الآيـــــــــــة

قال الله تعالي:

{فَتَعَالَى اللَّهُ الْمَلِكُ الْحَقُّ وَلَا تَعْجَلْ بِالْقُرْآنِ مِن قَبْلِ أَن يُقْضَىٰ إِلَيْكَ وَحْيُهُ وَقُل رَّبِّ زِدْنِي عِلْمًا}

صدق الله العظيم

سورة طه الاية (114)

الإهـــــــــداء

إلى الصنيع الذاخر الفياض والمرفأ والمعطاء

أمي وأبي

إلي الذين منحوني مزيداً من الثقة لمواصلة المشوار فأعطوني

بلا حدود بلا كلل ولا ملل

إلي مفخرتي دومًا أساتذتي

إلي أخواني وأخواتي وأصدقائي الأوفياء ـ الذين تعلمت منهم معني

الحياة والوصول إلي المرامي العالية

إلي كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي المتواضع لعلي أوفيهم قليلاً

من إغداقهم علي

وما جزاء الإحسان إلا الإحسان

الشكر والتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على رسوله الصادق الأمين وعلى آله وصحبه أجمعين، بعد أن من الله علي بإتمام دراستي هذه لا يسعني إلا أن أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الإمتنان إلى جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا- كلية الدراسات العليا .،وكلية الدراسات التجارية ...

وأتوجه بجزيل الشكر والتقدير إلى أستاذي الجليل الدكتور/ **الطاهر أحمد محمد علي** لما قدمه لي من رعاية وتشجيع منذ توليته الإشراف على هذه الدراسة فاستفدت من فكره العلمي وخبرته الواسعة فله مني كل الشكر والتقدير.

كما أتقدم بوافر الشكر والتقدير إلى لجنة المناقشة والمتمثلة في الدكتور عادل عيسى رئيس قسم الادارة والدكتور موسي مدير المركز الفني

كما أتقدم بشكر وعظيم الإمتنان الي أسرة بنك أمدرمان الوطني لما قدموه لي من عون و إلى كل منساهم في إثراء هذه الدراسة فلهم مني كل الشكر والتقدير.

مستخلص البحث

تهدف هذه الدراسة الى توضيح واقع اتمتة الخدمات المصرفية واثرها على رضاء العملاء وولائهم ، ومعرفة مدي تاثير التكنلوجيا علي المصارف من حيث رفع جودة ادائها واستقطاب عملاء جدد للمصرف فضلا عن توضيح مدي تفاعل العملاء مع الخدمات المصرفية المؤتمتة المتاحة .

اجريت الدراسة في بنك امدرمان الوطني من خلال مقابلات شخصية لبعض الموظفين ، ومن خلال استبيان اعد خصيصا لهذا الغرض وتم توزيعه علي عينة من العملاء في المصرف .

تتلخص النتائج والتوصيات التى حصل عليها الباحث نتيجة لاختبار الفرضيات ونتيجة لتحليل الاحصائى والنسب المئوية لاجابات بعض الاسئلة الواردة في المقابلة والاستبيان بالنقاط التالية :

-تؤثر اتمتة الخدمات المصرفية علي جذب عملاء جدد للمصرف

-تؤثر اتمتة الخدمات المصرفية علي رضا وولاء العملاء

- توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين عدد اجهزة الصراف الالي وعدد عملاء المصارف

-ان اجهزة الصراف الالي تقوم بتوفير الوقت والجهد لعملاء المصارف

Abstract

This study aims to clarify the reality of automation of banking services and its impact on customer satisfaction and loyalty, and knowledge of the impact of technology on the banks in terms of raising the quality of their performance and attract new customers to the bank as well as to clarify the extent of interaction with customers automated banking services available.

The study was conducted in Omdurman National Bank through personal interviews to some of the staff, and through a questionnaire prepared specifically for this purpose and was distributed to a sample of customers in the bank.

Summarized the findings and recommendations obtained by the researcher as a result of hypothesis testing and the result of the statistical analysis and the percentages of answers some questions contained in the questionnaire and interview the following points:

- Affect the automation of banking services to attract new customers to the bank

- Affect the automation of banking services to the customers' satisfaction and loyalty
- There is a statistically significant relationship between the number of ATMs and the number of bank customers
- That the ATM you save time and effort for bank customers

قائمة المحتويات

المحتويات	رقم الصفحة
الآية	أ
الإهداء	ب
الشكر والتقدير	ج
مستخلص البحث	د
Abstract	هـ
قائمة المحتويات	و
قائمة الجداول	ح
الفصل الأول: الإطار العام والدراسات السابقة	
ولاً : الإطار العام للبحث	**1**
ثانيا: الدراسات السابقة	**8**
الـفـصل الأول : الإطار النظري للبحث	
مقدمة تمهيدية	**14**
المبحث الأول: اتمته الخدمات المصرفية	**15**
المبحث الثاني: رضاء العملاء ولاء العملاء**Customer's loyalty**	**33**
المبحث الثالث: المصارف التجارية	**43**
الفصل الثالث: إجراءات الدراسة الميدانية	

مجتمع البحث	**60**
عينة البحث	**60**
المقابله	**60**
الإستبيان	**57**
الفصل الرابع: تحليل ومناقشة النتائج	65
الفصل الخامس	
ولاً : النتائج	**90**
ثانيا: التوصيات	**91**
الخاتمة	**92**
قائمة المصادر والمراجع	**97**
الملاحق	**99**

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
(1-1)	استخام التكنلوجيا في الخدمة المصرفية	**17**
(1-2)	نمؤ مكائن الصراف الالي في اوربا	**21**
(2-1)	مقاييس مدي رضاء العملاء عن الخدمة	**34**

(4-2-1)	عينة النوع حسب الدراسة	65
(4-2-2)	عينةالدراسة حسب العمر	65
(4-2-3)	عينة الدراسة حسب طبيعة العمل	66
(4-2-4)	الحالة الاجتماعية	66
(4-2-5)	المؤهل العلمي	67
(4-2-6)	العبارة الاولى من الفرضية الاولي	68
(4-2-7)	العبارة الثانية من الفرضية الاولي	68
(4-2-8)	العبارة الثالثة من الفرضية الاولي	69
(4-2-9)	العبارة الرابعة من الفرضية الاولي	69
(4-2-10)	العبارة الخامسة من الفرضية الاولي	70
(4-2-11)	العبارة السادسة من الفرضية الاولي	70
(4-2-12)	العبارة السابعة من الفرضية الاولي	71
(4-2-13)	العبارةالثامنة من الفرضية الاولي	72
(4-2-14)	العبارة التاسعة من الفرضية الاولي	72
(4-2-15)	الوسط الحسابي والانحراف المعياري بالاضافة الي درجة الحرية والقيمة الاحتمالية للفرضية الاولي	73
(4-2-16)	العبارة الاولي للفرضية الثانية	75
(4-2-17)	العبارة الثانية للفرضية الثانية	75
(4-2-18)	العبارة الثالثة للفرضية الثانية	76
(4-2-19)	العبارة الرابعة للفرضية الثانية	76
(4-2-20)	الوسط الحسابي والانحراف المعياري بالاضافة الي درجة الحرية والقيمة الاحتمالية للفرضية الثانية	77
(4-2-21)	الصعوبات في التعامل مع جهاز الصراف الالي	78
(4-2-22)	الاجابة بنعم	78
(4-2-23)	اجهزة الصراف الالي كافية لاتاحة الخدمة	79
(4-2-24)	استخدام بطاقة الصراف الالي في عملية الشراء	79

(4-2-25)	الاجابات بلا	**80**
(4-2-26)	اهم الخدمات المصرفية المستخدمة من قبل العملاء	**80**
(4-2-27)	اضافة خدمات جديدة	**81**
(4-2-28)	العبارة الاولى للفرضية الثالثة	**82**
(4-2-29)	العبارة الثانية للفرضية الثالثة	**82**
(4-2-30)	العبارة الثالثة للفرضية الثالثة	**83**
(4-2-31)	العبارة الرابعة للفرضية الثالثة	**83**
(4-2-32)	العبارة الخامسة للفرضية الثالثة	**84**
(4-2-33)	العبارة السادسة للفرضية الثالثة	**85**
(4-2-34)	العبارة السابعة للفرضية الثالثة	**85**
(4-2-35)	العبارة الثامنة للفرضية الثالثة	**86**
(4-2-36)	العبارة التاسعة للفرضية الثالثة	**86**
(4-2-37)	الوسط الحسابي والانحراف المعياري بالاضافة الي درجة الحرية والقيمة الاحتمالية للفرضية الثالثة	**87**