

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الشعبة: اقتصاد

التخصص: اقتصاد وتسيير مؤسسات



أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء البنوك

دراسة حالة: البنك القرض الشعبي الجزائري

تحت إشراف:

مقدمة من طرف الطالب:

أستاذة: مواعي بحرية

رايمس اسماعيل

أعضاء لجنة المناقشة:

الصفة	الاسم واللقب	الرتبة	عن الجامعة
رئيسا		أستاذ	جامعة
مقررا		أستاذ	جامعة
مناقشا		أستاذ	جامعة

السنة الجامعية: 2018/2019

اهداء

أهدي ثمرة جهدي:

إلى من أحمل اسمه بكل افتخار

إلى من تبقى كلماته نجوم أهتدي بها

.....أبي الغالي

إلى من كان دعائها ومازال سر نجاحي

إلى أغلى ما في الوجود

.....أمي الغالية

إلى أساتذتي الذين قدموا الذين وقفوا معي في مشواري الدراسي

وثابروا في نجاحي وإيصالي لمبتغاي

.....أ.مواعي بحرية، أ بكريتي

إلى أصدقائي الأفاضل وخاصة ش.أحلام التي ساعدتني كثيرا، و محمد و علي

تشكرات

الشكر أولا وأخيرا لله تعالى الذي وفقنا لانجاز هذا العمل
المتواضع.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى من كان سندنا لنا ووجهنا
الأستاذة "مواعي بحرية"

والى موظفي بنك القرض الشعبي الجزائري ومديره.

الذين ساعدوني في ميدان دراستي دون أن ننسى الأساتذة
الذين أشرفوا من بعيد أو قريب في نجاح هذا البحث.

الفهرس

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
4	خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال	1.أ
7	مكونات تكنولوجيا الإعلام والاتصال	2.أ
10	أنواع الشبكات	3.أ
13	الخدمات التي تقدمها الانترنت	4.أ
24	الأداء من المنظور الكفاءة والفعالية	1.ب
25	العلاقة بين الكفاءة والفعالية والإنتاجية كأبعاد هامة للأداء	2-ب
44	الهيكل التنظيمي ل CPA	1.بب
46	الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري وكالة البيض	2.بب
51	الموقع الخاص ببنك ال CPA	3.بب
51	البريد الإلكتروني الخاص بالبنك	4.بب
52	مساحة الزبون المتعلقة ببنك	5.بب
52	البنك عن بعد	6.بب

	التشكرات
	الاهداءات
I	فهرس الأشكال
III- II	قائمة المحتويات
أ-ج	المقدمة العامة
	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال
1	تمهيد
2	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال
2	المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال
4	المطلب الثاني: خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال
6	المطلب الثالث: مكونات تكنولوجيا الإعلام والاتصال
8	المطلب الرابع: الانعكاسات السلبية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال
9	المبحث الثاني: تكنولوجيا الشبكات والإعلام والاتصال
9	المطلب الأول: ماهية الشبكات وأنواعها
12	المطلب الثاني: تكنولوجيا الشبكات
17	المطلب الثالث: مزايا تكنولوجيا الشبكات
19	المطلب الرابع: تأثير الشبكات على المنظمات الأعمال
20	خاتمة الفصل الأول
	الفصل الثاني : أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء البنوك
21	تمهيد
22	المبحث الأول : أداء البنوك
22	المطلب الأول : مفهوم الأداء البنكي
26	المطلب الثاني: مؤشرات قياس الأداء البنكي
28	المطلب الثالث: مداخل تحسين الأداء البنكي باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال
31	المبحث الثاني: تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على هيئات التنظيمية
31	المطلب الأول: تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على هيئات التنظيمية للبنوك
33	المطلب الثاني: تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على العاملين
34	المطلب الثالث: تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أنشطة للبنوك
36	المطلب الرابع: تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على ريادة الأعمال والبنوك الحديثة
40	خاتمة الفصل الثاني
41	الفصل الثالث: دراسة حالة بنك القرص الشعبي الجزائري CPA(وكالة اليض)

42	تمهيد
43	المبحث الأول: نبذة عامة عن المؤسسة محل الدراسة
43	المطلب الأول: تقديم عام لبنك القرض الشعبي الجزائري
44	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي ونشاطات القرض الشعبي الجزائري
45	المطلب الثالث: وكالات بنك ال CPA
50	المبحث الثاني: تقنيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة وتأثيرها على أداء الوكالة
54	خاتمة الفصل
55	الخاتمة العامة
57	المراجع
	الملخص

مقدمة عامة

مقدمة عامة:

إن التحول في بيئة الأعمال البنكية، فرض على البنوك الجزائرية مواجهة هذه التغيرات المستجدة، حيث ما يميز العمل البنكي في هذه البيئة هو تفاقم دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في البنوك، حيث يعتبر النظام البنكي بمثابة القلب النابض لكل الاقتصاديات السائرة في طريق النمو.

ففي ظل التطورات الاقتصادية العالمية والتي أضحت مرتكزة على كل ما هو رقمي ومرتبطة بالتكنولوجيا، أصبح أمرا ملزما على البنوك لتطوير خدماتها المقدمة لمواكبة الانتقال إلى اقتصاد المعرفة، والجزائر كغيرها من الدول الساعية للنمو والتطور كان عليها الالتحاق بهذه التطورات.

و من بين مواضيع العصر تكنولوجيا المعلومات باعتبارها وسيلة لتحقيق الغايات بأقل تكلفة ووقت هذا راجع لاستخدام شبكات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، واعتمادها على جمع وتخزين المعلومات الكترونيا مما ينعكس ذلك إيجابا على أداء المؤسسات، والبنوك الجزائرية كغيرها من البنوك وجدت نفسها مجبرة على مواكبة التطورات من أجل دفع الاقتصاد نحو الأمام فاهتمت بالبنوك خاصة باعتبارها عرضة لهذه التغيرات وهذا راجع لدورها الفعال بتقديم مجموعة من الخدمات ، فجودة هذه الخدمات يتوقف بتطبيقها لتقنيات متطورة مما ينعكس ايجابا على أداء عمالها ورضا عملائها.

وعليه ارتأينا في هذا البحث أن نعالج موضوع أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء البنوك للتوضيح أكثر درسنا حالة بنك القرض الشعبي الجزائري واهم التقنيات التكنولوجية المستعملة للبقاء وتحقيق درجة الأنشطة والتميز في الأداء.

وعلى هذا الأساس يمكن طرح الإشكالية الرئيسية التالية:

- إلى أي مدى تؤثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء البنوك؟

الأسئلة الفرعية:

ومن خلال الإشكالية انبثقت الأسئلة الفرعية التالية:

- هل تعتمد تكنولوجيا الإعلام والاتصال على استخدام الشبكات والتقنيات الحديثة؟
- هل تؤثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء أنشطة البنوك؟
- هل تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال بدرجة كبيرة في تحسين أداء البنك القرض الشعبي؟

الفرضيات:

وكإجابة أولية عن التساؤلات التي طرحت نقدم الفرضيات التالية:

- تعتمد تكنولوجيا الإعلام والاتصال على استخدام الشبكات والتقنيات الحديثة.
- تؤثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء أنشطة البنوك.
- تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين أداء البنك القرض الشعبي.

أهمية البحث:

تتبع أهمية هذه الدراسة من خلال التعرف على أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستعملة في البنوك، حيث تلمس هذه التكنولوجيا كل ما هو مرتبط بنشاطات البنوك ولأثارها الاقتصادية وفعاليتها في دعم خدماتها، يمكن الأخذ بهذه التكنولوجيا لمعرفة الواقع للبنوك.

أهداف البحث:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف أهمها:

- التحقق من صحة الفرضيات من أجل الخروج بنتائج.
- التعرف على ماهية و أنواع تكنولوجيا الإعلام والاتصال المطبقة في البنوك.
- إبراز الوسائل التكنولوجية المستخدمة وتأثيرها على أداء البنوك
- دراسة واقع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في وكالة القرض الشعبي الجزائري بالبيض.

دوافع اختيار الموضوع:

هناك سببين:

- الأول: الأهمية البالغة التي تتمتع بها تكنولوجيا الإعلام والاتصال واستغلال خدماتها في البنوك.
- الثاني: التطورات الحاصلة والتي سببها حادثة تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

حدود الدراسة:

- الزمانية: أجريت الدراسة الميدانية في الفترة الممتدة من الى السنة الجامعية 2019/2018.
- المكانية: دراسة ميدانية على مستوى بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة ولاية البيض.

المنهج المتبع:

لقد اتبعنا في هذا الدراسة منهج الوصفي التحليلي الذي يصف متغيرات الدراسة والتي هي تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتأثيرها على الأداء ومن ثم تحليل هذه المتغيرات للوصول إلى نتائج الدراسة .

صعوبات الدراسة:

أما بخصوص الصعوبات التي واجهناها عند انجاز هذا البحث فنلخصها على العموم في:

- صعوبة تعداد الوكالات وهذا راجع لتهميش الطالب والإنزال من قيمته .
- صعوبة الحصول على المعلومات الدقيقة وهذا راجع لسرية البنوك.

أقسام الدراسة:

ولكي نجيب على الإشكالية ، وعلى كل الأسئلة قمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول:

- الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- الفصل الثاني: أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء البنوك.
- الفصل الثالث: دراسة حالة لوكالة بنك القرض الشعبي الجزائري CPA (البييض).

الجانب النظري

الفصل الأول

تمهيد:

تعد تكنولوجيا الإعلام والاتصال أهم عملية لتحقيق التواصل في المحيط الداخلي والخارجي، لذا كان السعي إلى تأمين هذا التواصل سببا في العديد من اختراعاتها، فإشارات مورس وأجهزة الهاتف والراديو لم تكن إلى وسائل لزيادة التفاعل والتواصل مع الأوساط المحيطة، وحين جاءت ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال كان عالم الحوسبة تجسيدا لحاجة الإنسان إلى التواصل، لذلك كانت أولى محاولات بناء التواصل عبر الشبكات المحلية وتوجهت التطورات إلى تأمين التواصل الشبكي مع مجموعات أكبر فظهرت الشبكات الواسعة وكان من أعظم نتائجها ظهور شبكة الانترنت التي تسعى لشمول العالم.

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

تشكل تكنولوجيا الإعلام والاتصال إحدى أهم الموضوعات في الوقت الحالي وهذا لما تتضمنه من آثار تشمل مختلف جوانب الحياة وقد عملت مختلف دول العالم على تطوير تكنولوجيا الإعلام والاتصال.¹

المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

منذ الستينيات وحتى تسعينات القرن العشرين كان هناك قطاعان منفصلان ومعزولان هما:

قطاع الهواتف و الاتصالات، وقطاع تكنولوجيا الإعلام، وكان لكل منهما مفاهيمه وثقافته و اقتصادياته الخاصة به،

ثم أصبح قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال كقطاع واحد في الآونة الأخيرة، وتسميه بعض الدول قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ويسميه البعض الآخر قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، كما أن هناك اختلاف في مفاهيم ورؤى الحكومات والمنظمات لهذا القطاع الجديد.²

يقصد بتكنولوجيا الإعلام جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل الكتروني، وتشمل:

- تكنولوجيايات الحسابات الآلية وشبكات الربط.

- أجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات.³

ويقصد بتكنولوجيا الاتصال: تلك التطورات في مجالات الاتصالات التي حدثت خلال الربع الأخير من القرن

العشرين والتي اتسمت بالسرعة والانتشار، وتشمل ثلاث مجالات وهي:

- ثورة المعلومات والانفجار المعرفي الضخم.

- ثورة وسائل الاتصال الحديثة، التي بدأت بالاتصالات السلكية واللاسلكية، وانتهت بالأقمار الصناعية والألياف البصرية.

- ثورة الحسابات الالكترونية التي امتزجت بوسائل الاتصال واندمجت معها شبكة الانترنت.⁴

¹ نوال مغزيلي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، العدد 12، جامعة قسنطينة3، الجزائر، جانفي2018، ص170.

² جليد نور الدين، تطوير نظام الدفع بالمصارف الجزائرية في ظل ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال، المجلة الجزائرية للاقتصاد و المالية العدد07، المركز الجامعي تيبازة، الجزائر، أفريل 2017، ص 39.

³ نوال مغزيلي، مرجع نفسه، ص174.

⁴ لجمرباس، محاضرة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ألقيت على طلبة الماستر، جامعة مستغانم، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، 2017.

كما "أنها خليط من أجهزة الحواسيب الالكترونية ووسائل الاتصال المختلفة، مثل الألياف الضوئية والأقمار الصناعية، وكذلك تقنيات المصغرات الفلمية، والبطاقية... أي مختلف أنواع الاكتشافات والمستجدات والاختراعات والمنتجات التي تعاملت وتعامل مع شتى أنواع المعلومات من حيث جمعها وتحليلها وتنظيمها (توثيقها) وخبزها واسترجاعها في الوقت المناسب، وبالطريقة المناسبة أو المتاحة".¹

كما يقصد بها أيضا:

"كافة الأنشطة التكنولوجية والاقتصادية والأكاديمية والتنظيمية التي تتعلق بالتكنولوجيات الخاصة بتمكين الأفراد والمنظمات من معالجة المعلومات ونقلها في أي وقت ومكان على نحو أسرع وأكثر فعالية".²

وهي أيضا "مجموعة المعرفة العلمية والتكنولوجية والهندسية والأساليب والفنون اللازمة لتحويل المدخلات إلى مخرجات".³

وهي كذلك "انطلاقة واسعة من القدرات، المكونات والعناصر المختلفة في خزن، معالجة، استرجاع وتوزيع البيانات والمعلومات، فضلا عن دورها في تأمين المعرفة المطلوبة التي هي صنعة امتزاج النظم المحاسبية، شبكات الاتصال والمعرفة والتكنولوجيا". "مجموعة من العناصر المتداخلة والمتفاعلة مع بعضها، التي تعمل على جمع البيانات و المعلومات، معالجتها، تحليلها وفق قواعد وإجراءات متقنة لأغراض محددة".⁴

نستخلص من جملة التعاريف السابقة التعريف التالي:

¹ نوال مغيزلي، مرجع سابق، ص 172 .

² جليلد نور الدين، مرجع سابق، ص 40.

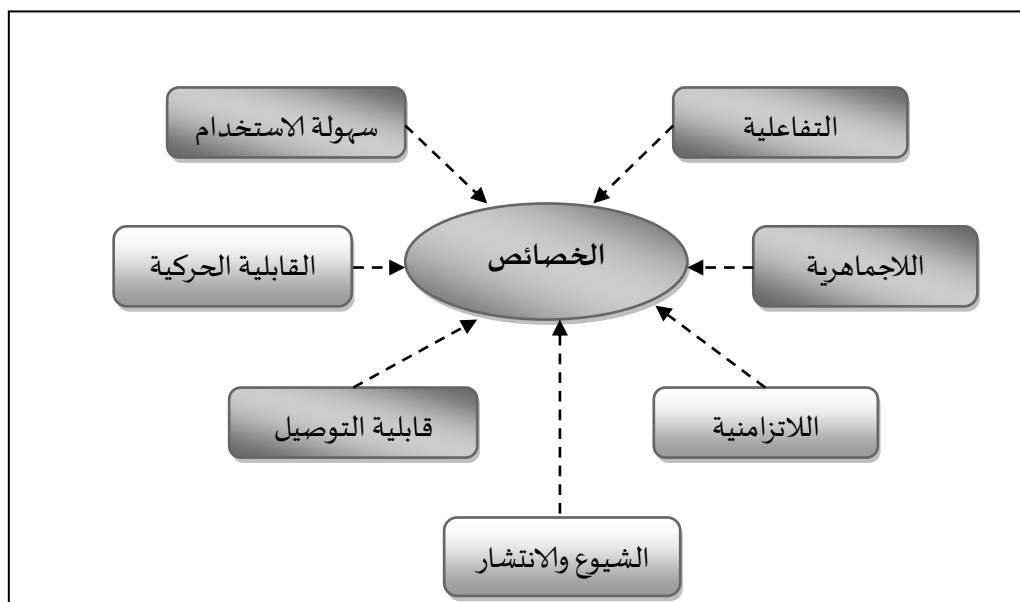
³ يوسف حجم الطائي، هشام فوزي العبادي، "التسويق الالكتروني"، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 52.

⁴ Reix Robert , Système d'information et théorie d'organisation, édition vinbert, paris, 1995, p 67.

المطلب الثاني: خصائص تكنولوجيا الاعلام والاتصال

تتسم تكنولوجيا الاعلام والاتصال بمجموعة من الخصائص توضحها تتمثل في المخطط التالي:

الشكل رقم (1.1): خصائص تكنولوجيا الاعلام والاتصال.



المصدر: لحرر عباس، مرجع سابق.

يبين لنا الشكل التالي خصائص تكنولوجيا الاعلام والاتصال التي تلعب دوراً هاماً في توفير كافة المعلومات اللازمة لكافة الأنشطة، تعتبر وسيلة جديدة من أهم وسائل الاتصال في العصر الراهن لتوفير كافة خدمات الاتصال بمختلف أنواعها.¹

1. التفاعلية: حيث يؤثر المشاركون في العملية الاتصالية على أدوار الآخرين وأفكارهم ويتبادلون معهم

المعلومات ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر، وقد ساهمت هذه الخاصية في ظهور نوع جديد من مننديات الاتصال والحوار الثقافي المتكامل والمتفاعل عن بعد، مم يجعل الملتقي متفاعلا مع وسائل الاتصال تفاعلا ايجابيا.²

2. اللاتزامنية: وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل مشارك أن يستخدم النظام في الوقت نفسه. فمثلا في نظم البريد الالكتروني ترسل الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دون حاجة إلى وجود مستقبل للرسالة أو من خلال تسخير تقنيات الاتصال الحديثة مثل الفيديو لتسجيل البرامج وتخزينها ثم مشاهدتها في الأوقات المناسبة.

¹ <http://kenanaonline.com.vue> le2019à 18 :20h..

² نوال مغيزلي، مرجع سابق، ص172.

3. القابلية الحركية: تعني أن هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال. من أي مكان إلى آخر أثناء الحركة مثل الهاتف النقال والتليفون والمدمج في ساعة اليد وحاسب آلي نقال مزود بطابعة، كما تعني إمكانية نقل المعلومات إلى مكان آخر بكل يسر وسهولة.¹
4. قابلية التحويل: إمكانية نقل المعلومات من وعاء (وسيط) لآخر باستعمال تقنيات تسمح بالتحويل بين الأوعية مثل: تحويل رسالة مسموعة إلى رسالة مطبوعة أو مقروءة.²
5. التوصيل: لم تعد شركات صناعة أدوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض فقد اندمجت أنظمة الاتصال، واتحدت الأشكال والوحدات التي تصنعها الشركات المتخصصة في صناعة أدوات الاتصال.
6. الشبوع والانتشار: وتعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم في داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة.³
7. اللاجماهيرية: يقصد بها أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة وتعني أيضا درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها.⁴

¹ نوال مغيزلي، مرجع سابق، ص، 172-173.

² يوسف حجيم سلطان الطائي، هاشم فوزي دباس العبادي، مرجع سابق، ص 61.

³ آدم رحمون، شريف زهرة، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 7، عدد 28، جامعة الأغواط، الجزائر، جانفي 2018، ص 106.

⁴ علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الالكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوي العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 52، الصحافة الالكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوي العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

المطلب الثالث: مكونات تكنولوجيا الإعلام والاتصال

تتكون تكنولوجيا الإعلام والاتصال من جناحين أساسيين هما الحوسبة والاتصال وهي من العناصر التي تتطور نتيجة الطلب المستمر عليهما، وسوف نحاول التعرف عليهما من خلال ما يلي:

1. نظم الحوسبة: تضم النظم الالية لجمع البيانات ومعالجتها، تخزينها و استرجاعها في الوقت المناسب وهذا الجزء لوحده لا يحقق ميزة النقل، التبادل والوصول اليها في أي وقت من أي مكان حيث يضم الجزء الأول العناصر التالية:¹

▪ الأجهزة (Hardware):

وتعرف على أنها الجزء المادي لتكنولوجيا الإعلام المتمثل بالحواسيب والأجهزة والملحقة بها لتنفيذ المهام المطلوبة.

▪ البرمجيات (Software):

هي سلسلة من الأوامر التي يتم تنفيذها من قبل جهاز الكمبيوتر، بهدف انجاز مهمة معينة، فهي بذلك تعتبر مكمل لجهاز الكمبيوتر ، متمثلة في برامج النظام وكذا مختلف البرامج التشغيلية، بالإضافة إلى برامج المعالجة و التطبيق التي تختلف باختلاف الهدف المنشود، ويتم تخزينها كمجموعات من الملفات في الذاكرة.²

2. نظم الاتصال: إن أهم التطورات الكبرى في هذا المجال هو اقتراب تكنولوجيا المعلومات بسرعة فائقة من الاتصال، إذا أصبحت تعرف بتكنولوجيا الإعلام والاتصال، وبالتالي فهي توفر بالإضافة إلى خدمات الجناح الأول عامل الربط أو الاتصال بين الأفراد، المؤسسات والهيئات زمانا ومكانا، من خلال ما يعرف بالشبكات، وتمثل وسائط الاتصال في التلكس، الرابط السلكي واللاسلكي، الأقمار الصناعية، الإنترنت، الأكسترنيت،³

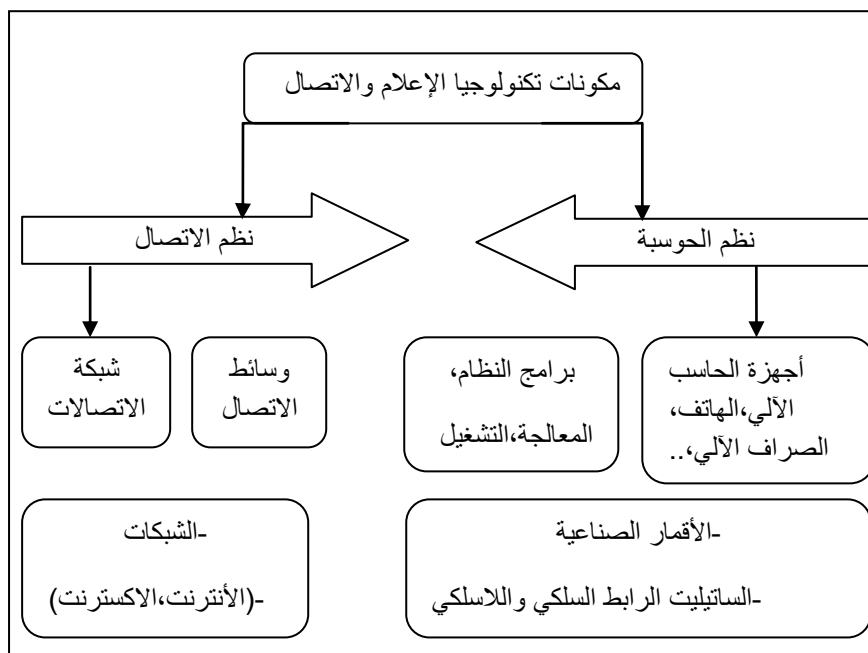
¹ مهوب سماح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية، أطروحة دكتوراه، اقتصاد، جامعة قسنطينة2، الجزائر، 2013/2014، ص 5.

² ناظم محمد نوري، عبد الفتاح العبدالات، الصيرفة الالكترونية، الأدوات و التطبيقات و معيقات التوسع ، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن، 2008، ص21.

³ مهوب سماح، مرجع نفسه، ص5-6.

وحتى يتسنى لنا الفهم الجيد لمكونات تكنولوجيا الإعلام والاتصال نعرض الشكل التالي:

شكل رقم (2.1): مكونات تكنولوجيا الإعلام والاتصال



المصدر: مهوب سماح، مرجع سابق، ص6.

يبين لنا الشكل التالي عناصر تكنولوجيا الإعلام والاتصال، إذ أنها تضم كل الأجهزة والبرامج الخاصة بتخزين ومعالجة البيانات، وكذا أدوات الاتصال المختلفة سواء كانت وسائل حديثة أم تقليدية مطورة كالهاتف والتلفزة الرقمية، التي أصبحت تعمل بأدوات وبرامج حديثة، بالإضافة إلى احتوائها على شبكات محلية أو دولية تساعد في نقل المعلومات بين العديد من الأطراف.

المطلب الرابع: الانعكاسات السلبية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال

أتاحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال العديد من الخدمات لتلبية حاجات كل أفراد المنظمات تسريع وتطوير اليات فعالة للنمو الاقتصادي.

1. الايجابيات: وتتلخص هذه الايجابيات فيما يلي:

- تسريع وتطوير آليات فعالة للنمو الاقتصادي.²
- جذب المستثمرين والشركاء الاستراتيجيين، تقوية العلاقات بين شركاء المصلحة، أصحاب المشاريع، الإدارات والمواطنين.
- تساعد على تحسين كفاءة العمل وخفض تكاليف التشغيل، وتطوير العملية الاتصالية وتسهيل تبادل المعرفة والتعاون وتقديم الخدمة.³

2. السلبيات:

بالرغم من إيجابيات التكنولوجيا المتعددة، إلا أنّ لها سلبيات يجدر بنا الحذر منها، نذكر هنا بعضاً منها كالتالي:⁴

- إمكانية ارتكاب جرائم الفيروسات باختراق الشبكات والدخول الغير مشروع فيها.
- جرائم السرقة والاحتيال والتزوير.⁵
- مشكل الأمن والثقة (سلامة وموثوقية التجارة الالكترونية وأوجه عدم اليقين المرتبطة بأساليب الدفع و الأطر القانونية).
- عدم وجود القدرات والمهارات والموظفين والمؤهلين لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- وأسوء ما يمكن أن يصيب تكنولوجيا الاتصال من مشاكل هو عزوف المستخدمين عن استخدامها.⁶

¹ سحنون خالد، تأثير تكنولوجيا المعلومات على مردودية البنوك، أطروحة دكتوراه، بنوك مالية، تلمسان، الجزائر، 2015، ص55.

² مرجع وموضوع نفسهما.

³ سميحة قواميد، فتحة قريشي، واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة، مذكرة ليسانس أكاديمي، اتصال وعلاقات عامة، 2013، ص30.

⁴ مجلة الإعلامي، شهرية كويتية، العدد 59، 2017/12/16، ص5.

⁵ لجمر عباس، مرجع سابق، 2017.

⁶ وهيبة عيشاوي، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة وأثرها على المؤسسة، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 07/العدد 27، جوان 2018، ص104.

المبحث الثاني: تكنولوجيا الشبكات والإعلام والاتصال .

للربط بين الشبكات بمفهومها المتطور وعنصر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في البنوك لابد أن نشير الى أهم الشبكات وأنواعها المستعملة في تحديد القدرة التكنولوجية.¹

المطلب الأول: ماهية الشبكات وأنواعها

يمكن القول أن معظم الدراسات والبحوث ركزت على شبكات الإعلام والاتصال التي وضعها العلماء السلوكيين مع منتصف القرن العشرين وكان الهدف من هذه الدراسات التعرف على تأثير الهيكل التنظيمي على السرعة والدقة في التعامل مع عمليات الاتصال داخل البنوك.²

1. مفهوم الشبكات

ويقصد بـ الشبكات مجموعة من الحواسيب تنظم معا وترتبط بخطوط اتصال بحيث يمكن استخدامها للمشاركة في الموارد المتاحة نقل وتبادل المعلومات فيما بين هذه الحواسيب، وتستخدم هذه الشبكات لتحقيق مجموعة من الأغراض مثل: توفير الاتصال بين الأشخاص والوصول للمعلومات عن بعد والتجارة الالكترونية وتخفيض المصروفات ومشاركة الموارد وغيرها.³

والشبكة هي "الرابط بين البيانات الطرفية (terminals) للحاسبات بهدف نقل وتبادل المعلومات بين الحاسب الآلي والنهايات الطرفية المتصلة به، في إطار النقل على الخط المباشر (Online) للبيانات"⁴

ويرى KEMEY "أن الشبكة تفاعل بين أكثر من وحدة أو مصدر" أما Carter يرى أن لابد للشبكة من مركزان أو أكثر للمعلومات وبين هذه المراكز علاقات متداخلة عن طريق وسائل الاتصالات المختلفة، ولكل مركز مستفيدين يقدم لهم الخدمة عند طلبهم في الوقت المناسب، والسرعة والكمية المناسبة".⁵

¹نبيل مرسلي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1998، ص220.

²مفتاح محمد ديات، معجم مصطلحات نظم وتكنولوجيا الاتصال،الدار الدولية للنشر،القاهرة، مصر، 1995،ص120.

³توامي يعقوب، أثر استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال على الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماستار، مالية مؤسسة، جامعة ورقلة،2012،ص5.

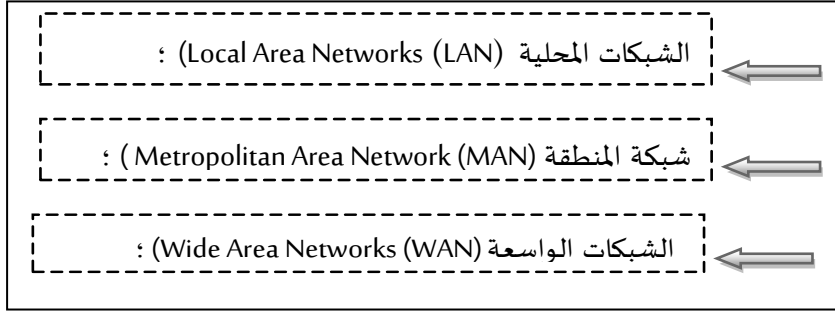
⁴ادم رحمون، مرجع سابق، ص 106.

⁵عصام نور الدين، المعرفة التكنولوجية الحديثة، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع،الأردن،2010،ص168.

2. أنواع الشبكات:

أصبح التصنيف في عصرنا هذا علما واسعا وتصنيف الشبكات هو بعينه علم مستقل، إذا يوجد العديد من المعايير التي يمكن تصنيف الشبكات بناءا عليها، وقد يجتمع أكثر من معيار في صنف واحد، ولهذا فإننا سنتناول تقسيم الشبكات بناءا على التوزيع الجغرافي.¹

الشكل رقم (3.1): أنواع الشبكات.



الصدر: من إعداد الطالب بناءا على عصام نور الدين، مرجع نفسه، ص ص 168-170.

1. الشبكة المحلية:

هي شبكة اتصال تتكون من مجموعة حواسيب شخصية مربوطة معا بواسطة خطوط اتصال. وتتطلب ملكية خاصة لقنوات مخصصة وتستطيع الانجاز ضمن مسافة محدودة، حيث يخدم بالعادة مبنى واحد أو عدة مباني. ويتحكم بها ويشغلها مجموعات المستخدمين النهائيين.

2. شبكة المنطقة:

وهي شبكة الاتصال تنتشر في مدينة أو عاصمة أو اقليم تكون مقيدة بمنطقة جغرافية أقل، والمجال الجغرافي الذي تغطيه بالعادة يكون بين شبكة المناطق المحلية وشبكة المناطق العالمية وفي حدود ثلاثين ميل.²

¹ سميرة باشي، أثر مساهمة تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على رضا العميل المصرفي، مذكرة ماستر أكاديمي، بنوك، جامعة الوادي، الجزائر، 2014، ص30.

² فايز جمعة النجار، نظم المعلومات الادارية، الطبعة الثالثة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص ص 264.237.

3. الشبكة الواسعة:

هي شبكة الحواسيب التي تغطي رقعة جغرافية واسعة وتستخدم حواسيب الاتصالات للربط بين شبكة حاسوبية أصغر. تنتشر على مسافات متباعدة وتابعة لجهة واحدة.¹

¹ مرجع نفسه، ص31.

المطلب الثاني: تكنولوجيا الشبكات

كثرت المصطلحات التي تشير إلى معانٍ متقاربة، فمصطلح الانترنت و الانترنت و الاكسترنات كلها مصطلحات متشابهة وتعبر عن تكنولوجيا الشبكات.¹

1. الانترنت

تعرف بأنها: "مجموعة الأجهزة الالكترونية المرتبطة فيما بينها والمتناثرة جغرافيا والتي تسمح بتمرير المعطيات بسهولة وطريقة اقتصادية من نقطة إلى أخرى".²

كم أنها: "هي تجميع لشبكات متصلة فيما بينها لتشكل بذلك عالمية كبيرة".³

• خصائصها:

الانترنت شبكة الشبكات: فالانترنت هي شبكة واسعة النطاق تضم بداخلها مجموعة من شبكة الحواسيب سواء العامة أو الخاصة.

الانترنت مستخدموها مجهولون: نظرا لان شبكة الانترنت دولية يتعامل معها مستخدمون من مختلف دول العالم، وبالتالي فهم مجهولون لبعضهم البعض.

الانترنت ذات قدرات غير محدودة: ويعني ذلك إن أداء شبكة الانترنت لا ينخفض بزيادة عدد مستخدميها، فهذا العدد لا يمكن التحكم فيه.⁴

¹ هشام بن عبد الله عباس، المكتبات في عصر الانترنت تحديات ومواجهات، المجلة العربية 3000، العدد 2، الرياض، السعودية، 2001، ص 298.

² مرجع وموضوع نفسهما.

³ إبراهيم بختي، تكنولوجيا ونظم المعلومات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الخط <http://ba.unv-ouragla.dz/pmb/opac.css/index.php.vue>

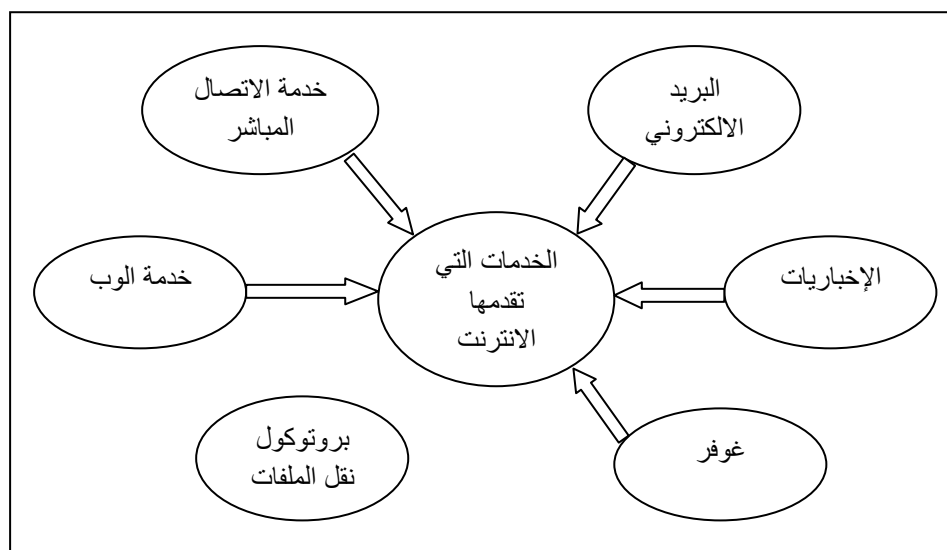
le03.12.2018.à14:20h

⁴ سميرة باشي، نفس المرجع السابق، ص 37.

• الخدمات التي تقدمها الانترنت:

تتعدد خدمات الانترنت وتتشعب كثيرا بحيث يصعب حصرها في عدد محدود من الخدمات وتبرز أهمها من خلال الشكل الآتي:

الشكل رقم (4.1):الخدمات التي تقدمها الانترنت.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على أمين علوطي، مرجع سابق ص ص 35-37.

■ البريد الالكتروني:

هو أهم خدمة تقدمها هذه الشبكة حيث تسمح بإرسال واستقبال رسائل الكترونية من وإلى مستخدمي الشبكة العالمية، ويمتاز البريد الالكتروني بسرعة وصول الرسالة وعدم ضياعها وانخفاض تكلفتها.¹

■ الإخباريات:

تعد شبكة الإخباريات أحد أكثر استخدامات الانترنت شعبية، وتستخدم هذه الشبكة بروتوكول نقل إخباريات الشبكة الذي ينظم طريقة توزيع المقالات الإخبارية واسترجاعها واستلامها والاستعلام عليها.²

¹ مراد رايس، أثر تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية، مذكرة ماجستير، إدارة أعمال، جامعة الجزائر، 2005، ص 36.

² أمين علوطي، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على إدارة الموارد البشرية، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2008، ص 35.

■ غوفر:

هو برنامج لتسهيل عملية التخاطب والبحث عن المعلومات، طرحته جامعة "مينسوتا" عام 1991 يستخدم على نطاق واسع في الانترنت إذ يستطيع المستفيد من خلالها القيام باستعراض المعلومات، دون أن يتوجب عليه أن يحدد سلفاً أين توجد هذه المعلومات. توفر غوفر طريقة فعالة للإرشاد إلى المعلومات المتوفرة على الانترنت بواسطة قوائم وفهارس ويتطلب استخدام برامج ملائمة في كل من طرفي الحاسوب: المستفيد و المزود.¹

■ بروتوكول نقل الملفات:

تعد خدمة نقل الملفات من الخدمات المهمة في شبكة الانترنت، إذ أن هناك الملايين من ملفات الحاسوب المتاحة للاستخدام العام من خلال الشبكة كالصور والأصوات والكتب وغيرها، والتي يمكن للمستخدم الشبكة نقلها بالرجوع إلى حاسوب مزود الخدمة الذي يرتبط به.²

■ خدمة الوب:

هي إحدى خدمات الانترنت التي تعتمد على عرض المعلومات في شكل نصوص فائقة. تعد النصوص الفائقة إحدى أساليب عرض المستندات على أجهزة الكمبيوتر، والذي يتضمن إشارات مرجعية أو الروابط إلى أجزاء أخرى من هذا المستند وإلى مستندات أخرى، وتمتلك الوب القدرة على استخدام الوسائط المتعددة، هي التي تنظم تكنولوجيات مختلفة العرض وهي الميزة التي جعلت الوب وسيلة إعلانية لها القدرة على جذب وإقناع العميل.³

■ خدمة الاتصال المباشر:

تمكن هذه الخدمة باستعمال الانترنت كوسيلة اتصال مباشرة بين الأفراد و المؤسسات بغية تخفيض تكلفة.⁴

¹محمد سمير أحمد، التسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص129.

²محمد عبده حافظ، التسويق عبر الانترنت، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009، ص96.

³محمد سمير، مرجع نفسه، ص133.

⁴مراد رايس، مرجع سابق، ص46.

2. الانترنت:

هي "شبكة داخلية تقوم المؤسسات بإنتاجها على اختلاف أحجامها، هذه الشبكة تستعمل بروتوكولات انترنت مثل HTTP و FTP وتستخدم خدمات الانترنت مثل البريد الالكتروني، ولا يستطيع شخص من خارج المؤسسة أن يدخل لها، ومحتوياتها تحددها المؤسسة".

ويمكن القول: "شبكة الانترنت هي شبكة الانترنت مصغرة ومقتصرة على مؤسسة معينة"¹.
وتعرف بأنها: "شبكة داخلية خاصة بالمؤسسة ولكنها تستخدم بروتوكولات الانترنت وأدواتها".

• الاكسترانت:

تعد الاكسترانت ناتجا لتزاوج كل من الانترنت والانترانت، فهي شبكة انترانت تم توسيعها لتمتد إلى جمهور خارجي محدود ومختار (زبائن، موردين، موزعين، عملاء... الخ) والذي له علاقة بطبيعة نشاطها، حيث تسمح له بالمرور عبر الحواجز الأمنية الالكترونية التي تمنع ولوج الدخلاء والوصول لبيانات المنظمة²، وتنقسم الى:

• شبكات الاكسترنت للتزويد ;

تربط هذه الشبكات مستودعات البضائع الرئيسية مع المستودعات الفرعية بغرض سير العمل فيها آليا، للمحافظة على قيمة ثابتة من البضائع في المستودعات الفرعية استناد القاعدة نقطة الطلب للتحكم في المعروض، وبالتالي تقليل احتمال رفض الطلبات بسبب عجز في المستودع.

• شبكات الاكسترنت للتوزيع ;

تمنح صلاحيات المتعاملين مستندة إلى حجم تعاملاتهم، وتقدم لهم خدمات الطلب الالكتروني وتسوية الحسابات مع التزويد الدائم بقوائم المنتجات الجديدة والمواصفات التقنية وما إلى ذلك من خدمات أخرى.

¹ ادم رحمون، مرجع سابق، ص107.

² طارق عبد العال حماد، التجارة الالكترونية المفاهيم، التجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2018، ص90.

• شبكات الاكسترانت للتنافسية.

تمنح البنوك فرص متكافئة في مجال تقديم الخدمات عن طريق الربط فيما بينها قصد تبادل المعلومات عن المواصفات التقنية الدقيقة للخدمات مما يرفع من مستواها، ويعزز وجود المنتجات.¹

• شبكة البنوك المنزلية

_ يعتمد نظامها على ما يعرف بعملية تحويل وإعادة تحويل البيانات، حيث يتم ربط الكمبيوتر المركزي بالبنك بالكمبيوتر الشخصي الموجود بمنازل العملاء من خلال وسائط الاتصال (الخطوط الهاتفية)، حيث يعمل الكمبيوتر الشخصي كمحطة طرفية لاستقبال الخدمات المصرفية مثل عرض أرصدة العميل، طباعة الكشوفات وبيان الشيكات المحصلة،

كما يمكن في المقابل إرسال التعليمات الصادرة من العميل للبنك مثل: طلب دفتر الشيكات، تحويل مبلغ من حساب العميل إلى حساب آخر، القدرة على القيام بمقابلة على شاشة الكمبيوتر مع موظف المصرف وهذا لتقديم النصائح المالية واستقبال الردود عن الأسئلة... ومن خصائص العمليات المصرفية المنزلية:

- منتجات ذات تقنية عالية.
- وسائل اتصال قوي
- منتجات تمثل رمزا للتحديث والحيوية.²

¹ ادم رحمون، مرجع نفسه، مرجع سابق، ص108.

² <http://cte.univ-setif.dz.vue> à 23 :15 .

المطلب الثالث: مزايا تكنولوجيا الشبكات

لقد أصبح اهتمام المؤسسات ينصب أكثر فأكثر على إيجاد الطرق الأكثر فعالية للاتصال بالزبائن و تلبية حاجاتهم و رغباتهم و هو ما حصل بفعل عامل التقدم التكنولوجي، مما أدى إلى ظهور ما يسمى بمراكز الشبكات.¹

1. مزايا الانترنت:

- الحصول على مميزات في التكاليف من حيث تسهيل عمليات الإنتاج والتزويد وتخفيض تكلفة المخزون.
- الحصول على مميزات تنافسية.
- استخدام نظام متعدد الوسائل يساهم في زيادة جودة وقيمة المعلومات.
- يستخدم العمال المعلومات الديموغرافية الموجودة على شبكة الانترنت بما فيها الاحصائيات الخاصة بالبطاقة في أعمالهم الخاصة كما تستخدم البنوك شبكة الانترنت في الإعلان عن المناقصات الخاصة بهم.
- تقوم شركات البرمجيات ببيع منتجاتها الجديدة والنسخ المعدلة للبرامجيات القديمة عبر الانترنت ، كما ان البنوك تتعامل مع عملائها ببيع خدماتها على الخط المفتوح ومثل تلك المحلات تتيح لك التجول خلالها واختيارها ما تريد منها والدفع عبر شبكة الانترنت²

2. مزايا الانترنت:

- تجانس نظم المعلومات المستخدمة في جميع الشبكة وتمتعها بنفس الخصائص.
- الحصول على المعلومات في الوقت الحقيقي فور حدوث الحدث المتعلق بها.
- رفع كفاءة عمليات الاتصال و اتخاذ القرارات.
- المساهمة في زيادة تلقائية العمليات الأمر الذي يسهم في تسريع عمليات التشغيل.
- تسهيل نظام العمل في مجموعات وجعله أكثر سرعة وكفاءة.³

¹ آدم رحمون، مرجع سابق، ص 110.

² سحنون خالد، تأثير تكنولوجيا المعلومات على مردودية البنوك أطروحة دكتوراه، بنوك مالية، تلمسان، الجزائر، 2015، ص 69.

³ عصام محمد البحيصي، مرجع سابق، ص 39.

3. مزايا الاكسترننت:

- عامل مهم في تخفيض التكاليف من خلال ضمان تدفق المعلومات وسرعة نقلها والمقدرة على توفير المرونة والعمق في عملية التوريد.
- يمكن من تخفيض تكاليف العمليات التجارية الدورية بما يحتوي من إمكانات كبيرة سواءا على المستوى الخارجي.
- يساهم في تحقيق نتائج مالية للمنشات عن طريق تخفيض دورة الطلب والتوريد وما يؤدي إليه ذلك من تخفيض التكاليف.
- تخصيص وقت الموظفين الإداريين في أشغال ومهمات ذات قيمة مضافة أكبر لم تكن في السابق متاحة.¹

¹ عصام محمد البحيصي، مرجع سابق، ص39-40.

المطلب الرابع: تأثير الشبكات على منظمات الأعمال

- التنافسية العالمية.
- التغير السريع وعدم الاستقرار.
- العمل على تحقيق مزايا تنافسية.
- بناء الأنظمة الإستراتيجية.
- التحسين المستمر وإعادة هندسة العمليات.¹
- التحالفات بين منظمات الأعمال.
- التحسينات في سلسلة القيمة.²

¹ www.stqou.com

² سحنون خالد، مرجع سبق ذكره، ص 77.

خاتمة الفصل الأول

يعد تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال من أبرز مظاهر الربع الأخير من القرن الماضي وبدايات القرن الحالي، و يرى العلماء المختصين في هذا المجال أن تطور صناعة تكنولوجيا الإعلام والاتصال يعد أهم إنجاز تكنولوجي تحقق. حيث تعتبر إحدى أهم القطاعات في الوقت الراهن حيث أصبحت كل دول العالم تولي اهتماما بالغاً لهذا القطاع، والسعي باستمرار إلى تبني استراتيجياتها واستخدام كافة مكونات تكنولوجيا الإعلام والاتصال. لكن هل تستطيع البنوك أن تستثمر تكنولوجيا الإعلام و الاتصال بطريقة جيدة لتحسن أداء خدماتها و علاقاتها مع زبائنها و هذا ما سوف نتطرق إليه في الفصل الموالي.

الفصل الثاني

تمهيد:

أصبحت تكنولوجيا الإعلام و الاتصال عاملا محفزا للمنظمات من بينها البنوك الباحثة عن المنافسة والتميز في إنتاجها ومخرجاتها وعن الكفاءة والفعالية في أداءها لذا تسارعت المنظمات لهيئة الأرضية الكفيلة لتطبيقها ثم استخدامها لهذا الأداء في مجالات عدة، مثل رفع مستوى الأداء و دراسة أهم المؤشرات والاستغلال الأمثل للقوى العاملة فضلا وذلك من خلال تطبيق بعض التغييرات (الهيكلي، الوسائل التكنولوجية، إدارة المنظمة) والاستخدام الجيد لهذه التكنولوجيا وبشكل صحيح مما يحقق الأداء الكفاءة التي يسعى البنك لتحقيقها.

المبحث الأول: أداء البنوك

تهدف المجتمعات الإنسانية على اختلافها إلى استخدام الأمثل لمواردها المتاحة وذلك بما يرفع معدلات نموها الاقتصادي، ولهذا أعطى للأداء أهمية بالغة خاصة في المؤسسات البنكية رغم صعوبة قياسها، حيث يعتمد على تلك المعدلات في تحليل وفهم وتقييم العمل المنجز في فترة زمنية معينة.¹

المطلب الأول: مفهوم الأداء البنكي

لقد كانت للتغيرات الاقتصادية والمصرفية انعكاسا واضحا على تطور أداء وأعمال البنوك. مما أدى إلى تحسين أدائها عن طريق إدخال إصلاحات جديدة والاعتماد على معايير ومؤشرات دولية.²

1. تعريف الأداء البنكي

1.1 الأداء

هناك أدبيات عدة تناولت الأداء المصرفي إلا أن أغلبها يفتقر إلى التعريف بمضمونه وعند استعراض الأدبيات التي تناولت الأداء وحاولت أن تعطي مفهوما له نجدها تشير إلى عدم وجود اتفاق حول مفهوم محدد له. حيث يعرف الأداء من وجهة نظر القانون "بأن أداء الفعل المحدد بموجب العقد وإن تأثر الأداء الناجح هو إلزام الشخص المكلف بأداء الفعل لأي مسؤولية تعاقدية مستقبلية ويعد الأداء بأنه قدرة المنشأة في الحصول على مواردها الثمينة والعمل على إدامتها".³

عرف (Groykotlr) "الأداء على أنه مقابلة أنه مقابلة أداء المنظمة بأداء منافسها للتعرف على نقاط القوة لتعزيزها ونقاط الضعف لغرض الحد منها ومعالجتها".⁴

ويعبر (Wit & Mayer) عن الأداء بأنه: "المستوى الذي تتمتع به مخرجات المنظمة بعد إجراء العمليات من مدخلاتها"، فالأداء هو مخرجات الأنشطة والأحداث الذي تشكل داخل المنظمة.⁵

ومن التعاريف يمكننا تعريف الأداء على أنه النتائج المحققة مقارنة بالخطة الموضوعية ضمن المواد المتاحة.

2.1 الأداء البنكي

¹ إبراهيم محمد حساسنة، إدارة وتقييم الأداء الوظيفي بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، دار جرير للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 104.

² عبد الرزاق بن حبيب، اقتصاد وتسيير مؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000، ص 19.

³ حمدان، خالد محمد وإدريس، الاستراتيجيات والتخطيط الاستراتيجي، عمان، دار الباروزي، 2009، ص 381.

⁴ Kotler, Philips & Groy Armastorn, Principles of Marketing, EdPrentice-Hall, kanada, 1999, P45 .

⁵ وائل محمد صبيحي ادريس و طاهر محسن منصور الغلي، أساسيات الأداء وبطاقة التقييم المتوازن، دار وائل للنشر، عمان، 2009، ص 39.

إن الأداء البنكي لا يختلف عن معنى أداء المؤسسات الأخرى حيث يقصد به الأهداف أو المخرجات التي يسعى نظام أي بنك إلى تحقيقها باستخدام القدرات البشرية والمادية والمالية.¹

2. أبعاد الأداء:

للأداء العديد من المصطلحات القريبة منه في المعنى والمرتبطة به، وهذا ما يخلق نوعا من الالتباس في مفهومه، ويهدف توضيح مفهوم الأداء البنكي بدقة، سيتم التطرق إلى تحديد مفهوم هذه المصطلحات.

1.2 الفعالية:

تعرف الفعالية ببساطة على أنها القدرة على بلوغ الأهداف المسطرة وذلك مهما كانت الإمكانيات المستخدمة في ذلك.²

أما كميًا فهي النسبة بين النتائج المحققة والأهداف الموضوعة مسبقًا، ولهذا كلما كانت النتائج قريبة من الأهداف كانت المنظمة فعالة، ويمكن التعبير عن الفعالية بالعلاقة التالية:³

$$\text{الفعالية} = \frac{\text{الأهداف المحققة}}{\text{الأهداف المسطرة}}$$

2.2 ثانياً، الكفاءة:

الكفاءة تعني القدرة على اختيار السبيل الذي يحقق أحسن نتيجة اعتماداً على الإمكانيات المتوفرة، بمعنى آخر، الكفاءة هي الوصول إلى الأعظمية في أي هدف تسعى إليه المنظمة، كما يقصد بها كذلك تحقيق أكبر ربح مقابل تكلفة معطاة.⁴

¹ إبراهيم محمد حساسنة، مرجع سابق، ص 105.

² عبد الرزاق بن حبيب، مرجع سابق، ص 26.

³ ناصر دادي عدون، اقتصاد مؤسسة، دار المحمدية، الجزائر، 1998، ص 341.

⁴ حمدان، خالد محمد وادريس، مرجع سابق، ص 40.

يتضح إذن أن الكفاءة تهتم بكمية الموارد المستخدمة لبلوغ الأهداف المحددة (عدد ساعات عمل الأفراد، الاستهلاكات الواسطة، عدد ساعات عمل الآلات). ويمكن التعبير عن الكفاءة بالنسبة للأهداف المسطرة والوسائل المستخدمة لبلوغ هذه الأهداف وفق العلاقة التالية:

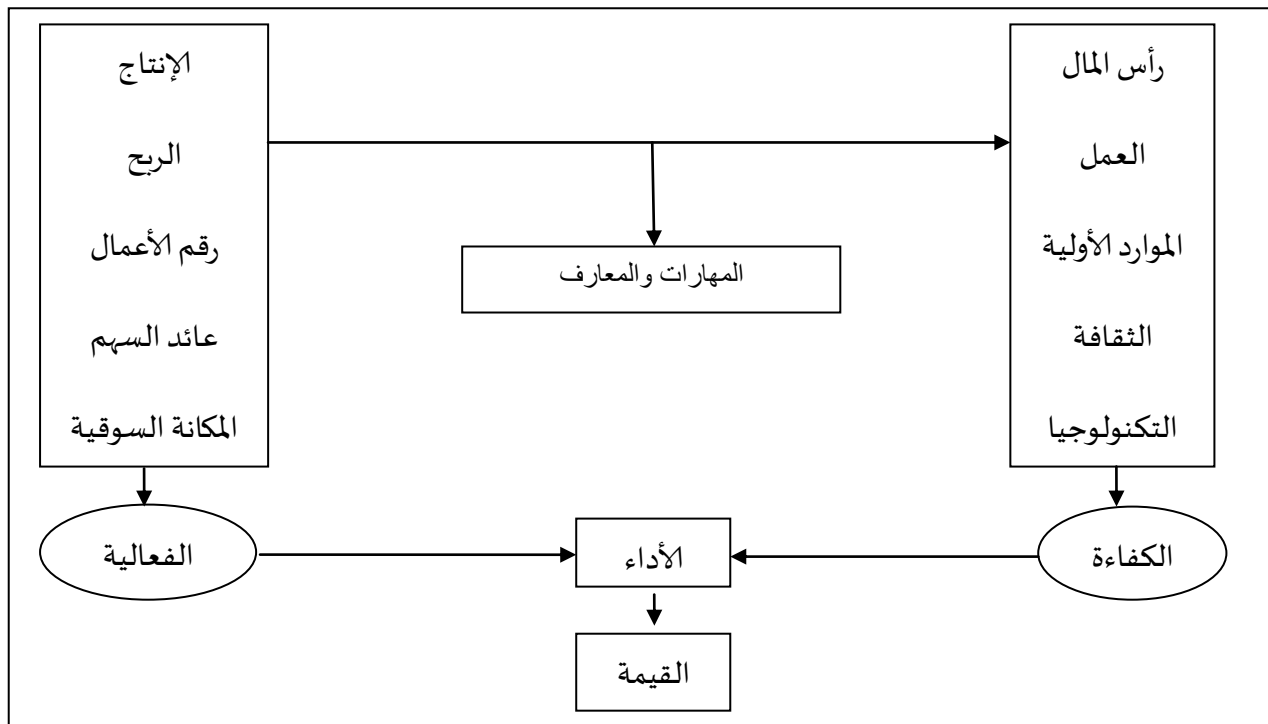
$$\text{الكفاءة} = \text{قيمة المخرجات} / \text{قيمة المدخلات}$$

أما عن علاقة الأداء بكل من الفعالية والكفاءة فهو مرتبط بهما معا، بهذا المعنى يمكن الحديث عن الأداء حيثما توجد موارد مسخرة وأهداف المسطرة أي¹:

$$\text{الأداء} = \text{الفعالية} * \text{الكفاءة}$$

ويمكن تلخيص هذا الطرح في الشكل رقم (1-11) الموالي.

الشكل رقم (1-11): الأداء من المنظور الكفاءة والفعالية



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على حمدان، خالد محمد وادريس، مرجع سابق، ص 43-44.

¹ Kalika, Michel, Structures d'entreprises, Realites, determinats, performances, Paris, 1995, p, 328.

3.2 الإنتاجية:

الإنتاجية هي الناتج الذي نحصل عليه بقسمة المخرجات على احد عناصر الإنتاج، وهي علاقة بين مدخلات ومخرجات ، نفقات وإيرادات ، كمية الإنتاج وعدد المكائن، كمية الإنتاج وعدد العمال، قيمة الإنتاج وساعات العمل.

أما بالنسبة لعلاقة الإنتاجية بالأداء، فيمكن توضيحه من خلال الشكل حيث يلاحظ أن الإنتاجية تكون في مستوى منخفض عند انخفاض كلا من الكفاءة والفعالية.¹

الشكل رقم (2-11): العلاقة بين الكفاءة والفعالية والإنتاجية كأبعاد هامة للأداء



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على أحمد ماهر ، السلوك التنظيمي مدخل بناء مهارات، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2000، ص31.

¹ عايدة خطاب، العولة ودارة الموارد البشرية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2001، ص434.

4.2 المردودية:

هي قدرة المنظمة على تحقيق النتائج، وتعتبر من القيود الأساسية لكل منظمة تحتاج إلى الاستمرار والتكيف والنمو في إطار محيط تنافسي في تغير دائم، إذ ترتبط مردودية المنظمة بتنافسياتها وحصتها في السوق وتنافسية القطاع أيضا.¹

إضافة إلى المساهمين الحاليين أو المحتملين يهتمون بخصوص بمردودية المنظمة التي استثمروا أو ينوون الاستثمار فيها، فأرباحهم تتوقف على مستوى المردودية التي تحققها المنظمة .

حيث يتضمن الأداء البعدين الكمي (كمية الأداء) و الكيفي (جودة الأداء) ، ومن ثم تتوجه برامج تحسين وتطوير الأداء إلى التعامل مع البعدين ، أي محاولة زيادة الإنتاجية وتحسن الجودة.²

¹ عبد المالك مزهود، المقاربة الإستراتيجية للأداء مفهوما وقياسا، المؤتمر العلمي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، الجزائر، 08-09 مارس 2005، ص 487.

² عابدة خطاب، مرجع سابق، ص 438.

المطلب الثاني: مؤشرات قياس الأداء البنكي

تعد مؤشرات قياس الأداء من أهم الأسس التي تقوم عليها عملية تقييم الأداء في المصارف، فنجاح عملية التقييم يعتمد بدرجة كبيرة على درجة وملائمة المؤشرات المالية وقابليتها على قياس الأداء بشكل سليم.

1. قياس الأداء

وان قياس الأداء يشير إلى العملية التي من خلالها اشتقاق من المعيار النسبية والنوعية حول نشاط أي مصرف وذلك من خلال معلومات تستخرج من القوائم المالية و مصادر أخرى لكي يتم استخدام هذه المؤشرات في تقييم الأداء المالي للمصارف كافة، وبذلك تتعدد الخيارات في اختيار النسب المالية وذلك تبعاً لطبيعة التقييس وظروفه و الأهداف المراد الوصول إليها.¹

و يعتبر قياس الأداء من الخطوات الهامة و الأساسية في الرقابة الإستراتيجية و يبنى على جميع المعلومات التي تمثل الأداء الفعلي للنشاط أو الأفراد.²

وتعد النسب المالية محاولة لإيجاد العلاقة بين معلومتين فاصلتين في المركز المالي فهي تقوم بتزويد الأطراف

ذات العلاقة بطريقة أفضل لفهم ظروف المنشأة ولا يتطلب حساب النسب المالية إلا قدراً محدداً من المهارة والمقدرة، أما تحليل وتفسير تلك النسب فيعد الحجر الأساس والمحك الرئيسي في التمييز بين المحلل المالي الكفاء والمحلل المالي الأقل كفاءة، ويعد استخدام النسب المالية في التحليل المالي من أهم الوسائل التي تساعد الإدارة على معرفة وضع سيولة البنك وموقف الأموال المتاحة للتوظيف وان هناك عدداً كبيراً من المؤشرات المستخدمة لقياس الأداء في المصارف ومنها مؤشرات السيولة ومؤشرات ملاءة رأس المال ومؤشرات نسب توظيف رأس المال إلا إننا سنتطرق إلى أهم تلك المؤشرات النسب وهي:³

¹ حيدر يونس كاظم، أثر الأداء المالي للمصارف الإسلامية في مؤشرات سوق الأوراق المالية، أطروحة دكتوراه، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، العراق، 2009، ص30.

² عبد القادر محمد الاسطة، أساسيات الإدارة الحديثة، الطبعة الأولى، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص246.

³ منير إبراهيم، الإدارة المالية مدخل معاصر، الطبعة 6، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2004، ص73.

1. مؤشرات الربحية:

وتعد هذه المؤشرات من أهم المؤشرات المالية المستخدمة في قياس الأداء المصرفي وهي تقيس قدرة البنك على تحقيق العائد على الأموال المستثمرة وتشمل هذه المؤشرات النسب التالية:

1.1.1 العائد على حق الملكية:

هو مقياس يقيس العائد المتحقق على استثمارات المساهمين في حق الملكية وعند قياس هذه النسبة يكون من السهل معرفة العائد الذي يحصل عليه المساهمون في المصارف مقارنة بغيرهم من المساهمين في المصارف الأخرى، ويمكن حساب هذا المؤشر من قسمة صافي الدخل بعد الضرائب على حق الملكية وكالاتي:

$$\text{معدل العائد على حق الملكية} = \text{صافي الدخل بعد الضريبة} / \text{حق الملكية}$$

حيث كلما ارتفع هذا العائد في بنك ما فإنه يشير إلى كفاءة هذا المصرف في تحقيق صافي أرباح أو عوائد مالية للمستفيدين.¹

2.1.1 العائد على الأصول:

هو مقياس يقيس الفعالية الكلية للإدارة في توليد الأرباح من الأصول المتوفرة لديها وهذا العائد يدعى أيضا بالعائد على الاستثمار، وان المصارف تبحث دائما عن الزيادة في هذا العائد لأنه مقياس لربحية الاستثمارات القصيرة والطويلة الأجل كافة وان ارتفاع هذا المؤشر يدل على كفاءة سياسات الإدارة الاستثمارية والتشغيلية وتحسب هذه النسبة من تقسيم صافي الدخل بعد الضرائب على الموجودات الكلية، وكالاتي:

$$\text{معدل العائد على الأصول} = \text{صافي الدخل} / \text{مج الأصول}$$

وكلما ارتفعت هذه النسبة فإنها تشير إلى كفاءة البنك في تحقيق صافي الدخل الناتج عن استثمارات الأصول المملوكة.²

¹ منير ابراهيم، مرجع سابق، ص 74-75.

² صادق راشد، إدارة المصارف، الطبعة 2، عمان، دار الصفاء، 2009، ص 54.

3.1.1 مضاعف الملكية:

تبين قدرة القرارات المالية التي تتخذها إدارة البنوك بشأن استخدام القروض في هيكلها المالي، أي تمويل بالديون، مقارنة بحقوق الملكية، وبما يؤدي إلى تعظيم معدل العائد على حق الملكية ومن ثم فإن إدارات البنوك تستخدم بصورة كبيرة آلية الرفع المالي وهي الأموال ذات الكلفة الثابتة أو المنخفضة لزيادة العائد على حقوق الملكية إلى مستوى الذي تتنافس به مع العائد لأصحاب رأس المال في الشركات غير المالية. تظهر هذه النسبة عدد المرات التي يضاعف فيها العائد على الأصول بسبب الرفع المالي، وهي تشير إلى المعدل الذي يمكن أن تنخفض فيه موجودات البنك الكلية قبل أن يتأثر وضع دائني البنك (المودعين والمستثمرين الخارجيين) في، ويمكن حساب هذه النسبة من قسمة مجموع الأصول الكلية على حقوق الملكية وفق الصيغة الآتية:

$$\blacksquare \text{ مضاعف الملكية} = \frac{\text{الأصول الكلية}}{\text{حقوق الملكية}}^1$$

4.1.1 العائد على الودائع:

يقيس هذا المؤشر مدى قدرة المصرف على توليد الأرباح من الودائع التي ينجح في الحصول عليها ويقاس هذا المعدل نصيب كل وحدة من وحدات الودائع من صافي الأرباح المستحق للمصرف بعد دفع الضرائب، يقاس بقسمة صافي الربح بعد الضريبة على مجموعة الودائع وكما في المعادلة الآتية:

$$\blacksquare \text{ معدل العائد على الودائع} = \frac{\text{بعد الربح صافي الضريبة}}{\text{مجموع الودائع}}$$

وبارتفاع هذا المعدل يتبين الاستغلال الأمثل للودائع في تحقيق الأرباح.²

5.1.1 العائد على الأموال المتاحة:

يصور هذا المعدل ربحية الأموال المتاحة للتوظيف في المصرف وهي تشمل الودائع وحقوق الملكية وان الخصوم (المطلوبات) الأخرى لا تعد أموالاً متاحة للتوظيف وإنما تنشأ نتيجة تصرفات إدارية معينة وان هذا المؤشر يقيس صافي الأرباح المتولدة إلى جملة الموارد المتاحة، يقاس بقسمة صافي الربح على الودائع وحق الملكية وكالاتي:

$$\blacksquare \text{ العائد على الأموال المتاحة} = \frac{\text{صافي الربح}}{\text{الودائع} + \text{حق الملكية}}^3$$

¹ محمد محمود، البنوك الإسلامية، الطبعة 2، عمان، دار المسيرة، 2010، ص 32.

² منير ابراهيم، مرجع سابق، ص 78.

³ صادق راشد، مرجع سابق، ص 63.

المطلب الثالث: مداخل تحسين الأداء البنكي باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال

إن أول خطوة تخطوها البنوك هي عملها تحقيق التوازن من خلال الوصول إلى أداء جيد، ومن بين الاستراتيجيات التي بدأت في الاعتماد عليها للوصول لأداء جيد دمج تكنولوجيا الإعلام والاتصال في نشاطها، وقد ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحقيق مجموعة من المميزات نذكرها فيما يلي:¹

1. مساهمة 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 هذا¹ من خلال استغلال وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي توفر لها ما يلي:²

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.

2.1 القضاء على زمن الانتظار وضياع 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

¹ توفيق محمد عب المحسن، الاتجاهات الحديثة في التقييم والتميز في الأداء، دار الفكر العربي، عمان، 2006، ص 115.

² شوقي شاديل، اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح، كلية الحقوق العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 2008، ص 133.

³ زرقون محمد، شطبية زينب، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثرها على رضا زبائن المؤسسة المصرفية الجزائرية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 03، جامعة ورقلة، 2013، ص 79-80.

3.1 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 .

4.1. تطوير خدمات الاستعلام عن بعد للزبائن:

بفضل الوسائل الرقمية يمكن للبنك متابعة زبائنه عن بعد من اجل معرفة آرائهم 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؛ 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.¹

2. مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تغيير قانون تسيير الأداء:

إن المصرف الذي يريد التطور والنمو و مسايرة التغيرات الاقتصادية عامة والمالية خاصة، يجب عليه ان يكون مرنا في قوانين العمل، وأن يعمل على تطويرها بشكل مستمر بحسب نوع الأنشطة، فتبني المصارف لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات جعلتها تضع أرضية خاصة من القوانين التي تتماشى وطبيعة هذا النشاط، فمثلا الخدمات المصرفية الالكترونية تتطلب وجود قوانين تحدد من جهة التزامات الأطراف المتعاملة في هذا النظام، من جهة ثانية تحمي المتعامل من المخاطر الناتجة عن هذا النشاط.²

¹ زرقون محمد، مرجع سابق، ص 80.

² توفيق محمد المحسن، مرجع سابق، ص 124.

المبحث الثاني: تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء البنوك

أحدثت تكنولوجيا الإعلام والاتصال عدة تطورات من خلال الأدوار التي قامت بها بين الأفراد و المؤسسات من حيث التقدم و الازدهار.

المطلب الأول: تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على هيئات التنظيمية للبنوك

1. تركيز المعلومات في قمة الهرم التنظيمي للبنك:

لقد أشار ويلسر إلى كيفية تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على هياكل المنظمات من خلال زيادة العلاقات الأفقية للمعلومات التي أدت إلى تركيز كبير من حيث قمة التدرج الهرمي، ويعتقد ويلسر أن تأثيرها على هيكل المنظمة يساعد فريق الإدارة العليا لاتخاذ قرارات أفضل حيث تربط أجهزة الحاسب وتدمج مجالات اتخاذ القرار والرقابة داخل الشركة إلى أنظمة إدارية فرعية وفي عصر الكمبيوتر فان أنظمة مستندة على الحاسب الآلي يمكن لها أن تعالج وتراقب وتصحح وتعديل الإجراءات في أي مجال كان أكثر من أي مجموعة بشرية.

2. تزويد البنك بالمرونة اللازمة للتعامل مع البيئة التي يعمل فيها:¹

تعرف بيئة الأعمال بأنها "مختلف التغيرات التي تكون في مجموعتها القوى والمنشآت الخارجية التي تؤثر على البنك مما يستوجب أن يكون قادرا على التعامل مع التغيرات البيئية التي تجري حوله بسرعة وبشكل غير متوقع من خلال الاستجابة السريعة والمبتكرة، واستغلال هذه التغيرات والتعامل معها على أنها فرص تمكن البنك أن يحقق من خلالها النمو والنجاح والازدهار .

3. تساعد في تغيير طبيعة التنسيق التنظيمي:

تغير تكنولوجيا الإعلام آليات وطبيعة التنسيق التنظيمي والرقابة وبذلك تؤثر بشكل مباشر على هياكل البنوك، وهذه الطريقة تعمل تكنولوجيا كبدل للهيكل التنظيمي²

¹ محمد صالح الحناوي، مقدمة في الأعمال، الدار الجامعية، اللاسكندرية، مصر، 2002، ص126.

² سحنون خالد، تأثير تكنولوجيا المعلومات على مردودية البنوك، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، بنوك مالية، تلمسان، 2015/2016، ص 107-108.

المطلب الثاني: تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على العاملين

في هذا الوقت من الزمن تلعب تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة دورا كبيرا في زيادة سرعة أداء العمال وتقليل العمل الورقي حيث أصبح لها أثر كبير وملحوظ في البنوك، وهي كالتالي:

1. انخفاض استخدام العمالة:

إن تكنولوجيا المعلومات لها تأثير كبير جدا على هيكل المنظمة من حيث تقليل عدد العاملين. وقد أظهرت نتائج تجارب إن تخفيف العاملين لا يقتصر على العاملين في الأعمال الكتابية بل يمتد إلى العاملين في الإدارة والإشراف بالإضافة إلى أن تكنولوجيا الإعلام أتاحت الفرصة إلى عدد من المنظمات لإعادة تنظيم مهام متعددة من خلال إتمام هذه المهام وقد أدى إعادة تنظيم المهام إلى تركيز أبر للمعلومات.¹

2. السرعة في الانجاز:

تقوم على حد كبير في تحسين الأداء الوظيفي وذلك من خلال تخطي القيام بكثير من الأعمال الروتينية وما يترتب عليه من انجاز الأعمال بسرعة وكفاءة ودقة متناهية وتكلفة قليلة.

3. تساعد المدراء على وضع استراتيجيات طويلة المدى:

تسبب في زيادة فعالية المنظمة في تحقيق أهدافها طويلة الأجل المتعلقة بالبقاء والنمو والاستمرارية وذلك من خلال تحسين مستواها وزيادة فعالية عملياتها الإدارية داخل المنظمة وخارجها وتحسين عملية التنسيق والتحالف بين مختلف المستويات والوحدات الإدارية لانجاز أهداف المنظمة.

4. تخفيض عبئ الأعمال الروتينية عن العاملين في البنك:

تساعد على تقليل الأعباء الوظيفية الروتينية الملقة على عاتق العاملين، مما يتيح لهم استغلال هذا الوقت في التخطيط الاستراتيجي، ورسم السياسات العامة للمنظمة، مما أسهم في رفع الكفاءة وفعالية الإدارة العليا.²

¹ سحنون خالد، مرجع سابق، ص 109.

² حنان أحمد القضاة، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على التطوير الإداري في الجامعات الأردنية الرسمية، رسالة ماجستير، إدارة الأعمال، الأردن، 2007، ص 46.

المطلب الثالث: تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أنشطة للبنوك

يتناول هذا المطلب أهم تأثيرات تكنولوجيا الإعلام والاتصال المتبناة من قبل البنوك على فعالية أنشطتها وكذا العوامل المؤثرة فيها.¹

1. التأثير على الأنشطة التنظيمية: ويمكن تلخيصها فيما يلي:

يؤدي استخدام الكمبيوتر إلى تحقيق درجة أعلى من التكامل و الترابط بين الأنشطة التنظيمية المختلفة، مثلا الربط بين الإنتاج والتسويق، المالية والمحاسبية.

- كذلك يمكن استخدام الكمبيوتر من إحداث تغييرات في مجال الأنشطة المكتتبية والكتابية وتدفع العمليات الروتينية ونوعيات النماذج والسجلات المستخدمة، فهذه الأنشطة تتصف عادة بضخامة حجمها وانتشارها في كل الأركان التنظيم، ومن ثم ضخامة عدد الأفراد العاملين بها والوقت المستغرق فيها.

وقد يترتب عن استخدام التكنولوجيا وبما فيها الكمبيوتر آثار بارزة على التنظيم:

- تخفيض عدد الأفراد العاملين في تلك الأنشطة.
- تغيير في نوعيات المهارات اللازمة للعاملين.
- الإسراع في العمليات ومن ثم خفض في التكلفة.
- إمكانية مركزية العمليات وإحكام السيطرة عليها.²

2. التأثير على عمليات الخدمة البنكية:

- إن تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على العمليات والأنشطة المصرفية تبدو واضحة للزبون، وهناك تأثير على النشاط غير واضح بدءا من المكاتب الخلفية أو العمليات الخلفية، حيث تسمح هذه التكنولوجيا بتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.³
- كما إن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساند التطور التكنولوجي وترافقه في إحداث التغيير في ميدان الخدمات المصرفية فهي تساعد البنك على مضاعفة موارده وتحسين نوعية منتجاته وخدماته، كما تمكنه من إعادة تنظيم هيكله لتسهيل الاتصال الداخلي والخارجي، وتحسين أدائه الداخلي من خلال تغيير كافة الأنشطة والعمليات التي تؤدي أثناء عرض وتقديم الخدمة المصرفية في ظروف ملائمة العميل المصرفي.⁴

¹ شايب محمد، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية الجزائرية، اطروحة دكتوراه، بنوك ونقود، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2006/2007، ص 129.

² عبد الغفار حنفي وعبد السلام أبو قحف، الإدارة الحديثة في البنوك التجارية، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2004، ص 375-376.

³ Monique Zollinger et Eric Lamarque, Marketing et Strategie de la Banque, Dunod, Paris, France, 2004, P.32.

⁴ رجم نصيب وأمال عياري، المؤسسة المصرفية الجزائرية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، العدد 15، جامعة عنابة، 2005، ص 54.

3. التأثير على الإنتاجية:

بشكل عام تقع جميع المنظمات الخدمية تحت ضغط كبير لزيادة أو الرفع من إنتاجيتها، حيث أن العمل في شركات الخدمة يتصف بالتعقيد، وبالتالي فإن التكاليف تتصاعد بسبب الخصائص المميزة للخدمة، ومنها الخدمات المصرفية التي تتسم طبيعتها بعملياتها بالتعقيد. ومن أجل تحسين إنتاجية الخدمات المصرفية فإن أمام المصارف عدة طرق يمكن من خلالها تحقيق هذا الهدف.¹

- جعل منفذي ومقدمي الخدمة يعملون بجد ومثابرة أكبر.
- التقليل قدر المستطاع من الوقت الضائع، وذلك باستغلال وقت العمل استغلالاً أمثلاً.
- زيادة كمية الخدمة من خلال التنازل عن بعض النوعية.
- إعطاء محفزات للزبون في إنتاج الخدمة.
- استخدام معدات وتكنولوجيا ف في إنتاجها.²

4. التأثير على وظيفة الإنتاج بالبنك:

إن إدخال الإعلام الآلي للبنك سهل من توفير وتبادل واستخدام المعلومات بشكل آلي وتبادل المعلومات بين الأنظمة الفرعية المختلفة، وتحقيق التكامل فيما بينها عن طريق ربطها بمجموعات واحدة من البيانات، وهذا باستعمال الشبكات والتقنيات الضرورية، كما يمكن استعمال الحاسب الآلي في عمليات متعددة كتقديم الخدمات مباشرة عبر الشبائيك.³

هذه الخدمات متعددة ومتنوعة (صرف، تحويلات ن سحب ن إيداع،.....)، لذا فإن إدخال النظام الآلي على العمليات الإنتاجية، وذلك من خلال:

- تخفيض تكاليف الإنتاج:

ويتم بتخفيض تكلفة الإنتاج من خلال تحقيق اقتصاديات الحجم.

- الانتقال من التسيير التقليدي للمخزون إلى تسيير التدفقات:

سمح بداخل البنك لتكنولوجيا الاتصال والإعلام بالانتقال من التسيير التقليدي للمخزون إلى تسيير التدفقات بمعنى متابعة ومراقبة التغيرات بحركة مزدوجة.⁴

¹ محمود جاسم الصمعيدي وردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001، ص 83.

² مرجع وموضوع نفسهما.

³ رجم نصيب وأمال العياري، مرجع سابق، ص 83.

⁴ مرجع نفسه، ص 84.

- التصنيع (التصميم) لجمل العمليات:

ويستدعي ذلك من المؤسسة المصرفية إعادة تجميع المهام، تصميم الأنشطة الجديدة، وتوزيع الأعمال والأنشطة بطريقة تتناسب مع تخصص العمال وساعات العمل المطلوبة.¹ وساهمت في العديد من التغييرات سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي، فقد ساهمت في تحسين الخدمات البنكية وما صحبه من ظهور للصيرفة الالكترونية، بالإضافة إلى تغيير نمط الإدارة التقليدية الإلكترونية، والتي صحبها ظهور نوع جديد من البنوك المعروف بالبنوك الالكترونية.

- ظهور الصيرفة الالكترونية:

لقد أدى استخدام التكنولوجيا في البنوك إلى تطور كبير في الخدمات البنكية وظهور ما يعرف بالصيرفة الالكترونية، ومن مظاهر هذا التطور نذكر على سبيل الذكر لا الحصر ظهور البطاقات الالكترونية وكذا ظهور الشيكات الالكترونية وكذا النقود الرقمية، والتي تعتبر أحد مخرجات تطبيق التكنولوجيا في البنوك، بالإضافة إلى تطور في قنوات التوزيع المصرفية وظهور آلات الصراف الآلي ونقاط البيع الالكترونية، وهو ما سمح بحرية أكبر في التعاملات المصرفية وانتقال رؤوس الأموال.²

- الإدارة الإلكترونية: يعتبر مصطلح الإدارة الالكترونية من المصطلحات الإدارية الحديثة، والتي ظهرت نتيجة للتطور الكبير في تكنولوجيا الإعلام والاتصال فهي عبارة عن استخدام التكنولوجيا في تحسين مستويات الأداء في المنظمات من أجل تحقيق أهدافها.

وبشكل عام تعني القدرة على استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتقنيات الحديثة، لتنفيذ الأنشطة الإدارية الكترونيا عبر الانترنت وشبكات الحاسبات الآلية، وتخدم الخدمات الآلية في كل زمان ومكان، مما يؤدي لجودة وتحسين وسرعة التنفيذ وتخفيض التكلفة وتوفير البيانات والمعلومات اللازمة، بهدف تحقيق أهداف المنظمة بأقل وقت وجهد وتكلفة وتطوير العمليات الادارية.³

¹ رجم نصيب وأمال العياري، مرجع سابق، ص83.

² <http://WWW.abahe.co.uk/human-resources-management-enc/60662-the-challenge-of-modern-technology.html> إدارة الموارد البشرية في

عصر التقنية العالية، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، تاريخ الاطلاع:13:00، 03/04/2019.

³ زروقي نسرين، الإدارة الالكترونية، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد02، العدد 15، جامعة بونعاما، خميس مليانة، الجزائر، 2016، ص 236.

- البنوك الالكترونية: حيث ساهمت بشكل كبير بتوفير الانترنت كوسيلة اتصال بشكل كبير بين البنك والعميل، وبمساعدة نظم وبرامج تمكن العميل من الاستفادة من الخدمات والحصول على منتجات مصرفية مختلفة والتي يقدمها البنك عن بعد، والتعامل مع مواقع البنوك المصممة على شبكات الانترنت على مدار 24/24.¹

¹ بحوصي مجذوب، واقع وأفاق البنوك الالكترونية، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، العدد 2، جامعة بشار، الجزائر، بدون سنة، ص 211-212.

المطلب الرابع: تأثير ال TIC على ريادة الأعمال والبنوك الحديثة

1. تعد الريادة مهمة من خلال تأثيرها في الاقتصاد والإدارة، وإيجاد قيمة مضافة تعود على كل من الأفراد والمنظمة والمجتمع بالفائدة حيث يرى Wickham Philip أن توحيد مجموعة العناصر الاقتصادية، الطبيعة الخام والقوى العاملة المادية والعقلية إضافة إلى رأس المال يتم من خلال عنصر رابع وهو الريادة وأن الابتكار والإبداع يوجدان تركيبة جديدة للعناصر الاقتصادية.¹
2. ويشرح مجدي عوض مبارك أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إنشاء المشاريع ريادة من خلال أمثلة عالمية: هناك العديد من الرياديين الذين جمعوا بين خلفياتهم في تكنولوجيا الإعلام والريادة لخلق أفكار وأعمال جديدة، فقد أسسوا منظمات أعمال ناجحة، على مستوى العالم.²
3. وترافق تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة رواد الأعمال في تحويل أحلامهم إلى منجزات حقيقية من خلال إرساء خطة عمل متكاملة لهم كل الجوانب التي تخص المشروع وقدرته على تحقيق الربحية، حيث يستعين رواد الأعمال ببنوك معلوماتية في شكل قواعد للبيانات توضح الحالة الاستثمارية حسب كل قطاع اقتصادي وتقدم له مؤشرات الأداء والخطر من حيث عدد المنافسين، حصة كل واحد منهم في السوق، معدل نمو المبيعات، تزايد الزبائن.³
4. وتؤدي الريادة بصفة عامة دورا كبيرا في الاقتصاديات الوطنية كونها قادرة على أن تساهم وبشكل فعال في إعادة تقويم وهيكلية الإنتاج في العديد من الدول النامية فهي تعد الأساس الذي تقوم عليه التنمية الشاملة وعليه فلها العديد من الآثار والمنافع الاقتصادية منها :

- زيادة دخل الفرد :

تعمل الريادة على زيادة الدخل الفردي إذ تكون الريادة في العديد من المواقع مصحوبة بنمو وزيادة المخرجات وهو ما يسمح بتشكيل الثروة للأفراد عن طريق زيادة عدد المشاركين في التنمية.

¹ حسين عليان ارسيد الخالدي، العوامل المؤثرة في إقامة الشركات العامة للمشاريع الريادية، أطروحة دكتوراه، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، الأردن، 2007، ص30.

² عبد الغفار حنفي وعبد السلام أبو قحف، مرجع سابق، ص59.

³ <https://www.alaraby.co.uk> تاريخ الاطلاع:22مارس2019، ص22:15.

- التجديد والابتكار:

يعتمد التطوير على الابتكار، ليس فقط بتطوير منتج معين أو خدمة جديدة للأسواق، ولكن أيضا الاهتمام بالاستثمار لتأمين مشاريع جديدة، ولذلك تعد الريادة مصدر من مصادر التجديد.

- توجيه الأنشطة للمناطق التنموية المستهدفة :

تستطيع الدولة أن تشجع الاتجاه نحو الريادة في أعمال معينة مثل: الأعمال التكنولوجية، أو مناطق معينة عن طريق تشجيع الرياديين لإقامة مشاريعهم في تلك المناطق أو التخصصات.

- التكامل مع المنظمات الكبيرة وترابط الأعمال التجارية :

إن الرياديين هم الذين يعطون دم الحياة للاقتصاد الحديث وتبقى الحاجة ضرورية على مستوى الاقتصاد القومي لأن العمل الحديث ليس قائم بذاته فصاحب العمل يشتري ويبيع من وإلى المشروعات الأخرى وهذا يؤكد فرصة الريادي لأن يقدم شيئاً يحمل قيمة وبأسلوب فعال للمنظمات الكبيرة مما يخفف كلفة الإنتاج¹.

- العمل على تطوير الاقتصاد :

إن المشروعات الريادية الصغيرة في الغالب هي الأصل في تطور الاقتصاد وهي النواة التي تكون الاقتصاد القومي فيما بعد بالمشروعات الكبيرة العملاقة سواء بتطويرها أو تزويدها بالأفكار التي تقدمها، فمشروعات اليوم الصغيرة هي مشروعات الغد الكبيرة.

¹ بن أحمد لخضر، أثر تطبيق تكنولوجيا الإعلام والاتصال على تحقيق ريادة منظمات الأعمال الحديثة، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، العدد 6، جامعة الجلفة، الجزائر، بدون سنة، ص74.

- الرفاهية:

الاهتمام برفاهية من خلال توفير فرص العمل، وتحسين وتطوير المنتجات، ومواكبة التقدم التكنولوجي. ويضيف وفيق حلمي الأغا عن دور الريادة في التنمية الاقتصادية إمكانية خلقها فرص عمل جديدة وأسواق جديدة إضافة إلى نقل التكنولوجيا والمساهمة في توزيع الإنتاج نظرا لمجالات الإبداع رواد الأعمال وهو ما يؤدي إلى بناء قاعدة اقتصادية قوية¹.

¹ وفيق حلمي الأغا، الريادة في الشركات العربية بمنظور استراتيجي، مجلة جامعة الأزهر، المجلد 11، العدد 1، غزة، 2009، ص 10.

خاتمة الفصل الثاني

وفي الأخير يمكن القول أن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال تأثيرا متزايدا على أنشطة البنوك المتعددة لذا لا بد على هذه الأخيرة من معرفة مدى تطبيق الفن التكنولوجي بالنسبة للنشاط المصرفي، نظرا لكون أن جزءا من الحافز على استخدام التكنولوجيا قد يكون له اثر سلبي بقدر ما هو يخوف البنك من قيام بنك اخر منافس بالاستغلال الفرصة وتحقيق ميزة تنافسية.

وخلاصة القول، أن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال تأثيرا بوجه عام على فعالية نشاط البنوك في ناحيتين:

- الأولى أن تكنولوجيا قد أدت إلى إحداث تغييرات في أداء العمليات المصرفية في محاولة لتحسين الإنتاجية وربحية البنك من خلال تخفيض التكاليف .
- الثانية استهدفت بوجه خاص عاملي البنوك من حيث تسهيل أداء الخدمة وتحسين مستوى أداء هذه الخدمة بالشكل الذي يحقق الزيادة في إنتاجياتهم والدقة والسرعة في تقديم الخدمة.

الجانب التطبيقي

الفصل الثالث

تمهيد:

لغرض إسقاط الجانب النظري من موضوع تفعيل النشاط البنكي في استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الواقع العملي للمؤسسات البنكية الناشطة على الساحة المحلية تم التطرق لدراسة حالة البنك القرض الشعبي الجزائري ووكالاته المتواجدة على مستوى ولاية البيض حيث يعتبر إطار مناسب لأجراء دراسة الحالة كونه يتمتع بالعديد من المؤهلات التي تسمح بذلك والتي من أهمها الاستخدام الواسع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال .

حيث تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة مباحث:

- المبحث الأول: تقديم بنك ال CPA ووكالاته.
- المبحث الثاني: تقنيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة في وكالة ال CPA.
- المبحث الثالث: تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء وكالة ال CPA .

المبحث الأول: نبذة عامة عن المؤسسة محل الدراسة

يمكن تقديم بنك القرض الشعبي الجزائري من خلال التطرق إلى نشأته وبعض العموميات المتعلقة به، و مختلف النشاطات التي يقوم بها، وكذا طموحاته ونجاحاته المستقبلية.

المطلب الأول: تقديم عام لبنك القرض الشعبي الجزائري

نشأة القرض الشعبي الجزائري

تم تأسيس القرض الشعبي الجزائري بتاريخ 26 ديسمبر 1966م، بموجب مرسوم رقم 366/66 برأس مال قدره 15 مليون دينار، وهو شركة اقتصادية عمومية يقوم بكل الأعمال البنكية، والتي تتم وفق القوانين الاقتصادية المعمول بها، فهي خدمات بنكية يؤديها البنك و بالمقابل يقبض فوائد عليها، وبموجب سجلها التجاري B803.BC/84 أصبحت شركة ذات اسهم، وقد ورث البنك مجموع النشاطات المصرفية التي كانت تديرها من قبل البنوك الشعبية والمتمثلة في:

- البنك الشعبي التجاري والصناعي للجزائر (BPCIA)؛
- البنك الشعبي التجاري والصناعي لعنابة (BPCIAN)؛
- البنك الشعبي التجاري والصناعي لوهران (BPCIO)؛
- البنك الجهوي للقرض الشعبي الجزائري.
- وكذلك من طرف مؤسسات أجنبية والمتمثلة في:
- بنك الجزائر مصر سنة 2967 (BMAM-MISR)؛
- شركة مرسيليا للقرض (SMC) سنة 1966؛
- المؤسسة المصرفية الفرنسية للقرض سنة 1972 (CFCB).

وفي فترة إعادة هيكلة المؤسسات المصرفية عضويا وماليا بتمديد القطاع البنكي نتيجة أكثر تخصيصها أكثر بإنشاء بنوك مكلفة بقطاعات محددة، انبثق عن القرض الشعبي الجزائري بتاريخ 30/04/1958 بنك التنمية المحلية BDL وهذا بموجب مرسوم 65/85.

وبعد إصدار القانون المتعلق باستقلالية المؤسسات في 1988 أصبح القرض الشعبي الجزائري مؤسسة عمومية اقتصادية ذات أسهم تملكها الدولة كيان يخضع للتشريع البنكي والتجاري باعتباره بنكا عاما شاملا مع الغير.

وابتداء من سنة 1996 وبمقتضى المرسوم القانوني الخاص بإدارة الأموال التجارية للدولة وضعت المصارف العمومية تحت سلطة وزارة المالية، وبعدها وفي بنك بكل الشروط المؤهلة المنصوص عليها في أحكام قانون النقد والقرض (قانون 10/90) الصادر في 14 أفريل 1990 تحصل القرض الشعبي الجزائري على موافقة مجلس النقد والقرض وأصبح ثاني بنك ودائع معتمد في الجزائر يهتم بإعطاء كل أشكال القروض لمختلف القطاعات.

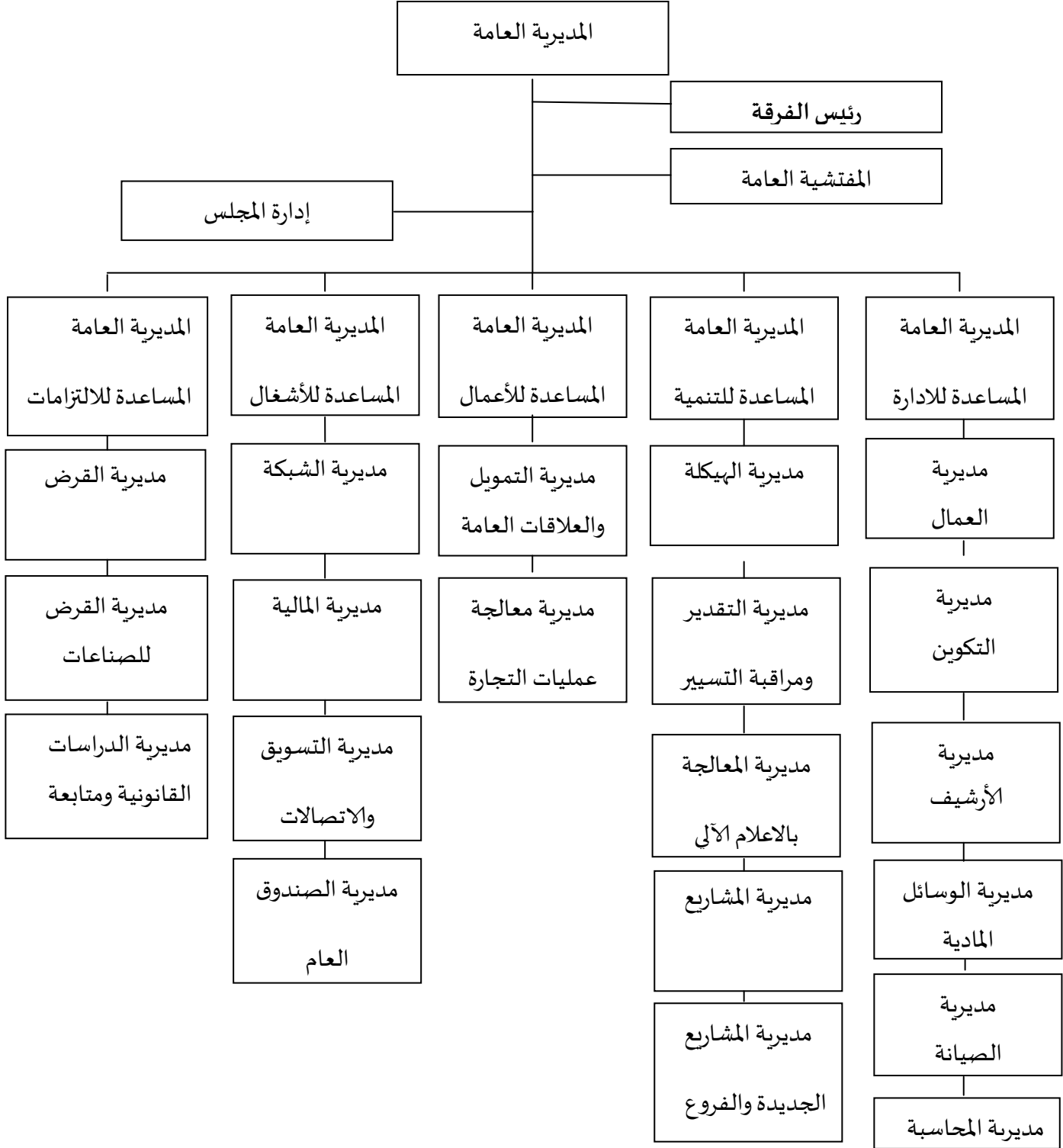
وللبنك مقر رئيسي في 02 نهج عميروش بالجزائر العاصمة، وله فروع ووكالات أو مكاتب تبرر وتحقق نشاطاته الاقتصادية، حيث بلغت عدد وكالاته 121 وكالة، أما عن فروعها فقد بلغت 144 فرعا في بداية عام 1985، لكنها تقلصت الى 78 فرع بعد تأسيس بنك التنمية المحلية، وفي 2001 قدرت ب 15 فرع.

✓ سنة 2018، البنك الشعبي الجزائري يواصل ويكثف من مجهوداته من أجل إرساء الثقة التامة مع عملائه وذلك من اجل الحفاظ على سمعته كبنك ثابت وموثوق.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي ونشاطات القرض الشعبي الجزائري

1.1 الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري:

الشكل رقم (1.III) يظهر لنا الهيكل التنظيمي ل CPA



المصدر: معلومات مقدمة من طرف وكالة البيض.

• رئاسة المديرية العامة

إن رئاسة المديرية العامة هو العضو المركزي في المديرية، بحيث تقوم بعدة أدوار تتمثل في القيادة، التنسيق والمراقبة، وفي هذا الإطار فإنها تعمل على تطبيق استراتيجيات المؤسسة وكذا مخططات العمل. إن رئاسة المديرية العامة تتضمن لجنة المساهمة، رئاسة الفرقة إلى جانب المفتشية العامة، وكذا تحتوي على خمس مديريات مساعدة تتمثل في:

- المديرية العامة المساعدة للإدارة و الوسائل ؛
- المديرية العامة المساعدة للتنمية ؛
- المديرية العامة المساعدة للالتزامات.

• رئاسة الفرقة

وهي عبارة عن هيئة استشارية تعمل لدى رئيس المديرية العامة.

• المفتشية العامة

إن المفتشية العامة تقوم بالمراقبة الداخلية اتجاه هياكل البنك وبمراعاة احترام الاجراءات والأوامر، وتقوم بتقديم مختلف عمليات المراقبة العمومية والوظيفية المعمول بها من طرف مختلف مراكز المسؤولية.

• خلية المجلس

تقوم خلية المجلس بتطوير طرق قياس درجة الفعالية وأمن الدوائر ومعالجة المعلومات والعمليات ز القرارات.

2.1 نشاطات القرض الشعبي الجزائري

له دور هام في النشاطات الاقتصادية فهو يعمل على:

- تقديم القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة مثل قطاع السياحة والصيد البحري .
- تقديم القروض للأفراد.
- جمع الودائع.
- تحويل العملات.
- تسهيل المعاملات بين المستورد والمورد في عمليات التجارة الخارجية.
- تقديم القروض والسلفيات لقاء سندات عامة الى الادارات المحلية وتمويل مشتريات الدولة والولاية والبلدية والشركات الوطنية.

المطلب الثالث: وكالات بنك ال CPA

من خلال هذا المطلب نحاول التعرف على المؤسسة محل الدراسة والمتمثلة في وكالات القرض الشعبي الجزائري

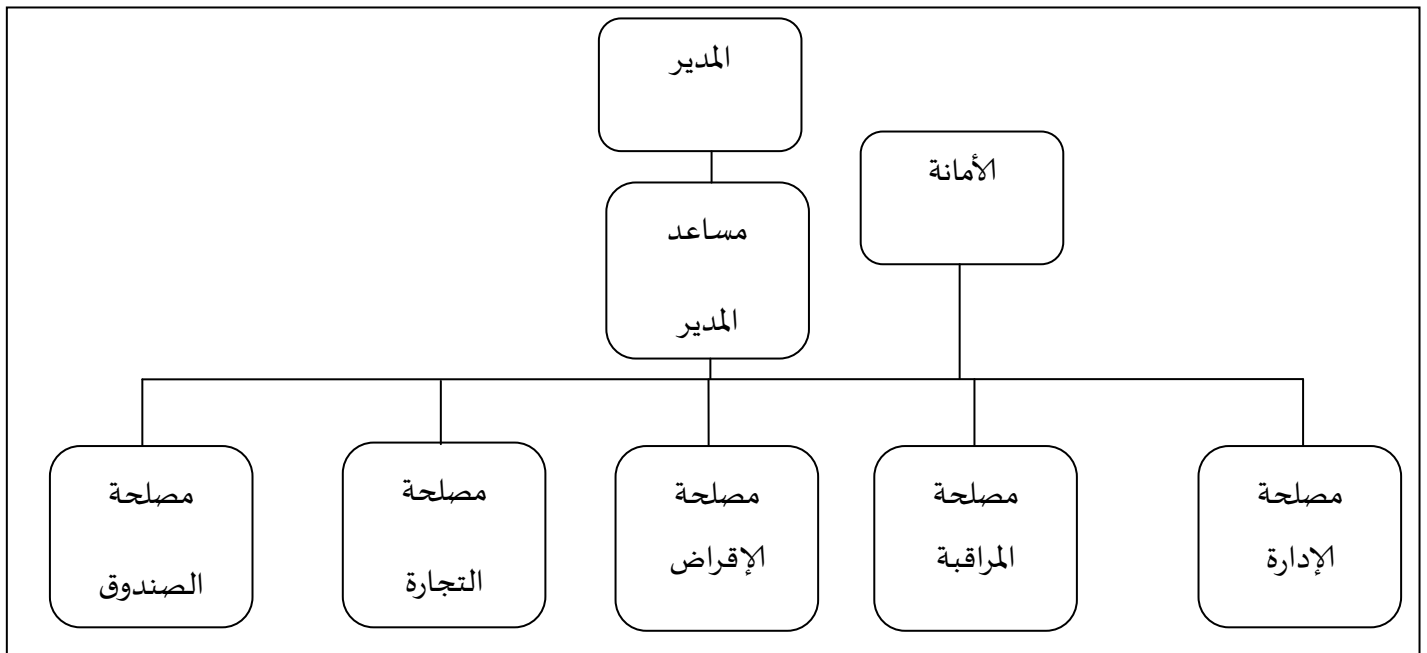
1. وكالة القرض الشعبي الجزائري بالبيض

1.1 التعريف بالقرض الشعبي الجزائري وكالة البيض

2.1 الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري "وكالة البيض"

يوضح الشكل الآتي الهيكل التنظيمي للوكالة.

الشكل رقم (2. III): الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري وكالة البيض



المصدر: معلومات مقدمة من طرف الوكالة.

تقوم بتسيير الوكالة عدد من المسؤولين ذوي كفاءة على مستوى الوكالة ويتمثلون في:

1. مدير الوكالة

يعتبر بمثابة المسئول الأول عن التسيير ومراقبة مجمل النشاطات ويمارس السلطة النظامية على جميع

الأشخاص ومسؤول عن النتائج المحققة على مستوى وكالته ويتمتع بالصلاحيات الآتية:

- تمثيل الفرع على المستوى المحلي وتنسيق ومتابعة نشاط الفرع.
- تسيير الخزينة والتكوين المستمر للموظفين.
- تسيير الخزينة والتكوين المستمر للموظفين.
- التوقيع على الوثائق والصكوك الواجب التوقيع عليها، والتي تكون لها المصادقية أمام المؤسسات المالية والإدارية والقضائية.
- التوجيه والمراقبة والتقرير في مجال الإقراض والخصم ومعالجة العمليات البنكية.
- تطبيق القواعد المنظمة لمجال عمله.

2. نائب المدير

مسؤوليته تأتي بعد المدير مباشرة فهو ينوب عن المدير في حالة غيابه في كل الأعمال وتقديم المساعدة في

إتمام وظائفه.

3. أمانة المدير

تقوم بمساعدة المدير من خلال تحرير الوثائق اللازمة لتأدية العمل داخل الوكالة و أيضا استقبال المكالمات وتثبيت المواعيد مع الزبائن، كما تقوم باستقبال البريد وتسجيله ومن ثم توزيعه على جميع المصالح في الوكالة.

4. مصلحة الإدارة:

تعمل هذه المصلحة على خدمة الزبائن والموظفين.

✓ خدمة الموظفين:

- وضع الملفات الخاصة بكل موظف.
- التامين على الموظفين.
- تحضير فواتير الأجور.
- توفير الوثائق اللازمة لأخذ العطل.
- حل المشاكل المتعلقة بالموظف داخل الوكالة.
- القيام بتقديم الوثائق الواجب ملؤها من قبل الموظفين الجدد.

✓ خدمة الزبائن:

- مراجعة الملفات الخاصة بهم.
- فتح حسابات على مختلف أنواعها.
- حجز الأموال من الحسابات.
- وضع وكالات خاصة لصاحب الحساب إن أراد ذلك.
- لكن هذا الجزء من المصلحة (الخاص بالزبائن) أصبح تابعا لمصلحة الصندوق.

✓ مصلحة المراقبة:

تعمل هذه المصلحة على تركيب و إرسال اليوميات المحاسبية عند المراجعة وذلك من خلال:

- مراجعة العمليات المحققة من طرف المصالح كلها.
- التأكد من إن العمليات المسجلة قد تم تحقيقها فعلا.
- التأكد من التوقيعات و التأشيرات للوثائق المحاسبية.
- المراقبة اليومية للحسابات المدينة.
- التأكد من تحويل فائض الخزينة على المديرية العامة.

✓ مصلحة الإقراض:

تعمل مصلحة الإقراض على:

- فتح ملفات الإقراض ودراسة وتقدير مخاطرها.
- تحديد القروض.
- ضمان الديون المتنازع عليها.
- إرسال الطلبات إلى البنك الجزائر، وإعلام الزبائن بالقرار النهائي.
- استقبال الضمانات المقدمة من المستفيد.
- مساعدة الزبائن على اختيار الطرق المثلى لتمويل مشروعاتهم.

✓ مصلحة التجارة الخارجية:

ومن بين أهم الوظائف التي تقوم بها ما يلي:

- فتح وتصفية ملفات التوظيف للاستيراد والتصدير.
- فتح ملفات الاعتماد المستندي.
- متابعة تغير العملة عند الارتفاع أو الانخفاض.

✓ مصلحة الصندوق:

يقوم رئيس الصندوق بكل المعاملات وتنظيم الحركة المالية داخل الصندوق وتنقسم هذه المصلحة إلى قسمين:

● قسم الشباك الأمامي:

من أعماله:

- استقبال الزبائن مباشرة وإعلامهم وتحويل أموالهم.
- دفع المستحقات على أساس الشيك أو الدفتر الادخاري، و تحصيل الإيداعات سواء بالعملية المحلية أو الأجنبية.
- القيام بعمليات الصرف والتحويل.
- انجاز العمليات الخاصة بالوكالة الأخرى أو بسندات الضمان.

● قسم الشباك الخلفي:

من أعماله:

- فتح الحسابات والقيام بعمليات الترسيد.
- القيام بالأعمال الخاصة بالتحويل والتحصيل وسندات الخزينة.

المبحث الثاني: تقنيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة وتأثيرها على أداء الوكالة نسعى من خلال هذا المبحث بالتعرف على أنواع تقنيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة في الوكالة، ومن خلال ذلك نبرز دورها في الخدمات البنكية.

2.1 أنواع تقنيات TIC المستخدمة من طرف الوكالة:

تناولنا سابقا مكونات تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، سنحاول في هذا الجزء ترجمتها على وكالة البيض.

1.1 العناصر المادية

وتتمثل في:

- أجهزة الكمبيوتر: تحتوي الوكالة على 13 جهاز، بحيث لكل موظف جهاز يعمل به قصد تسهيل العمل.
- الطابعة: تمتلك الوكالة 14 طابعة.
- الماسح الضوئي: وجود ماسح ضوئي واحد.
- D.A.B: تحصلت الوكالة عليه عام 2007 ، بحيث يعد وسيلة لتسهيل احتياجات الزبائن.
- الفاكس

2.1 العناصر الغير مادية

- تسعى الوكالة لمواكبة التطورات ويظهر ذلك في اعتمادها على برنامج Delta v4 منذ ماي 2005، يعد برنامج فرنسي ولكل موظف برنامج خاص به يشمل اسم المستخدم و الرقم السري، بحيث كل حسب تخصص عمله ماعدا المدير و نائب المدير اللذان لهما القدرة على استعمال جميع عناصر البرنامج وذلك راجع لدورهما الفعال في البنك.
- بحيث تشمل عناصر هذا البرنامج على:

- Administration.
- Comptabilité.
- Outils de rapport.
- Opérations diverses.
- Gestion clientèles.
- Exploitation informatique.
- Opérations agence.
- Compensation.

- Tél compensation.
- Dépôts a Terme.
- Bons de caisse.
- Crédits.

• موقع بنك ال CPA

الشكل رقم (3.111): الموقع الخاص ببنك ال CPA



Source : <https://www.cpa-bank.dz>

• الاتصال بالبنك عن طريق البريد الإلكتروني

إذا كانت لدى العميل مشاكل أو بعض الاقتراحات يريد أن يرسلها للبنك يدخل لبريده، وذلك عن طريق إدخال رقم حسابه وكلمة السر الخاصة به للحفاظ على خصوصيات العميل.

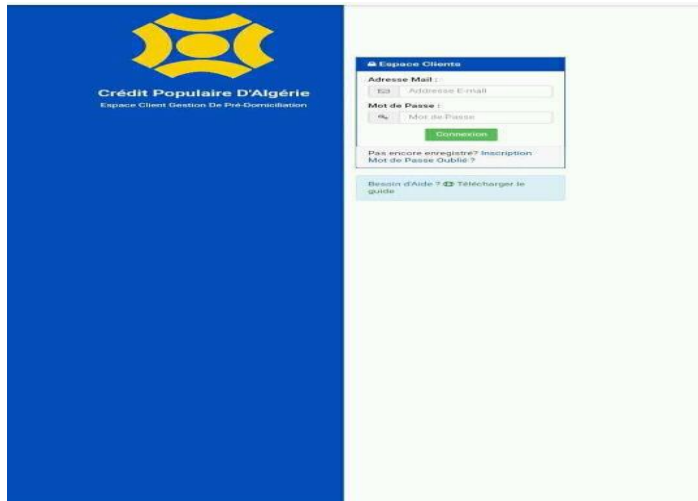
الشكل رقم (4.111): البريد الإلكتروني الخاص بالبنك



Source : <https://www.cpa-bank.dz>

• مساحة الزبون

الشكل رقم(5.111):مساحة الزبون المتعلقة ببنك



Source : <https://www.cpa-bank.dz>

• البنك عن بعد

الشكل رقم(1.111):البنك عن بعد



Source : <https://www.cpa-bank.dz>

2. تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال لوكالة الCPA في أدائها

نظرا للدور الفعال الذي تقدمه تكنولوجيا الإعلام والاتصال، مما ساهمت في تقييم أداء البنك من حيث النقط المتمثلة في:

1.2 سمح بتحديد نقاط القوة والضعف مما ساهمت في رفع القدرة لمواجهة مختلف المواقف وخلق فرصة لتحسين أدائه وأداء عامليه.

2.2 يساعد تقييم الأداء بالبنك على تنميته وتطويره ، مما أدى إلى تطور مؤشر العائد على الملكية خلال ثلاث سنوات الأخيرة.

3.2 تكنولوجيا الإعلام والاتصال ساهمت في تحسين الاتصال داخل البنك من حيث سرعة تداول و وصول المعلومة.

4.2 تكنولوجيا الإعلام والاتصال استطاعت تحسين إنتاجية البنك من خلال زيادة الدقة والسرعة في الأداء.

5.2 برنامج Delta v 4 ساعد على تسهيل المعاملات، ربح الوقت والاحتفاظ بالمعلومات الكترونيا.

خاتمة الفصل الثالث:

تناولنا في هذا الفصل الجانب التطبيقي من الدراسة حيث تطرقنا إلى ماهية البنك القرض الشعبي الجزائري الذي تناولنا فيه نظرة عامة حول هذا البنك وكذا نشأة الوكالة بولاية البيض محل الدراسة بحيث تعرفنا على هيكلها ومهام لكل من موظفيها بالإضافة إلى تطبيقنا ما تناولناه في الجانب النظري على هذه الوكالة بحيث تعرفنا على أنواع تكنولوجيا الإعلام المطبقة ودورها في أداء الخدمات البنكية كذلك تعرفنا على العناصر الغير مادية لشبكة الإعلام ودورها الهام في تسهيل الخدمات حيث اعتمدنا على الملاحظة و المقابلة لكل من العمال ، وكذا وثائق المؤسسة التي صعب علينا الحصول عليها ذلك راجع لسرية البنك .

مما سبق نلاحظ أن الوكالة تعتمد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال في أداءها وتعاملها مع زبائنهم وبهذا تسعى الوكالة لمواكبة التطورات لتحقيق أهدافها بشكل فعال.

الخاتمة العامة

في ظل التغيرات والتوجهات العالمية، سعت البنوك لمواكبتها وتبني جميع التقنيات لتحقيق أهدافها أبرز الاعتماد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال على جمع المعلومات وتبادلها إلكترونياً سواء ما بين البنوك، أو ما بين زبائنها مما ينعكس إيجاباً على أداءها، مما يمكن القول أن درجة الأداء تتأثر بالتقنيات المستعملة. وقد حاولنا في هذا البحث تناول موضوع تكنولوجيا الإعلام في تحسين تسيير البنوك، بحيث تعرفنا على جانبه النظري والتطبيقي الذي تم إسقاط الدراسة على وكالة بنك القرض الشعبي الجزائري، وتوصلنا إلى مجموعة من النتائج والتوصيات.

أولاً: النتائج

1. أظهرت الدراسة الميدانية أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تتمثل في استعمال التقنيات المتطورة كالفاكس، الهاتف، البرامج، الشبكات... الخ.
2. إن وكالة البنك القرض الشعبي الجزائري يعتمد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال هذا ما ظهر في اعتماده على مختلف البرامج التي طورها حسب التغيرات كاستعمالها لبرنامج دالتا 74 ويستعمل حالياً برنامج دالتا 77.
3. ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين أداء المصارف وهذا ما ظهر في مختلف الخدمات البنكية كالمقاصة التي كانت تستغرق فترة زمنية طويلة حوالي شهر، وباعتماد التكنولوجيا "برنامج دالتا" باتت العملية تستغرق حوالي 3 أيام على الأكثر.
4. إن تكنولوجيا الإعلام وسيلة رئيسية في المؤسسة، باعتبارها أداة تسهل عمل البنوك عن طريق تنظيم المعلومات والاحتفاظ بها إلكترونياً مقارنة بالسابق التي كان يحتفظ بالمعلومات في الملفات مما يصعب عملية البحث عنها، وتلبية حاجات الزبائن.
5. إن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تسهل تواصل البنوك عن طريق تبادل المعلومات بسهولة وأنى، مقارنة بما كانت عليه سابقاً عن طريق تكليف أحد العمال لنقل المعلومات وإيصالها للبنوك المعنية هذا ما كان يكلف جهد ووقت، وكذا يعرقل
6. إن التطورات العالمية تؤثر بشكل كبير على تسيير البنوك، هذا ما تبين في تكنولوجيا الإعلام والاتصال استعمالهما زاد من أداء العمال، وخفف من الأعباء السابقة مما دفعت بتسيير عمل البنوك نحو الأمام.
7. تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دفع البنوك لتتقرب من التطورات، هذا ما سهّل مواكبتها للتكنولوجيا مما ينعكس ذلك إيجاباً على أداءها.

8. حسب النتائج المتوصل إليها يمكن اختبار صحة وخطأ فرضيات دراستنا حيث أن:

- النتيجة الأولى تؤكد صحة الفرضية الأولى التي مفادها أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تعتمد على التقنيات المتطورة.
- النتيجة الثالثة تؤكد صحة الفرضية الثانية التي مفادها أن البنوك تعتمد على تكنولوجيا الإعلام في القيام بانجازاتها.
- النتيجة الخامسة تؤكد صحة الفرضية الثالثة التي مفادها أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساهم في تحسين أداء وكالة بنك القرض الشعبي الجزائري.

ثانيا: التوصيات

في ضوء النتائج التي قدمت، نتطرق لمجموعة من التوصيات التي تأمل بها أن نستفيد منها وهي:

- الاهتمام باستعمال التقنيات الأكثر تطورا والتخلي التام عن الطرق التقليدية التي تستغرق فترة زمنية مما تعطل أداء العمال، والاهتمام بتحسين شبكة التواصل التي تعرقل أداء البنوك.
- ضرورة إدخال الوعي لدى العمال للتعامل مع التطورات كاستعمال شبكات الإعلام والاتصال، وبالتالي تسهيل تسيير البنوك مما ينعكس إيجابا على العلاقة بين العمال والبنوك.
- إنشاء علاقات مع البنوك المتطورة لضمان مواكبتها وبالتالي ضمان مواكبة التغيرات والتطورات.

ثالثا: آفاق الدراسة

- ✓ يوصي الباحث باستمرار البحث والدراسة في مجال تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء البنوك.
- ✓ لقد تبين خلال هذا البحث هناك جوانب جديدة بالدراسة والبحث والتي نأمل للتطرق لها وهي:
- مقارنة اثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في البنوك الجزائرية والأجنبية.
- المقاصة الالكترونية في البنوك الجزائرية.

أولا: المراجع باللغة العربية

1. الكتب:

1. إبراهيم محمد حساسنة، إدارة وتقييم الأداء الوظيفي بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، دار جرير للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
2. أحمد ماهر، السلوك التنظيمي مدخل بناء مهارات، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2000.
3. توفيق محمد عب المحسن، الاتجاهات الحديثة في التقييم والتميز في الأداء، دار الفكر العربي، عمان، 2006.
4. جاسم الصمعيدي وردينة يوسف عثمان، التسويق المصري، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001.
5. حجم الطائي يوسف، هشام فوزي العبادي، "التسويق الإلكتروني"، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراقة للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
6. حمد عبده حافظ، التسويق عبر الانترنت، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009.
7. حمدان، خالد محمد وإدريس، الاستراتيجيات والتخطيط الاستراتيجي، عمان، دار اليازوري، 2009.
8. حنفي عبد الغفار و أبو قحف عبد السلام، الإدارة الحديثة في البنوك التجارية، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2004.
9. صادق راشد، إدارة المصارف، الطبعة 2، عمان، دار الصفاء، 2009.
10. طارق عبد العال حماد، التجارة الالكترونية المفاهيم، التجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2018.
11. عبد الرزاق بن حبيب، اقتصاد وتسيير مؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000.
12. عبد القادر محمد الاسطة، أساسيات الإدارة الحديثة، الطبعة الأولى، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
13. فايز جمعة النجار، نظم المعلومات الإدارية، الطبعة الثالثة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
14. كنعان علي عبد الفتاح، الصحافة الالكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوي العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
15. محمد سمير أحمد، التسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
16. محمد صالح الحناوي، مقدمة في الأعمال، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002.
17. محمد محمود، البنوك الإسلامية، الطبعة 2، عمان، دار المسيرة، 2010.
18. مرسللي خليل نبيل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1998.

19. منير إبراهيم، الإدارة المالية مدخل معاصر، الطبعة 6، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2004.
20. ناصر دادي عدون، اقتصاد مؤسسة، دار المحمدية، الجزائر، 1998.
21. نور الدين عصام، المعرفة التكنولوجية الحديثة، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
22. نوري ناظم محمد، عبد الفتاح العبدالات، الصيرفة الالكترونية، الأدوات و التطبيقات و معيقات التوسع، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن، 2008.
23. وائل محمد صبحي ادريس و طاهر محسن منصور الغلي، أساسيات الأداء و بطاقة التقييم المتوازن، دار وائل للنشر، عمان، 2009.
1. الرسائل الجامعية:
1. أمين علوطي، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على إدارة الموارد البشرية، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2008.
2. حسين عليان ارسيد الخالدي، العوامل المؤثرة في إقامة الشركات العامة للمشاريع الريادية، أطروحة دكتوراه، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، الأردن، 2007.
3. حنان أحمد القضاة، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على التطوير الإداري في الجامعات الأردنية الرسمية، رسالة ماجستير، إدارة الأعمال، الأردن، 2007.
4. حيدر يونس كاظم، أثر الأداء المالي للمصارف الإسلامية في مؤشرات سوق الأوراق المالية، أطروحة دكتوراه، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، العراق، 2009.
5. خالد سحنون، تأثير تكنولوجيا المعلومات على مردودية البنوك، أطروحة دكتوراه، بنوك مالية، تلمسان، الجزائر، 2015.
6. سماح مهبوب، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية، أطروحة دكتوراه، اقتصاد، جامعة قسنطينة 2، الجزائر، 2013/2014.
7. سميرة باشي، أثر مساهمة تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على رضا العميل المصرفي، مذكرة ماستر أكاديمي، بنوك، جامعة الوادي، الجزائر، 2014.
8. شوقي شاديل، اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح، كلية الحقوق العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 2008.
9. فتيحة قريشي، واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة، مذكرة ليسانس أكاديمي، اتصال وعلاقات عامة، 2013.
10. محمد شايب، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية الجزائرية، أطروحة دكتوراه، بنوك ونقود، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2006/2007.

11. مراد رايس، اثر تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية ، مذكرة ماجستير ، إدارة أعمال، جامعة الجزائر، 2005.
12. يعقوب توامي ، أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماستار، مالية مؤسسة، جامعة ورقلة، 2012.

III. الأوراق البحثية:

1. هشام بن عبد الله عباس، المكتبات في عصر الانترنت تحديات ومواجهات، المجلة العربية 3000، العدد 2، الرياض، السعودية، 2001.
2. وهيبه عيشاوي، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة وأثرها على المؤسسة، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 07/العدد 27، جوان 2018.
3. ادم رحمون، شريف زهرة، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 7، عدد 28، جامعة الأغواط، الجزائر، جانفي 2018.
4. نوال مغزيلي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، العدد 12، جامعة قسنطينة 3، الجزائر، جانفي 2018.
5. نور الدين جليد ، تطوير نظام الدفع بالمصارف الجزائرية في ظل ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال، المجلة الجزائرية للاقتصاد و المالية العدد 07، المركز الجامعي تيبازة، الجزائر، أفريل 2017.
6. محمد زرقون ، زينب شطبية ، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثرها على رضا زبائن المؤسسة المصرفية الجزائرية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 03، جامعة ورقلة، 2013.
7. رجم نصيب وأمال عياري، المؤسسة المصرفية الجزائرية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 15، جامعة عنابة، 2005.
8. زروقي نسرين، الإدارة الالكترونية، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 02، العدد 15، جامعة بونعامة، خميس مليانة، الجزائر، 2016.
9. مجذوب بحوصي ، واقع وآفاق البنوك الالكترونية، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، العدد 2، جامعة بشار، الجزائر، بدون سنة.
10. لخضر بن أحمد ، أثر تطبيق تكنولوجيا الإعلام والاتصال على تحقيق ريادة منظمات الأعمال الحديثة، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، العدد 6، جامعة الجلفة، الجزائر، بدون سنة.
11. وفيق حلمي الأعغا، الريادة في الشركات العربية بمنظور استراتيجي، مجلة جامعة الأزهر، المجلد 11 ، العدد 1 ، غزة، 2009.

IV. المداخلات العلمية:

1. عبد المالك مزهود، المقاربة الإستراتيجية للأداء مفهوما وقياسا، المؤتمر العلمي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، الجزائر، 08-09 مارس 2005.

1. المحاضرات:

1. لخمرباس، محاضرة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ألقيت على طلبة الماجستير، جامعة مستغانم، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، 2017.

ثانيا : المراجع باللغة الفرنسية

I. Ouvrages

1. Kotler, Philips & Armastorn Groy, Principles of Marketing, EdPrentice-Hall, kanada.
2. Michel Kalik, Structures d'entreprises, Realites, determinats, performances, Paris, 1995.
3. Robert Reix, Système d'information et théorie d'organisation, édition vinbert, paris, 1995.
4. Zollinger Monique et Lamarque Eric, Marketing et Strategie de la Banque, Dunod, Paris, France, 2004.

II. Les sites web

1. <http://kenanaonline.com>
2. <http://WWW.abahe.co.uk/human-resources-management-enc/60662-the-challenge-of-modern-technology.html>.
3. www.stqou.com

المخلص

يعتبر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال ضرورة حتمية، حيث أصبحت البنوك توليها أهمية بالغة، خاصة في ظل إفرات اقتصاد المعرفة، حيث أصبح بقاء واستمرار البنك مرهون بمدى مسيرته للتغيرات البيئية المحيطة به، ومن خلال دراستنا لهذا الموضوع الذي تناولناه من جزأين نظري وتطبيقي فمن خلال الجزء النظري تم تسليط الضوء على الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وأداء البنوك، حيث تم التوصل إلى أن استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال بشكل جيد يؤدي بالضرورة إلى تحسين أداء البنوك. أما الجزء التطبيقي حاولنا من خلاله قياس وتحليل أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء الوكالة البنكية بولاية البيض، كم بينت نتائج الدراسة التطبيقية العلاقة التفاعلية الكبيرة بين التكنولوجيا ونشاط البنك من خلال تقييم كثافة وطرق استخدام التكنولوجيات المرتبطة بالانترنت من قبل البنوك.

الكلمات المفتاحية:

تكنولوجيا الإعلام والاتصال، الأداء، الانترنت، البنوك.

Summary

The use of information and communication technology is an imperative, as banks have become very important, especially in light of the secretions of the knowledge economy, where the survival and survival of the bank depends on the extent of the corresponding environmental changes surrounding it, and through our study of this subject, which we dealt in two parts theoretical and applied through the theoretical part The conceptual framework for information and communication technology and banking performance was highlighted. It was concluded that the use of information and communication technology in a good way would necessarily improve the performance of banks.

The practical part was to measure and analyze the impact of information and communication technology on the performance of the banking agency in the state of El-Beid. The results of the applied study showed the great interaction between the technology and the activity of the bank by assessing the density and methods of using Internet-related technologies by banks.

Key words:

Information and communication technology, Performance, Internet, Banking .