

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة -

ميدان: علوم الاقتصادية والتسيير والتجارة

فرع: التجارة

تخصص: بنوك



كلية علوم الاقتصادية والتسيير والتجارة

قسم التجارة

رقم:

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

إعداد الطالبة: علي زغلاش صورية

تحت عنوان

استخدامات تكنولوجيا الاعلام والاتصال ودوره في تفعيل
النشاط البنكي - دراسة حالة بنك الخليج وكالة المسيلة -

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة المسيلة	اسم ولقب الأستاذ قري عبد الرحمان
مشرفا و مقررا	جامعة المسيلة	اسم ولقب الأستاذ بدار عاشور
مناقشا	جامعة المسيلة	اسم ولقب الأستاذ روازقي محمد

السنة الجامعية : 2017/2016

شكر وتقدير

إهداء

قائمة الأشكال والجداول

مقدمة عامة

02.....	الفصل الأول : الإطار النظري للدراسة.....
03.....	المبحث الأول : ماهية النظام ال.....
03.....	المطلب الأول: مفهوم البنك.....
04.....	المطلب الثاني: أنواع البنوك.....
06.....	المطلب الثالث: أهمية البنوك ووظائفها.....
07.....	المطلب الرابع: وظائف البنوك.....
08.....	المبحث الثاني: عموميات حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال.....
08.....	المطلب الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال.....
09.....	المطلب الثاني: مزايا وعيوب تكنولوجيا المعلومات والاتصال.....
10.....	المطلب الثالث: استخدامات تكنولوجيا المعلومات في البنوك.....
13.....	المطلب الرابع: تحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصالات.....
15.....	خلاصة الفصل الأول.....
17.....	الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية ببنك الخليج وكالة المسيلة.....
18.....	المبحث الأول : نبذة عامة عن المؤسسة محل الدراسة.....
18.....	المطلب الأول: تقديم عام لبنك الخليج الجزائر.....
24.....	المطلب الثاني : مهام بنك الخليج الجزائر AGB وتوجهاته الاستراتيجية.....
25.....	المطلب الثالث : تقديم وكالة بنك الخليج الجزائر وكالة المسيلة.....
31.....	المبحث الثاني: دراسة لعينة من الموظفين والإطارات السامية ببنك الخليج وكالة المسيلة...31.....
31.....	المطلب الأول: منهجية الدراسة الميدانية.....
33.....	المطلب الثاني: عرض وتحليل البيانات الشخصية و المعطيات العامة.....
36.....	المطلب الثاني: تحليل الثبات والصدق واختبار اللاتبيعية للاستبيان.....
40.....	المطلب الرابع: تحليل الاستبيان.....
52.....	خلاصة الفصل الثاني.....

الخاتمة العامة.

قائمة المراجع.

قائمة الملاحق.

ملخص الدراسة.

شكر و تقدير:

بعد حمد الله والصلاة على أفضل خلق الله صلى الله عليه وسلم

أحمد الله عز وجل حمدا كثيرا طيبا على ما أنعم و تكرم و سخر و سهل

فاعن اهتديت فمن الله وان أظلمت فمني

أتوجه بخالص الشكر والعرفان لأخي الأكبر الذي كان ولا يزال يدعمني بدعم

الوالدين رحمة الله عليهما وجعلهما في الفردوس الأعلى كما ربياني صغيرا

وجزيل الشكر والتقدير للأستاذ بدار عشور مشرفا على هذا البحث القيم

الذي لم يبخل علينا من علم وتوجيهات

وأشكر الأساتذة الذين شرفوني بحضورهم لجنة المناقشة

وفي الأخير

أشكر كل من مدّ لي يد المساعدة وساهم لإتمام هذا البحث

إهداء :

باسم الله الذي هداني وعلمني وأنار دربي ورزقني بعائلة طيبة الأعراق أهدي هذا العمل المتواضع إلى والديا رحمة الله عليهما وجعلهما في فسيح جنانه

أهدي هذا العمل المتواضع :

إلى من كانت تنظر نظرة الحيرة والحنان ولعبة دورة الأم في الحب والعناء أختي الغالية سارة وزوجها مراد الذي ساعدها في هذا الدور حفظكما الله وأدام عليكم الصحة والهناء إلى من كان رمز الصمود والسند القوي في السراء والضراء أخي ميلود أدامه الله و رزقه على نياته وطيبة قلبه

إلى أستاذي بدار عاشور المشرف والناصح والموجه ومنبع العلم القيم

قدرك الله في المزيد من العطاء

إلى إخوتي وأخواتي : صهيب، عماد، إناس ،سفيان

إلى من شاركني العمل من قريب او من بعيد

إلى الاصدقاء والزملاء الدراسة والعمل

إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل وثمره جهدي

صورة

قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
28	الهيكل التنظيمي لبنك الخليج الجزائر وكالة المسيلة	01
33	توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي	02
35	توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة	03
36	توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في الوظيفة	04

قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
32	توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي	01
34	توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة	02
35.	توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في الوظيفة	03
41	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد العينة حول المحور الأول	04
42	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد العينة حول المحور الثاني	05
45	اختبار ستودنت Test-t لإجابات أفراد العينة لأسئلة المحور الأول	06
47	اختبار ستودنت Test-t لإجابات أفراد العينة لأسئلة المحور الثاني	07
49	مصفوفة الارتباط المشترك	08
50	تحليل التباين للمحور الأول و الثاني	09
51	تحليل التباين للمحور الأول و الثاني	10

مقدمة:

يشهد العالم اليوم ثورة رقمية في جميع مجالات الحياة و حركة كبيرة في مجال المعلوماتية وثورة
تكنولوجية كبيرة حيث أصبحت تكنولوجيا المعلومات أحد أهم أعمدة منظمات الأعمال الحديثة، وتشكل
عنصرا كبيرا في موازنتها الرأسمالية.

فالمعلومة حاليا أضحت في متناول مستخدميها بالحجم والكمية المطلوبة، لذلك أصبح لها دور
محوري وتأثيرا كبيرا على جميع الأصعدة وخاصة في المجال الاقتصادي والتجاري، لذلك فالمعلومة
تمثل مصدر قوة لدى المؤسسات الاقتصادية حيث تقاس قوة المؤسسات بحجم المعلومات التي تمتلكها
ونوعية المعلومات المملوكة، فالمؤسسات تتلقى يوميا حجما معتبرا من المعلومات المختلفة سواء
المتعلقة بنشاطاتها الداخلية أو حركية الأسواق أو أنشطة المنافسين، لذلك تم تسمية عالم اليوم باقتصاد
المعرفة.

فتكنولوجيا المعلومات تمثل عنصرا مهما من عناصر الميزة التنافسية للمؤسسات، ومما لا شك
فيه، أن جميع البنوك والمؤسسات المالية وشركات الخدمات قد أصبحت أكثر اعتمادا على تكنولوجيا
المعلومات في تقديم خدماتها، إلى درجة أن أي عطل أو خلل في تكنولوجيا المعلومات يؤدي في
الغالب إلى توقف الخدمة ذاتها.

فالمؤسسات أصبحت تواجه شكل جديدا من المنافسة لم يعرف من قبل، حتى أن البعض اصطلح
على تسمية هذا الوضع بالثورة الجديدة التي غيرت مجرى الحياة في جميع النواحي الاقتصادية
والاجتماعية والثقافية حيث ساعدت على انتشار وتوسع ما يعرف بالعلومة المالية و الاقتصادية.

ومن أجل ذلك تم استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة لقدرتها الهائلة على التخزين وسرعتها
الفائقة في الاسترجاع وبذلك دخلت تكنولوجيا الاتصال الحديثة كمبتكر جديد ضمن أهم البنى التحتية
للمؤسسات وكمدخل من مدخلات المؤسسة الحديثة المفتوحة التي تريد أن تواكب التطورات الجديدة ،
فشبكات الاتصال المتطورة بمردوديتها العالية بإمكانها تحقيق مكاسب مباشرة فهي تمكن من الاتصال
بسهولة أكبر وتساهم في الوصول إلى مصادر المعلومات.

ومع المزايا الكبيرة التي تتمتع بها تكنولوجيا الاتصال الحديثة نجد أن بعض المؤسسات في أرجاء
العالم وبغض النظر عن نشاطها تستخدم تكنولوجيا الاتصال الحديثة في نشاطاتها لتضاف إلى سلسلة

القنوات الاتصالية التقليدية المستخدمة وذلك للاتصال بالفروع والأقسام وكذا مختلف الفاعلين الداخليين أو الخارجيين على السواء.

1- طرح الإشكالية:

يتجه العالم نحو اقتصاد المعرفة الذي تزداد فيه نسبة القيمة المضافة المعرفية بشكل كبير، والذي أصبحت فيه السلع المعرفية أو سلع المعلومات من السلع الهامة جدًا، وتساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في نمو اقتصاد المعرفة لذلك فالمحيط الاقتصادي الجزائري ليس بمعزل عن التطورات الحاصلة على الصعيد الدولي، فالمؤسسات الجزائرية ليست بمنأى عن هذه التطورات وعن مواكبتها فهي تحتك بغيرها من المؤسسات من خلال مختلف تعاملاتها مما يحتم عليها مسايرتها واعتمادها في نشاطها وأعمالها، وتعتبر البنوك من أهم المؤسسات المستخدمة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال حيث أدركت أهمية تكنولوجيا الاتصال الحديثة وانعكاساتها على الاتصال وتطوير خدماتها وتعزيز تنافسيتها، حيث تسعى البنوك إلى تعزيز اعتمادها على تكنولوجيا الاتصال الحديثة بغية تفعيل نشاطها والرفع من مردوديتها لذلك في ظل التغيير السريع الذي يميز النشاط الاقتصادي بصفة عامة و النشاط البنكي بصفة خاصة، تسعى البنوك الجزائرية إلى كسب رهان الاعتماد على تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال لكنها وجدت صعوبة في ذلك نظرا للعراقيل التي صادفتها في التعامل مع معطيات الاقتصاد الرقمي الجديد من برامج و نظم معلومات، ففي هذا السياق هل التعامل مع معطيات الاقتصاد الرقمي الجديد لمواكبة تطورات البنوك العالمية هي ضرورة لتحسين نشاط البنوك الجزائرية أم هي أداة لزيادة فعالية و كفاءة أنشطة البنوك الجزائرية

على ضوء ما تقدم يمكن إبراز إشكالية الدراسة في التساؤل الجوهري الآتي:

إلى أي مدى يؤثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الأداء البنكي؟

يندرج تحت هذا السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية :

- هل يتم استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل البنوك ؟
- هل ساهم اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل النشاط البنكي؟
- ماهي أهم معوقات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في البنوك الجزائرية؟

2- فرضيات الدراسة:

للإجابة على إشكالية الدراسة المطروحة قمنا باعتماد الفرضيات التالية:

- تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل أنشطة البنوك عبر زيادة فعالية أداء مختلف مصالحها.
- لا تستخدم البنوك الجزائرية تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل كبير في نشاطها البنكي مما يقلل من استفادتها منها؛
- تعاني البنوك الجزائرية العديد من المعوقات خاصة في تدريب العنصر البشري واقتناء سائل الإعلام والاتصال تحول بينها وبين استفادتها من مزايا تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

3- دوافع اختيار الموضوع:

اختيار الموضوع كان لاعتبارات ذاتية وأخرى موضوعية والتي نحاول من خلالها:

- دراسة الإطار الفكري و المفاهيمي لموضوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال وعلاقته بالنشاط البنكي حيث يعتبر من بين المواضيع الحساسة والمهمة نظرا للتطورات الحاصلة في مجال الإعلام والاتصال وانتقالنا لما يسمى باقتصاد المعرفة ؛
- قياس مدى تأثير اعتماد تكنولوجيا الإعلام والاتصال على النشاط البنكي؛
- اندراج الموضوع ضمن متطلبات العصر حيث تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير مختلف مجالات الحياة وتعزيز أنشطة المؤسسات ومن ضمنها البنوك؛

4- أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من النقاط الأساسية التالية:

كون موضوع الإعلام والاتصال من أهم المواضيع المتداولة في الساحة الاقتصادية فهو يتميز بتحولاته السريعة وتطوره الكبير حيث أصبح يمس ويشغل جميع مجالات النشاط الاقتصادي ، لذلك أردنا معرفة درجة تأثير النشاط البنكي بالتحويلات الحاصلة في مجال الإعلام والاتصال ومدى مساهمتها لاقتصاد المعرفة خاصة وأن معظم أنشطته أصبحت مرتبطة بها.

5- أهداف الدراسة:

الهدف الأساسي لهذه الدراسة هو إبراز تأثير اعتماد تكنولوجيا الإعلام والاتصال على النشاط البنكي كما تسعى هذه الدراسة كذلك إلى تحقيق جملة من الأهداف الأخرى أهمها:

محاولة الطالبة البحث في موضوع مهم وهو تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومحاولة ربطه بالنشاط البنكي نظرا لما أصبحت تلعبه وسائل الاتصال من دور محوري في أداء البنوك ونشاطاتها حيث أصبحت تعتمد عليها بشكل كلي في تسيير وظائفها ونشاطاتها .

محاولة الطالبة فتح باب جديد للبحث العلمي وهو مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

6- منهج الدراسة:

نظرا لطبيعة الموضوع وبغرض الإحاطة بمختلف جوانبه للإجابة على التساؤلات المطروحة واختبار صحة الفرضيات تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في معظم أجزاء الدراسة، باعتباره منهجا يركز على وصف دقيق للظواهر المختلفة وتحليلها بالإضافة إلى أسلوب دراسة الحالة، باعتباره أحد الأساليب التي يعتمد عليها المنهج الوصفي التحليلي وذلك بدراسة حالة أحد البنوك الجزائرية على مستوى ولاية المسيلة حيث سنحاول تطبيق جانب من الأدوات النظرية على البنك محل الدراسة تحقيقا لأهداف البحث السابقة ووصولاً لأفضل النتائج للإجابة على التساؤلات المطروحة.

7- أدوات البحث: تمثلت أدوات البحث المستخدمة في مايلي:

أ. في الجانب النظري:

سيتم الحصول على المعلومات من خلال:

- المسح المكتبي والغرض منه الوقوف على ما تناولته المراجع والمصادر المختلفة حول الموضوع.
- الاطلاع على بعض الدراسات السابقة وكذا بعض المجالات والدوريات.
- شبكة الانترنت.

ب. في الجانب التطبيقي: يتم الاعتماد على دراسة حالة بنك وذلك عن طريق اجراء دراسة ميدانية فيه وملاحظة اهم وسائل الاعلام والاتصال الموجودة فيه وطرق استخدامها وكيفية استخدامها، كما سنعتمد على أسلوب المقابلة مع موظفي البنك للحصول على التوضيحات اللازمة كما سيتم تدعيم الدراسة بالاستمارة لتقصي رأي عمال وموظفي البنك محل الدراسة في دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في نشاط البنك محل الدراسة ومعرفة درجة اعتمادهم عليها لتأدية مهامهم بغرض تدعيم ماتم التوصل إليه من خلال الدراسة النظرية وكذلك المقابلة.

8- تقسيمات الدراسة:

بغرض الإجابة على إشكالية الدراسة ارتأينا تقسيم دراستنا للموضوع إلى جانبين ، جانب نظري احتوى على فصل وحيد بعنوان استخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تفعيل النشاط البنكي احتوى على ثلاث مباحث يتطرق أولها لعموميات حول البنوك بينما الثاني يتناول تكنولوجيا الإعلام والاتصال ويحتوي الثالث على ما أثر العلاقة بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال على تفعيل النشاط البنكي.

الجانب تطبيقي احتوى على فصل واحد معنون بدراسة ميدانية لوكالة بنك الخليج فرع المسيلة جاء في مبحثين أولهما تعريف بميدان الدراسة والثاني عرض وتحليل نتائج الاستبيان.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

تمهيد:

أصبحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال من أهم ركائز منظمات الأعمال الحديثة وذلك نتيجة التطورات المتسارعة في مجال التكنولوجيا وانتشار الانترنت وثقافة الرقمنة، وعليه أصبحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال تمثل عنصرا مهما من عناصر الميزة التنافسية للمؤسسات وأحد أكبر تحدياتها المستقبلية، لذلك نجد أن أغلب البنوك والمؤسسات المالية أصبحت أكثر اعتمادا على تكنولوجيا المعلومات لتنفيذ تعاملاتها مع زبائنها.

سنحاول خلال هذا الفصل تسليط الضوء مختلف المفاهيم المتعلقة بالبنوك، وتكنولوجيا الإعلام والاتصال وذلك من خلال المباحث التالية:

- المبحث الأول : ماهية النظام البنكي.
- المبحث الثاني: عموميات حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول : ماهية النظام البنكي

تهدف البنوك أساساً إلى تحقيق الربح وذلك بجانب المساهمة في تنمية الاقتصاد الوطني، ويرتبط نشاط البنوك التجارية بتداول الأموال في صورتها النقدية حيث تقوم هذه البنوك بتجميع مدخرات الأفراد والمؤسسات والهيئات على شكل ودائع واستثمار هذه الودائع في إقراض الغير أو استثمارات أخرى تعود بفائدة على رأس المال المستثمر لدى البنك، إضافة إلى ذلك تقوم بتقديم خدمات للعملاء مقابل الحصول منها على فوائد.

المطلب الأول: مفهوم البنك

من الصعب ذكر مفهوم دقيق للبنوك، لان البنوك في معظم الدول تباشر نشاطها في الحدود التي ترسمها لها تشريعاتها، وتنص عادة هذي القوانين على تعريفاتها. فمن وجهة النظر الكلاسيكية يمكن القول أن البنك هو: تلك المنظمة التي تتبادل المنافع المالية مع مجموعات من العملاء بما لا يتعارض مع مصلحة المجتمع وبما يتماشى مع التغيير المستمر في البيئة المصرفية.

أما من وجهة النظر الحديثة فيمكن النظر إلى البنك على أنه: مجموعة من الوسطاء الماليين الذين يقومون بقبول ودائع تدفع عند الطلب أو لآجال محددة وتزاول عمليات التمويل الداخلي والخارجي وخدمته بما يحقق أهداف خطة التنمية وسياسة الدولة ودعم الاقتصاد القومي وتباشر عمليات تنمية الادخار والاستثمار المالي في الداخل والخارج بما في ذلك المساهمة في إنشاء المشروعات وما يتطلب من عمليات مصرفية وتجارية ومالية وفقاً للأوضاع التي يقرها البنك المركزي.

أولاً: تعريف البنك

تعرف البنوك استناداً لوظائفه الأساسية ، وفيما يلي اهم تعريفات :
حيث يعرف البنك أنه:"الوسيط بين الأموال التي تبحث عن الاستثمار وبين الاستثمار الذي يبحث عن التمويل اللازم".

كما يعرف كذلك البنك بأنه:" مكان التقاء عرض الأموال بالطلب عليها" وعليه يمكن القول بأن البنك هو المؤسسة التي تتخذ من الاتجار في النقود وظيفة لها.¹

¹ - حسين جميل البديري: البنوك مدخل إداري ومحاسبي، ط1، دار الوراق للنشر، عمان، الأردن ، 2003، ص 16.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

كما يمكن تعريفه بأنه: " مؤسسة مالية تقوم بتعبئة الادخارات الخاصة بالافراد والمؤسسات والقيام بمنح القروض لأطراف أخرى، ومنه فهي حلقة وصل بين طرفين متناقضين في أوضاعهما المالية وأهدافهما المستقبلية"¹.

فالبنوك تعمل كأوعية تتجمع فيها الأموال والمدخرات ليعاد إقراضها إلى من يستطيع ويرغب في الاستفادة وإفادة المجتمع عن طريق إعادة استثمارها وتوظيفها.²

من التعاريف السابقة يمكن القول أن البنك هو: تلك المنظمة التي تتبادل المنافع المالية مع مجموعات من العملاء بما لا يتعارض مع مصلحة المجتمع وبما يتماشى مع التغير المستمر في البيئة المصرفية، هذا من وجهة نظر الكلاسيكية.

أما من وجهة النظر الحديثة فيمكن النظر إلى البنك على أنه: مجموعة من الوسطاء الماليين الذين يقومون بقبول ودائع تدفع عند الطلب أو لآجال محددة وتزاول عمليات التمويل الداخلي والخارجي وخدمته بما يحقق أهداف التنمية وسياسة الدولة ودعم الاقتصاد القومي وتباشر عمليات تنمية الادخار والاستثمار المالي في الداخل والخارج بما في ذلك المساهمة في إنشاء المشروعات وما يتطلب من عمليات مصرفية وتجارية ومالية وفقاً للأوضاع التي يقرها البنك المركزي.

المطلب الثاني: أنواع البنوك

يتم تقسيم البنوك وفق عدة معايير فهي تقسم من ناحية الملكية إلى بنوك عامة التي تعود ملكيتها للدولة وهي من تقوم بتسييرها مثل البنوك المركزية وبنوك خاصة تعود ملكيتها للخواص، كما تقسم من حيث طبيعة الأعمال التي تزاولها البنوك إلى بنوك تجارية وبنوك صناعية وبنوك عقارية وبنوك زراعية، وهناك معيار ثالث ويعتبر المعيار الأكثر استعمالاً للفرقة بين البنوك وتقسيمها ألا وهو معيار مصادر الأموال وعليه يتم تقسيم البنوك إلى بنوك مركزية، بنوك تجارية (بنوك الودائع)، بنوك الأعمال أو الاستثمار.

¹ - الطاهر لطرش: تقنيات البنوك، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 07.

² - زياد رمضان، محفوظ جودة: الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، ط3، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2006، ص 03.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

أولاً: البنك المركزي

هي البنوك التي تنشئها الدولة لتتولى عملية الإشراف والتوجيه والرقابة على الجهاز المصرفي كما أن لها حق إصدار العملة والاحتفاظ بالأصول السائلة الخاصة بالدولة كالذهب والعملات الأجنبية، ويتكون رأسمال البنوك المركزية ما تخصصه لها الدولة وكذلك من ودائع البنوك التجارية لديها. ولذلك فإن البنك المركزي يختلف عن غيره من البنوك كونه لا يهدف إلى تعظيم الربح وإنما يتولى عمليات الإشراف والرقابة على وحدات القطاع المصرفي والتأثير على باقي البنوك خاصة فيما يتعلق بالائتمان والاقتراض البنكي، حيث يتولى البنك المركزي مسؤولية إصدار الأوراق النقدية اللازمة والقيام بدور المقرض الأخير للبنوك التجارية.¹

ثانياً: البنوك التجارية (بنوك الودائع)

البنوك التجارية هي: "البنوك تتكون أموالها الخاصة من رأس المال المملوك للشركاء وكذلك من الودائع التي يقدمها الأفراد والمؤسسات لغرض الاستثمار أو الحسابات الجارية". كما تعرف البنوك التجارية على أنها: "مؤسسات ائتمانية غير متخصصة تقوم بتلقي ودائع الأفراد القابلة للسحب لدى الطلب أو بعد أجل قصير، والتعامل بصف أساسية في الائتمان قصير الأجل"² لذلك فالشيء المميز في البنوك التجارية كونها تقوم بقبول الودائع، حيث يرى البعض تسميتها بالبنوك التجارية إنما هو قبيل الاعتياد وفقاً لما تعارف عليه الناس حيث أن هذه التسمية تم إطلاقها على هذه البنوك لاقتصار نشاطها في بادئ الأمر على تمويل الأنشطة التجارية، وانحصار هذا الدور في تقديم قروض قصيرة الأجل التي تقل مدتها عن السنة غير أن التوسع في الأعمال البنكية دفع البنوك التجارية إلى التعامل مع كافة المؤسسات وتنويع أنشطتها.³

ثالثاً: البنوك المتخصصة غير التجارية

هي البنوك التي تعتمد بشكل رئيسي على أموالها الخاصة بالإضافة إلى الودائع لأجل في قيامها بالأعمال التي أنشأت من أجلها ومن أهم هذه الأعمال تقديم القروض طويلة الأجل للمشروعات أو المساهمة فيها لأغراض الاستثمار والقانون سمح لهذه البنوك بإنشاء شركات استثمارية. حيث تتمثل

¹ - عبد الحميد الشواربي: إدارة المخاطر الائتمانية من وجهة النظر المصرفية والقانونية، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2002، ص 56.

² - حسين بن هاني: اقتصاديات النقود والبنوك، دار الكندي، الأردن، 2003، ص 02.

³ - محمد سعيد انور سلطان: إدارة البنوك، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2005، ص 12.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

أساسا في البنوك الصناعية والزراعية والعقارية فهي تقوم بالعمليات المصرفية التي تخدم نوعا معينا من النشاط الاقتصادي والتي لا يكون قبول الودائع تحت الطلب من أوجه أنشطتها الأساسية.

رابعا: البنوك الشاملة

يقصد بالبنوك الشاملة أنها البنوك التي تقوم على فلسفة التنوع في الخدمات التي تقدمها وذلك بتتويج مصادر التمويل ومجالات الاستثمار من مختلف القطاعات فهي تقوم بأعمال كل البنوك المتخصصة. وبذلك تجمع بين الأنشطة التقليدية المتمثلة في قبول الودائع ومنح الائتمان، وأنشطة غير تقليدية تتماشى مع التطورات الحالية من خلال استراتيجيه التنوع. إذن فالبنوك الشاملة تجمع بين وظائف متعددة وهي تقوم بكافة الأعمال البنكية التقليدية الخاصة بالإضافة إلى القيام بكافة أعمال الوساطة الاستثمارية فضلا عن أعمال التأمين وإضافة هذه البنوك إلى أعمالها والمشتقات المالية والعقود المستقبلية وكافة الأدوات المستحدثة في الاستثمار وإدارة المخاطر المالية.¹

خامسا: البنوك الالكترونية

عبارة عن البنوك التي تقدم الخدمات المصرفية التقليدية أو المبتكرة والتي يحتاجها العميل من خلال شبكة الانترنت على مدار (24) ساعة سبعة أيام في الأسبوع من خلال جهاز الحاسب الشخصي دون عوائق، فهي تمارس جميع النشاطات المصرفية التي تقوم بها البنوك أو المؤسسات غير البنكية وذلك من خلال الإنترنت ابتداء من مرحلة الإعلان عن الخدمات المصرفية وحتى التعاقد بشأنها وتسييرها، وبذلك فهي بنوك افتراضية تنشئ لها مواقع الكترونية على الانترنت لتقديم خدمات نفس خدمات موقع البنك من سحب ودفع وتحويل دون انتقال العميل إليها.²

¹ - أنظر: معهد الدراسات المصرفية، الكويت، السلسلة السادسة، العدد4، نوفمبر2013، ص 02 نقلا عن الموقع:

http://www.kibs.edu.kw/upload/EDAAT_Nov_2013_783.pdf تاريخ الاطلاع: 2017/03/08 الساعة: 23.49.

² - مقال ل: محمد سعد طالب الجبوري: البنوك الالكترونية، جامعة بابل، كلية الإدارة والاقتصاد، العراق، جوان 2006، متاح على

الموقع: <http://business.uobabylon.edu.iq>

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

المطلب الثالث: أهمية البنوك ووظائفها

أولاً: أهمية البنوك

تحظى البنوك بمكانة بالغة الأهمية داخل الاقتصاد حيث تعتبر المحرك والقلب النابض لكل العمليات الاقتصادية فالبنوك حلقة وصل بين المتعاملين الاقتصاديين، ويمكن إبراز أهمية البنوك في النقاط التالية:¹

1. بدون البنوك يتعين على صاحب المال أن يجد المستثمر المطلوب (الذي سيحل مكان البنك) والعكس بالشروط والمدة الملائمة للثنتين.
2. بدون البنوك تزيد المخاطرة وذلك لاقتصار المشاركة على طرف واحد.
3. تتيح البنوك إمكانية الدخول في مشاريع ذات المخاطر العالية نظراً لتنوع استثماراتها البنوك فإنها توزع المخاطر.
4. تشجع البنوك الأسواق الأولية التي تستثمر وتصدر الأصول المالية التي يحجم عنها الأفراد خوفاً من المخاطر.
5. تتيح البنوك إمكانية الاستثمار في المشاريع طويلة الأجل نظراً لكبر حجم.
6. تزيد وساطة البنوك من سيولة الاقتصاد بتقديم أصول قريبة من النقود.
7. تلبي الأصول المالية المتنوعة التي تقدمها البنوك غالبية الرغبات وتستجيب لها.

المطلب الرابع: وظائف البنوك

إن تشعب أوجه النشاط الاقتصادي وتوسع نطاقه أدى إلى تطور نطاق تدخله حيث تقوم البنوك التجارية بوظائف نقدية متنوعة يمكن تقسيمها إلى وظائف تقليدية كلاسيكية ووظائف حديثة جديدة، والوظائف الكلاسيكية يمكن أجمالها فيما يلي :

1. فتح الحسابات الجارية وقبول ودائع العملاء الدائنة تحت الطلب وتنمية الادخار، عند اختيار البنك لطريقة استثمار أموال المودعين لا بد أن يوازن بين ثلاثة عوامل هي:
1- الربحية. 2- الأمان والضمان. 3- السيولة.

2. تحصيل و خصم الأوراق التجارية في ميعاد استحقاقها أوتسديد قيمة أوراق الدفع نيابة عن العملاء.

¹ محمد الصيرفي: إدارة المصارف، ط1، دار الوفاء للطباعة والنشر، الاسكندرية، 2007، ص ص 13-14.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

3. منح قروض للعملاء قصيرة الأجل بضمان ما يقدمونه من ضمانات كبضائع أو أوراق مالية أو أوراق تجارية أو ضمانات شخصية. وبعض الخدمات المتعلقة بها مثل: شراء وبيع الأوراق المالية وحفظها، تحصيل الكوبونات نيابة عن العملاء أو دفعها نيابة عن الشركات.
- بينما الوظائف الحديثة للبنوك فتتمثل في تقديم خدمات متنوعة منها ما ينطوي على ائتمان ومنها ما لا ينطوي على ائتمان وأبرز هذه الخدمات:
4. تسديد مدفوعات العملاء من فواتير وتقديم الاستشارات المالية والاقتصادية لهم.
5. إدارة المحافظ المالية والتعامل بالأوراق المالية (الأسهم والسندات).
6. فتح الاعتمادات المستندية أو إصدار خطابات الضمان.
7. تقديم خدمات البطاقة الائتمانية، شراء وبيع العملات الأجنبية (خدمات تحويل العملة للخارج)
8. خدمات التجارة الالكترونية.¹

المبحث الثاني: عموميات حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

حاليا تعتبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال مجالا خصبا للاستثمار والتطوير حيث يمنح المؤسسات ميزة تنافسية خاصة في ظل المنافسة وانفتاح الأسواق حيث أصبحت كل دول العالم تولي اهتماما بالغاً لهذا القطاع، والبنوك من جهتها تسعى إلى استغلال كل التطورات التكنولوجية وتقديم خدماتها وفقا لذلك.

المطلب الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

أولاً : مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال

يعتبر مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال مفهوما متداخلا بعض الشيء حيث أن هذه التكنولوجيا لا تعتبر جديدة في حد ذاتها وذلك لأن معظمها كان موجودا منذ سنوات ماضية، وما يمكن اعتباره حديثاً هو توسع استخدامها في مجال إدارة المؤسسات والبنوك واعتمادها بدرجة كبيرة على العمل الشبكي وفيما يلي أبرز التعاريف التي جاءت في مفهوم تكنولوجيا المعلومات :

¹ - ينظر كل من : - زياد رمضان، محفوظ جودة: مرجع سبق ذكره، ص ص 12-17 (بتصرف).

- حياة نجار: إدارة المخاطر المصرفية وفق اتفاقيات بازل-دراسة واقع البنوك التجارية العمومية الجزائرية، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة سطيف، 2014، ص 20 (بتصرف).

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

1. تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

يعرف مصطلح تكنولوجيا الإعلام والاتصال (Information Technology) على أنه: "مجموع التقنيات الأساسية المستخدمة في نظم المعلومات المبنية على الحاسوب وتطبيقاتها العملية وتتضمن الأجهزة والمكونات المادية، البرمجيات وقواعد البيانات، وشبكات الاتصال"¹.

كما تعرف تكنولوجيا الإعلام على أنها: "عبارة عن نطاق واسع من القدرات والمكونات والعناصر المتنوعة المستخدمة في تخزين ومعالجة البيانات واسترجاع وتوزيع المعلومات بالإضافة إلى دورها في تأمين المعرفة"².

وهناك من يرى تكنولوجيا الإعلام (IT) أنها: "وسائل إلكترونية تستخدم لتجميع ومعالجة وتخزين ونشر المعلومات"³.

من خلال ما سبق يمكن القول أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تدل على تطور القدرة البشرية في التعامل مع البيئة وإدراك أهميتها وفائدتها إذ تعرف بأنها: "كل أشكال التكنولوجيا المستخدمة لجمع وتخزين وتصنيع والتعامل مع المعلومات ويمكن تمثيلها بمجموعة من المكونات المترابطة التي تجمع وتعالج وتخزن وتنتشر البيانات والمعلومات وتوفر وسيلة للتغذية العكسية لتحقيق هدف معين.

2. مفهوم تكنولوجيا المعلومات البنكية (المصرفية):

تكنولوجيا المعلومات المصرفية هي مجموعة من المكونات المترابطة وظيفتها تجميع ومعالجة وخصن المعلومات لدعم عملية صنع القرار والسيطرة داخل البنك ومساعدة الإدارة والموظفين على حل المشاكل وتبسيط الأمور المعقدة وتقديم خدمات متطورة وجديدة وهي أداة تستند إلى الحاسوب يستخدمها الأفراد للتعامل مع المعلومات ومعالجتها لدعم حاجات البنك"⁴.

¹- O'Brien, James A.: Management Information Systems, Managing information Technology in networked Enterprise, Chicago, IRWIN, 1998p105.

²- سعد غالب ياسين: أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، دار المناهج، عمان، الأردن، 2006، ص 20.

³- Greenstein M. & Vasarhelyi, M.: Accounting Information Technology, and Business Solution, 2nd Edition, MC. Graw-Hill, New York, USA, 2000, p21.

⁴- إيناس عكلة: أثر الخصائص التكنولوجية للمعلومات المصرفية وحوكمة المصارف، مجلة كلية إدارة الأعمال، العدد 09، المجلد 05، العراق، 2012، ص 48.

الفصل الأول: الإطّار النظري للدراسة

المطلب الثاني: مزايا وعيوب تكنولوجيا المعلومات والاتصال

أولاً: الآثار الإيجابية

تتمثل الآثار الإيجابية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال فيما يلي:¹

1. أحدثت تكنولوجيا الإعلام والاتصال تغييرات كبيرة في مهارات الموظفين حيث أصبح يفضل الفئات المهنية الأكثر اتصلاً ومعرفة بأساليب تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
 2. الاتجاه نحو الاعتماد على العمالة التي تعمل في منازلها، مما يقلل من تكاليف العمالة.
 3. ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تعزيز العمل الأكاديمي وفتحت آفاقاً جديدة أمام البحث العلمي في مختلف المجالات.
 4. أثرت ثورة المعلومات بشكل كبير على النشاط التجاري لمختلف الشركات بما فيها المصارف والمؤسسات التجارية، حيث قدمت التجارة الإلكترونية ووفرت إتاحة السلع والخدمات للجمهور الكبير.
 5. تخفيض نفقات الخدمات المالية ولاكتساب درجة أعلى من التنافسية في السوق العالمية.
- بسبب هذه المزايا وغيرها أصبحت تكنولوجيا المعلومات الخيار الاستراتيجي الأول للمصارف في هذا الوقت حيث يعتبر تطور قطاع الخدمات المالية مرتبطاً ارتباطاً وثيقاً بتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث يعتبر أكبر القطاعات إنفاقاً على تكنولوجيا المعلومات في العالم المتقدم حيث يتم استخدامها في تطوير أساليب التنظيم والإدارة.

ثانياً: الانعكاسات السلبية

إن استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال قد ينتج عنها بعض الانعكاسات السلبية والتي تتجلى فيما يلي:²

1. كثرة المعلومات والإشاعات المتداولة مما يصعب من عملية التحقق من صحتها ومن مصدر تلك المعلومات مما يستدعي إجراء عملية حوكمة للمعلومة.
2. تقليص توظيف الأفراد في المؤسسات المستفيدة بشكل واسع من استخدام التكنولوجيا، مما يؤدي إلى فقدان عدد كبير من مناصب العمل.

¹ - عرابية رايح: دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري، المجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، العدد 08، الشلف، 2012، ص 13. (بتصرف).

² - بابا عبد القادر: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات و أثرها على النشاط الاقتصادي في العالم العربي، المؤتمر العلمي الدولي الثاني حول: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، يومي 4/5 ديسمبر 2007، الشلف، ص8 (بتصرف).

الفصل الأول: الإطّار النظري للدراسة

3. الاستخدام السلبي لشبكة الانترنت في نشر الأفكار والدعوات التي تحرض على الكراهية والعنف.
4. تساعد الإنترنت على عملية القرصنة وسرقة المادة التي تتمتع بحقوق النشر والتأليف واستخدام هذه المادة دون الترخيص من أصحابها وهذا ما يسمى بالجرائم المعلوماتية.

المطلب الثالث: استخدامات تكنولوجيا المعلومات في البنوك

مع دخولنا عصر العولمة، حيث تخطت الخدمات في مختلف القطاعات حدود المناطق والأوطان والأقاليم، أضحت من الواجب على البنوك دراسة تطور الثقافة التكنولوجية الموجودة عند زبائنها، وتفهم مدى قبول هؤلاء للخدمات الإلكترونية، لتبني إستراتيجيات التطوير في التكنولوجيا والأنظمة المعلوماتية لتواكب هذا التطور وبالتالي القدرة على المنافسة ، حيث تلعب تكنولوجيا المعلومات دورا كبيرا في نجاح الشركات بتحقيق أهدافها، وتستخدم المنظمات تكنولوجيا المعلومات في الوقت الحاضر على نطاق واسع وفي جميع عمل المنظمة، بدءاً من أنظمة الموارد البشرية واستقطاب الموظفين، مروراً بالإعلان والدعاية والتجارة الإلكترونية، وانتهاء بالتواصل مع العملاء، هذا بالإضافة إلى برمجيات المحاسبة وإصدار الفواتير.

أولاً: مؤشرات التوجه نحو تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

يشهد العالم توجهات وتحولات في مجال المعرفة والتكنولوجيا وذلك بالاعتماد على مؤشرات أهمها: ¹

1. الاعتماد على الأيدي العاملة الكفؤة والمتخصصة، حيث أصبح الطلب يشهد ارتفاعا على الأيدي العاملة المؤهلة باعتبارها أحد أهم المعايير نحو التوجه لاقتصاد المعرفة.

1. التركيز على إنتاج الخدمات أكثر من السلع، فمثلا يمثل الاقتصاد الأمريكي 07% من قطاع الخدمات وتزداد سنوات بنسبة 02، 03 بالمائة.

2. زيادة نسبة مستخدمي الحاسوب في عملهم أي زيادة استخدام التكنولوجيا والمعلومات كأداة مهمة في العمل.

¹ -حاج عيسى أمال، هواري معراج: دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين قدرات المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، ورقة بحثية مقدمة للملتقى الوطني الأول حول: المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد، يومي 22/23/أفريل 2003، الأغواط، ص ص 109-

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

3. ظهور قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال كقطاع إنتاجي خدمي مهم، فبالإضافة إلى تقسيم النشاط الاقتصادي إلى ثلاث قطاعات: الزراعة، الصناعة، والخدمات، أضاف العلماء الاقتصاد قطاعا رابعا وهو قطاع المعلومات.

4. تزايد دور وأهمية المعرفة والتكنولوجيا في فعالية الإنتاج والخدمات.

ثانيا: دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين جودة الخدمات المصرفية

تعتبر جودة الخدمات أهم الحلول التي تسعى إليها المؤسسات بغرض الحصول على الزبائن والحفاظ عليهم وذلك عبر الاهتمام المتزايد بتحسين الخدمات وإنتاجها وفقا لرغبات وحاجات الزبائن عن طريق الاستغلال الأمثل لمواردها وأصولها البشرية والتكنولوجية، من أجل تحقيق أقصى إشباع لرغبات الزبائن والحصول على وفائهم تجاه خدماتها واقتنائها بصفة مستمرة، لهذا وجب على المؤسسات المصرفية العمل على الإبداع لكي تحسن من جودة خدماتها وتحقيق رضا زبائنها، ويمكن تحقيق هذا من خلال استغلال وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي توفر لها ما يلي:¹

1. تقديم الخدمات الحرة: بواسطة تكنولوجيا الإعلام والاتصال يستطيع الزبون تنفيذ الخدمة بنفسه مباشرة دون اللجوء إلى المكان المادي للمؤسسة، أو الاستعانة بأشخاص معينين، مثل اللجوء إلى الانترنت ودخول موقع المؤسسة المصرفية والبحث عن الاستفسارات أو طلب خدمة معينة.

2. القضاء على زمن الانتظار وضياح الوقت: يتيح استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل المؤسسة والزبائن خلق تفاعل بطريقة مباشرة، وبالتالي كسب الوقت من خلال تلبية المؤسسة لرغبات عدد كبير من الزبائن في وقت واحد من جهة، ومن جهة أخرى تجنب الزبون مشقة الانتقال من مكان إلى آخر، وبالتالي ربح الوقت والقضاء على زمن الانتظار.

3. القضاء على المركزية: يؤدي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى القضاء على المركزية والبقاء في مكان ثابت وتفادي التنقلات والطوابير وغيرها من الأمور التي يستاء منها الزبون والتي تزيد من احتمال تركه واستغناؤه عن خدمات البنك.

4. تطوير خدمات الاستعلام عن بعد للزبائن: بفضل الوسائل الرقمية يمكن للبنك متابعة زبائنها عن بعد من أجل معرفة أرائهم حول خدماتها، ويكون عن طريق إرسال رسائل عبر البريد الإلكتروني أو عبر الهاتف... الخ، وكل هذا لكي يشعر الزبون أنه محل اهتمامه وبالتالي كسب رضاه وولاءه للبنك؛

¹-زرقون محمد، شطبية زينب: تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثرها على رضا زبائن المؤسسة المصرفية الجزائرية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 03، جامعة ورقلة، 2013، ص ص 79-80.

الفصل الأول: الإطّار النظري للدراسة

كل هذه المزايا التي تتيحها تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساعد البنوك على بناء علاقات متينة مع الزبائن، ولهذا وجب على البنوك استغلالها كنقطة تميز من أجل التغلب على باقي المنافسين وذلك بالاستثمار الجدي فيها وذلك لتحفيز الزبائن على التعامل معها وجعلها من نقاط التميز التي تجعلها وجهة مفضلة للزبائن.

رابعاً: الأهداف الاستراتيجية لتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تهدف تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى توفير العديد من الفوائد على مختلف المجالات أهمها:¹

1. خفض تكاليف الإنتاج وإزالة أثر الميزة التنافسية الناجمة عن اقتصاديات الحجم.
2. زيادة سرعة وكفاءة الاتصال وخفض تكاليفه.
3. توفير المعلومة الدقيقة والمتجددة وذلك قصد اتخاذ القرارات الصائبة.
4. تبسيط إجراءات وعمليات المؤسسة وجعلها أكثر وضوحاً وفاعلية.
5. الشفافية وتقليل التزوير ووقوع الأخطاء.

المطلب الرابع: تحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصالات

أولاً: التحديات على مستوى القاعدي

أحدثت شبكة الاتصالات الدولية (الإنترنت) تغييرات جوهرية في القطاع المصرفي، نوجزها في العناصر التالية:²

1. تخفيض تكلفة العمليات المصرفية؛ حيث يصل هذا التخفيض إلى حدود 10/1 التكلفة الأصلية للعمليات المصرفية التي كانت تتم بشكل مباشر.
2. تسهيل التعامل عبر الحدود وتقديم خدمات مختلفة ومتنوعة للعملاء، وبما يزيل حواجز الحدود وكأنها غير موجودة.
3. ازدياد التحديات المرتبطة بموضوعات الأمن والحماية للعملاء وسرّية التعامل وتعديل الأنظمة الحالية بما يخدم هذا الغرض.
4. انحسار العلاقة التي كانت قائمة في السابق بين البنك وعملائه نتيجة الخيارات التي وقّرها

¹- زرقون محمد، شطيبة زينب: مرجع سبق ذكره، ص 75.

²- مقال ل: الكريم حمودي: العولمة.. هل تعزز المصارف الإسلامية؟ منشور بتاريخ: 2001/6/14، في الموقع الإلكتروني:

<http://www.islamonline.net/arabic/economics/2001/06/article4.shtml>

الفصل الأول: الإطّار النظري للدراسة

الإنترنت للعميل.¹

ثانياً: التحديات على مستوى العنصر البشري

لاشك أن توافر العنصر البشري المناسب، جنباً إلى جنب مع التقنية المتطورة، يُعدُّ أحد أهم عناصر النجاح لأي مؤسسة خاصة مع التقدم التقني الكبير القائم حالياً والقادم مستقبلاً، والبنوك الإسلامية ليست استثناءً من ذلك.

وبطبيعة الحال، فإن التدريب عملية مستمرة ومتواصلة ولا يمكن لها أن تتوقف عند حدّ. ومن الإنصاف أن نقول بأن العمل المصرفي الإسلامي لا زال يعاني من عدم كفاية الموارد البشرية المناسبة خاصة على المستوى الإداري وفي المجال التطويري؛ الأمر الذي يشير إلى الحاجة إلى بذل المزيد من الجهد لتغطية هذا العجز؛ وبخاصة في ظل وجود تقديرات بوصول عدد العاملين في المؤسسات المالية الإسلامية إلى نحو نصف مليون موظفاً.

وينبغي تدريب واعداد العاملين في البنوك الإسلامية على استخدام أحدث التقنية العالمية؛ من حيث الاتصالات والأجهزة واستخدام تكنولوجيا المعلومات، وأحدث برامج الحاسوب سواء كانت تخص التحليل الإحصائي والكمي أو تلك التي تساعد على تقديم خدمات سريعة، وهو ما يؤدي إلى مساعدة العاملين على التطور وتجهيزهم لاستخدام التكنولوجيا المتقدّمة.²

¹ - عبد الحليم غربي: تفعيل أداء البنوك الإسلامية في ظل اقتصاد المعرفة، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الثالث حول الأزمة المالية والاقتصادية الدولية والحكومة العالمية، جامعة سطيف، 2009، ص 05.

² - عبد الحليم غربي: مرجع سبق ذكره، ص 12.

الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة

خلاصة الفصل:

استعرضنا من خلال هذا الفصل مختلف الجوانب النظرية المتعلقة بالبنوك حيث تطرقنا لأهم التعاريف المتعلقة بالبنوك وبيننا أهميتها في المحيط الاقتصادي ومختلف الوظائف والأدوار التي تقوم بها البنوك.

كذلك قمنا بالتطرق إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتوضيح اهم مميزاتها وسلبياتها وكيف تؤثر على أداء المؤسسات البنكية وعلى أداء موظفيها وكذلك نوعية الخدمات التي تقدمها لزيائنها والشكل الذي أصبحت تقدم فيه الخدمات البنكية، حيث ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الرفع من حجم المعلومات المقدمة للزيائن وتسريع عملية وصولها إليهم.

وهذا ما يمهد لنا الطريق للبدء في الجانب التطبيقي للدراسة وذلك لمعرفة أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تفعيل أداء البنوك من خلال دراسة ميدانية في بنك الخليج وكالة مسيلة.

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية ببنك الخليج وكالة المسيلة

تمهيد:

لغرض إسقاط الجانب النظري من موضوع تفعيل النشاط البنكي في استخدام تكنولوجيا الاعلام و الاتصال على الواقع العملي للمؤسسات البنكية الناشطة على الساحة المحلية تم التطرق لدراسة حالة ببنك الخليج وكالة المسيلة المتواجد على مستوى ولاية المسيلة حيث يعتبر إطار مناسب لإجراء دراسة الحالة ، كونه يتمتع بالعديد من المؤهلات التي تسمح بذلك و التي من أهمها الاستخدام الواسع لتكنولوجيا الاعلام و الاتصال.

حيث تم تقسيم الدراسة إلى مبحثين:

- المبحث الأول : نبذة عن المؤسسة محل الدراسة.
- المبحث الثاني: دراسة لعينة من موظفي بنك الخليج وكالة المسيلة.

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية لبنك الخليج وكالة المسبلة

المبحث الأول : نبذة عامة عن المؤسسة محل الدراسة

المطلب الأول: تقديم عام لبنك الخليج الجزائر.

أولاً: التعريف بشركة مشاريع الكويت القابضة "Kipco"¹:

تعتبر مجموعة شركات شركة مشاريع الكويت، بما لديها من أصول موحدة تحت إدارتها أو سيطرتها تزيد في مجموعها عن 32 مليار دولار امريكي، إحدى أكبر الشركات القابضة على مستوى منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا. تمتلك المجموعة حصص ملكية في محفظة تضم حوالي 60 شركة عاملة في 24 دولة.

لقد حققت استراتيجية الشركة القائمة على الاستحواذ وبناء وتطوير وبيع الشركات في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا نجاحا على مدى أكثر من عشرين عاما. وأصبح للشركة بفضل هذه الاستراتيجية محفظة متنوعة مع التركيز بشكل أساسي على الخدمات المالية، والاعلام، والعقارات والصناعة. كما تمتلك من خلال الشركات التابعة والزميلة لشركتها الرئيسية حصص ملكية في قطاعي التعليم والصحة.

وشهد عام 2015 تحقيق الشركة للعام الرابع والعشرين على التوالي من الربحية والشركة فخورة بحجم النمو الذي حققته خلال هذه الفترة. لقد ارتفع حجم أصول الشركة الذي كان يبلغ 220 مليون دولار امريكي في عام 1990 بشكل كبير بفضل الاستراتيجية الاستثمارية السليمة للشركة في مجموعة واسعة من الشركات التي تعمل في مجال الصناعة والعقار والخدمات في الكويت ومنطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا.

ونسلم الضوء على شبكة مجموعة شركة المشاريع المصرفية. عندما استحوذت شركة مشاريع الكويت على بنك برقان في عام 1995، في إطار برنامج الخصخصة الذي أطلقته الحكومة الكويتية، كانت عمليات البنك تتمحور على السوق المحلي. وبفضل سياسات البنك واستراتيجيته وخطته الى جانب النمو الذي حققه خلال السنوات الماضية انتقل من كونه بنك كويتي محلي الى شبكة تضم مجموعة من البنوك. تنتشر مجموعة بنك برقان في انحاء مختلفة من منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا وله حضور في الجزائر، وتونس، والعراق وتركيا. كما تنتشر شبكة مجموعة شركة المشاريع المصرفية في البحرين، والأردن، وسوريا ومالطا.

¹ - التقرير السنوي لعالم كيبكو، الصفاة، الكويت، العدد السنوي، 2016، ص 2.

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية بنك الخليج وكالة المسبلة

ثانيا: المساهمون في بنك الخليج الجزائر.

1 - بنك برقان "Burgan Bank"¹:

تضم مجموعة بنك برقان خمسة بنوك عاملة في منطقة الشرق الوسط وشمال افريقيا هي بنك برقان الكويت، بنك برقان تركيا، مصرف بغداد، بنك الخليج الجزائر وبنك تونس العالمي، وللمجموعة وجود في ستة بلدان وشبكة كبيرة من الفروع تصل الى 180 فرعا في الكويت، وتركيا، والجزائر، والعراق، وتونس ولبنان.

وتم تأسيس بنك برقان، الذي يعد من أحدث وانشط المصارف التجارية في دولة الكويت وثاني أكبر بنك من حيث الأصول، في عام 1977، واستطاع ان يحتل موقعا رياديا في مجال التركيز على الخدمات المصرفية الخاصة وخدمات الشركات بالإضافة الى تمتعه بقاعدة واسعة من عملاء خدمات التجزئة المصرفية والخدمات المصرفية الخاصة.

2 - بنك تونس العالمي "Tunis International Bank"²:

تم تأسيس بنك تونس العالمي في شهر جوان من العام 1982، وكان الشركة المصرفية المرخصة بالكامل الأولى في تونس. يعمل البنك تحت اشراف البنك المركزي التونسي وعضو في جمعية المقاصة في تونس. والبنك هو مصرف خارجي خاص.

تقوم سمعة البنك في السوق المحلي على تقديم المنتجات والخدمات ذات الجودة العالية. ويقدم بنك تونس العالمي مجموعة شاملة من الخدمات المالية الدولية للشركات والمؤسسات المالية والحكومات والافراد على حد سواء في تونس او في الخارج. تتم مراجعة مجموعة منتجات البنك باستمرار للتأكد من انها تلبي احتياجات قاعدة السوق المحلية.

وبصفته بنكا تونسيا فإن دول المغرب العربي هي السوق التقليدية والطبيعية لبنك تونس العالمي، يتطلع البنك الى لعب دور رئيسي في تعزيز قطاع الاعمال والشركات بين المستثمرين من دول الخليج والمغرب العربي. وبالإضافة الى هذا المجال، فان أنشطة البنك آخذة في التطور لتشمل دول أوروبا الغربية وغيرها من الدول المطلة على البحر المتوسط.

¹ - مرجع نفسه، ص 63.

² - مرجع نفسه، ص 85.

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية بنك الخليج وكالة المسبلة

3- البنك الأردني الكويتي "Jordan Kuwait Bank":¹

يمثل البنك الأردني الكويتي الدخول الأول لشركة مشاريع الكويت الى السوق الأردني. كان البنك وحتى شهر ديسمبر 2015 أحد البنوك التابعة لمجموعة بنك برقان. وجرى في نهاية هذا العام شراء مجموعة شركة المشاريع للبنك الأردني الكويتي من بنك برقان وهو تابع حالياً مباشرة شركة مشاريع الكويت. وتأسس البنك الأردني الكويتي كشركة مساهمة عامة اردنية في عام 1976 وتمكن من مواصلة النجاح والتطور حتى أصبح أحد أهم البنوك العاملة في المملكة. يعمل البنك حالياً من خلال شبكة فروع محلية تضم 56 فرعاً موزعة في جميع انحاء الأردن بالإضافة إلى فرعين في فلسطين وفرع في قبرص. ويمتلك البنك شركة اجارة للتأجير التمويلي بالكامل و50% في الشركة المتحدة للاستثمارات المالية-الأردن و10% في بنك الخليج الجزائر-الجزائر.

وكان البنك الأردني الكويتي البنك الأردني الأول الذي يعتمد التعامل المصرفي عبر شبكة الانترنت. ويقدم البنك الآن كافة خدماته ومنتجاته المصرفية بوسائل وقنوات تكنولوجية متطورة، وبمفاهيم وممارسات الخدمة الشخصية المتميزة والجودة العالية مما عزز الصور الطيبة التي يتمتع بها البنك كأكثر البنوك اهتماماً بالعملاء، ونجح بالممارسة العملية تحقيق مضامين شعاره أكثر من بنك.

نشأة وتعريف بنك الخليج الجزائر:²

أولاً: نشأته:

يعد بنك الخليج الجزائر، ضمن مشاريع بنك الخليج المتحد، وهو شركة مصرفية استثمارية تابعة لشركة مشاريع الكويت (القابضة)، يقوم بإدارة شبكة إقليمية من شركات الاستثمار وإدارة الأصول والبنوك التجارية. وتشمل استثماراته الأصول في العقارات، الأسهم الخاصة، المنتجات المهيكلة، والأوراق المالية المدرجة في البورصات. وتشمل استثمارات البنك في الشركات التابعة والزميلة له كل من بنك الخليج الجزائر، شركة الضيافة للاستثمار، مصرف بغداد، البنك الأردني الكويتي، شركة مشاريع الكويت الاستثمارية لإدارة الأصول، شركة منافع للاستثمار، مليونيوم فينانس كوربوريشن، شركة رويال كابيتول، بنك سوريا والخليج، شركة الكابل المتحدة، بنك تونس العالمي، شركة بنك الخليج المتحد للأوراق المالية، شركة الخليج المتحدة للخدمات المالية، شركة الصناعات المتحدة، الشركة المتحدة للخدمات الطبية، وشركة العقارات المتحدة.

¹ - نفس المرجع، ص 95.

² - نفس المرجع، ص 79.

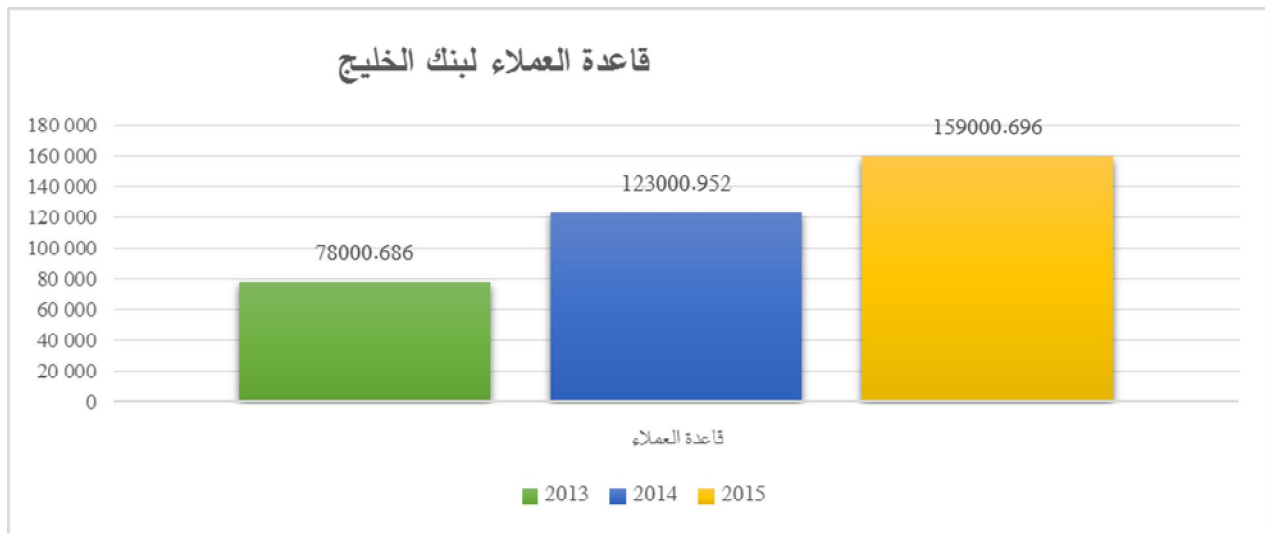
الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية بنك الخليج وكالة المسبلة

كما دخلت شركة المشاريع الكويتية «كبيكو» عالم الاستثمار بالجزائر سنة 2003 في بنك الخليج الجزائر AGB الذي تم انشائه بموجب المرسوم رقم 03-03 بتاريخ 15 ديسمبر 2003 وهو متخصص في الصناعة والتجارة العامة والذي يعتبر شركة مساهمة ذات رأس مال قدره 1,6 مليار دينار جزائري.¹ وبدأ بنك الخليج الجزائر عملياته في عام 2004، بعد الحصول على ترخيص من بنك الجزائر المركزي في عام 2003، ونجح البنك في فترة قصيرة تصل الى 10 سنوات في رفع حقوق المساهمين من أقل من 10 ملايين دولار أمريكي الى ما يقرب من 200 مليون دولار أمريكي، وزيادة الأصول من أقل من 10 ملايين دولار أمريكي الى ما يقارب من 1.7 مليار دولار أمريكي. اما عدد فروعها خلال هذه الفترة فقد وصل الى 58 فرعا مع 95 جهازا للصرف الآلي كما في نهاية 2015.

يقدم بنك الخليج الجزائر كافة المنتجات المصرفية التقليدية والمتوافقة مع الشريعة الإسلامية، وهو الأول في الجزائر الذي يقدم كلا النوعين، والبنك متخصص في المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم، ويقدم خدماته لأكثر من 160 ألف عميل، ويعمل البنك حاليا في 48 ولاية وله تواجد في جميع المدن الرئيسية في البلاد.

يعمل في البنك حوالي 900 موظف وهو الشركة الرائدة في مجال الخدمات الالكترونية اذ كان البنك الأول الذي يقدم البطاقات الدولية في السوق المحلي.

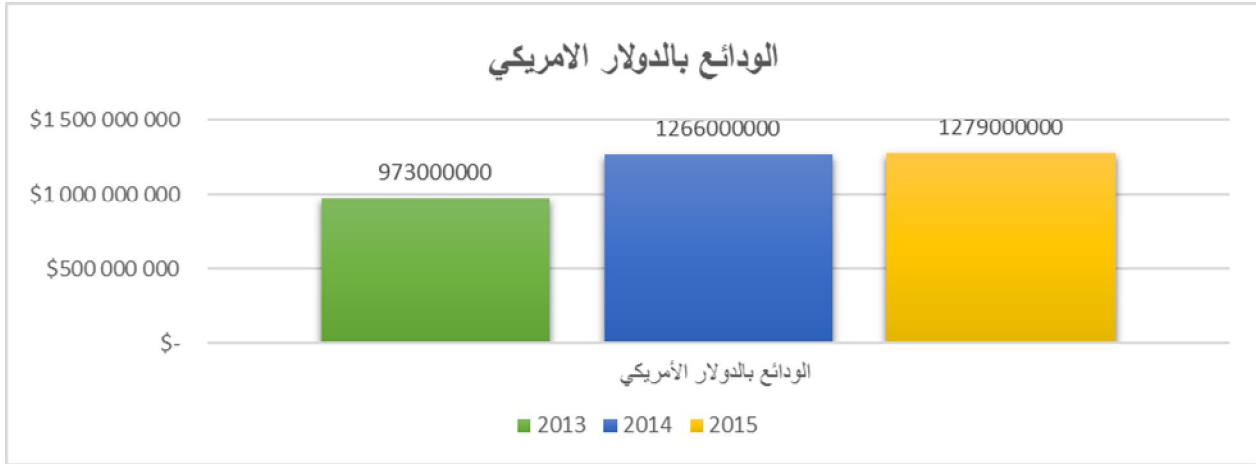
ثانيا: أرقام وحقائق حول بنك الخليج الجزائر:



المصدر: التقرير السنوي لعالم كبيكو، العدد السنوي، 2016، ص 80.

¹ - <https://www.agb.dz/article-view-1.html>

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية بنك الخليج وكالة المسبلة



المصدر: التقرير السنوي لعالم كيبكو، العدد السنوي، 2016، ص 80.

حاليا يقدر رأسمال بنك الخليج الجزائر AGB 10 مليار دينار جزائري قابل للتعديل ويتمتع بالاستقلال المالي والشخصية المدنية ويعتبر تاجرا مع الغير وينظمه النقد والقرض 10/90. كما قد وضع البنك استراتيجية شاملة من أجل التغطية الجغرافية لكامل التراب الوطني بأكثر من 58 وكالة، ويحتل البنك المرتبة الأولى على المستوى الوطني من حيث اعتماده على خدمة "سالف بانكينغ SELF BANKING" التي تعتبر سابقة من نوعها في قطاع المالية في الجزائر.

ثالثا: مهمته ورؤيته وقيم بنك الخليج وتوجهاته الاستراتيجية¹:

I. مهمته:

مهمة بنك الخليج الأساسية هي البقاء باستمرار ودائما في الاستماع الى الشركات والافراد، وذلك لكي يستطيع ان يقدم أوسع تشكيلة من المنتجات المبتكرة والمتطورة والخدمات المالية الشخصية، كذلك بما يتوافق مع مبادئ الشريعة الإسلامية وأيضا المساهمة في اثراء حياة الجزائريين.

II. رؤيته:

يرى بنك الخليج الجزائر انه البنك الرائد في الجزائر لأنه حصل على ثقة عملائه أصبح الشريك الذي اختاروه لتحسين نوعية حياتهم.

III. قيمه:

القيم الأساسية التي ينتمي الى مهام البنك ورؤيته تعتبر في الواقع على كل ما يفعله البنك على المستوى الفردي والجماعي في بنك الخليج الجزائر هذه القيم توجه تدخلاتنا وتتمثل هذه القيم في:

¹ - <https://www.agb.dz/article-view-6.html>

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية بنك الخليج وكالة المسبلة

1- التقدم:

تعيش قيم التقدم تتطلع باستمرار الى اين نحن اليوم؟ وأين نريد ان نكون غدا؟ هي القيم التي تساعدك كل يوم للتقرب من أهدافه والتقدم هو أيضا التحسين، والتنمية والتطور .
يعيش بنك الخليج الجزائر التقدم يوما بعد يوم في طريقه، مواقفه، كما هو الحال في ثمره أعماله، ويعتمد بنك الخليج الجزائر قيمة التقدم داخل البنك فرديا وجماعيا ثم يقدمه للخارج لإعطاء الكثير من الارضاء للعملاء.

2- الالتزام:

بالنسبة للبنك فإن إعطاء التزام يعني ان يستثمر كليا في نجاح مهمته وأهدافه، هو اظهار "حاضر" كل يوم باستماعه، بإخلاصه، ومبادرته، ومشاركته الفعالة في الاستجابة للحاجة المتوقعة، وهو إحساسه الشخصي المسؤول عن نجاحه، والالتزام بداية من الداخل نحو الخارج، لذلك فبنك الخليج الجزائر يلتزم كليا بالنجاح في الداخل مع موظفيه وعملائه الداخليين، وبذلك يستطيع ان يلتزم بالنجاح لعملائه الخارجيين الأفراد والمؤسسات في الجزائر.

3- الاعتراف:

الاعتراف هو بالتأكيد القيمة التي تحمل أكثر سرورا ورضا للفرد، ولذلك فان بنك الخليج الجزائر يرغب في أن يجعل الاعتراف أفضل أدواته لتقديم الارضاء لعملائه الداخليين والخارجيين.

4- الثبات:

بالنسبة للبنك فان الثبات هو قيمة مرادفة للأمن والاستقرار والجدية ولهذا فالبنك دائما حاضر وموجود ليقوم بترقية هذه القيمة.

ولما نتكلم عن البنك فنحن نتكلم عن المال ولما نتكلم عن المال فنحن نتكلم عن النقدية المكافئة على موجوداته ووسيلة لتحقيق المشروعات.

ولان البنك يرغب في الالتزام مدى الحياة مع عملائه الداخليين والخارجيين فهو يختار النوعية، الأمن والاستقرار مع التعهد بالثبات والمداومة في نشاطاته.

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية بنك الخليج وكالة المسبلة

المطلب الثاني : مهام بنك الخليج الجزائر AGB وتوجهاته الاستراتيجية.

أولاً: مهام بنك الخليج الجزائر AGB.

وفقاً للقوانين والقواعد نجد بنك الخليج الجزائر AGB مكلف بالقيام بعدة مهام من بينها:

- 1- معالجة جميع العمليات الخاصة بالقروض، الصرف والصندوق.
- 2- فتح الحسابات لكل شخص طالب بها واستقبال الودائع.
- 3- المشاركة في جميع المدخرات.
- 4- تنمية الموارد واستخدامات البنك عن طريق ترقية عملية الادخار والاستثمار.
- 5- تقسيم السوق المصرفية والتقرب أكثر من ذوي المهن الحرة، التجار... الخ.
- 6- في إطار سياسة القروض ذات المردودية يقوم البنك بما يلي:
 - ✓ تطوير قدرات تحليل المخاطر.
 - ✓ إعادة تنظيم وإدارة القروض.
 - ✓ تحديد ضمانات متصلة بحجم القروض وتطبيق معدلات فائدة تتماشى مع تكلفة المواد.

ثانياً: التوجهات الاستراتيجية للبنك¹:

تم تعريف استراتيجية البنك AGB في أوائل اعوامه، في نفس سياق مجمع برقان Burgan

Bank بهدف تحقيق مهمتها في حين تكون وفيه لقيمتها ومبادئها وترتكز هذه الاستراتيجية على خمسة مجالات وهي كالآتي:

✓ إدارة الجودة الشاملة: هذا يندرج ضمن كل الإجراءات المتخذة من قبل البنك من أجل تحقيق جودة الخدمات المصرفية مع كل العملاء الداخليين والخارجيين.

ويتعلق الأمر بعدة مجالات للتدخل مثل جودة الخدمات والمنتجات والبنية التحتية والإدارة وإدارة المخاطر وما غير ذلك.

✓ توسيع شبكة الوكالة: لكي يكون البنك دائماً أقرب لعملائه وليمح لهم بالتمتع بالمنتجات والخدمات العالمية المتقدمة المصممة لاحتياجاتهم المحلية.

✓ توسيع عروض المنتجات والخدمات من أجل تلبية جميع التوقعات.

¹-<https://www.agb.dz/article-view-7.html>.

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية بنك الخليج وكالة المسيلة

✓ إدارة الموارد البشرية تركز على الإنجاز بهدف تزويد جميع موظفيه بحياة مرضية ومحفزة، وقد اعتمد بنك الخليج الجزائر بذلك سياسة لإدارة الموارد البشرية ونتائج مشرفة من أجل التنمية البشرية والمهنية.

✓ نمو حصته السوقية وغزو السوق: يركز البنك سياسته التجارية على منطق نمو وغزو الحصة السوقية للمشاركة في الازدهار الاقتصادي للجزائر واثراء الجزائريين.

المطلب الثالث : تقديم وكالة بنك الخليج الجزائر وكالة المسيلة¹:

أولاً: تعريف بنك الخليج الجزائر AGB وكالة المسيلة.

تم تأسيس وكالة بنك الخليج الجزائر وكالة المسيلة في 2015/04/07 ورقمها في التقسيم البنكي هو 117 وتسمى هذه الوكالة كغيرها من باقي الوكالات الى تحقيق وتوسيع خدمات البنك الوطني الجزائري باعتبارها جزءا منه والعمل على تنفيذ سياسة التموقع التي يسعى البنك لتحقيقها، وتعتبر وكالة المسيلة اول بنك أجنبي خاص في الولاية. يرأس وكالة المسيلة كأبي مؤسسة أخرى مدير، يعد المسؤول الأول عن الوكالة فهو يتخذ القرارات الصائبة ويسهر على تنفيذها، كما يقوم بالإشراف والتنسيق بين مختلف مصالح الوكالة.

ثانيا: الهيكل التنظيمي لوكالة المسيلة:

1- مدير الوكالة "Directeur":

ويعتبر الممثل الرئيسي للبنك على مستوى الوكالة وهو المسؤول عن توفير التنظيم الإداري والتشغيلي للوكالة وتنميتها التجارية مع الاهتمام المستمر بإدارة الجودة والمخاطر، كذلك تحقيق الأهداف الاستراتيجية والمالية التي حددتها إدارة البنك، وضمان الشفافية الاقتصادية للبنك وإدارة ميزانية الوكالة، كذلك من مهامه السهر على المراقبة النظامية للحسابات في الوكالة والتأكد من سير العمليات الإدارية والتشغيلية واجرائها في إطار القانون، مع مهمة إدارة موظفي الوكالة والإشراف عليهم.

2- المسؤول التجاري "Responsable Commercial":

من المهام الرئيسية للمسؤول التجاري هي الإشراف على فريق المبيعات وتحريكهم وتنشيطهم من أجل مساعدته في تحقيق أهداف العمل النوعية والكمية التي تتعلق بالوكالة، كما انه يشرف على تسيير محافظ العملاء وضمان ادارتها، مع تزويد العملاء من جميع المنتجات التي يقدمها البنك، واحترام تطبيق القرارات الائتمانية، ومراقبة فتح الحسابات، والإشراف على العمليات ذات الطبيعة الإدارية والإشراف على تحليل الملفات والقروض للمؤسسات والافراد، كذلك التنسيق مع المشرف الإداري لضمان سلاسة العمل وتطبيقه

¹- الوثائق الداخلية للبنك.

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية بنك الخليج وكالة المسبلة

بشكل يتوافق مع قوانين العمل واللوائح والتنظيمات، بالإضافة الى وضع ضمانات لجميع المنتجات المسوقة من طرف الوكالة لعملائها، والكثير من المهام التي يقوم بها في اطار تحقيق الجودة وإدارة المخاطر.

3- المراقب "CONTROLEUR":

مهمة المراقب الأساسية هي ضمان وحسن الرقابة على جميع المعاملات التي تقوم بها الوكالة في سياق إدارة المخاطر التشغيلية، أيضا التحقق من العمل اليومي الجاري للشباك والصندوق للزبائن مع افراد ومؤسسات، وكذلك مراقبة العمليات ذات الطابع الإداري والتدقيق في الحسابات الإدارية والقانونية، والقيام بالمراجعة الداخلية ومراقبة الحسابات وصحة المعلومات وانسجامها مع القوانين.

4- المشرف الإداري "Superviseur Administratif":

وهو المشرف على امين الصندوق، وعامل الشباك، والاعوان، من اجل تحقيق اهداف الوكالة. ومن مهمته، تقديم الخدمة للعملاء في إطار تحقيق الجودة وإدارة المخاطر والتأكد المستمر من سير العمل في جو ايجابي يعمل على تحقيق الأهداف، وأيضا الاشراف والتحقق من تنفيذ العمليات المصرفية الجارية في الشباك للزبائن من الافراد والمؤسسات، ومعالجة شكاوى العملاء.

5- مستشار مبيعات العملاء "المؤسسات" "Conseiller Clientèle Commerciale":

من مهامه إدارة محفظة العملاء (المؤسسات) وتجهيز العمل من مجموعة المنتجات التي يقدمها البنك وكذلك إدارة حسابات العملاء (فتح، تغيير، غلق) وفقا للقرارات التنظيمية، وتنفيذ كل العمليات الجارية اليومية لزبائن المؤسسات برعاية خاصة، وتسيير الكفالات والضمان الاحتياطي، وإدارة قروض الاستثمار وتنفيذ عمليات التجارة الخارجية، ومعالجة المعاملات مع الدول الأجنبية.

6- مستشار مبيعات العملاء "أفراد" "Conseille Clientèle De Particulier":

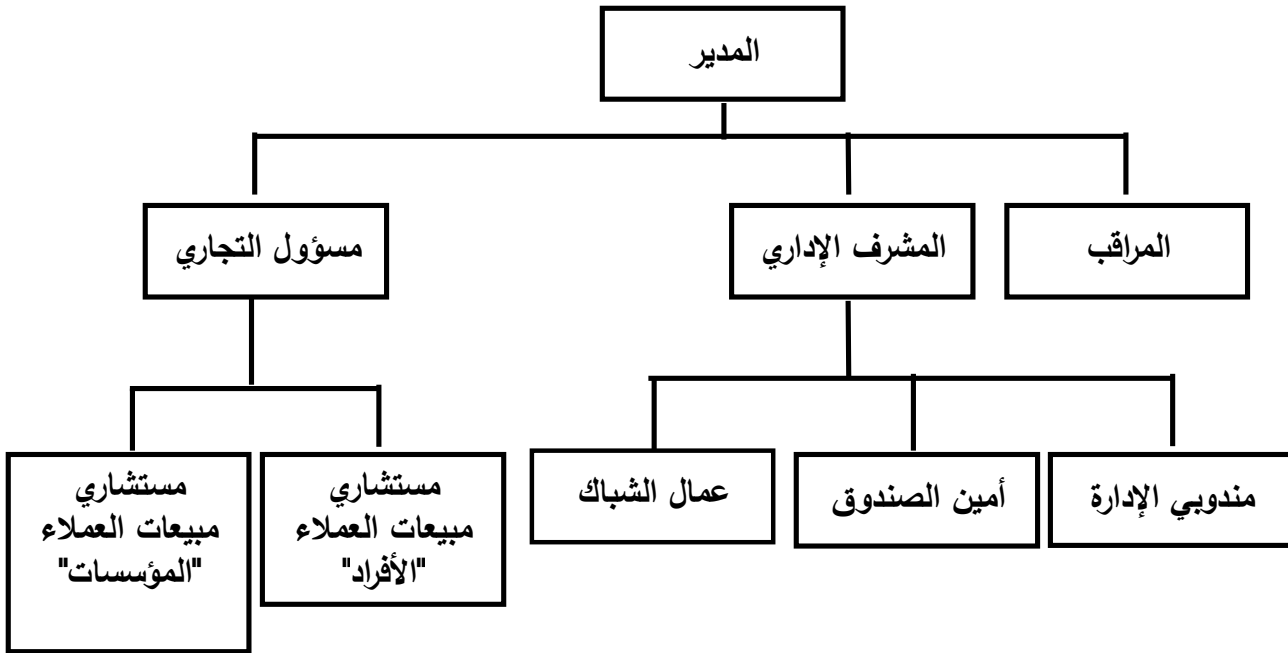
ويقوم بنفس عمليات مستشار مبيعات العملاء للمؤسسات، لكن لصالح الافراد وليس المؤسسات كتسيير حسابات العملاء من الافراد (فتح، غلق، تغيير) وتسيير القروض الموجهة للأفراد، وتجميع وتحليل سجلات القروض.

7- مندوبي الإدارة "Délégué Au Back Office":

لدى المندوب الإداري مجموعة من المهام الرئيسية كتوفير ضمان اجراء عمليات (Back Office) مع احترام القوانين المعمول بها في البنك في إطار الجودة والدقة، وكذلك يقوم بإدارة الحسابات والحفاظ على ملفات العملاء وتسيير دفاتر الصكوك والتصريح بالشيكات غير المدفوعة، كذلك تجهيز المعاملات على

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية لبنك الخليج وكالة المسيلة

الهيكل التنظيمي لبنك الخليج الجزائر وكالة المسيلة.



من إعداد الطالبة بالاعتماد على الوثائق الداخلية للبنك.

الفواتير والشيكات والتحويلات، وفقا للإجراءات وإدارة السندات الاذنية وجميع الأوراق التجارية.

8- أمين الصندوق "Caissier":

وهو المسؤول عن الصندوق وعن الضمان بشكل مستمر عمليات الصندوق مع العملاء وحسن سيرها احتراما للممارسات والإجراءات السارية المفعول بها في البنك، كما يسهر على ضمان تسوية الحسابات.

9- عمال الشباك "Guichetier Payeur":

يعمل عامل الشباك الصراف على ضمان السير الحسن بشكل مستمر مختلف العمليات البنكية مع احترام الإجراءات المعمول بها في البنك، كما يعمل على ضمان تسوية الحسابات والمحافظة على سجل الصندوق، وضمان السرية التامة للمعاملات، كما يجري نيابة عن العملاء جميع ومختلف العمليات الإدارية (كالسحب وتحويل الحسابات، وصرف الشيكات المصرفية، وخصم الشيكات... الخ). بالإضافة الى تنفيذ عدة مهام أخرى ضرورية لحسن سير العمل، ووضع استعراض دوري للأنشطة وتقديم الاقتراحات.

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية بنك الخليج وكالة المسيلة

ثالثا : الخدمات المقدمة من طرف بنك الخليج AGB وكالة المسيلة والبطاقات الصادرة عنه:

I. الخدمات المقدمة من طرف بنك الخليج الجزائر AGB وكالة المسيلة.

يقدم بنك الخليج الجزائر العديد من الخدمات يتم ذكر بعضها فيما يلي:

1- خدمة الرسائل النصية القصيرة¹ Sms Push:

للاستفادة من هذه الخدمة يجب على العميل وضع رقم هاتفه الجوال عند مستشار العملاء وبالتالي سيقى العميل على علم بكل التغيرات الحاصلة في حسابه من نقل وسحب ودفق أو غيرها، وذلك عن طريق رسائل قصيرة تصل لجواله دون عناء منه.

2- خدمة AGB Online²:

هي خدمة تمنح العميل الراحة حيث تمكنه من الاطلاع على حسابه المصرفي بمجرد نقرة عبر الانترنت وهي خدمة متوفرة 7/7 أيام و 24/24 ساعة، وهذه الخدمة متاحة لكل عملاء بنك الخليج مهما كان نوع الحساب المفتوح وهي تعرض عدة خدمات منها:

✓ متابعة الحساب عبر الانترنت.

✓ تحميل كشوف الحسابات.

✓ نشر الوضعية الاجمالية للحسابات.

✓ القيام بجملة من العمليات الخاصة بالتجارة الخارجية.

3- الخدمات المصرفية الذاتية Self Banking:

وهي الأولى من نوعها في الجزائر، حيث تسمح للعميل من خلال أجهزة الصراف الآلي بإجراء مختلف العمليات المصرفية (سحب، إيداع نقدي، إيداع صكوك، الاطلاع على وضعية الحسابات، الحصول على الكشوفات البنكية، وغيرها من الخدمات). وهذه دون تدخل موظفي المصرف، وهي متوفرة 7/7 أيام و 24/24 ساعة.

وهذه الخدمة تعتبر من الخدمات المبتكرة والجديدة التي أطلقها بنك الخليج الجزائر في مجال التحديث والابتكار البنكي.

¹-<https://www.agb.dz/article-view-154.html>

²-<https://www.agb.dz/article-view-23.html>

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية ببنك الخليج وكالة المسبلة

4- خدمة البريد السريع¹:

للحصول على خدمة البريد السريع يجب على العميل وضع بريده الالكتروني عند مستشار العملاء، فعند اجراء العميل لعملية استيراد او تصدير ويريد ان يعلم بالتقدم الحاصل في عملياته الدولية، فان هذه الخدمة تسهل عليه الحصول على تلك المعلومات وفي نفس الوقت سيحصل على نسخ من الرسائل المرسله والمستلمة على شبكة سويفت Swift International Network، وهذه الخدمة تعلمه بـ:

✓ فتح رسائل الائتمان.

✓ تغييرات في رسائل الائتمان.

✓ دفع رسائل الائتمان.

5- خدمة صندوق الامانات²:

هي مقصورات يقدمها المصرف للعملاء لوضع الأشياء الثمينة الخاصة بهم وحمايتها وهي تقدم بأقل تكلفة ممكنة.

6- أجهزة الصراف الآلي³:

وفر بنك الخليج الجزائر أجهزة الصراف الآلي في جميع وكالاته المنتشرة على كامل التراب الوطني، وعلى مستوى المطارات الدولية. كما انها أجهزة متوفرة مجانا لكل عملاء البنك سواء الداخليين او الخارجيين، وهي خدمة متاحة 7/7 أيام و 24/24 ساعة.

7- خدمة الدفع E-BANKING:

هي خدمة من الخدمات المصرفية عبر الانترنت (البنك الالكتروني) يقوم بها مختلف الافراد سواء كانوا احرار او مهنيين وهي توفر الخدمات التالية:

✓ القيام بجميع العمليات على الحسابات من خلال الكمبيوتر 24/24 ساعة و 7/7 أيام وبالقدر الذي يشاء.

✓ عمليات التشاور عبر الانترنت.

✓ التبادل في العمليات المختلفة.

¹-<https://www.agb.dz/article-view-96.html>

²-<https://www.agb.dz/article-view-80.html>

³-<https://www.agb.dz/article-view-24.html>

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية بنك الخليج وكالة المسيلة

- ✓ تعبئة البطاقات المسبقة الدفع بالعملة الصعبة وفي أي مكان في العالم.
- ✓ تلقي رسائل التحويل او السحب او الدفع من البنك المتعامل معه.
- ✓ تنبيه للرصيد ان كان مدينا او دائنا، وغيرها

II. البطاقات المصرفية الصادرة من طرف بنك الخليج الجزائر وكالة المسيلة:

يقدم بنك الخليج وكالة المسيلة العديد من البطاقات المصرفية منها:

1- بطاقة فيزا كارد¹ AGB VISA CARD:

وهي بطاقة اسمية ووسيلة دفع فورية تمكن من سحب ودفع بمقدار العملة الصعبة المتوفرة في الحساب.

2- بطاقة ماستر كارد بلاتينيوم PLATINIUM:

وهي بطاقة سهلة ووسيلة مريحة وموثوقة، والأولى من نوعها لدى بنك الخليج الجزائر، فهي تساعد على القيام بعمليات الشراء في الخارج من خلال محطة الدفع الإلكترونية وهي الانترنت او من خلال السحب النقدي على أجهزة الصراف الآلي ATM في كل انحاء العالم، وهي بطاقة متاحة لكل من يملك حساب بالعملة الصعبة مع حد أدنى للرصيد ثمنه 10000 دولار امريكي، وهذه البطاقة تمنح الى رؤساء الشركات الكبرى والمتعاملين الاقتصاديين وغيرهم من رجال الاعمال المرموقين.

3- بطاقة ماستر كارد الذهبية GOLD:

وهي بطاقة شخصية صالحة لمدة سنتين، الشحن الأقصى للبطاقة هو 5000 دولار أمريكي، ويمكن فتح الحساب بالدينار والدولار الأمريكي، وهي بطاقة للسحب والدفع بالعملة الصعبة الأجنبية بالخارج.

4- ماستر كارد مسبقة الدفع PREPAID CARD :

هي بطاقة غير شخصية صالحة لمدة 3 سنوات وبالإمكان الاستفادة من هذه البطاقة بمجرد فتح حساب الدينار والدولار الأمريكي، ويمكن دفع المصاريف على المعاملات عن طريق الدفع بالدولار الأمريكي او الدفع بعملة أخرى.

5- بطاقة السحب والدفع اليومية ساهلة: وهي وسيلة سحب ودفع آمنة، مرنة ومميزة ومسيرة في جميع الأماكن وجميع الأوقات ويمكن استعمال الرصيد دون تحديد السقف.²

¹-<https://www.agb.dz/article-view-113.html>

² - وثائق داخلية بالبنك.

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية بنك الخليج وكالة المسيلة

المبحث الثاني: دراسة لعينة من الموظفين والإطارات السامية بنك الخليج لوكالة المسيلة
المطلب الأول: منهجية الدراسة الميدانية.

أولاً: حدود العينة ومجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في بنك الخليج لوكالة المسيلة ، حيث رأى الطلبة إجراء الدراسة على عينة من الموظفين العاملين بهذ البنك بمختلف فروعهم، و لهذا الغرض تم توزيع 40 استمارة تم استرداد منها 39 استبيان استبعدت منها ثلاثة غير صالحة للتحليل لعدم اكتمالها ، و تم القيام بتحليل 36 استمارة لغرض الوصول إلى النتائج المرجوة من الدراسة.

ثانياً: أساليب جمع البيانات.

لقد تم الاعتماد على الاستبيان باعتباره من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات المتعلقة بالدراسة: حيث تم تصميمه بالاعتماد على بعض الأساتذة المتخصصين في الميدان (منهجية ، إحصاء و محاسبة) .

أما تصميم الاستبيان فقد تكون من قسمين: ويحتوي القسم الأول من الاستبيان على معلومات متعلقة بالخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة من الوظيفة ، الأقدمية.... إلخ.

أما القسم الثاني من الاستبيان مجسد لتبيان أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تفعيل اداء البنوك ، وزعت فيه الأسئلة على محورين : محور يتعلق استخدامات تكنولوجيا الاعلام والاتصال في البنوك. و محور يتعلق بتحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصالات .

ولقد تم استخدام سلم ليكرت ذو الخمس درجات، وذلك بإشارة:

- 5 لإجابة موافق بشدة.

- 4 لإجابة موافق .

- 3 لإجابة محايد.

- 2 لإجابة غير موافق.

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية بنك الخليج وكالة المسبلة

- 1 لإجابة غير موافق بشدة

كما تم اعتماد ثلاثة مجالات لتحديد درجة التقييم كما يلي:

- من 1 إلى أقل من 2.5 يمثل مجال التقييم السلبي.

- ومن 2.5 إلى أقل من 3.5 يمثل مجال التقييم المتوسط.

- وأما المجال من 3.5 إلى 5 يمثل مجال التقييم الجيد.

ثالثاً: أدوات التحليل الإحصائي

لمعالجة البيانات تم الاعتماد على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Stastical Package for social Scienees (النسخة 22).

وقد تم استخدام الأدوات الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية لإجابة عينة الدراسة المتعلقة بالمعطيات الشخصية والعامة.
- المتوسط الحسابي \bar{X} .
- الانحراف المعياري σ .
- اختبار T للعينة الواحدة One Sample T test.
- اختبار الارتباط R.
- اختبار تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA.

المطلب الثاني: عرض وتحليل البيانات الشخصية و المعطيات العامة

من أجل عرض نتائج الدراسة وتحليلها لابد من عرض البيانات التي سيتم الاعتماد عليها وتحليلها.

أولاً: البيانات الشخصية و المعطيات عامة

لقد تم استخدام القسم الأول من الاستبيان لتوضيح الخصائص الديموغرافية للعينة

1- توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي:

من خلال استخدام البرنامج الاحصائي SPSS تحصلنا على المخرجات التالية:

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية بنك الخليج وكالة المسبلة

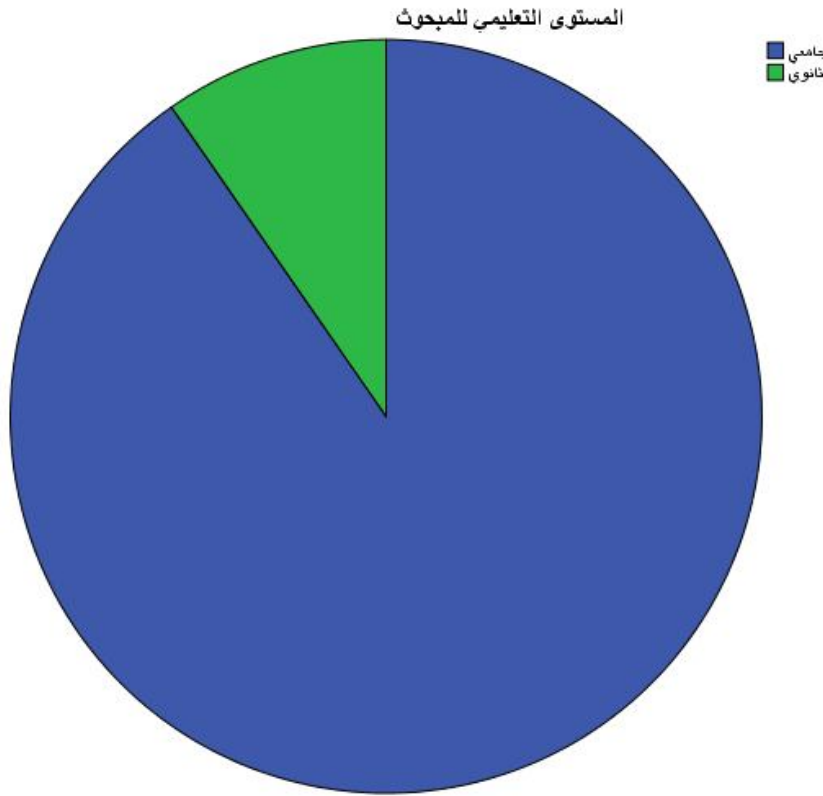
جدول رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي.

Frequency Table

المستوى التعليمي للمبحوث				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
جامعي	32	88,9	88,9	88,9
Valid ثانوي	4	11,1	11,1	100,0
Total	36	100,0	100,0	

المصدر: مستخرج من البرنامج الاحصائي SPSS انطلاقا من تفريغ بيانات الاستبيان.

شكل رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي.



المصدر: مستخرج من البرنامج الاحصائي SPSS انطلاقا من تفريغ بيانات الاستبيان.

من خلال استقراء الجدول و الشكل أعلاه نلاحظ أن أغلب المبحوثين هم من فئة الجامعيين

بنسبة : 88,9% بينما فئة الثانوي لا يمثلون إلا نسبة 11.1% من مجموع المبحوثين.

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية بنك الخليج وكالة المسبلة

2- توزيع أفراد العينة حسب السن:

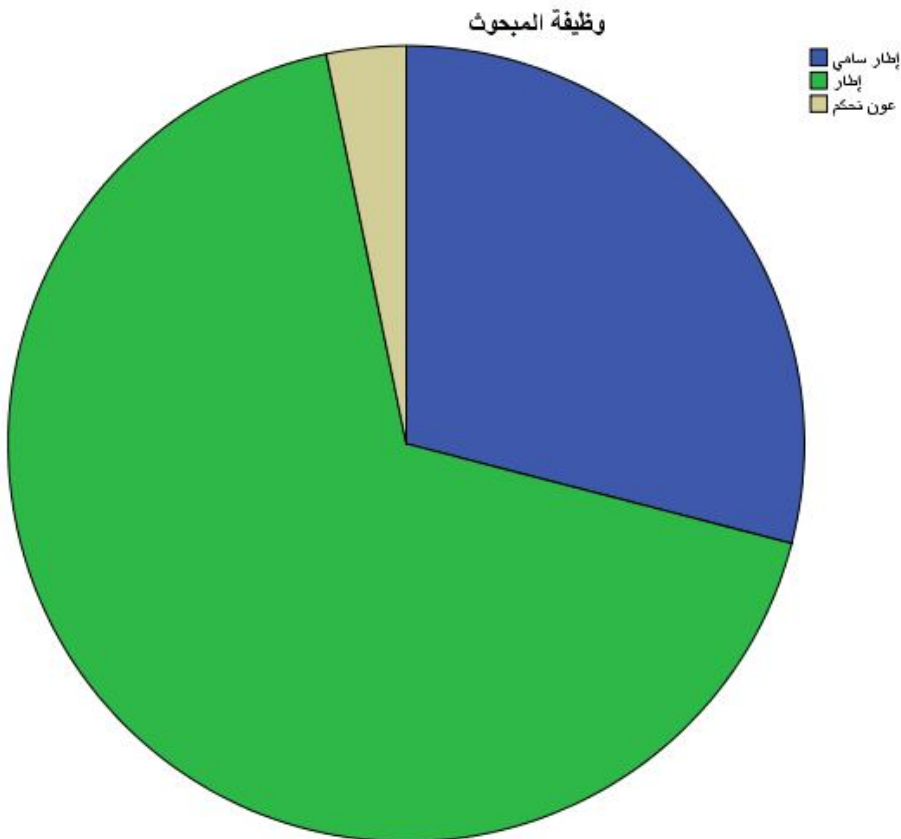
جدول رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة.

وظيفة المبحوث

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
إطار سامي	10	27,8	27,8	27,8
إطار	25	69,4	69,4	97,2
Valid عون تحكم	1	2,8	2,8	100,0
Total	36	100,0	100,0	

المصدر: مستخرج من البرنامج الاحصائي SPSS انطلاقا من تفرغ بيانات الاستبيان.

شكل رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة.



المصدر: مستخرج من البرنامج الاحصائي SPSS انطلاقا من تفرغ بيانات الاستبيان.

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية بنك الخليج وكالة المسبلة

من خلال استقراء الجدول و الشكل أعلاه نلاحظ أن أعلى نسبة من المبحوثين هي فئة الإطارات بنسبة 69,4% من مجموع المبحوثين بينما تحل فئة الإطارات السامية المرتبة الثانية من مجموع المبحوثين بنسبة 27,8% من مجموع المبحوثين وأخيرا فئة أعوان التحكم بنسبة 2,8%.

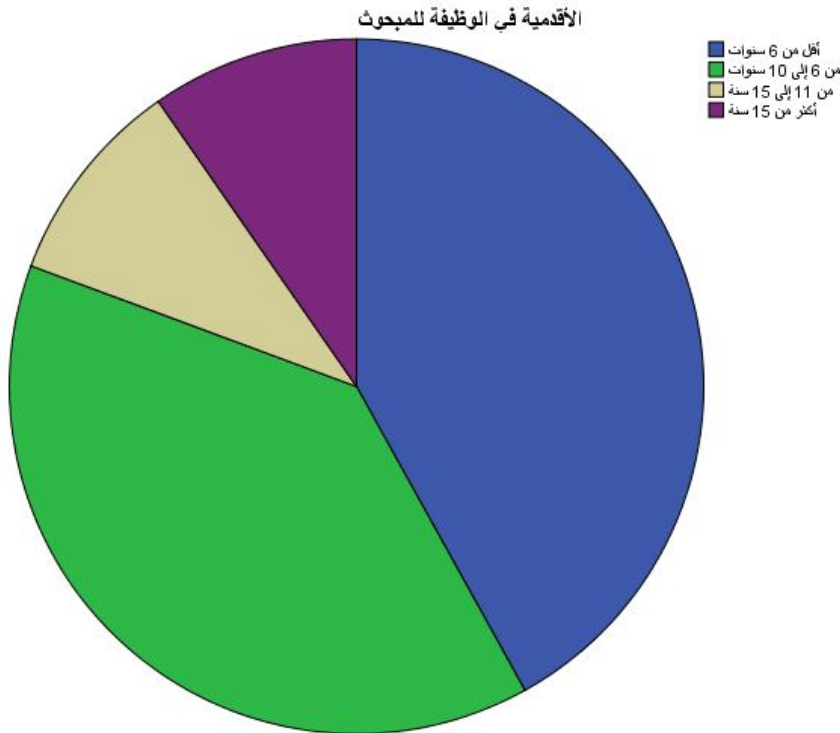
3- توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في الوظيفة:

جدول رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في الوظيفة.

الأقدمية في الوظيفة للمبحوث

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
أقل من 6 سنوات	16	44,4	44,4	44,4
من 6 إلى 10 سنوات	13	36,1	36,1	80,6
Valid من 11 إلى 15 سنة	3	8,3	8,3	88,9
أكثر من 15 سنة	4	11,1	11,1	100,0
Total	36	100,0	100,0	

شكل رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب الأقدمية في الوظيفة.



المصدر: مستخرج من البرنامج الاحصائي SPSS انطلاقا من تفريغ بيانات الاستبيان.

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية بنك الخليج وكالة المسبلة

من خلال استقراء الجدول و الشكل أعلاه نلاحظ أن أعلى نسبة خبرة للمبحوثين هي لفئة أقل من 6 سنوات بنسبة مئوية 44,4% ثم تليها فئة من 6 إلى 10 سنوات بنسبة 36,1% بعدها الفئة أكثر من 15 سنة بنسبة 11,1% واخيرا الفئة من 11 إلى 15 سنة بنسبة لا تتجاوز 8,3% من مجموع المبحوثين.

المطلب الثاني: تحليل الثبات والصدق واختبار اللاتطبيعية للاستبيان

أولا: تحليل ثبات الاستبيان

من خلال البرنامج الاحصائي SPSS تحصلنا على المخرجات التالية:

Fiabilité

Echelle : TOUTES LES VARIABLES

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,900	24

المصدر : مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS بالاعتماد على بيانات الاستبيان

1. **الثبات:** من خلال مخرجات البرنامج الإحصائي نلاحظ أن معامل الثبات (معامل ثبات الاستبيان) Alpha de Cronbach (ألفا كروبخ) قد بلغ : 0,900 ، حيث إذا فاق هذا المعامل 0,7 فإننا نعتبر أن الاستبيان ثابت ويمكن إجراء باقي التحاليل الإحصائية عليه، لذلك فإن الاستبيان الذي لدينا يتمتع بثبات كبير جدا.

2. **الصدق:** يقاس صدق الاستبيان من خلال تجذير معامل الثبات (معامل ثبات الاستبيان) Alpha de Cronbach (ألفا كروبخ) و الذي بلغ : 0,900 ، إذن معامل الصدق : 0,948 ، بما أن هذا المعامل قريب من الواحد فإن الاستبيان الذي لدينا يتمتع بصدق كبير جدا.

ثانيا: اختبار اللاتطبيعية لأسئلة الاستبيان

من خلال اختبار اللاتطبيعية ل: Kalmogrov-Smirnov ، ومن خلال مخرجات البرنامج الإحصائي حيث إذا كانت قيمة Sig:

. أكبر من 0,05 نقبل فرضية العدم ونرفض الفرض البديل أي أن إجابات السؤال تتبع للتوزيع الطبيعي.

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية لبنك الخليج وكالة المسبلة

. أقل من 0,05 نرفض فرضية العدم و نقبل الفرض البديل أي أن إجابات السؤال لا تتبع للتوزيع الطبيعي.

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of المعلومات بوزن كبير في نجاح الشركات تحقق أهدافها is normal with mean 4,42 and standard deviation 0,55.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,001	Reject the null hypothesis.
2	The distribution of وتستخدم المنظمات تكنولوجيا المعلومات في الوقت الحاضر على نطاق واسع وفي جميع عمل المنظمة is normal with mean 4,14 and standard deviation 0,64.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,002	Reject the null hypothesis.
3	The distribution of زيادة نسبة مستخدمي الحاسوب في عملهم أي زيادة استخدام التكنولوجيا والمعلومات كفاءة مهمة في العمل is normal with mean 4,03 and standard deviation 1,03.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,004	Reject the null hypothesis.
4	The distribution of ظهور قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال قطاع إقليمي مهم is normal with mean 5,72 and standard deviation 8,46.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,000	Reject the null hypothesis.
5	The distribution of بواسطة تكنولوجيا الإعلام والاتصال يستطيع الزبون تغير الخدمة نفسه مباشرة دون اللجوء إلى المشكن المحلي is normal with mean 3,58 and standard deviation 1,08.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,015	Reject the null hypothesis.
6	The distribution of يتيح استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل المؤسسة والذين خضعوا لتدريب بطرقه مباشرة is normal with mean 4,06 and standard deviation 0,71.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,003	Reject the null hypothesis.
7	The distribution of يولي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى القضاء على المركزية والبقاء في مكان ثابت وتقليل التقلبات والتطوير وغيرها is normal with mean 4,14 and standard deviation 0,93.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,009	Reject the null hypothesis.
8	The distribution of بفضل الوسائل الرقمية يمكن للبنك متفوية زبونها عن بعد من اجل معرفة اراءهم حول خدماتها is normal with mean 4,03 and standard deviation 0,94.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,000	Reject the null hypothesis.
9	The distribution of تهدف تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى زيادة سرعة وكفاءة الاتصال وتخفض تكاليفه is normal with mean 3,72 and standard deviation 1,00.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,061	Retain the null hypothesis.
10	The distribution of تهدف تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى توفير المعلومة الدقيقة والمستجدة وذلك قصد اتخاذ القرارات الصائبة is normal with mean 3,87 and standard deviation 1,12.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,018	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية ببنك الخليج وكالة المسبلة

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
11	The distribution of the distribution of الإعلام هدف تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى تبسيط إجراءات وعمليات المؤسسة وجعلها أكثر وضوحاً وقابلية. is normal with mean 4,08 and standard deviation 0,97.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,027	Reject the null hypothesis.
12	أحدث شبكة الاتصالات المئوية (التقنية) تذبذبات جوهرية في القطاع المصرفي كخفض تكلفة الخدمات المصرفية is normal with mean 3,78 and standard deviation 1,10.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,025	Reject the null hypothesis.
13	أحدث شبكة الاتصالات المئوية تذبذبات جوهرية في القطاع المصرفي كسهولة التعامل عبر الحدود وتقديم خدمات مختلفة ومقومة للملاء is normal with mean 3,89 and standard deviation 0,85.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,000	Reject the null hypothesis.
14	أحدث شبكة الاتصالات المئوية تذبذبات جوهرية في القطاع المصرفي كازدياد التذبذبات المرتبطة بموضوعات الأمن والحماية للملاء وسرعة التعامل is normal with mean 3,92 and standard deviation 1,08.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,020	Reject the null hypothesis.
15	The distribution of the distribution of الاتصالات المئوية تذبذبات جوهرية في القطاع المصرفي كالتحضر العلاقة التي كفت قلقة في السوق بين البنك وعملائه is normal with mean 4,17 and standard deviation 0,77.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,024	Reject the null hypothesis.
16	The distribution of توافر العناصر المشري المنسجم جنباً إلى جنب مع التقوية المتطورة من أحد أهم عناصر النجاح لتكنولوجيا الإعلام والاتصالات is normal with mean 4,14 and standard deviation 0,72.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,029	Reject the null hypothesis.
17	The distribution of القريب عملية مستمرة ومتواصلة ولا يمكن لها أن تتوقف عن حد ، مما يساهم في مواجهة التحديات التي تواجه استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال is normal with mean 3,92 and standard deviation 1,00.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,018	Reject the null hypothesis.
18	The distribution of المزايا التي تتجها تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساعد البنوك على بناء علاقة مثبته مع الزبائن is normal with mean 3,69 and standard deviation 0,98.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,095	Retain the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية لبنك الخليج وكالة المسبلة

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
19	The distribution of على الشبوك استغلال تكنولوجيا الإعلام والاتصال كمنظومة تميز من أجل التخليق على باقي الشبكات وذلك بالاستثمار الذي فيها is normal with mean 3,75 and standard deviation 1,00.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,004	Reject the null hypothesis.
20	The distribution of تهدف تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى توفير البدو من الفوائد على مختلف المجالات كالتخفيف وتقليل التزوير ووقوع الأخطاء is normal with mean 4,14 and standard deviation 0,93.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,009	Reject the null hypothesis.
21	The distribution of تفضيل تقنيات الخدمات المالية و لاكتساب درجة أعلى من التفاعلية في السوق المالية is normal with mean 3,94 and standard deviation 1,01.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,069	Retain the null hypothesis.
22	The distribution of ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تميز العمل الإلكتروني وفقدت ألقا جودة امه البحث العلمي في مختلف المجالات is normal with mean 3,97 and standard deviation 0,91.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,038	Reject the null hypothesis.
23	The distribution of أحدثت تكنولوجيا الإعلام والاتصال تغيرات كبيرة في مهارات الموظفين حيث أصبح يفضل الفئات المهنية الأكثر اتصالا is normal with mean 3,83 and standard deviation 1,16.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,007	Reject the null hypothesis.
24	The distribution of كثرة المعلومات والإشاعات المقابولة مما يصعب من عملية التحقق من صحتها ومن مصدر تلك المعلومات مما يسهل على إجراء عملية حوكمة للمعلومة is normal with mean 4,28 and standard deviation 0,66.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,009	Reject the null hypothesis.
25	The distribution of تساعد الإنترنت على عملية القرصنة وسرقة اللمة التي تشتمح بتعقيد الشتر والتلف واستخدام هذه اللمة دون الترخيص من أصلها is normal with mean 4,03 and standard deviation 0,94.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,012	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

فمن خلال المخرجات أعلاه نجد أن جميع إجابات أسئلة الاستبيان لا تتبع للتوزيع الطبيعي، مما يعني إمكانية استخدام الاختبارات المعلمية في تحليل الاستبيان.

المطلب الثالث: تحليل للاستبيان

أولاً: مقارنة المتوسطات الحسابية:

نقوم بمقارنة المتوسط الحسابي مع المتوسط الحسابي العام (3) حيث المتوسط الحسابي العام هو عبارة عن مجموع درجات سلم "ليكارت" على عددها (3) = $(1+2+3+4+5)/5$ ، وذلك لكل سؤال أو فقرة أو محور من محاور الدراسة.

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية لبنك الخليج وكالة المسبلة

1. المحور الأول: استخدامات تكنولوجيا المعلومات في البنوك

جدول رقم (04): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد العينة حول المحور الأول

Descriptives

Descriptive Statistics			
Std. Deviation	Mean	N	
,554	4,42	36	تلعب تكنولوجيا المعلومات دورا كبيرا في نجاح الشركات بتحقيق أهدافها
,639	4,14	36	وتستخدم المنظمات تكنولوجيا المعلومات في الوقت الحاضر على نطاق واسع وفي جميع عمل المنظمة
1,028	4,03	36	زيادة نسبة مستخدمي الحاسوب في عملهم أي زيادة استخدام التكنولوجيا والمعلومات كأداة مهمة في العمل
8,464	5,72	36	ظهور قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال كقطاع إنتاجي خدمي مهم
1,079	3,58	36	بواسطة تكنولوجيا الإعلام والاتصال يستطيع الزبون تنفيذ الخدمة بنفسه مباشرة دون اللجوء إلى المكان المادي للمؤسسة
,715	4,06	36	يتيح استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل المؤسسة والزبائن خلق تفاعل بطريقة مباشرة
,931	4,14	36	يؤدي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى القضاء على المركزية والبقاء في مكان ثابت وتفادي التنقلات والطوابير وغيرها
,941	4,03	36	بفضل الوسائل الرقمية يمكن للبنك متابعة زبائنها عن بعد من أجل معرفة آراءهم حول خدماتها
1,003	3,72	36	تهدف تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى زيادة سرعة وكفاءة الاتصال وخفض تكاليفه
1,121	3,67	36	تهدف تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى توفير المعلومة الدقيقة والمتجددة وذلك قصد اتخاذ القرارات الصائبة

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية بنك الخليج وكالة المسيرة

	4,08	36	تهدف تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى تبسيط اجراءات وعمليات المؤسسة وجعلها أكثر وضوحا وفاعلية
,967			
		36	Valid N (listwise)

Descriptive Statistics

Std. Deviation	Mean	N	
,92029	4,1439	36	المحور الأول: استخدامات تكنولوجيا المعلومات في البنوك
		36	Valid N (listwise)

المصدر : مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS بالاعتماد على بيانات الاستبيان .

يلاحظ من الجدول أن إجابات أفراد عينة الدراسة على أسئلة المحور الأول المتعلق باستخدامات تكنولوجيا المعلومات في البنوك كلها تفوق المتوسط (3) و ذلك لكل أسئلة المحور ، كما بلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل 4,1439 وهو أكبر من المتوسط 3 ، مما يعني أن الإجابات كلها تبين أغلب أفراد العينة المبحوثين يوافقون على ان استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات كان له أثر إيجابي على عمل البنوك سواء على الموظفين او على الزبائن، مما يؤكد مكانة اهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال في القطاع البنكي .

2. المحور الثاني: تحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصالات

Descriptives

Descriptive Statistics			
Std. Deviation	Mean	N	
1,098	3,78	36	أحدثت شبكة الاتصالات الدولية (الإنترنت) تغيرات جوهرية في القطاع المصرفي كتخفيض تكلفة العمليات المصرفية
,854	3,89	36	أحدثت شبكة الاتصالات الدولية تغيرات جوهرية في القطاع المصرفي كتسهيل التعامل عبر الحدود وتقديم خدمات مختلفة ومتنوعة للعملاء

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية ببنك الخليج وكالة المسيرة

1,079	3,92	36	أحدثت شبكة الاتصالات الدولية تغيرات جوهرية في القطاع المصرفي كازدياد التحديات المرتبطة بموضوعات الأمن والحماية للعملاء وسريّة التعامل
,775	4,17	36	أحدثت شبكة الاتصالات الدولية تغيرات جوهرية في القطاع المصرفي كانهيار العلاقة التي كانت قائمة في السابق بين البنك وعملائه
,723	4,14	36	توافر العنصر البشري المناسب، جنباً إلى جنب مع التقنية متطورة، يُمثل أحد أهم عناصر النجاح لتكنولوجيا الإعلام والاتصالات
,996	3,92	36	التدريب عملية مستمرة ومتواصلة ولا يمكن لها أن تتوقف عند حدّ ، مما يساهم في مواجهة التحديات التي تواجه استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال
,980	3,69	36	المزايا التي تتيحها تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساعد البنوك على بناء علاقات متينة مع الزبائن
,996	3,75	36	على البنوك استغلال تكنولوجيا الاعلام والاتصال كنقطة تميز من أجل التغلب على باقي المنافسين وذلك بالاستثمار الجدي فيها
,931	4,14	36	تهدف تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى توفير العديد من الفوائد على مختلف المجالات كالشفافية وتقليل التزوير ووقوع الأخطاء
1,013	3,94	36	تخفيض نفقات الخدمات المالية و لاكتساب درجة أعلى من التنافسية في السوق العالمية
,910	3,97	36	ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تعزيز العمل الأكاديمي وفتحت أفاقاً جديدة امام البحث العلمي في مختلف المجالات
1,159	3,83	36	أحدثت تكنولوجيا الإعلام والاتصال تغيرات كبيرة في مهارات الموظفين حيث أصبح يفضل الفئات المهنية الأكثر اتصالاً ومعرفة

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية ببنك الخليج وكالة المسبلة

36	4,28	,659	كثرة المعلومات والإشاعات المتداولة مما يصعب من عملية التحقق من صحتها ومن مصدر تلك المعلومات مما يستدعي إجراء عملية حوكمة للمعلومة
36	4,03	,941	تساعد الإنترنت على عملية القرصنة و سرقة المادة التي تتمتع بحقوق النشر و التأليف و استخدام هذه المادة دون الترخيص من أصحابها
36			Valid N (listwise)

Descriptive Statistics

Std. Deviation	Mean	N	
,58316	3,9603	36	المحور الثاني: تحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصالات
		36	Valid N (listwise)

المصدر : مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS بالاعتماد على بيانات الاستبيان.

يلاحظ من الجدول أن إجابات أفراد عينة الدراسة على أسئلة المحور الثاني المتعلق بتحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصالات كلها تفوق المتوسط (3) و ذلك لكل أسئلة المحور، مما يعني أن الإجابات كلها تبين اعتراف موظفي البنك الممثلين لعينة الدراسة بوجود عدة عراقيل ومشاكل تحد من الاستفادة الكاملة من مزايا تكنولوجيا الاعلام و الاتصال، منها مشكل الثقة فالمعلومات المتاحة، تأمين المواقع الالكترونية وما تحتويه من معلومات، كذلك يرون ان تكنولوجيا الاعلام والاتصال أحدثت تغييرات في مهارات الموظفين وطبيعة الموظفين المطلوبين للعمل في البنوك.

ثانيا: اختبار ستودنت T:

يجري اختبار الفرضيات وفقا لهذه الإحصائية كما يلي:

فرضية العدم H0 : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية.

الفرضية البديلة H1 : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية.

وهذا حسب كل عنصر يتم إجراء الاختبار له ، حيث سنقارن القيمة (Sig) من الجدول مع مستوى

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية ببنك الخليج وكالة المسبلة

المعنوية 0,05، إذا كانت القيمة (Sig):

. أكبر من 0,05 فإننا نقبل فرضية العدم ونرفض الفرض البديل.

. أقل من 0,05 فإننا نرفض فرضية العدم نقبل الفرض البديل.

1. المحور الأول: استخدامات تكنولوجيا المعلومات في البنوك

جدول رقم (05): اختبار ستودنت **Test-t** لإجابات أفراد العينة لأسئلة المحور الأول

Test-t

One-Sample Test			
Test Value = 3			
Sig. (2-tailed)	df	t	
,000	35	15,337	تلعب تكنولوجيا المعلومات دورا كبيرا في نجاح الشركات بتحقيق أهدافها
,000	35	10,688	وتستخدم المنظمات تكنولوجيا المعلومات في الوقت الحاضر على نطاق واسع وفي جميع عمل المنظمة
,000	35	6,000	زيادة نسبة مستخدمي الحاسوب في عملهم أي زيادة استخدام التكنولوجيا والمعلومات كأداة مهمة في العمل
,062	35	1,930	ظهور قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال كقطاع إنتاجي خدمي مهم
,003	35	3,244	بواسطة تكنولوجيا الإعلام والاتصال يستطيع الزبون تنفيذ الخدمة بنفسه مباشرة دون اللجوء إلى المكان المادي للمؤسسة
,000	35	8,859	يتيح استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل المؤسسة والزبائن خلق تفاعل بطريقة مباشرة
,000	35	7,344	يؤدي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى القضاء على المركزية والبقاء في مكان ثابت وتفاذي التنقلات والطوابير وغيرها
,000	35	6,555	بفضل الوسائل الرقمية يمكن للبنك متابعة زبائنها عن بعد من أجل معرفة آراءهم حول خدماتها

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية بنك الخليج وكالة المسبلة

,000	35	4,320	تهدف تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى زيادة سرعة وكفاءة الاتصال وخفض تكاليفه
,001	35	3,568	تهدف تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى توفير المعلومة الدقيقة والمتجددة وذلك قصد اتخاذ القرارات الصائبة
,000	35	6,720	تهدف تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى تبسيط اجراءات وعمليات المؤسسة وجعلها أكثر وضوحا وفاعلية

One-Sample Test			
Test Value = 3			
Sig. (2-tailed)	df	t	
,000	35	7,458	المحور الأول: استخدامات تكنولوجيا المعلومات في البنوك

المصدر : مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS بالاعتماد على بيانات الاستبيان.

من خلال الجدول نلاحظ أن القيمة (Sig) لجميع أسئلة المحور الأول هي أقل من 0,05 مما يعني رفض فرضية العدم وقبول الفرض البديل ، أي يوجد تأثير ذو معنوية إحصائية لاستخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك.

2. المحور الثاني: تحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصالات

جدول رقم (6): اختبار ستودنت Test-t لإجابات أفراد العينة لأسئلة المحور الثاني

Test-t

One-Sample Test			
Test Value = 3			
Sig. (2-tailed)	df	t	
,000	35	4,249	أحدثت شبكة الاتصالات الدولية (الإنترنت) تغيرات جوهرية في القطاع المصرفي كتخفيض تكلفة العمليات المصرفية

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية ببنك الخليج وكالة المسبلة

,000	35	6,242	أحدثت شبكة الاتصالات الدولية تغييرات جوهرية في القطاع المصرفي كتسهيل التعامل عبر الحدود وتقديم خدمات مختلفة ومتنوعة للعملاء
,000	35	5,097	أحدثت شبكة الاتصالات الدولية تغييرات جوهرية في القطاع المصرفي كازدياد التحديات المرتبطة بموضوعات الأمن والحماية للعملاء وسرية التعامل
,000	35	9,037	أحدثت شبكة الاتصالات الدولية تغييرات جوهرية في القطاع المصرفي كانهيار العلاقة التي كانت قائمة في السابق بين البنك وعملائه
,000	35	9,449	توافر العنصر البشري المناسب، جنباً إلى جنب مع التقنية متطورة، يُمثل أحد أهم عناصر النجاح لتكنولوجيا الإعلام والاتصالات
,000	35	5,520	التدريب عملية مستمرة ومتواصلة ولا يمكن لها أن تتوقف عند حدّ، مما يساهم في مواجهة التحديات التي تواجه استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال
,000	35	4,250	المزايا التي تتيحها تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساعد البنوك على بناء علاقات متينة مع الزبائن
,000	35	4,516	على البنوك استغلال تكنولوجيا الاعلام والاتصال كنقطة تميز من أجل التغلب على باقي المنافسين وذلك بالاستثمار الجدي فيها
,000	35	7,344	تهدف تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى توفير العديد من الفوائد على مختلف المجالات كالشفافية وتقليل التزوير ووقوع الأخطاء
,000	35	5,596	تخفيض نفقات الخدمات المالية و لاكتساب درجة أعلى من التنافسية في السوق العالمية
,000	35	6,412	ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تعزيز العمل الأكاديمي وفتحت أفاقاً جديدة امام البحث العلمي في مختلف المجالات

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية ببنك الخليج وكالة المسبلة

4,315	35	,000	أحدثت تكنولوجيا الإعلام والاتصال تغييرات كبيرة في مهارات الموظفين حيث أصبح يفضل الفئات المهنية الأكثر اتصالاً ومعرفة
11,625	35	,000	كثرة المعلومات والإشاعات المتداولة مما يصعب من عملية التحقق من صحتها ومن مصدر تلك المعلومات مما يستدعي إجراء عملية حوكمة للمعلومة
6,555	35	,000	تساعد الإنترنت على عملية القرصنة وسرقة المادة التي تتمتع بحقوق النشر والتأليف واستخدام هذه المادة دون الترخيص من أصحابها

One-Sample Test

Test Value = 3			
Sig. (2-tailed)	df	T	
,000	35	9,881	المحور الثاني: تحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصالات

المصدر : مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS بالاعتماد على بيانات الاستبيان.

من خلال الجدول نلاحظ أن القيمة (Sig) لجميع أسئلة المحور الثاني هي أقل من 0,05 مما يعني رفض فرضية العدم وقبول الفرض البديل ، أي يوجد تأثير ذو معنوية إحصائية أي ان اعتماد الإعلام والاتصالات في البنوك نتج عنه تغييرات كثيرة في سيرورة عمل البنوك وعلاقتها مع الزبائن من جهة ، ومن جهة ثانية خلقت بعض المشاكل مثل كثرة المعلومات وصعوبة التحقق منها، وكذا تحدي تأمين المعلومات وسريتها.

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية ببنك الخليج وكالة المسبلة

ثالثا: تحليل الارتباط:

1- تحليل الارتباط بين المحورين:

جدول رقم (05): مصفوفة الارتباط المشترك

Corrélations

Correlations			
المحور الأول: استخدامات تكنولوجيا تحديات	المحور الثاني: المعلومات في البنوك تكنولوجيا الإعلام والاتصالات		
		Pearson Correlation	المحور الأول: استخدامات تكنولوجيا المعلومات في البنوك
,839	1		
		Sig. (2-tailed)	
,007			
		N	
36	36		
		Pearson Correlation	المحور الثاني: تحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصالات
1	,839		
		Sig. (2-tailed)	
	,007		
		N	
36	36		

المصدر : مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS بالاعتماد على بيانات الاستبيان.

من خلال الجدول الموضح لمصفوفة الارتباط المشترك بين المحاور نجد أن المحور الأول ذو ارتباط قوي بالمحور الثاني حيث بلغ معامل الارتباط 0,839 و هو ارتباط طردي موجب في نفس الاتجاه ، أي أن زيادة الأول استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال تؤدي بالضرورة إلى زيادة فعالية أداء البنوك وترفع من مردودية موظفيها و تخفض تكلفة أداء العمل كما تعزز موقعها عند الزبائن وفي السوق.

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية بنك الخليج وكالة المسبلة

رابعاً: تحليل التباين (إحصائية فيشر F):

يجري اختبار الفرضيات وفقاً لهذه الإحصائية كما يلي:

فرضية العدم H_0 : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية.

الفرضية البديلة H_1 : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية.

وهذا حسب كل عنصر يتم إجراء الاختبار له ، حيث سنقارن القيمة (Sig) من الجدول مع مستوى

المعنوية 0,05، إذا كانت القيمة (Sig):

. أكبر من 0,05 فإننا نقبل فرضية العدم ونرفض الفرض البديل.

. أقل من 0,05 فإننا نرفض فرضية العدم نقبل الفرض البديل.

1. تحليل تأثير المحور الأول على الثاني :

جدول رقم (07): تحليل التباين للمحور الأول و الثاني

A 1 facteur

ANOVA					
المحور الأول: استخدامات تكنولوجيا المعلومات في البنوك					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	16,487	19	,868	1,055	,461
Within Groups	13,156	16	,822		
Total	29,643	35			

المصدر : مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS بالاعتماد على بيانات الاستبيان.

من خلال الجدول نلاحظ أن القيمة (Sig) أكبر من القيمة 0,05 ، مما يعني عدم وجود تأثير معنوي ذو

دلالة إحصائية أي عدم وجود تأثير لاستخدامات تكنولوجيا المعلومات على تحديات استخدام تكنولوجيا

المعلومات والاتصال

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية بنك الخليج وكالة المسبلة

2. تحليل تأثير المحور الثاني على الأول :

جدول رقم (08): تحليل التباين للمحور الأول و الثاني

A 1 facteur

ANOVA					
المحور الثاني: تحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصالات					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	9,234	16	,577	4,110	,002
Within Groups	2,668	19	,140		
Total	11,902	35			

المصدر : مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS بالاعتماد على بيانات الاستبيان.

من خلال الجدول نلاحظ أن القيمة (Sig) أقل من القيمة 0,05 ، مما يعني وجود تأثير معنوي

ذو دلالة إحصائية أي أن تحديات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال تؤثر على استخداماتها في

البنوك مما يدل أن التوسع في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال راجع إلى فعاليتها وتأثيرها على أداء

البنوك بتحسين أداء موظفيها وكسب رضا وولاء زبائنهم.

الفصل الثاني: دراسة حالة ميدانية بنك الخليج وكالة المسبلة

خلاصة الفصل :

أعطت نتائج الاستبيان أن أغلب المبحوثين جامعيين مما يعني وعيهم بموضوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومعظمهم إطارات سامية ولديهم خبرة مهنية مقبولة مما يؤهلهم لتناول مثل هذه الاستبيانات و الإجابة عليها بكل موضوعية.

كما أن الاستبيان الذي تم توزيعه وصل إلى درجة ثبات وصدق عالية والتي ستساهم في تأكيد نتائج الاستبيان أو نفيها ، كما أن الأسئلة لا تخضع للتوزيع الطبيعي مما يتيح استخدام الاختبارات الإحصائية المعنوية.

معظم المتوسطات الحسابية لكلى المحورين كانت في الجانب الإيجابي مما يبين تأكيد الإجابة الإيجابية لجميع الأسئلة المحورين ، كما يؤكد اختبار "ستودنت" أن معظم الأسئلة الاستبيان الإجابات عنها كانت إيجابية وبمستوى معنوية مقبول .

كما يشير معامل الارتباط إلى وجود علاقة ارتباط طردي قوي بين المحورين حيث يؤكد اختبار "فيشر" أن المحور الأول لا يؤثر في المحور الثاني والمحور الثاني يؤثر في الأول .

خاتمة :

تمتاز تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة بالقدرة الهائلة على الاستيعاب والسرعة الفائقة في الاسترجاع حيث دخلت تكنولوجيا الاتصال الحديثة كمصدر جديد من أهم العناصر الأساسية ، للمؤسسات و كمدخل مهم من مدخلات المؤسسة الحديثة المفتوحة و التي تسعى لمواكبة التطورات الحديثة ، فشبكات الاتصال المتطورة بفعاليتها العالية يمكن ان تحقيق مكاسب عديدة، كالتمكن من الاتصال بسهولة أكبر و الوصول إلى مصادر المعلومات.

تعتبر البنوك من أهم المؤسسات المستفيدة من مزايا تكنولوجيا الإعلام والاتصال حيث تساهم في تفعيل العديد من أنشطة البنك المترابطة فيما بينها بصورة معقدة تحتاج إلى تنظيم عالي لا يمكن الحصول عليه إلا بتوسيع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال ما يؤكد صحة الفرضية الأولى التي تنص على أن **"تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل أنشطة البنوك عبر زيادة فعالية أداء مختلف مصالحها"**.

نظرا لوجود مجموعة من العوامل المعيقة لاستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على مستوى البنوك الجزائرية كعدم حداثة الوسائل المستخدمة في ظل غياب صيانة منتظمة كله يحد من استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على مستوى البنوك الجزائرية وهو ما يثبت صحة الفرضية الثانية التي تنص على أنه : **"لا تستخدم البنوك الجزائرية تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل كبير في نشاطها البنكي مما يقلل من استفادتها منها"**.

يعد ضعف التكوين في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال الراجع إلى غياب إطارات كفؤة في الميدان وكذلك غياب مراكز متخصصة في المجال وانعدام دورات تدريبية حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال حال دون تفعيل هذا الأخير للأنشطة البنكية وهو ما يثبت صحة الفرضية الثالثة التي تنص على أن : **"تعاني البنوك الجزائرية العديد من المعوقات خاصة في تدريب العنصر البشري واقتناء وسائل الإعلام والاتصال تحول بينها وبين استفادتها من مزايا تكنولوجيا الإعلام والاتصال"**.

نتائج عامة:

و بعد استكمال موضوع البحث بجانبه التطبيقي والنظري سمح لنا بإحاطة الموضوع وهو ما مكننا بالخروج بالعديد من النتائج التي تخص تكنولوجيا الإعلام والاتصال في البنوك التجارية نذكر أهمها فيما يلي:

- زيادة استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في البنوك في جميع وظائفها لتحقيق أهدافها المختلفة.
- زيادة نسبة مستخدمي الحاسوب في عملهم أي زيادة استخدام التكنولوجيا والمعلومات كأداة مهمة في العمل.
- يحتل قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال مكانة بارزة في مجال إنتاجي خدمي.
- تساهم في تسهيل أداء البنوك وتخفيف من مركزية عملها.
- استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى زيادة سرعة وكفاءة الاتصال وخفض تكاليفه؛
- تساعد تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تسهيل عملية اتخاذ القرارات بتوفير المعلومات اللازمة في الوقت المناسب.
- تكنولوجيا الإعلام والاتصال تخفف إجراءات عمل المؤسسة وتجعلها أكثر وضوحاً ودقة.

نتائج خاصة :

- **التوصيات والاقتراحات:**
- الاستفادة أكثر من مزايا تكنولوجيا الإعلام والاتصال و التي تؤدي إلى زيادة سرعة وكفاءة الاتصال وخفض مختلف التكاليف المتعلقة به.
- توفير المعلومات اللازمة في الوقت المناسب مما يساعد تكنولوجيا الإعلام والاتصال على تسهيل عملية اتخاذ القرارات.
- العمل على جعل تكنولوجيا الإعلام والاتصال تخفف إجراءات عمل المؤسسة وتجعلها أكثر وضوحاً ودقة في تسير مختلف وظائفها.
- العمل على زيادة مستوى تكوين مستخدمي الحاسوب في عملهم أي لغرض زيادة استخدام التكنولوجيا والمعلومات كأداة مهمة في العمل.

- توسيع الاهتمام بقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال لماله من مكانة بارزة في المجال الإنتاجي و الخدمي لمختلف المؤسسات .

- أفاق البحث :

- من خلال دراستنا للموضوع ارتأينا اقتراح دراسة المواضيع التالية :
- دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسويق الخدمات البنكية.
- دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في زيادة رضا زبائن المؤسسات المصرفية.
- حوكمة البنوك في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في عصنة المؤسسات البنكية الجزائرية.
- المساهمة في إتخاذ القرارات الادارية بالاستخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال.
- أثر استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال على أداء الموارد البشرية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع باللغة العربية

أولاً: المراجع باللغة العربية

أ. الكتب:

1. حسين بن هاني: اقتصاديات النقود والبنوك، دار الكندي، الأردن، 2003.
2. حسين جميل البديري: البنوك مدخل أداري ومحاسبي، ط1، دار الوراق للنشر، عمان، الأردن ، 2003.
3. زياد رمضان، محفوظ جودة: الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، ط3، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2006.
4. سعد غالب ياسين: أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، دار المناهج، عمان، الأردن، 2006.
5. الطاهر لطرش: تقنيات البنوك، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
6. عبد الحميد الشواربي: إدارة المخاطر الائتمانية من وجهة النظر المصرفية والقانونية، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2002.
7. محمد الصيرفي: إدارة المصارف، ط1، دار الوفاء للطباعة والنشر، الاسكندرية، 2007.
8. محمد سعيد انور سلطان: إدارة البنوك، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2005.

ب. الرسائل والأطروحات:

9. حياة نجار: إدارة المخاطر المصرفية وفق اتفاقيات بازل-دراسة واقع البنوك التجارية العمومية الجزائرية، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة سطيف، 2014.

ج. المقالات والدراسات:

10. ايناس عكلة: أثر الخصائص التكنولوجية للمعلومات المصرفية وحوكمة المصارف، مجلة كلية إدارة الأعمال، العدد 09، المجلد 05، العراق، 2012.
11. زرقون محمد، شطبية زينب: تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثرها على رضا زبائن المؤسسة المصرفية الجزائرية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 03، جامعة ورقلة، 2013.
12. سعد طالب الجبوري: البنوك الالكترونية، جامعة بابل، كلية الإدارة والاقتصاد، العراق، جوان 2006.

قائمة المراجع

13. عراية رايح: دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الالكترونية في عصنة الجهاز المصرفي الجزائري،المجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، العدد 08، الشلف، 2012.
د. أوراق بحثية في مؤتمرات علمية:

14. بابا عبد القادر:تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و أثرها على النشاط الاقتصادي في العالم العربي،المؤتمر العلمي الدولي الثاني حول: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية ، يومي5/4 ديسمبر 2007،الشلف.

15. حاج عيسى أمال، هواري معراج: دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين قدرات المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، ورقة بحثية مقدمة للملتقى الوطني الأول حول: المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد، يومي 22/23/2003،الأغواط.

16. عبد الحليم غربي: تفعيل أداء البنوك الإسلامية في ظل اقتصاد المعرفة ،ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الثالث حول الأزمة المالية والاقتصادية الدولية والحوكمة العالمية، جامعة سطيف.2009.

ه. مقالات منشورة في مواقع الكترونية:

17. التقرير السنوي لعالم كيبكو، الصفاة، الكويت، العدد السنوي، 2016.

18. معهد الدراسات المصرفية، الكويت، السلسلة السادسة، العدد04، نوفمبر2013، على الموقع:

19. "http://www.kibs.edu.kw/upload/EDAAT_Nov_2013_783

20. عبد الكريم حمودي :العولمة..هل تعزز المصارف الإسلامية، على الموقع الإلكتروني:

http://www.islamonline.net/arabic/economics/2001/06/article4.shtml

21. https://www.agb.dz/article-view-.html

ثانيا: المراجع بالغة الأجنبية:

10. O'Brien,janesA:Management Information Systems,Managing information Technology in networked Enterprise,Chicago,IRWIN,,1998.
11. Greenstein M.&Vasarhelyi,M:Accounting Information Technology,and Business Solution,2ndEdition,MC. Graw-Hill, NewYork, USA, 2000.

1. استمارة الدراسة:

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية.

الاستمارة

عنوان المذكرة:

استخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال ودوره في تفعيل النشاط البنكي

- دراسة حالة بنك الخليج وكالة مسيلة -

سيدي الفاضل هذا استبيان في إطار بحث علمي، الرجاء الإجابة على كل الأسئلة بكل موضوعية، وثق أنها لن تستخدم سوى لغرض البحث مع احتفاظنا بالسرية التامة للمعلومات التي سنتحصل عليها والتي تقتضيها جوانب البحث، هدفنا إثراء البحث العلمي.

الطالبة: علي زغلاش صورية

القسم الأول: بيانات شخصية.

- المستوى التعليمي : ثانوي متوسط جامعي إداري سامي إداري سامي إداري سامي إداري سامي
- الوظيفة : إداري سامي إداري سامي إداري سامي إداري سامي
- عون تنفيذ
- الأقدمية في الوظيفة : أقل من 5 سنوات 6-10 سنوات 11-15 سنة 15 فما فوق

القسم الثاني: أسئلة الاستبيان

المحور الأول: استخدامات تكنولوجيا المعلومات في البنوك

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01 تلعب تكنولوجيا المعلومات دورا كبيرا في نجاح الشركات بتحقيق أهدافها					
02 وتستخدم المنظمات تكنولوجيا المعلومات في الوقت الحاضر على نطاق واسع وفي جميع عمل المنظمة					
03 زيادة نسبة مستخدمي الحاسوب في عملهم أي زيادة استخدام التكنولوجيا والمعلومات كأداة مهمة في العمل					
04 ظهور قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال كقطاع إنتاجي خدمي مهم					
05 بواسطة تكنولوجيا الإعلام والاتصال يستطيع الزبون تنفيذ الخدمة بنفسه مباشرة دون اللجوء إلى المكان المادي للمؤسسة					

					06	يتيح استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل المؤسسة والزبائن خلق تفاعل بطريقة مباشرة
					07	يؤدي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى القضاء على المركزية والبقاء في مكان ثابت وتقادي التنقلات والطوابير وغيرها من الأمور التي يستاء منها الزبون
					08	بفضل الوسائل الرقمية يمكن للبنك متابعة زبائنها عن بعد من أجل معرفة آراءهم حول خدماتها
					09	تهدف تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى زيادة سرعة وكفاءة الاتصال وخفض تكاليفه
					10	تهدف تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى توفير المعلومة الدقيقة والمتجددة وذلك قصد اتخاذ القرارات الصائبة
					11	تهدف تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى تبسيط اجراءات وعمليات المؤسسة وجعلها أكثر وضوحا وفاعلية

المحور الثاني: تحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصالات

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارة	
					01	أحدثت شبكة الاتصالات الدولية (الإنترنت) تغييرات جوهرية في القطاع المصرفي كتخفيض تكلفة العمليات المصرفية
					02	أحدثت شبكة الاتصالات الدولية تغييرات جوهرية في القطاع المصرفي كتسهيل التعامل عبر الحدود وتقديم خدمات مختلفة ومتنوعة للعملاء
					03	أحدثت شبكة الاتصالات الدولية تغييرات جوهرية في القطاع المصرفي كازدياد التحديات المرتبطة بموضوعات الأمن والحماية للعملاء وسريّة التعامل
					04	أحدثت شبكة الاتصالات الدولية تغييرات جوهرية في القطاع المصرفي كانهيار العلاقة التي كانت قائمة في السابق بين البنك وعملائه نتيجة الخيارات التي وقّرها الإنترنت للعميل
					05	توافر العنصر البشري المناسب، جنباً إلى جنب مع التقنية المتطورة، مثل أحد أهم عناصر النجاح لتكنولوجيا الإعلام والاتصالات
					06	التدريب عملية مستمرة ومتواصلة ولا يمكن لها أن تتوقف عند حدّ ، مما يساهم في مواجهة التحديات التي تواجه استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال
					07	المزايا التي تنتجها تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساعد البنوك على بناء علاقات متينة مع الزبائن
					08	على البنوك استغلال تكنولوجيا الاعلام والاتصال كنقطة تميز من أجل التغلب على باقي المنافسين وذلك بالاستثمار الجدي فيها
					09	تهدف تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى توفير العديد من الفوائد على مختلف المجالات كالشفافية وتقليل التزوير ووقوع الأخطاء
					10	تخفيض نفقات الخدمات المالية و لاكتساب درجة أعلى من التنافسية في

					السوق العالمية	
					ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تعزيز العمل الأكاديمي وفتحت أفاقا جديدة امام البحث العلمي في مختلف المجالات	11
					أحدثت تكنولوجيا الإعلام والاتصال تغييرات كبيرة في مهارات الموظفين حيث أصبح يفضل الفئات المهنية الأكثر اتصالا ومعرفة بأساليب تكنولوجيا الإعلام والاتصال	12
					كثرة المعلومات والإشاعات المتداولة مما يصعب من عملية التحقق من صحتها ومن مصدر تلك المعلومات مما يستدعي إجراء عملية حوكمة للمعلومة	13
					تساعد الإنترنت على عملية القرصنة و سرقة المادة التي تتمتع بحقوق النشر و التأليف و استخدام هذه المادة دون الترخيص من	14

2. مخرجات البرنامج الإحصائي spss:

-الملحق رقم 01: التكرارات والنسب لأفراد العينة وفق متغير:

Frequency Table

1. المستوى التعليمي للمبحوث

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
جامعي	32	88,9	88,9	88,9
Valid ثانوي	4	11,1	11,1	100,0
Total	36	100,0	100,0	

2. وظيفة المبحوث

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
إطار سامي	10	27,8	27,8	27,8
Valid إطار	25	69,4	69,4	97,2
عون تحكم	1	2,8	2,8	100,0
Total	36	100,0	100,0	

3. الأقدمية في الوظيفة للمبحوث

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
أقل من 6 سنوات	16	44,4	44,4	44,4
Valid من 6 إلى 10 سنوات	13	36,1	36,1	80,6
من 11 إلى 15 سنة	3	8,3	8,3	88,9
أكثر من 15 سنة	4	11,1	11,1	100,0
Total	36	100,0	100,0	

الملحق رقم 02: اختبار ألفا كرونباخ لمتغيرات استمارة الدراسة

Fiabilité

Echelle : TOUTES LES VARIABLES

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,900	24

الملحق رقم 03: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد العينة حول أسئلة المحور الأول.

Descriptive Statistics			
Std. Deviation	Mean	N	
,554	4,42	36	تلعب تكنولوجيا المعلومات دورا كبيرا في نجاح الشركات بتحقيق أهدافها
,639	4,14	36	وتستخدم المنظمات تكنولوجيا المعلومات في الوقت الحاضر على نطاق واسع وفي جميع عمل المنظمة

1,028	4,03	36	زيادة نسبة مستخدمي الحاسوب في عملهم أي زيادة استخدام التكنولوجيا والمعلومات كأداة مهمة في العمل
8,464	5,72	36	ظهور قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال كقطاع إنتاجي خدمي مهم
1,079	3,58	36	بواسطة تكنولوجيا الإعلام والاتصال يستطيع الزبون تنفيذ الخدمة بنفسه مباشرة دون اللجوء إلى المكان المادي للمؤسسة
,715	4,06	36	يتيح استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل المؤسسة والزبائن خلق تفاعل بطريقة مباشرة
,931	4,14	36	يؤدي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى القضاء على المركزية والبقاء في مكان ثابت وتفادي التنقلات والطوابير وغيرها
,941	4,03	36	بفضل الوسائل الرقمية يمكن للبنك متابعة زبائنها عن بعد من أجل معرفة آراءهم حول خدماتها
1,003	3,72	36	تهدف تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى زيادة سرعة وكفاءة الاتصال وخفض تكاليفه
1,121	3,67	36	تهدف تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى توفير المعلومة الدقيقة والمتجددة وذلك قصد اتخاذ القرارات الصائبة
,967	4,08	36	تهدف تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى تبسيط اجراءات وعمليات المؤسسة وجعلها أكثر وضوحاً وفاعلية
		36	Valid N (listwise)

Descriptive Statistics

Std. Deviation	Mean	N	
,92029	4,1439	36	المحور الأول: استخدامات تكنولوجيا المعلومات في البنوك
		36	Valid N (listwise)

الملحق رقم 04: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد العينة حول أسئلة المحور الثاني.

Descriptives

Descriptive Statistics			
Std. Deviation	Mean	N	
1,098	3,78	36	أحدثت شبكة الاتصالات الدولية (الإنترنت) تغيرات جوهرية في القطاع المصرفي كتحفيض تكلفة العمليات المصرفية
,854	3,89	36	أحدثت شبكة الاتصالات الدولية تغيرات جوهرية في القطاع المصرفي كتسهيل التعامل عبر الحدود وتقديم خدمات مختلفة ومتنوعة للعملاء
1,079	3,92	36	أحدثت شبكة الاتصالات الدولية تغيرات جوهرية في القطاع المصرفي كازدياد التحديات المرتبطة بموضوعات الأمن والحماية للعملاء وسرية التعامل
,775	4,17	36	أحدثت شبكة الاتصالات الدولية تغيرات جوهرية في القطاع المصرفي كانهيار العلاقة التي كانت قائمة في السابق بين البنك وعملائه
,723	4,14	36	افر العنصر البشري المناسب، جنباً إلى جنب مع التقنية المتطورة، يُمثل أحد أهم عناصر النجاح لتكنولوجيا الإعلام والاتصالات
,996	3,92	36	التدريب عملية مستمرة ومتواصلة ولا يمكن لها أن تتوقف عند حد، مما يساهم في مواجهة التحديات التي تواجه استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال
,980	3,69	36	المزايا التي تنتجها تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساعد البنوك على بناء علاقات متينة مع الزبائن

,996	3,75	36	على البنوك استغلال تكنولوجيا الاعلام والاتصال كنقطة تميز من أجل التغلب على باقي المنافسين وذلك بالاستثمار الجدي فيها
,931	4,14	36	تهدف تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى توفير العديد من الفوائد على مختلف المجالات كالشفافية وتقليل التزوير ووقوع الأخطاء
1,013	3,94	36	تخفيض نفقات الخدمات المالية و لاكتساب درجة أعلى من التنافسية في السوق العالمية
,910	3,97	36	ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تعزيز العمل الأكاديمي وفتحت أفقا جديدة امام البحث العلمي في مختلف المجالات
1,159	3,83	36	أحدثت تكنولوجيا الإعلام والاتصال تغييرات كبيرة في مهارات الموظفين حيث أصبح يفضل الفئات المهنية الأكثر اتصالا ومعرفة
,659	4,28	36	كثرة المعلومات والإشاعات المتداولة مما يصعب من عملية التحقق من صحتها ومن مصدر تلك المعلومات مما يستدعي إجراء عملية حوكمة للمعلومة
,941	4,03	36	تساعد الإنترنت على عملية القرصنة و سرقة المادة التي تتمتع بحقوق النشر و التأليف و استخدام هذه المادة دون الترخيص من أصحابها
		36	Valid N (listwise)

Descriptive Statistics

Std. Deviation	Mean	N	
,58316	3,9603	36	المحور الثاني: تحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصالات
		36	Valid N (listwise)

الملحق رقم 05: اختبار ستودنت Test-t لإجابات أفراد العينة لأسئلة المحور الأول.

Test-t

One-Sample Test			
Test Value = 3			
Sig. (2-tailed)	Df	T	
,000	35	15,337	تلعب تكنولوجيا المعلومات دورا كبيرا في نجاح الشركات بتحقيق أهدافها
,000	35	10,688	وتستخدم المنظمات تكنولوجيا المعلومات في الوقت الحاضر على نطاق واسع وفي جميع عمل المنظمة
,000	35	6,000	زيادة نسبة مستخدمي الحاسوب في عملهم أي زيادة استخدام التكنولوجيا والمعلومات كأداة مهمة في العمل
,062	35	1,930	ظهور قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال كقطاع إنتاجي خدمي مهم
,003	35	3,244	بواسطة تكنولوجيا الإعلام والاتصال يستطيع الزبون تنفيذ الخدمة بنفسه مباشرة دون اللجوء إلى المكان المادي للمؤسسة
,000	35	8,859	يتيح استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل المؤسسة والزبائن خلق تفاعل بطريقة مباشرة
,000	35	7,344	يؤدي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى القضاء على المركزية والبقاء في مكان ثابت وتقادي التنقلات والطوابير وغيرها

6,555	35	,000	بفضل الوسائل الرقمية يمكن للبنك متابعة زبائنها عن بعد من أجل معرفة آراءهم حول خدماتها
-------	----	------	---

الملحق رقم 06: اختبار ستودنت Test-t لإجابات أفراد العينة لأسئلة المحور الثاني.

Test-t

One-Sample Test			
Test Value = 3			
Sig. (2-tailed)	Df	T	
,000	35	4,249	أحدثت شبكة الاتصالات الدولية (الإنترنت) تغييرات جوهرية في القطاع المصرفي كتخفيض تكلفة العمليات المصرفية
,000	35	6,242	أحدثت شبكة الاتصالات الدولية تغييرات جوهرية في القطاع المصرفي كتسهيل التعامل عبر الحدود وتقديم خدمات مختلفة ومتنوعة للعملاء
,000	35	5,097	أحدثت شبكة الاتصالات الدولية تغييرات جوهرية في القطاع المصرفي كازدياد التحديات المرتبطة بموضوعات الأمن والحماية للعملاء وسرية التعامل
,000	35	9,037	أحدثت شبكة الاتصالات الدولية تغييرات جوهرية في القطاع المصرفي كانهسار العلاقة التي كانت قائمة في السابق بين البنك وعملائه
,000	35	9,449	افر العنصر البشري المناسب، جنباً إلى جنب مع التقنية المتطورة، يُمثل أحد أهم عناصر النجاح لتكنولوجيا الإعلام والاتصالات
,000	35	5,520	التدريب عملية مستمرة ومتواصلة ولا يمكن لها أن تتوقف عند حد ، مما يساهم في مواجهة التحديات التي تواجه استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال
,000	35	4,250	المزايا التي تنتجها تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساعد البنوك على بناء علاقات متينة مع الزبائن
,000	35	4,516	على البنوك استغلال تكنولوجيا الاعلام والاتصال كنقطة تميز من أجل التغلب على باقي المنافسين وذلك بالاستثمار الجدي فيها
,000	35	7,344	تهدف تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى توفير العديد من الفوائد على مختلف المجالات كالشفافية وتقليل التزوير ووقوع الأخطاء
,000	35	5,596	تخفيض نفقات الخدمات المالية و لاكتساب درجة أعلى من التنافسية في السوق العالمية
,000	35	6,412	ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تعزيز العمل الأكاديمي وفتحت أفاقاً جديدة أمام البحث العلمي في مختلف المجالات
,000	35	4,315	أحدثت تكنولوجيا الإعلام والاتصال تغييرات كبيرة في مهارات الموظفين حيث أصبح يفضل الفئات المهنية الأكثر اتصالاً ومعرفة
,000	35	11,625	كثرة المعلومات والإشاعات المتداولة مما يصعب من عملية التحقق من صحتها ومن مصدر تلك المعلومات مما يستدعي إجراء عملية حوكمة للمعلومة

تساعد الإنترنت على عملية القرصنة و سرقة المادة التي تتمتع بحقوق النشر و التأليف و استخدام هذه المادة دون الترخيص من أصحابها	6,555	35	,000
---	-------	----	------

One-Sample Test

Test Value = 3			
Sig. (2-tailed)	df	T	
,000	35	9,881	المحور الثاني: تحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصالات

الملحق رقم 07: مصفوفة الارتباط المشترك.

Correlations

Correlations			
المحور الأول: استخدامات تكنولوجيا المعلومات في البنوك	المحور الثاني: تحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصالات		
		Pearson Correlation	المحور الأول: استخدامات تكنولوجيا المعلومات في البنوك
		Sig. (2-tailed)	
		N	
			المحور الثاني: تحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصالات
		Pearson Correlation	
		Sig. (2-tailed)	
		N	

الملحق رقم 08: تحليل التباين للمحور الأول و الثاني.

A 1 facteur

ANOVA					
المحور الأول: استخدامات تكنولوجيا المعلومات في البنوك					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	16,487	19	,868	1,055	,461
Within Groups	13,156	16	,822		
Total	29,643	35			

A 1 facteur

ANOVA					
المحور الثاني: تحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصالات					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	9,234	16	,577	4,110	,002
Within Groups	2,668	19	,140		
Total	11,902	35			

ملخص الدراسة:

تعتبر البنوك من أكثر المؤسسات الاقتصادية استفادة من تكنولوجيا الإعلام والاتصال وأكثرها استخداما لها، فهي تشكل أكبر تحد أمامها وذلك لتعظيم الاستفادة من مميزاتا ونفادي الصعوبات التي تواجهها عند استخدامها، حيث يتوقف نجاح تبني هذه التكنولوجيا على مدى سعي البنوك إلى إدارة هذا الانتقال التكنولوجي بما يحقق فعالية عملياتها وأنشطتها.

نعالج من خلال هذه الدراسة أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء البنوك، وهي محاولة لقياس تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على مختلف أنشطة البنوك ومعرفة مدى مساهمتها في الرفع وتحسين أداء البنك محل الدراسة وتبيان أهم التحديات والصعوبات التي تواجهها البنوك التجارية الجزائرية حيث بينت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباط قوية بين استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال وأداء البنوك.

Abstract :

Banks are one of the most economical institutions benefit from the use of the information and communication technologies. They are the biggest challenge to them in order to maximize their advantages and avoid the difficulties they face when using them, The successful adoption of this technology depends on the extent to which banks seek to manage this technological transition to the effectiveness of their opérations and activités.

In this study we address the impact of information and communication technology on banks' performance, an attempt to measure the impact of information and communication technology on various banking activities And to know the extent of their contribution to the lift and improve the bank's performance under study and identify the most important challenges and difficulties faced by the Algerian commercial banks, where the results of the study showed a strong correlation between the use of information and communication technology and the performance of the banking .