استعمال الورق واستهلاكه، خاصة بظهور الكتاب الإلكتروني والصحيفة الإلكترونية، وتقدم التقنيات الرقمية الحديثة حيث أن عشرات القنوات تتيح برامج غير ترفيهية، مثل خدمات المعلومات والبرامج التعليمية، كما ساهم الاتصال الإلكتروني في رفع مستوى جودة المنتج الإعلامي النهائي من خلال ما تنسم به من مرونة وسرعة وقدرة إنتاجية، ومن مزاياها سرعتها الفائقة في نقل، واستقبال المعلومات والبيانات، وعموماً فإن أهم مزايا الاتصال الإلكتروني انه قدم لمستخدميه ثلاثة أبعاد هي:

- البعد الزمني: حيث أتاح أقصى درجات السرعة في نقل المعلومات إلى حد إلغاء الفرق بين زمن البث والزمن الواقعي في حالة البث المباشر على الأقمار الصناعية.
- البعد المكاني: حيث وفرت كما هائلا من المساحة المطلوبة لتخزين المعلومات ونقلها، كما أنها تكاد تحدد عنصر المسافة مهما بعدت.
- البعد الخاص بالوسيلة وعلاقتها بالمتلقي: حيث أتاحت ثورة الاتصال للمتلقي درجة من التفاعل الايجابي مع هذه التكنولوجيات، مثل التلفاز الذي يستخدم الاتصال الرقمي، ويسمح للمتلقي بالتدخل في اختيار البرامج.

ثانياً: عيوب الاتصال الإلكتروني:

للاتصال الإلكتروني عدة عيوب، حيث انه ومن الرغم لما يقدمه في مجال حرية التعبير، إلا أن هذه الحرية تقيدت بعدة قيود خاصة القيود السياسية، كذلك أن هذه التكنولوجيا من شأنها أن تنتهك خصوصياتنا التنصت على ما يحدث داخل منازلنا، كما أنها توسع الهوية المعرفية بين من يمتلكون التكنولوجيا الاتصالية الحديثة ومن يفتقرون إليها، ناهيك عن الغزو الثقافي والمعرفي وانهميار قيم وعادات المجتمع.

¹ - حورية بولعويدات، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، كلية العموم الإنسانية، جامعة متنوري قسنطينة، 2008، ص 87-88.

المبحث الثاني: جودة الخدمة

تمهيد :

لقد زاد الاهتمام بالمؤسسات الخدمية كونها أصبحت تواجه العديد من التحديات وذلك نتيجة التطورات التي مرت بها . كما أصبح الزبون أكثر اهتماما بجودة الخدمة ، الا ان تقييمها وقياسها يعتبر امرا صعبا ، لذلك سنحاول في هذا المبحث تقديم مفاهيم عن جودة الخدمة .

المطلب الأول : تعريف جودة الخدمات

تمهيد :

إن معظم الأعمال المنشورة ركزت على جودة المنتج وعلى البضائع، فيما تلقى موضوع جودة الخدمة اهتماما أقل، في حين أنه وفقا لباراسورمان (parasurman) "الجودة ضرورية عندما تكون الخدمة لا يتم بيعها" ولكن قبل ذلك لتحديد مدى أهمية جودة الخدمة، من الضروري تحديد هذا المفهوم وتحديد أبعاده، كما هو مبين فيما يأتي.

تعريف جودة الخدمات:

لقد عمل العديد من المؤلفين والباحثين على أبعاد جودة الخدمة حيث اتفق العديد منهم عليها، وفيما يلي سيتم عرض بعض من مفهوم جودة الخدمة

الفرع الأول: تعريف جودة الخدمات

تتعدد التعريفات بالنسبة لجودة الخدمة، وذلك لاختلاف حاجات وتوقعات العملاء عند البحث عن جودة الخدمة المطلوبة، وكذلك الاختلاف في الحكم على جودة الخدمة، فهي غير متماثلة أي متجانسة بالنسبة للجميع.

التعريف الأول:

هي التقاء احتياجات ومتطلبات الزبائن وارتباط مستوى الخدمة المراد تسليمه بالتوقعات الموضوعية من قبل هؤلاء الزبائن¹.

التعريف الثاني:

يمكن تعريف جودة الخدمة من خلال الأبعاد الثلاثة الخاصة بالخدمات :

¹ رعد حسن الصرن، عولة جودة الخدمة المصرفية، دار التواصل العربي ومؤسسة الفوارق للنشر، دمشق، عمان، 2007، ص30.

- البعد التقني والذي يتمثل في تطبيق العلم والتكنولوجيا لمشكلة معينة.
- البعد الوظيفي أي الكيفية التي تتم فيها عملية نقل الجودة الفنية الى العميل وتمثل ذلك التفاعل النفسي والاجتماعي بين مقدم الخدمة والعميل الذي يستخدم الخدمة.
- الإمكانيات المادية وهي المكان الذي تؤدي فيه الخدمة¹.

التعريف الثالث:

اقترح باراسورمان (Parasuraman) أن جودة الخدمة هي الحكم أو الموقف العام، المتعمق بتفوق الخدمة، والذي بدوره هو الفرق بين ما تقدم الخدمة وما يأمل العميل. عندما يتزامن مستوى توقعات العملاء مع تلك الخدمة المتصورة، فهي مسألة جودة الخدمة العامة.

إذا كان مستوى الخدمة المدركة أعلى من المأمول، نتحدث عن جودة خدمة أفضل في حالة العكس ذلك عندما يكون المستوى المتصور أقل من المستوى المتوقع، يتم الحكم على جودة الخدمة بالسيئة².

المطلب الثاني: أهمية جودة الخدمة

الجودة الخدمة أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسات وذلك من اجل تحقيق النجاح والاستقرار فان على الزبون والموظفين أن يتعاملوا معا من اجل خلق الخدمة وتقديمها على أعلى مستوى، وعلى المؤسسات الاهتمام بالموظفين والزبائن معا، لذلك تكمن أهمية الجودة في تقديم الخدمة فيما يلي³:

- نمو مجال الخدمة: لقد ازداد عدد المؤسسات التي تقوم بتقديم الخدمات فمثلا نصف المؤسسات الأمريكية يتعلق نشاطها بتقديم الخدمات إلى جانب ذلك فالمؤسسات الخدماتية مازالت في نمو متزايد ومستمر.

. ازدياد المنافسة : إن تزايد عدد المؤسسات الخدمية سوف يؤدي إلى وجود المنافسة الشديدة بينها لذلك فان الاعتماد على جودة الخدمة سوف يعطي لهذه المؤسسات مزايا تنافسية عديدة.

. المدلول الاقتصادي لجودة الخدمة : أصبحت المؤسسات الخدمية في الوقت الحالي تركز على توزيع حصتها لذلك لا يجب على المؤسسات السعي من اجل جذب الزبائن الجدد، ولكن يجب كذلك المحافظة على الزبائن الحاليين ولتحقيق ذلك لا بد من الاهتمام أكثر بمستوى جودة الخدمة.

¹ بوعنان نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، مذكرة ماجستير، تخصص تسويق، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2007، ص65.

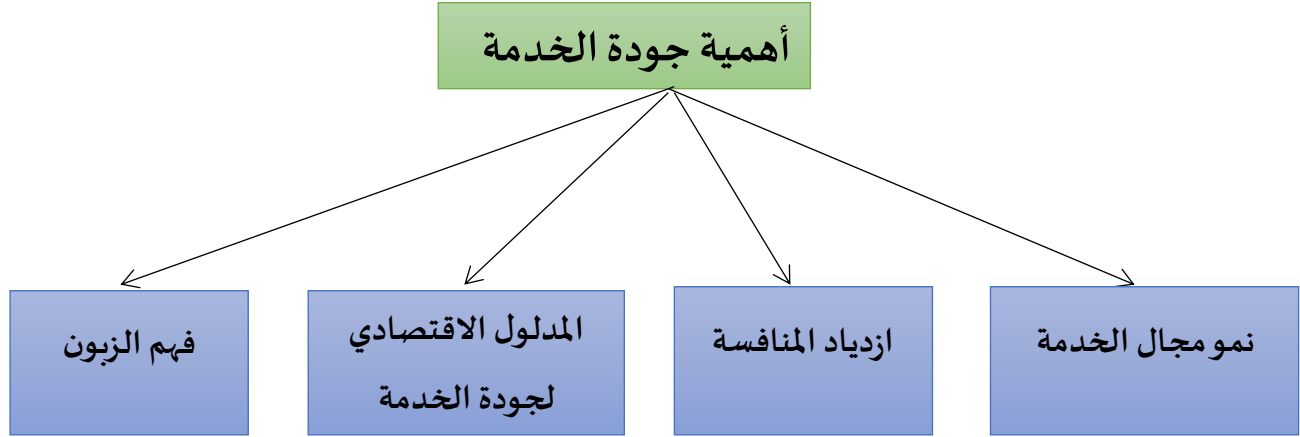
² service Internet, Mémoire de fin Od'un centre d'appel d'un Fournisseur de S La qualité de service comme outil de fidélisation : cas pour l'obtention de la maitrise en hautes études commerciales, institut des hautes études commerciales de Sousse, Tunisie, p7 d'étude

³ مأمون الدراكة، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001، ص151.

المصدر : من اعداد الطالبان وذلك بالاعتماد على أهمية جودة الخدمة من كتاب إدارة الجودة الشاملة لمأمون الدراكة

فهم الزبون: إن الزبائن يريدون معاملة جيدة ويكرهون التعامل مع المؤسسات التي تركز على الخدمة، فلا يكفي تقديم الخدمة ذات جودة وسعر معقول دون توفير المعاملة الجيدة والفهم الأكبر للزبون. والشكل التالي يلخص أهمية جودة الخدمة:

الشكل (1-1): أهمية جودة الخدمة



المصدر: بن جررة حكيم، بلحسن سمحية، تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون دراسة حالة مؤسسة موبيليس وكالة ورقلة، مذكرة شهادة الماجستير، 2019، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، ص 6.

المطلب الثالث: أبعاد جودة الخدمة

تمثل أبعاد جودة الخدمة فيما يلي:¹

1. التوقيت: تعد السرعة في تقديم الخدمة وتوفيرها في الوقت المناسب من الخصائص المهمة في جودة الخدمة المقدمة من وجهة نظر الزبون.
2. التقدير والاحترام: مدى شعور الزبون بالترحيب من قبل العاملين في المرفق الخدمي والتعامل معه بقدر من الاحترام والتقدير وإشعاره بأهميته الإنسانية وأنه محط احترام الجميع وتقديرهم.
3. سهولة الحصول عليها: إن الحصول على الخدمة المطلوبة دون معوقات أو موانع يعد بعدا مهما من أبعاد جودة الخدمة.
4. الأداء الفني: القدرة الفنية لمقدم الخدمة ومدى قناعة الزبون بكفاءة الخدمة المقدمة وفعاليتها.
5. الاستجابة: تعني تفاعل مقدم الخدمة مع الزبون وإشعاره بأهميته والحرص على رضاه عند تقديم الخدمة ومدى شعور العميل بقيمته الإنسانية لدى مقدم الخدمة عند التعامل معه.

¹ شاكر بن أحمد الصالح، خالد بن محمد الصربي، الجودة الشاملة، ط1، دار الفكر للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 80.

6. الدقة: إنجاز الخدمة المقدمة للمستهلك بصورة صحيحة من أول لحظة وتجنب هدر الموارد المتاحة.
7. جودة المرافق / البيئة: توفر خدمات الترفيه والتسلية في المرفق الخدمي بحيث يشعر الزبون براحة كافية عند الانتظار للحصول على الخدمة.
8. الكفاءة: توفر الخدمة بأقل التكاليف وتجنب هدر الموارد المتاحة، وتقاس كفاءة الخدمات من خلال نسبة المخرجات إلى المدخلات.
9. الفاعلية: مدى تحقق الهدف المتوقع من الخدمة المقدمة وإلى أي مدى نجحت الإستراتيجية الموضوعية في تحقيق الأهداف.
10. السلامة والأمان: مدى توفر شروط السلامة في مرافق تقديم الخدمات لكل من مقدم الخدمة وملتقها.

مما سبق يمكن القول إن هذه الأبعاد والخصائص ليست منفصلة عن بعضها البعض، بل تشكل مجموعة من المعايير لدى المستهلك وملتقي الخدمة، حيث يتم مراعاتها عند اتخاذ القرار بتلقي خدمة ما أو شراء منتج معين.

المطلب الرابع: تقييم جودة الخدمة

. مؤشرات تقييم جودة الخدمة¹:

- لكي تقدم مؤسسات الخدمات، خدمة تتلاءم مع توقعات الزبائن وتلبي حاجاتهم لابد من أن تبحث عن الطرق والوسائل لتطوير وتحسين جودة الخدمة، فالخدمة الجيدة في نظر الزبائن هي التي تتوافق مع توقعاتهم، لذلك فعلى المؤسسة أن تتعرف على هذه المعايير والمؤشرات التي من أهمها ما يلي:
- أ. الملموسية: وتشير إلى التسهيلات المادية المتاحة لدى المؤسسة الخدمية مثل المعدات ومظهر مقدمي الخدمة وأدوات ووسائل الاتصال معهم، ففي الكثير من الأحيان يلجأ الزبون إلى الحكم على جودة الخدمة من خلال الخصائص الشكلية المرافقة للخدمة كالتسهيلات المادية.
- ب. الاعتمادية: وهي القدرة على تقديم خدمة تكون حسب ما وعدت به المؤسسة، أي أن تكون بشكل يمكن الاعتماد عليها، وتكون بدرجة عالية من الصحة والدقة، فالزبون يتوقع أن تقدم له خدمة دقيقة من حيث الالتزام بالوقت والأداء كما تم وعده من قبل بالإضافة إلى اعتماده على مقدم الخدمة في أدائها كأن يعتمد صاحب السيارة على الميكانيكي في إصلاح وصيانة السيارة في الوقت المحدد وإصلاحها بشكل يمكن الاعتماد عليه.

¹ هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر، الطبعة الثالثة، عمان 2005.

ج. الاستجابة: وتتعلق بقدرة مقدم على الاستعداد لتقديم الخدمة للزبون بشكل دائم وقدرته على تقديم الخدمة في الوقت الذي يحتاج إليه الزبون إلى جانب شعور مقدم الخدمة بالحماس والسعادة ومدى جاهزيته لذلك، مثل عامل المطعم الذي يكون جاهزا ومستعدا وراغبا في خدمة الزبائن.

د. الأمان: وهو يعبر عن درجة الشعور بالأمان للخدمة المقدمة ومن يقدمها، أي يتعلق بمدى المخاطر المدركة لنتائج تلقي الخدمة من المؤسسة، أو من مقدمها أو كلاهما، مثل درجة الأمان المترتبة عن استئجار شقة أو غرفة في فندق.

هـ- التعاطف ويشير هذا المؤشر إلى مدى قدرة مقدم الخدمة على فهم حاجات الزبون وتحديدتها وتزويده بالرعاية والعناية بمعنى آخر كم من الوقت والجهد الذي يحتاجه مقدم الخدمة للتعرف على حاجات الزبون ويفهم مشاعره وتعاطفه معه. ويمكن توضيح هذه المؤشرات في الجدول التالي:

الجدول (1-1): مؤشرات تقييم جودة الخدمة

المؤشر	الشرح
الملموسية	- حداثة وجاذبية مظهر المؤسسة ظهور العنصر المادي: - مظهر العاملين - تسهيلات مادية... إلخ
الاعتمادية	- القدرة على الوفاء بالوعد في الأجل المحددة أداء صادق: - معلومات دقيقة وصحيحة - مصداقية الأداء وإمكانية الاعتماد على مؤهلات وكفاءات ومعارف
الاستجابة	- إعلام الزبائن بأجال الوفاء بالخدمة السرعة والمساعدة: - سرعة تنفيذ المعاملات - سرعة الرد على شكاوي الزبائن
الأمان	- ضمان الحصول على الخدمة حسب الوعد ثقة الزبائن في المؤسسة: - إنعدام الخطر والشك في تعاملات المؤسسة - أداء سليم من طرف الموظفين
التعاطف	- فهم و معرفة حاجات الزبون الاهتمام بالزبون: - الوعي بأهمية الزبون - ملائمة ساعات العمل مع التزاماته

المصدر: هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة السادسة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص446.

. نماذج تقييم جودة الخدمة (نموذج الفجوة):¹

¹ نورالدين بوعدنان جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، مذكرة ماجستير في علوم التسويق، تخصص علوم التسويق فرع التسويق، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2007، 74.

يعتمد نموذج الفجوة بشكل أساسي على مجموعة من المؤشرات قابلة للتكييف أو التعديل حسب نوع الخدمة.

ويسمى نموذج الفجوة بـ "Servqual" ظهر خلال الثمانينات من خلال الدراسات التي قام بها كل من (Parasuraman, Zeithmal et Berry) وذلك بغية استخدامه في تحديد وتحليل مصادر ومشاكل الجودة والمساعدة في كيفية تحسينها.

لتقييم حسب نموذج الفجوة يعني تحديد الفجوة بين توقعات الزبائن لمستوى الخدمة وإدراكهم للأداء الفعلي لها. أي معرفة وتحديد مدى التطابق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة ويمكن التعبير عنها بالعلاقة التالية:

$$\text{جودة الخدمة (Servqual)} = \text{الإدراك} - \text{التوقع}$$

ويعتمد بناء هذا النموذج على تحديد الخطوات التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند تحليل وتخطيط جودة الخدمة، وقد حدد نموذج الفجوة الفجوات التي تسبب عدم النجاح في تقديم الجودة المطلوبة. وتتمثل في خمس فجوات التالية:¹

أ. الفجوة 1:

وتنتج عن الاختلاف بين توقعات الزبون وإدراك المؤسسة الخدمية، فقد لا تدرك دائما وبدقة رغبات الزبائن وكيفية حكم الزبون على مكونات الخدمة لقلة المعلومات عن السوق وأنماط الطلب.

ب. الفجوة 2:

وتشير إلى عدم وجود تطابق المواصفات الخاصة بالخدمة مع ادراكات الإدارة لتوقعات الزبون أي انه رغم إدراك إدارة المؤسسة الخدمية لتوقعات الزبون إلا أنها غير قادرة على ترجمة ذلك إلى مواصفات محددة في الخدمة المقدمة.

ج. الفجوة 3:

وهي فجوة بين مواصفات الخدمة الموضوعية والأداء الفعلي لها، فإذا تمكنت المؤسسة الخدمية من وضع المواصفات المطلوبة في الخدمة، فلا يمكنها أداء هذه الخدمة بسبب وجود مواصفات معقدة وغير

¹ نورالدين بوعتان، مرجع سابق، ص 76.

مرنة، وعدم تدريب العاملين على أدائها أو عدم اقتناعهم بالمواصفات المطلوبة، أو عدم وجود الحافز الكافي لأداء هذه الخدمة.

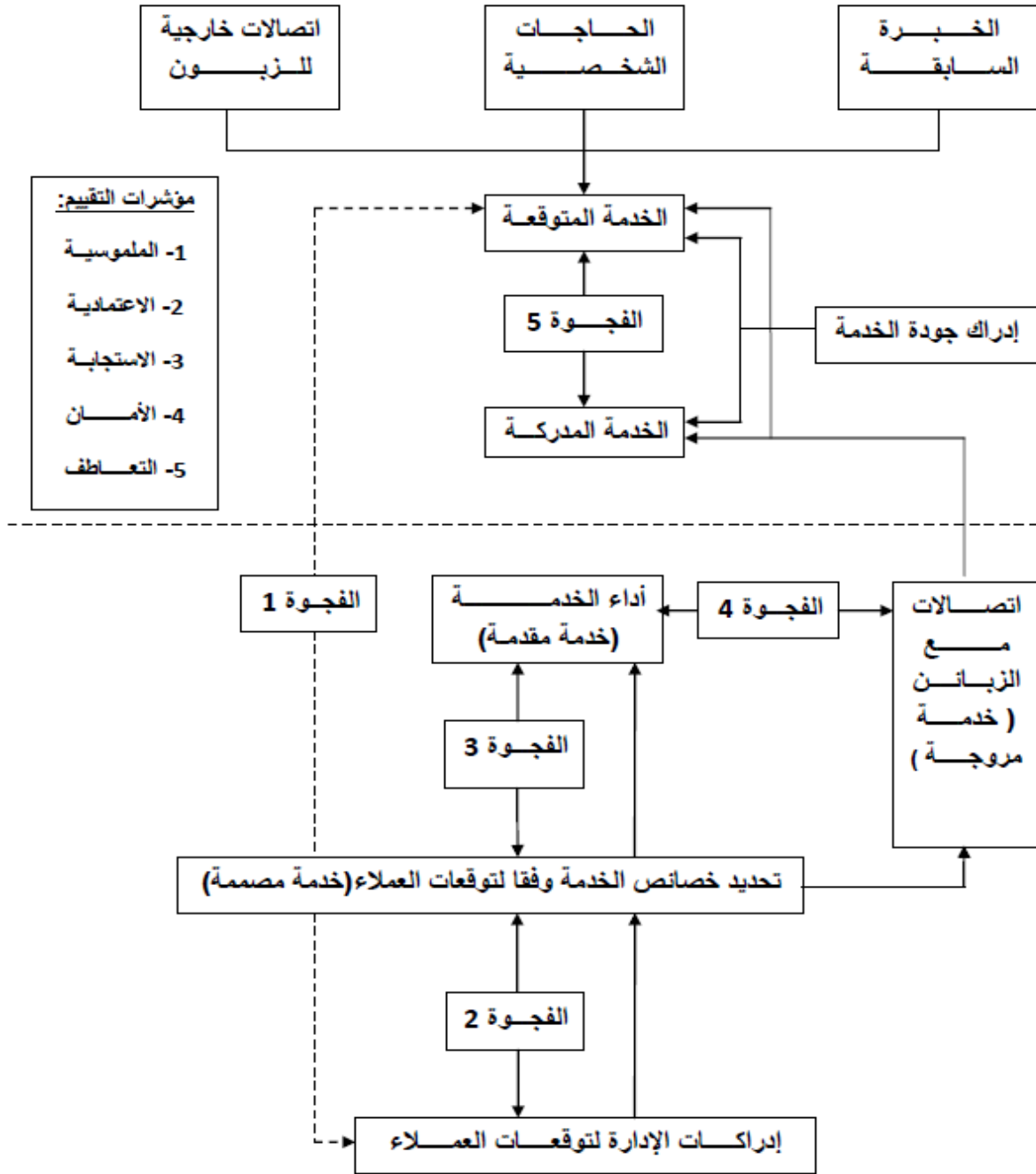
د. الفجوة 4:

وتتمثل في فجوة الخدمة المروجة والخدمة المقدمة، أي أن الوعود المعطاة من خلال الأنشطة الترويجية لا تتطابق مع الأداء الفعلي للخدمة وذلك لوجود ضعف في التنسيق بين العمليات والتسويق الخارجي للمؤسسة الخدمية.

هـ. الفجوة 5: وتتعلق الفجوة بين الخدمة المتوقعة والخدمة المؤدة، وهذا يعني أن الخدمة المتوقعة لا تتطابق مع الخدمة المدركة وتكون محصلة لجميع الفجوات بحيث يتم على أساسها الحكم على جودة أداء المؤسسة الخدمية.

ويمكن تلخيص هذه الفجوات في الشكل التالي:

الشكل (2-1): نموذج الفجوة (SERVQUAL)



المصدر: نوردين بوعدنان، جودة الخدمة وأثرها على رضا العملاء، مذكرة ماجستير في علوم التسويق، تخصص علوم التسويق وفرع التسويق، بحث لم ينشر، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2007، ص 75.

. تقييم جودة الخدمة من طرف الزبون:1

¹ نورالدين بوعدنان، مرجع نفسه، ص 70.

ينظر عادة إلى تقييم جودة الخدمة من وجهتي نظر أحدهما داخلية تعبر عن موقف الإدارة ومدى التزامها بالمواصفات التي صممت الخدمة على أساسها، وأخرى خارجية تركز على جودة الخدمة المدركة من طرف الزبون.

وعلى اعتبار أن المفهوم التسويقي الحديث الذي يطلق عليه " التوجه بالزبون Orientation Client " بمعرفة حاجاته وتوقعاته فإن تقييم الجودة يقوم على أساس ملاحظة الزبون لخصائص الخدمة وأبعادها ومدى إدراكه لأدائها الفعلي أي جودة الخدمة المدركة.

فالجودة المدركة هي عبارة عن اتجاه مرتبط بالرضا، ولكن لا يساويه والنتيجة عن المقارنة بين التوقعات والادراكات المتعلقة بالأداء. وبناء على ذلك فإن تقييم جودة الخدمة يجب أن يكون من وجهة نظر الزبون ويرجع ذلك إلى الأسباب التالية:

- أ. قد لا يكون لدى المؤسسة معرفة بالمعايير والمؤشرات التي يحددها الزبائن لاختيار الخدمة ونوايا الشراء لديهم، أو حتى الأهمية النسبية التي يولونها لكل مؤشر في تقييم جودة الخدمة المقدمة.
 - ب. قد تخطئ إدارة المؤسسة في معرفة الأساليب التي يدرك بها الزبائن الأداء الفعلي للخدمة . ج. قد لا تعترف المؤسسة بحقيقة أن حاجات الزبائن وتوقعاتهم تتطور استجابة للتطور في الخدمات المقدمة من المؤسسة نفسها أو من طرف مؤسسات منافسة وهو ما يجعلها تعتقد أن ما تقدمه يعتبر مناسباً.
 - د. قد لا تستطيع المؤسسة نظراً لنقص إمكانياتها تحديد حاجات زبائنها ومعرفة توقعاتهم أو تقييم مستوى الرضا لديهم عن الأداء، وبالتالي عدم القدرة على تحديد مستوى الجودة في خدماتها.
- ويرتبط تقييم الجودة بمستوى إدراك الزبائن للخدمة الكلية المقدمة لهم، بمعنى أن عملية تقييم الجودة من طرف الزبون تشمل الخدمة الأساسية أو الجوهرية بالإضافة إلى مختلف الجوانب المادية (الملموسة) وغير الملموسة (التفاعلية المتصلة بتقديم الخدمة، إلى جانب ذلك فعملية تقييم جودة الخدمة يعتمد بشكل كبير على حاجات ورغبات وتوقعات الزبائن قبل شراء الخدمة.

المطلب الخامس : علاقة الاتصال الإلكتروني بجودة الخدمة

تدرس جودة الخدمة بشكل أساسي من خلال وجهتي نظر : (شرف، 2009، الصفحات (54-55)

1- وجهة نظر الزبون :

الزبون العامل الأكثر أهمية في تصميم تقديم وتقييم مستوى الجودة، خصوصاً في الصناعات الخدمية التي تكون أكثر حساسية عرضة للتقلبات. فالجودة المطلوبة هي مستوى جودة الطلب الصريح أو الضمني للزبائن الذي يتوقعه مقدمو الخدمة، أي أنها تشكل توقعات الزبائن التي تنشأ بتأثير عوامل متعددة، أهمها التجربة الشخصية السابقة للزبون مع الخدمة وتوقعات المستعملين الآخرين للخدمة، وسمعة المصرف أيضاً. في حين تعني الجودة المدركة الانطباع الكلي للزبون التجارب عن مستوى الجودة

بعد التحقق من الخدمة ويعطي الاحتمال بين الجودة المدركة الجودة المطلوبة مقدم الخدمة فرصة هامة لقياس رضا الزبون بناءً على صياغة وتشكيل معيار دقيق وفعلي على أساس نتائج تقييم الزبائن للخدمة. ولتعزيز جودة الخدمة البنكية عبر شبكة الانترنت بشكل فعال، يجب على الصيرفيين أن يفهموا أولاً الخصائص والمواصفات التي يستعملها الزبائن على جودة الخدمة. فالمفاهيم التقليدية لجودة الخدمة خلقت للحصول على الطبيعة الشخصية المتبادلة للتصادمات الخدمية، لذا تم القيام بالعديد من الدراسات التي حددت الأبعاد الرئيسية للجودة في البيئة البنكية التقليدية، وفي الوقت الحالي يمثل بحث جودة الخدمة في البيئات الإلكترونية جزءاً هاماً من أنشطة وبحوث علوم الإدارة والمعلومات، كما أنه لا يعطي شكلاً وصيغة موحدة لتوقعات جودة خدمة الزبائن.

2- وجهة نظر مقدم الخدمة:

إن التركيز على العملية البنكية أو عرض الخدمة قاد إلى تعريف الجودة داخلياً على أنها المطابقة للمتطلبات، وهذا يؤكد على أهمية الإدارة والجودة من جانب عرض الخدمة، أو أن هناك دوراً هاماً للعملية في تحديد جودة النتائج، وتمثل جودة المطابقة إدراك الجودة من وجهة نظر مقدم الخدمة، ويعد حاملو الأسهم (المساهمون وإدارة البنك والعمال بمثابة مقدمي خدمات ويعتمد تحقيق جودة المطابقة بين مستوى الجودة المخطط والجودة الحقيقية المسلمة للزبائن على نظام إدارة جودة الخدمة في البنك، ويعد نظام الجودة لأي مشروع كنظام فرعي من النظام التنظيمي العالمي الذي يراقب ويؤكد على جودة الخدمة البنكية، ومن الضروري أن يرتبط هذا النظام الفرعي للجودة بالوظائف المناسبة للنظام العالمي، يتضمن نظام الجودة عناصر فرعية من طبيعة مختلفة مثل الأهداف الشخصية أو الأهداف الموضوعية للخدمة البنكية، القواعد التشغيلية ومؤشرات الأداء وشبكة الاتصالات.

خاتمة الفصل الأول :

استعرضنا في هذا الفصل مختلف الجوانب النظرية المتعلقة بالاتصال الالكتروني ورأينا انه من الغريب ان تستمر مؤسسة في العمل دون استخدامه . أيضا تطرقنا إلى جودة الخدمة حيث قمنا بتعريفها وتبيين اهميتها وكيف تؤثر على أداء المؤسسات حيث أصبح اللزوم عليها ترقية خدماتها لأنشاء علاقة جيدة مع العملاء ، لكسب ولائها .

الفصل الثاني:
دراسة حالة البنك الجزائري
الخارجي

تمهيد الفصل:

بعد ان تعرفنا في الفصل السابق المكون للجانب النظري للموضوع محل الدراسة الى المفاهيم الأساسية لكل من الاتصال الالكتروني وجودة الخدمة .

سنحاول في هذا الفصل اسقاط ما رأيناه في الجان بالنظري على احدى المؤسسات الجزائرية في شكل دراسة حالة .

واختارنا لهذا الغرض مؤسسة بنك الجزائر الخارجي وهذا لما للقطاع المصرفي أهمية بصفته الأكثر تأثراً واستجابة للتطورات الاقتصادية والتغيرات البيئية المتسارعة ، فتطلبت الدراسة الخوض في النقاط التالية.

- المبحث الأول: بطاقة تعريفية لبنك الجزائر الخارجي.
- المبحث الثاني: : جودة الخدمة والاتصال الالكتروني في البنك .

المبحث الأول: بطاقة تعريفية للبنك الجزائري الخارجي

تمهيد :

تشهد الساحة البنكية المحلية والعالمية تغيرات اقتصادية عديدة وهذا ما يفرض على البنوك بصفة عامة والبنك الجزائري بصفة خاصة أداء أكثر فاعلية في تمويل الاقتصاد الوطني والحفاظ على مركزه التنافسي . فبنك الجزائر الخارجي يسعى الى إعادة هيكلة استراتيجية لأجل الاستفادة من الفرص لزيادة النمو والربحية وخلق نظام رقابي فعال من اجل ضمان اتخاذ قرارات استراتيجية سليمة . ومن هذا سنتطرق الى ماهية البنك الجزائري الخارجي .

المطلب الأول : تعريف البنك الجزائري الخارجي

يعتبر بنك الجزائر الخارجي وليدا لتطورات النظام البنكي الجزائري، حيث وجد نفسه في ظل الأوضاع الراهنة مجبرا على التأقلم مع التغيرات التي تشهدها البيئة، فأصبح يسعى إلى بلوغ أعلى درجات التقدم والتطور في عملياته وخدماته، ونحاول من خلال هذا المبحث التعريف به من خلال تقديم لمحة عن نشأته وتطوره، عرض مختلف وظائفه.

أولا: تقديم بنك الجزائر الخارجي :

من أكبر البنوك التجارية الجزائرية شهرة في العالم نجد بنك الجزائر الخارجي الذي يعد الرائد من حيث التعاملات مع الخارج خاصة ميدان الضمانات البنكية ولذلك أوكلت له الدولة كل الصلاحيات للقيام بمهامه على أحسن وجه فهو يعتبر بنك من الدرجة الأولى وذو سمعة عالمية كبيرة .

الفرع الأول : لمحة عن بنك الجزائر الخارجي:

يعتبر البنك الجزائري الخارجي من بين البنوك الستة التجارية المتواجدة في الجزائر، وهو بنك تجاري منذ نشأته متخصص في تمويل التجارة الخارجية تنفيذ الاتفاقيات المرتبطة بالعمليات الخارجية .

فيما يلي عرض لأهم التطورات التي شهدتها البنك :

فيما يخص العدد الإجمالي لموظفي بنك الجزائر الخارجي (مقر ووحدات) بلغ 4378 موظف سنة 2005 بين مديرين ومشرفين أعوان تحكم، أعوان تنفيذ موزعين على مستوى شبكة من 82 وكالة ضمن 10 وحدات موزعين على أنحاء البلد التجمعات السكنية الكبرى والمناطق الصناعية ومناطق إنتاج المحروقات)، وتضم 23 من شركات تابعة ومساهمة منها 16 بالخارج و7 وطنية. إن بنك الجزائر الخارجي له

علاقة بشبكة من 1450 مراسل بنكي موزعين عبر 41 بلد، ويسير بنك الجزائر الخارجي أكثر من 35 % من التجارة المحلية.

إلى غاية استقلالية المؤسسات العمومية سنة 1988 كان بنك الجزائر الخارجي من بين أهم بنوك الدولة وكما أشرنا إليه كان دوره الرئيسي هو الوساطة من المؤسسات وخزينة الدولة آخر نشاطاتها اختتمت في ظروف ملائمة للبنك، ميزانية 31 ديسمبر قدرت ب 78.489 مليار دج بالمقارنة بنشاط 1993.

نستطيع القول استنادا على ميزانية نشاط بنك الجزائر الخارجي، أنه يسعى على بذل جهود مختلفة الأشكال اتجاه زبائنه من القطاع العام أو الخاص داخليا أو خارجيا لتوفير خدمات تتوافق والوضعية الاقتصادية الجديدة؛ كما يستعمل بنك الجزائر الخارجي وسائل الاتصال والمعالجة المعقدة كالإنترنت والإعلام الآلي وكذا سويفت (SWIFT).

الفرع الثاني: نشأة وتطور البنك الخارجي الجزائري:

تم إنشاء بنك الجزائر الخارجي في 01 أكتوبر 1967 طبقا للمرسوم رقم 67-204 في شكل شركة جزائرية حدد رأسماله مبدئيا ب 20 مليون دينار جزائري مقره الجزائر العاصمة، بإمكانه إقامة وكالات وفروع، بموافقة وزير المالية كما يمكنه إقامة وكالات خارج الوطن، وتصنيفها لا يكون إلا بموجب نص تشريعي، وقد تم إنشاؤه على أنقاض المؤسسات البنكية التالية :

○ Le Crédit Lyonnais القرض الليوني في 01 أكتوبر 1967

○ المؤسسة العامة في 31 ديسمبر 1967 (société générale)

○ قرض الشمال البنك الشمالي للتسليف في 30 افريل 1968 (nord du Credit) البنك الصناعي الجزائري وبنك البحر الأبيض المتوسط في 31 ماي 1968 Banque industrielle d'Algérie et de la méditerrané)

○ بنك باركليز الفرنسي في 30 افريل 1968

ومع إنشاء البنك الجزائري الخارجي تم إرساء أول هيكل تنظيمي وضم :

— دائرة الشؤون الإدارية .

— هيكل المواد الهيدروكربونية.

— دائرة الشؤون الخارجية .

— دائرة دراسات الاستغلال

تحصل بنك الجزائر الخارجي على هيكله النهائي في 01 جوان 1968 ، وتأسيسه يمثل المرحلة الأخيرة من إجراءات التأميم البنكي، حيث يسير من طرف رئيس مدير عام ومدير عام مساعد وثلاث مستشارين، وهم مكلفون بالتسيير وتطبيق السياسة الخاصة بالبنك وتمثيله اتجاه الغير؛ ومنذ 1970 كان بنك الجزائر الخارجي محل ثقة لجميع العمليات البنكية للمؤسسات الصناعية الكبرى مع المؤسسات الأجنبية (سوناطراك، شركة النقل البحري، شركات البناء...

حافظ البنك على نفس الهيكل التنظيمي إلى غاية 1980 ، بعدها أرمى شكل ثاني من التنظيم الهيكلي أكثر توافقا مع تقدم عمليات البنك، وتم استحداث عدة مديريات تحت سلطة مستشار مديرية البنك؛ يضم الهيكل التنظيمي مديرتان عامتان مساعدتان و9 مديريات مركزية عملياتية.

سنة 1988 تم استحداث تنظيم جديد تحت سلطة المدير الذي أعاد تنظم وحدات الشؤون الخارجية؛ وأصبح بنك الجزائر الخارجي من بين أبرز المؤسسات البنكية الأولى المنفصلة ذاتيا، وذلك بموجب أحكام القانون 61/89 الصادر في 12 جانفي 1988 وحضي برأس مال اجتماعي قدر ب 24.5 مليون دينار جزائري .

وفي سنة 1989 تم الاعتماد على هيكل تنظيمي جديد، وهو تنظيم يضم 3 مديريات عامة مساعدة عملياتية لكل عدد معين من الوحدات المركزية، و بعد 21 سنة خبرة وبفضل تطبيق القانون رقم 01/88 في 12 جانفي 1988 المتعلق باستقلالية المؤسسات قام بنك الجزائر الخارجي بتغيير شكله و أصبح يوم : 5 فيفري 1989 مؤسسة بالأسهم، رأس ماله قفز من 1 مليار دج إلى 5.24 مليار دج، مع المحافظة بشكل عام على هدفه الأساسي المسطر بموجب المرسوم المؤرخ في 1 أكتوبر 1967، كما تم استحداث هيكل تنظيمي آخر سنة 1996 من طرف المدير الجهوي بمقتضى مذكرة المدير العام رقم 01 الصادر في 02 جانفي 1996 .

زود بنك الجزائر الخارجي بدائرة التسويق سنة 1997 (مذكرة المدير العام رقم 02 المؤرخة في 21/04/1997) ملحقة بمديرية الشبكة، وتتفرع هذه الدائرة الى قطاعين: قطاع "مؤسسي" وقطاع "شخصي" بالإضافة إلى مكتب المراجعة الدولية "DELOITTE" وايضا "TOUEN" حيث يقوم بتوزيع مسؤولية السياسة التجارية واستجابة للسياسة الجديدة للبنك التي تهدف إلى تحقيق الفعالية والكفاءة في التسيير البنكي تبنى البنك هيكل تنظيميا جديدا سنة 2003، بموجبه تم استحداث هياكل جديدة، وتم توسيع وتمديد مهام واختصاصات الهياكل الموجودة.

وهناك بنوك ومؤسسات يساهم فيها بنك الجزائر الخارجي بنسب مختلفة نذكر منها :

- البنك العربي للاستثمار والتجارة الخارجية ويساهم فيه بنسبة 55,15% ومقره أبو ظبي .
- بنك الغرب العربي للاستثمار والتجارة ويساهم بنسبة 50,12%.

- اتحاد البنوك العربية والفرنسية ويساهم فيه بنسبة 56.9% ومقره في فرنسا.
- مؤسسة تأمين القروض العقارية بنسبة 25%.

ارتفاع مقدار الأموال الخاصة نهاية سنة 2005 إلى 34.1 مليار دينار، وبإضافة الأموال المخصصة لتغطية الأخطار البنكية العامة يصبح المقدار الإجمالي 44.9 مليار دينار؛ هذه الأموال الخاصة تسمح باحترام النسب القانونية باستثناء المتعلقة بتقسيم المخاطر، حيث تجاوزت في بعض المؤسسات العامة المنحلة، مؤهلة لإعادة الهيكلة المالية الحدود المتعارف عليها:

- نمو الناتج البنكي الصافي بنسبة 82% بين سنتي 2004 و2005.
- فاق إجمالي الميزانية نسبة 9%
- نمو الإنتاج البنكي ب 40%

بلغ الهامش البنكي ارتفاع بنسبة 86% تحسن الأرباح بنسبة 51%

وفي سنة 2006 قام البنك بعمليات إعادة هيكلة وظائفه ودخل في مرحلة جديدة من التحديث، والتي مست كل هياكله وشبكته بالكامل كما عرفت هذه السنة إستراتيجية تحديث وإعادة تأهيل الوكالات لضمان الملائمة مع المتطلبات التكنولوجية الجديدة والصفقات المتاحة للزبون كل هذا في بيئة تنافسية وأدرك هذا البنك أن التكنولوجيا هي أداة أساسية سواء في المكتب الأمامي Front office أو في المكتب الخلفي Back office لتقديم خدماتها إلى الزبائن.

لتعرف السنة الموالية 2007 تحديث نظام المعلومات من خلال برنامج دلتا Delta ليصبح العمل البنكي أكثر دقة وأمان .

وفي سنة 2009 توجه البنك إلى قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ونتيجة للاتفاقيات المبرمة مع الشركات الرائدة عالميا تم طرح منتجات جديدة .

أما سنة 2011 فعرفت توسيعا لشبكة البنك وتجديدا لهياكله القديمة في إطار التحديث والتحسين المستمر في الخدمات وطريقة تقديمها، كما افتتح البنك في هذه السنة أول وكالة بخدمة حرة -libre service الواقعة ببيدوش مراد الجزائر وسط، وتم رفع رأسماله إلى 76 مليار دينار جزائري، لتسمح هذه الزيادة بالعمل بالتنسيق مع أكبر البنوك المحلية وكذا الدولية.

حاليا يسعى بنك الجزائر الخارجي إلى تدعيم وتوسيع شبكته البنكية من خلال إنشاء وكالات وتزويدها بأكفأ الموارد البشرية لمجارات المنافسة.

من خلال ما سبق يمكن عرض بشكل موجز أهم المعلومات المتعلقة بهذا البنك في شكله الحالي :

- التسمية: بنك الجزائر الخارجي (BEA) Banque Extérieure d'Algérie
- الصفة القانونية: شركة مساهمة .
- رأس المال الاجتماعي: 150 مليار دينار جزائري.
- المقر الاجتماعي: 11 شارع العقيد عميروش الجزائر.
- النشاط: تقديم الخدمات البنكية وتمويل مختلف قطاعات النشاط لاسيما قطاع المحروقات، قطاع الحديد والصلب، قطاع النقل، قطاع مواد البناء، وكذا قطاع الخدمات .
- شبكة الوكالات: 101 وكالة.

المطلب الثاني : وظائف بنك الجزائر الخارجي

مهام وأهداف BEA :¹

إن مهام BEA تكمن في تسهيل تنمية في مجالات اقتصادية واسعة بين الجزائر والخارج، كما يهدف إلى تحفيز وتشجيع تمويل العمليات التجارية مع باقي بلدان العالم كما يمكن له التدخل في مختلف العمليات البنكية وذلك ب:

- تمويل القطاعات العامة والخاصة عند قيامها بعقد صفقات مع المتعاملين الأجانب .
- تقديم المعلومات الخاصة بإمكانية التمويل للمستوردين والمصدرين وبتخليص دور BEA في :
- تقديم الخدمات المصرفية لمساعدة التجارة الخارجية وتنميتها عن طريق التمويل اللازم والمراسلات الدولية
- (الاعتماد المستندي) .
- فتح الاعتمادات اللازمة لعمليات التبادل التجاري .
- يتعدى هذا البنك تعاملاته الخارجية يشمل كذلك الودائع والعمليات الداخلية الخاصة وتوسعت مهامه لتشمل كافة حسابات كبار الشركات الصناعية في ميدان المحروقات سوناطراك ونفطال المؤسسات الكيماوية النقل البحري ومختلف النشاطات .
- هذا البنك يقوم بتمويل عمليات الاستيراد والتصدير بتقديم القروض الطويلة والمتوسطة والقصيرة الأجل، لهذه المؤسسات الإستراتيجية .
- بالإضافة إلى مقره الرئيسي بالعاصمة الذي يتفرع إلى فروع ووكالات عبر مناطق من الوطن يملك البنك حاليا فرعين أجنبيين هما :

¹ معلومات مقدمة من الوكالة : وكالة مستغانم

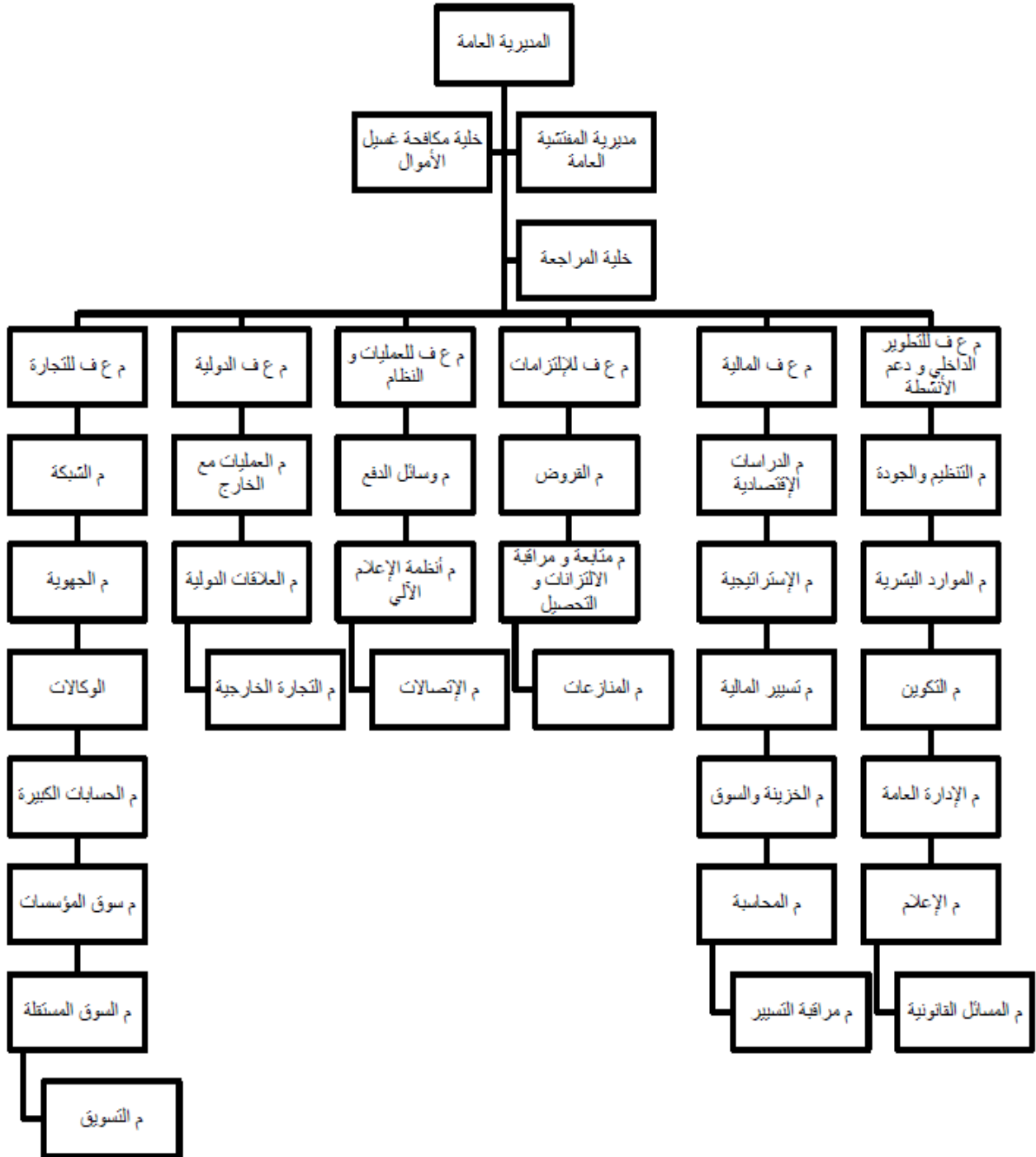
- -La Banque international arabe (paris).
- -Arabe Banque investissement and Foreign trade (abou - dabi).
- التدخل في الأسواق المالية الدولية لجمع الأموال وكذلك القروض الخارجية لتغطية مختلف الاستثمارات
- المشتراة بالعملة الصعبة مع الخارج .
- إعطاء الموافقة لضمان العمليات التجارية مع الخارج ضد الأخطار السياسية والاقتصادية .
- استقبال الودائع تحت الطلب وللأجل .

المطلب الثالث : الهيكل التنظيمي لبنك الجزائر الخارجي

ويتكون الهيكل التنظيمي كما يبينه الشكل الموالي من مديرية عامة يرأسها رئيس مدير عام، تضم ستنيابات (مديريات) تتمثل في :

- نيابة المديرية العامة التجارية.
- نيابة المديرية العامة للعلاقات الدولية.
- نيابة المديرية العامة للعمليات والأنظمة.
- نيابة المديرية العامة للتعميدات .
- نيابة المديرية العامة للمالية.
- نيابة المديرية العامة للتطوير الداخلي ودعم النشاطات.

الشكل رقم (1-2) : هيكل تنظيمي ل BEA



المصدر : معلومات مقدمة من الوكالة : وكالة مستغانم

المبحث الثاني: الاتصال الالكتروني وجودة الخدمة

تمهيد:

في هذا المبحث سنحاول ما عثرنا عليه من معلومات وبيانات في خصوص الاتصال الالكتروني وجودة الخدمة في بنك الجزائر الخارجي .

المطلب الاول : الاتصال الالكتروني في البنك

شبكة سويفت Le réseau SWIFT¹:

شبكة سويفت هي شبكة ما بين البنوك (interbancaire)، أنشأت عام 1977م من أجل تعويض التلكس لأنه لم يكن آمنا وسريعا بما فيه الكفاية، وهي تقدم مجموعة من الخدمات المتنوعة مثل: تحويلات من حساب إلى حساب، عمليات على العملات... إلخ.

ومنذ ذلك الوقت أصبحت المصارف تستطيع أن تستفيد ايجابيا من قدرات تسير رأس مالها العامل،

فتح معاملات، وتكون لديها فكرة واضحة عن حساباتها.

وفي هذه الشبكة بدأ المساهمون بتبادل رسائل موحدة Des messages standardises منسوبة (مختصة إلى عمليات مالية الأمر بالشراء والبيع، تأكيد تنفيذ العملية تعليمات التسوية، التسليم، الأمر بالدفـع...)

أول مهمة للشبكة هي أن تضمن عدم هجر معاملة التبادل (non répudiation) بمعنى أنه لا أحد من المتعاملين يستطيع نفي وجود صفقة قد تمت فسويفت بمثابة فعل توثيقي (notarial) في مجموع المعاملات المنجزة مهما كان المبلغ وهذا لحماية المساهمين، فإن قام بنك بدفع مبلغ لبنك آخر فالبنك الدافع يطالب بضمان استلام لهذا الدفع.

شبكة سويفت سجلت تطورات دائمة وملحوظة، حيث إنها حظيت بمكانة مرموقة في العلاقات البنكية

الدولية، ويكمن مفتاح نجاحها في تكامل ثلاث ميزات هي:

- هي أداة اتصال حديثة مصنوعة وفق حاجيات العمل المصرفي.

¹ https://fr.wikipedia.org/wiki/Society_for_Worldwide_Interbank_Financial_Telecommunication. 2023/05/18, 18 :37.

- تستعمل لغة موحدة ومقاييس خاصة (مقاييس المراسلات).
- وسيلة مجهزة ببرنامج لتصحيح الأخطاء ، ويراقب شكل الرسائل (في حالة رسالة على شكل خاطئ).

الفاكس¹:

الفاكس هو نظام لنقل البيانات أو الكتابة أو الرسومات عبر الهاتف.

يعد الفاكس أو الفاكس جهازًا تقنيًا شائعًا جدًا في العقود الأخيرة من القرن العشرين سمح بنقل المستندات والنصوص والبيانات الأخرى عبر خط هاتف ، مما أدى إلى إنشاء نسخة مصورة.

يعمل الفاكس بسهولة. هذه هي ثلاث قطع متكاملة ومدمجة في جهاز واحد: ماسح ضوئي ، وهو المسؤول عن تسجيل البيانات والنصوص والصور الموجودة في المستند الأصلي ؛ مودم ، يسمح بالاتصال عبر الهاتف بجهاز آخر له نفس الخصائص ؛ والطابعة ، والتي عند استلام مستند جديد ، تطبعها بسرعة واقتصادية على الورق ، وتنتج نسخة من البيانات المرسلة.

يعود إنشاء الفاكس إلى عام 1851 ، بعد وقت قصير من اختراع التلغراف. تم تصميم الجهاز في جامعة لندن في نسخة بدائية للغاية. يمكن لأقدم الفاكسات المسح الضوئي باللونين الأبيض والأسود فقط ، بينما أصبحت هذه الأنظمة أكثر تعقيدًا بمرور السنين ، مما سمح بتدرج الرمادي. تعد الفاكسات اليوم أجهزة متعددة الوظائف تجمع المعلومات بالألوان ، على الرغم من استمرار طباعتها باللون الرمادي لغرض اقتصادي وسريع.

كانت الفاكسات أجهزة شائعة جدًا في منتصف القرن العشرين ، كطريقة لنقل المعلومات بسرعة وبدقة عبر مسافة ، قبل أن تصل أجهزة الكمبيوتر والأجهزة الأخرى ذات الصلة إلى أكبر قدر من الشعبية والتوسع في السوق. أدرجت العديد من أجهزة الكمبيوتر هذه الوظيفة في العقود الأخيرة من القرن ، من خلال البرامج التي تحاكي خصائص وتشغيل الفاكس.

واليوم ، لا يزال هذا النوع من الأجهزة يستخدم نظرًا لموثوقيته لأنواع معينة من عمليات إرسال واستقبال المعلومات ، على الرغم من أن استخدامه تم إخفاؤه لظروف استثنائية أكثر أو أقل.

الهاتف الثابت¹:

¹ <https://ar.facts-news.org/taaryf-alfaks> . Consulter le 2023/06/01, 14 :30.

الهاتف الثابت أو الهاتف الأرضي أو الهاتف القار هو طريقة الاتصال السمعي باستخدام شبكة من الموصلات مثل (الكيبيل النحاسي، الكيبيل الضوئي (المدفونة تحت الأرض في معظم الأحيان).

من خصائص الهاتف الثابت مقارنة بالهاتف المتنقل هو أن المستخدم يستخدم الأجهزة وهي ثابتة بحيث لا يمكن إجراء الاتصال والتحرك في نفس الوقت لمسافة بعيدة (إلا إذا جهز الهاتف بمنظومة وصلة لاسلكية قصيرة المدى 20 - 100 متر) لكون الهاتف الثابت لا يعتمد على تغطية راديوية عادة بل على اتصال مباشر بالشبكة العامة عن طريق كيبيل فإنه متوفر للاتصال والاستقبال على مدار الساعة دون التأثير بقوة التغطية والظروف الأخرى وذو كلفة أقل. يمكن استخدام وصلة الهاتف الثابت أيضاً للاتصال بالإنترنت وبكلفة متدنية.

البريد الإلكتروني²:

يُعرّف البريد الإلكتروني (Electronic Mail) أو ما يُشار له بالاختصار (Email)، بأنه عبارة عن خدمة يُمكن من خلالها إرسال واستقبال رسائل إلكترونية عبر شبكة اتصالات معينة، وباستخدام أنواع مُختلفة من التطبيقات والبرامج، ويتم تبادل رسائل البريد الإلكتروني من وإلى أي شخص يمتلك عنوان بريد إلكتروني حول العالم، وقد تحتوي رسالة البريد الإلكتروني على ملفات مُضمنة بداخلها، أو صور أو نصوص كتابية، حيث تحتوي معظم أنظمة البريد الإلكتروني على مُحرر أولي لتحرير النصوص، وإجراء مختلف التعديلات عليها كتغيير لون الخط، وحجمه، وغيرها من التعديلات الأخرى. يتم تخزين رسائل البريد الإلكتروني الواردة إلى المُستخدم فيما يُعرف بصندوق البريد الوارد (Inbox)، والذي يجب أن يتفقدته المُستخدم بشكل دوري للتحقق من تلقيه أية رسائل جديدة، ويُمكن ضبط العديد من أنظمة البريد الإلكتروني بحيث تُصدر تنبيهات عند ورود أية رسائل جديدة، والتي يتم حفظها على الجهاز، أو يتم حذفها، أو إعادة توجيهها بهدف إرسالها إلى شخص آخر، كما يُمكن طباعتها على شكل نسخة ورقية.

تطبيق BEA:

استفد من الخدمات المصرفية الإلكترونية من خلال تطبيق BEA MOBILE الخاص بك بفضيل تطبيق BEA MOBILE الخاص بـ BEA، يمكنك إدارة حساباتك المصرفية بسهولة وأمان من هاتفك المحمول:- عرض أحدث المعاملات الخاصة بك في لمحة والوصول مباشرة إلى تفاصيل المعاملات الخاصة بالحساب، - تحقق من رصيد وحركات حسابات BEA الخاصة بك (الحسابات المصرفية وحسابات التوفير وحسابات الأوراق المالية وما إلى ذلك) بنقرة بسيطة - تتبع العمليات الخاصة بك، وإجراء عمليات بحث متعددة المعايير بسلاسة - قم بإجراء تحويلاتك إلى حسابات داخلية أو خارجية في ثوانٍ أو أضف

¹ https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%87%D8%A7%D8%AA%D9%81_%D8%AB%D8%A7%D8%A8%D8%AA , consulter le 2023/06/01, 14:38.

² <https://mawdoo3.com/> , consulter le 2023/06/01, 14:42.

مستفيد مباشرة من التطبيق - تكوين الإخطارات الخاصة بك ليتم تنبيهك بنفقات حسابك ، - اعرض RIB الخاص بك على هاتفك المحمول وأرسله مباشرة عبر البريد الإلكتروني أو الرسائل القصيرة أو Viber أو Messenger تواصل مع مرشدك وأرسل المستندات من خلال المراسلة الآمنة في الوقت الفعلي - تحديد موقع أقرب فرع BEA تطبيق BEA هو خدمة مجانية متاحة لعملاء البنك. للاستفادة من المساعدة الفنية أو لأي اقتراحات أخرى ، اتصل بنا على: +213 (0) 23.48.02.29 / (0) 23.48.02.45 / (0) 23.48.02.09 / 23.48.02.22 (0) / 23.48.02.10 (0)

الإنترنت :

هي شبكة تتميز بأنها تعطى مظهرا منتظما لقواعد بيانات العملاء وملفات الاتصال ومعلومات المنتجات مما يعنى أنها أسهل استخداما من قبل الموظفين فتطبيقها مثلا لأنظمة البريد الإلكتروني تساهم في توفير النفقات بالمقارنة مع البريد العادي والنفقات قد تكون مالا، جهدا، وقتا، واستخدامها لنفس تطبيقات الإنترنت لا يعنى بأي حال من الأحوال بأنها مفتوحة لأشخاص خارج نطاق المؤسسة بل قد تكون مفصولة كليا عن الشبكة العالمية www أو تكون مرتبطة بها ولكن من خلال إضافة مميزات security جدار ناري يطلق عليه firewall يسمح بدخول الأشخاص المصرح بهم ويمنع الآخرين والتصريح قد يكون بكلمة سرية وبطاقات ذكية تستخدم التشفير للدخول إلى الشبكة الداخلية فيمكن بالتالي دخول الموظفين إلى الشبكة العنكبوتية فيستفيدوا من المعلومات الموجودة بالإنترنت العالمية والمعلومات المحلية بالشركة أو المؤسسة في نفس الوقت إذا فشبكة الإنترنت شبكة مترابطة تستخدم TCP/IP private مملوكة لهيئة أو مؤسسة تستخدم تقنيات الإنترنت المختلفة مثل المتصفحات web browsers وخدمات الويب web servers في التعامل مع المعلومات وإنجاز مهام العمل داخل المؤسسة. ويمكن استخدام تقنيات تصميم الصفحات الخاصة بالإنترنت لعمل الوثائق والمستندات وخطابات العمل الخاصة بالشركة وتبادلها بين العاملين عن طريق تصفحها من على الخادم الرئيسي لموقع الشركة ومع تطوير تقنية ASP يمكن أيضا تصميم قواعد البيانات Data bases الخاصة بالشركة ووضعها على خادم الموقع web server لضمان الوصول إليها من أي مكان داخل أو خارج الشركة مع تحديد الصلاحيات المختلفة للعاملين وتحديد مستويات الحماية والأمن security level ، كما يمكن تبادل البريد الإلكتروني وعمل دليل إلكتروني كل بيانات الأشخاص الذين يعملون بالمؤسسة وكذلك عمل ميزة المقابلات التلفزيونية video conferences عن بعد بين المدراء وموظفيهم وكذلك الدخول للشركة وبياناتها عن بعد من قبل الإدارة العليا Remote Access ، وحاليا يستطيع ربط الاتصالات من خلال الأيب تليفوني IP TELEPHONY وهو جهاز هاتف يقوم بالعمل من خلال شبكة الإنترنت بدرجة وضوح عالية ونقاوة صوت عالية بالإضافة لمميزات أخرى رائعة.

المطلب الثاني : جودة الخدمة في البنك

استطاع بنك الجزائر الخارجي منذ إنشائه منافسة سوق عريض وطني عالمي، من خلال تقديم تشكيلة متنوعة من الخدمات البنكية بالاعتماد على موظفيه والوسائل الموضوعة تحت تصرفهم من أجل أن يكون عند حسن ظن، زبائنه وتمثل حزمة الخدمات البنكية المقدمة من طرف بنك الجزائر الخارجي فيما يلي:

● خدمات الإيداع:

يستفيد الزبائن من هذه الخدمات من خلال فتح حسابات قصد استيعاب العمليات اليومية الخاصة بالدفع والقبض، وتتمثل أهم هذه الحسابات فيما يلي:

1. حسابات حرة (خاصة) : يوجد منها ثلاث أصناف هي:

حساب (INR Compte Intereur Non Resident) وهي حسابات موجهة لسوق الجماهير العامة.

حسابات (CCDAC Compte Dinnars Conuertible) وهي حسابات موجهة للأشخاص الطبيعيين أو المعنويين، ويمكن أن تكون هذه الحسابات لأجل، وهي حسابات موجهة غالباً للأطباء الصيادلة، المحامين، وغيرهم.

2. الحسابات الجارية:

وهي حسابات تتميز بسهولة الدفع وتسهيل المعاملات . مع الزبائن، وخاصة منهم رجال الأعمال أيضا موجهة للأشخاص الذين يملكون مجال تجاري بالجزائر تتم فيه عمليات السحب والدفع وكذلك من أجل عمليات الدفع البنكي.

3. حسابات التوفير :

وهي موجهة للأشخاص الذين يريدون إدخال أموالهم ابتداء من 500 دج وتؤخذ في شكل فائدة، وهي توجب على صاحب الحساب الحضور عند كل عملية سحب وإيداع.

4. حساب الشركات :

تخصص هذه الحسابات لأي شخص يريد إيداع شيء لدى شخص آخر هو المودع (البنك) ، هذا الأخير يتعهد بإبقائها لديه مدة معينة ويرجعها للمودع حين يطلبها (بدون زيادة ولا نقصان).

5. حسابات الأجل :

هي الحسابات التي لا يستطيع الزبون السحب فيها إلا دفعة واحدة عند تاريخ الاستحقاق والذي لا تقل مدته عن ثلاثة أشهر كحد أدنى ابتداء من تاريخ الإيداع، وما يميز هذا الحاسب هي الفوائد التي يحصل عليها الزبون جراء توظيف أمواله.

● خدمات الإقراض: ومن بين القروض التي يمنحها بنك الجزائر الجزائري، لعملائه ما يلي :

1. قروض الاستهلاك : هي قروض موجهة للموظفين لشركاء التجهيزات.
2. قروض الاستثمار : وهي قروض موجهة لتحويل استثمار معين أو توسيع استثمارها، وتكون هذه القروض في الغالب طويلة الأجل.

3. قروض العقارات : وهي قروض خاصة بشراء عقارات جيدة وموجهة لجميع الأشخاص.

● العمليات البنكية : وتجد من بين العمليات التي يقوم بها البنك:

1. عمليات الصندوق :

وتتمثل أساسا في الإيداعات النقدية تحصيل شبكات الإيداع عن طريق البريد أو الهاتف وغيرها، يتم دفع هذه الصكوك والحوالات البريدية وغيرها من العمليات.

2. عمليات المحافظة :

وتتمثل أساسا في عملية الخصم والقروض وقبول الكميات المحولة بالنسبة لعملية الخصم ، حيث يقوم البنك بشراء الأوراق التجارية من حاملها قبل موعد استحقاقها لقاء خصم جزء

من قيمتها، على أن يتم تحصيل قيمتها بالكامل من المدين عند تاريخ استحقاق الورقة التجارية.

3. عمليات التجارية الخارجية:

وهي كل العمليات المتعلقة بالبنك الدولي، التي تخص العملات الصعبة، كتحويلات العملية الصعبة بالنسبة للمسافرين أو رجال الأعمال، بالإضافة إلى حسابات العملة الصعبة التي يتم فتحها لفائدة المؤسسات الخارجية وكذلك لفائدة زبائن البنك وغيرها من العمليات.

● الخدمات الجديدة الخاصة ببنك الجزائر الخارجي:

لكل بنك سياسة تجارية خاصة به لذلك يسعى بنك الجزائر الخارجي جاهدا من أجل تطوير خدماته والبحث عن خدمات جديدة تتلاءم مع احتياجات زبائنه، ولقد قام بطرح ثلاث خدمات جديدة من أجل جذب أكبر عدد من الزبائن وهي:

1. حسابات الدخل الشهري:

وهو نوع من حساب الادخار لأجل شهري يسمح للمكاتب بالحصول على ربع للفوائد، وذلك ابتداء من نهاية الشهر الثالث من تجميد الأموال.

2. حسابات التكديس (التراكم):

هو حساب يعطي الوديعة لأجل ، وذلك لمدة معينة حصرت بين سنتين كحد أدنى وخمسة سنوات كحد أقصى من مزايا هذا الحساب أنه يمكنك إيداع أموالك متى تشاء، وتحصل على فوائد حسب رصيد كل يوم أدنى فهي عملية سهلة، حيث إن البنك لا يقوم بإعطاء سند جديد كلما كانت هناك عملية إيداع.

3. حسابات المستقبل :

يخصص هذا الحساب للأطفال الذين لم تتعد سنهم الخامسة عشر (15) سنة ولا يمكنه سحب أمواله إلا إذا بلغ الثامنة عشر (18) سنة، ويمكنه السحب بدفعات.

المطلب الثالث: دور الاتصال الالكتروني في تحسين جودة الخدمة المصرفية

استخدمنا المقابلة في الدراسة الميدانية مع عامل داخل مؤسسة بنك الجزائر الخارجي لولاية مستغانم، وكان هدفنا من وراء هذه المقابلة رصد المعلومات وتحليلها، وكذا فهم بعض النقاط، منها ما يلي:

الجدول (1-2) : معاملات بالاتصال الالكتروني و بدونه

معاملات بالاتصال الالكتروني	معاملات بدون الاتصال الالكتروني
سهولة المعاملات	صعوبات المعاملات
اختصار الوقت في المعاملات	يتطلب الكثير من الوقت في المعاملات
يمكن سحب المال في أي وقت عبر الصراف لآلي	لا يمكن سحب المال الا في أوقات التي يكون يعمل فيها البنك
سهولة إجراء المعاملة	صعوبات إجراء المعاملات
تكلفة أقل في اجراء المعاملات	تكلفة أكبر في اجراء المعاملات
السرية التامة لمعلومات المستخدم	يمكن أن يطلع العامل على معلومات المستخدم

مضمونة	مضمونة
سريعة	غير سريعة

- الخدمات البنكية الإلكترونية :

بعض الخدمات التي يمكن استخدامها إلكترونياً والتي تتمثل في:

(1) عبر الهاتف:

- استفسار رصيد الحساب.
- تسديد دفعات البطاقات.
- تسديد الفواتير.
- تحويل من الحساب إلى حساب آخر.
- طلب دفتر الشيكات.

(2) عبر SMS:

- سحب من الحساب الجاري.
- معرفة الراتب.
- خصم قسط من القرض.
- رصيدك الحالي.

(3) عبر تطبيق:

- تحويل النقود.
- طلب بطاقة اعتماد.
- استعادة كلمة السر.
- معرفة الرصيد.

● اقتراحات مقدم من طرف الزبائن:

- زيادة سرعة تدفق الأموال.
- طلب قرض مالي مباشر.
- جعل جميع معاملات خارج نطاق الأوراق (تكون بالبطاقات إلكترونياً).

● بعض الشكاوى المطروحة من قبل الزبائن:

- عدم توافق بين الصراف الآلي والمعاملات اليدوية.

- يحتاج طلب القرض إلى رهن.
- معرفة تفهم العميل.
- القدرة والكفاءة لاستجابة استفسارات الزبائن.
- اعتمادية، دقة الحساب، عدم حدوث أخطاء.
- ثبات مستوى أداء الخدمة المقدمة.

خاتمة الفصل :

من خلال دراستنا التطبيقية حاولنا إظهار دور الاتصال الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة البنكية ومن خلال المقابلة الي قمنا بها مع أحد عمال البنك الجزائري تبين لنا أن للاتصال الالكتروني دور هام في تحسين جودة الخدمة في المؤسسة حيث يحاول بنك الجزائري الخارجي التطور في هذ المجال عن طريق محاوله تقديم أكبر قدر من خدمات الاتصال الالكتروني لعملائها.

الخاتمة

الخاتمة :

نستخلص من خلال دراستنا لهذا الموضوع أن التطور التكنولوجي المجال الإلكتروني يعد الأداة الفعالة في تطور القطاع البنكي والنشاط الاقتصادي ككل وذلك بإدخال أحدث تقنيات التواصل الإلكتروني وكذا الجودة المتميزة التي تساهم في خفض التكاليف وزيادة الارتياح .

وتهدف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الى تفعيل العمل المصرفي الإلكتروني حسب حاجة الزبائن بحيث توفر بيئة مرنة تمكن المصارف من التعامل مع زبائنها كيفما وأينما وعندما يريدون، وبالتالي فتكنولوجيا المعلومات والاتصالات تغير من طبيعة العمل المصرفي نحو ارساء الخدمة الذاتية قائمة على ركائز الكترونية تشمل الجهاز المصرفي، الهاتف، الانترنت وغيرها وهذا ما يعطي المصرف فرص أكثر في ظل المنافسة المحلية والعالمية ومن جانب آخر على المصرف أن يعتمد على أنظمة وقائية والتدقيق الإلكتروني مع تأمين شبكة وأنظمة المعلومات لمواجهة مخاطر الاحتيال والسرقة والاختراق للأنظمة المعلوماتية .

ولمواكبة التطورات التي شهدها العالم في مجال العمل المصرفي قام مصرف البنك الجزائري بتقديم منتجاتها وخدماتها بسهولة وسرعة وأمان لحماية زبائنها رغم وجود عدة مشاكل مازالت تواجههم ولا يمكن تحقيق النتائج المرجوة إلا بتعاون الجميع من أجل ادماج مفهوم التواصل الإلكتروني ونشر الثقافة على مستوى المصرف والعملاء .

• نتائج الدراسة:

بناء على ما تم ملاحظته من البيانات والمعلومات المستخلصة في الدراسة في جانبها النظري والتطبيقي نستنتج ما يلي:

- يعد استعمال الاتصال الإلكتروني عامل أساسي لتطور الخدمة المصرفية.
- تتحقق جودة الخدمات لما يتوقعه العميل من الخدمة ويكون أقل أو مساوي لما يدركه (أداء الخدمة).
- زيادة الإنفاق الاستثماري في مجال التكنولوجيا والمعلومات باعتبارها أهم أدوات لتقديم خدمة المصرفية المتطورة.
- نتيجة فشل نمط الإدارة التقليدية (الورقية) تحول البنك نحو إدارة إلكترونية.
- تساعد الإدارة الإلكترونية في تحسين المعاملات البنكية عن طريق السرعة التي تتميز بها ونقص التكاليف وإلغاء الحواجز الجغرافية وإلى غير ذلك من المزايا.

• اقتراحات الدراسة:

على ضوء النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة ارتأينا أن نقدم بعض الاقتراحات التي نراها مناسبة:

- عقد دورات تدريبية متخصصة في المجال الإلكتروني
- اهتمام بالبنية التحتية لتقنية الشبكات للوكالة البنكية
- جلب الكفاءات البشرية المتميزة التي تساعد على مواكبة مختلف التطورات التكنولوجية
- تحسيس الموظفين بأهمية الجودة في التعاملات للحفاظ على العملاء.

• اختبار الفرضيات

من خلال الدراسة توصلنا إلى ما يلي:

- ان الاتصال الإلكتروني يساعد على نقل المعلومات و تسهيل التواصل داخل و خارج المؤسسة عبر وسائل الاتصال الحديثة .
- نعم أن جودة الخدمة تساعد على ضمان مستوى من الاداء الوظيفي الذي يلي رغبة الزبون
- يؤثر الاتصال الإلكتروني على تطوير و تحسين جودة الخدمة البنكية و ذلك من خلال السرعة في الأداء و الرفع من كفاءة العمل .

• افاق البحث:

- من خلال قيامنا بهذه الدراسة و في ضوء النتائج التي توصلنا إليها يمكن اقتراح بعض المواضيع التي لها صلة بموضوع البحث و التي من الممكن أن تكون عناوين أو بحوث مستقبلية:
- دور الاتصال الإلكتروني في تحسين جودة الخدمة.
- العلاقة بين الاتصال الإلكتروني وجودة الخدمة .

المراجع

المراجع

الكتب :

- جعفر حسن الطائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، عمان: دار البداية، 2013،
- ربحي مصطفى عريان، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2007 .
- رعد حسن الصرن، عولمة جودة الخدمة المصرفية، دار التواصل العربي ومؤسسة الفوارق للنشر، دمشق، عمان، 2007،
- سعيد حسين عامر، الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها، مركز إيدير قيس للاستثمارات، القاهرة، 2000،
- شاكور بن أحمد الصالح، خالد بن محمد الصريحي، الجودة الشاملة، ط1، دار الفكر للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- عبد الباسط محمد عبد الوهاب : استخدام تكنولوجيا الاتصال في الانتاج الاذاعي والتلفزيوني، المكتب الجامعي الحديث، ..2005
- عبد الله بن عبد الرحمن البريدي وآخرون، الاتصال الفعال، الدار الجامعية، القاهرة، 2008،
- مأمون الدراركة، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001،
- محمد شطاح، قضايا العالم في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا، الجزائر، دار الهدى، 2006،
- محمود علم الدين وعبد الحسيب محمد ، الحاسبات الالكترونية وتكنولوجيا الاتصال دار الشروق ، القاهرة.1997
- منى محمد ابراهيم البطل، تكنولوجيا الاتصال المعاصر الشخصية الادارية ونظم المعلومات، ط1، الوراثة للنشر والتوزيع، 21 عمان،
- نورالدين بوعنان جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، تخصص علوم التسيير فرع التسويق، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2007،
- هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر، الطبعة الثالثة، عمان2005،
- وهيبة غارمي، تكنولوجيا المعلومات في المكتبات، ط2، دار المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009،

المراجع

المجلات العلمية :

- ثامر كامل محمد، العولمة من المنظور ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال آليات حراكها في الوطن العربي، مجلة العلوم 13 السياسية، العدد 37،
- صباح محمد كلو، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وانعكاساتها على المؤسسات المعلوماتية، مجلة مكتبة فهد الوطنية، عدد2، ص59-93، 2001،

مذكرات التخرج :

- بوعنان نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، مذكرة ماجستير، تخصص تسويق، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2007،
- حورية بولعويديات، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، كلية العموم الإنسانية، جامعة متنوري قسنطينة، 2008،
- La qualité de service comme outil de fidélisation : cas d'un centre d'appel d'un Fournisseur de Service Internet, Mémoire de fin d'étude pour l'obtention de la maitrise en hautes études commerciales, institut des hautes études commerciales de Sousse, Tunisie,

المواقع الالكترونية :

- <https://ar.facts-news.org/taaryf-alfaks> . Consulter le 2023/06/01, 14 :30.
- https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%87%D8%A7%D8%AA%D9%81_%D8%AB%D8%A7%D8%A8%D8%AA , consulter le 2023/06/01, 14 :38.
- https://fr.wikipedia.org/wiki/Society_for_Worldwide_Interbank_Financial_Telecommunication. 2023/05/18, 18 :37.
- <https://mawdoo3.com/> , consulter le 2023/06/01, 14 :42.

الملاحق

الأسئلة:

- هل ساعد استخدام الاتصال الإلكتروني البنك في معاملاته ؟
- من يحسن سرعة الخدمة وكيف ذلك ؟
- ما هي الفئة التي تتعامل مع البنك ؟
- ما هي الآثار السلبية والإيجابية للاتصال الإلكتروني ؟
- ما هي الخدمات المقدمة من طرف البنك ؟
- لمن يعطى الحق في القرض ؟
- ما هي المعاملات التي يمكن القيام بها عبر الاتصال الإلكتروني ؟
- هل يوجد تطبيق للمساعدة ؟
- ما مدى رضا الزبائن بالخدمة المقدمة ؟
- ما هي المعاملات الأرخص والأقل تكلفة إلكترونياً أو مباشرة من البنك ؟
- بعض من الشكاوى المقدمة من الزبائن ؟
- هل يمكن استخدام البطاقات الإلكترونية في وقت قريب في تعاملات الفرد اليومية ؟
- هل يتم عقد دورات تدريبية لتحسين جودة الخدمات للزبائن ؟
- ما مدى رضا الزبائن بالخدمة المقدمة من طرف البنك ؟

الملاحق



De **multiples fonctionnalités**
disponibles sur votre mobile

