



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عين تموشنت - بلحاج بوشعيب

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



مذكرة تخرج ضمن متطلبات لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

تحت عنوان:

آليات خدمات القطاع البنكي وتطويرها في ظل اقتصاد المعرفة
"دراسة حالة بنك الجزائر الخرجي BEA - عين تموشنت"

من إعداد الطالبتين:

✓ بن ميرة ريجان

✓ عمارة منال

تحت إشراف:

د. حولية يحيى

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2023/06/10

أعضاء لجنة المناقشة

أ.د. بوزيان الرحماني هاجر جامعة عين تموشنت-بلحاج بوشعيب رئيسا

د. حولية يحيى جامعة عين تموشنت-بلحاج بوشعيب مشرفا

د. علي دحمان محمد جامعة عين تموشنت-بلحاج بوشعيب ممتحنا

السنة الجامعية: 2022 / 2023

سُبْحَانَ اللَّهِ
عَلِيِّهِ
وَالْحَمْدُ لِلَّهِ
عَلِيِّهِ
وَالْحَمْدُ لِلَّهِ
عَلِيِّهِ



بهدياء

الحمد لله عز وجل وأشكره الذي أنار لي طريق العلم و منحنى القدرة و الصبر و وفقني في انجاز هذا العمل المتواضع الذي أهديه لي:

من أوصاني الله بحماني في كتابه الحكيم " وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا".

لي من ربني و أنارت وبي لي الحزن الداني لي رمز المحبة و الطيبة لي القلب الناصع لي ماكي لي الحياة، لي من كان وعانها سر نجاحي وحنانها شفاء جراحي، لي "أمي الغالية" أطال الله في عمرها و أحسن عملها.

لي من علمني العطاء بدون انتظار، لي من أحمد اسمه بكل افتخار، لي من زرع فينا الحب و الحنان، لي "أبي الغالي" أطال الله في عمره و منحه الله الصحة و العافية و حفظه لنا.

ولي من قاسمني الحياة بحلوها ومرها، و كانوا لي أحلى رفقة، لي رمز التسامح و أعظم سند "إخوتي".

ولي كل من ساعدني في انجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد بكلمة طيبة أو ابتسامة صادقة. ولي كل من يعرفني و خانني قلبي لذكره.

ريحان

إهداء

إلى التي أنارت بنور حبها المتدفق وحنانها الفيض ورب حياتي "أمي العزيزة" إلى الغالي الذي أفتنى من عمره السنين
لنصل لهذا المستوى "أبي الكريم"

إلى أخي الذي أتمنى له التوفيق في دراسته والمزيد من النجاح "عبد القادر"

إلى جدي وجمتي بركة حياتي وإلى الذين هم بمرتبة إخواني "عبد القادر" الحاج

"عبد الله" وزوجاتكم وإلى الكناكيت الصغار "شيماء" ياسمين "مريم" "انس" "سما"

وكل من ساهم في إنجاز هذا البحث ولو بكلمة تشجيع واهدي لهم ثمرة بحثي هذا

وإلى كل من هم في ذاكرتي وليست وليس في مذكرتي.

منال

شكر وتقدير

بعد شكر الله شكرا يليق بجلاله وعظمته وسلطانه وكبريائه وعظمته ومنه وكرمه الذي أحاطنا به ورعايته لنا في إنجاز هذه الدراسة وما توفيقنا إلا بالله والصلاة والسلام على خير خلق الله محمد وعلى اله وصحبه.

يسعدنا أن نتقدم بالشكر والتقدير للدكتور الفاضل يحيى حولية الذي وافق وأشرف على هذا الموضوع لك منا اسمى عبارات الشكر والتقدير والاحترام على مراجعتك وتوجيهاتك وملاحظاتك ونصائحك القيمة لهذا البحث. كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل عمال بنك الجزائر الخارجي على مدى الاستبيان.



فهرس المحتويات



الصفحة	العنوان
	الإهداء
	الشكر
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
أ	المقدمة العامة
	الفصل الأول: خدمات القطاع البنكي في ظل إقتصاد المعرفة
02	تمهيد
03	المبحث الأول: خدمات البنكية وعلاقتها بإقتصاد المعرفة
03	المطلب الأول: ماهية الخدمات البنكية
11	المطلب الثاني: ماهية إقتصاد المعرفة
19	المطلب الثالث: تطوير الخدمات البنكية في ظل إقتصاد المعرفة
27	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
27	المطلب الأول: دراسات سابقة باللغة العربية على مستوى الجزائر
30	المطلب الثاني: دراسات سابقة باللغة العربية على مستوى الوطن العربي
33	المطلب الثالث: ما يميز دراستنا عن الدراسات السابقة
38	الخلاصة
	الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية لبنك الجزائر الخارجي BEA وكالة- عين تموشنت
40	تمهيد
41	المبحث الأول: عموميات حول بنك الجزائر الخارجي BEA وكالة- عين تموشنت
41	المطلب الأول: تقديم بنك الجزائر الخارجي BEA وكالة- عين تموشنت
45	المطلب الثاني: لمحة لبنك الجزائر الخارجي BEA وكالة - عين تموشنت
47	المطلب الثالث: لمحة لبنك الجزائر الخارجي BEA وكالة - عين تموشنت
50	المبحث الثاني: الدراسة التطبيقية لبنك الجزائر الخارجي BEA وكالة - عين تموشنت

50	المطلب الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة
51	المطلب الثاني: دراسة بيانات الاستبيان وثباته
55	المطلب الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة
63	المطلب الرابع: اختبار الفرضيات الإحصائية
67	الخلاصة
69	الخاتمة العامة
73	قائمة المراجع
	قائمة الملاحق



قائمة الجداول والأشكال



قائمة الجداول والأشكال

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
52	درجات سلم ليكارث الخماسي	(01-02)
53	معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الأول "آليات خدمات القطاع البنكي"	(02-02)
54	معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الثاني "إقتصاد المعرفة"	(03-02)
55	ثبات الاستبيان	(04-02)
56	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	(05-02)
57	توزيع العينة حسب العمر	(06-02)
58	توزيع العينة حسب المستوى العلمي	(07-02)
59	توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات الخبرة في العمل المصرفي	(08-02)
60	توزيع درجات الاستجابة حسب سلم ليكارث	(09-02)
61	تحليل عبارات المحور الأول "آليات خدمات القطاع البنكي"	(10-02)
63-62	تحليل عبارات المحور الثاني "إقتصاد المعرفة"	(11-02)
64	نتائج معامل الارتباط واختبار فيشر للمعنوية الكلية لنموذج الانحدار للفرضية	(12-02)
65	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لآليات خدمات القطاع البنكي في ظل إقتصاد المعرفة	(13-02)

قائمة الجداول والأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
10	خصائص الخدمات المصرفية	(01-01)
14	مصطلحات المرافقة لإقتصاد المعرفة	(02-01)
23	مصادر تطوير الخدمات المصرفية	(03-01)
48	الهيكل التنظيمي لبنك الجزائر الخارجي (وكالة عين تموشنت)	(01-02)
56	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	(02-02)
57	توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر	(03-02)
58	توزيع العينة حسب المستوى العلمي	(04-02)
59	توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات الخبرة في العمل المصرفي	(05-02)



المقدمة العامة



مر الاقتصاد العالمي بتغيرات وتطورات اجتماعية واقتصادية وسياسية وبمراحل عديدة حيث تختلف كل مرحلة عن الأخرى، فكانت مرحلة الزراعة ثم مرحلة الصناعة، إن بفضل ثورة التكنولوجيا المعلومات والاتصالات كان لها الفضل في التوجه نحو مرحلة المعرفة بشتى مصادرها سواء التي ظهرت في التطبيقات أو الأفكار، وأصبحت المعرفة المحرك الأساسي في دفع عجلة النمو الاقتصادي، فانعكس تأثيرها إيجابيا على بنية المجتمع وأحدث آليات تعامل جديدة لم تكن معروفة مسبقا، فقد ظهر مجتمع من نمط جديد يعتمد اعتمادا كليا على المعرفة والتكنولوجيا الرقمية، وهذا يسمى باقتصاد المعرفة أو مجتمع المعلومات، وهذا يدل على أن هذا العصر هو عصر علم المعرفة. تعتمد المؤسسات البنكية من الدرجة الأولى على المعرفة التي تستخدمها في كل عملياتها وفي العلاقات مع العملاء، حيث شهدت الحركة المصرفية حديثا تطورا كبيرا وهذا مع بداية الانتقال إلى عصر المعرفة والمعلومات، وشهد هذا القطاع تنافسا شديدا بسبب الاستخدام الواسع للمعلوماتية حيث تغلب الطابع الإلكتروني في تقديم الخدمات فظهرت بذلك وسائل الدفع الإلكترونية والنقود الإلكترونية، ونظرا لهذا التطور الذي تشهده اقتصاديات العالم في شتى القطاعات خاصة القطاع البنكي، نرى على الجزائر أنها مدعوة أكثر من أي وقت مضى إلى التكيف والتأقلم مع اقتصاد المعرفة من اجل المساهمة في تطوير وتنشيط حركه اقتصادها، وخاصة لما يشكله من أهمية في امتلاك وتحسين الخدمات المقدمة في القطاع البنكي من اجل تحقيق الميزة التنافسية وذلك للاستفادة من التطورات التكنولوجية واستخدامها لتطوير خدماتها البنكية.

إشكالية البحث :

على ضوء ما سبق يمكن أن نطرح الإشكالية:

هل يوجد أثر للآليات القطاع البنكي وتطويرها في ظل إقتصاد المعرفة البنك الجزائر الخارجي
BEA عين تيموشنت؟

للإجابة على هذا التساؤل الرئيسي فيجب طرح بعض التساؤلات الفرعية:

- هل التحكم في التكنولوجيا المعلومات والاتصال يعتبر من العوامل المطورة للخدمات البنكية؟
- تؤدي عملية إنتاج المعرفة في البنك إلى تطوير الخدمات البنكية؟
- هل هناك علاقة بين اقتصاد المعرفة وتطوير الخدمات البنكية؟

فرضيات البحث:

للإجابة على التساؤلات المطروحة والوصول إلى النتائج المرغوبة ثم صياغة الفرضية التالية:

✓ يوجد أثر لأليات القطاع البنكي وتطويرها في ظل إقتصاد المعرفة البنك الجزائر
الخارجي BEA عين تيموشنت

أهداف البحث:

نحاول من خلال هذا البحث الوصول إلى مجموعة من الأهداف والتي تكون مرتبطة بالنتائج المراد التوصل إليها والتي تتلخص فيما يلي:

- إعطاء أهمية أكثر لاقتصاد المعرفة من خلال دوره في تطوير الخدمات البنكية؛
- تباين التطورات الحاصلة في الخدمات البنكية
- أثر التحول إلى اقتصاد المعرفة؛
- إبراز أثر اقتصاد المعرفة في تغيير البنية الاقتصادية والمصرفية؛
- التعرف على أهمية اقتصاد المعرفة من خلال شرح خصائصه؛

أسباب اختيار الموضوع:

- علاقة موضوع البحث بتخصص الباحث (اقتصاد نقدي وبنكي)؛
- أهمية اقتصاد المعرفة في القطاع البنكي؛

- معرفة التطورات التي شهدتها القطاع المصرفي جراء التحول نحو اقتصاد المعرفة؛

أهمية البحث :

إبراز أهمية وتأثير اقتصاد المعرفة على تطوير الخدمات البنكية؛

تكمن أهمية هذا البحث على مستوى التطبيقي الذي من خلاله نحاول عرض تجربة إحدى البنوك ومدى التطور الذي وصل إليه في تقديم الخدمات البنكية بشتى أنواعها؛

المنهج المستخدم:

- المنهج الوصفي: سنتطرق فيه من خلال الجانب النظري الذي يضم الجانب النظري لاقتصاد المعرفة وتطوير الخدمات البنكية.

- المنهج التحليلي الإحصائي: في الدراسة الميدانية لشرح وتحليل البيانات والإحصاءات المرتبطة بتطوير الخدمات البنكية في ظل الاقتصاد المعرفي.



الفصل الأول

الخدمات البنكية وتطويرها في ظل إقتصاد المعرفة



تمهيد:

في ظل التغيرات التي شهدتها العالم في شتى المجالات، وما أحدثته ثورة التكنولوجيا المعلومات من تطور سريع وواسع النطاق والتي أصبحت فيه القدرة على الإنتاج والتقدم تعتمد على الإبداع والابتكار وتحويل المعلومات إلى معرفة، ثم تحويل هذه المعرفة إلى منتج متميز حتى أصبح يطلق على هذا العصر بعصر المعرفة.

فلم تعد الأرض والعمالة ورأس المال هي العامل الأساسي للإنتاج كما كان في الإقتصاد الصناعي وإنما أصبحت المعلومات والمعرفة إنتاجا وتوزيعا وتسويقا واستهلاكا، أساس العملية الاقتصادية ومصدر توليد الثروة وزيادتها. كون المعرفة والمعلومات غدتا طاقة الإقتصاد وقاعدة النهضة المستقبلية وذلك لأن قطاع المعلومات ينمو أسرع من نمو الإقتصاد الكلي وأن الزيادة في القيمة المضافة ترجع لنمو المعرفة والمعلومات وأن المعرفة والمعلومات تحولت إلى موارد متجددة لا تنضب.

المبحث الأول: الخدمات البنكية وعلاقتها بالاقتصاد المعرفة.

❖ المطلب الأول: ماهية الخدمات البنكية.

الخدمة المصرفية أهم عناصر المزيج التسويقي، بما تتمتع به من خصائص مميزة تنعكس آثارها على بقية العناصر، الأمر الذي يحتم على إدارة المصارف ضرورة تقديم أكبر عدد ممكن من الخدمات المصرفية الشاملة، بحيث يتم تقديم مزيج خدمي متكامل بأفضل جوده ممكنة.

الفرع الأول: مفهوم الخدمات البنكية وتصنيفاتها.

أولاً: تعريف الخدمات البنكية.

نتعرض من خلال هذا العنصر إلى تحديد أهم مفاهيم الخدمة البنكية التي جاءت بها النظريات الحديثة بعد التطرق إلى تعريف الخدمة على حدا.

1- مفهوم الخدمة :

عرفها كل من Langeard Eric et Eiglier Pierre على أنها: "منتوج غير ملموس ناتجة عن نشاط الإنسان، أي نتيجة إستخدام طاقة بشرية أو آلية على أشخاص دف إشباع الرغبات (Eiglier & Eric, 1999, p. 08)".

أما Armstrong & kotler فيعرفا لخدمة بأنها "نشاط أو منفعة غير ملموسة يستطيع أن يقدمها طرف إلى طرف آخر، دون أن يترتب على لك نقل للملكية، وإنتاجها قد يرتبط وقد لا يرتبط بنتائج مادي ملموس" (المصر، 2001، صفحة 10).

وتعرف الخدمة أيضا أنها "عبارة عن جزء من المنتجات، فالمنتجات إما أن تكون سلع أو أفكار وأماكن أو أشخاص أو خدمات وهي منتجات غير ملموسة" (صبرة، 2010، صفحة 97).

2- تعريف الخدمات البنكية:

"بأنها عبارة عن مجموعة الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة يمكن والمقدمة من طرف البنك"، والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمتها المنفعة والتي تشكل مصدر لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية وفي الوقت ذاته تشكل مصدر لأرباح البنك من العلاقة التبادلية بين الطرفين (المجاومة، 2005، صفحة 32)

إن مفهوم الخدمة المصرفية لا يتعد عن مفهوم الخدمة بشكل عام، حيث أنها تمثل نشاط أو عمل يحصل عليه المستفيد من خلال لأفراد، المنظمات أو الماكينات والتي تقدم من خلالها وان مستوى الإشباع للمستفيد يرتبط بمستوى الأداء الأفراد وذلك لعدم ملموسية هذا النشاط أو العمل، وان هذه الخدمة قد يرتبط تقديمها بمنتج أو قد لا يرتبط، ومن هذا نجد بأن الخدمة البنكية تمثل: نشاط أو عمل يقدم إلى المستفيد من قبل الأفراد أو الماكينات (محمود جاسم ووردنية عثمان، 2005، صفحة 83 84)

ويعتبر ناجي معلا: أن الخدمة البنكية مصدرا لإشباع الذي يسعى لتحقيقه العميل لحاجاته ورغباته، أما من منظور البنك فإنها تمثل مصدر للربح (معلا، 1994، صفحة 51).

ومن التعاريف السابقة نستطيع القول بأن الخدمة المصرفية هي كافة الأنشطة والعمليات التي يمارسها المصرف وتكون مصممة لإشباع حاجات ورغبات الزبائن، وفي الوقت ذاته تشكيل مصدرا لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين .

ثانيا: تصنيف الخدمات البنكية.

يمكن تصنيف الخدمات المصرفية أو البنكية لثلاثة أشكال وفيما يلي سنذكرها (تسيرالمجاومة، 2005، صفحة 20)

خدمات ميسرة: وهي تلك الخدمات التي تكون في متناول العميل ولا يجد صعوبة في اقتنائها كلما احتاج إليها لكونها ميسرة ومتاحة كخدمات السحب والإيداع، وفي معظم الأوقات تكون فائدة هذه

الخدمات منخفضة، أو تكون بدون مقابل ولا ترافقها مخاطر، وهذا لكسب رضا العميل ولدفعه كذلك لاقتناء خدمات مصرفية أخرى مثل القروض و التحويلات و الإيداع لفترة طويلة.

خدمات تسويق: هذه الخدمات يمكن استخدامها لفترات متباعدة وغير مكررة، وقد يكون استخدامها في وقت الحاجة، فهي موسمية بمعنى أنها تكون في مواسم معينة، فالعميل يبذل جهدا كبيرا لكي يحصل عليها، فهي غير متاحة في كل وقت، وهذه الخدمات تكون فيها الأسعار متوسطة وترافقها بعض المخاطر، كما تحتاج هذه الخدمات أثناء اقتنائها إلى بعض المعلومات، وكذلك إلى بعض الوقت.

خدمات خاصة: هذه الخدمات لها خصوصية معينة يتخصص بها مصرف على آخر، فهي لا تقدم إلا للمستفيدين منها، فبعض المصارف قد لا يقبل الودائع أو فتح حسابات لديها إلا من خلال العميل والأجور مقابل هذه الخدمة، أو قد تكون الخدمات المقدمة مقترنة أساسا.

الفرع الثاني: أنواع الخدمات البنكية وخصائصها.

أولا: أنواع الخدمات البنكية.

تقسيم يمكن تقسيم خدمات البنوك التجارية إلى نوعين هما:

1- الخدمات المصرفية التقليدية

الخدمات المصرفية التقليدية التي يقدمها البنك التجاري يمكن إجمالها في النواحي التالية:

قبول الودائع بمختلف أنواعها وتتألف من (رشادالعصار و الحلبي، 2000، صفحة 70 71)

1-1 ودائع لأجل: وهي الوديعة التي توضع لدى البنك التجاري ولا يجوز لصاحبها سحبها أو سحب جزء منها إلا بعد انقضاء المدة المتفق عليها مع البنك.

2-1 ودائع تحت الطلب (الحساب الجاري): ودائع وهي الودائع التي توضع لدى البنك دون قيد أو شرط ويستطيع صاحبها إن يسحب منها في أي وقت شاء أثناء الدوام الرسمي للبنك ولا يدفع على هذا النوع من الودائع فائدة.

3-1 ودائع تحت الإشعار: وهي الوديعة التي لا يمكن لصاحبها السحب منها إلا بعد إخطار البنك فترة زمنية متفق عليها.

2- الخدمات البنكية الإلكترونية

إن استخدام الهائل لتكنولوجيا المعلومات مجال الخدمات المصرفية أدى إلى تحول كبير في نمط تقديم الخدمات، والأهم من ذلك هو تطور تطويرها من حيث أنها كانت تقدم علميا وإداريا بأساليب تقليدية ثم أصبحت تقدم بطريقه الكترونية ، حيث ذلك كله في ظل التقدم التكنولوجي. (خبابة عبدالله، 2008، صفحة 91)

2-1 صراف الآلي: يعد الصراف الآلي الذاتي من أكثر الوحدات الإلكترونية شيوعا في مجال الخدمة البنكية ، يتم استخدام الصراف الآلي عن طريق استخدام الماكينات أو الصراف الآلي، حيث يدخل العميل وفقا لرقم السري خاص به خصيصا لهذا الغرض بذلك يستطيع إن يحصل على بعض الخدمات البنكية في ، مثل حصوله على خدمات السحب النقدي في حدود المبالغ المسموح بها يوميا ومن أهم الخدمات التي يقدمها الصراف الآلي ما يلي:

- سحب النقدي.
- إيداع الشيكات.
- دفع الفواتير.
- طلب دفتر الشيكات.
- الاستفسار عن الأرصدة.
- الاستفسار عن أسعار العملات (طه، 2007، صفحة 187)

2-2 الهاتف المصرفي: قامت المصارف بخدمة الهاتف المصرفي كخدمة يتم تأديتها لمدة 24 ساعة يوميا وخلال الإجازات والعطل الرسمية وتتيح هذه الخدمة للعملاء الاستفسار عن حساباتهم كما يمكنهم من سحب بعض المبالغ من هذه الحسابات وتحويلها لدفع بعض الالتزامات الدورية، مثل (دفع فواتير الكهرباء وغيرها....).

3-2 المقاصة الالكترونية (محمدحسن، 2003): وهي عملية تبادل المعلومات (بيانات صور رموز) بوسائل الكترونية من مركز المقاصة في البنك المركزي وتحديد في الأرصدة الناتجة عن هذه العملية في وقت محدد، كما تطورت المقاصة الالكترونية لتشمل نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي، وبناء على ذلك فقد أصبحت التسويات الالكترونية للمدفوعات بين المصارف المختلفة تتم ضمن المدفوعات الإلكترونية للمقاصة.

4-2 نظام التحويلات المالية الالكترونية: هو عملية منح الصلاحية لبنك ما للقيام بحركات التحويلات المالية الدائنة والمدينة الكترونيا من حساب بنكي الى حساب بنكي آخر، وتنفذ عملية التحويل عن طريق دار المقاصة الآلية، وهو جزء بالغ الأهمية من البنية التحتية للبنوك الالكترونية ويمتاز في حالة تطبيقية بطريقة صحيحة بدرجة بطريقتة صحيحة بدرجة عالية من الأمن وسهولة الاستخدام والموثوقية (محمدشكرين، 2006، صفحة 35)

5-2 شبكة سويفت للتحويل الآلي للمدفوعات الدولية (الدين، 2009، صفحة 95 96): هي المؤسسة الدولية للمبادلات المالية بين البنوك، وشبكة سويفت ليس نظام للمدفوعات في حد ذاتها أي أنها لا تقوم بعملية تسوية بين الحسابات، وإنما يقتصر دورها على مجرد نقل التعليمات والأوامر والرسائل بين البنوك بسرعة فائقة.

ثانيا: خصائص الخدمة البنكية.

تختلف خصائص الخدمات المصرفية من حيث طبيعة المستفيدين واختلاف حاجاتهم ورغباتهم وطبيعة المنافع التي يرغبون في الحصول عليها وستعرض الآن خصائص الخدمات البنكية حسب وجهات نظر بعض المختصين في مجال التسويق البنكي.

يرى محسن حمد الخضري أن الخدمات البنكية تتميز بخصائص التالية: (الخضيري، 1982، صفحة 21)

- الخدمات البنكية ليست مادية ملموسة وبالتالي لا يمكن تخزينها .
- الخدمات البنكية غير قابلة للتجزئة أو التقسيم أو الانفصال عند تقديمها .
- الخدمات البنكية ليست محمية ببراءة اختراع وكل خدمة جديدة يقدمها بنك ما يمكن لبنك آخر تقديمها .
- تعتمد الخدمة البنكية في تقديمها على التسويق الشخصي وعلى مهارة وكفاءة مقدم الخدمة كما يعدد عوض بدير الحداد الخصائص التالية للخدمات البنكية: (الحداد، 1999، الصفحات 53-54)

- لا يمكن إنتاج الخدمة البنكية وتخزينها، فهي تنتج وتستهلك في نفس اللحظة التي يتقدم فيها العميل لطلبه .

- تقديم الخدمة البنكية لا يأخذ شكلا نمطيا محددًا حيث تختلف طريقة تقديم الخدمة ودرجة تفاعل موظف البنك من زبون لآخر .

- جودة الخدمة البنكية غير قابلة للفحص، قبل تقديمها من طرف موظف البنك إلى الزبون .

بالإضافة إلى هذه الخصائص هناك خصائص أخرى نوجزها فيما يلي:

1- عدم الملموسية : يعني ذلك أن الخدمة المصرفية ليس لها تجسيد مادي، وبالتالي لا يمكن رؤيتها، أو تذوقها، أو الإحساس بها، أو سماعها قبل شرائها لذلك فإن مهمة المقدم للخدمة (البائع) هي جعلها ملموسة بطريقة أو بالأخرى (البكري و الرحومي، 2008).

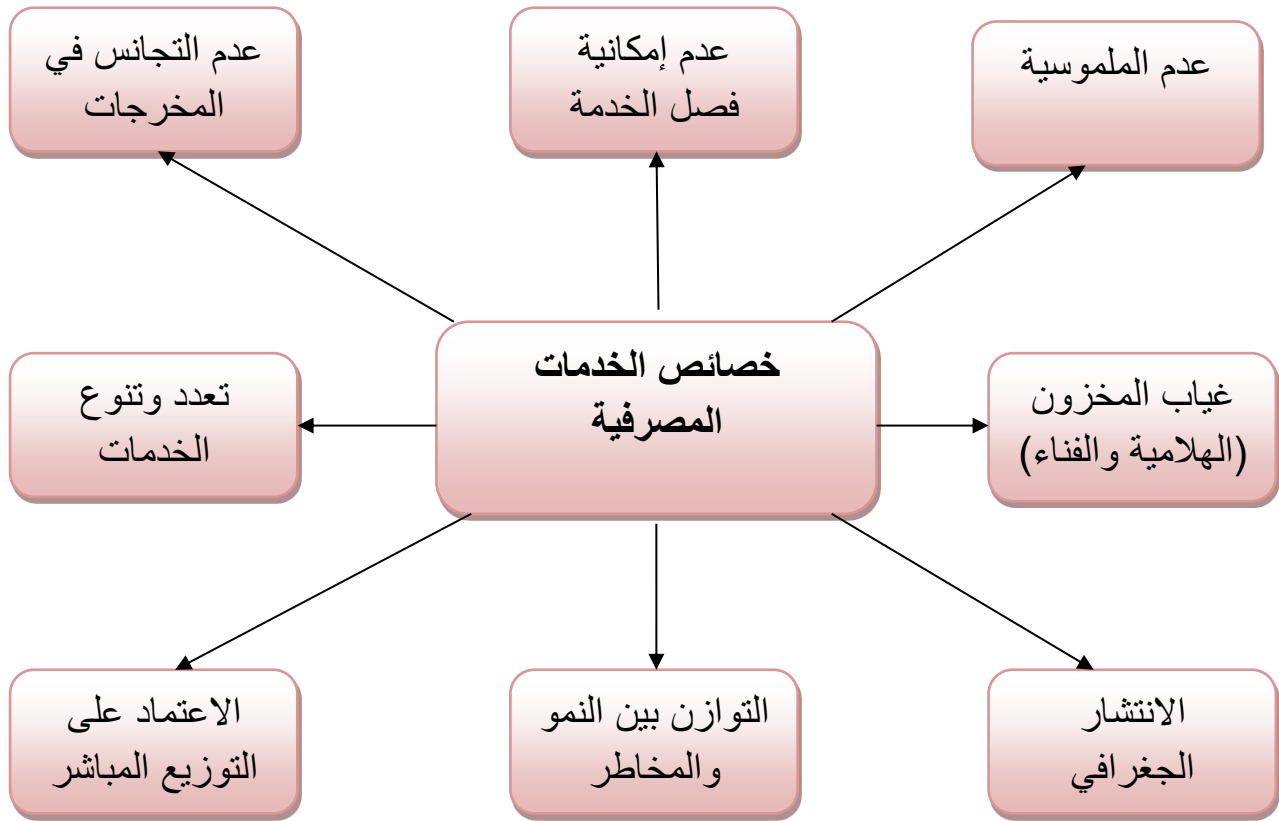
إن عدم ملموسية الخدمة المصرفية، تجعل منها غير قابلة لعملية الجرد أو التخزين، بغرض مواجهة فترات ارتفاع الطلب، وبالتالي طالب الخدمة عليه الانتظار للحصول على خدمته محل الطلب (أحمد، تسويق الخدمات المصرفية، 2001، صفحة 44)، لذا فمن الناحية العملية، إن إشباع واستهلاك الخدمة تحدث في نفس الأونة، لذلك يصعب علينا معاينتها.

- 2- عدم إمكانية فصل الخدمة (التلازم): والتي تسمى أيضا بخاصية التحليلية إذ لا يمكن فصل الخدمة عن مقدمها، سواء كان المقدم شخصا أو آلة .
- وبما أن الخدمة المصرفية تنتج وتوزع في آن واحد، فإن اهتمام المصرف ينصب عادة في بوتقة خلق والتكوين المنفعة المكانية والزمانية (the creation of time and place utility) ، يعني توفير الخدمات المصرفية في المكان والزمان المناسبين .
- 3- تباين الخدمة Heterogeneity: إن نوعية الخدمة تعتمد على مهارة و أسلوب و كفاءة مقدمها، و زمان و مكان تقديمها، كما أن مقدم الخدمة يقدم خدماته بطرق مختلفة اعتمادا على ظروف تقديمها (فموظف المصرف يختلف أسلوب تعامله مع المستفيدين وفقا لظروفه النفسية و الاجتماعية...الخ).
- 4- غياب المخزون (الهلامية و الفناء): بما أن الخدمة المصرفية غير ملموسة غير قابلة للتخزين فمن غير الممكن إنتاج الخدمة مسبقا وتخزينها إلى غاية طلب العميل فالخدمة تصنع بمجرد أن يظهر العميل وفي لحظات قليلة (الضمور، 2002، صفحة 27).
- 5- الملكية: إن العميل يستعمل الخدمة لكن لا يمكن أن يمتلكها فان الانتقال الملكية تمثل الصفة واضحة تميز بين الإنتاج سلمي والإنتاج الخدمي لأن المستهلك له الحق باستعمال الخدمة لفترة المعينة (دودين، 2012، صفحة 52).
- 6- تعدد وتنوع الخدمات المصرفية: يتعين على المصرف تقديم مجموعة واسعة من الخدمات المصرفية التي تلبى تنوع احتياجات الزبائن من الاحتياجات التمويلية والائتمانية باختلاف أنواعهم وتواجههم الجغرافي (أحمد، 2001، صفحة 48).
- 7- الانتشار الجغرافي: من بين مميزات الخدمة المصرفية سرعة الانتشار من خلال فتح أكبر عدد من الفروع المصرفية بمعنى آخر أن يكون المصرف قادرا على الوصول إلى العملاء الحاليين والمحتملين في أماكن تواجههم أو حيث يحتاجون إلى الخدمات المصرفية (هوارى، 2005، صفحة 21).
- 8- التوازن بين النمو والمخاطر: عندما يبيع المصرف قروضا، فإنه في الحقيقة يشتري مخاطر، وعليه فإن الضرورة والمنطق يقصيان إيجاد نوع من التوازن بين التوسع في النشاط المصرفي

وبين الحيلة و الحذر بمعنى آخر أن أي عمل مصرفي موضوعي يتضمن بالضرورة إيجاد توازن من توسع النشاط ودرجة المخاطر التي يتحملها المصرف (أحمد، 2001، صفحة 47).

9- الاعتماد على التوزيع المباشر: لا يستطيع المصرف إنتاج الخدمة مركزيا ثم توزيعها بواسطة قنوات التوزيع وسيطة كما هو الحال بالنسبة للسلع المادية، ولكن المصرف يقدم خدماته مباشرة عن طريق فروع المنتشرة لتلبية رغبات الزبائن من الخدمات و يكون قريبا منهم (& naylor, 1998, p. 14).

الشكل الرقم (01-01) يوضح خصائص الخدمات المصرفية



المصدر: من إعداد الطالبين.

فرع الثالث: عوامل نجاح تقديم الخدمة المصرفية .

من أجل نجاح المصارف في تقديم الخدمة المصرفية يجب أن تأخذ بعين الاعتبار عدد من العوامل ولعل أهمها: (عبد الله، 2009، صفحة 34)

- السرية في التعامل: مما يؤدي إلى شعور الزبون بالميزد من الأمان، وهذا ما يساعد على ضمان ولاء الزبون للمصرف وعدم خروجه من قائمة الزبائن الكبار له .
- ضرورة فهم طبيعة الزبون وتوقعاته
- ضرورة توفير إطارات مؤهلة ومحترفة وذات خبرة متنوعة وعميقة، تستطيع أن توفر حلولاً شاملة ومفصلة، تناسب احتياجات الزبون من حيث الوقت والمكان والسعر، وبالطريقة المناسبة وبالسرعة والدقة اللازمة .
- ضرورة توفير مسئولاً واحداً لكل زبون، من أجل إقامة علاقات على درجة عالية من الخصوصية، ومعرفة وثيقة بمقدم الخدمة، ومدير العلاقة، مما يؤدي إلى ضمان استمرارية العلاقة بين هذا المسئول والزبون .
- ضرورة توفير المصرف لفريق من المحللين على الصعيدين الجزئي والكلبي وذلك لإبقاء الزبائن على معرفة بأحداث المستجدات المالية على المستويين المحلي والعالمي .
- ضرورة تزويد هذه الفئة من الزبائن، وعلى مدار 24 ساعة بكشوفات الحسابات، تقارير أداء المحافظ الاستثمارية، بحوث الأسواق المالية، والنصائح الاستثمارية.
- وجود سياسة استثمارية واضحة ومفهومة لدى المصرف. وعلى هذا الأساس يجب أن تركز الأهداف الرئيسية للمصرف في بناء علاقات طويلة المدى محوراً الثقة المتبادلة، وفهم الأحداث المالية الحالية والمستقبلية للزبائن، وتوفير خدمات مصرفية تتماشى واحتياجات وأهداف ومتطلبات الزبون.

❖ المطلب الثاني: ماهية الإقتصاد المعرفة

أصبحت المعرفة في هذا الإقتصاد الصاعد، المحرك الأساسي للمنافسة الاقتصادية والنجاح، حيث أضافت قيمة هائلة للمنتجات الاقتصادية من خلال زيادة الإنتاجية، والطلب على التقنيات الجديدة والأفكار الجديدة التي تأتي على شكل اختراعات جديدة، وأيضاً من خلال طلب جديد على المعرفة الموجودة وقد واكبت هذه المنتجات فعليا التغيرات الثورية في كل الأسواق والقطاعات.

الفرع الأول: مفهوم الإقتصاد المعرفة وخصائصها.

أولا: مفهوم إقتصاد المعرفة.

باعتبار إقتصاد المعرفة أحد الظواهر الإقتصادية التي ظهرت في الفترة الأخيرة، لدى من الطبيعي أن لا يتفق الباحثين الإقتصاديين على تعريف واحد وشامل فكل حسب وجهة نظره، ومن أهم هذه التعاريف ما يلي:

- " إقتصاد المعرفة هو ذلك الإقتصاد الذي يعمل على زيادة نمو معدل الإنتاج بشكل مرتفع على المدى الطويل بفضل استعمال و استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال " (Mazi, 2001, p. 38).

- " إقتصاد المعرفة، أو ما أصطلح عليه الإقتصاد الجديد، أو إقتصاد الشبكة، أو الإقتصاد الرقمي، هو تخصص فرعي من الإقتصاد، يهتم أساسا بالمعرفة من جهة، ومن جهة أخرى يعتبر ظاهرة إقتصادية حديثة، تتميز بتغير سير الإقتصاديات، من حيث النمو وتنظيم النشاطات الإقتصادية. (بوطالب و بوطيبة، 2004، صفحة 186)"

- كما يعرفه (Foray Dominiqu) بأنه "تخصص فرعي من الإقتصاد يهتم أساسا بالمعرفة من جهة و من جهة أخرى يعتبر ظاهرة إقتصادية حديثة تتميز بتغير سير الإقتصاديات من حيث النمو و تنظيم النشاطات الإقتصادية" (بوطالب و بوطيبة، 2004، صفحة 186).

- ويعرف إقتصاد المعرفة أيضا بأنه "الإقتصاد الذي يدور حول الحصول على المعرفة، استخدامها، توظيفها، إبداعها وابتكارها بهدف تحسين نوعية الحياة بمجالاتها كافة، من أجل الاستفادة من التطبيقات التكنولوجية المتطورة واستخدام العقل البشري كرأس مال معرفي لإحداث مجموعة من التغييرات الإستراتيجية في طبيعة المحيط الإقتصادي" (شاهين، 2018، صفحة 230).

- ويعرف أيضا إقتصاد المعرفة هو "الاقتصاد المبني أساسا على الاتصالات و المعلومات والمعارف و الكفاءات و يدمجها فيما بعضها في عملية إنتاجية حتى تكون عنصر أساسي (مفتاحي clé) في خلق القيمة" (dayan & hoh, 2005, p. 278) .

- ويمكن أن نعرف إقتصاد المعرفة في سياق المفهوم الواسع للمعرفة (لمتضمن للمعرفة الصريحة التي تشتمل على قواعد البيانات والمعلومات والبرمجيات وغيرها، والمعرفة الضمنية التي يمثلها الأفراد بخبراتهم وعلاقاتهم وتفاعلاتهم السياقية) بأنه الإقتصاد الذي ينشئ الثروة من خلال عمليات وخدمات المعرفة (الإنشاء، التحسين، التقاسم والتعلم، التطبيق والاستخدام للمعرفة بأشكالها) في القطاعات المختلفة بالاعتماد على الأصول البشرية واللاملموسة ووفق خصائص وقواعد جديدة (نجم، 2008، صفحة 187).

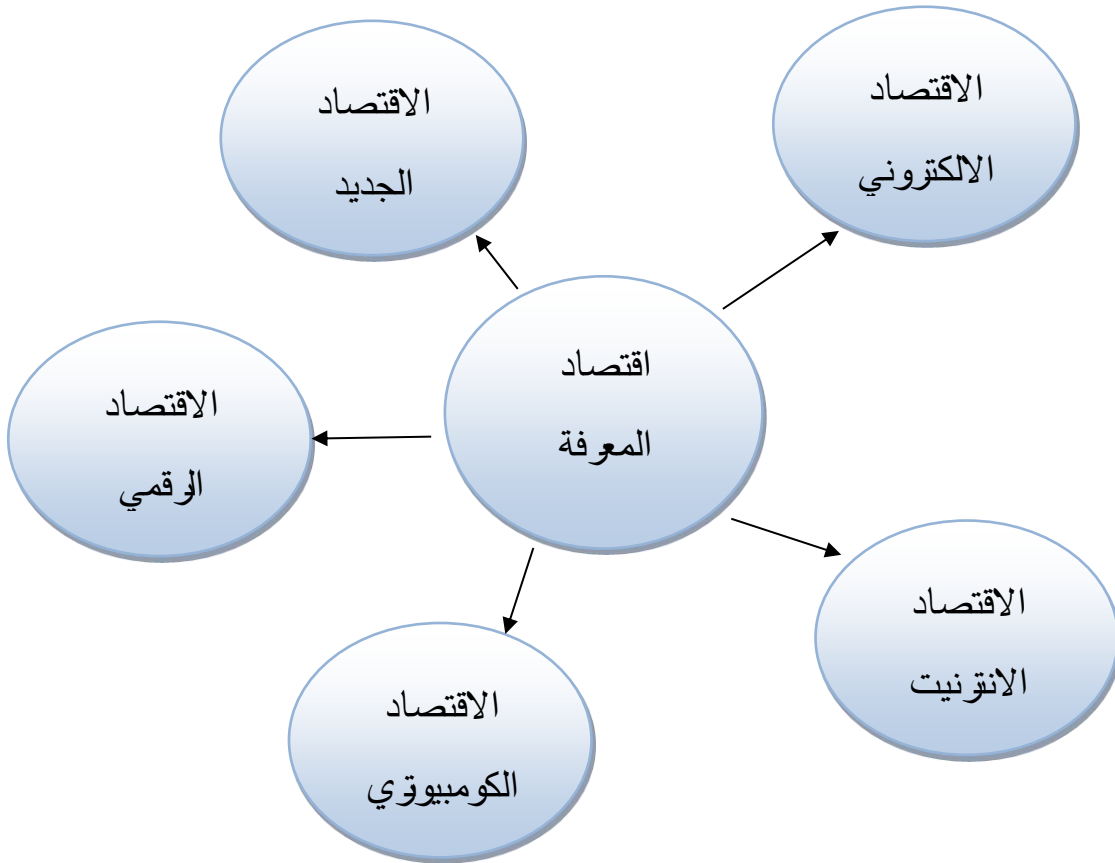
وقد جمع الهاشي التعريفات التالية لإقتصاد المعرفة :

- دراسة وفهم عملية تراكم المعرفة وحوافز الأفراد لاكتشاف وتعلم المعرفة والحصول على ما يعرفها الآخرون.
- الإقتصاد الذي ينشئ الثروة من خلال عمليات وخدمات المعرفة (الإنشاء، التحسين، التقاسم والتعلم، والتطبيق، والاستخدام للمعرفة بأشكالها المختلفة) في القطاعات المختلفة، بالاعتماد على الأصول البشرية واللاملموسة ووفق خصائص وقواعد جديدة.
- الإقتصاد المبني أساسا على إنتاج ونشر واستخدام المعرفة .
- الإقتصاد المبني أساسا على إنتاج المعرفة ونشرها واستخدامها كمحرك أساسي لمتطور وتحصيل الثروات والعمالة عبر القطاعات الاقتصادية كافة.
- الإقتصاد الذي يدور حول الحصول على المعرفة وتوظيفها وابتكارها بهدف تحسين نوعية الحياة بمجالاتها كافة من خلال الإفادة من خدمات معلوماتية ثرية وتطبيقات تكنولوجية متطورة واستخدام العقل البشري كرأس المال، وتوظيف البحث العلمي لإحداث مجموعة من التغييرات الإستراتيجية في طبيعة المحيط الاقتصادي وتنظيمه ليصبح أكثر استجابة

وانسجاما مع تحديات العولمة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعالمية المعرفة والتنمية المستدامة .

ومن خلال التعاريف المختلفة نجد أن إقتصاد المعرفة هو الإقتصاد المبني بشكل مباشر على إنتاج ونشر واستخدام المعارف والمعلومات ويقوم على إنتاج المعرفة واستخدام ثمارها وانجازاتها، بحيث تشكل هذه المعرفة الصريحة التي تشتمل على قواعد البيانات والمعلومات والبرمجيات وغيرها، أو المعرفة الضمنية التي يمثلها الأفراد بخبراتهم ومعارفهم وعلاقاتهم وتفاعلاتهم.

الشكل رقم (01-02): يوضح بعض المصطلحات المر افقة لاقتصاد المعرفة



المصدر: جمال سالمي، الإقتصاد الدولي وعولمة اقتصاد المعرفة- دار العلوم النشر للتوزيع 2010، ص87.

ثانيا: خصائص الإقتصاد المعرفة.

تختلف خصائص الخدمة المصرفية من حيث طبيعة المستفيدين واختلاف حاجاتهم ورغباتهم وطبيعة المنافع التي يرغبون في الحصول عليها ويمكن إيجاز هذه الخصائص فيما يلي:

- 1- العامل الرئيسي في الإنتاج هو المعرفة خلاف ما كان عليه في الفترات السابقة حيث كانت الأرض في الإقتصاد الزراعي والرأس المال في الإقتصاد الصناعي .
- 2- إقتصاد يركز على اللاملموسيات بدلا من الملموسيات: يعني هذا أن الأصول الرئيسية هي اللاملموسيات كالأفكار والعلامات التجارية والمعلومات بدلا من الأرض والأصول المالية هذا من ناحية المدخلات أما فيما يخص المخرجات هيمنة فيه الخدمات على السلع.
- 3- رقمي: إذ أن الرقمنة أثرت بشكل كبير على حجم وتخزين ومعالجة المعلومات (بارك، 2014، صفحة 37).
- 4- شبكي: إن التطور في وسائل الاتصال الجديدة(الهواتف الخلوية، الاتصالات المباشرة عبر الأقمار الصناعية، الانترنت) وسع إمكانية التشارك ليس ضمن الشركة بل وأيضا الشركات الأمر الذي جعل التشبيك البيئي حقيقة واقعة .
- 5- الأسواق الجديدة: انبثقت أسواق جديدة على هيئة إلكترونية كأماكن جديدة للتجارة، حيث ساهمت سرعة تدفق المعلومات حول الأسعار في الحد من ظاهرة عدم الكفاية في الأسواق الحالية. (صوشة، 2011، صفحة 03)
- 6- التكنولوجيا الجديدة وهي الأسواق الاللكترونية والتي تمتاز بسرعة تدفق المعلومات عن المنتجات وخاصة الأسعار.
- 7- افتراضي: فمع الرقمنة وشبكة الانترنت أصبح العمل الافتراضي حقيقة واقعة ساهمت في حصر قيود الزمان والمكان وخفض التكلفة، فالاستخدام الواسع لتكنولوجيا وأنظمة المعلومات الرقمية تساهم في ترشيد الخيارات الأساسية على الصعيد الإقتصادي والقرارات والعمليات على صعيد الأعمال، فحسب إحدى الدراسات الحديثة التي أعدت على عينة من الشركات ، فإن استخدام تكنولوجيا المعلومات يمكن أن يؤدي إلى تحسين الإنتاجية في % 51 من الشركات، خفض التكاليف بـ 39% تحسين صنع القرار بـ 36%، إثراء علاقات الزبون وكذلك تطوير تطبيقات التكنولوجيا بـ 33%.

أما " كالبريث "فيرى بان خصائص إقتصاد المعرفة تتمثل فيما يلي (عليان، 2012، صفحة

:389_358)

- العولمة.
 - التكيف الموسع لموافقة رغبات الزبائن.
 - التركيز على خدمة المستهلك.
 - الخدمة الذاتية.
 - التجارة الالكترونية.
 - انتهاء ظاهرة التوظيف مدى الحياة.
 - الحاجة للتعليم مدى الحياة.
 - المؤسسة في واحد .
- الفرع الثاني: متطلبات التحول نحو الاقتصاد المعرفة.

من أهم متطلبات التحول نحو اقتصاد المعرفة نجد (عدنان داوود، هدى زويير، و مخلف الدعي، 2010، صفحة 60):

- 1- البنية التحتية حيث تعد البنية التحتية لتقنيات الاتصال والمعلومات لبلد ما العامل الأهم في تحديد قدرته على الانتقال إلى الاقتصاد العالمي المبني على المعرفة ، حيث تشكل كثافة الخطوط الهاتفية الثابتة والمنقولة وانتشار الحواسيب الشخصية ومدى استخدام الانترنت للمؤشرات الأساسية لهذه البنية التحتية.
- 2- يتطلب الاقتصاد المعرفة تعزيز فعالية السياق التنظيمي لإنتاج المعرفة بما يضمن قيام نسق للابتكار يقوم على الإدارة الكفاء لنقل التقنية واستيعابها وتنشيط إنتاج المعرفة المؤدي إلى توليد تقنيات جديدة بما يحقق غايات الكفاءة الإنتاجية والتنمية البشرية في آن واحد.
- 3- تعتمد قدرة بلد ما على الاستفادة من اقتصاد المعرفة على مدى السرعة التي يمكن من خلالها أن يتحول إلى اقتصاد تعليمي، حيث يكون الأفراد والشركات قادرين على إنتاج الثروة بحسب قدراتهم على التعلم والمشاركة في الإبداع.

4- إعادة هيكلة الإنفاق العام وترشيده وإجراء زيادة حاسمة في الإنفاق المخصص لتعزيز المعرفة، ابتداء من المدرسة الابتدائية وصولاً إلى التعليم الجامعي مع توجيه الاهتمام مركز للبحث العلمي.

5- العمل على خلق رأس مال بشري وتطويره بنوعية عالية وعلى الدولة خلق المناخ المناسب له.

6- إدراك المستثمرين والمنظمات أهمية إقتصاد المعرفة ومساهمة المنظمات في تمويل جزء من تعليم العاملين لديها ورفع مستوى تدريبهم وكفاءتهم، وتخصيص جزء مهم من استثماراتها للبحث العلمي والابتكار وكذلك تعزيز قدرات الأفراد البحثية وبناء مهارات الاكتشاف والإبداع (محمود حسن المرسومي، 2017، صفحة 7)

7- وجود بيئة قانونية وتشريعية ومناخ عام يضمن حرية وشفافية كاملة في تداول وتدوير المعلومات بلا عوائق، بالإضافة إلى بنية اتصالات قوية تسمح بتدفق البيانات بسرعة وسهولة وإدارة تتصف بالمرونة، مع الانفتاح كامل على أدوات التعامل مع المعلومات وهي الانترنت والأعمال الالكترونية ونظم المعلومات بكل أشكالها المعاصرة.

الفرع الثالث: محاذير إقتصاد المعرفة

هناك بعض المحاذير التي يجب انتباه منها عند دخول مرحلة إقتصاد المعرفة والتي نتطرق إليها في الأتي (نجم عبود نجم، 2008، الصفحات 221-222):

- إن أصول المعرفة القابلة لاستنساخ كما في [المعرفة الصريحة وقواعد المعلومات وبرمجيات التطبيق] سرعان ما تتحول جراء والتكنولوجيا الرقمية هذا يعني أن حوادث الاستثمار في تطوير المعرفة الجديدة ستواجه المزيد من العقبات للاستمرار جراء تعرض المعرفة الجديدة الصريحة إلى تحويلها بسرعة أكبر إلى منتجات معرفية عامة، وهكذا عكس المنتجات التقليدية المادية التي يتطلب تقليدها أو استنساخها استثمارات كبيرة كما إنها أقل قابلية نسخ بسبب الحماية القانونية، والاستثناء الوحيد في هذه النقطة يمكن في المعرفة الضمنية المحتويات في باطن الأفراد، وهي الأصول الوحيد غير القابل للنسخ

والتقليد، وهي الضمان الوحيد للمنظمة في استمارات معرفتها ومعرفة خاصة من أجل التمييز على منافسة.

● إن قانون تزايد العوائد جراء التكلفة الحدية المنخفضة التي تقترب من الصفر كانت تدفع شركات المعرفة الرقمية إلى الاتجاه نحو النسخ المجانية، مما يعني القفز على حقوق الملكية الفردية أي أن ما ينطبق على حقوق الملكية في العصر الصناعي لم يعد ملائماً لعصر المعرفة.

● إن المعرفة المختلفة في توزيعاتها من جهة، والمعرفة الجديدة التي تأتي بالمنتجات والخدمات الجديدة والعمليات الجديدة من جهة أخرى، تؤدي إلى إنشاء فرص أعمال جديدة بشكل كبير، ولكنها بالمقابل ستؤدي إلى تفويض الكثير من الأعمال التقليدية القائمة واستثماراتها، خاصة تلك الأعمال التي يمكن أن تحل المعرفة الرقمية محلها.

● على الرغم من إمكانية نشر المعرفة، إلا أن السوق المعرفة لا يزال يواجه بعض العوائق التي يسميها البعض بأمراض السوق المعرفة كالإحتكار مثلاً حيث تميل بعض المنشآت إلى الاستحواذ على المعرفة والاستفادة من ريعها بدلاً من بيعها حتى ولو بسعر مرتفع حتى تمنح مشاركة المعرفة. (سمعي، 2015، صفحة 15)

● لقد اتسعت الفجوة بين الدول المتقدمة والدول النامية بحيث أصبح التواصل معها عسير، وبهذا تركز التبعية التكنولوجية الدول المنتجة.

● إن التقدم الهائل في التكنولوجيا قد ترتب عليه نمو هائل في الاقتصاد، وفي طبيعة حياة الناس، حيث عملت شبكة المعلومات العالمية {الانترنت} على تعليم الإنسان وتربيته وتدريبه ولا بد أن تكون هذه التربية سليمة وإلا فإنها ستقوده إلى نتائج سلبية (ربحي مصطفى عليان، 2010، الصفحات 216-217)

● إن الانتقال بالبيئة الاقتصادية، نحو نشاطات تتطلب المعرفة أكثر مما تتطلب رأس المال وأيدي العاملة، لذلك فإنه من الممكن أن يترتب عليه نتائج خطيرة بالنسبة للاقتصاد الرأسمالي سواء في البلدان المتقدمة والبلدان النامية.

❖ **المطلب الثالث: عوامل تطوير الخدمات البنكية في ظل الإقتصاد المعرفة.**

تعمل البنوك والمؤسسات المالية مثل كافة أنواع المؤسسات الأخرى جاهدة على الاستمرار والنمو في السوق، ولذلك هناك تفكير مستمر لتقديم الجديد للسوق لإشباع حاجيات العملاء المتزايدة والمتجددة ومن اجل هذا تعمل البنوك على تطوير الخدمات المصرفية القائمة و استحداث خدمات جديدة لزيادة ربحيتها و تقوية مركزها التنافسي في السوق،

الفرع الأول : مفهوم تطوير الخدمات البنكية و أهدافها.

أولا : مفهوم تطوير الخدمة البنكية .

إن عملية تطوير الخدمات البنكية عملية شاملة و متكاملة و ترتبط بنشاط التسويق لدى المصرف حيث أن المنافسة تدفع البنك إلى تطوير خدماته البنكية لتصل إلى إشباع حاجات العملاء الجديدة مما يؤدي إلى جذب المزيد من العملاء إلى ذلك البنك و المحافظة على العملاء الحاليين و ضمان عدم تحولهم إلى مصارف أخرى و بالتالي فإن بقاء البنك يعتمد و يرتبط بشكل مباشر على قدرته على تطوير الخدمات البنكية بشكل مستمر أخذا بعين الاعتبار جميع المتغيرات و الظروف الاقتصادية و الاجتماعية المحيطة.

وتتعدد وجهات النظر في تحديد مفهوم تطوير الخدمة البنكية، فهناك من ينظر إلى الخدمة المطورة على أنها " أي خدمة تساير أو تواكب التطور أو التغير في رغبات واحتياجات الزبون الحالي وتجذب الزبائن الجدد إلى البنك " (النسور، 2015، صفحة 228).

وتعرف أيضا على أنها "إضافة و إدخال مزايا جديدة لتلك الخدمات المصرفية القائمة بما يتماشى واحتياجات الزبائن ، بحيث تؤدي هذه المزايا الزيادة لطلب هذه الخدمات " (عبدو، 2008، صفحة 144) مثل :

-مد الخدمة المصرفية القائمة إلى مناطق جغرافية جديدة و توسيعها إلى شرائح جديدة من العملاء .

-استحداث خدمات جديدة و تقديمها ضمن مزيج الخدمات الحالي للبنك .

-إدخال تعديلات و تحسينات على الخدمة القائمة أو في طريقة تقديمها و توزيعها إلى الزبائن.

كما تعرف على أنها "عملية تقديم خدمات مصرفية جديدة سواء كان ذلك بإجراء تحسينات أو تعديلات على خصائص و منافع الخدمة ، و تجدر الحالية أو إضافة خصائص و فوائد جديدة لها، أو إضافة خدمة مصرفية جديدة كلياً" (عبدو، 2008، صفحة 144_145).

"و مما سبق يمكن القول بأن عملية تطوير الخدمات المصرفية هي عملية شاملة ومتكاملة تهدف إلى تعزيز القوى التنافسية للمصرف ومن ثم زيادة ربحيته على المدى الطويل ، إذا أن الزبائن يميلون إلى التعامل مع المصارف التي تكون قادرة على تطوير خدماتها بشكل مستمر".

ثانياً : أهداف تطوير الخدمات المصرفية.

سئل أحد مديري شركة جينيرال إلكترونيك جاك ويلش متى يمكنه أن يخبر موظفيه بأن مرحلة التغيير قد انتهت. فرد عليه ويلش بوضوح تام: " أخبرهم أن التغيير لن ينتهي أبداً" هذه العبارة رغم بساطتها إلا أنها تحمل الوثير من شخصية الرجل وأسلوبه في العمل. (الفيلاي، 2023، صفحة 03)

• انه احد مقومات التواجد وأساس الحياة الدائمة المستمرة وان كان ما التقدم حقيقة في الواقع فانه أيضا لعملية تطوير مزيج الخدمات المصرفية وتحديد أهدافها أساسية هي (الصميدعي، 2011، صفحة 164):

- محاولة جذب واستمالة عملاء جديد للمصرف.
- زيادة حجم التعامل للمنتجات المقدمة للسوق.
- خلق صورة ايجابية عن المصرف و منتجاته في ذهن العملاء و السوق.
- تخفيض تكلفة تقديم الخدمات المتشابهة التي تقدمها المصارف المنافسة الأخرى.
- خلق قاعدة تنافسية تمكن المؤسسة المصرفية من الصمود أمام المنافسين داخل السوق.
- التنوع في تقديم حزمة من الخدمات المتجددة والمبتورة .
- جعل الخدمات المقدمة أكثر كفاءة وفعالية من اجل تحقيق أهداف المصرف .
- تسهيل عملية الاستخدام للخدمات من قبل العملاء.
- قصر دورة حياة الخدمات.

• هذا من ناحية ومن ناحية فإن هناك أهدافا أخرى لعملية التطوير من أهمها: تأكيد زيادة المصرف وتفوقه وسبقه الدائم نحو الجديد والتجديد، وفي الوقت ذاته تحقيق التكامل والاتساق بين عناصر مزيج الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف ، وسد الفجوات

القائمة بين مستوى الإشباع الحالي الذي يحظى به الزبون، وما بين تطلعات الزبون لمستوى إشباعي أفضل، ومن ثم تحرص المصارف بشك كبير على إيجاد قسم خاص لديها مهمته تحسين وتطوير الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف تدعيمها لكيان الثقة والفاعلية والقدرة على الإشباع المتنامي والمتطور كحاجات ورغبات الزبائن والزبائن الحاليين والمرتبين (الخصيري، 1999، صفحة 240).

الفرع الثاني: مصادر تطوير الخدمات البنكية.

أولاً: مصادر تطوير الخدمات البنكية.

يسعى البنك لتطوير خدماته للبقاء و الاستمرار في السوق، مما يتطلب إعداد وترتيب جيد لكافة المصادر التي يمكن أن يستغلها البنك في الحصول على أفكار جديدة من شأنها المساهمة في بلوغ خدمات جديدة و مطورة ترقى لتطلعات زبائنه، والتي يمكن عرضها على النحو التالي:

1- المصادر الداخلية :

تضم هذه المصادر كافة المصادر داخل البنك التي يمكن أن تعطي البنك أفكارا لتطوير وتصميم وتقديم خدماته، وتمثل أهم هذه المصادر :

1-1 مدراء البنك ورؤساء قطاعاته يعتبر هذا المصدر من أهم المصادر لاقتراحات الخاصة بتطوير الخدمات وهذا لمعايشة مدراء البنك ورؤساء قطاعاته التنفيذيين للواقع العملي والظروف المحيطة بالبنك، ومعرفتهم بها أولا بأول مما يؤهلهم لتقديم مختلف الاقتراحات لتطوير الخدمات الخاصة بالبنك (الخصيري، 1999، صفحة 266).

2-1 موظفوا البنك : يلعب موظف البنك دورا مهما وأساسيا في تطوير خدمات البنك، وذلك باعتباره الواجهة الأساسية عند تقديم الخدمة للزبون، فنظرا لتعامله المستمر مع الزبائن والاحتكاك الدائم بهم أصبحت لديه الخبرة الكافية والقدرة على ترجمة احتياجات الزبائن في شكل أفكار لتطوير الخدمة البنكية (بريش، 2006، صفحة 247).

3-1 إدارة البحوث و التطوير بالبنك : وهي مصدر هام للأفكار فالبحوث التي يجريها الخبراء في مجال التسويق المصرفي تعتبر مصدرا رئيسيا للخدمات الجديدة وهنا تظهر أهمية نشاط البحوث والتطوير في المصارف حيث تقوم هذه الإدارة بالعديد من البحوث والدراسات وعلى

ضوءها يمكن لها التقدم باقتراحات لتطوير الخدمات المصرفية الحالية أو إدخال واقتراح خدمات مصرفية جديدة ، يهدف تحسين المركز التنافسي للبنك وزيادة حصته في السوق.

4-1 إدارة التسويق بالبنك : تلعب هذه الإدارة دورا مهما في تكوين تصورات وأفكار تقترح لتطوير الخدمات البنكية الموجودة أو استحداث خدمات جديدة بناء على احتياجات الزبائن وما تقدمه البنوك المنافسة (بريش، 2006، صفحة 247)، وهذا يتحقق عبر قيام هذه الإدارة بالدراسة التحليلية لكل من مستجدات ومتغيرات السوق البنكي، ورغبات الزبائن، إضافة إلى أساليب تقديم الخدمات البنكية (قاسيمي أ.، 2015، صفحة 279).

2- المصادر الخارجية :

تتمثل المصادر الخارجية في كافة الأطراف الخارجية عن إدارة البنك أي تلك الأطراف المتواجدة في المحيط الخارجي للبنك و تغذي البنك بالأفكار و الاقتراحات و الآراء و الانتقادات التي من شأنها تساعد في عملية تطوير الخدمات التي يقدمها البنك وتتمثل هذه المصادر :

1-2 زبائن البنك : يمثل الزبائن المصدر الرئيسي للأفكار المتعلقة بتطوير الخدمات و تحسينها و ذلك من خلال إدراكهم لمستوى جودة الخدمات المقدمة فنجد البنوك تقدر اقتراحات الزبائن وتهتم بسجل الشكاوي و دراستها و الاستفادة من كل الملاحظات التي يقدمها الزبائن (بريش، 2006، صفحة 248).

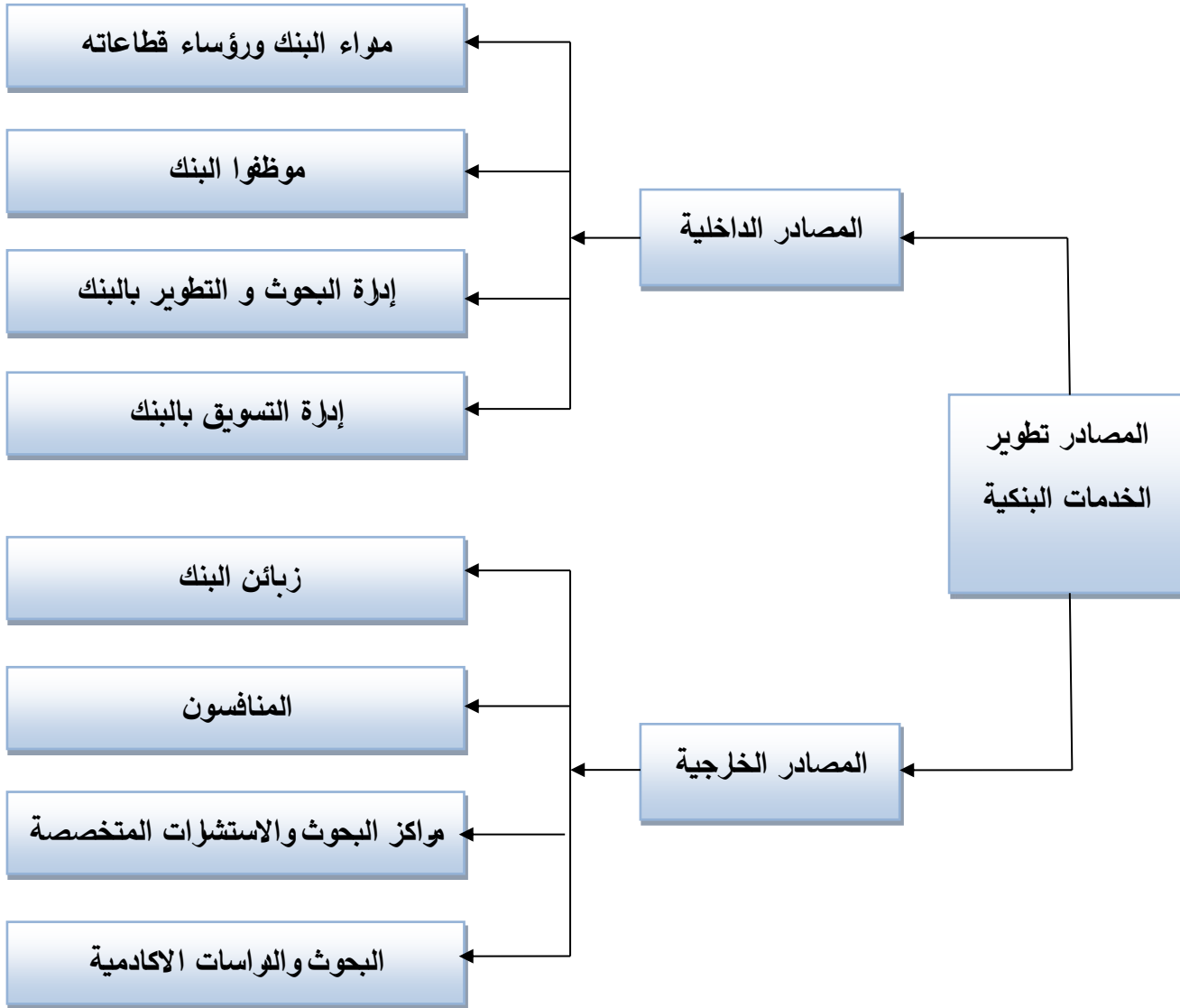
2-2 المنافسون : إن تحليل المنافسون الذي يتم من خلاله تحديد نقاط الضعف والقوة للمصرف وعلى صوبها يتم تحديد الفرص لتمييزه ككل أو كخدمة مصرفية معينة، إذ المصرف يستطيع أن يتعلم من أخطاء ونجاحات التي يحققها المصارف المنافسة، ليتجنب الوقوع في نفس الأخطاء ويعزز النجاحات التي يحققها المنافسين لصالحه أيضا (قاسيمي أ.، 2015، صفحة 277).

3_2 مراكز البحوث و الاستشارات المتخصصة : يمكن للبنك الاستفادة من مراكز البحوث والدراسات التي تركز جهودا خاصة في مجال بحوث التطوير والتي توظف لهذا الغرض باحثين على درجة عالية من الإبداع، من أجل الحصول على أفكار واقتراحات لتطوير خدماته.

4-2 البحوث و الدراسات الأكاديمية : المتخصصة التي تقدم الأفكار الجديدة والمبتكرة من خلال البحوث والدراسات والمؤتمرات واللقاءات المتخصصة، التي تنعقد بشكل دوري وهي غالبا ما

تعتبر مصدرا غنيا للأفكار الجديدة المنتجات والخدمات المصرفية (قاسيمي أ.، 2015، صفحة 277).

الشكل رقم (03-01): يوضح مصادر تطوير الخدمات المصرفية.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على المراجع السابقة الذكر.

الفرع الثالث : عوامل تطوير الخدمات البنكية في ظل الاقتصاد المعرفة .

وسوف نتناول فيه مجموعة من العوامل التي تساهم في تطوير الخدمات البنكية.

أولاً: الاهتمام ببحوث التطوير والابتكار المصرفي.

الاهتمام بالبحوث والتطوير بعد استراتيجيا في تفكير الإدارة البنكية الحديثة ويمكن التعبير عن هذا الاهتمام بتبني برنامج نشط وفعال للتطوير والابتكار يكون قادر على إنتاج خدمات مصرفية ذات جوده عاليه إن أي برنامج نشط وفعال للتطوير والابتكار يكون قادر على إنتاج خدمات مصرفية ذات جودة عالية كما أن أي برنامج للبحوث وتطوير في البنك لابد من أن يستهدف تحقيق الأهداف التالية:

- الوصول إلى استخدامات جديدة خدمات بنكية الحالية.
- تحسين وتطوير طرق وأساليب أداء الخدمة بما يؤدي إلى تخفيض تكلفة تقديمها.
- تحسين مستوى الجودة للخدمات الحالية.
- إنتاج خدمات جديدة قادرة على تلبية الحاجات والرغبات المتجددة للعملاء.
- تطوير أساليب البيع والترويج بطريقة تقود إلى زيادة حجم التعامل تحسين المركز التنافسي للمصرف.

عملية التطوير المستمر وتقديم خدمات جديدة يضمن الاستمرار في مواجهة المنافسة كما أن الحصول على عميل جديد مرتبط بخدمات جديدة أكثر تطوراً وبالتالي يجب التأكد من:

- تقديم خدمات جديدة للأسواق الحالية.
- البحث باستمرار لتحديد رغبات العملاء والتغيير في الخدمات التي تدعم حاجاتهم (ناجي الذيب المعلا، 2015، صفحة 109)
- تقديم تطورات جديدة في الخدمات لتناسب لتناسب الأسواق الجديدة.
- تطوير الخدمات القديمة بغرض تحسين جودة الأداء وتقليل التكلفة.

وكما تعد عملية ابتكار الخدمات المصرفية الجديدة استراتيجيات التي يمكن لإدارة البنك أن ترد بها على التحديات التي تملها عليها ديناميكية الأسواق.

وينطوي هذا المدخل على زيادة خطوط الخدمة التي يقدمها المصرف الخدمة الجديدة يجب أن يكون قادر على إشباع حاجيات العملاء غير تلك التي يتم إشباعها من قبل خطوط أخرى وكما تجدر الإشارة إلى إن إضافة خطوط جديدة إلى الخطوط الحالية لا يحمل أي نوع من التمييز بين الخدمات البنكية التي يقدمها البنك والخدمات البنكية التي تقدمها البنوك المنافسة ويرجع ذلك لسببين رئيسيين هما:

- سهولة قيام المصارف الأخرى بتقليد الخدمة المصرفية الجديدة المضافة.
- اتساع مدى الخدمات المقدمة إلى الدرجة التي يستحيل معها نقل الاختلافات في الموافقات التي تتوفر في الخدمة الجديدة بسهولة وفعالية إلى العملاء الحاليين للبنك وبالإمكان دمج عملية تكوين خدمات جديدة مع وسائل أخرى لتطوير الخدمة المصرفية بحيث ينتج النوع من التمييز إلى أن هذا التمييز قد لا يتحقق هو الآخر إلا في حاله إضافة شيء جديد أو مبتكر للخدمة المصرفية بحيث يجذب انتباه واهتمام العلماء العملاء ويخلف عنده الرغبة في الشراء (قاسيمي أ.، 2015، صفحة 281)

ثانيا: إدخال التكنولوجيا في المجال المصرفي.

تعتبر التكنولوجيا من أهم العناصر التي يمكن إدخالها إلى البنك التجاري لتحقيق الجودة كميزة تنافسية حيث يمكن إحداث التطور عبر تصميم المنتجات أو الخدمات الجديدة وذلك تكنولوجيا جديدة وتساعد التكنولوجيا البنك على القيام بالعمليات التالية:

- القيام بدراسة السوق لمعرفة احتياجاته متطلبات العملاء.
- تراكم الخبرة في التكنولوجيا مما يؤدي إلى زيادة حجم العمليات البنكية وتحسين نوعيتها (عباس، 2017، صفحة 31)
- تسهيل العمليات البنكية وتقليل الأخطاء.
- تدفق نتائج البحث والتطوير ومساعدة البنك على خلق والإبداع منتجات وخدمات جديدة أو تطوير المنتجات الحالية.

➤ تجديد العمليات والمهام المختلفة.

والتكنولوجيا هي رصيد المعرفة الذي يسمح بإدخال آليات ومعدات وعمليات وخدمات بنكية جديدة ومحسنة ويعكس مصطلح التكنولوجيا في المجال البنكي مجالين:

➤ المجال الأول:

ويشمل الآلات والمعدات أو ما يطلق عليها اسم تكنولوجيا الصناعة البنكية مثل الحاسبات و الآلات عد النقود وشاشات عرض العملاء العملات ووسائل الربط والاتصال.

➤ المجال الثاني:

هو التكنولوجيا الخفيفة وتشمل الإدارة والمعلومات والتسويق البنكي

وتهتم التكنولوجيا في المجال البنكي بالاستفادة من الحقائق العلمية ووضعها موضع التنفيذ بحيث تساهم في:

➤ تقديم خدمات جديدة ومبتكرة.

➤ تطوير الخدمات البنكية الحالية.

وهناك أربع عناصر متشابكة ومتكاملة تشكل مظاهر استخدام التكنولوجيا في العمل البنكي وهي:

➤ الجانب الإستخدامي: يتمثل في طرق استخدام هذه الآلات.

➤ الجانب المادي: يتمثل في الآلات والمعدات المستخدمة.

➤ الجانب العلمي: يتمثل في المعرفة البنكية المطلوبة.

➤ الجانب الابتكاري: ويتمثل في اكتساب المهارات اللازمة لتقديم الخدمات البنكية.

وعموما فإن التكنولوجيا يمكن تعريفها بأنها تطبيق المعرفة العلمية على العمليات الإنتاجية لإنتاج

سلعة أو خدمة ما وذلك من إجراء البحوث وصولاً إلى السوق (عباس، 2017، صفحة 31)

1 الآثار الإيجابية للتكنولوجيا على خدمات البنكية:

يؤدي استخدام التكنولوجيا في المجال البنكي تحقيق العديد من المزايا من أهمها:

- تحرير العمل البنكي من الروتين والأعباء الإدارية مما يخفف الضغط على موظفي البنك ويساعدهم على الاهتمام بجودة الخدمة.
- يؤدي تطبيق التكنولوجيا في العمليات البنكية إلى تحديد وعصرنة نظم الإدارة (بريش، 2006، الصفحات 139-140)
- تمكن البنك من تنوع خدماته وتوثيق قطاعات الزبائن التي تتعامل معها.
- تحقيق ميزة تنافسية للبنك في السوق المصرفي من خلال توفير الخدمات المرتبطة بالتقنيات الحديثة مما يجعل الخدمات أكثر جاذبية للعملاء.

المبحث الثالث: دراسات السابقة

حسب إطلاعنا على العديد من الدراسات في حدود ما توفر لدينا من معلومات ومراجع حول موضوع الدراسة، وجدنا القليل من الدراسات التي أشارت إلى دور إقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات البنكية داخل الجزائر وعلى مستوى الوطن العربي.

❖ المطلب الأول: دراسات سابقة في الجزائر

1- دراسة ل معمر بوطالبي، التنمية البشرية كسبل لاندماج الجزائر في إقتصاد المعرفة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع تحليل إقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2010-2011.

وتمثلت إشكالية الدراسة في التساؤل التالي: هل التنمية البشرية هي أفضل السبل لاندماج الجزائر في الإقتصاد المعرفي؟ ، ومن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة:

- أن الإقتصاد المعرفي هو أحد إفرازات الثورة المعرفية بمساعدة تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- الإقتصاد المعرفي نشاط اقتصادي قائم بذاته يحتل مكانة مرموقة في الإقتصاد العالمي المعاصر.
- الإقتصاد المعرفي نشاط اقتصادي متميز، يتمتع بسمات وخصائص تجعله مختلفا عن النشاط الاقتصادي المادي.
- الإقتصاد الرقمي دون توسعة إلى مختلف بلدان العالم.

2- دراسة: سهير عبد اللطيف أبو العلا، العنوان: دور الجامعة في تفعيل التعليم المستمر في ضوء خصائص إقتصاد المعرفة، 2013.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على: تقديم رؤية مقترحة لتفعيل دور الجامعة في تطوير التعليم المستمر في ضوء خصائص إقتصاد المعرفة.

ومن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة: ضعف منظومة التعليم في البلدان العربية على إقامة مجتمع إقتصاد المعرفة نتيجة للمعوقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية .

إن الأنظمة العربية في مجال التعليم والبحث العلمي تفتقر إلى خصائص إقتصاد المعرفة وهي: المعرفة التخصصية، ومجتمعات التعلم، والعمل في فريق، والاستقصاء، والتعليم المستمر، وتقنيات الاتصالات والمعلومات .

ضعف قدرة الجامعات العربية على مواكبة التحديات ومتطلبات الإقتصاد المعرفي لاعتمادها على المعلومات القديمة، وندرة الاعتماد على إنتاج المعرفة.

3- دراسة: ناصر الدين قربي، وسفيان الشارف بن عطية العنوان: منظومة التعليم في الجزائر ومساهمتها في بناء إقتصاد المعرفة، 2015.

مشكلة البحث: سعت الدراسة إلى الإجابة على: ما مدى أهمية ومساهمة منظومة التعليم في الجزائر في بناء إقتصاد المعرفة؟

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على إلقاء الضوء على الإقتصاد المعرفي وأهميته ومعرفة ركائزه الأساسية لغرض توفير البنى التحتية اللازمة له، ومعرفة واقع المنظومة التعليمية في الجزائر، وما مدى مساهمتها في ترقية وتطوير أداء الإقتصاد المعرفي.

ومن أهم النتائج فيما يخص اتجاه الجزائر نحو إقتصاد المعرفة، يلاحظ أن هناك تطور ملحوظ بالنسبة لتطور مؤشر التنمية البشرية وهذا عن طريق التطور الملحوظ في التعليم، كذلك مؤشر نظام الإبداع وهذا من خلال ارتفاع عدد الأبحاث العلمية المنشورة، وخصوصا التوسع الكبير لاستعمال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال، والمتمثلة في ارتفاع عدد مستعملي الهواتف والانترنيت.

و منظومة التعليم في الجزائر، قد أعطت نتيجة عن دورها الفعال في بناء إقتصاد المعرفة، لكن هذه النتيجة لم تكن في المستوى المطلوب خصوصا في مجال المخرجات النوعية لمنظومة التعليم، وهذا مقارنة مع تطور عدد الباحثين على المستوى العالمي.

4- دراسة نادية عبد الرحيم_جامعة الجزائر_2010_2011 العنوان: "تطور الخدمات

المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي" مذكرة لنيل ماجستير في العلوم

الاقتصادية جامعة الجزائر 2010_2011.

حيث تناولت الخدمات المصرفية وتطورها مع ظهور العولمة والصيرفة الالكترونية وكذلك البنوك الإسلامية ومدى تأثيرها على النشاط الاقتصادي لأي بلد حيث أن الخدمات تطورت بتطور المجتمعات وتزايد احتياجاتهم ورغباتهم غير عبر الزمن فمنذ مرحلة ما قبل التصنيع أين ظهرت بذور ظهور الخدمات المصرفية بظهور التبادل والنقود والأفكار الأولى للمصارف والخدمات المصرفية بتطبيق الصيغة البدائية للإيداع ومنحها كقروض لمدة قصيرة وتقاضي فوائد عليها مرورا بظهور المصارف وقيامها بدور الوساطة ثم بعد ذلك إدخال الابتكارات

والتقنيات الحديثة في أعمال المصارف وتوسيع مجال الخدمات المصرفية الى خدمات تجارية وخدمات التحصيل وغيرها.

5- الهام نايلي، العنوان: جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضا الزبائن <دراسة حالة البنوك التجارية بولاية قسنطينة_مجلة رؤى اقتصادية_جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي الجزائر_ العدد 8 جوان 2015.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا الزبائن وذلك باستخدام مقياس بأبعاده الخمسة والذي يركز على قياس الأداء الفعلي للخدمة ويهدف بهدف تقييم أثر جودة الخدمة المصرفية على رضا الزبائن تم توزيع 357 استبيان على عينة من الزبائن البنوك التجارية بولاية قسنطينة ولقد لخصت النتائج إلى أن هناك أثر معنوي إيجابي بين جودة الخدمة المصرفية ورضا الزبائن كما توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات هدفها تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة..

❖ **المطلب الثاني: دراسات السابقة باللغة العربية على مستوى الوطن العربي**

1- دراسة: علي بن حسن يعن الله القرني، العنوان: متطلبات التحول التربوي في مدارس المستقبل الثانوية بالمملكة العربية السعودية في ضوء تحديات اقتصاد المعرفة، 2009.

تناولت الدراسة متطلبات التحول التربوي في مدارس المستقبل الثانوية بالمملكة العربية السعودية في ضوء تحديات اقتصاد المعرفة تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أهم متطلبات التحول التربوي في مدارس المستقبل الثانوية بالمملكة العربية السعودية في ضوء تحديات اقتصاد المعرفة وصياغة تصور مقترح للتحول التربوي في مدارس المستقبل الثانوية بالمملكة العربية السعودية في ضوء متطلبات اقتصاد المعرفة ووضع آليات لتنفيذ التصور المقترح للتحول التربوي في مدارس المستقبل الثانوية بالمملكة العربية السعودية في ضوء متطلبات اقتصاد المعرفة .

ومن أهم النتائج هي أهم التحولات التربوية في مدارس المستقبل الثانوية بالمملكة السعودية التي يتطلبها إقتصاد المعرفة، تتمثل فيما يلي مرتبة ترتيباً تنازلياً: (التحول نحو المدرسة الالكترونية "دمج التقنية في التعليم"، التحول نحو التعلم للكينونة والتعايش مع الآخرين، التحول نحو التعلم لإنتاج وابتكار المعرفة، التحول نحو المدرسة دائمة التعلم "التعلم المستمر"، التحول نحو المدرسة المجتمعية لبناء مجتمع المعرفة، التحول نحو التعلم للعمل "توظيف المعرفة لموائمة سوق العمل"، التحول نحو التمكين الإداري).

2- دراسة ابكر, ادم يعقوب، العنوان: أثر تطبيق جودة الخدمات المصرفية على رضا

الزبون، 2014.

تناولت الدراسة أثر تطبيق جودة الخدمات المصرفية على رضا الزبون، تمثلت مشكلة البحث في ما هي قوة و اتجاه العالقة بين جودة الخدمات المصرفية ورضا الزبائن، والعالقة بين ملموسية الخدمة المصرفية ورضا الزبون، وقوة و اتجاه العالقة بين الاعتمادية ورضا الزبون، و كيفية تحديد العالقة بين الاستجابة ورضا الزبون. توصل الباحث إلى عدة نتائج منها المصرف يلتزم بتنفيذ العمال في الأوقات المحددة، موظفو المصرف يهتمون بمشاكل الزبائن من خلال تقديم الحلول المرضية، إدارة المصرف تحرص على تقديم الخدمة بشكل صحيح ومن المرة الأولى.

3- عمر علي بابكر الطاهر (Espace réservé)، العنوان: أثر جودة الخدمات المصرفية

على رضا العملاء دراسة ميدانية على مصارف التجاري بالمحافظة الدرب_ المملكة

العربية السعودية_ العدد\14\02\12\2019.

حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر أبعاد جودة الخدمة المصرفية والمتمثلة بالملموسية، الإستجابة السريعة، الضمان على رضا عملاء المصارف. حيث إستخدام في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في جمع البيانات في الدراسة التطبيقية وتحليلها يتمثل مجتمع الدراسة في عملاء المصارف التجارية. ولقد بلغ حجم العينة 110 عميل من عملاء المصارف واكتشاف أن هناك علاقة

ارتباط موجبة وقوية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة المقدمة لعملاء المصارف محل الدراسة ورضا العملاء.

4- أمجد مارديني، العنوان: العوامل المؤثرة في نية استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الهاتف (الهاتف البنكي) في سورية_ مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال التخصصي سنة 2018 .

تهدفت هذه الدراسة إلى استكشاف العوامل المؤثرة في نية العملاء لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول (الهاتف البنكي) في سوريا في محاولة لمساعدة البنوك بمعرفة العوامل التي تساعدهم في زيادة إقبال العملاء على استخدام هذه الخدمة. يتألف مجتمع البحث من عملاء كافة المصارف المقدمة للخدمة، والذين يستخدمون هذه الخدمة، عددها أربعة بنوك. أما عينة الدراسة فتتكون من عملاء بنكين فقط. تم توزيع 140 استمارة على عملاء هذين البنكين الذين استفادوا من الخدمة. تم استرجاع 127 استبياناً وتصفيتهما لتشكيل عينة دراسة من 120 شخصاً. وقد استخدم الباحث عدداً من الأساليب الإحصائية في spss مثل: الانحدار الخطي البسيط لفحص تأثير المتغيرات المستقلة، كما أجرى اختبارات Anova و T-test و لإظهار تأثير العوامل الديموغرافية.

ومن أهم نتائج الدراسة أن العوامل الأربعة المدروسة بالترتيب التالي: الثقة – الفوائد المتصورة . سهولة الاستخدام ، التأثير الاجتماعي ، تؤثر بشكل إيجابي على نية العملاء لاستخدام الخدمة. واختتمت الدراسة بمجموعة من الحلول والتوصيات للبنوك وهي تعزيز عامل الثقة في الخدمة بالدرجة الأولى مع الاهتمام بعوامل المنافع المدركة وسهولة الاستخدام والتأثير الاجتماعي لزيادة إقبال عملائها على استخدام الخدمة.

❖ المطلب الثالث: ما يميز دراستنا عن دراسات السابقة.

الجدول رقم (01-01): يوضح ما يميز دراستنا عن الدراسات السابقة

الدراسة	أوجه التشابه	أوجه الاختلاف
علي بن حسن يعن الله القرني، (2009).	تشابه الدراستين في المتغير التابع وهو إقتصاد المعرفة.	تختلف دراستنا عن هذه الدراسة من حيث المتغير المستقل حيث تناولت متطلبات التحول التربوي في مدارس المستقبل الثانوية بالمملكة العربية السعودية في ضوء تحديات إقتصاد المعرفة، أما الدراسة الحالية تناولنا آليات قطاع البنكي وتطويرها في ظل إقتصاد المعرفة حالة البنك الجزائر خارجي واعتمادنا على المنهج الوصفي و الاستدلالي.
معمر بوطالبي (2010-2011).	تشابه الدراستين في المتغير التابع وهو إقتصاد المعرفة.	تختلف دراستنا عن الدراسة من حيث المتغير المستقل فقد تناولت التنمية البشرية كسبل لاندماج الجزائر في إقتصاد المعرفة أما الدراسة الحالية تناولنا آليات قطاع البنكي وتطويرها في ظل

<p>اقتصاد المعرفة حالة البنك الجزائر خارجي واعتمادنا على المنهج الوصفي و الاستدلالي.</p>		
<p>تختلف دراستنا عن هذه الدراسة من حيث المتغير المستقل حيث تناولت هذه الدراسة تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي أما دراسة الحالية تناولنا آليات خدمات القطاع البنكي وتطويرها في ظل اقتصاد المعرفة حالة بنك الخارجي واعتمادنا على المنهج الوصفي والاستدلالي.</p>	<p>تشابه الدراستين في المتغير التابع وهو اقتصاد المعرفة.</p>	<p>نادية عبد الرحيم، (2010- 2011).</p>
<p>تختلف دراستنا عن هذه الدراسة من حيث المتغير المستقل حيث تناولت دور الجامعة في تفعيل التعليم المستمر في ضوء خصائص اقتصاد المعرفة ، أما الدراسة الحالية تناولنا آليات قطاع البنكي وتطويرها في ظل</p>	<p>تشابه الدراستين في المتغير التابع وهو اقتصاد المعرفة.</p>	<p>سهير عبد اللطيف أبو العلا، (2013).</p>

<p>اقتصاد المعرفة حالة البنك الجزائر خارجي واعتمادنا على المنهج الوصفي و الاستدلالي.</p>		
<p>تختلف دراستنا عن هذه الدراسة من حيث المتغير التابع حيث تناولت هذه الدراسة أثر تطبيق جودة الخدمات المصرفية على رضا الزبون أما دراسة الحالية تناولنا آليات خدمات القطاع البنكي وتطويرها في ظل اقتصاد المعرفة حالة بنك الجزائر الخارجي واعتمادنا على المنهج الوصفي و الاستدلالي .</p>	<p>تشابه الدراستين في المتغير المستقل وهو الخدمات البنكية.</p>	<p>ابكر, ادم يعقوب، (2014)</p>
<p>تختلف دراستنا عن هذه الدراسة من حيث المتغير المستقل حيث تناولت هذه الدراسة منظومة التعليم في الجزائر ومساهمتها في بناء اقتصاد المعرفة أما الدراسة الحالية تناولنا آليات قطاع البنكي وتطويرها في ظل</p>	<p>تشابه الدراستين في المتغير التابع وهو اقتصاد المعرفة.</p>	<p>ناصر الدين قربي، وسفيان الشارف بن عطية(2015).</p>

<p>اقتصاد المعرفة حالة البنك الجزائر خارجي واعتمدنا على المنهج الوصفي الاستدلالي.</p>		
<p>تختلف دراستنا عن هذه الدراسة من حيث المتغير التابع حيث تناولت هذه الدراسة جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضا الزبائن، أما دراسة الحالية تناولنا آليات خدمات القطاع البنكي وتطويرها في ظل اقتصاد المعرفة حالة بنك الجزائر الخارجي واعتمادنا على المنهج الوصفي و الاستدلالي .</p>	<p>تشابه الدراستين في المتغير المستقل وهو الخدمات البنكية.</p>	<p>الهام نايلي، (2015).</p>
<p>تختلف دراستنا عن هذه الدراسة من حيث المتغير التابع حيث تناولت هذه الدراسة العوامل المؤثرة في نية استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الهاتف(الهاتف البنكي)في سورية ، أما دراسة الحالية تناولنا آليات خدمات القطاع</p>	<p>تشابه الدراستين في المتغير المستقل وهو الخدمات البنكية.</p>	<p>أمجد مارديني،(2018)</p>

<p>البنكي وتطويرها في ظل إقتصاد المعرفة حالة بنك الجزائر الخارجي واعتمادنا على المنهج الوصفي و الاستدلالي .</p>		
<p>تختلف دراستنا عن هذه الدراسة من حيث المتغير التابع حيث تناولت هذه الدراسة أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء ، أما دراسة الحالية تناولنا آليات خدمات القطاع البنكي وتطويرها في ظل إقتصاد المعرفة حالة بنك الجزائر الخارجي واعتمادنا على المنهج الوصفي و الاستدلالي .</p>	<p>تشابه الدراستين في المتغير المستقل وهو الخدمات البنكية.</p>	<p>عمر علي بابكر الطاهر، (2019).</p>

المصدر: من إعداد الطالبتين

خلاصة:

من خلال دراستنا لهذا الفصل نجد أن إقتصاد المعرفة في الأساس يقصد به أن تكون المعرفة هي المحرك الرئيسي للنمو الإقتصادي ويعتمد على التوافر تكنولوجيا المعلومات والاتصال واستخدام ابتكار والرقمنة في مختلف أوجه النشاط الإقتصادي ونجد أن دور الإقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات البنكية يتمثل في تحول الخدمات التقليدية إلى الإللكترونية وإدخال التكنولوجيا عليها وذلك من خلال اهتمام بالبحوث وتطوير والابتكار المصرفي باعتبارهم أهم العوامل تطوير الخدمات البنكية.

فالعمل البنكي الإللكتروني يتجاوز الوظائف التقليدية ويهدف إلى تطوير وسائل تقديم الخدمات البنكية ورفع كفاءة أدائها بما يتماشى والتكنولوجيات الحديثة وعلى هذا الأساس سعت الدول المتقدمة إلى تخفيض تكاليف العمليات البنكية التي تتم عبر القنوات الإللكترونية لتدعيم العلاقات وزيادة ارتباط العملاء بهذا البنك وهو ما يعزز من المكانة التنافسية له في سياق الأعمال التجارية الإللكترونية .



الفصل الثاني

دراسة التطبيقية لبنك الجزائر الخارجي BEA وكالة- عين

تموشت



تمهيد:

في إطار توطيد التكامل بين الجانبين النظري والتطبيقي وبعد أن تم التطرق في الفصل الأول إلى الأدبيات النظرية الخاصة بالإبداع التكنولوجي وكذا الميزة التنافسية مبرزين بذلك جميع الجوانب وعليه سوف نتطرق في هذا الفصل إلى توظيف ما تم تناوله في الجانب النظري وذلك بالقيام بدراسة ميدانية لبنك الجزائر الخارجي -وعين تموشنت- وذلك من خلال القيام باستبيان كأداة لجمع البيانات والاعتماد على برنامج SPSS version 26. موضحين بذلك دور الإبداع التكنولوجي على الوضعية المؤسسة كما أننا سنتعرف على البنك وأهم أهدافه حيث تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين:

❖ المبحث الأول: بطاقة تعريفية عن بنك الجزائر الخارجي BEA

❖ المبحث الثاني: الدراسة التطبيقية لبنك الجزائر الخارجي -وكالة عين تموشنت-

المبحث الأول: بطاقة تعريفية عن بنك الجزائر الخارجي (BEA).

من أشهر البنوك التجارية الجزائرية في العالم البنك الجزائري الخارجي الذي يعتبر في التعامل مع الدول الأجنبية وخاصة في مجال الضمانات المصرفية، وذلك أوكلت له الدولة جميع الصلاحيات لفعل ذلك بأفضل طريقة لأنه يعتبر بنكا من الدرجة الأولى يتمتع بسمعة عالمية.

❖ المطلب الأول: عموميات حول بنك الجزائر الخارجي BEA.

يعتبر بنك الجزائر الخارجي من بين البنوك الستة (06) التجارية المتواجدة في الجزائر وكانت بداية عمل هذه البنوك تركز نظريا على نوع من التخصص فتخصص بنك الجزائر الخارجي في تمويل التجارة الخارجية.

فيما يخص العدد الإجمالي لموظفي بنك الجزائر الخارجي (مقر ووحدات) بلغ 4378 شخص سنة 205 بين مديرين ومشرفين، أعوان تحكم، أعوان تنفيذ موزعين على مستوى شبكة من 82 وكالة ضمن 10 وحدات موزعين عبر أنحاء البلد (التجمعات السكنية الكبرى والمناطق الصناعية ومناطق إنتاج المحروقات) وتضم (23) من شركات تابعة ومساهمة منها (16) بالخارج و(07) وطنية، إن بنك الجزائر الخارجي له علاقة بشبكة من 1450 مراسل بنكي موزعين عبر 41 بلد، ويسير بنك الجزائر الخارجي أكثر من 35 بالمائة من التجارة المحلية.

إلى غاية استقلالية المؤسسات العمومية سنة 1988 كان بنك الجزائر الخارجي من بين أهم بنوك الدولة حيث كان دوره الرئيسي هو الوساطة بين المؤسسات وخزينة الدولة آخر نشاطاتها اختتمت في ظروف ملائمة للبنك، حيث ميزانية 31 ديسمبر قدرت ب 78489 مليار د.ج بالمقارنة بنشاط 1993.

الفرع الأول: نشأة وتطور بنك الجزائر الخارجي

- Crédit Lyonnais في 01 أكتوبر 1967 م
- Société Générale في 31 ديسمبر 1967 م
- Barclay Bank limited في 30 أبريل 1968 م

- البنك الصناعي للجزائر وبنك البحر الأبيض المتوسط في 31 ماي 1968؛

- بنك باركليز الفرنسي في سنة 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 ومدير عام مساعد وثلاثة 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 أرسى شكل ثاني من التنظيم الهيكلي أكثر توافقاً مع تقدم عمليات البنك، وتم استحداث عدة مديريات تحت سلطة مستشار مديرية البنك، يتكون الهيكل التنظيمي من مديرتان عامتان مساعدتان وتسع (09) مديريات مركزية عملياتية.

في سنة 1988 تم استحداث تنظيم جديد تحت سلطة المدير الذي أعاد تنظيم وحدات الشؤون الخارجية، وأصبح بنك الجزائر الخارجي من بين أبرز المؤسسات البنكية الأولى المنفصلة ذاتياً، وذلك بموجب إحكام القانون 89/61 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، وبعد 21 سنة خبر وبفضل تطبيق القانون رقم 88-01 في 12 جانفي 1988 المتعلق باستقلالية المؤسسات، قام بنك الجزائر الخارجي بتغيير

شكله وأصبح يوم 5 فيفري 1989 مؤسسة بالأسهم، رأس ماله قفز من 1 مليار دج إلى 24.5 مليار دج، مع المحافظة بشكل عام على هدفه الأساسي المسطر.

الفرع الثاني: أهداف بنك الجزائر الخراجي.

يسعى بنك الجزائر الخراجي إلى تحقيق أهداف هامة منها:

- تحسين وجعل التسيير أكثر فعالية من اجل ضمان التحويلات اللازمة للتطوير التجاري وذلك بإدخال تقنيات جديدة في ميدان التسيير والتسويق مثل البطاقات التي تعمل بها البنوك فيما يخص تعاملاتها الداخلية فيما بينها.
- التوسع ونشر الشبكة واقتراب الزبائن وكذا العمل على السير المحكم للموارد البشرية والأخذ بالمشاركة على الصعيد الوطني والخراجي.
- تحسين وتطوير الأنظمة المعلوماتية والاتصال.
- تقديم الوسائل المادية والتقنية حسب الاحتياجات.
- تقوية نظام المراقبة داخل كل المديريات التابعة للبلاد.
- تحقيق أكبر ربح ممكن وذلك بتقديم خدمات مصرفية جديدة.
- وضع وكالات وفروع في الخارج.
- تسهيل تنمية الإصلاحات الاقتصادية بين الجزائر الخارج.
- إعطاء ضمانات للموردين والمصدرين.
- إعطاء موافقات للقرض مع البنوك الخارجية الأخرى.

الفرع الثالث: وظائف بنك الجزائر الخراجي.

إن المهمة الأساسية للبنك هي تسهيل التنمية في إطار التخطيط الوطني و العلاقات المالية والاقتصادية للجزائر مع بلدان أخرى، وفي هذا الإطار منح له ثقة في معظم العمليات البنكية لأكبر الشركات الصناعية مع الخارج (ذات النشاط و الحجم الكبير)

1. التسهيلات البنكية: يمنح البنك المتعاملين معه التسهيلات البنكية التي تشمل ما يلي:

- القروض القصيرة الأجل لمدة لا تتجاوز السنة أو السنتين لتمويل رأس المال العامل

- القروض المتوسطة الأجل لمدة لا تتجاوز خمس سنوات والقروض الطويلة الأجل لمدة لا تتجاوز عشر سنوات لغايات إحداث نشاطات جديدة أو توسيع النشاطات القائمة.

- يمنح البنك الحسابات الجارية للمدينة للمتعاملين معه لتأمين احتياجاتهم الضرورية من الأموال النقدية وضمن حدود ضيقة ويتم العمل بها حسب التعليمات التي يصدرها مجلس الإدارة.

- خصم السندات التجارية.

- شراء الشيكات والسحوبات للإطلاع بالاستناد إلى حاجات المتعاملين ووضعهم المالي وسمعتهم الأدبية.

- الإقراض على عقود التصدير الجارية بين المتعاملين وبين المستوردين في الخارج بالاستناد إلى حاجة المتعامل ووضعهم المالي.

- الإقراض لقاء وثائق الشحن للتصدير، حيث يمنح البنك هذه السلف بالاستناد إلى حاجة المتعامل ووضعهم المالي وسمعته الأدبية.

- إصدار الكافلات والمقبولات.

2. الخدمات البنكية: يقدم البنك الخدمات البنكية للمتعاملين وللمراسلين كما يلي:

- قبول الودائع وفتح الحسابات الجارية الدائنة وتكون الودائع تحت الطلب أو ودائع لأجل وودائع توفير.

- إصدار الشيكات وإجراء الجوالات وتصديق الشيكات المسحوبة على البنك حيث يقوم البنك بناء على طلب خطي من الزبون بإصدار الشيكات وإجراء جميع الجوالات البرقية والهاتفية والعادية وتصديق الشيكات المسحوبة على البنك وتقييد القيمة المعادلة لهذه الجوالات والشيكات مع العمولات المترتبة عليها أو المقررة أصولا والنفقات الأخرى على الحساب وفي حدود المؤونة الموجودة فيه أو لقاء دفع المبلغ نقدا حسب الحال

- يقوم البنك بتحصيل السندات والسحوبات والشيكات المحررة بالدينار الجزائري التي تقدم إليه وفقا للشروط التي يحددها مجلس الإدارة وبعد تظهيرها لأمر البنك.

- يقدم البنك للمتعاملين معه ومراسليه بناء على طلبهم المشورة والمعلومات وفق التعليمات الخاصة بذلك ولا يتحمل أية مسؤولية من جراء تقديم هذه المنشورات والمعلومات.

❖ المطلب الثاني: تقديم بنك الجزائر الخارجي - وكالة عين تموشنت-

يعتبر بنك الجزائر الخارجي لوكالة عين تموشنت وليدا لتطورات النظام البنكي الجزائري، حيث وجد نفسه مجبرا على التكيف مع التطورات العالمية الراهنة التي تشهدها الساحة المصرفية، و من خلال هذا المطلب سندستعرض بنك الجزائر الخارجي لعين تموشنت، ونشاطه الإقراضي: الفرع الأول: تعريف بنك الجزائر الخارجي- لوكالة عين تموشنت-

وكالة عين تموشنت هي وكالة تابعة للمديرية الجهوية لتلمسان، تم افتتاحها بصفة رسمية في 22 ديسمبر 1993، وتمثل مؤسسة مصرفية ذات طابع تجاري تسعى للمساهمة في سير الاقتصاد الوطني، غرضها جمع الأموال من خلال فتح الحسابات الفردية والجماعية عن طريق جمع الفوائد من القروض المقدمة للزبائن. و من أبرز الخدمات التي تقدمها الوكالة ما يلي:

✓ على المستوى الداخلي: تشمل أنشطة يومية تتمثل في:

- تحصيل الأموال من خلال فتح الحسابات للعملاء، والفوائد من القروض المقدمة لهم.
- يقوم بمنح قروض بجميع أشكالها، سواء قروض بضمانات أو تسبيقات بدون ضمانات من أجل تحقيق نشاطات معنية.

- يتولى جميع العمليات المتعلقة بالاكنتاب، الخصم وشراء الأوراق التجارية.

- إيداع واستلام الصكوك البريدية.

✓ على المستوى الخارجي: من خلال علاقتها مع البنوك والمؤسسات الأخرى وتقوم بما يلي:

- القيام بمختلف العمليات التجارية والمصرفية مع البنوك الأجنبية عن طريق مصلحة التجارة الخارجية التابعة للوكالة، بالعملة الصعبة أو ما يعادلها وحسب نوعية كل معاملة.

- تمويل عمليات التجارة الخارجية، استقبال وديعة مبالغ السندات وأموال ناتجة عن عمليات الدفع والخاصة بالسفتجة، السند لأمر، الشيك ووثائق التجارة الخارجية الأخرى.

- التبادلات فيما بينها وبين البنوك الأخرى في الصكوك البنكية الخاصة بالزبائن المتواجدين لدى

هذه البنوك.

ويعود نشاط وكالة عين تموشنت رهينة الدور الذي يمارسه المدير في التوفيق بين المصالح

المتواجدة في الوكالة باعتباره المسئول الأول عن تنظيم وتسيير نشاطاتها، وقد ينوب عنه نائبه الذي

يتكفل بإعداد الميزانية المتوقعة للوكالة، الحفاظ على مستندات الوكالة ووثاقها، إلى جانب التسويات المختلفة وفي الوقت المناسب والتسيير الإداري لموظفيها.

الفرع الثاني: أهداف البنك الجزائر الخراجي- لوكالة عين تموشنت-

تعتبر الأهداف التي يسعى البنك تحقيقها والمخاطر التي يتجنبها من العوامل المؤثرة في البناء التنظيمي الخاص به فوكالة BEA كغيرها من المنظمات تسعى إلى تحقيق عدد من الأهداف نذكر منها:

■ الأهداف المالية: البنك كعون اقتصادي تجاري هدفه:

- تحقيق الربح وتحقيق معدل العائد على الاستثمار.

- المحافظة على نسبة معقولة من السيولة.

■ الأهداف الإنتاجية:

- تحسين الخدمات المصرفية لمواجهة متطلبات جمهور العملاء وجمع الأموال وتوظيفها.

- تخفيض تكاليف تقديم الخدمات المصرفية.

- تعدد الخدمات وتوفير وسائل الدفع.

■ الأهداف الاقتصادية:

- ترقية الإنتاج الوطني وتسويق المنتج الوطني.

- تسهيل وتمويل العمليات التجارية الخارجية من خلال منح قروض الاستيراد والتصدير.

- ترقية وتطوير العلاقات الاقتصادية بين الجزائر والدول الأخرى.

- تقديم ضمانات لكل من المستوردين والمصدرين بالداخل والخارج وتزويد الطرفين بالمعلومات

المتعلقة بالتجارة الخارجية.

- منح قروض قصيرة الأجل والمتوسطة وطويل الأجل للقطاع الصناعي العام والخاص.

■ الأهداف الخاصة بالبقاء والاستمرار وتجنب المخاطر: وهي أهداف متعلقة بالنمو

والاستقرار والمحافظة على موارده المالية والبشرية.

■ الأهداف الاجتماعية:

- تحقيق مستويات مرضية في الخدمات للأطراف المتعامل معها داخليا وخارجيا.

- تحقيق الرفاهية للمجتمع.

الفرع الثالث: بنك الجزائر الخارجي - وكالة عين تموشنت-

- تسيير العلاقة التجارية مع الزبائن بطريقة ديناميكية.
- إنشاء، تحليل وإدارة ملفات القرض الممنوحة للأفراد وكذا المؤسسات.
- المعالجة الإدارية والمحاسبية للعمليات البنكية مع زبائن سواءً كانت بالعملية المحلية أو الأجنبية.
- إدارة حسابات التجار وكذا الأفراد.
- تسوية الشيكات.
- العمليات المتعلقة بالتجارة الخارجية.
- العمليات المتعلقة بتحويل العملات.

ونشاط الوكالة مرهون إلى حد كبير بالدور الذي يلعبه المدير في التوفيق بين مختلف المصالح الموجودة في الوكالة باعتباره المسؤول عن تنظيم، تنشيط ومراقبة نشاطات الوكالة.

❖ **المطلب الثالث: هيكل ومهام كل مصلحة متواجدة في البنك الجزائري الخارجي**

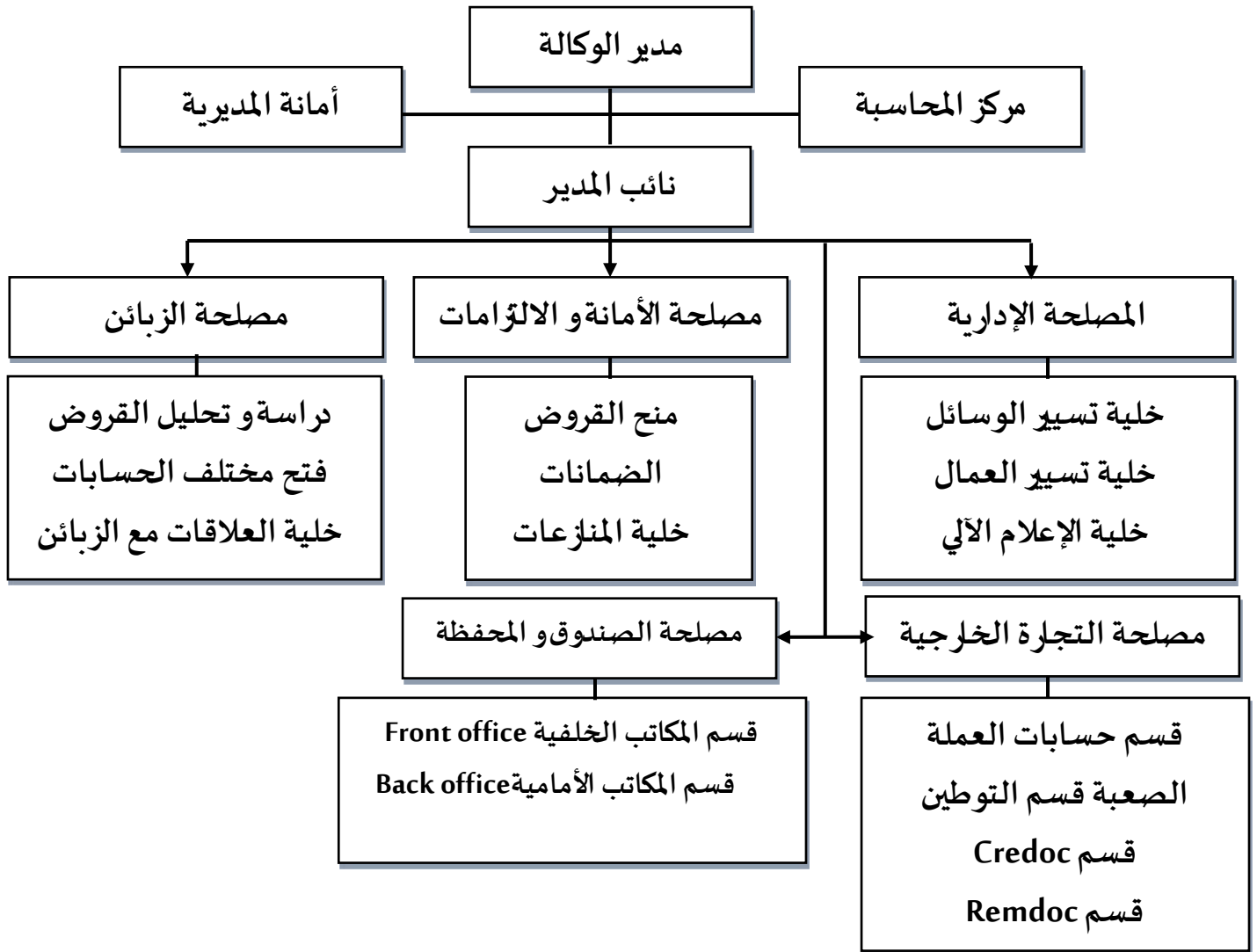
لوكالة عين تموشنت.

الفرع الأول: الهيكل التنظيمي للبنك الجزائري الخارجي -وكالة عين تموشنت-

لبنك الجزائر الخارجي هيكل تنظيمي يحدد العلاقات بين أطراف المكونة له و هذا ما يبرزه

المخطط التالي:

الشكل رقم: (01-02) الهيكل التنظيمي لبنك الجزائر الخارجي (وكالة عين تموشنت)



المصدر: من إعداد واعتمادا طالبتين على وثائق داخلية خاصة ببنك الجزائر الخارجي - وكالة عين تموشنت-

■ عرض مهمة كل منصب:

1. المدير العام (المدير التنفيذي): يعطي رأيه بالموافقة أو عدم الموافقة ويرأس اللجنة ويتأكد من ملف القرض ويمضي عليه في حالة الموافقة.
2. نائب المدير: يعطي رأيه بالموافقة أو عدم الموافقة ويرأس اللجنة نيابة عن المدير العام ويقوم بالمراقبة.
3. أمانة المدير: تعبر عن همزة وصل بين المدير العام والمصالح الأخرى، مهمتها استلام لبريد الوارد والصادر بالإضافة إلى الفاكس.

4. مركز المحاسبة: تمثل الركيزة الأساسية والقلب النابض للتسيير المالي للمؤسسة، حيث تتولى القيام بالجرد المحاسبي كل سنة، مراقبة حركة دخول وخروج الأموال، والتصريح عن رقم الأعمال. الفرع الثاني: مهام مصالح البنك الجزائر الخارجي - لوكالة عين تموشنت-

▪ مصلحة الصندوق والمحفظة: تقسم هذه المصلحة إلى مصالح أخرى فرعية هذه الأخيرة تتولى مهمة القيام بعمليات السحب والدفع، عمليات التحويلات لمصلحة حساب الزبائن، المقاصة والمحفظة.

▪ مصلحة التجارة الخارجية: تقوم هذه المصلحة بمجموعة من المهام الرئيسية لتطوير العلاقات مع الخارج، والتي تتنوع ما بين عمليات السحب والدفع بالعملة الصعبة، تقديم الاعتماد المستندي في عمليات التجارة الخارجية (الاستيراد والتصدير)، التحصيلات بالعملة الصعبة.

▪ مصلحة الزبائن: تقوم هذه المصلحة بدراسة و تحليل القروض و فتح مختلف الحسابات و الاهتمام بتوجيه الزبائن و تمويلهم.

▪ مصلحة الأمانة و الالتزامات: لها مكانة رئيسية في الوكالة حيث تهتم خلية الدراسة والتحليل بتسجيل ملف القرض و تحليل الأخطار الناجمة عن القروض المطلوبة، ثم تقوم مصلحة الالتزامات بمتابعة القرض بعد الموافقة عليه، إلى جانب خلية المنازعات التي تتولى تمثيل المؤسسة لدى المصالح القضائية والقانونية والفصل في المنازعات الجماعية والفردية بين العمال والإدارة، أو العمال والإدارة، أو العمال فيما بينهم واتخاذ الإجراءات المناسبة.

ويقوم البنك بمنح تشكيلة واسعة من القروض من خلال فريق عمل مؤهل ومكلف بتوجيه زبائنه وتمويلهم.

▪ المصلحة الإدارية: تهتم بتسيير كل ما يتعلق بالوسائل و العمال و الإعلام الآلي.

و من هنا نستخلص أن البنك المركزي يوجه قرارات أو تعليمات للبنوك الجهوية و يقوم هذا الأخير أيضا بإرسالها إلى مدير الوكالة، و الذي يقوم باجتماع مع رؤساء المصالح من أجل التقيد و العمل بتلك المعلومات.

المبحث الثاني: الدراسة التطبيقية لبنك الجزائر الخارجي BEA ولاية - عين تموشنت.

❖ المطلب الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة.

تشمل الإجراءات المنهجية للدراسة على مجموعة من العناصر أهمها: تحديد مجال الدراسة أدوات جمع البيانات، مجتمع الدراسة، عينة الدراسة، بيانات الاستمارة، تطبيق البرنامج الإحصائي SPSS version 25 لتحليل البيانات وسنتطرق إليها في ما يلي:

أولاً: مجالات الدراسة وأدوات جمع البيانات

1. مجالات الدراسة:

بدأت الدراسة الميدانية بتاريخ 05 مارس 2023 واستمرت إلى مدى 30 يوم حيث تم من خلالها جمع القدر الكافي من البيانات والمعلومات الضرورية التي تبني عليها الدراسة وكذلك إعداد نموذج للاستبيان وضبطه وتحكيمة من طرف الأساتذة و بعض العمال بالبنك ثم توزيعه على أفراد عينة الدراسة وبعدها تم استرجاع الاستبيان انتقلنا إلى مرحلة تحليل النتائج.

أ. طريقة جمع البيانات:

تم الاعتماد على نوعين من البيانات:

- البيانات الأولية: من خلال البحث في الجانب الميداني بتوزيع الاستبيان لتجميع المعلومات الميدانية اللازمة لموضوع البحث، ومن تم تفريغها وتحليلها في البرنامج الإحصائي spss واستخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة بهدف الوصول لدلالات ذات قيمة ومؤشرات تدعم موضوع الدراسة.

- البيانات الثانوية: تمت مراجعة المذكرات المتعلقة بموضوع قيد الدراسات السابقة.

2. أدوات جمع البيانات:

يعتبر الاستبيان من بين أهم الأدوات المستعملة في الدراسة باعتباره وسيلة للكشف عن آراء العمال والمعرفة السابقة لهم وجمع المعلومات بغرض تحليلها والوصول إلى نتائج حيث وجه الاستبيان للإطارات فقط، زيادة على ذلك قمنا ببعض المقابلات مع رؤساء الأقسام والإطارات على مستوى البنك بغية الاستفسار عن مدى معرفة آليات خدمات القطاع البنكي وحقيقة تطبيقها في البنوك الجزائرية و بالأخص بنك الجزائر الخارجي BEA وكالة عين تموشنت كذلك قمنا بتحضير ملخص يعرف بالدراسة المراد إنجازها ومختلف متغيرات وعناصر الدراسة.

ثانياً: مجتمع، عينة الدراسة وحدود الدراسة.

1. مجتمع الدراسة: يشتمل مجتمع دراستنا على جميع موظفين بنك الجزائر الخارجي BEA وكالة عين تموشنت و المقدر ب 65 موظف لسنة 2023.

2. عينة الدراسة: اختير العينة المقصودة حيث وزعت الاستثمارات على كافة موظفين بنك الجزائر الخارجي BEA وكالة عين تموشنت وبلغ عددها 65 وكان عدد الاستثمارات المسترجعة والصالحة التي تم إخضاعها للدراسة ب60 يعني أن عينة الدراسة وفق التوزيع الطبيعي أي أنها مناسبة للدراسة.

3. حدود الدراسة:

- الحدود المكانية: بنك الجزائر الخارجي BEA وكالة عين تموشنت.
- الحدود الزمانية: امتدت فترة التريص من 05 مارس 2023 إلى 05 أفريل 2023.

4. متغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل: آليات خدمات القطاع البنكي.
- المتغير التابع: إقتصاد المعرفة.

❖ المطلب الثاني: دراسة بيانات الاستبيان وثباته.

الفرع الأول: بيانات الاستبيان.

قمنا بجمع البيانات من خلال الدراسة الميدانية عن طريق تصميم استبيان (أنظر الملحق) تكون من المعلومات الشخصية و 16 سؤال مغلق، شمل الاستبيان على محورين وهذا لغرض

الإحاطة بجميع جوانب موضوع الدراسة والإجابة على الفرضيات المطروحة وكانت محاور الدراسة على النحو التالي:

• المحور الأول: آليات خدمات القطاع البنكي.

• المحور الثاني: إقتصاد المعرفة.

وقد تم استخدام مقياس ليكارث (Likert) الخماسي، باعتباره أكثر المقاييس استخداماً لقياس الآراء نظراً لسهولة فهمه وتوازن درجاته، حيث يترجم خمسة احتمالات للإجابة على الأسئلة المطروحة من خلال الاستبيان والمتمثلة في (غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة) وعلى المجيب على الأسئلة وضع علامة (x) أمام الإجابة المناسبة التي يختارها، حيث أن الاختيار غير موافق بشدة يعني درجة (1)، غير موافق درجتان (2)، محايد (3) ثلاثة درجات، موافق أربع درجات (4) و أخيراً موافق بشدة خمسة درجات (5).

الجدول رقم (01-02): درجات سلم ليكارث الخماسي

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

المصدر: محمد خير أبو زيد، أساليب التحليل الإحصائي باستخدام برمجة (أس بي أس أس)، دار الصفاء، الأردن، 2005، ص:22.

الفرع الثاني: صدق الاستبيان.

أولاً: الصدق الظاهري

تم عرض الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المحكمين (أنظر الملحق)، بغية التأكد من مدى تطابقه مع موضوع الدراسة، حيث تم الاستفادة من ملاحظاتهم وتوجيهاتهم فيما يخص كل من شكل، محتوى ومدى تناسق عبارات الاستبيان و ترابط محاوره والتي أخذت بعين الاعتبار في

إطار تصحيحي يتماشى وما تم الإشارة ، بالإضافة إلى عرضه على عينة من موظفين بنك الجزائر الخراجي BEA وكالة عين تموشنت من أجل التأكد من محتوى الاستبيان و وضوح عباراته.

ثانياً: صدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان

بغية التحقق من صدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان تم حساب معاملات الارتباط سبيرمان (Spearman) لكل عبارة من محورها عند مستوى الدلالة 0.05.

1. الاتساق الداخلي لعبارات المحور الأول " آليات خدمات القطاع البنكي "

الجدول رقم (02-02): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الأول

" آليات خدمات القطاع البنكي "

العبارة	معامل Spearman	القيمة الاحتمالية sig
01	0.094	0.473
02	0.480**	0.000
03	0.619**	0.000
04	0.453**	0.000
05	0.608**	0.000
06	0.614**	0.000
07	0.758**	0.000
08	0.402**	0.001

المصدر: من إعداد الطالبين اعتماداً على مخرجات SPSS. **: مستوى دلالة 0.01 ومستوى الدلالة *0.05

يتضح من الجدول أعلاه أن جميع معاملات الارتباط لعبارات المحور الأول " آليات خدمات القطاع البنكي " دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01 و0.05 ، ماعدا العبارة رقم 01 التي ليس لها دلالة إحصائية، وهذا يعد مؤشراً على صدق الاتساق الداخلي لمعظم عبارات المحور الأول " آليات خدمات القطاع البنكي " مما يعكس درجة الصدق لما وضع لقياسه.

2. الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني " إقتصاد المعرفة " .

الجدول رقم (02-03): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الثاني

" إقتصاد المعرفة " .

العبارة	معامل Spearman	القيمة الاحتمالية Sig
09	0.154	0.241
10	0.497**	0.000
11	0.413**	0.001
12	0.601**	0.000
13	0.861**	0.000
14	0.734**	0.000
15	0.629**	0.000
16	0.597**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss. **: مستوى دلالة 0.01 ومستوى الدلالة *0.05

يتضح من الجدول أعلاه أن جميع معاملات الارتباط لعبارات المحور الثاني " إقتصاد المعرفة" دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01 و 0.05 ما عدا العبارات 09 التي ليس لها دلالة إحصائية وهذا يعد مؤشراً على صدق الاتساق الداخلي لكل عبارات المحور الثاني " إقتصاد المعرفة" مما يعكس درجة الصدق لما وضع لقياسه.

الفرع الثالث: ثبات الاستبيان.

من خلال تطبيق برنامج spss تم إجراء اختبار الثبات لإجابات العينة المدروسة وتحصلنا

على النتائج التالية:

الجدول رقم (04-02): ثبات الاستبيان

البيان	عدد العبارات	قيمة معامل alpha cronbach
جميع محاور الاستبيان	16	%74.70

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات spss .

نموذج الدراسة:

يتكون نموذج الدراسة من متغيرين، متغير مستقل وهو آليات خدمات القطاع البنكي والمتغير التابع هو إقتصاد المعرفة و يمكن تمثيل نموذج الدراسة بالمعادلة التالية:

$$(Y) = F(X)$$

حيث أن :

إقتصاد المعرفة : (y) متغير تابع.

آليات خدمات القطاع البنكي (x) : متغير مستقل.

❖ المطلب الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة.

سيتم من خلال هذا المبحث تحليل نتائج الاستبيان من خلال الاعتماد على البرنامج الإحصائي spss و اختبار الفرضيات بغية عرض نتائج الدراسة والخروج في الأخير بمجموعة من التوصيات والاقتراحات التي يستفيد منها بنك الجزائر الخراجي BEA وكالة عين تموشنت.

الفرع الأول: دراسة وتحليل الاستبيان

1. المعلومات الشخصية: والتي نبينها في الجداول والأشكال التالية.

أولاً: توزيع أفراد العينة حسب "الجنس":

الذي يتم توضيحه من خلال الجدول والشكل التمثيلي التالي.

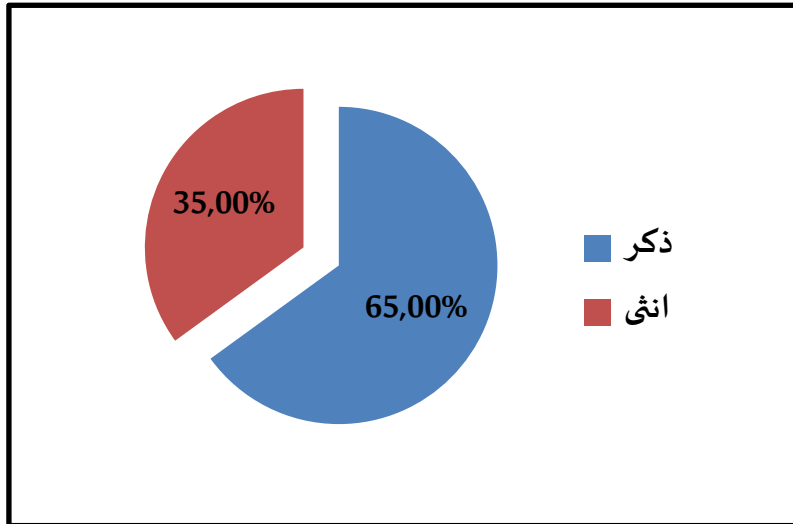
الجدول رقم (05-02): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة المئوية%	التكرار	الجنس
65.00%	39	ذكر
35.00%	21	أنثى
100%	60	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات spss .

ويمكن توضيح توزيع أفراد عينة الدراسة من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (02-02): توزيع أفراد العينة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات spss .

بالنسبة للجنس: نلاحظ من الجدول والشكل أعلاه أن نسبة الذكور تمثل 65% في حين أن نسبة الإناث تمثل 35% وبالتالي فإن نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث بمعدل 30%.

ثانياً: توزيع أفراد العينة حسب "العمر":

الذي يتم توضيحه من خلال الجدول والشكل التمثيلي التالي.

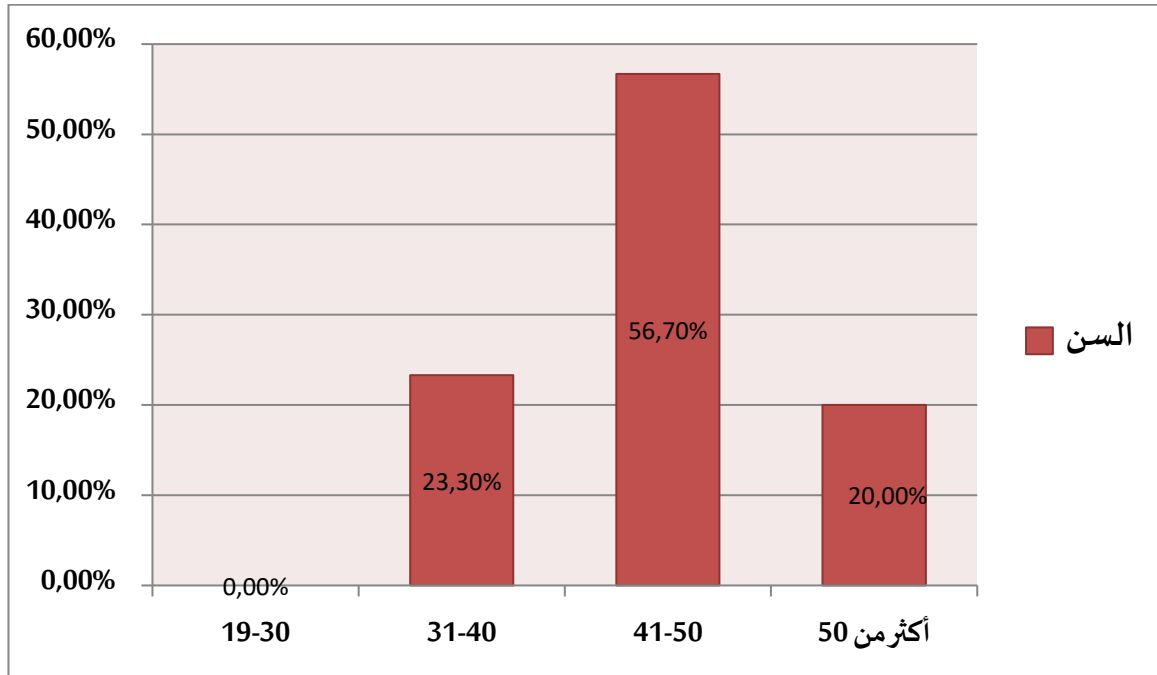
الجدول رقم (06-02): توزيع العينة حسب العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية %
30-19 سنة	/	/
40-31 سنة	14	23.30%
50-41 سنة	34	56.70%
أكثر من 50 سنة	12	20.00%
المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات spss .

ويمكن توضيح توزيع أفراد عينة الدراسة من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (03-02): توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات spss .

بالنسبة للعمر: نجد من خلال الجدول و الشكل أعلاه بأن الفئة الأعمار من 50-41 سنة تمثل أعلى نسبة وبمعدل 56.70% تليها فئة الأعمار من 40-31 سنة و التي تمثل نسبة 23.30% ثم فئة أكثر من 50 سنة بنسبة 20.00% وأخيراً الفئة العمرية من 30-19 سنة بنسبة 0.00% نلاحظ من خلال

المعطيات أن البنك يعتمد بدرجة كبيرة على الفئات العمرية 41-50 سنة وهذا الغرض الاستفادة من خبرتهم ورصيدهم العلمي وأن طبيعة عمل البنك تتطلب الحذر والسلاسة في الأداء.

ثالثاً: توزيع العينة حسب "المستوى العلمي".

الذي يتم توضيحه من خلال الجدول والشكل التمثيلي التالي.

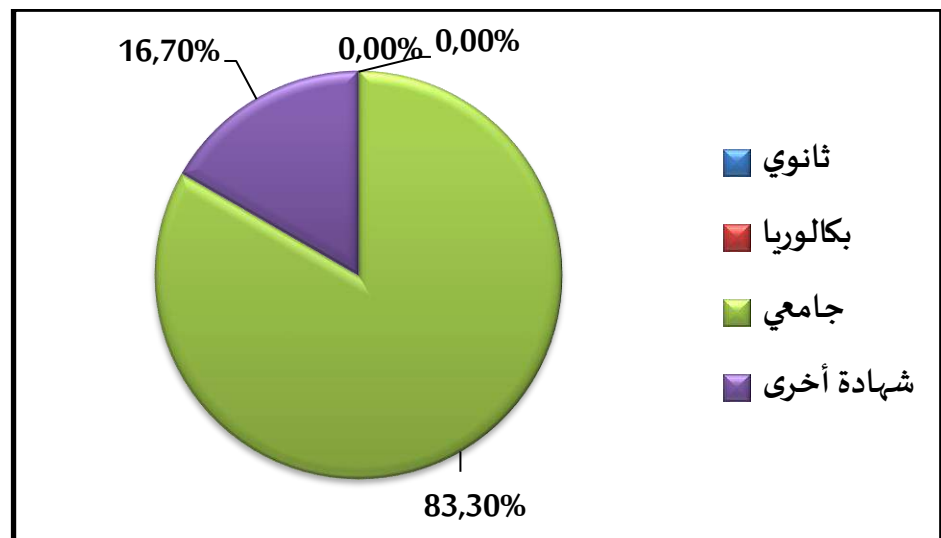
الجدول رقم (02-07): توزيع العينة حسب المستوى العلمي

النسبة المئوية %	التكرار	المستوى العلمي
/	/	الثانوي
/	/	بكالوريا
83.30%	50	جامعي
16.70%	10	شهادة أخرى
100%	60	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات spss.

ويمكن توضيح توزيع أفراد عينة الدراسة من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (02-04): توزيع العينة حسب المستوى العلمي



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات spss.

بالنسبة للمستوى العلمي: نلاحظ بأن الموظفين الحاصلين على شهادة جامعية يحتلون النسبة العليا المقدرة بـ 83.30% تليها شهادات أخرى بنسبة 16.70% وأخيراً مستوى الثانوي و شهادة بكالوريا بنسبة 0.00% وهذا يدل على أن البنك يقوم بتوظيف وبنسبة عالية خريجي الجامعات و ذوي الكفاءات العلمية.

رابعاً: توزيع العينة حسب "عدد سنوات الخبرة في العمل المصرفي".

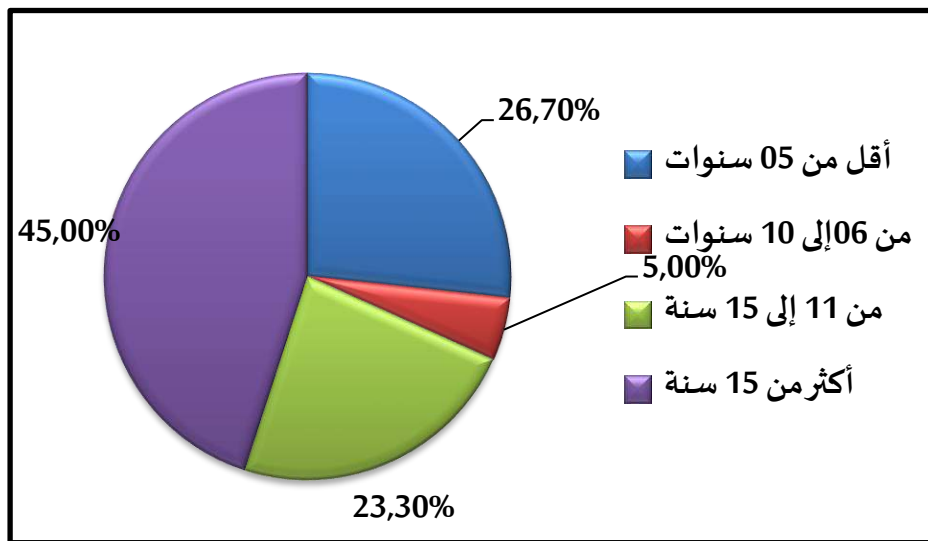
الذي يتم توضيحه من خلال الجدول والشكل التمثيلي التالي.

الجدول رقم (08-02): توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات الخبرة

عدد سنوات الخبرة	التكرار	النسبة المئوية %
أقل من 05 سنوات	16	26.70%
من 06 إلى 10 سنوات	03	5.00%
من 11 إلى 15 سنة	14	23.30%
أكثر من 15 سنة	27	45.00%
المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات spss.

الشكل رقم (05-02): توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات الخبرة



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات spss.

بالنسبة لعدد سنوات الخبرة: نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه بأن أعلى نسبة خبرة احتلها الذين تتراوح خبرتهم أكثر من 15 سنة و التي تمثل 45.00% ثم تليها الفئة ذات سنوات الخبرة أقل من 05 سنوات بنسبة 26.70% وبعدها تحتل الفئة ذات سنوات الخبرة من 11 إلى 15 سنة بنسبة 23.30% وأخير تحتل الفئة ذات سنوات الخبرة من 06 إلى 10 سنوات بنسبة 5.00%.

◆ عرض وتحليل نتائج الاستبيان:

تظهر الجداول بالأسفل كل من التوزيع التكراري، الانحراف المعياري، الوسط الحسابي ودرجة الاستجابة للمحورين كل لوحده التي تم التوصل إليها من خلال المدى و هو عبارة عن الفرق بين القيمة الأكبر و الأصغر المعطاة لخيارات مقياس الاستمارة، وباعتبار أننا اعتمدنا على مقياس ليكارث الخماسي و الذي يحتوي على خمسة درجات من 1-5 فقيمة المدى هي (5-1) و التي يتم قسمتها على خلايا المقياس (0.8=5/4)، بحيث تضاف هذه القيمة للقيم المعطاة لكل خيار وبالتالي كلما كان الوسط الحسابي محصور في المجال (1-1.80) فهذا يدل على أن درجة الاستجابة منخفضة جداً، أما إذا كان محصور في المجال (1.80-2.60) فنقول أن درجة الاستجابة منخفضة، يليه المجال (2.60-3.40) درجة الاستجابة تكون متوسطة، ثم المجال (3.40-4.20) الذي تكون فيه درجة الاستجابة مرتفعة، أما بالنسبة للمجال (4.20-5) فإن درجة الاستجابة فيه تعتبر مرتفعة جداً و أن المتوسط المعياري يساوي (3).

يوضح الجدول التالي توزيع الدرجات حسب سلم ليكارث الخماسي

الجدول رقم (09-02): توزيع درجات الاستجابة حسب سلم ليكارث

5-4.20	4.19-3.40	3.39-2.60	2.59-1.80	1.80-1
مرتفعة جداً	مرتفعة	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً

المصدر: سلم ليكارث الخماسي.

- ✓ إذا كانت متوسطات الإجابة أقل من 3: يعني أن ميل المستجوبين إلى رفض محتوى العبارة
- ✓ إذا كانت متوسطات الإجابة أكثر من 3: يعني أن ميل المستجوبين إلى قبول محتوى العبارة.

المحور الأول: "آليات خدمات القطاع البنكي"

الجدول رقم (10-02): تحليل عبارات المحور الأول "آليات خدمات القطاع البنكي"

درجة الاستجابة	الترتيب حسب الأهمية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق	موافق	محايد	غير	غير	رقم العبارة
				بشدة	بشدة		موافق	موافق	
				التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
				%	%	%	%	%	
مرتفعة	4	0.287	4.05	04	55	01	0	0	1
				6.70%	91.70%	01.70%	0%	0%	
مرتفعة	5	0.530	3.70	02	38	20	0	0	2
				3.30%	63.3%	33.30%	0%	0%	
مرتفعة جدا	3	0.530	4.42	26	33	01	0	0	3
				43.30%	55.00%	1.70%	0%	0%	
مرتفعة جدا	1	0.561	4.70	45	12	03	0	0	4
				75.00%	20.00%	5.00%	0%	0%	
مرتفعة جدا	2	0.536	4.47	29	30	01	0	0	5
				48.30%	50.00%	1.70%	0%	0%	
مرتفعة	7	0.676	3.48	06	17	37	0	0	6
				10.00%	28.30%	61.70%	0%	0%	
متوسطة	8	0.640	3.38	02	22	33	03	0	7
				3.30%	36.70%	55.00%	5.00%	0%	
مرتفعة	6	0.563	3.57	02	30	28	0	0	8
				3.30%	50.00%	46.70%	0%	0%	
مرتفعة		0.289	3.97	مجموع عبارات المحور الأول					

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات spss.

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن المتوسط الحسابي الإجمالي قد بلغ 3.97 بأهمية نسبية

مرتفعة، وانحراف معياري قدر بـ 0.289.

وقد كانت نتائج استجابات أفراد العينة كلها مرتفعة فهي تمثل آليات خدمات القطاع البنكي وبعد تحليل نتائج استجابات أفراد العينة، يتبين أن قيم المتوسط الحسابي لهذه لعبارات تراوحت قيمها ما بين: 3.38 و 4.70 بأهمية نسبية مرتفعة، وبانحراف معياري ما بين 0.287 و 0.676 ، وهذا يدل على أن استجابات أفراد العينة في البنك تميل إلى قبول محتوى العبارات الدالة لمحور آليات خدمات القطاع البنكي فالإدارة تقوم بإدراج هذا البعد في العمليات البنكية .

المحور الثاني: إقتصاد المعرفة

الجدول رقم (02-13): تحليل عبارات المحور الثاني " إقتصاد المعرفة "

درجة الاستجابة	الترتيب حسب الأهمية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق	موافق	محايد	غير	غير	رقم العبارة
				بشدة	بشدة		موافق	موافق	
				التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
				%	%	%	%	%	
مرتفعة	7	0.500	3.43	0	26	34	0	0	09
				0%	43.30%	56.70%	0%	0%	
متوسطة	8	0.279	3.08	0	05	55	0	0	10
				0%	8.30%	91.70%	0%	0%	
مرتفعة	6	0.640	3.72	06	31	23	0	0	11
				10.00%	51.70%	38.30%	0%	0%	
مرتفعة جدا	3	0.541	4.25	18	39	03	0	0	12
				30.00%	65.00%	5.00%	0%	0%	
مرتفعة جدا	2	0.446	4.27	16	44	0	0	0	13
				26.70%	73.30%	0%	0%	0%	
مرتفعة جدا	4	0.403	4.20	12	48	0	0	0	14
				20.00%	80.00%	0%	0%	0%	
مرتفعة جدا	1	0.497	4.30	19	40	01	0	0	15
				31.70%	66.70%	1.70%	0%	0%	
مرتفعة	5	0.567	4.02	10	41	09	0	0	16

				16.70%	68.30%	15.00%	0%	0%
مرتفعة		0.294	3.97	مجموع عبارات المحور الثاني				

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات spss .

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن المتوسط الحسابي الإجمالي قد بلغ 3.97 بأهمية نسبية مرتفعة، وبانحراف معياري إجمالي قدر ب0.294.

وقد كانت نتائج استجابات أفراد العينة كلها مرتفعة فهي تمثل إقتصاد المعرفة وبعد تحليل نتائج استجابات أفراد العينة، يتبين أن قيم المتوسط الحسابي لهذه لعبارات تراوحت قيمها ما بين: 3.08 و 4.30 بأهمية نسبية مرتفعة، وبانحراف معياري ما بين 0.279 و 0.640 ، وهذا يدل على أن استجابات أفراد العينة في البنك تميل إلى قبول محتوى العبارات الدالة لمحور إقتصاد المعرفة فالإدارة تقوم بإدراج هذا البعد في العمليات البنكية .

❖ المطلب الرابع: اختبار الفرضيات الإحصائية.

1. دراسة التوزيع:

من خلال العينة ($60 \leq N = 60$) إذن يمكن اعتبار أن التوزيع المتغيرات يخضع للتوزيع الطبيعي ومنه يمكن إجراء الاختبارات التالية:

1.1 اختبار الفرضية:

لمعرفة أثر آليات خدمات القطاع البنكي في بنك الجزائر الخارجي BEA وكالة عين تموشنت، تم اختبار الفرضية التالية من خلال قبول أو رفض إحدى الفرضيتين المساعدةتين الآتيتين:

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لآليات خدمات القطاع البنكي في ظل إقتصاد المعرفة في بنك الجزائر الخارجي BEA وكالة عين تموشنت عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لآليات خدمات القطاع البنكي في بنك الجزائر الخارجي BEA وكالة عين تموشنت عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$.

للإجابة على الفرضيات نستخدم نموذج الانحدار الخطي البسيط للتحقق من التأثير:

$$Y = a_0 + a_1 X_1 + \mu$$

حيث:

Y: المتغير التابع (إقتصاد المعرفة).

X1: المتغير المستقل (آليات خدمات القطاع البنكي).

a0: الثابتة وتمثل قيمة المتغير التابع عندما تكون قيم المتغيرات المستقلة تساوي الصفر.

a1: معامل الانحدار للمتغير المستقل

μ: الخطأ العشوائي

الجدول رقم (02-14): نتائج معامل الارتباط واختبار فيشر للمعنوية الكلية لنموذج

الانحدار للفرضية

قيمة الارتباط	معامل التحديد R ²	مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجة الحرية	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
0.453 ^a	0.206	بين المجموعات	1.050	0.734	1	15.008	0.000 ^b
		داخل المجموعات	4.059	0.051	58		
		المجموع	5.109		59		

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات spss .

يبين الجدول أعلاه أن قيمة معامل الارتباط والتي تقيس درجة الارتباط بين المتغير التابع إقتصاد المعرفة والمتغير المستقل آليات خدمات القطاع البنكي ، تشير R إلى ضعف الارتباط بين المتغيرين والتي تساوي 45.3% و هي درجة ارتباط متوسطة ، كما أن معامل التحديد R² تشير إلى

أن المتغير المستقل آليات خدمات القطاع البنكي يفسر 20.6% من التباين الحاصل في المتغير التابع إقتصاد المعرفة.

تشير نتائج تحليل التباين الأحادي إلى أن مستوى الدلالة Sig 0.000b أقل من 0.05 وعليه نقول أن هناك دلالة معنوية كلية للنموذج.

الجدول رقم (02-15): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لآليات خدمات القطاع البنكي في ظل إقتصاد المعرفة.

المتغير التابع	النموذج	معاملات المعادلة	معامل Beta	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
إقتصاد المعرفة	الجزء الثابت	2.147		4.535	0.000
	آليات خدمات القطاع البنكي	0.461	0.453	3.874	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات spss.

يبين الجدول أعلاه أن نتائج نموذج الانحدار إيجابية من خلال معاملات المعادلة والذي يعني وجود علاقة إيجابية بين المتغيرين إقتصاد المعرفة و آليات خدمات القطاع البنكي حيث بلغ معامل الانحدار لآليات خدمات القطاع البنكي 0.461 الذي يعني أن التغير في قيمة المتغير المستقل لآليات خدمات القطاع البنكي بوحدة واحدة يقابله تغير بمقدار 0.461 من المتغير التابع إقتصاد المعرفة.

كانت قيمة t المحسوبة تساوي 3.874 وهي أكبر من t الجدولة 1.96 وكما بلغت القيمة الاحتمالية Sig 0.000 وهي أقل من مستوى معنوية 0.05 مما يدل على أن إقتصاد المعرفة هو متغير مفسر لآليات خدمات القطاع البنكي وبالتالي نقول أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لآليات خدمات القطاع البنكي في ظل إقتصاد المعرفة في بنك الجزائر الخراجي BEA وكالة عين تموشنت مما يعني رفض الفرضية العدمية H0 وقبول الفرضية البديلة H1 والمتمثلة فيما يلي:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لآليات خدمات القطاع البنكي في ظل إقتصاد المعرفة في بنك الجزائر الخراجي BEA ولاية عين تموشنت عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$

والمعادلة التالية توضح العلاقة بين متغير إقتصاد المعرفة و آليات خدمات القطاع البنكي:

$$Y=2.147+ 0.461X1$$

خلاصة:

في ضوء القناعة بأهمية وجود نظام مالي كفاء لضمان استقرار وسلامة النظام البنكي، يبدل بنك الجزائر الخارجي BEA وكالة عين تموشنت جهود معتبرة فيما يخص في آليات خدمات القطاع البنكي بغرض خلق صناعة بنكية تتماشى مع التطورات المتعلقة بالخدمات والمنتجات التي تقدمها مختلف البنوك في العالم.

ومن خلال هذا الفصل تم مناقشة الجانب التطبيقي لغرض الإلمام بجميع عناصر الدراسة وتطبيق ما تم التوصل إليه في الجانب النظري على الواقع العملي وهذا من خلال إسقاط الدراسة المتمثلة في تطبيق آليات خدمات القطاع البنكي وتأثيرها في ظل إقتصاد المعرفة على بنك الجزائر الخارجي BEA وكالة عين تموشنت وكذا للإجابة على الإشكالية المطروحة والتأكد من صحة الفرضيات سابقة الذكر.



المخاتمة العامة



على وقع التوجه العالمي نحو اقتصاد المعرفة الناتج عن تزايد الأهمية الاقتصادية للمعرفة والتغيرات الكبيرة والمتسارعة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال سعت الجزائر للاندماج في هذا الاقتصاد من خلال تبني استخدام التطورات التكنولوجية الحديثة في مختلف القطاعات وخاصة القطاع البنكي لما له من أهمية بالغة في نمو وازدهار الاقتصاد، من خلال إقامة مشروع لتطوير وعصرنة خدمات بنوكها بما يتوافق مع المعايير الدولية المعمول بها والتي من شأنها أن تسهم في تحقيق نجاح وتفوق البنك على منافسيه في ظل اقتصاد المعرفة.

تحقيق نجاح وتفوق البنك على منافسيه في ظل اقتصاد المعرفة.

ومن خلال هذا البحث تم إبراز واقع تطوير الخدمات البنكية في ظل توجه الجزائر نحو اقتصاد المعرفة من خلال التوصل للنتائج التالية:

أولاً: النتائج.

1. نتائج الدراسة النظرية.

من خلال الدراسة النظرية توصلت الباحثة إلى ما يلي:

- اقتصاد المعرفة هو نمط اقتصادي حديث قائم على الاستخدام واسع النطاق للمعلوماتية وشبكتها في مختلف أوجه النشاط الاقتصادي، حيث يعتبر المعرفة المحرك الرئيسي لخلق الثروة.
- لقد أحدث مفهوم اقتصاد المعرفة تحولاً جذرياً في ركائز النشاط الاقتصادي سواء على مستوى المؤسسات والأفراد.
- يعد البحث والتطوير والابتكار وتكنولوجيا المعلومات والاتصال وتشجيع التعليم من أهم متطلبات إقتصاد المعرفة.
- سعت الجزائر للاندماج في اقتصاد المعرفة من خلال تبني استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مختلف القطاعات.
- إن الهدف الرئيسي لإقتصاد المعرفة هو جعل المؤسسات البنكية تصل إلى إنجاز خدماتها بأسرع وقت وأقل تكلفة وجهد وبجودة عالية وهذا بفضل التقنيات الحديثة.
- يعتبر البنك التعليمي والابتكار المصرفي من أحدث المفاهيم البنكية التي تدفع البنوك إلى التقدم وتطوير خدماتها.

- إن تطوير الخدمات البنكية يؤدي إلى اتساع تشكيلة خدمات المؤسسة البنكية مما ينعكس على قدراتها في الاستجابة لقطاعات سوقية جديدة، مما يعني قدرة أكبر على إرضاء زبائن جدد.
 - إن من أهم مستجدات العمل البنكي في ظل اقتصاد المعرفة زيادة أهمية الموجودات المعرفية وزيادة مستوى إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصال في نشاط البنك.
2. نتائج الدراسة الميدانية.

- هناك أثر لاقتصاد المعرفة البنكية على تطوير الخدمات البنكية ببنوك وكالة عين تموشنت.
- يسعى بنك الجزائر الخارجي لإنتاج المعرفة عن طريق تشجيع تبادل المعارف، وكذلك استشارة خبراء للاستفادة من معارفهم، وسعي البنك لتطوير معارف عماله من خلال تنظيم ملتقيات ودورات تدريبية.
- يسعى كل من بنك BEA لإنتاج المعرفة عن طريق استشارة خبراء وتنظيم ملتقيات ودورات تدريبية.
- بنية البنك التكنولوجية جيدة والدليل توزيع المعرفة داخل البنك وبين فروعها يعتمد على الإنترنت والإكسترنات.

على العموم يمكن القول بأن هناك مجهودات مبدولة من طرف البنك الوطني الجزائري والقرض الشعبي الجزائري لمواكبة التطورات التي يفرضها إقتصاد المعرفة وهذا في إطار التحول نحو القيام بأعمال تعتمد على وسائل إلكترونية والإعتماد على وسائل التقنية في إنجاز مهامها وخدماتها.

ثانيا: المقترحات.

- الاهتمام أكثر بتطوير الخدمات البنكية المقدمة من طرف البنك عبر تشجيعه عملية تبادل المعرفة والاستفادة من التكنولوجيا الحديثة ومواكبتها في تقديم خدمات جديدة ومتنوعة تتماشى مع حاجات ورغبات الزبون.
- عقد دورات تدريبية للموظفين لتوعيتهم بأهمية مشاركة معارفهم مع الآخرين لاستخراج معارفهم الكامنة.
- تشجيع الموظفين على الإبتكار والإبداع في عملهم ومحاولة تحفيزهم و الإهتمام أكثر بالبحث والتطوير والإبتكار.
- السعي الدائم لإنتاج المعارف بالبنك باعتبار المعرفة بأنواعها أساس نجاح تقديم الخدمة البنكية في ظل اقتصاد المعرفة.
- على البنوك التخلي ولو تدريجيا على التخزين الورقي واستبداله بالتخزين الإلكتروني.

• تعزيز البنية التحتية الإلكترونية للبنوك من خلال زيادة الإنفاق في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المرتبطة بالخدمات البنكية عن بعد، وهذا لمواكبة التطورات العالمية في مجال تطوير الخدمات البنكية.

ومما لا شك فيه فإن تجسيد هذه الاقتراحات في ميدان العمل سيكون له الأثر الإيجابي في تطوير الخدمات البنكية بما يتماشى مع متطلبات عصر اقتصاد المعرفة، في البنوك الجزائرية بصفة عامة والبنوك العاملة بولاية عين تموشنت بصفة خاصة.

ثالثاً: آفاق الدراسة.

أثناء معالجتنا لإشكالية البحث والتي تناولت آليات تطوير الخدمات البنكية في ظل إقتصاد المعرفة وجدنا العديد من الجوانب التي يمكن مواصلة البحث فيها نذكر منها:

- دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمات البنكية في ظل الانتقال الإقتصاد المعرفة وتحقيق الميزة التنافسية.
- دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمات البنكية وتحقيق الميزة التنافسية.
- أثر تكنولوجيا المعلومات على تطوير الخدمات البنكية.
- أثر وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة على جودة الخدمة البنكية.
- آليات تفعيل الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية.



قائمة المراجع



المراجع بالعربية:

الكتب:

1. أحمد محمود أحمد ، تسويق الخدمات المصرفية . مدخل نظري- تطبيقي، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان الأردن:2001..
2. تامر البكري ، أحمد الرحومي ، تسويق الخدمات المصرفية .الأردن :دار النشر والتوزيع، عمان ، الاردن، الطبعة(01)، 2008.
3. محسن احمد الخضيرى. التسويق المصرفي.مدخل متكامل للبنوك لإمتلاك منظومة المزايا التنافسية في عالم مابعد الجات. ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع. القاهرة ، مصر.1999.
4. محمود جاسم الصميدي. ردينة عثمان يوسف، غدارة المنتجات. الطبعة .01. دار الميسر للنشر والتوزيع. عمان.2011.
5. هاني حامد الضمور. تسويق الخدمات المصرفية .دار وائل للنشر.الطبعة (01) 2002.
6. اياد عبد الفتاح النسور، تسويق المنتجات المصرفية، ط، 1 دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
7. تسييرالمجاومة. التسويق المصرفي. دارالحامد للنشر والتوزيع الطبعة الأولى. الأردن(2005).

8. خبابة عبدالله. الإقتصاد المصر في الطبعة الأولى. دار شباب الجامعة لنشر والتوزيع الإسكندرية. مصر. 2008.
9. أحمد يوسف دودين. إدارة الجودة الشاملة. الاكاديميون للنشر والتوزيع. عمان الأردن. الطبعة (01). 2012.
10. ربيعي مصطفى عليان. إقتصاد المعلومات. الطبعة الأولى. دار الصفاء لنشر والتوزيع. الأردن. 2010.
11. رشاد العصار، ورياض الحلبي. النقود والبنوك. عمان: دار الصفاء لنشر والتوزيع الطبعة الأولى. (2000).
12. سراج الدين. التجارة الإلكترونية دراسة تكنولوجية وتطبيقية. الطبعة الأولى. القاهرة مصر: المجموعة العربية لتوزيع والنشر (2009).
13. سعيد محمد المصر. إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية. الإسكندرية: دار الجامعية. (2001).
14. سمر توفيق صبرة.. التسويق الإلكتروني. دار الإعصار العلمي للنشر. طبعة الأولى. الأردن. (2010).
15. طارق طه. إدارة البنوك في بيئة العولمة والأنترنترنت الطبعة الأولى. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي لنشر والتوزيع. (2007).
16. عدنان داوود هدى زوبير مخلف الدعيمي. الإقتصاد المعرفي وإنعكاساته على التنمية البشرية نظرية وتحليل في الدول العربية مختارة الطبعة الأولى. الأردن. دار الجرب لنشر والتوزيع. 2010.
17. ربيعي مصطفى عليان. اقتصاد المعرفة، الطبعة الأولى. دار الصفاء لنشر والتوزيع عمان الأردن. (2012).

18. محمد شاهين. الاقتصاد المعرفي واثره على التنمية الاقتصادية للدول العربية. دار حميثرا للنشر والترجمة. (2018).
19. محمد حسن. المسؤولية الإلكترونية الطبعة الأولى. مصر: دار الجامعة الجديدة لنشر والتوزيع. (2003).
20. محمود جاسم، و وردنية عثمان. التسويق المصرفي مدخل إستراتيجي كمي تحليلي. دار المناهج للنشر والتوزيع: عمان الأردن. (2005).
21. ناجي الذيب المعلا. الأصول العلمية لتسويق المصرفي. الطبعة الأولى. الأردن. دار المسيرة لنشر والتوزيع. 2015 .
22. ناجي معلا. أصول التسويق المصرفي. لبنان: دار الصفاء للنشر. (1994).
23. نجم عبود نجم. إدارة المعرفة المفاهيم والإستراتيجيات والعمليات الطبعة الأولى. الأردن : مؤسسة الوراق لنشر والتوزيع. (2008) .
24. هوارى معراج. تأثير السياسات التسويقية على تطوير الخدمات المصرفية في مصارف التجارية الجزائرية (2005) .

مذكرات:

1. آسيا قاسيمي. أثر العولمة المالية على تطوير الخدمات المصرفية وتحسين القدرة التنافسية للبنوك التجارية أطروحة لنيل شهادة الدكتوراة في العلوم الاقتصادية. كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية. جامعة الجزائر. 2015.
2. سليمة عبد الله . دور تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية في تفعيل النشاط البنكي، مذكرة ماستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم تسيير والعلوم التجارية. الجزائر: جامعة الحاج لخضر. باتنة. الجزائر. 2008-2009.

3. عيشوش عبدو. تسويق الخدمات المصرفية في البنوك الاسلامية، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية. جامعة الحاج لخضر باتنة. الجزائر. 2008-2009.
4. عبد القادر بريش. التحرير المصرفي و متطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية. أطروحة لنيل شهادة الدكتوراة في العلوم الاقتصادية. كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. جامعة الجزائر 03. 2006.
5. رياض بن صوشة. رأس المال الفكري كمورد استراتيجي لتحقيق الميزة التنافسية في ظل اقتصاد المعرفة. دراسة حالة على المؤسسة الوطنية للجيوفيزياء. اليوم الدراسي حول: الموارد الإستراتيجية الرهان الأقوى لتمييز بين المؤسسات الاقتصادية في ظل الاقتصاد اللامادي، يوم 62 أفريل. المركز الجامعي بالوادي. الجزائر.(2011).
6. محمد شكرين. بطاقة الإتمان في الجزائر رسالة ماجستير تخصص نقود و مالية. الجزائر: جامعة الجزائر. (2006).
7. سمعي سمير. إقتصاديات المعرفة في الجزائر الواقع ومتطلبات التحول أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة) غير منشور جامعة العربي بن مهيدي. أم البواقي الجزائر. 2015.
8. عباس بويش. دور الخدمات الإلكترونية المصرفية في تعزيز الميزة التنافسية في القطاع البنكي مذكرة لنيل شهادة الماستر جامعة عبد الحميد بن باديس مسغانم. الجزائر. 2017.

المجلات والملتقات:

1. محمود حسن المرسومي. واقع الإقتصاد المعرفي في العراق والإستفادة من تجارب بعض البلدان الآسيوية. مجلة الكوت للعلوم الإقتصادية والإدارية. العدد 26. 2017.

2. نعيمة بارك، تنمية الموارد البشرية في ظل اقتصاد المعرفة كأداة لتحقيق رأس المال الفكري في الجزائر الواقع والمأمول. مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية. جامعة حسيبة بن بوعلي. الجزائر شلف. العدد 16 جوان. 2014.
3. بوطالب قويدر،، بوطيبة فيصل. الإندماج في إقتصاد المعرفة الفرص والتحديات. مداخلة مقدمة ضمن الملتقى في الدولي حول التنمية البشرية وفرص الإندماج في إقتصاد المعرفة والكفاءات البشرية. الجزائر: جامعة ورقلة. 10 مارس 2004.

المراجع بالأجنبية:

1. dayan, l., & hoh, b. (2005).
2. Eiglier Pierre et Eric Langeard, « servuction: le marketing des services », 7ème tirage, Ed. science internationale, 1999
3. MCLVEV.1 & c naylor. Marking financial services. Instituter of banques.1998.
4. Mazi P et autres."une nouvelle economie".in finance& Developpement.volume .38.n° 02. (2001)

مواقع:

عصام بن يحي الفيلالي. رائد الإستراتيجيات المرنة، مكتب الريادة الحديث على الموقع www.regadooffice.com. تم تصفح الموقع يوم 2023/02/23. على الساعة 15:19.



قائمة الملاحق





وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عين تموشنت بلحاج بوشعيب

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير



آليات خدمات القطاع البنكي وتطويرها في ظل إقتصاد المعرفة

دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي بولاية -عين تموشنت-

استمارة استبيان :

السادة عملاء البنك، السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته.....

تحية طيبة، وبعد

تقوم الطالبتان بإجراء دراسة ميدانية تهدف إلى قياس " آليات القطاع البنكي وتطويرها في ظل اقتصاد المعرفة " وذلك في طور الإعداد لشهادة الماستر " تخصص اقتصاد بنكي ونقدي "

وعليه فإننا نرجو منكم التكرم بمساعدتنا والإجابة على الأسئلة المطروحة والفقرات المطروحة من خلال التعبير عن رأيكم بوضع علامة (x).

كما نعلمكم أن هذا الاستبيان لأغراض البحث العلمي فقط وأن كل إجاباتكم ستحظى بالسرية التامة.

تقبلوا فائق التحية والاحترام

إشراف الأستاذ : د. حولية

إعداد الطالبتين :

يحيى

- بن ميرة ربحان

- عمارة منال

الجزء الأول: البيانات الشخصية

(1) الجنس

أنثى

ذكر

(2) العمر

31 - 40 سنة

19 - 30 سنة

أكثر من 50 سنة

41 - 50 سنة

(3) الدرجة العلمية

بكالوريا

مستوى ثانوي

شهادة أخرى

مستوى جامعي

(4) الخبرة المهنية

6 - 10 سنوات

أقل من 5 سنوات

أكثر من 15 سنة

11 - 15 سنوات

الجزء الثاني: محاور الدراسة.

المحور الأول: آليات خدمات القطاع البنكي .

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	يقدم الموقع الإلكتروني للبنك خدمات مصرفية للزبائن.					
02	يعتمد نظام المعلومات في البنك بشكل كلي على الكمبيوتر.					
03	يقوم البنك بعمليات التحويل المالي إلكترونياً.					
04	يعتمد البنك على نظام المقاصة الإلكترونية.					
05	يملك البنك القدرة على ابتكار منتجات و أساليب مصرفية جديدة.					
06	يستطيع البنك التخلي عن الأعمال الورقية والتحول إلى النظام الإلكتروني بشكل كلي.					
07	الإقبال على الشبابيك أصبح قليلاً بعد اعتماد على الموزع الآلي.					
08	يوفر البنك أنظمة حماية متطورة للبرامج المستخدمة في البنك .					

المحور الثاني: إقتصاد المعرفة.

الرقم	العبارات	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
09	تتم عملية انتقال المعرفة في البنك من الخبراء الموظفين القدم.					
10	يعتمد توزيع المعرفة داخل البنك وبين فرعه يعتمد على الانترنت و الاكسترنات .					
11	يتم تخزين المعرفة بالاعتماد على التخزين الالكتروني (الحاسبات الالكترونية و الأقراص المضغوطة).					
12	يواجه الموظفون صعوبة في انتقال معارفهم .					
13	يتم تخزين المعرفة بالاعتماد على المستندات الورقية .					
14	يقوم البنك باستشارة خبراء للاستفادة من معارفهم و خبراتهم لدعم عملية تطوير الخدمات المصرفية .					
15	يسعى البنك لتطوير معارف العمال عن طريق تنظيم دورات تدريبية و ملتقيات .					
16	يعتمد البنك في توزيع المعرفة على النشرات و المجالات .					

شكرا على حسن تعاونكم معنا

الملخص:

يعتبر إقتصاد المعرفة من أهم المفاهيم التي لاقت إهتماما كبيرا من طرف الباحثين خاصة في الأونة الأخيرة، حيث شهد العالم في القرن الواحد والعشر ونقفزة لم يسبق مثلها أدت إلى زيادة دور المعرفة والمعلوم في الإقتصاد، مما سمح للمعرفة بأن تكون المحرك الأساسي للإنتاج الإقتصادي كما تعد المعلومات والبيانات من أهم الأمور التي أصبح التركيز عليها في الإقتصاديات الحديثة، لذا من الضروري فهم عناصر المعرفة وعلاقتها المتشابكة مع الإقتصاد، تعتبر كمدخل أساسي لإدراك ماهية إقتصاد المعرفة.

ويعتبر إقتصاد المعرفة نمط متطور قائم على الاستخدام الواسع للمعلوماتية بشكل عام ولشبكات الأنترنت بشكل خاص في مختلف أوجه النشاطات الإقتصادية. ومن بين أهم القطاعات التي كان لها تأثير من طرف إقتصاد المعرفة نجد القطاع البنكي، حيث تغيرت أغلب خدماته من التقليدية إلى خدمات إلكترونية حديثة وتأتي أهمية البحث من عرض الدور الذي يلعبه إقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات البنكية، حيث أظهرت الدراسة الميدانية على مستوى البنك الخارجي الجزائري -لعين تيموشنت- أهمية عناصر إقتصاد المعرفة من إنتاج وصناعة المعرفة والإبتكار المصرفي وتطبيق مفهوم البنك التعليمي، ووجود ركيزة تحتية متطورة لتكنولوجية المعلومات في تطوير الخدمات البنكية.

الكلمات المفتاحية: المعرفة؛ الإبتكار؛ تكنولوجيا المعلومات؛ تطوير الخدمات المصرفية

Abstract:

The knowledge economy is considered one of the most important concepts that have received great attention from researchers, especially in recent times, as the world witnessed in the twenty-first century an unprecedented leap that led to an increase in the role of knowledge and information in the economy, allowing knowledge to be the main engine of economic production as well as information and data. One of the most important things that the focus has become in modern economies, so it is necessary to understand the elements of knowledge and its intertwined relationship with the economy. It is considered as an essential entry point for realizing what the knowledge economy is. The most important sectors that had an impact on the part of the knowledge economy, we find the banking sector, where most of its services changed from traditional to modern electronic services. Timoshant - The importance of knowledge economy elements such as the production and industry of knowledge, banking innovation, the application of the concept of the educational bank, and the presence of an advanced infrastructure for information technology in the development of banking services.

Keywords: knowledge; innovation; information technology; Development of banking services