

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة البليدة 2
كلية: العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم: العلوم الاقتصادية

العنوان : دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحديث الخدمات
المصرفية

- دراسة حالة عينة من البنوك الجزائرية -

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في العلوم الاقتصادية
- تخصص بنوك ومالية -

تحت إشراف الأستاذ الدكتور:

غزالي عمر

من إعداد الطالبة :

سلاوتي حنان

السنة الجامعية : 2015/2014

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة البليدة 2
كلية: العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم: العلوم الاقتصادية

العنوان : دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحديث الخدمات المصرفية
دراسة حالة عينة من البنوك الجزائرية -

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في العلوم الاقتصادية
- تخصص بنوك ومالية -

تحت إشراف الأستاذ الدكتور:

غزالي عمر

من إعداد المترشحة :

سلاوتي حنان

أما اللجنة المشكلة من :

رزيق كمال أستاذ التعليم العالي....جامعة البليدة -2-.....رئيسا
غزالي عمر أستاذ التعليم العالي جامعة البليدة -2-.....مشرفا ومقررا
زيروني مصطفى..... أستاذ التعليم العالي جامعة الجزائر -3-.....عضوا مناقشا
فضيل رابح أستاذ التعليم العالي المدرسة الوطنية العليا للإحصاء والاقتصاد التطبيقي ... عضوا مناقشا
يرقي حسين أستاذ التعليم العالي جامعة المدية..... عضوا مناقشا
شارفي ناصر أستاذ محاضر -أ- جامعة البليدة -2-.....عضوا مناقشا

السنة الجامعية : 2015/2014



صدق الله العظيم

"سورة النمل الآية 19"

الإهداء

يسعدنا أن نهدي هذا العمل...

إلى الشموع التي أنارت لي درب الحياة... أبي العزيز و أمي الحبيبة
أطال الله في عمرهما

إلى الزهور التي زينت حياتي... أخواتي : ليلى ، وردة ، صبرينة

كما أخص بالذكر أختي الحبيبة صورية وزوجها سمير بوزيدي

إلى كل زملائي الذين ساعدوني على إتمام هذا العمل ولو بكلمة

مشجعة أو لفظة طيبة فلمن مني أسمى عبارات التقدير والاحترام

إلى كل من علمني حرفا من المرحلة الابتدائية إلى المرحلة الجامعية

إلى كل طالب علم

سلاوتي حنان

- كلمة شكر و تقدير -

أحمد الله و أشكره الذي أنعم علي و أجملني بالعافية.

و أتقدم بالشكر إلى المشرف الأستاذ الدكتور عمر غزالي الذي لم يبخل علي بالنصح و التوجيه

كما أشكر الأساتذة الذين ساعدوني في إتمام هذه المذكرة وأخص بذكر الأستاذ الدكتور جمال رزيق ، الأستاذ الدكتور إبراهيم بختي

ولا يفوتني أن أنوه بالمساعدة التي تلقيتها من قبل مدير البنك الوطني الجزائري BNA لولاية ورقلة الذي كان نعم العون، ومدراء الوكالات التالية

AGB,ABC

BNP paribas بولاية البلدية وكذا رئيس مصلحة القرض بوكالة **HSBC** بالجزائر العاصمة ، وأقدم بشكري وامتناني إلى جميع الزملاء الذين ساهموا من قريب أو من بعيد بنصائحهم و تشجيعاتهم

و أشكر كل من ساهم ولو بقليل في إعداد هذا العمل.

سلاوتي حنان

المخلص :

يعيش العالم عصرا يعد التحرير الاقتصادي و التجاري من أهم سماته، وتحديث القطاع المصرفي يعتبر من أكثر الأنشطة تأثرا بالتطورات العالمية، إذ يلعب القطاع المصرفي دورا هاما في تحقيق أهداف التنمية الاقتصادية ولقد تزايد دور الذي تلعبه البنوك في ظل المتغيرات البيئية الجديدة، والتي من أبرزها تنامي ظاهرة العولمة على كافة الأصعدة، وبصفة خاصة على الصعيد الاقتصادي والمالي، لذا أصبح من الضروري المتابعة الكثيفة لهذه المستجدات الخاصة بالقطاع المالي و المصرفي باعتبار أن الأنظمة المالية و المصرفية في البلد الواحد جزءا من النظام المالي و المصرفي العالمي، في هذا الصدد يتمحور هدف الدراسة حول تبيان مدى استخدام البنوك لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في مختلف أنشطتها، وما تقدمه لها من مزايا وفوائد متعددة تساهم في الرفع من أدائها وزيادة ربحيتها وتساهم في تحسين الخدمات والمنتجات المصرفية التي تقدمها البنوك لزيائنها إذ أصبح استخدام لنظم تكنولوجيا المعلومات والاتصال ضرورة حتمية تفرضها العديد من التطورات العالمية .

والبنوك الجزائرية هي الأخرى مدركة تماما لهذه الضرورة، حيث أصبح لازما عليها العمل على عصنة آليات عملها وتحديث وسائل الدفع التي تعتمدھا، كما يظهر سعي البنوك إلى الاستفادة من هذه التكنولوجيات كون ذلك يعد احد الدعامات الأساسية لمركزها المالي، إلا أن هذا يتطلب توفير بيئة قانونية ملائمة، بالإضافة إلى توفير الموارد البشرية المؤهلة لذلك ؛ ومن أجل إثبات دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحديث الخدمات المصرفية قمنا بإعداد استبيان موزع على البنوك العمومية والبنوك الأجنبية حيث يشمل الاستبيان عینتين عينة موزعة لموظفي البنوك محل الدراسة وكانت حوالي 115 استبانة وعينة موزعة لزيائن البنوك محل الدراسة وتقدر حوالي 234 استبانة في كل من ولايات التالية : ورقلة ، البليدة ، الجزائر ، بالإضافة إلى الزيارات الميدانية التي قمنا بها من أجل استجواب بعض المسؤولين بوزارة تكنولوجيا المعلومات والاتصال، البنك المركزي، الشركة الوطنية لتألية المعاملات النقدية SATIM، كما استخدمنا من أجل قياس متغيرات الدراسة نموذج ليكرت الخماسي حيث توصلنا إلى النتائج التالية :

- ارتفاع درجة وعي البنوك الجزائرية بأهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال والفوائد الكثيرة التي تقدمها للبنوك، فهي تساهم بدرجة أولى في تبسيط الإجراءات وزيادة سرعة العمليات، كما تساهم في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزيائن والرفع من مستوى الموظفين بالبنوك
- يساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحديث الخدمات المصرفية إلا أنها تحتاج إلى استكمال تطوير البنية التحتية التقنية للأعمال الالكترونية وخاصة تطوير استخدام الانترنت، بالإضافة إلى العمل على تطوير مواقع البنوك على الشبكة، حيث لا تزال البيئة غير مؤهلة تماما لأنشطة الأعمال المصرفية الإلكترونية

الكلمات المفتاحية : الخدمات المصرفية، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ،تحديث القطاع المصرفي،البنوك

الجزائرية .

Résumé :

Le monde vit dans un développement économique et commerciale accéléré et en constante évolution notamment les activités bancaires qui sont importantes car elles jouent un rôle primordial dans la réalisation des objectifs du développement économique. Le suivi du phénomène de globalisation dans le secteur économique et financier de manière intensif est devenu une nécessité pour chaque pays. En effet, toute institution bancaire d'un pays est tributaire du système financier et bancaire mondial.

A cet égard, l'objectif de cette étude, est de montrer l'étendue de l'utilisation de la technologie de l'information et de la communication par les banques dans les différentes activités, qui leur permet d'obtenir des souplesses dans le traitement des prestations, des avantages et bénéfices multiples qui contribuent à augmenter les performances et les rendements. L'amélioration des activités et prestations bancaires par l'adoption des techniques de l'information et de la communication leur permet d'obtenir non seulement un bon geste professionnel mais également dans le cadre de leurs capacités pour une exécution rapide des prestations et obtenir par voie de conséquence de meilleurs profits. En synthèse, l'adoption du système d'information et de communication s'impose compte tenu des nombreux développements mondiaux dans le domaine. Comme il apparaît judicieux de poursuivre avec efficacité ces technologies de l'information et de la communication avec les moyens de développement à adopter. C'est là, l'un des piliers fondamentaux de toute situation financière avec la mise en place d'un environnement juridique adéquat et une ressource humaine qualifiée.

La collecte d'information au sujet de l'intégration de la technologie de l'information et de la communication pour développer les prestations bancaires fait suite à un questionnaire type adressé à travers différentes wilayas pour 6 banques publiques Algériennes et 6 Banques privées. Elle concerne 115 employés et responsables de structure de banques et 234 clients (particuliers et importants). A noter que dans ce cadre et en vue de compléter l'élaboration du document par des informations fiables, des stages pratiques sont effectués au Ministère des Technologies d'information et de communication, de la Banque Centrale et au niveau de la société d'automatisation des transactions interbancaires et de monétique (SATIM).

Toutes les informations recueillies et collectées sont traitées par la méthode LIKERT à l'échelle cinq (5) pour la mesure de variable et nous avons abouti essentiellement au résultat suivant :

- Les banques algériennes sont conscientes de l'importance de la technologie d'information et de la communication, de ces avantages pour les banques dans le cadre de la souplesse de traitement des opérations bancaires, de la simplicité des procédures et l'accroissement des performances dans le cadre de l'amélioration de la qualité de service moyennant la mise en place d'une ressource humaine qualifiée*
- L'utilisation des technologies de l'information et de la communication contribue efficacement à une meilleure rentabilité des banques en général mais requiert le développement de l'infrastructure technique de l'e-business, en particulier le développement rapide de l'utilisation de l'Internet. L'environnement actuel nécessite des sites web dynamiques et des logiciels adéquats*

Mots-clés: Service bancaire, Technologie d'information et de communication, Le développement du secteur bancaire, les banques Algériennes.

Summary :

The world live in an economic and commercial development, and the banking sector is one of the most affected by global developments activities, as the banking sector plays an important role in the achievement of economic development , because the development of the phenomenon of globalization especially on economic and financial sector, it has become necessary to intensive monitoring of these developments in the financial and banking sector , as the banking and financial system in a country is a part of the financial and the global banking system .

In this regard the objective of this study is to show the extent of the use of banks to the information technology and communication in the different activities , and offer them the advantages and benefits of multiple contribute to increase performance and contribute to the improvement of banking products and services offered by banks to their clients, and aims to clarify the impact of information adoption and communication by banks on their ability to make profit , and concluded that the use of information systems and technology has become a necessity imposed by many global developments . And Algerian banks are also fully aware of this need, where it became necessary to act, to modernize the mechanisms of action and development of means of payment adopted, as it appears these banks , continued to take advantage of these technologies, because it is one of the fundamental pillars of the financial status , but this requires the provision of an appropriate legal environment , as well as providing qualified human resources to do so .

And prove the role of information technology and communications to develop banking services we took a survey sample that's has been distributed between six public banks and six foreign banks as well to give more explanation about study , we divided 115surveys for bank employees and 234 for the bank clients at their branches of the following states:ouargla,blida and Algiers and we had a field study at the Central Bank , Ministry of Technology Information and Communication, SATIM and we had a reach conversations with managers of the mentioned departments.

And to analyze the data collected we used the Likert scale model five measurement variable and we have concluded the following results:

- *The Algerian bank's awareness of importance of using information technology and communication and the advantage gives to the simplicity of procedures and increased banking quality of services, increases the jurisdiction of using and improving the quality of services offered to the clients and the high level of human resources.*
-
- *The technology of information and communication contributes for developed banking systems to help them increasing their profitability that it needs to complete the banks infrastructures development in the electronic business especially by using developing internet to use internet to develop a banks web site as well , because the environment is not yet qualified for the electronic banking business.*

Keywords: *Information technology and communication , Banking services , The development of the banking sector, Algerian banks.*

قائمة المحتويات

العنوان
الإهداء.....
الشكر والتقدير
الملخص.....
قائمة الجداول.....
قائمة الأشكال.....
01..... مقدمة
14..... الفصل الأول: مفاهيم عامة حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال
16..... المبحث الأول: مفاهيم عامة حول تكنولوجيا المعلومات
16..... المطلب الأول: مفاهيم عامة حول المعلومات
20..... المطلب الثاني: نظام المعلومات المرتبط بالحاسب
28..... المطلب الثالث: تكنولوجيا المعلومات
34..... المبحث الثاني: مفاهيم عامة حول تكنولوجيا الاتصال والشبكات
34..... المطلب الأول: مفاهيم عامة حول الاتصال
46..... المطلب الثاني: تكنولوجيا الاتصال
56..... المطلب الثالث: شبكات الاتصال المعلوماتية
67..... المطلب الرابع: الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنت)

المبحث الثالث: واقع وأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العالم 77

المطلب الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال..... 77

المطلب الثاني: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال..... 86

المطلب الثالث: واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الدول المتقدمة والنامية..... 97

الفصل الثاني: مستجدات العمل المصرفي ودورها في تحديث الخدمات المصرفية..... 102

المبحث الثاني: الخدمات المصرفية التقليدية..... 104

المطلب الأول: الخدمات المصرفية التجارية..... 104

المطلب الثاني: خدمة قبول الودائع..... 104

المطلب الثالث: خدمات التسهيلات والقروض المصرفية..... 109

المطلب الرابع: خدمات التحصيل..... 119

المبحث الثاني: مفاهيم عامة حول الخدمات المصرفية..... 123

المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية..... 123

المطلب الثاني: تحديث الخدمات المصرفية..... 134

المطلب الثالث: دورة حياة الخدمة المصرفية..... 139

المبحث الثالث: العوامل المساعدة في تحديث الخدمات المصرفية..... 146

المطلب الأول: العولمة المالية والصناعة المصرفية..... 146

المطلب الثاني: التسويق المصرفي..... 154

المطلب الثالث: التوجه نحو التجارة الإلكترونية..... 178

الفصل الثالث: أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصارف..... 185

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول وسائل الدفع الإلكتروني..... 187

المطلب الأول: البطاقات البنكية.....	187
المطلب الثاني: النقود الالكترونية.....	203
المطلب الثالث: الشيكات الالكترونية.....	211
المطلب الرابع: نظام التحويلات المالية الالكترونية (EFT).....	216
المبحث الثاني الصيرفة الإلكترونية.....	223
المطلب الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية.....	224
المطلب الثاني: أشكال الصيرفة الإلكترونية.....	231
المطلب الثالث: تطبيقات الصيرفة الإلكترونية عالميا.....	241
المبحث الثالث: متطلبات البنوك الإلكترونية.....	248
المطلب الأول: مفاهيم عامة حول البنوك الإلكترونية.....	249
المطلب الثاني: الحاجة إلى البنوك الإلكترونية.....	254
المطلب الثالث: مزايا البنوك الإلكترونية.....	262
المبحث الثالث: المخاطر الإلكترونية التي تواجه البنوك في بيئة الأنترنت.....	264
المطلب الأول: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المصرفي.....	264
المطلب الثاني: المخاطر المصاحبة للعمل المصرفي عبر الأنترنت.....	266
المطلب الثالث: متطلبات أمن المعلومات المصرفية في بيئة الأنترنت.....	271
الفصل الرابع: واقع تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النظام المصرفي الجزائري	
.....	274
المبحث الأول: تطور القطاع المصرفي الجزائري.....	276
المطلب الأول: مراحل تطور النظام المصرفي في الجزائر.....	276

المطلب الثاني: أنواع المصارف في الجزائر.....283

المطلب الثالث: واقع النظام المصرفي في الجزائر.....290

المبحث الثاني: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحديث النظام المصرفي

الجزائري.....294

المطلب الأول: البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال بالجزائر.....295

المطلب الثاني: مظاهر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النظام المصرفي الجزائري 322

المطلب الثالث: أهمية اعتماد العمل بالصيرفة الإلكترونية في الجزائر.....326

المطلب الرابع : الإتجاهات والإستراتيجيات المتبعة لتحديث النظام المصرفي 331

المبحث الثالث: النظام النقدي الالكتروني في الجزائر 335

المطلب الأول: نظام التسوية الفورية الإجمالية RTGS.....335

المطلب الثاني: المقاصة الالكترونية ATCI.....339

المطلب الثالث: الشركة الجزائرية لتألية المعاملات النقدية ما بين البنوك SATIM.....343

الفصل الخامس: تخصيص واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال

لعينة من البنوك الجزائرية.....349

المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة.....351

المطلب الأول: منهج ومجالات الدراسة.....351

المطلب الثاني: أدوات الدراسة.....355

المطلب الثالث: العينة محل الدراسة.....361

المبحث الثاني: تأثير استخدام البنوك محل الدراسة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.....367

المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة 367

المطلب الثاني: مستوى تبني البنوك الجزائرية محل الدراسة لتكنولوجيا المعلومات والإتصال.....	379
المطلب الثالث: مدى اسخدام موظفي محل الدراسة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.....	393
المطلب الرابع: مدى إستخدام زبائن البنوك محل الدراسة لتكنولوجيا المعلومات والإتصال.....	415
المبحث الثالث: مدى إستخدام الزبائن محل الدراسة لتكنولوجيا المعلومات الإتصال.....	423
المطلب الأول: نتائج الدراسة بالنسبة لموظفي البنوك	423
المطلب الثاني: نتائج الدراسة بالنسبة لزبائن البنوك.....	427
المطلب الثالث:إختبار الفرضيات	429
الخاتمة	438
قائمة المراجع	448
الملاحق.....	467

قائمة الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
(1- I)	أغراض الاتصال حسب اتجاهات الاتصال	45
(2- I)	أهم الفروقات بين الانترنت والانترنت	62
(3- I)	تطور عدد مستخدمي شبكة الانترنت في العالم للفترة الممتدة ما بين (1990 - 2010)	70
(5- I)	ترتيب عدد مستخدمي شبكة الانترنت لبعض الدول لسنة 2013	72
(1- II)	تأثير الأنترنت في تحسين العلاقات التسويقية للبنوك	161
(2- II)	قائمة مراجعة إدارة الإستثمار الفوري	183
(1-III)	الموزع الآلي للأوراق D.A.B	236
(2-III)	الشباك الآلي للأوراق G.A.B	237
(3-III)	نهائي نقطة البيع الالكترونية T.P.V	238
(4-III)	تطور عدد المتعاملين في القنوات الالكترونية في البلدان الأوروبية بملايين الأشخاص خلال الفترة (2000 - 2004)	242
(5-III)	التطور في شكل البنك الإلكتروني	251
(6-III)	نسبة التوفير بين استعمال القنوات التقليدية واستعمال الانترنت	256
(7-III)	تقدير التكلفة عبر قنوات الخدمات	257
(1-IV)	مؤشرات الجاهزية الشبكية للجزائر	306

307	تطور في أرقام الأعمال للاتصالات السلكية واللاسلكية	(2-IV)
325	إحصائيات خاصة بالمعاملات التي تمت بالبطاقة البنكية	(3-IV)
325	إحصائيات تمثل عدد العمليات المستخدمة بالبطاقة من طرف جهاز (TPE، DAB)	(4-IV)
358	أوزان إجابات أفراد العينة حسب مقياس ليكرت	(1-V)
359	تقييم فئة المتوسط الحسابي	(2-V)
360	قيم ألفا كرومباخ	(3-V)
361	توزيع عينة الدراسة حسب اسم البنك و الموقع الجغرافي	(4-V)
366	عدد الاستبيانات الموزعة على موظفين و الزبائن للبنوك محل الدراسة	(5-V)
368	تصنيف العينة حسب الجنس	(6-V)
369	تصنيف عينة الموظفين حسب العمر	(7-V)
370	تصنيف عينة الموظفين حسب المستوى الدراسي	(8-V)
371	توزيع عينة الموظفين حسب الوظيفة	(9-V)
372	توزيع عينة الموظفين حسب اللغات الأجنبية	(10-V)
374	تصنيف عينة الزبائن حسب الجنس	(11-V)
376	تمثيل عينة الزبائن حسب المستوى الدراسي	(12-V)
377	يمثل توزيع عينة الزبائن حسب الوظيفة	(13-V)
380	عدد أجهزة الكمبيوتر بالبنوك	(14-V)
381	توفر البنوك على الموزع الآلي للأوراق النقدية DAB	(15-V)

382	توفر البنوك على شبك الأوتوماتيكي للأوراق GAB	(16-V)
386	يمثل استخدام البنوك لشبكة الأنترنت	(17-V)
387	إجابات موظفي البنوك فيما يخص محتويات الموقع الإلكتروني	(18-V)
390	إجابات موظفي البنوك فيما يخص نظام المعلومات الخاص بالبنك	(19-V)
391	تقييم نظام المعلومات المستخدم بالبنك	(20-V)
392	إجابات الموظفين حول أنواع الشبكات التي يتصل بها البنك	(21-V)
393	إجراء دورات تكوينية للموظفين بالبنوك	(22-v)
394	تقييم تكوين الموظفين بالبنك	(23-V)
396	إجابات الموظفين حول أنواع الشبكات التي يتصل بها البنك	(24-V)
397	إجابات الموظفين حول الخدمات المصرفية الإلكترونية على مستوى البنك	(25-V)
398	إجابات الموظفين حول أنواع البطاقات البنكية	(26-V)
399	إجابات الموظفين حول مشاكل تسيير البطاقات البنكية	(27-V)
401	إجابات الموظفين حول مزايا الخدمات المصرفية الإلكترونية	(28-V)
402	إجابات الموظفين حول أجهزة الصراف الآلي	(29-V)
407	تقييم مستوى تكنولوجيا المعلومات بالبنك	(30-v)
408	مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تقليل خطوات تنفيذ العمليات البنكية	(31-V)
409	مساهمة التكنولوجيا في زيادة التعاون والتنسيق بين الموظفين	(32-V)
410	مساهمة تكنولوجيا والاتصال في تقليل نسبة المخاطرة	(33-V)

411	مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تحسين تحصيل العمولات على العمليات البنكية العمولات على العمليات البنكية	(34-V)
412	تقييم بعض المتغيرات ذات العلاقة بربحية البنك بعد استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال	(35 -V)
415	إجابات الزبائن حول أسباب إختيار التعامل مع البنوك محل الدراسة	(36-V)
417	مكونات الموقع الإلكتروني للبنك الخاص بك	(37-V)
418	أنوع البطاقات البنكية التي يستخدمها الزبائن	(38-V)
419	إستخدامات البطاقة البنكية	(39-V)
420	إجابات الزبائن حول المشاكل التي يعانون منها من أجهزة الصراف الآلي	(40-V)
421	إجابات الزبائن حول إستخدامهم للخدمات المصرفية الإلكترونية	(41-V)
422	مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق أبعاد جودة الخدمات المصرفية	(42-V)
430	نتائج الإختبار الإحصائي للفرضية الأولى	(43-V)
431	نتائج الإختبار الإحصائي للفرضية الثانية	(44-V)
432	نتائج الإختبار الإحصائي للفرضية الثالثة	(45-V)
433	نتائج الإختبار الإحصائي للفرضية الرابعة	(46-V)
435	نتائج الإختبار الإحصائي للفرضية الخامسة	(47-V)

قائمة الأشكال

رقم الشكل	العنوان	الصفحة
(1- I)	مكونات نظام المعلومات	22
(2- I)	تكنولوجيا المعلومات ونظم المعلومات	30
(3- I)	وجهة نظر أرسطو في الاتصال	37
(4- I)	مخطط الاتصال المكتمل (Shannon et Weaver)	37
(5- I)	عناصر الإتصال	39
(6- I)	تطور عدد مستخدمي شبكة الانترنت في العالم	71
(7- I)	مقارنة استخدام الأنترنت بين الدول المتقدمة والنامية	73
(8- I)	مقارنة استخدام الأنترنت في إفريقيا وباقي دول العالم لسنة 2014	74
(9- I)	المراحل المختلفة لتطوير مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال	80
(10- I)	التطورات العالمية لتكنولوجيا المعلومات والإتصال	98
(11- I)	مجموع إيرادات الإتصالات وبحسب مستوى التنمية 2007-2011	100
(1- II)	دورة حياة الخدمة المصرفية	140
(2- II)	المفاهيم الأساسية للتسويق المصرفي	156
(3- II)	مؤثرات التكنولوجيا على التسويق المصرفي	163
(1-III)	أنواع البطاقات البلاستيكية	194
(2-III)	أنواع البطاقات البلاستيكية حسب جهة الإصدار	199

210	دورة إستخدام النقد الإلكتروني وإجراءاتها	(3-III)
214	كيفية التعامل مع الشيكات الإلكترونية	(4-III)
284	هيكل النظام المصرفي الجزائري	(1-IV)
297	نسبة تردد الجزائريين على الأنترنت	(2-IV)
309	تطور في أرقام الأعمال السلكية واللاسلكية	(3-IV)
368	تصنيف العينة حسب الجنس	(1-V)
369	تصنيف عينة الموظفين حسب العمر	(2-V)
370	تمثيل عينة الموظفين حسب المستوى الدراسي	(4-V)
371	توزيع عينة الموظفين حسب الوظيفة	(5 -V)
372	توزيع عينة الموظفين حسب اللغات الأجنبية	(6-V)
374	تمثيل عينة زبائن البنوك حسب الجنس	(7-V)
375	تمثيل عينة الزبائن حسب العمر	(8-V)
376	تصنيف عينة الزبائن حسب المستوى الدراسي	(9-V)
377	يمثل توزيع عينة الزبائن حسب الوظيفة	(10-V)
378	توزيع عينة الزبائن حسب اللغات الأجنبية	(11-V)
383	عدد البنوك التي تتوفر على نهائي نقطة البيع	(12 -V)
385	مختلف إستخدامات الأنترنت على مستوى البنك	(13-V)
386	يمثل إستخدام البنوك لشبكة الأنترنت	(14-V)

391	تقييم نظام المعلومات المستخدم بالبنك	(15-V)
393	إجراء دورات تكوينية للموظفين بالبنوك	(16-V)
394	تقييم تكوين الموظفين بالبنك	(17-V)
404	فوائد استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك	(18-V)
405	المعوقات التي تحول دون توسع البنك في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال	(19 -V)
407	تقييم مستوى تكنولوجيا المعلومات بالبنك	(20-V)

مقدمة

أ-تمهيد:

يشهد العالم في السنوات الأخيرة تغيرات وتطورات كبيرة بشكل سريع ومتنامي في مختلف قطاعات ومن أهمها القطاع الاقتصادي الذي أنتقل من مفهومه التقليدي إلى ما يسمى بالاقتصاد الرقمي الذي يركز أساسا على المعرفة وتقنيات المعلومات والذي أدى بدوره إلى ظهور ما يعرف بتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

وشملت استخدامات هذه التكنولوجيا الحديثة مختلف القطاعات و الأنشطة، بما ساهم في اشتداد المنافسة بين المؤسسات باختلافها وأصبحت تعتمد في جميع عملياتها الداخلية والخارجية مما جعل من المعلوماتية تشكل البنية الأساسية لمختلف أنشطة الأعمال الحديثة، كما عمدت أغلب المؤسسات الاقتصادية إلى الاهتمام بمواردها المعرفية وإدخال تحسينات أساسية على وسائل إنتاجها وسير أعمالها ، فأصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أهم الأنشطة لأي مؤسسة تهدف إلى تحقيق التفوق والنجاح في نشاطها.

ومن بين هذه المؤسسات البنوك التي تعتبر إحدى أهم الركائز التي يقوم عليها الاقتصاد الوطني في مختلف الدول، نظرا للدور الكبير الذي تلعبه في توفير الموارد المالية اللازمة لدعم مشاريع التنمية، حيث تشكل فعاليتها و كفاءتها من أهم المؤشرات الدالة على مستوى التطور والتقدم الاقتصادية كما أنها ليست بمنأى عن جميع التغيرات التي فرضتها العولمة الاقتصادية وتطورات التكنولوجيا، لذا كان لابد من مسايرتها باعتبار ما تحققه هذه التكنولوجيات من مزايا وفوائد ، ولقد سعت إلى الاستفادة من أحدث التقنيات والوسائل والبرمجيات التي وصلت إليها تكنولوجيا المعلومات والاتصال، نظرا لما تحققه من التفاعل والتزامن في الاتصال والسرعة والكفاءة في انجاز مختلف العمليات المصرفية كما وجدت المصارف في اللجوء إلي تبني هذه التكنولوجيات وسيلة

فعالة للتكيف مع تلك التطورات الحاصلة من خلال عدة طرق هدفها الأساسي انجاز تحسينات على طرق عملها وتحديث خدماتها المصرفية وحصول عليها بطريقة أسهل وبصورة أسرع وترويج أعمال المصرف من خلال الموقع الالكتروني.

ب- الإشكالية: من خلال ما سبق نلمس أهمية معرفة مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من قبل المصارف ، والتعرض إلى المنافع المترتبة على استخدام مثل هذه تلك التكنولوجيات والأنظمة، وأسباب عدم استخدام أو تطور التقنيات الحديثة خاصة تلك المستعملة من قبل المصارف رائدة ومتطورة ولهذا السبب نطرح السؤال التالي:

ما مدى تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على المصارف عند عرضها للخدمات المصرفية ؟

ولمعالجة هذه الإشكالية، قمنا بصياغة مجموعة من التساؤلات الفرعية التي تمس بصورة أساسية محاور هذا الموضوع والمتمثلة في:

- فيما تتمثل أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال ؟
- ما هي أهم العوامل التي ساهمت في تحديث الخدمات المصرفية ؟
- ما مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحديث الخدمات المصرفية ؟
- ما هو واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النظام المصرفي الجزائري ؟
- ما مدى تبني البنوك، التي تنشط في السوق المصرفي الجزائري، لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في أداء أنشطتها ؟

ت- فرضيات الدراسة: انطلاقا من إشكالية الدراسة والتساؤلات الفرعية السابقة، قمنا بوضع

مجموعة من الفرضيات التي سنحاول الكشف عن مدى صحتها من خلال الدراسة والمتمثلة في :

- تمثل تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مصدرا رئيسيا لتغذية مختلف عمليات وأنشطة المنظمات، حيث تمكنها من جمع وتخزين، وتبويب، وتحليل المعلومات ونشرها في كافة أنشطتها، والاستفادة منها وفقا لأسس علمية موضوعية.

- يعتبر التسويق المصرفي والعولمة المالية بالإضافة إلى التوجه إلى التجارة الإلكترونية من أهم العوامل التي ساهمت في تحديث الخدمات المصرفية.

- يساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحديث الخدمات المصرفية وذلك من خلال ظهور الصيرفة الالكترونية، البنوك الإلكترونية و وسائل الدفع الإلكتروني .

- يساهم تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير القطاع المصرفي الجزائري من خلال ظهور أنظمة النقد الإلكتروني كالمقاصة الإلكترونية ، نظام المدفوعات الكبيرة (RTGS) وظهور بطاقات الصراف الآلي.

- تسعى البنوك التي تنشط في السوق المصرفية الجزائرية جاهدة إلى توسيع استخدامها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، خاصة في ظل ما تشهده الساحة المصرفية من اشتداد للمنافسة.

ث- أسباب اختيار الموضوع: قد تم اختيارنا لهذا الموضوع لعدة أسباب وهي كالآتي:

1. شعورنا بأهمية الموضوع، خاصة مع التحولات المستجدة والتوجهات الحديثة للبنوك، ورغبة منا

في التعرف على واقع واستخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المصرفي.

2. بالإضافة إلى أن هذا الموضوع من متطلبات هذا العصر، لما لتكنولوجيا المعلومات والاتصال من دور في تطوير المجتمعات الحديثة، فهو ميدان بحث واسع وجديد.

ج- أهداف الدراسة وأهميتها: تهدف الدراسة إلى التعرف على اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحديث الخدمات المصرفية وهناك عدة أهداف فرعية تتمثل في :

1. تسليط الضوء على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دفع عجلة التنمية الاقتصادية، و الارتقاء بالنشاط المصرفي لمواكبة التطورات التكنولوجية العالمية الكبيرة.

2. التعرف على مدى استخدام المصارف التي تنشط في السوق المصرفي الجزائري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، ومدى الاستغلال الأمثل للموارد المعرفية في تطوير أداء هذه المصارف.

3. تقديم التوصيات اللازمة لتعزيز دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين و رفع كفاءة المصارف الجزائرية من حيث تقديمها للخدمات المصرفية.

أما أهميتها بالنسبة للقطاع المصرفي على النحو التالي:

1. التركيز والاهتمام الكبير والمتواصل بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، واستغلالها لمواجهة التحديات المتلاحقة؛ بالإضافة إلى أهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية في توفير الوقت والجهد للموظفين والزبائن على حد سواء.

2. جاءت هذه الدراسة بمثابة دعوة إلى التطوير والاستمرارية، والسعي إلى الريادة والتعرف على كل ما هو جديد، لتحقيق الميزة التنافسية للمصارف الجزائرية.

ح- حدود الدراسة : حرصا منا على التحكم في هذا الموضوع ، فقد قمنا بتحديد البعد الزمني والمكاني لهذه الدراسة

بالنسبة للحدود الزمانية فقد كانت من خلال الفترة 1962-2014 حيث كانت كما يلي :

1962-2004 بالنسبة للإصلاحات التي مر بها الجهاز المصرفي الجزائري حيث تطرقنا إلى مختلف إصلاحات القطاع المصرفي بعد الإستقلال 1962 .

2005-2014 بالنسبة للجانب النظري المرتبط بدور مفاهيم عامة حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال حيث تطرقنا من خلاله إلى إحصائيات حول مؤشرات الجاهزية الشبكية وتطور عدد مستخدمي شبكة الأنترنت ومختلف وسائل الدفع الإلكتروني حتى سنة 2014 ،

أما فيما يخص الجانب التطبيقي فامتدت الدراسة من سبتمبر 2013 إلى نهاية فيفري 2014 واستخلاص نتائج الدراسة في بداية ماي 2014.

أما الحدود المكانية فتمثلت عينة من البنوك التي تنشط في القطاع المصرفي الجزائري منها بنوك عمومية BNA, BEA, BDL, CPA, CNEP, BADR وبنوك أجنبية

HSBC, BNP Paribas, Société générale, AGB, ABC, BARAKA وهي موزعة على مستوى ثلاث ولايات (البلدية ، الجزائر العاصمة ، ورقلة) .

أما فيما يتعلق بالمصطلحات المستخدمة فقد تم استخدام كلمة بنك كمرادف لكلمة مصرف في بعض أحيان وخدمات بنكية بدل من خدمات مصرفية

خ- منهج البحث : سنعتمد في هذه الدراسة على مناهج متعددة لكي تتلاءم مع محاور الموضوع،

حيث اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي من خلال جمع وتحليل وعرض المادة العلمية ثم التعليق عليها، واستخدمنا أسلوب دراسة حالة في الجانب التطبيقي

د- الأدوات المستعملة : أما بالنسبة للأدوات المستعملة فقد استخدمنا الاستبيان كأداة أساسية لجمع

المعلومات إضافة إلى المقابلات المباشرة مع مدراء البنوك محل الدراسة باستعمال دليل المقابلة

كما تم الاعتماد على أسلوب إحصائي في معالجة المعطيات من خلال الاستعانة ببرنامج

SPSS22 لحساب الانحراف المعياري والمتوسط المرجح بالإضافة و معالج الجداول (MS-

EXCEL) ، لتفريغ البيانات الخام المتحصل عليها من الاستبيان .

د-الدراسات السابقة: تم الاعتماد على العديد من الدراسات والبحوث المتوفرة بالمكتبات وأخرى متوفرة على شبكة الانترنت والتي لها علاقة بموضوع دراستنا. فيما يلي عرض أهم الدراسات التي إعتدنا عليها في حدود بحثنا:

- دراسة (نادية عبد الرحيم ، 2011) مذكرة ماجستير بعنوان : "تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي"؛ هدفت هذه الدراسة إلى محاولة الوقوف على أهم مؤشرات التي ساهمت في تغيير شكل الخدمات المصرفية من شكلها التقليدي لشكلها الحديث، وكذا رصد التطور الحاصل للخدمات المصرفية على النشاط الاقتصادي، حيث توصلت الباحثة إلى أن تطبيق الخدمات الحديثة في المصارف له أثر إيجابي على النشاط الاقتصادي.

- دراسة (شوقي شادلي، 2008) مذكرة ماجستير بعنوان : "اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"؛ هدفت هذه الدراسة إلى تقييم كثافة وطرق استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مع التركيز على التكنولوجيا المرتبطة بالانترنت المستخدمة من قبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، ومعرفة اثر هذه التكنولوجيا على مستويات أداء هذه المؤسسات. وتوصلت الدراسة إلى أن جل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية المستجوبة تستخدم وسائل الاتصال بمستويات مرتفعة، بينما لم تسجل هذه المستويات بالنسبة لاستخدام المؤسسات للانترنت ومواقع الويب، ناهيك عن استغلالها الضعيف لأغراض التجارة كالترويج. كما توصل الباحث إلى أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يلعب دورا مهما في الرفع من أداؤها. نشير بأن الدراسة سلطت الضوء على أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير المنظمات والرفع من أداؤها.

-دراسة (محمد يدو 2007)مذكرة ماجستير بعنوان : " تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحديث الخدمات المصرفية دراسة حالة الجزائر " عالجت هذه الدراسة إمكانية تحديث الخدمة المصرفية في الجزائر في ظل ما توفر من تكنولوجيا المعلومات واتصال؛ حيث أبرزت الدراسة توضيح مختلف الأدوات الاقتصادية والقانونية التي من خلالها يتم استغلال تكنولوجيا المعلومات

والاتصالات في تطوير النظام المصرفي، و محاولة معرفة مدى استجابة المصارف الجزائرية للتطورات الحاصلة في المجال المصرفي و أهم العراقيل التي تواجهها لإيجاد الحلول المناسبة.

- دراسة (معراج هواري 2005) أطروحة دكتوراه بعنوان : " تأثير السياسات التسويقية على تطوير جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الجزائرية دراسة ميدانية " تطرقت الدراسة لإشكالية تأثير السياسات التسويقية على تطوير الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الجزائرية، و أبرزت تقييم جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك الجزائرية. كما تطرقت إلى جوانب هامة متعلقة بالحدثة المصرفية و البنوك الإلكترونية و دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تطوير الخدمات المصرفية.

- دراسة (بريش عبد القادر 2005) أطروحة دكتوراه بعنوان "التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية " هدفت الدراسة إلى معالجة موضوع الإصلاحات و التحرير المصرفي وربطها بمتطلبات تطوير الخدمات المصرفية و زيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية؛ بالإضافة إلى دعم القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية خاصة في ظل انفتاح الاقتصاد الجزائري على الاقتصاد العالمي، و تحديدا بعد إبرام اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي، و الانضمام المرتقب إلى المنظمة العالمية للتجارة و اتفاقية تحرير الخدمات المالية و المصرفية. ومن أهم النتائج المتوصل إليها أنه لم يسمح بتحرير السوق المصرفية الجزائرية ببروز المنافسة، نتيجة تعثر تجربة البنوك الخاصة وهيمنة البنوك العمومية على السوق المصرفية الجزائرية، لا يعود بالدرجة الأولى إلى كفاءة هذه البنوك بقدر ما يعود إلى عوامل تاريخية، ولطبيعة ملكية هذه البنوك للدولة واحتكارها للنشاط المصرفي من جهة، ومن جهة ثانية يعود إلى عدم الثقة في البنوك الخاصة.

_ دراسة (رشيد بوعافية ، 2005)مذكرة ماجستير بعنوان " الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري - الآفاق والتحديات - ،تهدف الدراسة إلى إبراز أهمية الصيرفة الإلكترونية بالإضافة إلى أهمية اعتماد الصيرفة الإلكترونية في المصارف الجزائرية ، كما توصل الباحث إلى النتائج التالية أن اعتماد الصيرفة الإلكترونية سوف يساهم في تطوير النظام المصرفي الجزائري كما يستخلص الباحث أن الصيرفة الإلكترونية تساهم في بناء الاقتصاد الرقمي وبناء مجتمع

المعلومات وتقليص حدة الفجوة الرقمية وتطوير مختلف القطاعات خاصة قطاع الخدمات بمختلف أنواعها

- دراسة (إبراهيم بختي، 2002) أطروحة دكتوراه بعنوان "دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق دراسة حالة الجزائر" هدفت الدراسة إلى تبين أثر استخدام الانترنت في أنشطة واستراتيجيات المؤسسة، ودراسة الأثر الذي تحدثه على وظيفة التسويق في المؤسسة، كما توصلت الدراسة إلى أن إدراج الانترنت وتطبيقاته أصبح من الضروريات، مع تهيئة البنية التحتية للاتصالات والقوانين وإجراءات التعامل التجارية والمالية في الدولة.

بالإضافة إلى الدراسات السابقة، فإن القيمة المضافة لبحثنا الذي يتمثل في دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحديث الخدمات المصرفية من خلال اعتمادنا على دراسة حالة عينة من البنوك، منها بنوك عمومية جزائرية : (BNA, BEA, BDL, CPA, BADR, CNEP) و أخرى بنوك أجنبية : (ABC, AGB, BARAKA, BNP Paribas, Société générale, HSBC) التي تنشط في السوق المصرفي الجزائري. حيث قمنا بتوزيع استبيان على العينة التي تنقسم إلى قسمين، قسم للموظفين بالبنوك محل الدراسة وقسم آخر للزبائن الذين يتعاملون مع هذه البنوك. حيث حاولنا معرفة واقع تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في هذه البنوك و تحديد الدور الذي تلعبه في تحديث الخدمات المصرفية .

ذ- صعوبات الدراسة : إن أي جهد إنساني عموما والبحث العلمي خصوصا لا يخلو من بعض الصعوبات التي يتلقاها الباحث أثناء قيامه بالدراسة . أما أهم الصعوبات التي واجهتنا أثناء إنجاز الدراسة تتمثل فيما يلي :

- صعوبة إجراء الدراسة التطبيقية خاصة بهذا الموضوع في الجزائر بالنظر إلى التأخر الكبير الذي يشهده قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال خصوصا في المجال المالي والمصرفي .

- صعوبة بعض المصطلحات وغموضها وخاصة في الجانب التقني من تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

- صعوبة الحصول على المعطيات والإحصائيات من الجهات المختصة مع مشكلة تحفظ بعض المسؤولين .

ر- هيكل البحث : قسمت الدراسة إلى خمسة فصول، ثلاث فصول نظرية وفصلين تطبيين ، حيث تناولنا في الفصل الأول عموميات حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، فتطرقنا في المبحث الأول إلى عموميات حول تكنولوجيا المعلومات من خلال تطرق إلى المعلومات وأهمية أنظمة المعلومات ، بينما المبحث الثاني تناولنا مفاهيم عامة حول تكنولوجيا الاتصال والشبكات من خلال التطرق إلى مفهوم الاتصال وعناصره وأنوع شبكات الاتصال كالانترنت والانترانت والإكسترنانت ، وفي المبحث الثالث تطرقنا إلى مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال وخصائصها وأهميتها بالإضافة إلى واقعها في بعض الدول المتقدمة والنامية أما الفصل الثاني فكان موضوعه مستجدات العمل المصرفي وتأثيراته في عرض الخدمات المصرفية وتطرقنا من خلال المبحث الأول تطرقنا إلى مختلف الخدمات التقليدية التي تقدمها المصارف من خدمة قبول الودائع وخدمة القروض المصرفية وخدمات التحصيل أما فيما يخص المبحث الثاني تطرقنا إلى مفهوم الخدمات المصرفية بالإضافة إلى دورة حياة الخدمة المصرفية ثم تطرقنا في المبحث الثالث إلى مختلف العوامل التي ساهمت في تحديث الخدمات المصرفية كالعولمة المالية والتسويق المصرفي بالإضافة إلى التوجه إلى التجارة الإلكترونية كأهم عوامل ساهمت في تحديث الخدمات المصرفية .

أما في الفصل الثالث فتطرقنا إلى مختلف استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحديث الخدمات المصرفية من خلال التعرض إلى أهم أنواع الخدمات المصرفية الالكترونية كوسائل الدفع

الإلكتروني وأهمها البطاقات الائتمانية والنقود الإلكترونية والشيك الإلكتروني والتحويلات المالية الإلكترونية .

ثم تطرقنا إلى في المبحث الثالث إلى مفهوم الصيرفة الإلكترونية وأهميتها بالإضافة إلى تصنيفاتها وواقعها في الدول المتقدمة والعربية ثم تطرقنا في المبحث الثالث إلى مفهوم البنوك الإلكترونية ومستوياتها بالإضافة إلى أهميتها وتطرقنا في المبحث الثالث إلى أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المصرفي بالإضافة المخاطر المصاحبة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المصرفي بالإضافة إلى متطلبات أمن والوقاية من هاته المخاطر المصاحبة للعمليات المصرفية في بيئة الانترنت .

وتطرقنا في الفصل الرابع إلى واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع المصرفي الجزائري من خلال التطرق إلى المبحث الأول إلى لمحة تاريخية عن النظام المصرفي الجزائري والمراحل التي مر بها القطاع المصرفي الجزائري وفي المبحث الثاني من خلال التطرق إلى أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال التعرف على البنية التحتية لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر والتطور التكنولوجي الحاصل في القطاع المصرفي الجزائري بالإضافة إلى أهمية اعتماد الصيرفة الإلكترونية في الجزائر والاتجاهات الحديثة لتطوير النظام المصرفي الجزائري لمواجهة تحديات العولمة كما تطرقنا في المبحث الثالث إلى النظام النقدي الإلكتروني الجزائري من خلال التطرق إلى شركة تألية المعاملات النقدية SATIM ونظام التسوية الفورية الإجمالية RTGS ونظام المقاصة الإلكترونية ATCI .

كما قمنا في الفصل الخامس قمنا بدراسة ميدانية لعينة من البنوك التي تنشط في القطاع المصرفي الجزائري منها بنوك عمومية BNA, BEA, BDL, CPA, CNEP, BADR وبنوك

أجنبية HSBC, BNP Paribas, Société générale, AGB, ABC, BARAKA والموزعة على مستوى ثلاث ولايات (البلدية ، الجزائر العاصمة ، ورقلة) من خلال تشخيص واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال لهاته البنوك وذلك بعرض وإعداد استبيان واستعراضه للعيينة محل الدراسة و سنقوم بمعالجة نتائج الدراسة واختبار الفرضيات الدراسة .

وفي الأخير سنعرض من خلال الخاتمة تلخيص أهم نتائج نظرية ونتائج الدراسة التطبيقية وكذا تقديم الاقتراحات المناسبة .

الفصل الأول : مفاهيم عامة تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تمهيد :

يشهد عالمنا اليوم تطورات وابتكارات في مختلف الميادين والمجالات، حيث أهم هذه المجالات الثورة التي أحدثها قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتي أدت إلى تغيرات جذرية في قواعد المنافسة العالمية. حيث تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال مورد غني بالمعلومات التي تسمح للأفراد والمجتمعات باستخدامها في شتى مجالات الحياة اليومية؛ كما تساهم في التفاعل والتواصل بين مختلف الأفراد والمؤسسات في جميع أنحاء العالم.

كما أصبحت المؤسسات والمنظمات تهتم بشكل كبير بهذا القطاع من أجل التعامل مع كمية هائلة من المعلومات والمعارف لتخزينها واستعمالها ونقلها عبر قنوات اتصال حديثة، التي شهدت بدورها تطورا كبيرا في فترة زمنية قصيرة بفضل التقدم التكنولوجي. أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال تشكل بنية أساسية لما يسمى بالاقتصاد الجديد (الرقمي) الذي يعتمد على المعلومة وطرق إيصالها في زمن قصير وبتكلفة أقل على هذا الأساس كان لزاما علينا أن نتعرض في هذا الفصل إلى التعريف بتكنولوجيا المعلومات والاتصال وتطبيقاتها لتوضيح أهميتها ودورها في تسهيل إنجاز مختلف المهام للمنظمات. و يكون ذلك من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول تكنولوجيا المعلومات؛

المبحث الثاني: مفاهيم عامة حول تكنولوجيا الاتصال والشبكات؛

المبحث الثالث: واقع وأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العالم .

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول تكنولوجيا المعلومات

إن أبرز ما يميز عالمنا اليوم هو الديناميكية التي يشهدها في كافة المجالات خاصة التي يكون حيزها ضمن مجال التكنولوجيا والمعرفة؛ حيث أصبحت الحاجة إليهما ضرورية، فنجاح أي مؤسسة يعتمد بدرجة كبيرة على مدى اعتمادها على تكنولوجيا المعلومات و الاتصال.

المطلب الأول: مفاهيم عامة حول المعلومات

إن اعتماد المجتمع المعاصر على المعلومات يعرف تزايد مستمر، حيث تعتبر المعلومات أهم الركائز في اتخاذ القرارات السليمة و مورد أساسي لأي نشاط، فهي عنصر مهم في علاقة الإنسان بمجتمعه وعلاقة المجتمعات ببعضها البعض من النواحي السياسية والثقافية والاقتصادية.

أولاً . مفهوم المعلومة

ينبثق مصطلح المعلومات لغة من المصدر (علم) ومن المعاني المتصلة به العلم ويعني إدراك الأمور والدراية والإحاطة بها¹. كما هي مشتقة من الكلمة الفرنسية واللاتينية information؛ فالمعلومات هي الشيء الذي يغير الحالة المعرفية للشخص في موضوع ما أو مجال ما.²

كما تعرف على أنها "بيانات منسقة ومرتبطة بطريقة توليفة مناسبة، بحيث تعطي معنى خاص وتركيبية متجانسة من الأفكار والمفاهيم، تمكن الإنسان من الاستفادة منها في الوصول إلى

¹ ربحي مصطفى عليان، اقتصاد المعلومات، الطبعة الأولى، الأردن، دار صفاء، 2010، ص 105.

² عامر إبراهيم قندلجي، علاء الدين الجانبي، نظم المعلومات الإدارية، الطبعة الثالثة، الأردن، دار المسيرة، 2008، ص 30.

المعرفة واكتشافها"¹، وهي أيضا بيانات تم تصنيفها وتنظيمها بشكل يسمح باستخدامها والاستفادة منها"².

لذلك نستطيع تعريف المعلومات على أنها مجموعة من المعارف والحقائق، التي تم جمعها من مصادر مختلفة داخلية وخارجية، بحيث تتخذ العديد من الأشكال؛ يتم تخزينها ثم استرجاعها عند الحاجة، فهي تدعم جميع أنشطة المؤسسة و تساهم في تفعيل القرارات المتخذة.

ثانيا. أهمية المعلومة: يمكننا توضيح أهمية المعلومة من خلال العناصر الثلاثة التالية³:

- كيفية توصيل المعلومة ؛

- المعلومات المستنبطة من شيء معين؛

- المعلومة وسيلة للمعرفة.

فالعنصر الأول والثاني يوضح أهمية وديناميكية المعلومة الناتجة من المجتمع باعتبار

توافر عنصرين أساسيين يتمثلان في القدرة والحركة من أجل استنباط المعلومة.

أما العنصر الثالث فيطرح كيفية استخدام نظام المعلومات من طرف للمسيرين، من خلال

تسيير وسائل وعمليات جمع المعلومات، استعمال المعلومات، إرسال و تخزين المعلومات؛ وذلك

حتى يتم الاستغلال الأمثل لوسائل المعرفة.

¹ ربحي مصطفى عليان، مرجع سابق، ص 102

² إبراهيم بختي، مقياس تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، ماجستير تسيير مؤسسات الصغيرة

والمتوسطة ، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية – جامعة قاصدي مرباح ورقلة. ص 14

³Bohnke Sabine , Moderniser son système d'information, paris , Eyrolles,2010,p26

ثانيا. **مصادر المعلومات:** يعتبر الإنسان المصدر الأساسي للمعلومات، حيث يقوم بتجميعها انطلاقا من ملاحظاته وتجاربه على الواقع، أما في إطار المؤسسات نستطيع القول أن للمعلومات مصدرين أساسيين هما:¹

1- مصدر داخلي للمعلومات: تشمل مختلف المعلومات التي تقدمها الإدارات والأقسام المختلفة والعاملين باختلاف جوانب نشاطاتهم داخل محيط المؤسسة، كالتقارير و الإعلانات. إضافة إلى هذا نجد مصدرا إضافيا للمعلومات، وهي تلك المعلومات التي يقدمها الموظفون بطريقة غير رسمية من خلال المحادثات غير الرسمية في أوقات الراحة مثلا، بالإضافة إلى ما توفره المحاسبة التحليلية من معلومات هامة تعتمد عليها المؤسسة في التسيير والإدارة.

2- مصدر خارجي للمعلومات: هي تلك المعلومات التي تأتي من خارج المؤسسة، والتي يتم الحصول عليها من خلال عملية شراء المعلومات من خارج المؤسسة، كالمعلومات التي تتحصل عليها المؤسسة من مكاتب البحوث والدراسات، أو من خلال النشرات، وهي المعلومات التي تتحصل عليها المؤسسة نتيجة اشتراكها في مجالات أو جرائد متخصصة.

ثالثا: **خصائص المعلومات:** لكي تؤدي المعلومات دورها على أكمل وجه يجب أن تتوفر على مجموعة من الخصائص نذكر منها:

1- الوضوح: أن تكون المعلومات واضحة خالية من الغموض ومنسقة فيما بينها²، مما يجعلها أكثر دقة، فزيادة وضوحها يكون من خلال وضع تلك المعلومات والإحصائيات في جداول متكاملة تصف المجال المطلوب وتساهم في سهولة وسرعة الاستنتاج و صنع القرار.

¹ رشيد بوكساني ، معوقات أسواق الأوراق المالية العربية و سبل تفعيلها، أطروحة دكتوراه دولة (غير منشورة)، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2005/2006، ص 101.

² ربحي مصطفى عليان، مرجع سابق، ص 110.

- 2- الدقة: وتعني النوعية الجيدة للمعلومات، بحيث تكون في صور صحيحة خالية من الأخطاء، حيث تساهم دقة المعلومات في الوصول إلى نتائج دقيقة يمكن الاعتماد من طرف المستخدم.
 - 3- التكلفة: أي أن تكون المنفعة و العائد المتوقع من المعلومات اكبر بكثير من كلفة الحصول عليها.
 - 4- الواقعية: تعتبر العنصر الحاسم المتوقع من المعلومات، أي أن تكون المعلومات ممثلة لواقع المؤسسة محل الدراسة.
 - 5- المرونة: وتعني قابلية المعلومات للتكيف وتلبية الاحتياجات المختلفة للمستخدمين منها.
 - 6- السرعة: أي توفير المعلومات خلال فترة زمنية قصيرة¹، أي أن تكون مناسبة زمنيا لاستخدم طيلة دورة معالجتها.
 - 7- الشمولية: تدل هذه الخاصية على احتواء المعلومات على الحقائق الأساسية لتلبية حاجة المستخدمين ومتخذي القرار أي أن تكون كاملة.
- في هذا الصدد، المؤسسات باختلاف أحجامها ومجالات نشاطها، تستهلك وتنتج المعلومات الضرورية لتسييرها، حيث أن تلك المعلومات باختلاف مصادرها لا تفيد على حالها الخام بل تتم معالجتها ثم استغلالها من طرف مختلف مستويات المؤسسة، ليتم على أساسها اتخاذ العديد من القرارات ذات الطابع الإنتاجي، التجاري، ...الخ؛ وتبني العديد من الاستراتيجيات سواء على المدى القصير والمتوسط والطويل، مما يسهل تكيف المؤسسة مع بيئتها الخارجية.²

¹ علاء عبد الرزاق السالمي، حسين علاء عبد الرزاق السالمي، شبكات الإدارة الإلكترونية، دار وائل للنشر، الأردن، 2005، ص 13.

² مقدم عبيرات، زيد الخير ميلود، فضاء الانترنت كأداة لإدارة التغيير داخل المؤسسة، الملتقى الدولي حول : التجارة الإلكترونية، جامعة ورقلة، 15- 17 مارس 2004، ص 4.

من خلال ما سبق يظهر لنا جلّيا أهمية المعلومات سواء بالنسبة للأفراد، بسبب ارتباطها بمختلف المجالات والنشاطات البشرية، وكذلك بالنسبة للمؤسسات. حيث باتت تشكل مصدرا أساسيا لبقائها ونموها خاصة في ظل ما تشهده الأسواق من منافسة، فتساعد المعلومات السليمة متخذي القرار على اتخاذ القرارات المناسبة وحل مختلف المشكلات التي يمكن أن تواجههم، وبالتالي الارتقاء بأداء المؤسسة.

المطلب الثاني: نظام المعلومات المرتبط بالحاسوب

تطورت مفاهيم نظم المعلومات حسب تطور حاجيات الأفراد والمؤسسات لجهود وتقنيات أفضل، خصوصا بعدما أثبتت أنظمة المعلومات الكلاسيكية بطئها في تلبية الاحتياجات المتطورة للمؤسسة من المعلومات، ومنه جاءت الضرورة الملحة لتطوير نظم المعلومات. وعلى هذا الأساس فإن معظم نظم المعلومات الحديثة تعتمد على الحاسوب. كما يلعب نظام المعلومات دورا هاما وحساسا داخل المؤسسة بصفته منتجا للمعلومات، فهو يعتبر عنصر حيوي إذ على أساس المعلومات التي ينتجها يتم اتخاذ القرارات الفورية واعتماد إستراتيجية مناسبة للمؤسسة.

أولا. ماهية نظام المعلومات

يعرف نظام المعلومات بأنه "عبارة عن مجموعة من العناصر المتداخلة والمتفاعلة مع بعضها البعض والتي تعمل على جمع مختلف أنواع البيانات والمعلومات، وتعمل على معالجتها وتخزينها وبثها وتوزيعها بغرض دعم صناعة القرارات، وتأمين التنسيق والسيطرة على المنظمة"¹

¹ عامر إبراهيم قندلجي، علاء الدين عبد القادر الجناحي، نظم المعلومات الإدارية، الطبعة الثالثة، الأردن، دار المسيرة، 2008، ص

ويعرفه كل من keneth و Jane London " على أن نظام المعلومات هو مجموعة من التركيبات التي تقوم باسترجاع المعلومات ودراستها وتخزينها ليتم توزيعها، والتي تساعد في عملية اتخاذ القرار و المراقبة داخل المنظمة ¹.

كما يمكن تعريفه على أنه مجموعة من الموارد المتواجدة داخل المنظمة (آلات، برامج، أفراد، طرق أو مناهج، ...) التي يتم دراستها وتخزينها وتوصيل المعلومة على شكل (معطيات، نصوص، صور، ...). ²

أما فيما يخص نظام معلومات المؤسسة يعرفه Hugues على أنه شبكة مركبة من عدة علاقات هيكلية والتي تتطلب وجود أفراد، آلات وتجهيزات بهدف إعطاء معلومات ملائمة ومناسبة ناتجة من موارد داخلية وخارجية للمؤسسة، تكون موجهة إلى إتخاذ القرارات على مستوى المؤسسة. ³

في ضوء ما سبق يمكن تعريف نظام المعلومات على أنه مجموعة من العناصر المترابطة مع بعضها البعض التي تعمل على جمع ومعالجة البيانات ونشر المعلومات، بغرض تزويد جميع مستويات المؤسسة بالمعلومات اللازمة لأداء مهامها على أكمل وجه، حيث تلعب نظم المعلومات دورا أساسيا في مساندة نشاطات المؤسسة لتحقيق أهدافها المسطرة.

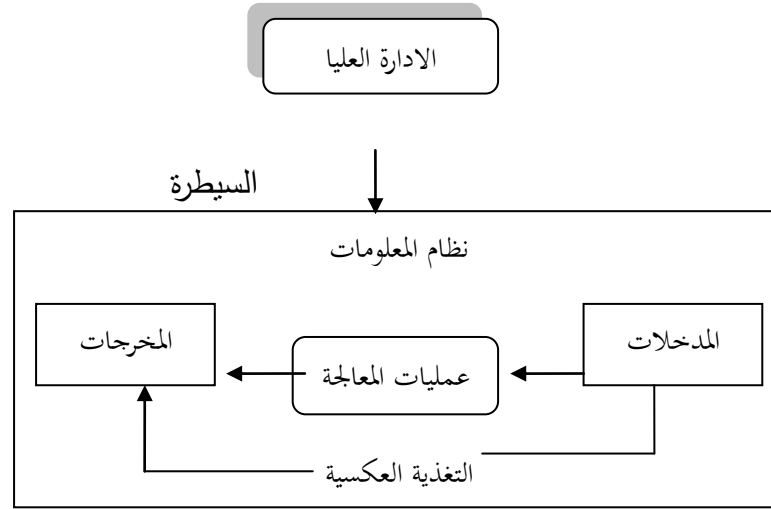
كما يحتوي نظام المعلومات على ثلاث عناصر أساسية تتمثل في المدخلات، عمليات المعالجة و المخرجات، كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل (I-1): مكونات نظام المعلومات

¹London Keneth, London Jane , **Management des systèmes d'informations**, pearson éducation , 9^{ème} édition, 2012 ; p13

²Chantal Morley , Management d'un projet système d'information « principes techniques mise en œuvre et outils » , 6^{ème} édition, paris ,Dunod, 2012 ; P13

³Hugues Angot , **système d'information de l'entreprise**, de Boeck, 2010 ; p20



المصدر : من إعداد الطالبة، بتصرف .

1- المدخلات: و تمثل البيانات الأولية التي يتم تجميعها من داخل المؤسسة أو البيئة الخارجية.

2- عمليات المعالجة: وهي عمليات تحويلية يتم من خلالها تحويل البيانات الأولية إلى معلومات

ذات معنى وفائدة للعاملين في المؤسسة.

3- المخرجات: ويقصد بها توزيع المعلومات الناتجة عن عمليات المعالجة على العاملين في

المؤسسة كل حسب حاجته.¹

كما تعبر التغذية العكسية عن المعلومات العائدة إلى العاملين في المؤسسة المتعلقة بأداء

النظام²، حيث تستند عليها الإدارة العليا في عملية مراقبة وتقييم أداء نظام المعلومات للتأكد من

انه يتحرك نحو تحقيق هدفه، ويمكن بعد ذلك إجراء التعديلات الضرورية للمدخلات والعمليات

المعالجة لإنتاج مخرجات ملائمة.³

² علاء عبد الرزاق السالمي، مرجع سابق، ص 23.

³ عماد الصباغ، نظم المعلومات ماهيتها ومكوناتها، الطبعة الأولى، الأردن، مكتبة دار الثقافة، 2000، ص 14.

تحتوي المؤسسة على العديد من الإدارات التي تمارس أنشطة مختلفة، والتي لا يمكن أن توجد بصورة منفصلة عن بعضها البعض بل تتكامل معا في إطار نظام واحد، يتفرع بدوره إلي مجموعة من الأنظمة الفرعية، التي تساعد المؤسسة على تحقيق أهدافها. ويمكن الإشارة إلي هذه الأنظمة الفرعية بإيجاز¹.

(أ) - النظام الفرعي للمعلومات: يكون هذا النظام باستخدام مصادر داخلية وخارجية ويُستخدم في صنع القرارات وتزويد المؤسسة بالمعلومات.

(ب) - النظام الفرعي للتمويل والمحاسبة: يتولى هذا النظام تزويد الإدارة المالية والمحاسبية بمعلومات عن القوائم المالية وأخرى خاصة بالميزانية. يتكون هذا النظام من نظم فرعية أصغر كنظام تسجيل المعاملات المحاسبية، نظام إعداد القوائم المالية، والمحاسبة للمؤسسة، خاصة التخطيط الاستراتيجي للأموال وإدارة الأصول والخصوم.

(ج) - النظام الفرعي للمعلومات: يتولى هذا النظام تجهيز إدارة العمليات بمعلومات منظمة ووافية عن التدقيق الطبيعي للمعلومات والموارد والمنتجات والمشتريات من سلع وخدمات و كل الأنشطة الأساسية المتعلقة بالإنتاج والنقل والمعلومات الأخرى.

(ح) - النظام الفرعي للموارد البشرية: يتولى هذا النظام مهمة تلبية احتياجات إدارة الموارد البشرية بالمعلومات المتعلقة بالأفراد والعاملين في المؤسسة لأغراض تخطيط وتنظيم الموارد البشرية في المؤسسة، كما يتكون هذا النظام من حزمة من الأنظمة الفرعية مثل: النظام الفرعي لتخطيط القوى العاملة، والنظام الفرعي للتدريب والنظام الفرعي للأجور والحوافز، فهو يقدم معلومات تقييميه لأداء العاملين وأخرى عن البرامج التدريبية.

¹ سعد غالب ياسين، تحليل وتصميم نظم المعلومات، الطبعة الأولى، الأردن، دار المناهج، 2005، ص ص 63-73.

(خ) - النظام الفرعي للتسويق: يتولى هذا النظام مهمة جمع وتحليل ومعالجة البيانات التسويقية الناتجة عن عمليات وأنشطة إدارة التسويق، وتوفير المعلومات التسويقية الضرورية لاتخاذ القرارات التسويقية وصياغة إستراتيجية التسويق للمؤسسة وكل المعلومات المتعلقة بالمزيج التسويقي وهيكل المنافسة.

بالتالي يمكن القول أن المؤسسة هي منظومة مركبة من مجموعة النظم الوظيفية الفرعية المتفاعلة مع بعضها البعض، بحيث يحتل نظام المعلومات مكان القلب النابض في بيئتها؛ فهو يساهم في تكوين علاقات تكاملية ومرنة في البيئة التنظيمية الداخلية للمؤسسة وبناء علاقات ترابطية تفاعلية مع الأطراف الخارجية مثل الموردين، الزبائن، الزبائن، ...¹. حيث يرى إبراهيم بختي أن تحقق نظام فعال ومتربط يعتمد على تأدية كل الأنظمة الفرعية لوظائفها على أكمل وجه، كون المخرجات المعلوماتية لنظام فرعي ما هي إلا مدخلات معلوماتية لنظام فرعي آخر والعكس صحيح، مما يظهر أهمية التغذية المرتدة أو العكسية في تعديل وضبط الاختلالات والانحرافات عند ظهورها، فما ينتجه النظام من معلومات تعود إليه لتحلل وتعالج وتقييم، ثم تأخذ بعين الاعتبار عند اتخاذ القرارات.²

ثانياً. مفهوم نظام المعلومات المرتبط بالحاسب

¹ سعد غالب ياسين، أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، الأردن، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2008، ص 46.

² إبراهيم بختي، 2005، مرجع سابق، ص 18.

يعرف نظام المعلومات المرتبط بالحاسوب بأنه "النظام الذي يعتمد على المكونات المادية أو الأجهزة والمكونات البرمجية للحاسوب، في معالجة البيانات ومن ثم بثها واسترجاع المعلومات"¹، كما يعرفه سعد غالب ياسين على أنه "توليفة منظمة من الأفراد وعتاد الحاسوب، البرامج، شبكات الاتصالات، موارد البيانات التي يتم جمعها ومعالجتها وتحويلها إلى معلومات وبالتالي توزيعها إلى المستخدمين في المنظمة"².

أي هو عبارة عن طاقة بشرية التي تسمح بتسجيل كل الحركات التي تجري داخل المنظمة وتسهل عملية اتخاذ القرار³. وبالتالي يكون فهمنا لنظام المعلومات المحوسب يشير إلى أنه مجموعة من الأفراد والإجراءات والمكونات المادية والبرمجية التي تتفاعل مع بعضها البعض لمعالجة البيانات بهدف الخروج بمعلومات مفيدة تساهم بدورها في اتخاذ قرارات فعالة وتزويد مختلف إدارات المؤسسة بما تحتاجه من معلومات لأداء مهامها، كما يتكون من مجموعة من العناصر الأساسية والتي يمكن تعريفها بإيجاز كما يلي :

1. الموارد البشرية (الأفراد) : وهو أهم عنصر في نظام المعلومات المرتبط بالحاسوب، حيث يرتبط نجاح النظام على كفاءة الأفراد في استثمار موارد النظام وإنتاج معلومات فعالة، وتضم العاملين في حقل المعرفة من تقنيين ومبرمجين ومحلي النظام، بالإضافة إلى الإداريين والماليين ومستخدمي مخرجات النظام من فنيين وعملاء،...الخ.

¹ عامر إبراهيم قندلجي، علاء الدين عبد القادر الجنابي، مرجع سابق، ص 28.

² سعد غالب ياسين، أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، مرجع سابق، ص 19.

³ Pascal André , Alain Vailly , conception des systèmes d'informations panorama des méthodes et des techniques, paris , edition ellipses,2001, P

2. **المعدات:** وتضم جميع المعدات والأجهزة المادية المستخدمة في عمليات النظام كالحواسيب وملحقاتها : الطابعة، الماسح الضوئي، أجهزة التخزين وغيرها¹، حيث يمثل الحاسوب الوسيلة الأساسية لعمل نظام المعلومات، كما انه من الضروري متابعة هذه الأجهزة وتحديثها لمواكب التطور التكنولوجي بهدف تطوير المؤسسة.

3. **البرمجيات :** وهي مجموعة من التعليمات والأوامر التشغيلية التي تواجه وتدير الحاسوب، الذي يقوم بإتباعها لتنفيذ الأهداف المطلوبة من النظام²، ويمكن التفريق بين نوعين أساسيين من البرمجيات وهما:

- البرمجيات الأساسية: مثل نظام التشغيل الذي يدير ويدعم عمليات منظومة الحاسوب.
- البرمجيات التطبيقية: التي توجه لمعالجة استخدام معين للحاسوب ومن أمثلتها نظام السيطرة على المخزون، نظام الرواتب... الخ.³

بالإضافة إلى البرامج السابقة الذكر هناك برامج تدخل ضمن أنظمة المعلومات المجسدة في الحاسوب وهي برامج خطيرة تهدف إلى الدخول ضمن المعلومات مثل برنامج spyware وهو برنامج يهدف للدخول للمعلومات الخاصة و الفيروس Malwares ويهدف لسرقة الكلمة السرية للمستخدم وغيرها... الخ⁴

¹ مزهر شعبان العاني، شوقي ناجي جواد، العملية الإدارية و تكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، الأردن، دار إثراء للنشر والتوزيع، 2008. ص 258.

² زياد هاشم يحيى، صدام محمد محمود الحيايلى، تأثير التجارة الالكترونية على نظم المعلومات المحاسبية، المؤتمر العالمي الدولي السنوي الخامس " اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية" كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية- جامعة الزيتونة الأردنية، الأردن، 25- 27 افريل 2005، ص ص 10- 11.

³ عماد الصباغ، مرجع سابق، ص 25.

⁴ Lang Daniel, Luc Pillet Jean, Menaces des TIC :Données privées et comportement des utilisateurs, institut télécom, Genève, P5

4. **قاعدة البيانات :** وهي مجموعة من الملفات المرتبطة مع بعضها البعض بصورة منطقية ومخزنة بطريقة منظمة، والتي تحتوي على كافة البيانات ذات العلاقة بكافة أنشطة المؤسسة التي تقوم بها الإدارات والأقسام المختلفة، فوجود قاعدة بيانات في نظام المعلومات المحوسب يشكل أمراً هاماً، فهي تساهم في تحقيق العديد من المزايا، والتي نذكر منها :

- احتواءها على كافة البيانات يسهل الوصول إلى أي بيانات ينبغي معالجتها بصورة مباشرة وسريعة.

- وجود البيانات بصورة موطدة (مركزية) يساهم في تقليل تكرار عملية حفظ البيانات كما يساهم في تخفيض تكاليف حفظها.

- المساهمة في إرساء التكامل بين النظم الفرعية للمعلومات في المؤسسة، من خلال إمداد وتبادل البيانات فيما بينها من خلال مصدر موحد.

5. **الإجراءات:** وهي مجموعة السياسات والأساليب التي ينبغي إتباعها عند استخدام وتشغيل نظام المعلومات، فهي بمثابة توجيهات تشغيلية لمستخدمي النظام.

6. **تقنيات الاتصال:** وتتمثل في كافة الوسائل والأنشطة المتعلقة بالنقل الإلكتروني للمعلومات والبيانات من موقع إلى آخر باستخدام العديد من الأجهزة والبرامج والوسائط التي تساهم في الربط بين الحاسبات بعضها البعض أو بين الحاسبات وبعض الوحدات الآلية الأخرى¹، حيث تشمل على شبكات الحاسوب، بالإضافة إلى الانترنت الذي يعتبر الأداة الأساسية لجمع وتبادل البيانات والمعلومات.² يشكل تفاعل هذه المكونات الأساسية لنظام المعلومات المحوسب وحدة تنظيمية

¹ زياد هاشم يحي، صدام محمد محمود الحياي، تأثير التجارة الإلكترونية على نظم المعلومات المحاسبية، المؤتمر العالمي الدولي السنوي الخامس " اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية" كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية- جامعة الزيتونة الأردنية، الأردن، 25- 27 أبريل 2005، ص ص 11- 12.

² عماد الصباغ، مرجع سابق، نفس الصفحة.

وتقنية متكاملة لا تستطيع المؤسسات الاستغناء عنها، بل أصبحت تمثل عاملاً أساسياً لتطور ونمو المؤسسات، "فأغلب المؤسسات الرائدة في صناعاتها وخدماتها هي التي عملت على تطبيق وتطوير نظم المعلومات المحوسبة في جميع نشاطاتها".¹

المطلب الثالث : تكنولوجيا المعلومات

يعرف الاقتصاد العالمي تحولات هامة أفرزتها معطيات مختلفة أهمها وأبرزها التطورات التكنولوجية خاصة ما تعلق منها بأنظمة الاتصال عن بعد هذا التطور جعل الاقتصاد العالمي يستفيد من السرعة والفعالية التي يوفرها له وظهر إلى وجود أفكار اقتصادية جديد تعكس هذه التطورات التي تسمح بتجسيدها ومن بين هذه الأفكار نجد تكنولوجيا المعلومات.

أولاً . مفهوم تكنولوجيا المعلومات: تعددت التعاريف التي تناولت مفهوم تكنولوجيا المعلومات ويمكن تصنيف هذه التعاريف إلى أربع مجموعات على النحو التالي:²

المجموعة الأولى: المفاهيم التي تركز على الأجهزة التي تشملها تكنولوجيا المعلومات.

يعرف Palvia تكنولوجيا المعلومات بأنها تشمل جميع الجوانب المتعلقة بالحاسبات الآلية (المكونات المادية ، والبرامج الجاهزة) والاتصالات عن بعد وآلية المكاتب.

المجموعة الثانية: المفاهيم التي تركز على الأنشطة التي تقوم بها تكنولوجيا المعلومات.

يرى البعض أن مفهوم تكنولوجيا المعلومات يتمثل في " معالجة وتخزين وإرسال ، عرض ، إدارة ، تنظيم و إسترجاع المعلومات "

¹ سعد غالب ياسين، أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، مرجع سابق، ص 46.

² عبد الله قرعلي علي موسى ، تكنولوجيا المعلومات ودورها في تسويق التقليدي والإلكتروني ، الطبعة الأولى ، مصر ، إيتراك ،

المجموعة الثالثة: المفاهيم التي تركز على الأجهزة التي تشملها تكنولوجيا المعلومات وكذلك الأنشطة التي تؤديها هذه الأجهزة يعرفها Rofle et al على أنها التكنولوجيا المبنية على الإلكترونيات التي يمكن أن تستخدم في جمع وتخزين ومعالجة ووضع هذه المعلومات في حزم متكاملة ومن ثم الوصول إلى المعرفة.

المجموعة الرابعة: المفاهيم التي تركز على الأجهزة وكذلك الأنشطة بإضافة إلى العنصر البشري الذي يقوم باستخدام تلك الأجهزة في أداء هذه الأنشطة. واستخلاص المعلومات، وتوجيهها للإفادة منها من قبل المستخدمين بأيسر السبل مع ضمان محصلات السرعة والدقة ¹.

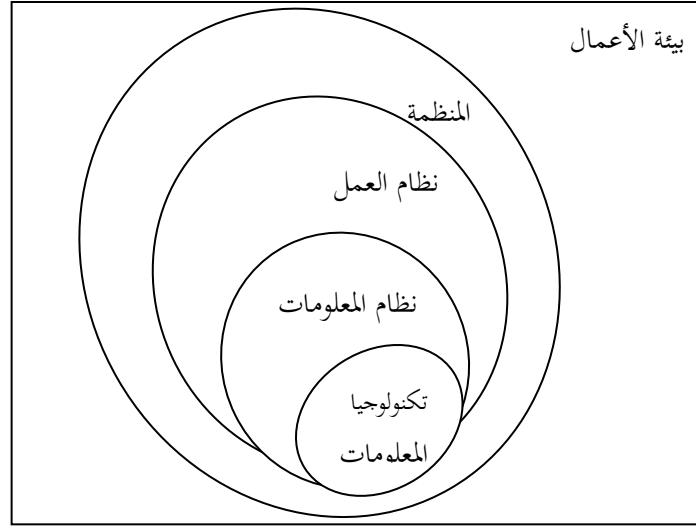
من خلال هذه التعريفات تستنتج أن تكنولوجيا المعلومات هي مجموعة المعارف والخبرات والأدوات المالية والتنظيمية، التي تعمل على جمع وتخزين وتبادل وبث المعلومات باختلاف أشكالها، وجعلها متاحة للأفراد بسرعة وفاعلية. إلا أنه في كثير من الأحيان يستخدم مصطلح تكنولوجيا المعلومات (Technologies de L' information) بشكل متبادل مع نظام المعلومات أو يمكن استخدامه لوصف مجموعة من عدة نظم المعلومات، فكثيراً ما يحدث الخلط بين (IT) و (IS) في حين أن (IS) أوسع من (IT).

وفي هذا الصدد يشير (Alter) إلى أن نظام المعلومات ما هو إلا نظام يستخدم تكنولوجيا المعلومات بغرض حيازة ونقل وخرن واسترجاع المعلومات لتستخدم تلك المعلومات أنظمة العمل التي تدعمها نظم المعلومات، حيث تتألف المؤسسات من أنظمة العمل المترابطة والتي تتنافس في

¹ طلال ناظم الزهيري، "إستراتيجية بناء القدرات المحلية في تطبيقات تكنولوجيا المعلومات"، (3/04/2012)، على الرابط التالي : www.azuhairi.jeeran.com/files/81970.doc

بيئة الأعمال، فتكنولوجيا المعلومات ما هي إلا جزء من نظام أوسع وأشمل وهو نظام المعلومات¹،
والشكل التالي يوضح ذلك :

الشكل (I-2): تكنولوجيا المعلومات ونظم المعلومات



المصدر: 12: 3/04/20 http://www.alsader-sis.net/adara/mfhomt.pdf

أحدثت تكنولوجيا المعلومات نقلة نوعية وجذرية في الابتكار والتجديد لتقنيات العلم والتي تجلت في أفكار وطاقت وقدرات جديدة من الإبداع في استخدام وتطوير الحاسب من خلال تحسين قدراته وسرعة معالجته ومساحته وتخزينه وربطه بمنظومات شبكات الاتصال وقواعد البيانات والأقمار الصناعية بمستوى عالي من التكامل والاندماج، فقد تغلغت هذه التكنولوجيا في مختلف ممارسات الأفراد والمؤسسات على حد سواء، فلا يمكن تصور أي نشاط أو عمل جماعي منظم دون أدوات وتقنيات الحاسوب والاتصالات²، لتصبح تكنولوجيا المعلومات ضرورة حتمية يرتبط بها تفوق ونجاح المؤسسات³. من خلال هذا نلاحظ أن ثورة تكنولوجيا المعلومات قد صارت

¹ تكنولوجيا المعلومات المفهوم والأدوات"، (04/05/2012) على الرابط التالي: www.alsader-sis.net/adara/mfhomt.pdf

² سعد غالب ياسين، الإدارة الالكترونية وأفاق تطبيقاتها العربية، مرجع سبق ذكره، ص 24.

³ نجاة موسى على الرابط التالي : www.mémoi/tic/1234/banque .fa/lud/78909/@/?/dz

على التوازي مع ثورة الاتصال، حيث لا يمكننا الفصل بينهما فقد جمع بينهما النظام الرقمي، الذي تطورت إليه نظم الاتصال فترابطت شبكات الاتصال مع شبكات المعلومات.

ثانيا . أهمية تكنولوجيا المعلومات: لتكنولوجيا المعلومات أهمية كبيرة تتمثل فيما يلي:

1. تسمح تكنولوجيا المعلومات بتحويل وإرسال المعلومة بسرعة وسهولة على مسافة طويلة؛
2. يمكن أن تحل محل العمل الفردي؛
3. تحمل طرق ومناهج يمكن تطبيقها؛
4. تشمل كميات مهمة ومتغيرة من المعلومات في تطور مستمر؛
5. تسمح بتجديد الأعمال بصفة متغيرة؛
6. تقوم بإعطاء تقرير دقيق عن الأعمال الخاصة بأنشطة المؤسسة (المنتجات / الخدمات)؛
7. يمكن استخدامها ربط عمليتين في عملية واحدة دون وساطة وبالتالي تساهم في تقليل الوقت¹.

ثالثا . رؤية مستقبلية لتكنولوجيا المعلومات: لقد كان لعملية التسارع المتلاحقة لتطور العلم والتكنولوجيا في القرن الماضي و التصورات والرؤى المستقبلية التي رسمتها أو تخيلتها عقول العلماء تأثيرات واسعة في حياة الأمم والشعوب بيد أن الرؤى المستقبلية لم تقف إلى نهاية القرن العشرين بل راحت تنتبأ بماهية الحياة المستقبلية أي في القرن الواحد والعشرين ونتيجة لذلك وضعت بعض الأمم لوائح بالتكنولوجيات الرئيسية التي تستخدم كمحركات للثورة والإزدهار في القرن الواحد والعشرين

¹Faridah Djellal, changement techniques et conseil en technologie de l'information , harmattan , Paris, 1995,P38

والقرون التي تليه وقد ألفت لائحة نموذجية عام 1990 من قبل وزارة الصناعة والتجارة العالمية في

اليابان وتحتوي هذه القائمة على :¹

- الإلكترونيات الدقيقة؛
- التكنولوجيا الحيوية ؛
- صناعات علم المواد الحديثة ؛
- الاتصالات ؛
- صناعة الطائرات المدنية؛
- الإنسان الآلي والماكينات التي تدار ذاتيا؛
- الكمبيوتر (البرمجيات والتجهيزات).

كما يرى جاسم الطائي أن الدول والشعوب التي لم تضع تصورا لتلك المعطيات ستجد نفسها مهمشة في السوق العالمية للقرن الواحد والعشرين، حيث وضعت تصورات وتنبؤات مستقبلية في مجال التكنولوجيات المختلفة لأنها ستقع في أزمنة مختلفة ولذلك تقع الأطر الزمنية ضمن أزمنة مختلفة ضمن الفئات الثلاثة التالية : التكنولوجيا والاكتشافات الكبرى التي ستتطور قبل سنة 2020 والتي ستتطور بين 2020 و 2050 وتلك التي ستظهر بين 2050 ونهاية القرن الواحد والعشرين. حيث لا تعتبر أزمنة مطلقة ولكنها تتمثل فقط الفترة العامة التي ستصل فيها تكنولوجيا وعلوم معينة إلى مرحلة النضج، وفق التنبؤات والتكنولوجيات المستقبلية السابقة فإن المجتمعات ستتغير تغيرا جذريا نحو الأفضل وسيتم ذلك التغير بصورة متدرجة ومنهجية دون صراع أو نزاع سواء بين

¹ جعفر حسن جاسم الطائي، تطبيقات الاجتماعية لتكنولوجيا المعلومات ، الطبعة الأولى ، الأردن، دار المناهج ، 2006، ص70.

المؤسسات أو الأفراد أو بين بعضهم البعض وسيحقق هذا التناغم الاجتماعي بفعل الابتكارات التكنولوجية التي من أهمها:¹

1/ حاسبات حاضرة في كل مكان؛

2/ تأثير تكنولوجيا المعلومات على المصانع في المستقبل من خلال:

- خلق طلب على وسائل جديدة لترفيه والتسلية من خلال خلق صناعات جديدة؛
- تطور برامج من خلال : تصميم سلعة أو الخدمة بالحاسب الآلي، ميكنة العمليات المالية بالحاسب اللي، مراقبة الجودة باستخدام الحاسب ، مراقبة أنشطة الموارد البشرية باستخدام الحاسوب وأنشطة التسويق ...إلخ.

ثالثا . تطبيق تكنولوجيا المعلومات على الخدمات: تسمح تكنولوجيا المعلومات بالفصل المادي

لعملية تقديم الخدمة للعملاء دون الحاجة للشحن المادي من خلال :²

1. الاتصال الشخصي بالزبون؛
2. تؤثر التكنولوجيا على تكوين المنتج وتقديمه؛
3. تقديم الخدمات التكميلية: المعلومات، استلام الطلبات، حماية ممتلكات الزبون، إصدار الفواتير، تقديم الاستشارة، الضيافة، الدفع؛
4. تكوين علاقات جيدة مع الزبون من خلال تأمين حلقة وصل واتصال بين قواعد البيانات المتخصصة مما يؤدي إلى تكامل النشاطات الأساسية المتعلقة بخدمة الزبون.

¹ جعفر حسن جاسم الطائي ، مرجع سبق ذكره، ص79

² بشير العلاق، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال " مدخل تسويقي "، الطبعة الأولى ، الأردن ، الوراق ، 2002، ص 170-186.

المبحث الثاني: مفاهيم عامة حول تكنولوجيا الاتصال والشبكات

لقد أصبح العالم يعبر عنه بقرية صغيرة وهذا راجع للتطور الكبير الذي شهده قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المستحدثات في مجال الاتصالات والشبكات، التي ساهمت في تحسين الخدمات في جميع مناحي الحياة .

المطلب الأول : مفاهيم عامة حول الاتصال

يعتبر الاتصال من أهم الوسائل التي ساهمت في التواصل بين الأفراد والمؤسسات والمجتمعات.

أولا . التطور التاريخي للاتصال: لازم الاتصال الإنسان منذ بداية التاريخ، حيث اعتبر الاتصال في المرحلة البدائية "نقل أخبار من شخص إلى آخر والكلام هو الوسيلة الملائمة لذلك"،¹ ثم تطورت عملية الاتصال على مر العصور تطورا كبيرا، والذي يمكن وصفه وفقا للثورات التالية:

- الثورة الأولى : في بادئ الأمر استخدم الإنسان الاتصال الشفوي لتواصل مع الآخرين، إلا أن هذه الطريقة كانت محدودة المكان والزمان بحيث لا تتجاوز الأشخاص المشاركين فيها مباشرة،² فلجأ الإنسان إلى استعمال بعض العلامات التي يقع الاتفاق عليها مسبقا كإشعال النار وصوت الدف للإشعار بالخطر أو الفرح، لكن هذه الوسائل لم تغير كثيرا من نوعية الاتصال حيث بقي شخصا.

- الثورة الثانية : بدأ الإنسان في البحث عن وسائل لتسجيل تجاربه وأفكاره، فظهرت العديد من الاكتشافات،³ حيث اكتشف السومريين أقدم طريقة للكتابة على الطين اللين وذلك منذ حوالي 3600 سنة قبل الميلاد، لتحفظ تلك الألواح الفكر الاجتماعي والسياسي والفلسفي لبداية التاريخ البشري.

¹ إبراهيم بختي، مقرر مقياس تكنولوجيا ونظم المعلومات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مرجع سبق ذكره ، ص3.

² ربحي مصطفى عليان، عدنان محمد الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، مرجع سبق ذكره ، ص31.

³ إبراهيم بختي، 2004-2005، مرجع سابق، ص3.

- الثورة الثالثة : اتسمت بظهور الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر على يد "يوحنا جو تيتريج" وذلك في سنة 1436م، مما أدى بدوره إلى ظهور الصحافة وانتشار التعليم والمعرفة، الشيء الذي أشرك المجتمع في شتى مجالات الحياة بصورة لم يسبق لها مثيل مما اكسب الاتصال الطابع الجماعي.

- الثورة الرابعة : بدأت معالمها خلال القرن التاسع عشر، واكتمل نموها في النصف الأول من القرن العشرين، حيث اتسمت بظهور عدد كبير من وسائل الاتصال خاصة بعد الثورة الصناعية ففي عام 1824 اكتشف العالم الانجليزي "وليم سترجون" الموجات الكهرومغناطيسية، واستطاع "صمويل مورس" اختراع التلغراف في عام 1933م، واستطاع العالم الايطالي " جو جليلو ماركوني" اختراع اللاسلكي لتكون أول مرة ينتقل فيها الصوت إلى مسافات بعيدة دون استخدام الأسلاك ، وكان للألمان والكنديون اخذ المبادرة في توجيه خدمات الراديو المنتظمة منذ عام 1919م، أما البث التلفزيوني فقد بدأت تجاربه في الولايات المتحدة الأمريكية منذ أواخر العشرينيات.

- الثورة الخامسة : اتسمت باستخدام الحاسب الالكتروني في النصف الثاني من القرن العشرين والذي استعمل في عملية تخزين خلاصة ما أنتجه الفكر البشري واسترجاعه في حيز صغير وبسرعة عالية جدا، حيث نقلت هذه التكنولوجيا المجتمع من مرحلة الاتصال المرئي والمسموع إلى الاتصال الالكتروني، كما استخدمت الأقمار الصناعية¹ وشبكات الاتصال الداخلية والموسعة لنقل البيانات والمعلومات بمختلف أشكالها عبر القارات.²

¹ صباح محمد مكلو، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وانعكاساتها على المؤسسات المعلوماتية، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية،

اليمن، المجلد 6 العدد 6، اكتوبر 2000-مارس 2001، ص ص 63- 65.

² إبراهيم بختي، 2004/2005، مرجع سابق، ص 4.

ثانيا . المفهوم العام للاتصال : سيشهد القرن المقبل تقدمات في استخدامات الاتصالات والاتجاه الرئيسي سيكون التحرك السيكلوجي¹ حيث ينبثق مصطلح الاتصال لغة من المصدر "وصل" الذي يعني الصلة أي بلوغ الشيء أو الانتهاء منه²، كما يعرف قاموس أكسفورد الاتصال بأنه "نقل وتوصيل وتبادل الأفكار والمعلومات (بالكلام والكتابة أو الإشارات) بحيث يتم تبادل المعلومات والأفكار بين مرسل ومستقبل أو مرسلين ومستقبلين"³. وتستعمل في كل من اللغتين الانجليزية و الفرنسية كلمة communication للدلالة على معنى الاتصال، والتي انبثقت من الكلمة اللاتينية communize أو common التي تعني الشئ المشترك أي محاولة المشاركة، كما تعني نقل الأفكار والمعلومات والآراء من فرد إلى آخر⁴، ويعني الاتصال فنيا حسب ريكارد اندي "عملية يقصد مصدر نوعي بواسطتها إشارة استجابة نوعية لدى مستقبل نوعي"⁵. ، وتعدد الجوانب التي عالجا من خلالها عملية الاتصال، ومن نماذج هذه التعريفات :

- عرف أرسطو الاتصال بأنه "البحث في جميع وسائل الإقناع المتاحة"⁶ حيث يعتبر انه نشاط شفهي يحاول من خلاله متحدث ما أن يقنع مستمع ما عن طريق صياغة حجج يعرفها، حيث نظم نموذج الخطي (أحادي الاتجاه) لعملية الاتصال وفقا لثلاث عناصر أساسية هي : المتحدث، الرسالة، المستمع⁷.

¹ علوة رأفت نبيل، شبكات الإتصال، دار جنادين ، عمان ، 2007، ص 41

² عبد القادر قندوز، محمد الطيب الزاوي، المدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، المطبعة العربية، 2011، ص 7.

³ جمال محمد أبو شب، نظريات الاتصال و الإعلام، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2008، ص 11.

⁴ عبد القادر قندوز، محمد الطيب الزاوي، مرجع سابق، ص 8.

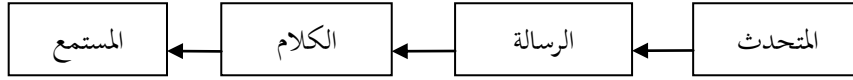
⁵ فضيل دليو، اتصال المؤسسة، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص 22.

⁶ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة السادسة، مصر، الدار المصرية اللبنانية، 2006، ص 7

⁷ ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، مرجع سابق، ص 34.

الشكل (I-3) وجهة نظر أرسطو في

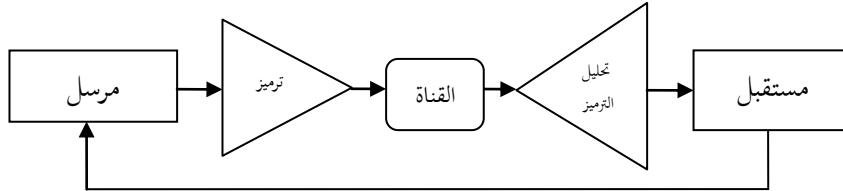
الاتصال



المصدر: ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، مرجع سابق، ص 34.

-وعرف كل من "شانون و ويفر" (1949) الاتصال على انه "عملية نقل رسالة من مكان إلى آخر وفقا لمسار أو نسق خطي واضح"،¹ معتمدا على النظرية الرياضية في تفسيره لعملية الاتصال، ثم قام شانون سنة 1952 بتطوير هذا النموذج من خلال إضافة عنصر التغذية العكسية ليظهر العلاقة التفاعلية بين كل من المستقبل والمرسل،² كما هو موضح في الشكل التالي :

الشكل رقم (I-4): مخطط الاتصال Shannon et Weaver المكتمل



تغذية عكسية

Source : Alain haussaire, jean-philippe pujol, **Organisation du système d information comptable et de gestion**, 3 édition, paris Dunod, 2009, p 24.

ومع بداية السبعينيات برز اهتمام كبير بتقنيات الاتصال، نتيجة للتطور التقني وظهور اختراعات جديدة مثل الفيديو والحاسب الآلي، حيث ساعد ذلك على تطوير مفهوم الاتصال لتتنقل

¹ Abric Jean Claude, **psychologie de communication**, paris, Armand colin, 1999, p 8.

² Haussaire Alain, Pujol Jean-Philippe, **Organisation du système d information comptable et de gestion**, 3 édition, Dunod, paris, 2009, p 24.

العملية الاتصالية من عملية نقل رسالة في اتجاه واحد إلى عملية تبادلية تفاعلية في طبيعتها، ومن أهم نماذج هذه التعريفات:

- نموذج Rogers Kincaid (1981) والمسمى بنموذج التلاقي للاتصال والذي يعرف الاتصال بأنه "عملية تبادل المعلومات بين المرسل والمستقبل بهدف الوصول إلى فهم مشترك لموضوع الاتصال"¹ ليظهر عنصر الرجوع أو التغذية العكسية feed - back، والذي يعتبر مؤشرا هاما لدائرية العملية الاتصالية وتفاعل المستقبل مع الرموز.

من خلال هذه التعاريف يمكن أن نلاحظ أن عملية الاتصال تتمحور حول العناصر الأساسية التالية:²

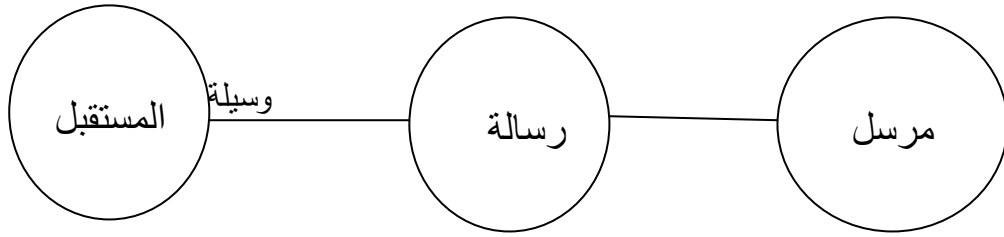
- المرسل : وهو الجهة التي تصدر منها الرسالة والتي يريد صاحبها أن يوصلها إلى المستقبل وقد يكون المرسل شخصا أو هيئة أو جمعية أو مؤسسة ؛
- الرسالة :يتمثل في المحتوى المراد نقله من المرسل إلى المستقبل قد تكون عبارة عن رموز كالكتابة والكلام والرسومات والصور والأصوات؛
- الوسيلة : لابد أن يتحول مضمون الرسالة والرموز التي تدل عليها إلى صولة يسهل نقلها وتداولها فتتحول الأفكار إلى كلمات أو موجات صوتية أو ضوئية تنتقل بواسطة الخطب والأحاديث أو الندوات والصحف أو المجالات أو السينما أو الراديو أو التلفزيونحتى تصل الرسالة إلى الجمهور الذي يستقبلها؛

¹فضيل دليو، اتصال المؤسسة، مرجع سابق، ص 22- 27

²غريب عبد السميع غريب ، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مصر ، مؤسسة شباب الإسكندرية ، 1996، ص18.

- المستقبل : وهو الشخص أو الجماعة أو الجمهور الذي توجه إليه الرسالة من المرسل بقصد مشاركتهم في الخبرة أو توصيل المعلومات والآراء إليهم أو تعديل سلوكهم أو إتجاهاتهم ولا يمكن أن تتم عملية الإتصال ما لم يتوافر وجود جمهور معين توجه إليه الرسالة.

الشكل رقم (I - 5): يوضح عناصر الإتصال



المصدر: غريب عبد السميع غريب، مرجع سبق ذكره ، ص18

ثالثا . مستويات الاتصال: أغلب العلماء يتفقون على وجود 3 مستويات للاتصال :¹

1/ الاتصال الذاتي: يحدث هذا النوع من الاتصال داخل الفرد ويلعب فيه الجهاز العصبي دور أساسي في نقل حسيلة الإدراك الذي يحدث عن طريق إحدى الحواس الخمسة إلى العقل الذي يختار مجموعة من المدركات ما يفضلها وهو الذي ينتج عنه القرار بالشروع في كل تصرفات الفرد.

2/ الاتصال بين الأشخاص: ويسمى بالاتصال المباشر أو الاتصال وجها لوجه مثلا للأشخاص الذين يمتنون التعليم، التجارة ، الطب، وكل الأنشطة اليومية التي تتم عبر الحوار وعبر الاتصال اللفظي.

¹ علي محمد شمو ، الإتصال الدولي وتكنولوجيا الحديثة ، الطبعة الأولى ، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية ، 2002، ص47-48.

3/الاتصال الجماهيري: هو ذلك الاتصال الذي يتم عادة من خلال وسيلة اتصال جماهيرية ويوجه إلى أعداد كبيرة من البشر تمتاز بالتنوع وبأنها مجهولة إلى حد كبير للقائم وموجودة في حيز جغرافي واسع يصعب معه التعرف على رجع الصدى أو الأثر الذي تتركه الرسالة على الجماهير ويتم الاتصال عبر وسائل عدة كالراديو والتلفزيون والصحف والكتب والمجلات وغيرها من الوسائل .

رابعاً . خصائص عملية الاتصال : هناك عدة خصائص يمتاز بها:¹

- إن الاتصال عملية لها صفة تلقائية ؛
- الاتصال ظاهرة اجتماعية عامة لها صفة الانتشار؛
- الاتصال عملة موضوعية وواقعية؛
- الاتصال عملية تحقق ترابط المجتمع؛
- الاتصال عملية لها صفة الجاذبية.

خامساً . خطوات الاتصال الفعال: يمكن إيجاز هذه الخطوات كما يلي:²

- 1- التحقق من جدوى الاتصال من خلال توضيح الهدف المتوخى؛
- 2- توسيع دائرة التفكير من خلال توسيع المعرفة؛
- 3- استماع بدقة واستيعاب الرسالة؛
- 4- كلما تم تعرف على المتصل بشكل أفضل كلما كان تقييم الرسالة بشكل أفضل؛
- 5- تصميم الرسالة بما يتناسب مع المستمعين؛
- 6- طرح الأسئلة والتأكد من الإجابة؛

¹هناك حافظ بدوي ، الإتصال بين النظرية والتطبيق، مصر ، المكتب الجامعي الحديث ، 2003 ، ص49.

²خضير كاظم محمود ، الإتصال في إدارة الأعمال، الطبعة الأولى ، عمان ، دار صفاء، 2010 ، ص49-50.

7- التمكن من الموضوع والتحدث بوضوح عنه؛

8- منح مستقبل الرسالة الانتباه والاهتمام وتجنب العبارات "إما و أو"؛

9- عدم المقاطعة في الحديث؛

10- طرح الأفكار في المكان والوقت المناسب؛

11- التأكد أن الاتصال وجها لوجه هو عملية مستمرة.

سادسا . الاتصال في المؤسسة : تعتبر عملية شيء مهم لا غنى عنه في المؤسسة وهذا للتواصل

بين أطراف المؤسسة بدءا من الإدارة العليا إلى الموظفين وذلك لتحقيق التكامل بين الأطراف .

1. مفهوم الاتصال داخل المؤسسة: تعددت تعريفات الاتصال في المؤسسة بسبب تعدد أبعادها

الداخلية والخارجية وتعدد المجالات داخل المؤسسة، ففي المجال الإداري يعرف الاتصال في

المؤسسة على أنه "تلك العملية التي تهدف إلى تدفق المعلومات اللازمة لاستمرار العملية الإدارية

عن طريق تجميعها ونقلها في مختلف الاتجاهات داخل الهيكل التنظيمي بحيث تيسر عملية

التواصل المطلوب بين مختلف المتعاملين"¹.

كما عرفه Francis Merlin على أنه المرحلة التي تتم بعد التحليل الداخلي والخارجي من أجل

تشكيل معطيات أساسية وفق إستراتيجية معينة تتبعها المؤسسة².

يتمثل الاتصال الداخلي للمؤسسة تغطية أكبر عدد من المعلومات على مستوى المؤسسة ونقاط القوة

والضعف وربطها بالمحيط الخارجي إذا كان هناك تواصل وترابط بين جميع أطراف المؤسسة³. أما

حسن حريم فيرى أن الاتصال في المؤسسة لا يقتصر على إرسال ونقل المعلومات من طرف إلى

¹فضيل دليو، اتصال المؤسسة، مرجع سابق، ص 28.

² Merlin Francis, **B2Bstratégie de communication**, paris , edition d'organisation , 2eme tirage, 2001

³Bruno Henret, Francois Boner, **Audit de la communication interne**, paris, les edition d'organisation, p65

آخر بل هو " عملية اجتماعية تبادلية تتضمن تقاسم الفهم والإدراك بين طرفي الاتصال والتأثير في سلوك الأفراد بقصد تحقيق أهداف المؤسسة "¹، كما يعرفه محمد المسعودي على انه "العملية التي يتم عن طريقها نقل المعلومات والتوجهات والأفكار من شخص إلى آخر أو من مجموعة إلى أخرى في الهيكل التنظيمي، و بها يتم إحداث التفاعل بين أفراد الهيئة ومساعدتهم على فهم أحداث و وجبات المؤسسة وإيجاد التعاون فيما بينهم".²

فمن خلال هذه التعريفات يمكن القول أن الاتصال في المؤسسة هو العملية التي يتم بموجبها نقل المعلومات والأفكار بين الأفراد في مختلف مستويات الهيكل التنظيمي في المؤسسة، بحيث يساهم في تحسين أداء الأعمال كما يساعد في توجيه نشاط العاملين نحو انجاز و تحقيق الأهداف المنشودة، كما أن له أهمية كبيرة في خلق الروح المعنوية بين العاملين وتحديد نشاطاتهم.

2. **اتجاهات الاتصال داخل المؤسسة:** تسير الاتصالات داخل المؤسسة وفقاً لثلاث اتجاهات رئيسية هي:

أ- الاتصال الصاعد : يكون اتجاه هذا الاتصال من أسفل إلى أعلى، أي من المرؤوسين إلى رؤسائهم أو من مستوى إداري أدنى إلى مستوى إداري أعلى في الهيكل التنظيمي، بحيث يهدف هذا النوع إلى معرفة مدى تقبل الأفكار من طرف العاملين، فهو يساعد رجل الإدارة في تفادي نشوء المشاكل ويساعد الأفراد العاملين على الإسهام بأفكار قيمة وزيادة ارتباطهم بأغراض وبرامج

¹ حسين حريم، مهارات الاتصال في عالم الاقتصاد وإدارة الأعمال، الطبعة الأولى، عمان - الأردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2010، ص 15.

² محمد احمد المسعودي، الاتصال التربوي، على الرابط التالي

www.manhal.net/articles.php?action=show&id=1604، (04/03/2012):

المؤسسة، إلا أن هذا الاتصال لا يلقى الدعم الكبير من الرؤساء.¹ ومن أهم وسائله : المقترحات، التقارير، الشكاوي، البلاغات، بعض أبواب الجريدة الداخلية للمؤسسة (بريد القراء مثلاً)، المقابلات الفردية والجماعية، الهيئات الممثلة للموظفين، الندوات²، لكن هذا النوع من الاتصال يواجه مجموعة من العقبات ومنها: عزلة الرؤساء، وطول خطوط الاتصال (أي بعد المسافات بين الإدارة العليا والمستويات التنظيمية الدنيا) وانتشار ظاهرة الخوف بين أوساط المرؤوسين.³

ب- الاتصال النازل: يعد من أكثر أنواع الاتصال شيوعاً، يكون اتجاهه من أعلى إلى أسفل، أي من الرؤساء أو القيادات المسؤولة إلى المرؤوسين، فيتدفق من قمة التنظيم إلى ادنى المستويات الإدارية في المؤسسة، كان يصدر الرؤساء قرارات أو تعليمات أو توجيهات⁴، و من وسائله : المراسيم، لوحة الإعلانات، خطب وزيارات المسؤولين، التقرير السنوي الداخلي والخارجي، الاجتماعات الرسمية، لافتات المؤسسة، الجريدة الداخلية للمؤسسة، بحيث تحمل اغلب هذه الوسائل أوامر تكون عادة مكتوبة تساهم في تقديم معلومات متعلقة بالطرق السليمة لأداء المهام بهدف ضمان التنفيذ الصحيح والمنمي للعمل⁵، ومن معوقات الاتصال : كثرة عدد المستويات الإدارية التي تمر بها الرسالة، والبعد الجغرافي بين المرسل والمستقبل أحياناً إضافة إلى الفروق في الدافعية بين المرسل (الرئيس) والمستقبل (المرؤوسين)⁶.

ت- الاتصال الأفقي (الجانبى) :يتم هذا الاتصال بين الإدارات والمستويات الاجتماعية أو السياسية أو الاقتصادية التي تقع في نفس المستوى، مثل الاتصال بين الوزراء، والاتصال بين مدراء

¹ هاني عبد المريد، اتجاهات و وسائل وأنواع الاتصالات، (04/01/2013)، على الرابط التالي : www.Kenanaonline.com/users/nesrs/ne3mah/posts/8453

² فضيل دليو، اتصال المؤسسة، مرجع سابق، ص 118.

⁴ هاني عبد المريد، اتجاهات و وسائل وأنواع الاتصالات، نفس المرجع السابق

⁵ فضيل دليو، اتصال المؤسسة، مرجع سابق، نفس الصفحة.

⁶ ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، مرجع سابق، نفس الصفحة.

المدارس، حيث يهدف إلى التنسيق بين الإدارات والأقسام لتحسين الإنتاجية والأداء¹، كما يساهم في تسهيل انتشار الآراء والأفكار المفيدة بين العاملين من نفس المستوى أو المهنة، ومزجهم في مجموعات مترابطة مهنية واجتماعيا، وغالبا ما يكون شفويا وبطريقة مباشرة، كما يتم في غالب الأحيان بتبادل الزيارات والاجتماعات واللقاءات والعلاقات الشخصية.²

ث- الاتصال المحوري : يعتبر قليل الاستعمال مقارنة بسابقه، حيث يستخدم لنقل المعلومات عبر نوعين من المسالك أي بين المستويات التنظيمية المختلفة، بهدف توفير الوقت والجهد وتقليل التكلفة.³

وفيما يأتي جدول توضيحي لفوائد وأغراض مستويات الاتصال الثلاثة النازلة والصاعدة والأفقية:

الجدول رقم (I - 1): أغراض الاتصال حسب اتجاهات الاتصال

اتجاه / مسار الاتصال	أغراض الاتصال
1. الاتصال النازل (من الرئيس إلى المرؤوسين)	1- توضيح وشرح رسالة المنظمة وأهدافها وسياساتها ... الخ 2- اطلاع العاملين على نشأة المنظمة وتطورها ومستقبلها؛ 3- اطلاع العاملين على العمليات والأعمال اليومية؛ 4- توضيح مبررات القرارات التي تتخذها الإدارة؛ 5- حل مشكلات المرؤوسين.
2. الاتصال الصاعد (من المرؤوسين إلى الرئيس)	1- التعبير على آراء المرؤوسين وشكاواهم ومشاكلهم؛ 2- تقديم الاقتراحات لتحسين العمل؛ 3- تأكيد قبول أهداف المنظمة وسياساتها وخططها؛ 4- اطلاع الإدارة على حاجات المرؤوسين وتطلعاتهم ورغباتهم؛

¹ عبد القادر قندوز، محمد الطيب الزاوي، مرجع سابق، ص 36.

² محمد احمد المسعودي، مرجع سابق.

³ إبراهيم بختي، 2004/2005، مرجع سابق، ص 9.

5- المشاركة في صنع القرارات؛ 6- طلب التوجيه والنصح والإرشاد؛ 7- توجيه الأسئلة والاستفسارات حول العمل.	
1- توثيق التعاون بين الوحدات المتشابهة وتشجيع التعاون بين الزملاء؛ 2- تحسين نوعية وفاعلية القرارات؛ 3- تنسيق الأعمال والنشاطات المختلفة؛ 4- حل المشكلات المشتركة بين الوحدات المختلفة.	3. الاتصال الأفقي (بين الأفراد من نفس المستوى)

المصدر: حسين حريم، مرجع سابق، ص32.

المطلب الثاني: تكنولوجيا الاتصال

من خلال هذا المطلب سنتطرق لتكنولوجيا الاتصال والدور الذي تلعبه في تحسين خدمة الاتصال بين الأفراد في مختلف أنحاء الأعمال من خلال الحصول على المعلومات اللازمة في الوقت المناسب عن طريق وسائط إلكترونية

أولاً . مفاهيم عامة حول التكنولوجيا والتقنية : تعد كلمة تكنولوجيا من المصطلحات الحديثة التي استخدمت بعد الثورة الصناعية، عندما بدأت الآلة تأخذ أهميتها ومكانتها البارزة في مجال الإنتاج الصناعي، ويرجع أصل كلمة تكنولوجيا إلى الكلمة اليونانية Technology والمركبة من مقطعين (Techno) وتعني "الفن" أو "الصناعة اليدوية" و (Logy) وتعني "علم أو نظرية"، والتي تعني في مجملها "علوم الفنون والمهن" ودراسة خصائص المادة التي تصنع منها الآلات والمعدات.¹

¹فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، الطبعة الأولى، الأردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010، ص 20.

اختلف الباحثون والمفكرون حول تحديد مفهوم موحد "لتكنولوجيا" بسبب اختلاف تخصصهم وتطور خصائص التكنولوجيا في حد ذاتها، لتتعدد تعريفاتها والتي نذكر منها :

-كما يعرفها محمود علم الدين على أنها "تطبيق المعرفة العلمية لتصميم، إنتاج واستخدام منتجات وخدمات توسع مقدرة الإنسان على تطوير البيئة الطبيعية الإنسانية والتحكم فيها".¹

ومن خلال التعريفين السابقين يمكن أن نعرف التكنولوجيا بأنها علم صناعة جميع الأدوات والتقنيات المتعلقة بمجال معين، والتي يحتاجها الفرد لتحسين مستوى معيشته كما تستخدمها المؤسسات لتحويل مدخلاتها إلى مخرجات وتطوير أدائها.

أما التقنية "فهو أسلوب خاص يستعمل للقيام بعملية واقعية في أحسن الظروف، بغرض صناعة شئ مادي أو العمل على تعديله ليتوافق مع وظيفته"²، حيث نلاحظ أن مفهوم التكنولوجيا يشمل التقنية التي تعتبر مكونا أساسيا وعنصر حيوي يضمن الحركية التطورية للتكنولوجيا.

ثانيا . مفاهيم عامة حول تكنولوجيا الاتصال: تعتبر تكنولوجيا الاتصال من المفاهيم الحديثة التي جاءت الثورة التي أحدثتها ثورة المعلومات وثورة الاتصال وثورة الآلات الإلكترونية

1 - مفهوم تكنولوجيا الاتصال: يشتمل مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال على نقل وتناول المعلومات من حيث إنتاجها وحيازتها وتخزينها ومعالجتها واسترجاعها وعرضها وتوزيعها بالطرق الآلية وبوساطة وسائط اتصال متفوقة والتكنولوجيا بشكل عام هي الاستخدام المفيد لمختلف مجالات المعرفة فتكنولوجيا الاتصال هي من أفضل الوسائط لتسهيل وصول المعلومات وتبادلها وجعلها متاحة لطالبيها بسرعة فاعلية وفائدة.

¹ نفس مرجع السابق، مرجع سابق، ص 21.

² سعيد علم، **تكنولوجيا المعلومات والاتصال : حافز أم عائق أمام تأهيل المنشآت العربية الصغيرة والمتوسطة ؟**، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، الجزائر، يومي 17 و18 افريل 2006، ص 702.

قبل التطرق إلى تعريف تكنولوجيا الاتصال، نبدأ بتحديد مفهوم ثورة تكنولوجيا الاتصال، والتي تعبر عن تلك التطورات التكنولوجية في مجالات الاتصالات التي حدثت في الربع الأخير من القرن العشرين، والتي شملت بدورها المجالات التالية:¹

أ- ثورة المعلومات: أو الانفجار المعرفي الضخم الذي تشهده البشرية، والمتمثل في الكم الكبير من المعلومات التي تضاف إلى المعرفة البشرية سنوياً.

ب- ثورة وسائل الاتصال: والمتمثلة في تكنولوجيا الاتصال الحديثة بدأت بالاتصالات السلكية واللاسلكية مروراً بالتلفزيون وانتهت بالأقمار الصناعية والألياف الضوئية.

ت- ثورة الحاسبات الالكترونية: التي انتشر استخدامها في مختلف مجالات الحياة وامتزجت بكل وسائل الاتصال الأخرى.

حيث يمكن تعريف تكنولوجيا الاتصال على أنها "الأدوات والأوعية والأساليب والوسائل والتجهيزات المتطورة التي يتم توظيفها بغرض نقل المعلومات والبيانات من المرسل إلى المستقبل في أقل فترة زمنية وبأقل تكلفة وبدقة أكثر".² وهناك من يعرفها بأنها "مختلف أدوات و وسائل الاتصالات التي تربط بين الأقسام المختلفة للأجهزة، وتساهم في نقل البيانات من مكان إلى آخر".³

فمن خلال التعريفات السابقة نستنتج أن تكنولوجيا الاتصال هي مختلف الأدوات والوسائل والتجهيزات التي تعمل على نقل المعلومات والبيانات من مكان إلى آخر باختلاف أشكالها في أسرع وقت وبأقل تكلفة ، مما يساعد الأفراد والعاملين في المؤسسات على تبادل الآراء والمعلومات

¹ غريب سيد احمد وآخرون، علم اجتماع الاتصال والإعلام، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2004، ص ص 237-238.

² محمد بن علي المانع، تقنيات الاتصال ودورها في تحسين الأداء، مذكرة ماجستير غير المنشورة، كلية الدراسات العليا- جامعة الرياض، السعودية، 2006، ص 47.

³ عامر إبراهيم قندلجي، مرجع سبق ذكره، ص 32.

والمعارف بسهولة، وبالتالي زيادة انسيابيتها بين مختلف مستويات المؤسسة مما يخدم و يساهم في تطوير أداء تلك المؤسسات.

2 - أنواع تكنولوجيا الاتصال : من بين أهم أنواع تكنولوجيا الاتصال المستخدمة في نقل المعلومات نذكر ما يلي :

أ- **البث المباشر:** هو نظام يعمل على استقبال البرامج التلفزيونية و الإذاعة أو الراديو مباشرة من القمر الصناعي بواسطة محطات أرضية صغيرة قليلة التكاليف¹ كما يعتبر راديو من رسائل البث الرقمي و هو التقنية المستخدمة من قبل خدمات الاستدعاء.² بل هو نظام يقوم بدعم نظام معلومات السائق المحمول. لأن الإذاعة هي الرسائل تقنيا بسيطة نسبيا، ويتم استخدامه هنا لإدخال الجانب التقنية لأنظمة الاتصالات الرقمية بشكل عام، لنشاهد البرامج عبر جهاز التلفزيون العادي، وبالتالي التغلب على العوائق الجغرافية و تفادي كل المشكلات التي قد تعوق الإرسال.

ب- **الهاتف وخطوطه :** يعتبر الهاتف من أهم وسائل الاتصال الصوتي وأكثرها انتشار رغم مرور أكثر من مئة عام على اختراعه، فلا يمكن أن نجد اليوم بيتا أو مؤسسة لا تمتلك خطا هاتفيا فهو ليس مجرد وسيلة للتواصل بين الأفراد والمؤسسات فقط، بل يعتبر وسيلة مهمة لنقل المعلومات عبر المسافات البعيدة والقريبة، وأداة هامة تلعب دورها في الإنتاجية والتسويق وإيصال الخدمات إلى الأفراد والمؤسسات.³

¹ غريب سيد احمد وآخرون، مرجع سابق، ص 239.

² Geoffrey Underwood, Jean D.M. underwood, Hengeveld willem, Information technology on the move, wiley publishers 1807, p137

³ ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباس، مرجع سابق، ص 113.

تطور هذا الجهاز من حيث حجمه و مزاياه وإمكانياته، حيث ادخل تاليه الوسائل الالكترونية والليزرية المتطورة لتسهيل عملية نقل المعلومات، لتظهر ابتكارات متطورة في صناعة الاتصالات الهاتفية مثل الهاتف الصوري photophone أو الهاتف الفيديو vidéophone الذي يعمل على نقل الصورة والصوت بسرعة 9600 bit في الثانية، كما انه مزود بذاكرة تؤهله لخرن الصورة واسترجاعها عند الحاجة أو طبعها على الورق.¹ ومع تطور تكنولوجيا الاتصال أخذت الاتصالات الهاتفية تتحول إلى النظام الرقمي الذي يعمل عن طريق ترجمة موجات البث الالكتروني إلى جزيئات تفصل بينها مسافات، وهي اصغر الجزيئات في معالجة البيانات، بحيث يعتبر النظام الرقمي أكثر دقة وفاعلية ومناسبا لكل أنواع الاتصالات وأكثر ملائمة للاتصال مع الحواسيب.²

ت- **الفيدويوتكس:** أي النص المرئي ، وهو نظام الكتروني مصمم لتوصيل المعلومات والبيانات والرسومات وغيرها إلى المكاتب والمنازل بتكاليف قليلة نسبيا³، بحيث يسمح لمن يستخدمه بإرسال واستقبال بيانات من أجهزة الكمبيوتر أو من مستخدمين آخرين للفيديو تكس بواسطة نهاية طرفية قادرة على عرض النصوص والصور.⁴ يعتمد نظام الفيديو تكس على استخدام جهاز تلفزيون عادي وجهاز هاتف، ولوحة مفاتيح مبسطة وجهاز محلل الرموز Secoder خاص متصل بجهاز التلفزيون، وللاتصال بشبكة المعلومات المركزية يتصل المستخدم برقم الهاتف الخاص بالشبكة ثم يضع السماعة على جهاز سمعي يسمى Modem. وعند إتمام الاتصال بنجاح تظهر على شاشة التلفزيون صفحة يختار على أساسها المستخدم المعلومات المطلوبة بالضغط على أزرار لوحة المفاتيح الخاصة بذلك،

¹ صباح محمد كلو، مرجع سابق، ص 68.

² رجي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباس، مرجع سابق، ص 115-116.

³ صباح محمد كلو، مرجع سابق ، ص 69.

⁴ غريب سيد احمد واخرون، مرجع سابق، ص ص 239-240.

حيث يستخدم الفيديو تكس لخدمات المعلومات البسيطة مثل موجز الأخبار المحلية أو العالمية، كما يستخدم لإغراض التزود واقتناء الوثائق ونشاطات معالجة المعلومات.

ث- **الفاكس (الناسخ الهاتفي):** الفاكس أو الفاكسميلي وهو جهاز يعمل على بث ونقل الرسائل والنصوص والصور عبر خطوط الهاتف العادي، فيسمح بنقل الوثائق باللغة الطبيعية موقعة من أصحابها والوثائق المكتوبة خطياً¹، حيث يتطلب إرسال وثيقة أو رسالة بالفاكس مجرد وضعها في الجهاز، ثم يدير المرسل رقم هاتف جهاز فاكس المرسل إليه، وبمجرد أن يفتح الخط أو يتم الاتصال تتحرك الأداة الفاحصة الالكترونية في جهاز الإرسال و تحول الرسالة إلى مجموعة من الإشارات الكهربائية الرقمية، وتنتقل عبر خط الهاتف ليعيد جهاز فاكس المرسل إليه ترجمة تلك الإشارات الكهربائية الرقمية إلى صورة من الوثيقة الأصلية، وبذلك يساهم جهاز الفاكس في توفير الوقت والجهد وزيادة فعالية الاتصالات، حيث يلعب دوراً هاماً في نقل المعلومات وتبادلها، ويمكن تبين أهم خصائص هذا الجهاز فيما يلي :

-أجهزة الفاكس سهلة الاستخدام، لا تحتاج إلى فني متخصص؛

-قلة تكلفته فيمكن للأفراد اقتنائه؛

-لا يحتاج متطلبات كثيرة، فخطوط الهاتف متوفرة في كل مكان؛

-مناسب كثيراً لنقل الوثائق والرسائل المالية والقانونية وكافة المطبوعات؛

-يمتاز بالدقة والسرعة.

ج- **الأقمار الصناعية:** مما لا شك فيه أن الفضاء متمثلاً في الأقمار الصناعية يحمل وعوداً متطورة في المعلومات والوثائق، حيث تقدم الأقمار الصناعية خدماتها لتكوينها محطات تحويل فضائية لبث

¹صباح محمد كلو، مرجع سابق، ص 69- 71.

إشارات ترسل بواسطة محطات أرضية، تعمل على ربط شبكات الاتصالات الرقمية من خلال شبكات الهاتف، فتمتاز الاتصالات الفضائية عبر الأقمار الصناعية بفاعليتها وعدم تأثرها بالظروف المحيطة ويقدم هذا النوع من الاتصالات فائدتين هامتين هما:

- إمكانية البث المتوقف، بحيث تستطيع كل محطة من الشبكة أن ترتبط مع كل المحطات الأخرى في نفس الوقت.

- إمكانية وصولها إلى أماكن بعيدة ودعمها اللامركزية في أساليب جمع وتوزيع الرسائل، كما تستخدم الأقمار الصناعية في العديد من الأنشطة مثل نقل الصوت والصور والبيانات والوثائق والمؤتمرات البعيدة والأرصاد الجوية والبث التلفزيوني... الخ. فتستطيع التعامل مع أكبر قدر ممكن من البيانات التي تنقلها الحواسيب.¹

ح- **تكنولوجيا الألياف الضوئية:** تعتبر الألياف الضوئية إحدى الوسائط الحديثة التي تساعد على تقديم مجال من الاتصالات، فالألياف الضوئية عبارة عن قوائم زجاجية رقيقة للغاية تشبه خطوط العنكبوت وتسمح بمرور أشعة الليزر حولها، ويمكن أن يحل هذا الضوء محل الإشارات الإلكترونية حيث تقدر سرعة الاتصالات الإلكترونية بحوالي 300000 كيلومتر في الدقيقة مقارنة بالضوء² كما تتمتع هذه الشعيرات الزجاجية بكفاءة عالية للغاية في الاتصالات، فإمكان زوج من هذه الشعيرات حوالي ألف محادثة تلفونية، كما تعد سهلة الاستخدام والتهيئة وأكثر مرونة من وسائل الاتصال الأخرى، وتوفر حماية أكبر عند التشغيل وتعمل الألياف الضوئية على ترددات عالية للغاية تمكنها من تحميل كميات ضخمة جدا من المعلومات .

¹ ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباس، مرجع سابق، ص ص 115 - 121.

² Christian Baylon ,Xavier Mignot, **la communication**, 2eme edition _nathan,1999, p381

وتستخدم الألياف الضوئية في الاتصالات الهاتفية من خلال مد كابلات هذه الألياف في خطوط تحت الأرض، وتتيح حلولاً لكثير من المشكلات الناجمة عند استخدام الاتصال السلكي والكابلات المركزي والميكروويف، كونها غير معرضة للتشويش وتوفير قدر من أمان عند استخدامها.

خ- **الاتصالات الرقمية**: تستخدم للإشارات كالصوت والصور والإشارات الرقمية في حد ذاتها مثل الملفات النصية¹ وتقدم البيانات المقروءة والمسموعة والمرئية في شكل سلسلة من الإشارات التماثلية **Analog Signal**، حيث تختلف تلك الإشارات التماثلية باختلاف الإشارات الأصلية وخلال عقد الثمانينات ظهرت تلك الإشارات التماثلية في صور إشارات رقمية **Digital Signal**، فيمكن استخدام الاتصالات الرقمية في نقل بيانات الحاسبات والصور عبر الهاتف، وإرسال الراديو والتلفزيون بقدر عال من الدقة والجودة، فيتيح استخدام نظام الاتصال الرقمي العديد من المزايا والمتمثلة فيما يلي :

- المرونة: حيث تخضع النظم الرقمية عادة للتحكم من جانب الحاسب الإلكتروني مما يسمح بتحقيق قدر عال من جودة الاستخدام.

- النشاط والقوة : الذي يجعل الاتصال مصاناً كوحدة متكاملة عالية الجودة ويساهم في نقل المعلومات إلى مسافات بعيدة من خلال استخدام وصلات الألياف الضوئية التي تحافظ على قوة الاتصال من البداية إلى النهاية على عكس الاتصال التماثلي الذي يضعف كلما طالت المسافة التي يقطعها.

- قدر عال من الذكاء: حيث يمكن أن يصمم النظام الرقمي لكي يراقب تغير أوضاع القناة بصفة مستمرة ويصحح من مسارها، فيتضح ذكاء الشبكة من خلال تحقيق التوافق الصوتي والتناغم بين الأصوات والتحكم في الصدى.

¹Edward A David G messerschmitt, **Digital communication**, second edition Kluwer academic publishers, Boston ,london 1994, p2

- الشمول: حيث يساهم في نقل البيانات بمختلف أشكالها، نصوص، أصوات، صور، رسوم...الخ بقدر عال من الدقة.

- قدر عال من تأمين الاتصال : حيث كان يستخدم لأغراض عسكرية، ونقل البيانات السرية للحكومات والنقل الالكتروني للبيانات، ونقل المعلومات الحساسة التي تتسم بدرجة عالية من السرية، حيث تتسم الشبكة الرقمية من التشويش أو التداخل بين الموجات في كل مرحلة من مراحلها.

الانترنت : إن مصطلح الانترنت من المصطلحات الشائعة الاستخدام حيث هي عبارة عن شبكة ضخمة تتكون بعدد كبير من الشبكات المرتبطة ببعضها البعض¹ تساهم انتشار الحاسوب وتعدد استخداماته في الحياة إلى التعامل الواسع مع الشبكات الانترنت، التي تعتبر من أهم وأكبر شبكات المعلومات في العالم، حيث تقوم بتوصيل ما يقارب من عشرة ملايين كمبيوتر في أكثر من مئة دول حول العالم وتعود ملكية هذه الأجهزة إلى الشركات والجامعات والدوائر الحكومية وكثير من الأفراد المتحمسين الذين لديهم حواسيب مختلفة الأنواع والأحجام موصولة بالشبكة² و المنتشرة في كل أرجاء العالم، حيث بات وجودها ضروريا لتحقيق عدة أهداف إستراتيجية، تسويقية، تنظيمية، ومعرفية.

د-التلفزيون والبث الفضائي: لقد كان لتكنولوجيا الاتصال تأثير كبير على تطور البث التلفزيوني وتوسيع طاقات الكابل التي تنقل الذبذبات بصورة مرئية من خلال أشعة الليزر، وأصبح البث الفضائي المباشر السمة المميزة فهو يعني نقل صورة الحدث في لحظة وقوعه إلى المتلقي مباشرة على الهواء³

¹ شريف درويش اللبان ، تكنولوجيا الإتصال ، المخاطر والتحديات والتأثيرات الإجتماعية ، الطبعة الأولى، مصر ، الدرا المصرية اللبنانية

، 2000، ص103

² سامية محمد جابر ، نعمات أحمد عثمان ، الإتصال والإعلام ، مصر ، دار المعرفة الجامعية ، 2003، ص110

³ عبد الملك الدنانى ، تطوير تكنولوجيا المعلومات ، المكتب الجامعي الحديث ، 2005، ص26

- التلفزيون التفاعلي¹: هو التلفزيون الذي يعمل على نقل المعلومة في اتجاهين بحيث يكون بإمكان المشاهد التفاعل مع مصدر البث والمشاركة في برامج الإبداع الفكري والتسلية....الخ، حيث يمثل جهاز تلفزيون متعدد الوسائط يقوم بعدة وظائف فهو كمبيوتر وهاتف وفاكس وفيديو.

كما أصبح التلفزيون نوعا مهما من تكنولوجيا المعلومات لثلاث أسباب:²

1- لوحظ أن استخدام تكنولوجيا المعلومات لجعل القاعدة التركيبية لأجهزة التلفزيون كبيرة

2- تتقدم تكنولوجيا التلفزيون بصورة كبيرة وبسرعة حيث ظهرت HD TV

« high definition TV » في معظم الدول وتستخدم تكنولوجيا رقمية لإظهار الصوت والصورة في شاشات التلفزيون

3- يؤدي استخدام التكنولوجيا الرقمية في HD TV إلى جعل التمييز بين التلفزيونات والحاسوب الشخصي صعبا وأيضا تصبح الاستخدامات أكثر لمحتويات تكنولوجيا المعلومات.

المطلب الثالث: شبكات الاتصال المعلوماتية

تعد الشبكات من أهم الاكتشافات التي واكبت التطور التكنولوجي حيث تعتبر الشبكة من أهم مرتكزات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

أولا . الشبكة المعلوماتية: انتشر الحاسوب في مختلف المجالات بغرض تحسين العمل وزيادة كفاءته، ومع تطور هذا الانتشار من جانب والتطور السريع في حاجة الأفراد والمؤسسات إلى المعلومات من جانب آخر، ازدادت الحاجة إلى تطوير عملية نقل تلك المعلومات بين الوحدات المكونة لأي مؤسسة أو بين المؤسسات بعضها البعض، حيث كان هذا النقل خلال الخمسينيات

¹ سعيد علم، مرجع سابق، ص 703.

² علاء عبد الرزاق السالمي ، تكنولوجيا المعلومات ، الأردن ، الطبعة الثانية ، دار المناهج ، ص 20-21

والستينيات يتم بواسطة الأشرطة المغنطة ثم تطور لتظهر شبكات الاتصال سواء كانت هاتفية أو شبكات بيانات خاصة باتصالات الحاسبات.¹

يمكن تعريف شبكة الحاسوب أو الكمبيوتر "Computer Network" على أنها أي ترتيب يمكن من خلاله قيام مرسل بإرسال أو بث رسالة إلي متسلم عبر قناة تتألف من نوع من أنواع الوسيلة² كما تعرف بأنها "مجموعة من الحاسبات تنظم معا وترتبط بخطوط اتصال بحيث يمكن لمستخدمين المشاركة في الموارد المتاحة ونقل وتبادل المعلومات فيما بينهم".³

حيث يمكن القول أن شبكة الكمبيوتر هي مجموعة من أجهزة الكمبيوتر المرتبطة مع بعضها البعض بواسطة وسائل اتصال سلكية و لاسلكية وبواسطة برامج تحقق انسياب وتدفق وتبادل البيانات وتحقق مشاركة المعلومات والموارد كالطابعات مثلاً، وبالتالي فهي تتميز بمجموعة من الخصائص والتي نذكر منها مايلي:⁴

1. مشاركة المعلومات : قبل ظهور الشبكات كان تبادل المعلومات بين الحواسيب يتم بواسطة الأقراص المرنة، إلا أنها كانت محدودة السعة و درجة اعتمادها ضعيفة، ومع ظهور الشبكات أصبح تبادل المعلومات يتم بصورة سريعة ودرجة اعتماد عالية، كما تجاورت إشكالية محدودة التخزين، مما سهل عملية نقل وتبادل المعلومات بصورها المختلفة.

2. مشاركة الموارد: فبدلاً من اقتناء طابعة لكل مستخدم يمكن استخدام طابعة واحدة وربطها بالشبكة، فيتم استعمالها بصورة مشتركة.

¹ علاء عبد الرزاق السالمي، حسين علاء عبد الرزاق السالمي، شبكات الإدارة الإلكترونية، الاردن، دار وائل للنشر، 2005، ص 21.
² بشير عباس العلاق، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقاله، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، ص 13.

³ علاء عبد الرزاق السالمي، حسين عبد الرزاق السالمي، مرجع سابق، ص 22.

⁴ خالد بن عبد الله القانفي، امن وتشفير المعلومات وحماية الشبكات، مؤتمر تقنية المعلومات والأمن الوطني، الرياض، 21 - 24 ذو القعدة 1428، المجلد الثالث، ص ص 1508 - 1509.

3. مشاركة البرامج: من خلال تخزين نسخة عن البرنامج المراد استخدامها على جهاز مركزي (خادم الشبكة) وبالتالي إتاحة تشغيل هذه البرامج بالمشاركة بواسطة الشبكة مما يقلل تكلفة هذه البرمجيات.

4. الاتصال: تتيح الشبكات للمستخدمين إمكانية الاتصال وتبادل الرسائل بسهولة وكفاءة عالية وهي ذات أهمية كبيرة في حالة مجموعة عمل تعمل في مشروع واحد، أو القيام بمؤتمرات في مناطق مختلفة.

وتزايد الاهتمام بالشبكات المعلوماتية في الآونة الأخيرة، بسبب أهميتها الكبيرة في تخطي العديد من العقبات التي تعيق تطور مجال الاتصالات والمعلومات وقدرتها على إشباع حاجة المؤسسة من المعلومات سواء من حيث الكم و الكيف أو السرعة في الحصول على المعلومة.

ويرجع كذلك هذا الاهتمام المتزايد إلى الأهداف التي تسعى هذه الشبكات إلى تحقيقها وهي:¹

- تسهيل الوصول إلى مصادر المعلومات والإفادة منها بأقل وقت وجهد ممكن؛
- تقديم خدمات اتصال أفضل من خلال خدمة اكبر عدد ممكن من المستخدمين وتقديم خدمات اتصال متعددة؛

- الاستفادة القصوى من تكنولوجيا الاتصالات المتاحة حالياً؛

- زيادة الإنتاجية وفاعلية وسائل وقنوات الاتصال والعاملين فيها.

ثانياً: أصناف الشبكات: يمكن تقسيم شبكات المعلوماتية إلى عدة أقسام، وفقاً للمعيار المستخدم في تصنيفها، فيمكن تصنيفها وفقاً للتوزيع الجغرافي إلى شبكات محلية وشبكات واسعة و شبكات المدنية، كما يمكن تصنيفها وفقاً لتركيبها البنيوي أو أشكالها.

¹ ربحي مصطفى عليان، عدنان محمد الطوباسي، مرجع سابق، ص 78.

1. أصناف شبكات الاتصال المعلوماتية وفقا لتركيبها البنيوي: تعددت أنواع الشبكات واتخذت

أشكالا ومميزات مختلفة أهمها :

أ - الشبكة الخطية : والتي تستخدم خط اتصال واحد لنقل البيانات¹ وربط مجموعة من الحواسيب

مع بعضها البعض، حيث لا تحتوي على حاسوب مركزي.

ب - الشبكة الحلقية : لا تعتمد هذه الشبكة على حاسوب مركزي، بل تستخدم لربط مجموعة من

الحواسيب مع بعضها على شكل دائري أو حلقي، حيث يستخدم هذا النوع من الشبكات في

المؤسسات التي لا تحتاج إلي تحكم مركزي بأنشطة العمليات التي تتم في فروعها وأقسامها، حيث

تساهم هذه الشبكة في تقليل التكلفة لتوفرها على خط اتصال واحد كما أنها غير محدودة بمساحة

جغرافية.

ج - الشبكة النجمة : تتشكل الشبكة النجمة من أجهزة مرتبطة بموزع شبكي Hub، حيث تتخذ

شكل نجمة يكون الحاسوب الرئيس (المركزي) كنظام تحكم يتم من خلاله السيطرة على كافة أنواع

الاتصالات بين الأجهزة المتصلة بالشبكة، فلا يمكن نقل المعلومات إلا من خلاله.²

3. أصناف شبكات الاتصال المعلوماتية وفقا للتوزيع الجغرافي : وفقا لمعيار التوزيع

الجغرافي، يمكن تصنيف شبكات الاتصال المعلوماتية إلي ثلاث أنماط أساسية ومهمة في

تطبيقات الأعمال هي:

¹ Bettaz Mohamed et Mackenzie Lewis, **la communication dans les Réseaux D ordinateurs principes et exigences**, Office des publication universitaires, Alger, 1993, p121.

² سعد غالب ياسين، أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، مرجع سبق ذكره، ص 166 - 168.

(أ) - الشبكة المحلية (Local Area Network – LAN): الشبكة المحلية هي شبكة تعمل على ربط نظام الكمبيوتر PCS وأجهزة أخرى في مجال جغرافي محدود، لتغطية بناية أو مجموعة من البيانات المتقابلة في مجال واحد¹، كما أن لهذا النوع من الشبكات قنوات اتصالات خاصة بها، بحيث تستخدم شبكات (LANS) مجموعة متنوعة من وسائط الاتصالات مثل الهاتف الأرضي الاعتيادي، كل أنواع الأسلاك وحتى الأجهزة اللاسلكية، حيث تمتاز بالسرعة العالية في نقل المعلومات التي تصل إلى 1000 مليون بت في الثانية²، كما تستخدم بصورة واسعة في المؤسسات الصغيرة أو أقسام المؤسسات الكبيرة، وتساهم في تحقيق العمل الجماعي بكفاءة وفعالية، إلا أنها تغطي مساحة جغرافية صغيرة نوعاً ما.

(ب) - الشبكة المدنية (Wide Area Network – WAN): تعتبر شبكة المدنية شكلاً موسعاً لشبكة المنطقة المحلية بحيث تستخدم نفس التكنولوجيا إلا أن مجالها الجغرافي يمتد ليشمل مدنية أو عدة مدن صغيرة³، كما أنها أسرع من الشبكات الأخرى وأقل ثمناً بسبب الحيز الجغرافي المحدود الذي تغطيه.

(ج) - الشبكة الواسعة (Wide Area Network – WAN): الشبكة الواسعة هي شبكة حاسبات لتبادل المعلومات ممتدة إلى مناطق جغرافية واسعة تبدأ من مئات الأميال إلى القارات⁴، وتتألف من شبكات المنطقة المحلية المترابطة معاً لتكون شبكة اتصالات واسعة النطاق، حيث يستخدم هذا النوع من الشبكات خطوط الهاتف المتاحة من قبل شركات الاتصالات المحلية والاتصالات عبر الأقمار الصناعية، وتستخدم هذه الشبكات من طرف المؤسسات الكبيرة لبث وتسليم المعلومات

¹Mohamed Bettaz et Lewis Mackenzie, op.cit, p83

²مزهري شعبان العاني، شوقي ناجي جواد، العملية الإدارية و تكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، الأردن ، دار إثراء للنشر والتوزيع ، 2008، ص 201

³سعد غالب ياسين، تحليل وتصميم نظم المعلومات، مرجع سبق ذكره، ص 256-258.

⁴سعد غالب ياسين، أساسيات نظم المعلومات الإدارية و تكنولوجيا المعلومات، مرجع سابق، ص 168

ما بين عملائها ومورديها والعاملين فيها، والشركات التي تنقل وتسلم المعلومات عبر البلدان وعبر العالم.¹

ثالثا . شبكات الاتصال الخاصة: لقد تعددت معايير التي على أساسها تصنف الشبكات حيث يمكن تقسيمها كما يلي :

1. شبكة الانترنت: تعتبر الانترنت من الوسائل الحديثة للاتصال الراسي والأفقي، فهي شبكة خاصة بالمؤسسة تستخدم فيها تكنولوجيا الانترنت (مثل الروابط المتعددة النصوص والبريد الالكتروني و محركات البحث)، ولكن ضمن حلقة محدودة تضم الأعضاء من نفس المؤسسة² حيث يتم تصميمها لتلبية احتياجات العاملين من المعلومات الداخلية، وتبادل البيانات والمعلومات عن عمليات وأنشطة المؤسسة، كما يتم تنفيذها في مقر الشركة أو في فروعها ووحدات أعمالها الإستراتيجية، كما لا يستطيع الأشخاص غير العاملين في المؤسسة الدخول إلي مواقع الشبكة وربما تسمح الإدارة لبعض الأشخاص غير العاملين بالاستفادة من موارد شبكة الانترنت، مثل الموردين أو الزبائن الكبار، فتكون فيها المعلومات محمية باستخدام نظم الحماية والسيطرة وتقنيات الرقابة على المعلومات مما يمكن الشركة من حماية مواردها وضمان الاستخدام الشرعي لها³، حيث تستخدم شبكة الانترنت غالبا المؤسسات لربط المجالات الرئيسية لأنشطة الأعمال⁴ . كما بإمكان المؤسسة إنشاء موقع شبكية الانترنت (Intranet Websites) على شبكة العنكبوت الدولي الداخلية، فاعلم المؤسسات اليوم تمتلك شبكات انترانت داخلية، يستطيع العاملون فيها من خلال موقع الشبكة (web) .

¹ بشير عباس العلق، مرجع سابق، ص 18

² سعيد علم، مرجع سابق، ص 703

³ بشير عباس العلق، مرجع سابق، ص 20،

⁴ سعد غالب ياسين، مرجع سابق، ص 169

ويمكن تعريف الانترنت أيضا على أنها شبكة معلوماتية خاصة بالمؤسسة أو المنظمة بصفة عامة والتي تستعمل أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي نستخدمها في الانترنت ولكن بصفة خاصة بالمنظمة¹ أن يتصفحوا محتويات هذه الشبكة والإبحار في مختلف الصفحات والتواصل مع الزملاء ببعث الرسائل و المحاورة، كما تمكنهم من الوصول السهل لأهم وحدث المعلومات حول مجالات عملهم²، حيث تستخدم الانترنت تكنولوجيا الانترنت، ويمكن تلخيص أهم الفروق بين الانترنت والانترنت فيمايلي :

الجدول (I-2): أهم الفروقات بين الانترنت والانترنت

الفروقات	الانترنت	الانترنت
1- الملكية:	- غير مملوك لأحد.	- هو ملك المؤسسة التي تستضيفه.
2- الوصول:	- أي شخص يمكنه الوصول إليه.	- وصول الأشخاص المسموح لهم فقط.
3- المحتوى:	- يحتوي على مواضيع ومعلومات مختلفة ومتعددة.	- يحتوي على مواضيع ومعلومات خاصة بالمؤسسة.

المصدر: إبراهيم بختي، 2005، مرجع سابق، ص36.

مما سبق يمكن القول أن الانترنت هي شبكة داخلية ذات كفاءة عالية، تساهم في تفعيل أداء العاملين داخل المنشأة، كما توفر الكثير من المزايا والمنافع والتي يمكن حصرها في المزايا الأساسية :

- تخفيض التكاليف : يعمل الجهاز الخادم (Server) الانترنت على تقليل الحاجة إلى نسخ كثيرة للبرامج كون موقع شبكة الانترنت وبنية الانترنت متطابقتين، حيث تساهم هذه البنية في خدمة

¹ **Le petit TICtionnaire** , Glossaire technopédagogique, cegep de saint félicien , première édition février 2008, P11

² بشير عباس العلق، مرجع سابق، ص ص20-21

تنزيل الملفات والتطبيقات بسهولة، كما تمتاز بعدم توفرها على قاعدة بيانات مشتركة فصول العاملين إلى البيانات يكون تبعا لصلاحيه الممنوحة له ، كما أنها تساعد المؤسسة على الاستغناء عن الكثير من المطبوعات والنماذج الورقية لتقدم للمستخدمين عدة حلول الكترونية مثل : دليل الهاتف وطلبات الصيانة والخدمات الإدارية المتعددة، كما تسمح في اعتماد أجهزة متواضعة الإمكانيات للموظفين.

- توفير الوقت : يساهم استخدام الانترنت في تقليل الوقت الضائع بين عناصر الشركة، كما تشكل وسيلة ضمان لدقة سير الاتصالات وعدم تكرارها كون عملية تبادل المعلومات والخدمات الإدارية تتم وفقا لنماذج معيارية متفق عليها، كما تتم عملية إرسالها عن طريق النظام البريدي الداخلي إلا بعد استقاء جميع المعلومات المطلوبة، ليتم حفظها أليا في الجهاز الخادم فتظهر لدى الطرف الثاني بعد وقت قصير جدا.¹

- الاستقلالية والمرونة : حيث تربط الانترنت بين أجهزة كمبيوتر من منظومات تقنية مختلفة مثل IBM و Apple والحاسوب الشخصي حالها في ذلك حال كل الشبكات، غير أن النفاذ إلى مصادر المعلومات عن طريق تطبيق واحد هو المستعرض (Browser) ومن منصات عمل مختلفة تمكن المستخدمين من الولوج إلى مكونات الجهاز الخادم بغض النظر عن منصة عملهم.

- تسخير خدمات الانترنت: حيث توفر نفس خدمات الانترنت مثل البريد الالكتروني، وخدمة الحوار في الوقت الحقيقي وتقنية الملفات الالكترونية النقالة، وخدمة نقل الأخبار... الخ .

وتجدر الإشارة أخيرا إلي أن شبكة الانترنت تلعب دور كبيرا في تسهيل عملية تبادل المعلومات داخل المؤسسة، حيث تمثل الخيار الأهم والأكثر اقتصادية بالنسبة لتلك المؤسسات، إلا

¹ إبراهيم بختي، 2005/2004، مرجع سابق

انه يغيب فيه علاقة المؤسسة بالأطراف والبيئة الخارجية، فالمؤسسة عبارة عن نظام مفتوح لا يمكن عزله عن المحيط الخارجي ولا يمكن إلغاء تأثير بالعناصر الخارجية كالموردين الزبائن و المؤسسات الأخرى على أداء وقرارات المؤسسة، وهذا ما خلق الحاجة إلي شبكة اشمل أو أوسع تساعد على تبادل المعلومات داخل وخارج المؤسسة.

2. شبكة الاكسترنات: على عكس الانترنت التي تعمل على تزويد العاملين داخل المنظمة باحتياجاتهم من المعلومات، فان شبكة الاكسترنات تعمل على تلبية احتياجات المستفيدين من خارج المنظمة من موردين وعملاء وحملة الأسهم...الخ، فهي تشكل شبكة المؤسسة الخاصة التي تصمم بغرض تلبية حاجات الناس من المعلومات ومتطلبات المؤسسات الأخرى الموجودة في بيئة الأعمال.¹ ويمكن القول أن شبكة الاكسترنات هي عبارة عن شبكة تربط بين شبكات الانترنت الخاصة بالشركات والزبائن ومراكز البحث الذين تجمعهم أعمال مشتركة، فهي تؤمن أهم عملية تبادل المعلومات والمشاركة فيها من جهة مع الحفاظ على خصوصية الانترنت لكل شركة من جهة أخرى²، كما تستخدم هذا الشبكة تقنيات الحماية، حيث يتطلب الدخول إليها كلمة المرور (password) وذلك لأنها غير موجودة للجمهور العام مثل الانترنت، فمن الناحية العملية تحدد المؤسسة التي تمتلك شبكة الاكسترنات والأطراف المسموح لهم بالدخول إلي الشبكة ونوع الدخول المسموح، كما تستند شبكة الاكسترنات علي نفس تقنيات الانترنت، غير أنها موجودة لأطراف في البيئة الخارجية ضمن نطاق تحدده المؤسسة.³ ويتم بناء تطبيقات الانترنت في مجالات عديدة منها:

¹ بشير عباس العلاق، مرجع سابق، ص 22

² علاء عبد الرزاق السالمي، حسين علاء عبد الرزاق السالمي، مرجع سابق، ص 40

³ سعد غالب ياسين، الإدارة الالكترونية وأفاق تطبيقاتها العربية، مرجع سبق ذكره، 2005، ص 73

- شبكات البنوك والتعاملات المصرفية؛
 - نظم التعليم الواسعة النطاق مثل الجامعات ومراكز التدريب الأكاديمية؛
 - شبكات المواصلات مثل القطارات؛
 - نظم تعليم وتدريب الزبائن؛
 - نظم إدارة الموارد البشرية والموارد الأخرى الخاصة بالشركات العالمية.
- * أنواع شبكات الإكسترانت : يعتمد تصنيف شبكات الإكسترانت على قطاع الأعمال، حيث تصنف إلى ثلاث أنواع رئيسية :
- شبكة إكسترانت التزويد أو التكميل (Supplier Extranets) : تربط هذه الشبكات المخازن والمستودعات الخاصة بالبضائع، فهي تعمل على التوفيق بين المخازن الفرعية والمستودعات الرئيسية للتحكم في مستوى المخزون بنظام، بهدف المحافظة على كميات ثابتة من المخزون، وبالتالي التقليل من احتمال رفض الطلبات بسبب العجز في المخزون.
 - شبكة إكسترانت التوزيع (Distributor Extranets) : يعتبر هذا النوع من الإكسترانت أكثر الأنواع تواجداً، حيث تقدم هذه الشبكات خدمة الطلب الإلكتروني من حجز واشتراكات¹ كالتزويد الدائم بقوائم المنتجات الجديدة والموصفات التقنية وغيرها من الخدمات.
 - شبكة إكسترانت التنافسية (Peer Extranets): تعزز هذه الشبكات الندية والتنافسية في القطاعات الاقتصادية، إذا تمنح الشركات الكبيرة وكذلك المتوسطة فرصاً متكافئة في مجال البيع والشراء من خلال ربط هذه الشركات لتسهيل نقل المعلومات الخاصة بالأسعار والمواصفات التقنية، مما يساهم في رفع مستوى الخدمة في ذلك القطاع والقضاء على الاحتكار.

¹ علاء عبد الرزاق السالمي، حسين علاء عبد الرزاق السالمي، مرجع سابق، ص 41

ويمكن تلخيص مزايا استخدام شبكة الاكسترنانت فيما يلي:

- زيادة فعالية الأعمال من خلال تحسين جودة الأنشطة؛
- توفير تلقائية ومرونة عالية للاتصال الفوري مع اللاعبين الرئيسية وبين مختلف فئات المستخدمين¹؛

- عامل مهم في تخفيض التكاليف من خلال ضمان تدفق المعلومة وسرعة نقلها وبالتالي تخفيض تكاليف توصيل المعلومات الخاصة بالعمليات؛

- تخفيض مدة التحصيل وذلك بالاعتماد على السرعة في الإدارة ومتابعة شؤون الفواتير؛
- تخصيص وقت الموظفين الإداريين في أشغال ومهام ذات قيمة مضافة اكبر؛- تساهم في تحقيق نتائج مالية أفضل للمنشات عن طريق تخفيض دورة الطلب والتوريد ما يؤدي إليه ذلك من تخفيض تكاليف التخزين.²

من خلال هذا نستنتج أن شبكة الاكسترنانت هي امتداد لشبكة الانترنت فتبني هذا النوع من طرف المؤسسات يساهم في تخفيض التكاليف والرفع من كفاءة أداء العمليات من جهة كما يساهم في انفتاح المؤسسة على المحيط الخارجي والتواصل مع زبائنها ومختلف الأطراف الأخرى الفاعلة في السوق مما يساهم بدرجة كبيرة في تحقيق ميزة تنافسية عالية.

¹ بشير عباس العلاق، مرجع سابق، ص 23-24

² عصام محمد البحيصي، تكنولوجيا المعلومات الحديثة وأثرها على القرارات الإدارية في منظمات الأعمال، مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية)، المجلد الرابع، العدد الأول، فلسطين، يناير 2006، ص 165

المطلب الرابع: الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنت)

تعتبر شبكة الانترنت من أكثر الشبكات استعمالاً، حيث أصبحت من أهم اهتمامات الأفراد والمؤسسات ومن بين أهم التطورات الرائدة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

أولاً . التطور التاريخي للانترنت: مما لا شك فيه أن التطور المستمر لتكنولوجيا الاتصالات كان له الأثر الكبير على ظهور شبكة الانترنت حيث ظهرت بالولايات المتحدة الأمريكية في الستينات نتيجة تزايد خوف وقلق وزارة الدفاع الأمريكية US – DOD من حدوث هجوم نووي ضد الولايات المتحدة، ليقوم مجموعة من الخبراء الأمريكيين بالبحث عن وسيلة لتبادل المعلومات والأوامر العسكرية¹ قادرة على الصمود في حال حدوث هجوم نووي من جهة والاستمرار في العمل حتى وان دمرت بعض أجزائها من جهة أخرى.²

فتعود حدود التقنيات الموجودة على الانترنت إلى نظرية البث بالحزم " la transmission par paquets " التي وضعها leonard khinrok عام 1961، والتي تقترح نظام يعمل على تقسيم المعطيات المعلوماتية إلى حزم عند بثها والقيام بتجميعها عند استقبالها، حيث اعتمد بحثه هذا من طرف وكالة الأبحاث المتقدمة للمشاريع (ARPA)، فكانت بذلك أول طريقة لتبادل البيانات عبر الانترنت تم فيها تقسيم الرسالة الالكترونية وإرسالها بأجزاء والعمل على تجميعها من طرف "المستقبل"، ويعد paul Baran أول من قام بتجربة هذه التقنية في الواقع. وبعد عدة سنوات قامت (ARPA) بتمويل هذا المشروع، فاقترحت اتصال لامركزي بالحزم بوضع عقد مع شركة

¹ محمد نزيه محمد، تعلم واحترف الانترنت، 2009، ص 1

² رضا النجار، جمال الدين ناجي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال (الفرص الجديدة المتاحة لوسائل الإعلام بالمغرب العربي)، المنظمة الإسلامية للدراسات والتربية والعلوم الثقافية (إيسيسكو و اليونيسكو)، 2005، ص 18.

Rand corporation،¹ فنشأت شبكة Arpanet التي تربط ما يقابل خمسين مركزا تعني كلها بالبحث في المجال العسكري². وبعد مرور عدة أعوام مكنت وزارة الدفاع الأمريكية غير العسكرية من استخدام شبكة Arpanet، وفي عام 1972 كان ميلاد الفكرة الأساسية لتأسيس شبكة الانترنت العالمية Internet حيث فكر مجموعة من الباحثين المتخصصين في الشبكات في تطوير شبكة Arpanet بإنشاء شبكة عالمية للمعلومات ليتم تداولها في مختلف المجالات فكانت بذلك ظهور الانترنت.

ثانيا . مفهوم الانترنت: يمكن تعريف شبكة الانترنت بأنها "عبارة عن شبكة كونية للمعلومات تضم حزم ومتداخلة من آلاف الشبكات المحوسبة الموزعة في مختلف أنحاء المعمورة، تحتوي على عدة ملايين من الحاسبات المضيفة المتصلة مع بعضها البعض عن طريق قنوات اتصال مثل الكبلات والألياف الضوئية وغيرها"³، كما يعرفها البعض الأخرى بأنها "مجموعة الأجهزة الالكترونية المرتبطة فيما بينها والمتأثرة جغرافيا، والتي تسمح بتمرير المعطيات بسهولة وبطريقة اقتصادية من نقطة إلى أخرى"⁴.

كما تعرف بأنها " شبكة من الكابلات المختلفة (كابلات هاتفية، أقمار) تربط بين أجهزة الكمبيوتر في العالم بحيث تقدم لمجموعة مستخدميها إمكانية التحاور، والتبادل الالكتروني للبيانات"⁵، ومن هذا نجد أن شبكة الانترنت هي عبارة عن مجموعة من الحاسبات المرتبطة مع

¹ شادلي شوقي، اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير غير منشورة،

كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية - جامعة ورقلة، الجزائر، 2008، ص 25.

² رضا النجار، جمال الدين ناجي، مرجع سابق، نفس الصفحة

³ سعد غالب ياسين، الإدارة الالكترونية وآفاق تطبيقاتها، مرجع سابق، ص 51

⁴ عماري توفيق، بكوش لطيفة، تحديد مجالات تعميم استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التسيير والتواصل والتكوين، على الرابط

التالي : <http://www.orzouzchabani.com/wp/wp-content/uploads/2011/04/tiguemar.doc>، 29/05/2012

⁵ Korichi Driss, la Sécurité sur Internet, Séminaire International du commerce électronique, Université de Ouargla, 15-16-17 mars 2004, Algérie, p 01.

بعضها البعض بواسطة وسائل اتصال مختلفة، تعمل على نقل وتبادل المعلومات بأقل تكاليف وسرعة عالية، كانت هذه الشبكة وليدة الأبحاث العسكرية المتمحورة حول إمكانيات نقل الأوامر والمعلومات العسكرية السرية، لتنتشر اليوم استخداماتها في كل المجالات التعليمية، الاقتصادية، الثقافية... الخ، وتربط عبرها آلاف الشبكات غير المتجانسة من أجل استخدامات لا تعد ولا تحصى. يتم إدارة الانترنت (internet society) (ISOC) تشرف على نمو الانترنت وتضع لها المواصفات القياسية يتضمن الهيكل التنظيمي للجمعية مجلس استشاري من 85 شركة ومؤسسة وهيئة البناء المعماري للانترنت (IAB) internet architecture Board (المسؤولة عن توجيه المواصفات القياسية والإشراف عليها، والتي وضعها بواسطة مجموعة العمل الهندسية لأنترنت Internet Engineering Task forces والتي يشارك فيها من المستفيدين الذين يتبادلون الآراء والأفكار بشأن أسلوب تشغيل الانترنت.¹

ثالثا . استخدام الانترنت في دول العالم: لقد انتشر استخدام هذه الشبكة بين الناس في كل أرجاء العالم، حتى أصبح من الصعب إحصاء عدد الحواسيب المرتبطة بها وتحديد عدد المبحرين فيها فقد شهدت السنوات الأخيرة تطورا كبيرا في عدد مستخدمي الانترنت في كل دول العالم، ويمكن إيضاح هذا التطور من خلال الجدول التالي :

¹ علاء عبد الرزاق السالمي ، تكنولوجيا المعلومات ، مرجع سبق ذكره ، ص 444

الجدول رقم (I-3): تطور عدد مستخدمي شبكة الانترنت في العالم للفترة الممتدة ما بين سنتي

2010 - 1990

رقم	السنوات	عدد الأشخاص المتصلين بالانترنت	نسبة الأشخاص المتصلين إلى عدد سكان العالم %
01	1990	313000	—
02	1991	1528000	—
03	1992	3745000	—
04	1993	6631000	—
05	1994	9293000	—
06	1995	16000000	0.4%
07	1996	36000000	0.9%
08	1997	70000000	1.7%
09	1998	147000000	3.6%
10	1999	248000000	4.1%
11	2000	361000000	5.8%
12	2001	513000000	8.6%
13	2002	587000000	9.4%
14	2003	719000000	11.1%
15	2004	817000000	12.7%
16	2005	1018000000	15.7%
17	2006	1066000000	16.5%
18	2007	1244449601	18.5%
* 19	2008	1460000000	21.9%
** 20	2009	1730000000	25.84%
*** 21	2010	2029468782	29.6%

المصدر :

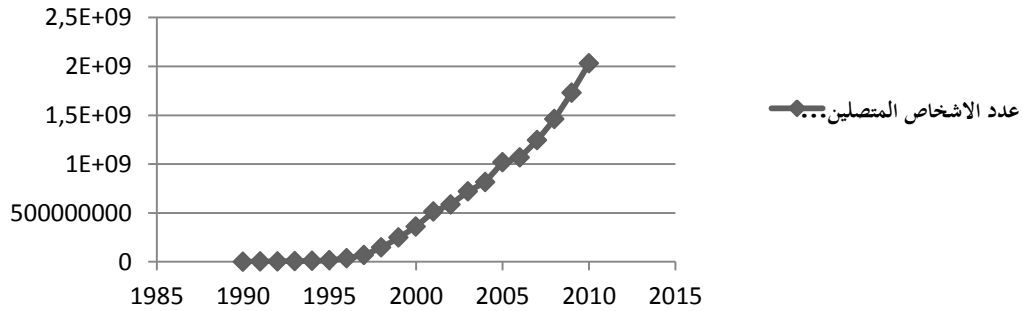
** (2012/05/10)•<http://p8butterfly.wordpress.com/2010/01/23/e79a22009>

*** (2012/05/10)• <http://www.alriyad.com/2011/04/07/article621263.htm>

انطلاقاً من معطيات الجدول وباستعمال المجدول مايكروسوفت اكسل (Excel) ينتج البيان التالي:

الشكل رقم (I-6): تطور عدد مستخدمي شبكة الانترنت في العالم للفترة الممتدة بين سنتي

2010 - 1990



حيث نلاحظ من خلال الرسم البياني أن عدد مستخدمي الانترنت شهد ارتفاعاً كبيراً سنة 1995 حيث ارتفع من 9293000 إلى 16000000 و قدرت نسبة الزيادة ب 72.17%، ويرجع ذلك إلى توسيع استخدام خدمات الانترنت خاصة من طرف المؤسسات في التسويق والترويج لخدماتها ومنتجاتها عبر الشبكة¹، بالإضافة للانطلاق القطاع الخاص للاستثمار في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال²، كما استمر عدد مستخدمي الانترنت في التزايد لسنوات التالية

¹ WWW.interne/nbghtdo/34à0.k:xkuueofd/html 12/07/2012

² نجاة موسى ، مرجع سبق ذكره

بدرجة كبيرة لتصل إلى 1244449601 بنسبة تقدر بـ 18.5%¹ من عدد سكان العالم والذي يرجع إلى انتشار الحواسيب وانخفاض أسعارها وانخفاض تكاليف الاتصال بالانترنت، لتتحول الانترنت إلى عالم متكامل الأطراف، أقطابه ملايين الناس حول العالم وخدماته لا تعد ولا تحصى.. كما بلغ عدد الدول التي تستخدم الانترنت 233 دولة حول العالم وبلغ عدد مستخدمي الانترنت نحو 2029468782 شخص وفقا لإحصائيات الانترنت سنة 2010، مما يعني أن نسبة مستخدمي الانترنت في العالم بلغت حوالي 29.6% في سنة 2010 وهي نسبة عالية تقارب ثلث سكان العالم مما يؤكد على الانتشار المبهر لهذه التكنولوجيا، وذلك لما تتوفر عليه من خصائص ومزايا سواء قدرتها على استيعاب الكم الهائل من المعلومات والسرعة الفائقة في تناقل المعرفة والمعلومات بكل أشكالها²، حيث من المتوقع زيادة عدد مستخدمي الانترنت في السنوات القادمة. والجدول الموالي يوضح توزيع مستخدمي الأنترنت لسنة 2013 في دول العالم المتقدم :

الجدول رقم (I-5) : ترتيب مستخدمي شبكة الأنترنت لبعض الدول في سنة 2013

الترتيب	الدول	عدد مستخدمي الانترنت
1	الصين	516 117 519
2	و.م.أ	243 777 735
3	الهند	125 018 240
4	اليابان	100 603 256
5	البرازيل	88 494 756
6	روسيا	69 989 422
7	ألمانيا	68 194 885

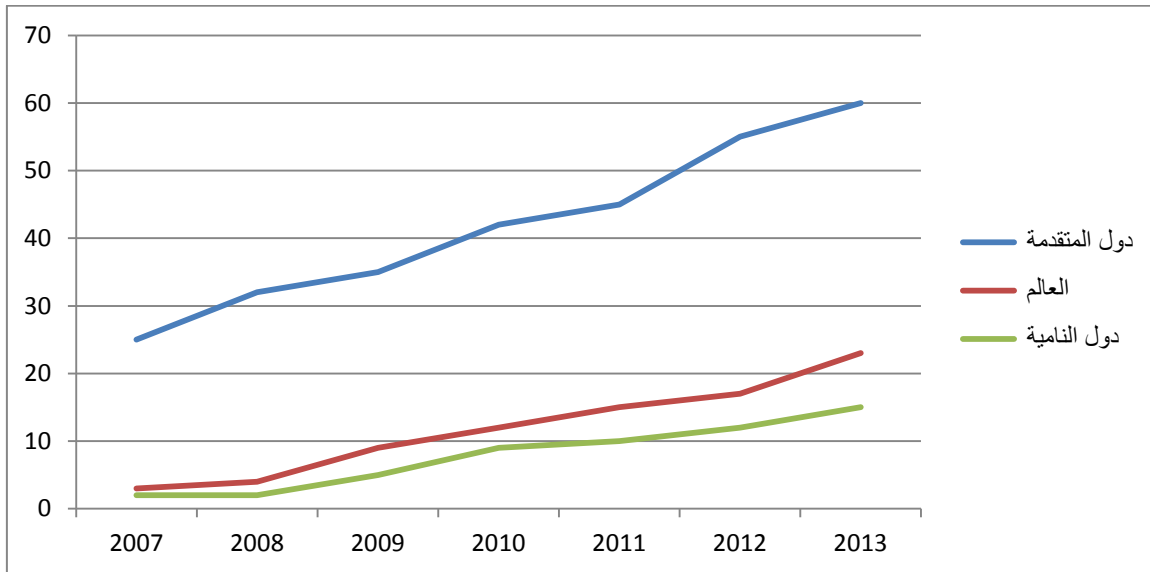
Source : Rapport sur la société de l'information en algerie , ministère de la poste et de la technologie de l'information et de la communication, 2013, P58

¹ L

² WWW.interne/nbghtdo/34à0.k:xkuueofd/html 12/07/2012

حيث نلاحظ من الجدول السابق أن استخدام الانترنت في أكبر دولة هي الصين حيث بلغت نسبة استخدام الانترنت في الصين أكبر نسبة وهي تمثل 23 % من الدول العالم المستخدمة للانترنت وهذا راجع لإنتشار الواسع لوسائل الإتصال وإعتمادهم على التكنولوجيا المستحدثة في أعمالهم ونشاطاتهم اليومية مما أدى إلى استخدام الانترنت بشكل كبير بالإضافة إلى إعتمادهم على تكنولوجيا المعلومات والإتصال في عرض خدماتهم والإستثمار بشكل كبير في هذا الجانب مكنهم مما يؤدي إلى توسيع قاعدة مستخدمي الانترنت .

الشكل رقم (I-7): استخدام الانترنت مقارنة بين الدول المتقدمة ونامية

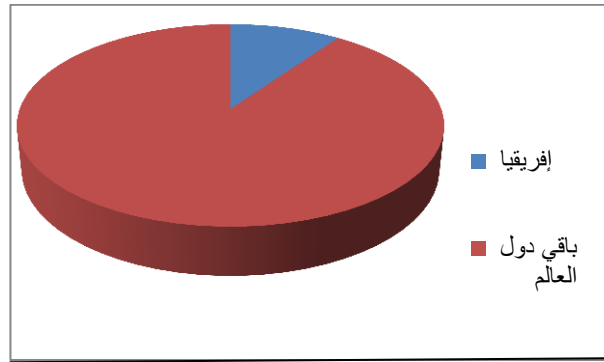


Source : Rapport sur la société de l'information en algerie, ministère de la poste et de la technologie de l'information et de la communication, 2013, P68

من خلال الشكل السابق نلاحظ أن الدول النامية تبقى في تأخرفي مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال دائم مقارنة بالدول المتقدمة وهذا راجع ممكن لنقص الوعي الإلكتروني لدى

معظم الدول العربية وعدم توفر استثمارات في هذا المجال وعدم تشجيع الابتكارات والاختراعات والإبداع لدى الأفراد المختصين في هذا المجال بالإضافة لعدم توفير الموارد المالية الكافية .

الشكل رقم (I-8): مقارنة استخدام الانترنت في إفريقيا وباقي دول العالم لسنة 2014



Source: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> 30/07/2014

من خلال الشكل السابق نلاحظ أن نسبة استخدام الانترنت في إفريقيا تقدر بـ 9.8% أما في باقي دول العالم 90.2%، حيث بلغ مستخدمي الانترنت في دول إفريقيا بـ 1.125.721.038 وفي باقي دول العالم 6.056.658.527 بنسبة لسنة 2014.

رابعا . خدمات الانترنت: انتشرت تطبيقات الانترنت في مختلف المجالات بسبب تطور خدماتها، حيث سوف نتطرق إلى أهم خدماتها والمتمثلة في:

1. خدمة بروتوكول نقل الملفات (File Transfer Protocol) : تساهم هذه الخدمة في نقل الملفات من خلال الاتصال المؤقت بين حاسبين¹، وهو بروتوكول قديم جدا، تم تطويره خصيصا من أجل

¹ إبراهيم بختي، 2005، مرجع سابق، ص ص 27- 28

أنظمة يونكس، وهو من أهم خدمات الانترنت على الإطلاق¹، فبفضل هذه الخدمة يمكن تحويل الملفات بمختلف أشكالها من تقارير أو بحوث أو برامج من حاسب إلى آخر عبر الشبكة.

2. خدمة البريد الإلكتروني (Email): البريد الإلكتروني عبارة عن رسائل أو بريد ذات طابع الكتروني قد تكون مرفقة بملفات مختلفة (نصوص، صور.. الخ)²، كما يعتبر البريد الإلكتروني يمكن من خلالها الإتصال بالزبائن الحاليين والزبائن المرتقبين³ تعد خدمة البريد الإلكتروني من أكثر الخدمات الحيوية لشبكة الانترنت والتي تمكننا من إرسال واستقبال الرسائل من وإلى جميع المشتركين في الشبكة وفي أي مكان من العالم، في وقت قصير جدا لا يتجاوز بعض الثوان بعكس الحال في نظم البريد الاعتيادية، وعلى المستوى التجاري تستخدم هذه الخدمة في عمليات طلب المعلومات حول منتج أو طلب فواتير أو إرسال طلبات للموردين أو تأكيدها أو إلغائها.

3. خدمة الشبكة العنكبوتية العالمية للمعلومات (World Wide Web): والتي يطلق عليها أيضا خدمة الويب (web) والتي تعد من أهم خدمات الانترنت حيث يرجع لها الفضل في انتشار الانترنت والإقبال عليه، فهي وسيلة من وسائل الترويج والإعلان والدعاية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، فهي تتميز بقدرة عالية في التصفح والإبحار في الانترنت كونها تشمل على اغلب خدمات الانترنت.

4. خدمة الربط عن بعد (TELNET): تسمح هذه الخدمة لمستخدم الانترنت بالتنقل عبر مختلف الشبكات الجزئية المتصلة بالانترنت للحصول على معلومات معينة في مجال محدد مثل استغلال الحواسيب ذات الطراز العلمي في تنفيذ بعض البرامج أو القيام بحسابات متعددة يستحيل تنفيذها على الحواسيب الشخصية بشرط معرفة عناوين الدخول إليها وشفرات الاستغلال، فعندما يتم

¹ عبد القادر قندوز، محمد الطيب الزاوي، مرجع سابق، ص 110.

² Driss Korichi, Op.Cit , p 01.

³ الاستخدام الفعال لتكنولوجيا المعلومات ، سلسلة الإدارة العملية برنامج لتطوير الذاتي ، مكتبة لبنان ، ص 51.

الاتصال مع الحساب المطلوب، يمكن للمستعمل أن يهمل سائر أقسام الشبكة ليعمل كأنه محطات طرفية (Terminal) للحاسب المتصل به.

5. خدمة منتديات النقاش (Forums de discussion): تسمى هذه الخدمة أيضا بمنبر النقاش، حيث تسمح لمستخدميها بالتعبير عن آرائهم كتابة حول موضوع معين يحدد على أساس الاشتراك في المجموعة، حيث يمثل البريد الإلكتروني مبدأ عملها، فكل رأي يدلي به المشترك يوزع فوراً و اتوماتكيا على كل المشتركين و لكل واحد منهم الحق في الإدلاء برأيه.

6. خدمة الاتصال المباشر (Chat) : حيث أصبح معظم دول العالم أكثر من 5 مليون فرد يتصلون عبر الانترنت مثل " skype,Netmeeting من استخدام الهاتف الثابت و الحصول مما ساعد على عملية التواصل وتقليل التكلفة والوقت ¹.

7. خدمة الموقع الإلكتروني (Site Web): تسمح الموقع الإلكترونية بالتواصل والتعرف على مختلف الخدمات التي تتيحها والمعلومات التي يريد استخدامها مستخدم النت كما تهدف المواقع الإلكترونية إلى تلبية حاجات الزبائن كل زاد تطور الموقع الإلكتروني استحدثت خدماته وبالتالي الزيادة في تنوع الخدمات والإطلاع على المواقع فمثلا الموقع الإلكتروني للبنك في السابق كان يتمثل في عرض عام للبنك وتقديم بعض الخدمات المصرفية الخاصة بالبنك أما حاليا بدخول تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتطور أنظمة الإعلام الآلي أصبح الموقع الإلكتروني للبنك شيء رئيسي حيث يسمح للزبون باستخدام مختلف العمليات المصرفية (كشف الرصيد، متابعة الحساب،

¹ Croute Patricia, la diffusion de la technologie de l'information et de la communication dans la société française, crédoc , paris ,2010,P105

طلب الشيك... إلخ) دون اللجوء إلى مركز البنك أي الزبون يمكنه باستخدام النت وإدخال الموقع الإلكتروني للبنك الحصول على مختلف الخدمات التي يحتاجها.¹

المبحث الثالث :واقع وأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العالم

يشهد عصرنا الحالي ثورة من التغيرات التقنية والاقتصادية والعلمية بشكل متسارع و مذهل ساهم في تطوير استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مختلف الأعمال اليومية للأفراد والمؤسسات، مما أدى إلى تلاشي البعدين الزمني والمكاني، حيث نجحت هذه التكنولوجيا في دعم المؤسسات على تطوير أداءها وتجاوز المشكلات التي تواجهها.

المطلب الأول : ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تعتبر التكنولوجيا المعلومات والاتصال من المفاهيم التي صاحبت الاقتصاد الرقمي والتي أحدثت تغير جذري في جميع مناحي الحياة حيث ساهمت في زيادة السرعة والكفاءة في مختلف مجالات الحياة.

أولا . مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال: يعتبر مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال من المفاهيم المتداخلة بعض الشيء، كون هذه التكنولوجيات ليست كلها جديدة، فمعظمها كان موجودا منذ السنوات الماضية أو أكثر، حيث مرت بالعديد من التطورات والتغيرات ساهمت في توسيع استخداماتها في مختلف المجالات خاصة في مجال إدارة المؤسسات واعتمادها بدرجة كبيرة على العمل الشبكي.² فيصعب إيجاد تعريف موحد لتكنولوجيا المعلومات والاتصال بسبب تنوعها

¹Gerbaix Sylvie, **Banque et nouvelle technologie**, Horizons Bancaires ,numéro 316,fevrier 2003,P22

²بن بركة عبد الوهاب، **اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دفع عجلة التنمية**، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 07،

2010/2009، ص 246.

وتعقدها، إلا أنه يمكن تعريفها بأنها "مجموعة الأدوات والأجهزة التي توفر عملية تخزين المعلومات ومعالجتها ومن ثم استرجاعها، وكذلك توصيلها بعد ذلك عبر أجهزة الاتصالات المختلفة إلى أي مكان في العالم، أو استقبالها من أي مكان في العالم"¹.

وحسب منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية فإنها "نموذج تقني اقتصادي جديد يؤثر على مجموعة مترابطة من الاكتشافات المعمقة في ميدان الحاسبات الالكترونية، هندسة البرمجيات، نظم المراقبة والاتصالات البعيدة، مما سمح بخفض تكاليف التخزين، المعالجة، تبادل وتوزيع المعلومات بشكل كبير جدا".²

أما " Kenneth landon " و " Jane loudon " فيعرفان تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ظل ما يشهده العالم من تغيرات جديدة والتحول إلى العالم الرقمي على أنها أداة من أدوات التسيير المستخدمة والتي تتكون من خمسة مكونات هي:³

- 1.العتاد المعلوماتي: والمتمثل في المعدات الفيزيائية للمعالجة .
- 2.البرمجيات.
- 3.تكنولوجيا التخزين : تتمثل في العوامل الفيزيائية لتخزين المعطيات كالأقراص الصلبة والضوئية وبرمجيات لتنظيم المعطيات على الحوامل الفيزيائية.

¹ زين عبد الهادي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال في السياق البرلماني، (29/11/2012)، على الرابط التالي : <http://www.eaddla.org/parlamanperper21.doc>

² بوترن احمد، اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على عملية اتخاذ القرارات والأداء واقع المؤسسة الجزائرية، (14/01/2013)، على الرابط التالي : <http://www.master.first-forum.com>

³ شادلي شوقي، اثر حجم المؤسسة الصغيرة والمتوسطة في درجة تبنيها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 07، 2009/2010، ص 261.

4. تكنولوجيا الاتصال : تتكون من معدات ووسائط فيزيائية وبرمجيات تساهم في ربط مختلف لواحق العتاد، فتعمل على نقل المعطيات من مكان إلى آخر بحيث يمكن وصل الحواسيب ومعدات الاتصال لتشكيل شبكات لتبادل وتقاسم الأصوات والصور والفيديو.

5. الشبكات : تربط بين الحواسيب لتبادل المعطيات.

ومن خلال هذا نجد إن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تشكل قاعدة أساسية للتكنولوجيا المعاصرة، فهي تعتبر صيغة عامة تشمل مجموع التكنولوجيات المستعملة¹ من حواسيب، شبكات اتصال وأجهزة تداول المعلومات سلكية ولاسلكية، حيث تتمثل في أجهزة الاتصال من هاتف وفاكس وانترنت، التي تستخدم بغرض أداء المهام²

كما تساهم في تطوير أداء المؤسسات التي تبنتها من خلال تطوير استعمال المعلومات بمختلف أشكالها في مختلف وظائف المؤسسة خاصة الإدارة، فهي تساهم في دعم اتخاذ القرار والرفع من كفاءة الاتصال داخل المؤسسة ومع الأطراف الفاعلة في محيطها الخارجي من خلال شبكات الاتصال خاصة الانترنت التي تساهم بدورها في تسهيل تدفق المعلومات بين مختلف أقسام المؤسسة. تمثل بذلك تكنولوجيا المعلومات والاتصال قمة التقدم الذي حازت عليه المعلوماتية حيث تظهر هذه التكنولوجيا من خلال ظاهرتين أساسيتين هما:³

- الجمع بين الكلمة مكتوبة ومنطوقة، والصورة ساكنة ومتحركة، وبين الاتصالات السلكية واللاسلكية، أرضية أو فضائية، ثم تخزين المعطيات وتحليلها وإتاحتها بالشكل والوقت المناسب وبالسرعة اللازمة.

¹ لحر عباس، تكنولوجيا الإعلام والاتصال وملامح الاقتصاد الجديد، (24/05/2012)، على الرابط التالي : <http://www.ratoulrecherche.jeeran.com/lahmarabes.pdf>

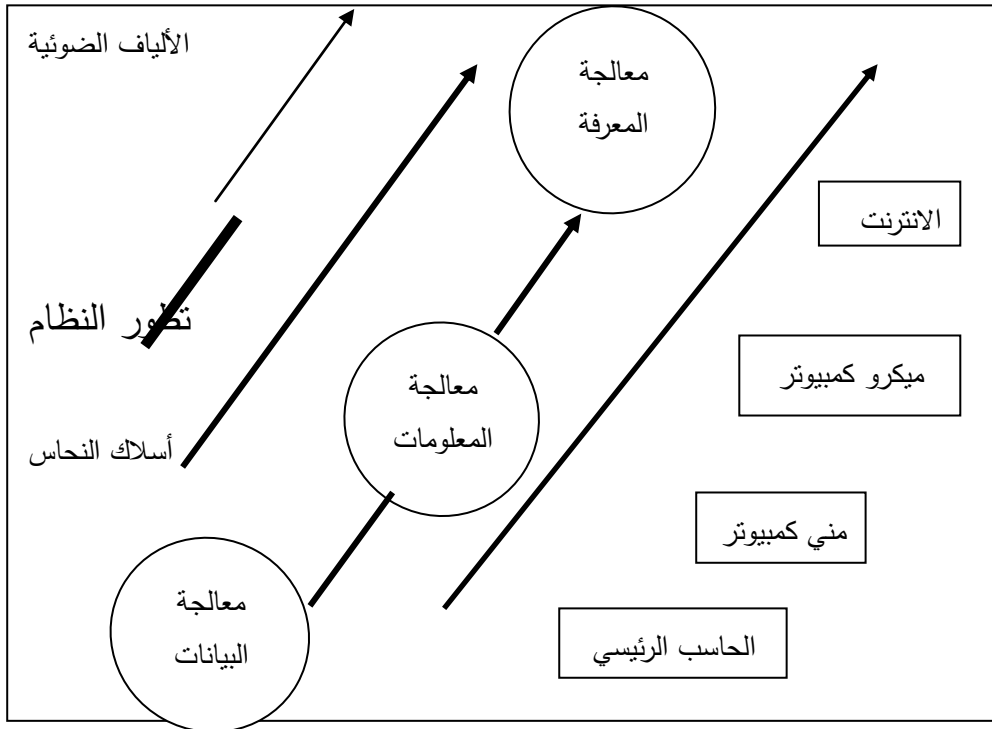
² إبراهيم بختي، صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعلاقتها بالتنمية وتطوير الأداء، المؤتمر العالمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، 08- 09 مارس، ص312.

³ لحر عباس، مرجع سبق ذكره .

- اعتماد الأسلوب الرقمي Digital للقيام بكل هذه المعطيات، حيث تشكل هذه التكنولوجيا دعامة ضرورية للتكنولوجيات المستعملة في القطاعات الأخرى ومساها التكنولوجيا

ثانيا . تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال: استطاعت تكنولوجيا المعلومات والاتصال أن تخلق انسجاما فنيا واقتصاديا بين مختلف القطاعات التصنيعية والخدمية من خلال التزاوج بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، فعملت الدول بالتعاون والتنسيق المشترك فيما بينها على تنظيم هذه التكنولوجيات فأصبحت الانترنت ووسائل الاتصالات الأخرى عاملا مؤثرا في اقتصاديات العالم ويشكل تحديا كبيرا للمنظمات كما مست مختلف تكنولوجيا الحاسبات وتطبيق البرمجيات وشبكات الاتصال العديد من التطورات، والموضحة في الشكل التالي :

الشكل (I - 9): المراحل المختلفة لتطوير مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال



المصدر: alsader-sis.net، "تكنولوجيا المعلومات المفهوم والادوات"، (30/05/2012)،

فالحواسيب مع مرور الوقت أصبحت أصغر حجماً وأكثر سعة وأقل تكلفة، وعلى صعيد البرامج والتطبيقات فقد تضاعف عدد البرامج التي تساهم في القيام بمختلف العمليات المنطقية، أما على صعيد نقل المعلومات، فلقد ساهمت أجهزة الكمبيوتر في تسهيل نقل (الصور والصوت والنص) مجتمعة باستعمال الوسائط المتعددة والاتصالات الحديثة خاصة الرقمية منها.¹

كما يمكن وضع بعض الخصائص التي تساهم في تطوير الإتصال:²

- 1/ فهم السريع لنوعية الرسالة ويكون ذلك من خلال العبارات السهلة حتى يتمكن المجتمع أو المستقبل من الفهم؛
- 2/ يجب أن يتضمن الشكل الخارجي للرسالة نوع من الخصوصية حتى يمكن للمستقبل استيعابه؛
- 3/ الإتصالات الجيدة تترك للمستقبل القدرة على المشاركة وإبداء الرأي أي المجتمع محل الدراسة يصبح مهتم بالموضوع؛
- 4/ زيادة استعمال الرموز الملائم حيث تسمح بوصول المعلومة بطريقة أسرع مثلاً بدل التحدث عن القوة يمكن وضع رمز الأسد الذي يعبر عنها بطريقة أفضل.
- 5/ اهتمام بخصوصية المستهلك حتى يتمكن من ترويج المنتجات وبالتالي المساهم في تطوير الاتصال.

إلا أنه يجب استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال كأداة وليس كوسيلة في حد ذاتها، فاستخدام هذه التكنولوجيات يمكن أن يحقق مكاسب كبيرة للمؤسسات والأفراد على حد سواء.

ثالثاً .خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال: تتفرد تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمجموعة من الخصائص تميزها عن غيرها من التكنولوجيات أهمها :

¹تكنولوجيا المعلومات المفهوم والأدوات"، (04/05/2012) على الرابط التالي : www.alsader-sis.net

²Dichter, communication et motivation « pratique management » ouled fayet, edition, berti , p127

1. تقليص الوقت والمسافات : حيث جعلت كل الأماكن متجاورة الكترونياً، كما تتيح وسائل التخزين التي تستوعب حجماً هائلاً من المعلومات المخزنة، والتي يمكن الوصول إليها بسهولة.
2. اقتسام المهام الفكرية مع الآلة : نتيجة للتفاعل بين الباحث والنظام.
3. النممة : بمعنى آخر، أسرع، أرخص...، وتلك هي وتيرة تطور منتجات تكنولوجيا المعلومات.
4. الذكاء الصناعي: أهم ما يميز هذه التكنولوجيا هو تطوير المعارف وتقوية فرص تكوين المستخدمين من أجل الشمول والتحكم في عملية الإنتاج.
4. تكوين شبكات الاتصال: من خلال مجموعة التجهيزات المستندة على تكنولوجيا المعلومات والاتصال تشكل شبكات الاتصال وهذا يزيد من تدفق المعلومات بين مختلف المستخدمين وبين النشاطات.¹
5. التفاعلية : أي إن المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مستقبل أو مرسل في نفس الوقت، فالمشاركون في عملية الاتصال بإمكانهم تبادل الأدوار، لتسمح بخلق نوع من التفاعل بين الأفراد والمؤسسات وباقي الجماعات.
- 6- اللاتزامنية : حيث بات بإمكان المستخدم إرسال و استقبال الرسائل في أي وقت مناسب، فهو غير مطالب باستخدام النظام في الوقت نفسه، ففي نظام البريد الإلكتروني إرسال الرسالة لا يتطلب وجود متلقي لهذه الرسالة، وهو يقصد به التحكم في نظام الاتصال.
- 7- الشبوع والانتشار : وهو قابلية هذه الشبكة للتوسع والانتشار عبر مختلف مناطق العالم، مما يسمح بتدفق المعلومات عبر مسارات مختلفة.

¹ عماري توفيق، بكوش لطيفة، تحديد مجالات تعميم استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التسيير والتواصل والتكوين، على الرابط التالي: (29/05/2013)، <http://www.orzouzchabani.com/wp/wp-content/uploads/tiguemar.doc>

- 8- قابلية التوصيل : وتعني إمكانية الربط بين الأجهزة الاتصالية المتنوعة بغض النظر على البلد الذي تم فيه الصنع، وهذا ما يعبر عنه بالانتقال من تكنولوجيا التنويع إلى تكنولوجيا التكامل.
 - 9- قابلية الحركة: هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدميها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر، حتى أثناء حركتهم مثل الهاتف النقال، وذلك يعني الانتقال من الأجهزة الثابتة إلى الأجهزة المتنقلة.
 - 10- سهولة الاستخدام: حيث تتسم اغلب وسائل الاتصال الحديثة بسهولة وبساطة التشغيل، ونموذج على ذلك أجهزة الفاكس وأجهزة الكمبيوتر والانترنت.¹
 - 11- اللامركزية: وهي خاصية تساهم في استقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصال، فالانترنت مثلا تتمتع بالاستمرارية في كل الأحوال ولا تستطيع أي جهة أن تعطلها على مستوى العالم.
 - 12- قابلية التحويل: والمتمثلة في إمكانية نقل المعلومات من وسط إلى آخر، كتحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة أو مقررّة، مع إمكانية التحكم في نظام الاتصال.
 - 13-العالمية : حيث تنتشر هذه التكنولوجيات عبر مسارات مختلفة في مختلف مناطق العالم فهي تسمح بتخطي عائق المكان و الانتقال عبر الحدود الدولية. مع إمكانية توجيه الرسالة إلى فرد واحد أو جماعة معينة بدل من توجيهها الضروري إلى جماهير ضخمة، و بالتالي إمكانية التحكم فيها.²
- فمن خلال هذه الخصائص، يظهر لنا سر قوة هذه التكنولوجيا، التي ساهمت في أحداث تغييرات جوهرية في مختلف مجالات الحياة.

¹ لحمر عباس، تكنولوجيا الإعلام والاتصال وملامح الاقتصاد الجديد، مرجع سبق ذكره

² عماري توفيق، بكوش لطيفة، تحديد مجالات تعميم استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التسيير والتواصل والتكوين، مرجع سبق ذكره

رابعاً : المهارات المطلوبة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال : هناك ثلاث مهارات ذات تأثير فعال

في تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال:¹

1- مهارات المشاركة والعمل الجماعي التي تساعد على رفع كفاءة الأداء في شبكات الاتصال والمعلومات.

2- مهارات فنية مطلوبة لتدعيم عمليات التصميم والتنفيذ والصيانة لشبكات الاتصالات ، كما أن تكنولوجيا المعلومات تتطلب مهارات فنية لتركيب المعدات وتدريب المستخدمين وإجراء عمليات الصيانة.

3- يلزم توفير مهارات للرقابة في إدارة شبكات الاتصالات المعقدة وخدمات المعلومات وتطبيقاتها.

خامساً. قياس إنتاجية تكنولوجيا المعلومات والاتصال: يتم قياس إنتاجية المنظومة ومراكز وإدارة تكنولوجيا المعلومات في الحكومة والقطاع الخاص والجامعات والشركات من خلال العناصر التالية: الفعالية ، الكفاءة ، المرونة ، الإنتاجية حيث:²

1- تقيس الإنتاجية كيفية تشغيل خطة المدخلات في المنظومة المعلومات أو شبكة المعلومات ونظام المعلومات .

2- الإنتاجية الكلية لمنظومة المعلومات تحدد العلاقة بين المدخلات الكلية والمخرجات الكلية

3- تقيس الإنتاجية النوعية لمنظومة المعلومات العلاقة بين المخرجات الكلية وكل عنصر من عناصر منظومة المعلومات مثل:

• إنتاجية الموارد البشرية في المنظومة المعلومات؛

¹ محمد الصيرفي ، إدارة تكنولوجيا المعلومات ، الطبعة الأولى ، مصر ، دار الفكر الجامعي ، 2009، ص 31.

² فريد النجار ، الإقتصاد الرقمي ، الطبعة الأولى ، مصر ، الدار الجامعية ، 2007، ص 75.

- إنتاجية الحاسبات الإلكترونية؛
- إنتاجية البرمجيات؛
- إنتاجية مواقع الأنترنت؛
- إنتاجية البريد الإلكتروني.

- الإنتاجية = المخرجات الكلية / المدخلات الكلية

- إنتاجية تكنولوجيا المعلومات = إجمالي النتائج المحققة / إجمالي المستلزمات

- قياس قيمة الخدمة الإلكترونية = الجودة+السرعة +المرونة / التكلفة

- معدل تشغيل البرامج = عدد البرامج المشغلة / عدد البرامج المتاحة

- فعالية منظومة المعلومات = الأهداف المحققة لمركز المعلومات / الأهداف المحققة لمركز

المعلومات

المطلب الثاني: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تهدف المؤسسات من خلال استخدامها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى التحسين من

مستوى جودة خدماتها من أجل كسب الزبون وتحقيق أعلى مستويات من الرضا لديه .

أولاً. أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المؤسسة الخدمية : لقد ساهمت تكنولوجيا

المعلومات والاتصال في التأثير على المؤسسة المستخدمة لها من عدة جوانب ،خاصة في ظل

طبيعة وخصائص الخدمة :¹

1/ساهمت في زيادة السرعة في إنجاز مختلف الوظائف على مختلف مستويات المؤسسة ؛

2/تقليل التكاليف اللازمة لأداء العمل ؛

¹تأثير تكنولوجيا المعلومات على الأساليب الإدارية ، (22/07/2012) على الرابط التالي :
http://aziz-phd.blogspot.com/blog-post_25.html

- 3/ تحسين وزيادة الجودة النوعية في تصميم وتنفيذ وتقديم الخدمة ؛
 - 4/ زيادة الكفاءة والفعالية من خلال التنسيق بين الأعمال المطلوبة بالطريقة الصحيحة ، بحيث كل مقدم خدمة يعرف ماله من حقوق والتزامات .
 - 5/إعادة توزيع الأعمال تنظيمًا ومكانيًا حيث يمكن إنجاز الكثير من الخدمات دون الحاجة للحضور إلى مكان العمل وهذا ما يعرف بإدارة العمل إلكترونيًا ؛
 - 6/ جعل ساعات العمل أكثر وزيادة تأهيل العاملين من خلال التمكن من المعدات والأجهزة الإلكترونية؛
 - 7/ ساهمت في تقليل الأعباء الوظيفية الروتينية الملقاة على عاتق المدراء مما يتيح لهم استغلال هذا الوقت في التخطيط الإستراتيجي ورسم السياسات العامة للمؤسسة ما أسهم في رفع كفاءة وفعالية الإدارة العليا .
 - 7/ ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال بتسهيل العمليات بالنسبة للمؤسسات بالإضافة إلى محاولة اعتماد على TIC في عرض منتجاتها .¹
- ثانيا . تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على عناصر المزيج التسويقي: تتأثر عناصر المزيج التسويقي الخدمي : (الخدمة ، التسعير ، التوزيع ، الترويج ، البيئة المادية ، الناس ، العمليات) بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، بحيث أصبحت المؤسسات تسعى إلى تصميمها وتنفيذها عن طريق هذه الأخيرة :²

¹Gailly Benoit, L'impact des NTIC sur les services financiers offertes au PME, Anne joelle philippart, université catholique de louvain, Belgique, P1

²حميد الطائي ، بشير العلاق ، التسويق الحديث (مدخل شامل) ، الطبعة العربية ، الأردن ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، 2009، ص ص 260-268 .

1/ الخدمة : تقوم المؤسسة باستغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عنصر الخدمة من خلال

ما يلي :¹

- تصميم وإنتاج وتقديم الخدمة عن طريق استخدام الحاسوب وذلك من خلال برمجيات جاهزة ومفصلة لتنفيذ هذه العملية : كالمصنع الافتراضي (Virtual Factory) والواقع الافتراضي

(Virtual reality)؛

-إجراء بحوث التسويق من خلال الحصول عن معلومات متعلقة بالمنافسين والحصة السوقية وسلوك الزبائن والقوى البيعية، وكل هذا عن طريق استخدام شبكة الانترنت والربط بين شبكتنا الانترنت والأكسترانت ؛

- تقوم المؤسسة من خلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال بإجراء الاختبار القبلي للخدمة من أجل معرفة ردود فعل الزبائن ومعرفة توجهاتهم نحوها من خلال المقارنة بينها وبين مختلف الخدمات المعروضة على الخط (Online) ؛

-تطبيق مفهوم الخدمة المطلقة وذلك من خلال إجراء كافة العمليات المرتبطة بالخدمة من إنتاجها إلى غاية وصولها إلى الزبون إلكترونياً وبدون أي اتصال مادي من مقدم الخدمة

2/التسعير :لقد ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحديد أسعار الخدمات بطريقة فعالة وذلك من خلال الإطلاع بشكل متواصل على الأسعار السائدة إلكترونياً ووضع السعر المناسب؛ القدرة على التحكم في التغيرات المفاجئة التي تطرأ على أسعار السوق واتخاذ القرارات في الوقت المناسب ؛ خلق طرق إبداعية في التسعير عن طريق الانترنت أو ما يعرف بالتسعير المرن وهو مفهوم جديد تلجأ إليه المؤسسات يتم تطبيقه عن طريق الانترنت.

¹ حميد الطائي ، بشير العلاق، مرجع سبق ذكره،ص261

3/التوزيع: قلصت تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أهمية ودور الوسطاء وأصبحت القنوات

الإلكترونية هي البديل الأفضل للقنوات التقليدية ، ومن أهم هذه القنوات :

- قناة التلفزيون للمتسوق الإلكتروني (Home Shopper Tv Channel) وتكون من خلال

قناة تلفزيونية حيث تعرض الخدمات بطريقة جذابة وملفتة ،

- قناة الكتالوجات (Catalogue Channel) وتكون عن طريق الأنترنت مثلا ويمكن للزبون من

خلاله إيجاد معلومات وتفاصيل عن الخدمة التي يريد إستخدامها ، قناة الوسيط الإلكترونية

(Electronic Intermediary channel) من خلال موقع ويب يمكن من خلاله أن يطلع

الزبون على مختلف الخدمات والمقارنة بينها واختيار ما يناسبه .

4/ الترويج : وهو من أكثر عناصر المزيج التسويقي تأثرا بتكنولوجيا المعلومات والاتصال بحيث

خلق تفاعل بين مقدم الخدمة وطالبيها من خلال مختلف عناصر المزيج الترويجي : الإعلان ،

الدعاية ، العلاقات العامة ، البيع الشخصي وتنشيط المبيعات ومن أبرز وسائل الترويج الإلكتروني

تتمثل فيما يلي: إعلان البريد المباشر (Direct Mail)، إعلان الإستجابة المباشرة (Direct

Advertising) الإعلان عبر الأجهزة النقالة

(Mobile Advertising)؛ الإعلان حسب الطلب (Advertising On Demand) ؛ الدفع مقابل

المشاهدة (Pay per view).

5/ البيئة المادية: لقد أدت تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى ظهور وتنامي المحلات والمواقع

الافتراضية بدلا من المتجر والمباني المادية ، والمواقع الافتراضية هي الأخرى لها التأثير على

الزبون ولفت انتباهها من خلال كيفية تصميم الموقع وشكله وألوانه وغيرها من الأمور التي لها أن

تؤثر على سلوكه .

6/الناس: ويمثل عنصر الناس كل من مقدم الخدمة ومتلقي الخدمة ، حيث أثرت تكنولوجيا المعلومات والاتصال على مقدم الخدمة من خلال تقليص دوره وحلولها محله من خلال الأجهزة والمعدات والبرمجيات فلم تعد الحاجة كبيرة إلى الفرد مقارنة بالحاجة إلى اكتساب التكنولوجيا ، كما أصبح بمقدور الزبون بناء علاقات تفاعلية على مدار الساعة مع مقدمي الخدمة من خلال تفاعلات رقمية بينهما .

7/عمليات الخدمة :لقد أصبحت عمليات الخدمة من أول مرحلة من تصميمها وتنفيذها إلى غاية شرائها من طرف الزبون تتم إلكترونيا باستغلال قوة الشبكات الإلكترونية فعرض الخدمة والاتصال بالزبائن والتفاعل معهم والاستجابة لطلباتهم ورغباتهم أصبح يتم عن طريق الشبكات والوسائل الرقمية المختلفة.

ثالثا :دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات وتحقيق الرضا: تعتبر جودة الخدمة إحدى أهم الحلول التي تعتمد عليها المؤسسة في الحصول على الزبائن والحفظ عليهم، فالاهتمام المتزايد بتحسين جودة وإنتاج الخدمات وفقا لرغبات وحاجات الزبائن والأداء الجيد لمختلف وظائف المؤسسة (الإنتاجية ، المالية ، التسويقية) ونتيجة الاستغلال الأمثل لمواردها وأصولها البشرية والتكنولوجية يؤدي إلى تحقيق أكبر مستوى من الرضا ، فالزبون يشعر بالرضا والإشباع والولاء هو الذي يبقي المؤسسة متواجدة في السوق ويدعمها من خلال وفاته تجاه خدماتها واقتناعها بصفة مستمرة ، ولهذا وجب على المؤسسات المصرفية لعمل 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

¹شوقي شادلي ، أثر إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، مرجع سبق ذكره، 2008 ، ص 133.

- 1- **تقديم الخدمات الحرة :** بواسطة تكنولوجيا المعلومات والاتصال يستطيع الزبون تنفيذ الخدمة بنفسه مباشرة دون اللجوء إلى مكان المادي للمؤسسة ، أو الاستعانة بأشخاص معينين، كاللجوء إلى الانترنت ودخول موقع المؤسسة والبحث عن استفسارات أو طلب خدمة معينة.
 - 2- **القضاء على زمن الانتظار وضياح الوقت :** يتيح استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من قبل المؤسسة والزبائن إلى خلق التفاعل 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 المعلومات والاتصال إلى القضاء على المركزية والبقاء في مكان ثابت وتقادي التنقلات والطوابير وغيرها من الأمور التي يستاء منها الزبون والتي تزيد من احتمال تركه واستغائه عن خدمات المؤسسة .
 - 4- **تطوير خدمات الاستعلام عن بعد للزبائن :** بفضل الوسائل الرقمية يمكن للمؤسسة متابعة زبائنها عن بعد من أجل معرفة آرائهم حول خدماتها ، ويكون هذا عن طريق إرسال رسائل عبر البريد الإلكتروني أو عبر الهاتف... إلخ، وكل هذا ليشعر الزبون أنه محل اهتمامها، وبالتالي كسب رضاه عنها .
- كل هذه النقاط تساعد المؤسسة على بناء علاقات وطيدة بالزبائن ، وبهذا يمكننا القول أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تلعب دور كبير في التأثير على الزبون ، ولهذا وجب على المؤسسات المصرفية استغلالها كنقطة تجعلها متميزة عن باقي المنافسين الأمر الذي يحفز الزبون على التعامل معها وتفضيل خدماتها .

رابعا :أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالنسبة للمؤسسات : يساهم أو يترتب على تطبيق واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال العديد من المزايا والفوائد سواء للأفراد أو المؤسسات، ومن بين تلك الفوائد والمزايا نذكر ما يلي :

1. رفع مستوى الأداء : حيث يؤثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال تأثيرا ايجابيا على مستويات الأداء بالمؤسسات، شريطة توفر نوع من التوافق بين ظروف المؤسسة واستراتيجيات تطبيقها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

2. زيادة قيمة المؤسسة : حيث تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في خلق قيمة للمؤسسة بالإضافة إلى معاونتها في تنفيذ استراتيجياتها، خصوصا مع احتدام المنافسة بين المؤسسات.

3. تنمية العمل وفق نظم واضحة وطرق عمل محددة: حيث يؤدي تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى توفير النظام والانضباط بالوحدات الإدارية، وتهتم بتعريف الأفراد بما يدور حولهم من تطورات ومستجدات بصورة مستمرة.

4. إعادة هندسة الكمبيوتر : تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال عنصرا جوهريا لإنجاح إعادة هندسة عمليات التشغيل، سواء قبل تصميم عمليات التشغيل بما تقدمه من مقترحات لأفضل التصميمات أو بعد إتمام عمليات التصميم من خلال دورها في مراحل التطبيق المختلفة.

5. تنمية السلوك الايجابي لأفراد المؤسسة : من خلال تدعيمها لعمليات الاتصال داخل المؤسسة وخارجها، مما يعمل على تحفيز العاملين في المؤسسة ومتخذي القرار خصوصا ودفعهم للعمل بروح معنوية عالية، بالإضافة إلى مساعدتهم في الإدارة الوقت بكفاءة وتقليل درجة الغموض المحيط بمناخ العمل.

6. فعالية اتخاذ القرارات : حيث تيسر تكنولوجيا المعلومات والاتصال مهمة المديرين في اتخاذ القرارات التنظيمية ويبدو ذلك من خلال توفيرها للبيانات والمعلومات الدقيقة والملائمة في توفير الوقت الملائم وبالشروط المطلوبة كما تساهم في المشاركة في عملية اتخاذ القرار من خلال توفير مرونة التنظيم وتوفير قدر عال من الديناميكية والحركة بين مختلف المستويات.

7. تدنيه التكاليف : يساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تخفيض تكاليف المؤسسة وذلك يظهر لنا جليا من خلال:

- بدلا من دفع تكاليف مكالمات تلفونية ذات المسافة بعيدة يمكن إرسال بريد الكتروني وتدفع تكاليف المكالمات التلفونية المحلية فقط لمزود خدمة الانترنت.
- تقليل التكاليف البريدية بالنقل إلى البريد الالكتروني.
- استبدال التكاليف الباهظة للإنتاج وإرسال قوائم البيع بالبريد، والتقارير الفنية تقدم نفس المواد على الانترنت.
- تقليل استعمال الأوراق والمواد المصاحبة باستعمال البريد الالكتروني، وإمكانية إنشاء المستندات باستعمال التسيير الالكتروني للوثائق.
- عقد الاجتماعات بنظام اللقاءات عن بعد، والحد من مصاريف التنقل بفضل إمكانية تنظيم اجتماع صوري عن بعد.¹

¹ صالح مفتاح، بن البار موسى، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة واستخدامات تكنولوجيا المعلومات فيها مع الإشارة إلى حالة الجزائر، المؤتمر العلمي الدولي السنوي العاشر حول الريادة في مجتمع المعرفة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية - جامعة الزيتونة الأردنية، الأردن، 26- 29 افريل 2010، ص ص 10- 12.

8. تحقيق رقابة فعالة في العمليات التشغيلية : خاصة بالنسبة للمؤسسات الصناعية التي تستعمل تكنولوجيا عالية في الإنتاج، حيث تساهم في اكتشاف أخطاء التصنيع وكذا إمداد الإدارة الوصية بالرقابة بمختلف المعلومات اللازمة عن آلية سير الأنشطة وتبيان الانحرافات الحادثة في الأداء.

9. توفير الوقت : حيث تساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال على توفير الوقت خاصة بالنسبة للإدارة العليا من خلال الوصول اللحظي للبيانات وسرعة معالجتها ومرونة انتقال تلك البيانات والمعلومات بين مختلف المستويات الإدارية، وهو ما يسمح للإدارة العليا بالتفرغ لمسؤوليات أكثر إستراتيجية.

10. تحقيق ميزة تنافسية : حيث أن الميزة التنافسية التي تقدمها تكنولوجيا المعلومات والاتصال تتمثل في رفع كفاءة وفعالية نظام المعلومات المعتمد من طرف المؤسسة، من خلال زيادة سرعة انتقال المعلومات بين جميع مستويات هيكلها التنظيمي، بالإضافة إلى سرعة إحداث التغذية العكسية مما يساهم في تسريع عملية اتخاذ القرار داخل المؤسسة، فيعطيها ميزة سرعة رد الفعل كميزة تنافسية.¹

11. تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال بتسهيل العمل داخل المؤسسة من خلال التنسيق والتعاون بين الموظفين عن طريق العمل المشترك الذي يساهم بدوره في اتخاذ القرارات حيث تكون هذه العملية عن طريق شبكة الانترنت من رسائل واعتماد على شبكة المعلوماتية والتي تقلل من الوقت بالإضافة إلى الكفاءة في التسيير لهاته المؤسسة.²

¹ نوري منير، بارك نعيمة، مداح عرابي الحاج، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأهميتها في اقتصاديات الدول العربية لمسايرة تحديات الاقتصاد العالمي الجديد، (12/04/2012)، على الرابط التالي :

<http://eco.asu.edu.jo/ecofaculty/wp-content/uploads/.doc>

² Mohhelebi Dalila, Dou Henri, La nouvelle technologie de l'informaion et de communication, la capitalisation des compétences internes de l'entreprise, P6

وكحوصلة لما سبق نستنتج أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أهمية كبيرة، وذلك لما تتميز به من خصائص تجعلها أكثر فاعلية من وسائل الاتصال التقليدية، حيث ساهمت في تسهيل الاتصال بين الأفراد تبادل المعلومات في أي وقت وفي أي مكان وبأقل تكلفة ممكنة، كما أصبحت من الوسائل الضرورية التي تتطلبها إدارة أي مؤسسة لضمان التدفق السليم للمعلومات الدقيقة بين مختلف مستوياتها الإدارية وإنجاز العمليات واتخاذ قرارات فعالة، مما يساهم بدوره في زيادة فعالية أنشطة المؤسسة وتطور أداؤها.

خامسا. تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال : مما لا شك فيه أن التطور في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أصبح واضحا للجميع، فنحن الآن نعيش عصر الإلكترونيات أو الإنترنت أو عصر "E"، فباختصار أصبح يطلق على كل شيء E-thing¹:

1. **البريد الإلكتروني E-Mail :** يعتبر البريد الإلكتروني أكثر تطبيقات الإنترنت شيوعا، حيث أنه يحقق وسيلة للاتصال أقل تكلفة، إضافة إلى إمكانية إرسال الرسائل على مدار 24 ساعة.
2. **التجارة الإلكترونية E-Commerce :** هي تنفيذ النشاط الاقتصادي من بيع وشراء وتبادل السلع والخدمات والمعلومات عبر المجال الإلكتروني، من خلال إيجاد روابط فعالة بين أطراف النشاط الاقتصادي.

3. **الحكومة الإلكترونية E-Governance :** تهدف إلى إتاحة وتوفير الخدمات الحكومية للمواطنين باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تحقيقا للتميز والارتقاء بكفاءة العمل الإداري،

¹ حسين العلمي، خديجة عبيد ، مداخلته بعنوان "تفعيل دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كأحد ركائز اقتصاد المعرفة من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية؛ (حالة الجزائر)" في الملتقى الدولي ، اقتصاديات المعرفة و الإبداع يومي 17-18 أفريل 2013، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة سعد دحلب البليدة ، ص6.

وارتفاع مستوى جودة الأداء الحكومي عن طريق إنجاز المعاملات إلكترونياً وتوفير الوقت والجهد والمال على المستوى الوطني.

4. التعليم الإلكتروني E-Enseignement: ويتمثل في توفير الخدمات التعليمية على نطاق واسع عن طريق الوسائل المتعددة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث يستخدم تكنولوجيا المعلومات والإتصال في تحسين التعليم وتطوير التعليم التقليدي وذلك من خلال تحسين المعرفة حيث يتم تحضير الدرس باستخدام أنظمة تكنولوجيا وباستخدام بيداغوجيا سهلة توصل المعلومة إلى مستقبلها¹.

5. الصحة الإلكترونية E-Santé: يمكن تقديم الخدمات الصحية عن طريق الاتصالات المتنقلة، وتشخيص العلاج، وتطبيقات وسائط التواصل الاجتماعي إحداث تحول في الرعاية الصحية. وجوانب التقدم في تكنولوجيا الرعاية الإكلينيكية عن بُعد تمكن الأطباء من تقييم وعلاج الحالات المرضية من مواقع بعيدة عن طريق التفاعل مع المريض بالوسائط المتعددة في الوقت الحقيقي.

6. التوظيف الإلكتروني E-Emploie: هي خدمة شبكية تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتاحة من طرف المؤسسة لطرح الوظائف الشاغرة المتوفرة لديهم بهدف استقطاب مواهب وكفاءات خارجية لاختيار مرشحين ملائمين. كما تسمح هذه الخاصية لمقدمي طلبات التوظيف بمتابعتها من خلال الزاوية المخصصة لهم في الموقع ، و هذه الخدمة تسهل للأفراد الحصول على فرص عمل و أعدادهم لتولي مناصب وظيفية تتلاءم مع مؤهلاتهم العلمية و باستخدامها يمكن توفير وسائل اللازمة لاستحداث فرص العمل و تحسين التنافسية و الإنتاجية .

¹ KarsentiThierry, Tic en Afrique» intégration pédagogique des Tic en Afrique, bibiothèque et archive Canada , , 2009,P18

إن تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال بحد ذاته يخلق فرص التوظيف حيث يعتبر وسائل المادية والخدمات من أرقام الأعمام الأعمال المرتفعة في وقتنا الحالي وبالتالي تطوير وتوسيع المنظمات يصحبه طلب أكثر لتوظيف موارد بشرية ذو كفاءة وتحسين شروط العمل والتي تعتبر شيء مهم في التوظيف الإلكتروني¹. حيث أصبحت هناك مواقع متخصصة من أجل استقطاب الموظفين وتعتبر الولايات المتحدة الأمريكية من أكبر الدول التي تقوم بتوظيف عن طريق النت².

7. البيئة الالكترونية E- Environnement: هي تلك الخدمات التي توقعها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بغرض حماية البيئة من الأخطار المحدقة بها و حماية الأفراد و المجتمعات منها.

8. الزراعة الالكترونية E-Agriculture: هي مجال حديث الظهور ضمن العلوم الزراعية ويشير المصطلح إلى تطوير الخدمات الزراعية من خلال دعم و تبادل المعلومات عبر شبكة الانترنت³. حيث ساهم دخول تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع العام وذلك من خلال عدة ميادين كالصحة والتعليم والزراعة، إلى مما أدى إلى تنويع في عرض خدماتها وتغيير هياكلها⁴.

المطلب الثالث : واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دول المتقدمة والنامية

سننظر في لواقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الدول المتقدمة والدول النامية والتعرف على الفرق بين حيث ساهم هذا القطاع في زيادة السرعة وتحسين أنظمة

¹ Patricia Vendramin ,Gerard velenduc,technologie de l'information et de communication emploi et qualité du travail,Bruelles,2002,p111

²**Les nouvelle technologie de l'information et de communication** : des outils au services de performance de l'entreprise,departement , versailles , paris GEA,2000, P7.

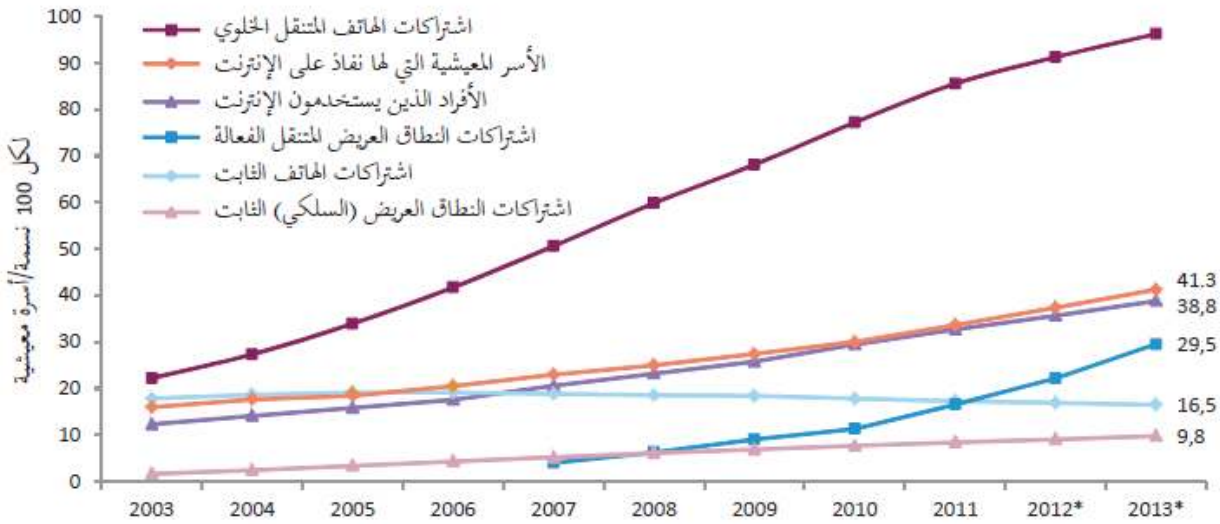
³إبراهيم بختي ، تكنولوجيا و نظم المعلومات في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، مرجع سبق ذكره ، ص42-44

⁴2012- Evaluation de la stratégie opérationnelle de la banque pour le TIC et plans d'action à moyen terme 2012-2014, orpc ,oitc,groupe de la banque africaine de développement ,mai 2012, P14

الاتصالات مما ساعد على تقريب الأفراد والمجتمعات ما بين بعضهم البعض وتحسين التواصل فيما بينهم .

أولا . التطورات العالمية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال : من خلال الشكل الموالي سنلاحظ التطورات العالمية الحاصلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال اشتراكات الهاتف المتنقل الخليوي والأفراد الذين يستخدمون الانترنت.

الشكل رقم (I - 9): التطورات العالمية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال



المصدر: تقرير الإتحاد الدول للاتصالات ، ملخص تنفيذي ، قياس مجتمع المعلومات ، 2013 ، ص 1

من خلال الشكل السابق نلاحظ أن الدولة التي حصلت على أعلى الرتبة في سنة 2010

تحصلت كوريا على المرتبة الأولى¹ ، أما بالنسبة لسنة 2011 - 2012 السويد بلغت المرتبة

¹ <http://www.staticalconsultants.co.nz/blog/ict-developement-index> 09/06/2014

الأولى وفي سنة 2013 - 2014 احتلت فنلندا المرتبة الأولى¹ حيث بلغت نسبة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في فنلندا 2013 ب 6.04% تليها سنغافورة بمعدل 5.97%²

أما بالنسبة للدول العربية فالدولة قطرية احتلت المرتبة الأولى بالنسبة للدول العربية والمرتبة 23 بالنسبة لدول العالم بمعدل 5.22 % تليها الإمارات العربية المتحدة التي احتلت المرتبة 25 بمعدل 5.20 % أما بالنسبة للجزائر 131 بمعدل 2.98% وهذا بالنسبة لسنة 2013.³ ثانيا . الإيرادات الاتصالات في عالم بحسب مستوى التنمية: بوجود آلات مستحدثة وأنظمة معلوماتية جديدة هذا بدوره يؤدي إلى تحديث قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتسريع في تطويره مما يؤدي إلى زيادة في تنمية الاقتصادية العالمية⁴ من خلال الشكيبين الموالين سننطرق لدور الذي يحققة قطاع التنمية في بناء الاقتصاد.

تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الرفع من مستوى التنمية وذلك من خلال مؤشرات حيث توفر عدة فرص بالإضافة إلى مساهمتها في التجارة وتحقيق الربحية بالنسبة للمنظمات في كل دول العالم⁵

تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق التنمية من خلال الخدمات التي توفرها في توفير الخدمات للمستهلك⁶

¹ http://www.teleco.com.br/en/en_wef.asp 12/05/2014

² <http://infomongolia.com/ct/ci/7800/139/networkedreadness> 11/09/2014

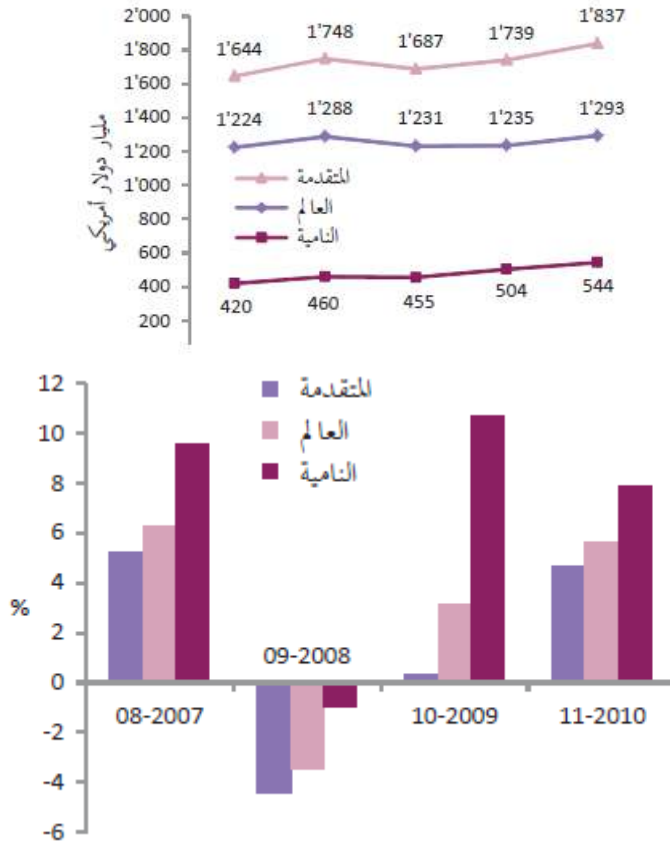
³ **The global Information Report 2014**, rewards and risks of big data, Johnson cornell university, world economic forum ,Switzerland, 2014,P22.

⁴ **Gilford Hapanyengwi, introduction au TIC**, université virtuelle Africaine ,P31, http://en.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons 14/08/2013

⁵ Geoffrey S. Kirkman, Carlo A. Oorio, Jeffrey, D. Sachs, The Networked Readness Index: Measuring the preparedness of nations for the Networked World, P1

⁶ **Measuring information society**, international communication union ,Switzerlan ,2012

الشكل رقم (I-10): يوضح مجموع إيرادات الإتصالات وبحسب مستوى التنمية 2007-2011



المصدر: تقرير الاتحاد الدول للإتصالات ، ملخص تنفيذي ، قياس مجتمع المعلومات ، 2013، ص3

حدث تراجع في الإيرادات اتسم الاستثمار في البلدان النامية وتميزت أيضا بانعاش

طفيف في عام 2011 .¹ دخول في تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال سيساهم زيادة التنمية

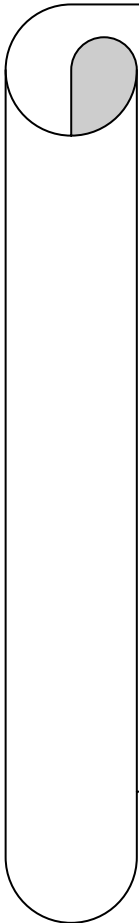
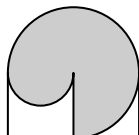
الاقتصادية وتقسيم العمل بتخفيف الضغط على الموظفين وبالتالي تحقيق الكفاءة وريح الوقت²

¹ تقرير الاتحاد الدول للإتصالات ، ملخص تنفيذي ، قياس مجتمع المعلومات ، 2013، ص3

² Adel Benyousse, Hatem M' Henni, les effets de la technologie d'information et de communication sur la croissance économique, revue region et développement, N19 , paris ,2004,p132-133.

خاتمة الفصل الأول

من خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل استخلصنا أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تمثل كل الأجهزة والمعدات الرقمية التي تقوم بعملية معالجة وتخزين واسترجاع المعلومة والقيام بإرسالها عبر شبكات الاتصال واستخدامها للتواصل في جميع أنحاء العالم هذا من جهة ، من جهة أخرى تسمح تكنولوجيا المعلومات والاتصال برفع أداء المؤسسات وتقليل الوقت والجهد، ولقد أحدثت تحولات جذرية في شتى مجالات الحياة الاقتصادية، الاجتماعية و السياسية. كما تساهم في عملية اتخاذ القرار بشكل مباشر وتلبية احتياجات الأفراد والمجتمعات في مختلف المجالات؛ كما ساهمت في تحقيق الفعالية والكفاءة في الأداء للمؤسسات، باعتبار أن المؤسسة الناجحة هي المؤسسة التي تمتلك نظام معلومات كفاء ووسيلة اتصال فعالة بهدف تحقيق الأهداف المرجوة، كما أن المنافسة بين المؤسسات مبنية على سرعة توفر المعلومة بصفة مستمرة . وعليه فإن هذا التطور سوف يبرز في ظل شبكة الانترنت في مختلف مجالات الحياة كالتعليم الإلكتروني، التجارة الإلكترونية، الصيرفة الإلكترونية والتي سنتعرض لها في فصل لاحق .



الفصل الثاني: مستجدات العمل المصرفي ودورها في تحديث الخدمات المصرفية

تمهيد:

يلعب هذا القطاع المصرفي دورا هاما في تحقيق أهداف التنمية الاقتصادية بما يتوافر لديه من قدرات على تعبئة الموارد واستخدامها بشكل أمثل ، ولقد تزايد دور الذي تلعبه البنوك في ظل المتغيرات البيئية الجديدة، والتي من أبرزها تنامي ظاهرة العولمة على كافة الأصعدة، وبصفة خاصة على الصعيد الاقتصادي والمالي، إذ أصبح من الضروري المتابعة الكثيفة لهذه المستجدات في القطاع المالي و المصرفي باعتبار أن الأنظمة المالية و المصرفية في البلد الواحد جزءا من النظام المالي و المصرفي العالمي في هذا الصدد سنحاول من خلال هذه الدراسة توضيح أساليب تقديم الخدمة المصرفية وتنويعها بما يتناسب ومتطلبات الزبائن باعتبار بروز مفاهيم جديدة تتعلق بالتسويق المصرفي و إدخال أنظمة الجودة على الخدمات المصرفية والاهتمام بعنصر الابتكار عن طريق خلق منتجات مالية جديدة بشكل متميز ، باعتبار أن المصارف كانت تلعب دور الوسيط بين المودعين والمقترضين و هذا ما يجعل عملية التسويق إحدى أهم مقومات نجاح المصارف وللتوضيح أكثر لأهمية الخدمات لمصرفية وأساليب التي ساهمت في تحديثها تطرقنا من خلال هذا الفصل إلى المباحث

التالية :

المبحث الأول:الخدمات المصرفية التقليدية؛**المبحث الثاني : مفاهيم عامة حول الخدمات المصرفية؛****المبحث الثالث : العوامل المساعدة في تحديث الخدمات المصرفية.**

المبحث الأول : الخدمات المصرفية التقليدية

من بين أهم الوظائف التقليدية التي تتميز بها المصارف تتمثل في الودائع والقروض وبالتالي المساهمة الجادة والفاعلة في تنشيط الاقتصاد وزيادة فاعليته وهي من الخدمات المتداولة لدى البنوك بصفة دائمة .

المطلب الأول: خدمة قبول الودائع

يعتبر قبول الودائع والعمل على زيادتها وتنميتها من الخصائص والسمات الأساسية التي تميز البنوك عن غيرها من منظمات الوساطة المالية حيث ارتبطت نشأة هذه البنوك منذ بدايتها بقبول الودائع ثم تطور نشاطها ليشمل توظيف هذه الودائع في العديد من الأشكال .

أولا . مفهوم الودائع : تتكون نقود أرصدة الودائع من أرصدة حسابات الأفراد لدى البنوك التجارية عن طريق فتح حسابات جارية والتي تنقل ملكيتها من فرد لآخر عن طريق السحب عليها باستعمال الشيكات ولا تقتصر الودائع المصرفية على قيام الأفراد بإيداع أموالهم في البنوك ، وإنما تنشأ أيضا نتيجة تقديم البنوك التجارية قروضا إلى الأفراد وفي هذه الحالة يقال عن البنوك التجارية بأنها تقوم بخلق الودائع عن طريق تقديم القروض والسلفيات أو قيام البنوك بالاستثمار في شراء الأوراق المالية من الأسهم والسندات ...إلخ، وتعتبر عملية خلق الودائع من أهم الوظائف التي تقوم بها البنوك في الوقت الحاضر .¹

ثانيا . أنواع الودائع: وقد تعددت أنواع الودائع بحيث يمكن تصنيفها في مجموعات متجانسة وفقا للعديد من الأسس من خلال ما يلي :²

1/ وفقا لآجالها : وهي من الودائع الأكثر شيوعا وانتشارا وتعرف ودائع تحت الطلب بالحساب الجاري وهي عبارة عن عقد بين البنك والزيون المودع تتحول الحقوق النقدية بمقتضاه إلى عناصر حسابية ينتج

¹ ضياء مجيد ، اقتصاديات النقود والبنوك ، الإسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة ، 2008 ، ص 29-30.

² أحمد محمد غنيم ، إدارة البنوك تقليدية الماضي وإلكترونية المستقبل ، المكتبة العصرية ، الطبعة الأولى ، 2007 ، ص 52-56.

عن تسويتها إيداعا وسحبا رصيد دائن لصالح الزبون يكون مستحق الأداء إما في نهاية العمل اليومي أو في نهاية المدة التي يتم الاتفاق عليها ويتسم هذا الحساب بالحركة المستمرة بين الزيادة والنقص وذلك طبقا لما يطرأ عليه من قيود تغير من حالته .

ويمكن تقسيم الودائع الجارية إلى عدة أنواع مختلفة حيث قد تكون هذه الودائع شبه دائمة بحيث لا يتوقع سحبه وتتسم بالثبات تقريبا والودائع المؤقتة وهي التي لا يحتمل سحبه خلال فترة قصيرة والودائع الموسمية وهي التي يتم إيداعها في موسم ويتم سحبها في موسم آخر كالودائع الزراعية ومن حيث المصدر فإنه يمكن تقسيم الودائع أيضا إلى ودائع المنظمات التجارية وتتسم بسرعة الحركة ؛

وفقا لمواسم وأوقات الشراء و ودائع المنظمات الصناعية وهي ترتبط بالدورة الإنتاجية وودائع منظمات الخدمات وتتصف إيداعاتها ومسحوباتها، إما بالدورية لمواجهة نفقات جارية أو فجائية بغية تجديد بعض الآلات المستهلكة وودائع المرتبات وهي تخص العاملين في الدولة وتتسم إيداعاتها بشيء من الاستقرار خلال الشهر بينما تتسم مسحوباتها بالزيادة الشديدة في أوائل الشهر التالي وودائع المهن الحرة وهي تخص أصحاب المهن الحرة كالمحامين والأطباء والمهندسين وتتميز بالاستقرار النسبي حيث تغلب عليها لصفة الادخارية والودائع الزراعية وهي ترتبط بالدورة الزراعية وتتسم مسحوباتها بالزيادة القصوى في بداية الدورة ثم تنزل إلى حد ما أثناءها بينما تتسم إيداعاتها بالزيادة في أعقابها وبعد بيع المحاصيل.¹

2/ وفق للقطاع المودع: حيث توجد ودائع القطاع الحكومي وودائع قطاع العام وودائع قطاع الأعمال

الخاص وودائع القطاع العائلي

3/وفقا للنشاط الاقتصادي: حيث توجد الودائع الخاصة بالنشاط الزراعي والودائع الخاصة بالنشاط

الصناعي والودائع الخاصة بالنشاط التجاري وكذلك الودائع الخاصة بأنشطة الخدمات.

¹ www.banque/financementL*mqhbdd%j12-è7.html 12/02/2012

4/ وفقا لحرية البنك في التصرف: حيث توجد الودائع الحرة والودائع المجمدة أو المحتجزة مثل تأمينات

خطابات الضمان والإعتمادات المستندية الصادرة للبنك لصالح الزبائن.

5/ وفقا لدرجة حداتها: حيث أسفرت الجهود التسويقية للبحث والدراسة عن استحداث شهادات الإيداع،

وهي نوع متميز من الودائع لأجل ذات تاريخ محدد ويقوم الزبون بشرائها ويمنح بموجبها حق الحصول

على إيراد كل فترة زمنية كما يمكنه أيضا الحصول على أمواله في أي وقت.

و يمكن تقسيمها كما يلي : ¹

أ- الودائع الجارية : تعرف باسم الودائع تحت الطلب حيث يستطيع الزبون سحبها في أي لحظة

من الزمن وبدون إخطار المصرف مقدما ولذلك فإن نسبة الاحتياطي النقدي المقابلة لها عادة مرتفعة

بالمقارنة بالأنواع الأخرى من الإيداعات ومن هنا فالمصارف لا تدفع عنها فوائد أو تدفع فوائد

بمعدلات أقل من تلك المدفوعة على الأنواع الأخرى وهذا النوع من الودائع .

ب- الودائع الغير جارية : وهي الودائع التي تكون هناك قيود مفروضة على حرية الزبون في السحب

منها ولذلك فهي عادة لا يتم تداولها بواسطة شيكات مثل الودائع الجارية ولكن عن طريق تسويات

الكتابية في دفاتر المصرف بالطرح والإضافة ؛ ويأخذ هذا النوع من الودائع عدة صور أهمها الودائع

لأجل وهي التي لا يحق للزبون السحب منها إلا بعد انقضاء مدة زمنية معينة يتفق عليها مسبقا بين

الزبون والمصرف عند الإيداع ومنها أيضا الودائع بإخطار وهي لا تتطلب انقضاء مدة معينة مثل

ودائع لأجل ولكن يشترط أن يقوم الزبون قبل السحب بمدة معينة بإخطار المصرف برغبته في ذلك .

ت- الودائع الادخارية : هي من قبيل الودائع طويلة الأجل التي تتم أصلا بهدف الادخار وتتميز عن

الودائع الغير جارية بأنه يمكن السحب منها في أي وقت و هناك صورة من الودائع غير جارية تعرف

¹ محمود يونس ، عبد النعيم مبارك ، النقود والأعمال البنوك والأسواق المالية ، الإسكندرية ، الدار الجامعية ، 2003، ص 248.

باسم الودائع المجمدة وهي تمثل مبالغ معينة لا يودعها أصحابها كوديعة غير جارية ولكن يدعونها كغطاء لعمليات مصرفية يقوم بها المصرف لحسابهم أو قد يكون نتيجة قيام جهة معينة ، مثل

(مصالح الضرائب) بالحجز على بعض أرصدة عميل ما لصالحها ¹

ث- الودائع الائتمانية : يختلف هذا النوع من الودائع عن بقية الأنواع الأخرى فهو النوع الوحيد الذي لا تكون نتيجة إيداع حقيقي بل ناشئ عن مجرد فتح حسابات ائتمانية والقيام بعمليات الإقراض فحينما يقوم صاحب وديعة حقيقة بتحرير شيك لفائدة شخص ما دون أن يقوم هذا الشخص بسحب فعلي للنقود فإن البنك يقوم بتسجيل هذه العمليات محاسبيا بحيث يجعل حساب المسحوب عليه مدينا وحساب المستفيد دائنا إن هذا التحويل بين حسابين يعتبر للبنك وديعة ليست فعلية على كل حال ولكنها تسمح بالتوسع في القرض دون أن يدفع نقود حقيقية إذا فالودائع الائتمانية هي عبارة عن ودائع كتابية أي ناتجة عن مجرد تسجيل محاسبي لحركات الأموال داخل البنك كما أن الودائع الائتمانية تزيد كلما قلت الأموال المسحوبة فعلا من البنك وتتنقص مع زيادتها .

كما تعتبر الوجه الآخر للقروض الائتمانية فعندما يمنح البنك قرضا إلى شخص معين دون أن يسحبه فمعنى ذلك أنه يمنح لهذا الشخص قدرة شرائية تمكنه من تسوية المعاملات عن طريق استعمال الشيكات حيث تحول الأموال كتابيا إلى حساب المستفيد الجديد وتعتبر عملية التحويل هذه الودائع جديدة ائتمانية وهذا ما يعطي في المحصلة النهائية تعادل ما بين القروض الائتمانية والودائع الائتمانية وتبعا لذلك نقول أن البنك قد خلق قيمة جديدة هي نقود الودائع ².

ثالثا . أهمية الودائع: تعتبر الوديعة هامة من عدة جوانب سواء من وجهة نظر الأفراد أو النظام البنكي أو الاقتصاد ككل فهي تفتح آفاقا واسعة أمام كل الأطراف وتتيح لكل واحد منها فرصة لتحقيق أهدافه

¹ محمود يونس ، عبد النعيم مبارك ، مرجع سبق ذكره، ص 249.

² طاهر لطرش ، تقنيات البنوك ، الطبعة السادسة ، الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 2007 ، ص 28

فيما يتعلق بالأمن والسيولة والربحية¹؛ وتمثل الودائع آفاقا لتوظيف أموال البعض وتساهم في : تغطية عجز البعض آخر وخلق إمكانيات جديدة تسمح بالتوسع في النشاط الاقتصادي وتنمية ديناميكية دائمة من خلال تدفقات مالية مستمرة تساعد على تطور الأعمال ؛

- من وجهة نظر الأفراد فالودائع، بالإضافة إلى كونها عملية جيدة للحفاظ على النقود من الأخطار الكثيرة المحتملة كالضياع والسرقة بالإمكان أن تعود على صاحبها بمكاسب مالية لا يمكنه أن يحصل عليها إذا احتفظ بالنقود معطلة بحوزته، ومما يزيد من أهمية الودائع بالنسبة للأفراد تلك الإيداعات المستمرة من طرف النظام البنكي، والتي تفتح يوميا آفاقا جديدة فيما يتعلق بتداول واستعمال هذه الودائع أو فيما يتعلق بالعوائد المترتبة عنها. وقد أدت المنافسة الموجودة بين البنوك إلى زيادة اهتمام الأفراد بإيداع أموالهم نظرا للخدمات التي يحصلون عليها من طرف النظام البنكي كنتيجة للعلاقة المالية القائمة؛

- تفتح الودائع أمام النظام البنكي فرصا واسعة لتوسيع القرض بإعادة رسكلة الأموال الموجودة فعلا ودون اللجوء إلى عمليات التمويل التضخمي للنشاط الاقتصادي، وهي لا تقوم بذلك فحسب وإنما بإمكانها أن تركز مجهوداتها في تمويل فعال ؛

- وجود ودائع تخدم الاقتصاد ككل من عدة جوانب، فهي أولا تشكل خزانة كبيرا من الموارد يجنب عرقلة الاقتصاد كما أن ذلك يسهل التسيير النقدي للاقتصاد من دون وجود توترات نقدية معيقة للنمو المنتظم ومن شأن أن يدفع لزرع الثقة في نفوس كل المتعاملين الاقتصاديين سواء كانوا منتجين أم مستهلكين أو مجرد مدخرين للأموال، مما يساعد على توفير الظروف الضرورية لازدهار الاقتصادي.

¹ نفس المرجع السابق ،ص29.

المطلب الثاني : خدمة تسهيلات والقروض المصرفية

للمصرف أهداف خاصة يسعى لتحقيقها وسياسة إقراض تحدد الاتجاه والأسلوب استخدام أموال البنك التي يحصل عليها من المودعين وأصحاب رأس المال وبذلك يتضح أن لهذه السياسة أثر على اتخاذ القرار ، وضرورة إذا أراد البنك بلوغ أهدافه وخدمة البيئة التي يعمل فيها .

أولا . مكونات سياسة الإقراض المصرفية: القرض هو مبلغ مالي ممنوح للفرد أو مؤسسة في أجل محدد مسبقا وقد يكون مبلغ مالي أو إمضاء لضمان المدين ¹، تختلف سياسة الإقراض من بنك لآخر وفقا لأهدافه ومجال تخصصه وهيكله التنظيمي وحجم رأس ماله وبصفة عامة يوجد العديد من النقاط التي تغطيها السياسة :²

1- **الأخذ في الحسبان الاعتبارات القانونية :** يجب أن تعكس السياسة الاشتراطات والقيود القانونية للتوسع أو لتقييد الائتمان وبذلك لا يحدث تباين بين السياسة الخاصة بالبنك والتشريعات المنظمة للعمل المصرفي ، والسياسة الائتمانية والقيود التي يضعها البنك المركزي .

2- **تقرير حدود ومجال التخصص :** حيث تبين السياسة حدود ومجال الاختصاص ومستوى اتخاذ القرار في مجال منح القروض والتسهيلات وعلى أن يقر مجلس الإدارة هذه التفويضات وحدودها كل سنة على الأقل .

3- **تحديد أنواع القروض التي يمنحها البنك :** أي تحديد القروض التي يتعامل معها البنك وبذلك يتم الفصل بين القروض المقبولة التي تتماشى مع سياسة البنك وتلك الغير مقبولة .

4- **التكلفة أي سعر الفائدة والمصاريف الإدارية:** أي التكلفة المترتبة على منح الائتمان سواء في شكل مصاريف إدارية أو عمولات أو سعر الفائدة، وقد تتعدد وجهات النظر في هذا الشأن ولكن من الأفضل

¹ Abdelghani Laidouni , **La banque sa matière première et ses outils**, edition arabe , algerie , 2010, P5

² عبد الغفار الحنفي ، عبد السلام أبوقحف ، **تنظيم وإدارة البنوك** ، الإسكندرية، المكتب العربي الحديث ، 2000، ص 131

توحيد تكلفة الخدمة داخل المنطقة الواحدة إذا كانت هذه التكلفة تحدد مقدما وبصفة عامة لا بد من وجود خطوط أو معايير إرشادية تزود بها إدارة الائتمان لتقدير تكلفة حتى لا يحدث اختلاف بين الأفراد، مما قد يسيء إلى البنك.

5- المنطقة التي يخدمها البنك : يجب أن يتقرر مقدما المنطقة التي يخدمها البنك ويمتد نشاط البنك والتي تتوقف على حجم البنك ومقدرته على خدمة زبائنه وقدرته على تحمل مخاطر منح الائتمان ولاشك أن لرأس مال البنك تأثير في تحديد هذه المنطقة وتعتبر العامل الخاص بتحديد المنطقة التي يخدمها البنك من أكثر العوامل أهمية بالنسبة لوظيفة منح الائتمان مقارنة بوظائف أخرى.

6- شروط ومعايير منح الائتمان : بعد تحديد نوعية القروض أو مجالات منح الائتمان التي يتعامل فيها البنك يتبقى تحديد لشروط الواجب توافرها لقبول طلب الحصول على القرض وبذلك يشكل أساس القبول المبدئي وبناءا على ذلك تتم إجراءات الأخرى كالتحري والاستقصاء عن طالب القرض من حيث سمعته ومركزه المالي .

7- إجراءات وخطوات الحصول على الائتمان : بمعنى أن تحدد هذه المسائل وتدوّن في كتيب ويبدو ذلك واضحا في البنوك الكبيرة (في شكل دليل الحصول على الائتمان) ولا شك أن هذه الإجراءات تسهل من عملية تنفيذ السياسة .

ثانيا. أنواع القروض المصرفية: تعتبر القروض المصرفية من أهم العناصر التي تدخل ضمن الأصول المصرف، سنقوم في هذه النقطة بعرض أهم أنواعها:

أ- القروض العامة: هي القروض الموجهة لتمويل الأصول المتداولة وليست موجهة لتمويل أصل بعينه، وتسمى أيضا بقروض الخزينة. وتلجأ المؤسسة إلى مثل هذه القروض لمواجهة صعوبات مالية مؤقتة ويمكن إجمال هذه القروض تتمثل فيما يلي:

- **تسهيلات الصندوق:** هي عبارة عن قروض معطاة لتخفيف صعوبات التي تواجه الخزينة في فترة القصيرة جداً¹ الناتجة عن تأخر الإيرادات عن النفقات أو المدفوعات، فهي تهدف إلى تغطية رصيد المدين إلى حين أقرب فرصة تتم فيها عملية التحصيل لصالح الزبون، حيث يقتطع مبلغ القرض. إن مدة القرض قصير جداً (بضعة أيام) وقابلة للتجديد عبر فترات (نهاية كل شهر مثلاً). وهذا النوع من الائتمان عادة ما يواجه خطر التجميد وعلى ذلك يجب على المصرفي الحرص الشديد أثناء منحه هذا النوع من القروض².

- **السحب على المكشوف:** هو حساب رصيد مدين في حساب بنكي، بالنسبة للبنك إعطاء موافقة على المكشوف يعني تسديد أي شيك أو سند لصاحب الحساب الجاري رغم عدم وجود رصيد فيه³.

• عندما تريد المؤسسة (طالبة القرض) رفع طاقتها الإنتاجية .

• عند التدهور المستمر لرقم أعمالها .

• عندما تريد المؤسسة شراء كميات من المواد الأولية بأسعار تنافسية⁴.

ب - القروض الموسمية : هي نوع خاص من القروض البنكية وتنشأ عندما يقوم البنك بتمويل نشاط موسمي لأحد زبائنه فالكثير من المؤسسات نشاطاتها غير منتظمة وغير ممتدة على طول فترة الاستغلال أي أن دورة الإنتاج أو دورة البيع موسمية فالمؤسسة تقوم بإجراء النفقات خلال فترة معينة يحصل فيها الإنتاج وتقوم ببيع هذا الإنتاج في فترة خاصة ومن أمثلة هذه العمليات نشاطات الإنتاج وبيع اللوازم

1-Luc Bernet –Rollande ,principes de technique bancaire ,paris, Dunod , 22eme edition , P.106

² : طاهر لطرش، مرجع سبق ذكره، ص 58-59

³ بخرازي يعدل فريدة ، تقنيات وسياسات التسيير المصرفي ، الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية ، الطبعة الرابعة ، 2008 ، ص 112

⁴ حسين بلعجوز ، مخاطر صيغ التمويل في البنوك الإسلامية والبنوك الكلاسيكية دراسة مقارنة، الإسكندرية مؤسسة الثقافة الجامعية ، 2009 ،

المدرسية وكذلك إنتاج وبيع المحاصيل الزراعية و القروض التي يمنحها البنك للزبون لتمويل تكاليف المواد الأولية والمصاريف الأخرى المرتبطة بعملية الإنتاج وهذا القرض يستعمل لمواجهة حاجيات الخزينة الناجمة عن هذا النشاط الموسمي¹. ففي هذا النوع من التمويل البنك لا يقوم بتمويل كافة الأعباء والمصاريف الناتجة عن هذا النوع من النشاط وإنما يقوم بتمويل جزء فقط منها وبما أن هذا النشاط لا يجب أن يتجاوز دورة الاستغلال فالمدة الممنوحة له تمتد عادة إلى غاية 9 أشهر وقبل منح هذا النوع من القروض الزبون يقدم للبنك مخططا للتمويل يتضمن نفقات النشاط وعائداته، وعلى أساس هذا المخطط يقوم البنك بتقديم القرض أما الزبون فيقوم بتسديد القرض وفق لمخطط استهلاك الموضوع مسبقا.

ج - قروض الربط : هي عبارة عن قروض يمنح لمواجهة الحاجة إلى السيولة المطلوبة لتمويل عملية مالية في الغالب ، تحققها شبه مؤكد ، ولكنه مؤجل فقط لأسباب خارجية ، ويقرر البنك منح هذا النوع من القروض في حالة ما إذا كان شبه متأكد من تحقق العملية محل التمويل .

2-القروض الخاصة: وهي القروض الموجهة لا لتمويل الأصول المتداولة بصفة عامة وإنما توجه لتمويل أصل معين من بين هذه الأصول وتنقسم:²

أ- تسبيقات على البضائع : هي عبارة عن قرض يقدم للزبون لتمويل مخزون معين والحصول مقابل ذلك على بضائع كضمان للمقرض ، وينبغي على البنك أثناء هذه العملية التأكد مما يلي:

*التأكد من وجود البضاعة وطبيعتها ومواصفاتها ومبلغها .

¹ طاهر لطرش ، مرجع سبق ذكر ، ص60-61

³طاهر لطرش ، مرجع سبق ذكر ، ص63-64

* عند الإقدام على منح هذا النوع من القروض يجب على البنك أن يتوقع هامشا مابين مبلغ القرض المقدم وقيمة الضمان للتقليل أكثر ما يمكن من الأخطار، ويعتبر التمويل مقابل سند الرهن من أحسن الضمانات التي يمكن أن تعتمد عليها البنوك في هذه الحالة، ولقد اثبت الواقع أن هذا النوع من القروض يمنح لتمويل المواد الأساسية كالقهوة وغيرها ويستعمل في الجزائر لتمويل السلع المصنعة ونصف المصنعة.

ب- **تسبيقات على الصفقات العمومية:** الصفقات العمومية عبارة عن اتفاقات للشراء، وتنفيذ أشغال لفائدة السلطات العمومية (الإدارة المركزية، الوزارات، الجماعات المحلية، المؤسسات العمومية ذات الطابع الإداري). من جهة والمقاولين أو الموردين من جهة أخرى، ونتيجة لأهمية هذه المشاريع وحجمها فإن المقاولين المكلفين بالإنجاز كثيرا ما يجدون أنفسهم بحاجة إلى أموال ضخمة غير متاحة في الحال لدى هذه السلطات، لذلك يضطرون إلى اللجوء إلى البنك للحصول على هذه الأموال لتغطية الصفقة، وتمنح البنوك في هذا الصدد نوعين من الإعتمادات : ¹

* **منح كفالات لصالح المقاولين :** تمنح هذه الكفالات من طرف البنك للمكاتب في الصفقة وذلك لضمانهم أمام السلطات العمومية، وتمنح هذه الكفالات عادة في أربع حالات:

- **كفالة الدخول إلى المناقصة:** يعطي البنك هذه الكفالة للزبون الذي فاز بالمناقصة ليتفادى عدم دفع مبلغ التعويض في حالة انسحابه من تنفيذ المشروع ، وبمجرد أن البنك يعطي هذه الكفالة يسقط عن الزبون دفع الكفالة نقدا.

- **كفالة حسن التنفيذ:** يمنح البنك هذه الكفالة لتفادي قيام الزبون بتقديم النقود كضمان لحسن تنفيذ الصفقة وفق المقاييس المناسبة.

¹ طاهر لطرش ، نفس المرجع السابق، ص 63-64

-**كفالة اقتطاع الضمان:** عند الانتهاء من إنجاز المشروع عادة ما تقتطع الإدارة صاحبة المشروع مبلغا معيناً من قيمة الصفقة وتحفظ بها لمدة معينة كضمان حتى تتأكد من حسن تنفيذها، وحتى يتفادى الزبون تجميد هذه النسبة فيقدم له البنك هذه الكفالة (كفالة اقتطاع الضمان) ويقوم البنك بدفعها فعليا إذا ما ظهرت نقائص في المشروع قبل انتهاء فترة الضمان.

-**كفالة التسبيق:** تمنح الإدارات صاحبة المشروع تسبيقا للمقاولين الفائزين بالصفقة، ولا يمكن أن يمنح هذا التسبيق إلا إذا حصلت على كفالة التسبيق من طرف أحد البنوك.

* **منح قروض فعلية:** يوجد ثلاثة أنواع من القروض التي يمكن أن تمنحها البنوك لتمويل الصفقات العمومية كما يلي :

- **قرض التمويل المسبق:** تقدم البنوك هذه القروض عندما يعاني المقاول من عسر مالي عند انطلاق المشروع ولا تتوفر لديه الأموال الكافية ليبدأ في الإنجاز، ويعتبر بالنسبة للبنك قرضا على بياض لنقص الضمانات.

- **تسبيقات على الديون الناشئة وغير مسجلة:** في بعض الحالات ينجز المقاول نسبة مهمة من الأشغال ولكن الإدارة لم تسجل ذلك، فيقوم المقاول أو المؤسسة بطلب تعبئة الديون (أي طلب قرض من البنك، بناء على عقد عن ما تم إنشاؤه من المشروع دون أن يتأكد من أن الإدارة سوف تقبل بالمبالغ المدفوعة).

- **تسبيقات على الديون الناشئة والمسجلة:** تمنح هذه التسبيقات عندما تصادق الإدارة (أي تعترف) على الوثائق الخاصة التي تسجل انتهاء جزء من الأشغال ويتدخل البنك لمنح هذه القروض للزبون لكون الدفع يتأخر عن الانتهاء من الأشغال.

ت- **الخصم التجاري:** الخصم التجاري شكل من أشكال القروض القصيرة التي تمنحها البنوك، وتعد عملية الخصم بالنسبة للمؤسسة وسيلة من وسائل الدفع، فالمؤسسة ولغرض إثبات ديونها على الغير تتعامل بالأوراق التجارية (الكمبيالات و سند لأمر...) ، وتنتظر الحصول على قيمة الورقة التجارية في الموعد المحدد، لكن ضرورات نشاط الاستغلال كثيرا ما تجعل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حاملة الورقة محتاجة إلى المال لتسوية التزاماتها ، فتلجأ إلى تحصيل قيمتها في شكل سيولة من خلال خصمها لدى البنك، وبالتالي فإن الخصم التجاري هو قيام البنك مقابل هذه العملية بدفع مبلغ الورقة التجارية للزبون قبل تاريخ الاستحقاق، و في المقابل يستفيد البنك من ثمن يسمى سعر الخصم ويطبق هذا المعدل على مدة الانتظار فقط وتنتقل إليه كل حقوق المستحق الأصلي.¹

ثالثا . القرض بالالتزام: يسمى بالقرض بالالتزام أو التوقيع ولا يتجسد في إعطاء أموال حقيقية من طرف البنك إلى الزبون وإنما يتمثل في الضمان الذي يقدمه له لتمكينه من الحصول على أموال من جهة أخرى أي البنك في هذه الحالة لا يعطي نقودا ولكنه يمنح ثقته ، ويكون مضطرا إلى إعطاء النقود للزبون في حالة عجز هذا الأخير عن الوفاء بالتزاماته ويمكن أن نميز في هذا النوع من القروض كما يلي :

1- **الضمان الاحتياطي :** هو عبارة عن التزام يمنحه شخص يكون في العادة بنكا يضمن بموجبه تنفيذ الالتزامات التي قبل بها أحد مديني الأوراق التجارية وعليه فإن الضمان الاحتياطي هو عبارة عن تعهد لضمان القروض الناجمة عن خصم الأوراق التجارية ويكون شرطيا عندما يحدد البنك شروط معينة لتنفيذ الالتزام .

2- **الكفالة :** هي عبارة عن التزام مكتوب من طرف البنك يتعهد بموجبه بتسديد الدين الموجود على عاتق المدين في حالة عدم قدرته على الوفاء بها ويحدد في الالتزام مدة الكفالة ومبلغها ويستفيد الزبون من الكفالة في علاقته مع الجمارك وإدارة الضرائب والنشاطات الخاصة بالصفقات العمومية.

¹ طاهر لطرش ، مرجع سبق ذكر ، ص 67-68

3- **القبول :** حيث يلتزم البنك في هذا النوع من القروض بتسديد الدائن وليس زيونه وله عدة أشكال منها:

- **القبول الممنوح للزبون من أجل مساعدته على الحصول على مساعدة من خزينه؛**
- **القبول الممنوح لضمان ملاءة الزبون الأمر الذي يعفيه من تقديم الضمانات ؛**
- **القبول المقدم بهدف تعبئة الورقة التجارية.**

رابعا . تمويل وسائل ومعدات الإنتاج: تلتزم المؤسسة عند الحصول عليها بسداد كل أصل القرض والفائدة المستحقة في تاريخ محدد كما يتميز هذا النوع من القروض بالسرعة، باعتبار أن عملية التمويل تنتج عن مفاوضات مباشرة ما بين المقرض والمقترض فإن الإجراءات الرسمية تكون محدودة وتحصل المؤسسة على احتياجاتها المالية ، كما تتميز بالمرونة أي يمكن تغيير بنود التعاقد في حالة تغير الظروف الاقتصادية ويكون ذلك بالاتفاق المباشر مع المقترض ¹.

ونظرا لطول مدة هذا النوع من القروض فإن البنك يكون معرضا لخطر تجميد الأموال وبعض المخاطر كخطر عدم السداد والتي يمكن أن تحدث تغيرات على مستوى المركز المالي للمقترض وفيما يلي مصادر أخرى لتمويل متوسط الأجل كما يلي :

1 -قروض المدة: تتراوح مدة هذه القروض بين 3 و 5 سنوات الأمر الذي يعطي المقترض الاطمئنان والأمان ويقلل من مخاطر إعادة التمويل، أو تجديد القروض قصيرة الأجل. لأن درجة المخاطرة في التمويل قصير الأجل تكون عالية بالنسبة للمؤسسة المقترضة، لأنه إذا وصل تاريخ استحقاق القرض فإنه من المحتمل أن لا يوافق البنك على تجديد القرض، رغم تسديد المؤسسة لما عليها، أو أن يجدد القرض

¹ محمد صالح الحناوي ، نهال فريد مصطفى ، الإدارة المالية "التحليل المالي للمشروعات" المكتب الجامعي الحديث 2008، ص 235 .

بمعدل فائدة وشروط مجحفة في حق المؤسسة ، ويمكن الحصول على مثل هذه القروض من مصارف التمويل المتوسطة والطويل الأجل، ومن المصارف المتخصصة.

ويفرض معدل الفائدة على أساس المدة التي استخدم فيها القرض، أما تحديده فيتم على ضوء مستوى أسعار الفائدة السائدة في السوق، حجم القرض، تاريخ استحقاقه، والأهلية الائتمانية للمؤسسة المقترضة، ويتم تسديدها عن طريق أقساط دورية متساوية تدفع ثلاثيا أو نصف سنويا أو سنويا. وقد لا تكون أقساط التسديد متساوية أو تكون متساوية باستثناء آخر دفعة التي تكون اكبر من سابقتها .

2 - قروض التجهيزات: تمنح هذه القروض للمؤسسات عندما تقدم على شراء آلات أو تجهيزات، وتدعى هذه القروض قروض تمويل التجهيزات، ويمنح مثل هذه القروض إلى جانب البنوك (سواء التجارية أو الإسلامية) الوكلاء الذي يبيعون هذه التجهيزات، شركات التأمين، وصناديق التقاعد والتأمين الاجتماعية، وتمول الجهة المقرضة ما بين 70% إلى 80% من قيمة التجهيزات التي يمكن تسويتها بسرعة، مثل الشاحنات والسيارات، والباقي يبقى كهامش أمان للممول.

خامسا . تمويل الاستثمارات الدائمة: تسعى المؤسسات التي تقوم باستثمارات طويلة إلى تعبئة الموارد المالية من مصادر مختلفة وبأشكال متعددة بناءا على ذلك فإن التمويل المقترض هو من مصادر التمويل الأساسية في المؤسسة وأخذت تشكل أحد البدائل للعديد من المستثمرين ومن بين هذه المصادر :

1- القروض المصرفية طويلة الأجل: يعد هذا النوع من التمويل المقترض بمثابة عقد يلتزم بموجبه المقترض (المؤسسة) على تسديد فوائد دورية طويلة سنوات القرض إضافة إلى أصل المبلغ المقترض ضمن توقيتات يتم الإتفاق عليها مع المقرض . وتكون مدتها 3 إلى 15 سنة ، ويمكن أن تمتد إلى غاية 20 سنة وهي توجه لتمويل نوع خاص من الإستثمارات مثل الحصول على عقارات (أراضي ، مباني ،

بمختلف استعمالاتها المهنية ¹ وتمنح مثل هذه القروض من البنوك ومؤسسات التمويل الأخرى ، وقد تكون هذه البنوك من داخل البلد أو من خارجه ويتم تحديد مبلغ القرض وسعر الفائدة وطريقة الدفع بالاتفاق مع المقترض وكذلك أسلوب إعادة مبلغ المقترض في المواعيد التي يتفق عليها ، وتكون على شكل دفعات مختلفة حسب الاتفاق بين طرفين وقد تكون هذه القروض مضمونة بأصل معين أو بأي نوع من أنواع الضمانات الأخرى ، إلا أنه في بعض الأحيان هناك استثناءات حسب متانة المركز المالي التي يتمتع بها المقترض ، ويحدد معدل الفائدة وفق مايلي :

- تحديد معدل فائدة ثابت خلال مدة القرض ؛
- الاتفاق على معدل فائدة متغير وذلك وفق المعدلات المعتمدة من قبل المصارف، وفي هذه الحالة يتم الاتفاق على تحديد حد أدنى وحد أقصى لمعدل الفائدة².

المطلب الثالث : خدمات التحصيل

تعتبر خدمات التحصيل من أهم خدمات النظام المصرفي كما أن لها أهمية خاصة سواء بالنسبة للبنوك أو لعملائها على حد سواء فهي تستهدف زيادة موارد النقدية للبنوك ولو كانت لأجل قصيرة كما أن قيام البنك بتلك الخدمات يقلل من تداول النقود فيما بين الدائنين والمدينين وبذلك يتم تجنب كل المخاطر التي تنجم عن تداول النقود ونقلها من مكان لآخر، وتقوم المصارف بخدمات التحصيل التالية :

¹ طاهر لطرش ، مرجع سبق ذكره ، ص 68

² عدنان تايه النعيمي ، ياسين كاسب الخرشة ، أساسيات في الإدارة المالية ، دار المسيرة ، الطبعة الأولى، 2007، ص 169

أولا . التحصيل نيابة عن الغير :

تساعد خدمات التحصيل على تسوية حسابات الزبائن عن طريق إجراء عمليات المقاصة بين بعضهم والبعض الآخر كما توفر الجهد والوقت الذي يبذله هؤلاء الزبائن في عمليات الإيداع والسحب¹، تقوم المصارف بتقديم خدمات التحصيل نيابة عن الغير عن طريق الاتفاق مع بعض الجهات التي تكون عمليات التحصيل بالنسبة لها ذات أهمية خاصة وتمثل جزءا كبيرا من نشاطها الإداري وذلك كما هو الحال بالنسبة لمصلحة الكهرباء وهيئة المواصلات السلكية واللاسلكية حيث تقوم البنوك نيابة عن هذه الجهات بتحصيل قيمة فواتير الهاتف واستهلاك الكهرباء الخاصة بأعمالها ويترتب على قيام البنوك بالتحصيل نيابة عن الغير تحقيق الكثير من المزايا والفوائد التي تعود على كل هذه البنوك والجهات التي يتم التحصيل لصالحها وجمهور المتعاملين وكذلك الاقتصاد الوطني كما تحقق هذه الخدمة العديد من المزايا والفوائد التي تعود على البنوك نتيجة تقديمها خدمات التحصيل نيابة عن الغير فإنها تتمثل بصفة أساسية في حصول البنك على إيرادات كثيرة تتمثل في العمولات التي يتقاضاها على المتحصلات وتوفير السيولة نقدية للبنك نتيجة استمرار عمليات التحصيل وإتاحة الفرصة لاجتذاب أكبر عدد ممكن من الزبائن للتردد على البنك والتعامل معه بشكل دوري لسداد ما عليهم من مستحقات.

ثانيا . تحصيل الشيكات : تعتبر خدمة تحصيل الشيكات من أهم الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف لزبائنهم وفي هذا الصدد فإنه إذا كان الشيك مسحوبا لأمر الزبون على البنك الذي يتعامل معه فإنه يقدم هذا الشيك للبنك بتحصيله نيابة عنه ويودعه بحسابه عنده ، بينما إذا كان الشيك مسحوبا على حساب لدى البنك فإنه يقوم بقيد قيمته على حساب الساحب ولحساب المستفيد وذلك بعد التأكد من صحة الشيك وسلامته ومن وجود رصيد كاف لدى هذا الساحب بينما إذا كان هذا الرصيد لا يغطي قيمة الشيك

¹ أحمد محمد غنيم ، مرجع سبق ذكره ، ص74

فإن لبنك يقوم برده إلى عميله المستفيد للرجوع على الساحب هذا من ناحية ومن ناحية أخرى فإنه إذا كان الشيك مسحوبا على بنك آخر فإن البنك الذي يقدم له الشيك لا يضيف قيمته للزبون المستفيد إلا بعد أن يقوم بتحصيله من البنك الثاني ويتم ذلك إما بتقديمه مباشرة إلى هذا البنك لتحصيله أو إرساله إلى غرفة مقاصة البنك المركزي الذي يقوم بدوره بالتحصيل عن طريق القيد بالحسابات المصرفية الخاصة بالبنكين لديه .

ثالثا . خدمات القبول : تعتبر خدمات القبول من الخدمات المصرفية المرتبطة بالتحصيل وبمقتضاها تقوم البنوك بضمان الشيكات والكمبيالات من خلال التوقيع عليها والتزامه بدفع قيمتها متى قدمت إليه للصرف وبالتالي فإن الشيك المقبول من البنك يكتسب صفة النقود بحيث يكون البنك ملتزمة بقيمته سواء كان للزبون رصيد أم لم يكن له وقت تقديم هذا الشيك للتحصيل كما أن الكمبيالات التي يقبلها البنك تتضمن التزام البنك بسدادها إذا توقف الزبون عن ذلك وبالتالي فهي تعد عندئذ من قبيل التسهيلات المصرفية التي تقدمها البنوك .

وفي ضوء ذلك فإن قبول المصارف وضمان للشيكات والكمبيالات يكسبها قوة ائتمانية تيسر عملية تداولها وتدعم مركزها كوسيلة لسداد الحقوق والتسويات النقدية ، ومن خدمات القبول أيضا قبول البنوك لتكون مكانا لدفع الكمبيالات المستحقة على الزبائن حيث يعتبر البنك في هذه الحالة بمثابة وسيط بين كل محرر الكمبيالة والمستفيد منها في دفع القيمة عند تاريخ استحقاق هذه الكمبيالة وذلك خصما من حساب الزبون مادام رصيده يسمح بذلك وتعامل الكمبيالة في هذه الحالة معاملة الشيكات المقدمة للبنك أية مسؤولية تجاه حامل هذه الكمبيالة .

رابعا . تحصيل الحوالات المصرفية الداخلية: يمكن تعريف الحوالات المصرفية الداخلية بأنها أمر كتابي يصدره أحد الزبائن إلى البنك الذي يتعامل معه ليدفع مبلغا معيناً من النقود إلى الشخص آخر يقيم من

جهة أخرى ، ويتم تنفيذ الأمر كتابي للحالة المصرفية الداخلية باستخدام نموذج خاص بعد ذلك خصيصا ويتضمن اسم المستفيد وعنوانه والمبلغ المراد تحويله وكيفية التحويل بالبريد أو البرق أو الهاتف وبيان الخصم قيمة الحالة وما يرتبط بها من مصروفات من الحساب الجاري للزبون لدى البنك ¹.

وتستخدم هذه الحوالات كبديل لاستخدام الشيكات كما أنها تتميز عن استخدام هذه الشيكات بسهولة واليسر وتستغرق وقتا قصيرا حتى يتم تسوية الديون بين الأفراد المنتشرين جغرافيا والمتباعدين في محال إقامتهم هذا فضلا عن أنها تقضي على لمخاطر التي تتعرض لها عمليات نقل وتداول النقود عن طريق الأفراد ، وتعتبر الحوالات النقدية التي تتم بين البنوك وفروعها المختلفة نوع من أنواع الحوالات المصرفية الداخلية وبمقتضاها يستطيع أحد فروع بنك ما أن يوفر الأموال اللازمة له عن طريق اتصاله بالبنك المركزي وتحديد الأموال اللازمة له ثم يقوم البنك المركزي بدوره بالاتصال بالتليفون بفرعه أو توكيله في الجهة التي يوجد بها هذا الفرع طالب النقود لكي يسلمه المبالغ المطلوبة وبذلك لا يستغرق هذه العملية في أغلب الأحيان أكثر من نصف ساعة ².

خامسا .التحصيلات المستندية: يقصد بالتحصيلات المستندية قيام البنك باستلام المستندات المختلفة (كشهادات الوزن ومنشأ البضاعة ووثيقة الشحن إلخ) والتي تثبت ملكية البائع للبضاعة ثم يقوم بإرسالها إلى مراسلة أو فرعه في جهة وصول هذه البضاعة ثم يطالب المشتري بقيمتها فإذا دفعها سلم له مستندات ليستلم بمقتضاها البضاعة من ناقلها ومتى تم ذلك فإن البنك يقيد قيمة البضاعة وكافة المصروفات التي التزم بها المشتري في حساب عميله لديه .

¹ أحمد محمد غنيم ، مرجع سبق ذكره ، ص 79

² نفس المرجع السابق ، ص 80 - 81

وتعتبر الخدمات التحصيلات المستندية من أهم خدمات المصرفية التي تساهم بها البنوك مساهمة فعالة في تسهيل أعمال ومعاملات التجارة بين البائعين والمشتريين سواء كانت في مجال أعمال التجارة الداخلية أو الخارجية فضلا عن أنها تجعل البائعين أو المصدرين يطمئنون إلى قيام المشتريين بسداد قيمة البضائع واستلامها وبالتالي يتجنبون تحمل الكثير من المخاطر الناجمة عن تأخير الثمن أو عدم تحصيله .

سادسا . تحصيل السندات الإذنية والكمبيالات: يمكن تعريف السند الإذني بأنه محرر مكتوب طبق لأوضاع شكلية نص عليها القانون التجاري وهو يتضمن تعهدا بدفع مبلغ معين من المال لأمر شخص آخر هو المستفيد وذلك بمجرد الإطلاع أو في موعد آجل ، أما الكمبيالات تعرف بأنها محرر مكتوب وفق أوضاع شكلية يحددها القانون متضمنا أمرا صادرا من فرد ما (وهو الساحب) إلى فرد آخر (وهو المسحوب عليه) بأن يدفع لأمر فرد ثالث (وهو المستفيد أو حامل الصك) مبلغا معينا من المال بمجرد الإطلاع أو بعد أجل معين ، وتعتبر خدمات التحصيل السندات الإذنية والكمبيالات من الخدمات المصرفية الهامة التي تقدمها المصارف لعملائها لحسابهم وتحت مسؤوليتهم الخاصة عن البيانات الواردة فيها ، وحتى تقبل المصارف تحصيل السندات الإذنية والكمبيالات لصالح عملائها فإنه لا بد أن تكون هذه أوراق تجارية مستوفية لكل الشروط القانونية الواجب توافرها فيها وأن يتنازل هؤلاء الزبائن عنها للبنك عن طريق تظهيرها من خلال توقيع الزبون المستفيد على ظهرها .

المبحث الثاني: مفاهيم عامة حول الخدمات المصرفية

تعتبر الخدمة المصرفية خدمة تقدمها مؤسسة مالية من نوع خاص تسمى بالمصارف أو البنوك وبالتالي قبل أن نقوم بتقديم تعريف للخدمة المصرفية ، سنتطرق في هذا المبحث إلى مفهوم الخدمة المصرفية وأنواع الخدمة المصرفية وأهمية الخدمة المصرفية .

المطلب الأول : مفهوم الخدمات المصرفية

من خلال هذا المطلب سنتطرق إلى مفهوم الخدمة المصرفية وأهميتها في النشاط المصرفي بالإضافة إلى أهمية بعض الخدمات المصرفية للبنوك التي كانت ولا تزال توفرها البنوك .

أولا . تعريف الخدمة المصرفية : يمكننا توضيح مفهوم الخدمة المصرفية من خلال عدة أوجه والتي

نشير من خلالها إلى مختلف المصطلحات المرتبطة بالخدمة المصرفية، والتي نعرضها في النقاط التالية.

1- **تعريف البنك (المصرف) :** قبل التطرق إلى مفهوم الخدمات المصرفية يجب التطرق إلى مفهوم

المصرف ويعرف المصرف على أن المصرف أو بنك **Bank** أصلها كلمة إيطالية **banco** وتعني

مصطبة ويعني المصطبة التي يجلس عليها الصرافون لتحويل العملة ثم تطور المعنى ليقصد بها كلمة

المنضدة التي يتم فوقها عد وتبادل العملات، ثم أصبحت في النهاية المكان الذي توجد فيه تلك المنضدة

التي تجري فيها المتاجرة بالنقود .

كما يقصد بمصطلح البنك أنه عبارة عن مؤسسة نشأت لأغراض مختلفة، حيث يشرح بصفة خاصة ثلاث

ظواهر أي ظاهرة نظرية باعتبارها وسيط مالي ظاهرة مؤسسية مرتبطة بقروض وظاهرة وظيفية مرتبطة

باختلاف أنشطة المصرف. كما يمكن تعريف المصرف بأنه منشأة تنصب عملياتها الرئيسية على تجميع

النقود الفائضة عن حاجة الجمهور أو منشآت الأعمال أو الدولة لغرض إقراضها للآخرين وفق أسس

معينة أو استثمارها في أوراق مالية محددة .¹

كما يمكن تحديد زبائن البنك كأفراد ، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وظائف الحرة ، المؤسسات الكبرى ،

شركة ذات أسهم في البورصة ، المستثمرين حيث زبائن البنوك تساهم في اقتناء منتوجها حسب الاحتياج

والموارد .²

¹ شاكر القزويني، محاضرات في اقتصاد البنوك، الطبعة الرابعة ، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2008 ، ص24-25.

²Sylvie de couergues, gestion de la banque, 5 eme édition ,Dunod, paris ,PIP11

2- **تعريف الخدمة:** بشكل عام هو عمل غير ملموس (غير مادي) بحيث تشبع حاجات ورغبات المستهلك¹؛ كما عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق بأنها عبارة عن الأنشطة أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تكون مرتبطة مع السلعة المباعة².

وعرفها Stanton بأنها النشاطات غير الملموسة والتي تحقق منفعة للزبون، والتي ليست بالضرورة مرتبطة ببيع السلع³.

3- **تعريف الخدمة المصرفية:** تعرف الخدمة المصرفية على أنها إشباع الحاجات والرغبات المصرفية كالإ اعتمادات المستندية، ودائع ادخارية للأفراد والجماعات "مستهلكي الخدمة المصرفية" وذلك من خلال تقديم منتجات لها قيمة بغرض إتمام العملية التبادلية؛ ويقصد بالتبادل التصرف الذي بمقتضاه يحصل الزبون على ما يرغبه من خلال تقديم المقابل المادي⁴.

وتتمثل الخدمة المصرفية بقبول الأموال من الأفراد الذين لديهم أموال فائضة عن حاجاتهم (وبذلك يكون مدينا لهم بقيمتها) ويعيد تقديمها لآخرين يحتاجونها، لكي يستفيدوا منها وبذلك يكون دائنا لهؤلاء الآخرين بقيمتها.

¹ مأكون سليمان الدراكة ، إدارة الجودة الشاملة وخدمة الزبائن ، الأردن دار الصفاء للنشر والتوزيع ، 2006، ص172

² محمود جاسم الصميدعي ، ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي ، الطبعة الأولى ، الأردن ، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2005، ص19

³ بشير عباس العلاق، حميد النبي الطائي، تسويق الخدمات "مدخل إستراتيجي ، وظيفي، تطبيقي"، عمان، دار زهران للنشر والتوزيع، 2007، ص36.

⁴ طارق طه ، إدارة البنوك وتكنولوجيا المعلومات ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية 2007 ، ص 32.

ثانيا . خصائص الخدمة المصرفية: تتصف الخدمة المصرفية بمجموعة من الموصفات والخصائص سنوجز أهمها فيما يلي:¹

1- تكامل الخدمة المصرفية في ذاتها: حيث أن الخدمة المصرفية في حد ذاتها تتصف بعدم قابليتها للتجزئة أو التقسيم، فهي متكاملة .

2- تقلبات الطلب وتنوع الخدمات المصرفية: قد يحدث تقلب في أصناف معينة من الخدمة لأسباب طارئة مثل الطلب على القروض للمشاريع السياحية الموسمية أو بطاقات الائتمان أو مواسم زراعية معينة، لكن الطلب على كثير من الخدمات المصرفية يتصف بالتكرار .

3- الانتشار الجغرافي: تكمن أهمية الانتشار الجغرافي من خلال انتشار الفروع المصرفية بشكل مناسب لتقديم الخدمات المصرفية إلى أكبر عدد ممكن من الزبائن في مناطقهم.

4- نقص التماثل الخاص: خدمات الجمهور إلى حد ما تتشابه كثيرا، لذا يجب على المصارف أن تجد طريقا لإيجاد التوافق وترسيخ ذلك في ذاكرة الجمهور .

5- مشبعة لرغبات الزبون: حيث يجب أن ترضي الزبون تماما ولا تدع له مجال في نقص الإشباع، حتى لا يكون هذا دافعا له للبحث عن مصرف آخر .

6- المسؤولية الائتمانية: إن من أهم المسؤوليات لأي مصرف هي حماية ودائع ومكاسب زبائنه، وهذا مهم ليس في المصارف فقط بل في أغلب المؤسسات المالية الأخرى.

7- الاعتماد على الودائع: تعتمد المصارف على الودائع في تأدية جميع خدماتها المصرفية والتي تمثل المصدر الأساسي لتمويل المصارف وتحقيق الأرباح للمصرف.

¹ محسن أحمد الخضيرى، "التسويق المصرفي مدخل متكامل للبنوك لامتلاك منظومة الميزة التنافسية في عالم ما بعد الجات"، إيتراك للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، (1999)، 38.

8- النمو في إطار متوازن مع المخاطرة: عندما تكون المنتجات ذات مخاطرة، لابد أن تكون هناك

رقابة لإيجاد التوازن بين التوسع في البيع والحذر من ارتفاع المخاطرة.

9- تعتبر الخدمة المصرفية صناعة حيث يتوافر فيها كل متطلبات وعناصر أي نشاط إنتاجي.

10- إن الطلب على الخدمات المصرفية دالة في درجة التقدم الاقتصادي للدولة، حيث أن الخدمة

المصرفية نشاط إنتاجي ذا طبيعة خاصة ويرتبط بقضايا التنمية بمجالاتها المتعددة.

ثالثا . أنواع الخدمات المصرفية: تعرض البنوك العديد من الخدمات تسعى من خلالها تحقيق

مصلحة زبائنها فهي تتصف بالطابع التجاري، حيث تهدف إلى تحقيق عائد ممثلا في العمولة أو الربح.

سنعرض فيما يأتي أهم أنواع الخدمات المصرفية.

1-إصدار خطابات الضمان: يمكن تعريف خطاب الضمان بأنه تعهد صريح صادر من المصرف بقبوله

دفع مبلغ من المال لدى الطلب إلى المستفيد الصادر لصالحه هذا الخطاب وذلك نيابة عن الزبون الذي

لا يتمكن من الوفاء بالتزاماته تجاه هذا المستفيد خلال فترة محددة يتم تحديدها صراحة في خطاب

الضمان وهناك ثلاث أنواع من خطابات الضمان (خطاب الضمان الابتدائي، خطاب الضمان النهائي،

الكفالات المصرفية) وتقوم البنوك بإصدار خطابات الضمان على اختلاف أشكالها لزبائنها نظير حصولها

على نسبة من القيمة الواردة في هذه الخطابات أو من أرصدها إذا كان الضمان يتناقص نتيجة

لمدفوعات الزبون إلى المستفيد وتمثل العمولة دخلا بالنسبة لهذه البنوك.

2- استبدال النقد الأجنبي: تقوم البنوك باستبدال النقد الأجنبي وذلك عن طريق عملية بيع العملة

المحلية وشراء العملة الأجنبية وبالعكس وتوجد العديد من الفوائد التي تعود على كل من البنوك والزبائن

نتيجة القيام بهذه العملية حيث بالنسبة للبنوك فإنها تحقق من وراء ذلك أرباحا تنتج عن الفرق بين سعر

الشراء وسعر البيع لكل نوع من أنواع العملات وبالنسبة للعملاء فعن عملية استبدال النقد الأجنبي توفر

لهم العملات الأجنبية اللازمة لتحقيق أغراضهم المطلوبة لإنجاز أعمالهم ومعاملاتهم فضلا على أن

يتدخل المصرف في تنفيذ هذه العملية أي تيسير أعمالهم ويمكنهم أيضا من سرعة إجراء معاملاتهم التجارية الدولية.

3- حفظ الأوراق المالية: تشتمل الأوراق المالية كل من الأسهم والسندات والسهم هو وثيقة تثبت

ملكية حامله لحصة في رأسمال الشركة المساهمة بينما السند هو صك يمثل جزءا من قرض قامت بطرحه للاكتتاب الحكومة أو هيئة رسمية أو إحدى المنظمات ، وعلى الرغم من أنه يتم إصدار الأوراق المالية بقيمة اسمية محددة عند الإصدار إلا أن قيمتها السوقية قد تتغير بعد ذلك بين الزيادة والنقصان ويرجع ذلك إلى كثير من العوامل من أهمها الحالة المالية للجهة المصدرة لها والعوامل والظروف الاقتصادية العامة في الدولة بالإضافة إلى مجموعة أخرى من العوامل والمتغيرات التي تؤثر في عرض الأوراق المالية والطلب عليها وتقوم البنوك بأداء عملية حفظ الأوراق المالية لديها عن طريق إيداعها في خزائن مأمونة تعد خصيصا لهذا الغرض وتكون عندئذ هذه الأوراق بمثابة ودائع لدى البنك ، وتحقق عملية حفظ الأوراق المالية بخزائن البنوك فوائد ومزايا لكل من هذه البنوك ولزبائنها فبالنسبة للبنوك فإنها تحقق لها دخلا حيث تتقاضى المصارف نظير قيامها بذلك أجرا زهيدا يمثل نسبة ضئيلة من قيمة هذه الأوراق وإن كان هذا الأجر زهيدا إلا أن تقديم هذه الخدمة لكثير من الزبائن يجعل البنوك تحصل على دخل لا يستهان به، هذا بالإضافة إلى أن المصارف يمكنها أن تستخدم الأوراق المالية لديها كضمان للمستحقات على عملائها و يمكنهم الحجز عليهم تحفظا إذا تطلبت الظروف ذلك .

وبالنسبة للزبون فإن حفظ الأوراق المالية الخاصة في خزائن البنوك يجعله يشعر بالاطمئنان عليها حيث تحفظ في خزائن لا تتعرض للحريق أو السرقة بخلاف الحال عما لو احتفظ بها عنده هذا بالإضافة إلى الاستفادة الزبون من كل الخدمات المصرف المتعلقة بحفظ الأوراق المالية وذلك مثل :

استبدال الأوراق القديمة بالمجدد إصداره منها ، والتأمين على السندات من تقلبات الأسعار وصرف قيمة المستهلك منها وصرف كوبونات الأسهم .

4- شراء وبيع الأوراق المالية: قد يقوم المصرف بشراء وبيع الأوراق المالية إما لحسبه أو لحساب أحد عملائه وإذا قام البنك بشراء وبيع الأوراق المالية لحسابه فإن ذلك يعد من قبيل الأعمال الاستثمارية للمصرف حيث يستخدم بعض الأموال الفائضة لديه في هذا الغرض فيقوم بشراء بعض الأوراق المالية لحسابه ويحتفظ بها عنده في محفظة الأوراق المالية الخاصة به ثم يقوم ببيعها متى رأى أن سعر البيع مناسباً لتحقيق ربح معقول نتيجة هذا البيع، و إذا ما قام البنك بشراء وبيع الأوراق المالية لحساب أحد عملائه فإن ذلك بمثابة خدمة مصرفية يقدمها البنك لهذا الزبون مقابل أجر يتمثل في نصف العمولة التي يتقاضاها سمسار البورصة الذي ينفذ عملية البيع والشراء ¹.

5- تأجير الخزائن: تقدم البنوك خدمة تأجير الخزائن إلى عملائها الذين يحتاجون إلى حفظ بعض متعلقاتهم الشخصية الهامة مثل شهادات الاستثمار وعقود ملكية الأراضي والعقارات وبطاقات التأمين والأوراق المالية وغيرها وذلك في مقابل إيجار سنوي ولا يعرف البنك في العادة محتويات الخزينة إذا كانت تودع عنده وتحت رقابته في شكل أمانة كما يكون للخزينة الواحدة مفتاحان يكون أحدهما في حوزة مسؤول البنك ويسلم الآخر إلى الزبون ولا يمكن فتح هذه الخزينة إلا إذا تم استخدام المفتاحين معا ، وبالإضافة إلى هذه الخزائن التي يتم إنشائها داخل مباني البنوك وذلك في أماكن حصينة وآمنة فإن بعض البنوك تنشئ أيضا بعض الخزائن في مبنى الحائط الخارجي لها تعرف باسم الخزائن الليلية وتتيح هذه الخزائن لرجال الأعمال فرصة لحفظ أموالهم بالبنك خلال فترات الليل بعد أن يكون البنك قد أغلق أبوابه حيث يتم وضع الأموال في محفظة خاصة بذلك وبمجرد وضعها في الخزينة الخارجية فإنها تنزلق إلى غرفة خاصة

¹ أحمد محمد غنيم ، مرجع سبق ذكره ، ص 67

بحفظ أمانات البنك وفي اليوم التالي فإنه يمكن للمسؤول البنك فتح هذه المحفظة وإعادتها للزبون في حالة طلبها .

6- تحصيل وسداد قيمة الكوبونات: الكوبونات هي طابع تكون مصفوفة في أسفل شهادات الأسهم ومطبوع على كل منها اسم المنظمة المصدرة لهذه الأسهم وعدد وأرقام الأسهم التي تحملها الشهادة وتحمل الكوبونات أرقاما مسلسلة وتكون مرتبة وفقا لهذا التسلسل بحيث يمكن الفصل كل منها حسب ترتيب رقمه ويكون عددها مساويا لعدد عمر سنوات المنظمة فمثلا إذا كان عمر المنظمة ثلاثون عاما فإنه يوجد أيضا ثلاثون طابعا ويمكن ذلك صاحب لسهم من صرف حصته في الأرباح بموجب كوبون عن كل عام وتقوم البنوك نيابة عن عملائها بتحصيل وسداد قيمة الكوبونات الخاصة بهم وهي خدمة مصرفية هامة يقوم البنك بمقتضاها إما بتحصيل أرباح السهم المستحقة لصاحبه نيابة عنه أو يدفع نيابة عن المنظمات المصدرة للأسهم قيمة الكوبونات المستحقة عليها للمساهمين أصحاب رأسمال .

7- فتح الإعتمادات: يقصد بفتح الاعتماد قيام البنك بوضع مبلغ معين من المال تحت تصرف الزبون بحيث يمكنه الصرف في حدوده وذلك بشرط أن يقدم هذا الزبون ضمانا يقبله البنك وفي ضوء ذلك فإن الاعتماد يعتبر بمثابة قرض بضمان يضعه البنك تحت تصرف الزبون وفي هذا الصدد فإنه توجد العديد من أنواع القروض التي تتخذ شكل الإعتمادات المصرفية وإن هذه الأنواع تختلف باختلاف أنواع الضمانات التي تغطيها .

8- عمليات الاكتتابات: تقوم البنوك نيابة عن المؤسسات والهيئات المصدرة للأسهم والسندات بإجراء وتنفيذ عمليات الاكتتابات فيها وذلك عن طريق بيع هذه الأسهم والسندات للممولين الذين يرغبون في استثمار أموالهم فيها، ويتم ذلك من خلال عقد اتفاق بين المؤسسات والهيئات المصدرة للأسهم والسندات يتم فيه تحديده شروط الاكتتاب وقيمة القسط المطلوب سداده وذلك إذا لم يتم تسليم قيمة السهم الكامل ومصاريف الإصدار وعمولة البنك وتاريخ فتح باب الاكتتاب وقفله وبناء على ذلك وبعد قيام الجهة

الصاحبة الاكتتاب بالإعلان عنه، فإن المكتتبين يذهبون إلى شبابيك البنك ويقومون بملء الاستثمارات الخاصة بذلك، ثم دفع الأموال المطلوبة منهم والحصول على الإيصالات التي تثبت ذلك وفي نهاية الأمر يرسل البنك إلى الجهة صاحبة الاكتتاب كل استثمارات الاكتتاب مرفقا بها أرقام الإيصالات التي تم الدفع بموجبها وبذلك تقوم بإصدار شهادات الأسهم أو السندات وتسلمها لصاحبها.¹

9-تقديم خدمات استشارية للمتعاملين : أصبحت معظم المصارف تشترك في إعداد دراسات مالية المطلوبة للمتعاملين معها لدى إنشائهم للمشروعات، وبذلك فإنه يتم على ضوء هذه الدراسات تحديد الحجم الأمثل للتمويل المطلوب، وكذلك طريقة السداد ومدى اتفاقها مع سياسة في الشراء والإنتاج والبيع والتحصيل باعتبار فلسفة المصرفية السليمة تعتبر مصلحة المصرف ومصلحة المشروع الذي ستنعامل هي مصلحة مشتركة على اعتبار أنه كلما ارتفعت كفاءة المشروع كلما كان ذلك أفضل للمصرف الذي يموله لأنه سوف يضمن تسديد الالتزامات المترتبة عليه لذا فإن مسألة تحديد الحجم الأمثل للأموال اللازمة للمشروع هي مسألة هامة لتحديد كمية الأموال التي تحقق نجاح المشروع بحيث لا يترتب نقص في سيولة المشروع وبالتالي تؤثر سلبيا على تطوره وعلى قدرته على الوفاء بالتزاماته كما أنه سوف لا يترتب عليها زيادة في حجم هذه السيولة عن الحجم لأمثل، بحيث تشكل أعباء إضافية على المشروع .

وضمن هذا الإطار هو دراسة الدورة النقدية وعلاقتها بالمركز المالي للمشروع يبدو أن تقديم هذه الاستشارات ليس له علاقة مباشرة بطبيعة نشاط المصرف، بحيث التجارب العملية التي مرت بها المصارف أخذت تحتم على إدارتها التفهم لإلمام الكامل بها، فالمسؤول في المصرف كثيرا ما يجد نفسه مركز المستشار المالي للمشروع الذي يتوقع منه أن يدعمه في جميع الظروف التي يمر بها وإن كان مستعدا لإبداء الرأي السليم لأصحاب المشروعات ، وكثيرا ما نرى المصارف تعتمد على كفاءة الإدارة

¹ أحمد محمد غنيم ، مرجع سبق ذكره ، ص69

فيها واستعدادها لتقديم مشروعات جيدة ومبتكرة للمتعاملين مع مصرفهم وذلك لكسب ثقة المشروعات المختلفة وأنه قد أصبح واضحاً أن مصلحة المشروع ومصلحة المصرف في مصلحة الشركة

10- ادخار المناسبات: إن تشجيع المصارف المتعاملين معها أن يقومون بالادخار لمواجهة مناسبات معينة مثل مواجهة نفقات موسم الاصطياف، أو الزواج أو تحمل نفقات تدريس الطلبة في الجامعات أو شراء الهدايا... إلخ، حيث تعطيتهم فوائد مجزية على هذه المدخرات وتمنحهم تسهيلات ائتمانية خاصة تتناسب مع حجم مدخراتهم وتمنحهم الحق في الاقتراض بشروط سهلة كالحصول على مبالغ توازي ضعف المبلغ المدخر مثلاً عند حلول المناسبة المدخر لأجلها¹.

وهذا النوع من الخدمات المصرفية يؤدي إلى زيادة موارد المصرف نتيجة تراكم مدخرات المتعامل على فترات دورية حتى حلول موعد المناسبة التي يدخر لأجلها ذلك الزبون فيقوم بسحب مدخراته وغالباً ما يؤثر هذا السحب على موارد المصرف لسببين هما :

أ- إن هناك مناسبات عديدة يدخر لها أنواع مختلفة من المتعاملين ، فمثلاً في الوقت الذي يسحب فيه المدخرون أموالهم لمواجهة نفقات الأعياد أو بدء العام الدراسي لتحمل تكاليف تجهيز أبنائهم لمستلزمات الدراسة نجد أن غيرهم يدخر استعداد لمواجهة نفقات مناسبات أخرى كالسياحة والاصطياف وغيرها .

ب- إن ارتفاع عدد المدخرين وتنوع المدخرات يقلل كثيراً من آثار عملية السحب بالقياس إلى حجم المدخرات المودعة لدى المصرف.²

11- البطاقات الائتمانية: وتعتبر من أشهر الخدمات المصرفية الحديثة التي استحدثتها المصارف التجارية في الولايات المتحدة في الستينات من هذا القرن وتتلخص هذه الخدمة في منح الأفراد بطاقات من البلاستيك تحتوي على معلومات اسم المتعامل ورقم حسابه وبموجب هذه البطاقة يستطيع المتعامل أن

¹ علا نعيم عبد القادر ، وآخرون ، مفاهيم حديثة في إدارة البنوك ، الطبعة الأولى ، عمان ، دار البداية 2009 ، ص88

² فلاح الحسيني ، مؤيد عبد الرحمن الدوري ، إدارة البنوك " مدخل كمي وإستراتيجي معاصر ، الطبعة الثالثة ، الأردن ، دار وائل للنشر ، 2006 ، ص36،

يتمتع بخدمات عديدة على قبول بمنح الائتمان لحامل البطاقة (سنتطرق إليها بالتفصيل في الفصل الموالي).

12- خدمات الكمبيوتر: أخذت المصارف تستخدم العقول الإلكترونية في كثير من نواحي النشاط، وكثيرا ما نجد هذه المصارف نفسها في مركز يسمح لها بتقديم هذه الخدمات للمصرف ومؤسسات أخرى مقابل عمولة فالمصرف قد تقوم بتزويد المتعاملين معها بكشوف موحدة شاملة تبين أوضاعهم. كما يعرفها المصرف وتزودهم بكشوف تبين الضرائب المترتبة على إيراداتهم و بمشورات إدارية وترقب الموجودات في مخازنهم وغير ذلك من الخدمات ، وتنتظر البنوك في الولايات المتحدة الأمريكية أن تتزايد خدماتها للمتعاملين معها على الحاسب الإلكتروني تزايدا هندسيا في السنوات القليلة القادمة، بحيث يصبح إيرادها من مثل هذه الخدمات في المرتبة الأولى ويطغى على الإيراد من عمليات التسليف الكلاسيكية كما تنتظر المصارف أن ينشأ ما يسمى بالمجتمع الذي لا يستعمل النقود ولا الشيكات Checkless Society إلا نادرا عندما ينتشر استعمال أجهزة إدخال إلكترونية صغيرة في مختلف المحلات والمؤسسات التجارية والمالية وتكون تلك الأجهزة موصولة سلكيا مع الكمبيوتر وبواسطة بطاقات صغيرة ممغنطة يحملها المتعاملون مع المصرف ويمكن وضعها في جهاز الإدخال في المحل التجاري الذي يتم الشراء منه والضغط على أزرار خاصة لتحديد قيمة المشتريات يتم تسجيل هذه القيمة مباشرة في الكمبيوتر لحساب المحل التجاري وعلى حساب المشتري في سجلات المصرف .

13- إدارة ممتلكات: كثيرا ما يوصي الأثرياء في الولايات المتحدة الأمريكية المصارف بإدارة ممتلكاتهم لأولادهم القصر بعد وفاتهم وإلى أن يبلغوا سن الرشد محددين للمصرف مجالات استثمار هذه الأموال وكيفية التصرف بالعوائد وقد يتم ذلك أثناء حياة لمالك ليربح نفسه من عناء الاستثمار وليستفيد من خبرة المصرف في هذا المجال ¹.

¹ زياد رمضان ، محفوز جودة ، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك ، الطبعة الثانية ، الأردن ، دار وائل للنشر ، 2003، ص 17.

المطلب الثاني : تحديث الخدمات المصرفية

إن عملية تحديث الخدمات المصرفية أصبحت شيء ضروري في عصرنا هذا لما تساهم فيه في تقديم وتنويع المنتجات المصرفية وتحسين الأداء المصرفي في ظل التطورات العالمية الراهن. و تحديث الخدمات المصرفية يساهم في رفع مستواها وتجديدها بتطبيق تقنيات حديثة مسايرة للتوجهات العالمية في تسيير المصرف وزيادة مردوديته و كفاءته.

أولا . مفاهيم عامة حول التحديث : التحديث هو تجديد في حاجات ورغبات المستهلكين بهدف تلبية حاجاتهم وتنويع منتجاتهم وإضافة لمسة جديدة على هذه المنتجات بصفة مستمرة .¹

1- تعريف التحديث: التحديث هو دراسة شاملة للتغيرات الاقتصادية مع وضع التعديلات والطرق الواجب اعتمادها لمسايرة هذا التغيير، كما التحديث على أنه نظرية ديناميكية، ومن خلال هذه التعاريف يمكن إبراز مواضيع التحديث التي يبحث عنها وهي:

- أ- التغيرات الاقتصادية التي طرأت و التي ستطرأ.
- ب- التعديلات التي لا بد أن تحدث ليتمكن من استيعاب هذه التغيرات.
- ت- التنبؤ بالتطور الذي يطرأ في المستقبل.
- ث- رقابة السلطة العامة على تطور كل قطاع بالتأثير على مجرى تطوره في المستقبل، في ضوء ما تحصل عليه السلطات من المعرفة العلمية حول تغيرات هذا القطاع.

2-أساليب التحديث: تتمثل أساليب التحديث فيما يلي:

- ج- **تحسين الإدارة:** يتم ذلك من خلال توظيف الموظفين المؤهلين و ذو التكوين الكفاء و جعل الإدارة رشيدة و مسؤولة و التشديد على القوانين و التنظيمات و الرقابة لكشف الأخطاء و التجاوزات المهنية.

¹كمال رزق ، عبد الحليم فضيلي ، **تحديث النظام المصرفي الجزائري** ، ملتنقى المنظومة المصرفية الجزائرية و التحولات الاقتصادية- الواقع و

ح- **حسن التسيير:** يتم من خلال تطوير الإجراءات و الخطوات و المراحل التي يتعين أن يمر بها الزبون حتى يحصل على الخدمة، لتصبح أكثر بساطة و أيسر و أعلى درجة من السهولة.

خ- **تحديث الخدمات :** بعد دراسة احتياجات و رغبات الزبائن، تسعى البنوك لإشباع هذه الرغبات من خلال زيادة تشكيلة الخدمات و تطوير التكنولوجيا المستخدمة لتصبح أكثر تنافسية.

ثانيا . تعريف تحديث الخدمات المصرفية: يعد التحديث الأداة المنهجية لتمرير مشروع من مستوى إلى مستوى أعلى منه، فالتحديث بالمفهوم الغربي يندرج ضمن مستويات الإستراتيجية العامة للتنمية وبالتالي اكتسب هذا المفهوم إلى حد ما معنى الثورة لارتباطه بفلسفة الثورة الصناعية ، كما يعتبر التحديث عامل ذو قوة وفعالية للصراع ضد التخلف والى فتح المؤسسات نحو العالم كما يعتبر التحديث دراسة شاملة للتغيرات الاقتصادية مع وضع التعديلات والطرق الواجب اعتمادها لمسايرة هذا التغير، كما يعتبر التحديث على انه نظرية ديناميكية وعموما فان تحديث الخدمة المصرفية هو الرفع من مستوى الخدمة وتجديدها بتطبيق تقنيات حديثة مسايرة للتوجهات العالمية في تسيير المصارف بما يؤدي إلى الارتقاء إلى المستويات العالمية في المردودية والكفاءة ويكون التحديث عن طريق تحسين الإدارة من خلال اعتماد الكفاءة في توظيف الموظفين وترشيد الإدارة والالتزام بتطبيق القوانين والتنظيمات بفعالية وحسن التسيير وزيادة تشكيلة الخدمات وتطوير التكنولوجيا المستخدمة لتصبح أكثر تنافسية وإشباعا لحاجيات ورغبات الزبائن.¹

ثالثا . مناهج تحديث الخدمات المصرفية: إن المصارف وبالاغتماد على مصادر استقاء المعلومات السابقة تستخدم ثلاث مناهج رئيسية لتحديث خدماتها نوجزها فيما يلي :²

¹ محمد يدو، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحديث الخدمات المصرفية " دراسة حالة الجزائر "، مذكرة ماجستير ، جامعة سعد دحلب

البليلة، 2007، ص71

² نفس المرجع السابق ، ص72

1- **المنهج تحديث بالإضافة:** يقوم هذا المنهج على استخدام الابتكار وإضافة الجديد إلى مجموعة الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف حاليا ، ويكون هذا الجديد أكثر إشباعا لحاجات الزبون بل قد يكون هذا الجديد مشبعا لحاجة جديدة لم يكن يعرفها الزبون؛

2- **المنهج التحديث بالحذف:** وهو منهج تستخدمه المصارف من أجل تحسين جودة تقديم بعض الخدمات المصرفية التي يتم تخصيصها لعملاء معينين ، فعلى سبيل المثال تقوم المصارف بفتح فروع أو وحدات مصرفية خاصة بالشركات أو كبار الزبائن وتشغيلها على نطاق العمليات المصرفية كبيرة الحجم ، ولا تقوم بتقديم خدمات مصرفية للأفراد ومن ثم يأتي الحذف من أجل التحديث سواء كان التحديث مؤقت أو دائم ؛

3- **المنهج التحديث بالدمج :** يتم من خلال المزج بين مزايا ومنافع خدمتين أو أكثر في خدمة مصرفية واحدة جديدة تكون أكثر إشباعا لرغبات الزبائن وأكثر تحقيقا لأهداف المصارف .

ثالثا :مصادر تحديث الخدمات المصرفية: تحديث الخدمات البنكية يستند إلى مصادر داخلية و مصادر خارجية لتطوير الخدمة المصرفية.¹

1- **المصادر الداخلية لتطوير الخدمة المصرفية:** تضم هذه المصادر كافة المصادر داخل البنك التي يمكن أن تعطي أفكارا لتطوير العمل المصرفي أو لتنمية الخدمات المصرفية، و أهم هذه المصادر ما يلي :

أ- إدارة التسويق : من خلال الدراسات التحليلية لكل من : السوق المصرفي، احتياجات و

رغبات الزبائن، أساليب تقديم الخدمات المصرفية.

ب-إدارة البحوث و التطوير بالبنك.

¹كمال رزق ،عبد الحليم فضيلي ،مرجع سبق ذكره،ص378

ت-مديرو البنوك : من خلال اقتراحات لتطوير الخدمات المصرفية .

ث-موظفو البنك : نتيجة للاحتكاك المباشر بين موظفي البنك و زبائنه.

2- المصادر الخارجية لتطوير الخدمة المصرفية : تضم كافة المصادر التي تقوم بتقديم أفكار، آراء،

تعليقات أو انتقادات يكون من شأنها تطوير الخدمة المصرفية. و أهم هذه المصادر هي كما يلي :

أ- زبائن البنك الحاليين.

ب-البنوك المنافسة.

ت-معاهد البحث العلمي.

ث-شركات البحوث الخارجية.

رابعا . المزايا التي تحققها المصارف من تقديم الخدمات الحديثة: إن تقديم هذه الأنواع الحديثة من

الخدمات ينطلق مبدأ رفع حجم عمليات البنك عن طريق تقديم خدمات نافعة لأنها تعود على المصرف

بمزايا وفوائد منها ما يؤدي إلى زيادة توظيفات المصرف ومنها ما يؤدي إلى زيادة موارده وأهم هذه المزايا

ما يلي¹ :

1- الدعاية والإعلان للمصرف: يعتمد المصرف في تقديمه لهذه الخدمات على قاعدة عريضة من

المتعاملين معه ولاشك في أن تداول إسم المصرف بين عدد كبير من الناس سواء كانوا من المتعاملين

معه أو من غير المتعاملين معه يحمل إعلانا غير مباشر عن المصرف خاصة إذا ما ارتبط هذا الإسم

بتقديم خدمة نافعة وكثيرا ما تكون النتيجة اجتذاب متعاملين جدد يرغبون في الانتفاع من هذه الخدمات.

2- زيادة موارد المصرف : إن احتفاظ لمتعاملين بأموالهم في المصرف معناه ثقتهم فيه واعتمادهم عليه

في تلبية احتياجاتهم المالية عند نشوئها وزيادة عدد المتعاملين مع المصرف يؤدي إلى زيادة موارد

المصرف لذا يجب ممارسة جميع الوسائل التي تشعر الأفراد بأن المصرف إنما وجد لخدمهم لا ليسلبهم

¹زيادرمضان ، محفوظ جودة ،مرجع سبق ذكره ، ص 24

أموالهم أو ليمتص نتائج عملهم وجهودهم عن طريق فوائد والعمولات ومتى نجح المصرف في إبلاغ هذه الرسالة بشكل عملي تزداد موارده وبالتالي أرباحه عن طريق زيادة عدد المتعاملين معه المقتنعين بجدوى الخدمات التي يقدمه لهم .

3-زيادة توظيفات المصرف:هناك عدة أنواع من الخدمات المصرفية قد تتطوي على ائتمان يمنحه المصرف للمتعاملين معه مقترنا بالخدمة المصرفية ذاتها ويكون هذا الائتمان قصير الأجل ينتهي بانتهاء الخدمة أو بعدها بوقت قصير مما يمثل عنصر مواءمة بين وقت استحقاق الدفع وبين وقت توفر الأموال لدى المتعامل ومن أمثلة هذه الخدمات مثلا : دفع ثمن الكهرباء أو اشتراك التليفون بالنيابة عنه فإذا صدف أن استحققت هذه الاشتراكات في منتصف الشهر فإن المصرف يقوم بدفعها ويمنح المتعامل ائتماناً قصير الأجل إلى نهاية الشهر حين تتوفر لديه الأموال اللازمة وهذا يؤدي إلى زيادة توظيفات أموال البنك.

4-تحقيق عمولات وأسعار فائدة أعلى بكثير مما يحققه البنك في حالة الإقراض: ففي هذه الحالة بجلاء أهمية الخدمات المصرفية الحديثة نلاحظ من خلال زيادة الوعي المصرفي وتنمية موارد المصارف وامتصاص فوائض في مدا خيل الأفراد وتوجيهها نحو التنمية الاقتصادية فهنا المصرف يحقق أسعار فائدة من جراء تقديمه لخدمات مصرفية حديثة أكثر من الإقراض ¹.

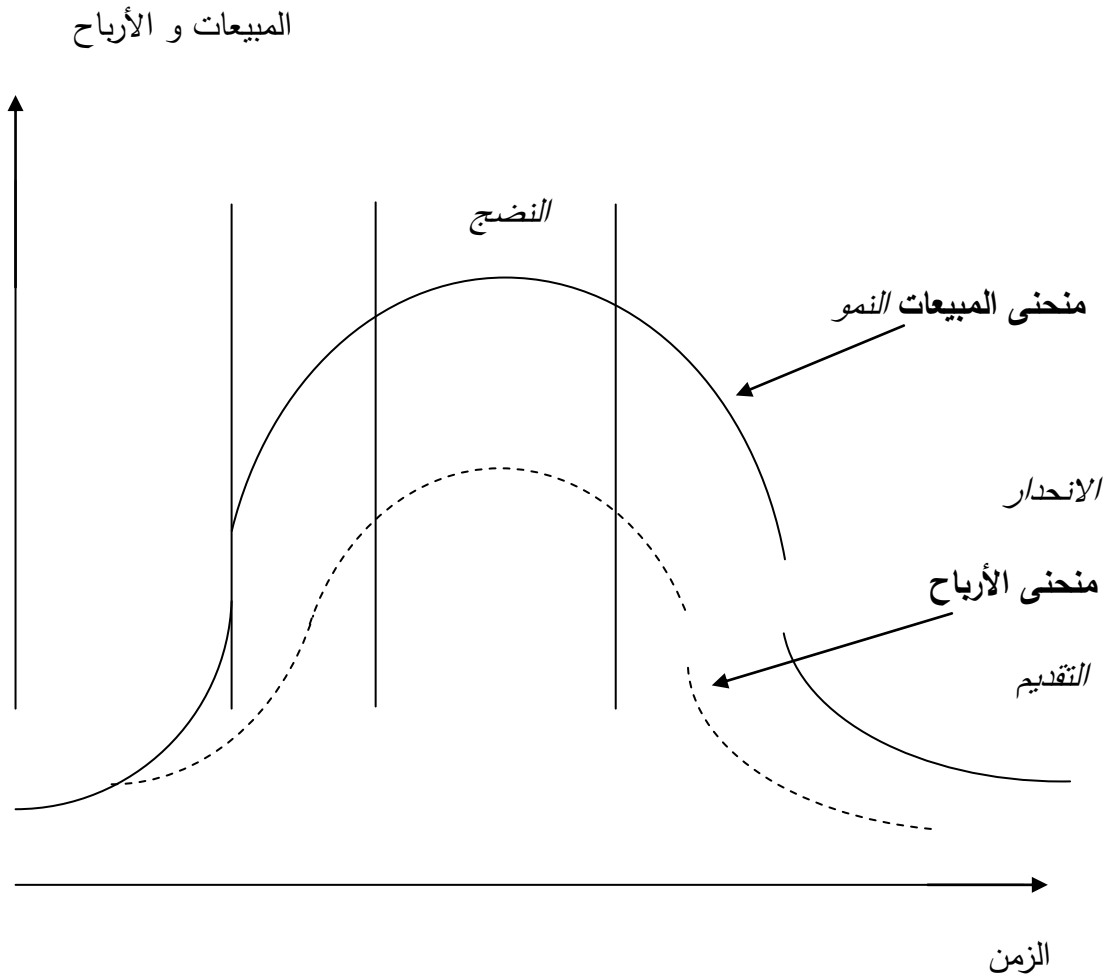
المطلب الثالث : دورة حياة الخدمة المصرفية

يعد مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية من المفاهيم العامة في التسويق المصرفي ويستمد مبادئه النظرية بتفسير سلوك مبيعات الخدمات وأرباحها خلال مراحل حياتها من التفسير البيولوجي لحياة الكائنات الحية، حيث تبدأ دورة حياة الخدمة المصرفية بتقديمها إلى السوق وتمر بمراحل ثم تنتهي بانحدارها وزوالها.

¹زياد رمضان ، محفوظ جودة ، مرجع سبق ذكره ،،ص 24

أولاً . مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية: تعبر دورة حياة الخدمة المصرفية عن التطور في حجم المبيعات والأرباح عبر مراحل حياتها، وتتم الخدمات المصرفية خلال حياتها بنفس المراحل التي تمر بها دورة حياة أي منتج أو خدمة أخرى وهذه المراحل هي مرحلة التقديم ثم النمو ومرحلة النضج ثم مرحلة الانحدار. ويعتبر تحليل دورة حياة الخدمة المصرفية أداة هامة بالنسبة للبنك في وضع الإستراتيجية التسويقية الملائمة لكل مرحلة، كما يعد مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية مفهوم له أهميته في تقييم وتحليل متطلبات السوق المصرفية والأخذ في الحسبان ظروف المنافسة السائدة والشكل التالي يوضح دورة حياة الخدمة المصرفية:

الشكل رقم (II-1): دورة حياة الخدمة المصرفية.



المصدر: بريس عبد القادر ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية ، جامعة الجزائر ، 2005-2006، ص237

تمر الخدمة المصرفية في دورة حياتها بمراحل أساسية لا تختلف عن مراحل دورة المنتج (السلعة)

وقد قسمت إلى أربعة مراحل هي:¹

1-التقديم: في هذه المرحلة يكون الطلب على الخدمة المصرفية ضعيفا لعدم معرفة الأفراد بها لكونها جديدة وتطرح إلى السوق لأول مرة، لذلك يركز على الأنشطة الإعلامية بهدف تعريف الأفراد للخدمة المصرفية المقدمة وفوائدها.

2-النمو: يتعرف الأفراد على الخدمة المصرفية المقدمة ومدى تميزها على الخدمات المصرفية الموجودة، وتمتاز هذه المرحلة بزيادة الطلب ونموه على هذه الخدمة، وبعد أن يتعرف الأفراد على الصراف الآلي، يزداد معدل استخدامه في الكثير من الدول بدل الذهاب إلى المصرف.

3-النضج: في هذه الفترة تحقق الخدمة على كمية من الطلب عند نقطة الازدهار وتكون المنافسة شديدة.

3-التدهور: في هذه المرحلة يقل الطلب على الخدمة لعدة أسباب فقد تكون الخدمة قد أصبحت لا تلبي حاجات الأفراد، أو ظهور خدمات مصرفية ذات منافع أكثر وأكثر انسجاما مع حاجات ورغبات الأفراد، ووجود خلل في الأساليب التوزيعية وعدم كفاءة مقدمي الخدمة .

ثانيا . الإستراتيجيات وفقا لدورة حياة الخدمة المصرفية:

لكل مرحلة من دورة حياة الخدمة المصرفية إستراتيجية تسويقية، تناسب طبيعة هذه المرحلة والعوامل الداخلية والخارجية، يمكن إيجاز هذه الإستراتيجيات بما يلي:²

¹-الصميد علي محمود جاسم، وآخرون، التسويق المصرفي مدخل استراتيجي، دار المناهج للنشر، عمان، 2005، ص246.

² هوارى معراج، تأثير السياسات التسويقية على تطوير الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الجزائرية - دراسة ميدانية-، أطروحة دكتوراه تخصص علوم تسيير ، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر -3-، ص55-56

1. الإستراتيجية التسويقية في مرحلة التقديم:

في هذه المرحلة يكون نمو الطلب على الخدمات المصرفية بطيئاً وذلك لعدم إمكانية التوسع في تقديم هذه الخدمة لأن الأفراد لا يمتلكون المعلومات الكافية عن هذه الخدمة، ذلك لا يوجد لديهم استعداد وإيداع لاستخدام هذه الخدمة، لذلك يتم التركيز على الأنشطة الإعلانية بشكل مكثف بهدف إخبار الزبائن بنزول الخدمة إلى السوق وتعليمهم وإرشادهم إلى كيفية الحصول عليها، وحثهم وإقناعهم على قبول هذه الخدمة. وتعتمد المصارف في هذه المرحلة: إستراتيجية المرور السريع، إستراتيجية المرور البطيء أو إستراتيجية التغلغل السريع.

2. الإستراتيجية التسويقية في مرحلة النمو:

إن هذه المرحلة تتصف بزيادة كمية الطلب على الخدمات، وأن الأنشطة الإعلانية قد عرفت الزبائن على هذه الخدمة. لذلك يقوم المصرف بزيادة تقديم هذه الخدمة وزيادة عدد الفروع التي تقدمها بهدف إيجاد أسواق جديدة، والتركيز على الإعلان التنافسي بإبراز منافع الخدمة لكي تميزها عن الخدمات المصرفية المنافسة.

3. الإستراتيجية التسويقية في مرحلة النضج:

في هذه المرحلة يكون الطلب على الخدمة مستقراً ويحقق المصرف أرباحاً عالية وتكاليف منخفضة لذلك يسعى المصرف إلى المحافظة على الوضع القائم أي استخدام الاستراتيجية الدفاعية بهدف المحافظة على الحصة السوقية والصمود بوجه المنافسة وصد الهجمات المنافسين و المحافظة على ولاء المستفيدين من الخدمة. وتسعى المؤسسات المصرفية إلى التركيز على الأنشطة الترويجية لدخول قطاعات سوقية جديدة.

4. الإستراتيجية التسويقية في مرحلة التدهور:

تتصف هذه المرحلة يتراجع كمية الطلب على الخدمة المصرفية على الرغم من الجهود والأنشطة التسويقية المبذولة مما يدفع المسؤولين في المصرف إلى حذف هذه الخدمة أي استخدام إستراتيجية الحذف، لكي تركز جهود الأنشطة على الخدمات الأخرى، وتتخلص من التكاليف الإضافية. وأن انخفاض الطلب قد يؤدي إلى ظهور خدمات جديدة ملبية لحاجات رغبات الأفراد، و أن وكون الخدمة أصبحت لا تلبي هذه الحاجات.

إن وصول الخدمات إلى مرحلة التدهور، لا يعني أن الإستراتيجية سوف تكون حذف الخدمة فقط، وإنما سوف يتم إتباع إستراتيجية أخرى لكي تمكن المصرف في الاستمرار في السوق وفي تقديم خدمات وذلك من خلال استخدام:

1. تقديم خدمات مصرفية جديدة تنسجم وطبيعة الطلب في السوق، والمؤثرات والتطورات الحاصلة في السوق على المجتمع ككل؛

2. إستراتيجية التنوع في الخدمات المقدمة، وفي المنافع التي يحصل عليها الزبائن (المستفيدين).

ثالثا . بعض الاتجاهات الحديثة في مجال الخدمة المصرفية : الخدمات المصرفية تعتبر صناعة¹، حيث يتوافر فيه كل المتطلبات والعناصر أي نشاط إنتاجي كم يمكن القول أن توافر الخصائص السابقة يعني ضرورة مواكبة النشاط المصرفية لمتطلبات التطور في جميع أوجه النشاط الاقتصادي والاجتماعي في أي دولة بغض النظر عن طبيعة نظامها الاقتصادي أو فلسفتها السياسية وبالأخص الاتجاهات الحديثة في مجال صناعة الخدمات المصرفية (صناعة البنوك) يمكن تلخيصها فيما يلي : ²

¹ عبد الغفار الحنفي ، عبد السلام أبو قحف ، الإدارة الحديثة في البنوك التجارية، الدار الجامعية ، 2003-2004، ص 347

² نفس المرجع السابق ، ص 352

1. **التنوع في الأنشطة والخدمات المصرفية :** إن الخدمات المصرفية الآن لم تعد تقتصر على عمليات الإقراض والإيداع بما فيها الأنشطة المصرفية حيث تشير الدلائل العملية إلى تنوع وتعدد الخدمات والأنشطة التي تقوم بها البنوك في الوقت الحالي سواء في الدول المتقدمة أو الكثير من الدول النامية .

2. **التوسع الكبير في استخدام تكنولوجيا الخدمات المصرفية :** من أهم مظاهر التقدم في تقديم الخدمات المصرفية هي التوسع الكبير في استخدام الكمبيوتر، حيث أدى هذا إلى السرعة في تقديم الخدمات وتقليل الأعباء البيروقراطية وتوفير الوقت لكل من الزبائن والعاملين في البنوك. وقد أدى هذا أيضا إلى مواكبة التزايد الكبير في حجم المعاملات المالية وإمكانية حصول الزبون على الخدمات المطلوبة في أي فرع من فروع البنك المعين في أي منطقة من المناطق داخل الدولة المعينة دون الحاجة إلى الاتصال بالفرع الذي قام الزبون بفتح حساب فيه. كما أن الزبون يستطيع معرفة رصيده ومجموع والتفاصيل المرتبطة بذلك.

3. **النمو عن طريق الاندماج :** لتحقيق هدفي النمو والتوسع تلجأ بعض البنوك الكبيرة خاصة في الدول المتقدمة إلى الاندماج مع بعضها لتكوين مجموعات بنكية تقدم سلسلة من الخدمات المصرفية المتكاملة وتحقيق تغطية شاملة للبلد المعين هذا بالإضافة إلى غزو أسواق الخدمة المصرفية في خارج الدولة .

4. **التدويل :** تتجه البنوك في الوقت الحالي إلى تدويل أنشطتها، أي غزو ودخول في أسواق الخدمات المصرفية خارج حدود البلد الأم. وفي هذا الصدد تجدر الإشارة إلى أن الأسباب وراء تدويل نشاط البنوك تتشابه إلى حد كبير مع نظيراتها الخاصة بغزو الشركات الدولية ومتعددة القوميات لأسواق جديدة؛ أما الاستثمار المباشر أو الاستثمار الغير مباشر وكما نجد الآن الشركات متعددة القوميات نجد أيضا البنوك متعددة القوميات multinational banks.

وقد يكون من المفيد ذكر بعض هذه الأسباب وذلك على النحو التالي:

1. تجنب الخطر عن طريق تنويع الأسواق وبصفة خاصة خطر المنافسة وتشبع السوق المحلي

وكذلك أي إضرابات عمالية تؤثر على النشاط الاقتصادي ؛

2. انخفاض تكاليف (تكاليف العمالة والأرض وبعض مقومات الإنتاج الأخرى) بالمقارنة بنظيراتها

في الدولة الأم ؛

3. الاستفادة من الحوافز والامتيازات التي تقدمها الدولة المصيفة وكذلك الاستفادة من الحوافز التي

تقدمها الحكومة الأم ؛

4. الرغبة في التوسع والنمو .

5. التطوير التنظيمي والإداري: إن التوسع والتنوع والتقدم التكنولوجي في أداء الأنشطة وتقديم الخدمات

المصرفية أو في الخارج يتطلب بالضرورة درجة عالية من المواكبة والتلاؤم البناء التنظيمي والإداري

للبنوك، بإضافة إلى أساليب إدارة العمليات المصرفية وإنجاز الوظائف الإدارية بصفة عامة.

المبحث الثالث: العوامل المساعدة في تحديث الخدمات المصرفية

تعتبر العولمة والاندماج المصرفي باعتبار من أهم التحولات المالية والمصرفية حيث تعتبر من

أهم العوامل التي ساهمت في تحديث الخدمات المصرفية بالإضافة إلى التجارة الإلكترونية والتسويق

المصرفي الذي ساهما بشكل كبير في تحديث الخدمات المصرفية .

المطلب الأول : العولمة المالية والصناعة المصرفية

تعتبر العولمة من أحد أهم العوامل التي ساهمت في تحديث الخدمة المصرفية وهي تعتبر اندماج

أسواق العالم في التجارة والاستثمارات المباشرة وانتقال الأموال والقوى العاملة ضمن إطار رأسمالية وحرية

الأسواق .

أولاً. مفاهيم عامة حول العولمة: تعتبر العولمة تحول العالم بفضل الثورة التكنولوجية والمعلوماتية

وانخفاض تكاليف النقل وحرية التجارة الدولية إلى سوق واحدة الأمر الذي أدى إلى منافسة أشد وطأة

وأكثر شمولية ليس في سوق السلع فقط بل وفي سوق العمل ورأس مال أيضا ، تعرف على أنها عملية

تعميق مبدأ الاعتماد المتبادل بين الفاعلين في الاقتصاد العالمي بحيث تزداد نسبة المشاركة في التبادل الدولي والعلاقات الاقتصادية الدولية لهؤلاء من حيث المستوى والحجم والوزن في مجالات متعددة وأهمها السلع والخدمات وعناصر الإنتاج، بحيث تنمو عملية التبادل التجاري الدولي لتشكل نسبة هامة من النشاط الاقتصادي الكلي وتكون أشكالاً جديدة للعلاقات الاقتصادية الدولية في الاقتصاد العالمي، التي يتعاظم دورها بالمقارنة مع النشاط الاقتصادي على الصعيد المحلي¹.

ثانياً . الاتجاه نحو عولمة النشاط المصرفي : انتشرت في حقبة التسعينات من القرن الماضي استخدام مصطلح العولمة Globalisation، و الذي يعبر في جوهره على تلاشي اثر الحدود الجغرافية والسياسية أمام حرية حركة التجارة الدولية و تدفقات رؤوس الأموال و نقل التكنولوجيا. و يعد الاتجاه إلى عولمة النشاط المصرفي احد الأوجه الرئيسية للعولمة المالية، بحيث تجلت عولمة النشاط المصرفي من خلال توحيد توجهات البنوك في مساعيها تجاه خدمة الزبائن، و اجتذاب مصادر التمويل و توسيع آفاق توظيف الأموال، و قد صاحب هذه التوجهات لتحرير المتزايد من القيود الحكومية و هناك جملة من الأسباب التي يعزى إليها اتجاه البنوك إلى تدويل أنشطتها نذكر منها:²

- أ- تجنب المخاطر عن طريق تنويع الأسواق، و بخاصة خطر المنافسة و تشبع الأسواق المحلية.
- ب- انخفاض التكاليف في الدول المضيفة (تكاليف العمالة، و بعض مقومات الإنتاج الأخرى) بالمقارنة بنظيراتها في الدولة الأم.
- ت- الاستفادة من الحوافز و الامتيازات التي تقدمها الدول المضيفة و كذلك الاستفادة من الحوافز التي تمنحها الدول لتوسيع بنوكها في الخارج.

¹ عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 18

² بريش عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 28

ث- زوال الحواجز و القيود خاصة بعد نجاح جولة الأورغواي الأخيرة و التوصل في إطار المنظمة العالمية للتجارة إلى إبرام اتفاقية تحرير تجارة الخدمات GATS بما فيها الخدمات المالية و المصرفية سنة 1997.

كل هذه الأسباب السالفة الذكر شجعت على تدويل و عولمة النشاط المصرفي، و سمحت للبنوك بالتواجد خارج حدود الدولة الواحدة و أصبحت ظاهرة البنوك متعددة الجنسية في التزايد و الانتشار، حيث توسعت الملكية الأجنبية لأصول المصارف في العديد من الدول، فنجد هذه الملكية قد بلغت 80% في كل من هونغ كونغ و سنغافورة، كما تتجاوز هذه النسبة 20% في كل من الولايات المتحدة الأمريكية و الأرجنتين و الشيلي، في منتصف التسعينات.

ثالثا. الآثار الإقتصادية للعولمة على الجهاز المصرفي : تشير الكثير من التغيرات والتطورات والدراسات والظواهر والانعكاسات الخاصة بالعولمة أن لها تأثير واسع النطاق على الجهاز المصرفي ، في أي دولة من دول العالم ومنها الجهاز المصرفي ومن بينها :

1. إعادة هيكلة صناعة الخدمات المصرفية : حيث حدث تغير كبير في أعمال البنوك وتوسعت مساحة ودائرة ونطاق أعمالها المصرفية سواء على المستوى المحلي أو المستوى الدولي والعالمي ، وأخذت البنوك تتجه إلى أداء خدمات مصرفية ومالية لم تكن تقوم بها من قبل وتعكس ذلك بوضوح على هيكل ميزانيات البنوك حيث أكثر من 50 بنكا في العالم حدث عليه تغيرا هيكليا وواضحا في ميزانياته وقد تنوعت مصادر أموال البنوك وكذلك أيضا تنوعت مجالات توظيفها واستخداماتها ويمكن أن نرى ذلك بوضوح في الجهاز المصرفي والبنوك التي تأثرت بقوة العولمة وبخاصة في الدول المتقدمة .

كما أن ظاهرة العولمة أثرت على الجهاز المصرفي في مجال إعادة هيكلة صناعة الخدمات المصرفية وقد امتد بشكل غير مباشر تمثل في دخول المؤسسات المالية الغير مصرفية مثل شركات التأمين وصناديق معاشات وصناديق الاستثمار كمنافس قوي للبنوك في مجال الخدمات التمويلية؛ مما أدى إلى

تراجع دورها في مجال الوساطة المالية، وتوضح لنا حالة البنوك الأمريكية هذا التطور بشكل واضح خلال الفترة 1980-1995 إنخفاض نصيب البنوك التجارية في تمويل الأصول المالية الشخصية من 50 % إلى 18% وفي المقابل ارتفع نصيب المؤسسات غير المصرفية إلى حوالي 42% ورغم اختلاف هذا الاتجاه من دولة لأخرى إلا أن البنوك التجارية في جميع أنحاء العالم أخذت تواجه منافسة قوية من المؤسسات المالية غير المصرفية وبدأت تتحول عملية البنوك التجارية المشكلة على أسس المخاطر الائتمان فقط إلى بنوك استثمار المشكلة على أساس مخاطر السوق¹.

2.التحول إلى البنوك الشاملة: خلال السنوات الأخيرة تم التوجه إلى أهمية تطوير الإطار الهيكلي للمصارف التجارية، بما يدعم التحول نحو المصارف الشاملة. ويقصد بمفهوم المصرف الشامل أنه ذلك المصرف الذي يسعى إلى تنمية موارده المالية في كافة القطاعات كما يقدم الائتمان لكافة القطاعات. يمكن تعريف البنوك الشاملة " بأنها تلك الكيانات المصرفية التي تسعى دائما وراء تنويع مصادر التمويل وتعبئة أكبر قدر ممكن من المدخرات من كافة القطاعات وتوظف وتمنح الائتمان المصرفي لجميع القطاعات ، كما عمل على تقديم كافة الخدمات المتنوعة والمتجددة التي قد لا تستند إلى رصيد مصرفي ، بحيث نجدها تجمع ما بين وظائف البنوك المتخصصة وبنك الاستثمار والأعمال"².

كما يعرف بأنه المصرف الذي يوحد كلا من الصيرفة التجارية والاستثمارية ويقدم خدمات عديدة لزيائنه؛ حيث تعد الصيرفة الشاملة من الموضوعات المصرفية المهمة التي حظيت باهتمام كبير من المصارف³ في ظل العولمة وإعادة هيكلة صناعة الخدمات المصرفية، زاد اتجاه البنوك وخاصة البنوك التجارية إلى التحول نحو البنوك الشاملة؛ وهي تلك الكيانات المصرفية التي تسعى دائما وراء تنويع مصادر التمويل والتوظيف وتعبئة أكبر قدر ممكن من المدخرات من كافة القطاعات، وتوظيف مواردها في أكثر من

¹ عبد المطلب عبد الحميد ،مرجع سبق ذكره ، ص 36-37

² خباية عبد الله ، مرجع سبق ذكره ،ص2

³ فلاح حسن الحسيني ، مؤيد عبد الرحمن الدوري،مرجع سبق ذكره ، ص 20

نشاط وفي عدة مجالات متنوعة وتفتح وتمنح الائتمان المصرفي لجميع القطاعات. كما تعمل على تقديم كافة الخدمات المتنوعة والمتجددة التي قد لا تستند إلى رصيد مصرفي، بحيث نجده تجمع بين وظائف البنوك التجارية التقليدية والبنوك المتخصصة وبنوك الاستثمار وبنوك الأعمال، أي هي تقوم بأعمال كل البنوك ويمكن تعريفها على أنها تلك الكيانات المصرفية التي تسعى دائماً وراء تنويع مصادر التمويل وتعبئة أكبر قدر ممكن من المدخرات من كافة القطاعات وتوظيف مواردها وتفتح وتمنح الائتمان المصرفي لجميع القطاعات. كما تعمل على تقديم كافة الخدمات المتنوعة والمتجددة التي قد لا تستند إلى رصيد مصرفي بحيث نجدها تجمع ما بين وظائف البنوك التجارية التقليدية ووظائف البنوك المتخصصة وبنوك الاستثمار والأعمال¹. ويلاحظ أن إستراتيجية البنوك الشاملة تقوم على تبني إستراتيجية التنويع بهدف إستراتيجية التنويع بهدف استقرار حركة الودائع وانخفاض المخاطر الموازنة بين السيولة والربحية ودرجة المخاطر المصرفية .

3.تنويع النشاط المصرفي والاتجاه إلى التعامل بالمشتقات المالية : وصل تنويع النشاط المصرفي أقصى مداه في ظل العولمة عندما أضافت البنوك إلى أنشطتها المشتقات المالية حيث أخذت تتعامل مع العقود المستقبلية وهي العقود التي تلزم صاحبها بشراء أصل من البائع بسعر متفق عليه في تاريخ لاحق محدد في المستقبل وكذلك التعامل في حقوق الشراء الاختيارية، وهي الحقوق التي تعطي لصاحبها حق شراء أصل من البائع بسعر محدد في فترة لاحقة في المستقبل ويطلق عليها عقود الاختيار أيضاً حقوق البيع الاختيارية ويضاف إلى ذلك عقود المبادلة، وهي عدة أنواع مثل مبادلة الخيار ومبادلة معدلات العائد ومبادلة العملات. وتحقق المشتقات المالية عدة مزايا أهمها التحكم والسيطرة على المخاطرة على المخاطرة وتحسين معدلات الاقتراض والإقراض واستكشاف الأسعار في السوق وسهلت للعملات الوصول إلى الأسواق المالية المختلفة وتحسين السيولة وفي كل الأحوال لا تخلو المشتقات من مخاطر التعامل .

¹ عبد المطلب عبد الحميد ،مرجع سبق ذكره ، ص52

4. ضرورة الالتزام بمعيار كفاية رأس المال كمعيار لقياس مخاطر السوق كما جاء بمقررات لجنة بازل:

مع تزايد العولمة أصبح العمل المصرفي يتعرض للعديد من المخاطر المصرفية سواء كانت عوامل خارجية أو عوامل داخلية وأصبح لزاما على البنوك أن تتحوط لهذه المخاطر بعدة وسائل من أهمها تدعيم رأس مال والاحتياطات وقد اتخذ معيار كفاية رأس المال أهمية متزايدة منذ أن أقرته لجنة بازل 1988 وأصبح لزاما على البنوك الالتزام به كمعيار عالمي أو دولي يدل على متانة المركز المالي للبنك ويقوي ثقة المودعين فيه. ومن ثم تأثرت البنوك العاملة بهذا المعيار حيث أصبح عليها أن تلتزم نسبة رأسمالها إلى مجموع أصولها الخطرة بعد ترجيحها بأوزان المخاطرة الائتمانية إلى 8% كحد أدنى مع نهاية عام 1992.

5. احتدام المنافسة في السوق المصرفية بعد اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المصرفية : مع تزايد العولمة

المالية وإقرار اتفاقية تحرير الخدمات المصرفية من القيود التي جاءت بها اتفاقية الجات في جولة الأوروغواي 1994 وتولي منظمة التجارة العالمية تطبيقها من أول يناير 1995 فقد أخذت المنافسة تشتد في السوق المصرفي وقد اتخذت المنافسة 3 مظاهر واتجاهات رئيسية:¹

الاتجاه الأول : المنافسة بين البنوك التجارية فيما بينها سواء فيما يتعلق بالسوق المصرفية المحلية أو السوق المصرفية العالمية

الاتجاه الثاني: المنافسة فيما بين البنوك والمؤسسات المالية الأخرى

الاتجاه الثالث : المنافسة بين البنوك والمؤسسات الغير مالية على تقديم خدمات مصرفية

6. الاندماج المصرفي : لعل من الآثار الاقتصادية الهامة للعولمة هو ما حدث في الوقت الحاضر من

موجة اندماجات مصرفية سواء بين كل من البنوك الكبيرة والصغيرة وبين البنوك الكبيرة وبعضها البعض

¹ نادية عبد الرحيم ، تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي - دراسة حالة الجزائر - ، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية ، تخصص بنوك ومالية، جامعة الجزائر 3 ، 2010-2011، ص 39 .

ويبدو بأن عملية الاندماج المصرفي من كثرتها وسرعتها وشمولها أصبحت ظاهرة عالمية تأثرت بها كل البنوك في العالم تقريبا .

والاندماج المصرفي هو تحرك جمعي نحو تكتل والتكامل والتعاون ما بين بنكين أو أكثر لإحداث شكل من أشكال التوحد يتجاوز النمط والشكل الحالي إلى خلق كيان أكثر قدرة وفاعلية على تحقيق أهداف كانت تبدو مستعصية التحقيق قبل إتمام عملية الاندماج ومن هنا نلاحظ أن الاندماج يتناول عملية انتقال البنك من وضع تنافسي معين إلى وضع تنافسي أفضل وهو تجاوز لمحددات الحجم إلى إطارات جهوية والشخصية المصرفية¹. ودوافع الاندماج المصرفي كثيرة أهمها تحقيق وفورات الحجم ، ودافع النمو والتوسع ودافع تحسين الربحية ودافع زيادة القدرة على المنافسة العالمية أو الدولية في إطار تحرير الخدمات المصرفية وهناك أيضا مواجهة المخاطر.

7. خصخصة البنوك: تعتبر خصخصة البنوك أحد نواتج العولمة وهي مرتبطة في كل الأحوال بظاهرة الخصخصة بشكل عام كظاهرة عالمية وقد حدث هذا الاتجاه نحو خصخصة البنوك في الدول النامية بالتحديد بعد الزوال الملكية العامة للبنوك في ظل تحول الكثير من هذه الدول على تطبيق برامج الإصلاح الاقتصادي والتحول لآليات السوق ،وتتلخص أهم دوافع خصخصة البنوك في مواجهة التحديات التي تواجه العمل المصرفي في ظل المتغيرات المصرفية العالمية والتكيف مع ما جاءت به اتفاقية التحرير الخدمات المالية في إطار اتفاقية الجات ومنظمة التجارة العالمية .

8. تزايد حدوث الأزمات البنوك :يمكن القول أن أهم الآثار السلبية للعولمة المالية هي تلك الأزمات القوية التي يتعرض لها الجهاز المصرفي حيث أثبتت إحدى الدراسات الحديثة عام 1997 والتي أجريت على 65 دولة خلال فترة 1970-1994 أنه هناك علاقة وطيدة بين إجراءات العولمة المالية وأزمة الجهاز المصرفي وقد أوضحت الأزمة التي اندلعت في جنوب شرق آسيا في 1997 كيف تؤثر العولمة

¹محسن أحمد الخضيرى ، الاندماج المصرفي، مصر ،الدار الجامعية ،2007، ص35

المالية من خلال تحرير حاب رأس المال والتمادي في الاقتراض الخارجي ، وإعطاء قروض دون دراسة وضوابط والانفتاح دون رابط على الأسواق المالية العلمية مما أدى إلى إندلاع أزمة الجهاز المصرفي .

9. **تزايد مخاطر أنشطة غسيل الأموال من خلال البنوك** : يلاحظ مع تزايد العولمة المالية المقرونة بالتحرير المالي زادت عمليات غسيل الأموال القذرة ومصدر هذه الأموال القذرة يأتي من الأنشطة الغير مشروعة التي تمارس من خلال ما يسمى بالاقتصاد الخفي وأهم هذه الأنشطة هي الاتجار بالمخدرات والاتجار في الأسلحة المحظورة والاتجار في السوق السوداء للسلع الهامة والإستراتيجية والعمولات والرشاوى والاختلاسات والأموال الناتجة عن الفساد الإداري والسياسي والقروض المصرفية المهربة والدعارة والسرقات ، ويستخدم الجهاز المصرفي كوسيط لعمليات غسيل الأموال حيث تمر عمليات غسيل الأموال ب 3 مراحل هي مرحلة الإيداع النقدي ثم مرحلة التعتيم ثم مرحلة التكامل مع أخذ بعين الاعتبار أن غسل الأموال يؤثر تأثيرا سلبيا على الاقتصاد القومي؛ وقد بدأت مواجهة عالمية لتلك الظاهرة من خلال الحكومات والمنظمات المختلفة ومجموعة الدول السبع الكبرى وتقوية أوجه التعاون الدولي في هذا المجال.

10. **إضعاف قدرة البنوك المركزية على التحكم في السياسة النقدية** : من الآثار الاقتصادية الهامة للعولمة المالية هو إضعاف قدرة البنوك المركزية على التحكم في السياسة النقدية فلو كافة البنوك المركزية في العالم اجتمعت على اتخاذ موقف معين لحماية عملة معينة ¹.

المطلب الثاني : التسويق المصرفي

تعتبر وظيفة التسويق المصرفي إجمالا من أهم الوظائف في بنك فوجود إدارة جيدة للتسويق يساعد المنظمة على تحديد احتياجات الزبون بدقة فتقدم المنظمة منتجاتها أو خدماتها المصرفية بطريقة التي تشبع رغبات الزبون وتحقق طموحاته .

¹ عبد المطلب عبد الحميد ، مرجع سبق ذكره ، ص 42-47

أولاً . مفهوم التسويق المصرفي: إن التسويق المصرفي بالنسبة للبنك يطرح نوعين الأسئلة : طبيعة التسويق البنكي و استجابة الزبائن. التسويق البنكي تسويق الخدمات المصرفية يقع على خدمات دان منظور التسويق تميزت المساس، عدم التجانس تلازم¹.

كما يعتبر التسويق من أهم العوامل التي تساهم في توطيد العلاقة بين البنكي والزبون حيث تعتبر الطريقة التي تساهم في جذب وتقوية هذه العلاقة باعتبار أن الزبون يمكنه استبدال البنك واختيار البنك الذي يريده حيث البنك دائما تعتبر زبائنه كأفراد بدلا من اعتبارها كمنتجات مباعه والزبائن أصبحت فئة مهمة بالنسبة للبنك حتى تبقى وفية لهذه الزبائن لذا يجب محاولة تسيير هاته لعلاقة بين البنك و الزبون، وذلك من خلال التسويق المصرفي².

كما أن التسويق المصرفي يتضمن مجموعة من الأنشطة التي تضمن وبالتعاون مع الوظائف الأخرى في البنك استمرار تقديم الخدمات المصرفية إلى الزبون في الوقت والمكان المناسبين وبالجودة المطلوبة وبأقل تكلفة ممكنة والتي تهدف إلى تحقيق احتياجات الزبون³.

ثانيا . تطور التسويق المصرفي : مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين ظهرت الحاجة إلى ضرورة توجه الزبون وبالتالي ازداد اهتمام البنوك والمؤسسات المالية بدراسة وتحليل حاجات الزبائن ورغباتهم بهدف العمل على إشباعها وتحقيقها ، إن مفهوم التسويق قد تطور من خلال خمسة مراحل أساسية وهي :

المرحلة الأولى : التسويق عبارة عن عملية دعائية وإعلان وترويج ؛

المرحلة الثانية : تركز مفهوم التسويق على ضرورة توفير جو ودي أثناء التعامل مع الزبائن؛

¹Monique zollinger , Eric Lamarque, marketing et stratégie de la banque , 4eme edition ,paris, dunod, 2004, p28

²Eric Lamarque, Management de la banque risque relation client organisation , pearson education, France, 2005, p133

³زياد رمضان ، محفوظ جودة مرجع سبق ذكره، ص 303 .

المرحلة الثالثة : أصبح مفهوم التسويق أكثر شمولية بحيث يتضمن عملية إدخال الإبداع والابتكار في مجال الخدمات المصرفية ؛

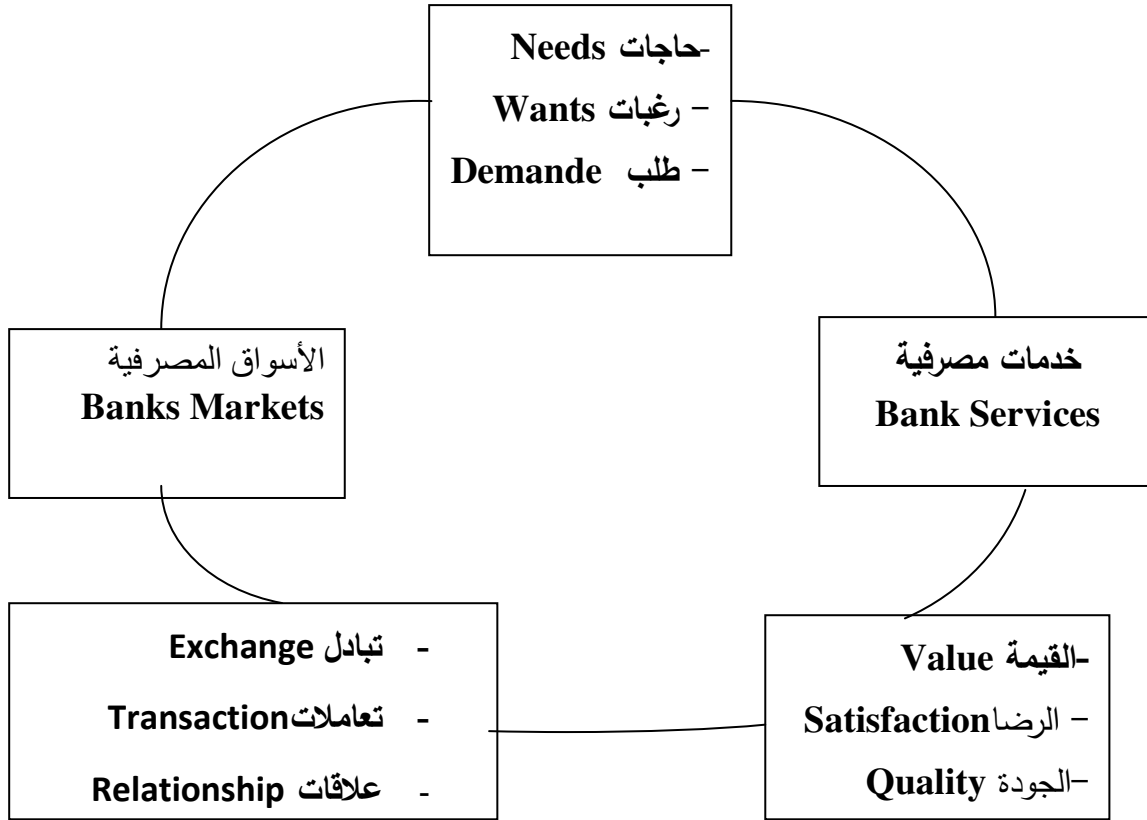
المرحلة الرابعة : التسويق عبارة عن عملية إحلال تسويقي أي محولة تميز البنك عن منافسيه بهدف تقديم أفضل الخدمات لقطاعات معينة في السوق؛

المرحلة الخامسة:تطور مفهوم التسويق المصرفي في هذه المرحلة ليصبح اعتماده الأساسي على التحليل والتخطيط والرقابة.

ثالثا . مفاهيم أساسية حول التسويق المصرفي

إن التسويق المصرفي يتضمن عددا من العناصر المختلفة تشكل ما يطلق عليه العلماء التسويق بالمفاهيم التسويقية الجوهرية وهي التي تمثل الأساسيات التي يركز عليها النشاط التسويقي فب مختلف البنوك يلخص لن الشكل التالي أهمها :

الشكل رقم (II - 2): المفاهيم الأساسية للتسويق المصرفي



المصدر : طارق طه ، إدارة البنوك ونظم المعلومات المصرفية ، 2010، دار الكتب ، 2010 ، ص 612

1- الحاجات: تتمثل الحاجة وفقا لمفهومها الحديث حالة الشعور بالحرمان من الشيء وبالتالي فهي تعبر عن الفرق بين الوضع الفعلي للفرد والوضع الذي يرغبه أو يتمناه والذي يعد بمثابة الحالة المثالية له وتتمثل أنواع الحاجات المصرفية كما يلي ¹:

أ- الحاجة الحقيقية : وتعتبر عن الاحتياج الحقيقي للزبون مثلاً: يحتاج الزبون للحصول على قرض لتمويل مشروعاته .

¹ طارق طه ، إدارة البنوك ونظم المعلومات المصرفية ، دار الكتب ، 2010 ، ص 612.

ب- **الحاجة الخفية** : وتتمثل في الحاجة التي لا يفصح عنها الزبون صراحة مثلاً : يرغب الزبون

في الحصول على قرض لإجراء عملية الرفع المالي من أموال الغير والتمتع بالريح الضريبي .

ت- **الحاجة الثابتة** : وهي الحاجة المشتركة لجميع عملاء مثلاً: يريد الزبون أن يكون سعر فائدة

على القروض الممنوحة له أقل ما يمكن وسعر الفائدة على ودائعه أعلى ما يمكن

ث- **الحاجة الغير** : وتتمثل في الحاجة المثارة عن بعض الزبائن وليس جميعهم مثلاً: يتوقع الزبون

أن يقدم له البنك خدمات متميزة ومعاملة جيدة نظير تعامله معه

ج- **الحاجة المبهجة** : وتتمثل في الحاجة التي إذا ما تم إشباعها فإنها تدخل البهجة للزبون يرغب

الزبون أن يفاجأ بخدمات إضافية مثل قيام البنك بإعداد دراسة جدوى المشروعات

2-الرغبات Wants :وتشير إلى الشيء المرغوب من الفرد في ضوء خبراته ثقافته ، شخصيته ، هي

الوسائل التي تستخدم في إشباع الحاجة فقد يحتاج الزبون إلى الخدمة المصرفية لكنه يرغب في التعامل

مع بنك معين وبالتالي فإن دور مسؤول التسويق هو الاهتمام بتقديم المنتجات التي تشبع الحاجة وخلق

تفضيلات معينة لدى الزبون حتى يختار خدمات البنك بدلاً من خدمات المنافسة.

3-الطلب Demand:يعرف الطلب بأنه الرغبة في الحصول على المنتج المدعومة بالقدرة على شراءه

ومن الملاحظ أن الأفراد لديهم رغبات غير محدودة وفي المقابل هناك موارد وأموال محدودة ولهذا فإن

الطلب على الخدمة المصرفية غالباً ما يتحدد برغبة الزبون في التعامل مع البنك والقوة المالية المتاحة

لديه التي تمكنه من هذا التعامل .

4-المنتج Product:يعرف المنتج بأنه أي شيء يمكن أن يقدم للسوق بغرض الاستهلاك و الاستخدام

لإشباع حاجة أو رغبة وتشمل المنتجات مائلي :

أ- السلع المادية :وتتمثل في المنتجات الملموسة كأجهزة الحاسبات الآلية ، الهواتف المحمولة ؛

ب-الأفكار كفكرة تنظيم أسرة ؛

ت-الأفراد كتنسيق مرشح الحزب في الانتخابات¹.

5-القيمة value:تعرف بأنها الفرق بين القيمة الكلية التي يستمدّها الزبون من المنتج والتكلفة الكلية التي يتحملها في سبيل الحصول عليها بمعنى أنها تعبر عن تقدير الزبون للمنتج على إشباع حاجاته حيث تعرف القيمة الكلية للمنتج إلى مجموعة المنافع التي يتوقع أن يحصل عليها الزبون من الخدمة المصرفية بينما يقصد بالتكلفة الكلية مجموع النفقات التي يتحملها في سبيل الحصول على هذه الخدمة². إن الخدمة المصرفية من وجهة النظر التسويقية هي مجموع من القيم فالقيمة الكلية التي يستمدّها الزبون من الخدمة المصرفية هي محصلة القيم التالية :

- أ- قيمة الخدمة : وتتمثل في منافع التي يحصل عليها الزبون من تعامله مع البنك
- ب-قيمة العاملين وتتمثل في المنفعة التي يستمدّها الزبون نتيجة احترام العاملين بالبنك له والمعاملة الحسنة التي يلقاها منهم وهوما يشبع حاجات التقدير .
- ت-قيمة الانطباع الذهني وتتمثل في المنفعة التي يستمدّها الزبون نتيجة الصورة الذهنية التي يحملها الجمهور عن البنك أو خدماتها .

وفي المقابل فإن التكلفة الكلية التي يتحملها الزبون هي بدورها محصلة التكاليف الفرعية التالية :

- أ- التكلفة المالية : وتتمثل في المقابل المادي الذي يدفعه الزبون للحصول على الخدمة المصرفية ؛
- ب- التكلفة الزمنية : ويقصد بها الفترة الزمنية التي يقضيها الزبون للحصول على الخدمة والمقتطعة من وقته المتاح ؛

¹ طارق طه، مرجع سبق ذكره ، ص 616

² نفس المرجع السابق، ص 617

ت- تكلفة الطاقة : وتتمثل في الجهد البدني أو الطاقة التي بذلها الزبون في سبيل الحصول على خدمة مصرفية ؛

ث- التكلفة المادية : وتشير إلى الأدوات والوسائل التي استخدمها الزبون في الحصول على المنتج فالسيارة مثلا : استخدمت في الانتقال إلى متاجر البيع ، الحقيبة استخدمت في نقل الأموال وهكذا.

6-رضا الزبون والجودة **customer satisfaction and quality** : يشير رضا الزبون إلى درجة مطابقة الأداء المتوقع للخدمة المصرفية مع توقعات الزبون ومن ناحية ثانية يرتبط مفهوم رضا الزبون بجودة المنتج فكلما كان هناك تحسينات في الجودة ارتفعت بالتبعية درجة رضا الزبون عن هذا المنتج والعكس صحيح حيث تعرف الجودة في الفكر الإداري على أنها قدرة الخدمة المصرفية على إشباع التام لاحتياجات الزبون .

7-التبادل **Exchange**: يقصد بالتبادل التصرف الذي يحصل بمقتضاه الفرد على المنتج الذي يرغبه من خلال تقديم تقديم المقابل للطرف الآخر الذي يملك هذا المنتج فهناك طرف وهو البنك يملك لمنتج وفي المقابل يوجد طرف ثان يرغب هذا المنتج هو الزبون ومن ثم عليه تقديم المقابل المادي للحصول على خدمة الطرف الأول وهناك 5 شروط يجب توافرها لإتمام عملية التبادل :

وجود طرفين على الأقل هما الموظف البنك والزبون؛

أ- امتلاك كل طرف شيء ما ذو قيمة للطرف الآخر؛¹

ب-قدرة كل طرف على الاتصال بالطرف الآخر ؛

¹ طارق طه، مرجع سبق ذكره ، ص 624

ت-تمتع كل طرف بالحرية المطلقة في القبول أو الرفض ؛

ث-اعتقاد كل طرف بوجود فائدة من تعامله مع الطرف الآخر .

8-التعاملات Transaction: يقصد بها التبادل بين الأطراف حول شيئين ذو قيمة لكل طرف

وشروط وتوقيت ومكان الاتفاق فعندما يتفق الطرفان البنك والزيون على عملية التبادل فيمكن القول حينئذ أن هناك تعامل قد تم ولضمان تحقيق تبادل فعال وناجح فإن مسؤول التسويق المصرفي أن يقوم بتحليل توقعات كل طرف في عملية التبادل وإعدادها في شكل قائمة تسمى قائمة رغبات الزبون .

9-العلاقات Relationships:تعتبر التعاملات التسويقية جزء من مفهوم أوسع يسمى العلاقات

التسويقية أو تحديدا تسويق العلاقات والذي تقوم على بناء علاقة ثقة طويلة الأجل بين البنك وعملائه يكون كلا طرفان في هذه العلاقة فائز وفائز أي البنك رابح والزيون راضي حيث يقصد بتسويق العلاقات المصرفية عملية خلق وتحسين والمحافظة على علاقات قوية مع الزبائن وحملة أسهم البنك وبالتالي فإن البنوك المتبنية لهذا المفهوم تقوم وبصفة مستمرة في الواقع العملي بتقييم ما يعرف بشبكة أنشطة التسويق والتي تتكون من الأطراف الخارجية التي تتعامل معها البنك كالزبائن ، حملة الأسهم ، الموردين ،الوسطاء ، الموزعين ، وكالات الإعلانات ، وكلاء التوزيع .

جدول رقم (II - 1): تأثير الانترنت في تحسين العلاقات التسويقية للبنوك

البحوث التسويقية	البيع والتوزيع	الدعم والتغذية العكسية للعميل	
توفير المعلومات اللازمة للقيام بالبحوث التسويقية الخاصة بالزبائن	تتيح الوصول المرن إلى قطاعات جديدة من الزبائن المستخدمين الانترنت	تحسين قدرة الزبون على التفاعل مع البنك من خلال تقنيات الانترنت	قدرات الانترنت
الحصول على ردود فعل الزبائن حول الخدمات الجديدة المقدمة إليهم	- تتيح منافذ توزيع رخيصة وسريعة - صفحات الشبكة تعد بمثابة كتيبات إلكترونية مصورة تروج لبنك	- تسهل من عملية الاتصال بأكبر عدد ممكن من الزبائن - تتيح إمكانية الرد الفوري على مشاكل الزبائن	الفوائد العائدة على البنك
زيادة الحصة السوقية	تكاليف أقل	تحقيق رضا الزبائن	الفرص

المصدر : طارق طه ،إدارة البنوك ونظم المعلومات المصرفية ،مرجع سبق ذكره ص262 .

10-السوق Market:تقليديا كان ينظر للسوق على أنه المكان الذي يلتقي فيه البائعين والمشتريين ويتم

فيه تحويل ملكية المنتج أما في الفكر التسويقي فيعتبرون أن البنوك تمثل الصناعة والزبائن يمثلون السوق وتظهر العلاقة بين الصناعة والسوق في مجموعة من التدفقات التي تربط بينهم فالبنوك تقدم منتجات للسوق وتستخدم الاتصالات لتحقيق أهدافها أما الزبائن فيقدمون المقبل المادي والمعلومات وبالتالي

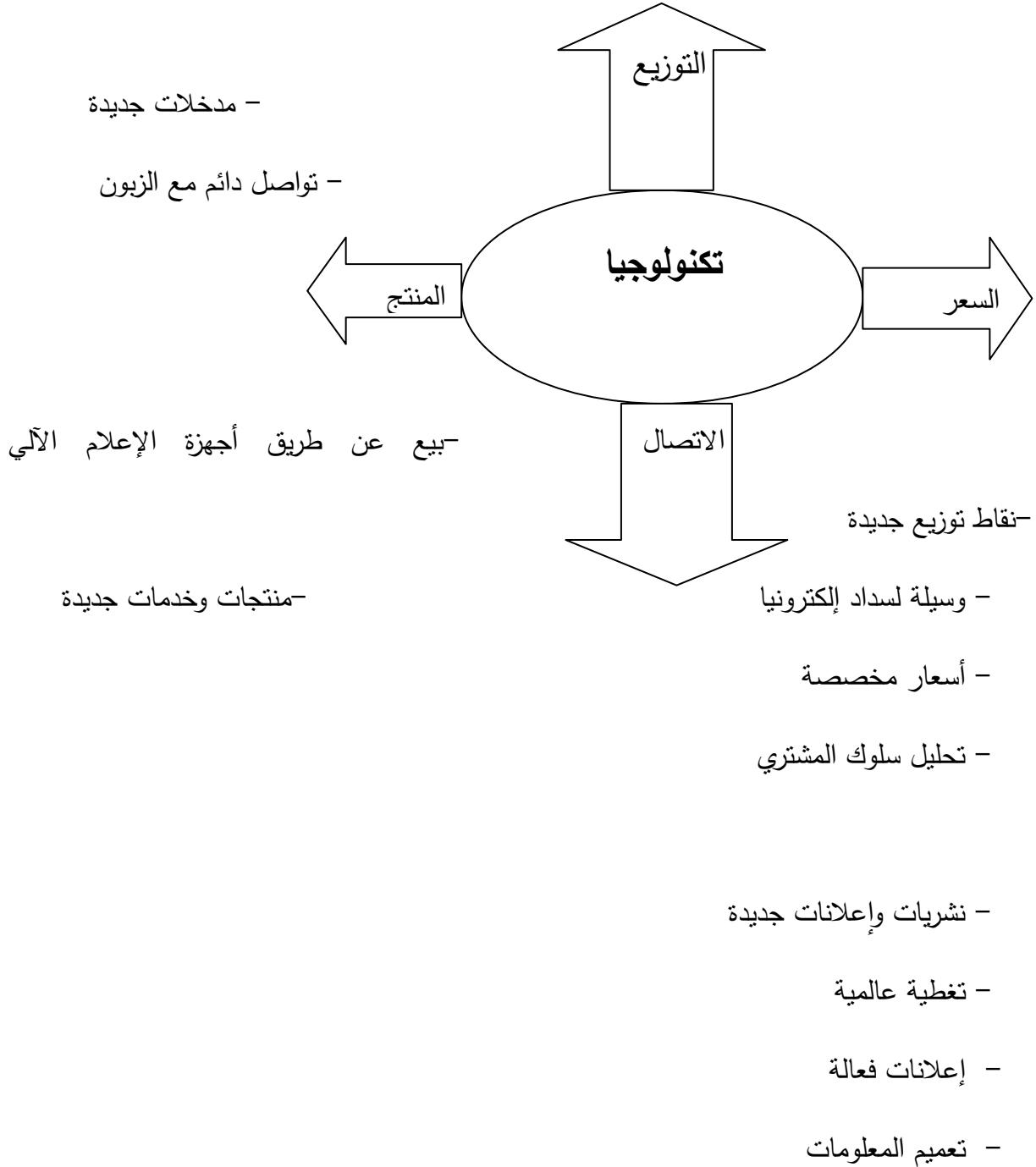
فالسوق المصرفي هو جمع المشتريين الفعليين والمحتملين للخدمة المصرفية ويتضح مما سبق أن حجم السوق يتحدد وفقا لعدد الزبائن الفعليين والمحتملين وقدراتهم المالية واستعدادهم لتوظيف تلك القدرات بغرض الحصول على منتج سواء كان سلعة أم خدمة¹.

11-التسويق المختلط : تعتبر التكنولوجيا كوسيلة للإبداع ونشأة من خلال أسواق جديدة واحتياجات الزبائن باعتبار أن الوسائل التقنية تعتبر كحاجز لعدم نشأة هذا الإبداع التكنولوجي وبالتالي تساهم من خلال هذا إلى تسويق يكون مبني على أساس تقنيات مبدعة عن طريق إدخال فكرة جديدة مدمجة وهو ما يسمى بالتسويق المختلط المتضمن لجميع الجوانب كطريقة التوزيع ، المنتج ، السعر ، الإتصال كما يلي:

¹ طارق طه، مرجع سبق ذكره ، ص 626

رابعاً . مؤثرات التكنولوجيا على التسويق المصرفي

الشكل رقم (II - 3): مؤثرات التكنولوجيا على التسويق المصرفي



Source : Michel Badoc, Bertrand Lavayssi re ,Emmanuel Copin, **E-marketing de la banque et de l'assurance**, edition d'organisation, 2eme edition ,paris, 2000 ,P22

إن التقدم التكنولوجي قد أدى إلى تغير ملحوظ في طرق وأساليب ممارسة الأنشطة وكذلك في بناء الهياكل التنظيمية في جميع المنظمات وقد تبلور هذا التغير في إعطاء المزيد من المرونة للبنوك فقط في مواجهة ظروف ومتطلبات سوق الخدمة المصرفية في الداخل ولكن أيضا في توسيع دائرة نشاط البنوك في الخارج¹.

خامسا . أهمية التسويق الخدمات المصرفية: يعتبر التسويق شيء أساسي للبنك من أجل ترويج خدماته

المصرفية وعليه تتمثل أهمية التسويق في عرض الخدمات المصرفية كما يلي :

أ- التعرف على حاجات الزبائن في قطاع الخدمات المصرفية .

ب- الصمود في وجه المنظمات المصرفية الأخرى .

ت- الحفاظ على الحصة السوقية للمصرف .

ث- زيادة الحصة السوقية للمصرف .

ج- تحديد السوق المستهدفة .

ح- دراسة و تحليل سوق الخدمة المصرفية .

خ- تقديم خدمات مصرفية تتناسب مع حاجات و رغبات الزبائن .

د- تحديد المزيج الترويجي المناسب .

ذ- تحديد الأساليب التوزيعية المناسبة للعملاء .

سادسا . المزيج التسويقي المصرفي : هو مجموعة من الأنشطة و الوسائل التي يتخذها البنك لإقناع

الزبائن بشراء منتجه من خلال التأثير على رد فعل الزبون و دفعه اتجاه طلب هذه الخدمة .

حيث يجد المسوق نفسه في مواجهة العديد من الخيارات في الخدمات و طرق التوزيع و أساليب التسعير

و الوسائل التي تصل إلى الزبائن و بما يتناسب مع ظروف البنك و ما يحيط به من تغيرات بيئية , و

¹ علا نعيم عبد القادر ، زياد محمد عرمان ، عامر خطيب "مفاهيم حديثة في إدارة البنوك" ، الطبعة الأولى ، دار البداية ، 2009، ص186

على المسوق أن يشكل هذه الأنشطة بالقدر الذي يناسب البنك و الموقف التسويقي ، و عليه أن يطور هذه المكونات باستمرار لتتناسب مع المتغيرات البيئية .

يتكون المزيج التسويقي في القطاع المصرفي من العناصر التالية :

1.المنتج المصرفي : يختلف المنتج في البنوك عن المنتج في المؤسسات الصناعية و التجارية ، حيث

أن المنتج المصرفي غير ملموس و بالتالي فإن إرضاء الزبون يتم بتأدية الخدمة التي يتوخاها .

و إن المنتج المصرفي يتضمن أنشطة و فعاليات متعددة و متنوعة تتمثل في حزمة من الخدمات

المصرفية التي تتوفر لدى المصرف لغرض تقديمها للعملاء بالشكل الذي يحقق لهم حاجاتهم و رغباتهم .

و يجب أن تتجه سياسة التسويق نحو تقديم الخدمات التي تستجيب لحاجات السوق و ذلك بطريقتين :

أ- خلق خدمات جديدة : حيث أن طرح خدمات جديدة يساعد المصرف على استقطاب عملاء جدد

و ذلك يبدأ بتحليل احتياجات الزبائن و قدراتهم المالية .

ب- تنويع الخدمات القائمة : و إن مقدم الخدمة المصرفية يأخذ دوراً أساسياً في تكوين صورة

ذهنية و إبراز أهمية الخدمة المقدمة للعملاء و تركز المصارف المتميزة على جودة الخدمة المقدمة

حيث تعتبر المفتاح الأساسي لدخول السوق و التميز في تقديم الخدمة يمثل معيار نجاح الخدمة في

السوق .

3.تسعير الخدمات مصرفية: إن مفهوم السعر في التسويق المصرفي يشير إلى معدل الفوائد على

الودائع، القروض، الرسوم، العمولات و المصروفات الأخرى التي يتحملها المصرف لقاء تقديم الخدمة.

و لأسباب عديدة فإن سياسة التسعير تلعب دوراً محدد بالنسبة للخدمات المصرفية؛ حيث أن هناك عدد

من الخدمات المصرفية التي يتم تسعيرها من قبل السلطات النقدية (أسعار الفوائد المدفوعة على

الودائع و القروض) و عليه فإن سياسة التسعير تتوقف على أمرين :

أ- **مردود سعر الخدمة** : حيث تقدمت المصارف في معرفة عناصر كلفتها و مقارنتها بالأسعار و العملات التي تتقاضاها حيث يجب أن يكون سعر الخدمة متناسبا مع الكلفة , و في الوقت ذاته هناك خدمات يمكن أن تسعر بأقل من كلفتها شريطة أن يكون هامش الخدمات الأخرى يغطي الفارق , و بالتالي فإن وجود تكلفة ثابتة يغير من العلاقة ما بين السعر و الكمية , فإذا انخفض سعر الخدمة يأتي زيادة الخدمات حتى يتم ضمان ربح ثابت .

ب- **وضعية السوق** : في وضع تنافسي يصعب على البنك أن يثبت سعر خدماته بأعلى من أسعار بقية البنوك , و تجدر الإشارة إلى أن وضع البنك و قوته وامتداده و سمعته تؤثر في هذا المجال حيث لا تستطيع البنوك الصغيرة أن ترغم البنوك الكبيرة لضغوطاتها و ذلك نظراً لنشاطها المحدود مما يجعل المنافسة محدودة , و من ناحية أخرى يجب عدم إغفال علاقة الزبون مع البنك التي تجعل الزبون في بعض الأحيان أقل تأثراً بأسعار الخدمات طالما أنه راض عن نوعية و طبيعة الخدمة المقدمة له .

و على المصرفي الجيد أن يضع أسعار خدماته المصرفية بالشكل الذي يتم خلق التوازن المنطقي و السليم بين قيمة هذه الخدمة و ما يتوقعه الزبون من فوائد و منافع يمكن أن يحصل عليها عند شرائه للخدمة المصرفية , و إن قرارات تحديد الأسعار في المؤسسات المصرفية لا يمكن اتخاذها بمعزل عن أهداف المصرف .

5.التوزيع الخدمات مصرفية: يعد اختيار موقع و توزيع شبكة فروع المصرف من أهم الموضوعات التي تعالجها إدارات التسويق المصرفي في المصارف , حيث أنها من خلال الفروع المصرفية يقوم المصرف بتقديم و نشر و توزيع خدماته على عملائه الحاليين و المرتقبين .

حيث يجب تكيف الشبكة المصرفية بحيث تتوافق أكثر مع احتياجات الزبائن و يجب تنظيم الفروع بالشكل الذي يسمح بفعالية أكثر في تسويق خدمات البنك , و ينطوي المكان على أمرين هامين :

أ- **توسيع شبكة الفروع** : حيث يلزم معرفة ما هي العوامل المحددة لاختيار البنك من قبل الزبائن و قد أوضحت دراسات عديدة أن الزبائن يفضلون التعامل مع البنوك القريبة من أماكن عملهم و سكنهم ، و هذا يعني ضرورة توسيع شبكة الفروع لكي تغطي كافة المناطق، لكن هذا التوسع في فتح الفروع و الوكالات كان و مازال مرتفع الكلفة , لذا يجب عند التفكير بفتح فروع جديدة دراسة كلفة هذه الفروع و مقارنتها مع المردود .

ب- **تحديث شبكة الفروع** : أظهرت الدراسات الأخيرة أن الأفراد المتعاملين مع البنوك لا يرغبون في وجود حواجز فيما بينهم و بين موظفي البنك و من ناحية أخرى يهتم الزبائن بالشكل الداخلي و الخارجي للفروع و التصميم الجديدة .

6. **ترويج الخدمات المصرفية** : تشمل جميع النشاطات التي تتعلق بالتعريف بخدمات البنك و ذلك بالتأكيد على نوعية و مزايا الخدمات المقدمة ، و النشاط الترويجي في ظل المنافسة هو أساس النجاح كما أن ظهور المنتجات المصرفية الإلكترونية بشكل مستمر يتطلب من المصرف القيام بالأنشطة الترويجية المناسبة ، و ذلك لتسهيل مهمة الاتصال مع الزبائن الحاليين و المرتقبين .

و يمكن ملاحظة أهمية النشاط الترويجي في المصارف من خلال :

أ- اشتداد حالة المنافسة في السوق بين المصارف من جهة و المؤسسات المالية المصرفية من جهة أخرى ، مما يتطلب القيام بالجهود الترويجية لتوسيع الحصة السوقية و كسب أكبر عدد ممكن من الزبائن .

ب- الترويج يساهم في الحفاظ على مستوى من الوعي والتطور في حياة الأفراد و ذلك من خلال ما يمدهم به من معلومات و بيانات عن كل ما يتعلق بالخدمات المصرفية .

ت-يؤثر النشاط الترويجي على قرار الشراء بالنسبة للزبائن ، ففي كثير من الأحيان يشتري الزبون خدمات أخرى ضمن التشكيلة الواسعة للخدمات المصرفية و هذا ناتج عن تأثيرات الجهود الترويجية .

7.الجانب الشخصي(العنصر البشري) :تشمل عملية تقديم الخدمة التعامل الشخصي بين الموظف و الزبائن ، بطريقة منظمة و مقبولة ، فالزبون تتكون لديه إحساسات معينة يخزن على أثرها الانطباعات التي كونها عن الخدمة في ذاكرته و التي حصل عليها من المصرف ، و العنصر البشري من أهم العناصر التي تؤثر على مكونات الخدمة المصرفية ، و من المتفق عليه أن هناك مجموعة من المهارات و القدرات التي يجب أن يتصف بها العاملون بالبنوك خاصة ممن لهم اتصال مباشر بالزبائن.

8.الجوانب الملموسة في الخدمة(الجانب المادي): هي عبارة عن جميع الجوانب المادية المحسوسة، التي تسهل استخدام الخدمة المعينة و التعامل معها. بمعنى أنها تمثل كافة الجوانب الملموسة المؤثرة على البيئة المصرفية التي تحقق لها التميز أو هي البيئة التي تشكل التفاعل بين موظفو البنك و الزبون.

9.العملية الإدارية للخدمة(العملية) :وهي تلك العملية التي تشمل توفير الخدمات المختلفة في مختلف الأوقات و الأماكن بنوعية عالية و ثابتة ؛ إذ أن عدم و جود مثل هذه العملية يؤدي إلى صعوبة في الموازنة بين الطلب على الخدمة و حجم الخدمة المعروضة ، لأن الخدمة لا يمكن تخزينها و هذه العمليات لها جودتها التي ترضي الزبون أو لترضيه ، إذ أن لا يكتفي أن يقتنع الزبون بمستوى الخدمة المصرفية التي يتلقاها في النهاية بل يجب أن يقتنع أيضا بالأسلوب التي تؤدي به الخدمة .

و هنا لابد من التنويه إلى مشكلة أن كل عنصر من عناصر المزيج يتضمن في الواقع اختيارات عديدة على البنك أن يختار من بينها فهناك العديد من المنتجات و العديد من الأسعار و العديد من منافذ التوزيع بالإضافة للعديد من أساليب الترويج التي يمكن إتباع أحدها أو بعضها أو كلها.¹

10. التعامل مع الزبائن: يتوقف نجاح التسويق المصرفي أو عدم نجاحه على طبيعة علاقة البنك مع زبائنه وعلى درجة الثقة المتبادلة بينه وبين زبائنه حيث يتم دراسة تعامل البنك مع عملائه من خلال أربعة زوايا :

أ- **البحوث التسويقية:** البحوث التسويقية هي عملية منتظمة وموضوعية تهدف إلى التوصل إلى معلومات معينة للمساعدة في عملية اتخاذ القرارات التسويقية وبالتالي فالبحوث التسويقية تتضمن عملية جمع المعلومات من خلال عدة أدوات كالملاحظة أو المقابلة أو الاستبيان، ثم تحليل هذه المعلومات وتفسيرها بهدف التوصل إلى نتائج محددة ، إن إجراء البحوث التسويقية ضرورة لابد منها فقد كان الحدس والتخمين هو الأسلوب المستخدم قديماً للتعرف على احتياجات الزبائن واتجاهاتها. أما الآن فهناك أساليب علمية وموضوعية لعمل البحوث العلمية الموضوعية وعند قيام البنوك بوضع سياساتها وبرامجها فغنها تأخذ بعين الاعتبار وجهة نظر الزبائن الذين ستطبق عليهم هذه السياسات والبرامج، وذلك لأن الهدف النهائي هو الحصول على رضا الزبون فأخذ بآرائه ووجهات نظره لا يمكن التوصل إليه إلا من خلال إجراء بحوث يمكن إيجاز أهمها كما يلي:²

- التعرف على حاجات الزبائن ورغباتهم بالنسبة للخدمات المصرفية ؛
- تحديد اتجاهات الزبائن إزاء البنك ؛
- تحديد مدى ثقة الزبائن بالبنك وبسياساته وماهي الصورة الذهنية التي يحملونها عنه ؛

¹ ربا سمارة ،علي الخضر ، التسويق المصرفي الدولي ،كلية الإقتصاد ، الجمهورية العربية السورية ، جامعة دمشق، ص9-13.

² زياد رمضان ، محفوظ جودة ،مرجع سبق ذكره ، ص 317

- قياس درجة رضا الزبائن عن الخدمات التي يقدمها البنك لهم ؛
 - التعرف على خصائص الزبائن من حيث والسن ومستوى الدخل والمستوى الدخل والمستوى التعليمي ومنطقة السكن مما يساعد في عملية تصميم الرسائل الاتصالية والحملات الترويجية ؛
 - تعتبر البحوث كنقطة إنذار مبكرة للتحذير من المشاكل قبل وقوعها واستفحالها ، بالتالي العمل على القضاء عليها ؛
 - معرفة إدارة البنك بمدى فعالية وسائل الاتصال المستخدمة وهل تصل الرسائل الإعلانية إلى الجمهور أم لا؛
 - تحليل السوق وتحديد الحصة السوقية للبنك بالنسبة للبنوك الأخرى المنافسة ؛
 - بحوث الخدمات والتي تتعلق بخدمات معينة للتعرف على جوانب القوة والتصور فيها بهدف تطويرها ؛
 - التعرف على عادات وسلوك الزبون وطريقة تفكيره ؛
 - ملاحظة طريقة تعامل الموظفين مع الزبائن ومستوى أدائهم والمشاكل التي من المحتمل أن يواجهوها ؛
 - ملاحظة طريقة تعامل الموظفين مع الزبائن ، ومستوى أدائهم والمشاكل التي من المحتمل أن يواجهوها لأن إدارة البنك ينبغي أن تعمل باستمرار على دراسة حاجات الزبون ورغباته وطموحاته وذلك حتى يتجسد التوجه الحديث للبنوك في التركيز على تلبية طلبات الزبون وإشباع حاجاته .
- ب- **تنويع الخدمات المصرفية** : إن إدارة البنك دائما تحاول دائما استحداث خدمات جديدة تقدمها للعملاء أو تطوير الخدمات المصرفية الحالية وذلك لمواكبة متطلبات إشباع احتياجات الزبائن المتطورة والمتغيرة فاستحداث أو إضافة خدمات جديدة للبنك بقدمها لعملائه أصبح ضروريا وذلك حتى يتميز البنك عن

غيره من البنوك الأخرى المنافسة أما فيما يتعلق بتطوير الخدمات المصرفية فإن ذلك يتم من خلال 3 مجالات رئيسية :¹

- تحسين طريقة التعامل مع الزبائن ؛
 - تبسيط الإجراءات المتعلقة بكافة المعاملات ؛
 - استحداث أحدث وسائل التكنولوجيا مما ينتج عنه دقة أكبر ووقت أقل في إنجاز المعاملات .
- ت- تحسين العلاقة مع الزبائن: العلاقة بين البنك والزبون هي علاقة تبادلية فكل طرف من الأطراف له حقوق وعليه واجبات تجاه الطرف الآخر كما يلي :

- واجبات البنك اتجاه الزبون :

- إضافة قيمة الشيكات المقدمة من الزبون إلى حسابه لدى البنك بفرض أن شيكات قانونية وصحيحة وليس هناك ما يمنع صرفها ؛
- الاحتفاظ برية حسابات الزبائن؛
- إعطاء الزبون الفرصة كافية لكي يقوم بإغلاق حساباته في البنك في حالة طلب البنك منه ذلك؛
- تزويد الزبون بكشف حساب خلال كل فترة زمنية معقولة وكشف برصيده حسب الطلب ؛
- دفع الرصيد المتوفر في الحساب الجاري للزبون عند طلبه ذلك خطيا ؛
- إبلاغ الزبون فورا في حالة وجود تزوير يتعلق بحساباته ؛
- ممارسة أقصى درجات الحيطة والحذر خاصة فيما يتعلق بدفع الشيكات أو تحصيلها؛
- بعد التأكد من صحة وسلامة الشيك الذي يسحبه الزبون فإن على البنك دفع كامل قيمته .

- واجبات الزبون تجاه البنك :

¹زياد رمضان ، محفوظ جودة ، مرجع سبق ذكره، ص318-319

- اتخاذ درجة معقولة من الحيطة والحذر عند كتابة الشيك ، وذلك حتى يتجنب الزبون حدوث أي تزوير في معاملاته أو أي تضليل للبنك ؛
- إبلاغ البنك فوراً عند اكتشاف الزبون لأي تزوير في الشيك ، فالتأخير عن الإبلاغ لفترة طويلة قد يعرض الزبون لاعتباره مهملاً في أداء واجباته ؛
- بذل درجة مقبولة من الحيطة والحذر عن استخدام الزبون لأي نماذج مملوكة أو تابعة للبنك ؛
- في حالة رغبة الزبون بالسحب من حسابه ، فإن عليه تقديم طلب لسحب المبلغ خلال ساعات الدوام الرسمي ؛
- على الزبون التأكد من كفاية الرصيد قبل قيامه بتحرير الشيكات لدائنيه؛
- على الزبون دفع أي فوائد أو رسوم معقولة تستحق عليه .

ث- استخدام أحدث وسائل التكنولوجيا : حتى يستطيع البنك تنويع خدماته وتطويرها بشكل يلبي احتياجاتهم ومتطلباتهم المتطورة والمتغيرة فغن عليها متابعة آخر مستجدات في عالم التكنولوجيا المصرفية وتطويرها واستخدامها فالبنوك يهمنها تقديم الخدمات المصرفية لعملائها بالشكل المطلوب وبالذقة المتناهية وبأقصى سرعة ممكنة وهذا ما يتحقق من خلال استخدام البنوك للحساب الآلي والأساليب الحديثة في تقديم الخدمات المصرفية .

إن إنشاء قاعدة عريضة ومتكاملة ودقيقة للمعلومات عن عملاء البنك يمكن البنك من تسريع المعاملات وبالتالي العمل على أداء الخدمة المصرفية بمستوى أفضل . كما أن ربط فروع البنك مع بعضها ومع المركز الرئيسي يؤدي إلى تحسين مستوى أداء الخدمة والتسهيل على الزبون وتوفير الوقت¹

¹ لزياد رمضان ، محفوظ جودة ، مرجع سبق ذكره، ص320

مع بداية انتشار التسويق على شبكة الانترنت عام 1994 بدأت الشركات في تسويق منتجاتها إلكترونيا وهذه هي نقطة البداية لتغير شكل التسويق العالمي فقد ساهم التسويق الإلكتروني للشركات العديد من المزايا حيث يمكن من خلاله أي شركة الحصول على أفضل عروض التوريد المواد الخام من أي مكان في العالم علاوة على سرعة الرد فقد تخطى التسويق الإلكتروني عقبات الزمان والمكان ليجد مجتمعا إلكترونيا أكثر حداثة تكون معلوماته يومية ولحظية .

سابعا: مفاهيم عامة حول التسويق الإلكتروني : يعرف التسويق الإلكتروني على أنه الاستخدام الأمثل للتقنيات الرقمية بما في ذلك تقنيات المعلومات والاتصالات لتفعيل إنتاجية التسويق وعملياته المتمثلة في الوظائف التنظيمية والعمليات الموجهة لتحديد حاجات الأسواق المستهدفة وتقديم السلع والخدمات إلى الزبائن وأصحاب مصلحة المنطقة ظهور تكنولوجيا المعلومات والاتصال ساهم في تحويل التسويق من تسويق تقليدي إلى تسويق إلكتروني، أي ربط العلاقة بين الزبون والبنك بصفة إلكترونية وتلبية حاجات الزبائن عن طريق وسائل منتجات مصرفية ذات تكنولوجيا عالية من خلال ترويجها إلكترونيا للزبون .¹

ويمكن القول أن التسويق الإلكتروني هو عملية استخدام شبكة الانترنت والتكنولوجيا الرقمية لتحقيق الأهداف التسويقية للشركات والمؤسسات وتدعيم المفهوم التسويقي الحديث، وبالتالي يمكن للمسوقين عبر الانترنت أن يقوموا بنشر المعلومات عن منتجاتهم وشركاتهم ومؤسساتهم بسهولة وحرية أكبر مقارنة بالتسويق التقليدي، وبالتالي أصبحت المنافسة في عصر الانترنت أقوى.

1. الفرق بين التسويق التقليدي والتسويق الإلكتروني: هناك الكثير من الاختلافات بين التسويق

التقليدي والإلكتروني والتي من أهمها :²

nouvelle technologies d'information et de communication sur le marketing bancaire, ¹Elias Azzam, l'impact des P1

² هشام بن عبد الله عباس ، تسويق خدمات المعلومات عبر الأنترنت ، الرياض، 2009 ، ص 104-105.

أ- **التعامل الشخصي وتوثيق الصلة** : إن أهم ما يميز التسويق الإلكتروني عن التسويق التقليدي هي التفاعلية *interactivité* فهي تحرك المسوقين بين التسويق والإعلان على نطاق كبير إلى التسويق من فرد إلى فرد ، وهذا أكبر بكثير من مجرد الاستهداف فبدلاً من التعامل مع معلومات غير وثيقة الصلة باحتياجات المستهلكين يمكن التركيز على تلك المعلومات التي يحتاجونها بشكل أفضل فالمسوقون يمكنهم أن يستخدموا التسويق الإلكتروني أو التسويق التفاعلي لإيجاد الحوار مع الزبائن وإيجاد الفرص لإعادة البيع لهم وزيادة الترويج.

ب- **التوافر والملائمة** : إن التسويق الإلكتروني متاح لعملاء في الوقت الذي يحتاجونه على مدار اليوم كما يمكن من الوصول إلى أماكن التي لا يتوافر فيها منتجات الشركة أو لا يتوافر على محلات تجارية أو موزعون لها وبهذا المنطق يمكن للشركات الكبيرة المنافسة في السوق العالمي ودخول مناطق جديدة مما يفتح فرصاً أكبر للربحية والنمو.

ت- **تغير هياكل الثقة** : قد يكون الاستثمار اقتصادياً في التسويق الإلكتروني وذلك لأن التسويق التقليدي ينطوي على أنواع متعددة من التكاليف مثل تكاليف إنتاج أو طبع المواد المستخدمة في الإعلان والتسويق وكذلك ضرورة مندوبي بيع للرد على أسئلة واستفسارات الزبائن ولكن مع التسويق الإلكتروني يختلف الأمر حيث أكثر توفيراً في التكاليف .

ث- **تغير هياكل التسليم** : لا تحتاج الإصدارات الإلكترونية من مواد التسويق والإعلان إلى أن تطبع أو تغلف بين تشحن كما هو الحال في الكatalogات الورقية كما أن تعديل هذه المواد التسويقية من وقت لآخر لا يصاحبه تكاليف طبع وشحن أيضاً ولكن يمكن أن يحدث ذلك من خلال شبكة الإنترنت بشكل سريع واقتصادي وحسب احتياجات الزبون .

ج- **التحول في معرفة الاسم أو العلامة** : الملعب مفتوح أمام المشروعات الصغيرة لمنافسة أصحاب العلامات التجارية المستقرة في السوق فالعلامات التجارية مازالت هامة لتسهيل قدرة المسوق على جذب

الزبائن نحو شراء من خلال الأنترنت ولكن العلامات التجارية الجديدة أصبحت لديها فرصة أفضل للمنافسة وبالذات عندما تقدم من خلال مواقع كبيرة أو شهيرة على الأنترنت.

2.مزايا التسويق الإلكتروني: إن ممارسة الأعمال الإلكترونية وتسويقها عبر شبكة الأنترنت تحقق مزايا لجميع أصحاب المصالح كما يلي¹:

أ- إمكانية الوصول إلى الأسواق العالمية :يؤدي التسويق الإلكتروني إلى توسيع وزيادة الحصة السوقية للشركات بنسبة تتراوح بين 3-22%بسبب الانتشار العالمي وعدم وجود الفواصل والحدود الجغرافية .

ب-تقديم السلع والخدمات وفقا لحاجات المستفيدين : فالطاقات الاتصالية والتفاعلية للتسويق الإلكتروني قد حققت قفزة نوعية في أساليب إرضاء وإشباع رغبات الزبائن الخاصة .

ت-الحصول على المعلومات راجعة لتطوير المنتجات : وذلك استجابة للتغيرات التي تحدث في الأسواق الإلكترونية والتقنيات بشكل يحقق دمج حاجات الزبائن مع التطورات التكنولوجية وذلك من خلال ما يعرف بالعملية المرنة لتطوير المنتج .

ث-تخفيض التكاليف واستخدام التسعير المرن : وذلك من خلال آليات التسويق الإلكتروني ، حيث تتوفر تقنيات تمكن المستفيد من البحث عن العثور على أفضل الأسعار المتوفرة.

ج-استحداث أشكال وقنوات التوزيع : وذلك من خلال التفاعل بين طرفي عملية التبادل دون الحاجة إلى وسطاء الأمر الذي أدى إلى بروز مصطلح أو من خلال ما يعرف بوسطاء المعرفة الإلكترونية وهي منظمات لتسهيل عملية التبادل بين المنتجين للخدمة والمستفيدين حيث يقومون بدور مزودي الخدمة .

¹ هشام بن عبد الله عباس ، مرجع سبق ذكره،ص104

ح- استخدام أساليب ترويج تفاعلية مع الزبائن: فالإعلانات الإلكترونية المباشرة عبر الانترنت قد

تتزايد بمعدل 12% في عام 2002 وقد تصل إلى 7,7 % في عام 2005.

خ- دعم وتفعيل إدارة العلاقات مع الزبائن : وذلك من خلال تفعيل ديناميكية واستمرار الاتصال

المباشر مع الزبائن عبر الانترنت.

د- تحقيق ميزة تنافسية وموقع استراتيجي في السوق : إذ أن التطورات الهائلة في تكنولوجيا

المرتبطة بالتسويق الإلكتروني قد خلقت فرصا غير مسبوقة في دعم استراتيجيات الميزة وتحسين

الوضع التنافسي للمؤسسات.

3.التحديات التي تحد من استخدام التسويق الإلكتروني: بقدر ما يوفر التسويق الإلكتروني من فرص

كبيرة ومتنوعة في ظل الاتجاه نحو لعولمة والتحول إلى الاقتصاد الرقمي إلا أنه يواجه بعض التحديات

والصعوبات التي تحد من استخدامه والاستفادة منه ويمكن تحديد هذه التحديات فيما يلي : ¹

أ- التحديات التنظيمية : هناك حاجة ماسة إلى إعادة تنظيم هياكل الأعمال ودمج أنشطة والفعاليات

الاتصالية التسويقية الخاصة بالتسويق الإلكتروني بإستراتيجيتها التقليدية مع تحديث إجراءات

العمل بما يتماشى مع التطورات التكنولوجية المتجددة.

ب-ارتفاع تكاليف إقامة مواقع إلكترونية : حيث تحتاج إلى خبراء متخصصين وعلى درجة عالية

من الكفاءة بحيث تكون جذابة ومصممة بشكل يلفت انتباه المستفيدين وإثارة اهتمامهم ، وبحيث

يكون الموقع مؤهلا لتقديم قيمة إضافية للمستفيد بما يحقق للمؤسسة تنافسية عن الآخرين .

ت-سرعة تطور تكنولوجيا المواقع الإلكترونية : بهدف تعزيز فعاليتها وقدرتها التنافسية إذ أن تلك

يعد من أهم التحديات التي تواجه استمرارية هذه المواقع ونجاح التسويق الإلكتروني من خلالها.

¹ نفس المرجع السابق،ص111

ث- **عوائق اللغة والثقافة** : إذ أن هناك حاجة ملحة لتطوير برمجيات من شأنها إحداث نقلة نوعية في ترجمة النصوص إلى لغات يفهمها الزبائن كذلك ضرورة مراعاة العوائق الثقافية والعادات والتقاليد والقيم بحيث لا تكون عائقاً أمام استخدام المواقع .

ج- **الخصوصية والأمن** : حيث تعد السرية والخصوصية من التحديات التي تعوق وتؤثر على تقبل بعض الزبائن لفكرة التسوق عبر الانترنت لذا فهناك ضرورة لاستخدام برمجيات خاصة للحفاظ على سرية وخصوصية لتعاملات الإللكترونية .

ح- **عدم الثقة في وسائل الدفع الإللكترونية** : إذ تعتبر عملية تحويل النقود في صلب أي معاملات تجارية عبر الانترنت من أكثر التحديات التي تواجه التسويق الإللكتروني لذا أصبح هناك اتجاه نحو استخدام برمجيات خاصة لتأمين وسائل السداد الإللكتروني وترسيخ ثقة المستفيدين بها.

- **التحديات التي تواجه الدول النامية** : من التحديات التي تعوق استخدام التسويق الإللكتروني في الدول النامية هي كما يلي:¹

- غياب البنية التحتية الضرورية لهذا النوع من التجارة الحديثة ؛
- عدم وضوح الرؤية المستقبلية للتسويق الإللكتروني لدى المديرين ؛
- ارتفاع التكلفة المادية للتحويل إلى التسويق الإللكتروني ؛
- عدم تقبل الزبائن لفكرة الشراء عبر الانترنت لإحساسهم بالمخاطر المتعلقة بجودة السلع ورغبتهم في فحصها قبل الشراء ؛
- عدم توافر أجهزة الحاسوب لدى نسبة كبيرة من المواطنين في الدول النامية ؛
- عدم انتشار الانترنت بصورة كبيرة في بعض الدول النامية ؛
- بطء شبكة الانترنت وصعوبة التنقل عبر المواقع الإللكترونية في بعض الدول النامية .

¹ هشام بن عبد الله عباس ، مرجع سبق ذكره، ص112

المطلب الثالث:التوجه نحو التجارة الإلكترونية

نظرا لتطور شبكة الانترنت وتزايد عدد المشتركين أو المتعاملين من خلالها أدى إلى نمو وازدهار التجارة الإلكترونية E- commerce علة مستوى العالمي حيث أصبحت العمليات التجارية تتم بشكل أسرع وأسهل من الماضي حيث ظهر بما يسمى بالأعمال التجارية الإلكترونية E-business وكذلك التسويق الإلكتروني E- Marketing الذي أحدث تطورا في مجال التسويق العالمي كما أنه من التوجهات الحديثة التي ساعدت في نمو وازدهار مبيعات العديد من الشركات .

أولا. مفاهيم عامة للتجارة الإلكترونية: تعتبر التجارة الإلكترونية أحد نتائج ثورة تكنولوجيا المعلومات وتتطوي التجارة الإلكترونية على بعض الأنشطة والمعاملات مثل : البيع الإلكتروني المباشر selling online ، ووسائل الدفع الإلكتروني للفواتير online bill payment والتسوق من خلال المنزل home shopping وتسهيل حركة المعاملات مع الموردين والزبائن أي أن التجارة الإلكترونية تشير في جوهرها إلى جميع الأنشطة الخاصة بالشراء والبيع التي تتم باستخدام شبكة الانترنت أو تعتمد على تبادل البيانات الإلكترونية لإنجاز التعاملات بين الأطراف المختلفة .

1. تعريف التجارة الإلكترونية: يمكن تعريف التجارة الإلكترونية على أنها:

- أ- استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات لزيادة فعالية المعاملات التجارية مع الموردين والمستهلكين؛
- ب-أداء كافة العمليات التجارية والتي يتم تنفيذها حاليا باستخدام الوسائل التكنولوجية المتاحة ؛
- ت-تبني رؤية مستقبلية باستخدام تكنولوجي المعلومات لزيادة كفاءة وفعالية العمليات التجارية بكافة أنواعها ؛

ث-التحول من الأسواق التجارية إلى الأسواق الإلكترونية؛

- ج- إجراء كافة العمليات التجارية باستخدام شبكة المعلومات ويشمل ذلك دورة البيع والشراء والإنتاج .

كما يمكن تعريف التجارة الإلكترونية على أنها مجموعة من التبادلات التجارية والتي تتم من خلال شبك الاتصالات بصفة إلكترونية تهتم أيضا التجارة الإلكترونية بشراء السلع أكثر الخدمات وللتجارة الإلكترونية عدة مصطلحات من أهمها التجارة عبر الانترنت¹.

2. **مراحل التجارة الإلكترونية:** قد مرت التجارة الإلكترونية بثلاث مراحل أساسية في تطورها وهي :

أ- مرحلة الربط بين الشركات الكبرى ومورديها في فترة 1965-1970؛

ب-مرحلة التبادل الإلكتروني Electronic Exchange للوثائق الإلكترونية في الفترة من 1975-1995؛

ت-مرحلة التجارة الإلكترونية منذ عام 1995 إلى يومنا هذا .

3. **مزايا التجارة الإلكترونية:** من أهم الفوائد والمزايا التي حققتها التجارة الإلكترونية للمتعاملين من خلالها ما يلي:

- دورة تجارية أقل وقتا؛
- آلية يمكن من خلالها تبني نظم عمل متطورة ؛
- إتاحة فرصة وتكبير حجم النشاط ؛
- تزايد قدرة الاستجابة لمتغيرات السوق ؛
- انخفاض حجم التكاليف وزيادة معدلات الربحية ؛
- تحقيق مستوى خدمة أفضل للزبائن؛
- تحسين عمليات إدارة السيولة بسبب قصر دورات البيع والتحويل ؛
- تحسين عمليات إدارة السيولة بسبب قصر دورات البيع والتحويل ؛

¹Mahiedine Djoudi ,le commerce électronique en Algérie à travers le projet ELABWEB, Université de Poitier Bat france ,P1-2

- تحسين الصورة الذهنية للمنظمة وإعطائها ميزة نسبية عن الآخرين ؛
- الوصول إلى عدد أكبر من المستهلكين وزيادة رقة التوزيع.

كما تساهم التجارة الإلكترونية في زيادات الإيرادات سواء بالنسبة للبائع أو المشتري وتقليل من التكاليف حيث بلغ رقم أعما الدولة الفرنسية فيما يخص التجارة الإلكترونية لسنة 2006 ب12 مليار أوروو38 مليار بالنسبة لبريطانيا وزيادة عملية الشراء والبيع عبر الانترنت حيث كان الترتيب كآتي بريطانيا 73% ألمانيا 66% في حين بلغت إسبانيا 47 % لسنة 2006¹.

ثانيا . الاستثمار الإلكتروني: مع تطور شبكة الانترنت تطور الاستثمار الإلكتروني والذي مهد لظهور سماسرة الانترنت وأتاحت الفرصة للحصول على مقدار هائل من المعلومات مما ساعد على الاستثمار دون الحاجة إلى الحصول على نصائح واستثمارات سماسرة الأسواق المالية ومن خلال ما سبق سنتطرق إلى مفاهيم عامة حول الاستثمار الإلكتروني وكيفية بناء محفظة استثمارية إلكترونية.

1. مفهوم الاستثمار الإلكتروني: الاستثمار الإلكتروني (E- Investing) هو "ذلك الاستثمار الذي يعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتداول وتبادل المعلومات المالية والاستثمارية الإلكترونية فوراً، مما يقلل من مخاطر الاستثمار ويزيد من الشفافية في المعلومات، ويقلل من تكلفة ووقت الصفقات الاستثمارية؛ كما تستخدم الانترنت في التعرف على المؤشرات الاقتصادية والعالمية والمحلية فوراً على مدى 24 ساعة، ومن ثم يعتبر حال المستثمر الإلكتروني أفضل بكثير من المستثمر العادي"².

¹ Pascal Lanno , Corrine Ankri, **E- marketing , E-commerce**, 2eme edition , Vuibert
Mahiedine Djoudi , **le commerce électronique en Algérie à travers le projet ELABWEB**, Université de 2
France , 2007, P13-14. s:Poitier Bat

² فريد النجار ، **الاستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي** ، مؤسسة شباب الجامعة للنشر والتوزيع ، الإسكندرية ، 2004 ، ص 300 .

2. خطوات بناء محفظة الاستثمار الإلكتروني : يتم اختيار وتحديد محفظة الاستثمار الإلكتروني الفوري عن طريق تحديد الأوراق المالية ذات أعلى عوائد وأقل مخاطر ، باستخدام قائمة مراجعة إدارة الاستثمار يوميا وأسبوعيا وشهريا وكل ربع سنة باتباع الخطوات التالية كما يلي :

• الخطوة الأولى : وتتمثل في الدخول إلى شبكة الانترنت والضغط على كلمة « PORTFOLIO »

أي محفظة الاستثمار الإلكتروني لإحضار صفحة المحفظة والتي سوف توضح شكل المحفظة الجديدة وذلك مثلا نفرض أن المحفظة تشمل 150 ورقة مالية تمثل 7 أنواع من محافظ الاستثمار نسجل عدد الأسهم والأسعار التي نوافق عليها ونلغي المحافظ الأخرى وهكذا نختار محفظة جديدة .

• الخطوة الثانية : يجب مراجعة المحفظة بشكل يومي بالضغط مرة أخرى على

كلمة « PORTFOLIO » ونحدد عائد المحفظة والرسم البياني والمؤشرات الخاصة بها.

• الخطوة الثالثة : تتم المراجعة الأسبوعية لمحفظة الاستثمار الإلكتروني بالضغط على العمود

« ANALYST Rating » في صفحة المحفظة بالشاشة حيث تتحدد الأولويات والترتيبات ثم

نضغط على كلمة « Insider Trading » للوصول إلى صفحة « Trading » .

• الخطوة الرابعة : يوضح قائمة مراجعة إدارة الاستثمار الفوري

وهي قائمة تمثل كيفية مراجعة الاستثمار الفوري بصفة إلكترونية من خلال الجدول الموالي :¹

¹ فريد النجار ، مرجع سبق ذكره ، ص 307

الجدول رقم (II - 2) : يوضح قائمة مراجعة إدارة الإستثمار الفوري

المراجعة الفورية				النشاط
اليومية	الأسبوعية	الشهرية	الربع سنوية	
X				• راجع تقارير أخبار البورصة
X				• راجع الأهداف
X				• راجع الخرائط والمؤشرات
				• راجع ظروف السوق
	X			• تحديث التداول
	X			• إجراء بحث عن الأوراق مالية أخرى
				• قارن بين مجموعات الاستثمار في كل
	X			صناعة
				• راجع تقديرات العائد
		X		• قارن بين مجموعات الاستثمار داخل
		X		كل مجموعة
				• راجع ترتيب المحلل المالي
		X		• راجع العائد الربع سنوي
				• قارن المحفظة بالخطوة
			X	
			X	

المصدر: فريد النجار ، " الإستثمار بالنظم الإلكترونية والإقتصاد الرقمي " ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ،

خلاصة الفصل الثاني

من خلال ما سبق استخلصنا أن هناك عوامل عدة ساهمت في تحديث الخدمات المصرفية أهمها يتمثل تحرير تجارة الخدمات المصرفية والتوجه نحو التجارة الإلكترونية والتسويق المصرفي حيث لاحظنا أن تسويق الخدمات المصرفية مثله مثل السلع والخدمات الأخرى تحتاج إلى جهود مستمرة مبنية على برامج محددة أكثر حساسية من تلك المعدة لتسويق السلع، وهذا نظرا لخصائص الخدمات المصرفية. ومنه فالتسويق المصرفي يهتم بتوجيه تدفق الخدمات المصرفية لإشباع رغبات الزبائن وتفضيلا تهم، وكذا تعظيم ربحية البنك ونموه وبقائه في السوق المصرفية. حيث أضفى هذا المفهوم قدرا من الشمولية على الخدمة المصرفية التي يمكن النظر إليها من ثلاث زوايا (جوهر الخدمة، الخدمة الحقيقية والخدمة المدعمة).

و من خلال ما تم استعراضه، يمكن القول أن نجاح أو فشل أي مؤسسة مصرفية في السوق، أصبح يعتمد على قدراتها في الاستجابة والتكيف مع ما يحدث في بيئتها الخارجية؛ ولذلك فإن المعرفة السوقية يجب أن تركز على المعرفة بالمستهلكين وتحليل سلوكياتهم ودراسة مختلف العوامل المؤثرة على قراراته والتسهيل على الزبون.

الفصل الثالث :أثر تكنولوجيا المعلومات والإتصال في المصارف

تمهيد :

عرف الاقتصاد العالمي منذ منتصف القرن العشرين تحولات هامة في جميع المجالات أفرزتها معطيات كثيرة أهمها التطورات التكنولوجية والإلكترونية، وخاصة تلك المتعلقة منها بتقنيات الحاسوب والاتصال والدفع الإلكتروني؛ هذا التطور جعل الاقتصاد العالمي يستفيد من مزايا كثيرة أهمها السرعة والفعالية التي توفرها هذه النظم، كما أسهم الإبداع التكنولوجي المتواصل في إحداث تطورات خصوصا في القطاع المالي والمصرفي ولعل البنوك من أهم القطاعات التي بادرت في تبني تلك التكنولوجيات، حيث ساهم استغلال نظم وآليات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في بروز أشكالاً جديدة من المنتجات والخدمات المصرفية في مختلف مجالات العمل البنكي، كعمليات الصيرفة الإلكترونية ومختلف وسائل الدفع الإلكترونية وخدمات الصراف الآلي ATM و أيضا تقديم الخدمات المصرفية عبر الإنترنت ... وغيرها.

على هذا الأساس سوف نعرض في هذا الفصل استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصارف ، و يكون ذلك من خلال المباحث الثلاثة التالية:

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول وسائل الدفع الإلكتروني؛

المبحث الثاني : مفاهيم عامة حول الصيرفة الإلكترونية؛

المبحث الثالث: مفاهيم عامة حول البنوك الإلكترونية ؛

المبحث الرابع: المخاطر الإلكترونية التي تواجه البنوك في بيئة الأنترنت

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول وسائل الدفع الالكترونية

فرض التطور التكنولوجي في مجال العمل المصرفي استخدام وسائل ونظم دفع أكثر حداثة، بما يتلاءم وانتشار عمليات التجارة الالكترونية، فبعد أن كانت النقود الوسيلة الرئيسية لتسوية المعاملات المالية، ومع ظهور العقود الالكترونية التي تبرم عبر الانترنت التي تتوارى المعاملات الورقية، برزت الحاجة إلى وسائل سداد التي يتم فيها الدفع الكترونيا.

المطلب الأول: البطاقات البنكية

تعتبر البطاقة البنكية من أهم وسائل الدفع الإلكتروني لما تحققه لحاملها من مزايا؛ حيث تسمح له باحتفاظ بالنقود في بطاقته دون أن تتعرض هذه المبالغ للسرقة أو للتلف، فهي تلبي حاجته وتخلق نوع من الضمان لدى الفرد.

أولا : تعريف البطاقة البنكية: هي بطاقة بلاستيكية صغيرة الحجم شخصية تصدرها البنوك أو منظمات دولية، تمنح لأشخاص لهم حسابات مصرفية مستمرة، وهي من أشهر الخدمات البنكية الحديثة¹.

كما يعرفها البعض الآخر بأنها وسيلة دفع حديثة، تمكن حاملها من إجراء عمليات السحب النقدي من آلات الصراف الآلي ATM وشراء السلع والوفاء بمقابل خدمات، فهي بطاقة مستطيلة الشكل تحمل اسم المؤسسة المصدرة لها وشعارها توقيع حاملها، تحمل العديد من المعلومات عن حاملها

¹ محمد شكرين، بطاقة الانتماء في الجزائر، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة يوسف بن خدة - الجزائر، 2006/2005، الجزائر،

وتاريخ انتهاء صلاحيتها¹؛ حيث يطلق عليها تسمية البطاقة البلاستيكية لأنها أساسا تصنع من البلاستيك وتصدرها هيئة دولية مثل البنوك بما يوفر قدر اكبر من الأمان والسرعة في إتمام التسويات المالية، حيث أصبحت البنوك تتنافس في تقديم هذه الخدمة لما تتوفر عليه من مزايا وانتشار واسع.

ثانيا . أنواع البطاقات البنكية: هناك عدة أنواع من البطاقات التي تصدرها البنوك، سوف نتطرق إلى أهمها في النقاط التالية:

1- بطاقة السحب الآلي (CACH CARD): والتي تمكن الزبون من سحب مبالغ نقدية من حسابه بحد أقصى متفق عليه، يصدرها البنك لتفادي الزحام على شباك الصرف. كما تمكن الزبون من صرف المبالغ التي يحتاجها خلال الفترة التي يكون فيها البنك مغلقا عن طريق إدخال هذه البطاقة في الصراف الآلي الخاص بالبنك.

2- بطاقة الصرف البنكي (CHARG CARD): تتيح هذه البطاقة لحاملها الشراء على الحساب في الحال، على أن يتم التسديد بصورة لاحقة؛ فعلى حاملها أن يسدد قيمة مشترياته مباشرة بمجرد إرسال الفاتورة له ولا يتحمل جزء ذلك أي فوائد في الفترة بين الشراء والسداد، وفي حال تأخر الزبون عن السداد خلال الفترة المحددة فان البنك يحمله فوائد تتراوح بين 1.5% و 1.75% شهريا.

3- بطاقة الدفع (DEBIT CARD): هي بطاقة تخول حاملها سداد مقابل السلع والخدمات، حيث يتم تحويل ذلك المقابل من حساب الزبون إلى حساب التاجر، لذلك تعتمد هذه البطاقة

¹ وهيبة عبد الرحيم ، احلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالالكترونية دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة

على وجود أرصدة فعلية للزبون لدى البنك، فبمجرد تمرير البطاقة على الجهاز للتأكد من رصيد الزبون بالبنك الخاص به، وإدخال الزبون الرقم السري في الجهاز فوض البنك في تحويل المبلغ من حسابه إلى حساب التاجر، فتتم عملية التحويل مباشرة من حساب الزبون إلى حساب التاجر.¹

4- بطاقة الائتمان (CREDIT CARD): بموجب هذه البطاقة يستطيع المتعامل أن يتمتع بخدمات عديدة من مجالات متفق عليها مع البنك، على منح هؤلاء المتعاملين الحاملين لهذه البطاقة ائتماناً مجانياً يقومون بسداده في 25 يوم من استلام الفاتورة بمختلف المشتريات التي قام بها خلال الشهر المنصرم²؛ فهي تمنح حدا ائتمانياً متفق عليه مسبقاً بين البنك والزبون، بحيث يمكنه أن يسحب من أي فرع من فروع البنك أو بنوك أخرى تتعامل بهذه البطاقة، كما يستطيع أن يدفع قيمة مشترياته بواسطتها من أي محل يقبل هذا النوع من البطاقات. ومن أمثلة هذا النوع من البطاقات نجد: بطاقة فيزا (Visa)، بطاقة ماستركارد (Mastercard) وبطاقة امريكان اكسبرس (American Express).³

تصدر البطاقات البنكية من طرف مجموعة من المنظمات العالمية والمؤسسات المالية والتجارية نذكر منها: ⁴ (الملحق رقم 6)

¹ وهيبة عبد الرحيم، نفس المرجع السابق، ص ص 43-44.

² محمود سحنون ، النظام المصرفي بين النقود الورقية والنقود الآلية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الرابع، جامعة محمد خيضر - بسكرة، ماي 2003، ص 65.

³ وهاب نعمون ، النظم المعاصرة لتوزيع الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية مع الإشارة إلى حالة الجزائر، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد الرابع، ديسمبر 2008، جامعة محمد خيضر - بسكرة، ص ص 118.

⁴ صالح مفتاح ، فريدة معارفي، البنوك الالكترونية، المؤتمر العالمي الخامس الأعمال المصرفية الالكترونية، كلية العلوم الإدارية والمالية - جامعة فيلادلفيا، الفترة مجهولة، ص 9.

- فيزا Visa international: وهي اكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية، يعود تاريخ نشأتها إلى عام 1958 عندما اصدر بنك أمريكا البطاقات الزرقاء والبيضاء والذهبية . (الملحق رقم 5)

- ماستر كارد Master cards international: هي ثاني اكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية، مقرها في الولايات المتحدة الأمريكية، بطاقتها مقبولة لدى ملايين المحلات التجارية.

- امريكان اكسبرس American Express : هي من المؤسسات المالية الكبرى التي تصدر بطاقات ائتمانية مباشرة دون ترخيص لإصدارها لأي بنك، ومن أهم البطاقات الصادرة عنها نجد:

✓ اكسبرس الخضراء : التي تمنح للزبائن ذوي الملاء المالية العالية.

✓ اكسبرس الذهبية : تمتاز بتسهيلات غير محددة السقف الائتماني، حيث تمنح للزبائن ذوي الملاء المالية العالية.

✓ اكسبرس الماسية: تصدر لحاملها بعد التأكد من الملاء المالية، وليس بالضرورة أن يفتح حاملها لديها.

- دينز كلوب Dines Club : وهي من المؤسسات الرائدة عالميا الرائدة في إصدار البطاقات البنكية، فبالرغم من صغر عدد حاملة بطاقتها إلا أنها حققت أرباح وصلت إلى 16 مليون دولار، تصدر بطاقات متنوعة نذكر منها :

✓ بطاقات الصرف البنكي لكافة الزبائن؛

✓ بطاقات الأعمال التجارية لرجال الأعمال؛

✓ بطاقات التعاون مع الشركات الكبرى مثل شركات الطيران.

5- البطاقة الذكية: أو البطاقة البرغوث la carte a puce، والتي اخترعت سنة 1974، وبدأ استعمالها سنة 1981 من طرف شركة فيليبس PIHILIPS ثم انتشر استعمالها. وهي بطاقة تشبه بطاقة الائتمان تحتوي على برغوث صغير جدا الكترونيا و ما يسمى "MICRO PUCE" حيث يشكل ذاكرة عددية تسمح بالاحتفاظ بكمية كبيرة من المعلومات، تهتم بالتفاصيل المتناهية عن الحالة المالية لحاملها، وهي الصورة الحديثة للبطاقة الائتمانية الأخرى.¹ فهي توفر لصاحبها الراحة وسهولة التعامل، شملت بدايات استعمالها على ثلاث مجالات أساسية وهي المحفظة الالكترونية، وتسديد تكاليف الرعاية الصحية، وخدمات النقل الداخلي في المدن. حيث شهد استعمالها تطورا كبيرا بسبب قلة تكلفتها من جهة وتعاضم الاهتمام " بالتعامل عن بعد" عبر الهواتف والحواسيب الشخصية من جهة أخرى.

ثالثا . تقسيمات البطاقات البلاستيكية: يوجد العديد من البطاقات البلاستيكية نتعامل بها في حياتنا اليومية في أغراض متعددة. حيث أصبح شائعا استخدام بطاقات الائتمان وبطاقات السحب النقدي، والتي تمكن الشراء من مختلف المحلات التجارية وإتمام المعاملات بجميع أنواعها من حجز مقاعد السفر في الطائرات والقطارات إلى عقد الصفقات الكبيرة والسحب النقدي من خزائن البنوك التجارية بالنظام الإلكتروني، وكل هذا أضفى مرونة غير عادية في المعاملات النقدية²، ويطلق عليها مجازا إسم البطاقة الائتمانية؛ وتوجد عدة تقسيمات للبطاقة البلاستيكية منها:³

¹ محمود سحنون ، مرجع سبق ذكره ، ص ص70 - 71.

² عبد الرحمن يسري أحمد ، اقتصاديات النقود والبنوك ، الإسكندرية ، الدار الجامعية ، 2003، ص 18

³ ثناء علي القباني ، نادر شعبان إبراهيم سواح ، مرجع سبق ذكره ، ص 20 .

1/ التقسيم الأساسي للبطاقات البلاستيكية: وذلك حسب العلاقة التعاقدية بين المصدر وحامل

البطاقة، وتنقسم البطاقات هنا إلى نوعين:

أ- البطاقات الائتمانية: تنقسم هذه البطاقات إلى:

* بطاقات ائتمان متجددة revolving credit card: هي نوع من أنواع بطاقات الدفع تستخدم

كأداة وفاء وائتمان في نفس الوقت، فهي تتيح لحاملها الحصول على السلع والخدمات فور

تقديمها والدفع الأجل لقيمة تلك السلع والخدمات، وذلك للبنك المصدر لتلك البطاقة؛ ولحامل

البطاقة الحق في أن يدفع كامل الرصيد الظاهر بكشف حساب البطاقة الشهري أو جزء منه،

إذ يتوقف ذلك على الاتفاق المبرم بين البنك وحامل البطاقة، حيث يمنحه البنك المصدر ائتمان

يسمح له بسداد الرصيد بموجب البطاقة المصدرة له على آجال طويلة مقابل دفع عوائد مدينة

عن رصيد الاستخدامات الظاهر بكشف حساب البطاقة في نهاية كل شهر، والذي لم يسدد

خلال الشهر التالي¹.

* بطاقة الائتمان الغير متجددة (بطاقة الخصم الشهري) charge card: هو نوع من

بطاقات الدفع تستخدم كأداة وفاء وائتمان عن فترة زمنية محددة يتم الاتفاق عليها ما بين البنك

والزبون وغالبا لا تتعدى فترة الشهر بمعنى أن يقوم حامل البطاقة باستخدام البطاقة كوسيلة

دفع يحصل بمقتضاها على السلع والخدمات وعمليات الصرف النقدي من البنوك ويصدر في

تاريخ معين كشف حساب البطاقة والذي يظهر إجمالي استخدامات الفترة السابقة ويلتزم حامل

¹ نفس المرجع السابق، ص19

البطاقة بسحب ذلك الرصيد دون تحمل عوائد مدينة وذلك فور استخراج كشف حساب البطاقة

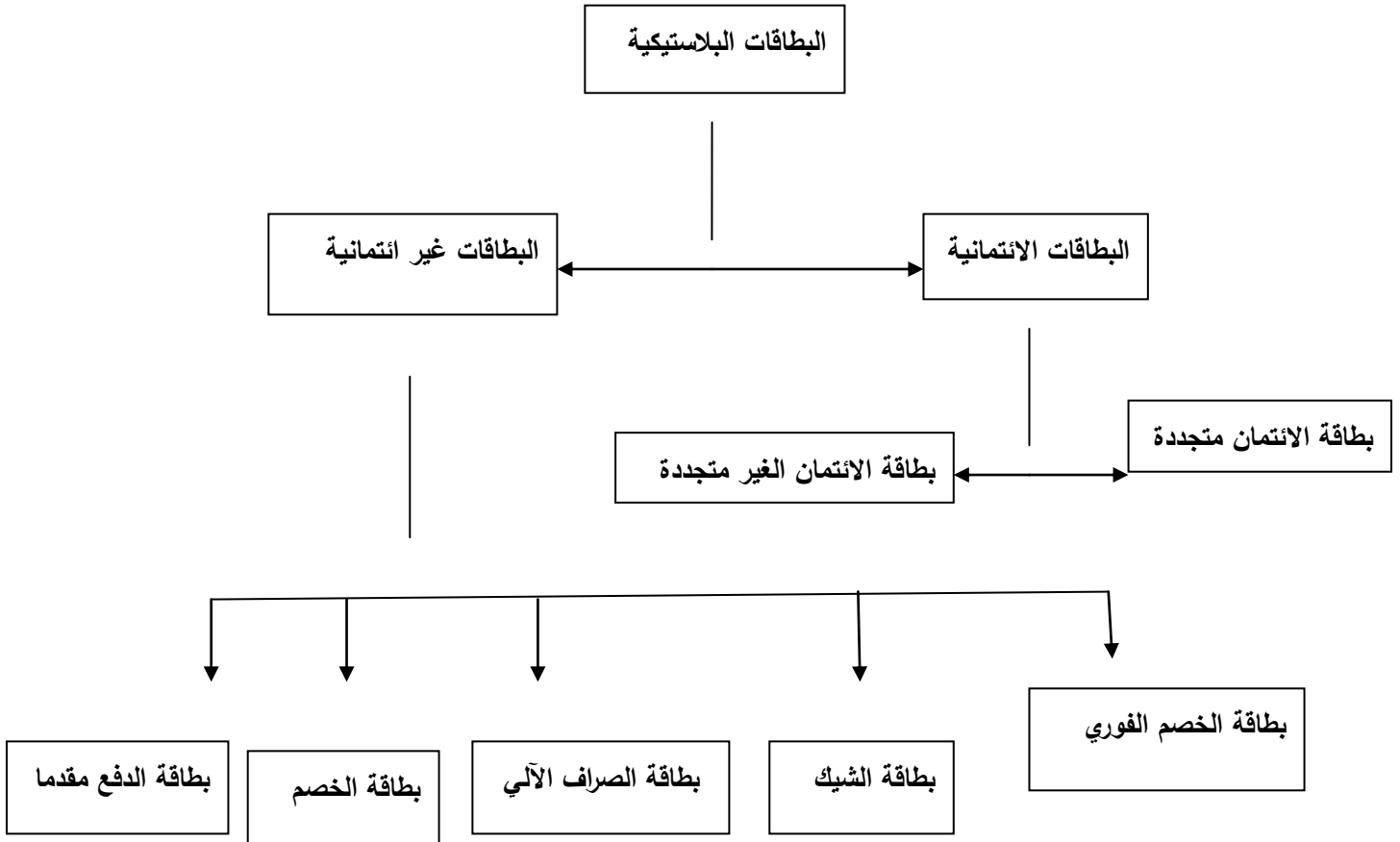
ب-البطاقات غير الائتمانية: يطلق على هذا النوع من البطاقات ببطاقة الخصم الفوري المدينة DEBIT CARD، حيث تستخدم كأداة وفاء فقط ويحصل حامل البطاقة على احتياجاته من السلع والخدمات والصرف النقدي فور تقديم البطاقة؛ ويتم الخصم مباشرة لقيمة هذه الاستخدامات من الحساب الجاري المفتوح من طرف البنك المصدر دون الانتظار إلى إعداد كشف حساب البطاقة، والذي يستخدم هنا كوسيلة لعرض البيانات فقط. ويوجد منها عدة أنواع: البطاقة المدينة (DEBIT CARD)، بطاقة الشيك (cheque card)، بطاقة الصراف الآلي، (ATM bank card)

، بطاقة الخصم (Discount card) ، بطاقة الدفع مقدما

(prepaid card) والشكل التالي يوضح التقسيم الأساسي للبطاقات البلاستيكية التي تم عرضها

في النقاط السابقة:

الشكل رقم (III-1): أنواع البطاقات البلاستيكية



المصدر: ثناء علي القباني ، نادر شعبان إبراهيم سواح ، مرجع سبق ذكره ، ص 26

2/التقسيم الفرعي للبطاقات البلاستيكية: حيث يمكن تقسيم البطاقات البلاستيكية إلى الفروع

التالية:

أ- تقسيم البطاقات حسب جهة الإصدار: يوجد ثلاثة أنواع من البطاقات البلاستيكية حسب جهة

الإصدار كما يلي:¹

¹ ثناء علي القباني ، نادر شعبان إبراهيم سواح ، مرجع سبق ذكره ، ص 22

-**النوع الأول:** البطاقات الائتمانية الصادرة عن المصارف، مرخص لها من المنظمة العالمية الراعية للبطاقة، فمنظمة البطاقة لا تعتبر مؤسسة مالية تقوم بعملية إصدار البطاقة بل هي بمثابة مركز يمنح تراخيص إصدار البطاقة للمصارف ويساعدهم على إدارة خدماتها، كبطاقة فيزا والماستر كارد .

-**النوع الثاني:** البطاقات الصادرة مباشرة من مؤسسات المصرفية العالمية، حيث تشرف هذه المؤسسات مباشرة على عملية إصدار البطاقات بدون منح تراخيص إصدارها لأي مصرف. كما تتولى بنفسها إستيفاء حقوقها من حملة بطاقتها كبطاقة أمريكان إكسبريس American expresscards، داينز كلوب Dines Culb Cards.

- **النوع الثالث:** البطاقات الصادرة من المؤسسات التجارية الكبيرة، يصدرها المحل التجاري لزبائنه، تتيح لهم شراء ما يحتاجونه على الحساب من السلع والخدمات التي يقدمها، وذلك في حدود سقف إئتماني معين. كما أن بعض المحلات تقدم قروضا نقدية لحملة بطاقتها، ويقوم حامل البطاقة بسداد قيمة مشترياته ومسحوباته النقدية إلى المحل التجاري في نهاية كل شهر بالكامل أو تسديد جزء منها وتحمله بفوائد على المبالغ المؤجلة .

ب-تقسيم البطاقات حسب نوع الضمان المقدم من حامل البطاقة: حيث نجد الأنواع التالية:

* بطاقات تصدر بضمان شخصي، وهي بطاقات تصدر لكبار الزبائن المعروفين للبنك والشخصيات العامة والموظفين وذوي الدخول المرتفعة؛

* بطاقات تصدر بضمان عيني جزئي، وهي تصدر مقابل ضمان عيني يقل عن الحد الأقصى

للبطاقة وهي تصدر لزبائن البنك القدامى و لزبائن الإئتمان

* بطاقات تصدر بضمان عيني كامل، وهي تصدر مقابل ضمان عيني كامل أي بقيمة تعادل الحد الأقصى للبطاقة ويصدر هذا النوع للزبائن الحاليين أو المرتقبين وغير المعروفين بملاءتهم أو غير مدروسين إئتمانياً.

ج-تقسيم البطاقات بحسب المزايا المقدمة لحامل البطاقة : يوجد ثلاث أنواع هي¹ :

- البطاقة العادية (CLASSIC CARDS) : يطلق عليها البطاقة الفضية، حيث تعتبر البطاقات الأكثر استخداماً في العالم لأنها تصدر بشروط ميسرة ومصاريف منخفضة تتناسب أغلب الزبائن، وتعتبر البطاقات العادية وسيلة دفع وأداة وفاء وإئتمان، كما أنها تقدم كافة الخدمات المقررة كالسحب النقدي أو شراء السلع والخدمات، و تقدم لحاملها بعض المميزات كالتأمين ضد الحوادث والوفاة .

- البطاقة الذهبية (GOLD CARDS): تصدر هذه البطاقة إلى كبار الزبائن ذوي المراكز المالية العالية الذين يتميزون بدرجة مخاطر منخفضة ومعدلات إنفاق عالية واستخدامات متكررة، ولذلك تصدر بمبالغ أكبر من المبالغ التي تصدر بها البطاقات العادية. وهذا النوع من البطاقات يعطي حامله وضع مميز وخدمات إضافية وسرعة إتمام العمليات الخاصة به. ومن المزايا التي يحصل عليها حامل البطاقة التأمين ضد الحوادث ، الحصول على بطاقة بديلة في حالة الطوارئ أو الضياع ، خدمة هاتفية مخفضة ، أسبقية الحجز في الفنادق وشركات الطيران ، الحصول على استشارة طبية وقانونية ونجد أن قيمة الاشتراك في هذه البطاقة تكون أكبر من البطاقة العادية

¹ إنشاء علي القباني ، نادر شعبان إبراهيم سواح ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 23-24

- **البطاقة الماسية:** هي بطاقة تصدر لكبار الزبائن، وتتميز بعدم وجود حدود ائتمانية وتعطي لحامله نفس المزايا للبطاقة الذهبية، حيث تصدر هذه البطاقات عن طريق بعض المؤسسات

المالية مثل American express

د- **تقسيم البطاقات حسب الاستخدام :** تنقسم البطاقات البلاستيكية حسب استخدامها كما يلي :

- **البطاقة العادية :** هي البطاقات التي تستخدم في الشراء من التجار الذين لديهم آلة يدوية أو إلكترونية¹ (P.O.S) ، وتستخدم أيضا في سحب النقود من البنوك وأجهزة الصرف النقدي ATM؛

- **البطاقة الإلكترونية:** هي البطاقة التي تستخدم فقط مع الأجهزة الإلكترونية (P.O.S)، (A.T.M)، حيث يتم قراءة بياناتها من خلال الشريط المغناطيسي الموجود بالبطاقة.

هـ- **تقسيم البطاقات من حيث النظم التكوينية الرئيسية:** تنقسم البطاقات البلاستيكية حسب نظم تكوينها وإنشائها إلى :

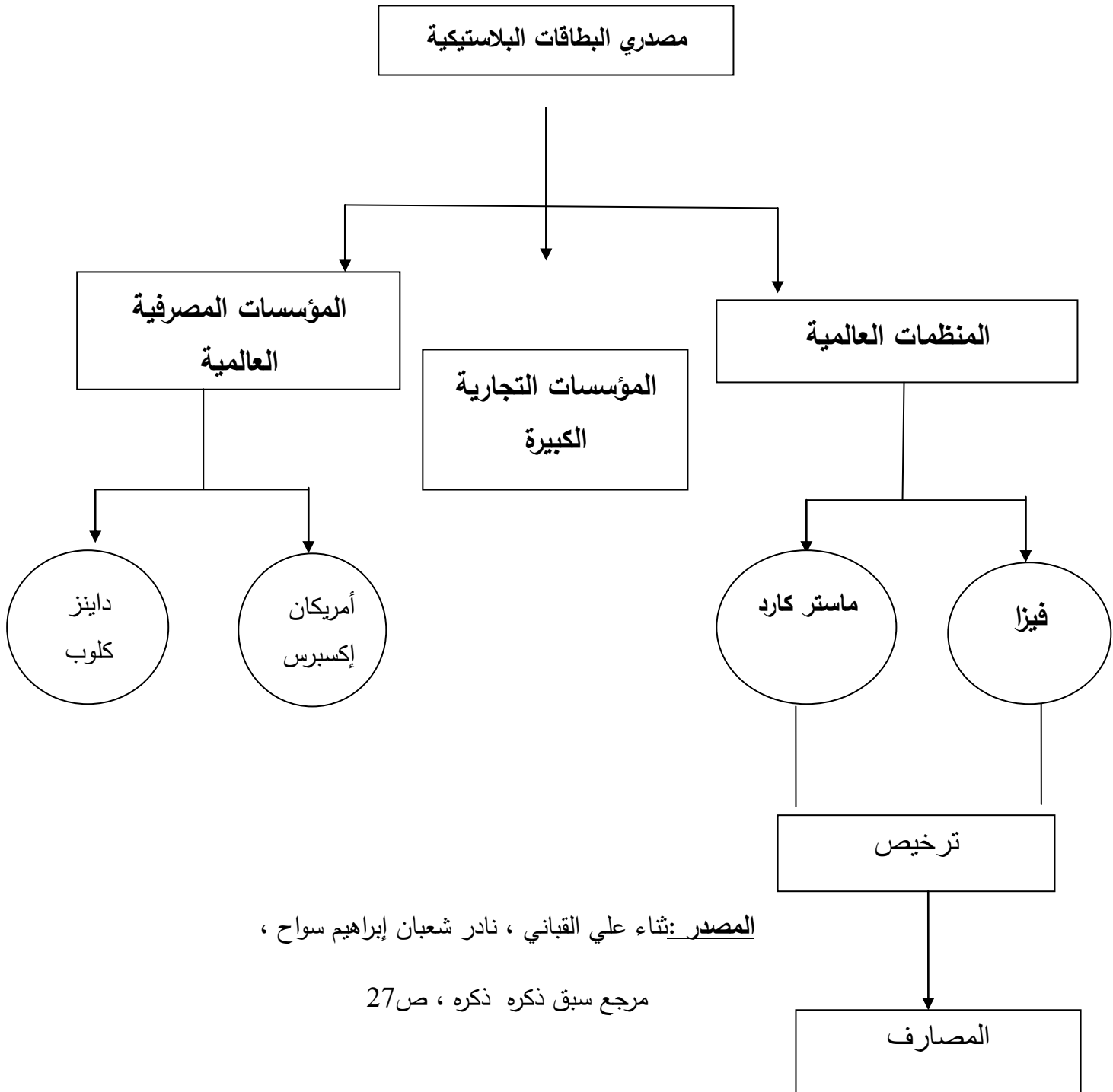
- **البطاقات الممغنطة (Magnetic strip cards):** هي بطاقات عادية تحتوي على شريط ممغنط في ظهر البطاقة يحتوي على رقم تعريف حامل البطاقة (الرقم السري لحامل لبطاقة)، والذي يمكن التعرف عليه بواسطة الوحدات الطرفية للحاسب الآلي في البنوك، وأيضا من خلال الآلات الإلكترونية مثل P.O.S لدى التجار وآلة السحب النقدي A.T.M حيث يقرأ من خلالها جميع المعلومات؛

¹ P.O.S: وحدة الإتصال الطرفية وهي آلة إلكترونية تمرر بها البطاقات فيتم قراءة بياناتها من الشريط الممغنط خلف البطاقات وتتصل

تلقائيا عن طريق خط تليفوني بالبنك للحصول على تفويض لتنفيذ العملية أو رفض العملية وذلك بأخذ رقم معين للقبول أو الرفض

- البطاقات الرقائقية (Chip Cards): تعتبر أحدث البطاقات المنتجة على مستوى العالم، حيث يستخدم فيها تكنولوجيا متطورة، بحيث تضاف دائرة إلكترونية بالشريط المغنط وتحتوي هذه الدائرة على بيانات وتعليمات مخزنة خاصة بالزبون، وتخزن أيضا المعاملات التي قام بها الزبون سواء عمليات الشراء أو السحب النقدي، والتي تخصم مباشرة من حد البطاقة المخزن على الدائرة الإلكترونية، مما يعطي أمان أكبر للبنك الصارف أو التاجر ويطلق على هذه البطاقة أيضا البطاقة الذكية smart cards.
- البطاقة البصرية (Optical cards): وهي إما بطاقة ممغنطة أو رقائقية تحتوي على صورة مجسمة ثلاثية الأبعاد لحامل البطاقة، وهذا يزيد عنصر الأمان وخاصة لدى التجار والبنوك الذين ليس لديهم آلات إلكترونية.

الشكل رقم (III-2): أنواع البطاقات البلاستيكية حسب جهة الإصدار



رابعاً . الأركان الأساسية للبطاقة: يمكن تلخيص أهم الأركان الأساسية للبطاقة كما يلي ¹:

1-رقم البطاقة: وهو الرقم المطبوع بارزة على وجه البطاقة ويتكون من 16 رقم برقم 4 من اليسار بالنسبة لبطاقات الفيزا ورقم 5 بالنسبة لبطاقات الماستر، وتمثل الستة أرقام الأولى من اليسار رقم تعريف البنك لدى المؤسسة Bank Identification Number B.I.N؛ ويلاحظ أن رقم التعريف للبنك يطبع مرة أخرى طباعة سطحية على الجانب الأيسر من البطاقة كنوع من أنواع تأمين البطاقة.

2- اسم حامل البطاقة: وهو اسم الشخص الذي تصدر لصالحه البطاقة ويصرح له باستخدامها والتوقيع على ظهرها ويتم طباعة اسم حامل البطاقة طباعة بارزة على وجه البطاقة.

3- تاريخ إصدار البطاقة: وهو الشهر الذي أصدرت فيه البطاقة ويبدأ سريانها من تاريخ الإصدار ولمدة سنة في أغلب الأحوال ويتم طباعته طباعة بارزة.

4- تاريخ انتهاء صلاحية البطاقة: وهو الشهر الذي بنهايته تنتهي صلاحية البطاقة ولا يجوز لحاملها استخدامها بعد هذا التاريخ إذ أنها تعد بطاقة غير سارية ، ويتم طباعته طباعة بارزة كم أنه ينصح بطباعة كلمة الشهر/السنة أسفل هذه التواريخ (تاريخ الإصدار/تاريخ الانتهاء) للبطاقات التي تصدر.

5- اسم البنك المصدر : وهو البنك المصرح له من قبل المنظمات الدولية بإصدار البطاقات ويتم طباعة إسم البنك المصدر وشعاره طباعة سطحية على وجه البطاقة.

6- شعار الهيئة الدولية: يتمثل شعار منظمة الفيزا الدولية في علم باللون الأزرق والأبيض والأصفر وبداخله كلمة VISA باللون الأزرق، أما بطاقة ماستر كارد فشعارها كرتين باللون

¹ ثناء علي القبانى ، نادر شعبان إبراهيم سواح ، مرجع سبق ذكره ، ص 31-32

الأحمر والأصفر وبداخلهما كلمة **MASTER CARD** باللون الأبيض، وهذا الشعار هو الذي يعطي للبطاقة القبول والانتشار والثقة في التعامل بها .

7- **الشريط الممغنط:** هو عبارة عن شريط يوضع على ظهر البطاقة ويخزن عليه البيانات الإلكترونية الخاصة بالبطاقة، والتي يتم قراءتها عند استخدام البطاقة في نقاط البيع الإلكترونية **P.O.S** أو ماكينات **ATM**؛ وفي خلال السنوات القليلة القادمة سوف يستخدم الشريط الممغنط جنباً إلى جنب مع الشرائح رقائمية **CHIPS** خلال فترة انتقائية، بعدها سيتم إلغاء استخدام الشرائط الممغنطة والاعتماد كلياً على الشرائح الرقائمية كوسيلة أمنية أفضل.

8- **شريط توقيع الزبون:** هو المكان المخصص لتوقيع حامل البطاقة وهو عبارة عن شريط أسفل الشريط الممغنط يقوم الزبون بالتوقيع عليه عند استلام البطاقة من البنك المصدر حيث يقوم التاجر أو الصراف بمطابقة التوقيع على ظهر البطاقة مع التوقيع على فاتورة البيع أو إيصال السحب النقدي وذلك بغية التأكد من شخصية حامل البطاقة.

9- **رقم التمييز الشخصي (PIN):** وهو الرقم الذي لا يظهر على البطاقة وهو ما يطلق عليه الرقم السري ويسلم للزبون في مظروف مغلق لاستخدامه عند الصرف النقدي من ماكينات **ATM** وهذا الرقم مكون من أربعة أرقام يتم إدخالها في ماكينة **ATM** بمعرفة حامل الكارت شخصياً وبدقة وبإدخال هذا الرقم تتعرف ماكينة **ATM** على صاحب البطاقة وتسمح له بالصرف كما يتم التعرف على هذا الرقم من خلال نقاط البيع الإلكترونية **POS** .

10- **حد البطاقة (لا يظهر على البطاقة):** وهو الحد الائتماني لحساب البطاقة والذي يقرره البنك المصدر حسب الدراسة الائتمانية للزبون وهذا الحد لا يدخل ضمن بيانات الشريط الممغنط وإنما يتم إدخاله ضمن بيانات المسجلة على الحاسب الإلكتروني .

11- الصورة المجسمة ثلاثية الأبعاد : وهي عبارة عن علامة تعكس ألوان الطيف وتوضع على وجهة البطاقة كوسيلة تأمينية فعالة خاصة وأنه يتم تأمينها عن طريق كتابة بعض الأرقام البارزة عليها .

12- صورة الزبون على البطاقة : يقوم عدد كبير من البنوك المصدرة بطبع صورة حامل البطاقة كأحد أساليب تأمين البطاقة ، ويتم نقل صورة الزبون على البطاقة بطريقة الطباعة الليزرية في مكونات البطاقة حتى يصعب نزعها من سطح البطاقة .

خامسا. طريقة العمل بالبطاقة الائتمانية: تعتبر ببساطة استعمال البطاقة من أهم أسباب انتشارها ويمكن تلخيصها في الخطوات الآتية:¹

1. يقدم المتعامل طلبا بالحصول على البطاقة من المصرف يتضمن معلومات الضرورية والمحددة من قبل لمصرف؛
 2. يتقصى المصرف عن سمعة المتعامل ويمنحه للبطاقة عندما تكون سمعته الائتمانية مشجعة؛
 3. عندما يحصل المتعامل على البطاقة يتمكن من استعمالها وذلك بأبرزها عند شراء السلع والخدمات، ويقوم البائع بملاً نموذج معين بقيمة البضائع (أي الفاتورة) باسم المشتري ويوقع عليها حامل البطاقة (أي المشتري نفسه) إقرارا منه بالشراء بموجب هذه البطاقة
 4. يجمع التاجر أو صاحب المحل النماذج التي باع بموجبها في ذلك اليوم ويسلمها إلى أقرب فرع للمصرف المصدر للبطاقة للقيّد لحساب المحل في نفس اليوم بعد خصم مصروفات الخدمة.
 5. يستعمل المصرف الكمبيوتر في تنفيذ باقي الخطوات ويدون الكمبيوتر النتائج الآتية يوميا:
- الرصيد القائم لكل المتعاملين قام باستعمال البطاقة في اليوم السابق؛

¹ افلاح حسن الحسيني ، مؤيد عبد الرحمن الدوري، مرجع سبق ذكره ، ص 38- 39.

- الأرصدة التي تجاوزت الحد الأقصى؛
 - الأرصدة التي وصلت إلى حد يقتضي مراقبتها حتى وإن كانت لم تصل إلى الحد الأقصى؛
 - بيان المتعاملين الذين استعملوا بطاقة في الشراء من محل واحد في يوم واحد مرتين أو أكثر، أو إذا استعمل البطاقة ثلاث مرات يوميا بأية وسيلة من الوسائل؛
 - بيان أسبوعي وآخر شهري بكافة أرصدة القائمة لجميع المتعاملين
6. في نهاية الشهر يرسل المصرف إلى المتعامل قائمة بجميع مشتريات طالب منه سدادها أو سداد جزء منها خلال 25 يوما من تاريخها، وبدون أن يتحمل أية فوائد أو أية مصاريف.
- وينبغي تهيئة عدة أجهزة لإنجاز خطوات العمل في نظام، منها جهاز أو قسم الاستعلامات عن المتعاملين وقسم التحصيل والمتابعة وقسم إقرار المشتريات التي تزيد عن الحد المقرر¹.

المطلب الثاني: النقود الإلكترونية

سننتظر من خلال هذا المطلب إلى مفهوم وأهمية النقود الإلكترونية هي تعتبر من وسائل الدفع الحديثة باعتبار من أنها بسيطة وتسهل العمليات المصرفية مقارنة بالنقود العادية .

أولا . مفهوم النقود الإلكترونية: عرفت المفوضة الأوروبية على أنها " قيمة نقدية، مخزونة بطريقة الكترونية على وسيلة الكترونية، كبطاقة أو ذاكرة كمبيوتر، ومقبولة كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين غير المؤسسة التي أصدرتها، ويتم وضعها في متناول المستخدمين لاستعمالها كبديل عن

¹ فلاح حسن الحسيني ، مؤيد عبد الرحمن الدوري، مرجع سبق ذكره ،ص 38- 39.

العملات النقدية والورقية، وذلك بهدف إحداث تحويلات الكترونية للمدفوعات ذات قيمة محددة¹، وبعبارة أخرى النقود الإلكترونية أو النقود الرقمية هي المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية التي اعتدنا تداولها تعتمد آليات تتفق وأساليب التجارة الإلكترونية، حيث تركز فكرة النقد الإلكتروني على "قيام الزبون (المشتري) بشراء عملات إلكترونية من البنك الذي يقوم بإصدارها فيتم تحميل هذه العملات على الحاسب الخاص أو علامة خاصة من البنك المصدر، وبالتالي تحل هذه العملات محل العملات العادية وتكون بنفس القيمة المحددة عليها وتسمى Tokens²."

وتعرف النقود الإلكترونية على أنها قيمة نقدية بعملة محددة تصدر في صورة بيانات إلكترونية مخزنة على كارت ذكي أو قرص صلب يستطيع صاحبها نقل ملكيتها إلى من يشاء دون تدخل شخص ثالث.³ كما تغني عن استخدام القطع المادية كما تقلص دور البنك المركزي في إصدار النقود العادية⁴

يعتبر النقد الإلكتروني من الأمثلة على العملة الرقمية حيث يتم تخزينه إلكتروني ويستخدم لتنفيذ عمليات الدفع إلكترونيا عبر الانترنت ، إن عملية الحسابات للنقد الرقمي شبيهة لحسابات

¹ عاشور مزريق ، صورية معموري ، عصرنة القطاع المالي والمصرفي وواقع الخدمات البنكية الإلكترونية بالجزائر، المؤتمر العلمي

الدولي الثاني حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، الفترة 11-12 مارس 2008، الجزائر، ص 4.

² توال بن عمارة ، وسائل الدفع الإلكترونية (الأفاق والتحديات)، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، ايام 15،16،17 مارس 2004، الجزائر، ص9.

³ هشام نبيه المهدي محمد ، التجارة الإلكترونية ، مؤتمر عمل التجارة الإلكترونية وأمن المعلومات - الفرص والتحديات ، مركز العدالة للتحكيم والإشارات القانونية ، القاهرة ، 2008، ص7.

⁴ توفيق شنبور ، أدوات الدفع الإلكترونية (بطاقات الوفاء ، النقود الإلكترونية)، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية

والاقتصادية ، الجزء الأول / أعمال المؤتمر العالمي السنوي ، لبنان ، 2007

البنوك النقدية ، حيث يقوم الزبائن بإيداع نقودهم في حساباتهم النقدية الرقمية حتى يتمكنوا من استخدامهم فيما بعد لإجراء عمليات التحويل أو الشراء من خلال عبر الانترنت ¹.

وتعرف أن النقود الإلكترونية على أنها عبارة عن نقود مخزنة على جهاز إلكتروني متحرك تسمح بتسوية عملية الدفع ، وهذه النقود المخزنة على هذه الأجهزة ليست من أشكال الودائع البنكية ولا تتعدى القيمة المخزنة عليها (100أورو) وغير مرتبطة بحساب ².

ومحفظة النقود الإلكترونية هي وسيلة دفع تقوم بتخزين النقد الإلكتروني عن البطاقات الذكية وتمكن حاملها من دفع مبالغ قليلة في أي مكان ³.

وهناك عدة محافظ إلكترونية منها MONDEX التي اخترعت في فرنسا 1999 وتم تطبيقها سنة 2000 حيث وضعت تكنولوجيا هذه المحفظة من طرف شركة Crédit و Master Card و Mutuel ⁴ ومن الأسباب التي أدت إلى ظهور محفظة النقود الإلكترونية هي حماسة المتسوقين للقيام بالتسويق المباشر ⁵

ثانيا . سبل حياة النقد الإلكتروني: هناك اتجاهات لهما قبول واسع بالنسبة لحياة النقد وهما: ⁶

1. التخزين ONLINE :يعهد الزبون بالمدفوعات إلى طرف ثالث ولا يجوز شخصيا النقد الإلكتروني، وتكون هذه المهمة (ONLINE) للبنك حيث يتولى كل التحويلات الخاصة بالنقد

¹ خضر مصباح طيطي ، التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية ، الأردن ، دارالحامدة للنشر والتوزيع ، 2008، ص138 .

² Ibrahim _P14, 2009, Kasdi Merbah , université , **Bekhti , TIC et Banque**

³ Xavier Bradley, Christian Descamps, **Monnaie Banque Financement**, hyper cours Dallos, paris, 2005

⁴ Gury Hervier , **commerce électronique**, édition d'organisation , paris, 2001, P191

⁵ سرور علي إبراهيم ، (ترجمة لجاري شنايدر) ، التجارة الإلكترونية ، الرياض، دار المريخ للنشر ، 2008.

⁶ طارق عبد العال حماد ، التجارة الإلكترونية ، الطبعة الثانية ، مصر ، الدار الجامعية للنشر ، 2007 ، ص109-110

ويمسك للزبون، بحيث يطلب إلى التجار تلقي السداد عن طريقه، ويتم ذلك بوجود آلة لدى التاجر تقوم بقراءة الدفع وتكون موصولة بالحاسوب الموجود لدى البنك أو مركز التسويات أو مركز الترخيص، وهو الأمر الذي يساعد على منع الغش بتأكيد الصلاحيات النقدية.

2. التخزين OFFLINE: هو المعادل الفعلي للنقود، فالزبون يحوزها دون طرف ثالث يؤتمن عليه في العملية، والحماية ضد الغش في هذه العملية لا تزال أحد الهموم، وفي هذا النظام يتم خصم مبلغ المشتريات من خلال البطاقة مباشرة لذلك فإن كل العناصر المادية للأجهزة والبرمجيات يجب أن تمنع الصرف المزدوج أو الغش؛ وتعتبر البطاقات الذكية هي الحل للعناصر المادية لتخزين النقود الإلكترونية، فالطرق المشفرة والحماية ضد التلاعب هي الحل البرمجي لمنع الصرف المزدوج والصرف المزدوج هو صرف جزء معين من النقد الإلكتروني مرتين بمجرد تقديم نفس العملة الإلكترونية إلى بائعين مختلفين، ومع الوقت فإن نفس العملة الإلكترونية سوف تعطى للبنك للمرة الثانية وبالتالي لا يمكن تحاشي عملية الغش نفسها لأن الوقت يكون قد تأخر بالفعل .

رابعاً . خصائص النقود الإلكترونية: تتميز البنوك بمجموعة من الخصائص تتمثل فيما يلي :¹

- 1- تحتفظ النقود الإلكترونية بقيمتها باعتبارها معلومات رقمية مستقلة عن أي حساب ؛
- 2- تحويل قيمة النقود الإلكترونية إلى أي شخص وذلك عن طريق تحويل المعلومات الرقمية؛
- 3- تعتبر النقود الإلكترونية غير مكلفة مقارنة بالعادية ؛
- 4- تستخدم في أي وقت تماشيا مع طبيعة الانترنت وما تقتضيه طبيعة التجارة الدولية لاختلاف الأوقات بين دول العالم ؛

¹ جلال عابد الثورة ، وسائل الدفع الإلكتروني، الطبعة الأولى ، الأردن ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، 2009 ، 68-70

5- سهولة استخدامها بالمقارنة مع وسائل الدفع الأخرى وتلك السهولة تشجع المستهلك على استخدامها.

خامسا . نماذج النقود الإلكترونية : هناك عدة توجهات للإصدار النقدي الإلكتروني ، فبعض هذه النظم تعمل في إطار شبكة الانترنت والبعض الآخر خارجها وداخلها في آن واحد كما يحتاج بعض هذه النظم إلى وجود نظام مركزي لإتمام عملية الدفع وتنقسم نماذج النقد الإلكتروني إلى ما يلي :¹

النموذج الأول (Cyber cash) ويتميز بالخصائص التالية :

- يرتبط بنظام مركزي ويعطي وحدة النقد قيمتها دون أن تكون القيمة متضمنة فيها .
- لا يحتاج الزبون للإحتفاظ بحساب لدى البنك ؛
- لا يحتاج التاجر للإحتفاظ بالحساب لدى البنك ؛
- موجه للتعامل في مبادلات محدودة القيمة ؛
- نظام على الخط Online.

النموذج الثاني (E-cash) وتتميز بالخصائص التالية:

- أداة دفع مضمونة تنتقل من حساب شخصي لحساب شخصي آخر عن طريق البريد الإلكتروني أو الأنترنت ؛
- نظام على الخط Online.

النموذج الثالث (Mondex) وتتميز بالخصائص التالية :

¹ أحمد جمال الدين موسى ، النقود الإلكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في إدارة السياسة النقدية ، الجديد في أعمال المصارف الوجهتين القانونية والاقتصادية ، أعمال المؤتمر العالمي السنوي ، الجزء الأول ، لبنان ، 2007، ص155-165

- نظام يقوم على البطاقات ذات شريحة إلكترونية؛
- تسوية تتم بدون مصارف ؛
- يمكن إعادة تحميل بطاقة موندكس بقيمة نقدية جديدة؛
- يسمح بإجراء المعاملات عبر Online أو خارج الخط Offline وكذلك شبكات الهاتف العمومية.

وتمر حياة النقود الإلكترونية بثلاث مراحل كما يلي :¹

- الإصدار لصالح صاحب البطاقة ؛
- الانتقال من صاحب البطاقة إلى طرف ثالث كالبائع الذي إنتقلت إليه النقود الإلكترونية ؛
- تدمير النقود الإلكترونية عن طريق قيام الطرف الثالث بإسترداد مقابلها من النقود التقليدية من المصدر.

سادسا . كيفية عمل النقد الإلكتروني

يمكن توضيح من خلال الشكل الموالي عملية شراء والسداد بواسطة النقود الإلكترونية حيث يمكن تلخيص عملية الشراء الخاصة بإدارة النقد الإلكتروني كما يلي :²

1. عملية استبدال المشتري النقود التقليدية بالنقود الإلكترونية وذلك عن طريق أحد البنوك المصدرة للنقود الإلكترونية ؛

¹ رشيد بوعافية، الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري - آفاق وتحديات، مذكرة ماجستير غير منشورة، تخصص نقود وبنوك،

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة دحلب بالبلدية، الجزائر، 2005.

² ثناء علي قباني ، نادر شعبان إبراهيم السواح ، مرجع سبق ذكره ، ص117-119.

2. حصول المشتري على برنامج خاص لإدارة النقد الإلكتروني يعمل على حماية وحدات النقد الإلكتروني من المحو والنسخ كما يقوم بحساب الرصيد في ضوء اقتناء النقد الإلكتروني من البنك أو صرفه في عملية الشراء ؛

3. اشتراك البائع في هذا النظام من خلال أحد البنوك التي تتعامل بالنقد الإلكتروني وهو أحد البنوك الموجودة على شبكة الانترنت ؛

4. حصول البائع على برنامج مجاني لإدارة النقد الإلكتروني وحمايته ويقوم بتسجيل المتحصلات وإضافتها للرصيد وأيضا يقوم بالسيطرة على تحويل النقود الإلكترونية إلى نقود حقيقية من خلال البنك المشترك لدى البائع ؛

أما الخطوات الخاصة بعملية الشراء فتتمثل فيما يلي :

5. يحدد المشتري السلع والخدمات الراغب بشرائها ويحدد قيمتها ويتخذ قرار الدفع من خلال النقد الإلكتروني حيث يقوم برنامج إدارة النقد الإلكتروني لدى المشتري بالآتي :

- اختيار الرصيد إذا كان يسمح أم لا ؛

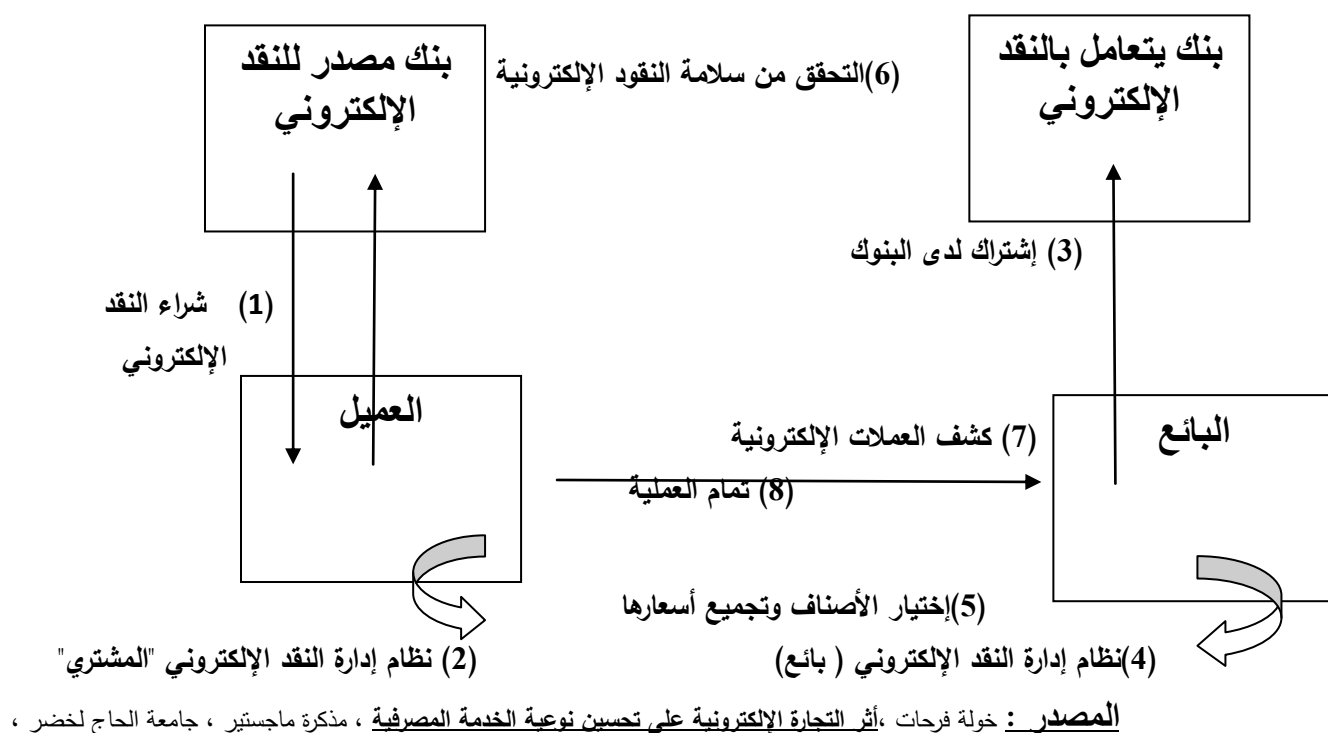
- وإذا كان الرصيد يسمح يقوم بتحديد العملات الإلكترونية عن طريق تحديد الأرقام الخاصة بكل وحدة وقيمتها في كشف حساب خاص لإرساله إلى البائع عن طريق البنك المصدر للعملة .

6. يتلقى البنك المصدر كشف حساب من المشتري حيث يتأكد من صحة النقود الإلكترونية وذلك من خلال صحة الأرقام الخاصة بها أو بطرق أخرى ، وبعد التأكد يرسل كشف وحدات النقد الإلكتروني للبائع بعد توقيع البنك بصحة النقود الإلكترونية ؛

7. يتلقى برنامج إدارة النقد الإلكتروني للبائع كشف العملات الإلكترونية الموقعة من البنك ويقوم بإضافة وحدات نقد جديدة بأرقامها وعلامات التأمين الخاص بها إلى خزانة البائع الرقمية ؛

8. يقوم برنامج إدارة وحدات النقد الإلكتروني للبائع بإتمام السداد فيقوم برنامج إدارة النقد للمشتري بمحو القيمة العملية من رصيد المشتري يستطيع البائع تحويل النقود الإلكترونية إلى نقود عادية من خلال البنك المشترك فيه وذلك عن طريق برنامج إدارة النقد للبائع بإرسال كشف حساب بكل وحدات النقد الإلكتروني لدى البائع أو بعضها فيقوم البنك بزيادة رصيد البائع لديه ويقوم البرنامج بمحو هذه الوحدات من أجهزة البائع¹

الشكل رقم (III-3): دورة استخدام النقد الإلكتروني وإجراءاتها



باتنة ، 2007 ، ص81.

المطلب الثالث: الشيكات الإلكترونية

¹ خولة فرحات ،أثر التجارة الإلكترونية على تحسين نوعية الخدمة المصرفية ، مذكرة ماجستير ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ،

من خلال هذا المطالب سنتطرق لأهمية الشيكات الإلكترونية ودورها في تسهيل عمليات المصرفية وتقليل التكلفة بالنسبة للمصدر والمستقبل بالإضافة إلى تقليل الجهد والوقت

أولاً . مفهوم الشيك الإلكتروني: هي عبارة عن " رسالة تحتوي جميع البيانات الموجودة في الشيك الورقي العادي، حيث يقوم احد طرفي العلاقة بتحريره للطرف الآخر وإرساله بالبريد الإلكتروني، وتكون جميع التوقيعات التي يتضمنها الشيك توقيعات الكترونية ¹، وتتضمن البيانات التالية: رقم الشيك، اسم الدافع، اسم البنك، اسم المستفيد، القيمة التي ستدفع، وحدة العملة المستعملة، تاريخ الصلاحية، التوقيع الإلكتروني للدافع.

تعتبر الشيكات الإلكترونية من الوسائل الدفع الإلكترونية الحديثة المتماشية مع التطورات الراهنة باعتبار أنها سهلت العمليات المصرفية وساعدت على تدنية الوقت والتكاليف سواء للحامل أو المصدر ². ويمكن القول أن الشيك الإلكتروني هو مثل الشيك التقليدي تعتمد فكرة الشيك الإلكتروني على وجود وسيط لإتمام عملية التخليص (البنك)، الذي يشترك لديه البائع والمشتري من خلال فتح حساب جاري بالرصيد الخاص بهما، مع تحديد التوقيع الإلكتروني لكل منهما وتسجيله في قاعدة بيانات لدى البنك الإلكتروني؛ ومن أهم البنوك التي تتبنى فكرة الشيكات الإلكترونية بنك بوسطن، سيتي بنك. ³

¹ محمود محمد أبو الفرة، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الانترنت، الطبعة الأولى، عمان - الاردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع،

2009، ص 50.

²Xavier Bradley , Christian Descamps, Monnaie Banque financement , Hyper Cours, Campus Dalloz, 2005, P37.

³ منصور الزين ، وسائل وأنظمة الدفع الإلكتروني - عوامل الانتشار وشروط النجاح، الملتقى الدولي حول عصنة نظام الدفع في

البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية -، معهد العلوم الاقتصادية ، خميس مليانة، ص 3

تستخدم هذه الشيكات لإتمام عمليات السداد الإلكترونية بين الطرفين من خلال وسيط، حيث يتم تحرير الشيكات وتبادلها عبر الانترنت ويقوم الوسيط بالخصم من الزبون والإضافة إلى حساب التاجر ويحتوي الشيك الإلكتروني على البيانات التالية " رقم الشيك، إسم الدافع، رقم حساب الدافع واسم البنك، اسم المستفيد، القيمة التي ستدفع، وحدة العملة المستعملة، تاريخ الصلاحية والتوقيع الإلكتروني للدافع"¹. (الملحق رقم 7)

ثانيا . التوقيع الإلكتروني (signature électronique): لا يمكن الحديث عن الشيك الإلكتروني بدون التطرق إلى التوقيع الإلكتروني، الذي تمثل إشارة تميز صاحبه وتدل على إقراره بمضمون الشيك، حيث أصبح اليوم معترف به قانونيا في بعض البلدان ليس فقط في قضايا النقد والائتمان بل وفي مختلف المعاملات والعقود الإلكترونية، ومع ذلك تبقى أكثر دول العالم بما فيه الدول الصناعية لم تضع بعد تشريعا خاصا بالتوقيع الإلكتروني.²

ومن مميزات قواعد القانون النموذجي الموضوع من طرف الأونسترال أن التوقيع الإلكتروني ينطبق عندما يستخدم التوقيع الإلكتروني في أنشطة تجارية فقط ولا ينطبق في أنشطة غير تجارية.³

وتتضمن دورات إجراءات استخدام الشيك الإلكتروني ما يلي:⁴

¹ www.itep.arabiceducationcenter/comm/net/encryption.asp. p 8 22/10/2012

² رحيم حسين ، هواري معراج ، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية ، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى

المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية - واقع والتحديات ، جامعة الشلف ، 2004، ص8

³ إلياس بن ساسي ، نصر الدين سمار ، محاولة تأهيل النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر ، الملتقى الدولي للتجارة

الإلكترونية ، ورقة ، 2004، ص4.

⁴ www.itep.arabiceducationcenter/comm/net/encryption.asp. p 8 22/10/2012

1/ اشتراك المشتري لدى جهة تقوم بعملية المقاصة (في الغالب تكون بنكا)، حيث يتم فتح حساب جاري بالرصيد الخاص للمشتري ويتم توحيد التوقيع الإلكتروني للمشتري وتسجيله في قاعدة بيانات البنك؛

2/ اشتراك البائع لدى نفس الجهة التي تقوم بعملية المقاصة حيث تتم نفس الإجراءات التي تمت مع المشتري؛

3/ يقوم المشتري باختيار السلعة التي يرغب في شرائها من البائع ويحدد السعر وطريقة الدفع .

4/ يقوم المشتري بتحرير الشيك الإلكتروني ويرقه إلكترونيا بالتوقيع المشفر ثم يرسله بالبريد الإلكتروني المؤمن إلى البائع .

5/ يستلم البائع هذا الشيك ويقدم التوقيع عليه كمستفيد بتوقيعه الإلكتروني المشفر ويقوم بإرساله إلى البنك الذي يقوم بعملية المقاصة .

6/ يقوم البنك بمراجعة الشيك ويتحقق من صحة الأرصدة والتوقعات وبناء على ذلك يقوم بخصم القيمة من حساب المشتري وإضافتها إلى حساب البائع ثم إخطار كل منهما بإتمام إجراء المعاملة المالية .

ويحقق استعمال الشيكات الإلكترونية المزايا التالية :

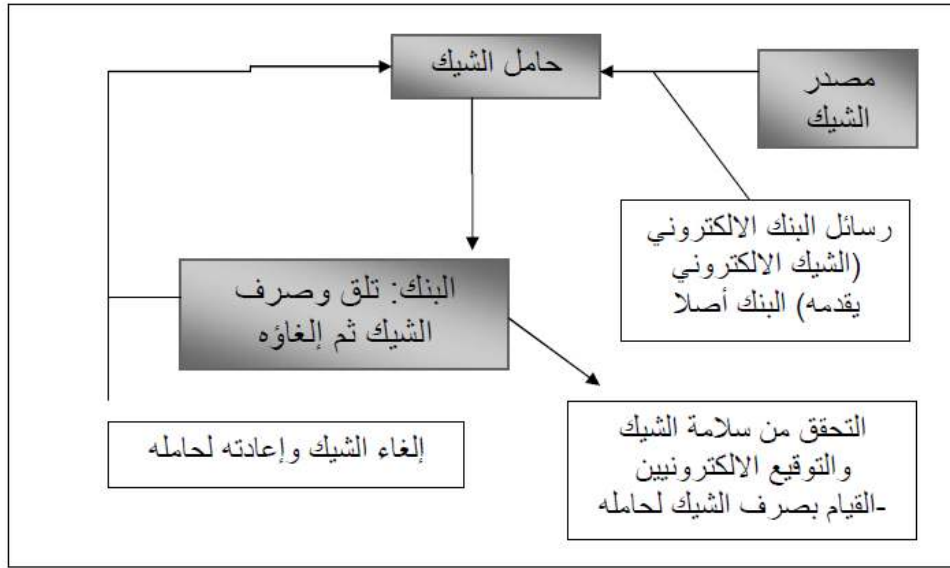
* يوفر 50 من الرسوم التشغيل مقارنة ببطاقات الائتمان

* يتم تسوية المدفوعات من خلال الشيكات الإلكترونية في 48 ساعة فقط مقارنة بالشيكات العادية

* يقضي على المشاكل التي تواجهها الشيكات العادية كالضياع والتأخير .

ثالثا .طريقة التعامل مع الشيكات: يظهر كيفية التعامل مع الشيكات من خلال الجدول التالي:

الشكل رقم (III-4): كيفية التعامل مع الشيكات الإلكترونية



المصدر: زبير عياش ، مناصر سميرة ، " دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين الأداء البنكي ، الملتقى الوطني "فعاليات الصيرفة الإلكترونية التقليدية ومتطلبات التوقع الجيد" يومي 2 و 3 ديسمبر 2013 ، كلية علوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير ، بجامعة أم البواقي ، ص 41

يظهر من خلال الشكل السابق أن التعامل مع الشيك الإلكتروني يتم عن طريق ثلاثة أطراف متمثلة كل من مصدر الشيك وحامل الشيك والبنك حيث ينتقل الشيك الإلكتروني المصدر إلى المستفيد المتمثل في حامله والذي بدوره يقدمه إلى البنك عبر الأنترنت، حيث يتم التحقق من سلامة البنك والتوقيع الإلكتروني، وبعدها يتم صرف الشيك لصالح حامله وإلغاء الشيك وإعادةه إلكترونياً إلى حامله بعد صرف وتحويل المبلغ.¹

¹ زبير عياش ، مناصر سميرة ، " دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين الأداء البنكي ، الملتقى الوطني "فعاليات الصيرفة الإلكترونية التقليدية ومتطلبات التوقع الجيد" يومي 2 و 3 ديسمبر 2013 ، كلية علوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير ، بجامعة أم البواقي ، ص 41

رابعاً . أنظمة الشيكات الإلكترونية: هناك نظامين يتم إستخدامهما في الشيكات الإلكترونية وهما:¹

1/ نظام "FSTC Financial Services Technology Consortium": وفقا لهذا النظام تم نقلا الشيك العادي الورقي الملموس إلى النظام الافتراضي الغير ملموس حيث يستطيع الزبون الحصول على دفتر الشيكات الإلكترونية وتسلم الشيكات وفق هذا النظام على موقع الويب ورسالة بالبريد الإلكتروني وبموجب هذا النظام تم الاستعاضة عن التوقيع الخطي بالتوقيع الرقمي وكذا بالتوقيع الرقمي وكذا التشفير لضمان عملية تسوية الدين بالوفاء

2/ نظام شركة "Netchex": لجأت شركة Netchex في طرحها لنظام الوفاء بالشيك الإلكتروني عبر شبكة الانترنت إلى الوسطاء ويقتضي هذا النظام وجود تسجيل مسبق لمستخدم النظام والتاجر لدى الوسيط إضافة إلى السماح للزبون بالتعامل مع شيكاته وإدارتها بواسطة حاسوبه الشخصي ، وترتكز إجراءات الأمان لهذا النظام على نقطة أساسية تتمثل في عدم إظهار معلومات على الوثيقة التي تنتقل عبر شبكة الانترنت وإنما تظهر فقط عندما يتم إرسال الشيك إلى Netchex.

المطلب الرابع: نظام التحويلات المالية الإلكترونية (EFT)

لقد شهدت الصناعة المصرفية في الآونة الأخيرة تقدما ملموسا في مجال السماح لزبائن البنوك بإجراء العمليات الإلكترونية من خلال شبكات الاتصال الإلكتروني، وقد اتجهت الدول المتقدمة في أواخر الستينات إلى استخدام وسائل الدفع الإلكترونية كبديل لوسائل الدفع التقليدية نظرا لارتفاع

¹ زبير عياش، مرجع سبق ذكره، ص 42

تكلفة هذه الوسائل وطول الفترة الزمنية التي تتم من خلالها؛ ويقصد بالعمليات المصرفية الإلكترونية أن تقوم البنوك بتقديم الخدمات المصرفية من خلال شبكات اتصال إلكترونية ومن هذه الخدمات عمليات تحويل الأموال ، كما أن استخدام التكنولوجيا الانترنت في عملية التحويل المصرفي أو النقل المصرفي ستخفض من التكاليف الكبيرة التي يتحملها البنك لذا تعتبر عملية التحويل الإلكتروني للأموال إحدى العمليات الخدمية التي هي أساس العمل المصرفي بل قد ترقى إلى أن تكون من أهم هذه العمليات لما لها من أهمية كبيرة في المعاملات المالية .

أولاً . مفهوم التحويل الإلكتروني للأموال: إن عملية التحويل الإلكتروني للأموال هي إحدى العمليات المصرفية الإلكترونية التي تنفذها البنوك من خلال شبكة الاتصال العالمية "الإنترنت" ، والتحويل الإلكتروني للأموال هو عبارة عن تحويل مبلغ نقدي من المال يتم تحويلها إلكترونياً وذلك باستخدام شرائط ممغنطة أو أسطوانة تسجيل عليها تعليمات التحويل¹

كما أن عملية التحويل الإلكتروني للأموال تقوم بالوفاء بالديون وبعض الالتزامات المالية حيث يقوم البنك من خلال هذه العملية بتحويل مبلغ من المال من حساب الأمر بالتحويل المدين إلى حساب شخص آخر الدائن ويقوم البنك بتنفيذ هذا الأمر عن طريق قيد المبلغ المطلوب بتحويله في الجانب المدين من حساب الأمر وقيد ذات المبلغ في جانب (الدائن) ، من حساب المستفيد سواء قام بهذه العملية بنك واحد أو أكثر من بنك وما يميز هذه العملية بنك واحد أو أكثر من بنك وما يميز هذه العملية أنها تقوم بتحويل المال من حساب شخص إلى حساب شخص آخر سواء كان هذا الشخص شخصاً معنوياً أو شخصاً اعتبارياً دون مادي للنقود على خلاف ما كان عليه العمل

¹ سليمان ضيف الله ، التحويل الإلكتروني للأموال مسؤولية البنوك القانونية ، الأردن ، دار الثقافة ، 2012 ، ص 35 .

قبل ظهور التكنولوجيا الحديثة ، وبعد التحويل المصرفي من أبسط العمليات المصرفية وأقلها تكلفة

.

ثانيا . أهمية التحويل الإلكتروني للأموال: تعتبر عملية التحويل الإلكتروني من إحدى الطرق الناجحة واليسيرة والأمنة والأقل تكلفة في وفاء الالتزامات حيث يقوم الشخص بزمته التزام شخص آخر بتوجيه أمر التحويل من قبل هذا الشخص إلى مصرفه لوفاء الإلتزام ويسمى هذا النوع بالتحويل الدائن (credit Transfer) أو أن يقوم الشخص (وهو المدين) بتوجيه أمر إلى مصرفه أي تحصيل المبلغ من حساب دائنه بناء على تفويض مسبق بواسطة إلكترونية ويسمى هذا النوع بالتحويل المدين (Debit Transfer) ويمكن أن يتم الوفاء بواسطة عملية التحويل الإلكترونية للأموال ضمن مصرف واحد وفي أي من التحويلين دائنا كان أو مدينا يحتفظ كل من الدائن والمدين بحساب في هذا المصرف أيضا ، ويمكن أن تتم عملية الوفاء من خلال هذه الوسيلة (أي عملية التحويل الإلكتروني للأموال) في مصرفين مختلفين يمكن استخدام مصرف ثالث يكون لكل من المصرفين لديه حساب في المصرف الثالث يتم تسوية عملية التحويل أو الوفاء.

كما أن من أهمية عملية تحويل الأموال إلكترونيا قد سهلت على المتعاملين نقل النقود بصفة إلكترونية بدلا من الوسائل التقليدية التي كانت شائعة سابقا وهي النقل المادي للنقود وهذا من شأنه أن يعرض هؤلاء المتعاملين إلى مخاطر جسيمة حيث إنه يكون عرضة لأطماع اللصوص وأصحاب النفوس الرديئة والتي قد تتسبب في فقد حياة ناقل النقود حيث يمكن القول أن هذه العملية الإلكترونية هي أهم إيجابيات التكنولوجيا الحديثة هنا يمكن القول بأنها استطاعت حماية أصحاب هذه الأموال من التعرض للجرائم كما أن هناك ثلاث نظم للتحويل كما يلي :¹

¹ سليمان ضيف الله ،مرجع سبق ذكره ، ص 69

1/ **نظام فيدواير Fedwir** : هو نظام داخلي للمصرف الإحتياطي الإتحادي في أمريكا، إذ يجري الإتصال هاتفيا ويعطي التعليمات وفق شفرة خاصة لمقياس المال وتدخل الرسالة في الجهاز الإلكتروني لمعالجتها وإرسالها إلى الجهة المستلمة ويتم تحويل للمال عن طريق هذا النظام على أوراق المصرف المذكور.

2/ **نظام التشيب chips** : وهو اختصار لعبارة (Claring House For International Payment System). وهي عبارة عن غرفة مقاصة تسوية في نهاية اليوم تملكها جمعية نيويورك لبيوت المقاصة ويعمل هذا النظام بحاسوب مركزي يتصل بحواسيب أخرى لدى البنوك الأعضاء المشاركة في الجمعية حيث يقوم بتحويل الأموال ما بين البنوك الأمريكية والبنوك الأجنبية ويعتمد هذا النظام على تحويل إلكتروني فوري للمبالغ والمدفوعة على مرة واحدة أو عدة مرات .

3/ **نظام السويفت swift** : هو اختصار لعبارة جمعية الاتصالات السلكية واللاسلكية لمالية

والدولية عبر العالم (society Worldwide Inter Bank Financial

Telecommunication) وهو نظام مقره في بلجيكا لنقل رسائل التحويلات عبر الحدود وهو

أكبر نظام عالمي للتحويلات المالية الإلكترونية نشأ م بين 239 بنكا من البنوك الأوروبية الكبرى

والأمريكية في بروكسل بموجب القانون البلجيكي عام 1973.

4/ **نظام خدمة السويتش الإلكتروني (e- switch)**: وهو نظام يقوم على الربط الإلكتروني بين

البنوك المختلفة لإجراء عمليات التحويل الإلكتروني للأموال بين هذه البنوك وتبادل الرسائل عبر

نطاق آمن وتتمثل الثغرات التي يستغلها غاسلو الأموال في نظام التحويل للأموال في أن كثير من

البنوك ليست أعضاء في نظام (Fedwire) وأن عددا قليلا نسبيا منها ما هو عضو في نظام

(Chips) وعلى هذا فإنه يتعين على الكثير من البنوك المراسلة لإتمام عملية التحويل ووفقا لنظام السويفت (Swift) فإن البنك الذي يقوم بالتحويل لا يعلم شيئا عن الغرض التجاري من التحويل إذ أن البنك المصرفي وحده هو الذي تقع مسؤوليته فهم غرض العمل من هذا الاستخدام.

ثالثا . أشكال التحويل الإلكتروني للأموال: التحويل الإلكتروني للأموال قد يتم داخل بنك واحد حيث يكون للآمر والمستفيد حسابان في نفس البنك أو للآمر نفسه حسابين في نفس البنك، حيث يريد تحويل مبلغ من حسابه إلى حساب آخر له في نفس البنك وفي هذه الحالة حتى لو تعددت فروع نفس البنك وكانت عملية التحويل من فرع إلى فرع لنفس البنك، ففي هذا الشكل يعتبر البنك محولا ومحولا إليه في نفس الوقت، لأن فروع البنك الواحد ليست لها شخصيات قانونية مستقلة، وقد تتم هذه العملية بين بنكين مختلفين يكون لكل بنك زبونه الخاص، وقد يكون هناك بنك ثالث وهو ما يسمى البنك الوسيط لتسوية عملية التحويل، إذ لم يكن لدى البنك المحول وبنك المستفيد علاقة مصرفية مباشرة أو لم يكونا مشتركين في غرفة المقاصة واحدة يتم من خلالها تسوية حساباتهما فالتحويل الإلكتروني للأموال سواء كان دائما أو مدينا فإنه يتم من خلال بنك واحد أو من خلال بنكين مختلفين أو من خلال ثلاث بنوك مختلفة.

1/ صور التحويل الإلكتروني للأموال بحسب المستفيد: يمكننا التمييز بين عدد من الصور:

الصورة الأولى: التحويل المصرفي في بنك واحد بين حسابين لنفس الزبون، وهذه الصورة كأن يكون للزبون حسابان في نفس البنك أي كلاهما لنفس الشخص وهذه هي الصورة الغالبة سواء كانت هذه الحسابات في نفس الفرع أو في فرع آخر لنفس البنك كأن يكون أحد الحسابين مخصصا لتجارته والثاني مخصصا لمسحوباته الشخصية ، وهذه العملية إن تمت فإنها تعتبر عملية داخلية

بالنسبة للبنك وحتى لو تمت من فرع إلى فرع لنفس البنك حيث يخطر الفرع المحول إليه بإجراء القيد وتعتبر عملية التحويل هذه داخل بنك واحد لأن كل الفروع البنك تعتبر شخصية واحدة لا يتمتع كل فرع تابع لنفس البنك بشخصية مستقلة .

الصورة الثانية : التحويل المصرفي في بنك واحد بين حسابين لعملتين مختلفتين، وفي هذه الحالة يكون التحويل بين شخصين الأول هو الأمر بالتحويل والثاني يكون المحول إليه المستفيد في نفس البنك، ويقوم البنك في هذه الحالة بقيد المبلغ المراد تحويله في جانب المدين من حساب الأمر بالتحويل وفي جانب الدائن لحساب المستفيد وهذه الحالة هي الصورة الأغلب في تحويل الأموال .

الصورة الثالثة: التحويل المصرفي في بنكين مختلفين في حسابين مختلفين، في هذه الحالة يوجه الأمر بالتحويل تعليمات إلى بنكه بوضع مبلغ معين تحت تصرف بنك دائنه، ويقوم البنك بناء على هذه التعليمات بقيد المبلغ في جانب المدين من حساب الأمر ويضع تحت تصرف بنك المحول إليه المستفيد بقيد المبلغ مساوي للمبلغ المراد نقله ويقوم هذا البنك الأخير بنك المستفيد بقيد المبلغ في جانب الدائن لحساب المستفيد ولتسوية ما ترتب على عملية النقل بين بنكين عادة ما تكون بينهما علاقة مباشرة وغن لم توجد تتم التسوية عن طريق المقاصة أو عن طريق بنك وسيط أي البنك الثالث ويكون لكل من البنكين حساب فيه أو عن طريق إعطاء شيك .

2/ صور التحويل الإلكتروني للأموال بحسب البنك: للتحويل الإلكتروني عدة صور وأنواع وأهم

صور التحويل الإلكتروني تتمثل فيما يلي :¹

الصورة الأولى : التحويل الذي يتم لدى بنك واحد، وهو أن يكون كل من المحول والمحول إليه زبونين لدى بنك واحد، سواء في نفس الفرع أو في فرع آخر تابع لنفس البنك حيث تعتبر عملية

¹ سليمان ضيف الله ،مرجع سبق ذكره ، ص77-78

التحويل هذه داخلية بالنسبة للبنك ، وحتى لو تمت من فرع إلى فرع لنفس البنك، وإن تمت أيضا بواسطة الحاسوب الذي يقوم ب قيد مدين في حساب المحول وقيد الدائن بنفس المبلغ في حساب المحول إليه بنفس اللحظة وإذا تم تحويل من فرع إلى فرع آخر لنفس البنك فإن البنك هنا سوف يتم التعامل معه على أنه بنك محول أو محول إليه في نفس الوقت والفرع الذي يحتفظ به المستفيد بحساب ينظر له على أنه الفرع أو فرع البنك المحول إليه وهذا لا يؤثر على مسؤولية البنك، لأن فروع البنك الواحد ليست لها شخصيات قانونية مستقلة .

الصورة الثانية : التحويل الذي يتم بواسطة بنكين مختلفين، فمعظم حالات التحويل تتم من خلال بنكين مختلفين يحتفظ كل من المحول والمحول إليه بحساب لدى هذين البنكين حيث يقوم طالب التحويل بتقديم طلب إلى بنكه يتضمن أن يقوم هذا البنك بتحويل مبلغ معين من حسابه إلى حساب شخص آخر في بنك آخر وفي هذه الحالة يقوم البنك بتوقيع عملية الأمر بالتحويل على هذه التعليمات منعا لحدوث إشكالات قد تقع ، كما أن هذه التعليمات قد تصدر بوسيلة إلكترونية شريطة الاتفاق بين الزبون والبنك على هذه الوسيلة وشرط التأكد من قبل البنك أن هذه التعليمات الصادرة بالوسيلة الإلكترونية صادرة من الزبون أم لا وهنا يقوم بنك المحول بنقل المعلومات إلى البنك المستفيد طالبا منه أن يقيد قيمة أمر بالتحويل في حساب المستفيد مقابل قيد نفس القيمة في جانب الدائن من حساب بنك المستفيد لدى البنك المحول أو بتفويضه بنك المستفيد بخصم تلك القيمة من حساب البنك المحول لدى بنك المستفيد أي قيد نفس القيمة في جانب المدين من هذا الحساب وهذه هي عملية التسوية التي تتم بين بنكين حيث لا تتم العملية التحويل بين هذه بين البنكين المختلفين إلا إذا كان كل منهما حساب لدى الآخر حتى تتم عملية التسوية بينهما .

الصورة الثالثة: التحويل الذي يتم بين ثلاث بنوك، وتتم هذه العملية بين ثلاث بنوك على الشكل التالي إذا لم يكن بين بنك الأمر بالتحويل (أي البنك المحول) وبنك المستفيد (أي البنك المحول إليه) علاقة مصرفية مباشرة أي (أن لكل منهما حسابا لدى الآخر) أو أنهما لم يموّنا مشتركين في غرفة المقاصة واحدة يتم من خلالها تسوية حساباتها في هذه الحالة يتم اللجوء إلى بنك ثالث يحتفظ كل من البنكين بحساب فيه وهو ما يسمى البنك الوسيط ليتم من خلال هذا البنك تسوية التزاماته كل من البنكين الناتجة عن عملية التحويل؛ فعلى سبيل المثال إذا كان التحويل دائنا فإن طالب التحويل يوجه تعليمات إلى بنكه لتحويل مبلغ إلى المستفيد، وهذا الأخير له حساب في بنك آخر يتم تحديده من قبل طالب تحويل وهنا يقوم البنك المحول بعد التحقق من التعليمات الموجهة إليه من طالب التحويل بإصدار أمر إلى بنك ثالث، وذلك لعدم وجود علاقة مباشرة بين بنك المستفيد وبنك الطالب التحويل ويقوم أيضا بإصدار أمر إلى بنك المستفيد لقيد القيمة في حساب هذا الأخير، وهو المستفيد وفي كل الأحوال يجب أن يكون هناك اتفاق بين طالب التحويل وبنكه، وبين بنك طالب التحويل والبنك الثالث وبين البنك الثالث المستفيد وبنكه لتحديد حقوق والالتزامات المترتبة على كل منها الناتجة عن هذه التعاقدية .

إن تطور أجهزة الإعلام الآلي في السوق وتطور الانترنت باعتبار الدفع الإلكتروني أقل تكلفة فبدلا من إرسال الشيك يمكن الاتصال بالانترنت في موقع البنك الخاص بالزبون ومن خلال الضغط على الزر يمكن تحويل طلب الدفع من أجل تعديل الفاتورة : أنظمة التحويلات الإلكترونية تساهم في تقليل الدفع التقليدي للفواتير أي يمكن أن يكون الدفع بطريقة أوتوماتيكية من حساب المدين أي تحقيق تكلفة أقل وبالتالي وسيلة الدفع الإلكتروني تعتبر وسيلة جد مهمة .¹

¹ Frederic Mishkin , **Monnaie , banque et marché financier** , 8 eme , édition , paris ,2007, P73

المبحث الثاني: مفاهيم عامة حول الصيرفة الإلكترونية

لقد عرف العالم الأعمال المصرفية تحولاً نوعياً غير الأبعاد وأهداف إستراتيجيات المصارف في العقود القليلة الأخيرة، وكان ذلك نتيجة لثورة تكنولوجيايات الجديدة في الإعلام والاتصال وعولمة الأسواق المالية والمصرفية؛ ولعل هذا ما أدى بالمؤسسات المصرفية خاصة والمالية عامة بالاتجاه نحو تقديم نوع جديد من الخدمات يتماشى بما أصبحت تتسم به سوق الصيرفة ويتجسد هذا التطور في الصيرفة الإلكترونية .

المطلب الأول : ماهية الصيرفة الإلكترونية

شهدت الصناعة المصرفية خلال العشرية الأخيرة توسعا كبيرا في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث عمدت إلى تطوير نظم و وسائل تقديم خدماتها المصرفية خاصة الانترنت التي غيرت طبيعة ونشاط العمل البنكي، مما ساهم في رفع كفاءة أداء الخدمة البنكية والتمشي مع التقدم المتسارع لتلك التكنولوجيات.

أولا . تعريف الصيرفة الإلكترونية: هو إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية أي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أو الجديدة وفي ظل هذا النمط لن يكون الزبون مضطرا للتنقل إلى البنك إذا يمكنه القيام بالأعمال التي يريدها من بنكه من أي مكان وفي أي زمان ¹. يقصد بالصيرفة الإلكترونية إجراء العمليات المصرفية من

¹ وسيم محمد حداد ، موسى شقيري نوري ، الخدمات المصرفية الإلكترونية ، الطبعة الأولى ، دار المسيرة ، 2012، ص55 .

سحب دفع ، تحويل ائتمان وكل الأعمال التي يقوم بها البنك بطرق إلكترونية أي بإستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال¹.

قبل التطرق إلى أهم تعاريف الخدمات البنكية الالكترونية، يجب التمييز بين نوعين من البنوك التي تقدم خدمات بنكية الكترونية، فهناك البنوك التي ليس لها موقع جغرافي، وتسمى البنوك الالكترونية أو الافتراضية وهناك البنوك العادية التي هي :

بنوك عادية تعرض بالإضافة إلى خدماتها التقليدية خدمات بنكية الكترونية.²

تعددت تعريفات الصيرفة الالكترونية والتي نذكر منها مايلي :

تعريف 1 : "هي إجراء العمليات المصرفية بطرق الكترونية، أي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة، سواء تعلق الأمر بالسحب أو الدفع أو الائتمان أو التحويل أو بالتعامل في الأوراق المالية أو غير المالية أو غير ذلك من أعمال المصارف، وفي ظل هذا النمط من الصيرفة الالكترونية لا يكون الزبون مضطرا للتنقل إلى البنك، إذ يمكنه القيام ببعض العمليات مع مصرفه وهو في منزله أو في مكتبه، وهو ما يعني تجاوز بعدي المكان والزمان".³

تعريف 2 : "العمل المصرفي الالكتروني يضم كافة العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الوسائل الالكترونية مثل : الهاتف والحاسب والصراف الآلي والانترنت والتلفزيون الرقمي وغيرها، وذلك من قبل المصارف أو المؤسسات، وكذلك العمليات

¹ نوال شيشة ، فريدة رنيني ،قياس وتقييم أداء العاملين في منضمة الأعمال ، الملتقى الوطني حول إستراتيجيات التدريب في ضل الجودة الشاملة لتحقيق الميزة التنافسية ، جامعة الطاهر ميلالي ، سعيده ، ص 3 .

² عاشور مزريق ، صورية معموري ، مرجع سبق ذكره ، ص 3.

³ رحيم حسين هوارى معراج، الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، الملتقى الوطني الأول حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولت الاقتصادية - الواقع والتحديات-، جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف، 14 و 15 ديسمبر 2004، الجزائر، ص 316.

التي يجريها مصدرو البطاقات الالكترونية وأيضا المؤسسات التي تستخدم التحويلات النقدية الكترونيا".¹

تعريف 3: "هي كل المعاملات المصرفية الالكترونية وتتمثل في كل العمليات المصرفية التي تتم عن طريق الهاتف، الصراف الآلي، ومؤخرا جدا انتقلت هذه العمليات إلى شبكة الانترنت كقناة جديدة لتقديم الخدمات المصرفية التي تحقق مزايا لكل من الزبائن والبنوك وإمكانية الحصول عليها سريعة ومريحة ومتاحة 24 ساعة أينما كان الزبون".²

مما سبق، يمكننا تعريف الصيرفة الالكترونية على أنها تقديم الخدمات البنكية باستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال عن طريق قنوات توصيل الكترونية، مثل الانترنت والشبكات الخاصة، الموزعات الآلية، الحاسب الشخصي الهاتف التلفزيون الرقمي، بأقل تكلفة وأسرع وقت ممكن مع إمكانية إتاحة الخدمة على مدار 24 ساعة، دون الحاجة إلى تنقل الزبون إلى فرع البنك.

ثانيا. دوافع ظهور الصيرفة الإلكترونية : نستطيع القول أن ظهور الصيرفة الإلكترونية يعود إلى السبعينيات من القرن العشرين عندما بدأت البنوك تعرض خدماتها عبر الهاتف فأصبح بإمكان الزبون استخدام الخط الهاتفي للإطلاع على رصيده وتحويل الأموال من رصيد لأخر وتسديد الفواتير وفي الثمانينات في نفس القرن أصبحت تلفزة الكابل والحاسوب الشخصي وسائل جديدة يمكن استخدامها في الصيرفة بالبيت، وفي نهاية الثمانينات وجدت فيها البنوك الوسيلة المثلى

¹ ناظم محمد الشمري، ناظم محمد الشمري، عبد الفتاح العبد اللات، الصيرفة الإلكترونية : الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع، الطبعة الأولى، عمان -الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، 2008 ، ص 28.

² سمير بن عياد محمد ، احمد سماحي ، التكنولوجيا الالكترونية البنكية ضرورة أم حتمية بالنسبة للمؤسسات المصرفية الجزائرية،

الملتقى الوطني الأول حول المنظومة البنكية في ظل التحولات القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي- بشار ، 24-25 افريل 2006، الجزائر .

لعرض العمليات المرتبطة بالحسابات والعمليات المالية دون تحرك للسيولة النقدية وفي سنة 1995 أنجز برنامج Netscape وهو أول برنامج يسمح بدخول لموقع الواب Internet browser أصبحت الصيرفة عبر الخطوط الحقيقية ممكنة ويعتبر " SFNB " Security First National Bank أول بنك عبر الخط في العالم وهو بنك أمريكي¹.

1. التطور التاريخي للخدمات المصرفية الالكترونية : بدأت تطبيقات الابتكارات المرتبطة بتكنولوجيا المعلومات في البنوك التي تقوم بتقديم خدمات التجزئة البنكية **Retail Banking** منذ منتصف القرن الماضي، وذلك عبر ثلاث مراحل أساسية مرت بها تلك المبتكرات :

المرحلة الأولى (1945-1968) : وهي المرحلة التي بدا فيها استخدام التكنولوجيا في البنوك على نطاق محدود حيث تم في هذه المرحلة - على سبيل المثال - مكنة كشف الحسابات² ولحل مشكلات التأخر في إعداد التقارير المالية والمحاسبية.³

المرحلة الثانية (1968-1980) : حيث شهدت هذه المرحلة بداية قوية للتوسع في استخدام تلك التكنولوجيا، من خلال التوسع في استخدام HARD WARE وال SOFT WARE كما شهدت نمو أنظمة المدفوعات الخارجية وكذا كروت الصراف الآلي ATM.

¹ عبد القادر بودوي ، عبد الصمد بودي ، تكنولوجيا الأنترنت كأداة لتميز الخدمة المصرفية ، ملتقى نظام الدفع في البنوك الجزائرية

واشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر ن خميس مليانة ، الفترة 26-27 أبريل 2011

² أحمد مداني ، دور المصارف الشاملة في تحديث وعصرنة الجهاز المصرفي -دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة

حسيبة بن بوعلي- الشلف، الجزائر، 2006/2005، ص 72.

³ ناظم محمد الشمري، عبد الفتاح العبدلات، مرجع سبق ذكره، ص 26.

المرحلة الثالثة (1980-1998) : وهي المرحلة التي تميزت بانتشار الخدمات المالية

الإلكتروني على نطاق أوسع، وظهور العديد من الخدمات المستحدثة مثل Internet

Banking ، Mobile BanKing، حيث عمدت البنوك في هذه المرحلة إلى الزيادة المستمرة

للإنفاق على تقنيات المعلومات الحديثة، حيث قدرت تلك النفقات بنحو 60 مليار دولار عام

1998، كما ارتفعت لتبلغ نحو 80 مليار دولار عام 2000، بحيث تشكل تلك النفقات ثاني

أكبر بند في إنفاق البنوك بعد تكلفة الأجور والرواتب.¹

2. دوافع ظهور الصيرفة الإلكترونية : إن ظهور الصيرفة الإلكترونية كان نتيجة تفاعل عدة

عناصر منها:²

أ- ثورة الاتصالات والمعلومات التي أدت إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع

المصرفي والمالي ومنه التطلع إلى تقديم خدمات مصرفية ومالية متطورة ومتنوعة اعتماداً على ما

أنتجته التكنولوجيا وثورة المعلومات

ب- التجارة الإلكترونية التي تتم باستخدام الوسائل الإلكترونية وخاصة الأنترنت والتي أصبحت

تتميز بخصائص عديدة تميزها عن التجارة التقليدية التي اعتادت هذه المؤسسات المالية التعامل

في ظلها ومعها مما جعل التطوير الواعي لإستراتيجيات وأساليب عمل البنوك ضرورة ختمية

وليس هدار للأموال .

¹ مداني احمد، مرجع سابق، ص 72.

² وسليم محمد حداد ، شقيري نوري موسى ،مرجع سبق ذكره ، ص56-57.

ت- وجود منافسة شديدة بين البنوك بعضها البعض ومع غيرها من المؤسسات المالية هذه المنافسة التي أصبحت لا تقتصر على الاقتصاديات الوطنية بل اكتسبت أبعادا دولية في ظل تحرير التجارة العالمية.

ث- تزايد دخول العديد من المؤسسات المالية غير مصرفية مثل شركات التأمين وشركات الأوراق المالية ومنافسته للبنوك حيث أصبح العديد من هذه المؤسسات يقدم مجموعة الخدمات وثيقة الصلة بعمل البنوك .

ج- وجوب تطوير الأداء بصفة مستمرة سواء للبنوك وغيرها من المؤسسات المالية لرفع مستوى الكفاءة التشغيلية لتقديم أفضل خدمة لعملائها وخاصة أن الكثير من الزبائن أصبحوا يطلبون خدمة رفيعة المستوى بتكلفة تنافسية مستفيدين من المنافسة المتزايدة .

ح- دخول العديد من المؤسسات التجارية والاقتصاديات سوق الأعمال المصرفية ومن أهم أمثلة في ذلك قيام بعض المحلات الكبيرة بتقديم خدمة لعملائها في صورة كوبون يستخدم عند التسوق فيها وبالتالي تقل الحاجة للتعامل مع البنوك.

وبالتالي نستنتج أن تغير الظروف والعوامل سابقة الذكر يتبعه تغير الأدوات والوسائل التي تستخدم للتعامل معها إذ لايجوز استخدام وسائل تقليدية للتعامل مع ظروف ومستجدات كما شهد العمل المصرفي خاصة والمالي عامة من التحولات وتغيرات لعل أهمها الصيرفة الإلكترونية .

3. مزايا وعيوب الصيرفة الإلكترونية : للصيرفة الإلكترونية عدة مزايا وعيوب من بينها:

أ- مزايا الصيرفة الإلكترونية

- * إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من المتعاملين من خلال التعرف بالبنوك والترويج لخدماتها المصرفية عن طريق شبكة الأنترنت وإمكانية الوصول إلى كل المعلومات في أي وقت وفي أي زمان .
- * تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة وهذا يوفر خيارات متنوعة للمتعاملين .
- * تتحقق الميزة التنافسية من خلال الموقع الإلكتروني وتوفير من خلاله الخدمات التي يحتاجها المتعاملين ويعزز المكانة التنافسية للبنك وتؤهله لمستوى المعاملات التجارية العالمية .
- * خفض تكاليف وهي من أهم مميزات الصيرفة الإلكترونية فهي تساهم في خفض نفقات التي يتحملها البنك فتكلفة إنشاء موقع للبنك في الانترنت هي أخفض بكثير من إنشاء فرع على أرض الواقع بكل مستلزماته المادية والبشرية¹.

ب- عيوب الصيرفة الإلكترونية

- * إمكانية اختراق حسابك
- * بعض الأماكن التي تمنع من التسجيل للدخول فيها
- * مخاطر التشغيلية
- * مخاطر إستراتيجية

¹ عبد القادر بودوي ، عبد الصمد بودوي، مرجع سبق ذكره.

المطلب الثاني: أشكال الصيرفة الإلكترونية

تعددت خدمات الصيرفة الإلكترونية وذلك حسب الوسيلة المتصلة بالخدمة فنجد من أهم تلك الخدمات أو الوسائل ما يلي :

أولاً . الصرافات الآلية ATM: تعتمد خدمة الصرافات الآلية على وجود شبكة من الاتصالات تربط بين فروع اثر تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال المذهل على كل جوانب الحياة، حيث أخذت ترتبط بالأنشطة والمجالات الاقتصادية على تنوعها، لما تحققه من مزايا عديدة ساهمت في تقدم وتطور تلك الأنشطة، ولعل قطاع البنوك من أبرز القطاعات التي تأثرت بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال، لتفرز ما يعرف بالصيرفة الإلكترونية التي تشكل اتجاها حديثا ومختلفا عن البنوك التقليدية وتنقسم إلى :

1. **آلات الصرف لذاتي:** تعد آلات الصرف الذاتي ATM من أكثر الوحدات الإلكترونية شيوعا واستخداما في مجال الخدمة المصرفية؛ وتعرف بأنها محطات طرفية إلكترونية متصلة بالحاسب الآلي يتم من خلالها تقديم خدمات المصرفية دون توقف ودون مساعدة من موظفي البنك ، ولقد بدأ استخدام هذه الآلات بالشكل المتعارف عليه سنة 1976 بأحد فروع بنك BARCLAYS بالمملكة البريطانية، وكانت تتيح فقط للزبائن خدمة السحب النقدي كما هو نظام يتيح للزبائن حملة البطاقات التعامل مع حساباتهم من طرف البنك في أي وقت سواء في مواعيد العمل الرسمية أو غيرها وخلال الإجازات والعطلات على مدار 24 ساعة ويتميز نظام خدمة الصراف الآلي¹:

¹ثناء علي القباني ، نادر شعبان إبراهيم سواح ، مرجع سبق ذكره ، ص96

- سرية المعاملات حيث لا يستطيع الزبون التعامل مع النظام إلا من خلال الرقم السري الخاص به.

- سهولة وسرعة التعامل مع الآلة حلا لمشاكل الانتظار والازحام .
- إمكانية تحويل المبالغ من حسابات الزبون المسموح التعامل عليها من خلال النظام .
- إمكانية سداد الالتزامات الشهرية والنصف السنوية .

كما يوفر هذا النظام العمليات الآتية لزيائن البنك :

- الاستفسار عن أرصدة حسابات الزبون المسموح بالتعامل عليها من خلال النظام .
- السحب من أرصدة حسابات الزبون المسموح بالتعامل عليها من خلال النظام .
- إيداع النقد .
- طلب دفتر الشيكات .
- سحب سريع (مبلغ صغير يحدده البنك).
- سحب عادي (يحدد بمعرفة الزبون وبحد أقصى يحدده لبنك).
- تحويل (بين حسابات الزبون).
- كشف حساب مختصر .
- كشف الحساب عادي.
- تغيير الرقم السري.
- إيداع الفواتير (لسدادها على حساب الزبون).
- تعليمات الزيائن (تكتب وتوضع بالمظروف بتوقيع مطابق).

والآن سنحاول توضيح كيفية إتمام عملية الصرف الآلي لدى كل من الزبون والبنك، وربط وحدات الصراف الآلي بالبنك مع وحدات البنوك المحلية كيفية إتمام العملية كما يلي :

- أ- **طرف الزبون:** وهنا يتم توضيح تعامل الزبون مع الآلة ويتم إتباع الخطوات التالية :
- يتقدم الزبون للآلة ويقوم بإدخال البطاقة بطريقة صحيحة في آلة الصراف الآلي حيث يتم وضعها في المكان المخصص لذلك بالآلة.
- إدخال الرقم السري الخاص بالزبون حيث يتم إدخال الرقم بدءاً من يسار الرقم مع ملاحظة أنه في حالة تكرار محاولة إدخال الرقم السري الخطأ ثلاث مرات متتالية سيتم إيقاف التعامل مع البطاقة ويجب الرجوع إلى الفرع المصدر للبطاقة لإعادة تشغيلها .
 - يقوم الزبون باختيار اللغة المراد التعامل بها (عربي _ فرنسي - إنجليزي).
 - بعد اختيار اللغة يظهر على الشاشة الآلة عدد من الحانات توضح المبالغ التي يرغب الزبون السحب منها وخانة لخدمات أخرى يضبط عليه في حالة عدم رغبته في السحب مبلغ أكبر من الموضح في هذه الشاشة.
 - إذا ضغط الزبون على خدمات أخرى في الخطوة السابقة يظهر له في الشاشة خدمات أخرى كما يلي :

- يحدد المبلغ المراد سحبه من الآلة ؛
- رصيد الحساب " استفسار "؛
- إيداع نقدي ؛

- تحويل ؛
 - مدفوعات؛
 - كشف حساب عادي ؛
 - كشف حساب مختصر ؛
 - خدمات أخرى (في حالة لرغبة في الانتقال للشاشة التالية) .
- إذا لم يرغب الزبون في أي خدمة من خدمات الشاشة رقم (1) يضغط على زر خدمات أخرى في نفس الشاشة يظهر له خدمات أخرى رقم (2) والتي تعرض له بعض الخدمات مثل:¹
- كشف حساب ؛
 - رسائل خاصة ؛
 - تغيير رقم السري؛
 - دفتر الشيكات .
- في حالة إنتهاء الزبون من التعامل مع الشاشة الخدمات الأخرى رقم (2) يضغط على الزر للرجوع للقائمة الرئيسية الموجودة في نفس الشاشة حيث يظهر شاشة تحتوي على رسالة " هل ترغب في الاستمرار " باللغة العربية الإنجليزية أو الفرنسية " إذا كان الزبون يريد الاستمرار يضغط على نعم وإذا انتهى من التعامل مع الآلة و يرغب في الاستمرار يضغط على لا².

¹ثناء علي القباني ، نادر شعبان إبراهيم سواح، مرجع سبق ذكره ، ص 97-98

²نفس المرجع السابق ،ص 98-99

- **طرف البنك:** يقوم الفرع على تغذية خزانة ميكنة الصراف الآلي بالنقدية اللازمة وحصة أيام الإجازات والعطلات الرسمية على أن تكون نقدية جيدة مفروزة بما يسمح بأداء الخدمة على أكمل وجه .
- يجب ملاحظة أن جميع العمليات الصرف النقدي لحملة البطاقات تتم من خلال ميكنة الصراف الآلي ويحضر إجراء أي عملية صرف نقدي من خلال صالات الفروع إلا في حالات الضرورة القصوى " مثل حدوث عطل في شبكة الإتصال بالماكينات .
- بمجرد إدخال الرقم السري الخاص بالزبون بطريقة صحيحة يتم الحصول على تفويض من مركز بطاقات البنك إذا كانت مصدرة من نفس البنك أو من خلال نظام **Bâle1** والتي توفره المنظمة العالمية كما هو موضح في الشكل .
- هذه الخطوة توضح كيفية إتمام المرحلة الثانية، وهي إجراء عملية تسوية في حالة الصرف حيث يتم من خلال نظام **Bâle2** التي توفره المنظمة العالمية.
- بعد ذلك يقوم الفرع بإشعار خصم على حساب الإدارة العامة للفيزا والماستر كارد يرسل على حافظة حسابية مستقلة ومعنونة بإسم الإدارة ومختومة بخاتم (صرف ATM فيزا) وذلك من واقع يومية الصراف الآلي .
- **الإلغاءات:** حيث قد يتم إلغاء القيود المعاملات التي تمت على ماكينات ATM إما آليا من خلال أنظمة الحاسب أو يدويا بعد إجراء الجرد الفعلي لخزانة الصراف الآلي .
- **سحب البطاقات :** قد يحدث أن تقوم ماكينات الصراف الآلي بسحب بطاقة الزبون لأحد الأسباب الآتية :

- سحب البطاقة نتيجة عطل بماكينة البنك ؛
 - سحب البطاقة نتيجة إدخال غير صحيح للرقم السري مع تكرار المحاولة أكثر من مرة ؛
 - سحب البطاقة بناء على طلب المؤسسة العالمية .
- 2.أنواع الصرافات الآلية : تعتبر الصرافات الآلية أول آلية لأتمتة العمل المصرفي، حيث تعتمد على توفير شبكة من الاتصالات تربط فرع البنك الأول وفروع كل البنوك في حالة قيامها بخدمة من أي بنك، كان أول تشغيل لها عام 1975، ثم تطور عمل هذه الصرافات الآلية والتي تتمثل في :

أ- الموزع الآلي للأوراق (DAB Distributeur Automatique Billes) : هو آلة أوتوماتيكية،

تستخدم عن طريق بطاقة الكترونية يسمح بسحب مبلغ من المال دون اللجوء إلى فرع البنك، وهو جهاز موصول بوحدة مراقبة الكترونية تعمل على قراءة المدارات المغناطيسية للبطاقة، والتي تسجل كما يعمل دون انقطاع، ويساهم بدوره في تخفيض نشاط السحب في الفرع.(الملحق رقم 8)

جدول رقم (III-1): الموزع الآلي للأوراق D.A.B

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	الموزع الآلي للأوراق D.A.B
- تخفيض نشاط السحب في الفروع	- جهاز موصول بوحدة مراقبة الكترونية تقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة - نسجل عليها المبالغ المالية الممكن سحبها أسبوعيا	- يسمح بالسحب لكل حائز على بطاقة السحب - يوجد في البنوك، الشوارع، أماكن أخرى - يعمل دون انقطاع	

المصدر: نعمون وهاب، "النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية وإستراتيجية البنوك"، مداخلة مقدمة إلى ملتقى المنظومة

المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي - واقع وتحديات - جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف- الجزائر، يومي 15/14

ديسمبر 2004، ص: 273.

ب- الشباك الأوتوماتيكي للأوراق (GAB Guichet Automatique Bancaire) : يقدم هذا الجهاز خدمات أكثر تعقيدا وتنوعا بالنسبة للموزع الآلي للأوراق، فهو موصول بالكمبيوتر الرئيسي للبنك يقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة التي تسمح بمعرفة الزبون بفضل رقم سري، كما يسمح للزبائن بإجراء العديد من العمليات كمعرفة الرصيد، والقيام بتحويلات، طلب شيكات...الخ.¹ (الملحق رقم 9)

جدول رقم (III-2): الشباك الآلي للأوراق G.A.B

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	
- يستعمل من كرف الزبائن في أوقات غلق البنوك، خاصة بالزبون المستعجل	- جهاز موصول بالكمبيوتر الرئيسي للبنك يقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة التي تسمح بمعرفة الزبون للرصيد بفضل رمز سري	- يخول لكل حائز على البطاقة القيام بالعديد من العمليات منها : السحب، معرفة الرصيد، القيام بتحويلات، طلب شيكات	الشباك الآلي للأوراق G.A.B

المصدر: نعمون وهاب، "مرجع سابق"، ص: 274.

ت-نهائي نقطة البيع الالكترونية (TPV Terminal Pointe de Vente) : تعتمد هذه التقنية على وجود اتصال عن بعد بين الحاسوب الالكتروني للبنك وبين شاشات طرفية (Terminal) موجودة في محلات الشراء وتعمل كأجهزة إدخال من وإلى الحاسب

عاشور¹ مزريق ، صورية معموري ، مرجع سبق ذكره، ص 6.

المركزي للبنك من خلال شبكة الهاتف كخطوط ربط بين الحاسوب الالكتروني والشاشات الطرفية، حيث يمكن هذا النظام الزبائن من شراء احتياجاتهم من المحالات المشتركة في النظام، وذلك من خلال استخدام بطاقة دفع يتم إدخالها في جهاز الالكتروني معد لهذه الغاية ومن خلاله يتم تحويل المبلغ المطلوب الكترونيا من حساب الزبون إلى حساب البائع. (الملحق رقم 10)

جدول رقم (III-3): نهائي نقطة البيع الالكترونية T.P.V

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	نهائي نقطة البيع الالكترونية T.P.V
- يحل مشاكل نقل الأموال ويوفر الأمن	- فروع موصولة بشبكة تجمع بنوكا مختلفة	- يوضع في المحلات حيث يسمح للزبون بتسوية عملياته التجارية بالبطاقة أثناء التسديد	

المصدر: نعمون وهاب، "مرجع سابق"، ص: 275.

ثانيا . الهاتف المصرفي (Phone Banking): تشكل هذه القناة جسرا للتفاعل الشخصي عالي المستوى بين البنك وعملاءه، حيث تتيح هذه التقنية اتصال سريع بين الزبون ورجال البنك؛ كما تسمح للزبون الاستفادة من العديد من الخدمات مثل : طلب كشف الحساب و دفع الشيكات، الاستفسار عن الرصيد، تحويل الأموال بين الحسابات، دفع الفواتير، كما تمكن البنك من الوقوف على بعض احتياجات ومتطلبات الزبائن بصورة أكثر دقة.

ثالثا . الصيرفة المنزلية (Home Banking): تعتبر من أحدث الخدمات المصرفية التي تم تطبيقها مؤخرا، وتعتمد هذه التقنية على الاتصال بين الحاسوب المركزي الموجود بمبنى البنك من ناحية والحاسوب الالكتروني الشخصي للزبون المتصل بمودم وخط اتصال هاتفي، بحيث تمكن

الزبون من الاستفسار عن رصيده وطلب كشوف الحسابات، بالإضافة إلى بعض الخدمات المالية كدفع الفواتير والتحويل بين الحسابات الخ، وتساهم هذه التقنية في تحرير الزبون من ضغوط الوقت والمسافة.

رابعاً . الصيرفة المحمولة (Mobile Banking): هو النظام الذي يتيح استخدام الانترنت من خلال الهاتف المحمول، حيث تساهم هذه التقنية في عرض البنك لمجموعة من الخدمات البنكية المعلوماتية على عملاءه مثل إيداع الأموال و الاستفسار عن رصيد الحساب أو تحويل مبالغ نقدية من حساب الزبون إلى حساب آخر وغير ذلك من العمليات المصرفية، وتعتبر البنوك الألمانية من البنوك الرائدة في إدخال هذه الخدمة، حيث قام احد البنوك الألمانية في بداية سنة 2000 بتمكين زبائنه الاتصال بالبنك من خلال الهاتف المحمول عن طريق موقع Yahoo على الانترنت.¹

خامساً . الصيرفة الالكترونية عبر الانترنت (Internet Banking): أو ما يطلق عليها الخدمة المصرفية عن بعد (Remote Banking)، الخدمات المصرفية الفورية (Online Banking) وأسماء أخرى متعددة، حيث بدأت البنوك تدريجيا في تبني تقديم خدماتها عبر الانترنت بسبب قلة تكلفتها، والهدف من إدخال هذه التقنية هو الوصول إلى إقامة بنك كامل يقدم خدماته للزبائن عبر الشبكة² ؛ حيث تقوم على ربط الحاسبات الالكترونية للبنوك بشبكة الانترنت لتمكين الزبون من الدخول إلى موقع البنك بالشبكة و الحصول على العديد من المنتجات والخدمات : خدمة إدارة

¹ وهاب نعمون، النظم المعاصرة لتوزيع الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية مع الإشارة الى حالة

الجزائر، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد الرابع، ديسمبر 2008، جامعة محمد خيضر - بسكرة، www.univ-biskra.dz، ص

ص119-120.

² مصيطفى عبد اللطيف، بلعور سليمان، عمر عزوي، واقع وأفاق المصارف الالكترونية في الدول العربية، الملتقى الدولي حول التجارة

الالكترونية، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، 15-16-17 مارس 2004، الجزائر، ص4.

النقدية للشركات، والتحويل النقدي، وطلب دفع الفواتير وطلب كشف الحساب، والتقدم بطلب الحصول على تسهيلات ائتمانية وفقا للشروط المتفق عليها.¹

سادسا . خدمات الصيرفة الإلكترونية عبر الرسائل البنكية: وتنقسم خدمة الصيرفة الإلكترونية عبر الرسائل المصرفية إلى:²

* رسائل تلقائية: وهذه الرسائل كانت أول ما بدأت به هذه الخدمة حيث كان البنك يرسل للزبون رسائل في نهاية اليوم البنكي تخبره عن حركات التي تمت على حساب لهذا اليوم ورسالة أخرى تخبره عن رصيد الحساب ثم تطورت الخدمة حيث أصبحت ترسل للزبون رسائل فور حدوث حركات معينة مثل :

- وصول الراتب ؛
- وصول حوالة ؛
- رفض الشيك ؛
- سحب الشيك أكبر من قيمة معينة في حسابه .

والآن أصبحت هذه الخدمة ترسل رسالة للزبون عن حدوث أية حركات مالية على حسابه لتخبره أيضا بأية خدمات مثل :

- إستحقاق وديعة ؛
- إستحقاق كمبيالة أو قرض أو كفالة...إلخ ؛

¹ نادر الفرد قاحوش، العمل المصرفي عبر الانترنت، الدار العربية للعلوم و مكتبة الرائد العلمية، عمان - الاردن، سنة النشر مجهولة،

ص33.

² وسيم محمد حداد ، موسى شقيري نوري ،مرجع سبق ذكره، ص65.

• الموافقة على القرض؛

• مراجعة البنك لسبب ما .

ومازال التطور والتحديث على خدمة الرسائل مستمرا حتى وصل الأمر بأن يقوم الزبون بإرسال رسالة إلى أي صراف آلي داخل بنكه ليتم سحب مبلغ للشخص الموجود حاليا أمام الصراف أي إذا كان الزبون جالسا في المنزل وابنه خارج المنزل وأراد مبلغا من المال فإنه يقوم بإخبار والده بحيث يقوم الوالد بطلب من ابنه بالتوجه إلى أقرب صراف تابع لبنكه وإعطائه رقم الصراف ومن ثم يقوم الأب بإرسال رسالة إلى هذا الصراف ليخبره بأن يقوم بسحب مبلغ معين من حسابه وإخراجه للشخص الموجود أمام الصراف.

المطلب الثالث : تطبيقات الصيرفة الإلكترونية عالميا

لقد أصبح استخدام التكنولوجيا الحديثة عنصر أساسيا في العمل المصرفي لما توفره من الفعالية في العمل والسرعة في الإنجاز ووفرة التكاليف وزيادة في الأرباح وابتكار خدمات جديدة ومتنوعة بالتالي زيادة القدرة على المنافسة في ظل تحرير الخدمات المصرفية المالية وتحول العالم إلى قرية صغيرة بالتالي إن استخدام التكنولوجيا تشكل العامل الأهم للنجاح ول مستقبل النمو في المؤسسات المصرفية الاستثمار في الخدمات المصرفية المرتكزة على التكنولوجيا الحديثة مثل ما هو الحال في الدول المتقدمة لذا يجب على الدول العربية تدارك الأمر ومحاولة تبني إستراتيجيات جديدة في تنويع الخدمات المصرفية الإلكترونية

من خلال هذا المطلب سنتعرض لواقع الصيرفة الإلكترونية في دول المتقدمة والدول

العربية

أولا . تطبيق الصيرفة الإلكترونية في دول المتقدمة

فعلى المستوى العالمي ارتفع عدد البنوك واتحادات الائتمان التي تقدم خدماتها على الخط خاصة عبر الانترنت من 12000 بنك في سنة 2000 إلى 15845 في سنة 2003 أي نحو 75% من السوق، وبالتوازي مع النمو المؤسسي ارتفع عدد المتعاملين بالانترنت المصرفي من 18 % في سنة 1999 إلى 51.3 % في سنة 2004،¹ والجدول التالي يقدم صورة عن تزايد عدد المتعاملين عبر القنوات البنكية الالكترونية في البلدان الأوروبية :

الجدول (III-4): تطور عدد المتعاملين في القنوات الالكترونية للبلدان الأوروبية خلال الفترة

(2000 - 2004)

السنة	بريطانيا	ألمانيا	اسبانيا	فرنسا	السويد	نيوزيلندا	ايطاليا	سويسرا
2000	2.0	1.6	1.3	0.4	1.3	0.5	0.3	0.4
2001	3.1	2.5	1.8	0.8	1.5	0.9	0.5	0.6
2002	3.9	3.5	2.1	1.1	1.7	1.2	0.8	0.6
2003	4.9	4.3	2.5	1.8	1.9	1.5	1.3	0.7
2004	5.4	4.9	2.7	2.1	2.0	1.7	1.7	0.8

المصدر : مداني احمد، مرجع سابق، ص73.

في ظل الإقبال المتزايد على شبكة الانترنت تطور مفهوم الخدمات البنكية على الخط لتتحول الفكرة من مجرد تنفيذ أعمال عبر خط خاص ومن خلال برمجيات نظام الزبون إلى بنك له وجود كامل على الشبكة بحيث يحتوي موقعه على كافة البرمجيات اللازمة للأعمال البنكية، وتقديم العديد من الخدمات من خدمات الاستشارة المالية، وخدمات الاستثمار والتجارة والإدارة المالية وغيرها ؛على الرغم من نمو استخدام شبكة الانترنت والتجارة الإلكترونية في جميع أنحاء العالم إلا

¹ مداني احمد، مرجع سبق ذكره، ص 73.

أن هناك فروقات في مستويات استخدام وحجم التجارة الإلكترونية فيما بين الدول المختلفة، كما يلي:¹

1.أوروبا: كان النمو في استخدام شبكة الانترنت في أوروبا أبطأ من نموه في و.م.أ وتضم ألمانيا والمملكة المتحدة أكبر عدد من مستخدمي شبكة الانترنت 6,1 مليون شخص و 7,2 مليون على التوالي.

2.أمريكا اللاتينية ومنطقة كاريبي: شهدت أمريكا اللاتينية نموا سريعا في استخدام شبكة الانترنت على مدى السنوات الماضية ويبلغ عدد الموصولين بشبكة الانترنت 8,5 مليون شخص وتمثل البرازيل سوق الانترنت الرائدة في أمريكا اللاتينية .

3.آسيا والمحيط الهادي: يقدر مجموع عدد المستخدمين ب 22 مليون شخص والعدد في اليابان 12,1 مليون شخص ونسبة تغلغل الانترنت هي الأكثر في استراليا 3,3 مليون شخص والشركات 1000 الأولى بالمنطقة 75% منها تملك مواقع على شبكة الانترنت .

4.الولايات المتحدة وكندا : تدل الدراسات أن عدد الأشخاص الذين يشترون ويبيعون من خلال الانترنت نحو 20 مليون شخص.

تعد الدول المتقدمة وفي مقدمتها و.م.أ من الدول لرائدة في استخدام الصيرفة الإلكترونية وقد نمت استخدام التكنولوجيا الصيرفة الإلكترونية بشكل سريع في أمريكا فالدراسات تؤكد وجود ثورة في استخدام هذه التكنولوجيا المتطورة وفي الدراسة أجريت عام 1999 تبين 85 % من الزبائن يجرون حركات المالية عبر قنوات الإلكترونية وقد بلغت عدد الحركات المالية عن طريق جهاز الصراف الآلي (907) مليون حركة شهريا وبلغت عدد الحركات المالية عبر النقاط البيع 202 مليون حركة

¹ناظم محمد نوري الشمري ، عبد الفتاح زهير العبدلات ، مرجع سبق ذكره، ص 46 .

شهريا ويوجد 7 ملايين شخص يستخدمون وفي دراسة 2002 التي أجريت في أمريكا عام 1998 بلغ عدد البنوك الأمريكية التي تعرض خدمات القنوات الإلكترونية 770 بنكا وارتفع العدد إلى 4990 في السنة التالية بينما عدد بنوك الأنترنت في ثماني دول أوروبية هي : ألمانيا ، وبلجيكا وهولندا وإسبانيا والمملكة المتحدة وإيطاليا وإيرلند، وفرنسا 1845 بنكا وقد شكلت البنوك الألمانية القسم الأكبر من هذه البنوك وقد كان العدد الأقل من هذه البنوك في فرنسا ، وقد أدخلت المصارف الفرنسية نظاما للتعرف على الخدمات المصرفية عبر الأنترنت شبيه بنظام Minitel على عكس المصارف الإنجليزية التي تشهد تقدما حذرا في مجال الخدمات المصرفية عبر الأنترنت والمصارف الألمانية والسويسرية التي تؤمن الخدمات المصرفية عبر الأنترنت مجانا وبين عام 1997 و1998 يوجد سبعة مصاريف من أصل عشرة مصارف كبيرة في أوروبا أطلقت مواقع لها الأنترنت وتؤمن خدمات أساسية كالاستعلام عن أرصدة والتحويل من وإلى الحساب وبعضها تؤمن خدمات وساطة وفي مقارنة بين المصارف اليابانية مع المصارف في أمريكا وأوروبا نجد أن المصارف اليابانية ترى في الأنترنت تكملة لخدمات الصراف الآلي والخدمات المصرفية عبر الهاتف وتقيم الأنترنت على أنه في المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بعد الفروع والهاتف أما شمال أمريكا وأوروبا فينظرون إلى الأنترنت على أنه وسيلة لتخفيض تكلفة الخدمات المصرفية وسيكون للتعامل مع الزبائن خلال العشرة سنين القادمة¹.

ثانيا .الصيرفة الإلكترونية في الدول العربية

أولت السلطات النقدية والمصرفية في الدول العربية اهتماما متزايدا لتطوير وإصلاح وتحرير قطاعات المصرفية انطلاقا من الدور الهام الذي تلعبه هذه القطاعات في تعزيز النمو

¹ناظم محمد نوري الشمري ، عبد الفتاح زهير العبدلات ،مرجع سبق ذكره ، ص52

الاقتصادي وقد شهد القطاع المصرفي في الدول العربية تطوراً كبيراً في السنوات الأخيرة نتيجة الجهود الكبيرة التي بذلتها معظم الدول العربية لإصلاحه وتطويره إلى جانب الدور الكبير الذي لعبته المصارف على المستويات المؤسسية والرأسمالية والبشرية والتكنولوجية .

إن المصارف العربية تواجه تحديات كبيرة أملتتها التغيرات العالمية في البيئة المصرفية نتيجة التطورات التكنولوجية وتحرير الخدمات وتحرير الخدمات المالية في ظل منظمة التجارة العالمية وازدياد المنافسة لذا يتعين على البنوك العربية التأقلم مع هذه التحديات وتحويلها إلى فرصة حقيقية للنمو والتطور خلال المرحلة المقبلة.

أما أهم التحديات التي تواجه القطاع المصرفي العربي فهي :¹

1/ صغر حجم المصارف العربية : إن المصارف العربية لازالت رغم زيادة أصولها ورؤوس أموالها تعاني من صغر أحجامها مقارنة مع المصارف الأخرى في الدول المتقدمة وقد بلغت موجودات المصارف العربية 526,3 مليار وهذا يقل عن أصول البنك الواحد من كبريات المصارف العالمية وبالتالي تبرز أهمية الاندماج بين البنوك العربية أو الاندماج مع مصارف أجنبية في الاستفادة من التقنيات العالمية ولكي تكون واحدة من أقوى وأكثر فاعلية ؛

2/ الكثافة المصرفية : يتسم عدد من الأسواق المصرفية العربية بظاهرة الكثافة المصرفية الزائدة حيث لا يتناسب عدد المصارف مع السوق المصرفي والاقتصاد ففي لبنان هناك حوالي 66 مصرفاً تعمل في سوق مصرفية موجوداتها نحو 45 مليار دولار وعدد سكان 3,5 مليون نسمة وناتج إجمالي 16 مليار دولار وحصته من موجودات القطاع المصرفي العربي حوالي 10%؛

¹ نفس المرجع السابق، ص 53

3/ التركيز في نصيب المصرف : وهو ارتفاع نصيب عدد قليل من المصارف من مجمل الأصول المصرفية الأمر الذي يحد من المنافسة ففي مصر تمتلك أربعة مصارف تجارية حكومية 70% من إجمالي أصول المصارف التجارية العاملة في مصر والبالغة 23 مصرفا ؛

4/ هيكل ملكية المصرف: أي المساهمة الكبيرة للقطاع العام في ملكية المصارف؛

5/ ضعف استخدام التكنولوجيا : لمواكبة التطورات الحديثة في العمل المصرفي بالتالي تحتاج المصارف العربية إلى زيادة الاستثمار في التكنولوجيا المصرفية الحديثة وتطبيق الأنظمة العصرية لتكون قادرة على منافسة في الأسواق المحلية والعالمية ويمكنها من التوسع والتنوع في الخدمات التي تقدم للعملاء؛

6/ ومن التحديات الخارجية ظاهرة العولمة وتحرير الخدمات المالية التي أدت إلى زيادة المنافسة نتيجة التقدم الهائل في تكنولوجيا المصرفية وحرية إنتقال رؤوس الأموال نتيجة إتفاقية الجات في مجال الخدمات المصرفية والمالية ، وقد بدأت البنوك العربية بإعادة النظر في أعمالها التقليدية التي تعتمد أساسا على قبول الودائع وإقراضها حيث وجدت نفسها مضطرة للتعامل مع المتغيرات المالية والاقتصادية والاجتماعية المستجدة على الساحتين المحلية والدولية ولقد أصبحت البنوك في العالم تعتمد على توفير الخدمة ما أو بيع منتج معين أكثر من اعتمادها على تقديم القروض للزبائن وقد مرت البنوك خلال عملية الانتقال هذه بمراحل ثلاث : ¹

أ- المرحلة الأولى : وهي مرحلة نمو الصناديق الاستثمار المشتركة على حساب الودائع ؛

ب- المرحلة الثانية : وهي حدوث نمو مطرد في سوق الأسهم والسندات على حساب القروض المصرفية التقليدية ؛

¹ ناظم محمد نوري الشمري ، عبد الفتاح زهير العبدالات ، مرجع سبق ذكره، ص55

ت- المرحلة الثالثة : وهي التركيز على تغيير منافذ توزيع الخدمات المصرفية حيث إنتشرت أجهزة الصراف الآلي منذ عدة سنوات وخدمة البنك الناطق خلال العقد الحالي ومؤخرا أصبحت البنوك تقدم خدماتها من خلال شبكة الانترنت.

ومن أهم القارات التي استخدمت الصيرفة الإلكترونية كما يلي ¹:

* **إفريقيا:** تحسنت إمكانية ربط إفريقيا بشبكة الانترنت بصورة كبيرة منذ أوائل التسعينات لكنها عند مستويات منخفضة مقارنة بالدول المتقدمة في عام 1996 لم يكن سوى 16 بلدا في إفريقيا موصولا بشبكة الانترنت أما الآن فإن أكثر من 75% من العواصم الإفريقية تتمتع بكل الإمكانيات الوصول بشبكة الانترنت.

* **الشرق الأوسط :** شهدت بلدان الشرق الأوسط زيادة كبيرة في عدد مستخدمي الانترنت حيث يبلغ عدد المستخدمين 300000 شخص يشكلون 5,5 % من السكان تليها الإمارات المتحدة التي يبلغ عدد المستخدمين 88600 شخص ويشكلون 3% من السكان .

ومن خلال ما سبق نستنتج أنه يتحتم على البنوك العربية أن تعمل على إحداث تغييرات جذرية في نشاطاتها وأن تزيد الاستثمارات في مجال التكنولوجيا لمواجهة المنافسة المحلية والخارجية وأن تقلص من النفقات التشغيلية من الاستخدام الفعال لتكنولوجيا الانترنت، وأن تتفهم احتياجات زبائنها ، وأن تقتنع بأن زبائنها أصبحوا أكثر نضجا ووعيا حيث أصبح الزبون يعرف أنه بإمكانه الانتقال من بنك إلى آخر على الانترنت مباشرة .

كما أن العديد من المصارف باتت تستغل هذه التكنولوجيا الحديثة (الانترنت) لتقديم خدمات متميزة لزبائنها كما أصبح هؤلاء الزبائن يستخدمونها كواحدة من الوسائل المفضلة لديهم

¹ناظم محمد نوري الشمري ، عبد الفتاح زهير العبدالات ، مرجع سبق ذكره ، ص46

لإجراء معاملاتهم المصرفية لذا فإن القطاع المصرفي ملزم بمواكبة سريعة وناشطة لحركة التطور خصوصا في ظل الانفتاح العالمي الحاصل والذي تتزايد وتيرته بشكل متعظم وهذا يضع مصارفنا العربية أمام تحدي كبير ليس بمقدورها المواجهة إلا من خلال التحديث واستمرارية متابعة التطورات المتلاحقة على الصعيد التكنولوجي ومن خلال استخدام التقنيات المتطورة التي تستخدمها البنوك الأجنبية لتكون أقدر على تطوير الخدمات والمنتجات وأساليب العمل وفق احتياجات الزبائن وهذا ليس ممكنا إلا عبر بوابة التكنولوجيا والمعلوماتية فمصارفنا العربية بحاجة إلى زيادة استثماراتها في ميدان التكنولوجيا المتطورة لكي تتمكن من التوسع محليا وعالميا وللصمود في وجه المنافسة المحلية والأجنبية وتقديم خدمات ومنتجات مالية ومصرفية تركز على الآلية والذاتية .

المبحث الثالث: مفاهيم عامة حول البنوك الإلكترونية

توصف البنوك الإلكترونية E- Banks بأنها بنوك القرن الواحد والعشرين ويستخدم غالبا مطلع المجتمع اللانقدي للتعبير عن نمط التعاملات المالية السائدة في دول أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية والذي لا يعتمد على حمل وتداول النقود باستخدام خدمات البنوك الإلكترونية وهو ما أصبح يطلق عليه حاليا النقود الإلكترونية تمييزا له عن النقود الورقية، فالبنوك الإلكترونية والتي تعرف أيضا ببنوك الانترنت (Internet Banking) أو بنوك الويب (Web Banking)، تمكن الزبون من الدخول إلى حسابه والحصول على العديد من الخدمات من أي نظام آخر في أي مكان وفي أي وقت وليس فقط من خلال كمبيوتره الخاص كما هو الحال في البنك المنزلي.

المطلب الأول : مفهوم البنوك الإلكترونية

تعتبر البنوك الإلكترونية منافذ إلكترونية تقدم خدمات مصرفية متنوعة دون توقف وبدون عمالة بشرية بينما أشار إليها آخرون بأنها منافذ لتسليم الخدمة المصرفية قائمة على الحاسبات الآلية ذات مدى متسع زمنيا (خدمات 24 / 24سا) ومكانيا (أي في أماكن منتشرة جغرافيا).

أولا . مفهوم البنوك الإلكترونية : البنك الإلكتروني هو بنك له وجود كامل على شبكة الأنترنت ويحتوي موقعه على كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية حيث يتيح هذا البنك للزبون القيام بكافة الأعمال الخاصة بالبنك عن طريق أي مكان موجود به وذلك بواسطة خط يوفره البنك يسمح له بإنجاز كافة معاملاته دون أن يضطر إلى الذهاب بنفسه إلى مقر البنك .¹

نقصد بها البنوك التي تضع تحت تصرف زبائنها عدد محدد من الخدمات المصرفية عن طريق الأنترنت مثل " معرفة الرصيد ، طلب الشيك ، طلب ، دفع ... إلخ " أي بنوك الأنترنت، حيث يجب أن يتواصل الزبون بطريقة إلكترونية .²

ثانيا . خصائص البنوك الإلكترونية: إن ما يميز البنوك الإلكترونية عن البنوك التقليدية بعض الخصائص كما يلي :³

1. اختفاء المعاملات والوثائق الورقية بحيث أن كافة الإجراءات تتم عن طريق الشبكة دون الحاجة إلى استخدام أوراق؛

¹ وسيم محمد حداد ، شقيري نوري موسى ،مرجع سبق ذكره ، ص 67

² Dhafer Saidane ,Christian de boissieu, **La nouvelle Banque , métiers et stratégies**, revue banque edition , paris, 2006, P28

³ نفس المرجع السابق ، ص 73

2. البنوك الإلكترونية فتحت مجال أمام البنوك صغيرة الحجم والتي تعمل في مجال ضيق

لتوسيع عملها عالمياً حيث دخلت إلى أسواق جديدة دون الحاجة إلى التفرغ لذلك؛

3. القدرة على إدارة العمليات المصرفية للبنوك عبر شبكة الانترنت بكفاءة عالية من أي موقع

جغرافي ؛

4. إمكانية تحديد الهوية حيث لا تدري طرفا التعاملات الإلكترونية كل منهما الآخر مما يثبت

السرية بالتعامل بين البنك وزيونه ؛

5. إمكان تسليم بعض الخدمات الإلكترونية وبسرعة دون الحاجة إلى الانتظار مثل كشف

الحساب وكالرصيد وغيرها.

ثالث . تطور في شكل البنك الإلكتروني : أدى استخدام الحواسيب الإلكترونية الشخصية لدعم

شبكة المعاملات المصرفية داخل البنك الواحد وفروعه وبين البنوك جميعها وبقية المؤسسات

المالية وأسواق المال والمتعاملين إلى ضرورة إعادة هندسة العمليات المصرفية المباشرة في شبائيك

الخدمة وكذلك في مكاتب الخلفية .

الجدول رقم (III-5): التطور في شكل البنك الإلكتروني

التطبيقات المصرفية	أساليب تشغيل البيانات	التحديث في تكنولوجيا المعلومات
سرعة مناولة الشبكات أوتوماتيكية المحاسبة ودقة المحاسبات	التشغيل المتوازي للشبكات	الجيل الأول في الستينيات
آلات التحويل الأوتوماتيكي للأموال كروت الإئتمان الدائنة والمدينة الصيرفة التليفونية السحب الفوري للنقدية	التشغيل الفوري	الجيل الثاني في السبعينيات والثمانينات
التعاون في العمليات الحسابية نظام معلومات لمتعاملين العمليات المصرفية من المنزل مركزية العمليات الخلفية إدارة محافظ الإستثمار فوراً تقليص دور السماسرة	تخصيص كمبيوتر خادم للعلماء تسهيل التعامل مع البنك عن طريق الأنترنت تخصيص مواقع للبنوك على الأنترنت	الجيل الثالث في التسعينات حتى الآن

المصدر: يفريد النجار ، الإقتصاد الرقمي " الأنترنت وإعادة هيكلة الإستثمار والبورصات والبنوك الإلكترونية ، الدار الجامعية ،

إذن تسعى البنوك الإلكترونية إلى تحقيق الأهداف التالية :¹

- 1- تحديد أسلوب تقديم الخدمات لكل مجموعة الزبائن؛
- 2- تحديد قنوات الاتصال والوسطاء ؛
- 3- تحديد الخدمات النمطية والخدمات حسب الطلب لكل شريحة من المتعاملين؛
- 4- تحديد أنواع قنوات التوصيل البديلة لكل خدمة ولكل نوع من المتعاملين؛
- 5- تحديد كيفية الترويج للخدمات المصرفية الجديدة بالكتالوج الإلكتروني على

الانترنت E- cataloging.

وتتم المعاملات المصرفية بين المتعاملين من المنزل والبنك عن طريق واحد مما يلي :

- 1- خدمات الصيرفة التليفونية phone banking services؛

¹فريد النجار ، الإقتصاد الرقمي " الأنترنت وإعادة هيكلة الإستثمار والبورصات والبنوك الإلكترونية، الإسكندرية ، الدار الجامعية،

- 2- التليفون الذكي smart phone والذي يوضح في الشاشة إجابة الزبون على أسئلته؛
- 3- التفاعل التلفزيوني Interactive T.V. حيث يتم استقبال معلومات البنك عن طريق كابل موصل للتلفزيون وتظهر معلومات الزبون على الشاشة؛
- 4- الاتصال بين الحاسب الزبون وحاسب البنك؛
- 5- الإتصال بين حاسب الزبون وبين شبكة حواسيب البنك؛
- 6- الإتصال عن طريق الأنترنت .

ثانيا . أنماط البنوك الإلكترونية وخدماتها : ليس كل موقع لبنك على شبكة الانترنت يعني بنك إلكتروني حيث وفقا للدراسات عالمية وتحديدًا لدراسة جهات الإشراف والرقابة الأمريكية والأوروبية فإن هناك ثلاث صور أساسية للبنوك الإلكترونية :¹

1. الموقع المعلوماتي **informationnel**: وهو المستوى الأساسي للبنوك الإلكترونية أو ما يمكن تسميته بصورة الحد الأدنى من النشاط الإلكتروني المصرفي ومن خلاله فإن البنك يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية .

2. الموقع التفاعلي أو الاتصالي **Communicative**: بحيث يسمح لموقع بنوع ما من التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه كالبريد الإلكتروني وتعبئة طلبات أو نماذج على الخط أو تعديل معلومات القيود والحسابات.

3. الموقع التبادلي **Transactionnel**: وهذا هو المستوى الذي يمكن القول أن البنك يمارس خدماته وأنشطته في بيئة إلكترونية حيث تشمل هذه الصورة السماح للزبون بالوصول إلى حساباته

¹خباية عبد الله ، الإقتصاد المصرفي " البنوك الإلكترونية ، البنوك التجارية، السياسة النقدية، الإسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة ،

وإداراتها وإجراء دفعات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية وإجراء الحوالات بين حساباته داخل البنك أو مع جهات خارجية .

إن غالبية البنوك في العالم قد أنشأت بشكل أو بآخر مواقع معلوماتية تعد من قبيل المواد الدعائية واتجهت معظم المواقع إلى استخدام بعض الوسائل الاتصال التفاعلي مع الزبون، على عكس المواقع التبادلية التي لا تزال اتجاهات البنوك نحوها تخضع لاعتبارات عديدة فهذه المواقع تعني قدرة الزبون على التعامل مع الخدمة المصرفية عن بعد ومن خلال الانترنت ولعل هذا ما يجعلنا نتمسك بالقول الذي نوضحه لاحقا من أن البنوك الإلكترونية إنما هي بنوك التي تقع في نطاق النمط الثالث من الأنماط المتقدمة.

المطلب الثاني: الحاجة إلى البنوك الإلكترونية

إن وجود البنك الإلكتروني مرهون بقدرته على التحول إلى موقع للمعلومة ومكان للحل المبني على المعلومة الصحيحة إنه مؤسسة للمشورة ولفتح آفاق العمل ومكان لفرص الاستثمار وإدارتها ، مكان للخدمة المالية السريعة بأقل الكلف ، مكان للإدارة المتميزة لاحتياجات الزبون مهما اختلفت.

أولا. ضرورة تبني البنوك الإلكترونية: إن الزبون بحاجة للحصول على حل لمشكلته وليس لمشاهدة عرض يقدم له، هذه أول حقائق التي يمثل إدراكها مبرر لوجود البنك الإلكتروني، بل أساس نجاحه فحسب رأي خبابة عبد الله أن بناء موقع البنك الإلكتروني يتعين أن ينطلق من مدخلان صحيحة، بحيث إذا سأل البنك الزبون ما هو طلبك فكان جوابه أريد إجراء دفع على الخط أو أريد خيارات أخرى بشأن حساب الشيكات خاصتي أو أريد فتح اعتماد أو أريد معاملة إقراض سريعة، وهو من وجهة نظره يعتبر سؤال خاطئ بالنسبة لمستقبل العمل والتميز في الخدمة بينما

يرى إذا سألنا الزبون ما هي مشكلتك التي ترغب بأن نقدم حلا لها ربما يكون متفقاً مع طلب الزبون ؛ كما أن الاتجاه نحو الدفع النقدي الإلكتروني المصاحب لمواقع التجارة والأعمال الإلكترونية يقدم مبرراً لبناء بنوك إلكترونية فشركات التأمين النفط، الطيران، الفنادق، تتجه بخطى واثقة نحو عمليات الدفع عبر الخط أو الدفع الإلكتروني، وهي عمليات تستلزم إن لم يكن موقع الشركة يوفر وسائل الدفع النقدي وجود حسابات بنكية أو حسابات التحويل أو نحوها، أي دفع القطاعات المشار إليها إلى ممارسة أعمال مالية على الخط لسد احتياجات التي لا توفرها جهات العمل المصرفي المتخصصة .

إن اللجوء إلى البنوك الإلكترونية هو اللجوء لأحد وسائل المنافسة، وهو لجوء إلى تقديم خدمات شاملة بوقت قصير من عدد محدود من الموظفين وتكلفة أقل باعتبار أن البنك الإلكتروني يوفر تكلفة الوجود الفعلي للبنك (المقر والموظفين والمصروفات والفروع وغيرها)؛ لكن علينا أن نعلم أن الوفرة في تقديم الخدمة يتعين أن تعود للبنك نفسه كما تقوم البنوك الإلكترونية على قاعدة رئيسية أخرى وهي أن الوفرة في كلفة الخدمة عائد تشاركي بين البنك والزبون ومن هنا كانت بدلات تقديم الخدمة للزبون أقل بكثير مما يؤدي بالنسبة للخدمات الشبيهة عبر الإلكترونية¹.

ثانياً . مقارنة بين البنوك الإلكترونية والبنوك التقليدية: بهدف تحديد الفرق بين العمل المصرفي التقليدي والعمل المصرفي الإلكتروني، نستعين بالجدول الذي يقدم لنا صورة عن تكلفة الصفقة باستخدام أنظمة التوزيع التقليدي وباستخدام التجارة الإلكترونية من ناحية التكاليف في توزيع المنتجات المصرفية:

¹ عبد الله خبابة ، مرجع سبق ذكره ، ص 97

الجدول (III-6): نسبة التوفير بين استعمال القنوات التقليدية واستعمال الانترنت

تذكرة الطيران	المعاملات البنكية	توزيع البرمجيات	دفع الفواتير	
9.10	1.08	15.00	3.32 - 2.22	القنوات التقليدية
1.18	1.13	0.1 - 0.20	1.10 - 0.65	عبر الانترنت
%87	%89	99%-97%	%71 - %67	نسبة التوفير

المصدر : مصيطفى عبد اللطيف، بلعور سليمان، عمر عزاوي، مرجع سابق، ص3.

من الجدول السابق يتضح أن فرق التكلفة مرتفع جدا في توزيع العديد من المنتجات، حيث قدرت نسبة التوفير في التكلفة بنسبة 70 % بالنسبة لدفع الفواتير كما قدر فرق التكلفة بنسبة 98 % في توزيع البرمجيات، إما بالنسبة للمعاملات البنكية فقدرت بنسبة 89 %، في حين نسبة التوفير لتذاكر الطيران تصل إلى 87 %، وبالتالي نستنتج أن تكلفة الخدمات البنكية المقدمة عبر الانترنت منخفضة جدا مقارنة بتكلفة توزيعها بالطرق التقليدية، كما يساعد الجدول التالي على توضيح تكلفة الخدمات البنكية المقدمة عن طريق فرع البنك وأخرى قدمت عن طريق قنوات الكترونية :

الجدول (III-7): تقدير التكلفة عبر قنوات الخدمات

قناة تقديم الخدمة	تقدير التكلفة
خدمة عبر فرع البنك	295+ وحدة
خدمة من خلال مراكز الاتصال الهاتفي	56+ وحدة
خدمة من خلال الانترنت	4+ وحدة
خدمة من خلال الصرافات الآلية	1+ وحدة

المصدر : مصيطفى عبد اللطيف، بلعور سليمان، عمر عزاوي، مرجع سابق، ص4.

ثالثا. متطلبات البنوك الإلكترونية: يحتاج البنك الإلكتروني إلى متطلبات حتى يسر في بيئة حسنة ومن أهم هاته المتطلبات كما يلي :¹

1/ البنية التحتية التقنية : يقف في مقدمة متطلبات البنوك وبالعوم أية مشروعات تقنية ، البنية التحتية التقنية ، البنية التحتية التقنية والبنى التحتية التقنية للبنوك الإلكترونية ليست ولا يمكن أن تكون معزولة عن بنى الاتصالات وتقنية المعلومات التحتية للدولة ومختلف القطاعات ذلك أن البنوك الإلكترونية توجد في بيئة الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية والمتطلب الرئيسي لضمان أعمال إلكترونية ناجحة بل وضمان دخول آمن وسلس لعصر المعلومات التحتية ، وسلامة سياسة السوق الاتصالي وتحديد السياسات التسعيرية لمقابل خدمات الربط بالانترنت. كما أن فعالية وسلامة بنى الاتصالات تقوم على سلامة التنظيم الاستثمائي ودقة المعايير وتوافرها الدولي وكفاءة وفعالية التنظيم القانوني لقطاع الاتصالات ويقدر ما تسود معايير التعامل السليم مع هذه العناصر يتحقق توفير أهم دعامة للتجارة الإلكترونية بل وللبناء القوي للتعامل مع عصر المعلومات والعنصر الثاني لبنى المعلومات يتمثل بتقنية المعلومات من حيث الأجهزة والبرمجيات والحلول والكفاءات البشرية المدربة والوظائف الاحترافية وهي دعامة وجود والاستمرارية والمنافسة، حيث لم يعد المال وحده المتطلب الرئيس بل إستراتيجيات تتلاءم مع المتطلبات وسلامة البرامج والنظم المطبقة لضمان تعميم التقنية بصورة منظمة وفاعلة وضمان الاستخدام الأمثل والسليم لوسائل التقنية، أما عن عناصر إستراتيجية البناء التحتي في حقل الاتصالات وتقنية المعلومات فإننا نرى أنها تتمثل بتحديد أولويات وأغراض تطوير سوق الاتصالات في الدولة ومواءمة هدف الدخول للأسواق العالمية مع احتياجات التطوير التقنية للشركات الخاصة والسياسة التسويقية

¹ يوسف حسن يوسف ، البنوك الإلكترونية ، الطبعة الأولى ، المركز القومي للإصدارات القانونية ، 2012، ص 66 .

والخدمية والتنظيمية المتعين اعتمادها لضمان المنافسة في سوق الاتصالات ولضمان جذب الاستثمارات في هذا القطاع وتنظيم الالتزامات لمقدمي الخدمات مع تحديد معايير ومواصفات الخدمة المميزة وفي مقدمتها معايير أمن وسلامة تبادل المعلومات وسريتها وخصوصية المشتركين وتوفير الإطار القانوني الواضح الذي يحدد الالتزامات على أطرافه العلاقة وأخيرا تحديد النطاق التدخل الحكومي وتحديد أولويات الدعم وما يتعين أن يكون محلا لتشجيع الاستثماري من قبل الدولة.

كما توفر البنى التحتية العامة يبقى غير كاف دون المشاريع بناء تحتية خاصة بالمنشآت المصرفية وهو اتجاه تعمل عليه البنوك بجدية وفي الأخير يمكن القول أن عنصر التميز هو إدراك مستقبل تطور التقنية وتوفير بنى وحلول برمجية تتيح مواصلة التعامل مع التفتحات الجديدة فتنقية الحصرية .

2/ **الكفاءة الأدائية المتفقة مع عصر التقنية:** هذه الكفاءة القائمة على فهم احتياجات الأداء والتواصل التأهيلي والتدريبي والأهم من ذلك أن تمتد كفاءة الأداء إلى كافة الوظائف الفنية والمالية والتسويقية والقانونية والاستشارية والإدارية المتصلة بالنشاط البنكي الإلكتروني .

3/ **التطوير والاستمرارية والتفاعلية من المستجدات:** ويتقدم عنصر التطوير والاستمرارية والتوزيعية على العديد من عناصر متطلبات بناء البنوك الإلكترونية وتميزها بالجمود وانتظار الآخرين لا يتفق مع النقاط فرص التميز كما نلاحظ أن البنوك العربية لا تتجه دائما نحو الريادية في اقتحام الجديد إنها تنتظر أداء الآخرين وربما يكون المبرر الخشية أموال المساهمين واجتياز المخاطر وهو أمر هام ضروري لكنه ليس مانعا من الريادية وبنفس القدر لا تعني الريادية في

اقتحام الجديد التسرع في التخطيط للتعامل مع الجديد وإعداد العدة لكنها حتما تتطلب السرعة في إنجاز ذلك .

4/ التفاعل مع المتغيرات الوسائل والإستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية : والتفاعلية لا تكون في التعامل مع الجديد فقط أو مع البنى التقنية وإنما مع الأفكار والنظريات الحديثة في حقول الأداء الفني والتسويقي والمالي والخدمي تلك الأفكار التي تجئ وليد تفكير إبداعي وليس تفكير نمطي .

5/ الرقابة التقييمية الحيادية : هو من عناصر النجاح للقادرين على التقييم الموضوعي، ومن هنا أقامت غالبية مواقع البنوك الإلكترونية جهات مشورة في تخصصات التقنية والتسويق والقانون والنشر الإلكتروني لتقييم فعالية وأداء مواقعها إلى عدد زائري الموقع كمؤشر على النجاح إذ يسود فيهم أن كثرة زيارة الموقع دليل نجاح الموقع لكنه ليس كذلك دائما وإن كان مؤشرا حقيقيا على سلامة وضع الموقع على محركات البحث وسلامة الخطط الدعائية والترويجية .¹

رابعا. آليات التعامل مع البنوك الإلكترونية: يتم التعامل مع بنوك الانترنت من خلال آلية تتضمن عدد من خطوات متابعة يتطلب تنفيذها تلقائيا وصورة متكررة، كلما أحتاج الزبون للحصول على خدمات مصرفية بالانترنت وللتعامل مع البنك الإلكتروني يتم إتباع الخطوات التالية :²

الخطوة الأولى : تعد نقطة البداية وتتمثل في قيام الزبون بزيارة موقع البنك على شبكة الانترنت عن طريق كتابة عنوان هذا الموقع ليبدأ بعدها برنامج آلة البحث مهمته في إيجاد الموقع

¹ يوسف حسن يوسف ، مرجع سبق ذكره ، ص 68

² طارق طه ، إدارة البنوك في بيئة العولمة والانترنت ، مرجع سبق ذكره، ص 292

الخطوة الثانية : تتطلب قيام الزبون بالإجابة على التساؤلات والتي تستهدف التحقق من شخصية

الزبون البنك وتتمثل الإجابة على تلك التساؤلات في إدخال رقم التعامل

الخطوة الثالثة : للتعامل مع خدمة الاستعلام عن حسابات يقوم الزبون بانتقاء الاختيار المسمى

نشاط الحساب ن القائمة الجانبية

الخطوة الرابعة : للحصول على خدمة التحويل بين الحسابات يقوم الزبون بانتقاء الاختيار التحويل

النقدي (Transfer money) من القائمة الجانبية

الخطوة الخامسة : للحصول على خدمة الاستعلام عن كمبيالات المستحقة حيث يقوم الزبون

بانتقاء الاختيار المسمى الفواتير المستحقة من القائمة الجانبية ، ويتحقق هذا عند التوقف المؤشر

أمامه حيث يتم عرض فوري بأسماء وأرقام ومبالغ وتواريخ استحقاق جميع الكمبيالات الواجبة

السداد

الخطوة السادسة : للحصول على خدمة سداد الكمبيالات المستحقة يقوم الزبون بانتقاء الاختيار

المسمى سداد الفواتير من القائمة الجانبية ، ويتحقق هذا الاختيار عند التوقف المؤشر أمامه حيث

يعقب ذلك قيام الزبون بتحديد الكمبيالات التي يرغب في سدادها ونوع حسابه لدى البنك (توفير ،

جاري)الذي سيتم الخصم منه لسداد تلك الكمبيالات

الخطوة السابعة : للحصول على خدمة الاستعلام عن المبالغ المسددة يقوم الزبون بانتقاء الاختيار

المسمى تاريخ من القائمة الجانبية ويتحقق هذا الاختيار عند توقف المؤشر أمامه يعقب ذلك قيام

الزبون بتحديد الحساب المطلوب استعراض المخصومة كتسديد لمستحقات على الزبون

الخطوة الثامنة : للحصول معه خدمات البريد الإلكترونية يقوم الزبون البنك بانتقاء الاختيار

المسمى إرسال رسالة من القائمة الجانبية ويتحقق هذا الاختيار عند توقف المؤشر أمامه على

يعقب ذلك قيام الزبون بكتابة الرسالة المطلوب توجيهها إلى البنك ورقم الهاتف الخاص به حتى يتسنى للبنك الرد برسالة إلكترونية على نفس الرقم .

الخطوة التاسعة : لإنهاء التعامل مع خدمات بنك الانترنت يقوم زبون البنك بانتقاء الاختيار المسمى خروج من القائمة ويتحقق هذا الاختيار بالضغط على المربع الخاص بهذا الاختيار وبإجراء هذه الخطوة تتأكد خصوصية التعاملات المصرفية حيث يتوقف أي تعامل إلكتروني عبر شبكة الانترنت على حسابات هذا الزبون (من طرف خارج البنك)

المطلب الثالث :مزايا البنوك الإلكترونية

تتفرد البنوك الإلكترونية في تقديم خدمات متميزة عن غيرها من البنوك التقليدية لتلبية احتياجات الزبون المصرفي وهو ما يحقق للبنك مزايا عديدة عن غيره من البنوك المنافسة وفيما يلي توضيح لمجالات تميز البنوك الإلكترونية :¹

أولا .إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من الزبائن: تتميز البنوك الإلكترونية بقدرتها على الوصول إلى قاعدة عريضة من الزبائن دون التقيد بمكان أو زمان معين كما تتيح لهم إمكانية طلب الخدمة في أي وقت وعلى طول أيام الأسبوع وهو ما يوفر الراحة للزبون إضافة إلى أن سرية المعاملات المصرفية التي تميز هذه البنوك تزيد من ثقة الزبائن فيها .

ثانيا .تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة: تقدم البنوك الإلكترونية كافة الخدمات المصرفية

التقليدية وإلى جانبها خدمات أكثر تطورا عبر الانترنت تميزها عن الأداء التقليدي مثل :

- شكل بسيط من أشكال النشرات الإلكترونية الإعلانية عن الخدمات المصرفية ؛
- إمداد الزبائن بطريقة التأكد من أرصدهم لدى المصرف؛

¹ نفس المرجع السابق ، ص15-16

- تقديم طريقة دفع الزبائن للكمبيالات المسحوبة عليهم إلكترونيا ؛
- كيفية إدارة المحافظ المالية (من أسهم وسندات) للزبائن؛
- طريقة تحويل الأموال بين حسابات الزبائن المختلفة .

ثالثا. خفض التكاليف: من أهم ما يميز البنوك الإلكترونية أن تكاليف تقديم الخدمة منخفضة بالبنوك العادية ومن ثم فإن تقليل التكلفة وتحسين جودتها هي من عوامل جذب الزبون ، ففي دراسة تقديرية خاصة بتكلفة الخدمات المقدمة عبر قنوات مختلفة تبين أن تكلفة تقديم خدمة عبر فرع البنك تصل إلى 295 وحدة في حين تقل عنها فيما لو قدمت من خلال شبكة الانترنت بتكلفة 4 وحدات إلى تكلفة واحدة من خلال الصرافات الآلية .

رابعا. زيادة كفاءة البنوك الإلكترونية: مع اتساع شبكة الانترنت وسرعة إنجاز الأعمال عن البنوك التقليدية أضحت سهلا على الزبون الاتصال بالبنك عبر الانترنت الذي يقوم بتنفيذ الإجراءات التي تنتهي في أجزاء صغيرة من الدقيقة الواحدة بأداء صحيح وكفاءة عالية مما لو انتقل الزبون إلى مقر البنك شخصيا وقابل أحد موظفيه الذين عادة ما يكونون منشغلون عنه .

بالإضافة إلى المزايا السابقة هناك مزايا أخرى تتحقق للزبائن عند التعامل مع البنوك الإلكترونية

تتمثل فيما يلي ¹:

- إمكانية طلب الخدمة من أي هاتف أو حاسوب ؛
- يوفر هذا البنك درجة عالية من الراحة حيث تعرض الخدمات 24/24 ساعة وطوال

أيام الأسبوع؛

- تنفيذ العمليات وتأكيدها بصورة فائقة ؛

¹ معطي الله خير الدين ،المعلوماتية والجهاز البنكي حتمية تطوير الخدمات المصرفية ،جامعة قالمة ، ص 198.

- يحقق هذا النوع من البنوك سرية الحسابات التي يرغب بها الكثير من الزبائن.

بالإضافة إلى مزايا السابقة يمكن ذكر ما يلي:¹

1. تتيح بنوك الانترنت درجة أعلى من الملائمة الزمنية للزبائن، فهي تقدم خدمات مصرفية

دون توقف ، لعدم ارتباطها بساعات فروع البنك ؛

2. توفر ملائمة مكانية أكبر للزبائن، فالخدمات المصرفية تقدم داخل المنازل أو مكاتبهم ؛

3. تمثل ملائمة أدائية للخدمة المصرفية فهي تجنب الزبون جهد ومشقة الذهاب لمبنى البنك؛

تتيح للزبائن فرصة للتسوق والاختيار لما يناسبهم من خدمات مصرفية من خلال التجول بين مواقع

البنوك المختلفة على الشبكة

المبحث الرابع : المخاطر التي تواجه المصارف في بيئة الانترنت

إن استعمال الأنظمة المعلوماتية في القطاع المصرفي كان نقطة تحول بارزة ساهمت في

تطوير وتوسيع هذا المجال إلا إنها تسببت في ظهور مخاطر عديدة نتجت عنها جرائم عديدة لم

نألفها من قبل سميت " بالجرائم المعلوماتية " وتحتاج هذه المخاطر إلى أمن معلوماتي لحمايتها

فمن خلال هذا المبحث سنتعرض لأهمية إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل

المصرفي بالإضافة إلى المخاطر المصاحبة لهذا الإدخال وكذا متطلبات أمن المعلومات

المصرفية في بيئة الانترنت.

¹ طارق طه ، إدارة البنوك في بيئة العولمة والانترنت ، الإسكندرية ، دار الجامعة الجديدة، 2007، ص290

المطلب الأول :أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المصرفي

تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير الخدمات المصرفية وتسمح بمعرفة جيدة لسلوك الزبون ساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقق الكثير من المزايا والفوائد للبنوك والزيائن على حد سواء، والتي نذكر منها :

أولا : بالنسبة للموظفين

1. تخفيف أعباء العمل اليدوي المتكرر مما يؤدي ربح الوقت وبالتالي استغلاله في تحسين نوعية الخدمات المقدمة للزيائن.
2. تحقيق التكامل والتنسيق بين الموظفين بالبنك، وذلك من خلال توفير المعلومات الضرورية واستغلالها بشكل إلي، الذي يسهل تبادل وانسياب المعلومات بين الأنظمة الفرعية المختلفة التي يستخدمها الموظفون بالبنك، إضافة إلى ربطها بمجموعة واحدة من البيانات باستعمال الشبكات والتقنيات الضرورية، مما يخلق نوع من التكامل بين أداء الأفراد.
3. تؤدي تكنولوجيا المعلومات والاتصال إذا ما تم استغلالها وتسييرها بطريقة جيدة داخل البنوك إلى تقديم خدمات متنوعة ومتعددة وأكثر ملائمة لاحتياجات كما تساعد على تقديم معلومات مباشرة أو نقلها عبر قنوات الكترونية إلى مكان استقبالها.¹
4. بني تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل البنكي يساهم في زيادة المنافسة بين البنوك مما يؤدي إلى زيادة التأثير على البنوك التقليدية.²

¹رشاد تو، تحديث وسائل الدفع وانعكاساته على النشاط البنكي في الجزائر، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم

التسيير - جامعة الجزائر، 2006، ص 65.

² Nathalie Daley ,les Tic et la Banque de détail ,perspectives et enjeux, les cahier du numérique

,lavoisier, ,Paris 2003 ,P2

ثانيا .بالنسبة للزبائن

ساهم استخدام الموزعات الأوتوماتكية ATM وشبكة الانترنت والهاتف وغيرها من التقنيات في تقديم الخدمات البنكية على مدار 24 ساعة وبالتالي تحرير الزبائن من قيود الزمان والمكان، إذ يمكنه أن يلجا إلى وسطاء ماليين خارج الحدود المحلية وتقليل الطوابير داخل البنك.¹

تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات المصرفية وبالتالي زيادة إسقاطات عدد أكبر من الزبائن² ولتعميم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال يجب توفر 3 عناصر كما يلي³:

- اقتصاديا :من خلال الرسوم المتحصل للدخول للشبكات والبرامج التطبيقية

-تكنولوجيا :من خلال تسهيل استخدام الآلة

- اجتماعيا :من خلال تنويع الخدمات التي يحتاجها الفرد في ميادين " الصحة ،التربية،المعرفة ، الثقافة ، التجارة إلخ "

المطلب الثاني :المخاطر المصاحبة للعمل المصرفي عبر الانترنت

بالرغم من مزايا الخدمات المصرفية غير أنها تكون مصاحبة لبعض المخاطر التي تعرقل العمل المصرفي وذلك من خلال شبكات الاتصال .

أولا . الجرائم المعلوماتية الخاصة بالعمل المصرفي: وتتمثل في الجرائم التي تتعلق بشبكات الإتصال كالأنترنت و التي تدخل ضمن تقنيات الحاسب الآلي ونظم المعلومات ومن بينها :

¹وسيلة حمداوي، مرجع سبق ذكره

² Chokri El Fidha ,Mohamed Hédi Charki, **Rôle de la technologie de l'information et de communication dans le développement de la qualité de la relation client**,aplication à la relation banque/entreprise, P1

³ Maitrise et diffusion des Technologie de l'information et de communication , communication à l'Academiques des technologies,2005 ,P12-13

1/ **الاحتيال الإلكتروني** : ويمثل الاحتيال عبر الانترنت أي سرقة الهوية بالاحتيال عن طريق الانترنت بالكشف عن معلومات شخصية او مالية¹. أي انتحال شخصية ما أو مؤسسة موثوقة مثلاً: تلقي رسالة بالبريد الإلكتروني من موظفي البنك الذي تتعامل معه أو شخص مقرب يطلب منك زيارة موقع إلكتروني لتحديث معلوماتك بسرعة وفي الأصل هذه الرسالة مرسلة من جهة أخرى.²

2/ **جرائم بطاقات الائتمان** : وتتمثل في الاستخدام الغير المشروع لبطاقات الائتمان الممغنطة فقد يتم استخدام بطاقات مزورة أو مسروقة للإستلاء على أموال أصحاب الحسابات أو النقاط أرقامها السرية عند استعمالها عبر شبكة الانترنت.³

3/ **جرائم غسيل الأموال** : هي العملية التي يتم من خلالها تحويل الأموال أو الأصول الغير قانونية إلى أموال و أصول قانونية بشكل ظاهري وتأتي الأموال من تهريب المخدرات و التهرب من الضرائب و غيرها من الأنشطة الغير قانونية⁴.

نظرا للتطور الكبير الحاصل في مجال التكنولوجيا وعمليات نقل الأموال وتحويلها عبر الحدود استخدام شبكات الحاسوب في الربط بين كافة الأسواق وسهولة نقل الأموال كبيرة ، تزايدت عمليات غسيل الأموال إضافة إلى انتشار التجارة الإلكترونية التي ساهمت في كثرة هذه الجريمة.⁵

¹ https://dxb.samba.com/Arabic/common/HTML/phishing_01_01_ar.html 13/08/2013

² محمد زيدان ، محمد حمو ، **متطلبات أمن المعلومات في بيئة الأنترنت** ، المؤتمر السادس تحت عنوان البيئة المعلوماتية الآمنة ،

الرياض 7-8 أبريل 2010، ص4

³ عبد الجبار الحنيص ، **الاستخدام غير مشروع لبطاقات الائتمان الممغنطة من وجهة نظر القانون الجزئي** ، مجلة جامعة دمشق ، العدد

(01)، جامعة سوريا ، 2010، ص81

⁴ <http://arab.dailyforex.com/forex-articles/20/08> 13/06/2013

⁵ بسام أحمد الزلمي ، **دور النقود الإلكترونية في عمليات غسيل الأموال** ، مجلة دمشق ، العدد الأول، سوريا 2010، ص 588

4/ جريمة إتلاف برامج كمبيوتر البنك : تستهدف هذه الجريمة التعرض لسلامة وأمن أنظمة

المعلوماتية وسرية البيانات والمعلوماتية وسرية البيانات والمعلومات التي تتضمنها من خلال التلف السريع الذي يلحق به جراء فيروس رقمي يتغلغل في النظام ويتسبب في إيقافه عن العمل ، والهدف من وراء هذه الجريمة تكبيد البنوك خسائر ضخمة والإضرار بسمعتها من خلال إشاعة جو من الخوف في نفوس عملائها وتعطيل سير أعمالها¹.

ثانيا . انعكاسات الجرائم المعلوماتية على بنية المخاطر في البنوك: أدت الصيرفة الإلكترونية التي تعتمد على الأنترنت كقناة توزيع جديدة إلى إحداث تغيير في بنية مخاطر البنوك ، ونجم عنها تحديات جديدة أمام التحكم في هذه المخاطر وإدارتها ، نظرا للجرائم السابقة الذكر التي تمس نظم معلومات البنوك ، وهو الأمر الذي انعكس على بنية المخاطر المصرفية وإستراتيجيات إدارتها وفيما يلي نورد بعض المخاطر :

1/ مخاطر السيولة : وتعرف بأنها المخاطر التي تؤثر على ربحية ورأسمال البنك جراء عدم

المقدرة على الوفاء بالتزاماته عند استحقاقها ، وتشمل مخاطر لسيولة :

- عدم قدرة لبنك على إدارة التغيرات الطارئة في تركيبة مصادر الأموال؛
- عدم مقدرة البنك على التأقلم مع ظروف السوق وتغيرانه المؤثرة على قدرته بتسييل؛ بعض موجوداته بأقل خسائر ممكنة وتزيد الانترنت من احتمالات تغير حجم الودائع لدى البنك باستمرار باعتبارها وسيلة الاتصال بين البنك والزيون ، الأمر الذي يتطلب من المصرف

¹ محمد زيدان ، محمد حمو ، مرجع سبق ذكره

المتعامل عبر الانترنت إيجاد نظام ملائم لإدارة موجودات و المطلوبات والرقابة على وضع السيولة لديه بشكل دائم.¹

2/المخاطر الإستراتيجية: إن الصيرفة الإلكترونية التي تعتمد على الانترنت من أجل توفير المعلومات لزيائنها وأيضاً تنفيذ العمليات التي يطلبونها معرضة أكثر لمخاطر القرصنة والاختراقات، ولا شك أن التطورات السريعة في التكنولوجيا وازدياد حدة المنافسة بين البنوك ذاتها وبين المؤسسات الغير المصرفية واختلاف طبيعة إستراتيجيات المواقبة ، قد تعرض البنوك إلى مخاطر كبيرة في حالة عدم سلامة عمليات التخطيط والتنفيذ لإستراتيجيات الصيرفة الإلكترونية ، ومن حيث الجوهر فإن إدارة البنوك بحاجة إلى درس متقن لمدى مساهمة إستراتيجية الانترنت في الحفاظ على تنافسية المؤسسة وربحياتها من عدم حصول زيادة غير مرغوبة بها في بنية المخاطر.²

3/المخاطر التشغيلية: المخاطر التشغيلية هي المخاطر المرتبطة باستخدام التقنيات والأنظمة، الأمر الذي يجعل هذه المخاطر أكثر أهمية بالنسبة للخدمات المصرفية الإلكترونية ،وذلك نظراً للاعتماد الكبير على التقنيات في كافة أوجه تقديم هذه الخدمات وتنشأ مخاطر التشغيل عن عدم التامين الكافي للنظم الناتج عن إمكانية اختراق غير المرخص لهم لنظم حسابات المصرف

¹ نادر الفرد قاحوش ، مرجع سبق ذكره ،ص115

² زهير بشناق،العمليات المصرفية الإلكترونية ، لبنان ، إتحاد المصارف العربية ، 2006، ص224

بهدف التعرف على المقومات الخاصة بالزبائن واستغلالها أو عدم ملائمة تصميم النظم أو إنجاز العمل أو الصيانة وكذلك نتيجة إساءة الاستخدام من قبل الزبائن.¹

4/مخاطر تتعلق بسمعة البنك: تتعلق هذه المخاطر بالتطورات الغير ملائمة التي يمكن أن تتعرض لها البنوك في تقديم خدماتها خلال قنوات التوزيع المصرفية وهذا في غياب شبكة موثوق بها لدعم نشاطاتها وحمايتها في بيئة الانترنت حيث يمكن أن تتعرض سمعة البنوك لأضرار في حالة عدم توفير الخدمات المصرفية عبر الانترنت وفق معايير الأمان والسرية والدقة والاستمرارية والاستجابة الفورية لمتطلبات زبائنها.²

4/المخاطر القانونية: تقع هذه المخاطر في حالة انتهاك القوانين أو القواعد والضوابط المقررة خاصة تلك المتعلقة بمكافحة عمليات غسيل الأموال أو نتيجة عدم التحديد الواضح للحقوق والالتزامات القانونية الناتجة عن العمليات المصرفية الإلكترونية، ومن ذلك عدم وضوح مدى توافر قواعد لحماية المستهلكين في بعض الدول لعدم المعرفة القانونية لبعض الاتفاقيات المبرمة باستخدام وسائل الوساطة الإلكترونية.³

5/ مخاطر الاحتيال عبر الانترنت: مع وجود التجارة والتداول عبر الانترنت تنشأ المخاطر الاحتيال فالتخطيط الغير قانوني للتحايل مثل هجمات المواقع المزورة ورسائل البريد الإلكتروني وتزوير العناوين التي تتطلب إفشاء معلومات سرية وسرقة بيانات الهوية وتصريحات الشركة

¹ محمدديو، إستراتيجية إدارة مخاطر المصرفية الإلكترونية، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الدولي حول وسائل الدفع، معهد العلوم

الاقتصادية وعلوم التسيير بالمركز الجامعي خميس مليانة، يومي 26/27 أفريل 2011، الجزائر، ص 8.

² زهير بشناق، مرجع سبق ذكره، ص 60

³ محمدديو، مرجع سبق ذكره، ص 8.

الخاطئة تعرض المصرف لمخاطر عالية له ولزبائنه، ويجب على المصرف اتخاذ إجراءات مناسبة لمنع حدوث خسائر نتيجة للتعرض للاحتيال عبر الانترنت والقيام بالإجراء المناسب لحماية زبائنها عالميا حينما يحدث ذلك.¹

6/مخاطر فجائية: مثل هذه المخاطر تؤدي إلى مشاكل في السيولة وفي سياسة القروض المصرفية، حيث أن فشل المشاركين في نظام نقل الأموال الإلكترونية أوفي سوق الأوراق المالية بشكل عام في تنفيذ التزاماتهم كالدفع و التسديد حيث يؤدي غالبا إلى توتر قدرة مشارك أو مشاركين آخرين للقيام بدورهم في تنفيذ التزاماتهم في موعدها، وهذا ما يؤدي إلى توتر العلاقات وزعزعت الاستقرار المالي في السوق.²

المطلب الثالث : متطلبات أمن المعلومات المصرفية في بيئة الانترنت

يرجع الفضل في ظهور البنوك الإلكترونية وتطورها إلى التقدم التكنولوجي وثورة المعلومات فقد نشأت انتشرت بفضل هذا التقدم ولكن هناك حقيقة لا يمكن إغفالها وهي أن التقدم نفسه قد يكون السبب الرئيسي وراء القضاء على هذه البنوك ، إذ لم يتم توفر لزيائنها وسائل الحماية والأمان ما يدفعهم للاستمرار التعامل معها ، وهو ما يستدعي اتخاذ جملة من المتطلبات للحفاظ على الاستمرارية و تتمثل متطلبات الأمن الرئيسية للبنوك في بيئة الانترنت في :³

1. الوعي بمسائل الأمن لكافة مستويات الأداء الوظيفي ، الحماية المادية للتجهيزات التقنية ،

الحماية التقنية الداخلية ، الحماية التقنية من المخاطر الخارجية ؛

¹قواعد الخدمات المصرفية الإلكترونية ، مؤسسة النقد العربي السعودي ،إدارة التقنية البنكية ، أبريل 2010، ص17

²صالح مفتاح ، فريدة معارفي ،البنوك الإلكترونية، المؤتمر العلمي الخامس ، جامعة فيلادلفيا ،كلية العلوم الإدارية والمالية، ص15.

³محمد زيدان ، محمد حمو ،مرجع سبق ذكره ، ص7.

2. الأمن الفاعل المرتكز على الاحتياجات المدروسة التي تتضمن الملائمة والموازنة بين

محل الحماية ومصدر الخطر وأداء النظام والتكلفة ؛

3. تمثل بيانات البنوك أموالاً رقمية وحقوقاً مالية وعناصر رئيسية في الائتمان ومنه

فالمطلوب هو وضع إستراتيجية شاملة لأمن معلومات تتناول نظام البنك وموقعه

الافتراضي ؛

4. الرقابة الإلكترونية والتي تركز على الأساليب التكنولوجية للرقابة على المخاطر وفحص

البنوك في بيئة هيكلية تتسم بالانفتاح ؛

5. إن أهم الإستراتيجيات أمن المعلومات هو توفير الكفاءات التقنية القادرة على كشف

وملاحقة الاختراقات وضمان وجود فريق تدخل سريع يدرك ما يقوم به ؛

6. أمن نظام التحويلات المالية الإلكترونية EFT حيث يوجد وسيلتين أساسيتين لتأمين

المعاملات المالية والمصرفية الإلكترونية وهما :

أ- **الأمن البرمجي** : ويعتمد هذا النوع من الأمن على تشفير المعلومات البنكية عن طريق برنامج

خاص يعمل على تشفير المعلومات الخاصة بإتمام عمليات الشراء بحيث لا يمكن قراءتها في حالة

التعرض لها ومن أمثلة هذه البرامج بروتوكول الطبقات الأمنية ، وهو بروتوكول تابع لشركة

Netsca pecommunication corp ويسمح بمعرفة هوية البائعين بل وقد يربك المشتري نفسه

الذي يتعين عليه إرسال رقم بطاقته للبائع على الخط .

ب- **الأمن العتادي**: ويتم هذا النوع من الأمن باستعمال البطاقات الذكية الخاصة بالمستهلك هذه

البرامج المستخدمة لتحقيق الأمن العتادي نجد بروتوكول الحركات المالية الآمنة ، والذي يسمح

لشركتي VISA و MASTER بمعرفة أطراف التبادل من خلال التوقيعات الرقمية .

خلاصة الفصل الثالث

كخلاصة لهذا الفصل يمكن القول لتكنولوجيا المعلومات والاتصال لها تأثير كبير على المصارف، و ذلك من خلال بروز أشكالاً جديدة من المنتجات والخدمات المصرفية في مختلف مجالات العمل البنكي، كعمليات الصيرفة الالكترونية ومختلف وسائل الدفع الإلكتروني كالبطاقات الائتمان البنكية وخدمات الصراف الآلي ATM وتقديم الخدمات المصرفية عبر الإنترنت ، الشيكات الإلكترونية ، البنوك الإلكترونية ، ... إلخ

ومن خلال ما تم التطرق إليه في هذا الفصل يمكن القول أن ظهور تكنولوجيا المعلومات والاتصال خلقت فجوة واسعة بين تنفيذ مختلف العمليات المصرفية باستخدام الوسائل الإلكترونية بدلا من استخدام الورق وكذلك هناك مجالات متعددة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحديث الخدمات المصرفية إضافة إلى استخدام أنظمة اتصالات متطورة بين البنوك بمختلف فروعها من جهة ونقاط التوزيع تلك الخدمات من جهة أخرى الذي من شأنه أن يخفض تكاليف لهذه الخدمات ويرفع من كفاءتها.

كما أنه بالرغم من هذه المزايا التي تقدمها تكنولوجيا المعلومات والاتصال للمصارف إلا أنه تصحب هذه المزايا مخاطر التي يجب أخذها بعين الاعتبار من خلال طرق أمنية فعالة ومحكمة

الفصل الرابع :واقع تكنولوجيا المعلومات والإتصال في النظام المصرفي الجزائري

تمهيد :

عرف النظام المصرفي الجزائري منذ نشأته إلى يومنا هذا عدّة تحولات، وقد شرعت الجزائر بإصلاحات شاملة تشمل إصلاح المنظومة المالية والبنكية والتحضير للاندماج في الاقتصاد العالمي، ومع التطورات الهامة التي تطرأ على الاقتصاديات الوطنية من جهة ومع التحولات العميقة التي شهدتها المحيط المالي الدولي من جهة ثانية، عملت المصارف الجزائرية على تطوير إمكانياتها ووسائل عملها من أجل جمع المعلومات من مختلف المصادر وتوجيهها نحو أفضل الاستعمالات الممكنة وعليه فإن الجهاز المصرفي الجزائري هو أحد العناصر الاقتصادية الهامة فهو مرآة عاكسة للتنمية الاقتصادية. وبالتالي فالبنوك هي المعبرة فعلا عن تقدم النظام الاقتصادي وتدهوره وعليه كل خطوة تخطوها الجزائر في ميدان الإصلاحات لابد أن ينعكس ذلك على النظام البنكي من حيث التنظيم والأداء.

حيث أدت ثورة الاتصالات والمعلومات في عصر التطورات المتلاحقة إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع البنكي، خاصة تقديم خدمات مصرفية ومالية متطورة ومتنوعة بالاعتماد على ما أنتجته التكنولوجيا وثورة المعلومات من وسائل حديثة متطورة.

وعليه من خلال هذا الفصل سنحاول إبراز واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع المصرفي وتأثيره على نظام النقدي الجزائري :

- المبحث الأول : تطور القطاع المصرفي الجزائري؛

- المبحث الثاني : دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحديث النظام المصرفي الجزائري؛

- المبحث الثالث : النظام النقدي الإلكتروني في الجزائر.

المبحث الأول : تطور القطاع المصرفي الجزائري

يعود إنشاء الجهاز المصرفي في الجزائر إلى القرن 19 وكان يشبه النظام الفرنسي بغرض خدمة مصالح المالية فكل البنوك الموجودة في الجزائر آنذاك عبارة عن فروع للبنوك الفرنسية خاصة كانت عامة أو مختلطة ولكن بعد الاستقلال وتأميم النظام المصرفي فقد قسم إلى دائرة المنشآت المصرفية والمالية : «دائرة المنشآت الادخارية الاستثمارية ،بالإضافة إلى قطاعات خدمية أخرى مثل بنك البركة الإسلامي.وعليه سنتطرق من خلال هذا المبحث إلى مختلف مراحل تطور النظام المصرفي وأهم الإصلاحات التي مر بها .

المطلب الأول : مراحل تطور النظام المصرفي في الجزائر

قبل الاستقلال تميز النظام المصرفي الجزائري بوجود عدد من بنوك أجنبية كانت تخدم مصالح الاحتلال الفرنسي، والتي أثبتت ترددها في تمويل الاقتصاد الجزائري، لذا بذلت الجزائر كل مجهود لاسترجاع سيادتها المالية والنقدية، وبعد الاستقلال ورثت الجزائر نظاما بنكيا واسعا ومتنوعا، قائم على أساس نظام اقتصادي ليبرالي تابع للمستعمر وفيما يلي نبرز أهم المراحل التي مر بها النظام البنكي الجزائري:

أولا. مرحلة الانطلاق وإنشاء البنك المركزي الجزائري

يعرف النظام المصرفي بأنه مجموعة المصارف العاملة في بلد ما وهو يضم مجمل النشاطات التي تمارس بها عمليات مصرفية ،وخاصة تلك المتعلقة بمنح الائتمان ، وهو يشمل الجهاز المصرفي

والمنشآت المالية المتخصصة والسلطات المسؤولة عن السياسة النقدية أي البنك المركزي والخزينة العامة¹.

وكانت نتيجة هذا المجهود ظهور ازدواجية نظامين بنكيين، واحد قائم على أساس ليبرالي والآخر قائم على أساسا اشتراكي تابع للدولة².

اتخذت الجزائر في هذه المرحلة مجموعة من الإجراءات التي تسعى من خلالها فرض سيادتها، فتم فصل الخزينة العامة للجزائر عن الخزينة الفرنسية في 1962/8/29³، وتم إنشاء البنك المركزي الجزائري بموجب القانون رقم 62-144 الذي اقره المجلس التأسيسي

في 1962 /12/13 كمؤسسة عمومية تتمتع بالشخصية المدنية والاستقلال المالي، وذلك ليحل ابتداء من 1963 /01/01 محل البنك الجزائري الذي أسسته فرنسا أثناء الفترة الاستعمارية بمقتضى قانون أوت 1851.

وقد خول للبنك المركزي عدة مهام نذكر منها مايلي :

- ممارسة احتكار الإصدار النقدي؛
- دور مصرفي خزينة؛
- تسيير احتياطات العملة الدولية؛
- متابعة السيولة أدى البنوك الأولية(البنوك التجارية).

وهناك انشغالين أساسيين في المهمة المسندة للبنك المركزي هما :

¹ عبد الله خبابة ، الاقتصاد المصرفي " البنوك الإلكترونية ، البنوك التجارية ، السياسة النقدية ، الإسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة ، 2008، ص 179.

² - شاكركزويني، محاضرات في اقتصاد البنوك، بن عكنون الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، بدون سنة نشر، ص55.

³ - بلعزوز بن علي، محاضرات في النظريات والسياسات النقدية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثالثة ، 2008، ص173.

1- ضرورة تقنين العمليات المخولة للبنك المركزي مع منح الحكومة الوسائل التي تمكنها من المراقبة؛

2- ضمان استقرار إدارة البنك التي يجب أن تتمتع بنفس الوقت بالاستقلالية الضرورية لممارسة صلاحياتها¹.

وتميزت هذه المرحلة بتأسيس البنك الجزائري للتنمية عام 1963، إصدار الدينار الجزائري كعملة وطنية في 10/10/1964، وتأسيس الصندوق الوطني للادخار والاحتياط في 20/8/1964².

وقد تم في هذه المرحلة تأمين البنوك الأجنبية وميلاد بنوك تجارية عمومية جزائرية تتمثل فيما يلي :

✓ تأسيس البنك الوطني الجزائري (BNA) بالمرسوم رقم 178/66 المؤرخ في 13/06/1966؛

✓ تأسيس القرض الشعبي الجزائري (CPA) بالمرسوم رقم 336/66 المؤرخ في 14/05/1966؛

✓ تأسيس البنك الخارجي الجزائري (BEA) بالمرسوم رقم 204/67 المؤرخ في 19/10/1967.

وهذه البنوك كل واحدة منها تخصصت في مجالات معينة من النشاط الاقتصادي³.

ثانيا . مرحلة التدخل عن طريق قانون المالية لسنة 1971

في هذه المرحلة أصبح النظام البنكي يركز على ثلاث نقاط أساسية تتمثل في :

¹ - محفوظ لعشب، الوجيز في القانون المصرفي الجزائري، بن عكنون، الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية ، 2006، ص13.

² - شاكر القزويني، مرجع سبق ذكره، ص56.

³ - باعزوز بن علي، مرجع سبق ذكره، ص174.

1. نزع تخصص البنوك؛

2. مركزيتها؛

3. هيمنة الخزينة العمومية التي أصبحت تلعب دور الوسيط المالي.

وقد نتج عن هذا الإصلاح فقدان البنك المركزي لمهامه الأساسية حيث أصبح وزير المالية هو المسؤول على تحديد سعر الفائدة وكشف العمولات المستحقة للبنوك الناجمة عن عملية الإقراض¹. تم إعادة هيكلة كل من البنك الوطني الجزائري، القرض الشعبي الجزائري في فترة 1987 و1979، ليتم تأسيس بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وبنك التنمية المحلية. لم تأخذ هذه الإصلاحات المالية نجاعتها، لهذا أصبح الإصلاح للمنظومة المالية لازما، وقد شرع في هذا الإصلاح سنة 1986 بالمصادقة على نظام البنوك والقرض وكذا القانون المتعلق بتوجيه المؤسسات العمومية²، والذي سنتطرق إليه في المرحلة الموالية.

ثالثا. مرحلة التدخل التشريعي بقانون 86-12 المتعلق بنظام البنوك والقرض

صدر نظام البنوك والنقد 12/86 بتاريخ 1896/08/19، لتطوير وتجديد كيفية سير الجهاز البنكي، بموجب هذا القانون استعاد البنك المركزي دوره كبنك للبنوك، كما تم الفصل بين البنك المركزي كملجأ أخير للإقراض وبين نشاطات البنوك التجارية³. ووفقا لهذا القانون فإن البنك المركزي ومؤسسات القرض يعدان مؤسستين عموميتين لهما الشخصية المعنوية والاستقلال المال، وينجزان العمليات البنكية على سبيل الاحتراف، ورأسمالهما مملوكان للدولة أو لبعض أعضائها.

¹ - محفوظ لعشيب، مرجع سبق ذكره، ص ص 17-18.

² - محمود حميدات، مدخل للتحليل النقدي، بن عكنون، الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية، ط3، ، 2005، ص 137.

³ - الطاهر لطرش، تقنيات البنوك، طم بن عكنون، الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية، ، 2007، ص 194.

1.البنوك : يعد بنك كل مؤسسة قرض تعمل لحسابها الخاص بحيث يخضع النشاط البنكي لقواعد القانون التجاري.

2.مؤسسات القرض المتخصصة : تعد كل مؤسسة قرض متخصصة كل مؤسسة يكون قانونها الأساسي لا يسمح لها بجمع الأموال ولا تمنح قروض إلا في إطار موضوع نشاطها.

وجاء المخطط الوطني في القانون 12/86 ليكون أداة تطبيق السياسة التي تقررها الحكومة في مجال جمع الموارد، ترقية الادخار، وتمويل الاقتصاد، بحيث يساهم البنك المركزي ومؤسسات القرض في دراسة الأهداف الشاملة الخارجية والداخلية، إعداد وتنفيذ ومتابعة المخطط الوطني للقرض ووضع الآليات الفنية ونمط انجاز الأهداف المالية والنقدية المسطرة .

يقوم المخطط الوطني للقرض بتحديد :

- حجم القروض الخارجية المجندة؛
- مستوى تدخل البنك المركزي لتمويل الاقتصاد؛
- كيفية ونمط تسيير مديونية الدولة؛
- حجم وطبيعة القروض الداخلية والقروض التي تمنحها كل مؤسسة قرض¹.

وقد شهدت هذه المرحلة إصلاحات سنة 1988، وجاء هذا الإصلاح لتدعيم قانون 12/86 كحد لهيمنة تدخل الدولة في الشؤون الاقتصادية ومحاولة إعطاء ديناميكية جديدة لآليات التمويل، وقد شرعت الجزائر منذ 1988 في تطبيق برنامج إصلاحي واسع مسّ جميع القطاعات الاقتصادية، ونص القانون 88-06 المؤرخ في 12/1/1988 على استقلالية المؤسسات المصرفية والمالية، وأن الدولة ليست مسؤولة على التزامات المؤسسات العمومية الاقتصادية، ولكن يلاحظ تراجع تطبيق

¹ - محفوظ لعشيب، مرجع سبق ذكره، ص ص21-22.

القواعد التجارية، فهي مازالت تخضع لوصاية وزارة المالية¹. ويهدف قانون 88-06 إلى إصلاح

المنظومة المصرفية وفق المتغيرات الجديدة التي تطرأ على الاقتصاد الوطني وذلك من خلال :

- تأكيد دور البنك المركزي في الإشراف على السياسة النقدية وتوجيهها؛
- تحديد الحد الأعلى للقروض البنكية الموجهة لتمويل الاقتصاد الوطني؛
- السماح للبنوك العمومية بتقديم القروض المتوسطة والطويلة الأجل في إطار مخطط القرض؛
- عدم إجبار المؤسسات بمبدأ إلزامية التوطين البنكي؛
- إلغاء النظام الخاص برخص الاستيراد وتعويض بنظام ميزانية العملة الصعبة².

رابعا. قانون 90-10 المتعلق بالنقد والقرض

صدر هذا القانون بعد التعديل الدستوري لسنة 1989 والهدف من هذا التنظيم : وضع حد

أدنى للتدخل الإداري في القطاع المالي؛ إعادة تأهيل دور البنك المركزي في تسيير شؤون النقد والقرض؛ تولي مجلس النقد والقرض لإدارة البنك المركزي وتسيير مجلسه؛ حماية الودائع وترقية الاستثمار الأجنبي؛ تخفيض المديونية وإدخال منتجات مالية جديدة؛ تخفيض الديون؛ إقامة نظام مصرفي قادر على اجتذاب وتوجيه مصادر التمويل؛ تنظيم ميكانيزم إنشاء النقود وتنظيم مهمة الصيارفة³.

جاء أول تعديل لقانون النقد والقرض 90/10 والمتمم له من خلال الأمر الرئاسي رقم 01/01 المؤرخ في 27 /2/ 2001 ومسّ هذا التعديل بصفة مباشرة الجوانب الإدارية في تسيير البنك المركزي فقط دون المساس بمواد القانون المطبقة.

¹ - ياسين الطيب ، النظام المصرفي الجزائري في مواجهة تحديات العولمة المالية، مجلة الباحث، الجزائر، العدد الثالث، 2003، ص53.

² - عبد القادر بريس ، التحرير المصرفي ومتطلبات تطور الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2005-2006، ص55.

³ - محفوظ لعشيب، مرجع سبق ذكره، ص25-30، ص40.

بموجب هذا القانون تم إنشاء بنوك أجنبية أو خاصة أو مختلطة وقد تنوعت وتعددت هذه البنوك على مستوى القطاع البنكي بحيث أصبح العمل البنكي يتم في إطار المراقبة، وتجسد ذلك بإنشاء اللجنة البنكية التي تسهر على حسن سير وتطبيق واحترام التشريعات والقوانين البنكية.

ومع بداية تطور النظام البنكي وإعطاء الدينامكية اللازمة التي تمكنه تبني أسس المنافسة، وفي الوقت الذي ظهرت فيه علامات التفاؤل على المهنيين والمتعاملين الاقتصاديين على التمتع التدريجي للبنوك الخاصة الوطنية والأجنبية وبدأت حصتها السوقية في النمو، وفي هذه الفترة تزعزع القطاع الخاص بحدوث أزمة بنك الخليفة والبنك الصناعي والتجاري في سنة 2003، وكانت هذه الأزمة بمثابة صدمة شهدتها القطاع البنكي الخاص في الجزائر. وجاء الإعلان عن إفلاس البنكين ليعيد الوضع إلى نقطة البداية، ونتج عن هذا تزعزع ثقة الجمهور والمتعاملين الاقتصاديين في القطاع البنكي الخاص الوطني والأجنبي بشكل عام، وتراجعت المنافسة في السوق البنكية الجزائرية وعادت هيمنة البنوك العمومية على النشاط البنكي.¹

فبعد الخسارة التي تحملتها خزينة الدولة بسبب إفلاس بنك الخليفة والبنك الصناعي والتجاري كان سبب كافي بالنسبة للسلطات العمومية إعادة النظر في التشريع البنكي الأمر الذي استدعى:

تعديل قانون النقد والقرض 10/90 بالأمر 11-03 الصادر في 20/8/2003 وذلك بمراجعة القوانين والتشريعات التي تنظم العمل البنكي وإخضاع النظام البنكي إلى القواعد والمعايير البنكية والاستمرار في تعميق مسار الإصلاحات؛ ومن الملاحظ أنه رغم هذا التصريح إلا أن هذا التعديل مازال غير ساري المفعول.²

¹ - بریش عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص68، ص70.

² - عبد الوهاب بوكروخ، مقال بعنوان، الحكومة تعدل قانون النقد والقرض وفقا لقواعد الشريعة الإسلامية، جريدة الشروق، العدد 2930، 11 ماي 2010، ص3.

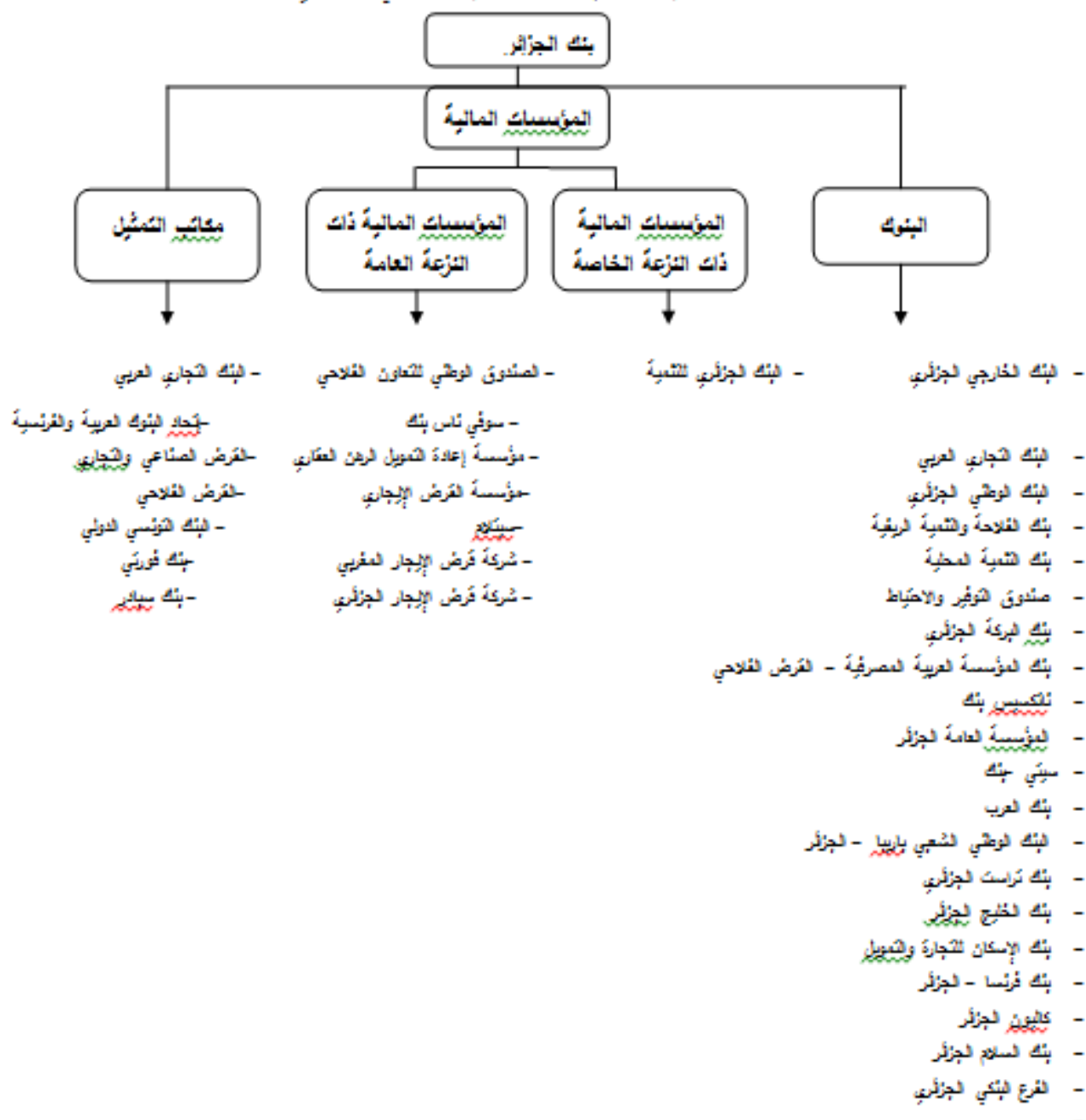
المطلب الثاني : أنواع المصارف في الجزائر

بعد الإصلاحات وتأمين البنوك أصبحت تنشط بنوك عمومية وبنوك أجنبية في السوق المصرفي الجزائري وتغير الهيكل التنظيمي المصرفي .

أولا . أنواع المصارف في النظام المصرفي الجزائري

بعد الإصلاحات التي قامت بها الجزائر أصبحت تملك جهاز مصرفي واسع يحتوي على(28) بنكا تجاريا من بينها (8) مؤسسات مالية، ويوجد (7) مكاتب تمثيل، وهذا إلى غاية 2011/4/10. والشكل الموالي يوضح هيكل النظام البنكي :

الشكل رقم (1-IV): هيكل النظام المصرفي الجزائري

المصدر: www.bank-of-algerie2012, consulté le 15/06/2012, .dz

1. البنك المركزي

تأسس البنك المركزي الجزائري بموجب القانون رقم 62-144 الذي أقره المجلس التأسيسي في 13/12/1963، ويعرف البنك المركزي على أنه مؤسسة وطنية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي. وبموجب قانون رقم 10/90 الصادر في 14/4/1990 بصيغته المعدلة والمكملة المتعلقة بالنقد والقرض تم إعادة الصياغة الكاملة لهيأة النظام البنكي الجزائري. وأصبح البنك المركزي الجزائري يتعامل مع غيره باسم البنك الجزائري بعد صدور هذا القانون¹؛ يمثل البنك الجزائري قمة النظام البنكي باعتباره الملجأ الأخير للإقراض وبنك الإصدار الوحيد على المستوى الجزائري، وهو المسؤول عن السياسة النقدية ومن مهامه تقديم السيولة المتاحة للبنوك والخزينة العمومية. يتكون البنك الجزائري من :

أ- البنوك : يعرف البنك حسب القانون 88-06 لـ 12 جانفي 1988 على أنه : " مؤسسة اقتصادية تملك الشخصية المعنوية التجارية تتعامل مع الآخرين على أساس قواعد تجارية، تخضع لمبدأ التنظيم والانسجام في معاملاتهم مع المحيط الخارجي، تكون محررة من كل القيود، ولها الحرية في تمويل المشاريع". ويجب أن يكون البنك مسجل ضمن قائمة البنوك بواسطة اعتماد يصدر في الجريدة الرسمية علاوة على السجل التجاري، ليصبح كبنك مسجل ويتحدد ذلك في الجزائر وفقا لقانون 10/90 المؤرخ في 19 رمضان 1410 هـ الموافق لـ 14 أفريل 1990 والمعدل والمتمم بالأمر 01-01 المؤرخ في 04 ذي الحجة 1421 الموافق لـ 27 فيفري 2001. هدف البنك الأساسي هو إقراض الأموال بمعدل فائدة معين لإقراضها من جديد وإيداع الأموال الخاصة بعدة

¹ -<http://www.bank-of-algeria.dz>, consulté le 20/04/2012

أشكال أو استثمارها بمعدل أعلى من معدل الاقتراض، كما يقوم بتقديم أنواع مختلفة من الخدمات لزيائته مقابل فائدة أو عمولة¹. تنقسم البنوك إلى بنوك تجارية عمومية، بنوك خاصة

- **البنوك التجارية العمومية** : تتمثل في البنوك المملوكة للدولة وهي تهيمن على القطاع،

ورغم أن النظام البنكي انفتح كثيرا بعد صدور قانون النقد والقرض إلا أن البنوك العمومية

الوطنية بقيت تهيمن على القطاع حيث تمتلك ما يقارب 90% من الموارد و تمنح 95% من

القروض ويعود انخفاض حصة البنوك الخاصة إلى عدة عوامل نذكر منها ما يلي :

- القطاع البنكي الخاص حديث النشأة؛

- البنوك والمؤسسات المالية الأجنبية بقيت تنتظر السياسة الإصلاحية المتبعة من الدولة

الجزائرية عموما ؛

- تركيز القطاع البنكي الخاص الوطني على تمويل عمليات التجارة الخارجية ذات الربح

السريع، وتمويل الصادرات² تتمثل البنوك التجارية العمومية في :

- **البنك الوطني الخارجي (BNA) : Banque Nationale d'Algérie** تأسس البنك الوطني

الجزائري في 13/06/1966 ويعتبر أول البنوك التجارية التي تم تأسيسها في الجزائر

المستقلة؛

- **القرض الشعبي الجزائري (CPA) : Crédit Populaire d'Algérie** تم تأسيسه في 10/05/

1966 وهو ثاني بنك تجاري يتم تأسيسه في الجزائر؛

¹ - ياسين الطيب ، مرجع سبق ذكره، ص ص49-50.

² - بطاهر علي، إصلاحات النظام المصرفي الجزائري وأثارها على المدخرات والتنمية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، تخصص تحليل اقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2005-2006، ص42، ص50.

- البنك الخارجي الجزائري (BEA) Banque Extérieure d'Algérie : تأسس في 1967/10/01¹

- بنك التنمية الفلاحية (BDL) Banque de Développement Local : تأسس هذا البنك في الجزائر قبل الشروع في مرحلة الإصلاحات كان ذلك في 30 /04/ 1985؛

- البنك الفلاحي للتنمية الريفية _ Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR) : تم تأسيسه في 01/03/ 1982، وكان يهتم بتمويل القطاع الفلاحي والأنشطة المختلفة بتطوير الريف؛

- الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط Caisse National d'Epargne et de Prévoyance (CNEP) : تم إنشاؤه في 10/08/ 1964، ويدير الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط ثلاث أنواع من الموارد : أموال الادخار، أموال الهيئات العمومية، أموال منتسبي الهيئات المحلية والمستشفيات².

- البنوك الخاصة : وتشمل :

• البنوك الأجنبية : ونذكر منها :

- سيتي بنك (Citi Bank) يعتبر من أكبر البنوك العالمية في ميدان تسيير أسواق الصرف، تم تأسيسه في 18/5/ 1998 ؛

- المؤسسة العامة الفرنسية : Société Générale تم تأسيسها بالجزائر في 15 /4/ 1998؛

¹ - الطاهر لطرش، مرجع سبق ذكره، ص 188-189.

² - شاكر القزويني، مرجع سبق ذكره، ص 60، ص 62، ص 66.

- البنك العربي الأردني الجزائري: ARAB Bank مقرها عمان تحصل على الاعتماد في 11/15/2001؛

- بنك ناتكسيس : Natixis Bank تم إنشاؤه في 27/10/1999؛

- البنك الوطني الشعبي باريس - الجزائر : BNP Paribas تأسس في 31/01/2002¹ ؛

- بنك المؤسسة العربية المصرفية - الجزائر : Arab Banking Corporation (ABC) مقرها

البحرين وهو أول بنك دولي خاص في الجزائر تم إنشاؤه في 20/09/1989، بلغ رأسمالها في ديسمبر 2009 بـ 10 مليار د.ج.²؛

- بنك الإسكان للتجارة والتمويل: The Housing Bank for Trade and Finance بدأ مزاولة

نشاطه في الجزائر 8/11/2003 بلغ رأسماله 1.300.000.000 د.ج في 10/11/2009³ ؛

- بنك الخليج الجزائري AGB Gulf Bank Algeria أنشأ في مارس 2004 برأسمال

10 مليار دج وهو عبارة عن شركة مساهمة ويضم 60 وكالة تقريبا على مستوى الوطني.

• البنك المختلط : ويتمثل في :

- بنك البركة الجزائري : Banque Al Baraka Algérie تم إنشاؤه في 20/5/1991، ويعتبر أول

بنك مختلط (خاص، عام) بمساهمة بنك الفلاحة والتنمية الريفية الجزائري وبنك دلاء البركة

السعودي، وأول بنك إسلامي في الجزائر قدر رأسماله في سنة 2009 بـ 10 مليار د.ج.⁴.

ب- المؤسسات المالية : وتنقسم إلى مؤسسات مالية خاصة وأخرى عامة :

¹ - جيلالي أحمد مسري، نشأة وتطور النظام المصرفي في الجزائر، مذكرة ماجستير، غير منشورة، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، دمشق، أكتوبر 2007، ص 63.

² <http://www.arabbanking.com.dz/fr/about/background.asp> 20/4/2012

³ www.algeria.hsbc.com/presentation 20/4/2012

⁴ - <http://www.albaraka-bank.com> 20/4/2012

* المؤسسات المالية ذات النزعة الخاصة: في الجزائر تنشط مؤسسة مالية واحدة متخصصة وهي:

- البنك الوطني للتنمية: **Banque de Développement Local (BDL)** تأسس في 7 / 5 / 1963.

* المؤسسة المالية ذات النزعة العامة :¹

- الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي **Caisse National de Mutualité Agricole (CNMA)**

- سوفي ناس بنك **Sofinance**

- مؤسسة إعادة تمويل الرهن العقاري **Société de Refinancement Hypothécaire (SRH)**

- مؤسسة القرض الإيجاري **Société de Crédit Bail**

- سيتلام **Cetelem**

- قرض الإيجار المغربي **Maghreb Leasing**

- قرض الإيجار الجزائري **Leasing Algérie**

ت - مكاتب التمثيل : وهي سبعة تتمثل في :

- البنك التجاري العربي **British Arab Commercial Bank**

- إتحاد البنوك العربية الفرنسية **Union des banques Arabes et Françaises**

- القرض الصناعي والتجاري **Crédit Industriel et Commercial (CIC)**

¹ - <http://www.bank-of-algeria.dz> 14/02/2012

- القرض الفلاحي Crédit Agricole

- البنك التونسي الدولي Tunis International Bank

- بنك فورتي Fortis Bank

- بنك سبادال Banque Sabadell.

المطلب الثالث : واقع النظام المصرفي في الجزائر

منذ أكثر من عشرة سنوات شرعت الجزائر في إطار الإصلاحات الإقتصادية الشاملة في إصلاح منظومتها المالية والمصرفية ، إستعدادا للتحويل نحو إقتصاد السوق وتحضيرا للإندماج في الإقتصاد العالمي وفي هذا المجال تم إصدار العديد من التشريعات أبرزها القانون رقم 88 - 06 والقانون 90-10 المعدل والمتمم بأمر 11/03 فضلا عن تعليمات وتنظيمات بنك الجزائر المتعددة .

أولا. خصائص النظام المصرفي : يتسم النظام المصرفي في الجزائر بـ :¹

1. تعامل البنوك العمومية في معظمه يركز على منح القروض للمؤسسات الاقتصادية؛
2. تقديم خدمات بنكية تقليدية، بحيث الخدمات التي تقدمها لزيائنها ضعيفة، ففي الوقت الذي تقدم فيه البنوك الدولية أكثر من 360 خدمة لزيائنها، فإن البنوك الجزائرية لا تصل حتى إلى مستوى خدمات باقي الدول النامية والمقدرة بـ 40 خدمة؛

¹ سليمان ناصر، تأهيل المؤسسة المصرفية العمومية بالجزائر الأسلوب والمبررات، الملتقى الدولي حول متطلبات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة حسنية بن بوعلي بشلف، يومي 17 و 18 أفريل 2006، ص ص593-594.

3. سيطرت القطاع العمومي على السوق البنكية حيث يبلغ عدد البنوك الجزائرية والتي تشكل النظام البنكي الجزائري 20 بنكا تجاريا و 8 مؤسسات مالية و 7 مكاتب تمثيل، وإذا كانت البنوك العمومية تتمثل في 6 بنوك، فإن بقية البنوك هي إما ملكية أجنبية مطلقة أو ملكية جزائرية خاصة مختلطة مع الملكية الأجنبية، وبالرغم من العدد الكبير للبنوك الخاصة والأجنبية إلا أن السيطرة شبه مطلقة للبنوك العمومية على القطاع البنكي الجزائري، إذ تستحوذ هذه البنوك على 90 % من إجمالي الودائع وتمنح 95 % من إجمالي القروض الممنوحة في السوق البنكية الجزائرية ؛
4. انحصار المنافسة في السوق المصرفية الجزائرية بين البنوك العمومية : لقد تبين مما سبق أن المنافسة غير قائمة بين البنوك العمومية والبنوك الخاصة بسبب السيطرة شبه الكلية للأولى على السوق البنكية الجزائرية، إلا أن هذه المنافسة بقيت قائمة بين البنوك العمومية نفسها، خاصة في ظل قانون النقد والقرض رقم (10/90 الصادر في 14/04/1990) الذي فتح المجال أمام هذه البنوك لتمويل مختلف القطاعات الاقتصادية وممارسة كافة الأنشطة البنكية طبقا لمبدأ الشمولية. كما يلاحظ أن هذه المنافسة تقتصر حاليا على بعض المجالات فقط نذكر ما يلي :
- المنافسة على كسب أكبر حصة من السوق لاستحواذ على أكبر قدر من الموارد ومنح أكبر حجم من القروض، وتشتد المنافسة في هذا المجال خاصة بين البنوك الثلاثة : CNEP-Banque, BEA, BNA؛
 - الاشتراك في نظام السحب الآلي للنقود بالبطاقة ما بين البنوك CIB التي تشرف عليه شركة SATIM وبدأ العمل به سنة 1995، حيث يضم هذا النظام البنوك العمومية الستة إضافة إلى مركز صكوك البريد الأعضاء هم من البنوك العمومية.
5. التركيز على التمويل قصير الأجل خاصة للتجارة الخارجية : تركز البنوك العمومية على التمويل قصير الأجل بالرغم من أن قانون النقد والقرض 10 / 90 فتح لمجال الشمولية تقديم القروض مختلفة

الآجال، كما أن هذا التمويل يتوجه أساساً إلى التجارة الخارجية رغم أن القانون السابق فتح لها مجال الشمولية أيضاً لتمويل مختلف القطاعات.

ولقد أدت هذه الوضعية تهديد الاستثمار المنتج بالجزائر بصورة حقيقية على حساب إنتاج مستورد ذي قيمة مضافة متواضعة بالنسبة للاقتصاد، وهو ما سبب صعوبات كبيرة بالنسبة للمستثمرين، بدليل أن ثلثي القروض الممنوحة في السوق البنكية الجزائرية، موجهة للاستيراد بدل الاستثمار¹؛

6. ضعف الادخار بسبب انخفاض معدلات الفائدة وتوفير الاستثمارات المربحة في السوق السوداء، بالإضافة إلى التهرب الضريبي، وهذا ما يؤثر سلبيًا على تنمية موارد البنوك التجارية؛

7. ضعف كفاءات أداء العنصر البشري وعدم قدرته على استعمال الأساليب والأدوات المتطورة، مما أثر على طريقة تسيير البنوك، في ظل عدم وجود برامج جادة للتدريب والتطوير، مثلاً الوسائل الخاصة بالنشاط البنكي كتسيير وسائل الدفع، وتسيير علاقات مع الزبون؛

8. نقص الوسائل المادية مقارنة بالاحتياجات الفعلية، مما يؤدي إلى الممارسة الغير السليمة للعمليات البنكية، ومحدودية نظام الإعلام الآلي الذي يمتاز بقلّة الفعالية مع الأوضاع الاقتصادية الراهنة؛

9. ثقل البيروقراطية في المعاملات البنكية، ففي الوقت الذي تستغرق فيه دراسة طلب قرض عدة شهور وقد يتجاوز السنة في البنوك العمومية خاصة فهي لا تستغرق أسبوعاً في بنوك أجنبي في الجزائر؛

¹ - سليمان ناصر، تأهيل المؤسسة المصرفية العمومية بالجزائر الأسلوب والمبررات، الملتقى الدولي حول متطلبات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة حسينية بن بو علي بشف، يومي 17 و 18 أفريل 2006، ص 593-594.

ثانيا .التحديات التي تواجه النظام المصرفي الجزائري

لقد أصبحت البيئة البنكية تنسم بالمنافسة في مجال الخدمات والمنتجات البنكية، استخدام التكنولوجيا الحديثة، نظم المعلومات، وتأهيل الإطارات البشرية والإدارية وتطوير أساليب الرقابة، والتي أصبحت تشكل تحديات للبنوك التي تسعى للنمو والبقاء. ومن بين هذه التحديات التي يواجهها القطاع البنكي هي:¹

أ- التحديات الداخلية : وتشمل واقع البنوك الجزائرية نفسها، على سبيل المثال :

✓ ضعف منظومة الاتصال بين مختلف المصالح، مما يصعب من التنسيق والتعاون بينهم بسبب انعدام التفاهم بين العاملين بالبنوك خاصة بين الإطارات والعمال. كما أن صعوبة تدفق المعلومات بالكمية المناسبة وفي الوقت المناسب ينعكس سلبا على عمليات اتخاذ القرار؛

✓ القيود القانونية : وهي مجموعة النصوص القانونية والتشريعية، والتعليمات التنظيمية التي تؤطر القطاع البنكي، بحيث لا تلمس في الواقع الاستقلالية والتعاملات على أساس المر دودية التي ينص عليها قانون 88-06 المعدل والمتمم له 86-12، بل نجد الواقع العملي يتميز بالتدخل الدائم للدولة في توجيه سياسات البنوك التجارية.

ب- التحديات الخارجية: تتمثل في التحديات التي يواجهها النظام البنكي الجزائري في التغيرات السريعة في المحيط الدولي الذي تتعامل معه. ومن بين ابرز هذه التحديات مايلي :

✓ ظاهرة العولمة : خاصة عولمة الخدمات البنكية التي تؤثر مباشرة على أداء البنوك التجارية، غير أن الآثار السلبية هي بمثابة التحدي الحقيقي لظاهرة العولمة؛

¹ - محمد شكرين، بطاقات الانتماء في الجزائر، مذكرة ماجستير غير منشورة، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2005-2006، ص ص141-142.

✓ ظاهرة البنوك الالكترونية : تعد هذه البنوك تحد من الدرجة الأولى للنظام البنكي الجزائري والذي عليه مواجهتها بكل الظروف والوسائل اللازمة وبجدية. وتتميز البنوك الالكترونية بقدرتها الفائقة والسريعة جدا على تقييم الخدمات البنكية في أي وقت (24/24 ساعة).

المبحث الثاني : دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحديث النظام

المصرفي الجزائري

ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين النظام المصرفي والعمليات المصرفية من خلال التطرق إلى نظام المدفوعات الكبير والمقاصة الإلكترونية كما حاولنا التطرق إلى أهمية النظام النقدي الإلكتروني أصبحت الانترنت اليوم مرادفة لعصر جديد لتوزيع المنتجات والخدمات المالية، بفضل الاتصال المباشر مع الزبون الذي يصل إلى المعلومة دون المرور بوسيط، الشيء الذي يفرض على البنوك ديناميكية أخرى في مجال المنافسة، عن طريق المعرفة بتكنولوجيات التسويق عبر الانترنت، تتمثل هذه الطريقة في تقديم الخدمة فرصة تسويقية تسمح بإنشاء علاقة حوارية تمكن من الوصول إلى الزبون لم يكن باستطاعته الوصول إليه من قبل، وتسمح هذه الطريقة بتوطيد العلاقة مع الزبائن، كما أنها تمثل فرصة تجارية تمكن المؤسسات البنكية من البروز بإعطائها قيمة لشبكاتها التجارية وعلى ضوء ما بق سنحاول من خلال هذا المبحث معالجة واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النظام المصرفي الجزائري كما سنتطرق إلى النظام النقدي الإلكتروني في الجزائر .

المطلب الأول : البنية التحتية لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالجزائر

عرف قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر تأخرا كبيرا إلا أنه في السنوات الأخيرة ومع بداية الخصخصة والتحرير وعصرنة القطاعات بدأ قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال يشهد تطورا ملحوظا وبارزا لاسيما في مجال الهاتف النقال وشبكة الأنترنت.

أولا . الأنترنت في الجزائر

دخلت الجزائر عالم الأنترنت سنة 1993 عن طريق مركز البحث والإعلام العلمي والتقني CERIST¹ والذي أنشأ في افريل 1986 من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، حيث انحصر دوره الأساسي في العمل على إقامة شبكة معلوماتية وطنية وربطها بالشبكة الدولية، ثم صدر المرسوم الوزاري 256 لعام 1998 الذي أنهى احتكار هذه الخدمة من طرف الدولة والسماح للشركات الخاصة بتقديم خدمات الأنترنت وذلك شريطة توفر الجنسية الجزائرية في مقدمي الخدمة، وفي عام 1998 ظهرت أولى شركات التزويد الخاصة كما شهدت ارتفاعا لأعداد مقدمي الخدمة إلى 100 شركة، مما أدى إلى تحرير قطاع الاتصالات بشكل كبير.

ورغم زيادة عدد مقدمي الخدمة إلا أن استخدامات الأنترنت بقي ضعيفا وذلك بسبب غياب الوعي بأهمية هذه الشبكة لدى أفراد المجتمع إضافة إلى هيمنة اتصالات الجزائر على الخدمة، فمعظم موزعي خدمات الأنترنت يعملون من خلال اتصالات الجزائر، أضف إلى ذلك الارتفاع الكبير لأسعار الهاتف الثابت ناهيك عن بطء هذه الشبكة الذي عانى منه اغلب المستخدمين.²

¹ CERIST : centre de Recherche et d'Information Scientifique et Technique

² جيلالي احمد مسري، نشأة وتطور النظام المصرفي في الجزائر " البطاقات و النقود الالكترونية نموذجا "، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد - جامعة ديمشق، سوريا، 2007

إلا أن هذه الوضعية لم تدم كثيرا خصوصا بعد فتح السوق أمام المتعاملين الخواص الممارسين لنشاط موزعي خدمات الانترنت، مما ساهم في انتشار استخدام الانترنت في العديد من المؤسسات المالية والتعليمية، كما شمل استخدامها جميع الشرائح،¹ ووفقا لما صرح به وزير البريد و تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مارس 2004 : أن عدد مقدمي خدمات الانترنت بالجزائر في ارتفاع مستمر مع الإشارة إلى أن عدد الموزعين الناشطين بالفعل لا يتجاوز 20 كما شهد عدد مستخدمي الانترنت ارتفاعا كبيرا حيث وصل إلى 1920000 مستخدم سنة 2007،² ورغم هذا الارتفاع الكبير الذي شهده عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر إلا أنه يمثل نسبة منخفضة مقارنة بعدد السكان مما يحد بدوره من إمكانيات استفادة الجزائر من شبكة المعلومات العالمية وما توفره من تطوير ودعم لجميع المستويات والأنشطة، وهذا ما يدعونا إلى ضرورة مساهمة الدول ومختلف القطاعات في دعم الشبكة وتوسيع استخدامها في جميع المجالات.

وفي ماي 2008 بقرار من وزارة البريد وتكنولوجيا الإتصال والإعلام خفض سعر الإشتراك إلى نصف لدى أكبر شركات التزويد بالأنترنت التابعة للدولة الجزائرية وهي إتصالات الجزائر عرف عدد المشتركين إرتفاعا ملحوظا³.

وتعرف الجزائر حاليا فترة من النمو المتسارع في عدد مستخدمي الأنترنت خاصة مع إزدياد الوعي بأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال TIC وفي هذا الصدد مشروع أسرتك الذي يهدف إلى تعميم أجهزة الحواسيب المصغرة وخدمة الأنترنت في المنازل الجزائرية ، العائلات المهتمة بهذا

¹ عاشور مزريق ، صورية معموري ، عصرية القطاع المالي والمصرفي وواقع الخدمات البنكية الالكترونية بالجزائر، المؤتمر العلمي الدولي الثاني حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، الفترة 11-12 مارس 2008، الجزائر، ص ص 12-13.

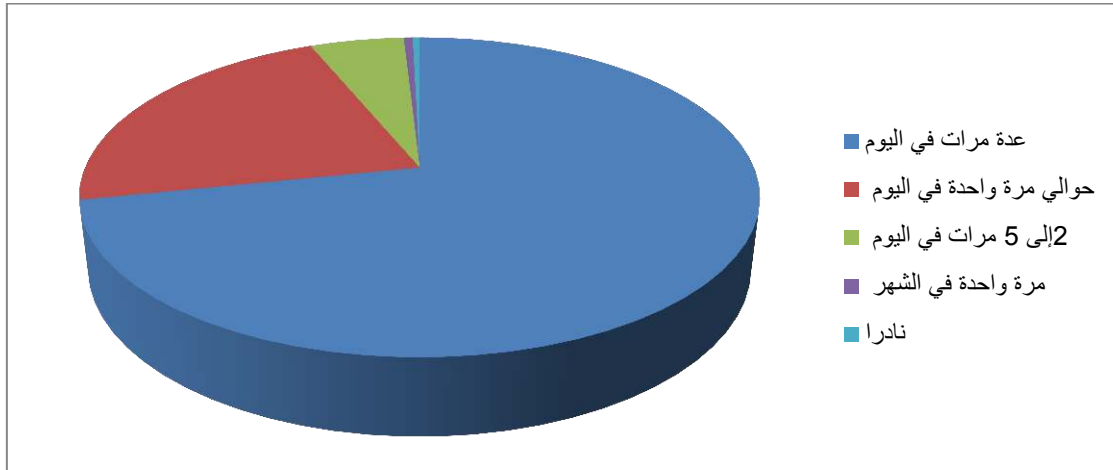
² إبراهيم بختي، مطبوعة مقرر مقياس تكنولوجيا ونظم المعلومات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2004/2005، ص 94.

³ الأنترنت في الجزائر ، <http://ar.wikipedia.org> 2013/07/28

المشروع وذلك من خلال إقتناء قرض بنكي إبتداء من 3600 دينار جزائري للشهر من أجل شراء

حاسوب مكتبي **Micro – ordinateur** وإشتراك **ADSL** .

الشكل رقم (2-IV): نسبة تردد الجزائريين على الأنترنت



المصدر: تقرير سنوي عن إستخدام الأنترنت في الجزائر، 2009، يوم الإطلاع 2012/06/08

متاحة على الرابط <http://startimes.com>

وحسب آخر الإحصائيات قدر عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر سنة 2009 حوالي:

4.5 مليون جزائري أي ما يعادل 12.8% من نسبة عدد السكان وفي سنة 2010 وصل

المستخدمين إلى ما يقارب 4.7 مليون مشترك ويعادلها 13.60% من نسبة عدد السكان.¹

كما بلغ عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر لسنة 2014 ب 6.669.927 أي 17.2 %

حيث نلاحظ زيادة استخدام الانترنت من سنة لأخرى²

¹ تقرير سنوي عن إستخدام الأنترنت في الجزائر 2009، يوم الإطلاع 2012/06/8.

² <http://www.internetworldstats.com/tats.htm> 30/07/2014

وسنعرض فيما يلي مجموعة من الخدمات التي كانت لها شبكة الانترنت دور كبير في

ظهورها كما سهلت في تقديم الخدمة للزبائن من خلال ما يلي :

1. خدمة 3G في الجزائر: تقنية الجيل الثالث المعروفة بـ 3G حيث وضعت حملات اشهارية كبيرة

يقوم بها مزودي خدمات الإتصال بالجزائر (موبيليس - نجمة - جيزي) قصد جلب اهتمام اكبر

شريحة من المجتمع الجزائري وكسب اكبر عدد من الزبائن وعليه يمكن تعريف خدمة 3G من

خلال ما يلي :¹

أ- تعريف خدمة الجيل الثالث 3G: تقنية الجيل الثالث 3G هي خدمة الهاتف المتحرك ذو

سرعة بيانات عالية، مصممة لمواكبة الخدمات المتعددة الوسائط الواسعة النطاق التي تخضع

لمقاييس 3 gpp، و تقدم تقنية الجيل الثالث 3G أماناً أكثر بالنسبة للبيانات النظام العالمي

للاتصالات بالهاتف المتحرك Gsm كما توفر هذه التقنية سرعة نقل بيانات بحد أقصى قدره

2 ميغابت/ثانية وجودة جد عالية على الهواتف المتحركة Gsm، حيث يتم معالجة البيانات

والصوت في آن واحد، كما ترمز 3G الى الجيل الثالث " 3rd Generation وهي من تقنية الشبكات

اللاسلكية نوع wireless، تسمح لأجهزة الموبايل للاتصال بشبكات الانترنت اللاسلكية بهدف

الابحار في عالم الانترنت واجراء المكالمات الهاتفية المرئية.

- الاسم التقني لشبكة ال ثري جي هو Mobile Telecommunications-2000 او اختصاراً MT-

2000 ، و للدخول الى شبكة انترنت الثري جي 3G يجب على المستخدم ان يملك جهاز متوافق مع

تقنية 3G كهاتف موبايل او لابتوب او موديم... الخ كما يجب ان يتوفر لديك اشتراك مع شبكة

3G التي يتم تزويدها من مقسم الشركة المزودة للخدمة.

¹<http://www.wabwibe.com/2013/10/3g.html#ixzz3LDn6QCrp> 12/05/2014

ب-مزايا تقنية الجيل الثالث 3G: تتميز خدمة 3G بعدة مزايا من بينها :

- الاتصالات المرئية بين شخصين (اي ستمكن من التحدث مع اي شخص رؤيته في نفس الوقت)
 - أنظمة تحديد المواقع العالمية: عملية وهامة للملاحة /الخرائط والحالات الطارئة
 - تسهيل التجارة الإلكترونية البيع والشراء عبر الإنترنت باستخدام تقنية الهاتف المتحرك.
 - تحويل العديد من الخدمات الى شبكة الإنترنت
 - سيسهل الجيل الثالث تقديم لقطات مرئية من الأخبار والأحداث الرياضية في أي وقت وأي مكان.
- ت- **انترنت 3G**: تعتبر انترنت تقنية الجيل الثالث اسرع بكثير من انترنت ADSL أو اي نوع من انواع خدمات الإنترنت الأخرى المتاحة بالجزائر لإستخدام تقنية الجيل الثالث 3G بجهازك (هاتف، جهاز كومبيوتر) يجب مراعاة مايلي :

1. التوفر على هاتف ملائم ، يدعم تقنية الجيل الثالث 3G

- أن تكون في منطقة تشملها تغطية 3G
- ان تقوم بتنشيط خدمة 3G بجهازك
- يجب عليك ضبط إعداد خدمة 3G على هاتفك النقال

2. **الحساب البريدي الجاري عن بعد (E-CCP):** وتنقسم إلى :

أ- خدمة 1530: الاطلاع على الرصيد عبر مكالمة هاتفية للرقم 1530 من هاتف ثابت

او مو بيليس طلب دفتر الصكوك عبر مكالمة هاتفية للرقم 1530 من هاتف ثابت او موبيليس

وتوفر هذه الخدمة ما يلي:¹

¹ منتدى الجلفة ، حساب الجاري البريدي عن بعد e- ccp على الرابط التالي :

- الاطلاع على الرصيد عبر الانترنت

- طلب دفتر الصكوك عبر الانترنت

- كشف العمليات المالية لفترة معينة

ب- خدمة رصيدي (RACIDI)

الاطلاع على رصيد حسابك الجاري عبر رسالة قصيرة SMS انطلقا من هاتف موبيليس

ارسل رقم حسابك بدون مفتاح يليه مسافة ثم الرقم السري الخاص بالاطلاع الى الرقم 603 لتستلم

كشف رصيدك في رسالة قصيرة مقابل اقتطاع 20 دج من طرف موبيليس و 10 دج من طرف

البريد الجزائري لقاء هذه الخدمة. (الملحق 11)

3. إتفاقية الدفع بين بنك الخليج العربي AGB وشبكة الإتصال Ooredoo في سنة 2014:

أبرم كل من متعامل الهاتف النقال «Ooredoo» وبنك الخليج الجزائري اتفاقية يتضمن فحواها دفع

وشراء المنتجات والخدمات عبر الأنترنت، حيث يمكن للزبائن الحائزين على بطاقة الدفع بين

البنوك شراء رصيد المكالمات عبر الموقع الرسمي لـ «Ooredoo» على ركنه المخصص

للتعبئة «e.Storm». سهل «Ooredoo» الخدمات الخاصة باقتناء الأنترنت من خلال الشراكة الـ

تي عقدها مع بنك الخليج، حيث بإمكان الزبون بنقرة واحدة إعادة تعبئة حساب

«Ooredoo» عبر «e.Storm»، وذلك باقتناء رصيد للمكالمات ابتداء من 200 دج عبر

الأنترنت. وتسمح هذه الشراكة في مرحلتها الثانية بتسويق التعبئة الالكترونية «Storm» على

آلات الصرف الأوتوماتيكية (DAB)، مما يسمح للزبائن من ولوج أوسع لهذه الخدمة عبر كامل

التراب الوطني.

كما سمح للزبائن الحائزين على بطاقة الدفع بين البنوك فرصة الاستفادة من حل التعبئة الالكترونية

- للرصيد «STORM» لـ «Ooredoo»، ولقد صرح مدير بنك الخليج العربي أن الشراكة مع «Ooredoo» هي تكريس لاستراتيجية البنك الشاملة للتنمية وتعميم الدفع عبر الأنترنت لدى الزبائن. من جهته، قال جوزف جد المدير العام لـ «Ooredoo» إن هذه المبادرة تمثل قاعدة متينة لتطوير الدفع على الأنترنت وتوسيعه في إطار التعاون بين القطاعات لشركاء آخرين، وتوفير فرص جديدة لإطلاق البنك الإلكتروني والتجارة الإلكترونية كما تتدرج هذه الشراكة مع بنك الخليج في إطار الاستراتيجية الابتكارية التي تهدف لضمان ولوج للزبائن للمنتوجات والخدمات المصرفية.¹ (الملحق 12)
- ومن أجل إنشاء بطاقة مصرفية إلكترونية والغرض منها إقتناء الخدمات الإلكترونية من خلال فضاءات المتعامل. ooredoo تمكن المستخدم من تعبئة رصيده إلكترونيا ، من دون عناء حيث قدمت اوريدو هذه الخدمة من أجل الإستغناء من عناء التنقل لتسديد الفواتير أو عناء التوجه للمحلات من أجل تعبئة الرصيد ..الآن مع خدمة **e-Storm** يمكنك تعبئة رصيدك بنفسك ، وذلك من خلال الدخول إلى موقع الخدمة **e-Storm**
- وتكون إجراءات تعبئة الرصيد كالتالي²: (الملحق 13)
1. يجب أن يكون لديك حساب أو بطاقة مصرفية إلكتروني CIB من بنك AGB
 2. الدخول على موقع الخدمة <https://my.ooredoo.dz/e-storm>
 3. إدخال رقم الهاتف لتعبئة الرصيد.
 4. إدخال أو إختيار قيمة (مبلغ) الرصيد.
 5. إدخال الرقم سري المبين.

¹ <http://www.ennaharonline.com/ar/derniere/198057-> 14-06-2014

² <http://dzclique.com/ar/?p=1129> 14/07/2014

6. الضغط خانة الموافقة على الشروط الخدمية.
7. إدخال رقم البطاقة CIB الخاصة بك.
8. إدخال معلومات عن البطاقة.
9. تحديد تاريخ نهاية صلاحية البطاقة.
10. إدخال المعلومات الشخصية (الإسم ، اللقب، العنوان ، الرمز البريدي)
11. إدخال كلمة السر الخاصة بخدمة الدفع الإلكتروني (الممنوحة من طرف AGB).
12. الضغط على زر "valider" للإتمام الخدمة.

عند هذا الحد تتم عملية تعبئة الرصيد بسهولة وهذه الخدمة مقدمة مجاناً و يمكن الدخول عليها عن طريق الكمبيوتر ، الهاتف الذكي ، أو التابلت .

ثانيا . لمحة عن قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر

من خلال هذا الفرع سنتطرق لمحة عن قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر بالإضافة إلى مختلف الشبكات ومؤشرات جاهزية الشبكات الخاصة بهذا القطاع نظرا للدور الذي تلعبه في تسهيل عملية الإتصال .

1. انتشار شبكات الاتصال : والتي يقصد بها شبكات الاتصال الهاتفية العادية، والهاتفية الخلوية GSM، وشبكات الخدمات الرقمية المتكاملة ISDN، وشبكات الألياف البصرية عريضة الخدمة الواسلة للمنازل، حيث تحتوي الجزائر على شبكة اتصالات تغطي غالبية التراب الوطني بشبكة تقدر ب 22000 كلم من الخطوط الهرتيزية و 15000 كلم ألياف بصرية، وكذا 50 محطة أرضية و 100 نظام ريفي إضافة إلى شبكة لإرسال المعطيات بالجملة DZPAC التي بدا استغلالها منذ

سنة 1992، لتصل إلى 4500 خط في سنة 2000، بالإضافة إلى الشبكة المؤسسية الخاصة بالصكوك البريدية، إضافة إلى ما تمتلكه الجزائر من أوعية دولية مشتركة كخطوط الألياف البصرية مع المغرب.¹

كما شهد سوق الهاتف النقال والثابت نقلة نوعية تمثلت في دخول المتعاملين الأجانب والمحيين للأسواق، من خلال إعطاء رخصة استغلال لكل من المتعامل، موبيليس بعدها شركة الوطنية - نجمة الكويت، ويشهد السوق حاليا تنافسا حادا بين المتعاملين الثلاثة،² مما أدى بدوره خلال فترة وجيزة إلى انخفاض الأسعار وتوزيع الخدمات مما ساهم بدوره في انتشار الهاتف النقال بين مختلف الشرائح والمؤسسات.

وفيما يتعلق بخطوط الهاتف الثابت، فقد بلغ عددها مع نهاية شهر مارس 2005 نحو 2541531 خط، إلى جانب 657440 في الانتظار، وتبلغ نسبة تغطية الهاتف الثابت على المستوى الوطني 9.48%، حيث شهد هذا المجال تطورات كبيرة.³

وفيما يخص مجال الاتصال يعد بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) أول المؤسسات البنكية في الجزائر الذي قطع شوطا إيجابيا على مستوى الاتصالات، فهو يمتلك شبكة اتصالات تشمل معظم ولايات الوطن وهي متخصصة للتحويل المالي المباشر بين وكالاتها، وبالتالي يعتبر أول بنك في السوق البنكية الجزائرية الذي استعمل شبكة SWIFT للتحويل الإلكتروني للأموال وذلك عام 1991.⁴

¹ مزريق عاشور، معموري صورية، مرجع سابق، ص 11-13.

² إبراهيم بختي، 2004/2005، مرجع سابق، ص 92.

³ جيلالي احمد مسري، مرجع سابق، الصفحة مجهولة.

⁴ - إبراهيم بختي، البنية التحتية للإنترنت والتجارة، الملتقى الوطني الأول حول المنافسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد، 22-23 أبريل 2003، ص 7.

إن سلسلة العمل ما بين البنوك لا تتحقق فعلا إلا بإنشاء شبكة لنقل المعطيات على مستوى عال، ولقد شرعت الجزائر في إنجاز المرحلة الأخيرة من مشروع شبكة ما بين البنوك المتخصصة¹ (RIS)، وقد جاء هذا المشروع كثمرة اتفاق بين وزارة المالية ووزارة البريد والمواصلات، ليسمح بربط جميع البنوك ببعضها البعض، من أجل إنشاء وسائل دفع جديدة واستعمال النقود الإلكترونية وجعل الاتصال بين البنوك يتم في زمن حقيقي، وهو ما يعتبر إعادة هيكلة وتطوير لقطاع البنوك، وقد كلفت بهذا المشروع شركتين: الأولى برتغالية، أوكلت لها مهمة دراسة المشروع وتقييم احتياجات القطاع المعني، أما الثانية فهي هولندية مكلفة بمهمة المساعدة التقنية ؛ ويقوم المشروع على أربع مراحل تتمثل فيما يلي²:

المرحلة الأولى: تتم فيها دراسة الاحتياجات المتعلقة بالخدمات ذات القيمة المضافة، كما هو الحال في البنوك المتطورة في العالم، هذه المرحلة أنجزت في جانفي 2000.

المرحلة الثانية: تستوجب اختبار ذو طابع تكنولوجي وتقني للشبكة، حيث يتم اختيار نظام سهل وبسيط وبأقل تكلفة يدعى (Wireless Fixed Access)، وقد تم اختبار العملية بنجاح بين ثلاث المدن هي: الجزائر العاصمة، البليدة وتيزي وزو.

المرحلة الثالثة: وضع مخطط الإنجاز وتكلفة المشروع لتعميمها في باقي ولايات الوطن.

المرحلة الرابعة: تعتمد على تنظيم وتكوين المستخدمين (موظفي البنوك) حيث تكون حوالي 3400 عون لمدة اثني عشرة (12) شهرا وسيتم توسيعا الشبكة مستقبلا إلى خدمات التأمين، الضرائب والجمارك.

¹Réseau Interbancaires Spécialisé

²إبراهيم بختي ، البنية التحتية للإنترنت والتجارة، مرجع سبق ذكره ، ص28

أصبح التغير التكنولوجي في الوقت الراهن سلاح في المنافسة العالمية، فقد أدى تطور النقد الالكتروني إلى ترقية العمل البنكي وزاد من كفاءته، لذا فمستقبل البنوك الجزائرية في البيئة الجديدة يتوقف على مدى استخدامها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال بالفعالية اللازمة لتتمكن من الاستمرار وتعزيز قوتها التنافسية¹.

حيث تبذل الجزائر جهودا كبيرة لترقية قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال خاصة وأن الجزائر تنفتح على سوق الإقتصاد العالمي ويظهر ذلك في جلب الإستثمارات للمشاريع التي تقوم بها الجزائر في هذا المجال للوصول إلى النسب التالية : 80% كثافة هاتفية، 40% وصل الأنترنت، 20% نشر الحاسوب ورغم الجهود المبذولة من طرف الحكومة تبقى الجزائر متأخرة مقارنتها بدول المتقدمة

الجدول رقم (1-IV): مؤشرات جاهزية الشبكة

مؤشر جاهزية الشبكة (العالم)					
2010-2011			2009-2010		
العلامة	الرتبة		العلامة	الرتبة	
3.17	117		3.5	113	
جاهزية المحيط					
بيئة السوق		الإطار السياسي والتنظيمي		البيئة التحتية	
العلامة	الرتبة	العلامة	الرتبة	العلامة	الرتبة
3.15	131	3.20	123	2.78	101
جاهزية الأشخاص					

¹ جلال أحمد مسري، مرجع سبق ذكره، ص142.

إستعداد الأفراد		إستعداد رجال الأعمال		إستعداد الحكومة	
الرتبة	العلامة	الرتبة	العلامة	الرتبة	العلامة
72	4.32	82	3.81	116	3.44

Source : Soumitra Dutta ,Irene Mia, **the global Information technology report**,2010-

2011,10th ,Edition : www.weforum.org 04/05/2012

- إحتلت الجزائر المرتبة الرابعة عشر من حيث معدلات إنتشار أجهزة الكمبيوتر عام 2007 بمعدل 4.38%؛
- قدر عدد مشتركى الهواتف المحمولة ب 27.562.721 شخص سنة 2007 بمعدل نمو 31.26% مقارنة بسنة 2006 وإحتلت بذلك المرتبة الحادية عشر من الدول العربية ؛
- إحتلت الجزائر المرتبة الأولى من حيث عدد مستخدمى الأنترنت من حيث معدل النمو حيث قدر ب 62.27 % ما بين سنتي 2006 إلى 2007 بالنسبة للدول العربية ؛
- كما إحتلت الجزائر المرتبة العاشرة على مؤشر إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال (مشتركى الهواتف الثابتة ، المحمولة ، مستخدمى الأنترنت وأجهزة الكمبيوتر) سنة 2007 بمجموع نقاط مؤشر إستخدام التقنية 1.07؛

الجدول رقم (2-IV):تطور أرقام الأعمال للاتصالات السلكية واللاسلكية

السنوات	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
الهاتف الثابت	29	56	78	104.0	81.8	64.6	62.20	58.0
الهاتف المحمول	14	35	76	119.4	160.5	191.7	214.83	222.1
المجموع	43	91	154	223.4	242.3	256.3	277	280.1

Source : Rapport annuel 2009 de l'arpt , **autorité de régulation de la poste et des télécommunications**,P37

الوحدة : بالمليار دج

عرف قطاع البريد وتكنولوجيا المعلومات تأخرا كبيرا وتعتبر الخطوة الأولى للنهوض به في إصدار قانون جديد لقطاع الاتصالات وهو القانون رقم 03 لسنة 2000 والذي جاء لإنهاء احتكار الدولة لنشاطات البريد والاتصالات ووضع حد فاصل بين نشاطي التنظيم وإستغلال أو إدارة الشبكات¹ ومع صدور هذا القانون تم إنشاء سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية².

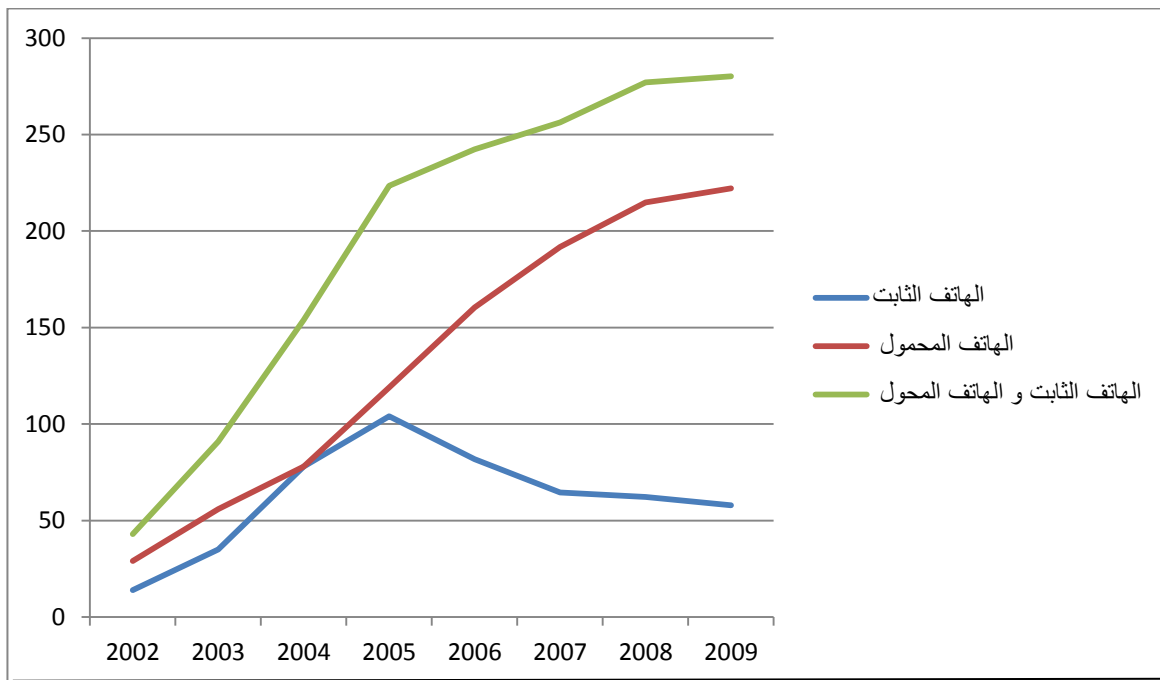
ثم قامت السلطات بإعادة هيكلة قطاع البريد والاتصالات حيث فصل قطاع البريد عن قطاع الاتصالات سنة 2001 وأصبح هناك قطاعين مختلفين هما بريد الجزائر Poste d'Algerie واتصالات الجزائر Algérie Télécoms وفي نفس السنة وتحديدا في 2001/07/11 عرف قطاع

¹ جيلالي أحمد مسري ، مرجع سبق ذكره ، ص131

² سلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية ، www.arpt.dz ، تاريخ الإطلاع 2012/04/09.

الهاتف النقال الجزائري دخول أول متعامل أجنبي تحت إسم تجاري Djezzy وحصل على رخصة الشبكة في سنة 2002 ليكون هذا الأخير مؤشرا على إحتكار الدولة على إستغلال شبكة الهاتف النقال وبعدها تلتها الجزائرية للاتصالات بإطلاق شركتها الحاملة للعلامة التجارية موبيليس MOBILIS وذلك في 2003/08/03 وفي نفس السنة وتحديدا في 2003/12/20 منح رخصة جديدة للهاتف النقال لمتعامل جديد والمتمثل في الشركة الوطنية الكويتية والتي حملت العلامة التجارية نجمة¹ Nedjma.

الشكل رقم (3-IV): تطور في أرقام الأعمال السلكية واللاسلكية



Source: Rapport annuel 2009 de l'arpt , **autorité de régulations de la poste et des télécommunications** P38

¹أقرفي سعاد ، الملامح التنظيمية والإستراتيجيات التنافسية لمتعاملي صناعة الهاتف النقال الجزائري ، الملتقى الدولي حول المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية ، جامعة بسكرة ، 2009 ، ص01

إذا نظرنا إلى أرقام أعمال الهاتف الثابت في الجزائر نلاحظ إرتفاعها من سنة 2002 إلى 2004 مقارنة بأرقام أعمال الهاتف المحمول نظرا لقلّة مستخدميه والإعتماد لكبير على شبكة الهاتف الثابت وإبتداءا من سنة 2005 نلاحظ إرتفاعا ملحوظا في رقم أعمال الهاتف المحمول إلى غاية 2009 ويبقى في إرتفاع مستمر ويرجع السبب الرئيسي وراء ذلك النقلة النوعية في مجال الهاتف المحمول والتطور الذي عرفه عدد مستخدمي هذه الشبكات المختلفة التي شهدها قطاع الإتصالات في الجزائر .

وأكدت إحصائيات عن سلطة ضبط البريد والمواصلات أن عدد المشتركين في شبكة الإتصالات الجزائرية " موبيليس" قد تراجع لينتقل من 10.079.500 مليون مشترك سنة 2009 إلى 9.446.774 مليون في 2010 ما يمثل حصة سوق تقدر ب 28.8% وبلغ عدد المشتركين في شبكة الوطنية تيليكوم الجزائر 8.245.998 مليون مشترك سنة 2010 مسجلا إرتفاعا مقارنة بسنة 2009 8.032.682 أي حصة 25.2% كما إنخفضت نسبة ولوج الهاتف النقال سنة 2010 ، 2011 مضيفا أن عدد المشتركين في المجمع العمومي " إتصالات الجزائر " الوحيد في السوق الجزائرية بلغ 2.537.000 مشترك في الهاتف الثابت السلكي و 553.300 في الهاتف الثابت اللاسلكي¹.

كما تشير بعض الإحصائيات الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر أنه في سنة 2010 احتلت الجزائر المرتبة 12 بالنسبة 12 دولة عربية وبالنسبة لمرتبتها عالميا أخذت المرتبة 103 بمعدل 2.8%، وهذا ما يثبت تأخر الدائم للجزائر في مجال الإعلام والاتصال وهذا راجع لعدم القيام بمشاريع إستثمارية في هذا المجال .

¹ إحصائيات عن سلطة ضبط البريد والمواصلات <http://www.djazairress.com/search> 2013/09/04 .

² Brahma Sano, Adoption et perspective des TIC dans la région des étas arabes, Sommet connecter le monde arabe ,union international de telecommunication ,2012 ,P18

ثالثا. آثار تكنولوجيا المعلومات على التنمية الاقتصادية في الجزائر

لقد أثبتت العديد من الدراسات أن للاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات العديد من الآثار الإيجابية على النمو الاقتصادي، والتي تتجلى في زيادة الناتج المحلي الإجمالي وتحسين الإنتاجية وفي مختلف المجالات نوجزها فيما يلي:

1. التجارة الإلكترونية: رغم أهميتها البالغة إلا أن هذه التجارة غائبة في بلادنا، غير أن هناك بعض الملامح التي تدل عليها مثل تأسيس موقع إلكتروني يضمن خدمة التسوق الإلكتروني المباشر بتوصيل مختلف الحاجيات للمواطن داخل بيته، ويتعلق الأمر بموقع "أشريلي" الذي بدأ خدمته النموذجية في ولاية الجزائر، على أمل أن تتوسع في القريب العاجل إلى مختلف ولايات الوطن. وبالنسبة لثمن الخدمة والطلبات، فإن الزبون يُخَيَّر أن يدفعها عند التسليم أو عبر الإنترنت في موقع "epay.dz". بالإضافة إلى موقع "ww.ouedkniss.com" الذي يقدم عدة خدمات تتمثل في تصميم المواقع بأنواعها، بتوفير فرص الإعلان المجاني لكل من يريد عرض أي صنف من السلع والخدمات، كما يوفر مساحات إعلانية لمختلف الشركات. ومواقع أخرى كموقع "ww.dzsoq.com" الذي يشبه إلى حد كبير موقع epay.dz¹ ومن أهم الأسباب التي تحول دون انتشار هذه التجارة في بلادنا ما يلي:²

- الانتشار للأمية في بلادنا، حيث تعتبر الجزائر من الدول التي تحوي نسبة أمية مرتفعة نوعا ما، وبالتالي فهؤلاء لا يفقهون حتى معنى أن تمارس تجارتك عن طريق الإنترنت بل لا يتخيلون حتى وجودها؛

¹ حسين العلمي، خديجة عبيد، مداخلة بعنوان "تفعيل دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كأحد ركائز اقتصاد المعرفة من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية؛ (حالة الجزائر)"، اقتصاديات المعرفة و الإبداع يومي 17-18 أبريل 2013، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جامعة سعد دحلب البلدة، ص 6

² كمال رزيق، مسدور فارس، التجارة الإلكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر في الألفية الثالثة، جامعة سعد دحلب - البلدة: كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، ص ص: 13-14

- انتشار الأمية بالمعنى الحديث، والذي يعني من لا يحسن استخدام الحاسوب، وتشمل واسعة من المتعلمين، وبالتالي فلا نتخيل أنهم يستطيعون ممارسة تجارتهم عبر الإنترنت والتي تركز على استخدام الحاسوب؛
- ارتفاع تكلفة استخدام الإنترنت، ذلك أن تكاليف الاتصال العادي في بلادنا مازالت مرتفعة في ظل غياب المنافسة في قطاع الاتصالات الذي لا تزال الدولة تحتكر الجانب الأكبر منه؛
- نقص اهتمام المؤسسات الاقتصادية في البلاد بهذه التقنية التجارية الحديثة التي يمكن أن تفتح لهم آفاقا اقتصادية أوسع، مما يجعل انتشارها يكون منعذماً في بلادنا؛
- الطابع اللامادي غير الملموس للتعامل، بما لا يشجع الكثير على التعامل مع أناس لا يواجهونهم وجهاً لوجه وعلى وسائط إلكترونية غير ورقية، وذلك لعدم الثقة في هذه الوسائط الإلكترونية؛
- ومن أهم السبل والأساليب التي يمكنها أن تفتح الاقتصاد الجزائري على التجارة الإلكترونية ما يلي:¹
- دعوة إدارات وهيئات الاتصالات إلى تسهيل إدخال التجارة الإلكترونية على المستويات الوطنية والإقليمية والعالمية، من خلال تهيئة الشبكات اللازمة لها وإعداد التشريعات والأنظمة التي تنظم استخدامها؛
- ضرورة فتح باب المنافسة في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حتى تتخفف تكلفة استخدام الإنترنت وبالتالي المساهمة في انتشار الثقافة الإلكترونية بما فيها التجارة الإلكترونية؛
- التفكير في الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية وإدخالها ضمن قواعد القانون التجاري، كتعديل قانون التجارة ليشمل باباً خاصة بالتجارة الإلكترونية، وتعديل القانون المدني لينظم مسائل المعاملات الإلكترونية؛

¹ حسين العلمي، خديجة عبيد، مرجع سبق ذكره، ص 17،

- تخفيض الرسوم الجمركية على التكنولوجيا المعلوماتية المستوردة حتى تكون في متناول الفئات المختلفة للمجتمع، بعد انخفاض تكلفة الحصول عليها؛
- تطوير أساليب الدفع الإلكتروني لدى مختلف المراكز الائتمانية وكذا نظام الشبكات الإلكترونية المصرفية؛

التفكير في قوانين حماية المستهلك الجزائري وهذا تفاديا للتخوف من مخاطر التجارة الإلكترونية.

2. **المساهمة في الصادرات:** إن مؤشرات نسبة صادرات سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من إجمالي صادرات السلع تدل على أن هذا النوع من الصادرات منعدم في الاقتصاد الجزائري، حيث كانت النسب (0.006%، 0.005%، 0.002%) خلال السنوات 2000، 2005، 2010 على التوالي. وهذا راجع إلى الضعف العام الذي يصيب الاقتصاد الجزائري، فضلا عن التأخر في مجال الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. **وأما** نسبة صادرات خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فقد بلغت 4.43% من إجمالي صادرات الخدمات في سنة 2005، وفي سنة 2011 بلغت نسبة صادرات خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات 5.27% من إجمالي صادرات الخدمات.

3. **المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي:** توضح إحصائيات ونتائج البنك الدولي حول قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجزائري أن عوائد هذا القطاع كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي قد بلغت 3.6% سنة 2010، بينما كانت تمثل 3.7% سنة 2005.¹

وفي مجال صناعة أجهزة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فقد خطت الجزائر أول خطواتها، حيث كشف مجمع "كوندور الجزائر للإلكترونيات" على هامش الصالون الدولي للتكنولوجيات "ميد إيت

¹ The Little Data Book on Information and Communication Technology (2012) **ALGERIA, the World Bank and the International Telecommunication Union**, U.S.A., p: 20.

2012" عن أول جهاز حاسوب لوحي من صنع جزائري، يتراوح سعره ما بين 25 ألف دج إلى 35 ألف دج، أي ما يعادل 436 دولار، بضمنان 24 شهرا، وهذا يعتبر إنتاج جزائري مهم قد ينافس العديد من الماركات العالمية بنصف سعر الأيبياد هذا بالإضافة إلى العديد من أنواع الحواسيب المكتبية والمحمولة التي يتم إنتاجها من طرف الشركة. كما تجدر الإشارة إلى وجود مجموعة من الشركات التي تقوم بتركيب الأجهزة الإلكترونية وتسويقها محليا.

4. توفير مناصب شغل للشباب: لقد أوجدت شركات الاتصالات العديد من مناصب الشغل حيث أن شركة موبيليس تشغل أزي دمن 4300 عامل منهم 1646 امرأة في 133 وكالة تجارية. أما شركة جيزي فقد كان عدد موظفيها 3500 موظف في سنة 2002، كما بلغ عدد موظفي شركة نجمة 1900 موظف في سنة 2004. ونظرا لزيادة انتشار فروع ومكاتب هذه الشركات على كامل التراب الوطني، فإن هذا من شأنه أن يخلق العديد من مناصب الشغل للشباب وخريجي الجامعات. بالإضافة إلى ذلك فقد بدأت تظهر مجموعة من المصانع أو الفروع لبعض الشركات الأجنبية، يختص نشاطها في مجال تركيب الأجهزة الإلكترونية كالتلفزيونات والحواسيب المكتبية والمحمولة والهواتف النقالة، وهي أيضا توظف أعدادا لا بأس بها من العمال.¹

رابعا . التجارب الجزائرية في اطار الاستثمار فيTIC:

من بين أهم إستثمارات الدولة الجزائرية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال تتمثل فيما يلي :

1. الوكالة الفضائية و القمر الصناعي الجزائري: في جانفي 2002 تم إنشاء الوكالة الفضائية الجزائرية، و في نوفمبر 2002 تم إطلاق القمر ألسات 1 ووضعه في مساره (ALSAT 1) وقد نقله إلى مداره الصاروخ الروسي "كوسموس - 3م"، و هو مخصص لاستشعار الأرض عن بعد ،

¹ حسين العلمي، خديجة عبيد، مرجع سبق ذكره، ص18

ومنذ عام 2004 تربط بين روسيا والجزائر اتفاقية "حول التعامل والتعاون في مجال التكنولوجيات الفضائية وتطبيقها" كما تجدر الإشارة إلى الإعداد لإطلاق مستقبلتي للقمر ALSAT2 و ALSAT3، وهذه الانجازات تعتبر مساهمة وطنية هامة في حركة التنمية و التكنولوجيا و التطوير، خاصة أنه ألحق بها المركز الوطني للتكنولوجيات الفضائية بأرزو بغرب الجزائر.

2. **جهود شركة سونلغاز:** تجربة أخرى ينبغي الإشارة إليها في هذا المقام، ذلك أنها تحمل في طياتها خطوة هامة في إطار تسهيل توفير إمكانيات الاتصال إلى أكبر شريحة في المجتمع، وهي الاختبار الذي قامت به الشركة الوطنية سونلغاز حيث قامت بربط مركز سونلغاز بثانوية عمر راسم و في الآفاق ثانوية بعناية و أخرى في وهران لتحول كابل الكهرباء من مجرد ناقل لها إلى ناقل لتدفق انترنت ليصل حوالي 5,4 ميغابايت و ذلك باستخدام تكنولوجيا الانترنت بواسطة الكهرباء أو ما نسميه و الاستغناء عن استخدام التلفون ، و تبدو أهمية هذه الطريقة إذا علمنا أن 97% من السكان يتوفر لديهم الاشتراك للكهرباء بينما نسبة مشتركي التلفون بالجزائر اقل من ذلك بكثير¹.

3. **انخراط مؤسسات الجزائرية في أوميديس:** انخرط 70 مؤسسة صغيرة ومتوسطة جزائرية في القاعدة الإعلامية أوميديس التي اعتمدها الاتحاد الأوروبي لفائدة الشركات الصغيرة والمتوسطة للبحر المتوسط في إطار خلق مؤسسة معلوماتية متوسطة من بينها المؤسسات الجزائرية ، حيث سيقوم الاتحاد الأوروبي بتمويل المشروع الذي يرمي إلى إقامة شبكة للشركات المتوسطة عبر الانترنت، والتي سيتم إصصالها بالشبكة الأوروبية لتبادل المعلومات.

¹ عبيرات مقدم ،زيد الخير مبلود ، **متطلبات التحضير النوعي للمؤسسة الجزائرية لتسيير المعرفة** ، ورقة عمل مقدمة الى الملتقى الدولي حول التنمية البشرية وفرص الاندماج في إقتصاد المعرفة والكفاءات البشرية 09-10 مارس 2004 كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية جامعة ورقلة الجزائر

4. اتفاقيات أوراكل مع سوناطراك و البريد: إضافة إلى هذا هناك توقيع اتفاقيتين من طرف

مجموعة ORACLE الأمريكية و هو أحد الرواد العالميين في البرمجيات للمؤسسة :

أ- المدرسة الوطنية للبريد و المواصلات بالجزائر . وهذا لخلق ORACLE UNIVERSITY و

تتعلق بتنظيم برامج التكوين في مجال التقنيات الجديدة للإعلام و الاتصال في 12 مؤسسة للتعليم

العالي، حيث تلتزم أوراكل بتقديم تجهيزات الإعلام الآلي و برامج التكوين والمصادر المعتمدة في

التعليم العالي الثانية مع مركز لمؤسسة سوناطراك الذي اعتبر كشريك، و هذا لأول مرة في إفريقيا

ولقد أتيحت له شهادة مطابقة، بحيث أصبح مؤهلا لتقديم خدمات تكوينية معتمدة من ORACLE

في مجال المنتجات التكنولوجية المتعلقة بأنظمة المعلومات ،أدوات التصميم ،تطوير و تطبيق

الحلول للإعلام الآلي و إنتاج برمجيات التسيير المدمجة و قواعد المعطيات و شبكات المعلومات

...الخ؛

ب- اتفاقيات أيباد مع مؤسسة "تيليكوم الجزائر" : يأتي اتفاق الشراكة بين مؤسسة "أيباد" مع

مؤسسة "تيليكوم الجزائر"، لتأهيل وتطوير وإعطاء دفع إضافي في مجال تكنولوجيات الاتصال عن

طريق الشراكة، حيث كانت هذه الخطوة أول شراكة جزائرية-جزائرية قبل تجسيد شراكة مع الأجانب

حيث شرعت مؤسسة التعليم المهني عن بعد (أيباد) تركيب ثم صناعة أجهزة الحاسوب المحمولة

من نوع "لاب توب" بعد تدشين وحدتها الإنتاجية التي يتم بناؤها حاليا بعناية، إذ ستقوم المؤسسة

في البداية بتركيب أجهزة الحاسوب قبل التوجه تدريجيا نحو الاندماج" هذا وتتوي ذات المؤسسة

"صناعة مليون جهاز حاسوب محمول سنة 2008".

ت-محاولات قطاع التكوين المهني: وقد شرع قطاع التكوين المهني بدوره في بناء شبكته الداخلية وهو مشروع الانترنت الذي يربط كل مؤسسات القطاع في برنامج واحد هدفه بناء قاعدة معطيات بها شقين أساسيين :

- المعلومات المتعلقة بالجانب الإداري التجهيزات و الموارد البشرية و المالية و غيرها.
- المعلومات المتعلقة بالجانب البيداغوجي و تسيير و هندسة التكوين الذي تقوم به عدد من الفروع و الاختصاصات بالإضافة إلى إعداد رزنامة التكوين و المتربصين وقاعات الدروس و المحاضرات و المخابر وغير ذلك .¹

ث- مؤسسة الضمان الاجتماعي: مؤسسة الضمان الاجتماعي تتحرك بدورها، فقد تدعمت بشبكة انترانت وربطت أداة تغذية جدول القيادة بهذه الشبكة. كما أنها من جهة أخرى بادرت إلى عملية إعادة التقييم للمشاركين و ذلك في إطار بناء قاعدة معطيات وطنية لهم، بحيث أصبحت لديها مكتبة وطنية رقمية يمكن الاتصال بها من جميع وكالاتها، والتأكد من المشترك وهذا ما يمكن اعتباره إشارة إلى التفكير في دمج المعلومة بالتسيير وهو بداية واعدة إذا استثمرت في مجال التكنولوجيا خامسا . **مشروع الجزائر حكومة إلكترونية (2013-2018)**

إستراتيجية " الجزائر الالكترونية 2013 " تندرج ضمن الرؤية الرامية إلى بروز مجتمع العلم و المعرفة الجزائري الذي ينهض باقتصاد الوطن , لي طرح بدائل لسياسة الصادرات المعتمدة على النفط المفروضة في غياب التنمية , بتعزيز أداء الشركات و الإدارة و تسعى إلى تحسين قدرات التعليم و البحث و الابتكار في مجال تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال و استخدامها لرفع جاذبية البلد و تحسين حياة المواطنين

¹ بكوش لطيفة ، عيشوش عواطف، خلف منى ، ورقة بحثية مقمة حول تكنولوجيا الاعلام والاتصال ، مدرسة الدكتوراه ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، ص52

1. مضمون مشروع الجزائر إلكترونية : يتضمن مشروع الجزائر إلكترونية المحاور التالية :

أ- تسريع استخدام تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال في الإدارة العمومية:

تسمح تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال لاسيما الانترنت بإنشاء فضاء اتصال مستقل عن التوقع المادي و الزمني ، و يعتمد على لامركزية المعلومات و احتكارها في تحسين نوعية عملية صنع

القرار ، و عليه على كل دائرة وزارية :

- استكمال البنى الأساسية المعلوماتية ؛
- وضع نظم إعلام مندمجة ؛
- نشر تطبيقات قطاعية متميزة ؛
- تنمية الكفاءات البشرية ؛
- تطوير الخدمات الالكترونية لفائدة المواطنين و الشركات و الإدارات الأخرى.

ب-تسريع استعمال تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال في الشركات ؛

ت-تمكين المواطنين من الاستفادة من تجهيزات و شبكات تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال وفق العملية

ج 2 " أسرتك 11 " الخاصة بقطاع التربية ،حاسوب للتربية و كذلك لموظفي الإدارة...إلخ؛

ث-دفع تطوير الاقتصاد الرقمي ، في البرمجيات ، الخدمات و التجهيز؛

ج-تعزيز البنية الأساسية للاتصالات ذات الدفع السريع و فائق السرعة ؛

ح-تطوير الكفاءات البشرية:يجب إرفاق تعزيز البنى التحتية و تعميم النفاذ إلى تكنولوجيايات الإعلام و

الاتصال بإجراءات ملموسة في مجال التكوين و تطوير الكفاءات البشرية من اجل تعميم استعمال

تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال و ضمان تملكها على جميع المستويات ، وذلك من خلال :

- بإعادة النظر في برامج التعليم و التكوين في مجال تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال؛

- تلقين تكنولوجيات الإعلام و الاتصال لجميع الفئات الاجتماعية .
- خ- تدعيم البحث ، التطوير و الابتكار ؛
- د- ضبط مستوى الإطار القانوني الوطني ؛
- ذ- الإعلام و الاتصال :يضطلع كل من الإعلام و الاتصال بدور أساسي في عملية بناء مجتمع المعلومات و الاقتصاد الرقمي و عليه يجب:
- إعداد و تنفيذ مخطط اتصال حول مجتمع المعلومات في الجزائر ؛
- إقامة نسيج جمعي كامتداد لمجهود الدولة ؛
- ر- تثمين التعاون الدولي كبرنامج MEDA II و يسهم في:
- المشاركة الفعالة في الحوار و المبادلات الدولية ؛
- إقامة شراكات إستراتيجية بهدف تملك التكنولوجيات و المهارات ؛
- ز- آليات التقييم و المتابعة حيث يعتمد على المؤشرات للوصول إلى الجزائر الالكترونية في 2013؛
- س- الإجراءات التنظيمية :تم تشكيل لجنة وزارية تدعى اللجنة الالكترونية يرأسها رئيس الوزراء مهمتها التوجيه ، التنسيق بين القطاعات و التنفيذ.
- ش- الموارد المالية تأتي في شكل ضخ متواصل في كل سنة وفق الميزانية العامة للسنوات من 2008 إلى 2013.

2. تمديد مشروع الجزائر إلكترونية إلى غاية 2018

أشار الأمين العام لوزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال محمد بعيط أن نسبة تقدم أشغال إستراتيجية الجزائر الإلكترونية تجاوزت نسبة 55 %مضيفا أن حكومة بلاده قررت تمديد مشروع الجزائر الإلكترونية إلى نهاية سنة 2018 وإنما سيتواصل تجسيد المشروع لسنوات أخرى مشيرا إلى أن

الحكومة أقرت الاستعانة بشركات أمريكية لتعميم استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر ضمن المشروع الإلكتروني كما أنه تم الإتفاق مع السفير الأمريكي في الجزائر هنري منشر على أن تقدم الولايات المتحدة الأمريكية ملفا كاملا بأسماء الشركات المعنية بدخول السوق الجزائرية واقتراحاتها لتطوير إستراتيجية " الجزائر إلكترونية ".

في حين كشف عضو مشارك في إعداد النسخة الأصلية لإستراتيجية الجزائر إلكترونية يونس قرار في تصريح جريدة الفجر أن ما يتداوله المسؤولون بوزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال بشأن إنجاز 55% من المشروع حيث أعتبر المشروع منذ إقتراحه سنة 2009 أين تم طرحه على المجلس الإقتصادي والإجتماعي لإثرائه حيث دامت العملية شهرين كاملين ليتم نقل النسخة الرئيسية للبرنامج والمتضمنة في 600 صفحة إلى الوزارة الأولى في انتظار المصادقة عليه عبر مجلس وزراء والتوقيع على الغلاف المالي الذي ستخصصه الدولة للمشروع المقدّر ب 4 مليار دولار وهذا لم يتم لحد الساعة وهو ما يحاول حسب رأيه الجزائر إلكترونية إلى مجرد مشروع وهي قيمة 4 مليار دولار كما تم تعيين مسؤولين بوزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال للإشراف على سير العملية كما تؤكد الوزارة تجسيد العديد من الأهداف فيما يخص مشروع الجزائر إلكترونية التي إمتدت من 2009 - 2013 والتي لا تزال قيد التنفيذ وعليه يمكن القول أن عدم قدرة الجزائر على إستكمال تنفيذ هذا المشروع يبدأ إبتداء من منهجية دقيقة للتعامل مع الفجوة النظرية والتطبيقية التي يمكن معالجتها بطريقتين¹:

¹ خالد قاشي ، منيرة لواج ، " إستراتيجية الجزائر الإلكترونية 2013 فجوة النظرية والتطبيق "، ملتقى العلمي الدولي أساليب إرساء حكومة إلكترونية في الجزائر - دراسة تجارب بعض الدول-، يومي 13 و 14 ماي 2013 ، ص13-14

الطريقة الأولى: تعديل النظرية والنموذج المقترح ليصبح أكثر توافقا مع الواقع

أي من خلال التركيز على الخدمات الإلكترونية في المناطق ذات بنية أساسية مناسبة أو التركيز على عدد أقل من الخدمات الضرورية بدلا من توزيع الجهود في الخدمات التي لا يمكن التعامل معها طبقا للإمكانات المتاحة في الواقع وبالنسبة لأهم ما كان وراء تعطيل إستراتيجية الجزائر الإلكترونية هو خوضه في العديد من التفاصيل التي مازالت تستلزم أكثر من 5 سنوات لتنفيذها .

الطريقة الثانية: تغيير الواقع ليصبح أكثر توافقا مع النظرية والنموذج المقترح

وذلك بحل مشكلة نقص التمويل من خلال إدخال قطاع حكوميا يأخر أكثر قدرة مالية وتمويلية ليساهم في عملية لتطوير والبناء حيث كشف خبراء أن سبب فشل إستراتيجية الجزائر الإلكترونية هو عدم مشاركة القطاعات الوزارية المختلفة بالتنسيق مع وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال في تجسيد المشروع بإعتبار أن المشروع كان واسعا جدا وتضمن تفاصيل صغيرة تسببت في تعطيل تنفيذه مشيرين إلى أن مشروع بضخامة "الجزائر الإلكترونية" لا يجب أن يتم تسليمه إلى وزارة البريد لوحدها وإنما كافة القطاعات المعنية بالتنفيذ .

المطلب الثاني: مظاهر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع المصرفي الجزائري

ومن بين مظاهر التكنولوجيا في العمل المصرفي الجزائري استعمال وسائل الدفع مثل : بطاقات الصراف الآلي والبطاقات الدولية (سنشير إلى هذين العنصرين)، وتتميز بطاقات الدفع المستعملة في النظام المصرفي الجزائري بأنها تقليدية ولا تتناسب مع الواقع العالمي الجديد.

أولا . بطاقات الصرف الآلي

من أجل التكيف الجيد بمسألة إدخال وتعميم الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية قامت الجزائر بإدخال بطاقة الدفع والسحب إلى السوق الوطنية، من خلال المبادرة التي قامت بها مجموعة من أهم البنوك التجارية الجزائرية (Banque Al Baraka Algérien, CNEP Banque, BDL, CPA, BNA, BEA) وبمساعدة من وزارة المالية قامت بالتعاون مع مؤسسة أجنبية متخصصة في مجال النقد الإلكتروني (SATIM) Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique سنة 1995 من أجل توفير الاسناد التكنولوجي اللازم لها، وبهدف إنشاء نظام وطني للدفع الإلكتروني من أجل مواكبة التطورات الصناعية البنكية، كما أوكلتها مهمة الإشراف على عملية تحديث وعصرنة نظام الدفع وتعميم النقد الآلي والعمل على تعميم البطاقات البنكية في الوسط البنكي الجزائري، من خلال إنشاء بطاقة السحب والدفع بين البنوك وتسمى هذه البطاقة بـ (CIB) Carte Inter Bancaire وتستعمل هذه البطاقة خاصة للسحب من أجهزة الصراف الآلي وهي محددة المكان والزمان لأنها صالحة فقط في الجزائر، وتصدرها البنوك التجارية السابقة الذكر، وما يعاب على هذه البطاقة كونها بطاقة سحب فقط وليست بطاقة دفع كما يشير إلى ذلك اسم النظام¹ بالإضافة إلى البطاقة السحب البريدي التي تستخدم في أجهزة الصرف الآلي 24/24 ساعة والآن أصبح بإمكان أي شخص يمتلك بطاقة السحب البريدي السحب من أجهزة الصراف الآلي المتواجدة بالبنوك وهي خدمة جديدة تسهل المهمة بالنسبة للزبائن (الملحق 14، 17)

¹ - سليمان ناصر، "النظام المصرفي وتحديات العولمة"، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، يومي 14 و15 ديسمبر 2004، ص6.

ثانيا . البطاقات البنكية

دخلت البطاقات البنكية الدولية (EUROPAY- MASTER CARTER- VISA) إلى السوق البنكية الجزائرية من خلال القرض الشعبي الجزائري حيث تعاقد مع شركة فيزا العالمية على إصدار بطاقة **VISA** ومنحها لزيائنه في الجزائر، ليقوم بنك الجزائر الخارجي بعد ذلك بنفس الترتيبات ويصبح بذلك ثاني بنك يقدم خدمة البطاقات الدولية في الجزائر. يقوم القرض الشعبي الجزائري بعرض نوعين من بطاقة فيزا على زيائنه **بطاقة CPA/VISA Classic**؛ و**بطاقة CPA/VISA Gold**. تسمح بطاقة فيزا بتسهيل العمليات لحاملها في أي مكان في العالم وفي حال ضياع هذه البطاقة أو سرقة يتم تعويضهما في مدة أقل من ثلاثة أيام في أي مكان في العالم، كما تمكن حاملها من عرض الرصيد قبل إجراء أي عملية سواء كانت عملية سحب أو دفع¹. وما يؤخذ على البطاقات البنكية في الجزائر أنها محدودة الرصيد وبالتالي فهي لا تعتبر بطاقة ائتمان، ويعود ذلك إلى غياب ثقافة التعامل بالبطاقات البنكية في الجزائر وعدم وجود قبول عام لها بسبب محدودية أماكن التعامل بها، بالإضافة إلى التفضيل النقدي في التعاملات اليومية.

ومن بين المشاكل التي تواجهها البطاقات البنكية نذكر مايلي :

3. نقص الوعي بحيث الأفراد لا يثقون سوى في السيولة النقدية وعدم القدرة على استيعاب استعمال

البطاقات البنكية؛

4. وجود أزمة ثقة بين الزبائن والبنك؛

5. عدم الثقة في النظام والمحاكم القضائية وهذا راجع إلى طول الإجراءات القضائية؛

¹ - جلالي أحمد مسري، مرجع سبق ذكره، ص ص163-164.

ص- ارتفاع الاستعمال المتكرر للشيكات بدون رصيد أو غير كافية الرصيد وهذا ما أدى رفع الثقة عن وسائل الدفع مما ساهم في تفضيل السيولة النقدية بالإضافة إلى مشاكل أخرى المتمثلة في : السرقة والضياع، الاستعمال لاحتياطي للبطاقة...الخ¹.

- إحصائيات متعلقة باستخدامات البطاقات البنكية في النظام المصرفي الجزائري: فيما يلي سوف يتم عرض شامل لكافة الأنشطة المصرفية التي تمت باستخدام البطاقات البنكية.

الجدول رقم (3-IV): إحصائيات خاصة بالمعاملات التي تمت بالبطاقة البنكية

السنة	الدفع	السحب	المجموع
2008	2051	1 912 400	1 914 451
2009	1450	2 613 718	2 615 168
2010	1805	3 763 775	3 765 580
2011	5906	5 718 663	6 466 974

المصدر: 25 / 02 / 2013 www.Satim-dz.com

من خلال الجدول السابق يمكن ملاحظة أن المعاملات المصرفية التي تتم بالبطاقات البنكية تتضاعف من سنة إلى أخرى، و هذا مؤشر إيجابي يدلّ على مدى إقبال الزبائن لاستخدام هذه البطاقات، و كذا هذا يدلّ على مدى انتشار ثقافة البطاقات البنكية في السوق، و هذا مؤشر جيد.

- إحصائيات خاصة بعدد الشبكات التي تقبل الدفع بواسطة بطاقات "CIB": فيما يلي سنعرض إحصائيات خاصة باستخدام بطاقات الدفع

¹ - عبد الرحيم وهيب، إحلال وسائل الدفع المصرفية والإلكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2005-2006، ص127.

جدول رقم (4-IV): إحصائيات تمثل عدد العمليات المستخدمة بالبطاقة من طرف جهاز (TPE، DAB)

السنة	DAB	TPE
2008	544	1984
2009	572	2639
2010	636	2946
2011	647	3047

المصدر : 25 / 02 / 2013 www.Satim-dz.com

يمكن ملاحظة من خلال الجدول السابق أنّ عدد الشيكات الخاصة بقبول الدفع بواسطة بطاقات في تزايد مستمر من سنة لأخرى، و هذا يدلّ على مدى استخدام الزبائن لهذه البطاقات من أجل سحب أو من أجل الدفع من خلال الجدول السابق يمكن ملاحظة مدى زيادة عدد البطاقات "CIB" المستخدمة من سنة إلى أخرى حيث كانت تقدر في سنة 2008 يبلغ 544 بطاقة أما في سنة 2011 فتقدر بـ 647.

المطلب الثالث: أهمية اعتماد العمل بالصيرفة الإلكترونية في الجزائر

انتشرت ظاهرة الدفع نقدا في الجزائر لأسباب أمنية تعود إلى الطريقة في الأداء الرديئة السائدة في تسير حسابات الزبائن، وهذا راجع لغياب السرعة في تنفيذ عمليات النقل والتحويل داخل البنوك في حدّ ذاتها. وقد أثر تأخر وسائل الدفع في المنظومة البنكية الجزائرية على المتعاملين التجاريين بالتعامل خارج الإطار البنكي، مما سبب بدوره في بروز ظاهرة الاقتصاد الغير الرسمي¹ وتفشى ظاهرة الاكتمار، وبذلك أصبحت هذه المخاطر تهدد الاقتصاد الجزائري، ومنه

¹ الاقتصاد الغير رسمي : هو مجموعة النشاطات التي تمارس على هامش الاقتصاد الرسمي من طرف أفراد أو جماعات محترفة في الميدان الأساسي للربح السهل والتهرب من الضرائب والمراقبة.

اعتماد الصيرفة الإلكترونية وإقامة أنظمة دفع إلكترونية سوف يسهل إدخال النقود المتداولة إلى دائرة السوق البنكية الجزائرية.

إنّ اعتماد الصيرفة الإلكترونية في الجزائر سيساهم من خلالها إتاحة وسائل الدفع الإلكترونية في الانتشار، وتطوير حجم التجارة الإلكترونية وإعطائها البعد الدولي، وتحفزها على جلب المزيد من الاستثمارات خاصة الأجنبية منها من خلال تطوير التجارة الإلكترونية التي تساهم بدورها في تطوير القطاعات الأخرى خاصة قطاع الخدمات.

أولا . إمتيازات الخاصة بإعتماد الصيرفة الإلكترونية

منذ بضع سنوات كثر الحديث في الجزائر عن عصنة القطاع المالي والبنكي أي إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ومن هنا تبرز أهمية الصيرفة الإلكترونية في النظام البنكي الجزائري من خلال إتاحة لهذا للنظام دخول العصنة من أبوابها الواسعة، فهي تمنح عدّة امتيازات نذكر منها :

1. قيام البنوك الجزائرية بتسوية أنشطتها وخدماتها البنكية إلكترونيا، يؤدي حتما إلى تخفيض النفقات التي تتحملها في أداء خدماتها، ويقلل من تكلفة إنشاء فروع جديدة للبنوك في المناطق البعيدة؛
2. إن دخول البنوك العالمية شبكة الانترنت وبما تملكه من قدرات على المنافسة يلزم بالضرورة دخول البنوك الجزائرية لهذه الخدمة لمواجهة تحديات السوق البنكية الدولية، فدخل السوق البنكية الجزائرية في المنافسة الداخلية والخارجية يتطلب منها تكييف خدماتها البنكية وفق ما يجري حاليا في الأسواق البنكية العالمية؛

3. تساهم ثورة الاتصال والمعلومات في تحسين الحياة اليومية للأفراد، فيمكن من خلال الصيرفة الإلكترونية تحسين وتسهيل معيشة العائلات والأفراد؛
4. مواكبة البنوك الجزائرية العالمية في ميدان الخدمات البنكية الإلكترونية، وهي تستعد في ظل بداية تطبيق اتفاقية الشراكة الأورو جزائرية، والانضمام المرتقب إلى المنظمة العالمية للتجارة؛
5. المساهمة في جلب الاستثمار الأجنبي المباشر، من توفير خدمة بنكية إلكترونية 24/24 ساعة و 7/7 أيام.

نظرا لأهمية اعتماد الصيرفة الإلكترونية في الجزائر فيتطلب منها توفير عناصر مرتبطة بالنظام البنكي الجزائري وذلك من خلال : إقامة نظام التسوية الإجمالية الفورية (الدفع الإلكتروني)، والمقاصة الإلكترونية، تطوير استخدام النقود الإلكترونية وبطاقات الائتمان، وتطوير شبكات الاتصالات الإلكترونية ومنها شبكة الانترنت

ساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك الجزائرية في تحقيق الكثير من المزايا والفوائد للبنوك والزبائن على حد سواء، والتي نذكر منها :

1. تخفيف أعباء العمل اليدوي المتكرر مما يؤدي ربح الوقت وبالتالي استغلاله في تحسين نوعية الخدمات المقدمة للزبائن.
2. تحقيق التكامل والتنسيق بين العاملين بالبنك، وذلك من خلال توفير المعلومات الضرورية واستغلالها بشكل آلي، الذي يسهل تبادل وانسياب المعلومات بين الأنظمة الفرعية المختلفة التي يستخدمها العاملون بالبنك، إضافة إلى ربطها بمجموعة واحدة من البيانات باستعمال الشبكات والتقنيات الضرورية، مما يخلق نوع من التكامل بين أداء الأفراد.

3. ساهم استخدام الموزعات الأوتوماتكية ATM وشبكة الانترنت والهاتف وغيرها من التقنيات في تقديم الخدمات البنكية على مدار 24 ساعة وبالتالي تحرير الزبائن من قيود الزمان والمكان، إذ يمكنه أن يلجأ إلى وسطاء ماليين خارج الحدود المحلية وتقليل الطوابير داخل البنك.¹
4. خفض التكاليف الحقيقية حيث بلغت نسبة الاقتصاد في التكلفة بالنسبة للمعاملة البنكية التي تتم من خلال الاتصال الهاتفي أو البنك الإلكتروني أو الكمبيوتر الشخصي سنة 1966 حوالي 35%، 65% و 95% على التوالي في كلفة المعاملة لدى وكالة ذات شبائيك تقليدية في الولايات المتحدة، وهي نسب مرتفعة تزيد من قدرة البنوك على مضاعفة مواردها المالية.
5. تؤدي تكنولوجيا المعلومات والاتصال إذا ما تم استغلالها وتسييرها بطريقة جيدة داخل البنوك إلى تقديم خدمات متنوعة ومتعددة وأكثر ملائمة لاحتياجات الزبائن، كما تساعد على تقديم معلومات مباشرة أو نقلها عبر قنوات الكترونية إلى مكان استقبالها.²

ثانيا . مشاكل المتعلقة بتطبيق الصيرفة الإلكترونية بالجزائر

هذا لا يعني أن للصيرفة الإلكترونية في ظل اعتمادها في الجزائر ليس لها سلبياتها، بل هناك الكثير منها نذكر: مخاطر القرصنة، تكلفة الصيانة، البنية التحتية، أمن وسرية التعاملات البنكية ولم تستعمل الصيرفة الإلكترونية في الجزائر نظرا لعدة الأسباب من بينها:³

1. إنعدام الثقة للزبائن اتجاه النظام الحديث للإعلام والاتصال.
2. قلة الموارد المالية لإقتناء التجهيزات، وكذا استعمال المستخدمين وإطارات متخصصة في هذا

الميدان

¹ وسيلة حمداوي، مرجع سبق ذكره

² رشاد تو، تحديث وسائل الدفع وانعكاساته على النشاط البنكي في الجزائر، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير - جامعة الجزائر، 2006، ص 65.

³ سمير بن عياد محمد، أحمد سماحي، التكنولوجيا الإلكترونية البنكية " ضرورة أم حتمية بالنسبة للمؤسسات المصرفية"، ص 13

3. عدم الوعي الكافي للجزائريين بمنافع النظام المصرفي الجزائري .
4. هذا النظام الحديث جدا في العلم العصري يتطلب خبراء في ميدان الإعلام والاتصال وهذا الشيء لا يستغل بشكل كافي في بلادنا .
5. نظام أمن معلوماتي أو بمعنى آخر الوسائل والتقنيات التأمينية ضعيفة تستلزم التحكم الفعال.
6. محدودية المعرفة لنشاط المصرف الإلكتروني

ثالثا . حلول وسبل تطبيق الصيرفة الإلكترونية في الجزائر

من خلال تبني النظام المصرفي متطور في بلادنا أي مصرف إلكتروني فعال يجب :¹

1. العمل على تكوين إطارات متخصصة في ميدان تكنولوجيا المعلومات
2. تحسيسات المستهلك الجزائري بمميزات المصرف الإلكتروني، وهذا من خلال إشهار ، أيام دراسية في هذا المجال وغيرها
3. العمل على تطوير وتدعيم النظام المصرفي الجزائري خصوصا فيما يتعلق بتحويل رؤوس الأموال الافتراضي ، وضد كل تجاوز محتمل لأنه في واقع القطاع المصرفي الجزائري هو قطاع حساس خصوصا فيما يتعلق الأمر بنقود الدولة .
4. تحسين أنظمة الاتصال والتحويل .
5. العمل على خلق شبكة الأنترنت بين البنوك لتسهيل تسيير التحويل .
6. العمل على تأمين كل الخدمات والتحويلات الإلكترونية ضد كل أعمال القرصنة وأي تحسس غير مرغوب فيه.

¹ نفس لمرجع السابق ، ص 14

حيث تنص المادة 5 المتممة للأمر 11-03 المؤرخ 27 جمادى الثاني 1424 الموافق 26 غشت سنة 2003 والمكرر من المادة 56 كما يلي :

"يتأكد بنك الجزائر من سلامة وسائل الدفع ، غير العملة الائتمانية وكذا إعداد المعايير المطبقة في هذا المجال وملاءمتها ، ولا سيما يمكنه رفض إدخال أي وسيلة دفع لا يما إذا كانت تقدم ضمانات سلامة غير كافية كما يمكن أن يطلب من مقدم طلب إدخال هذه الوسيلة اتخاذ كل التدابير لتدارك ذلك كما يبلغ بنك الجزائر لممارسة مهامه من قبل أي شخص معني بالمعلومات المفيدة التي تخص وسائل الدفع والأجهزة التقنية المتعلقة بها .¹

المطلب الرابع : الاتجاهات والإستراتيجيات المتبعة لتحديث النظام المصرفي الجزائري
من خلال هذا المطلب سنتطرق إلى أهم العوامل التي ساهمت في تحديث في التطوير النظام المصرفي الجزائري باعتبار وجود الاتجاهات تساهم في تطوير النظام المصرفي الجزائري بإضافة إلى ذلك أهم الإستراتيجيات المتبعة لمواجهة تحديات العولمة .

أولا . الاتجاهات الحديثة لتطوير النظام المصرفي الجزائري

تحول النشاط المصرفي من مجرد القيام بعمليات الإقراض و الإيداع في داخل حدود الدولة إلى قيام البنوك بالدخول في مجال استثمار في جميع القطاعات و تملكها للكثير من المشروعات الصناعية و الخدمية و التجارية، و تنوع مصادر تمويلها بالداخل و الخارج. فالاتجاهات الحديثة لتطوير النظام المصرفي الجزائري تكون على الشكل التالي :²

¹ المادة 5 المتممة للأمر 11-03 المؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1424 الموافق لـ 26 غشت سنة 2003 ، المكرر من المادة 56 ،

الجريدة الرسمية العدد 50 ، 22 رمضان 1431 ، أول بتمبر 2010 .

² كمال رزيق ، عبد الحليم فضيلي ، **مداخلة بعنوان تحديث النظام المصرفي الجزائري** ، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية و التحولات الإقتصادية- الواقع و التحديات-جامعة سعد دحلب البليدة، ص379

1.التوجه إلى البنوك الشاملة

البنوك الشاملة هي نتيجة حتمية للعولمة المالية، فهذه البنوك تسعى إلى تنمية مواردها المالية من كافة القطاعات، كما تقدم الائتمان لكافة القطاعات. ففلسفة البنك الشامل تقوم على فلسفة التنويع بهدف استقرار و زيادة حركة الودائع و انخفاض في المخاطر.

2.تحرير تجارة الخدمات المالية

من بين أهم نتائج الاتفاقية العامة لتحرير تجارة الخدمات: تحرير الخدمات المالية (خدمات البنوك، و التأمين و إعادة التأمين.)، و بما أن هذا الأمر أصبح منطقي فما على البنوك التجارية إلا تحرير هذه التعاملات مما يؤدي إلى:

- جعل القطاع البنكي أكثر كفاءة و استقرار؛
- اتساع السوق المصرفي؛
- تخفيض تكاليف الخدمات المصرفية و زيادة جودتها بسبب درجات المنافسة ؛
- تؤدي إلى المزيد من المنافع في مجال نقل المعرفة و التكنولوجيا؛
- يسمح للزبائن باختيار التمويل المناسب، و زيادة حجم التمويل؛
- تمكين عمليات التحرير من تخفيض مخاطر السوق، و تساعد في تطوير و توسيع السوق المالي من خلال حجم المعاملات.

3.الخدمات البنكية الإلكترونية

أدت ثورة المعلومات إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي، و بالتالي ظهور خدمات بنكية إلكترونية، و من بين الخدمات البنكية الإلكترونية: الصيرفة الإلكترونية. إذن فالخدمات المصرفية الإلكترونية هي تقديم الخدمات الخاصة بالمعاملات المصرفية عن طريق قنوات توصيل إلكترونية فالخدمات البنكية الإلكترونية تتميز بالخصائص التالية:

- خدمات تتم عن بعد و بدون اتصال مباشر بين أطراف الخدمة؛
- خدمات لا تعرف قيودا جغرافية؛
- خدمات تقوم على التعاقد بدون مستندات ورقية؛
- يتم الدفع عن طريق النقود الإلكترونية؛
- و من بين أهم أنواع الخدمات البنكية الإلكترونية:
- أجهزة الصراف الآلي؛
- السحب الآلي المناسب، المدفوعات الإلكترونية؛
- صيرفة الانترنت.

ثانيا . الاستراتيجيات المقترحة أمام البنوك الجزائرية لمواجهة تحديات العولمة

لابد للنظام البنكي الجزائري أن يتخذ بعض الإجراءات وأن يتبع سياسة واضحة المعالم حتى يتمكن من مسايرة التطورات العالمية ومسايرة واستجابته لتحديات العولمة، وأهم هذه الاستراتيجيات مايلي :

1

1- مراجعة المنظومة القانونية وتفعيلها وتطبيقها في الميدان : يسجل على المنظومة البنكية في الجزائر التأخر في مواكبة التطورات العالمية وتكاد أمور أخرى تكون غائبة في التشريع الاقتصادي الجزائري رغم ضرورتها في تأهيل وعصرنة العمل المصرفي، مثلا في ظل الانتشار المتزايد للتجارة

¹ - سليمان ناصر ، مرجع سبق ذكره، ص14.

الخارجية والعمل البنكي عبر الانترنت في العالم، لا نجد نصوص تنظيمية أو إطار قانوني منظما لهذا العمل في الجزائر، يتم بموجبه تعريف الشيك الالكتروني، والإمضاء الالكتروني، وكيفية إنشاء البنوك الافتراضية.... الخ، وهو المطلوب تداركه قبل فوات الأوان.

2- الاهتمام بالعنصر البشري وإعادة تأهيله : من بين المشاكل التي يواجهها النظام البنكي الجزائري عموما هو نقص تأهيل العنصر البشري، لذا على البنوك الجزائرية أن تعتمد في التوظيف على العنصر البشري المتخصص، كما يجب على المسؤولين إقامة دوريات تدريبية متخصصة لموظفي وإطارات البنوك لمسايرة آخر التطورات في العمل البنكي.

3- الإشراف في تحديث وسائل الدفع في الجزائر : يتعين هذا خاصة بالنسبة لأنظمة الدفع التي تتشأها البنوك وبالأخص العمومية منها، فبالنسبة لبطاقة ما بين البنوك CIB، فهناك برنامج لتوسيعه لتصبح بطاقة سحب ودفع في نفس الوقت، يبدو أن هذا البرنامج لم يشهد نجاح لأن ذلك يتطلب إيجاد قبول عام لهذه البطاقة وتوسيع مجالات استعمالها، وهذا يتطلب بدوره توفير الأجهزة الضرورية لها في كل نقاط الدفع.

4- تأهيل المؤسسات المساعدة للعمل البنكي خاصة منها الأسواق المالية : تعتبر البورصة القاعدة الأساسية للبنوك بتوظيف سيولتها في شراء السندات والأسهم، أو بيعها في حال حاجتها إلى السيولة . بالنسبة للجزائر نلاحظ ضعف هذه السوق وعدم نموها منذ افتتاحها في التسعينيات من القرن الماضي¹، وفي دراسات حديثة تبين أن القيمة السوقية لبورصة الجزائر بلغت 106.1 مليون دولار مقارنة مع القيمة السوقية بالنسبة للبورصات العربية بلغ في ديسمبر 2010، مقابل

¹ سليمان ناصر، نفس المرجع السابق ص13.

10612.4 مليون دولار لبورصة تونس، ولبورصة عمان 30903.7 مليون دولار في نفس السنة، وذلك حسب نشرة صندوق النقد العربي للربع الرابع من سنة 2010¹.

5- تشجيع عودة البنوك إلى التخصص : من المعلوم أنه في بداية نشأة البنوك العمومية كانت متخصصة وبعدها تحولت إلى الشمولية بعد صدور قانون النقد والقرض 10/90، فعلى سبيل المثال بنك الفلاحة والتنمية الريفية الذي كان متخصصا في الفلاحة، البنك الخارجي الجزائري الذي كان متخصصا في التجارة الخارجية، فلا مانع إذن من العودة إلى هذه التخصصات، وقد بادرت أحد البنوك العمومية إلى ذلك بالفعل وهو بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط الذي قرر العودة بعد بضع سنوات إلى التخصص في مجال السكن بعدما كان يمارس الشمولية في عمله عندما تحول إلى بنك سنة 1997.

المبحث الثالث : النظام النقدي الإلكتروني في الجزائر

لقد أصبح تطوير و تحديث البنوك الجزائرية ضرورة حتمية، ليس فقط في ظل ما تشهده الأسواق المحلية والدولية من اشتداد في المنافسة، بل في ظل ما يشهده العالم من تطورات تكنولوجية ضخمة، والتي ساهمت في تحقيق العديد من المكاسب والفوائد لجميع المجالات، وتسعى البنوك الجزائرية لمواكبة هذه التطورات من خلال انجاز العديد من المشاريع التي تساهم بدورها في توسيع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل البنكي الجزائري، والتي من ضمنها إحداث نظام تسوية مدفوعات يتناسب والمتطلبات الحالية (نظام التسوية الفورية الإجمالية)، وتوفير جميع متطلباته كاعتماد المقاصة الالكترونية، والتي تعتبر الدعامة الأساسية لتفعيل ذلك النظام،

المطلب الأول : نظام التسوية الفورية الإجمالية¹ RTGS :

¹ - موقع صندوق النقد العربي 13 www.amf.org.ae 5/6/20..consulté le

في إطار تحديث وعصرنه النظام البنكي الجزائري، خاصة أنظمة الدفع، بادر البنك الجزائري بالتعاون مع وزارة المالية، وبمساعدة البنك العالمي في إنجاز نظام الدفع الإلكتروني متطور أو ما يسمى بنظام التسوية الإجمالية الفوري (RTGS) وهو نظام تسوية المبالغ الكبيرة في وقت حقيقي، ويتم سير التحويلات بصفة مستمرة وعلى الفور وبدون تأخير، وعلى أساس إجمالي. ويتم مسابقة هذا المشروع لجنة قيادية تحت إشراف بنك الجزائر وإقامة شبكة اتصال بين جهاز المقاصة الإلكترونية وشركة (ساتيم)، إقامة شبكة اتصال بين البنوك وبنك الجزائر، وإقامة شبكة اتصال مع جهاز المحاسبة العامة لبنك الجزائر. يهدف هذا المشروع إلى تحسين الخدمة البنكية لاسيما من حيث أنظمة الدفع، ويمكن بنك الجزائر من مراقبة التحويلات المالية وتحسين من إدارة السيولة لدى البنوك، وذلك رغبة للوصول إلى المستوى الدولي. وهذا فضلا عن إمكانية استخدام شبكة سويفت (SWIFT) العالمية حتى تتمكن البنوك بإبرام المزيد من المعاملات البنكية. ولكن مازال هذا الإنجاز قيد التنفيذ².

في إطار تعميم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المصرفي الجزائري قام بنك الجزائر بمشاركة مجموعة من البنوك التجارية وبعض المؤسسات المالية إلى جانب بريد الجزائر وبالتعاون مع وزارة المالية وبمساعدة البنك الدولي بتنفيذ مشروع "نظام التسوية الفورية الإجمالية" RTGS الذي أطلق في سنة 2006 وذلك بموجب قانون بنك الجزائر المركزي رقم 05/04 المؤرخ بتاريخ 13 أكتوبر 2005، فهو " نظام دفع مابين البنوك للمبالغ الكبيرة والمستعجلة التي تفوق قيمتها عشرة ملايين دينار، ويسمح هذا النظام بتنفيذ اوامر التحويل في الوقت الحقيقي

¹ Régime De Traitement de Grandes Sommes

² - رشيد بو عافية، الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري- آفاق وتحديات، مذكرة ماجستير غير منشورة، تخصص نقد وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة دحلب بالبلدية، الجزائر، 2005، ص 192-195.

بدون فترة سماح ¹، ولضمان نجاح هذا المشروع اخضع جميع الموظفين العاملين في قسم تسوية المدفوعات لمجموع البنوك والمؤسسات المالية المنخرطة لدورات تكوينية حول كيفية استخدام وعمل هذا النظام.

كما أن المشاركة في نظام RTGS مفتوحة لكل مؤسسة لها حساب تسوية في بنك الجزائر، فيمكن أن ينضم الى النظام زيادة عن البنك المركزي كمسير وحامل للتسوية ومجموعة من المؤسسات المصرفية والمالية والخزينة العمومية، ومراكز الصكوك البريدية.²

فهو نظام دفع بين البنوك يعمل على تسهيل عمليات المدفوعات والتسويات بين البنوك في الوقت الفعلي بشكل نهائي وتمكين الزبائن من التحويل الفوري لأموالهم باستخدام هذا النظام، حيث يتميز هذا النظام بمجموعة من الخصائص والمتمثلة فيما يلي ³:

- الدفع بمبالغ كبيرة وبحالات مستعجلة؛
- الدفع الخام (عملية بعملية)، وبأوقات فعلية (إجراء لحظي وفوري لأوامر التحويل)؛
- الدفع عن طريق التحويل فقط.

كما تتمثل الأهداف المنتظرة من هذا النظام في النقاط التالية ⁴:

- دعم نمو وتكامل أسواق رأس المال ؛
- تدعيم فعالية السياسة النقدية؛
- ضمان أمان وسرعة الصرف، بالتنسيق مع المعايير الدولية؛

¹ فريدة معارفي ، الطيب داودي، مفتاح صالح، الصيرفة الشاملة كمدخل لمواكبة مستجدات الصناعة المصرفية وتأهيل المصارف الجزائرية، الملتقى الوطني الاول : المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي – الواقع والتحديات -، جامعة حسيبة بن بو علي الشلف، يومي 14 و15 ديسمبر 2004، الجزائر، ص15.

² كمال ايت زيان ، حورية ايت زيان ، الصيرفة الالكترونية في الجزائر، (12/05/2012)،

<http://www.diconline.org/Bnqueries.aspx?language=ar>

³ جيلالي احمد مسري، مرجع سابق، الصفحة مجهولة

⁴ عبد القادر قادة، متطلبات تأهيل البنوك العمومية الجزائرية، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير- جامعة حسيبة بن بو علي الشلف، 2009، ص147.

- تسوية جميع عمليات البطاقات البنكية وجميع وسائل الدفع الأخرى في الوقت الحقيقي ؛
 - تقليل المخاطر المالية و الاستغناء عن حمل النقد بغرض التحويل من بنك إلى آخر
 - تخفيض أجال التسويات ؛
 - إرساء الأسس التقنية والجزائية للتطورات المستقبلية مثل التجارة الالكترونية.
 - بالإضافة إلى تقوية العلاقة بين المصارف وتلبية مختلف إحتياجات الزبائن ¹.
- ومن منطلق هذه الأهداف أوكلت لهذا النظام مهمة القيام بمعالجة العديد من العمليات المصرفية بين مختلف المشاركين في سواء كانوا بنوك أو مؤسسات مالية أو غيرها، حيث تتم المعالجة وفقا للمنهاج التالي :
- العمليات بين البنوك : والمتمثلة في إجراء التحويلات بين البنوك أو حسابات الزبائن التي تتضمن مبالغ هامة أو مستعجلة.
 - عمليات بنك الجزائر : فبنك الجزائر هو المشارك الوحيد الذي بإمكانه إصدار أوامر بالقرض أو الخصم من حسابات المشتركين، والذي تكمن مهمته في تدقيق كل تعليمة متعلقة بالتحويل، بالإضافة إلى التعرف على صاحب الأمر والتحقق من هويته الحقيقية.
 - تسوية المبالغ عن طريق المقاصة الالكترونية : حيث يعمل النظام على معالجة المبالغ المدينة والدائنة الناتجة عن عمليات المقاصة، من خلال معالجتها قرضا ودينا في نفس الوقت وفي حسابات المشاركين، إما في حالة استحالة تطبيق العملية ترفض من قبل غرفة المقاصة الالكترونية.

¹ التقرير السنوي 2008، التطور الاقتصادي والنقدي في الجزائر ، بنك الجزائر ، ص152.

- حسابات التسوية : حيث يقوم بنك الجزائر كونه المشرف على إدارة النظام من خلال فتح حسابات تسوية في سجلاته باسم كل مشارك والتي تقسم إلى حسابات فرعية وهذه الحسابات تحول حسب الحالات إما في زيادة مبالغ الحسابات الجارية للمشاركين أو نقصها، وبالتالي تضبط المحاسبة العامة لبنك الجزائر والتسويات التي تتم عن طريق النظام.

يشمل نظام الدفع الذي تم إدخاله هيئات الوساطة المالية، وأدوات ووسائل الدفع، وطرق الدفع والتحويل إلى جانب هذه العناصر الثلاث يتم إعادة إدماج نظام المعلومات بين هيئات الوساطة المالية ويهدف مشروع تحديث وعصرنة نظام الدفع إلى :

- وضع بنية أساسية ذات فعالية كبيرة في معالجة العمليات مابين البنوك والسوق المالي، وخاصة تطوير نظام المدفوعات للمبالغ الكبيرة؛

- تطوير معايير ومقاييس النظام المستقبلي لتعويض التحويلات ذات المبالغ الصغيرة؛

- تحديث وعصرنة نظام المعلومات لبنك الجزائر كعنصر ضروري من أجل فعالية الرقابة البنكية، وحسن تسيير وإدارة السياسة النقدية؛

- تقوية بنية الاتصالات بين بنك الجزائر ومختلف البنوك والمؤسسات المالية، لتسهيل المبادلات وتبادل المعلومات؛

- الوصول إلى نظام دفع وتحويل المعلومات والأموال بطريقة سريعة وفعالة وآمنة؛

- تحديد الإطار القانوني الذي يحدد قواعد المعاملات الإلكترونية، كالتوقيع الإلكتروني.

المطلب الثاني: المقاصة الإلكترونية ATCI

في إطار تطوير أنظمة الدفع في البنوك الجزائرية، بادر بنك الجزائر إلى تحديد إطار قانوني يحكم المعاملات المالية ويسمح بتحويل المعلومات والمبالغ المالية بين البنك المركزي وبين البنوك بسهولة وفعالية، حيث انشأ نظام المقاصة الإلكترونية والذي يعرف كذلك بـ " نظام الدفع الشامل للمبالغ الصغيرة"

أولا . مفهوم نظام المقاصة الإلكترونية

والذي حدد بمقتضى النظام رقم 05 - 06 الصادر في 15 ديسمبر 2005، الذي يتمثل هدفه الأساسي في تسوية المعاملات ومعالجتها ما بين البنوك والمؤسسات المالية بصورة آلية تحت إشراف البنك المركزي الجزائري.¹

ويتعلق النظام بالمقاصة الإلكترونية للصكوك، والسندات، والتحويلات، والاقتطاعات الأوتوماتيكية التي تقل قيمتها عن مليون دينار جزائري ووفقا لهذا النظام فقد تم استحداث شيكات جديدة تسمى بشيكات الرقمية.² (الملحق 18)

ثانيا . عمل نظام المقاصة الإلكترونية

يتم استخدام نظام المقاصة الإلكترونية من خلال البيانات التالية:³ (الملحق 15)

1. تصوير الشيكات ؛
2. قراءة الخط المغناطيسي والتعرف الضوئي على الأحرف الموجودة في الشيك؛
3. ادخال البيانات ؛

¹ ايت زيان كمال، ايت زيان حورية، مرجع سبق ذكره

² سفيان نقماري، الإبداع والابتكار في نظام المصرفي ودوره في تحسين الميزة التنافسية للبنوك، ملتقى الدولي حول إقتصاديات المعرفة والإبداع يومي 17 و 18 أفريل 2013، ص10.

³ <http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%8> 14/03/2014

4. تخزين صورة الشيك وبياناته ؛
5. استحضار صورة الشيك وبياناته ؛
6. التحكم في مسار العملية ؛
7. اصدار التقارير وعمل الاستفسارات ؛
8. معالجة قوائم الشيكات غير قابلة للدفع والشيكات القابلة للدفع الفوري ؛
9. معالجة الشيكات آجلة الدفع ؛
10. الربط مع الأنظمة الأخرى.

ثالثا : أهداف نظام المقاصة الإلكترونية

يهدف نظام المقاصة الإلكترونية إلى تسهيل العمل المصرفي وعمل تحصيل الشيكات بين البنوك من خلال ما يلي:¹

- 1-التسيير المحاسبي اليومي وإعطاء نظرة شاملة وحقيقية عن وضعية الخزينة في السوق المالية والوطنية.
- 2-تقليص أجال المعالجة، قبل قبول أو رفض العملية في اجل أقصاه 5 أيام على أن يتم اختزال هذه المدة إلى 3 أيام ثم شهر.
- 3-إعادة الثقة للزبائن في وسائل الدفع خاصة الصكوك.
- 4-يقوم في نهاية كل يوم بحساب الأرصدة الجانبية المدينة المتعددة، والتي يتم مراقبتها باستمرار، ومن ثم تحويلها إلى نظام التسوية الفورية الإجمالية.

¹ المادة الثانية من الأمر 05-06، المتضمن لقانون المالية لسنة 2006 ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 26 ، 23 أبريل 2006.

- 5- يعمل على تحديد الحد الأقصى المعمول به للأرصدة الجانبية المدينة المتعددة، من خلال القيام بإرسال إنذار الكتروني للمدير والمشارك المعنى في حالة اقتراب الحد المسموح به.
- 6- النظام مؤمن ضد مخاطر الاحتيال والغش، باعتبار ان المبادلات البيئية تتم من خلال تبادل الملفات المختومة، بالاعتماد على بروتوكولات مؤمنة ومشفرة مدمجة مع النظام المركزي والبنية التحتية للتواصل والترابط.
- 7- النظام آلي مطوق تماما، مركب لمبادلات التحويلات الالكترونية المطوقة.¹
- 8- تألية (Automatisation) التبادل ما بين البنوك لعمليات الدفع التي ينفذها المتعاملون؛
- 9- تقليص آجال التحصيل بالمقارنة بالعمليات التي يقوم بها كل بنك؛
- 10- ضمان أمن المبادلات لتفادي حدوث خسائر أو مشاكل في المحاسبة؛
- 11- إمكانية مركزة (Centralisation) أرصدة التسوية، إذ يصبح هناك حساب واحد للتسوية مع رصيد واحد صافي يمكن متابعته مركزيا من طرف البنوك؛
- 12- تحسين تسيير السيولة على مستوى البنوك التجارية؛
- 13- تمكين البنك المركزي من التحكم ومراقبة الكتلة النقدية.
- 14- التسيير المحاسبي اليومي وإعطاء نظرة شاملة وحقيقية عن وضعية الخزينة في السوق المالية والوطنية.
- 15- تقليص أجال المعالجة، قبل قبول أو رفض العملية في اجل أقصاه 5 أيام على أن يتم اختزال هذه المدة إلى 3 أيام ثم شهر.
- 16- إعادة الثقة للزبائن في وسائل الدفع خاصة الصكوك.

¹ جيلالي احمد مسري، مرجع سابق، الصفحة مجهولة

17- يقوم في نهاية كل يوم بحساب الأرصدة الجانبية المدينة المتعددة، والتي يتم مراقبتها باستمرار، ومن ثم تحويلها إلى نظام التسوية الفورية الإجمالية.

18- يعمل على تحديد الحد الأقصى المعمول به للأرصدة الجانبية المدينة المتعددة، من خلال القيام بإرسال إنذار الكتروني للمدير والمشارك المعنى في حالة اقتراب الحد المسموح به.

19- نظام مركب لمبادلات التحويلات الالكترونية.

نظام المقاصة الإلكترونية يعتمد على المعالجة عن بعد لتسوية المعاملات فيما بين البنوك والمؤسسات المالية، ويعرف بنظام الدفع الشامل للمبالغ الصغيرة، بحيث تتم عملية المقاصة بصورة آلية بين البنوك بالاعتماد على الربط الشبكي فيما بينها وهذا تحت إشراف وإدارة البنك المركزي ولنجاح نظام المقاصة الإلكترونية يجب تحديد طبيعة المتدخلون في نظام المقاصة الإلكترونية، تحديد وسائل الدفع التي يتم تبادلها بين المشاركين بواسطة نظام المقاصة الإلكترونية وكيف يتم تنظيم يوم المقاصة الإلكتروني¹.

المطلب الثالث : الشركة الجزائرية لتألية المعاملات النقدية ما بين البنوك SATIM

فيما يلي سنعرض لأهمية الشركة الوطنية لتألية المعاملات النقدية وذلك من خلال تطرق لمفهوم لهاته الشركة وآلية عملها بالإضافة إلى الدور الذي تلعبه في إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى القطاع المصرفي الجزائري .

أولا . مفهوم الشركة الوطنية لتألية المعاملات النقدية بين البنوك SATIM

وهي شركة ذات أسهم تابعة لثمانية بنوك جزائرية (BARAKA ,BADR,CNEP)

¹ - بريش عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 202-203.

(CNMA,CPA,BNA,BEA,BDL) تأسست في 25 مارس 1995 برأسمال 267 مليون دينار جزائري بموجب القانون رقم 95/103 المسؤولة عن تشغيل نظم مدفوعات بين البنوك في للبطاقات ، كما تعمل على تطوير البرامج وتحديث المصارف وتعزيزها لاسيما بوسائل الدفع عن طريق البطاقة ¹ كما تقوم هذه الشركة بصنع البطاقات المصرفية الخاصة بالسحب حسب المقياس المعمول به دوليا وطبع الإشارة السرية ، وتنشأ هذه الخدمة عن طريق عقد يبرمه المصرف مع شركة SATIM الذي يحدد التزام الطرفين خاصة فيما يتعلق بآجال وإجراءات التسليم بالإضافة إلى عملية الربط بين الموزعات الآلية ومصالح SATIM بواسطة شبكة إتصال حيث تسمح بالقيام بعمليات السحب سواء كانت داخلية أو محولة بالإضافة إلى سجل متصل بهيئة المقاصة لتصفية الحسابات ما بين المصارف ²

حيث كان تأسيس هذه الشركة نتيجة لمجموعة من الأهداف التي تسعى البنوك الجزائرية إلى تحقيقها من خلال تحديث وعصرنة نظام المعلومات والدفع الذي تعتمد عليه وتتمثل هذه الأهداف فيما يلي : (الملحق 16)

1. وضع نظام مشترك بين البنوك للسحب بواسطة الموزعات الآلية ؛

2. عمل وتطوير نظام بنكي مشترك للنقدات الإلكترونية ؛

3. تعتبر كوحدة للمعايير والتنظيمات الخاصة بالبطاقات البنكية ؛

4. تحديث وسائل الدفع للنظام المصرفي الجزائري ؛

5. تطوير وتسيير التعاملات النقدية ما بين المصارف ؛

¹ عبد القادر بريش، مرجع سبق ذكره ، ص 197

² كمال وحرورية آيت زيان ، مرجع سبق ذكره .

6. وضع الموزعات الآلية في المصارف والتي تشرف عليها الشركة ؛
 7. تكييف أنظمة الدفع والتسويات وكذا التشريعات مع إحتياجات المتعاملين ، المؤسسات ، الإدارات ، والأفراد لمتطلبات إقتصاد متطور يعتمد ، على وسائل إلكترونية الحديثة ؛
 8. تقليص آجال التسويات بين المتعاملين على المستوى الوطني ومع الخارجي ؛
 9. ترشيد وتحسين إجراءات تحصيل الشيكات ووسائل الدفع الأخرى وأنظمة التحويلات المالية؛
 10. تحسين جودة العمليات وتقليص الآجال المتعلقة بمعالجة المعلومات ؛
 11. تطوير وسائل الدفع الإلكترونية كالبطاقات البنكية الخاصة بالسحب والدفع وتعميم إستخدام بطاقات الإئتمان لدى الجمهور الواسع ؛
 12. تخفيض تكاليف إدارة أنظمة الدفع وإدارة السيولة والتحكم أكثر في إدارة المخاطر المرتبطة بها ؛
 13. تحسين إجراءات دراسة ملفات القروض وتحصيل الديون وتطوير منتجات بنكية جديدة ؛
 14. تحسين إدارة المخاطر السيولة والقروض الحماية ضد المخاطر التشغيلية خصوصا في إطار المبدلات وتسوية العمليات ذات أرصدة الكبيرة وتسوية نظام المقاصة متعدد الأطراف ؛
 15. تقوية أمن المبادلات وتسوية عمليات السوق المالي بفعالية ؛
 16. تحسين فعالية إدارة السياسة النقدية ومراقبة سيولة الإقتصاد ؛
- ومن أجل تطوير نظام المعلومات والدفع وتعميم النقد الآلي في البنوك الجزائرية حيث باشرت البنوك الجزائرية إدخال النقود الآلية أو ما يصطلح عليه الصيرفة الإلكترونية منذ نهاية الثمانينات بحيث كان بنك القرض الشعبي الجزائري CPA سنة 1989 السباق إلى طرح بطاقة السحب **La carte de Retrait** من الموزعات الآلية للنقود DAB تليها بقية البنوك العمومية الأخرى من

أجل تحقيق المرونة التعامل مع الزبائن والتقليل من الإنتظار أمام شبابيك غير أن هذه العملية لم تعرف النجاح المنتظر لعدة عوامل أهمها :

- غياب الثقافة المصرفية في مجتمع لا يتعامل بوسائل الدفع ويفضل التعامل نقدا ؛
- ضعف الإقبال على إستخدام وسائل الدفع الإلكترونية نظرا لعدم الثقة والجهل بهذه التقنيات ؛
- إرتفاع التكاليف تركيب وصيانة الآلات والتجهيزات بالنسبة للبنوك ؛
- تعدد المخاطر المرتبطة بتقديم الخدمة المصرفية الإلكترونية ¹.

حيث أوكل لشركة ساتيم مهمة الإشراف على عملية تحديث وعصرنة نظام الدفع وتعميم النقد الآلي والعمل على تعميم إستخدام البطاقات البنكية في البنوك الجزائرية وفيما يلي سيتم سرد المهام التي أوكلت لها كما يلي :

- المشاركة في إنجاز برامج حيازة الشبابيك الأوتوماتيكية وتسيير الشبابيك المنشأة ومراقبة العمليات وضمان الصيانة ؛

- التعاقد مع المؤسسات المختصة في مجال التكنولوجيا المصرفية لإنجاز البرامج ؛
- الإشراف على إصدار الصكوك البنكية ومنح الرمز السري ؛
- العمل على تطوير نظم المعلومات المالية والمصرفية بالتعاون مع إتصالات الجزائر .
- وبالرغم من أن تأسيس شركة SATIM كان هدف منه الإسراع في وتيرة تألية نظام المعلومات والدفع وتعميم الصيرفة الإلكترونية إلا أن ذلك لم يتحقق بالقدر الذي كان منتظرا بسبب تأخر مشروع الربط الشبكي بين البنوك والمؤسسات المالية وما عرف بمشروع ريس RIS فبعد القيام بإنجاز الدراسات الخاصة به بمساعدة البنك العالمي وبعد إختيار شركة برتغالية لتنفيذ المشروع

¹ رشيد بوعافية مرجع سبق ذكره، ص168

بتكلفة تقدر بحوالي 3 ملايين دولار ليبدأ العمل في تنفيذه ابتداء من سنة 1999 إلا أن المشروع لم يتم إنجازه وتم التخلي عنه ليتم إعادة إحيائه من جديد سنة 2001 وهذا بضغط من الأوساط المالية الخارجية لأن تنفيذ هذا المشروع أصبح يسيء إلى صورة النظام المصرفي الجزائري

ومن أجل تطوير الصيرفة الإلكترونية والنقد الإلكتروني في الجزائر تم بذل جهود على المستوى المحلي وكذا إقامة شراكات على المستوى الدولي ولعل من أهمها العقد المبرم في شهر أفريل من سنة 2003 ما بين الشركة الجزائرية لتألية النقد ما بين البنوك SATIM والشركة الفرنسية

Ingenico Data systems من أجل تعميم النقد ما بين البنوك الجزائرية وكان من المقرر أن تبلغ ثمرته في نوفمبر من نفس السنة بإصدار أول بطاقة دفع مصرفية ثم إصدار أو بطاقة دولية في الثلاثي الأول من سنة 2004.

كما نجد إتفاق شراكة تم في نفس الفترة ما بين المجموعة الفرنسية Diagram-Edi الرائدة في مجال الرائدة في مجال البرمجيات المتعلقة بالصيرفة الإلكترونية وأمن تبادل البيانات المالية وثلاث مؤسسات جزائرية هي Soft Engineering MAGACT Multimédia ومركز البحث في الإعلام العلمي والتقني CERIST لتتأ على إثره شركة مختلطة سميت بـ “ الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية : AEBS : Algeria E- banking service ” والهدف من إقامة هذه المؤسسة هو تحقيق مشروع الصيرفة على الخط في الجزائر¹

وتنقسم إلى نوعين الشبكة النقدية ما بين المصارف RMI ومركز معالجة النقدية ما بين

المصارف

¹ عبد القادر بربيش، مرجع سبق ذكره ، ص198-199

خاتمة الفصل الرابع

مما سبق نستنتج أن الجزائر كغيرها من الدول التي تسعى إلى تكثيف اقتصادها بصفة عامة ونظامها البنكي بصفة خاصة لمواكبة التحولات الكبيرة في الاقتصاد العالمي، الذي يفرض على البنوك مواجهة المنافسة الدولية. والملاحظ أنه في السنوات الأخيرة أصبحت البنوك تولي اهتماما كبيرا بالزبون ومحاولة إرضائه والمحافظة عليه، في ظل المنافسة حتى لايتوجه للمنافسين الآخرين. فقد مرّ النظام البنكي الجزائري بعدة إصلاحات شاملة بهدف تحديث نظام البنكي الجزائري من خلال تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال للارتقاء بخدماتها البنكية تماشيا مع متطلبات زبائنها. فمن خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل فقد تبين لنا أنه بالرغم من المجهود الذي بذلته الجزائر في استغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال خاصة في مجال تحديث وسائل الدفع، واعتمادها الصيرفة الالكترونية، إلا أن هذا لم يلقى إقبال من طرف المتعاملين، ويمكن إرجاع ذلك إلى غياب الثقة في استخدام وسائل الدفع الالكترونية وتفضيلهم التعامل بالنقد وغياب الثقة بالبنوك في حد ذاتها. فالبنوك الجزائرية بحاجة إلى ضرورة إتباع إستراتيجية جديدة تسعى من خلالها استرجاع وكسب ثقة المتعاملين معها، ولتحقق ذلك يتطلب منها تعزيز العلاقة وتوطيدها معهم، بالإضافة إلى العمل على تحديث منتجاتها وتطويرها من أجل كسب رضاهم.

الفصل الخامس: تشخيص واقع إستخدام

تكنولوجيا المعلومات والإتصال لعينة من البنوك

التي تتشط في القطاع المصرفي الجزائري

**(BNA-BEA -BDL-BADR -CPA -CNEP -
BARAKA -société générale-AGB-ABC-
BNP Paribas-HSBC)**

تمهيد:

الهدف من هذه الدراسة هو إعطاء صورة حول أهم استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال على مستوى المصارف الجزائرية، والوقوف على مدى وعي الموظفين و المسؤولين بالمصارف بمميزات وفوائد هذه التكنولوجيات، إضافة إلى مدى قابليتها لتقديم خدمات مصرفية إلكترونية، كما تهدف الدراسة إلى قياس الأثر الذي يحدثه استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الخدمات المصرفية بالنسبة لزيائن وموظفي هذه البنوك .

سيتم في هذا الفصل تحليل نتائج الاستبيانات الموزعة على مجموعة من البنوك الجزائرية، منها البنوك العمومية والبنوك الأجنبية المتواجدة في الجزائر حيث سنقوم أولاً بتحديد الخصائص العامة لعينة الدراسة، والمتمثلة في الخصائص الديمغرافية وكذلك المستوى الدراسي بالإضافة إلى بعض العناصر التي ستدخل ضمن الموضوع المراد دراسته كالموقع الإلكتروني للمصرف و مدى جاهزية البنك لتكنولوجيا من حيث توفره على أجهزة الصراف الآلي (TPE,GAB,DAB)، و مختلف أنواع البطاقات البنكية الصادرة عن البنوك هاته البنوك .

أما بالنسبة لعينة الزبائن فسننتظر إلى بعض العناصر التي ستدخل ضمن موضوع الدراسة كمدى اهتمام الزبائن بتصفح الموقع الإلكتروني للبنك ومدى استفادتهم من الخدمات المصرفية للبنوك على خط.كما سنتعرف على مدى وجود الوعي الإلكتروني المصرفي بالنسبة لمختلف فئات زبائن البنوك محل الدراسة. أيضا سنحاول معرفة مدى استخدام الزبائن لخدمة

e-banking. بعدها يأتي التحليل الإحصائي الوصفي للإجابات المتحصل عليها من العينتين

(الموظفين بالبنك و الزبائن) الذي من خلاله نختبر فرضيات الدراسة.

المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة

يقوم البحث العلمي على أساس مجموعة من الخطوات والقواعد العامة التي يتم في إطارها، تتمثل أساسا في تحديد المنهج العلمي المستخدم في الدراسة ومجالاتها، وتوضيح التقنيات والأدوات المستخدمة وكذا الإجراءات المتبعة لتطبيق الدراسة ميدانيا، بالإضافة إلى الأساليب الإحصائية وطرق التحليل المعتمد عليها لمعالجة البيانات الخاصة بالدراسة، إضافة إلى مجتمع الدراسة وكيفية اختيار العينة.

المطلب الأول: منهج ومجالات الدراسة

قبل عرض مختلف مجالات الدراسة، نوضح أولا المنهج العلمي المستخدم والذي يتماشى وطبيعة موضوع الدراسة.

أولا . منهج الدراسة

ارتبط تقديم البحث العلمي وتحصيل المعرفة بضرورة وجود منهج للبحث والتحصيل، فإن غاب المنهج خضع البحث للعشوائية وأضحت المعرفة غير علمية¹، فالمنهج يعني مجموعة من القواعد التي يتم وضعها قصد الوصول إلى الحقيقة و الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة؛ والمناهج أو طرق البحث عن الحقيقة تختلف باختلاف المواضيع. بشكل عام فإن المنهج العلمي يمكن وصفه بأنه فن التنظيم الصحيح لسلسلة الأفكار العديدة من

¹ محمد محمد قاسم، المدخل إلى مناهج البحث العلمي، الطبعة الأولى، بيروت دار النهضة العربية، 1999، ص51.

أجل الكشف عن الحقيقة¹. فطبيعة موضوع الدراسة هو تحديد أنسب المناهج العامة لها، وكيفية توظيفها لتحقيق أهداف الدراسة، وكذا الأدوات المنهجية المستخدمة.

انطلاقاً من طبيعة الدراسة والأهداف التي نسعى لتحقيقها وهي معرفة دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحديث الخدمات المصرفية، وعلى ضوء التساؤلات التي نسعى للإجابة عليها، فإننا استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على دراسة الأحداث والظواهر والممارسات، كما توجد في الواقع، وذلك لأن طبيعة الدراسة والأهداف التي نسعى لتحقيقها تتطلب ذلك. وهذا المنهج يسمح بوصف الظاهرة وصفاً دقيقاً، ويعبر عنها تعبيراً كمياً،

كما يتسم بأنه يقرب الباحث من الواقع، ويعتبر هذا المنهج ذو قيمة علمية في حد ذاته، لأنه لا ينتهي عند مجرد استكشاف البيانات حول الظواهر، وإنما تطبيق البيانات وتحديد خصائصها، وتحديد الروابط القائمة بينهما للوصول إلى استنتاجات يبنى عليها التصور المقترح². وبما أن المنهج الوصفي التحليلي له عدة مداخل، فقد اعتمدنا على ثلاث مداخل وذلك حسب مقتضيات الدراسة كما يلي:

¹ عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، الطبعة الثانية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1999، ص 99.

² أحمد حسين الرفاعي، مناهج البحث العلمي، تطبيقات إدارية واقتصادية، الطبعة الرابعة، عمان، دار وائل للنشر، 2005، ص 123.

1- المدخل الوثائقي: يسمح هذا المدخل بالوصول إلى تصور معرفي عام عن موضوع الدراسة¹، وذلك بالاعتماد على مراجع أولية وأخرى ثانوية، ومن ثم تحليل محتوياتها بهدف استنتاج ما يتصل بمشكلة الدراسة من أدلة وبراهين². وقد طبقنا هذا المدخل في إعداد الجانب النظري للدراسة، أما في الجانب التطبيقي من الدراسة فقد اعتمدنا على دراسة حالة والمسح الميداني بطريقة العينة في نفس الوقت.

2- مدخل دراسة حالة: يتميز منهج دراسة حالة عن المناهج الأخرى بكونه يهدف إلى التعرف على وضعية واحدة معينة بطريقة تفصيلية دقيقة³، وتوضح دراسة الحالة أكثر من أسلوب فهي تستخدم المنهج التاريخي والوصفي والمقابلة والاستبيان ومقاييس التقدير، وتبرز قيمتها في الجوانب الشخصية والإدارية والعلاجية، حيث تعمل على تطوير الأفكار التي تقودنا إلى النتائج، وأحيانا إلى الفرضيات المراد فحصها، ويمكن أيضا أن تستخدم في تطوير مفاهيم جديدة أو فحص مفاهيم موجودة أو قائمة⁴.

3- مدخل المسح الميداني بطريقة العينة: يعرف بأنه ذلك النوع من البحوث الذي يتم بواسطة استجواب جميع أفراد المجتمع، أو عينة كبيرة منه وذلك بهدف وصف الظاهرة المدروسة من حيث

¹ عطيفة حمدي أبو الفتوح، منهجية البحث العلمي وتطبيقاتها في الدراسات التربوية والنفسية، القاهرة، دار النشر للجامعات، 1996، ص101.

² محمد العساف صالح، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، مكتبة العيكان، الطبعة الثالثة، 2003، ص191.

³ عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مرجع سبق ذكره، ص130.

⁴ منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2007، ص109.

طبيعتها ودرجة وجودها، بحيث يجب أن تكون هذه العينة ممثلة وتحمل صفات مشتركة للمجتمع الأصلي المعنى بالبحث¹؛ واستخدمنا هذا المدخل لإجراء مسح على عينة من الزبائن والموظفين.

ثانيا . مجالات الدراسة

لقد قمنا في الدراسة الميدانية بوضع إطار تطبيقي يتمثل في مجموعة من حدود التي سنتقيد بها عند قيامنا بالدراسة. و تتمثل هذه الحدود في:

1. **المجال المكاني:** تركزت الدراسة الميدانية على مستوى ثلاث ولايات من الوطن وهي: ولاية ورقلة، ولاية البليدة، ولاية الجزائر العاصمة.

2. **المجال الزمني:** هي الفترة الزمنية التي تم فيها إجراء الدراسة الميدانية، حيث تمت هذه الدراسة خلال خمسة أشهر من جانفي 2014 إلى غاية ماي 2014.

3. **المجال البشري:** هو وحدة المعاينة أو الوحدة الإحصائية التي وزعت عليها الاستثمار، حيث اشتملت الدراسة فقط على الموظفين بالبنك و الزبائن الذين يتعاملون مع البنوك محل الدراسة.

4. **المجال الموضوعي:** انحصرت الدراسة على تناول دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عرض الخدمات المصرفية ، من خلال التعرف على مدى تبني البنوك الجزائرية لهذه التكنولوجيا من حيث الخدمات المصرفية من خلال اتجاهين الموظفين والزبائن.

¹ عماد قندلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، الطبعة الأولى، عمان دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2008، ص145.

المطلب الثاني: أدوات الدراسة

تتمثل الأدوات المستخدمة في الدراسة في مختلف التقنيات التي استعنا بها من أجل تحصيل أكبر قدر من المعطيات و البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة، و التي سنقوم بمعالجتها و تحويلها إلى معلومات و نتائج قابلة للتحليل. و بين الأدوات التي قمنا بالإعتماد عليها هي الملاحظة من خلال الزيارات الميدانية المتكررة للبنوك محل الدراسة، و أيضا الاستبيان من خلال الاستمارة التي تم تصميمها، بالإضافة إلى دليل المقابلة الذي سمح لنا برصد العديد من الملاحظات.

أولا . أسلوب الملاحظة

تعد الملاحظة من أقدم طرق جمع البيانات والمعلومات الخاصة بظاهرة معينة؛ حيث تُعرف الملاحظة العلمية على أنها انتباه مقصود ومنظم ومضبوط للظواهر أو الحوادث، أو الأمور بغية اكتشاف أسسها وقوانينها¹.

لقد استخدمنا أسلوب الملاحظة بالمشاركة، وذلك من أجل فهم واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الخدمات المصرفية؛ و في هذا الصدد فقد استخدمنا أسلوب الملاحظة إلى جانب التقنيات الأخرى أثناء زيارتنا الاستطلاعية لمختلف هياكل وزارة تكنولوجيا المعلومات والاتصال والبنك المركزي، للتعرف على مختلف القوانين المجسدة في هذا المجال. بالإضافة إلى الزيارات المتكررة للبنوك محل الدراسة لتسجيل بعض الملاحظات حول ظروف العمل و عرض الخدمات بها، وكذا عند مقابلتنا للزبائن في تلك البنوك من أجل توزيع الاستمارات، فقد سجلنا ملاحظات حول ظروف

¹ رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العلمية، دمشق، دار الفكر، 2000، ص317.

الاستقبال و الإمكانيات المادية و البشرية المتوفرة في كل مرة، و هذا بغرض تفحص الجوانب المبحوثة عن قرب في إطار ظروفها الطبيعية غير المصطنعة.

ثانيا . الاستبيان

بهدف التعرف على استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك الجزائرية وتبيين أثر تبني هذه التكنولوجيات على قدرة البنوك في تحقيق أهدافها الإستراتيجية، تم الاعتماد على تصميم استبيان يتضمن مجموعة من الأسئلة التي تم إعدادها من خلال الاطلاع على مجموعة من الأبحاث والدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع إضافة إلى آراء بعض الأساتذة و العديد من أصحاب الخبرة في العمل المصرفي، بهدف التأكد من بساطة و سلامة صياغة الأسئلة. حيث يسمح الاستبيان بطرح أسئلة معدة سلفا على أفراد عينة الدراسة؛ كما يُعرف على أنه أداة لجمع البيانات الأولية خاصة في البحوث الكمية، ويسمح بمعالجة العينات الكبرى، وتحديد العلاقات الإحصائية أو المقارنة العادية¹. في هذه الدراسة فقد تم بناء الاستبيان على أساس فرضيات الدراسة وأهدافها، الأمر الذي استدعى تقسيم الاستبيان إلى محاور أساسية اعتمادا على الأسئلة المغلقة، حيث يمكن للمبحوث اختيار جواب واحد من الإجابات المقترحة و في بعض الحالات يمكنه أن يختار أكثر من اقتراح و ذلك على حسب طبيعة السؤال.

كما اعتمدنا في دراستنا على تصميم استمارتين (استبيانين)، واحدة موجهة لعينة من موظفي البنوك محل الدراسة، واستمارة ثانية موجهة لعينة من زبائن تلك البنوك. حيث شملت الاستثمار الأولى على 36 سؤالا موزعة على حوالي 10 موظفين لكل بنك يتشكلون من مدراء

¹RAYMOND et autre méthodes de recherche en management ,Dunod, paris ,2^{ème} édition,2003,p226.

البنوك و رؤساء المصالح والموظفين. أما الاستمارة الثانية فشملت على 15 سؤال موجه لزيائن تلك البنوك حيث شملت الدراسة حوالي 20 زبون.

كما يتكون الاستبيان من ثلاث أقسام رئيسية وهي:

القسم الأول: يحوي أسئلة حول البيانات الشخصية و الوظيفية لموظفي وزبائن المصارف محل الدراسة كالجنس، العمر، المستوى التعليمي واللغات الأجنبية المتقنة، المنصب الوظيفي وعدد سنوات الخبرة في العمل المصرفي.

القسم الثاني: خصص لمعرفة نوع ومستوى الاستخدام الفعلي لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصارف الجزائرية، حيث يضم هذا القسم مجموعة من الأسئلة تنوعت بين المفتوح والمغلق حول استخدام المصارف الجزائرية محل الدراسة للعديد من المعدات و الأنظمة (أجهزة الكمبيوتر، أجهزة الصراف الآلي بأنواعها، شبكة الانترنت والانترنت، الموقع الالكتروني، أنظمة المعلومات) وأسئلة أخرى حول تكوين العاملين في مجال استخدام تلك التكنولوجيات. إضافة إلى أسئلة مرتبطة بمدى استخدام البنوك للعديد من وسائل الدفع الالكترونية، والفوائد المترتبة عن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل البنكي، مع تحديد أهم المعوقات التي تحول دون توسع البنوك في استخدامها.

القسم الثالث: يضم مجموعة من الأسئلة التي تهدف إلى قياس اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصارف، من خلال الأسئلة التي تمس العديد من المتغيرات ذات العلاقة المباشرة وغير المباشرة بموضوع الدراسة.

كما تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي في تحديد الإجابة على أسئلة الاستبيان، و المتمثلة في: موافق، موافق بشدة، غير موافق، غير موافق بشدة. و بهدف تقييم إجابات أفراد العينة تم وضع أوزان تمثل معاملات مقابلة لكل إجابة، كما هو موضح في الجدول التالي :

الجدول رقم (V-1): أوزان إجابات أفراد العينة حسب مقياس ليكرت

الوزن	الرأي
1	غير موافق إطلاقا
2	غير موافق
3	محايد
4	موافق
5	موافق جدا

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بعض المراجع

ثالثا . الأدوات الإحصائية

بالنسبة للبيانات المجمعة، فمهما كانت دقتها وكميتها فهي لا قيمة لها إلا إذا تمت معالجتها عن طريق الأدوات الإحصائية المناسبة لطبيعة وأهداف الدراسة، وفي دراستنا تم الاعتماد على برنامج Microsoft Excel وبرنامج SPSS 22 لتفريغ البيانات وعرضها و معالجتها بهدف تحليلها. أما بالنسبة لعرض البيانات استخدمنا الجداول الإحصائية البسيطة و المتقاطعة و التمثيل البياني كالأعمدة والدوائر النسبية لتسهيل قراءتها؛ أما فيما يخص التحليل اعتمدنا على مقاييس النزعة المركزية و مقاييس التشتت لتحليل مختلف النتائج المتوصل إليها. و من بين الأدوات الإحصائية التي سيتم الاعتماد عليها في هذه الدراسة نذكر :

1. **المتوسط الحسابي:** يهدف المتوسط الحسابي إلى معرفة درجة الموافقة للمستجوبين حول كل عبارة من عبارات الاستبيان، و من أجل التعرف على الفئة التي تنتمي إليها إجابة الباحث إنطلاقاً من حساب المتوسط الحسابي، فقد تم تحديد مخلف الفئات كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (2-7): تقييم فئة المتوسط الحسابي

التقييم	فئة المتوسط الحسابي المرجح
درجة موافقة جد متدنية	من 1 إلى 1.8
درجة موافقة متدنية	من 1.8 إلى 2.6
درجة موافقة متوسطة	من 2.6 إلى 3.4
درجة موافقة عالية	من 3.4 إلى 4.2
درجة موافقة عالية جدا	من 4.2 إلى 5

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على بعض المراجع

2. **الانحراف المعياري:** بهدف قياس درجة تشتت إجابات و آراء المستجوبين حول سؤال معين أي عن قيمة المتوسط الحسابي، نقوم بحساب الانحراف المعياري؛ فالانحراف المعياري يُعتبر مقياس للتشتت ويمثل الجذر التربيعي للتباين أي متوسط المسافات بين القيم والمتوسط الحسابي¹.

3. **صدق وثبات صحة الاستبيان :** بهدف اختبار صدق أداة الدراسة، تم استخدام أسلوب الصدق الظاهري من خلال عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين، حيث أقرت بأن استمارة الاستبيان تقيس بالفعل ما يفترض قياسه وذلك بعد إجراء بعض التعديلات التي أبدوها الأساتذة

¹ محمد راتول، الإحصاء الوصفي، ديوان المطبوعات الجزائرية، الطبعة الثالثة، بن عكنون، الجزائر، 2006، ص82.

ولغرض التحقق من ثبات وصدق الاستبيان تم استخدام اختبار " ألفا كرونباخ " لفحص الاتساق الداخلي لبنود الاستبيان، حيث تعد قيمة كل من معامل الارتباط ألفا (معامل ثبات المقياس) مقبولة إحصائيا عندما تكون أكبر من 0.6؛ و الجدول الموالي يعرض درجات القبول وعدم القبول:

الجدول رقم (3-V): قيم ألفا كرومباخ

الدرجات	التقييم
أقل من 0.5	غير كافية
ما بين 0.5 و 0.6	أدنى القبول
ما بين 0.6 و 0.7	مقبولة
ما بين 0.7 و 0.8	جيدة
ما بين 0.8 و 0.9	جيدة جدا
أكثر من 0.9	إعادة النظر في البنود

Source : Carricano ,M et Poujol , **Analyse de données avec SPSS**, Pearson
éducation,2009,P53

بالنسبة لاستبيان الموظفين فلقد بلغ معامل كرومباخ الإجمالي 0.87 مما يدل على درجة التقييم جيدة جدا. أما بالنسبة لاستبيان الزبائن فكانت نتيجة ألفا كرومباخ 0.89 مما يدل على أن درجة التقييم جيدة جدا، ويدل أيضا على ثبات الاستبيان باعتبار أنه إذا كانت $\alpha < 0.70$. وبالتالي فإن فقرات الاستبيان ثابتة وجيدة .

المطلب الثالث: العينة محل الدراسة

تتكون العينة محل الدراسة من مجموعة الوكالات أو الفروع للبنوك التي وافقت على إجراء الدراسة التطبيقية على مستواها، و التي سنقوم بتلخيص توزيعها من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم (4-V): توزيع عينة الدراسة حسب اسم البنك و الموقع الجغرافي

عدد البنوك	إسم البنك	عدد الوكالات والمديريات	الموقع الجغرافي
1	البنك الوطني الجزائري BNA	وكالة + مديرية	ولاية ورقلة
2	البنك الخارجي الجزائري BEA	وكالتين	ولاية ورقلة
3	القرض الشعبي الجزائري CPA	وكالتين	ولاية ورقلة
4	بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR	وكالتين	ولاية البليلة
5	بنك التنمية المحلية BDL	وكالتين	ولاية ورقلة
6	صندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP	وكالتين	ولاية ورقلة
7	بنك البركة الجزائري BARAKA	وكالة + مديرية	ولاية البليلة + ولاية الجزائر
8	بنك الخليج العربي AGB	وكالتين	ولاية البليلة + ولاية الجزائر
9	بنك العربي ABC	وكالتين	ولاية البليلة
10	بنك سوسيتيس جنيرال Société Générale	وكالتين	ولاية ورقلة
11	بنك BNP PARIBAS	وكالتين	ولاية البليلة
12	بنك HSBC	وكالة + مديرية	ولاية الجزائر

المصدر: من إعداد الطالبة

أولا . تقديم عام لعينة البنوك محل الدراسة الميدانية

سنقوم في هذه النقطة بعرض موجز لأهم البنوك التي ساهمت في إنجازنا للدراسة الميدانية.

1. **البنك الوطني الجزائري BNA**: انشأ بمقتضى المرسوم 178/66 الصادر في 13/06/1966، حيث حل محل عدد من البنوك الأجنبية والفرنسية، وكان آنذاك مكلفا بجمع الودائع والتكفل بتمويل المؤسسات التجارية والصناعية والمالية، وتقوية القطاع الخاص والعام. كما يتوزع البنك على شبكة وكالات في كامل التراب الوطني يقدر عددها بحوالي 193 وكالة؛ كما يقدر عدد العاملين في البنك الوطني الجزائري، خلال سنة 2013، حوالي 5730 عامل.

2. **البنك الخارجي الجزائري BEA**: تم إنشاؤه بمقتضى الأمر 204/67 المؤرخ في 01/10/1967، والذي يعد ثالث بنك تجاري من حيث النشأة؛ وقد كلف بمهمة ترقية الصادرات من المنتجات الصناعية المتوقعة من المشاريع التي كانت طور الانجاز، والتي تخص فروع مختلف أنشطة الصناعات الغذائية، المركبات الحديدية، الميكانيك و البتروكيميا. كما أصبح البنك مؤسسة عمومية اقتصادية بمقتضى القانون 88/01 الصادر في جانفي 1988 والمتعلق باستقلالية المؤسسات. يقدر عدد وكالاته 86 وكالة داخلية و وكالة خارجية، كما يقدر عدد العاملين فيه بحوالي 4200 عامل، حسب إحصائيات سنة 2013.

3. **القرض الشعبي الجزائري CPA**: تم إنشاء القرض الشعبي الجزائري بموجب المرسوم رقم 366/66 المؤرخ في 26/12/1966 برأسمال قدره 15 مليون دج؛ يعد ثاني بنك تجاري جزائري يتم تأسيسه، والذي كان في بدايته مكلفا بجمع الودائع ومنح القروض القصيرة الأجل، وابتدأ من 1971

في منح القروض المتوسطة الأجل والتخصص في تمويل القطاع السياحي والحرفي والمهن الحرة. يبلغ عدد وكالات البنك الموزعة على كامل التراب الوطني 136 وكالة، كما يقدر عدد العاملين في البنك بحوالي 4500 عامل.

4. **بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR:** أنشأ بمقتضى المرسوم 206/82 المؤرخ في 13/03/1982، وقد انبثق من البنك الوطني الجزائري بعد إعادة هيكلة. وقد كلف بمسالك الودائع الجارية ولأجل، وكذا بتمويل القطاع الفلاحي ويعتبر من أهم القطاعات التي يمولها حيث يتوزع على عدد من الوكالات قدرها حوالي 2900 وكالة، كما يقدر عدد العاملين بهذا البنك تقريبا 7000 عامل.

5. **بنك التنمية المحلية BDL :** انبثق هذا البنك من القرض الشعبي الجزائري، وقد تم تأسيسه بمقتضى المرسوم رقم 85/85 الصادر بتاريخ 30/04/1985. وهو آخر بنك تجاري في الفترة ما قبل الإصلاحات، حيث تم إنشاءه في البداية بغرض مسك الودائع وتمويل المؤسسات والهيئات المحلية على وجه الخصوص. كما يضم البنك حاليا 152 وكالة و يقدر عدد العاملين به حاليا 4158 عامل.

6. **صندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP:** تم تأسيس الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط في 10 أوت 1964 بموجب القانون رقم 227؛ وتتمثل مهمة الصندوق في جمع الادخارات الصغيرة للعائلات والأفراد. أما في مجال القرض فإن الصندوق مدعو لتمويل ثلاثة أنواع من العمليات تتمثل في تمويل البناء، الجماعات المحلية، وبعض العمليات الخاصة ذات المنفعة الوطنية. كما يمكن للصندوق القيام بشراء سندات التجهيز التي تصدرها الخزينة العمومية، وتم تكريس الصندوق

كبنك وطني للسكن، وهذا الأمر قد أعطى دفعا قويا له وقد زاد من ادخار العائلات. وفي إطار سياسة تشجيع المهاجرين الجزائريين على العودة للوطن يقوم الصندوق بتسهيل فتح حساب للمهاجر بقصد تمكينه من الحصول على مسكن يستقر فيه في الجزائر

7. **بنك المؤسسة العربية المصرفية - الجزائر (ABC)** مقرها البحرين؛ وهو أول بنك دولي خاص في الجزائر تم إنشائه في 1989/09/20، بلغ رأسمالها في ديسمبر 2009 بـ 10 مليار د.ج؛ حيث تقدر مساهمة البنك المركزي البحريني بنسبة 19%، البنك المركزي الكويتي بنسبة 15%، البنك المركزي الليبي بنسبة 15%.

8. **بنك الخليج العربي AGB**: هو بنك ناتج عن مساهمة ثلاثة دول عربية تتمثل في الكويت بنسبة 60% ولبنان بنسبة 30% و تونس بنسبة 10% من رأسمال البنك. يقدر رأسمال البنك بحوالي 10 مليار دينار جزائري .

9. **بنك البركة الجزائري BARAKA**: تم إنشاؤه في 1991/5/20، حيث يعتبر أول بنك مختلط بمساهمة بنك الفلاحة والتنمية الريفية الجزائري وبنك البركة السعودي؛ و هو أول بنك إسلامي في الجزائر قدر رأسماله في سنة 2009 بحوالي 10 مليار د.ج.

10. **البنك الوطني الشعبي باريس - الجزائر: BNP Paribas** تأسس في 2002/01/31 المقر الإجتماعي ويضم 70 وكالة على مستوى الجزائر وهو من البنوك الرائدة التي حققت نجاحا كبيرا في مجال المصرفي ويقدر رأسماله بـ 10 مليار دينار جزائري .

11. **بنك سوسيتي جينيرال - الجزائر SGA**: تأسس سنة 1999 برأس مال قدره 500 مليون دينار ويعد بنك سوسيتي جنرال إحدى الشركات التابعة لمجموعة سوسيتي جينرال الفرنسية وهو من البنوك الفرنسية الرائدة للإستثمار في السوق الجزائرية ، يمتلك البنك فروع موزعة عبر 85 بلد ويبلغ

عدد الذي يتعامل معهم 33 مليون زبون ويعمل موظفيه الخدمات المصرفية للأفراد والمؤسسات بطريقة متميزة عن باقي المنافسين ويعتبر بنك سوسيتي جينرال من أكبر البنوك المتخصصة في مجال المالية والتأمين ؛ الخدمات المصرفية الخاصة ، إدارة الأصول وخدمة المستثمرين .

12. **بنك HSBC:** هو بنك أجنبي أسس سنة 1860 بهونغ كونغ و تم فتح فرع له في الجزائر في

أكتوبر 2007، وبدأ نشاطه سنة 2008 حيث يوظف هذا البنك حوالي 396000 موظف و

10000 زبون و 400 مؤسسة وتشمل 3 وكالات رئيسية Oran, Pinsmaritimes, Hydra , ويبلغ

رأسماله حوالي 13000000000 دج

ثانيا . توزيع الإستبانات على عينة الدراسة

توجد العديد من الطرق والأساليب الإحصائية التي تستخدم في جمع المعلومات، فمنها ما

هو ذو مصدر داخلي أو مصدر خارجي، حيث يعتمد هذا الأخير على التحري باستخدام سبر

الآراء Sondage، والذي يكون من خلال التقرب مباشرة من العينة المراد دراستها، إما عن طريق

المقابلة أو المراسلة البريدية أو من خلال توزيع استبيان على أفراد العينة.

أما في حالتنا فقد اعتمدنا على المقابلة المباشرة في ملئ الاستبيان و في بعض الأحيان على توزيع

الإستبانات على أفراد العينة ثم جمعها لاحقا.

الجدول رقم (5-5): عدد الاستبيانات الموزعة على الموظفين و الزبائن لعينة البنوك محل الدراسة

اسم البنك	عدد الاستبيانات الموزعة للموظفين	عدد الاستبيانات الموزعة على الزبائن	عدد الإستبانات المستردة
البنك الوطني الجزائري	10	20	20
البنك الخارجي الجزائري	10	20	20
القرض الشعبي الجزائري	10	20	19
بنك الفلاحة والتنمية الريفية	10	20	20
بنك التنمية المحلية	10	20	20
صندوق الوطني للتوفير والاحتياط	10	20	15
بنك البركة الجزائري	10	20	20
بنك خليج الجزائر	10	20	20
بنك العربي	10	20	20
بنك سوسيتي جنيرال	10	20	20
بنك BNPPARIBAS	10	20	20
بنك HSBC	10	20	20
الإجمالي	120	240	234

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا لنتائج الاستبيان

من الملاحظ، حسب معطيات الجدول أعلاه، أنه تم تغطية معظم البنوك العمومية والبنوك الأجنبية، كما تم استرجاع معظم الاستبيانات التي تم توزيعها على أفراد العينة على مستوى الوكالات البنكية؛ سواء تعلق الأمر بالموظفين و المسؤولين بتلك الوكالات رغم ضيق الوقت وكثرة انشغال الموظفين؛ و أيضا بالنسبة لعينة الزبائن الذين يتعاملون مع تلك البنوك محل الدراسة فقد تم استرجاع معظم الإستبانات. نشير إلى أن الأسلوب المباشر في ملئ الاستبيانات هو الذي ساهم

بقدر كبير في استرجاع تقريبا كل الإستبانات، و كان ذلك بنسبة 96% فيما يخص الموظفين، أما بالنسبة للزبائن فكانت نسبة إسترجاع الإستبانات تقدر 5,97%.

المبحث الثاني: مدى استخدام البنوك محل الدراسة لتكنولوجيا المعلومات

والاتصال

سيتم في هذا المبحث التطرق إلى خصائص عينة الدراسة المتمثلة في عينة الموظفين بالبنوك محل الدراسة، و عينة الزبائن الذين يتعاملون مع تلك البنوك ومدى تبني هذه البنوك لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة

سنحاول من خلال هذا المطلب توضيح خصائص عينة الموظفين والمتمثلة في 115 موظف وبعض المعلومات الشخصية والوظيفية عنهم .

أولا . خصائص عينة الموظفين بالبنوك محل الدراسة

شملت عينة الدراسة مجموعة من الموظفين من مختلف البنوك محل الدراسة، و الوقوف عند مختلف المواصفات و الخصائص المرتبطة بعينة الموظفين من أجل توظيفها في الإجابة على إشكالية الدراسة من خلال الأسئلة الفرعية، و اختبار الفرضيات المصممة لهذا الغرض؛ سنقوم في هذا المطلب بعرض وتحليل مختلف الخصائص (الجنس، السن، المستوى التعليمي، ... إلخ)، و التي يمكن أن يكون لتلك الخصائص تأثير غير مباشر في إستخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على مستوى البنوك.

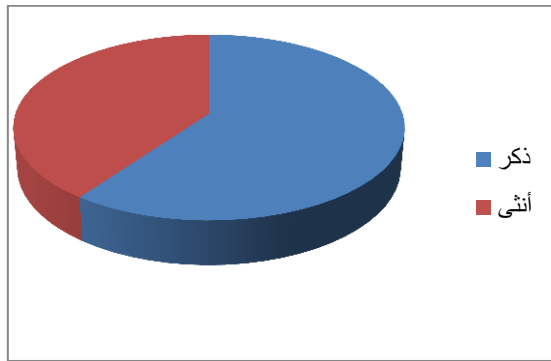
1/ الخصائص الديموغرافية للعينة (البيانات الشخصية والوظيفية للموظفين)

في هذا الفرع سنقوم بعرض و تحليل عينة الموظفين المساهمين في الدراسة الميدانية على حسب الخصائص الديمغرافية، و التي يمكن أن تأثر بطريقة غير مباشرة على درجة توظيف التكنولوجيات الحديثة في الاتصال على مستوى البنوك.

- توزيع عينة الموظفين حسب الجنس

الشكل رقم (1-V): يمثل تصنيف العينة حسب الجنس

الجدول رقم (6-V): يمثل تصنيف العينة حسب الجنس



الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	60	52.17%
أنثى	55	47.83%
إجمالي	115	100.0

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا على نتائج الاستبيان

كما هو مبين في الشكل والجدول أعلاه، نلاحظ أن عينة الذكور تقارب عينة الإناث؛ حيث

تقدر نسبة الذكور بحوالي 52%، أما نسبة الإناث فتقدر بحوالي 48% أي تعتبر نسبة

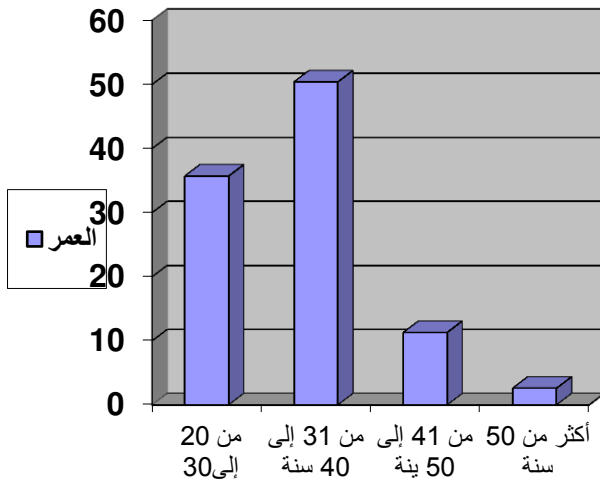
الإناث و ذكور متقاربة نوعا ما، وهو ما يعكس ثمار الجهود المبذولة من طرف الدولة

الجزائرية لتفعيل دور المرأة في المجتمع، وكذا الكفاءة التي تظهرها المرأة التي تجعلها جديرة

بالمسؤوليات الموكلة لها.

- توزيع عينة الموظفين حسب العمر

الجدول رقم (7-V): تصنيف عينة الموظفين حسب العمر الشكل رقم (2-V): تصنيف عينة الموظفين حسب العمر



فئات العمر	التكرار	% النسبة
من 20 إلى 30 سنة	41	35.7
من 31 إلى 40 سنة	58	50.4
من 41 إلى 50 سنة	13	11.3
أكثر من 50 سنة	3	2.6
الإجمالي	115	100.0

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا على نتائج الاستبيان

من خلال ما سبق عرضه في الجدول و الشكل أعلاه، يمكن ملاحظة أن الفئة العمرية الأكثر تكرار هي من (31- 40) سنة بنسبة 50.4%، تليها الفئة العمرية من (20- 30) سنة بنسبة 35.7% ؛ أما أقل فئة عمرية فهي فئة الكهول 2.6%، و هذا مؤشر إيجابي بالنسبة للبنوك التي تعتمد على عنصر الخبرة و الشباب في نفس الوقت، مما قد يساهم في سرعة التأقلم مع التطور التكنولوجي الحاصل في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، من خلال قابلية التعلم و التكوين و التأهيل للمورد البشري .

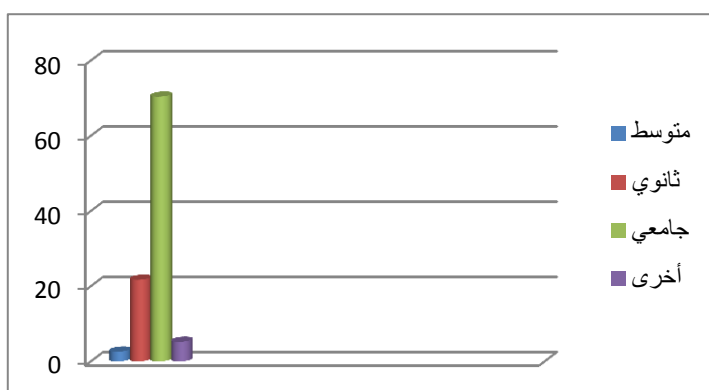
2/ توزيع العينة حسب المستوى الدراسي والوظيفي

يُعتبر المستوى التعليمي عنصر مهم في تحديد المستوى الوظيفي على مستوى البنك، و أيضا يساهم في مدى قدرة الموظف على التأقلم مع كل المستجدات و التطورات التكنولوجية الحديثة، و التي سيقوم حتما بتوظيفها في إنجاز المهام الموكلة إليه. سنقوم في هذا الفرع بعرض مميزات عينة الموظفين من حيث المستوى التعليمي و الوظيفة التي يمارسها على مستوى البنك.

- توزيع العينة حسب المستوى الدراسي

المعلومات المتحصل عليها بعد عملية تفرغ و معالجة الاستبيانات الخاصة بالموظفين موضحة من خلال الجدول و الشكل كما يلي:

الجدول رقم (8-V): تصنيف عينة الموظفين حسب المستوى الدراسي الشكل رقم (4-V): تمثيل عينة الموظفين حسب المستوى الدراسي



المستوى الدراسي	التكرار	% النسبة
متوسط	3	2.6
ثانوي	25	21.7
جامعي	81	70.4
أخرى	6	5.2
الإجمالي	115	100.0

المصدر : من إعداد الطالبة بناء على نتائج الاستبيان

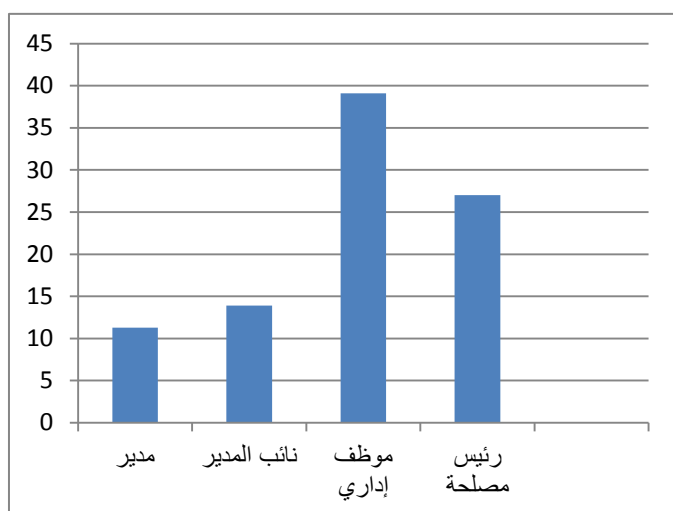
- توزيع العينة حسب الوظيفة :

إعتمادا على النتائج التي تم الحصول عليها من برنامج SPSS و المرتبطة بمتغير طبيعة

الوظيفة، قمنا بتلخيصها في الشكل و الجدول الآتيين:

الجدول رقم (9-V): يمثل توزيع عينة الموظفين حسب الوظيفة

الشكل رقم (5-V): يمثل توزيع عينة الموظفين حسب الوظيفة



الوظيفة	التكرار	النسبة %
مدير	12	10.4
نائب المدير	16	13.9
موظف إداري	51	44.3
رئيس مصلحة	36	31.3
الإجمالي	115	100.0

المصدر : من إعداد الطالبة بناء على نتائج الاستبيان

تشير نتائج التمثيل البياني، في الشكل رقم (6-V) ، إلى أن فئة الموظفين الإداريين تمثل

أكبر نسبة من أفراد العينة والمقدرة بنسبة 44.3%، تليها فئة رؤساء المصالح بنسبة 31.3%. ثم

نجد نسبة 13.9% ممثلة لوظيفة نائب المدير تليها وظيفة المدير بنسبة 10.4% وهي أقل نسبة

باعتبار أنه يوجد 12 بنك، وتم توزيع استمارة لكل مدير بنك أي 12 استمارة. و هذا يسمح لنا

بأخذ نظرة شاملة حول مختلف الآراء المرتبطة بمتغيرات الدراسة في مختلف المحاور التي

تتعلق بتأثير تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على نوعية الخدمات المصرفية المعروضة

من طرف البنك؛ خاصة بالنسبة لأصحاب القرار في مختلف البنوك التي تشكل عينة الدراسة.

ثالثا. اللغات الأجنبية المتقنة من طرف موظفي البنوك

من خلال هذا الفرع سنحاول التعرف على مميزات عينة الموظفين فيما يتعلق بدرجة

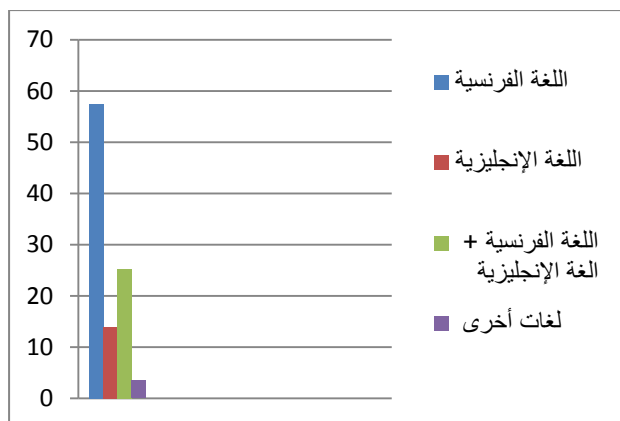
تحكمهم في مختلف اللغات الأجنبية و التي تعتبر ضرورية سواء لإنجاز مختلف المهام و التعامل

مع الزبائن و الإطلاع على مختلف التكنولوجيات الحديثة للمعلومات و الإتصال في المجال

البنكي.

الجدول رقم (10-V): توزيع عينة الموظفين حسب اللغات الأجنبية الشكل رقم (6-V): توزيع عين الموظفين حسب اللغات

الأجنبية



أنواع اللغات	التكرار	النسبة
اللغة الفرنسية	66	57.4
اللغة الإنجليزية	16	13.9
اللغة الإنجليزية + اللغة الفرنسية	29	25.2
اللغات أخرى	4	3.5
إجمالي	115	100.0

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الاستبيان

من الجدول والشكل السابقين نلاحظ أن الفئة الأكثر تكرارا هي فئة الموظفين الذين يتقنون اللغة الفرنسية تقدر بنسبة 57.4%، و هذا أمر طبيعي بحكم اعتماد البنوك على اللغة الفرنسية في أداء مختلف وظائفها، تليها فئة الموظفين الذين يتقنون اللغة الإنجليزية والفرنسية تقدر بنسبة 25.2%؛ أما فئة الموظفين الذين يتقنون اللغة الإنجليزية فقط فتقدر بنسبة 13.5% . أما الفئة التي تحصلت على أقل نسبة فهم فئة الذين يتقنون لغات أخرى فهم نسبة قليلة جدا 3.5%، وهو مؤشر جيد كون استخدام العديد من التكنولوجيات وأنظمة المعلومات يتطلب إتقاننا جيدا للغات الأجنبية.

ثانيا .خصائص عينة الزبائن لدى البنوك

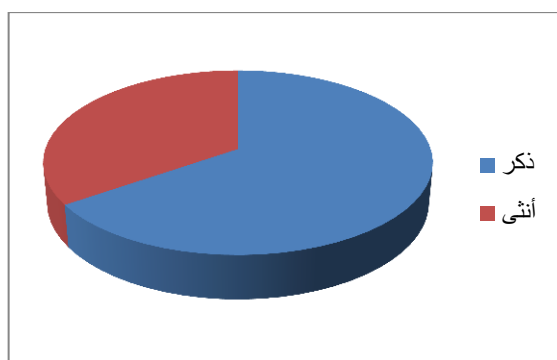
شملت عينة الدراسة مجموعة من الزبائن من مختلف البنوك محل الدراسة في الولايات الثلاثة (ورقلة، البليدة، الجزائر)؛ حيث كان الهدف معرفة مدى وجود الوعي لدى الزبائن للخدمات المصرفية الإلكترونية التي تسمح بتقديم خدمات مصرفية ذات نوعية و فعالية. نشير إلى أن توزيع الإستبانات على الزبائن تم بأسلوب مباشر عن طريق اليد و بطريقة عشوائية بشرط أن يكون للزبون حساب بالبنك. و بعد استرجاع الإستبانات و التأكد من احتوائها على كل المعلومات، تمت عملية تفريغها و تحليلها بواسطة برنامج SPSS تحصلنا على النتائج التي سنقوم بعرضها في هذا المطلب.

1. الخصائص الديموغرافية للعينة زبائن البنك

في هذا الفرع سنقوم بعرض وتحليل خصائص عينة الزبائن الذين يتعاملون بصفة دائمة مع البنوك محل الدراسة، و ربط تلك الخصائص بمحاور الدراسة، و التي ستسمح لنا بتسجيل النتائج و الملاحظات الضرورية لإختبار الفرضيات التي تم وضعها في مقدمة الدراسة.

- توزيع عينة الزبائن حسب الجنس

الجدول رقم (11-V): تصنيف عينة الزبائن حسب الجنس الشكل رقم (7-V): تمثيل عينة زبائن البنوك حسب الجنس



الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	153	65.4
أنثى	81	34.6
إجمالي	234	100.0

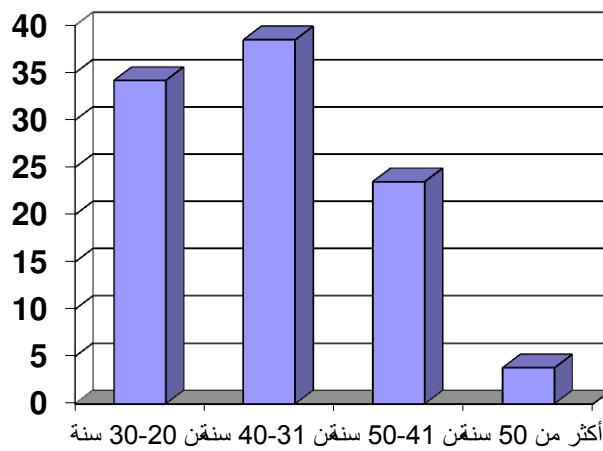
المصدر: من إعداد الطالبة استنادا على نتائج الاستبيان

من خلال النتائج الملخصة في الشكل والجدول السابقين، نلاحظ تفوق نسبة الذكور على الإناث؛ حيث تقدر نسبة الذكور بحوالي 65% ونسبة الإناث 35%، باعتبار أن معظم زبائن البنوك من الذكور، ويمكن أن نرجع هذا السبب أيضا أن معظم المؤسسات أو الأفراد الذي يتعاملون مع البنوك من خلال مختلف الأنشطة التي يمارسونها من فئة الذكور.

- توزيع عينة الزبائن حسب العمر :

اعتمادا على المعطيات المستخرجة من الدراسة الميدانية تم تشكيل الرسم البياني التالي:

الشكل رقم (8-V): تمثيل عينة الزبائن حسب العمر



المصدر : من إعداد الطالبة بناء على نتائج الاستبيان

من خلال الشكل السابق، الذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن، نلاحظ أن الفئة العمرية الأكثر تكرار هي الفئة (31-40 سنة) بنسبة 38.5 %، و هذا يدل على أن فئة الكهول هي الأكثر تعاملًا مع البنوك ، و التي تعتبر فئة النشاط و التي قد تشمل هذه الفئة على العمال و الموظفين بالمؤسسات و فئة المستثمرين الذي يتطلب منهم فتح حسابات بنكية، و هو ما سنتحقق منه عند ربطنا لمتغير السن بوظيفة الزبون ،الفئة العمرية الثانية و الثالثة هي على التوالي (20 - 30 سنة) بنسبة 34.2 %والفئة (41-50 سنة) بنسبة 23.5 % من عدد الزبائن المستجوبين، حيث تشمل هاذين الفئتين الزبائن الذين لا يتعاملون بصفة كبيرة مع البنوك بحكم السن و الحاجة

لفتح حساب بنكي أو طلب قرض بنكي لغرض معين. أما الفئة العمرية للزبائن الأقل تعاملًا مع البنوك هي الأكثر من 50 سنة بنسبة 3.8 %، أي فئة المتقاعدين عن العمل.

2. توزيع عينة الزبائن حسب المستوى الدراسي والوظيفي

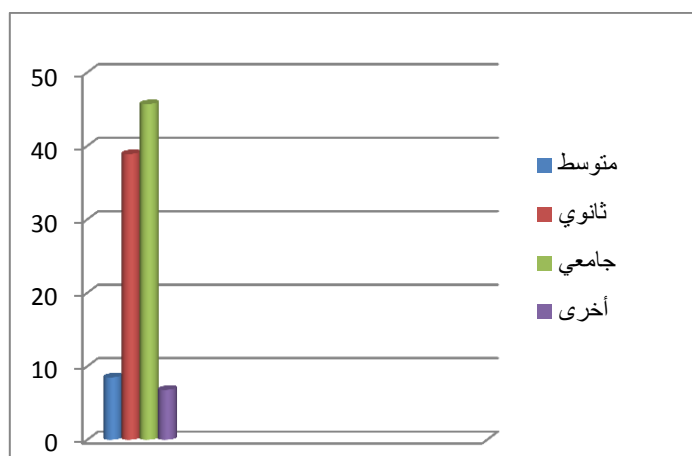
سنقوم في هذا الفرع بدراسة و تحليل النتائج المتحصل عليها من متغير المستوى الدراسي

و الوظائف التي يمارسونها الزبائن محل الدراسة

- توزيع العينة حسب المستوى الدراسي :

النتائج المتحصل عليها، بعد تفريغ الإستبانات، فيما يخص المستوى الدراسي موضحة كما يلي :

الشكل رقم (9-V): تصنيف عينة الزبائن حسب المستوى الدراسي



الجدول رقم (12-V): تمثيل عينة الزبائن حسب المستوى الدراسي

المستوى الدراسي	التكرار	% النسبة
متوسط	20	8.5
ثانوي	91	38.9
جامعي	107	45.7
أخرى	16	6.8
الإجمالي	234	100.0

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الاستبيان

من خلال النتائج الملخصة في الجدول والشكل السابقين نلاحظ أن الفئة الأكثر تكرارا هي فئة

الجامعيين بنسبة 45.7%، و هذا يعزز دراستنا الميدانية، حيث يسمح لنا بالحصول على

معلومات كافية بحكم المستوى التعليمي للأفراد المستجوبين و إدراكهم لأهمية

تكنولوجيا المعلومات و الاتصال؛ تليها فئة الأفراد الذين لديهم المستوى الثانوي بنسبة 38.9%

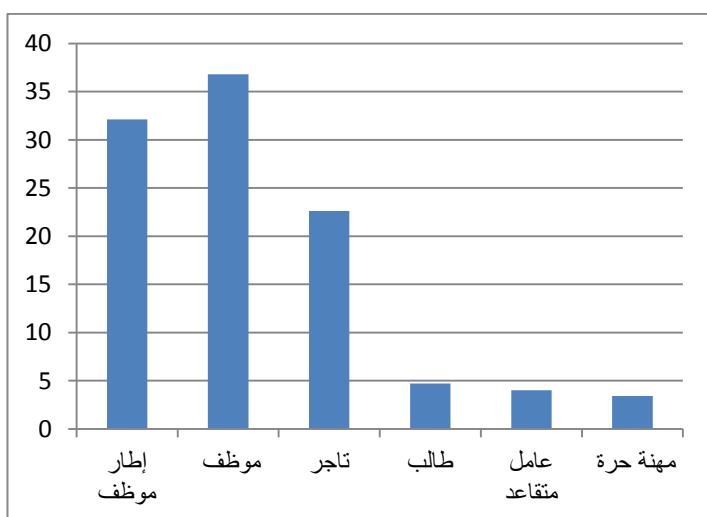
و هي أيضا مهمة تساعدنا في الوصول إلى نتائج صحيحة. ثم فئة أصحاب المستوى المتوسط و

كذلك الأفراد الحاصلين على شهادات أخرى بنسبة تقدر بحوالي 15%.

- توزيع عينة الزبائن حسب الوظيفة

أدرجت البيانات التي تم جمعها و المتعلقة بالوظائف التي يشغلها المستجوبين فيما يأتي:

الشكل رقم (10-V): توزيع عينة الزبائن حسب الوظيفة



الجدول رقم (13-V): توزيع عينة الزبائن حسب الوظيفة

الوظيفة	التكرار	النسبة %
إطار موظف	75	32.1
موظف	86	36.8
تاجر	53	22.6
طالب	11	4.7
عامل متقاعد	1	0.4
مهنة حرة	8	3.4
إجمالي	234	100.0

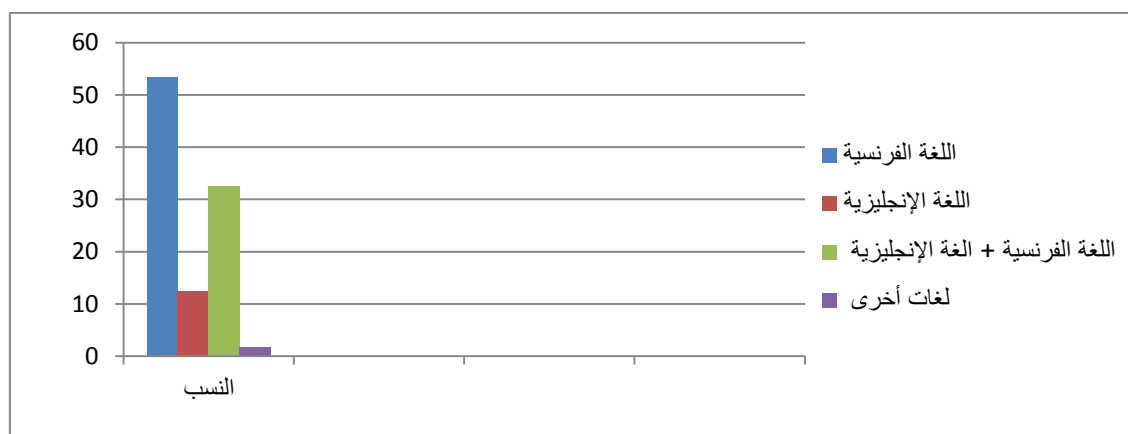
المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الاستبيان

من خلال الجدول والشكل السابقين نلاحظ أن هناك تنوع في توزيع عينة الزبائن حسب نوع الوظيفة؛ حيث شملت عينة الدراسة جميع فئات الزبائن الذين يتعاملون مع البنوك، من الموظفين إلى التجار إلى الطلاب الجامعيين. حيث نجد أن الزبائن الموظفين هم الأكثر تعاملًا مع البنوك، بنسبة 36.8% من عينة المستجوبين؛ وهذا نظرا لأن معظم الموظفين و العمال بالمؤسسات يقومون بفتح حسابات بنكية من أجل دفع الرواتب. تليها نسبة الإطارات موظفون بالمؤسسات بحوالي 32%؛ ثم نجد نسبة 22.6% من زبائن البنك المستجوبين تمثل التجار الذين يتعاملون مع البنك. أما فئة الزبائن الأقل تعاملًا مع البنوك بحكم وظائفهم فتتمثل على التوالي في فئة الطلاب ثم أصحاب المهن الحرة و أخيرا فئة العمال المتقاعدون.

3. اللغات الأجنبية المتقنة من طرف الزبائن

لتدعيم النتائج المتحصل عليها حول المستوى التعليمي للزبائن الذين يتعاملون مع البنوك، و معرفة مدى تحكمهم في اللغات الأجنبية التي تُعتبر ضرورية لمواكبة كل التطورات التكنولوجية، قمنا بطرح سؤال حول هذا الجانب فكانت النتائج ملخصة في الشكل الموالي:

الشكل (11-V) : توزيع عينة الزبائن حسب اللغات الأجنبية



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الاستبيان

من خلال الشكل السابق نلاحظ أن الفئة الأكثر تكرارا، لعينة الزبائن، هي فئة الأفراد الذين يتقنون اللغة الفرنسية بنسبة 53%، و هذا أمر بديهي في المجتمع الجزائري خاصة و أن أغلب الإدارات والمؤسسات بما فيها البنوك تتعامل باللغة الفرنسية. أما نسبة الأفراد الذين يتقنون اللغة الإنجليزية والفرنسية تمثل حوالي 33 % و هي أيضا نسبة معتبرة تعكس و تعزز المستوى التعليمي للزبائن الذين يتعاملون مع البنك الذي تم عرضه في النقطة السابقة.

أما نسبة الأفراد الذين يتقنون اللغة الإنجليزية فقط تقدر نسبتهم ب 12% وفيما يخص الزبائن الذين يتقنون فقط لغات أخرى هم من الأجانب ونسبتهم قليلة 2% وهو مؤشر جيد باعتبار أن معظم التكنولوجيات أو الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من طرف البنوك محل الدراسة تكون باللغة أجنبية.

المطلب الثاني: مستوى تبني البنوك محل الدراسة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

سنركز، في هذا المطلب، على معرفة نوع ومستوى الاستخدام الفعلي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك محل الدراسة، بالإضافة إلى معرفة الفوائد المترتبة عن استخدام تكنولوجيا لمعلومات والاتصال ومعرفة أهم الأسباب التي تقف وراء عدم توسع البنوك التجارية الجزائرية في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

أولا . الجاهزية البنكية

لمعرفة مدى جاهزية البنوك محل الدراسة فيما يرتبط بتوفير مختلف المستلزمات المادية الضرورية لمواكبة التطورات التكنولوجية في المجال المصرفي؛ حاولنا التعرف على عدد أجهزة الكمبيوتر المتوفرة لدى البنك، والتي يتم استغلالها و أيضا عدد أجهزة الصراف الآلي.

1. عدد أجهزة الكمبيوتر على مستوى البنك

لنبين مستوى استخدام أجهزة الكمبيوتر قمنا بتقسيم عدد الأجهزة لأربعة فئات كما يلي: حيث تبين لدينا أن نسبة 51.3 % من البنوك تحتوي على عدد حواسيب يتراوح عددها ما بين (11 و 20 جهاز)، و هو حال الوكالات البنكية الصغيرة الحجم و التي يكون عدد زبائنها محدود. تليها الفئة التي تحتوي على (أقل من 10 أجهزة) بنسبة 24.3%، ثم فئة البنوك التي تمتلك بين (21-30 جهاز) تمثل نسبة 21.7%. و أخيرا 2.7% من البنوك التي تستخدم أكثر من 30 جهاز كمبيوتر و هي تمثل الإدارات العامة للبنوك التي زرناها و استجوبنا مدراءها.

الجدول رقم (V-14): عدد أجهزة الكمبيوتر بالبنوك

عدد الأجهزة	التكرار	النسبة
من 1 إلى 10 أجهزة	28	24.3
من 11 إلى 20 أجهزة	59	51.3
من 21 إلى 30 جهاز	25	21.7
أكثر من 30 جهاز كمبيوتر	3	2.7
الإجمالي	115	100

المصدر : من إعداد الطالبة بناء على نتائج الاستبيان

حيث تشير هذه النسب إلى توسع استخدام أجهزة الكمبيوتر بالبنوك والوعي بأهمية تكنولوجيا الحاسبات في تسهيل العمليات البنكية و هذا أمر قد يكون طبيعي. كما لاحظنا أن درجة استخدام أجهزة الكمبيوتر متفاوتة من بنك لآخر ؛ نشير أيضا إلى أن البنوك الأجنبية تمتلك أجهزة كمبيوتر حديثة مقارنة بالبنوك العمومية؛ حيث وجدنا في بعض الوكالات مثل بنك التنمية الريفية و صندوق الوطني للتوفير والإحتياط محل الدراسة لايزالون يستخدمون أجهزة قديمة نوعا مما يتسبب في تعطّلها كل حين و بالتالي تعطيل عرض الخدمة البنكية.

2.الموزع الآلي للأوراق النقدية(DAB)

يبين الجدول المولي أن كل البنوك محل الدراسة تحتوي على موزع الآلي للأوراق النقدية، حيث أكد كل الأفراد المستجوبين على وجود تلك الموزعات الآلية على مستوى الوكالات البنكية محل الدراسة. فبعض البنوك العمومية تمتلك جهاز واحد للموزع الآلي للأوراق النقدية، و البعض الآخر يمتلك جهازين قد يكون جهاز داخل البنك وجهاز آخر خارج البنك. و هذا يدل على إدراك البنوك الجزائرية لمدى أهمية هذا الجهاز في تطوير أنشطة البنك لما يوفره لزبائنه من سهولة وسرعة في الحصول على خدمات، وتقليل طوابير الانتظار داخل البنوك، مما يسهم في تقليل الضغط على الموظفين بالبنك.

الجدول رقم(15-V) :توفر البنوك على الموزع الآلي للأوراق النقدية DAB

النسبة	التكرار	
27.0	31	موافق
73.0	84	موافق جدا
100.0	115	إجمالي

المصدر : من إعداد الطالبة بناء على نتائج الاستبيان

3. الشباك الأتوماتيكي للأوراق النقدية (GAB)

صرح 73% من المستجوبين، كما هو موضح في الجدول أدناه، بأن البنوك لا تتوفر على شبك أوتوماتيكي للأوراق النقدية (GAB)، بينما الباقي والمقدر نسبتهم 27% صرحوا بتوفر هذه التكنولوجيا على مستوى بعض البنوك. وقد يعزى عدم امتلاك أغلب البنوك على الشباك الأتوماتيكي للأوراق النقدية إلى ارتفاع تكلفة هذه التكنولوجيا؛ كما تجدر الإشارة إلى أنه تم تنصيب أجهزة (GAB) ببعض وكالات البنك الوطني الجزائري لكنها لحد الآن لم يتم استغلالها بالكامل.

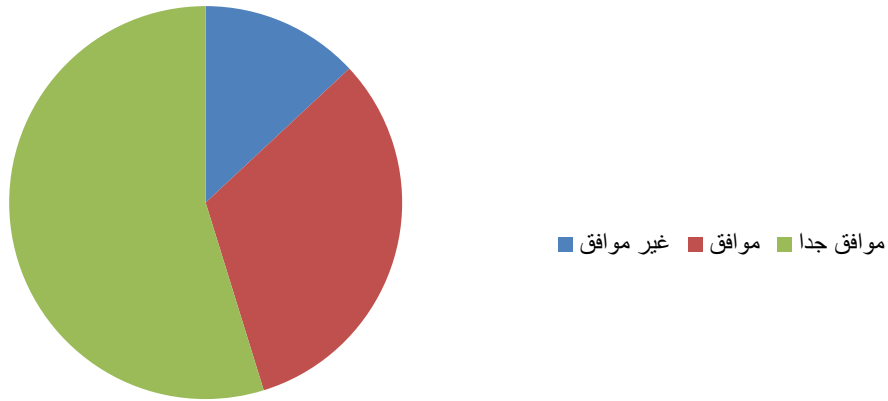
الجدول رقم (16-V): توفر البنوك على شبك الأتوماتيكي للأوراق GAB

الإجابة	التكرار	النسبة %
غير موافق	84	73
موافق	31	27
إجمالي	115	100

المصدر : من إعداد الطالبة بناء على نتائج الاستبيان

4. خدمة نهائي نقطة البيع TPE

الشكل رقم (V - 12): عدد البنوك التي تتوفر على نهائي نقطة البيع TPE



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الاستبيان

من خلال الشكل السابق نلاحظ أن نسبة كبير من البنوك تتوفر على نهائي نقطة البيع، باعتبار أنه يسهل عملية سحب النقود، ويساهم أيضا في تقليل الطوابير. كما تقدر نسبة المستجوبين الذين أكدوا على امتلاك البنوك لخدمة TPE بحوالي 86.95%. كما أن نسبة 13.05% منهم صرحوا بعدم امتلاك الوكالات البنكية لتلك الخدمة؛ باعتبار أن معظم الزبائن يستخدمون الشيك و مازالوا لا يتقنون في استخدام البطاقات البنكية، وبالتالي يرون، حسب نظرهم، بأنه لا ضرورة من امتلاكهم TPE وهي نسبة قليلة جدا.

ثانيا . شبكات الإتصال الخاصة بالبنك

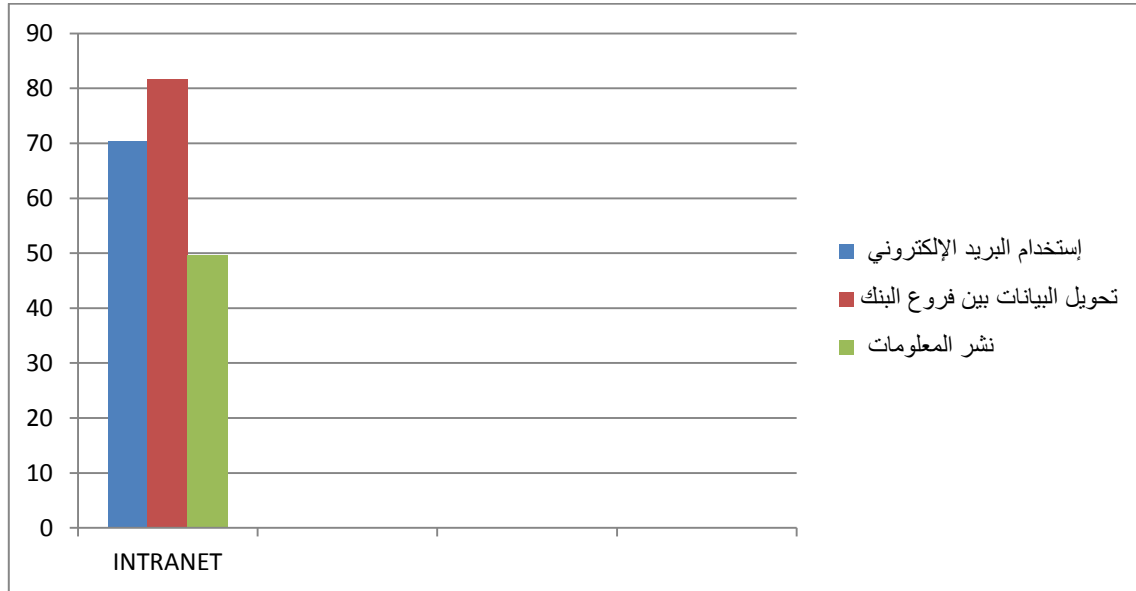
تعتبر شبكات الإتصال الأنترنت والأنترنت من أهم الشبكات التي تعتمد عليها البنوك في أداء مهامها فالأنترنت بالنسبة للنظام الداخلي للبنك والأنترنت بالنسبة لعرض وترويج الخدمات المصرفية للزبائن .

1.مدى توفر شبكة الأنترنت

فيما يتعلق بهذا العنصر فقد أكد كل المستجوبين على أن البنوك محل الدراسة ترتبط بشبكة معلومات داخلية(Intranet)، ويرجع ذلك إلى طبيعة العمل البنكي الذي يتطلب توفر شبكةالأنترنت (Intranet) و التي تربط بين أجهزة الكمبيوتر بالبنك في مختلف المصالح أو داخل مصالح محددة لتسهيل انسيابية المعلومات داخلها وتسجيل كل العمليات البنكية في حينها، مما يسمح بالمراقبة الفورية لكل الحسابات و العمليات البنكية.

كما لاحظنا من خلال هذه الدراسة أن استخدام الانترنت لمعظم البنوك يكون عن طريق نظام OUT LOOK، وهو نظام يسمح بتحويل البيانات و نشر المعلومات، و أيضا فتح البريد الإلكتروني الخاص بالبنك أي بالمدير وموظفي البنوك، و هو ما يوضحه الشكل الموالي.

الشكل رقم (13-V): مختلف استخدامات الانترنت على مستوى البنك



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الاستبيان

حيث ما نسبته 70.3% من المستجوبين يؤيدون استخدام الانترنت في البريد الإلكتروني،

بينما صرح 81.6 % من أفراد العينة بأن الأنترنت تُستخدم في عملية تحويل البيانات بين الفروع

و الوكالات البنكية؛ ونسبة 49.6% يرون أن استخدام الانترنت يقتصر على نشر المعلومات.

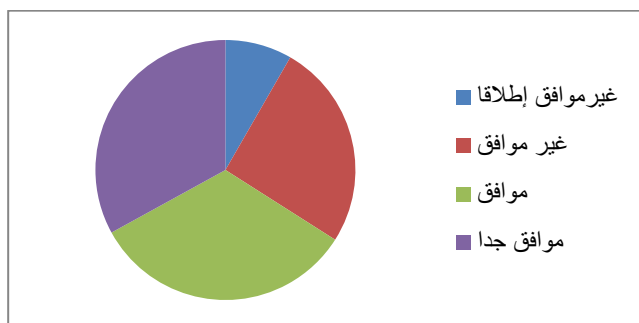
2. شبكة الإنترنت

يبين الجدول والشكل أدناه أن ما نسبته 71.4% من الموظفين أكدوا بأن البنوك التي يعملون بها

تشارك في خدمة الانترنت، بينما نسبة 27.8% من العينة نفت اشتراك البنك محل عملها بالانترنت

ونسبة 9% غير موافقون إطلاقاً على استخدام هذه الشبكة خوفاً من قرصنة المعلومات.

الشكل (V-14): يمثل استخدام البنوك لشبكة الانترنت



الجدول رقم (V-17) : يمثل استخدام البنوك لشبكة الانترنت

التكرار	النسبة %	
1	9	غير موافق إطلاقاً
32	27.8	غير موافق
41	35.7	موافق
41	35.7	موافق جداً
115	100.0	إجمالي

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الاستبيان

إذ يتبين من هذه النتائج أن البنوك مهتمة بمواكبة استخدامات هذه الشبكة في العمل المصرفي لما توفره من مزايا. كما أكد 80.8% من المستجوبين أن استخدام الانترنت ينحصر على المدير فقط، وما نسبته 17.4% من البنوك توفر خدمة الإنترنت لبعض المصالح أو المكاتب، بينما لم نسجل أي استخدام للإنترنت في كل المصالح والمكاتب. إذ تبين هذه النتائج أن استخدام الانترنت في البنوك محل الدراسة لا يزال محدوداً جداً، والذي يمكن تفسيره إلى خوف بعض البنوك من القرصنة الإلكترونية واستخدام حسابات البنوك.

3. الموقع الإلكتروني للبنك

بالرجوع إلى نتائج الدراسة الميدانية، فقد صرح كل المستجوبين على أن البنوك تمتلك موقع

إلكتروني؛ كما أنه من خلال الدراسة سجلنا أن أغلب البنوك قامت بتنصيب موقعها

الإلكتروني منذ أكثر من 5 سنوات والتي تقدر نسبتها بحوالي 75.7%، تليها البنوك التي يرجع

تنصيب موقعها الإلكتروني إلى الفئة (من 2 إلى 4 سنوات) بنسبة 22.6%، ثم نسبة 1.7% من

البنوك التي تم تنصيب موقعها الإلكتروني منذ أقل من سنتين، مما يدل على أن أغلب البنوك

أثبتت تواجدها على الانترنت.

الجدول رقم (18-V): إجابات موظفي البنوك فيما يخص محتويات الموقع الإلكتروني

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات					رقم العبارة
				موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقا	
1	عالية جدا	0.53	4.63	74	40	0	40	1	س. 2.11.1
2	عالية جدا	0.86	4.39	66	36	0	5	8	س. 2.11.2
4	متوسطة	1.36	3.03	32	7	13	58	5	س. 2.11.3
5	متدنية	1.28	2.57	19	8	8	65	15	س. 2.11.4
3	عالية	1.37	3.56	36	32	4	31	12	س. 2.11.5

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات SPSS

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن معظم الإجابات الخاصة بأن الموافقة عالية جدا، أي أن معظم البنوك العمومية تقوم من خلال موقعها الإلكتروني بالتعريف بالبنك وعرض بعض الخدمات المصرفية للبنك كما هو الحال في الموقع الإلكتروني لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (الملحق 19) أما فيما يخص البنوك الأجنبية بالإضافة إلتعريف البنك تقوم بعرض خدمات على الخط للزبائن التواصل مع الزبائن عن طريق الرسائل القصيرة مثل ما هو الحال في البنك الأجنبي وسيتي جنيرال (الملحق 23) محل الدراسة.

أما فيما يخص خدمة e- banking فهي متوفرة في بعض البنوك؛ فبنك الفلاحة والتنمية الريفية قام بعرض خدمة e-banking (الملحق 20،21،22) باعتبارها خدمة متوفرة وتسمى Badr.net حيث تقدر تكلفتها بالنسبة للتجار ب 1000 دج للشهر. كما تختلف تكلفتها من بنك لآخر بالإضافة إلى البنوك الأجنبية التي تمتلك هذه الخدمة مثل بنك سوسيتي جنيرال SGA

(الملحق 24) ونلاحظ مما سبق أن جميع البنوك لديها مواقع إلكترونية على شبكة الانترنت، إلا أن هذه المواقع تعريفية فقط، بحيث يتم فيها عرض مجموعة من المعلومات عن كل بنك، ولا يتم تقديم خدمات عبرها، ولا يتم تحديث هذه المواقع، ويتم تجديدها إلا بعد فترات طويلة وبالتالي المواقع الإلكترونية في البنوك الجزائرية تستخدم إلا لأغراض إعلامية، على عكس البنوك الأجنبية التي تحدث وتجدد مواقعها يوميا، لذا على البنوك العمومية أن تقوم بمتابعة وتجديد مواقعها، وتطويرها بما يتناسب مع التطورات التكنولوجية الحاصلة، واستخدامها في أداء الخدمة البنكية.

نستنتج مما سبق أن اغلب البنوك محل الدراسة تستخدم موقعها الإلكتروني للتعريف بها وتقديم العديد من المعلومات عن تطور الاستثمارات وتطور الموارد البشرية، بالإضافة إلى معلومات عن الهيكل التنظيمي وأهداف المدير العام للبنك، كما تقدم عرضا لمختلف الخدمات التي

يقدمها البنك. كما أن هناك بنوك جزائرية تقدم لزبائنها خدمة الاطلاع على الرصيد ومتابعة حركة حسابه فقط، مما يدل على أن اغلب البنوك محل الدراسة لا تولي اهتماما كبيرا لتطوير مواقعها الالكترونية، والذي يمكن إرجاعه إلى ارتفاع تكلفة التكنولوجيات اللازمة لجعل مواقعها تقدم خدمات بنكية، مقارنة بالكم الهائل من الخدمات المصرفية التي تقدمها بنوك أخرى عربية كانت أو أجنبية. مما يفرض على البنوك العمومية ضرورة تدارك الأمر والعمل على توسيع نطاق خدماتها الالكترونية عبر الشبكة، بالإضافة إلى نشر الوعي بين زبائنها بأهمية العمل المصرفي الالكتروني والفوائد التي يعود بها.

ثالثا . نظام المعلومات الخاص بالبنك

إن طبيعة العمل المصرفي تتطلب استخدام أنظمة معلومات خاصة، ووفقا لما صرح به العديد من المسؤولين في البنوك محل الدراسة تبين أن بعض البنوك يستعمل نظام DELTA V7 وأخرى DELTA V8 ونظام,ERIR,Alliance swift Messenger,MONEY Check,Anzioliteوهي أنظمة معلومات متطورة تضم قاعدة بيانات هائلة حسب المستوى الهرمي، وتمكن من تغطية جميع أنشطة ومهام البنوك.

الجدول رقم (19-V): إجابات موظفي البنوك فيما يخص نظام المعلومات الخاص بالبنك

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات					رقم العبارة
				موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقا	
2	درجة موافقة عالية	1.14	3.98	51	34	7	0	23	س.2.12.1
1	درجة موافقة عالية جدا	0.74	4.63	85	24	0	0	6	س.2.12.2
3	درجة موافقة عالية	1.09	3.92	42	41	15	16	1	س.2.12.3

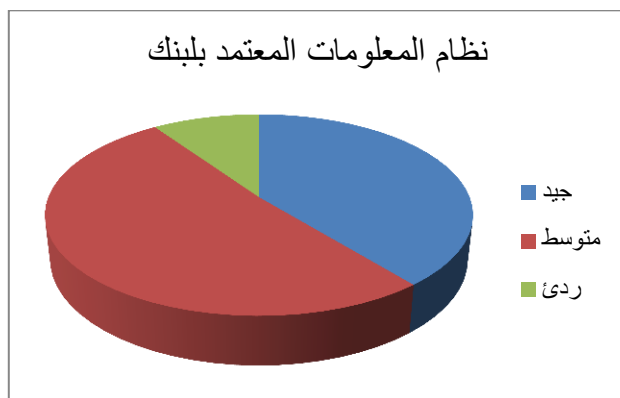
المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان ومخرجات SPSS

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن نسبة 93.5% من الموظفين بالبنوك أكدوا بأن نظام المعلومات سهل الاستخدام، حيث أنهم لا يجدون صعوبة في استخدام نظام المعلومات المعتمد بالبنك، مع تقارب إجاباتهم و هو ما تؤكد قيمة الانحراف المعياري 0.74. بينما يرى 5.2% من المستجوبين أنهم يجدون صعوبة في استخدام أنظمة المعلومات الخاصة بالبنك، ويمكن إرجاع نسبة المستخدمين الذين يجدون صعوبة في استخدام تلك بأنهم حديثين في العمل بالمجال البنكي.

بهدف تقييم نظام المعلومات المعتمد بالبنك قمنا بالاستفسار من الموظفين حول رأيهم في هذه الأنظمة المعتمدة بالبنوك ، فتبين لنا من خلال الإحصائيات المجمعة أن 51.3% من المستجوبين يرون بأن أنظمة المعلومات المعتمد بالبنك محل عملهم متوسطة، وتليها نسبة 39.1% ترى أنها جيدة، ثم نسبة 9.6% من الموظفين يرون أن نظام المعلومات المعتمد من

طرف البنك رديء و لا يقدم كل المعلومات بالمواصفات التي يحتاجها الموظفون لأداء مهامهم على أحسن وجه.

الشكل رقم (V-15): تقييم نظام المعلومات المستخدم بالبنك



الجدول رقم (V-20): تقييم نظام المعلومات المستخدم بالبنك

النسبة	التكرارات	
39.1	45	جيد
51.3	59	متوسط
9.6	11	رديء
100	115	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الإستبيان

ثالثا. أنواع الشبكات التي يتصل بها البنك

بهدف معرفة أنواع الشبكات التي تعتمد عليها البنوك محل الدراسة، قمنا بطرح مجموعة

من الأسئلة على عينة الموظفين، فكانت النتائج ملخصة في الجدول الموالي.

الجدول رقم (21-V): إجابات الموظفين حول أنواع الشبكات التي يتصل بها البنك

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات					رقم العبارة
				موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقا	
1	عالية	0.55	4.55	65	49	0	1	0	س.2.13.1
2	عالية	0.50	4.50	62	51	0	51	0	س.2.13.2
4	متوسطة	1.30	3.03	35	22	0	67	1	س.2.13.3
5	متوسطة	1.17	2.85	60	34	2	18	1	س.2.13.4
3	عالية جدا	0.89	4.34	63	37	6	0	9	س.2.13.5

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على نتائج الإستهتبان ومخرجات SPSS

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أغلب البنوك تملك شبكة خاصة بالبطاقات البنكية،

بالإضافة إلى شبكة خاصة بالموزعات الآلية للأوراق المالية؛ كما نلاحظ أن هناك درجة متوسطة

بالنسبة للشبكة الخاصة بالتجار. أما فيما يخص توفر شبكة للبنوك عن بعد فلقبت درجة

موافقة متوسطة، نظرا لأن هذه الشبكة متواجدة في المديرية العامة للبنوك فقط و غير

متوفرة في الوكالات البنكية. بالنسبة لشبكة swift فلاحظنا أن معظم البنوك محل الدراسة تمتلك

هذا النوع من الشبكات.

المطلب الثالث : مدى استخدام موظفي البنوك محل الدراسة لتكنولوجيا المعلومات

والاتصال

من خلال هذا المطلب سنوضح مدى استخدام الموظفين لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل

البنكي وفي أداء مهامهم

أولا . التكوين حول التكنولوجيا المستخدمة

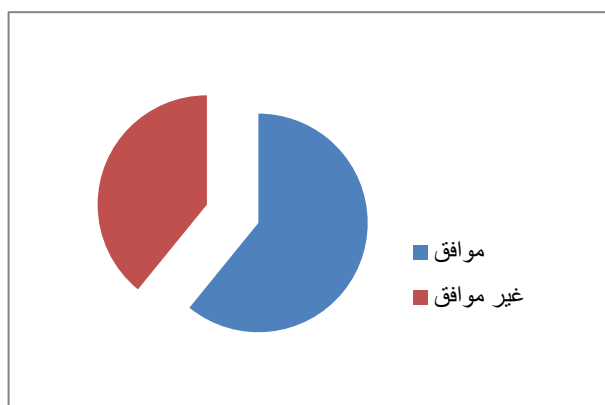
يعتبر تكوين العاملين بالبنوك على استخدام التكنولوجيات المستحدثة أمرا هام جدا من أجل تطوير

وتحسين قدرتهم على التعامل مع هذه التكنولوجيات، فكلما كان العنصر البشري مؤهلا كلما كان

الاستغلال الجيد لمثل هذه البرنامج والمعدات المستحدثة، مما يدر بالعديد من الفوائد على البنك.

حيث كانت النتائج المتحصل عليها من عينة الدراسة ملخصة في الشكل و الجدول المواليين.

الجدول رقم(22-v):إجراء دورات تكوينية للموظفين بالبنوك الشكل رقم (16-V):إجراء دورات تكوينية للموظفين بالبنوك



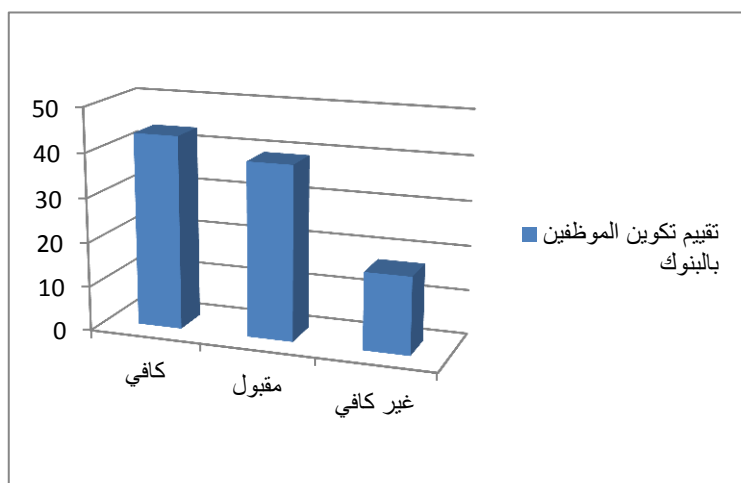
الإجابات	التكرار	% النسب
موافق	70	60.87
غير موافق	45	39.13
إجمالي	115	100

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الإستبيان

أكدت الدراسة أن 60.5% من الموظفين بالبنوك قاموا بدورات تكوينية حول كيفية استخدام البرمجيات والأنظمة الخاصة بتكنولوجيا المعلومات، مقابل 39.5% أجابوا بعدم استفادتهم من التكوين، والذي يمكن إرجاعه إلى عدم خضوع عملية توزيع إجراء هذه الدورات للتنظيم من طرف الإدارات العليا. بالإضافة إلى أن بعض الدورات التكوينية اختيارية، ففي أغلب الأحيان لا ترغم البنوك في إجراء دورات تكوينية للموظفين نظرا للتكلفة المرتبطة بها ولعدم رغبة الموظفين بالبنوك في إجراءها.

أما فيما يرتبط بنوعية الدورات التكوينية، فقد كانت المعلومات المُسرح بها موضحة في الجدول و الشكل المواليين:

الشكل رقم (V-17): تقييم تكوين الموظفين بالبنك



الجدول رقم (V-23): تقييم تكوين الموظفين بالبنك

تكوين العاملين	التكرار	التكرار %
كافي	50	43.48
مقبول	45	39.13
غير كافي	20	17.39
المجموع	115	100

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الاستبيان

يتبين مما سبق أن 43.48% من عينة الموظفين، الذين أجريت لهم دورات تكوينية حول استخدام التكنولوجيات الحديثة في البنك، يرون أن التكوين الذي أجروه مقبول،

تليها نسبة 39.13% ممن صرحوا بأنه كافي، وفي المرتبة الثالثة بنسبة 17.39% من الموظفين الذين صرحوا بأن التكوين الذي خضعوا له غير كافي لتحسين مستواهم في استخدام التكنولوجيات المتطورة.

فرغم أن الجزائر تتوفر على العديد من المراكز التكوينية منها التابعة لكل بنك على حدى، وأخرى مشتركة بين البنوك مثل المدرسة العليا للبنوك، إلا أن هناك ضعفا في تكوين العاملين في البنوك الجزائرية في مجال استخدام نظم المعلومات والأعمال الالكترونية؛ أما فيما يخص الخدمات المصرفية فإن كل خدمة متبناة لا يتطلب ذلك تكويناً، و لكن فقط شرح لعملية استخدام تلك الخدمة.

ويمكن تفسيره بقصر مدة الدورات التكوينية التي تجربها البنوك ، كلما أدخلت تقنيات حديثة إلى أنشطتها، حيث يجري رئيس المصلحة دورة تكوينية لمدة لا تتعدى الأسبوع وأخرى مدتها يومين، وهي مدة غير كافية للاستيعاب الجيد لكيفية عمل تلك التقنيات. إضافة إلى طول المدة الفاصلة بين إجراء تلك الدورات التكوينية التطبيق الفعلي لتلك التكنولوجيات، بالإضافة إلى عدم التنظيم الجيد لتوزيع تلك الدورات على إجمالي البنوك، مما يخلق حاجة ملحة لضرورة الاهتمام ببرامج التدريب في مجالات تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والأعمال الالكترونية بالبنوك الجزائرية.

ثانيا . وسائل الدفع الإلكترونية المستخدمة في البنوك

من خلال الفرع التالي سنتعرض لمختلف وسائل الدفع الإلكتروني التي تعرضها المصارف من

بطاقات ائتمانية ، الشيك الإلكتروني ، التحويلات المالية الإلكترونية

الجدول رقم (24-V): إجابات الموظفين حول أنواع الشبكات التي يتصل بها البنك

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات					رقم العبارة
				موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقا	
4	جد متدنية	0.44	1.26	0	0	0	30	85	س.1.15.2
3	عالية جدا	0.53	4.64	76	39	0	0	0	س.2.15.2
1	عالية جدا	0.46	4.70	80	35	0	0	0	س.3.15.2
2	عالية جدا	0,47	4,66	76	38	0	1	0	س.4.15.2
عالية جدا		0,47	3.81	إجمالي المتوسط لحسابي والانحراف المعياري					

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات SPSS

من خلال النتائج السابقة نستنتج أن البنوك محل الدراسة تستخدم العديد من وسائل الدفع

الإلكترونية، خاصة البطاقات البنكية والمقاصة الإلكترونية، والتحويلات المالية الإلكترونية، حيث

يعزى ذلك إلى ما توفره تلك الوسائل من فوائد متعددة.

كما يمكن القول أن البنوك الجزائرية لازالت في مرحلتها الأولى لاعتماد استخدام العديد من الوسائل الالكترونية، فهي لا ترقى باستخدامها لبعض وسائل الدفع الالكترونية الحديثة كاستخدام الشيك الالكتروني.

ثالثا . تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية من قبل البنك

يوضح الجدول الموالي ملخص إجابات أفراد عينة الدراسة حول مدى تبني مختلف البنوك محل الدراسة للخدمات المصرفية الإلكترونية.

الجدول رقم (V-25): إجابات الموظفين حول الخدمات المصرفية الإلكترونية على مستوى البنك

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات					رقم العبارة
				موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقا	
2	عالية	1.13	4.05	58	28	6	23	0	س.20.1
3	عالية	1.16	4.02	54	30	10	21	0	س.20.2
1	عالية	0.49	4.29	61	37	6	11	0	س.20.3
إجمالي الانحراف المعياري و المتوسط الحسابي				4,11				0,58	عالية

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات SPSS

من الجدول السابق نلاحظ أن إجابات الموظفين فيما يتعلق بتبني الخدمات المصرفية الإلكترونية معظمهم يعتبرونها آلية لدخول في إطار العولمة، تليها في المرتبة الثانية. ضرورة حتمية أي تتطلب قرار إستراتيجي وفي المرتبة الثالثة ضمان لنشاط أو سع للمنتجات والخدمات وهذا راجع إلى أن أغلب البنوك تتبنى الخدمات المصرفية الإلكترونية للدخول في إطار العولمة بالإضافة إلى

أنها ضرورة حتمية فرضتها التطورات السائدة في الدول المتقدمة كما أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تساهم في تنويع المنتجات والخدمات المصرفية

رابعاً. أنواع البطاقات البنكية التي يوفرها البنك لزيائنه

من خلال هذا الفرع سنحاول معرفة أنواع البطاقات البنكية التي يوفرها البنك بالإضافة إلى أهم المشاكل الناتجة عن التسيير هذه الخدمة .

1. أنواع البطاقات البنكية

الهدف من هذا التساؤل معرفة أكثر البطاقات البنكية تداولاً بالبنوك، حيث أكدت الدراسة أن 67.8% من البنوك الجزائرية تصدر بطاقات السحب الآلي، وحوالي 39.1% من البنوك تصدر بطاقات دفع، بينما يصدر 3.1% من البنوك بطاقات الصرف البنك. كما استحوذت البنوك التي تصدر بطاقات الائتمان على نسبة 3% والجدول التالي يلخص تلك النتائج:

الجدول رقم (V-26): إجابات الموظفين حول أنواع البطاقات البنكية

رقم العبارة	التكرارات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
	غير موافق إطلاقاً	غير موافق	محايد	موافق	موافق جداً				
س.2.21.1	4	0	0	33	78	4,61	0,67	عالية	1
س.2.21.2	101	0	3	1	10	2.30	0,87	متدنية	3
س.2.21.3	1	57	2	10	45	3.36	1,44	متوسطة	2
س.2.13.4	1	106	2	40	50	2.17	0,68	متدنية	4
إجمالي المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري						3,11	3,66	متوسطة	

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان ومخرجات SPSS

حيث تصدر بعض البنوك بطاقات السحب والدفع، و نجد منها القرض الشعبي الجزائري وبنك الفلاحة والتنمية الريفية والبنك الخارجي، بحيث يعد بنك الفلاحة والتنمية الريفية من رواد البنوك الجزائرية في مجال إصدار هذه البطاقات؛ والتي تساهم بقدر كبير في تحسين الخدمات المصرفية. بالإضافة إلى البطاقة الماسية التي يصدرها البنك الأجنبي *société générale*.

2. مشاكل تسيير البطاقات البنكية: حاولنا معرفة أهم المشاكل و العراقيل التي تواجه البنوك فيما يخص تسيير البطاقات البنكية، أي كيفية التعامل مع مشكلة البطاقات المسروقة والضائعة؛ إضافة إلى مشكلة أخرى تتمثل في عدم إمكانية استخدام البطاقة في عملية الدفع الإلكتروني. و الجدول الموالي يلخص النتائج المتوصل إليها من خلال تصريحات عينة المستجوبون.

الجدول رقم (V-27): إجابات الموظفين حول مشاكل تسيير البطاقات البنكية البنك

رقم العبارة	التكرارات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
	غير موافق إطلاقاً	غير موافق	محايد	موافق	موافق جداً				
س.2.28.1	0	14	11	50	40	4,01	0,96	عالية	1
س.2.28.2	90	0	13	11	1	2,33	0,68	متدنية	2
إجمالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري						3,17	0,82	عالية	

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان ومخرجات SPSS

من خلال نتائج الجدول السابق نلاحظ أن البنك يواجه مشكلة في استخدام البطاقات الضائعة أو المسروقة؛ أما فيما يخص مشكلة في العبارة الثانية فيما يخص اختلاف تكلفة البطاقة فنلاحظ أن البنك لا يواجه مشاكل في اختلاف تكلفة البطاقة

خامسا . الخدمات المصرفية الإلكترونية

من خلال هذا الفرع سنحاول توضيح مختلف الخدمات المصرفية الإلكترونية المتواجدة بالبنك وكذا

أهم الفوائد التي تحققها للعمل المصرفي

- اتجاهات الموظفين فيما يخص الخدمات المصرفية الإلكترونية : قمنا بإستجواب عينة

موظفي البنوك حول مزايا الخدمات المصرفية الإلكترونية المتوفرة على مستوى البنوك التي ينتمون

إليها، فكانت الإجابات ملخصة في الجدول الموالي.

الجدول رقم (28-V): إجابات الموظفين حول مزايا الخدمات المصرفية الإلكترونية

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات					رقم العبارة
				موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقا	
6	عالية جدا	0,62	4,30	61	50	1	3	0	س2.29.1
5	عالية جدا	0,75	4,35	58	42	13	0	2	س2.29.2
2	عالية جدا	0,65	4,47	63	44	7	0	1	س2.29.3
1	عالية جدا	0,64	4,50	64	46	3	2	0	س2.29.4
3	عالية جدا	0,87	4,38	68	29	12	6	0	س2.29.5
4	متوسطة	1,44	3.36	45	10	2	57	1	س2.29.6
عالية		0,83	4,25	إجمالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري					

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان ومخرجات SPSS

من خلال الجدول السابق لاحظنا بأن الخدمات المصرفية الإلكترونية ساهمت في تحسين أداء

الموظفين من خلال تقليل الضغط والطوابير بالنسبة لموظفي البنوك؛ بالإضافة إلى ذلك فإن تقديم

الخدمات المصرفية الإلكترونية ساهمت في تقليل تكاليف البنك وزيادة ربحية البنوك. كما نلاحظ

وجود درجة متوسطة بالنسبة لتكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية، أي أن أغلب موظفي البنوك محل الدراسة يرون أنه ليست هناك تكلفة كبيرة في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية.

-جهاز الصراف الآلي :

فيما يتعلق بعدد أجهزة الصراف الآلي التي يتوفر عليها البنك، و التي يمكنها أن تساهم في تحسين نوعية الخدمات المصرفية من خلال سرعة تلبية طلبات الزبائن، قمنا باستجواب الموظفين حول عدد أجهزة الصراف الآلي التي يمتلكها البنك ، و التي يتم استغلالها لتلبية طلبات الزبائن، فكانت النتائج ملخصة في الجدول الموالي .

الجدول رقم (V-29): إجابات الموظفين حول أجهزة الصراف الآلي

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات					رقم العبارة
				موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقا	
2	متوسطة	1.32	3.42	39	29	0	51	0	س.1.31.2
1	متوسطة	1.05	3.43	14	57	9	0	35	س.2.31.2
إجمالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري									
	متوسطة	1.18	3.42						

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات SPSS

من خلال معطيات الجدول السابق نلاحظ أن بعض المستجوبين يرون بأن أجهزة الصراف الآلي، التي يمتلكها البنك، كافية لتلبية احتياجات الزبائن والبعض الآخر يرى أنها غير كافية لتلبية كافة احتياجات الزبائن. أما فيما يخص تعطل أجهزة الصراف الآلي فإن معظم البنوك سواء أجنبية أو

عمومية واجهت مشكل تعطل أجهزة الصراف الآلي وهذا يدل على وجود مشكل تقني في بعض الأحيان خارج عن نطاق البنك .

سادسا. مزايا ومعوقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك

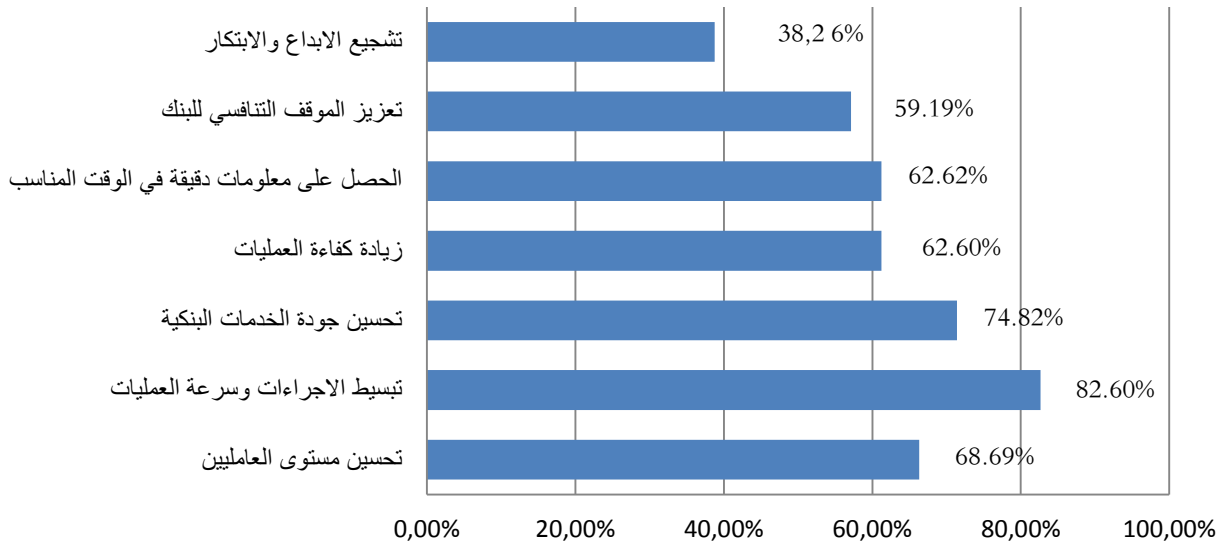
تحقق تكنولوجيا المعلومات والاتصال عدة فوائد للبنك بالإضافة لهذه الفوائد توجد العديد من المعوقات التي تحول دون توسع هذه التكنولوجيا في البنك

1. فوائد توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل البنكي : أما فيما يتعلق بأهم الفوائد الناجمة عن توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل البنكي، فقد أظهرت الدراسة أن لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك العديد من الفوائد بنسب عالية جدا، حيث صرح 82.60% من الموظفين بالبنوك أن استخدام TIC يساهم في تبسيط الإجراءات وسرعة العمليات، تليهم نسبة 74.78% للذين يرون أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال يساعد على تحسين جودة الخدمات البنكية. كما أكد 68.69% من الموظفين أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين أداء الموظفين.

و قد تحصلت كل من فائدة زيادة كفاءة العمليات والحصول على معلومات دقيقة في الوقت المناسب على نسب متساوية تقدر بحوالي 62.60%، تليها تعزيز الموقف التنافسي للبنك بنسبة 59.13%، كما استحوذت أهمية تكنولوجيا المعلومات

والاتصال في تشجيع الإبداع والابتكار على نسبة 38.26%، هذا يدل على الوعي العالي للعاملين بالبنوك التجارية بأهمية استخدام TIC في البنوك وما حققته من فوائد.

الشكل (V-18): فوائد استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك



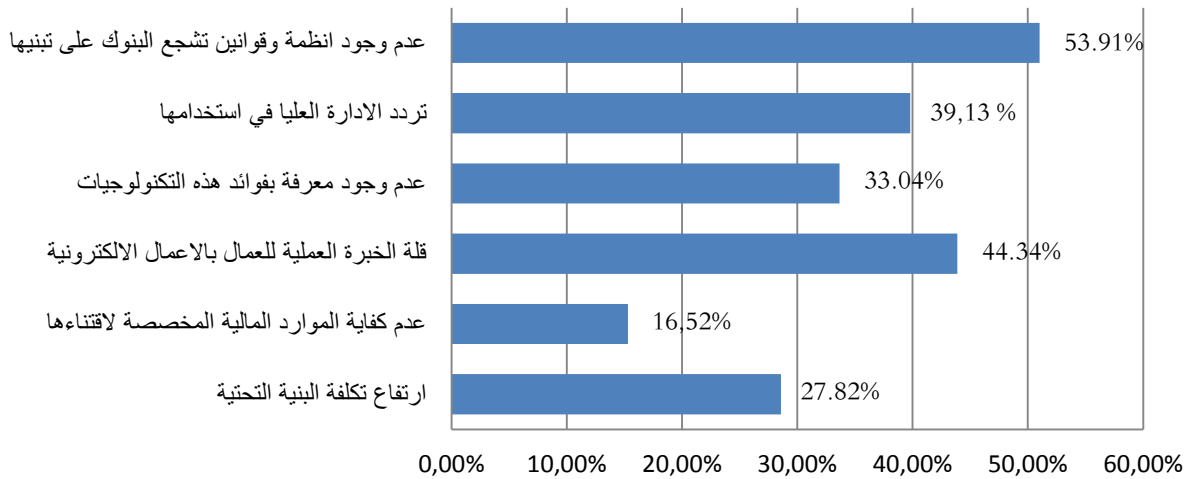
المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الإستبيان

2. المعوقات التي تحول دون توسع البنك في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال

يتبين من الشكل البياني الموالي أن 53.91% من الموظفين في البنوك أن أهم سبب وراء عدم توسع البنوك التجارية في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل البنكي هو عدم وجود قوانين وأنظمة تشجيع البنوك على تبني تقديم الخدمات الكترونية، في حين قدرت نسبة 44.34% من الموظفين الذين يرون أن العائق الذي تحول دون توسع البنك في استخدام هذه التكنولوجيات هو قلة الخبرة العلمية للقائمين بالأعمال الالكترونية؛ والذي يمكن إرجاعه إلى قلة تكوينهم، تلتها نسبة 33.04% لعائق تردد الإدارة العليا في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ثم نسبة 27.82% من الموظفين الذين يرون أن العائق الذي تحول دون التوسع في

استخدامها هو ارتفاع تكاليف البنية التحتية اللازمة للتبني الفعلي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، كما حاز عائق عدم الكفاية الموارد المالية المخصصة لاقتناء هذه التكنولوجيات على نسبة 16.52%، و هو ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل (V-19): المعوقات التي تحول دون توسع البنك في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الإستبيان

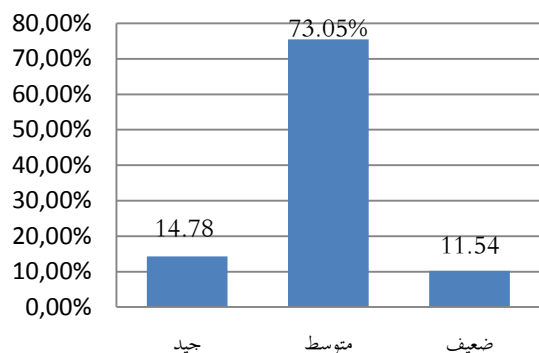
حيث نلاحظ أن تعدد المعوقات التي تحول دون توسع البنك في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، رغم ارتفاع الوعي بأهمية هذه التكنولوجيات، إلا أنه يجب أولاً توفير قاعدة قانونية وتشريعية لمثل هذه الأعمال الالكترونية، مع تشجيع البنوك على تطوير وسائل وقنوات توزيعها للخدمات الالكترونية كأساس لتطبيق هذه التكنولوجيات. إضافة إلى تبديد تردد الإدارة في استخدامها، لأن تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال في أعمال ونشاطات البنوك يكون وفقاً لقرارات تصدرها الإدارات العليا للبنوك، مما يؤكد على ضرورة دراستها لفوائد هذه

التكنولوجيا و آليات اعتمادها في البنوك، الأمر الذي يبدد كل شكوها، فرغم ارتفاع تكلفة اقتناء النظم والبرمجيات والأجهزة الخاصة بالعمل البنكي إلا أنها لا تقف عائقا كبيرا مقارنة بما تحققه من فوائد لهذه البنوك.

سابعاً. تقييم مستوى تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالبنوك

بينت نتائج الدراسة أن 75.51% من الموظفين بالبنوك محل الدراسة يرون أن مستوى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالبنوك متوسط، أما نسبته 14.28% ممن يرون أن البنوك محل الدراسة تعتمد في أنشطتها تكنولوجيات ونظم متطورة، كما قدرت نسبة العاملين الذين صرحوا بضعف مستوى تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك محل الدراسة، حيث نلاحظ أن مستوى التكنولوجيات التي تعتمد عليها البنوك التجارية ليس ضعيف إلا أنها لا ترقى لمستويات التكنولوجيا المتطورة التي تعتمد عليها غيرها من البنوك الناجحة سواء على المستوى العربي أو العالمي، الذي يمكن إرجاعه للعديد من الأسباب التي تم توضيحها سابقا والتي من أهمها عدم توفر القوانين والتشريعات المشجعة لخوض تقديم البنوك لأعمال الالكترونية.

الشكل رقم (V-20): تقييم مستوى تكنولوجيا المعلومات بالبنك



الجدول رقم (V-30): تقييم مستوى تكنولوجيا المعلومات بالبنك

تقييم مستوى تكنولوجيا المعلومات بالبنك	التكرار	النسبة %
جيد	17	14.78%
متوسط	84	73.05%
ضعيف	14	12.17%
المجموع	115	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الإستبيان

أما فيما يتعلق بمدى مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تقليل خطوات تنفيذ العمليات البنكية، يتضح من نتائج الدراسة الموضحة في الجدول الموالي أن 82.61% من المستجوبين يرون أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور مهم في تقليل خطوات تنفيذ العمليات البنكية، والباقي المتمثل بنسبة 17.39% لا يرون أنها تساهم في تقليل خطوات تنفيذ العمليات البنكية. مما يدل على مساهمة TIC في تقليل خطوات تنفيذ العمليات البنكية الذي يؤدي بدوره في القدرة على امتصاص أحجام متزايدة من المعالجات دون انقطاع، مما يزيد العمولات عليها، وبالتالي زيادة ربحية البنك

الجدول (31-V): مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تقليل خطوات تنفيذ العمليات البنكية

ال تكرار	التكرار	تساهم تكنولوجيا المعلومات في تقليل خطوات تنفيذ العمليات
82.61%	95	نعم
17.39%	20	لا
100%	115	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الإستبيان

أما فيما يرتبط بمدى مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في زيادة درجة التعاون والتنسيق بين العاملين، فقد أظهرت النتائج الملخصة في الجدول أدناه، أن ما نسبته 75.66% من الموظفين المستجوبين يرون أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال اثر ايجابي على زيادة درجة التعاون والتنسيق بين فرق العمل بالبنك، و ذلك من خلال ما توفره من سهولة تبادل المعلومات بين مختلف المصالح وتقليل الضغط على الموظفين، وبالتالي الزيادة في مردودية الموظفين في البنك أما نسبة 24.34% فيرون أن لا يوجد لتأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في زيادة التعاون والتنسيق بين الموظفين.

الجدول (32-V): مساهمة التكنولوجيا في زيادة التعاون والتنسيق بين الموظفين

النسبة %	التكرار	مساهمة تكنولوجيا المعلومات في زيادة التنسيق بين الموظفين
75,66%	87	نعم
24.34%	28	لا
100%	115	المجموع

المصدر : من إعداد الطالبة بناء على نتائج الإستبيان

فيما يرتبط بدرجة مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تقليل نسبة المخاطرة البنكية، فقد أكد حوالي 73.91% من الموظفين المستجوبين بأن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور كبير في تقليل نسبة المخاطرة البنكية، بينما 26.09% منهم لا يرون وجود تلك المساهمة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، مما يؤكد على دور تكنولوجيا المعلومات في التقليل نسبة المخاطرة، وذلك من خلال المتابعة والمراقبة المستمرة الآلية لتحصيل القروض الممنوحة؛ حيث يظهر النظام اقتراب أجال تسديد أقساط القروض و يظهر تنبيهات بعدم تسديد بعض الأقساط فوراً. وبالتالي سرعة ملاحظة أصحاب القروض متأخرة التسديد، مما يقلل من المخاطرة وبالتالي زيادة ربحية البنك. و هو ما تظهره النتائج الملخصة في الجدول و الشكل الموالي:

الجدول رقم (V-33): مساهمة تكنولوجيا والإتصال في تقليل نسبة المخاطرة

التكرار %	التكرار	مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تقليل نسبة المخاطرة
73.91%	85	نعم
26.09%	30	لا
100%	115	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الإستبيان

أما فيما يتعلق بمدى مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين تحصيل العمولات على العمليات البنكية، فقد بينت الإحصائيات المستخلصة من الاستبيان أن 87.75% من الموظفين المستجوبين يرون أن استخدام أنظمة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال يساهم في تحسين تحصيل العمولات على العمليات البنكية، ونسبة 12.24% لا يرون أن لاستخدام تلك التكنولوجيات من طرف البنوك مساهمة في تحسين تحصيلها للعمولات؛ وذلك راجع لاستخدام العديد من القنوات الالكترونية لتوزيع الخدمات البنكية مثل أجهزة الصراف الآلي ونهاية نقطة البيع TPE، التي تعمل على اقتطاع عمولة البنك فور انجاز الزبون للسحب .

كما أن استخدام أنظمة المعلومات يساهم في تقليل من إمكانية حدوث أخطاء عند احتساب العمولات على العمليات البنكية من النسيان أو الخطاء في الحساب، فهي تحسب الكترونيا.

الجدول (V-34): مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تحسين تحصيل العمولات على العمليات

البنكية العمولات على العمليات البنكية

التكرار	التكرار	مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تحسين تحصيل العمولات
86	87.75%	نعم
12	12.24%	لا
115	100%	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الإستبيان

ثامنا .أثر إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على البنوك

لتبيين اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على ربحية البنوك التجارية، استعملنا مجموعة من المتغيرات ذات العلاقة المباشرة بمدى تحقيق البنك لإيراداته، حيث سنقوم بتبيين اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على هذه المتغيرات والمتمثلة في:

- تكلفة الخدمات البنكية

- جودة الخدمات المقدمة للعملاء

- أجال المقاصة بين البنوك (الخدمات البنكية)

- سرعة العمليات البنكية

- عدد زبائن البنك

الجدول (35-V): تقييم بعض المتغيرات ذات العلاقة بربحية البنك بعد استخدام تكنولوجيا

المعلومات والاتصال

العناصر	ارتفعت		لم تتغير		انخفضت		المجموع	
	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
تكلفة الخدمات المصرفية	34.78	40	28.70	33	36.52	42	100%	115
جودة الخدمات المقدمة للزبائن	50.43	58	32.17	37	17.39	20	100%	115
آجال المقاصة بين البنوك	6.96	8	19.13	22	73.91	85	100%	115
سرعة العمليات المصرفية	68.70	79	26.09	30	5.21	6	100%	115
عدد زبائن البنك	27.83	32	53.91	62	18.26	21	100%	115

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الإستبيان

1. أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تكلفة الخدمة المصرفية: تبين من خلال

الدراسة أن ما نسبته 34.78% من العاملين بالبنوك ترى أن استخدام تكنولوجيا المعلومات

والاتصال من طرف البنوك ساهم في ارتفاع تكلفة الخدمات البنكية تليها نسبة 36.52% من

العاملين ترى أنها تساهم في تخفيض تكلفة الخدمات البنكية، وما نسبته 28.70% أكدت على

تغيير تكلفة الخدمات البنكية، و وهي نسب جد متقاربة ونرجع ذلك إلى عدم توفر الدراية بتكلفة

الخدمات البنكية واقتصار معرفتها على فئة معينة من المدراء ورؤساء المصالح

2. استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمات المقدمة للزبائن: نجد أن نسبة 50.43% من العاملين يرى أن الاستخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في البنوك التجارية يساهم في ارتفاع جودة الخدمة البنكية المقدمة للزبائن، تليها نسبة 32.17% ترى أنه ليس لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال أثر على جودة الخدمات المصرفية، ثم نسبة 17.39% من العاملين ترى أن استخدام تكنولوجيا المعلومات ساهم في انخفاض جودة الخدمات المصرفية وهي نسبة صغيرة.

3. تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أجال المقاصة بين البنوك: أكدت الدراسة على أن نسبة 73.91% من العاملين المستجوبين يرون أن تبني البنوك لنظم وتكنولوجيا المعلومات والاتصال ساهم في تخفيض أجال المقاصة بين البنوك باعتبارها أصبحت تتم بصفة إلكترونية بولوج تكنولوجيا المعلومات والاتصال أصبحت المقاصة تتم بصفة إلكترونية لا تستغرق أكثر من يومين أو 3 أيام بعدما كانت تنمو لمدة 3 أشهر أو أكثر، تليها نسبة 19.13% يرون أنه ليس لها تأثير على أجال المقاصة بين البنوك، في حين صرح 6.96% من العاملين المستجوبين بأن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك ساهم في ارتفاع أجال المقاصة بين البنوك .

4. استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على سرعة العمليات البنكية

أكدت الدراسة على أن نسبة 68.70% من العاملين يرون أن لتبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال من طرف البنوك دور في زيادة سرعة العمليات البنكية، تليها في المرتبة الثانية نسبة 26.09% من المستجوبين صرحوا بعدم تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على زيادة سرعة العمليات البنكية.

5. تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على عدد الزبائن

أكدت الدراسة أن نسبة 53.91% من الموظفين يؤيدون دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في زيادة عدد زبائن البنك، تليها نسبة 27.83% من الذين يرون أنه ليس لها أي تأثير على عدد الزبائن الذين يتعاملون مع البنك؛ ثم نسبة 18.26% من الذين صرحوا بأن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالبنوك التجارية ساهم في فعليا و عمليا في زيادة عدد زبائنها.

يمكن تفسير ذلك إلى أن استخدام أجهزة الصراف الآلي DAB التي تقدم خدمات على مدار 24 ساعة ساهم في زيادة عدد زبائن السحب الفوري، واستخدام نهائي نقطة البيع المنتشرة في المؤسسات TPE ساهم في زيادة عدد الزبائن الأجانب، مما ساهم في زيادة إجمالي عدد زبائن البنك الذي يساهم بطريقة مباشرة في زيادة أرباح البنوك.

المطلب الرابع: مدى استخدام زبائن البنوك محل الدراسة لتكنولوجيا المعلومات

والاتصال

سنحاول من خلال هذا المطلب معرفة مدى استخدام الزبائن للخدمات المصرفية الإلكترونية، ومدى وجود الثقافة الإلكترونية لدى الزبون، إضافة إلى مدى ثقته في استخدامها وذلك من خلال معرفته لمدى استعماله للبطاقات الائتمانية وخدمة e-banking؛ و أيضا وجهة نظر الزبائن حول التسهيلات المصرفية الملموسة التي تمنحها تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الخدمات المصرفية.

أولا . أسباب إختيار التعامل مع البنك

لمعرفة الأسباب التي تؤدي بالزبون لاختيار التعامل مع بنك معين، قمنا بطرح مجموعة من الأسئلة على عينة زبائن البنوك محل الدراسة، فكانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (36-V): إجابات الزبائن حول أسباب اختيار التعامل مع البنوك محل الدراسة

رقم العبارة	التكرارات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
	غير موافق إطلاقا	غير موافق	محايد	موافق	موافق جدا				
س 2.1.1	0	24	23	69	118	4,20	0,98	عالية	1
س 2.1.2	56	0	42	95	41	3,52	1,04	عالية	3
س 2.1.3	3	82	44	35	70	3,37	1,27	متوسطة	4
س 2.1.4	0	32	65	52	85	3,81	1,07	عالية	2
إجمالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري						3,72	1,09	عالية	

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان ومخرجات SPSS

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن معظم الإجابات حول أسباب اختيار التعامل مع بنك على حساب بنوك أخرى، يتمثل في جودة الخدمات المقدمة حسب رأيهم؛ فبعض الوظائف تجبر الزبون على تعامل مع بنك معين. كما أن هناك أسباب أخرى تدفع بالزبون لاختيار بنك معين نظرا لأن تكلفة عرض الخدمة مناسبة مقارنة ببنوك أخرى في كل ما يتعلق بأسعار الفائدة.

كما لاحظنا من خلال الدراسة أن هناك زبائن هدفهم فتح حساب في بنك عمومية ويتجنبون البنوك الأجنبية خوفا من حدوث أزمة أخرى مثل أزمة بنك الخليفة، فلهذا سجلنا أن معظم الزبائن تفضل فتح حسابات في البنوك العمومية مقارنة بالبنوك الأجنبية بالرغم من جودة الخدمة المصرفية في البنوك الأجنبية كما هناك زبائن لديهم حسبين في بنك عمومية وأجنبية .

ثانيا .إجابات الزبائن حول تكنولوجيا المستخدمة في البنك: سنحاول من خلال هذه الدراسة معرفة مدى إستقطاب الزبائن وإستخدامهم لتكنولوجيا المتواجدة في بنوكهم .

1.آراء الزبائن حول موقع الإلكتروني للبنك

فيما يتعلق بالموقع الإلكتروني الخاص بالبنك،فمعظم الزبائن المُستجوبين وافقوا على أن كل البنوك تملك موقع إلكتروني، كما تختلف عدد سنوات تأسيس الموقع الإلكتروني من بنك لآخر. و قد تم تلخيص النتائج في الجدول الموالي:

الجدول رقم (37-V): مكونات الموقع الإلكتروني للبنك الخاص بك

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات					رقم العبارة
				موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقا	
2	عالية	1.10	3,79	74	83	34	40	3	س2.3.1
3	عالية	1.12	3,85	87	70	32	0	45	س2.3.2
4	عالية	1.29	3,56	80	57	11	86	0	س2.3.3
1	عالية	0.89	4,21	106	87	24	0	17	س2.3.4
5	عالية	1.23	3,53	65	71	26	66	6	س2.3.5
6	متوسطة	0.90	2.65	6	50	34	0	144	س2.3.6
إجمالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري									
	عالية	1.06	3.58						

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات SPSS

من الجدول أعلاه نلاحظ أن الموقع الإلكتروني للبنك يحرص على إعطاء تعريف موجز للبنك، كما أن معظم الإجابات كانت بدرجة موافقة عالية فيما يخص إصدار البنك لنشرات إلكترونية وحرص البنك على عرض مختلف الخدمات المصرفية. أما فيما يخص المشاكل التي تواجه الزبائن عند استخدام الموقع الإلكتروني الخاص بالبنك، فهذا ناتج عن نقص في توفير خدمة الإنترنت بصفة مستمرة.

3. أنواع البطاقات البنكية

أما فيما يرتبط بأنواع البطاقات البنكية التي يتم توفيرها للزبائن، فمن خلال استجوابنا للزبائن حول نوع البطاقات المستخدمة لاحظنا أن معظم السنوات للأفراد الذين شرعوا في استعمال البطاقة كانت ما بين سنة (2012-2014) بنسبة 58.1% تليها نسبة ما بين (2009-2011) بنسبة 18.8% وما بين سنتي (2006-2008) بنسبة 14.1% أما بالنسبة لسنة (2003-2005) فكانت نسبة مقدرة بنسبة 9%.

الجدول رقم (38-V): أنواع البطاقات البنكية التي يستخدمها الزبائن

أنوع البطاقات البنكية	التكرار	% نسبة
بطاقة فيزا	20	8.5
بطاقة ماستر كارد	18	7.7
بطاقة أمريكيان إكسبرس	3	1.28
CIB بطاقة	178	76.06
بطاقة فيزا + بطاقة CIB	8	3.41
بطاقة ماستر + بطاقة CIB	6	2.56
بطاقة أمريكيان إكسبرس + بطاقة CIB	1	0.42
الإجمالي	234	100

المصدر : من إعداد الطالبة بناء على نتائج الإستبيان

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلب البطاقات الممنوحة للزبائن هي بطاقة السحب CIB، وهي بطاقة خاصة بالبنك الذي يتعامل معه الزبون؛ تليها بطاقة فيزا بنسبة 8.8% ثم بطاقة ماستر كارد بنسبة 7.7%؛ وأخذت بطاقة أمريكيان إكسبرس أدنى نسبة بحوالي 1.28%. كما يرجع هذا الانخفاض في استعمال بطاقة أمريكيان إكسبرس لأن البنك الوحيد الذي يصدر هذا النوع من البطاقات هو البنك الخارجي الجزائري BEA ولم يتم إستخدامها بعد بشكل مكثف .

3. استخدامات البطاقة البنكية

لمعرفة مدى استخدام الزبائن للبطاقات البنكية كانت الإجابات كالاتي :

الجدول رقم (39-V) : استخدامات البطاقة البنكية

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات					رقم العبارة
				موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقا	
13	متدنية	1.15	2.39	19	39	6	32	41	س2.6.1
11	عالية	1.11	3.45	35	115	4	0	80	س2.6.2
2	عالية جدا	0.63	4.51	132	96	0	6	0	س2.6.3
1	عالية جد	0.76	4.58	164	53	6	0	11	س2.6.4
9	عالية	1.43	3.63	94	59	0	63	18	س2.6.5
8	عالية	1.01	3.63	101	53	4	59	17	س2.6.6
7	عالية	1.42	3.69	22	24	9	173	6	س2.6.7
6	عالية	1.29	3.80	97	61	18	48	10	س2.6.8
12	متدنية	1.03	2.50	32	143	1	57	1	س2.6.9
4	عالية	0.88	4.24	103	108	0	0	23	س2.6.10
5	عالية	1.03	3.85	62	122	2	0	48	س2.6.11
10	عالية	1.25	3.52	65	80	1	0	88	س2.6.12
14	متدنية	0.81	2.22	0	33	10	166	25	س2.6.13
3	عالية	0.75	4.24	95	104	30	0	5	س2.6.14
إجمالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري				1.03	3.58				
	عالية								

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات SPSS

من الجدول أعلاه لاحظنا أن أكبر نسبة متحصل عليها متعلقة بأن معظم الزبائن يستخدمون البطاقة البنكية بنفسهم وبكل سهولة بالإضافة معظم الإجابات أن معظم الزبائن يجدون راحة في استخدام البطاقات البنكية مقارنة بشيك أما أدنى نسبة تتعلق بأن معظم بطاقات الزبائن تعرضها لتلف أي نظرا لأن معظم البطاقات ليست قديمة بل حديثة كما يرى بعض الزبائن أن البطاقات البنكية ساهمت في تقليل طوابير أي فيما يتعلق بعمليات السحب وكشف الرصيد

4. أجهزة الصراف الآلي

بهدف معرفة نوعية الخدمة التي يقدمها البنك من خلال أجهزة الصراف الآلي، فقد كانت إجابات الأفراد حول المشاكل التي يتعرضون لها مع أجهزة الصراف الآلي (DAB) ملخصة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (40-V): إجابات الزبائن حول المشاكل التي يعانون منها من أجهزة الصراف الآلي

رقم العبارة	التكرارات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
	غير موافق إطلاقا	غير موافق	محايد	موافق	موافق جدا				
س2.3.1	0	61	2	154	17	3.54	0.95	عالية	1
س2.3.2	4	101	0	113	16	3.15	1.11	متوسطة	2
س2.3.3	16	150	6	0	62	2.49	0.95	متدنية	3
إجمالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري						3.06	1	عالية	

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان ومخرجات SPSS

من خلال الجدول السابق أن أعلى نسبة هي المشكلة الانتظار طويلا أمام أجهزة الصراف الآلي بسبب قلة عددها أما فيما يخص التعطل المستمر لأجهزة الصراف الآلي فهذا قد يكون بسبب الشبكة أو في سبب خارجي ناتج عن مشكل تقني والمرتبة الثالثة تتعلق ابتلاع البطاقة من أجهزة الصراف الآلي بسبب إدخال رقم سري بصفة خاطئة عدة مرات أو مشكل آخر تقني .

ثالثا .استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية

إجابات الزبائن حول استخدامهم للخدمات المصرفية الإلكترونية تم تلخيصها في الجدول الموالي:

الجدول رقم (41-V): إجابات الزبائن حول استخدامهم للخدمات المصرفية الإلكترونية

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات					رقم العبارة
				موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقا	
3	عالية	0.82	4.08	79	103	43	0	9	س2.3.1
5	عالية	1.32	3.76	87	81	5	44	17	س2.3.2
2	عالية جدا	0.57	4.54	133	98	0	3	0	س2.3.3
1	عالية جدا	0.56	4.57	140	91	0	0	3	س2.3.4
6	عالية	1.15	3.50	49	95	15	74	1	س2.3.5
4	عالية	1.26	3.79	88	71	27	33	15	س2.3.6
إجمالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري				4.04	0.94	عالية			

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات SPSS

من خلال الجدول السابق لاحظنا أن معظم الزبائن صرحوا بأن الخدمات المصرفية الإلكترونية تقلل من الجهد والوقت. كما لاحظنا أن تتجاوز مع الزبائن من خلال عملية تحصيل وطول فترة الانتظار هذا بالنسبة للخدمات التقليدية؛ كما سجلنا أن بعض الزبائن يرون بأن الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك ذات تكلفة عالية، خصوصا بالنسبة لزبائن البنوك الأجنبية، إضافة إلى أن معظم الزبائن راضون نوعا ما عن الخدمات المصرفية الإلكترونية المعروضة من طرف البنوك محل الدراسة ولكنها لا ترقى لمستوى الخدمات المصرفية التي تعرضها البنوك في دول المتقدمة .

رابعا .مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق أبعاد جودة الخدمات المصرفية

حاولنا معرفة رأي الزبائن فيما يخص مساهمة التكنولوجيا في تحقيق أبعاد الجودة المصرفية، خصوصا فيما يرتبط بعناصر الاطمئنان، التسهيلات الملموسة والاستجابة للطلبات من طرف البنوك. فكانت النتائج موضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (42-V): مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق أبعاد جودة الخدمات المصرفية

رقم العبارة	التكرارات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
	غير موافق إطلاقا	غير موافق	محايد	موافق	موافق جدا				
س2.3.1	15	44	44	78	53	3.47	1.21	عالية	3
س2.3.2	2	0	1	60	171	4.71	0.51	عالية جدا	1
س2.3.3	0	4	15	61	154	4.56	0.69	عالية جدا	2
إجمالي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري						3.58	1.06	عالية	

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات SPSS

حيث لاحظنا من خلال الجدول السابق أن معظم الإجابات كانت تتمحور حول التسهيلات الملموسة التي تقدمها البنوك والاستجابة للطلبات من حيث سرعة تنفيذ العمليات، كما أن هناك استجابة من حيث أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تساهم في تحقيق الاطمئنان وتحقيق جودة الخدمة المصرفية. ويرى البعض الآخر أن التكنولوجيا المعلومات والاتصال لا تساهم في تحقيق الاطمئنان نظرا لظهور جرائم المعلوماتية والقرصنة الإلكترونية التي تولد الشعور بالخوف لدى الزبون وعدم ثقته في الخدمات المصرفية الإلكترونية .

المبحث الثالث: نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات

من خلال هذه الدراسة الميدانية تم التوصل إلى مجموعة من النتائج،و التي سمحت لنا باختبار فرضيات الدراسة، و هو ما سنعرضه في هذا المبحث.

المطلب الأول: نتائج الدراسة بالنسبة لموظفي البنوك

من خلال هذا المطلب سنتطرق إلى نتائج الدراسة الخاصة بالموظفين والتي تتمحور حول أهمية تبني البنوك التي يعملون بها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وتوظيفهم لها كما سنحاول إستخلاص وجهة نظر الموظفين حول أهمية العمل بتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحديث الخدمات المصرفية .

أولا. أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنك

نستنتج أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور كبير في الرفع من مستوى ربحية البنوك الجزائرية، لما تساهم به في التقليل من تكلفة الخدمات البنكية و زيادة جودة الخدمات البنكية من

خلال توزيعها وفقا لقنوات إلكترونية تتميز بالسهولة في الاستعمال والكفاءة العالية في انجاز العمليات. كذلك يظهر هذا الأثر الايجابي حيث تساهم استغلال تكنولوجيا المعلومات في البنوك إلى زيادة سرعة العمليات البنكية، و تقديم الخدمات المصرفية وفقا لقنوات أكثر كفاءة وسهولة إلى توسيع قاعدة الزبائن البنك مما يساهم في زيادة تحسين الخدمات المصرفية.

ثانيا .تكلفة الخدمات المصرفية

بالنسبة لتكلفة الخدمات المصرفية تتقارب فيما بينهما فهناك من يقول أنها انخفضت بينما يرى بعض الموظفين أن تكلفة الخدمات المصرفية لم تتغير والبعض الآخر يرى أنها إرتفعت وهذا راجع لحسب نوع الخدمة المصرفية المعروضة كما يمكن إرجاع هذه النتائج إلى خلط المستجوبين بين التكلفة الثابتة والتكلفة المتغيرة، حيث تعبر التكلفة البنكية الثابتة بعد استخدام تكنولوجيا المعلومات عن تكلفة اقتناء الأجهزة والبرمجيات بالإضافة إلى تكاليف تنصيب الموقع الالكتروني واقتناء أجهزة DAB و GAB، والتي تعد جد مرتفعة لكن توزيعها على مدى سنوات استخدام هذه التكنولوجيا بالبنك يجعل تكلفة الخدمة البنكية المتغيرة منخفضة، إضافة إلى تقليل استخدام الأوراق، وعدم الحاجة إلى زيادة عدد الموظفين يساهم في تقليل التكاليف مما يؤثر مباشرة على ربحية البنوك ، فانخفاض تكاليف الخدمات البنكية الالكترونية يساهم في زيادة أرباح البنك.

ثالثا . جودة الخدمات المصرفية

فيما يخص جودة الخدمات المقدمة للزبائن فنلاحظ من خلال الجدول أنها مرتفعة وهذا للدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات المصرفية حيث يتضح من النتائج السابقة أن اغلب العاملين المستجوبين يؤكد على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في زيادة جودة الخدمات البنكية، نتيجة لتوافر المعلومات الدقيقة لأداء العمليات في وقت قصير ومن خلال تقليص الضغط على العمال مما يساعد على الإتقان الجيد للأعمال الموكلة إليهم، وهذا ما يساهم في زيادة إيرادات البنك.

رابعا. آجال المقاصة الإلكترونية

فيما يخص آجال المقاصة بين البنوك فمعظم الموظفين يرون أنها سهلت العمليات المصرفية باعتبار أنها كانت تدوم بمدى 3 أشهر إلى 5 أشهر عندما كانت العملية تتم بغرفة المقاصة أين يحضر جميع مدراء البنوك ويقومون بتبادل الشيكات أما حاليا بوجود المقاصة الإلكترونية أصبحت عملية تحصيل الشيكات تتم بطريقة إلكترونية حيث يتم أخذ الصورة للشيك عن طريق آلة تسمى "Paninière" وهي آلة تقوم بنسخ الشيكات المرسلة من البنوك وترسل إلى البنك المرسل لصاحبة الشيك وتتم عملية تحصيل الشيكات. (الملحق 25)

حيث ساهم استخدام البنوك لنظام المقاصة الإلكترونية في تقليص آجال تحويل البيانات بين البنك وفروعه من جهة وضمان آجال تحقيق العمليات في حساب المرسل إليهم من جهة أخرى، فبعد أن كان تحويل مبالغ الشيكات بين البنوك يستغرق مدة 3 أشهر أصبح بعد اعتماد نظام المقاصة الإلكترونية لا يستغرق أكثر من 3 أيام، ووفقا لمبدأ " الوقت هو المال " فان القدرة على احترام الآجال يدر على البنك العديد من الإيرادات

خامسا . سرعة الخدمات المصرفية

فيما يخص سرعة الخدمات المصرفية فالمعظم الموظفين يرون أن سرعة الخدمات المصرفية ارتفعت نظرا لأن معظم العمليات المصرفية تتم بصفة إلكترونية وعن طريق أنظمة معلومات وهذا لا يتطلب وقت كثير .

كما أدت سرعة العمليات البنكية مما يدل على وعي البنوك بدور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في زيادة سرعة العمليات البنكية من خلال الإرسال الفوري للتقارير وسرعة التسويات وتقديم عمليات متعددة في عملية واحد، والذي يؤدي بدوره إلى زيادة الأرباح التي يمكن للبنك تحقيقها.

سادسا. إرتفاع زبائن البنوك

بالنسبة لزبائن البنك للبنوك محل الدراسة فهي تختلف من بنك لآخر ولكن معظم البنوك لم يتغير عدد زبائنهم والبعض الآخر يرى أن هناك إرتفاع عدد الزبائن أي أن الزبائن القدامى الذين يتعاملون مع البنك هم الذين يستخدمون الخدمات المصرفية الإلكترونية.

المطلب الثاني: نتائج الدراسة بالنسبة لزبائن البنوك

سنتطرق من خلال هذا المطلب إلى مختلف النتائج الخاصة بدراسة عينة الزبائن حول دور والفوائد التي تحققها تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الخدمات المصرفية بالإضافة مختلف الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يتلقونها من قبل بنكهم

أولا .الموقع الإلكتروني للبنك (خدمة e- banking)

نلاحظ أن الموقع الإلكتروني للبنك يحرص على إعطاء تعريف موجز للبنك كما أن معظم الإجابات كانت بدرجة موافقة عالية فيما يخص إصدارا البنك لنشرات إلكترونية وحرص البنك على عرض مختلف الخدمات المصرفية أما فيما يخص المشاكل التي تواجه الزبائن عند استخدام الموقع الإلكتروني لخاص بالبنك فهذا ناتج عن نقص في توفر خدمة الأنترنت بصفة مستمرة كما لاحظنا e-banking كما بالنسبة لبعض الآخر لا يستعملون هذه الخدمة نظرا لأنها e- banking أيضا أن هناك زبائن مكلفة حسب نظرهم خصوصا بالنسبة للبنوك الأجنبية.

ثانيا .استخدام البطاقات البنكية

إن معظم الزبائن يستخدمون البطاقة البنكية بنفسهم وبكل سهولة بالإضافة معظم الإجابات تتمحور حول أن معظم الزبائن يجدون راحة في استخدام البطاقات البنكية مقارنة بشيك أما أدنى نسبة تتعلق بأن معظم بطاقات الزبائن تعرضها لتلف أي نظرا لأن معظم البطاقات ليست قديمة بل حديثة كما يرى بعض الزبائن أن البطاقات البنكية ساهمت في تقليل طوابير أي فيما يتعلق بعمليات السحب وكشف الرصيد .

ثالثا.أجهزة الصراف الآلي

أن أعلى نسبة هي المشكلة الانتظار طويلا أمام أجهزة الصراف الآلي بسبب قلة عددها أما فيما يخص التعطل المستمر لأجهزة الصراف الآلي فهذا قد يكون بسبب الشبكة أو في سبب

خارجي ناتج عن مشكل تقني والمشكلة التي تحصلت على أدنى تتعلق بابتلاع البطاقة من أجهزة الصراف الآلي بسبب إدخال رقم سري بصفة خاطئة عدة مرات أو مشكل آخر تقني .

رابعاً. خدمات المصرفية الإلكترونية

أن معظم الزبائن ترى بأن الخدمات المصرفية الإلكترونية تقلل الجهد والوقت كما لاحظنا أن تتجاوب مع الزبائن من خلال عملية تحصيل وطول فترة الانتظار هذا بالنسبة للخدمات التقليدية كما أن لاحظنا أن بعض الزبائن يرون بأن الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك ذات تكلفة عالية خصوصاً بالنسبة لزبائن البنوك الأجنبية كما أن معظم الزبائن راضون عن الخدمات المصرفية الإلكترونية

خامساً. تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمات المصرفية

إن معظم الإجابات كانت تتمحور حول التسهيلات الملموسة التي تقدمها البنوك والاستجابة للطلبات من حيث سرعة تنفيذ العمليات كما أن هناك استجابة من حيث أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تساهم في تحقيق الاطمئنان وتحقيق جودة الخدمة المصرفية ويرى البعض الآخر أن التكنولوجيا المعلومات والاتصال لا تساهم في تحقيق الاطمئنان نظراً لظهور جرائم المعلوماتية والقرصنة الإلكترونية التي تولد الشعور بالخوف لدى الزبون وعدم ثقته في الخدمات المصرفية الإلكترونية .

حيث يتضح من النتائج السابقة أن اغلب العاملين المستجوبين يؤكدون على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في زيادة جودة الخدمات البنكية، نتيجة لتوافر المعلومات الدقيقة لأداء العمليات في وقت قصير ومن خلال تقليص الضغط على العمال مما يساعد على الإتقان الجيد للأعمال الموكلة إليهم، وهذا ما يساهم في زيادة إيرادات البنك.

المطلب الثالث: اختبار الفرضيات

لتحقيق أهداف الدراسة وللإجابة عن أسئلتها، فقد تمت عملية اختبار فرضيات الدراسة، حيث تركزت مهمة هذا المطلب على اختبار مدى قبول أو رفض فرضيات الدراسة باستخدام تحليل الانحدار المتعدد وفقاً لترتيب الفرضيات، و كان ذلك على النحو الآتي.

✓ **الفرضية الأولى:** تمثل تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مصدرا رئيسيا لتغذية مختلف عمليات وأنشطة المنظمات؛ حيث تمكنها من جمع وتخزين، وتبويب، وتحليل المعلومات ونشرها في كافة أنشطتها، والاستفادة منها وفقا لأسس علمية موضوعية. لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من الأثر المحتمل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تغذية مختلف عمليات وأنشطة المنظمات.

الجدول (43-V) : نتائج الإختبار الإحصائي الفرضية الأولى

البيان	R	R ²	F	β	Sig
أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تغذية مختلف عمليات وأنشطة المنظمات	0.82	0.77	245,2	0.81	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الاستبيان

يلاحظ من الجدول (43-V) أثر بعد استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تغذية مختلف عمليات وأنشطة المنظمات، إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي قيمة معامل الارتباط R (0.82) ، أما R^2 فقد بلغ (0.77) أيضاً، أي أن ما قيمته (0.77) من التغيرات. كما بلغت درجات التأثير β (0.81) و يؤكد معنوية هذا الأثر معنوية F والتي بلغت (0.000) عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يؤكد رفض الفرضية العدمية الأولى وقبول البديلة، حيث وجود أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تغذية مختلف عمليات وأنشطة المنظمات وتوصيل المعلومة بصورة أسرع، فمن حيث مؤشرات الجاهزية البنكية لاحظنا بأن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور مهم في النشاط المصرفي من حيث برامج المعلوماتية والأنظمة الحديثة المستخدمة وقنوات الاتصال بين مختلف الفروع عن طريق شبكة الانترنت، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى.

✓ **الفرضية الثانية :** التسويق المصرفي، تحرير الخدمات المصرفية و العولمة والاندماج المصرفي والتحول إلى البنوك الشاملة من العناصر التي تساهم في تحديث الخدمات المصرفية، باعتبار أن هذه العوامل تساهم في تحديث الخدمات المصرفية.

الجدول: (44-V): نتائج الإختبار الإحصائي الفرضية الثانية

البيان	R	R^2	T_c	Sig	Beta	النتيجة
تأثير العوامل على تحديث الخدمات المصرفية	0.976	0.95	3.48	0.015	0.281	رفض الفرضية H_{02}

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الإستبيان

نلاحظ من الجدول أن قيمة (tc) بلغت (3.48) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05) مما يشير إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية للعوامل (التسويق المصرفي "جودة الخدمات المصرفية"، العولمة، التجارة الإلكترونية) مجتمعة في أداء المصارف من خلال تحديث الخدمات المصرفية، و تبين أيضا أن تلك العوامل تُفسر ما نسبته (0.95) من التباين المفسر في تحديث الخدمات المصرفية، مما يعزز هذه النتيجة هو قيمة (t) المحسوبة 3.48 والتي كانت أكبر من القيمة المجدولة. وبناءً على ذلك فإننا نقبل الفرضية البديلة، أي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية ما بين العوامل (التسويق المصرفي "جودة الخدمات المصرفية"، العولمة، التجارة الإلكترونية) وتحديث الخدمات المصرفية على مستوى المصارف التي تنشط في السوق المالي الجزائري، و هذا باعتبارها من الاتجاهات الحديثة في تحديث الخدمة المصرفية؛ وهذا ما أثبتناه في الفصل الثاني و هو ما يؤكد صحة الفرضية الثانية.

✓ **الفرضية الثالثة :** يساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من طرف البنوك في مواجهة ما تشهده الساحة المصرفية من تطور تكنولوجي، كظهور الصيرفة الإلكترونية وتوفير الوقت والجهد و زيادة قاعدة الزبائن، و هذا نتيجة لإزالة العوائق الجغرافية والزمنية.

الجدول (45-V) : نتائج الإختبار الإحصائي للفرضية الثالثة

البيان	R	R ²	T _c	SIG.	Beta	النتيجة
تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من طرف البنوك	0.88	0.77	3.10	0.004	0.312	رفض الفرضية Ho ₃

المصدر : من إعداد الطالبة بناء على نتائج الإستبيان

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة (t) المحسوبة أكبر من المجدولة حيث بلغت قيمة $t_{3.10}$ ، مما يشير إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من طرف البنوك في مواجهة ما تشهده الساحة المصرفية من تطور تكنولوجي. و يتضح هذا من قيمة المعنوية مباشرة، بالتالي فإننا نرفض الفرضية H_03 ونقبل الفرضية البديلة، بمعنى توجد علاقة ما بين المتغيرات المستقلة كظهور الصيرفة الإلكترونية وتوفير الوقت والجهد و زيادة قاعدة الزبائن وما بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من طرف البنوك، حيث تفسر هذه الاستخدامات لوحدها ما قيمته 77% من التغيرات الحاصلة في مستوى الأداء للبنوك التي تنشط في السوق المصرفي الجزائري.

كما أثبتنا في الفصل الثالث أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال لها دور كبير في تقليل الجهد والوقت، كظهور وسائل الدفع الإلكترونية مثل البطاقات الائتمانية والنقود الإلكترونية والبنوك الإلكترونية وخدمات الصيرفة الإلكترونية، وهو ما يثبت صحة الفرضية الثالثة.

✓ **الفرضية الرابعة:** تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير القطاع المصرفي الجزائري؛ حيث أثبتنا، من خلال الفصل الرابع، أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال ساهمت بشكل كبير في تطوير النشاط المصرفي كخدمة المقاصة الإلكترونية، التي كانت تتم من قبل في غرفة المقاصة وأصبحت تتم بصفة إلكترونية؛ إضافة إلى ظهور عدة أنظمة كنظام المدفوعات الكبير RTGS وهذا ما سهل إنجاز العمليات البنكية.

جدول (46-V): نتائج الاختبار الإحصائي للفرضية الرابعة

البيان	Sig	R	R ²	T _c	Beta	النتيجة
تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير القطاع المصرفي الجزائري	0.008	0.424	0.171	4.09	0.421	رفض الفرضية Ho ₄

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الاستبيان

تشير النتائج أن قيمة T_c بلغت 4.09 وهي مقبولة إحصائياً، مما يعني قبول الفرضية البديلة الرابعة ورفض Ho_4 بمعنى توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال كمتغير مستقل و بين تطوير القطاع المصرفي الجزائري وتحسينه في البنوك التي تنشط في القطاع المصرفي الجزائري كمتغير تابع. هذا مُدعم من خلال قيمة المعنوية sig كونها أقل من 5%.

كما تبين من الجدول أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تفسر ما قيمته 17% من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع (تطوير القطاع المصرفي الجزائري) بمعنى 17% من التباين المفسر في أداء البنوك الجزائرية مرده إلى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال من حيث الاستخدام في مختلف الأشكال لعرض الخدمات المصرفية. أما قيمة R فهي تشير إلى قوة العلاقة ما بين المتغيرين 41% وهي مفسرة من خلال قيمة Beta أي كلما زادت نسبة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمقدار 1% يزداد مستوى تطوير النشاط المصرفي

بمقدار هذه القيمة. و بالتالي فقد ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل النظام

النقدي الإلكتروني الجزائري، وهو ما يثبت صحة الفرضية الرابعة.

✓ **الفرضية الخامسة:** تسعى البنوك الجزائرية جاهدة إلى توسع حجم امتلاكها و استخداماتها

لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، خاصة في ظل ما تشهده الساحة المصرفية المحلية من اشتداد

للمنافسة في هذا المجال، كظهور خدمة e- banking و التنوع في البطاقات البنكية وإستخدامها لأنظمة التحويلات المالية من أجل مسايرة التطورات الراهنة؛ وهذا ما يثبت صحة الفرضية الخامسة.

الجدول (47-V) نتائج الإختبار الإحصائي للفرضية الخامسة

البيان	R	R ²	T _c	Sig	Beta	النتيجة
استخدامات تكنولوجيا المعلومات و الاتصال	0.48	0.23	4.89	0.001	0.457	رفض الفرضية Ho ₄

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الإستبيان

تشير النتائج الإحصائية أن قيمة ($T_c = 4.89$) وهي أكبر من القيمة المجدولة، إضافة إلى أن قيمة المعنوية أقل من 5% مما يشير إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند نفس مستوى المعنوية بين المتغير المستقل (استخدامات تكنولوجيا المعلومات و الاتصال) وبين درجة مسايرة البنوك للتطورات الراهنة من خلال تحديث الخدمات المصرفية، مما يعني قبول الفرضية البديلة و رفض فرضية العديمة الخامسة. ويتبين من نتائج الجدول كذلك أن أبعاد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال تفسر لوحدها ما مقداره 23% من التباين الحاصل في أداء البنوك الجزائرية؛ ومن متابعه معاملات

beta ومقارنتها مع أبعاد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال

نجد أن قيمة خدمة e- banking و التنوع في البطاقات البنكية من أقوى الأبعاد أثرا على المتغير التابع (مسايرة التطورات الراهنة).

خلاصة الفصل الخامس

من خلال دراستنا وتحليلنا لنتائج الفصل الخامس اتضح أن كلا من الموظفين بالبنوك والزبائن يُدركون ويهتمون بتكنولوجيا المعلومات والاتصال سواء من جانب النشاط المصرفي أو من خلال عرض الخدمات المصرفية؛ وهذا ما أثبتناه بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل عنصر من عناصر تكنولوجيا المعلومات والاتصال (نظام المعلومات، برامج المعلوماتية، تكنولوجيا الاتصال، الإنترنت، الإنترنت) وعناصر عرض الخدمات المصرفية (الودائع، القروض، خدمة e- banking، البطاقات البنكية، التسويق المصرفي)؛ حيث تتراوح هذه العلاقة بين القوية و المتوسطة.

كما يتضح لنا من خلال نتائج التحليل الوصفي توفر متغيرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك المدروسة خصوصا بالنسبة للبنوك الأجنبية.

كما استخلصنا من خلال هذه الدراسة الميدانية أن مستوى و نوعية الخدمات المصرفية الإلكترونية تختلف من البنوك الأجنبية محل الدراسة إلى البنوك العمومية، بإعتبار أن البنوك الأجنبية تسعى إلى تحقيق جودة الخدمة المصرفية وتحديثها.

كما أن معظم الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تعرضها البنوك العمومية تتمثل في خصوصاً خدمة e-banking والبطاقات البنكية؛ وهذه الخدمات هي الأكثر انتشاراً، وتعتبر من الخدمات المصرفية الحديثة بالنسبة للبنوك الجزائرية محل الدراسة.

A decorative scroll frame with a light gray background. The frame has a vertical strip on the left side and a horizontal strip at the top. The corners are rounded, and there are small gray circular accents at the top-left and top-right corners of the main frame.

الخاتمة

أسهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إحداث تطورات وتغيرات جذرية خصوصا في مختلف القطاعات، ولعل البنوك من أهم القطاعات التي بادرت في تبني تلك التكنولوجيات، حيث ساهم استغلال نظم وآليات تكنولوجيا المعلومات والاتصال من طرف القطاع المصرفي إلى بروز أشكالاً جديدة من المنتجات والخدمات المصرفية في مختلف مجالات العمل المصرفي كعمليات الصيرفة الالكترونية وبطاقات الائتمان المصرفية وخدمات الصراف الآلي، وتقديم الخدمات المصرفية عبر الإنترنت وغيرها. فالعمل المصرفي الالكتروني يتجاوز الوظائف التقليدية ويهدف إلى تطوير وسائل تقديم الخدمات المصرفية ورفع كفاءة أدائها بما يتماشى والتكنولوجيات الحديثة، وعلى هذا الأساس تسعى البنوك إلى بث العمل الالكتروني في جميع أنشطتها لتخفيض تكاليف العمليات وتوطيد علاقتها مع الزبائن، بما يساهم في تعزيز موقفها التنافسي؛ كما لاحظنا من خلال هذه الدراسة أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور كبير في الرفع من مستوى أداء البنوك التي تنشط في السوق المصرفي الجزائري، لما تساهم به في التقليل من تكلفة عرض الخدمات المصرفية ؛ و زيادة جودة الخدمات المصرفية من خلال توزيعها وفقا لقنوات إلكترونية تتميز بالسهولة في الاستعمال والكفاءة العالية في انجاز العمليات.

كذلك يظهر هذا الأثر الايجابي بعد استخدام البنوك الجزائرية لتقنية المقاصة الالكترونية، والتي ساهمت في تسريع الحصول على المعلومات اللازمة و سرعة التسويات والتحويلات والتحكم الجيد في تدفقات النقدية بالبنوك؛ حيث يعد احترام الآجال من أهم ضروريات العمل المصرفي من منطلق " الوقت هو المال ". كذلك تظهر مساهمة استخدام نظم المعلومات والبرمجيات الأخرى في تسريع العمليات المصرفية، وبالتالي ارتفاع قدرة البنك على انجاز عدد اكبر من المعالجات، مما يساهم في زيادة أرباحه.

كما أن عدد زبائن البنك له تأثير مباشر على مستوى ربحية البنوك؛ حيث تساهم إستغلال تكنولوجيا المعلومات في البنوك إلى زيادة سرعة العمليات المصرفية و تقديم الخدمات المصرفية وفقا لقنوات أكثر كفاءة وسهولة، هذا ما يؤدي حتما إلى توسيع قاعدة زبائن البنك، مما يساهم في زيادة أرباحها. حيث يُحدث تبني البنوك الجزائرية لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال أثرا ايجابيا على مستوى نشاطها.

ومن خلال ما سبق عرضه في فصول هذه الدراسة، نستخلص النتائج التالية:

أولا . نتائج الدراسة النظرية: يمكننا تلخيص أهم النتائج المتوصل إليها في النقاط الموالية:

- ✓ تكنولوجيا المعلومات والاتصال توليفة متكاملة من العمليات والنظم الرقمية، التي تتيح للمنظمة أن تدير عملياتها سواء الداخلية من خلال تزويد جميع أنشطتها والعاملين بها بالمعلومات اللازمة لأداء مهامها على أكمل وجه، أو علاقاتها مع الأطراف الخارجية من عملاء أو مؤسسات، من استشعار احتياجات الزبائن إضافة إلى تنظيم مختلف عملياتها وتطوير أداءها؛
- ✓ أدت ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى ظهور إقتصاد جديد هو الإقتصاد الرقمي؛
- ✓ تعتبر المعلومة من بين أهم مدخلات العملية الإنتاجية فهي تساعد المسؤولين على اتخاذ القرارات في وقت الحاجة، لذلك ويجب أن تكون صحيحة وملائمة للمشكل الذي تستعمل لأجله ؛
- ✓ تحقيق التكامل والتنسيق بين الموظفين بالبنك، وذلك من خلال توفير المعلومات الضرورية واستغلالها بشكل آلي، الذي يسهل تبادل وانسياب المعلومات بين الأنظمة الفرعية المختلفة التي يستخدمها العاملون بالبنك، إضافة إلى ربطها بمجموعة واحدة من البيانات باستعمال الشبكات والتقنيات الضرورية، مما يخلق نوع من التكامل بين أداء الأفراد؛

✓ قطعت الدول المتقدمة شوطا كبيرا في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال بينما تسعى الدول العربية لمواكبتها ؛

✓ ساهم استخدام الموزعات الأوتوماتكية ATM وشبكة الانترنت والهاتف وغيرها من التقنيات في تقديم الخدمات المصرفية على مدار 24 ساعة، وبالتالي تحرير الزبائن من قيود الزمان والمكان، إذ يمكنه أن يلجأ إلى وسطاء ماليين خارج الحدود المحلية وتقليل الطوابير داخل البنك؛

✓ تؤدي تكنولوجيا المعلومات والاتصال إذا ما تم استغلالها وتسييرها بطريقة جيدة داخل البنوك إلى تقديم خدمات متنوعة ومتعددة وأكثر ملائمة لاحتياجات الزبائن، كما تساعد على تقديم معلومات مباشرة أو نقلها عبر قنوات الكترونية إلى مكان استقبالها.

✓ تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحديث الخدمات المصرفية ومن أهم مظاهر ذلك ظهور البنوك الإلكترونية والوسائل الدفع الإلكترونية.

ثانيا . نتائج الدراسة الميدانية: من خلال الدراسة الميدانية يمكننا تسجيل النتائج التالية:

✓ ارتفاع درجة وعي البنوك التي تنشط في السوق المصرفي الجزائري بأهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال والفوائد الكثيرة التي تقدمها للبنوك، فهي تساهم بدرجة أولى في تبسيط الإجراءات وزيادة سرعة العمليات؛

✓ تساهم تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن، والرفع من مستوى الموظفين بالبنوك، من خلال ما تتطلبه من معرفة بآليات إنجاز الأعمال الالكترونية وإجراء دورات تكوينية لمساعدتهم على تدارك ميزات هذه التكنولوجيات؛

✓ مساهمتها في تقليل الضغط على العاملين، وبالتالي التفرغ الجيد لأداء مهامهم على أكمل وجه، وتحسين أدائهم بالبنك من خلال الحصول على المعلومات الدقيقة في الوقت المناسب؛

✓ تعمل أنظمة المعلومات على توفير المعلومات اللازمة حول مختلف عمليات البنك وأنشطتها، كما تساهم في تعزيز الموقف التنافسي للبنك، من خلال مواكبة مختلف التقنيات والتطورات في آليات عمل البنوك المنافسة والعمل على مواكبة مختلف التطورات التي تشهدها الصناعة المصرفية محليا ودوليا؛

✓ بالرغم من وجود الكثير من المعوقات التي تحول دون توسع استخدام البنوك لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، والتي كان أهمها عدم توفر قوانين وتشريعات تشجع البنوك على زيادة الاستثمار في هذه التكنولوجيا، والذي تأكد على الدور الكبير الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك من تطوير أداء البنوك وتوفير الوقت وزيادة قاعدة عملاءها وبالتالي فهي تقدم العديد من الفوائد؛

✓ من خلال استطلاع رأي الموظفين في المصارف التي تنشط في السوق المصرفي الجزائري إلى معرفة مدى تطور المصارف الجزائرية، ومدى مواكبتها للتقدم التكنولوجي في عرض الخدمات المصرفية، ومعرفة أثر هذه التكنولوجيا على تقديم الخدمات المصرفية؛

✓ درجة استخدام البنوك لأجهزة الكمبيوتر والموزع الآلي للأوراق، وشبكة الانترنت مرتفعة، و في المقابل نسجل أن أغلب البنوك لا تحتوى على شبكات أوتوماتيكية للأوراق، كما تشهد استخداما ضعيفا لشبكة الانترنت، حيث يقتصر استخدامها على المدير أو عدد قليل من المصالح مما يحد من استخداماتها داخل البنوك، وكذلك بالنسبة لامتلاك البنوك الجزائرية موقع الكتروني ؛

✓ أغلب البنوك التي تنشط في السوق المصرفي الجزائري تمتلك موقع الكتروني إلا انه في أغلب الأحيان ينحصر هذا الموقع على تقديم البنك بصفة مختصرة ولا يعرض مختلف الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك خصوصا بالنسبة للبنوك العمومية أما بالنسبة للبنوك الأجنبية نلاحظ أنها تعرض دائما الخدمة الجديدة التي تقدمها لزيائنها

✓ لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور كبير في زيادة التنسيق بين العاملين وتقليل خطوات تنفيذ العمليات، كما أنها تساهم في تقليل نسبة المخاطرة وتحسين تحصيل العمولات على العمليات المصرفية مما يساهم في زيادة أرباح البنوك؛

✓ تبين أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أثر إيجابي على سرعة العمليات المصرفية، حيث يساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في زيادة سرعة العمليات المصرفية وارتفاع جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء؛

✓ يساهم ولوج تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المصرفي إلى انخفاض أجال المقاصة بين البنوك أجال المقاصة بين البنوك، مما له من دور كبير في سرعة تحصيل البنك لمختلف حقوقه والوفاء بالتزاماته، الأمر الذي يساهم في تعزيز مركزه المالي؛ كما يساهم استخدام قنوات توزيع الكترونية لخدمات البنوك إلى تسهيل عملية اقتطاع عمولات البنك مما يساهم في الرفع من أرباحه.

✓ إن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك التي تنشط في القطاع المصرفي الجزائري يساهم في زيادة عدد زبائنهم والرفع من جودة الخدمات التي تقدمها، مما يساهم في زيادة الربحية، حيث أكد أغلب المسؤولون بالبنوك على مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تقليل التكاليف والرفع من أداء البنوك إلا أنها تحتاج إلى استكمال تطوير البنية التحتية التقنية للأعمال الالكترونية وخاصة تطوير استخدام الانترنت،

✓ بالإضافة إلى العمل على تطوير مواقع البنوك على الشبكة، حيث لا تزال البيئة غير مؤهلة تماما لأنشطة الأعمال المصرفية الالكترونية، مما يتطلب ضرورة تهيئة الهيكل القانوني والتشريعي للأعمال الالكترونية واستكمال المتطلبات الضرورية الأخرى.

✓ إقحام المؤسسات المصرفية لتكنولوجيا المعلومات، أدى إلى التحسين من نوعية وجودة الخدمة المصرفية حين إنتاجها وتقديمها إلى الزبون وأدى إلى تسهيل عملية التسويق الخدمة المصرفية، وذلك لأن تكنولوجيا المعلومات أتاحت العديد من الوسائل للتسويق للخدمة المصرفية.

ثالثاً. نتائج إختبار الفرضيات: إنطلاقاً من النتائج المتوصل إليها سواء في الجانب النظري أو الجانب التطبيقي، سمحت لنا باختبار الفرضيات التي تمت صياغتها، حيث كانت نتائج الاختبار على النحو التالي:

✓ **الفرضية الأولى:** تمثل تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مصدراً رئيسياً لتغذية مختلف عمليات وأنشطة المنظمات؛ حيث تمكنها من جمع وتخزين، وتبويب، وتحليل المعلومات ونشرها في كافة أنشطتها، والاستفادة منها وفقاً لأسس علمية موضوعية؛ فمن حيث مؤشرات الجاهزية المصرفية لاحظنا بأن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور مهم في توصيل المعلومات في النشاط المصرفي، من حيث برامج المعلوماتية وأنظمة الحديثة المستخدمة وقنوات الإتصال بين مختلف الفروع عن طريق شبكة الانترنت، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى.

✓ **الفرضية الثانية:** التسويق المصرفي، تحرير الخدمات المصرفية و العولمة والاندماج المصرفي والتحول إلى البنوك الشاملة من العناصر التي تساهم في تحديث الخدمات المصرفية، بإعتبار أن هذه العوامل تساهم في تحديث الخدمات المصرفية باعتبارها من الاتجاهات الحديثة في تحديث الخدمة المصرفية؛ و هو ما يؤكد صحة الفرضية الثانية.

✓ **الفرضية الثالثة:** يساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من طرف البنوك في مواجهة ما تشهده الساحة المصرفية من تطور تكنولوجي، كظهور الصيرفة الالكترونية وتوفير الوقت والجهد وزيادة قاعدة الزبائن، و هذا نتيجة لإزالة العوائق الجغرافية والزمنية. كما أثبتنا أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال لها دور كبير في تقليل الجهد والوقت، كظهور وسائل الدفع الإلكترونية مثل

البطاقات الائتمانية والنقود الإلكترونية والبنوك الإلكترونية وخدمات الصيرفة الإلكترونية، وهو ما يثبت صحة الفرضية الثالثة.

✓ **الفرضية الرابعة:** تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير القطاع المصرفي الجزائري؛ حيث أثبتنا أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال ساهمت بشكل كبير في تطوير النشاط المصرفي كخدمة المقاصة الإلكترونية التي كانت تتم من قبل في غرفة المقاصة وأصبحت تتم بصفة إلكترونية، إضافة إلى ظهور عدة أنظمة كنظام المدفوعات الكبير RTGS وهذا ما سهل إنجاز العمليات البنكية. و بالتالي فقد ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل النظام النقدي الإلكتروني الجزائري، وهو ما يثبت صحة الفرضية الرابعة.

✓ **الفرضية الخامسة:** تسعى البنوك الجزائرية جاهدة إلى توسع حجم امتلاكها و استخداماتها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، خاصة في ظل ما تشهده الساحة المصرفية المحلية من اشتداد للمنافسة في هذا المجال، كظهور خدمة e- banking و التنوع في البطاقات المصرفية واستخدامها لأنظمة التحويلات المالية من أجل مسايرة التطورات الراهنة؛ وهذا ما يثبت صحة الفرضية الخامسة.

رابعا . التوصيات والإقتراحات : يمكن صياغة مجموعة من التوصيات ذات العلاقة بتطوير تبني البنوك الجزائرية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وهي كالاتي :

✓ **زيادة الإنفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال المستخدمة في البنوك** كونها احد الدعامات الأساسية اللازمة لتقديم خدمات مصرفية متطورة؛

✓ العمل على تطوير البيئة القانونية والتشريعية للأعمال الالكترونية في البنوك بصفة عامة من خلال إصدار القوانين والتشريعات الخاصة بالعمليات المصرفية والعمل على تكييف القوانين السارية مع تطور المعاملات المصرفية الالكترونية؛

✓ ضرورة الاهتمام ببرامج التدريب والتكوين للعاملين في البنوك الجزائرية من خلال إعداد برامج منظمة، لما للمورد البشري من أهمية كبيرة في الارتقاء بالمؤسسة المصرفية؛

✓ ضرورة العمل على وضع استراتيجيات وخطط لتطوير أعمال البنوك الجزائرية والرقى بها إلى تقديم خدمات بنكية إلكترونية أكثر تطوراً، بالإضافة إلى العمل على تطوير المواقع الالكترونية للبنوك والسعي إلى الاستفادة القصوى من مزايا وفوائد شبكة الانترنت في العمل المصرفي.

✓ ضرورة إجراء مختلف العمليات بالبطاقات المصرفية سواء بالدفع و بالسحب ووضع جميع الإجراءات الضرورية لذلك من قبل السلطات العليا ؛

✓ زيادة عدد أجهزة الصراف الآلي بالقرب من البنوك والأماكن العامة؛

✓ الصيانة المستمرة لأجهزة الصراف الآلي بالقرب من البنوك والأماكن العامة ؛

✓ تبني وسائل دفع إلكترونية أخرى في البنوك الجزائرية.

خامسا. آفاق البحث: نظرا لاتساع الموضوع لم نتمكن من التطرق لجميع النقاط المكونة له، بحيث

أن هناك جوانب هامة لها صلة به تحتاج إلى توسع أكثر، لذا نقترح أن تكون مواضيع بحث مستقبلية. وعليه يمكن أن نقترح بعض المواضيع للدراسة تصب في نفس هذا السياق والتي منها:

- إجراء دراسات حول "فعالية أنظمة تأمين المعاملات المصرفية الالكترونية"

-إجراء دراسات حول"الأسواق المالية الالكترونية كمدخل لتفعيل الصيرفة الالكترونية بالجزائر"

- إجراء دراسات حول "معوقات استخدام الشبك الإلكتروني في الجزائر "

- إجراء دراسات حول "واقع وآفاق البنوك الافتراضية في الجزائر "

- إجراء دراسات حول " تقييم إستخدام وسائل الدفع الإلكتروني في المراكز التجارية الكبرى"
- إجراء دراسات حول " أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على كفاءة الموارد البشرية بالبنوك -
- إجراء دراسات حول "متطلبات تطبيق الحوكمة الإلكترونية في المنظومة المصرفية الجزائرية"

A decorative scroll frame with a light gray background and a black border. The frame has rounded corners and a vertical strip on the left side. The title is centered within the frame.

قائمة المراجع

I- المراجع باللغة العربية:

1- الكتب:

- 1- (إبراهيم بختي)، مطبوعة مقرر مقياس تكنولوجيا ونظم المعلومات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، (2004)
- 2- (أحمد حسين الرفاعي)، مناهج البحث العلمي، تطبيقات إدارية واقتصادية، الطبعة الرابعة، عمان، دار وائل للنشر، (2005).
- 3- (أحمد محمد غنيم)، إدارة البنوك تقليدية الماضي وإلكترونية المستقبل، الطبعة الأولى المكتبة العصرية، (2007).
- 4- (بخرازي يعدل فريدة)، تقنيات وسياسات التسيير المصرفي، الطبعة الرابعة، الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية، (2008).
- 5- (بشير العلاق)، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال "مدخل تسويقي"، الطبعة الأولى الأردن، الوراق، (2002).
- 6- (بشير عباس العلاق)، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقالة، مصر، المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
- 7- (بشير عباس العلاق)، حميد النبي الطائي، تسويق الخدمات "مدخل إستراتيجي، وظيفي، تطبيقي"، عمان، دار زهران للنشر والتوزيع، (2007).
- 8- (بلعزوز بن علي)، محاضرات في النظريات والسياسات النقدية، ط3، الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية، (2008)
- 9- (ثناء علي القباني)، نادر شعبان إبراهيم سواح، النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك التجارية، مصر، الدار الجامعية، (2005).
- 10- (جعفر حسن جاسم الطائي)، تطبيقات إجتماعية لتكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، الأردن، دار المناهج، (2006)
- 11- (جلال عايد الثورة)، وسائل الدفع الإلكتروني، الطبعة الأولى، الأردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، (2009)
- 12- (جمال محمد أبو شب)، نظريات الاتصال و الإعلام، مصر، دار المعرفة الجامعية، (2008)

- 13- (حسن عماد مكايي)، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة السادسة، مصر، الدار المصرية اللبنانية، (2006).
- 14- (حسين بلعجوز)، مخاطر صيغ التمويل في البنوك الإسلامية والبنوك الكلاسيكية دراسة مقارنة، الإسكندرية، مؤسسة الثقافة الجامعية، (2009).
- 15- (حسين حريم)، مهارات الاتصال في عالم الاقتصاد وإدارة الأعمال، الطبعة الأولى، الأردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، (2010).
- 16- (حميد الطائي)، بشير العلاق، التسويق الحديث (مدخل شامل)، الطبعة العربية، الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، (2009).
- 17- (عبد الله خبابة)، الإقتصاد المصرفي " البنوك الإلكترونية، البنوك التجارية، السياسة النقدية، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، (2008).
- 18- (خضر مصباح طيطي)، التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية، الأردن، دار الحامة للنشر والتوزيع، (2008).
- 19- (محمود خضير كاظم)، الاتصال في إدارة الأعمال، الطبعة الأولى، عمان، دار صفاء، (2010).
- 20- (ربا سمارة، علي الخضر)، التسويق المصرفي الدولي، جامعة دمشق كلية الإقتصاد، الجمهورية العربية السورية، جامعة دمشق.
- 21- (ربحي مصطفى عليان)، اقتصاد المعلومات، الطبعة الأولى، الأردن، دار صفاء، (2010).
- 22- (ربحي مصطفى عليان)، عدنان محمد الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، الطبعة الأولى، الأردن، دار صفاء للنشر والتوزيع، (2005).
- 23- (رجاء وحيد دويدري)، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العلمية، دمشق، دار الفكر، (2000).
- 24- (زهير بشناق)، العمليات المصرفية الإلكترونية، لبنان، إتحاد المصارف العربية، 2006.
- 25- زياد رمضان، محفوظ جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، الطبعة الثانية، الأردن، دار وائل للنشر، (2003).
- 26- (سامية محمد جابر)، نعمات أحمد عثمان، الاتصال والإعلام، مصر، دار المعرفة الجامعية، (2003).
- 27- (لجاري شنايدر)، التجارة الإلكترونية، الرياض، دار المريخ للنشر، (2008).
- 28- (سليمان ضيف الله)، التحويل الإلكتروني للأموال مسؤولية البنوك القانونية، الأردن، دار الثقافة، (2012).

- 29- (شاكِر القزويني) ، محاضرات في إقتصاد البنوك ، الطبعة الرابعة ، الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية ،(2008).
- 30- (شريف درويش اللبان) ، تكنولوجيا الإتصال ، المخاطر والتحديات والتأثيرات الإجتماعية ، الطبعة الأولى ، مصر ،الدار المصرية اللبنانية ، (2000).
- 31- (الصميد علي محمود جاسم)، وآخرون، التسويق المصرفي مدخل استراتيجي، عمان، دار المناهج للنشر، (2005) .
- 32- (ضياء مجيد) ، إقتصاديات النقود والبنوك ، الإسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة ، (2008)
- 33- (طارق طه) ، إدارة البنوك في بيئة العولمة والأنترنيت ،،الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة (2007).
- 34- (طارق طه) ، إدارة البنوك وتكنولوجيا المعلومات ، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة ، (2007).
- 35- (طارق عبد العال حماد) ، التجارة الإلكترونية ، مصر ، الدار الجامعية للنشر ، (2007).
- 36- (طاهر لطرش) ، تقنيات البنوك ،الطبعة السادسة _ الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية ، (2007).
- 37- (عامر إبراهيم قندلجي)، علاء الدين الجانبي، نظم المعلومات الإدارية، الطبعة الثالثة، الأردن، دار المسيرة، (2008) .
- 38- (عبد الرحمن يسري أحمد) ، إقتصاديات النقود والبنوك ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، (2003).
- 39- (عبد الرزاق السالمي) ،حسين علاء عبد الرزاق السالمي، شبكات الإدارة الالكترونية، الاردن، دار وائل للنشر، (2005) .
- 40- (عبد الغفار الحنفي) ، عبد السلام أبو قحف ، الإدارة الحديثة في البنوك التجارية، الدار الجامعية،(2004).
- 41- (عبد القادر قندوز)، محمد الطيب الزاوي،المدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، المطبعة العربية،(2011).
- 42- (عبد الله قرعلي علي موسى)، تكنولوجيا المعلومات ودورها في تسويق التقليدي والإلكتروني ، الطبعة الأولى ، مصر ، إيتراك ، (2007).
- 43- (عبد المطلب عبد الحميد) ، العولمة وإقتصاديات البنوك ، مصر،_الدار الجامعية ، (2005).
- 44- (عبد الملك الدناني) ، تطوير تكنولوجيا المعلومات ،المكتب الجامعي الحديث ، (2005).

- 45- (عدنان تايه النعيمي) ، الدكتور ياسين كاسب الخرشة ، أساسيات في الإدارة المالية الطبعة الأولى، دار المسيرة ، (2007) .
- 46- (العساف صالح محمد)، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، مكتبة العيكان، الطبعة الثالثة، الرياض، (2003)
- 47- (عطيفة حمدي أبو الفتوح)، منهجية البحث العلمي وتطبيقاتها في الدراسات التربوية والنفسية، القاهرة، دار النشر للجامعات، (1996)
- 48- (علا نعيم عبد القادر) ، زياد محمد عرمان ، عامر خطيب "مفاهيم حديثة في إدارة البنوك"، الطبعة الأولى ، دار البداية ، (2009)
- 49- (علا نعيم عبد القادر) ، وآخرون ، مفاهيم حديثة في إدارة البنوك ، الطبعة الأولى ، عمان، دار البداية ، (2009).
- 50- (علاء عبد الرزاق السالمي) ، تكنولوجيا المعلومات ، الطبعة الثانية ، الأردن دار المناهج.
- 51- (علاء عبد الرزاق السالمي)، حسين علاء عبد الرزاق السالمي، شبكات الإدارة الإلكترونية، الاردن، دار وائل للنشر، (2005).
- 52- (علوة رأفت نبيل) ،شبكات الإتصال ، عمان ،دار جنادين ،(2007).
- 53- (علي محمد شمو) ، الإتصال الدولي وتكنولوجيا الحديثة ، الطبعة الأولى ،مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية ، (2002).
- 54- (عماد الصباغ)، نظم المعلومات ماهيتها ومكوناتها، الطبعة الاولى، الاردن، مكتبة دار الثقافة،(2000) .
- 55- (عمار بوحوش)، محمد محمود الذنبيات،مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، الطبعة الثانية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، (1999).
- 56- (عمام قندلجي)، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية الطبعة الأولى، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، (2008)
- 57- (غريب سيد احمد وآخرون)، علم اجتماع الاتصال والإعلام، مصر، دار المعرفة الجامعية، (2004).
- 58- (غريب عبد السميع غريب) ، الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مصر ، مؤسسة شباب الإسكندرية ، (1996).
- 59- (فريد النجار) ، الاستثمار بالنظم الإلكترونية والإقتصاد الرقمي ، الإسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة للنشر والتوزيع ، (2004).
- 60- (فريد النجار) ، الإقتصاد الرقمي " الأنترنت وإعادة هيكلة الإستثمار والبورصات والبنوك الإلكترونية ، الإسكندرية، الدار الجامعية ، (2007)

- 61- (فريد النجار) ، الإقتصاد الرقمي ، الطبعة الأولى ، مصر ، الدار الجامعية ، (2007)
- 62- (فضيل دليو)، اتصال المؤسسة، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، (2003).
- 63- (فضيل دليو)، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، (2010).
- 64- (فلاح حسن الحسيني) ، مؤيد عبد الرحمن الدوري، إدارة البنوك مدخل كمي إستراتيجي ، الأردن ،دار وائل للنشر ، الطبعة الثالثة، (2006).
- 65- قواعد الخدمات المصرفية الإلكترونية ، مؤسسة النقد العربي السعودي ،إدارة التقنية البنكية ، (2010).
- 66- (مأكون سليمان الداركة) ، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء ، عمان ، دار الصفاء للنشر والتوزيع ، (2006).
- 67- (محسن أحمد الخضيرى) ، الاندماج المصرفي ، مصر ،الدار الجامعية ، (2007).
- 68- (محسن أحمد الخضيرى)، "التسويق المصرفي مدخل متكامل للبنوك لامتلاك منظومة الميزة التنافسية في عالم ما بعد الجات"، القاهرة، ايتراك للنشر والتوزيع، ، الطبعة الأولى ، (1999).
- 69- (محفوظ لعشب)، الوجيز في القانون المصرفي الجزائري،ديوان المطبوعات الجامعية، ط 2، بن عكنون، الجزائر، (2006).
- 70- (محمد الصيرفي) ، إدارة تكنولوجيا المعلومات ، الطبعة الأولى ، مصر ، دار الفكر الجامعي ، (2009).
- 71- (محمد راتول)،الإحصاء الوصفي، بن عكنون، الجزائر، ديوان المطبوعات الجزائرية، الطبعة الثالثة،(2006)
- 72- (محمد صالح الحناوي) ، نهال فريد مصطفى ، الإدارة المالية "التحليل المالي للمشروعات" المكتب الجامعي الحديث (2008).
- 73- (محمد محمد قاسم)، المدخل إلى مناهج البحث العلمي، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، بيروت، (1999).
- 74- (محمد نزيه محمد)، تعلم واحترف الانترنت، (2009).
- 75- (محمود جاسم الصميدعي) ، ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي ، الطبعة الأولى ، عمان ،دار المناهج للنشر والتوزيع ، (2005).
- 76- (محمود حميدات)، مدخل للتحليل النقدي، بن عكنون، الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثالثة، ، (2005).

- 77- (محمود محمد أبو الفرة)، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الإنترنت، الطبعة الأولى، عمان ، دار الثقافة للنشر والتوزيع، (2009).
- 78- (محمود يونس) ، عبد النعيم مبارك ، النقود والأعمال البنوك والأسواق المالية ، الإسكندرية، الدار الجامعية ، (2003).
- 79- (مزهر شعبان العاني)، شوقي ناجي جواد، العملية الإدارية و تكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، الأردن، دار إثراء للنشر والتوزيع، (2008).
- 80- (منذر الضامن)، أساسيات البحث العلمي، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، (2007)
- 81- (نادر الفرد قاحوش)، العمل المصرفي عبر الإنترنت، عمان ، الدار العربية للعلوم و مكتبة الرائد العلمية، سنة النشر مجهولة.
- 82- (ناظم محمد الشمري)، ناظم محمد الشمري، عبد الفتاح العبد اللات، الصيرفة الإلكترونية الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع، الطبعة الأولى، عمان -الأردن دار وائل للنشر والتوزيع ، (2008).
- 83- (هناء حافظ بدوي) ، الاتصال بين النظرية والتطبيق، مصر ، المكتب الجامعي الحديث ، (2003).
- 84- (وسيم محمد حداد)، شقيري نوري موسى ، الخدمات المصرفية الإلكترونية ،دار المسيرة ، الطبعة الأولى ،(2012).
- 85- (يوسف حسن يوسف) ، البنوك الإلكترونية ، المركز القومي للإصدارات القانونية ، الطبعة الأولى، (2012).
- 86- (ياسين سعد غالب) ، أساسيات نظم المعلومات الإدارية و تكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، الأردن، دار المناهج للنشر والتوزيع، (2008).
- 87- (ياسين سعد غالب) الإدارة الإلكترونية وأفاق تطبيقاتها العربية، مكتبة الملك فهد الوطنية، (2005).
- 88- (ياسين سعد غالب) ، تحليل وتصميم نظم المعلومات، الطبعة الأولى، الأردن، دار المناهج، (2005).

ج - المجلات والمؤتمرات:

- 1- إبراهيم بختي، البنية التحتية للإنترنت والتجارة، الملتقى الوطني الأول حول المنافسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد، 22- 23 افريل 2003

- 2- إبراهيم بختي، صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعلاقتها بالتنمية وتطوير الأداء، المؤتمر العالمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة.
- 3- أحمد جمال الدين موسى ، النقود الإلكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في إدارة السياسة النقدية ، الجديد في أعمال المصارف الوجهتين القانونية والإقتصادية ، أعمال المؤتمر العالمي السنوي ، الجزء الأول ، لبنان ، 2007.
- 4- الاستخدام الفعال لتكنولوجيا المعلومات ، سلسلة الإدارة العملية برنامج لتطوير الذاتي ، مكتبة لبنان.
- 5- بسام أحمد الزلمي ، دور النقود الإلكترونية في عمليات غسل الأموال ، مجلة الدمشق ، العدد (01)، سوريا 2010.
- 6- بن بركة عبد الوهاب، اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دفع عجلة التنمية، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 07، 2010/2009.
- 7- توفيق شنبور ، أدوات الدفع الإلكترونية (بطاقات الوفاء ، النقود الإلكترونية)، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والإقتصادية ، الجزء الأول / أعمال المؤتمر العالمي السنوي ، لبنان ، 2007.
- 8- حسين العلمي ، خديجة عبيد ، مداخله بعنوان "تفعيل دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كأحد ركائز اقتصاد المعرفة من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية؛ (حالة الجزائر)"، في الملتقى الدولي ، اقتصاديات المعرفة و الإبداع يومي 17-18 أبريل 2013، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة سعد دحلب البلدة.
- 9- حسين العلمي ، خديجة عبيد ، مداخله بعنوان "تفعيل دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كأحد ركائز اقتصاد المعرفة من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية؛ (حالة الجزائر)"، اقتصاديات المعرفة و الإبداع يومي 17-18 أبريل 2013، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة سعد دحلب البلدة.
- 10- خالد بن عبد الله القائفي، امن وتشفير المعلومات وحماية الشبكات، مؤتمر تقنية المعلومات والأمن الوطني، الرياض، 21 - 24 ذو القعدة 1428، المجلد الثالث.
- 11- خالد قاشي ، منيرة لواج ، "استراتيجية الجزائر الإلكترونية 2013 فحوة النظرية والتطبيق"، ملتقى العلمي الدولي أساليب إرساء حكومة إلكترونية في الجزائر - دراسة تجارب بعض الدول-، يومي 13 و 14 ماي 2013.
- 12- خبابة عبد الله ، إشكالية الأخذ بنظام البنوك الشاملة في الجهاز المصرفي الجزائري، كلية الإقتصاد والتجارة والتسيير ، جامعة محمد بوضياف ، مسيلة.

13- خير الدين معطي الله، المعلوماتية والجهاز البنكي حتمية تطوير الخدمات المصرفية، جامعة قالمة.

14- ربا سمارة، علي الخضر، التسويق المصرفي الدولي، كلية الإقتصاد، الجمهورية العربية السورية، جامعة دمشق.

15- رحيم حسين هوارى معراج، الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، الملتقى الوطني الأول حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي - الواقع والتحديات-، جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف، 14 و 15 ديسمبر 2004، الجزائر

16- رضا النجار، جمال الدين ناجي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال (الفرص الجديدة المتاحة لوسائل الإعلام بالمغرب العربي)، المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم الثقافية (إيسيسكو و اليونيسكو)، 2005.

17- زبير عياش، مناصر سميرة، مداخلة بعنوان " دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين الأداء البنكي "، الملتقى الوطني "فعاليات الصيرفة الإلكترونية التقليدية ومتطلبات التوقع الجيد" يومي 2 و 3 ديسمبر 2013، كلية علوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، بجامعة أم البواقي.

18- زياد هاشم يحي، صدام محمد محمود الحياي، تأثير التجارة الالكترونية على نظم المعلومات المحاسبية، المؤتمر العالمي الدولي السنوي الخامس "اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية" كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية- جامعة الزيتونة الأردنية، الأردن، 25- 27 افريل 2005، ص ص 10- 11

19- الزين منصوري، مداخلة بعنوان وسائل وأنظمة الدفع الإلكتروني - عوامل الانتشار وشروط النجاح، الملتقى الدولي حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية -، معهد العلوم الإقتصادية، خميس مليانة

20- سحنون محمود، النظام المصرفي بين النقود الورقية والنقود الآلية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الرابع، جامعة محمد خيضر - بسكرة، ماي 2003

21- سعاد قوفي، الملامح التنظيمية والإستراتيجيات التنافسية لمتاعلي صناعة الهاتف النقال الجزائري، الملتقى الدولي حول المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة بسكرة، 2009

22- سعيد علم، تكنولوجيا المعلومات والاتصال : حافز أم عائق أمام تأهيل المنشآت العربية الصغيرة والمتوسطة ؟، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، الجزائر، يومي 17 و 18 افريل 2006.

- 23- سليمان ناصر، تأهيل المؤسسة المصرفية العمومية بالجزائر الأسلوب والمبررات، الملتقى الدولي حول متطلبات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي بشلف، يومي 17 و 18 أفريل 2006
- 24- سمير بن عياد محمد ، احمد سماحي ، التكنولوجيا الالكترونية البنكية ضرورة أم حتمية بالنسبة للمؤسسات المصرفية الجزائرية، الملتقى الوطني الأول حول المنظومة البنكية في ظل التحولات القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي - بشار ، 24-25 افريل 2006، الجزائر .
- 25- سفيان نقماري ، الإبداع والابتكار في نظام المصرفي ودوره في تحسين الميزة التنافسية للبنوك، ملتقى الدولي حول إقتصاديات المعرفة والإبداع يومي 17 و 18 أفريل 2013، ص10.
- 26- شادلي شوقي، إثر حجم المؤسسة الصغيرة والمتوسطة في درجة تبنيها لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 07، 2009/2010.
- 27- صالح مفتاح، بن البار موسى، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة واستخدامات تكنولوجيا المعلومات فيها مع الإشارة إلى حالة الجزائر، المؤتمر العلمي الدولي السنوي العاشر حول الريادة في مجتمع المعرفة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية - جامعة الزيتونة الأردنية، الأردن، 26- 29 افريل 2010.
- 28- صباح محمد مكلو، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وانعكاساتها على المؤسسات المعلوماتية، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، اليمن، المجلد 6 العدد 6، اكتوبر 2000- مارس 2001
- 29- ياسين الطيب ، النظام المصرفي الجزائري في مواجهة تحديات العولمة المالية، مجلة الباحث، الجزائر، العدد الثالث، 2003
- 30- عبد الجبار الحنيص ، الإستخدام غير مشروع لبطاقات الإنتمان الممغنطة من وجهة نظر القانون الجزئي ، مجلة جامعة دمشق ، العدد (01)، جامعة سوريا ، 2010.
- 31- عبد القادر بودوي ، عبد الصمد بودي ، تكنولوجيا الأنترنت كأداة لتميز الخدمة المصرفية ، ملتقى نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، جامعة خميس مليانة، الفترة 26-27 أفريل 2011.
- 32- عبد اللطيف مصيطفى ،سليمان بلعور ، عمر عزوي، واقع وأفاق المصارف الالكترونية في الدول العربية، الملتقى الدولي حول التجارة الالكترونية، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، 15-16- 17 مارس 2004، الجزائر .
- 33- عبد الوهاب بوكروح، مقال بعنوان، الحكومة تعدل قانون النقد والقرض وفقا لقواعد الشريعة الإسلامية، جريدة الشروق، العدد 2930، 11 ماي 2010، ص3.

34- عبيرات مقدم ،زيد الخير ميلود ، متطلبات التحضير النوعي للمؤسسة الجزائرية لتسيير المعرفة، ورقة عمل مقدمة الى الملتقى الدولي حول التنمية البشرية وفرص الاندماج في اقتصاد المعرفة والكفاءات البشرية 09-10 مارس 2004 كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية جامعة ورقلة الجزائر

35- عصام محمد البحيصي، تكنولوجيا المعلومات الحديثة وأثرها على القرارات الإدارية في منظمات الأعمال، مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية)، المجلد الرابع، العدد الأول، فلسطين، يناير 2006.

36- فريدة معارفي ، الطيب داودي، مفتاح صالح، الصيرفة الشاملة كمدخل لمواكبة مستجدات الصناعة المصرفية وتأهيل المصارف الجزائرية، الملتقى الوطني الاول : المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي - الواقع والتحديات -، جامعة حسيبة بن بو علي - الشلف، يومي 14 و15 ديسمبر 2004، الجزائر

37- كمال رزيق ، عبد الحليم فضيلي ،مداخلة بعنوان تحديث النظام المصرفي الجزائري ، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية و التحولات الاقتصادية- الواقع و التحديات-جامعة سعد دحلب البلدة.

38- كمال رزيق ، فارس مسدور ، التجارة الإلكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر في الألفية الثالثة، جامعة سعد دحلب - البلدة:- كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير.

39- لطيفة بكوش ،عواطف عيشوش ،منى خلف ، تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، مدرسة الدكتوراه ، جامعة محمد خيضر بسكرة.

40- محمد زيدان ، محمد حمو ، متطلبات أمن المعلومات في بيئة الأنترنت ، المؤتمر السادس تحت عنوان البيئة المعلوماتية الآمنة ، الرياض 7-8أفريل 2010.

41- عاشور مزريق ، صورية معموري ، عصرنة القطاع المالي والمصرفي وواقع الخدمات البنكية الالكترونية بالجزائر، المؤتمر العلمي الدولي الثاني حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، جامعة قاصدي مرباح -ورقلة، الفترة 11-12 مارس 2008، الجزائر.

42- صالح مفتاح ، فريدة معارفي ، البنوك الالكترونية، المؤتمر العالمي الخامس الأعمال المصرفية الالكترونية، كلية العلوم الإدارية والمالية - جامعة فيلادلفيا، الفترة مجهولة

43- مقدم عبيرات، زيد الخير ميلود، فضاء الانترنت كأداة لإدارة التغير داخل المؤسسة، الملتقى الدولي حول : التجارة الالكترونية، جامعة ورقلة، 15-17 مارس 2004.

44- نوال بن عمارة ، وسائل الدفع الالكترونية (الأفاق والتحديات)، الملتقى الدولي حول التجارة الالكترونية، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، ايام 16،17،15 مارس 2004، الجزائر.

45- نوال شيشة ، ريني فريدة ، قياس وتقييم أداء العاملين في منضمة الأعمال ، الملتقى الوطني حول إستراتيجيات التدريب في ضل الجودة الشاملة لتحقيق الميزة التنافسية ، جامعة الطاهر ميلالي ، سعيدة.

46- هشام بن عبد الله عباس ، تسويق خدمات المعلومات عبر الأنترنت ، الرياض، 2009.

47- هشام نبيه المهدي محمد ، التجارة الإلكترونية ، مؤتمر عمل التجارة الإلكترونية وأمن المعلومات - الفرص والتحديات ، مركز العدالة للتحكيم والإشارات القانونية ، القاهرة ، 2008.

48- وهاب نعمون، النظم المعاصرة لتوزيع الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية مع الإشارة إلى حالة الجزائر، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد الرابع، ديسمبر 2008، جامعة محمد خيضر - بسكرة

ب- البحوث الجامعية:

1- احمد مداني ، دور المصارف الشاملة في تحديث وعصرنة الجهاز المصرفي -دراسة حالة الجزائر-، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة حسيبة بن بوعلي- الشلف، الجزائر، 2006/2005.

2- جيلالي أحمد مسري، نشأة وتطور النظام المصرفي في الجزائر، مذكرة ماجستير، غير منشورة، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، دمشق، أكتوبر 2007

3- رشاد تو ، تحديث وسائل الدفع وانعكاساته على النشاط البنكي في الجزائر، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير - جامعة الجزائر، 2006

4- رشيد بوعافية، الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري - آفاق وتحديات-، مذكرة ماجستير غير منشورة، تخصص نقود وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة دحلب بالبليدة، الجزائر، 2005

5- رشيد بوكساني ، معوقات أسواق الأوراق المالية العربية و سبل تفعيلها، أطروحة دكتوراه دولة (غير منشورة)، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2006/2005.

6- شادلي شوقي، اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير ،كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية - جامعة ورقلة، الجزائر، 2008.

7- عبد القادر بريس ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، جامعة الجزائر ، 2005-2006.

8- عبد القادر، متطلبات تأهيل البنوك العمومية الجزائرية، مذكرة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير - جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 2009.

- 9- علي بطاهر، إصلاحات النظام المصرفي الجزائري وأثارها على المدخرات والتنمية، أطروحة دكتوراه تخصص تحليل اقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2005-2006.
- 10- علي بطاهر، إصلاحات النظام المصرفي الجزائري وأثارها على المدخرات والتنمية، أطروحة دكتوراه تخصص تحليل اقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006.
- 11- محمد بن علي المانع، تقنيات الاتصال ودورها في تحسين الأداء، مذكرة ماجستير ،كلية الدراسات العليا- جامعة الرياض، السعودية، 2006.
- 12- محمد بن علي المانع، تقنيات الاتصال ودورها في تحسين الأداء، مذكرة ماجستير ،كلية الدراسات العليا- جامعة الرياض، السعودية، 2006.
- 13- محمد شكرين، بطاقة الائتمان في الجزائر، مذكرة ماجستير ، جامعة يوسف بن خدة - الجزائر، 2005/2006، الجزائر.
- 14- محمد شكرين، بطاقة الائتمان في الجزائر، مذكرة ماجستير ، جامعة يوسف بن خدة - الجزائر، 2005/2006، الجزائر.
- 15- محمد يدو، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحديث الخدمات المصرفية " دراسة حالة الجزائر "، مذكرة ماجستير ، جامعة سعد دحلب ،البليدة، 2007
- 16- نادية عبد الرحيم ، تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الإقتصادي - دراسة حالة الجزائر،مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية ،تخصص بنوك ومالية،جامعة الجزائر 3،2010-2011
- 17- هوارى معراج، تأثير السياسات التسويقية على تطوير الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الجزائرية - دراسة ميدانية-، أطروحة دكتوراه تخصص علوم تسيير ، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر
- 18- وهيبه عبد الرحيم ، احلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالالكترونية دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير ، جامعة الجزائر، السنة مجهولة، الجزائر

II – المراجع باللغة الأجنبية :

- 1- Abric Jean Claude, psychologie de communication, Armand colin, paris, 1999.
- 2- André Pascal , Vailly Alain , conception des systèmes d'informations panorama des méthodes et des techniques, edition ellipses, paris ,2001.
- 3- Azzam Elias,l'impact des nouvelle technologie d'informaion et de communicaion sur le marketing bancaire.
- 4- Badoc Michel, Lavayssière Bertrand , Copin Emmanuel,E-marketing de la banque et de l'assurance,edition d'organiation, 2eme edition ,paris, 2000.
- 5- Baylon Christian, Mignot Xavier, la communication ,nathan , 2eme edition ,1999
- 6- Bekhti Brahim , TIC et Banque , université kasdi merbah ,ouargla,2009
- 7- Benoit Gailly,L'impact des NTIC sur les services financiers offertes au PME,Anne joelle philippart, université catholique de louvain, Belgique.
- 8- Benyousse Adel, Hatem M' Henni,les effets de la technologie d'information et de communication sur la croissance économique, revue region et développement, paris, N19,2004.
- 9- Bettaz Mohamed et Mackenzie Lewis, la communication dans les Réseaux D' ordinateurs principes et exigences, Office des publication universitaires, Alger, 1993.
- 10- Bettaz Mohamed et Mackenzie Lewis, la communication dans les Réseaux D ordinateurs principes et exigences, Office des publication universitaires, Alger, 1993.
- 11- Bohnke Sabine , Moderniser son système d'information , , paris Eyrolles,2010
- 12- Carricano ,M et Poujol , Analyse de données avec SPSS, pearson education,2009
- 13- Chokri El Fidha ,Mohhamed Hédi Charki, Role de la technologie de l'information et de communication dans le développement de la qualité de la relation client,appllication à la relation banque/entrepris
- 14- Croute Patricia,la difusion de la técnologie de l'information et de la communication dans la société francaise,,crédoc , paris ,2010.
- 15- Daley Nathalie ,les Tic et la Banque de détail ,perspectives et enjeux, les cahier du numérique,Paris ,lavoisier,2003.
- 16- Dalila Mohhelebi,Dou Henri,La nouvelle technologie de l'informaion et de communication,la capitalisation des compétences internes de l'entreprise.
- 17- Dichter, communication et motivation « pratique management » , edition ouled fayet , berti.

- 18- Djellal Faridah, **changement techniques et conseil en technologie de l'information**, Paris, harmattan, 1995
- 19- Djoudi Mahiedine, **le commerce electronique en Algerie à travers le projet ELABWEB**, Université de Poitier Bat ,france.
- 20- **Évaluation de la stratégie opérationnelle de la banque pour le TIC et plans d'action à moyen terme 2012-2014**, orpc ,oitc,groupe de la banque africaine de développement ,mai 2012.
- 21- Francis merlin, **B2B stratégie de communication** , edition d'organisation , 2eme tirage , paris ,2001.
- 22- Geoffrey, Jean D.M.underwood Fraser sommerville, willem Hengeveld, **Information technologie on th move**, wiley publishers 1807.
- 23- Geoffrey S.Kirkman, Carlo A. Oorio, Jeffrey, D.Sachs, **The Networked Readness Index: Measuring the preparedness of nations for the Networked World.**
- 24- Gerbaix Sylvie, **Banque et nouvelle technologie**, Horizons Bancaires ,numéro 316, fevrier 2003.
- 25- Gury Hervier , **commerce électronique**, paris, edition d'organisation , 2001.
- 26- haussaire Alain, jean-philippe pujol, **Organisation du système d information comptable et de gestion**, 3 édition, paris, Dunod, 2009.
- 27- Henret Bruno, Boner Francois, **Audit de la communication interne**, les edition d'organisation , paris.
- 28- Karsenti Thierry, **Tic en Afrique« intégration pédagogique des Tic en Afrique**, Canada, bibiothèque et archive 2009.
- 29- Korichi Driss, **la Sécurité sur Internet**, Séminaire International du commerce électronique, Université de Ouargla, 15-16-17 mars 2004, Algérie.
- 30- Laidouni Abdelghani , **La banque sa matière première et ses outils**, , algerie, edition arabe 2010.
- 31- Lamarque Eric, **Management de la banque risque relation client organisation**, France, pearson education, 2005
- 32- Lang Daniel, Luc Pillet Jean, **Menaces des TIC :Données privées et comportement des utilisateurs**, institut télécom, Genève.
- 33- Lanno Pascal , Ankri Corrine, **E- marketing , E-commerce**, 2eme edition ,Vuibert Mahiedine Djoudi **le commerce electronique en Algerie à travers le projet ELABWEB**, Université de Poitier Bat, france ,2007
- 34- **Le petit TICtionnaire** , Glossaire technopédagogique, cegep de saint félicien , première edition février 2008.
- 35- **Les nouvelle technologie de l'information et de communication : des outils au services de performance de l'entreprise**, departement GEA , versailles, paris, 2000.
- 36- London Keneth, London Jane , **Management des systèmes d'informations**, pearson education , 9eme edition.

37- Maitrise et diffusion des Technologie de l'information et de communication , communication à l'Academies des technologies,2005 .

38- Measuring information society, international communication union ,Switzerland ,2012

39- Messerschmitt Edward A David G, Digital communication,second edition, Boston ,london ,Kluwer academic publishers1994.

40- Mishkin Frederic , Monnaie , banque et marché financier , 8 eme edition ,paris ,2007

41- Morley Chantal , Management d'un projet système d'information « principes techniques mise en œuvre et outils » , 6eme edition ,paris,Dunod.

42- Patricia Vendramin ,Gerard velenduc,technologie de l'information et de communication emploi et qualité du travail,Bruxelles,2002.

43- RAYMOND et autre ,méthodes de recherche en management,2^{ème} édition, paris, ,Dunod 2003

44- Saidane Dhafer ,Christian de boissieu,La nouvelle Banque , métiers et stratégies, paris,revue banque edition,2006

45- Sano Brahim,Adoption et perspective des TICdans la région des étas arabes, Sommet connecter le monde arabe ,union international de télécommunication ,2012

46- Sylvie de couergues, gestion de la banque, 5 eme edition paris,Dunod,

47- The Little Data Book on Information and Communication Technology (2012) ALGERIA, the World Bank and the International Telecommunication Union, U.S.A.

48- Xavier Bradley, Christian Descamps, Monnaie Banque Financement, hyper cours Dallos,paris,2005.

49- zollinger Monique , Lamarque Eric, marketing et stratégie de la banque , 4eme édition ,paris, dunod, 2004

IV.تقارير والمراسيم والقوانين :

1. تقرير الإتحاد الدول للإتصالات ، ملخص تنفيذي ،قياس مجتمع المعلومات ، 2013 .
2. التقرير السنوي، 2008، التطور الإقتصادي والنقدي للجزائر ، بنك الجزائر .
3. المادة 5 المتمم للأمر 03-11 المؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1424 الموافق 26 غشت سنة 2003 المكرر من المادة 56 ، الجريدة الرسمية العدد 50 ، 22 رمضان 1431 ، أول سبتمبر 2010.
4. المادة الثانية من الأمر رقم 05-06 المتضمن لقانون المالية لسنة 2006، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 23، 26 أفريل 2006.

5. Rapport annuel 2009 de l'arpt , autorité de régulation de la poste et des télécommunications
6. The global Information Report2014 , rewards and risks of big data,Johnson cornell university, world economic forum ,Switzerland, 2014.

III - مواقع الإنترنت:

- 1- السامي، "تكنولوجيا المعلومات المفهوم والأدوات"، (3/04/2012) على الرابط التالي:
www.sis.net/adara/mfhomt.pdf.
- 2- طلال ناظم الزهيري، "إستراتيجية بناء القدرات المحلية في تطبيقات تكنولوجيا المعلومات"،
(3/04/2012)، www.azuhairi.jeeran.com/files/81970.doc
- 3- تكنولوجيا المعلومات المفهوم والأدوات"، (04/05/2012) على الرابط التالي:
www.alsader-sis.net
- 4- محمد احمد المسعودي، الاتصال التربوي، على الرابط التالي:
(04/03/2012)، www.manhal.net/articles.php?action=show&id=1604
- 5-توفيق عماري ، لطيفة بكوش، تحديد مجالات تعميم استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التسيير والتواصل والتكوين، على الرابط التالي : (29/05/2012)،
<http://www.orzouzchabani.com/wp/wp-content/uploads/tiguemar.doc>
- 6-لحمرعباس ، تكنولوجيا الإعلام والاتصال وملامح الاقتصاد الجديد، (24/05/2012) ، على
الرابط التالي : <http://www.ratoulrecherche.jeeran.com/lahmarabes.pdf>
- 7 -تأثير تكنولوجيا المعلومات على الأساليب الإدارية ، (22/07/2012) على الرابط التالي :
<http://www.aziz-phd.blogspot.com/blog-post>
- 8- نوري منير، بارك نعيمة، مداح عرابي الحاج، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأهميتها في اقتصاديات الدول العربية لمسايرة تحديات الاقتصاد العالمي الجديد، (12/04/2012) ، على
الرابط التالي : <http://www.eco.asu.edu.jo/ecofaculty/wp-contnt/uploads/.doc>
- 9-زين عبد الهادي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال في السياق البرلماني، (29/11/2012)، على
الرابط التالي <http://www.eaddla.org/parlamanperper21.doc>

- 10- احمد بوتن، اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على عملية اتخاذ القرارات والأداء واقع المؤسسة الجزائرية، (14/01/2013)، على الرابط التالي:
<http://www.master.first-forum.com>
- 11- هاني عبد المريد، اتجاهات ووسائل وأنواع الاتصالات، (04/01/2013)، على الرابط التالي:
www.Kenanaonline.com/users/nesrs/ne3mah/posts/8453
- 12- عماري توفيق، بكوش لطيفة، تحديد مجالات تعميم استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التسيير والتواصل والتكوين، على الرابط التالي : (29/05/2013)،
<http://www.orzouzchabani.com/wp/wp-content/uploads/tiguemar.doc>
- 13- **Gilford Hapanyengwi, introduction au TIC**, université virtuelle Africaine , P31, le lien en dessous :
http://en.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons 14/08/2013
- 14- وسيلة حمداوي، (10/05/2013) على الرابط التالي :
www.drdsi.cerist.dz/SNIE/hamadaoi
- 15- <http://www.bank-of-algeria.dz> 20/04/2012
- 16- <http://www.arabbanking.com.dz/fr/about/background.asp> 20/4/2012
- 17- www.algeria.hsbc.com/presentation 20/4/2012
- 18- <http://www.albaraka-bank.com> 20/4/2012
- 19- تقرير سنوي عن إستخدام الأنترنت في الجزائر، 2009،
<http://startimes.com> 2012/06/08 متاحة على الرابط
- 20- <http://www.wabwibe.com//10/3g.html#ixzz3LDn6QCrp> 12/05/2014
- 21- Soumitra Dutta ,Irene Mia, **the global Information technology report**, 2010-2011, 10th ,Edition : www.weforum.org 04/05/2012
- 22- سلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية ، www.arpt.dz 2012/04/09
- 23- إحصائيات عن سلطة الضبط البريد والمواصلات
<http://www.djazairss.com/search> تاريخ الإطلاع 2013/09/04
- 24- www.Satim-dz.com 2013 / 02 / 25
- 25- موقع صندوق النقد العربي www.amf.org.ae 5/6/2013
- 26- كمال ايت زيان ، حورية ايت زيان ، الصيرفة الالكترونية في الجزائر، (12/05/2012)، على
<http://www.diconline.org/Bnqueries.aspx?language=ar> الرابط التالي :
- 27- www.Satim-dz.com 2013 / 02 / 25
- 28- https://dxb.samba.com/Arabic/common/HTML/phishing_01_01_ar.html
 13/08/2013
- 29- <http://arab.dailyforex.com/forex-articles/20/08> 13/06/2013
- 30- الأنترنت في الجزائر ، <http://ar.wikipedia.org> 2013/07/28
- 31- نجاة موسى ، على الرابط التالي : www.mémoi/tic/1234/banque
fa.lud/78909/@?/>.dz

- 32- http://www.teleco.com.br/en/en_wef.asp 12/05/2014.
- 33-<http://www.internetworldstats.com/tats.htm>. 30/07/2014
- 34-<http://www.staticalconsultants.co.nz/ict-development-index>.09/06/2014
- 35- <http://infomongola.com/ct/ci/7800/139/networkedreadness>11/09/2014
- 36- http://www.teleco.com.br/en/en_wef.asp 12/05/2014.
- 37-<http://www.internetworldstats.com/tats.htm>. 30/07/2014
- 38-<http://www.staticalconsultants.co.nz/ict-development-index>.09/06/2014
- 39- <http://infomongola.com/ct/ci/7800/139/networkedreadness>11/09/2014
- 38- منتدى الجلفة ، حساب الجاري البريدي عن بعد ccp - e على الرابط التالي :
- www.eccp.poste.dz 12-05-2014
- 40-<http://www.ennaharonline.com/ar/derniere/198057-> 14/06/2014
- 41-<http://dzclique.com/ar/?p=1129> 14/07/2014
- 42-<http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%8> 14/03/2014

الملاحق

الملحق رقم (1)

إستمارة موجهة لموظفي ومدراء البنوك

السلام عليكم

في إطار انجاز أطروحة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص بنوك ومالية، يشرفنا مشاركتكم في هذه الدراسة التي تهدف لتبيان دور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحديث الخدمات المصرفية وتسهيل النشاط المصرفي .

حيث نرجوا منكم الإجابة على كل الأسئلة الواردة في هذا الاستبيان بكل دقة وموضوعية، علما بان البيانات التي سوف تقدمونها، ستعامل بسرية تامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكرين لكم حسن تعاونكم

الباحثة سلاوتي حنان

أولاً : البيانات الشخصية والوظيفية :

- 1- الجنس : ☐ ذكر ☐ أنثى
- 2- العمر : ☐ من 20 إلى 30 سنة ☐ من 31 إلى 40 سنة ☐ من 41 إلى 50 سنة ☐ أكثر من 50 عاماً
- 3- المستوى التعليمي:

☐ مستوى ابتدائي ☐ مستوى ثانوي / أخرى : -----

☐ مستوى متوسط ☐ مستوى جامعي

4- اللغات الأجنبية المتقنة : اللغة الفرنسية ☐ اللغة الانجليزية ☐

لغات أخرى -----

5- المنصب الوظيفي : ☐ مدير ☐ نائب مدير ☐ موظف إداري ☐ رئيس مصلحة ☐ رئيس فرع ☐

6- عدد سنوات الخبرة:

☐ أقل من 5 سنوات ☐ من 6 إلى 10 سنوات ☐ من 11 إلى 15 سنة ☐ من 16 إلى 20 سنة ☐ أكثر من 20 سنة

ثانياً : بيانات حول محاور الدراسة :

1- اسم البنك الذي تعمل به : -----

2- ما هو عدد أجهزة الكمبيوتر على مستوى البنك الذي تعمل به :

☐ 1-10 ☐ 11-20 ☐ 21-30 ☐ 30 جهاز فأكثر ☐

- إذا كانت الإجابة "نعم" ما عدد أجهزة الكمبيوتر الموصولة بها : -----

3- يتوفر البنك على موزع آلي للأوراق (Distributeurs Automatiques)

☐ غير موافق إطلاقاً ☐ غير موافق ☐ محايد ☐ موافق ☐ موافق جداً ☐

4- يتوفر البنك على شباك أوتوماتيكي للأوراق (Guichets Automatiques)

☐ غير موافق إطلاقاً ☐ غير موافق ☐ محايد ☐ موافق ☐ موافق جداً ☐

11- محتويات الموقع الالكتروني للبنك ؟ (تستطيع اختيار عدة إجابات)

غير موافق إطلاقاً	غير موافق	محايد	موافق	موافق جداً

12- يعتمد البنك على

غير موافق إطلاقاً	غير موافق	محايد	موافق	موافق جداً

إذا كان يتم مراقبة نظام المعلومات كيف ذلك

.....:

نظام معلومات المعتمد من طرف البنك

جيد ☐ متوسط ☐ رديء ☐

13- يتصل البنك بشبكة خاصة

موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقاً	
					شبكة خاصة بالبطاقات البنكية
					شبكة خاصة بالموزعات الآلية للأوراق المالية
					شبكة خاصة للدفع بالنسبة للتجار
					شبكة للبنوك عن بعد
					شبكة SWIFT

شبكات أخرى

14- وفر لك البنك دورات تكوينية

	غير موافق إطلاقاً	غير موافق	محايد	موافق	موافق جداً
حول كيفية استخدام التكنولوجيا المستحدثة					
التكوين الذي وفره لك يعتبر تكويناً كافياً					

15- وسائل الدفع الالكترونية المستخدمة بالبنك (تستطيع اختيار عدة إجابات)

	غير موافق إطلاقاً	غير موافق	محايد	موافق	موافق جداً
الشيك الالكتروني					
التحويلات المالية الالكترونية					
المقاصة الالكترونية					
البطاقات البنكية					

16- البنك الذين تعملون به يوفر خدمة الصيرفة الإلكترونية لزبائنه

غير موافق إطلاقاً ☐ غير موافق ☐ محايد ☐ موافق ☐ موافق جداً ☐

17- المقاصة الإلكترونية قامت بتسهيل العمليات المصرفية خاصة في الآجال

غير موافق إطلاقاً ☐ غير موافق ☐ محايد ☐ موافق ☐ موافق جداً ☐

18- المقاصة الإلكترونية ساهمت في تقليل الجهد والوقت

غير موافق إطلاقاً ☐ غير موافق ☐ محايد ☐ موافق ☐ موافق جداً ☐

19- نظام التحويلات المالية الإلكترونية ساهم في تسهيل العمليات المصرفية

غير موافق إطلاقاً ☐ غير موافق ☐ محايد ☐ موافق ☐ موافق جداً ☐

20- تبني الخدمات الإلكترونية من طرف هذ البنك هو:

غير موافق إطلاقاً	غير موافق	محايد	موافق	موافق جداً

21- أنواع البطاقات البنكية التي يوفرها البنك لعملائه (تستطيع اختيار عدة إجابات)

غير موافق إطلاقاً	غير موافق	محايد	موافق	موافق جداً

22- ترى بأن البنك يسعى إلى نشر إستعمال البطاقة في المجتمع

غير موافق إطلاقاً ☐ غير موافق ☐ محايد ☐ موافق ☐ موافق جداً ☐

23- خضعت لدورات تكوينية حول البطاقات البنكية

غير موافق إطلاقاً ☐ غير موافق ☐ محايد ☐ موافق ☐ موافق جداً ☐

24- تساهم في جعل الزبون يثق في إستخدام البطاقات البنكية

غير موافق إطلاقاً ☐ غير موافق ☐ محايد ☐ موافق ☐ موافق جداً ☐

25- تقوم بتقديم توجيهات للزبائن عن كيفية إستخدام البطاقات البنكية

غير موافق إطلاقاً ☐ غير موافق ☐ محايد ☐ موافق ☐ موافق جداً ☐

26- تحدد العمليات التي يقوم بها الزبون عند إستعماله للبطاقة البنكية من طرف البنك

غير موافق إطلاقاً ☐ غير موافق ☐ محايد ☐ موافق ☐ موافق جداً ☐

27- العمليات التي تتم بواسطة البطاقة البنكية مقرون أو مرتبط بنوعها (كلاسيكية ، ذهبية ،

(.....)

غير موافق إطلاقاً ☐ غير موافق ☐ محايد ☐ موافق ☐ موافق جداً ☐

28- يواجه البنك

	غير موافق إطلاقاً	غير موافق	محايد	موافق	موافق جداً
مشكلة استخدام البطاقات الضائعة أو المسروقة					
مشكلة في اختلاف تكلفة البطاقة					
عدم إمكانية استخدام البطاقة في عملية الدفع					

29- ترى بأن الخدمات المصرفية الإلكترونية

غير موافق إطلاقاً	غير موافق	محايد	موافق	موافق جداً	
					ساهم في تخفيف الضغط على العاملين بالبنك
					تحسين العلاقة البنك بالعميل
					مكن البنك من منافسة البنوك الأخرى
					ساهم في تقليل تكاليف البنك
					ساهم في زيادة ربحية البنك
					ساهم في تحسين سمعة البنك
					تكلفة استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية مرتفعة بالنسبة للزبائن

30- ترى بأن البنك

موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقاً	
					يسعى لإحلال النقود الإلكترونية محل النقود التقليدية
					يسعى للتقليل من مشاكل السيولة من خلال توفير الدفع الإلكتروني
					تمكن من التخلص من المشاكل الناجمة عن استخدام النقود التقليدية (التلف السرقة ، الضياع ، التزوير
					تمكن من مسايرة التطور الحاصل في مجال الصيرفة الإلكترونية

31- أجهزة الصراف الآلي

موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقا	
					أجهزة الصراف الآلي المتوفرة بالقرب من البنك كافية لتلبية إحتياجات الزبائن
					يواجه البنك مشكلة تعطل أجهزة الصراف الآلي

32- ما هي برأيك فوائد إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل البنكي ؟ : (تستطيع اختيار عدة إجابات)

موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقا	
					تحسين مستوى أداء العاملين
					تبسيط الإجراءات والسرعة في إنهاء العمليات
					تحسين جودة الخدمات المصرفية
					تشجيع الإبداع والابتكار
					زيادة كفاءة العمليات

					الحصول على معلومات دقيقة في الوقت المناسب
					تعزيز الموقف التنافسي للبنك

33- ما هي برأيك المعوقات التي تحول دون توسع البنك في استخدام تكنولوجيا المعلومات؟ : (تستطيع اختيار عدة إجابات)

غير موافق إطلاقاً	غير موافق	محايد	موافق	موافق جداً	
					ارتفاع تكاليف البنية التحتية، اللازمة لتبني الفعلي لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات (شراء الأجهزة، صيانة،..)
					عدم كفاية الموارد المالية المخصصة لاقتناء تكنولوجيا جديدة
					قلة الخبرة العملية لدى العمال المكلفين بالأعمال الالكترونية
					عدم وجود معرفة بمميزات وفوائد تكنولوجيا المعلومات والاتصال
					تردد الإدارة العليا في

					استخدام تكنولوجيا المعلومات
					عدم وجود أنظمة وقوانين تشجع البنوك على تبني تقديم خدمات الكترونيا

34- مستوى تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالبنك :

موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقا	
					تقيم مستوى تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنك الذي تعمل بأنه جيد
					ساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالبنك الذي تعمل به إلى زيادة التعاون والتنسيق بين فرق العمل التي تتولى تنفيذ العمليات
					ساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالبنك الذي تعمل به في تقليل خطوات تنفيذ العمليات المصرفية
					ساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات بالبنك الذي تعمل به في تقليل نسبة المخاطرة

ساهم استخدام تكنولوجيا
المعلومات بالبنك الذي تعمل
به في تحسين تحصيل
العمولات على العمليات
البنكية

35- هل يمكن تقييم مايلي :

بوجود تكنولوجيا المعلومات والإتصال	بعدم وجود تكنولوجيا المعلومات والإتصال
معدل العمليات المصرفية المسجلة يوميا	
أجال العمليات المصرفية	

العمليات المصرفية :الدفع، السحب ، التحويل

36- بعد استخدام البنك الذي تعمل به لتكنولوجيا المعلومات والاتصال هل لاحظت أن :

إرتفعت	لم تتغير	إنخفضت
تكلفة الخدمات البنكية		
جودة الخدمات المقدمة للعلاء		
أجال المقاصة بين البنوك		
سرعة العمليات البنكية		
عدد عملاء البنك		

الملحق رقم (2)

إستمارة موجهة لزيائن البنوك

السلام عليكم

في إطار انجاز أطروحة الدكتوراه في العلوم الإقتصادية تخصص بنوك ومالية، يشرفنا مشاركتكم في هذه الدراسة التي تهدف لتبيان دور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحديث الخدمات المصرفية وتسهيل النشاط المصرفي .

حيث نرجوا منكم الإجابة على كل الأسئلة الواردة في هذا الاستبيان بكل دقة وموضوعية، علما بان البيانات التي سوف تقدمونها، ستعامل بسرية تامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكرين لكم حسن تعاونكم

الباحثة سلاوتي حنان

أولا : البيانات الشخصية والوظيفية

- 1- الجنس : ☐ ذكر ☐ أنثى
- 2- العمر : ☐ من 20 إلى 30 سنة ☐ من 31 إلى 40 سنة ☐ أكثر من 50 عاما
- 3- المستوى الدراسي : ☐ مستوى ابتدائي ☐ مستوى متوسط ☐ مستوى ثانوي ☐ مستوى جامعي
- 4- المهنة :
- 5- المؤسسة:.....
- 6- اللغات الأجنبية المتقنة : ☐ اللغة الفرنسية ☐ اللغة الانجليزية
- لغات أخرى -----
- 7- المنصب الوظيفي : ☐ إطار موظف ☐ موظف ☐ تاجر ☐ طالب ☐ عامل متقاعد ☐ مهنة حرة ☐ عاطل عن العمل
- 8- اسم البنك الذي تتعامل معه: -----
- 9- طبيعة التعامل مع البنك : ☐ حساب تجاري ☐ حساب شخصي ☐ أخرى ☐ دينار جزائري ☐ العملة الصعبة
- 10- أقدمية التعامل مع البنك : ☐ أقل من سنة ☐ 1-2 سنوات ☐ 3-5 سنوات ☐ أكثر من 5 سنوات

ثانيا : بيانات حول محاور الدراسة

1- أسباب إختيار التعامل مع هذا البنك

	غير موافق إطلاقا	غير موافق	محايد	موافق	موافق جدا
جودة الخدمات المقدمة					
أسعار مناسبة					
تكنولوجيا متطورة					
أسباب أخرى					

2- يتواصل البنك الذي تتعامل معه من خلال موقع إلكتروني خاص به

☐ غير موافق إطلاقا ☐ غير موافق ☐ محايد ☐ موافق ☐ موافق جدا

- إذا كانت الإجابة بموافق أذكر موقع الإللكتروني الخاص ببالبنك الذي تتعامل

معه. WW.....

3- هل الموقع الإلكتروني

	غير موافق إطلاقا	غير موافق	محايد	موافق	موافق جدا
يقدم معلومات تتلاءم مع إحتياجاتك المختلفة					
يقدم خدمات جيدة ومتنوعة					
تملك حساب خاص بالموقع الإلكتروني للبنك خاص بك					

(E-banking)				
				يقوم البنك بإصدار نشرات إلكترونية تضم كافة المعلومات المتعلقة بنشاطاته
				يحرص الموقع الإلكتروني للبنك على عرض جودة الخدمات المصرفية المقدمة
				تواجهك أي مشاكل عند إستخدامك لموقع بريد البنك

4- نوع البطاقة التي تستخدمها :

☐ *بطاقة فيزا والبطاقة المشتركة CIB

☐ *بطاقة فيزا

☐ * بطاقة ماستر كارد والبطاقة المشتركة CIB

☐ *بطاقة ماستر كارد

☐ * بطاقة أمريكيان إكسبرس والبطاقة المشتركة CIB

☐ * بطاقة أمريكيان إكسبرس

☐ *البطاقة المشتركة CIB

5- بدأت إستخدام البطاقات البنكية في الفترة :

☐*(2011-2009)

☐*(2008-2006)

☐*(2005-2003)

☐*(2002-1998)

☐*(2014-2012)

6-البطاقة البنكية

غير موافق إطلاقاً	غير موافق	محايد	موافق	موافق جداً
تجري مختلف العمليات بواسطة البطاقة البنكية (سحب ، دفع ، الإطلاع ،.....)				
إستخدامك للبطاقة البنكية لا يستلزم طلب شرح أو توضيح من قبل العاملين بالبنك				
تجد راحة في إستخدام البطاقة البنكية				
تستخدم البطاقة بنفسك وبكل سهولة				
تستخدم البطاقة البنكية بكل حرية من حيث عدد العمليات				
عدد العمليات التي تقوم بها بواسطة البطاقة مرتبطة بنوعية البطاقة البنكية				
ترى بأن إستخدامك للبطاقة البنكية ساهم في تقليل تواجدك بالبنك وقلل من الطوابير				
يوفر لك إستخدام البطاقة البنكية الشعور بإطمئنان على أموالك من السرقة والتلف والضياع				
إستخدامك للبطاقة البنكية قلل من إستعمالك للنقود العادية				
أصبحت لديك ثقة في إستخدام البطاقة البنكية				
أصبحت تستخدم البطاقة البنكية				

					أكثر من استخدام الشيك
					أصبح بإمكانك إجراء مختلف العمليات المصرفية باستخدام البطاقة البنكية دون الانتظار طويلا في أي وقت
					تتعرض بطاقتك لتلف أحيانا
					تتصح أفراد أسرته باستخدام البطاقة البنكية

7- أجهزة الصراف الآلي

موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقا	
					تواجه مشكلة الانتظار طويلا بسبب قلة عدد أجهزة الصراف الآلي
					تعاني من مشكلة التعطل المستمر لأجهزة الصراف الآلي
					تبتلع بطاقتك بصورة مستمرة من قبل جهاز الصراف الآلي

8- الخدمات المصرفية الإلكترونية

موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقا	
					تلجأ للخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها البنك خلال أيام العطل أو السفر أو الأعياد أو عند الحاجة
					تشعر بأن الخدمات المصرفية

					الإلكترونية التي يقدمها البنك تتماشى مع التطورات الراهنة
					ساهمت الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من طرف البنك في التجاوب معك من خلال عملية التحصيل و طول فترة الإنتظار
					تساهم الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من طرف البنك في تقليص الجهد والوقت
					الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يمتلكها البنك ذات تكلفة عالية
					أنت راض عن الخدمات المصرفية لإلكترونية

9- البنك الذي تتعامل معه يمتلك وسائل تكنولوجية حديثة ومتطورة تواكب التطورات الحالية

☐ غير موافق إطلاقاً ☐ غير موافق ☐ محايد ☐ موافق ☐ موافق جداً

10- تستعمل الشيك الإلكتروني

☐ غير موافق إطلاقاً ☐ غير موافق ☐ محايد ☐ موافق ☐ موافق جداً

11- تستخدم أنظمة التحويلات المالية الإلكترونية

☐ غير موافق إطلاقاً ☐ غير موافق ☐ محايد ☐ موافق ☐ موافق جداً

12- تلاحظ أن خدمة المقاصة الإلكترونية ساهمت في تقليص عملية التحصيل الشيكات

غير موافق إطلاقاً ☐ غير موافق ☐ محايد ☐ موافق ☐ موافق جداً ☐

13- تتصح أفراد عائلتك باستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية

غير موافق إطلاقاً ☐ غير موافق ☐ محايد ☐ موافق ☐ موافق جداً ☐

14- برأيك هل تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسهيل عملية التسيير وتحديث الخدمات المصرفية؟

غير موافق إطلاقاً ☐ غير موافق ☐ محايد ☐ موافق ☐ موافق جداً ☐

15- تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق أبعاد جودة الخدمات المصرفية حسب

	غير موافق إطلاقاً	غير موافق	محايد	موافق	موافق جداً
الإطمئنان					
التسهيلات الملموسة					
الاستجابة لطلبات					

الملحق رقم (3)

A l'attention des responsables et employés de la banque

C'est dans le cadre de ma thèse de Doctorat en économie dans la spécialité « Banque et finances » que je sollicite votre contribution. En effet, l'élaboration de cette thèse a pour but essentiel **l'intégration de la technologie de l'information et de communication au niveau des banques avec pour projet de rendre plus souple et efficace la gestion de ses opérations et améliorer ces services bancaires .**

Nous souhaitons que vos éléments de réponse au présent questionnaire seront précis et objectifs en vous assurant que toutes les données que vous nous communiquerez seront strictement confidentielles et traitées à des fins uniquement de recherche économiques pour enfin proposer leur adaptation à l'évolution des techniques et méthodes de gestion.

Merci pour votre contribution et collaboration.

Chercheuse : Slaouti Hanane

Premièrement : les information personnelles et professionnelles

1-Sexe : Féminin ☐ Masculin ☐

2-Age de 20 à 30 ans ☐ de 31 à 41 ans ☐ de 41 à 50 ans ☐ plus de 50 ans ☐

3-Niveau d'études : primaire ☐ moyen ☐ secondaire ☐ universitaire ☐

Autres :

4-Langue Etrangère : Français ☐ Anglais ☐

Autres :

5- Intitulé du poste occupé :

Directeur ☐ Sous directeur ☐ Fonctionnaire ☐ Chef service ☐

chef de Branche ou cellule ☐

6- Années d'expérience :

Moins de 2 ans ☐ de 3 à 5 ans ☐ de 6 à 15 ans ☐ de 16 à 20 ans ☐

Plus de 20 ans ☐

Deuxièmement : Données et indicateurs sur le chapitre études

1- Le nom de la banque ou vous travailler :

2-- Quel est le nombre d'ordinateurs au niveau de la structure de banque dans laquelle vous Exercer ?

1-10 ☐ 11-20 ☐ 21-30 ☐ plus de 30 ☐

3- Est ce qu'il y a au niveau de votre banque un distributeur automatique ?

Entièrement D'accord ☐ D'accord ☐ Neutre ☐ Pas d'accord ☐

Pas entièrement D'accord ☐

4-Est ce qu'il y a au niveau de votre structure de banque un guichet automatique ?

Entièrement D'accord ☐ D'accord ☐ Neutre ☐ Pas d'accord ☐

Pas entièrement D'accord ☐

5-Est ce que Votre banque dispose d'une liaison avec le réseau informatique interne (intranet) ?

Entièrement D'accord ☐ D'accord ☐ Neutre ☐ Pas d'accord ☐

Pas entièrement D'accord ☐

6-Est que Votre banque est reliée à l'Internet ?

Entièrement D'accord ☐ D'accord ☐ Neutre ☐ Pas d'accord ☐

Pas entièrement D'accord ☐

7-Est ce que l'internet est utilisé uniquement par le directeur ?

Entièrement D'accord ☐ D'accord ☐ Neutre ☐ Pas d'accord ☐

Pas entièrement D'accord ☐

8-quelle est le domaine d'utilisation d'intranet au niveau de votre banque :

	Entièrement d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas entièrement d'accord
Utilisation de la boîte E-mail					
Transfert de données inter-agences de la banque					
Publication des information					

9-La banque dispose t - elle d'un site WEB ?

Entièrement D'accord ☐ D'accord ☐ Neutre ☐ Pas d'accord ☐

Pas entièrement D'accord ☐

Si la réponse est oui sitez le site web de la banque :WWW

10- Date de création du site WEB ?

Moins de 2 ans ☐ 2 à 4 ans ☐ plus de 5 ans ☐

11- Quel est le contenu du site Web de la Banque ? (Au choix)

	Entièrement d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas entièrement d'accord
Aceuil,Présentation de la banque					
Affichage des différents services bancaires					
Offrir des services en ligne aux clients					
Communication avec les clients par messagerie					
Service E- banking					

12- Est-ce votre banque s'appuie sur un :

	Entièrement d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas entièrement d'accord
système d'information intégré					

Système d'information facile à utilisé					
contrôle de performance de votre système informatique					

- De qu'elle façon la banque contrôle la performance du système informatique?

.....

- Peut- on évaluer le système information de la banque :

Bien ☐ moyen ☐ mauvais ☐

13-Disposez-vous dans votre banque?

	Entièrement d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas entièrement d'accord
d'un réseau des cartes bancaires					
d'un réseau des distributeurs et guichets automatiques (DAB/GAB)					
d'un réseau de paiement électronique chez les commerçants					
d'un réseau « SWIFT »					

- Autres éléments à préciser :

(Cochez la case correspondante à votre choix)

14-Est-ce que votre Banque propose des sessions de formation et de perfectionnement sur:

	Entièrement d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas entièrement d'accord

la façon d'utiliser la technologie informatique développée					
Cette formation est elle suffisante					

15- Quels sont les moyens de paiement utilisés par la banque (vous pouvez choisir plusieurs réponses)

	Entièrement d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas entièrement d'accord
Le chèque électronique					
les transferts financiers électroniques					
la télé compensation					
Carte bancaire					

16- Est ce que le service e- banking de la banque fonctionne d'une façon durable?

Entièrement D'accord ☐ D'accord ☐ Neutre ☐ Pas d'accord ☐

Pas entièrement D'accord ☐

17- Est ce que la télé compensation a facilitée les opérations bancaires par apport à la compensation ?

Entièrement D'accord ☐ D'accord ☐ Neutre ☐ Pas d'accord ☐ Pas entièrement D'accord ☐

18- Est ce que la télé compensation a diminuer le temps et les efforts au niveau de la banque ?

Entièrement D'accord ☐ D'accord ☐ Neutre ☐ Pas d'accord ☐

Pas entièrement D'accord ☐

19- Est ce que le transfert de la money électronique a facilité les tache à votre banque

Entièrement D'accord ☐ D'accord ☐ Neutre ☐ Pas d'accord ☐

Pas entièrement D'accord ☐

20- Est- ce que l'adoption des services bancaires électroniques par votre banque:

	Entièrement d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas entièrement d'accord
Est une nécessité impérieuse et donc une décision stratégique					
assure une plus large diffusion des produits services					
Rentre dans le cadre de la modernisation					

21- Quels sont les différents types de cartes bancaires mises en circulation par la banque aux clients ?

	Entièrement d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas entièrement d'accord
Carte de paiement					
Carte de charge					
Carte de débit					
Carte de crédit					

22-Est ce que la banque encourage l'utilisation de la carte bancaire ?

Entièrement D'accord ☐ D'accord ☐ Neutre ☐ Pas d'accord ☐

Pas entièrement D'accord ☐

23- Est ce que vous avez fait des formation spéciales concernant les cartes bancaires et leur utilisation ?

Entièrement D'accord ☐ D'accord ☐ Neutre ☐ Pas d'accord ☐

☐

Pas entièrement D'accord

24-Est ce que vous contribuer à sensibiliser le client pour accorder une confiance à ces cartes ? Entièrement D'accord ☐ D'accord ☐ Neutre ☐ Pas d'accord ☐

Pas entièrement D'accord ☐

25- Avez-vous prodigué des conseils aux clients sur l'utilisation des cartes bancaires ?

Entièrement D'accord ☐ D'accord ☐ Neutre ☐ Pas d'accord ☐

Pas entièrement D'accord ☐

26-est ce que les opérations effectuer par la carte bancaire sont précisées par la banque ?

Entièrement D'accord ☐ D'accord ☐ Neutre ☐ Pas d'accord ☐

Pas entièrement D'accord ☐

27- Est-ce que le nombre d'opérations effectuées par la carte bancaire dépend du type de la carte bancaire ? (CLASSIQUE, GOLD, ...)

Entièrement D'accord ☐ D'accord ☐ Neutre ☐ Pas d'accord ☐

Pas entièrement D'accord ☐

28-Est ce que la banque enregistre:

	Entièrement d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas entièrement d'accord
des problèmes avec les cartes bancaires égarées					
différence des coûts des cartes bancaires					
Non utilisation de la carte bancaire dans les opérations de paiement					

29 A votre avis est les services bancaire électronique ont :

	Entièrement d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas entièrement d'accord
diminué l'effort et la pression des employés de la banque					
contribué à l'amélioration de la relation du client et le banquier					
Ont ils intensifier la concurrence avec les autres banques					
A diminuer les couts de la banque					
augmentent le profit de la banque					
a contribué à l'amélioration de la réputation de la banque					
Les couts des services bancaire électronique sont élevées pour clients					

30-En tant que banquier:

	Entièrement d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas entièrement d'accord
est ce que vous croyez qu'on peut remplacer le paiement traditionnel par le paiement électronique					
êtes vous d'accord que les banques vont réduire le problème de manque de liquidité par les moyens de paiement électronique					
pensez vous avec l'avènement de la nouvelle technologie comparativement à l'espèce les corruptions, les vols et les pertes etc					
votre banque assume les prérogatives actuellement en vigueur dans le monde notamment dans le domaine des services bancaires électroniques					

31-Les Distributeurs Automatiques

	Entièrement d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas entièrement d'accord
les (DAB) installé dans votre banque est suffisante pour répondre aux besoins des clients					
Est que la banque enregistre des pannes de l'appareil (ATM)					

32- A votre avis qu'elles sont les avantages de faire entrer la technologie d'information et de communication (TIC) dans l'activité bancaire :

	Entièrement d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas entièrement d'accord
Améliorer le niveau de performance des employés					
simplifier les procédures et de la vitesse à la fin des opérations					
Améliorer la qualité des services bancaires					
Encourager la créativité et l'innovation					
Augmenter l'efficacité dans la gestion des opérations					
Obtenir des informations précises en temps opportun					

Renforcer et maîtriser la position concurrentielle de la banque					

33- Quels sont à votre avis les empêchements et les obstacles qui freinent l'introduction des technologies de l'information et des communications dans les banques ?

	Entièrement d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas entièrement d'accord
Les coûts élevés de l'infrastructure nécessaire pour adopter la technologie de l'(achat de matériel, la maintenance, ..)					
Insuffisance des ressources financières allouées à l'acquisition d'une nouvelle technologie					
Expérience et connaissance insuffisantes chez les travailleurs devant suivre les opérations électroniques					
Manque de connaissance sur les avantages de la technologie d'information et de communication					
Hésitation des responsables pour appliquer cette technologie					

Absence juridique d'une réglementation des lois qui favoriseraient l'application des services bancaires électroniques					

34-la technologie d'information et de communication au niveau de la banque :

	Entièrement d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas entièrement d'accord
Votre évaluation sur le niveau atteint par l'intégration de la technologie de l'information et de la communication au niveau de votre banque est « bien »					
L'utilisation de la technologie d'information et de communication contribuent elle à la bonne coordination entre différent intervenants au niveau de votre banque					
L'utilisation de la technologie de l'information et des communications (TIC) a-t-elle réduit le délai de traitement des opérations bancaires					
les TIC a-t-elle réduit les risques au niveau de la banque					
L'Adoption des a-t-elle favorisé l'obtention des					

commissions sur les opérations bancaires					

35- Peut – on donner une évaluation sur:

	1-sans les TIC	2-avec les TIC
1) La moyenne d'opérations* que vous effectuez par jour ?		
2) Le temps moyen consacré à chaque type d'opération ?		

* Opérations de retraits, versements, transferts, change...etc.

36- Après l'adoption par votre banque de la technologie de l'information et de la communication (TIC) vous remarquez que :

	Augmenter	N'a pas chang	Diminué
Coût des services bancaires			
La qualité des services fournis aux clients			
le temps consacré aux opération compensation entre les banques			
Le traitement des opérations bancaires			
Le nombre de client de banque			
Le nombre de employeur de banque			

Choisir la case à cocher.

الملحق رقم (4)

A l'attention des clients de la banque.

C'est dans le cadre de ma thèse de Doctorat en économie dans la spécialité « Banque et finances » que je sollicite votre contribution. En effet, l'élaboration de cette thèse a pour but essentiel **l'intégration de la technologie de l'information et de communication au niveau des banques avec pour projet de rendre plus souple et efficace la gestion de ses opérations et améliorer ces services bancaires .**

Nous souhaitons que vos éléments de réponse au présent questionnaire seront précis et objectifs en vous assurant que toutes les données que vous nous communiquerez seront strictement confidentielles et traitées à des fins uniquement de recherche économiques pour enfin proposer leur adaptation à l'évolution des techniques et méthodes de gestion.

Merci pour votre contribution et collaboration.

Chercheuse : Slaouti Hanane

Premièrement : les informations personnelles et professionnelles

1-Sexe : féminin ☐ masculin ☐

2-Age : de 20 à 30 ans ☐ de 31 à 41 ans ☐ de 41 à 50 ans ☐ plus de 50 ans ☐

3-Niveau d'études : primaire ☐ moyen ☐ secondaire ☐ universitaire ☐

Autres:.....

4-profession :

5-Employeur :

6-Langue étrangère :

Français ☐ anglais ☐ Autres :

5-Type du poste :

Cadre Employé ☐ Fonctionnaire ☐ Commerçant ☐ Etudiant ☐

Retraité ☐ profession libérale ☐ Chômeur ☐

8- L'intitulé de votre banque :

9-La nature de relation avec votre banque :

Compte commercial ☐ compte personnel ☐ DZD ☐ Devises ☐

10-Votre ancienneté en votre qualité de client au sein de cette banque

Moin d'une année ☐ de 1- 2 ans ☐ de 3-5 ans ☐ plus de 5 ans ☐

Deuxièmement : Données et indicateurs sur le chapitre études
1-Les causes qui vous ont incité à choisir cette banque comme partenaire :

	Entièrement d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas entièrement d'accord
Qualité des services fournies					
prix appropriés					
Technologie moderne					
Autres					

2-Votre banque a t-elle un site WEB ?

Entièrement D'accord ☐ D'accord ☐ Neutre ☐ Pas d'accord ☐

Pas entièrement D'accord ☐

-si la réponse est oui citer le lien du site web : http:// www._____

3- le site web de votre banque :

	Entièrement d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas entièrement d'accord
répond il à votre besoin d'informations et de renseignements					
Contient pleinement de services variées					
Consultez vous votre compte au service E- banking					
publie le bulletin électronique et comprend ils toutes les informations relatives à ses activités					
Publie la qualité des services bancaire électronique offerte					
Rencontrez vous des problèmes en utilisant le site web de votre banque					

4- Quel type de carte utilisez - vous :

Carte visa ☐ Carte visa et carte CIB ☐

Carte master ☐ Carte master et carte CIB ☐ Carte CIB ☐

Carte american express ☐ Carte american expresss et carte CIB ☐

5-Vous avez commencé à utiliser les cartes bancaires à compter de l'année

(1998-2002) ☐ (2003-2005) ☐ (2006-2008) ☐ (2009-2011) ☐

(2012-2014) ☐

6- L'utilisation de votre Carte Bancaire :

	Entièrement d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas entièrement d'accord
vous effectuez tout les opérations avec la carte bancaire (Retrait, paiement, consultation du solde....ect)					
ne nécessite pas des clarifications par l'un des employés de la banque					
Vous êtes conforter lorsque vous utilisez la carte bancaire					
Trouvez vous des facilités lorsque vous utilisez la carte bancaire					
Vous utilisez votre carte bancaire avec toute liberté sur l'ensemble des opérations effectuer					
Le Nombre d'opérations dépend il du type de carte qu'on utilise					
Constatez vous qu'avec l'utilisation des carte bancaires le mouvement des clients a diminué au sein de la banque					
Considérez vous être mieux protéger du vol avec l'utilisation de la carte bancaire					
L'utilisation de la carte bancaire a diminué l'utilistation de la l'argent					
Faites vous confiance à l'usage de la carte bancaire					
Utilisez vous la carte bancaire plus le chèque					
Utilisez vous votre carte bancaire pour effectuer des opérations à n'importe que moment					
Vous arrive -t- il de voir votre carte bancaire non fonctionnelle					
Vous conseillez l'un de membre de votre famille d'utiliser la carte bancaire					

7-Les appareils ATM :

	Entièrement d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas entièrement d'accord
Vous arrive -il d'attendre longtement à cause du manque d'apareille ATM					
Rencontrez vous des pannes de l'appareils ATM					
Vous arrive t'il de voir le distributeur automatique ne vous rend pas votre carte bancaire					

8-services bancaires électroniques :

	Entièrement d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas entièrement d'accord
Utilisez vous les services bancaires électroniques pendant les vacances ou Voyage					
sont modernisés en fonction de l'évolution des techniques actuelles					
Reponds à vos attentes					
Diminuent les efforts et et font gagner un gain de temps					
Trouvez vous que le coût du prélèvement après utilisation des services électronique bancaires est élevé					
Etes -vous satisfait des services de la banque					

9-Est ce que votre banque se compose d'un matériel technologique comme les pays développés ?

Entièrement D'accord ☐ D'accord ☐ Neutre ☐ Pas d'accord ☐
 Pas entièrement D'accord ☐

10- Au niveau de votre banque utilisez vous les chèques électroniques

Entièrement D'accord ☐ D'accord ☐ Neutre ☐ Pas d'accord ☐
 Pas entièrement D'accord ☐

11- Vous arrive t-il d'utiliser le transfert de la monnaie électronique

Entièrement D'accord ☐ D'accord ☐ Neutre ☐ Pas d'accord ☐
 Pas entièrement D'accord ☐

12- le service de la télécompensation a fait gagner un gain de temps concernant l'encaissement des chèques :

Entièrement D'accord ☐ D'accord ☐ Neutre ☐ Pas d'accord ☐
 Pas entièrement D'accord ☐

13- Conseillez vous aux membres de votre famille d'utiliser davantage les services bancaires électroniques

Entièrement D'accord ☐ D'accord ☐ Neutre ☐ Pas d'accord ☐
 Pas entièrement D'accord ☐

14- A votre avis la technologie de l'information et de communication a-t-elle facilité les opérations de gestion et d'innovation des services bancaires

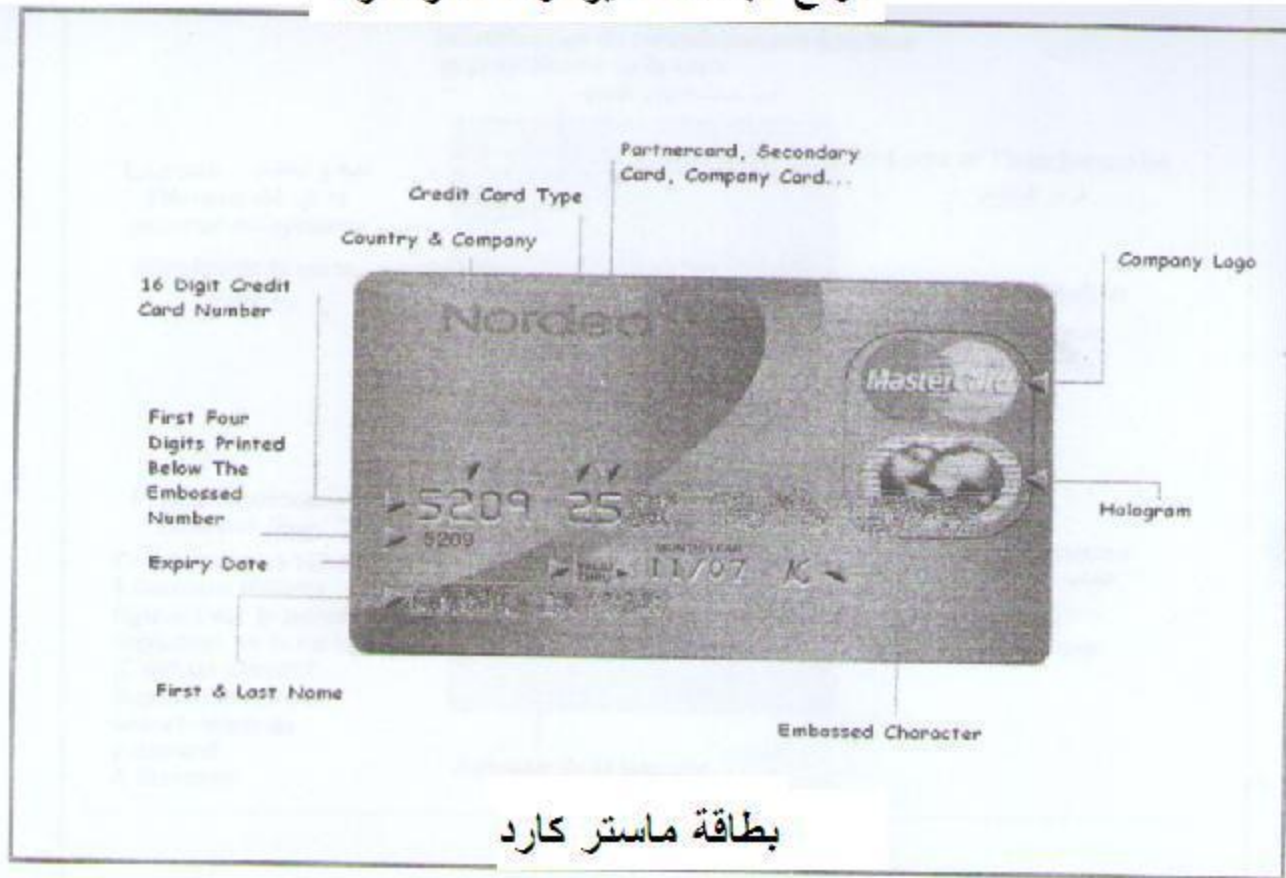
Entièrement D'accord ☐ D'accord ☐ Neutre ☐ Pas d'accord ☐
 Pas entièrement D'accord ☐

15- Consentez vous qu'avec l'apport de la technologie de l'information et de la communication on atteindra les perspectives convoitées d'amélioration de la qualité de service en matière de :

	Entièrement d'accord	D'accord	Neutre	Pas d'accord	Pas entièrement d'accord
Commodité					
Facilité des transactions					
Réponse active à la demande.					

الملحق (5)

أنواع البطاقات فيزا وما ستر كارد



www.cartebancaire/payment.hg123/cf/12/01/2012



الملحق رقم (6) (Visa cards)
أنواع البطاقات البنكية



(MASTER CARD)



(AMERICAN EXPRESS)



Step 1 Confirm Items
 Step 2 Enter Address
 Step 3 Choose Shipping
 Step 4 Confirm Total
 Step 5 Submit Payment

Choose a payment method and click **Continue...**

☐
☐
☐
☐

eCheck

To pay by electronic check, please fill out the fields below.

Name on account:
 Name of bank:
 Type of Account:
 Check Number:

Routing Number Account Number

Payment by check is easy & secure!

It looks & works great on mobile phones and tablets!

Your Email Address: **Confirm Email Address:**

Account Holder's Name
 Bank information will be entered automatically.
 Check Number

Your Street Address
 Red fields are required.

Your City
 Your State
 Your Zip

Your Daytime Phone () -

Pay to the Order of: 3045 Solutions
Amount: \$

Memo:

Routing #
 Checking Account #
 Confirm Account #

الملحق رقم (8)

DAB



الملحق رقم (9)

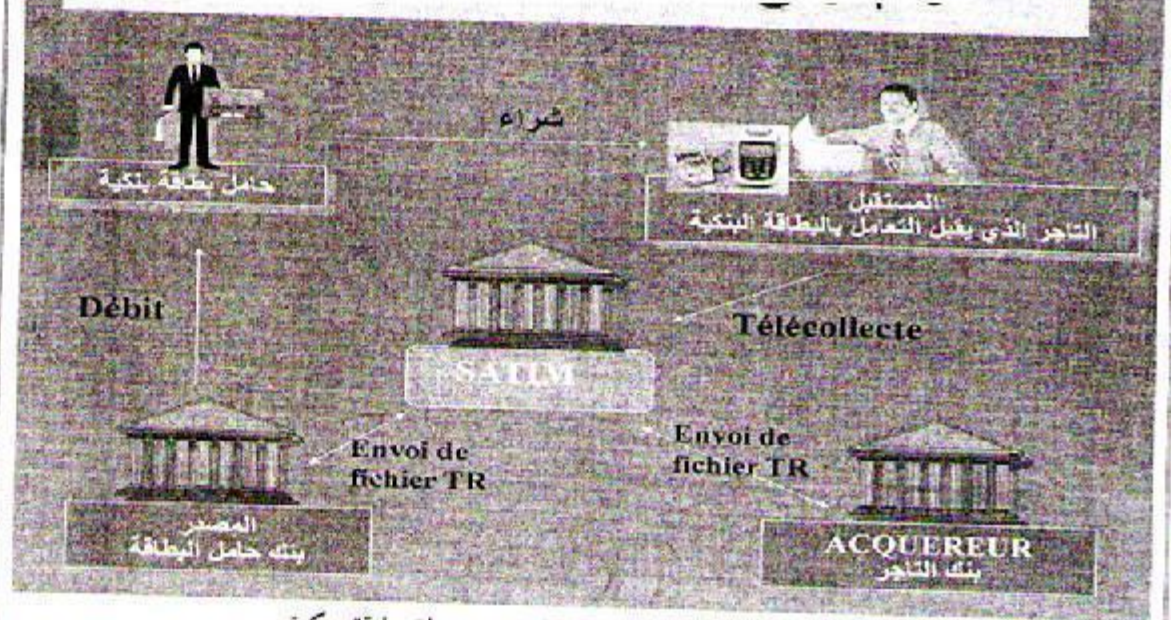




جهاز نهائي نقطة البيع TPE

www.tpe/numerique/carte_banacaire.com 29/07/2013

عملية الدفع بالبطاقات البنكية



رسم توضيحي يبين سير عملية الدفع بواسطة بطاقة بنكية.

الملحق رقم (11): خدمة E-CCP

Algérie poste e-CCP
الجزائريين و المنتديات الجلفة انفو

رقم الحساب البريدي الجاري CCP : 46 Clé : 30

Bienvenue sur le site des services CCP d'Algérie Poste (1/2)

Dans le souci de se rapprocher de ses clients et d'améliorer ses prestations, Algérie Poste met à votre disposition ce site Web. Il vous offre des services tels que :

- Consulter un extrait de votre compte
- Consulter un relevé de votre compte
- Télécharger un relevé de votre compte en PDF et en XLS
- Modifier votre mot de passe
- Commander un ou plusieurs carnets de chèques
- Commander votre carte de retrait CCP

الامتيازات

بريد الكتروني للمراسلة ccpnet@poste.dz

Pour plus d'informations appeler le 1558 ou envoyer un mail à ccpnet@poste.dz

Pour accéder à votre Compte, veuillez lire attentivement et approuver la charte des conditions générales ci-dessous.

الموافقة على الشروط التي تم توضع بعد !!!

☒ Je déclare avoir lu la charte d'Algérie Poste et je l'approuve

Suivant

Algérie poste e-CCP
الجزائريين و المنتديات الجلفة انفو

CCP : 46 Clé : 30

Bienvenue sur le site des services CCP d'Algérie Poste (2/2)

Vous allez accéder à votre Compte pour la première fois. Pour une meilleure utilisation, veuillez modifier votre code confidentiel.

Code actuel : (Envoyé par LA POSTE) ← كلمة السر المسجلة من طرف البريد

Choisir un nouveau code : ← كلمة السر الجديدة

Confirmation du nouveau code : ← التأكيد

(Le changement de code est obligatoire et le code choisi doit être différent de celui envoyé par LA POSTE.)

Votre phrase secrète* : 15 caractères Maximum

*: La phrase secrète vous sera demandée par le système en cas de perte de votre code confidentiel

كلمة التذكير بالرقم السري في حال نسيانها

Validier

Algérie poste e-CCP
الجزائريين و المنتديات الجلفة انفو

Numéro CCP : ← رقم الحساب البريدي الجاري بدون مفتاح

Code : ← الرقم السري المسجل من طرف البريد

Texte de l'Image : ← اكتب ماهو الصورة

Validier

تنبه الى ان تكلفة الإطلاع على الرصيد و عمليات 24 ساعداية

تنبه الى ان تكلفة كشف العمليات لفترة معينة

Nous nous engageons à être partout

10 دج 20 دج

© 2002 Algérie Poste. Taxes : Extrait de compte 10 DA, Relevé de Compte 20 DA

منتديات الجلفة : خدمة E-CCP /djelfa/123/www.e-ccp

الملحق رقم (12) : E- storm



www.ooredoo/e-storm.dz

الملحق رقم (13): خدمة شراء رصيد E-storm



Achat Storm en ligne



Rechargez votre ligne Ooredoo à partir de votre carte CIB

Numéro à recharger:

Veuillez sélectionner le montant de votre recharge:

200 DA
500 DA
1000 DA
1500 DA
4000 DA
Autre ...

Saisissez les caractères figurant dans l'image ci-contre:

yg8c7

↺

☐ J'accepte les [conditions générales](#) d'utilisation

Valider

Annuler

Service accessible à tout détenteur de carte CIB en Algérie

Le montant rechargé n'est soumis à aucun frais supplémentaire

Afficher mes reçus de paiement

Ooredoo :	Banque :	SATIM :
Nous contacter : 055000333 ou par Email	021910031 / 021910308	021448975 / 77 / 79

Informations du paiement

Commerçant

Site Web

Montant 0.00

Informations client

Numéro de votre carte CIB *

[Cryptogramme\(CVV2\) *](#)

Date Expiration * 11 ▼ 2014 ▼

Nom Prénom *

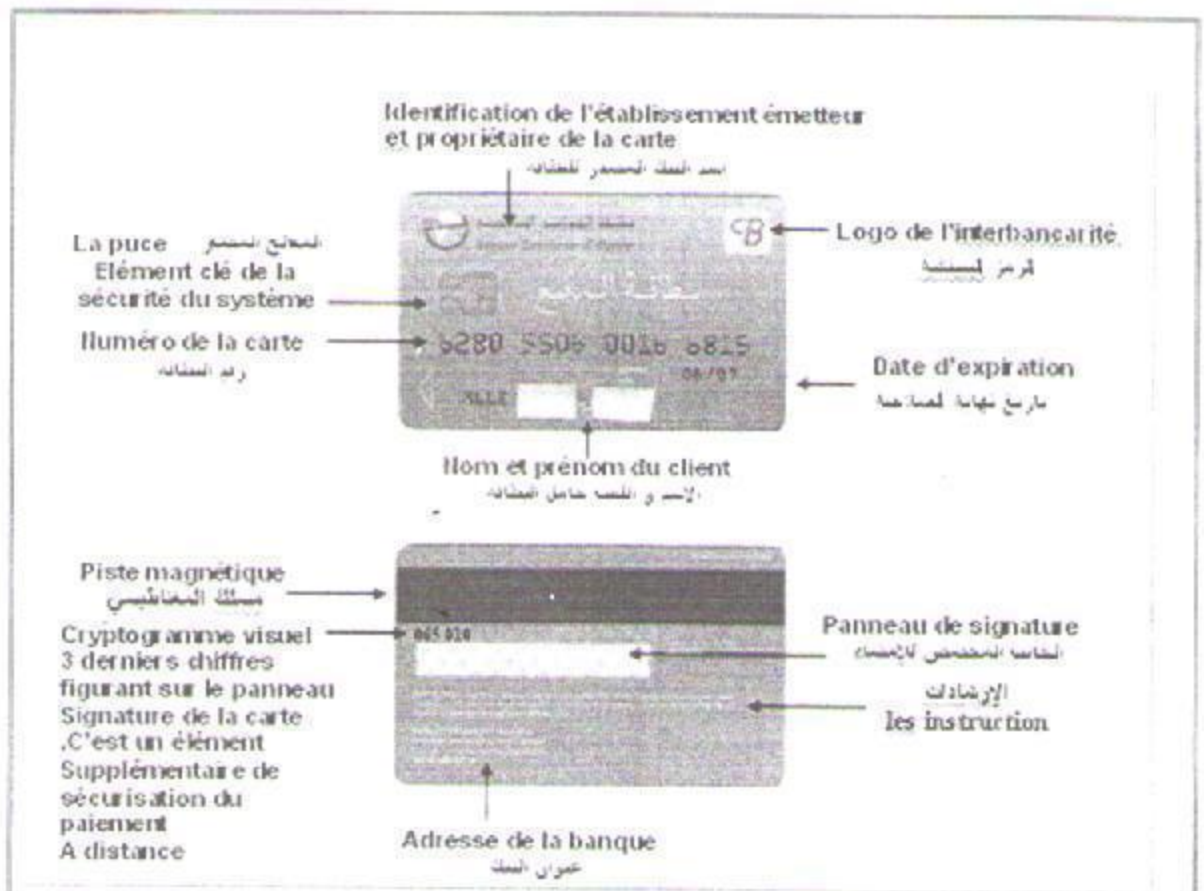
Adresse *

Code Postal *

Valider
Réinitialiser
Annuler

Source: <https://my.ooredoo.dz/estorm/storm-par-carte-bancaire-cib> 14/07/2014

الملحق رقم (14): بطاقة الدفع وبطاقة البريد الجزائري

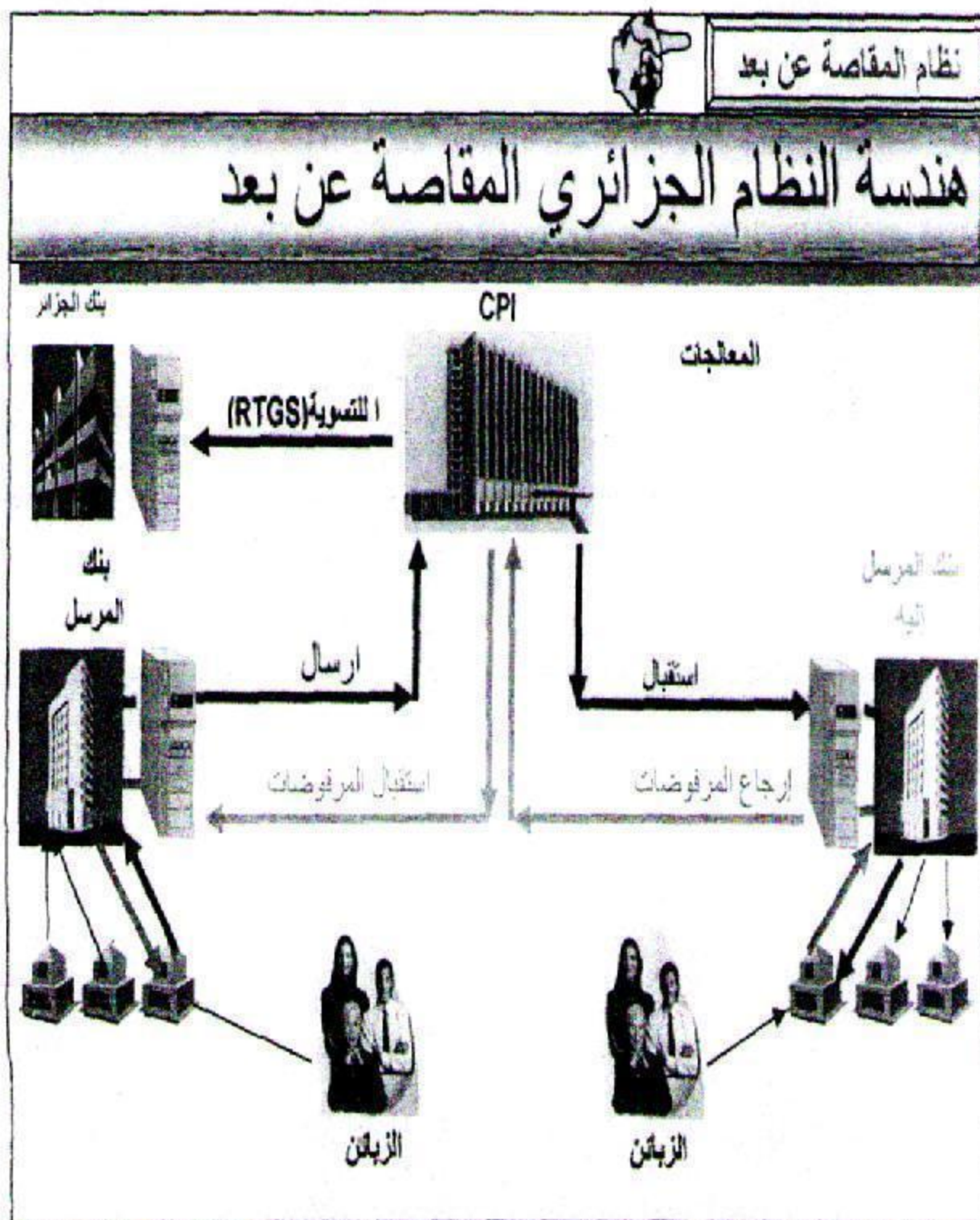


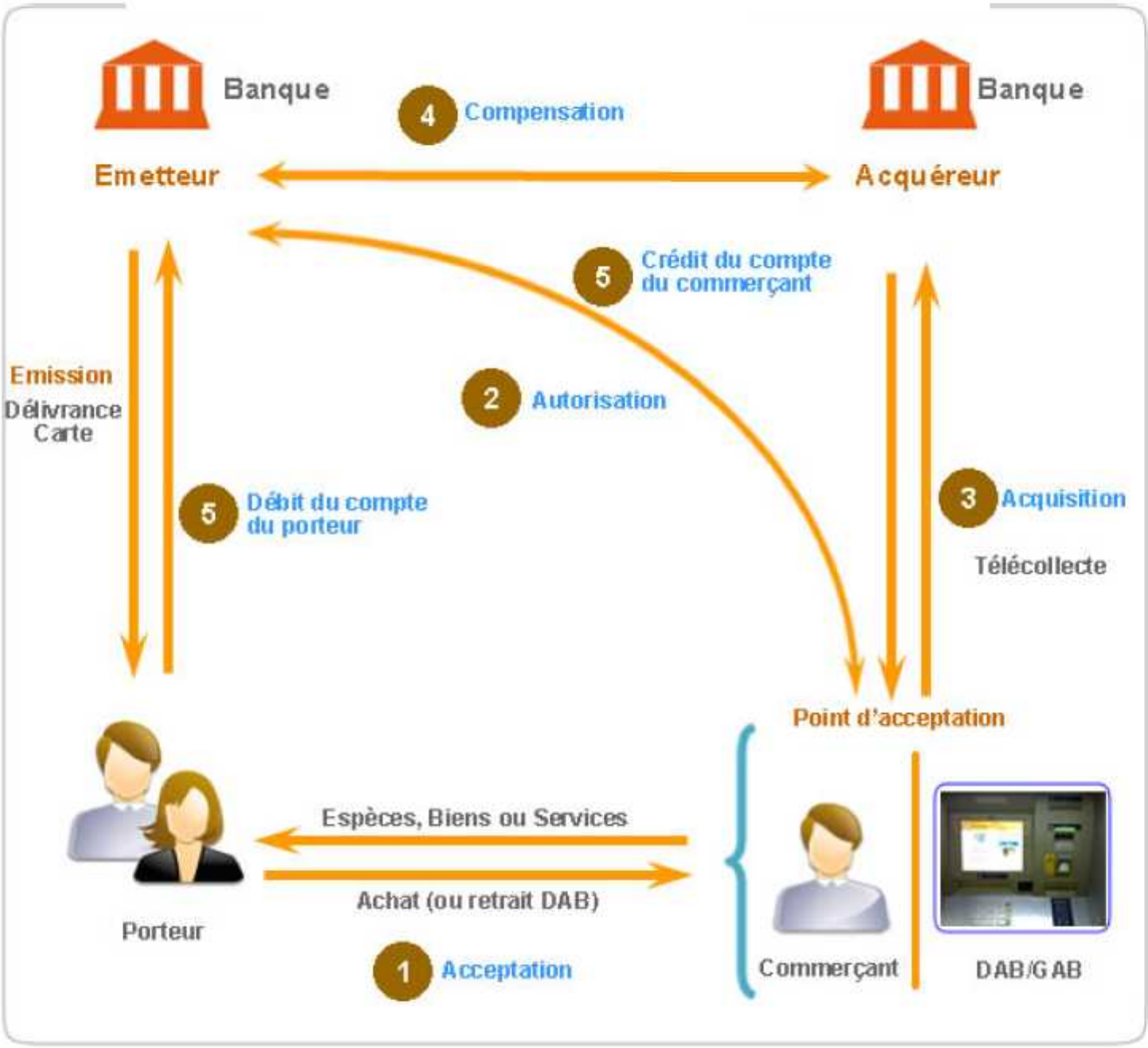
[www.carte.interbancaire / composant/78/hfk](http://www.carte.interbancaire/composant/78/hfk)



www.carte/retrait/algerie.pste.dz

هندسة نظام المقاصة عن بعد الجزائري





source: www.satim-dz.com

Processus d'une transaction monétique :

- 1. Introduction de la carte dans le terminal par le porteur (DAB, TPE).
- 2. Demande d'autorisation à l'émetteur. Réponse à la demande d'autorisation.
- 3. Collecte de la transaction par l'acquéreur.
- 4. Présentation par l'acquéreur de la transaction en compensation.
- 5. Débit du compte du porteur et crédit du compte de l'acceptant.



CONTRAT PORTEUR CARTE DE RETRAIT INTERBANCAIRE CIB



N° de contrat :

Date: 11/11/11

Direction régionale

Agency: (*) Type Client

P	Particulier
E	Entreprise
M	Titulaire de compte et de la carte identique
D	Titulaire de compte et de la carte différent

[*] Cochier (x) la case correspondante

Titulaire du Compte:

Je soussigné Mr, Mme, Mlle ou Entreprise / Société

Représentée par _____ en qualité de _____ ou Entrepreneur / Société _____

Titulaire du compte N°: _____ Date d'ouverture:/...../.....

Adresse : Date d'ouverture :
Commune : Wilaya :

Montant revenu mensuel net en DA revenu Annuel net en DA

Sollicite auprès de la Banque Extérieure d'Algérie, l'octroi de la carte de retrait interbancaire CIB

☐ A non-porn

☐ Au nom du porteur ci-après

Titulaire de Carte :

Mr. Mme. Mlle.

Nom et Prénom : _____

Date de naissance : 1 1 1 1 1 1

Profession

Agence :

N^o Cane 

Type carte :

☐ Client

☐ Agent

Le bénéficiaire et le titulaire de compte soussignés reconnaissent avoir pris connaissance des conditions générales de fonctionnement de la carte de retrait, déclarent y adhérer sans réserve, demande l'octroi de la carte et s'engage à

- Maintenir dans son compte 1111111111 un solde minimum de : DA
- Effectuer des retraits à concurrence d'un montant plafond hebdomadaire DA,
- Autoriser la banque à débiter ce compte des retraits effectués et du coût de la carte DA

Date et signature du demandeur
(Faire précéder de la mention
lu et approuvé)

Signature du bénéficiaire

Date et signature du Directeur
d'Agence



J.E.A. --

Page : 123

Liste des retours compensation Inter Bancaire

du : 24/05/2011 14:44

au : 24/05/2011 14:44

Date d'impression : 24/05/2011 14:44

Devises : DZD

Agence Tirée :

Banque Remettante : B.N.A.

Agence Remettante : 00100311

No Inst 1000410 002 00032

Rib Tiré 001 00811

Rib Bénéficiaire 001 00811

RIO 1052400811032240510002

D.Saisie 24/05/2011 12:40:52

D.Trait. 24/05/2011 26:05:20

D.Regimnt 24/05/2011 26:05:20

Montant 316 922,20

TOTAL Agence :

316 922,20

Nombre Inst 1

TOTAL Banque 316 922,20

Nombre General Inst 1

الملحق 18

الشيك الرقمي الخاص بإرجاع
قائمة المقاصة بين البنوك

موقع الإلكتروني لبنك BADR

:www.badr.bank.net

BADR
BANQUE DE L'AGRICULTURE
ET DU DEVELOPPEMENT RURAL
بنك الزراعة والتنمية الريفية

La BADR vous ouvre

VOTRE BANQUE

APPELS D'OFFRES

ECONOMIE & FINANCE

A VOTRE SERVICE

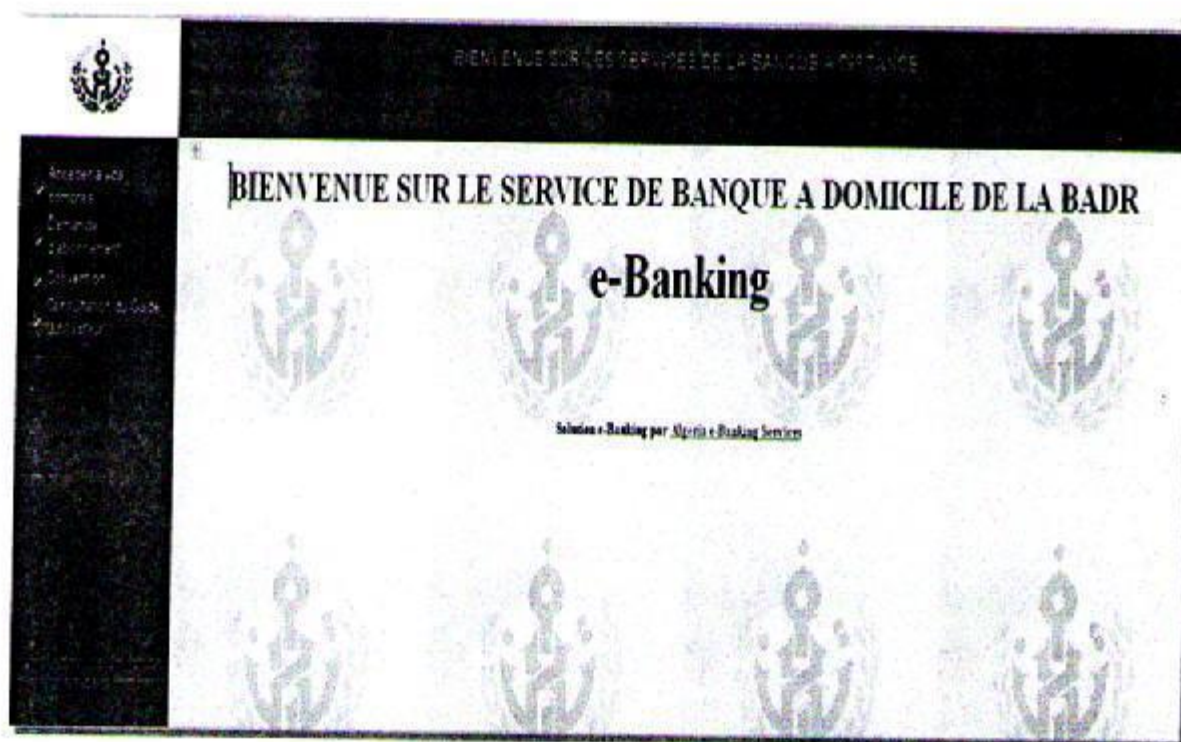
NEWS

Revue BADR Info

Consultez vos comptes en ligne avec **BADR e-Banking**

الملحق رقم 20:

موقع الخدمات الإلكترونية لبنك BADR



<http://ebanking.badr.dz/fr>

الملحق رقم 21:

الإستمارة الإلكترونية لطلب الإشتراك



Accès à vos comptes
 Identification
 Demande d'abonnement
 Espace client

DEMANDE D'ABONNEMENT

Formulaire d'abonnement en ligne

Aucune

← Valider

<http://ebanking.badr.dz/fr>

إثبات هوية الزبون



IDENTIFICATION

Les données présentées dans les écrans qui suivent sont fictives, et n'ont de sens que dans le cadre de la visite guidée.

Tapez votre numéro d'abonné

Tapez votre mot de passe

← Valider

Nota : Après avoir validé votre identification, BADR e-BANKING vous propose d'accepter un cookie qui vous permet de créer une "session" entre le site BADR e-BANKING et votre poste, vous évitant ainsi d'avoir à vous identifier pour chaque fonction de BADR e-BANKING.
 Le cas échéant, pensez à désactiver la fonction de filtrage des cookies sur votre logiciel de navigation, sinon il vous sera impossible d'accéder à vos comptes.

الإطلاع على الرصيد



LE SOLDE DE VOS COMPTES

Date : _____ Client : CLIENT DE DEMONSTRATION

Précédente connexion : _____ Vous n'avez pas de message personnel

Vos autres Comptes

Compte	N°	Titulaire	Date	Monnaie	Montant
Compte Courant	01000583576A	CLIENT DE DEMONSTRATION	27/10/2007	DCD	14.25
Compte Epargne	01000687820C	CLIENT DE DEMONSTRATION	27/10/2007	DCD	8.743.68
Total de vos avoirs (exprimé en GBP)					8 817.93

<http://ebanking.badr.dz/fr>

إستمارة طلب دفتر الشيكات

Date : _____ Client : CLIENT DE DEMONSTRATION

Précédente connexion : _____ Vous n'avez pas de message personnel

Pour commander votre chéquier, cochez et sélectionnez dans la liste suivante les informations correspondantes

○
○
○

Sélectionnez votre compte ▼

1

Carnet de 25 chèques ▼

CLIENT DE DEMONSTRATION

BANQUE AGRICOLE

CDI DEVELOPPEMENT RURAL

الموقع الإلكتروني لبنك

société générale

Adresse: www.societe-generale.dz

سوسيتي جنيرال الجزائر
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE ALGERIE

Bienvenue sur le site Société Générale Algérie

Société Générale Algérie est une banque commerciale détenue à 100% par le Groupe Société Générale, présente en Algérie depuis 2003.

attachée au développement des compétences financières, Société Générale ALGERIE offre une gamme de services à tout type de clientèle : particuliers, professionnels et entreprises.

Taux de Base SGA 6,40 % HT
Taux à compter du 01/01/2004

on est là pour vous aider

La Société Générale Algérie vous propose

Espace Financier Moutah NAJAH

À vos côtés pour réussir

Offres et Services

Particuliers

Professionnels

Services Clientèle

Financement

E MAIL CENTER

www.e-banking/ société generale .dz

Service qualité

سوسيتي جنيرال الجزائر
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE ALGERIE

SGA

Société Générale Algérie

Créer Adhérer SGA

Service Société Générale

Société Générale France

Service Qualité

Votre satisfaction est notre priorité

Société Générale Algérie a le souci constant de vous apporter la meilleure qualité de service possible.

Toutefois, des difficultés peuvent survenir dans le fonctionnement de votre compte ou dans l'utilisation des services mis à votre disposition. Dans ce cas :

Votre agence est votre premier interlocuteur.

Approchez-vous de votre conseiller ou du responsable de votre agence par tout moyen à votre convenance : directement à l'agence par téléphone, par lettre ou par fax.

Si vous êtes en désaccord avec la réponse qui la solution apportée par votre agence, vous avez la possibilité de vous adresser au Service de Réclamations Clientèle du Service Qualité.



Pour saisir le service qualité adressez vos réclamations à :

Service de Réclamations Clientèle du Service Qualité

Centre de Réclamations Société Générale

Offres et Services

Particuliers

Professionnels

Services Clientèle

Financement



الملحق رقم 25:

صورة توضيحية لآلة نسخ شيكات للقيام بعملية
المقاصة الإلكترونية

www.paniniere.com / [cheque/télécom.com](http://cheque.telécom.com)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ