

جامعة 8 ماي 1945
قلمنة

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة تخرج مقدمة لاستكم - نيل شهادة الماستر في العلوم
الاقتصادية

تخصص: نقود ومؤسسات مالية

تحت عنوان:

أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية البنوك
حالة البنوك الجزائرية " دراسة قياسية قرتفلا للاذ
"2013-2007"

إشراف الأستاذ:
د. صاولي مراد

إعداد الطلبة:
✓ أمغار حسان
✓ طالب خديجة

السنة الجامعية
2016-2015



قال الله تعالى:

" ولولا فضل الله عليك ورحمته لهمت طائفة منهم أن يضلوك
وما يضلون إلا أنفسهم وما يضرونك من شيء وأنزل الله عليك
الكتاب والحكمة وعلمك ما لم تكن تعلم وكان فضل الله عليك
عظيماً" (113) سورة النساء.

صدق الله العظيم

وقال تعالى:

" قل هل يستوي الذين يعملون والذين لا يعلمون إنما يتذكر أولو
الالباب" (9) سورة الزمر

صدق الله العظيم



تشكرات:

نتوجه بالشكر الجزيل لأستاذنا الفاضل الأستاذ الدكتور صاولي
مراد الذي تقبل انشغالنا بصدر رحب، كما نشكر جميع الأساتذة
الذين ساعدونا في موضوع بحثنا.

نسأل المولى سبحانه أن يعظم لهم الأجر، وينفع بعلمهم طلاب
العلم.

والصلاة والسلام على النبي الهادي الأمين من جاء رحمة
للعالمين محمد بن عبد الله وعلى آله وصحبه أجمعين.



إهداء

إلى نبع المحبة الذي لا تكدره عوائدي الزمن وفيض الحنان الذي لا
يقف في طريقه عائق

إلى أبائنا وأمهاتنا الكرماء أطال الله في عمرهم

إلى جميع عائلة "أمغار وطالبي"

إلى جميع الأصدقاء والأحباء



فهرس المحتويات

..... الآية الكريمة
 تشكرات
 الإهداء
 فهرس المحتويات
 فهرس الأشكال
 فهرس الجداول
 قائمة الاختصارات

مقدمة عامة

I- تمهيد.....
 II- إشكالية البحث.....
 III- فرضيات البحث.....
 IV- أهمية البحث.....
 V- أهداف البحث.....
 VI- منهج البحث.....
 VII- هيكل البحث.....
 VIII- صعوبات البحث.....

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

..... تمهيد

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول التكنولوجيا، المعلومات والاتصال

المطلب الأول: نظرة عامة حول

التكنولوجيا.....

المطلب الثاني: ماهية المعلومات.....

7.....

المبحث الثاني: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

المطلب الأول: تكنولوجيا المعلومات.....

المطلب الثاني: تكنولوجيا الاتصال.....

المطلب الثالث: تكنولوجيا المعلومات

والالاتصال.....

المبحث الثالث: متطلبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثارها

المطلب الأول: متطلبات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال
وتحدياتها.....26

المطلب الثاني: تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال
واستعمالاتها.....27

المطلب الثالث: أثار استخدام تكنولوجيا المعلومات
والاتصال.....30

34.....:خلاصة الفصل:

الفصل الثاني : تنافسية البنوك في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المبحث الأول: الإطار النظري للتنافسية في البنوك

المطلب الأول: تعريف التنافسية المصرفية.....37

المطلب الثاني: الإطار النظري للتنافسية البنكية
42.....

المطلب الثالث: الاستراتيجيات التنافسية للبنوك ومتطلبات
تدعيمها.....46

المبحث الثاني: الخدمة المصرفية في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المطلب الأول: قنوات عرض الخدمة المصرفية عن
بعد.....49

المطلب الثاني: أنظمة الدفع الالكترونية.....57

المطلب الثالث: أدوات ووسائل الدفع
الالكترونية.....59

المبحث الثالث: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تدعيم استراتيجيات التنافسية
البنكية

المطلب الأول: تعزيز تنافسية البنوك باستخدام تكنولوجيا المعلومات
والاتصال.....64

المطلب الثاني: الميزات الإستراتيجية التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصال
للبنوك.....69

المطلب الثالث: عوائق استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك.....70

75.....:خلاصة الفصل:

الفصل الثالث: فعالية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تعزيز تنافسية البنوك الجزائرية - دراسة قياسية -

المبحث الأول: واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المنظومة البنكية الجزائرية

المطلب الأول: مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك الجزائرية
78.....

المطلب الثاني: شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك SATIM ونشاطاتها.....83

المطلب الثالث: نظم المعلومات والدفع وتعميم الدفع وتعميم النقد الآلي في الجزائر.....86

المبحث الثاني: نظم الدفع الالكترونية في المنظومة البنكية الجزائرية

المطلب الأول: تطوير وتحديث نظام الدفع في الجزائر
89.....

المطلب الثاني: الشبكات المصرفية SWIFT.....90

المطلب الثالث: نظام التسوية الإجمالية الفورية RTGS ونظام المقاصة عن بعد ATCI

91.....

المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات والاتصال كإستراتيجية رائدة لتفعيل تنافسية البنوك الجزائرية- دراسة قياسية-

المطلب الأول: المؤشرات التكنولوجية والتنافسية في المنظومة البنكية الجزائرية.....99

المطلب الثاني: الدراسة القياسية لتأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية
البنوك
الجزائرية.....107
117.....:خلاصة الفصل:

خاتمة عامة

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
10	العلاقة بين البيانات والمعلومات	1-1
13	عناصر الاتصال	2-1
28	العلاقة بين المؤسسة وأبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال	3-1
43	سبل تحقيق القدرة التنافسية لمؤسسة ما	1-2
47	قوة المنافسة المؤثرة على الصناعة البنكية حسب بورتر	2-2
54	نسبة الصراف الآلي لكل 100 ألف راشد في العالم (2004-2012)	3-2
55	تطور مستخدمي الصيرفة عبر الهاتف النقال في العالم (2010-2017)	4-2
57	نسبة مستخدمي الصيرفة عبر الانترنت في العالم (2000-2013)	5-2
61	التقسيم الأساسي للبطاقات البنكية	6-2
65	أهم متطلبات الكفاءة التشغيلية	7-2
67	دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمة المصرفية	8-2
72	مظاهر جاهزية التكنولوجيا	9-2
73	المخاطر الناتجة عن المعلوماتية	10-2
79	نسبة مستخدمي الانترنت في الجزائر خلال الفترة (2009-2015)	1-3
81	تطور عدد مشتركى الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة (2009-2015)	2-3
82	تطور عدد مشتركى الهاتف الثابت خلال الفترة (2008-2015)	3-3
83	البنوك المشاركة في تكوين رأس مال شركة SATIM	4-3
95	تطور عدد عمليات التحويلات المالية في نظام RTGS	5-3
98	عدد العمليات بمختلف الوسائل عبر نظام ATCI	6-3
101	تطور عدد البطاقات البنكية CIB المتداولة في الجزائر خلال الفترة (2007-2013)	7-3
102	تطور عدد الصفقات التي تمت بالبطاقات البنكية CIB المتداولة في الجزائر خلال الفترة (2008-2013)	8-3
103	تطور عدد أجهزة الصراف الآلي في الجزائر لسنوات (2008-2013)	9-3
104	تطور عدد نهائيات الدفع الإلكتروني TPE خلال الفترة (2005-2013)	10-3
107	مردودية رأس المال، مردودية الأصول وهامش ربح البنوك الجزائرية خلال الفترة 2007-2014	11-3

111	نسب مردودية أصول البنوك الجزائرية	12-3
112	عدد البطاقات البنكية CIB المتعامل بها	13 -3
112	التعاملات البنكية الالكترونية (باستعمال البطاقة البنكية)	14-3
114	اختبار Jaque-Bera	15-3

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
07	نسبة التحسن في الأداء عند استخدام التكنولوجيا	1-1
25	تصنيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال حسب معايير الزمن	2-1
25	الأبعاد الأربعة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال 4C	3-1
30	تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال	4-1
45	القدرات التي تتشكل منها القدرة التنافسية للبنك	1-2
49	المؤشرات العملية المصاحبة لممارسة الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسة	2-2
55	عدد مستخدمي الصيرفة عبر الهاتف النقال في العالم (2010-2017)	3-2
69	تحقيق الميزة التنافسية عبر الابتكار	4-2
79	عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر خلال الفترة (2000-2015)	1-3
81	تطور عدد مشتركى الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة (2009-2015)	2-3
82	تطور عدد مشتركى الهاتف الثابت خلال الفترة (2008-2015)	3-3
88	أهم الخدمات المصرفية الالكترونية التي تقدمها البنوك الجزائرية	4-3
94	حجم التحويلات المالية وعدد العمليات في نظام RTGS لفترة (2006-2014)	5-3
97	العمليات التي تمت في نظام ATCI خلال الفترة (2007-2014)	6-3
100	تطور عدد بطاقات البنكية للسحب وعدد عملياتها خلال سنة (1997-2003)	7-3
100	عدد البطاقات البنكية CIB المتداولة في الجزائر وحجم الصفقات لفترة (2007-2013)	8-3
102	تطور عدد بطاقات CPA-VISA خلال الفترة (2000-2007)	9-3
103	عدد أجهزة الصراف الآلي DAB في الجزائر لسنوات (2008-2013)	10-3
104	عدد أجهزة نهائيات الدفع الالكترونية TPE في الجزائر خلال الفترة (2005-2013)	11-3
105	الكثافة المصرفية في الجزائر خلال الفترة (2005-2014)	12-3
106	تطور عدد حسابات الإيداع المفتوحة في البنوك الجزائرية خلال فترة (2009-2014)	13-3
106	مردودية رأس المال، مردودية الأصول وهامش ربح البنوك الجزائرية لفترة (2007-2014)	14-3
111	أثر إصدار بطاقات CIB وحجم التعامل بها في زيادة نسبة مردودية أصول البنوك الجزائرية خلال الفترة 2007-2013	15-3
113	تقدير المعالم – اختبار فيشر وديربن واتسون-	16-3

113	معادلة الانحدار المتعدد	17-3
114	ارتباط المتغيرات	18-3
114	استقلالية الأخطاء	19-3

تعد التطورات التكنولوجية السريعة من التغيرات الرئيسية والحاسمة في التأثير على النشاط الاقتصادي، حيث عرفت السنوات الأخيرة نموا كبيرا في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وبتزايد أهميتها أصبح استخدامها منتشرا في كافة المؤسسات الاقتصادية والمؤسسات البنكية بصفة خاصة، حيث تلعب هذه الأخيرة دورا هاما في زيادة إنتاجية وتنافسية البنوك وأن اعتمادها لم يعد أمرا اختياريا بل أصبح ضرورة تملئها الظروف والمستجدات من أجل مواجهة التطور السريع الذي تشهده كل المجالات وكذا المحافظة على مكانتها في بيئة تعرف منافسة شديدة.

يعتبر التطور الذي شهدته شبكات الاتصال الحديثة خاصة شبكة الانترنت وكذا النمو المتسارع الذي عرفته التجارة الالكترونية من أهم العوامل التي دفعت البنوك الجزائرية لتغيير هيكلها التنظيمي واتجاهها نحو النشاط المصرفي عن بعد من خلال اعتمادها لقنوات الكترونية مختلفة في عرض الخدمة معتمدا في ذلك على أدوات وأجهزة ونظم جد حديثة تتماشى ومتطلبات العصر الرقمي الذي يتسم بالسرعة.

وعليه فإن استعانة المصارف الجزائرية بالتطورات الحاصلة في ميدان تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتوظيف إمكاناتها المادية في جذبها والاستثمار فيها وتدريب العاملين على استخدامها، يمكن أن يكون الطريق الأفضل والأسرع من أجل الارتقاء بالعمل المصرفي إلى ما حققته البنوك العالمية، وبذلك تحقيق هدفين أساسيين، الأول هو التأقلم مع بيئة جديدة تتسم بالتغير السريع التي نشأت عنها العديد من الظواهر المتمثلة أساسا في التحول من العالم المادي الذي تتم فيه إدارة كيانات مادية ملموسة إلى إدارة معلومات مخزنة ومشغلة بطريقة الكترونية لكسب رهان التنافسية وتعزيز مركزها على المستوى المحلي والدولي، أما الثاني فيتمثل في الرفع من مستوى أدائها وزيادة حجم أعمالها وتحقيق أكبر مردودية ممكنة، وبذلك تحقيق تنافسية كبيرة.

○ مشكلة الدراسة:

أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الأداة الرئيسية المستخدمة لدى البنوك الجزائرية نتيجة للتسهيلات وميزاتها في تقديم خدمات الكترونية متنوعة لكافة العملاء، وأن البنوك الجزائرية تحاول قدر الإمكان الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حتى تتمكن من تحقيق قدرة تنافسية عالية، وتعزيز مركزها والارتقاء إلى مستوى البنوك العالمية من جهة أخرى.

من خلال ما سبق تبرز ملامح إشكالية الدراسة المتمثلة في السؤال الرئيسي التالي:
ما هو واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المنظومة البنكية؟ وما مدى تأثيرها على تنافسية البنوك الجزائرية؟

وانطلاقا من السؤال الرئيسي تنبثق الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو وضع البنوك الجزائرية في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال مقارنة بالبنوك المتقدمة؟
- ما هي مختلف قنوات عرض الخدمة المصرفية في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال؟
- هل يؤثر استخدام المصارف الجزائرية للقنوات المصرفية عن بعد وأدوات الدفع الالكترونية على ربحيتها؟

- هل بإمكان تكنولوجيا المعلومات والاتصال أن تساهم في نجاح أحد استراتيجيات التنافسية البنكية؟
- ما هي العوامل المساعدة على دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك ؟

○ فرضيات البحث:

- قصد الإجابة على السؤال الرئيسي والأسئلة الفرعية المطروحة، حاولنا صياغة عدد من الفرضيات البديلة والتي يمكن توضيحها من خلال ما يلي:
- يعتبر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك الجزائرية ذو مستوى عالي.
- تستطيع تكنولوجيا المعلومات والاتصال أن تؤثر على درجة فعالية استراتيجيات التنافسية البنكية.
- تلعب وسائل الدفع الالكترونية دورا مهما في زيادة مردودية أصول البنوك الجزائرية وبذلك الرفع من تنافسياتها.
- تساهم كل من البنى التحتية، الموارد المالية المتاحة وحجم البنوك، والثقافة البنكية للأفراد في تسهيل عملية دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك الجزائرية.

○ أهمية البحث:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من الدور الكبير الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الارتقاء بالعمل المصرفي لمواكب التطورات الحاصلة في كل المجالات، فقد أصبح من المهم جدا للمصارف الجزائرية اعتماد القنوات المصرفية عن بعد وخاصة الالكترونية منها، وكذا أدوات الدفع الالكترونية لتحقيق من جهة رغبات وحاجات العملاء ومن جهة ثانية الرفع من أداء وتنافسية البنوك.

كما أن حداثة الموضوع يجعلنا نبحت عن:

- واقع هذه التكنولوجيات في البنوك الجزائرية وأثرها في الرفع من تنافسياتها، خاصة وان بيئة الأعمال الحديثة تتميز بالتغيير المستمر والمنافسة الكبيرة.
 - التحديات الجديدة التي سيواجهها القطاع المصرفي في ظل الانفتاح على الاقتصاد العالمي.
- تغير الطابع التقليدي للبنوك من قبول الودائع ومنح الائتمان إلى تقديم خدمات مصرفية متطورة تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

○ أهداف البحث:

- يوجد جملة من الأهداف نرغب الوصول إليها من خلال هذا البحث نذكر منها:
- إبراز الدور الكبير الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل الوساطة المالية البنكية وزيادة فعالية أنشطة البنوك.
- محاولة إبراز الجوانب المهمة للتنافسية البنكية من خلال عرض مفاهيمها ومصادرها ومختلف مؤشرات قياسها.
- التعرف على واقع المنظومة البنكية الجزائرية في مجال النشاط المصرفي عن بعد وأثر استخدامها على مردودية أصولها.

- إبراز أسباب ودوافع اعتماد التطورات التكنولوجية الحديثة في مجال الاتصال والمعلومات بشكل مكثف وبصورة مستمرة من طرف المصارف.

○ أسباب اختيار الموضوع:

- إن أهم الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار ودراسة هذا الموضوع تمثلت فيما يلي:
- الأسباب الشخصية:

- معرفة أين هي بنوكنا الجزائرية من التكنولوجية الحديثة وأدوات الدفع الحديثة التي صارت بمثابة حلم.
- ارتباط موضوع البحث بالتخصص.

➤ الأسباب الموضوعية:

- الدور الفعال الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومعرفة ماذا يمكن لهذه الأخيرة أن تلعبه فيما يخص تنافسية البنوك.
- كشف النقائص التي تعاني منها البنوك.

○ حدود الدراسة:

إن دراستنا محددة بحددين أولهما مكاني ينقسم إلى جزئيين، يتعلق الأول بكل ما يخص تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثرها على تنافسية البنوك التجارية والجزء الثاني يرتبط بدراسة أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية انطلاقاً من القطاع المصرفي الجزائري الذي يمثل العديد من وكالات بنكية جزائرية.

أما الحد الثاني فهو زمني بحيث اقتصرت الدراسة على سلسلة زمنية لسنوات (2007-2013) أما في سبيل إسقاط الجانب النظري على الدراسة القياسية فقد استخدمنا السلسلة الزمنية للسنوات السالفة الذكر المتمثلة في (2007-2013)، وذلك لتوفر الإحصائيات الخاصة بتلك الفترة فقط.

○ منهج البحث:

قصد الإحاطة بمختلف جوانب البحث والإجابة على إشكالية البحث واختبار صحة الفرضيات اعتمدنا في دراستنا على المناهج التالية:

- **المنهج الوصفي التحليلي:** باعتبار المنهج الأنسب لهذه الدراسة كونه يهتم بوصف الظاهرة المدروسة وصفاً دقيقاً والتعبير عنها تعبيراً كيفياً ورقمياً، فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطيها وصفاً رقمياً يبين مقدار هذه الظاهرة وحجمها.

- **منهج الدراسة القياسية:** من أجل معالجة هذا البحث والإمام بجوانبه والإجابة عن الإشكالية المطروحة ومحاولة إثبات الفرضيات المذكورة سابقاً من عدمها، سنستخدم المنهج الوصفي لسرد بصفة مختصرة الأدبيات النظرية المرتبطة بموضوع الدراسة وتحليل مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية، كما تم جمع وتصنيف البيانات والإحصائيات الضرورية لهذه الدراسة، وقد تم تحليل هذه البيانات

رياضياً وقياسياً مستخدمين في ذلك برنامج Evieus 0.9

أما بالنسبة للأدوات المستعملة في البحث فتتمثل في:

- بالنسبة للجانب النظري: تم الاعتماد على أكبر عدد ممكن من الكتب التي تتعرض للموضوع بصورة شاملة أو جزئية، وبصفة مباشرة أو غير مباشرة باللغة العربية

والأجنبية، كما تم الاعتماد أيضا على المذكرات والمجلات العلمية، والملتقيات، والتقارير، ومواقع الانترنت.

➤ أما الجانب التطبيقي: تم اللجوء إلى مواقع الانترنت لجمع البيانات الضرورية لهذه الدراسة، وقد تم تحليل هذه البيانات إحصائيا مستخدمين في ذلك برنامج (MICROSOFT EXCELE 2010)، بالإضافة إلى استعمال برنامج Evieus 0.9 في الدراسة القياسية.

○ الدراسات السابقة:

في إطار إعدادنا لهذه الدراسة صادفتنا مجموعة من الدراسات السابقة التي تطرقت أو تناولت هذا الموضوع بصورة شاملة أو جزئية، ونذكر من بينها:

الدراسة الأولى: مريم زلماط: "دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إدارة المعرفة داخل المؤسسة الجزائرية - دراسة حالة سوناطراك فرع STH-"، رسالة الماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص تسيير الموارد البشرية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2010.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إدارة المعرفة داخل المؤسسة الجزائرية، وما هي التحديات التي تواجهها وما تحتاجه من متطلبات مهمة سواء على مستوى التكنولوجيا أو التنظيم.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن دور إدارة المعرفة يجب أن يرتبط وبشكل وثيق مع برنامج تطبيق التكنولوجيا ونظم المعلومات الحديثة من خلال تدريب الأفراد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال نماذج تطبيقية ونظرية موضوعية بشكل جيد.

الدراسة الثانية: أسيا محجوب: "البنوك التجارية والمنافسة في ظل بيئة مالية معاصرة - حالة البنوك الجزائرية-" مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص إستراتيجية مالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8ماي 1945، قالمة، 2011.

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد الآليات والميكانيزمات التي تجعل البنوك قادرة على مواجهة المنافسة في ظل التغيرات والتحويلات التي تعرفها البيئة المالية المعاصرة، وكذلك محاولة التعرف على الوضعية التنافسية في البنوك الجزائرية، وعن اثر الإصلاحات البنكية في ذلك. وقد توصلت الدراسة إلى أن المنافسة في البنوك الجزائرية محدودة طالما لا توجد بنوك خاصة قوية من شأنها الزيادة في حدة المنافسة، أما البنوك العمومية فتبقى المنافسة محصورة في شكل صورة البنك الخارجية، طريقة استقبال العملاء وكذا في بعض المنتجات، وهذا يعود إلى أن هذه البنوك ذات رأس المال العمومي، تعمل وفق توجيهات بنك الجزائر، خاصة فيما يخص أسعار الفائدة، وهو ما يحد من المنافسة السعرية التي تعتبر من السياسات الفعالة لمواجهة المنافسة أكثر من المنافسة غير السعرية.

الدراسة الثالثة: عبد القادر بريش: "التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية"، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 2006.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على خصائص وأبعاد الخدمات المصرفية، وإبراز أهمية ودور جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى نتيجة مفادها محدودية الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك الجزائرية، حيث تتصف بالتقليدية، فنتمحور أساسا حول الوظيفة التقليدية وهي وظيفة الوساطة المالية (جمع الادخار ومنح القروض).

هذا كله بالإضافة إلى عدد من الدراسات تناولت نظم المعلومات والتجارة الإلكترونية والبنوك الإلكترونية، كلها وضحت الأهمية الكبيرة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات والإدارة.

الدراسة الرابعة: بوعافية رشيد: "الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري"، رسالة ماجستير كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب، البليدة 2005. هدفت هذه الدراسة إلى أن التوجه إلى أدوات الدفع الإلكترونية ضرورة وحتمية فرضتها الأوضاع الراهنة، وتوصلت إلى أن الدول العربية والجزائر خاصة تعاني من ضعف كبير في تبني هذه التقنيات الضرورية لقيام التجارة الإلكترونية وخاصة أدوات الدفع الإلكترونية، وأرجعت السبب في هذا التأخر إلى عدم كفاية الجهود المبذولة من طرف هذه الدولة في هذا المجال.

○ هيكل البحث:

بهدف الإجابة على التساؤل الرئيسي والوصول إلى الأهداف المرجوة من البحث وفق منهجية تتلاءم مع طبيعة الموضوع، قمنا بوضع مقدمة عامة تعتبر كمدخل للموضوع وخاتمة تتضمن أهم النتائج والتوصيات المتعلقة به يتوسطها ثلاث فصول مترابطة ومتكاملة تعالج جوهر الدراسة، وكانت على النحو التالي:

تناولنا في الفصل الأول: "الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال"، جاءت ضمنه ثلاث مباحث حيث تم التعرض من خلالها إلى مختلف المفاهيم والتعاريف التي لها علاقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، والتي تسمح بتشكيل الخطوط العريضة للخلفية النظرية التي ينطلق منها موضوع الدراسة.

أما الفصل الثاني: "تنافسية البنوك في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال"، يتضمن ثلاث مباحث استعرضنا في المبحث الأول الإطار النظري والمفاهيمي للتنافسية البنكية، أما المبحث الثاني فقد درسنا فيه الخدمة المصرفية في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال، في حين أن المبحث الثالث فتطرقنا من خلاله دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تدعيم استراتيجيات التنافسية البنكية.

أما فيما يخص الفصل الثالث والأخير فهو بعنوان: "فعالية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تعزيز تنافسية البنوك الجزائرية - دراسة قياسية" - حيث درسنا في المبحث الأول واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المنظومة البنكية الجزائرية، ثم تطرقنا في المبحث الثاني إلى نظم الدفع الإلكترونية في المنظومة البنكية الجزائرية، وأخيرا تعرضنا إلى : تكنولوجيا المعلومات والاتصال كإستراتيجية رائدة لتفعيل تنافسية البنوك الجزائرية تناولنا من خلاله- دراسة قياسية- مكملة لموضوع بحثنا تعتمد على الإحصائيات السنوية لمتغيرات الدراسة.

○ صعوبات الدراسة:

لقد واجهتنا في بحثنا هذا مشاكل عديدة ناهيك عن قلة المراجع والمشاكل التي تعترض مسار الباحث نذكر منها:

- قلة المراجع في هذا العنوان خاصة تلك التي تخص الجزائر واعتمادنا الكبير على الملتقيات والرسائل الوطنية وهذا يمكن أن يكون راجع لقلة تداول هذا الموضوع نتيجة لحدائته.

- قلة المعلومات المتعلقة بالموضوع حتى إن وجدت بعضها فسيتم بالطابع العام.
- صعوبة الحصول على الإحصائيات والتقارير الخاصة بالدراسة من طرف البنوك.

- عدم التمكن والتأقلم مع المنهجية الجديدة خاصة في الجانب التطبيقي. ورغم الصعوبات التي واجهناها إلا أن الأمر الذي جعلنا نرفع التحدي بالتصميم المتزايد والإصرار على إتمام هذا البحث ولو على حساب الوقت اللازم لانجازه.

تمهيد:

لقد شهدت الآونة الأخيرة تطورات سريعة وغير مسبوقه في كافة مجالات الحياة، أبرز هذه التطورات والتي ميزت وقتنا الحالي هي الديناميكية التي عرفها المجال التكنولوجي خاصة تلك المتعلقة بمعالجة المعلومات أو بما أصبح يعرف بتكنولوجيا المعلومات، والاعتماد المتزايد والمكثف نحو استعمالها وتوظيفها بقوة في معظم الأنشطة البشرية والتي من المتوقع أن تفرض سيطرتها لعقود لاحقة.

ومع ظهور الانترنت وتطور التكنولوجيا المعلومات وأساليب الاتصال، وتحويل وظائف التسويق والمحاسبة والعمليات المختلفة إلى عمليات إلكترونية، ومع زيادة التحول التكنولوجي الرقمي للمنظمات أصبح من الضروري تحويل الوظائف والملفات الورقية إلى ملفات إلكترونية وأصبحت العلاقات بين الحكومة ومنظمات الاعمال والنقابات والعاملين والزبائن تتم عن طريق الشبكات الداخلية والخارجية والانترنت.

وقد أدى التطور المعرفي والتقدم التقني في النصف الثاني من هذا القرن إلى التزايد المستمر في كمية البيانات والمعلومات التي تعامل معها الانسان في شتى مجالات الحياة، الامر الذي دفعه إلى البحث عن وسيلة لتخزين هذه المعلومات والبيانات واسترجاعها واستثمارها بالشكل الامثل وهكذا بدأت بعض المجتمعات المتقدمة تتحول إلى ما يمكن ان نطلق عليه (المجتمعات المعلوماتية)، وهي مرحلة تعتبر امتدادا للمرحلة الصناعية يعتمد فيها اقتصاد المجتمعات بصورة أساسية على (الصناعات المعلوماتية) وليس على الصناعات التقليدية.

مما سبق سنحاول من خلال فصلنا هذا دراسة تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتطرق لكل ما يتعلق بها من خلال ثلاثة مباحث رئيسية وهي كالآتي:

- ✓ المبحث الاول: مفاهيم عامة حول التكنولوجيا، المعلومات، والاتصال.
- ✓ المبحث الثاني: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- ✓ المبحث الثالث: متطلبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثارها.

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول التكنولوجيا، المعلومات، والاتصال

قبل التطرق إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصال سنحاول وبإيجاز التعرف على هذه المصطلحات كل على حدى رغم ارتباطها ببعضها، أي محاولة معرفة ماهية: التكنولوجيا، المعلومات والاتصال وذلك من خلال ثلاث مطالب.

المطلب الاول: نظرة عامة حول التكنولوجيا

تعتبر التكنولوجيا من أحدث الادوات للمؤسسة والادارات، بل حتى الحكومات وأصبح مفهومها مرتبط بتطور وتقدم المجتمعات، فهي تعتبر من الادوات الاكثر مساهمة وبطريقة مباشرة في بناء مجتمع جديد ينطوي على أساليب وتقنيات جديدة، وفي هذا الجزء سنتناول مختلف المفاهيم المتعلقة بالتكنولوجيا وكذلك الخصائص التي تتميز بها.

أولاً: مفهوم التكنولوجيا:

يعتبر لفظ التكنولوجيا من أكثر الالفاظ تداولاً في عصرنا الحالي، غير انه بقدر ما يزداد شيوع استخدامه يزداد الغموض واللبس فيه، فموضوع التكنولوجيا لا يزال يطرح تساؤلات عديدة بشأن تحديد مفهوم دقيق لها من طرف علماء الاقتصاد، وعليه تعددت الرؤى واختلفت المفاهيم حولها التي نذكر منها:

من ناحية المدلول اللغوي: يرجع أصل كلمة تكنولوجيا (Technology) إلى كلمة يونانية، وهي تتكون من مقطعين، المقطع الأول (Techno) ويعني حرفاً أو مهارة أو فن أما الثاني (Logy) ويعني علم أو دراسة ومن هنا فإن كلمة تكنولوجيا تعني علم التطبيق، أو الطريقة الفنية لتحقيق غرض علمي، وهي علم التشغيل الصناعي¹ كما هي علم الفنون والمهن². وتعرف التكنولوجيا على أنها: "الادوات أو الوسائل التي تستخدم لأغراض علمية وتطبيقية، والتي يستعين بها الإنسان في عمله لإكمال قواه وقدراته، وتلبية الحاجات التي تظهر في إطار ظروفه الاجتماعية، وكذلك التاريخية"³. كما أن التكنولوجيا هي: "حصيلة التفاعل المستمر بين الإنسان والطبيعة، تلك الحصيلة التي تزيد من كفاءة هذا التفاعل بهدف زيادة الإنتاج أو تحسين نوعه تقليل الجهد المبذول".

ومن ملاحظة هاذين التعريفين نجد أنهما قد ركزا على التكنولوجيا المادية، التي تتمثل في المعدات والتجهيزات وهي الجزء الملموس من التكنولوجيا في حين اهتمت الجزء غير المادي والمتمثل في الطرق العلمية للتشغيل والاستخدام.

كذلك هناك من يعرف التكنولوجيا على أنها: "الجهد المنظم الرامي إلى استخدام نتائج البحث العلمي في تطويره أساليب أداء العمليات الإنتاجية بالمعنى الواسع الذي يشمل الخدمات الإدارية أساليب جديدة يفترض أنها أجدر للمجتمع".

كما تعرف التكنولوجيا على أنها: "مجموعة من المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية التنظيمية والإدارية التي يستخدمها الإنسان في أداء عمله أو

1 - محمد الصيرفي، "إدارة تكنولوجيا المعلومات"، دار الفكر الجامعي، الطبعة الاولى، الاسكندرية، مصر، 2009، ص14.

2 - محمد علم الدين، "تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري"، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990، ص16.

3 - ليلى حسام الدين، "العلم والتكنولوجيا والتنمية"، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، عمان، الاردن، 2008، ص137.

وظيفة في مجال حياته اليومية لإشباع الحاجات المادية والمعنوية سواء كانت على مستوى الفرد أو الجماعة¹.

وما تجدر الإشارة إليه، هناك فرق بين التكنولوجيا والتقنية من حيث مدلولهما، فالتقنية هي: "فن استعمال الموارد الطبيعية من أجل تلبية الحاجات المادية للإنسان"، وهي تعني: "الصنع أو التطبيق الذي يقوم أساساً على قواعد منظمة أو علمية، أو هي المكائن والمعدات اللازمة لإنتاج سلعة معينة، بمعنى تدل على الإنتاج وكيفيته والوسائل التي يتم بها"². ومن هذا التعريف يمكن تحديد المكونات الثلاثة التالية للتكنولوجيا:

1- المدخلات (Impôts): وتشمل جميع العناصر والمكونات اللازمة لتطوير المنتج من أفراد، نظريات وبحوث أهداف، آلات، مواد وخدمات، أموال، تنظيمات إدارية، أساليب عمل و تسهيلات.

2- العمليات (Processes): وهي الطريقة المنهجية المنظمة التي تعالج بها المدخلات لتشكيل المنتج.

3- المخرجات (Outputs): وهي المنتج النهائي في شكل نظام كامل وجاهز للاستخدام كحلول للمشكلات.

ثانياً - خصائص التكنولوجيا:

تتمثل مختلف خصائص التكنولوجيا فيما يلي:³

- 1- التكنولوجيا علم مستقل له أصوله و أهدافه و نظرياته.
- 2- التكنولوجيا علم تطبيقي يسعى لتطبيق المعرفة.
- 3- التكنولوجيا عملية تمس حياة الإنسان.
- 4- التكنولوجيا عملية تشمل مدخلات و عمليات و مخرجات.
- 5- التكنولوجيا عملية شاملة لجميع العمليات الخاصة بالتصميم والتطوير والإدارة.
- 6- التكنولوجيا عملية ديناميكية أي أنها حالة من التفاعل النشط المستمر بين المكونات.
- 7- التكنولوجيا هادفة تهدف للوصول إلى حل المشكلات.
- 8- التكنولوجيا متطورة ذاتياً تستمر دائماً في عمليات المراجعة و التعديل و التحسين.

ثالثاً - أنواع التكنولوجيا:

يتم تصنيف التكنولوجيا على أساس عدة أوجه منها ما يلي:⁴

1- على أساس درجة التحكم: و نجد فيها:

1- عبد الله إسماعيل الصوتي، "التكنولوجيا الحديثة ومراكز المعلومات"، المكتبة المدرسية، دار السيرة، عمان، 2005، ص 84

2- نعمون وهاب، "النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية وإستراتيجية البنوك"، ورقة بحث مقدمة ضمن الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية- واقع وتحديات- جامعة الشلف، يومي 14 و 15 ديسمبر 2004، ص 747.

3- نورة سعايدية، سميحة مناعي، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية- دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR-" بقالة، أطروحة ماستر (غير منشورة)، الميدان: علوم اقتصادية وعلوم التسيير وعلوم تجارية، تخصص نقود ومؤسسات مالية كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2014، ص 12.

4- حمزة بعلي، "تكنولوجيا المعلومات كمدخل إستراتيجي لإدارة المعرفة-دراسة حالة مؤسسة ميناء عنابة-"، رسالة الماجستير (غير منشورة) تخصص اقتصاد تطبيقي وتسيير المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2010، ص ص 4-5.

- **التكنولوجيا الأساسية:** وهي التكنولوجيا المشاعة تقريبا، وتمتلكها المؤسسات الصناعية وتتميز بأن درجة التحكم فيها كبيرة جدا.
- **تكنولوجيا التمايز:** وهي عكس النوع السابق، حيث تمتلكها مؤسسة واحدة أو عدد محدد من المؤسسات الصناعية وهي تكنولوجيا تتميز بها عن بقية منافسيها المباشرين.
- 2- **على أساس موضوعها:** و نجد فيها:
 - **تكنولوجيا المنتج:** وهي التكنولوجيا المحتوات والمتضمنة في المنتج النهائي والمكونة له.
 - **تكنولوجيا أسلوب الإنتاج:** وهي تلك المستخدمة في عمليات الصنع، وعمليات التركيب والمراقبة.
 - **تكنولوجيا التسيير:** وهي تلك المستخدمة في معالجة مشاكل التصميم والتنظيم، وتسيير تدفقات الموارد ومن أمثلتها التطبيقات التسييرية (نظم دعم القرارات، نظم دعم المديرين..... إلخ).
 - **تكنولوجيا التصميم:** وهي التي تستخدم في نشاطات التصميم في المؤسسة، كالتصميم بمساعدة الإعلام الآلي (الحاسوب).
 - **تكنولوجيا المعلومات والاتصال:** وهي التي تستخدم في معالجة المعلومات والمعطيات والاتصال، وتزايد أهميتها باستمرار نظرا للدور الذي تلعبه في جزء من عمليات التسيير، الذي يعتمد على جمع ومعالجة وبت المعلومات وهي أحد المتغيرات المهمة في دراستنا هذه.
- 3- **على أساس أطوار حياتها:**

حيث أن التكنولوجيا تمر بعدة مراحل (الانطلاق، النمو، النضج، الزوال)، وفقا لذلك تنقسم إلى:

 - **تكنولوجيا وليدة.**
 - **تكنولوجيا في مرحلة النمو.**
 - **تكنولوجيا في مرحلة النضج.**
- 4- **على أساس محل استخدامها:** و نجد فيها:
 - **تكنولوجيا مستخدمة داخل المؤسسة:** وتكون درجة التحكم فيها ذات مستوى عال من الكفاءة والخبرة وبفضلها تكون المؤسسة مستقلة عن المحيط الخارجي فيما يخصها.
 - **تكنولوجيا مستخدمة خارج المؤسسة:** وعدم توفر هذه التكنولوجيا داخل المؤسسة لأسباب أو أخرى يجعلها ترتبط بالتبعية للمحيط الخارجي، من موردي أو مقدمي تراخيص استغلالها.
- 5- **على أساس كثافة رأس المال:** وتضم
 - **التكنولوجيا المكثفة للعمل:** وهي تلك التي تؤدي إلى تخفيض نسبة رأس المال اللازم للوحدة من الإنتاج مما يتطلب زيادة في عدد وحدات العمل اللازمة لإنتاج تلك الوحدة، ويفضل تطبيقها في الدول ذات الكثافة السكانية والفقيرة في الموارد ورؤوس الأموال.
 - **التكنولوجيا المكثفة لرأس المال:** وهي التي تزيد من رأس المال اللازم لإنتاج وحدة من الإنتاج مقابل تخفيض وحدة عمل، وهي تتناسب في الغالب مع الدول التي تتوفر على رؤوس أموال كبيرة.
 - **التكنولوجيا المحايدة:** وهي تكنولوجيا يتغير فيها معامل رأس المال والعمل بنسبة واحدة، لذلك فإنها تبقى على المعامل في أغلب الأحيان بنسبة واحدة.

6- على أساس درجة التعقيد: وتضم

- **التكنولوجيا ذات الدرجة العالية:** وهي تكنولوجيا شديدة التعقيد، والتي من الصعب على المؤسسات الوطنية في الدول النامية تحقيق استغلالها إلا بطلب المعاونة من صاحب البراءة.
- **التكنولوجيا العادية:** وهي أقل تعقيدا من سابقتها، ويمكن للفنيين والمتخصصين المحليين في الدول النامية استيعابها، إلا أنها تتميز أيضا ب ضخامة تكاليف الاستثمار، والصعوبات التي تصادف الدول النامية في الحصول على استغلال براءتها مع المعرفة الفنية.

رابعا- الدور الاستراتيجي للتكنولوجيا في المؤسسة:

تحتل التكنولوجيا دورا حيويا في مختلف المؤسسات لمساهمتها في تحقيق الأداء المتميز، ولدورها الفعال في تحسين وتعزيز ديمومة مراكزها التنافسية، مما يؤكد مواكبة المؤسسات للتغيرات التكنولوجية السريعة في ميدان العمليات، وقد حققت التكنولوجيا عدة مزايا، نذكر منها على سبيل المثال لا للحصر ما يلي¹:

- 1- تقليل تكاليف العمل.
- 2- المساهمة في تحسين الجودة وتسريع أوقات تسليم المنتجات من خلال تقليل أوقات العمل والتأخيرات في العمل.
- 3- تحسين الظروف البيئية، إذ تساهم على القضاء على الضوضاء، فضلا على تقليل نسب التلوث البيئي بشكل كبير.
- 4- تساعد على الاختراعات والتجديدات والابداعات في السلع والخدمات والوسائل والعمليات لإشباع الحاجات والرغبات التي هي في تطور دائم.
- 5- تساعد على تحقيق الميزة التنافسية وكذا المحافظة على البقاء والاستمرارية.

وبتحقيق التكنولوجيا لمجموعة المزايا المذكورة وغيرها، فهي تعمل بشكل مباشر وغير مباشر في الرفع من الأداء الداخلي للمؤسسات كما هو مبين في الجدول (1-1)

الجدول رقم (1-1): نسبة التحسين في الأداء عند استخدام التكنولوجيا

مؤشر الأداء	نسبة التحسين
الكفاءة	زادت بنسبة 75%
المساحة و الفضاءات	أقل من 50%
مستويات التخزين	انخفضت إلى 60%
كميات الإنتاج	زادت بنسبة 50%
نسبة الانتفاع من الآلات	ارتفعت إلى 150%
التكاليف	انخفضت إلى 40%
نسبة التالف و المعاب	انخفضت إلى 90%
الوقت الزمني	انخفض إلى 80%
التنوع	عالي جدا
الإبداع	عالي
الجودة	متميز
المرونة	عالية

¹ - غسان قاسم داود اللامي، "إدارة التكنولوجيا (مفاهيم ومداخل تقنيات تطبيقات عملية)"، دار المنهج لنشرة التوزيع، الطبعة الأولى، عمان 2007، ص ص 41-44.

المصدر: غسان قاسم داود اللامي، "إدارة التكنولوجيا (مفاهيم ومدا خيل تقنيات تطبيقات عملية)"، دار المنهج لنشرة التوزيع، الطبعة الأولى، عمان 2007، ص43.

تعد التكنولوجيا موردا ونشاطا مهما، وجزءا مكملا لاستراتيجيات المؤسسة، إذ يظهر من خلال مفهوم سلسلة القيمة، كما تجدر الإشارة في الأخير إلى أن وضع التكنولوجيا في نطاق التطبيق الواقعي من قبل المؤسسة يتطلب الكثير من الجهد والتدريب، وعليه للوصول إلى أي تكنولوجيا غالبا ما يكون هذا استثمار مكلفا جدا.

المطلب الثاني: ماهية المعلومات.

بعد التطرق لمصطلح التكنولوجيا كونه جزء مهم من تكنولوجيا المعلومات والاتصال، سوف نتطرق إلى مصطلح المعلومات باعتبارها مورد جوهريا ولا بد التعامل معه، بحيث أن المعلومات أحد عناصر العملية الإنتاجية التي لا يمكن الاستغناء عنها في المؤسسات الاقتصادية.

أولا - تعريف المعلومات وخصائصها:

تشكل المعلومات العصب المحرك لأي نشاط يقوم به الإنسان في ممارساته اليومية على خلاف مجالات استخدامها، لهذا سيتم التطرق لتعريف المعلومات ثم خصائصها.

1- تعريفها: نظرا للتداخل بين مفهوم كل من المعلومات والبيانات لا يمكن التحدث عن تعريف المعلومات دون الحديث عن البيانات، فبالرغم من أن البعض يستخدمها على أساس أنها مترادفتين لمعنى واحد إلا أنه توجد العديد من المفاهيم التي بواسطتها يمكن من خلالها التفريق بينهما.

أ- البيانات:

تعرف البيانات بكونها: "المادة الخام لإنتاج المعلومات، وذلك طبقا لمفهوم النظام، بحيث تمثل البيانات المدخلات والمعلومات المخرجات، وهذا بعد المعالجة"¹.

- كما أنها: "هي عبارة عن تغيرات لغوية أو رياضية أو رموز أو مجموعة منها، ويتم التعرف على استخدامها لتمثل الأفراد والأشياء والأحداث والمفاهيم، أي تشير البيانات لأي حقائق خام أو مشاهدات، والتي تصف ظاهرة معينة، ويرى أن المعلومات هي عبارة عن بيانات وضعت في محتوى ذات معنى ودلالة لمتلقيها، بحيث يخصص لها قيمة لأنه يتأثر بها أو لأنها تحقق له منفعة".

من خلال هذين التعريفين، يتضح أن البيانات تشكل المادة الخام الأساسية الذي تنتج منها المعلومة.

ب- المعلومات:

تتضمن المعلومات نظاما للمعلومات، أو ما يعرف بنظم المعلومات، وتعني أحد الأنظمة الفرعية للمؤسسة وتتكون من مجموعة من العناصر البشرية والآلية، تعمل بصورة متكاملة لتحقيق تدفق منظم للمعلومات على المستويات الإدارية المختلفة، من أجل القيام بالوظائف الإدارية من تخطيط، توجيه، تنظيم ورقابة... الخ.

ويمكن القول أن التعريف المفيد والنافع من زاوية نظم المعلومات، هو التعريف التالي: "المعلومات هي البيانات التي تم إعدادها لتصبح في شكل أكثر نفعا للفرد مستقبلها، نحو التي

¹ ثابت عبد الرحمن تدریس، "نظم المعلومات الادارية في المنظمات المعاصرة"، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2005، صص 68-69.

لها قيمة إما قيمة مدركة في الاستخدام الحالي
القرارات التي يتم اتخاذها... إلخ¹.

أو هي: "عبارة عن بيانات منسقة ومنظمة ومرتبطة، والتي تفيد الجهة التي تملكها الإدارة
لاتخاذ قرار معين"².

كما تعرف المعلومات أيضا أنها: "عبارة عن بيانات تم تصنيفها وتنظيمها بشكل يسمح
باستخدامها والاستفادة منها وبالتالي فالمعلومات لها معنى وتأثير في ردود أفعال وسلوكيات
من يستقبلها أو يستخدمه".

2- خصائص المعلومات:

مهما اختلف نوع المعلومات إلا أن هناك مجموعة من السمات والخصائص التي يجب أن
تتميز بها حتى تكون

ذات جودة وقابلة للاستعمال. ومن أهم هذه السمات نذكر³:

أ- **الملائمة:** بمعنى أن تتلاءم المعلومات مع الغرض الذي أعدت من أجله، ويمكن الحكم
على مدى ملائمة أو عدم ملائمة المعلومات بكيفية تأثير هذه المعلومات على سلوك
مستخدميها، فالمعلومات الملائمة هي التي ستؤثر على سلوك متخذ القرار وتجعله يعطي
قرار يختلف عن ذلك القرار الذي كان يمكن اتخاذه في حالة غياب هذه المعلومات.

ب- **الوقتية:** بمعنى تقديم المعلومات في الوقت المناسب، بحيث تكون متوافرة وقت الحاجة
إليها حتى تكون مفيدة ومؤثرة، وبطبيعة الحال لن تكون المعلومات المقدمة لمتخذ القرارات
متأخرة جدا عن مواعده، أي قيمة أو تأثير على سلوكه مهما كانت درجة أهميتها وحيويتها
لهذا القرار.

ج - **السهولة والوضوح:** بمعنى أن تكون المعلومات واضحة ومفهومة لمستخدميها، فلا
يجب أن تتضمن المعلومات أي ألفاظ أو رموز أو مصطلحات أو تغييرات رياضية ومعدلات
غير معروفة، ولا يستطيع مستخدم هذه المعلومات أن يفهمها.
فالمعلومات الغامضة غير مفهومة لن تكون لها أي قيمة حتى ولو كانت ملائمة وتم تقديمها
في الوقت المناسب لمتخذ القرار.

د- **الصحة والدقة:** يقصد بالمعلومات الصحيحة أن تكون معلومات حقيقية عن الشيء الذي
تعبر عنه ودقيقة بمعنى عدم وجود أخطاء أثناء إنتاج وتجميع والتقرير عن هذه المعلومات.

هـ- **الشمولية:** بمعنى أن تكون المعلومات المقدمة معلومات كاملة تغطي كافة جوانب
اهتمامات مستخدميها أو جوانب المشكلة المراد أن يتخذ بشأنها القرار، كما يجب أن تكون
هذه المعلومات في شكلها النهائي، بمعنى أن لا يضطر مستخدمها إلى إجراء بعض عمليات
تشغيل إضافية حتى يحصل على المعلومات المطلوبة.

و- **القبول:** بمعنى أن تقدم المعلومات في الصورة وبالوسائل التي يقبلها مستخدم هذه
المعلومات من حيث الشكل ومن حيث المضمون، فمن حيث الشكل يمكن أن تكون
المعلومات في شكل تقرير مكتوب بلغة سهلة وواضحة ومفهوم أو في شكل جداول أو
إحصائيات أو رسومات بيانية، وما إلى ذلك، أما من حيث المضمون فيتعلق بدرجة التفصيل

1- نعيم إبراهيم الطاهر، "إدارة المعرفة"، عالم الكتاب الحديث، الأردن، 2009، ص160.

2 - محمد اسماعيل بلال، "نظم المعلومات الإدارية"، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2007،
ص 17.

3- ربحي مصطفى العليان، "مجتمع المعلومات والعالم العربي"، دار جرير للنشر، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2006،
صص 77-80.

المطلوبة، فلا تكون منحصرة بأكثر من اللازم مما قد يفقدها معناها، وبالتالي عدم قدرته على التركيز للحصول على المعلومات المطلوبة.

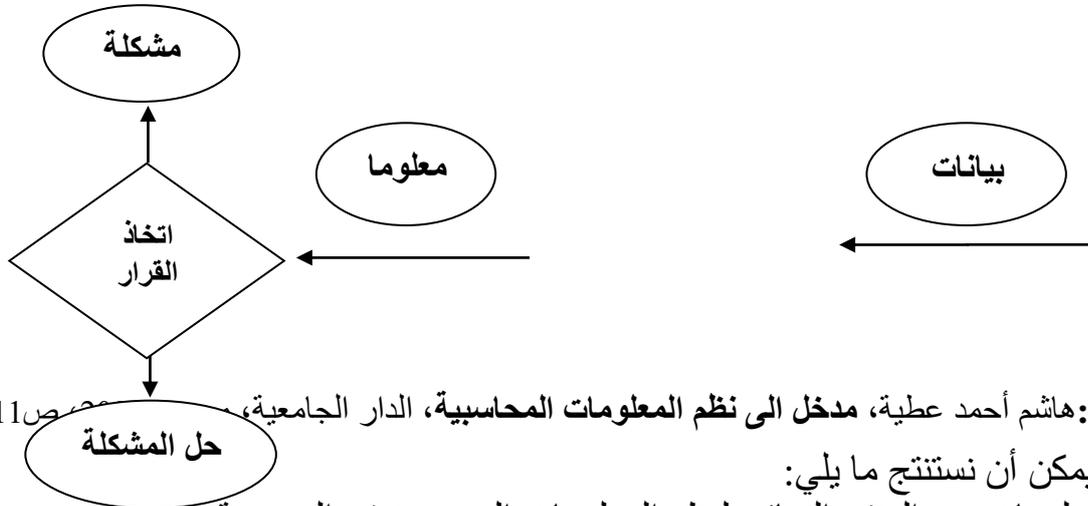
ثانيا- الفرق بين المعلومات والبيانات:

تختلف البيانات عن المعلومات في عدة جوانب، أهمها ما يلي:¹

- 1- يبدأ أي نظام للمعلومات بالبيانات (DATA) وينتهي بالمعلومات (INFRMATION).
 - 2- البيانات هي حقائق تم تسجيلها، أو سيتم تسجيلها مستقبلا بشأن أحداث معينة، وقد تكون هذه الحقائق مستقلة وغير مرتبطة ببعضها وغير محددة العدد، وتعرف أيضا بالمدخلات، وهي تمثل المخرجات في القرارات المختلفة.
 - 3- يقوم المستخدم بإدخال وترتيبها، ثم يجري عليها ذات قيمة وفائدة، وكل وهذه هي وظيفتها النهائية.
 - 4- عادة ما تكون البيانات بينما تكون المعلومات على شكل نصوص وعبارات أو صور توضيحية، ويمكن أن تكون البيانات نصوصا أو أرقاما أو صوراً أو أي شكل آخر.
- ويمكن التعبير عن العلاقة بين البيانات والمعلومات كما في الشكل (1-1).

نظام المعلومات
تجميع
معالجة
تحليل
عرض

الشكل (1-1): يوضح العلاقة بين البيانات والمعلومات



المصدر: هاشم أحمد عطية، مدخل إلى نظم المعلومات المحاسبية، الدار الجامعية، ص 11.

- ويمكن أن نستنتج ما يلي:
- إن المعلومات هي المنتج النهائي لنظم المعلومات الموجودة في المؤسسة.
- إن المعلومات تستخدم في تأكيد أو تصحيح معلومات سابقة، أو في إضافة حقائق أو أفكار جديدة لمستقبل أو مستخدم المعلومات.
- إن المعلومات لها قيمة عند اتخاذ القرارات، حيث أنها تغير من الاحتمالات الخاصة بالنتائج المتوقعة في الموقف الذي يتخذ فيه القرار.
- إن للمعلومة تكلفة عند إنتاجها، كما أن لها عائد عند استخدامها.

¹ - مفتاح محمد ديان، "معجم المصطلحات وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات"، الدار الدولية للنشر، القاهرة، مصر، 1995، ص 35.

- إن الوظيفة أو الهدف النهائي للمعلومات هو زيادة المعرفة، أو تخفيض حالة عدم التأكد لدى مستخدم هذه المعلومات، مما يساعد في اتخاذ القرارات. إذا فالمعلومة هي: "بيانات تم تشغيلها بطريقة معينة أدت إلى الحصول على نتائج ذات معنى مفيد لمستخدمها".

ثالثا- مصادر المعلومات:

يمكن تصنيف مصادر المعلومات إلى:¹

- **مصادر داخلية:** هي تتكون من أشخاص مثل المشرفين ورؤساء الأقسام والمديرين بمختلف مستوياتهم داخل المنظمة، ويتم تجميع المعلومات هنا إما على أساس رسمي طبقا للأحداث التي وقعت بالفعل وأيضا قد يتم التجميع على أساس غير رسمي من خلال الاتصالات والمناقشات غير رسمية.

- **مصادر خارجية:** تتضمن هذه المصادر بعض التقسيمات مثل العملاء والموردين والمنافسين والنشرات المهنية والهيئات الحكومية، وهذه المصادر تمد المنظمة بالمعلومات البيئية والتنافسية التي تعطي المديرين قاعدة هامة من المعلومات تساعد على اتخاذ ما يرونه من قرارات.

كذلك توجد مصادر أخرى للمعلومات وهي:

- **الملاحظة:** يمكن الحصول على أجوبة جزئية لمشكل معين لمشكل معين عن طريق ملاحظة الأحداث المرتبطة به.

- **التجربة:** ذلك عن طريق إخضاع مصادر المعلومات الأفراد، الآلات، الأنشطة.....الخ، التجارب تخضع للحكم وكلما كان تصميم التجربة جيدا كلما كانت النتائج موثوق فيها أكثر.

- **المسح:** هو مصدر معلومات غني تحتاج إلى التخطيط الجيد وخاصة فيما يخص إعداد قوائم الاستبيان واختيار العينة، ويكتسي هذا المصدر أهمية بالغة في الدراسات التسويقية.

- **البيئة الخارجية للمؤسسة:** يتمثل في المعلومات التي يمكن الحصول عليها من مكاتب البحوث، الإحصاء الاستشارات والنشرات المختلفة لهيئات خاصة أو حكومية، لكن يجب توخي الحذر في استعمال مثل هذه المعلومات ولا يجب اعتبارها في جميع الأحوال صحيحة بصفة مطلقة.

رابعا - أنواع المعلومات:

لقد صنف بعض علماء الإدارة أنواع المعلومات إلى عدة تصنيفات أهمها:²

أ- **المعلومات الأولية والثانوية:** غالبا ما تجمع المعلومات الخاصة بالمشكلة محل القرار من مصادرها الأولية والتي لها أهمية أكثر من المصادر الثانوية، نتيجة لاختلاف التنظيم وخصائص الصناعة وطبيعتها، بالإضافة إلى المجالات الوظيفية المختلفة، وذلك عن طريق الاتصال المباشر بالجهة ذات العلاقة، وأهم هذه المصادر الأولية: الملاحظة التجار والبحث الميداني، وتتميز المعلومات الأولية عن غيرها من الأنواع الأخرى في أنها تتصل بالمشكلة مباشرة مما يوفر على المدير أو متخذ القرار الوقت والجهد، ويطمئنه إلى مصادرها والثقة فيها نتيجة ثقته فيهم يكلفهم بجمعها وإيصالها إليه.

1- محمد الصيرفي، ادارة تكنولوجيا المعلومات، مرجع سبق ذكره، ص 297.

2- قروش عيسى، " تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، رسالة ماجستير في علوم التسير، تخصص تسير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فرع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2008، ص ص60-61.

أما المعلومات الثانوية فهي التي يتم اشتقاقها من المصادر التالية: معلومات الشركة، المطبوعات، المنشورات والأجهزة الحكومية.

ب- المعلومات الكمية والنوعية: المعلومات الكمية عبارة عن بيانات رياضية إحصائية تبرز علاقات محددة بين عدد من العوامل أو المتغيرات وهي تتميز بدقتها لأنها تقوم على الأرقام، الإحصائيات والنسب المحددة، أما المعلومات النوعية فهي عبارة عن أحكام أو تقييمات أو تقديرات غير محددة بأرقام ولذلك فإنها تتميز عن المعلومات الكمية بأنها تكون معرضة للأخطاء التي تكون في الغالب نابعة من التقديرات الشخصية للأفراد، والتي قد يشوبها النسيان أو التحيز أو عدم الموضوعية أو عدم التوافق لاحتياجات متخذ القرار.

ج - الآراء و الحقائق: تتمثل في الآراء التي يقدمها خبراء ومستشارو الوحدات الاستثمارية والتي تتضمن الاقتراحات والتوصيات التي تقدم للمدير، والتي تساهم إلى حد كبير في حل المشكلة محل القرار من خلال تحديد الحقائق المتعلقة بها وربطها ببعضها وبيان مدى ضرورتها تمهيدا للوصول إلى البديل الذي يحقق الهدف.

و- معلومات منظمة: هي معلومات مركبة بطريقة تجعل وسيلة الاتصال تامة دون غموض، سهلة الإرسال بدون أخطاء وتكلفة أقل، وهذا هو الاتصال الآلي الذي لا يعطي فيه الإنسان قيمة إضافية.

المطلب الثالث: ماهية الاتصال

تزداد يوم بعد يوم أهمية الاتصال في المؤسسة، وذلك للدور الهام الذي تلعبه الوظيفة على كافة المستويات ونتيجة للتطور المذهل لوسائلها التي أصبحت تؤثر مباشرة على كفاءة ومردودية المؤسسة.

أولا- تعريف الاتصال:

لا شك بأن هناك اتفاقا تاما على ضرورة وجود نظام اتصال فعال في المؤسسة، لكن هناك اختلافا في تحديد تعريف دقيق للاتصال.

- الاتصال لغويا في القواميس العربية كلمة مشتقة من مصدر "وصل" الذي يعني أساس الصلة وبلوغ الغاية¹ أما كلمة الاتصال (Communication) في الأصل اللاتيني مشتقة من كلمة (Communes)، والذي تعني عام أو مشتركو لهذا فهي تكون قاعدة مشتركة عامة.²

- تعني عملية الاتصال: "إيصال المعلومات والفهم، وذلك بغرض إيجاد التغيير المطلوب في سلوك الآخرين، ولذلك فهي عملية تتكون على الأقل من مرسل واحد ومستقبل واحد، فترسل المعلومات والفهم من المرسل إلى المستقبل ثم رد إلى المرسل المعرفة بما أحدثته من أثر في المستقبل".

كما أنه توجد تعاريف أخرى منه ما يلي:

- الاتصالات هي الوسائل الالكترونية التي تعمل على إيصال المعلومات على مسافات بين أجهزة في مواقع مختلفة.³

- الاتصال هو عملية مخطط لها تستهدف تحفيز الآخرين وخلق دوافع عندهم من أجل تبني مواقف والقيام بممارسات جديدة، كما ينظر إليه بأنه عملية منهجية، أي أنه يحدث عبر فترة

1- فضيل دليو، "الاتصال (مفاهيم، نظريات، وسائل)"، دار الفجر، الطبعة الأولى، القاهرة، 2013، ص15.

2 - رحيمة الطيب عيساني، "مدخل إلى الاعلام والاتصال- المفاهيم الاساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الاعلامية"، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، عمان، الاردن، 2008، ص 10.

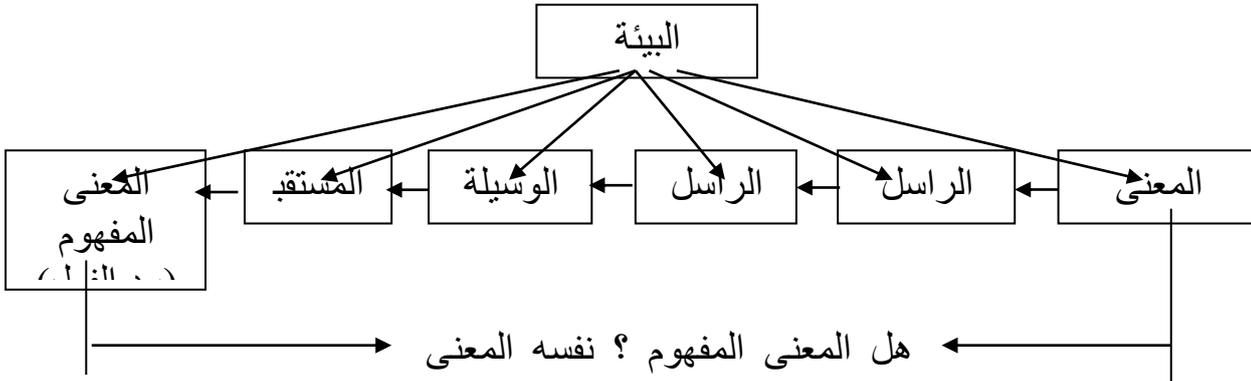
3 - فايز جمعة، صالح النجار، "نظم المعلومات الإدارية"، دار حامه، الطبعة الثانية، عمان، الأردن، 2007، ص197.

زمنية محددة، فما حدث في الماضي سيكون له تأثير على ما يحدث الآن، وما يحدث الآن سيؤثر على ما سيحدث في المستقبل.¹

ثانياً - عناصر الاتصال:

عملية الاتصال هي عملية معقدة لأنها ذات أطراف وعناصر متعددة، راسل، رسالة، مستقبل، إضافة إلى البيئة ورد الفعل الناتج، إذن سلامة عملية الاتصال تكمن في المساواة بين المعنى المقصود والمعنى المفهوم كما هو موضح في الشكل رقم (1-2)

شكل رقم (1-2): عناصر الاتصال



المصدر: د. إبراهيم بختي، "معيّنات سيميوتيب وسم سيميوتيب في مؤسسة الصغيرة والمتوسطة"، رسالة ماجستير، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2004-2005، ص09.

- **الراسل:** هو شخص لديه أفكار ومعلومات يود نقلها لطرف آخر.
- **الرسالة:** هي تحويل أفكار ومعلومات الراسل إلى رموز مفهومة عند الراسل والمستقبل، وهذا التحويل قد يأخذ أشكال عديدة منها الكلمات، حركات، أصوات، حروف، أرقام، وصور وتعبيرات الوجه...إلخ، وعليه يستوجب الاختيار الحسن لصياغة الرسالة بالشكل السليم الذي تتوفر فيه الشروط من حيث المضمون والمقصود.
- **الوسيلة:** على الراسل أن يختار الوسيلة الأكثر فعالية وتأثيراً على من يستقبلها، وهناك وسائل عدة منها: المقابلات الشخصية، الاجتماعات.....إلخ.
- **المستقبل:** هو مستقبل الرسالة بحيث يختار وينظم المعلومات ويفسرها بإعطاء معاني ودلالات ويكون الاستقبال عن طريق حواسه المختلفة.
- **الرد:** (التغذية المرتدة): بعد فهم وتفسير المستقبل للرسالة يرد عليها حسب المعنى المفهوم.
- **البيئة:** هي ما تحيط بكل من الرسل والوسيلة والمستقبل من أشخاص، أحداث، ووقائع التي بدورها قد تسهل أو تعيق تسهل أو تشوش على عملية الاتصال.

ثالثاً - أنواع ووظائف الاتصالات.

يمكن تقسيم الاتصالات الى عدة انواع، وذلك حسب طبيعة تفاعلاتها، كما انها لها عدة وظائف نعرضها في ما يلي:

1- أنواع الاتصالات:

¹ صباح حميدي علي، غازي فرحان أبو زيتون، "الاتصالات الادارية (اسس و مفاهيم و مراسلات الاعمال)", دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الاردن، 2007، ص12.

تتضمن فعاليات الاتصال الجارية داخل المنظمة أنواع متعددة تعكس طبيعة التفاعلات الرسمية وغير الرسمية السائدة فيها والتي تتمثل فيما يلي:

أ- الاتصالات الرسمية: تنقسم الاتصالات الرسمية إلى أربعة أنواع رئيسية هي:

➤ الاتصالات العمودية: وتنقسم بدورها إلى اتصالات نازلة وصاعدة وعلى الوجه الآتي:¹

✓ الاتصالات النازلة (Down Ward Communications): هو الاتصال الأكثر شيوعاً في المنظمات والذي يبدأ في المواقع الإدارية العليا في المنظمة وصولاً إلى المستويات الأدنى، وتأخذ هذه الاتصالات في الغالب صيغة الأوامر بما يتوافق مع الأهداف أو الخطط الموضوعة من قبل الإدارة العليا.

✓ الاتصالات الصاعدة (Up Ward Communications): وتتضمن نشاطات الاتصال الصادر من المستويات الدنيا في المنظمة في الإدارة العليا، وذلك لحاجتها إلى البيانات والمعلومات لمعرفة مستوى الانجاز المحقق، وذلك لغرض معرفة الإدارة العليا ما تحقق من أهداف أو ما هي المعوقات التي حالت دون ذلك، ويمكن أن تكون هذه الاتصالات بشكل شفوي أو تحريري (تقارير) ولمختلف مجالات العمل في المنظمة.

➤ الاتصالات الأفقية أو الجانبية (Latéral Communications): وتمثل الاتصالات القائمة بين الأفراد أو المجموعات في المستويات المتقابلة ويعزز هذا النوع من الاتصالات العلاقات التعاونية بين المستويات الإدارية المختلفة وتؤدي الثقة المتبادلة بنجاح المنظمة في تحقيق الأهداف المطلوبة التي تعزز هذه الاتصالات وتحقيق فعالية إنجازها للأهداف المراد تحقيقها.²

➤ الاتصالات المتقابلة أو المحورية (Diagonal Communications): تشمل الاتصالات بين المدراء وجماعة العمل في إدارات غير تابعة لهم تنظيمياً، ويحقق هذا النوع من الاتصالات التفاعلات الاجتماعية الجارية بين مختلف التقسيمات في المنظمة، ولا يظهر هذا النوع من الاتصالات عادة في الخرائط التنظيمية وإنما يظهر من خلال الصيغ المتعارف عليه والمألوفة في الاتصالات، وخصوصاً المنظمات الكبيرة.

ب- الاتصالات غير الرسمية: يأخذ الاتصال غير رسمي أشكال متعددة وهو غالباً ما يكون في شكل دردشة بين الأفراد بصرف النظر عن مستوياتهم التنظيمية، وإن كان غالباً ما يتم بين أفراد ينتمون إلى نفس المستوى التنظيمي.

2- وظائف الاتصالات:

إن الاتصالات سواء كانت رسمية أو غير رسمية هي على درجة كبيرة من الأهمية لتحقيق أهداف المنشأة تعتبر عملية الاتصال في المنظمة ضرورية وذلك لتزويد جميع العاملين بالمعلومات الضرورية لتنفيذ مهامهم والاعمال المكلفين بها في الوقت المناسب، ويمكن إيجاز هذه الوظائف فيما يلي:³

1- محمد الصيرفي، عبد الغني حامد، "الاتصالات الدولية ونظم المعلومات"، مؤسسة لولد العالمية للشؤون الجامعية، البحرين، 2006، ص 14.

2- خضير كاضم حمود، "الاتصال الفعال في ادارة الاعمال"، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، الاردن، 2010، ص 43.

3- هزي أنطوان سميث، "تكنولوجيا إدارة المشاريع الهندسية والمقاولات- واقع الاتصالات الكتابية في الاجهزة الحكومية - دراسة ميدانية مقارنة، ترجمة أحمد سمور علاء، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 119-120.

- إن تبادل المعلومات في جميع الاوقات بين الافراد في المنظمة، فمثلا يقوم مدير المشروع بشرح سياسة المنظمة والعمل للمهندسين ويقوم المهندس بشرح أساليب العمل للعاملين، كما يقوم المهندس بتزويد مدير المشروع بسير العمل في الموقع والمشاكل مع المقاولين من الباطن على سبيل المثال.

- تعتبر الاتصالات وسيلة رئيسية لتنفيذ النشاطات والفعاليات المختلفة في المنظمة، كما أنه وسيلة هادفة لضمان التعامل والتبادل المشترك للنشاطات المختلفة.

- يتم من خلال قنوات الاتصال إطلاع مدير المشروع على نشاط مرؤوسيه، حيث يستطيع التعرف على مدى نقلهم للأسلوب الإداري وطبيعة عمله داخل المنظمة لاتخاذ الاجراءات الصحيحة.

- يمكن من خلال الاتصال نقل المعلومات والبيانات والاحصائيات عبر القنوات الادارية المختلفة بحيث تساهم في اتخاذ القرارات الإدارية وبالتالي تطوير نجاح المنظمة.

رابعا – خصائص الاتصال:

يتميز الاتصال بمجموعة من الخصائص من أهمها ما يلي:¹

- الاتصال عملية لها صفة التلقائية.

- الاتصال ظاهرة اجتماعية عامة لها صفة الانتشار.

- الاتصال عملية موضوعية وواقعية.

- الاتصال عملية تحقق ترابط المجتمع.

- الاتصال عملية لها صفة الجاذبية.

خامسا- أهداف الاتصال:

إن الاتصال يعد الوسيلة التي يستخدمها الإنسان لتنظيم واستقرار وتغيير حياته الاجتماعية، ونقل أشكالها ومعناها من جيل إلى جيل عن طريق التعبير والتسجيل والتصميم، ولا يمكن لجماعة أو مؤسسة أن تنشأ

وتستمر دون اتصال يجري بين أعضائها، ولهذا فإن عملية الاتصال تسعى لتحقيق هدف عام وهو التأثير في المستقبل حتى تتحقق المشاركة في الخبرة مع المرسل وقد يؤثر هذا على أفكاره لتعديلها وتغييرها على اتجاهاته أو على مهاراته، لذلك يمكن تصنيف أهداف الاتصال إلى:²

1. هدف توجيهي: يمكن أن يتحقق ذلك حينما يتجه الاتصال إلى الحساب المستقبل اتجاهات جديدة أو تعديل اتجاهات قديمة أو تثبيت اتجاهات قديمة مرغوب فيها.

2. هدف تثقيفي: ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو نوعية المستقبلين بأمور تهمهم بقصد مساعدتهم وزيادة معارفهم واتساع أفاقهم لما يدور حولهم من أحداث.

3. هدف تعليمي: ويتحقق هذا عندما يتجه الاتصال نحو اكتساب المستقبل خبرات أو مهارات أو مفاهيم جديدة.

1 - محمد الصيرفي، "الاتصالات الإدارية"، مؤسسة حورس الدولية طباعة نشر توزيع، الاسكندرية، مصر، 2008، ص 19-22.

2- بن علي فريدة، فوضيل حكيمة، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي بالمؤسسة- دراسة حالة (اتصالات الجزائر، المديرية العملياتية للاتصالات بالبويرة)-"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاديات المالية والنقود، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ألكلي محند اولحاج، البويرة، 2013-2014، ص18.

4. **هدف إداري:** ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو تحسين سير العمل وتوزيع المسؤوليات ودعم التعامل بين العاملين في المؤسسة أو الهيئة.

5. **هدف ترفيحي أو ترويجي:** ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه نحو إدخال البهجة والسرور والاستماع إلى نفس المستقبل.

6. **هدف اجتماعي:** حيث ينتج الاتصال الفرصة لزيادة احتكاك الجماهير بفهمهم، و بذلك تقوي الصلات الاجتماعية بين الأفراد.

المبحث الثاني: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

يعتبر ميدان تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أكبر الميادين تسارعا في التطور، فقد أدى ربط وسائل الاتصال مع وسائل معالجة المعلومات إلى خلق نظام اتصال مبني على رابط بين تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات مما ساهم في إطلاق ثورة إعلامية ومعلوماتية ابرزت امكانيات عالية في التواصل مع الجمهور وسرعة غير مسبوقة في إيصال الرسائل إلى أي مكان في العالم.

المطلب الاول: تكنولوجيا المعلومات

ونوجز من خلال هذا المطلب ماهية تكنولوجيا المعلومات كما يلي:

أولا- مفهوم تكنولوجيا المعلومات:

إن جوهر تكنولوجيا المعلومات يتركز في استخدام الحاسبات الالكترونية والاتصالات (من بعد) السلكية واللاسلكية) لخلق وتشكيل وتوزيع، التنوير والترقية، وهي أكثر تقنية في حصاد الوسائل الموظفة لكي تجمع بشكل منظم وتعالج وتخزن وتعرض وتبادل المعلومات دعما للأنشطة الفكرية للإنسان.

1- تعريفها:

إن أصل تكنولوجيا المعلومات بالمعنى الحالي للكلمة يعود إلى ظهور أولى أجهزة الكمبيوتر في المؤسسات، في السبعينات من القرن الماضي، انطلاقا من المبدأ التقني لمعالجة الالكترونية للمعلومات، ومنذ ذلك الوقت، ونظرا للتطورات الكبيرة الحاصلة في هذا المجال فقد توسع المفهوم ليشمل العديد من الأمور المرتبطة بهذا المجال والتي سنذكرها في هذه التعاريف كما يلي:¹

- يعرف المجلس الاستشاري للبحوث والتطوير التطبيقي تكنولوجيا المعلومات (Information Technologie)

على أنها: "الجوانب العلمية والفنية والهندسية والأساليب الإدارية المستخدمة في تناول ومعالجة المعلومات وتطبيقاتها والحواسيب وتفاعلها مع الإنسان، والآلات والقضايا الاجتماعية والاقتصادية والثقافية المرتبطة به".

- حسب معجم تكنولوجيا المعلومات والاتصال، فيرى أنه: "وبالمعنى العام للمصطلح فإن تكنولوجيا المعلومات تشمل كل عمليات جمع، تخزين، معالجة وبت البيانات (نصوص، صور، صوت ...)، وهي تتكون من عدة عناصر، كالعناد والبرامج وقواعد البيانات وشبكات الاتصال".

1 - ابراهيم قنديلجي عامر، عبد القادر الجناني علاء الدين، " نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات"، الطبعة الاولى، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 65.

- إن مفهوم تكنولوجيا المعلومات يتضمن بالضرورة كل أنماط التوليفة المستخدمة على نطاق واسع في أنشطة معالجة وتخزين البيانات واسترجاع وعرض المعلومات بأشكالها (نصوص، أرقام، صور، أفلام ووسائط رقمية متعددة) ومجالات تطبيقاتها المختلفة، كما يتضمن المفهوم أيضا كل نظم وأدوات الحاسوب التي تتعامل مع الاتساق الرمزية المعقدة من المعرفة أو مع القدرات الإدراكية الذهنية في حقوق التعلم والذكاء، وبذلك تشكل تكنولوجيا المعلومات مظلة شاملة لكل علاقات التكنولوجيا بمعطيات الفكر الإنساني (بيانات، معلومات معرفة)¹.

- كما يمكن تعريفها عل أنها: "خلق وتجميع وتخزين وتعديل والتحويل السريع للمعلومات، والذي تمكن تحقيقه أيضا من خلال الحسابات الآلية والوسائل المرتبطة بها".

ومن خلال التعاريف نلاحظ، أن تكنولوجيا المعلومات ركزت على جانبيين هما الفكري والمادي فالجانب الفكري أو المعرفي يتمثل في علم المعلومات الذي يهتم بضبط السلوك وخواص المعلومات ويهتم بأنشطة تجهيز المعلومات وإنتاجها وبنها وتنظيمها وتخزينها واسترجاعها وتفسيرها والاستفادة منها، والجانب المادي هو الذي يتمثل في التطبيق العلمي للاكتشافات والاختراعات والتجارب في مجال معالجة المعلومات وعليه لا بد من تكامل الجانبين للحصول على التقنيات المتطورة التي تستخدم من قبل المستفيدين منها في كافة مجالات الحياة.

2- أهمية تكنولوجيا الاتصال:

تتميز تكنولوجيا المعلومات عن غيرها من التكنولوجيا التي سادت قبلها في القرن العشرين بما يلي:²
سرعة التطور، سهولة ممتعة، سرعة التأثير والانتشار، مفيدة وخطيرة.

من هنا وانطلاقا من هذه النقاط، تبرز الأهمية الكبيرة لتكنولوجيا المعلومات باعتبارها أحد أهم المكونات في المؤسسات في عصرنا الحالي، نظرا لما توفره من مزايا وتسهيلات ناتجة عن الخصائص التي تتميز بها هذه التكنولوجيا، حيث أنها تؤدي دورا كبيرا في تحديث وتطوير المؤسسات والارتقاء بأدائها وتحسين ظروف العمل بها وتسهيل مختلف التعاملات داخل المؤسسة، لذلك فهي على درجة كبيرة من الأهمية وتبرز هذه الأهمية من خلال أنها:

- تساعد على توفير قوة عمل فعلية داخل التنظيم.
- تساعد على زيادة قنوات الاتصال الإداري بين مختلف الإدارات.
- تساعد على تحقيق رقابة فعالة في العمليات التشغيلية.
- تساعد على توفير الوقت خاصة للإدارة العليا والتفرغ لواجبات أكثر أهمية.
- تساعد على تقليص حجم التنظيمات الإدارية.

هذا وبالإضافة إلى بعض المهام التي تساهم بها تكنولوجيا المعلومات كخفض تكاليف الإنتاج وجعل الاتصال أسرع وأكثر كفاءة وأقل تكلفة، توفير المعلومات الدقيقة لدعم اتخاذ القرار، القضاء على هدر الوقت والجهد، زيادة كفاءة استغلال المخزون كلها تساهم بالرقى والتطور للمؤسسات.

1- كريمة بن صالح، " دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية" - دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس - رسالة الماجستير، في علوم التسيير، تخصص اقتصاد تطبيقي وتسيير المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2010، ص16.

2- بن علي فريدة، فوضيل حكيمة، " دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي بالمؤسسة "، مرجع سبق ذكره، ص21.

المطلب الثاني: تكنولوجيا الاتصال.

من خلال هذا المطلب سنعرض مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال وكذا اساليب الاتصال على النحو الآتي:

أولاً- مفهوم تكنولوجيا الاتصال:

توجد عدة تعاريف نوجز منها ما يلي:

- تكنولوجيا المعلومات هي تلك الأجهزة والمعدات والوسائل والأدوات التي تستخدم في توصيل ونقل الرسالة وتتضمن عناصر معلومات، وأخبار من مكان إلى آخر بغض النظر عن نوعية المعلومات المنقولة شفوية كانت أو مكتوبة.¹
- تعني تكنولوجيا الاتصال تمكنا من نقل المعلومات من أي مكان لآخر بفعالية وبسرعة عالية.²
- كما تعرف على أنها الوسائل الحديثة للاتصال التي يمكن من خلالها نقل وبت واستخدام انجازات الثورة المعلوماتية من مكان لآخر، وتنعكس أثارها على مجالات الحياة المختلفة الاجتماعية والاقتصادية والهندسية والطبية والعسكرية والمدنية والفضائية وغيرها من مجالات الحياة.³

ثانياً- أساليب الاتصال:

- هناك نوعان رئيسيان للاتصال، واختيار أي منهما يتوقف على الظروف المتاحة وعلى نوعية الرسالة المراد نقلها والأسلوبان الرئيسيان هما:⁴
1. **الاتصال المباشر:** ويعبر عن علاقة المواجهة الشخصية التي تربط أفراد المؤسسة بعضهم أو بغيرهم وللاتصال المباشر عدة قنوات:
 - أ- **المقابلات الشخصية:** تعد أحد الأساليب الفعالة في الاتصال والمقابلة الناجحة هي وسيلة مجدية لنجاح من يتقنها، ومن أجل أن تعطي المقابلة الفوائد المرجوة يجب أن يكون معدا لها بشكل مسبق وأن تهيئ الظروف التي تساعد على نجاحها، ولها عدة أغراض كالحصول على المعلومات والبيانات.
 - ب- **المحاضرات:** وهي المعلومات والافكار والآراء التي تدور حول موضوع معين، يلقيها شخص متخصص يسمى المحاضر على أشخاص آخرين.
 - ج- **الندوات:** وهي لقاء مفتوح بين خبراء ومتخصصين أو مسؤولين وبين أفراد الحضور المعنيين وهي تتيح تبادل المنفعة والاهتمام.
 2. **الاتصال غير مباشر:**⁵
 - يتضمن عدة وسائل منها:
 - أ- **التيلكس:** هو حالة متقدمة من نظام المبرقة، حيث أن التيليكس يجمع بين عمل التليكس الاعتيادي وعمل نظام معالجة النصوص، الذي يعمل بواسطة الآلة الكاتبة الالكترونية والشاشة المرئية المثبتة فيها، مع وجود امكانية لخرن المعلومات المطبوعة.

1- جعفر جاسم، "تكنولوجيا المعلومات"، دار أسامة، الاردن، 2005، ص88.

2- ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، "الاتصال والعلاقات العامة"، دار صفاء الطبعة الاولى، عمان، الاردن، 2005، ص109.

3- عبد الباقي عبد المنعم أبو زيد، "أثر تكنولوجيا الاتصالات على نوعية التعليم ومجالات العمل في الألفية الثالثة والمتطلبات التعليمية للاستعداد لها"، دراسة ميدانية، المؤتمر الدولي الاول للتعليم الالكتروني، المنامة، البحرين 19، 17، أبريل 2006.

4- كريمة بن صالح، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية-دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس-"، مرجع سبق ذكره، ص ص28-31.

5- مرجع نفسه، ص 32.

ب- الهاتف: وهو جهاز معروف وشائع في الاتصال بين العاملين في المنظمة الواحدة أو بين المنظمات المختلفة داخل و خارج البلاد، ويقوم غالبا النقل الفوري للمعلومات سواء كانت صوتية أو بيانية أو مرئية، وهو أداة ملائمة انقل واستقبال المعلومات.

ج- الفاكسميلي (الناسخ الهاتفية): عبارة عن جهاز يقوم ببث الرسائل والنصوص والصور والوثائق المكتوبة عبر خطوط الهاتف العادي.

د- بنوك الاتصال المتلفزة: أو ما يطلق عليها الفيديو تكست وهي حالة متطورة للاستخدام أو استئجار جهاز التلفزيون العادي عن طريق إضافة محطات وقنوات جديدة إلى جانب قنوات الاعتمادية وهو عبارة عن وسيلة لعرض الكلمات والارقام والصور والرموز على شاشة تلفزيون عن طريق ضغط مفتاح صغير ملحق بجهاز التلفزيون.

هـ- البرقيات: تؤدي خدمات جليلة لرجال الاعمال في جميع أنحاء العالم إذ تم ربط القارات بنظام تلغرافي يؤدي خدمات سريعة متواصلة للأفراد والمؤسسات، ولقد تم تمديد الخطوط البرقية تحت البحار والمحيطات كما انتشرت الاقمار الصناعية في بلدان عديدة من العالم ليكون العالم وحدة اتصال برقي.

واستمر استخدام البرقيات بين رجال الاعمال في مختلف أنحاء العالم، وذلك لاتساع رقعة السوق التجاري ولبعد المسافة بين البائع و المشتري، وبين مركز الخدمات والمستفيد من هذه الخدمات.

و- البريد الالكتروني: يعد من أهم وسائل تكنولوجيا الاتصال ويعرف بأنه نقل المذكرات والرسائل إلى الشبكات بدلا من نقلها بالرسائل التقليدية المتعارف عليها.

المطلب الثالث: تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

سنتناول من خلال هذا المطلب للمفاهيم المختلفة لتكنولوجيا المعلومات وخصائصها، بالإضافة إلى مكوناتها وأنواع تقسيماتها كما يلي:

أولاً- مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال مرتبطة بتطور المجتمعات في عصرنا الحار، وهي بمثابة القلب النابض لمختلف المؤسسات، كما أنها الأداة التي من شأنها تسريع التنمية وإعادة هيكلتها عبر تأمين منافذ أكثر تنافسية للمعلومات، ومن خلال البحث نجد أن تكنولوجيا المعلومات لا يمكن فصلها بشكل نهائي عن تكنولوجيا الاتصال، فهما وجهان لعملة واحدة، وعليه تكنولوجيا المعلومات والاتصال تعبر عن مجموعة من المكونات المادية البرمجيات، الاتصالات، متفاعلة معا وقد عرفها البعض على أنها:¹

- "مجموعة من التقنيات والادوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المرئية أو المطبوعة أو الرقمية من خلال الحسابات الالكترونية، ثم تخزين هذه المعلومات، ثم استرجاعها في الوقت المناسب، ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة أو مطبوعة أو مرئية أو رقمية، من

1 - محمد طرشي، محمد تقروت، "أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز الميزة التنافسية في منظمات الاعمال العربية"، ورقة بحث مقدمة ضمن الملتقى الدولي الخامس حول: "رأس المال الفكري في منظمات الاعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، يومي 14-13 ديسمبر 2011، ص2.

مكان إلى آخر ومبادلتها، وقد تكون تلك التقنية يدوية أو الية أو الكترونية أو كهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور".

- حسب منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE) عرفتها على أنها: "تشمل مجموعة التكنولوجيا التي تسمح بجمع، تخزين، معالجة، نقل المعلومات في شكل أصوات، بيانات وصور، فهي تشمل الإلكترونيك الدقيق، علم البعديات الالكترونية، و التكنولوجيا الملحقه".

- أما «Jane Laudon et Kenn et hLaudon» فيعرفان تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ظل التغييرات الجديدة والعالم الرقمي على أنها: "أداة من أدوات التسيير المستخدمة"، والتي تتكون من خمسة مكونات و هي:

1- العتاد المعلوماتي.

2- البرمجيات.

3- تكنولوجيا التخزين والمتمثل في الحوامل التي تخزن فيها المعطيات والبرمجيات لتنظيم المعطيات.

4- تكنولوجيا الاتصال والمتمثلة في معدات ووسائل و برمجيات تربط متلف اللواحق لنقل المعطيات.

5- الشبكات تربط بين الحواسيب لتبادل المعطيات أو الموارد.

- كذلك تعرف على أنها: "مجالات المعرفة العلمية والتكنولوجية والهندسية والأساليب الإدارية المستخدمة في تناول ومعالجة المعلومات وتطبيقاتها، وانها تفاعل الحسابات الالية والاجهزة مع الانسان ومشاركتها في الأمور الاجتماعية والاقتصادية"¹.

من خلال ما جاء في التعريف، يمكن أن نحاول الجمع بينهما ونعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال وصفها بأنها: "مجملة الادوات المادية والمعرفية المستخدمة في الجمع بين الكلمة المكتوبة والمنطوقة والمصورة الساكنة والمتحركة وبين الاتصالات السلكية واللاسلكية، أرضية كانت أو فضائية، ثم تخزين المعطيات وتحليل مضامينها واتجاهاتها بالشكل المرغوب، وفي الوقت المناسب وبالسرعة اللازمة".

ثانيا - خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

تتمتع تكنولوجيا المعلومات والاتصال بعدة خصائص أهمها ما يلي:²

- **التفاعلية:** أي أن المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مستقبل ومرسل في نفس الوقت فالمشاركين في عملية الاتصال يستطيعون تبادل الادوار مما يسمح بخلق نوع من التفاعل بين الاشخاص والمؤسسات وباقي الجماعات وبإدخال مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل: الممارسة الثنائية، التبادل... إلخ.

- **اللاتزامنية:** وتعني امكانية استقبال الرسائل في أي وقت يناسب المستخدم، فالمشاركين غير مطالبين باستخدام النظام في الوقت نفسه، ففي البريد الالكتروني نجد الرسائل ترسل مباشرة من المنتج على المستقبل دون حاجة ما لتواجد هذه الأخيرة أثناء العملية، وقد يسترجعها فيما بعد.

- **اللامركزية:** وهي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصال، فالأنترنت مثلا لا يمكن لأي جهة أن تعطله على مستوى العالم، أي أنه يتمتع باستمرارية عمله، وليس

¹ - جاسم جعفر، "تكنولوجيا المعلومات"، مرجع سبق ذكره، ص51.

² - حمزة بعلي، "تكنولوجيا المعلومات والاتصال كمدخل استراتيجي لإدارة المعرفة"، مرجع سبق ذكره، ص21.

هناك كمبيوتر واحد يتحكم فيها ويمكن أن تتعطل عدة وحدات أو أكثر دون تعريض الانترنت بمجملها للخطر، ودون أن تتوقف الاتصالات عبرها.

- **قابلية التواصل:** أي الربط بين الأجهزة الاتصالية المختلفة، بغض النظر عن البلد أو الشركة التي تم فيه الصنع، كما أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تتميز بخاصية قابلية التحرك أو الحركية حيث تمكن لمستخدميها الاستفادة منها أثناء نقلها في أي مكان عن طريق وسائل اتصال كثيرة كالحاسب الآلي، الانترنت اللاسلكية... إلخ.¹

- **قابلية التحويل:** أي إمكانية نقل المعلومات من وسط إلى آخر، كتحويل الرسالة الموسعة إلى رسالة مقروءة أو ما يسمى بالمقروءات.

- **اللاجماهيرية:** إمكانية التحكم فيها حيث تصل مباشرة من المنتج إلى المستهلك أي بإمكانها توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة كما أنها تسمح بالجمع بين أنواع مختلفة للاتصالات سواء كان ذلك من شخص واحد إلى شخص واحد أو من مجموعة إلى مجموعة.

- **الشيوع والانتشار:** هو قابلية هذه الشبكة التوسع لشمول أطراف أكثر، مساحات غير محددة من العالم بحيث تكتسب قوتها من هذا الانتشار المنهجي لنظامه المرن.²

ثالثاً- مكونات ووظائف تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

لتكنولوجيا المعلومات والاتصال عدة مكونات ووظائف نوجزها فيما يلي:

1- مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

أ- **المكونات المادية:** تتضمن المكونات المادية في النظام والمستخدم في ادخال ومعالجة البيانات والمعلومات وترتكز على:³

- **وحدات الادخال:** حلقة الوصل بين الحاسوب والمستخدم تقوم بتلقي المعلومات من الوسط الخارجي إلى وحدة المعالجة المركزية.
- **وحدة المعالجة المركزية:** تمثل الجزء الرئيسي من منظومة الحاسوب التي يتم فيها معالجة جميع البيانات الداخلية لتوليد المخرجات المطلوبة.
- **وحدة الإخراج:** تؤدي مهمة اتصال الحاسب بالوسط الخارجي لنقل النتائج المتولدة عند عمليات المعالجة من وحدة المعالجة المركزية إلى الجهات المستفيدة بصيغة تمكن منها الحصول على النتائج أهم وسائلها الشاشة والطابعة.
- ب- **البرمجيات:** هو المكون الذكي للانترنت أو المكون غير المادي لتكنولوجيا المعلومات وهذا يشمل:⁴

● برمجيات التحكم في تشغيل الحاسوب.

¹ - مرجع نفسه، ص22.

² - مريم زلماط، "دور تكنولوجيا الاعلام والاتصال في إدارة المعرفة داخل المؤسسة الجزائرية- دراسة حالة سونطراك فرع STH"، رسالة الماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص: تسيير الموارد البشرية، جامعة أبو بكر بالقياد، ص ص 24-25.

³ - نجم عبد الله الحميدي وآخرون، "نظم المعلومات الإدارية"، دار الميسر للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص14.

⁴ - سليم الحسينية، "نظم المعلومات الادارية (ادارة المعلومات في عصر المتطلبات الرقمية)"، الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، الاردن، 2006، ص181.

- **بروتوكولات الأنترنت:** أهمها بروتوكولات التحكم بالإرسال، والانترنت، وضبط الإرسال عبر الشبكة وذلك لمعالجة الكم الهائل من البيانات المتبادلة عبر مختلف الشبكات.
- **لغات البرمجية:** مثل برمجيات العرض والتنسيق النصي والصوتي والفيديو وغيرها.
- **البروتوكولات:** هي مجموعة من القواعد والاجراءات التي تحدد عمل الشبكات وتهدف إلى إعطاء القدرة لمكونات الشبكة لتعمل مع بعضها بتوافق تام، ومن دونها سيصبح من المستحيل على البيانات أن تنتقل عبر قنوات الاتصال وبالتالي عبر الحواسيب لأنها تعمل على تفسير الرسائل وتوجيهها وتحديد انواع القنوات ومعالجة النقل المناسب لها.
- ج- **الانترنت:** هي شبكة عملاقة تضم ملايين الحواسيب والشبكات المرتبطة مع بعضها حول العالم لتزويد المستخدمين بخدمات كبيرة وتعمل على مدار الساعة دون توقف، لم تكن بداية ظهور الأنترنت محل الصدفة بل في الخمسينات بدأت وزارة الدفاع الامريكية في تأمين طريق اتصال سهل ومستمر، إضافة إلى توزيع البيانات في أماكن مختلفة، حيث قامت هيئة البحوث الخاصة بتطوير الجيش الامريكي بالبحث والتطوير في هذا المجال.
- د- **الإكسترنانت:** هي المشاركة بين الأنترنت الخاصة بالشركة وشركائها التجاريين.¹

2- وظائف تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

تؤدي تكنولوجيا المعلومات والاتصال عدة وظائف منها ما يلي:²

- أ- **الاستحصال:** يكون من المفيد دائما تجميع سجلات بالفعاليات والنشاطات وهذه العملية تنجر حين يتوقع المستخدم أن البيانات ستكون مفيدة في وقت لاحق.
- ب- **المعالجة:** وهي الفعالية التي هي أكثر مرتبط بالحاسوب وتتضمن فعالية معالجة منها أرقام، رموز وتحويلها إلى معلومات.
- ج- **التوليد:** تستخدم تكنولوجيا المعلومات بصورة دائمة لخلق المعلومات من خلال معالجة وتنظيم البيانات في هيئة مفيدة أكثر على شكل أرقام، نصوص.
- د- **التخزين:** من خلال خزن المعلومات تحفظ الحاسوب البيانات والمعلومات من أجل استحضار مستقبلي على أواسط التخزين مثل "CD" التي يستطيع الحاسوب قراءتها ويقوم الحاسوب بتحويل البيانات أو المعلومات الخلاصة لا تتخذ بشكل أصوات كالتي نعرفها و لكن بصيغة مشفرة.
- هـ- **استرجاع:** يعني وضع واستنساخ البيانات أو المعلومات من أجل المعالجة المستقبلية أو نقلها إلى مستخدم آخر.
- و- **النقل:** تسمى عملية إرسال البيانات والمعلومات من موقع إلى آخر "النقل"، فشبكة الحاسوب تستطيع إرسال البيانات والمعلومات من خلال الاقمار الصناعية والاليف

1- خضر مصباح التيني، " إدارة تكنولوجيا المعلومات"، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الاردن، 2012، ص45.

2- هاشم فوزي العبادي، جليل كاظم العبادي، " نظم إدارة المعلومات منظور استراتيجي"، دار الصفاء للنشر ولتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الاردن، 2012، ص ص30-31.

متجاوزة الحدود، وأهم مثال الانترنت من نقل المعلومات هما: البريد الالكتروني ويعني قبول وخرن ونقل النصوص، والرسائل الصوتية بين المستخدمين نظام الحاسوب.¹

رابعاً- أنواع تكنولوجيا المعلومات والاتصال

إن تعدد تكنولوجيات أدى إلى وجود عدة تقسيمات لها ومن أبرز التقسيمات ما يلي:²

1. تصنيف E.BROUSSEAU:

لقد أقترح E. Brousseau تصنيفاً قائماً على الوسائل أو نوع التكنولوجيا وحسبه فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تتجسد في ثلاثة مجموعات أساسية وهي: وسائل الاتصال عن بعد، الوسائل المعلوماتية ووسائل التليماتيك.

✓ وسائل الاتصال عن بعد (Les Outils de Télécommunication): تساعد هذه الوسائل على الاتصال المباشر بين الافراد بتعبير ولفظ طبيعيين، من بين الوسائل نجد الهاتف، الفاكس، البريد الالكتروني...إلخ.

✓ الوسائل المعلوماتية (Les Outils de L'Informatique): ترتبط بأنشطة محددة تتمثل في جمع وتخزين ومعالجة المعلومات وهذه العمليات تبقى في حدود التركيبية التنظيمية سواء كانت مركز عمل أو خدمة أو مؤسسة.

✓ وسائل التليماتيك: وسائل ولأساليب عمل تهدف إلى ربط نظم معلوماتية فيما بينها كالتبادل الالي للمعطيات (EDI) وتختلف وسائل التليماتيك عن الوسائل المعلوماتية من حيث أنها تؤثر مباشرة على ميكانيزمات التنسيق.

➤ **التصنيف حسب معيار تسيير وقت المعلومة:** حسب هذا المعيار نجد صنفين من تكنولوجيا المعلومات والاتصال وهما الوسائل المتزامنة (Synchrones) والوسائل الغير المتزامنة (Asynchrones)، فالوسائل المتزامنة تضمن تبادل المعلومات في الوقت الحقيقي، أما الوسائل غير المتزامنة فتضمن تبادل المعلومات في أوقات مختلفة. والجدول التالي يبين هذا التصنيف:

جدول رقم (1-2) تصنيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال حسب معيار الزمن

وسائل متزامنة Synchrone	الهاتف الثابت، النقل، الوسائل اللحظية، المحادثات، المحاضرات المصورة.
وسائل غير متزامنة Asynchrone	الفاكس، الانترنت، الوسائل الالكترونية، المواقع الالكترونية، wiki، المدونات الالكترونية (Blog)

Source :Sylvie La dame, **coopérations et outils TIC dans les réseaux de PME**, XVIème conférence international de management stratégique,montréal, canada, 6-9juin 2007, p:13

➤ **تصنيف دراسة FranceTélécom:** جاء هذا التصنيف نتيجة دراسة قامت بها مجموعة بحث بوحدة لاتصالات فرنسا وقد توصلت إلى التقسيم حسب أربعة أبعاد « les 4C ».

جدول رقم (1-3): الأبعاد الأربعة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال "4C"

الاتصال Communication	الوسائل الالكترونية، المحادثات عن بعد، المدونات، الاصوات على IP.
--------------------------	------------------------------------------------------------------

1 - مرجع نفسه، ص32.

2 - E. Brousseau, **le rôle des technologies de l'information et de la communication dans les changements organisationnel**, disponible sur le site suivant : www.broussau.info/adf/1997/LEBARAIX_tic_8.org.pdf

التعاون Collaboration	تقاسم الوثائق، البث المشترك، مجموعات النقاش، قائمة المنشورات المجموعات الاقتراضية، WIKIS.
التنسيق Coordination	التدفق الالي للوثائق، Agenda-Partagée، تسيير المهام
المعرفة Connaissance	تسيير الكفاءات، محركات البحث، أمن المعلومات، P2P، أرضية مشتركة

Source :Sylvie La dame, **coopérations et outils TIC dans les réseaux de PME**, XVIème conférence international de management stratégique, Montréal, Canada, 6-9juin 2007, p:13

المبحث الثالث: متطلبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال واثارها.

تشمل البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على المكونات المادية (الأجهزة)، والمكونات البرمجية والخدمات التي تقدم عن طريقها، وهناك تعريفان للبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، الأول تعريف تقني أو فني يحددها بأنها: "مجموعة من الوسائل المادية والتطبيقات البرمجية المطلوبة لتشغيل المؤسسة بكل أقسامها ومرافقها"، أما التعريف الفني للبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال فيعني: "مجمل الخدمات واليد العاملة والقدرات التنظيمية التي تقدم بواسطة الأجهزة والبرمجيات إلى المنظمة والتي هي ممولة من قبل الإدارة، وتقدم الخدمات عادة إلى الزبائن والمجهزين بالإضافة إلى العاملين"¹.

المطلب الأول: متطلبات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحدياتها:

في هذا الجزء سوف نتطرق إلى مكونات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وأهم الخدمات التي تقدمها، وكذا تحدياتها.

أولاً: متطلبات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال:

تتكون تكنولوجيا المعلومات والاتصال من مجموعة من العناصر المترابطة التي تتفاعل مع بعضها البعض لتحقيق الهدف المنشود، والذي يتمثل في إيجاد مجموعة أنظمة المعلومات، والتي تساعد المستويات الاقتصادية والإدارية المختلفة وهذه المكونات هي:²

- الحاسوب ومكوناته (computer and components).
- البرمجيات (programming).
- الأفراد (pe).
- الإجراءات (procédures).
- البيانات (data bases).

ثانياً: تحديات إدارة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

عند التنفيذ الفعلي للعمل الشبكي والبنية التحتية الجديدة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ينبغي على المؤسسات مواجهة مجموعة من التحديات لكي تبقى في وضع تنافسي جيد، و تتمثل هذه التحديات فيما يلي:

1. فقدان سيطرة الإدارة على النظم: حيث تشير التجارب والتطبيقات الميدانية تنامي وتعقد الصعوبات المتعلقة أو الناتجة عن إدارة تكنولوجيا نظم المعلومات وبيانات المنظمة في بيئة

¹ - بن علي فريدة، فوضيل حكيمة، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي بالمؤسسة"، مرجع سبق ذكره ص51.

² - مرجع نفسه، ص ص 52-53.

موزعة، وذلك بسبب الافتقار إلى إدارة مركزية موحدة بمفردها على تسير جميع قضايا هذا الفرع من التكنولوجيا.

2. تكامل عملية النهاية النهائية (END-TO END PROCESS): مع التطبيقات يعد في غاية الصعوبة وتعجز العديد من المؤسسات عن بلوغه.

3. متطلبات التغيير التنظيمي: حيث تعتبر الحوسبة الشاملة فرصة إعادة هندسة المؤسسة لتصبح بمثابة وحدة فاعلة، لكن مثل هذا العمل يخلق العديد من المشاكل أو الفوضى في حالة عدم معالجة بعض القضايا التنظيمية وعليه تحتاج المؤسسة إلى هندسة جدية في الفكر الإداري والأداء والرسالة أيضا.

4. التكاليف الضمنية لحوسبة المشروع: لقد أدركت مؤسسات عديدة أن الوافرات التي توقعها من عملية حوسبة عملياتها الموزعة لم تتحقق بسبب التكاليف الضخمة، فالפורات المستحقة نتيجة تملك الاجهزة قد تبذرت بفعل التكاليف التشغيلية السنوية المترتبة على الحصول على قوى عاملة ووقت إضافي مطلوب، حيث الوقت يمثل مالا أيضا.

5. التوسع، الاعتمادية والأمن: حيث ينبغي على المنظمات أن تكون قادرة ومؤهلة لتكوين بنية تحتية متجددة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، تكون فاعلة وذو طاقة استيعابية كافية لبث وإدامة جميع أنواع البيانات الناتجة عن عملياتها، أما الاعتمادية فتعني أنه على المؤسسة البحث عن بنية تحتية خاصة بها، أو طبقا لمواصفات محددة تتلاءم مع رسالتها وأهدافها، وهذا أمر صعب يتطلب موارد بشرية وفنية هائلة، أما الأمن فهي غاية في الأهمية والخطورة، خصوصا بالنسبة للمؤسسات التي تتعامل مع عدد كبير من الافراد والمؤسسات خارج حدودها الإقليمية، وعليه قد يشكل هذا خطر على المؤسسة.

ثالثا: مواجهة تحديات ادارة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال:

هناك عدد من التحديات التي ينبغي مواجهتها في محاولة للتغلب عليها أو التقليل من أثارها السلبية، ومن أبرز الحلول نوجز ما يلي:

1. إدارة التغيير: للحصول على أكبر عدد ممكن من التكنولوجيا الجديدة، ينبغي على المؤسسات أن تخطط بشكل دقيق للتغيير، فقد تحتاج لإعادة الهندسة لتتلاءم مع التغييرات.

2. التعليم والتدريب: باستطاعة المؤسسة انتهاز نظام أو برنامج تدريب ورسكلة لمساعدة المستخدمين على تجاوز المشكلات الناتجة عن الافتقار لدعم والفهم الإداري لعالم الشبكات وأساليب تشغيلها.

3. ضوابط لإدارة البيانات: يصبح دور ادارة البيانات أكثر أهمية عندما تكون الشبكات مرتبطة بتطبيقات مختلفة، ومجالات عمل متنوعة، وأجهزة حاسوب عديدة.

4. التخطيط لتكامل الإدارة والارتباطية: ينبغي أن تكون نظرة الادارة العليا للهيكل البنائي للمعلومات والبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال استراتيجية أي بعيدة المدى، والتأكد من أن هذا الهيكل البنائي والبنية التحتية يدعمان بشكل كامل مستوى تكامل العملية والمعلومات، وبما يحقق الحاجات المالية والمستقبلية.

المطلب الثاني: تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال واستعمالاتها

في هذا المطلب سنتناول علاقة المؤسسة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال ومجالات تطبيقها.

أولا- علاقة المؤسسة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال:

العلاقة بين المؤسسة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال هي علاقة ذات اتجاهين، فكل منها يؤثر في الآخر ضمن مجموعة من العوامل كالمحيط الخارجي، الثقافة، الهيكل التنظيمي، عمليات التشغيل، إلى جانب المؤثرات السياسية الداخلية والخارجي، فقد أصبحت المعلومات تدخل وتخرج من المؤسسة، بأشكال ثلاث وهي المقروءة المسموعة والمرئية في أن واحد.¹

ودخلت إلى عالم الأعمال أيضا المواقع الافتراضية وغيرها من التطورات الجارية في تكنولوجيا الأعمال لذا وجب على المؤسسة أن تعمل جاهدة لمواكبة تطورات تكنولوجيا المعلومات والاتصال وإدماجها مع متطلبات عملياته من أجل دفع عجلة تطورها إلى الامام، والشكل الموالي يوضح شكل رقم (3-1) وأبعاد هذه العلاقة:

الشكل رقم (3-1): العلاقة بين المؤسسة وأبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال



ثانيا- تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات:

تتعدد حاجات المؤسسات إلى إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، كما تتعدد استعمالات هذه الأخيرة في المؤسسات، فيمكن أن نجد هذه الاستعمال ضمن المجال الداخلي أو الخارجي للمؤسسة كما يلي:

1. تطبيق واستعمال داخلي:

من أهم استعمالات تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المستوى الداخلي للمؤسسة ما يلي:

- تستعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصال كمصدر مركزي لكل معلومات المؤسسة في بطاقة تعرض فيها كل من التعريف بالمؤسسة، نشاطها وهيكلها التنظيمي، أهدافها، معلومات عن المنتج...إلخ.
- وضع دليل العاملين الذين يساعد في حصر كل من المعلومات الشخصية، الوظيفية، الترقيات...إلخ.
- استعمال الإلكتروني لبطاقات الدوام لتسهيل معالجة البيانات، والاستفادة منه، وكذلك سرعة الوصول إليها.
- الانتقال السهل والسريع في المؤسسة، وربط كل أجزاء المؤسسة مع بعضها البعض حتى وإن كانت في مواقع مختلفة.
- النقل السريع والاقتصادي للمستندات لتوفير التكاليف البريدية والوقت المستغرق في ذلك.

2. تطبيق واستعمال خارجي:

¹ مزهر شعبان العاني، شوقي شوقي، جواد، العمليات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 272-273.

- من أهم الاستعمالات الخارجية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال للمؤسسة ما يلي:¹
- نشر الإعلانات والإشهار الخاص بمنتجات المؤسسة على شبكة الانترنت حتى تجلب عدد أكبر من الزبائن.
 - الحصول على معرفة خارجية من خبراء أو مستثمرين في مجال عملها لحل بعض المشاكل دون دفع تكاليف الاستشارة في بعض الأحيان.
 - الاطلاع الدائم على السوق العالمية من أجل اختيار متطلباتها من الموظفين عند الحاجة.
 - السماح للزبائن الشراء والتسوق عبر الانترنت وتحقيق التجارة الالكترونية.
 - متابعة مدى تطور المؤسسة مقارنة مع المؤسسات الأخرى في نفس قطاع نشاطها أو القطاعات ذات العلاقة وذلك عن طريق الاتصال الدائم بالعالم من أجل الحصول على معلومات كزيارة مواقع هذه المؤسسات.

ثالثاً- تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مجالات أخرى:

- تعددت استعمالات تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث شملت جميع المجالات، وهو ما دفعنا إلى التعرض والتطرق إلى أهم تطبيقاتها، والتي نوجزها فيما يلي:²
- 1- **الآلات الموجهة رقمياً:** هي أجهزة حلت محل العامل في الإنتاج، ظهرت في بداية الحرب العالمية الثانية ولكنها لم تعرف تطورها الحقيقي إلى حين ارتبطت نهائياً بالإلكترونيك.
 - 2- **الآلية:** مع تطور الإلكترونيك وظهور رقائق السليكون تطورت هذه الآلات إلى رجال آليين يقومون بتنفيذ حركات معقدة وسريعة للغاية يعجز الإنسان عن أدائها بنفس الكفاءة.
 - 3- **التصميم المساعد من خلال الحاسوب:** لقد استطاعت هذه التقنية أن تحدث ثورة في مكاتب الدراسات حيث أصبح بإمكان رؤية النموذج المجسم قبل أن يخرج، هذه التقنية سمحت بما عرف باقتصاد التصميمات إذ يتم إنجاز العديد من التصميمات في أقل وقت ممكن وبأقل التكاليف.
 - 4- **الذكاء الاصطناعي:** استطاع الإنسان إلى حد ما تحقيق حلمه، فها هو الحاسوب يقرأ ويتعرف على الأشياء بل ويستطيع أن يتحدث ويعطي لكل مشكلة حل، ولم يكن الإنسان ليتمكن من الوصول إلى هذه النتيجة لو لا تطور البرمجيات، مما سمح بظهور الأنظمة الخبيرة.
 - 5- **التعليم الافتراضي:** حيث تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال كإحدى البنى الأساسية وكأداة لدعم التعليم

الافتراضي، وعملت على تسهيل النفاذ إليه وبتكلفة معقولة، كما أفادت المناطق المعزولة في توصيل التعليم لها.³

6- **الاعلام الإلكتروني:** الاعلام الذي يعتمد على وسائط الاتصال التكنولوجي في اتصال وتزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات، فهو يشترك مع الاعلام العام في المبادئ والأهداف العامة.

1- بن علي فريدة، فوضيل حكيمة، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي بالمؤسسة"، مرجع سبق ذكره، ص55.

2- كريمة بن صالح، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية"، مرجع سبق ذكره، ص 23-24.

3- مرجع نفسه، ص24.

7- الصحة والطلب: تم توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مجال الصحة والتطبيب عن بعد، بهدف الرفع من المستوى الصحي لسكان الارياف والمناطق النائية، مما يقلل نفقات العلاج والسفر وكذا التبادل المعرفي بين المراكز الصحية المنتشرة في العالم.

8- المجال العسكري: حيث كان لها دور كبير في توصيل الرسائل بشكل سري بين القادة والميدان، وكذا أغراض التجسس، كما تم بواسطتها التحكم في الصواريخ الموجهة بالحاسوب والقتال الذكية وغيرها، مما أثر على أداء الجنود في المعارك. ويوجد تطبيقات أخرى لتكنولوجيا المعلومات يمكن أن نوضحها من خلال الجدول رقم(4-1):

الجدول رقم (1-4): تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

الميدان	التطبيقات	أمثلة عامة	أمثلة عن التسيير
الحساب	- الحساب العلمي - التصميمات	- علم الذرة، البحث - مكاتب الدراسات	- بحوث العمليات - المساعدة في اتخاذ القرارات
التعليم	- التعليم المساعد من طرف الحاسوب - الألعاب الالكترونية	- علم الفضاء	- الألعاب الاستراتيجية
التوثيق	- المعلومات القانونية	- قواعد المعطيات	- تسيير براءات الاختراع - قواعد المعطيات الاقتصادية
التحدث	- التعرف على الاصوات	- الرجل الالي الموجه	- التسويق الالكتروني
الصورة	- المركبات الاوتوماتيكية للجراند - تحرك العين - انشاء صورة اوتوماتيكية	- الاشهار - الرسوم المتحركة	- المخططات الخاصة - بانجاز التقارير

المصدر: كريمة بن صالح، كريمة بن صالح، " دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في اكتساب المؤسسة ميزة تنافسية"- دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس"- رسالة الماجستير، في علوم التسيير، تخصص اقتصاد تطبيقي وتسيير المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2010، ص24.

المطلب الثالث: أثار استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال

إن تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال قد احدث تطورات هائلة على مستوى المؤسسات، كما استطاعت هذه التطبيقات أن تغزو جميع المؤسسات بمختلف أنواعها، فلا نكاد نجد أيا منها يخلو بشكل أو بآخر من هذه التطبيقات، وسنسلط الضوء على أثار استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال أثرها على الجوانب المختلفة التنظيمية والاقتصادية والاجتماعية.

أولا- الاثار التنظيمية:

استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات المعاصرة خلق تحديات كبيرة تمثلت في مجالات عدة خاصة من الناحية التنظيمية، حيث تحدد العلاقة بينهما من خلال المرتكزات التالية: المركزية أو اللامركزية أو الجمع بينهما، التقليل في حجم الوظائف

والمستويات الادارية والتحول في شكل الهيكل التنظيمي من الهرمي إلى الشبكي، وسوف يتم تناول كل جانب من هذه الجوانب كما يلي:¹

1. الاتجاه نحو المركزية أو اللامركزية:

في نهاية الستينيات من القرن الماضي كان هناك تنبأ حول تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على البناء التنظيمي للمؤسسات بحيث تتجه نحو المركزية، وذلك لوفرة المعلومات مقارنة بما كان متاح في السابق وهذا ما يسمح للإدارة بأن تكون قراراتها مركزية من خلال نظام معلومات مركزي يتواجد في المقر الرئيسي ويربط جميع أجزاء المؤسسة بشبكة اتصال تتيح للإدارة نقل وتبادل المعلومات بينهما وبين جميع العاملين فيها، في حين كان يرى البعض الآخر العكس، أي أن استخدام الحاسوب سوف يدفع المؤسسات نحو التوجه إلى اللامركزية، ذلك أن الإدارة سوف لا تستطيع التغلب على المشاكل الناتجة عن كمية المعلومات التي ستولدها تكنولوجيا المعلومات والاتصال إضافة إلى ازدياد عدد القرارات المطلوب اتخاذها في المؤسسات الكبيرة.

إن التطور المستمر في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال كانه دور واضح في تبني اتجاه الجمع بين المركزية واللامركزية سواء في البناء التنظيمي أو في تصميم أنظمة المعلومات، مما يستوجب على المؤسسات أن تكيف بناءها التنظيمي بالشكل الذي يكون فيه قادراً على تحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية.

2. تقليص حجم الوظائف والمستويات الإداري:

عملت تكنولوجيا المعلومات والاتصال على زيادة التوافق بين الوظائف، وبالتالي اختيار الموارد المؤهلة الكفوة وتدريبها وتقييم أدائها وتخطيط مسارها الوظيفي، وإدارة الرواتب وتحسين نوعية وظروف العمل، كما اسهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال أدواتها المختلفة من زيادة كفاءة عملية الاتصال، وتحسين عملية التحفيز والدفاعية لدى الافراد.²

أما فيما يتعلق بتقلص عدد المستويات الادارية فإن زيادة قدرة الإدارة في الحصول على المعلومات بالسرعة والدقة الملائمة من خلال اعتمادها على أنظمة المعلومات المحوسبة سوف يساهم في تقليل الاعتماد على الإدارة الوسطى، وبالأخص ظهور شبكات الاتصال المحلية والدولية يمكن المدراء من زيادة حجم نطاق اشرافهم وهذا ما يؤدي إلى تقليص دور الإدارة الوسطى وبذلك تفلطح شكل الهيكل التنظيمي، فتقليل عدد مستوياته يجعله أكثر استجابة لمتطلبات الزبائن، وسرعة إيصال القرارات التي تتخذ في مستويات الإدارة العليا إلى المستويات التشغيلية.

3. التحول في شكل الهيكل التنظيمي:

التأثير الاجمالي على الهيكل التنظيمي، يتمثل في ظهور زيادة في الخيارات الهيكلية والبنوية للمؤسسة خاصة عند تطبيق مفهوم الشبكات التي تساهم في ربط المؤسسة داخليا وخارجيا، حيث نجد الهيكل الشبكي للمعلومات يعمل على إلغاء الحدود بين كل من المؤسسة والموردين والعملاء، وحتى المنافسين، ويسمح بنقل وتبادل المعلومات فيما بينهم، وكانعكاس لهذا المفهوم بدأت المؤسسات باعتماد التنظيم الشبكي وهيكلها التنظيمي، وذلك بأن الهياكل السابقة التقليدية تتسم بمحدودية قدراتها للاستجابة لمتطلبات البيئة الخارجية والداخلية للمؤسسات مما يفرض على المؤسسات التخلي عن التنظيم الهرمي البيروقراطي التقليدي،

¹ نجم عبد الله الحميدي و اخرون، "نظم المعلومات الادارية"، مرجع سبق ذكره، 287-291.

² مرجع نفسه، ص 291

الذي يفرض في طبيعته قيود على عملية تدفق المعلومات، في حين أن التنظيم الشبكي يساهم في تقليل المعوقات إضافة إلى تقليل تكلفة نقلها سواء داخل المنفذ أو خارجها خصوصا عندما تكون الاتصالات الدولية.

ثانيا- الآثار الاقتصادية:

تحت تأثير عصر المعلومات وثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، تغيرت عدة مفاهيم، فقد أصبح راس المال الفكري أهم نسبيا من راس المال المادي، وأصبحت المعلومات قوة وثروة تضافي على العمل قيمة مضافة لان الاقتصاد المعاش هو اقتصاد المعلومات، كما تميزت هذه الثروة بتقلها السريع عكس منتجات اقتصادية الزراعة والصناعة. ولعل الآثار الاقتصادية الناتجة عن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال تتمثل في استخدام الحاسب الالكتروني كأحد العناصر الأساسية المكونة لهذه التكنولوجيا، حيث كان لتطور استخدام الحاسبات الالية الاثر الكبير في اقتصاديات استخدام هذه التكنولوجيا، وما ذلك لما تتميز به هذه الآلات من انخفاض في مستويات أسعارها والسهولة في التشغيل والصيانة، وضمان تدفق المعلومات بشكل أفضل، بالإضافة إلى قابليتها للتوسع وتطابق أنظمة الحاسبات المختلفة وأهميتها في تعميم مفهوم المركزية واللامركزية في الهيكل التنظيمي في المؤسسة بالإضافة إلى قدرتها على تخزين كم هائل من المعلومات، وإسهامها في سرعة ودقة انجاز المهام والواجبات المطلوبة.

ثالثا- الآثار الاجتماعية:

إن تكنولوجيا المعلومات والاتصال لا تمنحنا فقط اساليب مختلفة للعمل والتفكير والترفيه، بل انها تقدم لنا ايضا بعض الخيارات الاخلاقية، والتحولت الثقافية التي تنعكس وتساعد في توجيه السلوك والتصرفات، مما يخلق أثارا على البنيان المجتمعي، والبناء القيمي يترتب على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وهذا يخلق آثار ايجابية وسلبية على المجتمع منها:

- الآثار المستقبلية على العملية التربوية وتطوير البحث العلمي والتقني وما يترتب على ذلك من خلق فلسفة جديدة في الانفتاح والتعاون الدولي في مجال المعلومات.
- كيفية تسخير هذه التكنولوجيا في حل المشكلات وتخفيف المعاناة التي يتعرض لها الافراد.
- تشجيع السلوكيات الجديدة من المطالبة بالمساواة والعدالة الاجتماعية وحرية التعبير وبناء العلاقات الشخصية وحماية حقوق الملكية والفكرية...إلخ.
- القياسات الحيوية والعمل على مكافحة الجريمة.

اما في الجانب المظلم لتكنولوجيا المعلومات والاتصال نجد بأن لها تأثيرات سلبية عديدة على الفرد والمجتمع نذكر منها: الآثار الصحية (مثل: المخاطر الصحية لشاشات العرض، الاصابة بالتعب المتكرر، مخاطر الاشاعات، المجالات الكهرومغناطيسية إدمان الانترنت والهاتف المحمول، تعب العين والصداع)، وكذلك جملة من المخاطر البيئية نذكر منها: استهلاك الطاقة، وما تخلفه على الجانب البيئي، مشكلات وحدات التصنيع والموارد المضرة للبيئة ... إلخ.

كما تم استغلال هذه التكنولوجيا في غير اهدافها، مما ساعد على نشر الجريمة في المجتمع، والمساعدة على الانتحار وتهديد الامن العام والتطرف الديني والعقائدي والدعوة للتعصب والعنصرية والترويج لسرقة المعلوماتية وانتحال الشخصيات.

خلاصة الفصل:

لقد شهد العصر الحديث تضاعف الإنتاج الفكري في مختلف المجالات، وظهور الحاجة إلى ضرورة تحقيق أقصى سيطرة ممكنة على التدفق الهائل من المعلومات، وإتاحتها للباحثين ومتخذي القرارات بأسرع وقت ممكن وبأقل جهد عن طريق استحداث أساليب جديدة في تنظيم المعلومات والتي تعتمد بالدرجة الأولى على الكمبيوتر واستخدام تكنولوجيا الاتصال، وقد جمع النظام الرقمي بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات، فترابطت شبكات الاتصال مع شبكات المعلومات مما أدى إلى ظهور مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كمفهوم موحد بسبب العلاقة الترابطية والتفاعلية، التي تمت وتعدت بينهما وبين سائر المجالات والقطاعات، وتمكنت تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال هذه المكانة بفعل المنتجات التي تقدمها والخدمات التي توفرها.

وتظهر أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في قدرتها على التواصل بين مختلف التجهيزات المتفرقة وذلك عن طريق وسائل الاتصال عن بعد، كما تمكننا الربط بين وظيفتي التصميم والتوزيع وبين المستعملين والموردين وهو ما ساعد المؤسسة البنكية على رفع مستوى الجودة والمرونة في الإنتاج، لذلك يتحتم على المؤسسة البنكية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بكفاءة وفعالية للحفاظ على مكانتها وتواجدها في ظل المنافسة المتزايدة.

تمهيد:

تعتبر الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة التي تشهدها البيئة البنكية من التحديات الكبيرة التي تواجه البنوك خاصة في ظل حدة المنافسة، فيجب أن تكون هذه الأخيرة على دراية بالتطورات التكنولوجية الحاصلة في بيئتها على العموم ولدى منافسيها على الخصوص، مما يحتم عليها البحث عن طرق للكشف عن بيئتها، ووسائل لتدعيم مصادر معلوماتها لمواجهة هذه التطورات التكنولوجية التي أصبحت أمرا حتميا من أجل اكتساب ميزة تنافسية، وتساهم القدرة التنافسية في ذلك من خلال رصد كل التطورات والمستجدات الحاصلة في الميادين التقنية والتكنولوجية التي تهم البنوك حاليا ومستقبلا، وتزويدها بمعلومات حولها للاستفادة منها.

بناء على ما سبق، سنتطرق من خلال هذا الفصل إلى المباحث التالية:

- ✓ المبحث الأول: الإطار النظري ولمفاهيمي للتنافسية البنكية.
- ✓ المبحث الثاني: الخدمة المصرفية في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- ✓ المبحث الثالث: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تدعيم استراتيجيات التنافسية البنكية.

المبحث الأول: الإطار النظري للتنافسية في البنوك

ترجع بداية ظهور وتداول مفهوم التنافسية وأساليب دعمها إلى نهاية الثمانينات من القرن العشرين حيث ظهر مفهوم التنافسية وانتشر استخدامه بعد صدور كتابات بورتر الرائدة في هذا المجال والتي اهتمت بدراسة استراتيجيات التنافس وأساليب تدعيم التنافسية من خلال المداخل الثلاثة المعروفة وهي: مدخل القيادة بالتكلفة أو مدخل الإدارة الإستراتيجية للتكلفة، إستراتيجية التميز، وكذا إستراتيجية التركيز، باعتبار أن تلك الاستراتيجيات تمثل بدائل أمام البنك تمكنه اختيار أحسنها.

وفيما يلي يتم التعرف على مدخل إلى التنافسية، ليتم بعدها التعرف على ماهية التنافسية البنكية، وفي الأخير يتم التعرف على الاستراتيجيات التنافسية للبنوك ومتطلبات تدعيمها.

المطلب الأول: عموميات حول المنافسة، الميزة التنافسية والتنافسية

سوف نتطرق من خلال هذا المطلب إلى إعطاء لمحة حول كل من المنافسة والميزة التنافسية وكذلك التنافسية كما يلي.

أولاً لمحة حول المنافسة:

سوف نتطرق من خلال هذا العنصر إلى المنافسة وأهم أنواعها على النحو الآتي:

1. مفهوم المنافسة

تعددت التعاريف لمصطلح المنافسة حسب وجهات النظر المختلفة والمراحل المعتمدة في التحليل، لذا ارتأينا عرضاً لبعض التعاريف منها ما يلي:

تعرف المنافسة على أنها: "المضاربة أو المزاومة التي يفتعلها المنتجون لسلع متشابهة بقصد تصريف منتجاتهم وتحقيق أكبر ربح ممكن، وكسب أكبر حصة في السوق".¹

كما تعرف أيضاً أنها: "تشمل كل العروض المنافسة حالياً أو المحتملة التي يمكن للمشتري أخذها بعين الاعتبار".²

2. أنواع المنافسة:

توجد عدة أنواع للمنافسة من بينها ما يلي:³

أ- **المنافسة بين أصناف المنتج الواحد:** وهي المنافسة بين الأسماء التجارية المختلفة للمنتج الواحد، ومثال لذلك أجهزة التلفزيون رغم اختلاف أحجامها وأشكالها، ومستوى جودتها إلا أنها تمثل نفس المنتج وبالتالي فأجهزة ناشيونال بأحجامها ومقاساتها المختلفة تتنافس مع بعضها من ناحية وتتنافس مع أجهزة توشيبا وسوني وغيره من الأسماء التجارية من ناحية أخرى.

ب- **المنافسة بين المنشآت:** تمثل المنافسة التي توجد بين المنشآت التي تتعامل في منتجات متشابهة، مثال ذلك المنافسة بين المنشآت في صناعة السيارات في السوق الأمريكي (بين جنرال موتورز وفورد وأمريكان موتورز).

ت- **المنافسة الشاملة:** وهي عبارة عن المنافسة التي تنشأ بين المنتجات التي تشبع نفس الحاجة الأساسية ومثال ذلك الحاجة إلى التسلية وقضاء وقت الفراغ يتنافس التلفزيون مع الراديو والسينما والمسرح وأجهزة التسجيل والكتب والمجلات المختلفة حيث تمثل جميعاً وسائل للتسلية، أما الحاجة إلى التنقل من مكان إلى الآخر نجد منافسة بين القطارات والسيارات العامة والخاصة والطائرة إذ يمثل كل منهم وسيلة لإشباع الحاجة، ومن ثمة نجد أن هذا النوع من المنافسة يرتبط بالحاجة الأساسية التي يتم إشباعها وليس بنوع المنتج الذي يحقق الإشباع.

ثانياً- الإطار المفاهيمي للميزة التنافسية:

تتفوق المؤسسات على غيرها من المنافسين من خلال تميزها بعنصر أو عدة عناصر غير قابلة للتقليد والمجارة، وهذا لتضمن مكانتها واستمرار نموها.

1. مفهوم الميزة التنافسية

¹-Kotler P, Dubois B, " Marketing Management", Edition Union Public, 10emeEdition, Paris, 2000, p 47.

²-فريد النجار، "المنافسة والترويج التطبيقي"، مؤسسة شهاب الجامعية للنشر، الإسكندرية، 1999، ص 20.

³- <http://www.univbiskra.net/index.php?topic=137980>.(consulté le :13/03/2016).

تعددت التعاريف لمصطلح الميزة التنافسية حسب الباحثين والمختصين فيها، ويمكن عرض بعض من هذه التعاريف على النحو الآتي:

- لقد عرف Porter الميزة التنافسية على أنها: "تتمثل في ذلك الاختلاف والتميز الذي ملكه المؤسسة عن منافسيها والذي سيؤهلها إلى تحقيق مزايا عدة منها الحصول على عوائد مرتفعة وتطبيق أسعار جد متحفظة وحصول على حصة سوقية أكبر والنمو والبقاء أطول ما يمكن"¹.

- كما يمكن تعريفها على أنها: "الموقع الفريد الذي تطوره المؤسسة مقابل منافسيها عن طريق نشر الموارد ومن خلال ذلك فالميزة التنافسية تتحقق عن طريق القدرات، حيث تم اعتبارها شيء يمكن استخدامه ضمن إستراتيجية المؤسسة"².

2. خصائص الميزة التنافسية:

تتميز الميزة التنافسية بالخصائص التالية³:

- تأسس على المدى الطويل باعتبارها تختص بالفرص في المستقبل.
- تبني وتصاغ على اختلاف وليس تشابه.
- تكون غالباً مركزة جغرافياً.
- الميزة تتبع من خاصية المنظمة في أنشطتها أو في قيمة ما تقدمه المنظمة أي أنها يجب أن تؤدي إلى تحقيق التفوق والأفضلية على المنافسين.
- تقودها رغبات واحتياجات العميل، تقدم الشركة قيمة لعملائها لا يستطيع المنافسين تقديمها.
- تجعل الموارد الفريدة للتنظيم منفقة مع الفرص الموجودة في البيئة، ليس لشركتين نفس الموارد تستخدم الإستراتيجية الجيدة والموارد بفعالية
- تكون دائمة ومستمرة، ومن الصعب أن يقلدها المنافسين، فيمكن لهم الأبحاث والتطور على سبيل المثال أن يطور منتجات أو عمليات جديدة بصورة منسقة للبقاء متفوقاً على المنافسين.
- تقدم الأساس لمزيد من التحسين
- تقدم الاتجاه والتحفيز للتنظيم ككله.
- إنها تتحقق لمدة طويلة ولا تزول بسرعة عندما يتم تطويرها وتجديدها.

ثالثاً- أساسيات حول التنافسية:

أخذ موضوع التنافسية يحظى باهتمام كبير واسع النطاق في عالم أصبح يتسم بزيادة نسبة التبادل في المنتجات والخدمات البنكية، وسنحاول فيما يأتي التعرف على مفهوم التنافسية وأهم مداخل تطويرها.

1. مفهوم التنافسية:

¹- طارق طه، "إدارة البنوك ونظم المعلومات المصرفية"، دار الكتب للنشر، القاهرة، مصر، 2000، ص 117.
ميشال بورتر: ولد الأمريكي مشال في مايو 23-1947 بـ أن اربور، ميشيغان بروفيسور جامعة بيتشوب في مدرسة هارفرد للأعمال، هو أحد القادة النافذين في مجال إستراتيجية الشركات وتنافسية الدول والمناطق، يعتبر أول من أصدر كتاب التنافسية الإستراتيجية (1980)، الذي كتبه في الثلاثينات من العمر، هذا الكتاب الذي تم نشره بتسعة عشر لغة وأعيد طبعه لما يقرب من ستين مرة، هو بمثابة دليل الاختيار الاستراتيجي للمديرين في جميع أنحاء العالم.

²- علاء فرحان طالب، "إستراتيجية المحيط الأزرق والميزة التنافسية المستدامة"، دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن 2012، ص 141.

³- حسين علي الزغبى، "نظم المعلومات الإستراتيجية"، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، الأردن، 2005، ص ص 138-

مما لا شك فيه أن مفهوم التنافسية لا زال يخضع لمناظرات العديد من الباحثين والأكاديميين المختصين فهناك العديد من التعاريف نذكر منها ما يلي:

على مستوى الدولة: تعرفها منظمة التعاون والاقتصاد والتنمية(OECD) على أنها:"الدرجة التي يمكن وفها وفي شروط سوق حرة وعادلة إنتاج السلع والخدمات التي تواجه أدواق الأسواق الدولية في الوقت التي تحافظ فيه على توسع الدول الحقيقية للشعوب على المدى الطويل".¹

أما المجلس الأمريكي للسياسة التنافسية فقد عرفها بأنها:"قدرة الدولة على إنتاج سلع وخدمات تتنافس في الأسواق العالمية وفي نفس الوقت تحقق مطردة في الأجل الطويل".²

على مستوى القطاع:"تعتبر على قدرة شركات قطاع صناعي معين في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية".³

على مستوى المنظمة:يقصد بها "الجهود، الإجراءات، الابتكارات، والضغوط وكافة الفعاليات الإدارية التسويقية الإنتاجية، والتطويرية التي تمارسها المؤسسات من أجل الحصول على شريحة أكبر ورقعة أكثر اتساعا في الأسواق التي تهتم بها".⁴

كما تعرف على أنها:"قدرة تميز المنظمة على المنافسين في الجودة، السعر، توقيت التسليم أو الخدمات ما قبل أو بعد البيع وفي الابتكار والقدرة على التغيير السريع الفاعل".⁵

وتهدف التنافسية إلى تحقيق عدة أهداف أهمها:

✓ تحقيق درجة عالية من الكفاءة.

✓ التطوير والتحسين المستمر للأداء.

✓ تساعد على زيادة الأرباح.

2. المرتكزات الأساسية للتنافسية ومعوقاتها:

تتمثل فيما يلي:⁶

أ.المرتكزات الأساسية:

✓ تحقيق وتعظيم كافة الأطراف المعنية، من خلال تقديم خدمات ومنتجات متميزة مقارنة بالمنافسين.

✓ تحديد الاحتياجات الحالية والمستقبلية للمستهلك ومن ثم تلبيتها بطريقة أفضل من منافسيها.

✓ السرعة في اقتناص فرصة تحقيق مزايا تنافسية وذلك قبل أن يسبق إليها المنافسين.

1- محمد عدنان وديع، "القدرة التنافسية وقياسها"، سلسلة جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، ديسمبر 2003، العدد 24، ص5.

2- عبد القادر بريش، محمد زيدان، "دور الحكومة في تدعيم التنافسية (حالة الجزائر)"، في المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومة، جامعة ورقلة، الجزائر، 8-9 مارس 2005، ص15.

* OECD : Organization For Economic Co-operation and Development.

3- فارس مسدور، كمال زريق، "مفهوم التنافسية"، ورقة بحث مقدمة ضمن الملتقى الدولي حول تنافسية المؤسسة الاقتصادية وتحولات المحيط المنعقد جامعة بسكرة، الجزائر 29-30 أكتوبر 2002، ص 105.

4-http // www.clubnada.jeeran.com (consulté le :12/04/2015).

5- أحمد سيد مصطفى، "التنافسية في القرن الحادي والعشرين (مدخل إنتاجي)"، دار النشر، مصر، 2003، ص 15.

6- مخفي أمين، بن شني يوسف، "دور الاستراتيجيات التنافسية في إنشاء ميزات تنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات"، ورقة بحث مقدمة ضمن الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة مستغانم، وهران، ص ص 6-7.

- ✓ القدرة على مفاجأة وإبهار الآخرين من خلال ميزة تنافسية جديدة.
- ✓ استخدام سلسلة من التكتيكات لخلق ميزة تنافسية مؤقتة مما يغير في قواعد لعبة المنافسة.
- ✓ الإعلان عن الأفعال الإستراتيجية المرغوب اتخاذها مما يسمح بتعطيل ردود المنافسين.
- ✓ تنظيم خطوات متتابعة ومتناسقة للتطور الاستراتيجي مما يسمح بخلق فرص تسويقية جديدة أكبر.

ب. معوقات التنافسية:

- ✓ ضعف الهياكل التنظيمية في المجتمع.
- ✓ انخفاض مستوى المورد البشري وتخلف الاتصالات الإدارية.
- ✓ غياب قاعدة البيانات ومنظومة والمعلومات الإدارية.
- ✓ غياب حرية المديرين والمسيرين.
- ✓ غياب روح الفريق وحلقات الجودة.
- ✓ تدهور المناخ التنظيمي والسلوك التنظيمي الفعال.
- ✓ غياب الأداء الأفضل في العمليات.
- ✓ الفشل في قياس الفرص والتعرف على التهديدات البيئية.

4. أنواع التنافسية:

تصنف التنافسية إلى:¹

• التنافسية بحسب الموضوع: وتتضمن:

- ✓ **تنافسية المنتج:** تعتبر تنافسية المنتج شرطا لازما لتنافسية المؤسسة لكنه ليس كاف، وكثيرا ما يعتمد على سعر التكلفة كمعيار وحيد لتقويم تنافسية منتج معين، ويعد ذلك أمرا مضللا، باعتبار أن هناك معايير أخرى قد تكون أكثر دلالة كالجودة وخدمات ما بعد البيع، وعليه يجب اختيار معايير معبرة تمكن من التعرف الدقيق على وضعية المنتج في السوق في وقت معين.

- ✓ **تنافسية المؤسسة:** ويتم تقويمها على مستوى أشمل من تلك المتعلقة بالمنتج، فالتقويم المالي لهذا الأخير يتم بالاستناد إلى الهامش الذي ينتجه، أما تنافسية المؤسسة فيتم تقويمها اخذين بعين الاعتبار هوامش كل المنتجات من جهة والأعباء الإجمالية، ونجد من بينها النفقات العامة، نفقات البحث والتطوير المصاريف المالية.... الخ، من جهة أخرى إذا فاقت هذه المصاريف والنفقات والهوامش واستمر ذلك مدة أطول فإن ذلك سيؤدي إلى خسائر كبيرة يصعب على المؤسسة تحملها، ومن ثم فهي مطالبة بتقديم قيمة لربانها ولا يتم ذلك إلا إذا حققت قيمة مضافة في كل مستوياتها.

• التنافسية وفق الزمن: وتتمثل في:

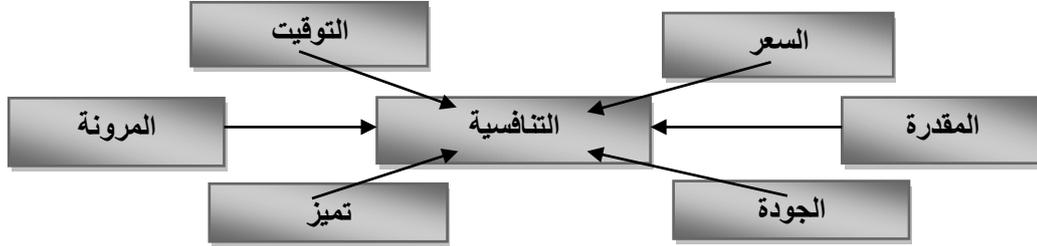
- ✓ **التنافسية الملحوظة:** تعتمد هذه التنافسية على النتائج الايجابية المحققة خلال دورة محاسبية، غير أنه يجب ألا نتفاعل بشأن هذه النتائج لكونها قد تنجم عن فرصة عابرة في السوق، أو عن ظروف جعلت المؤسسة في وضعية احتكارية، فالنتائج الايجابية في المدى القصير قد لا تكون كذلك في المدى الطويل.

- ✓ **القدرة التنافسية:** وتعد بمثابة عامل هام في تحديد مدى نجاح أو فشل مؤسسة ما، فهي تعبر عن جوانب التفوق والتميز التي تحقق للمؤسسة ميزة تنافسية حيث تختص

¹ - عمار بوشناف، "الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية"، رسالة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002 ص11.

بالمفرص المستقبلية وبنظرة طويلة المدى والقدرة التنافسية تستند إلى مجموعة من المعايير والسبل الضرورية التي تبقي المؤسسة صامدة وسط بيئة مضطربة، ومن أمثلة هذه السبل: السعر، الجودة، تميز السلعة، المرونة، وأخيرا الوقت.

شكل رقم: (2-1): سبل تحقيق القدرة التنافسية لمؤسسة ما.



المصدر: د.نبيل محمد مرسي، إستراتيجية الإنتاج والعمليات (مدخل استراتيجي)، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2002 ص 30.

وفيما يلي شرح لأهم هذه العناصر:¹

- **السعر:** وهو المبلغ الذي يدفعه الزبون من أجل الحصول على السلعة وعادة ما يختار السلعة أو الخدمة ذات السعر الأقل، ولهذا تعمل المؤسسات المتنافسة على أساس السعر على تحقيق هوامش الربح منخفضة وفي نفس الوقت تخفض تكاليف الإنتاج.
- **الجودة:** وتعرف الجودة على أنها ملائمة المنتج للمستخدم، ويشير أحد العلماء إلى أن الاهتمام بالجودة يتم التأكيد عليه ليس فقط في عملية التصنيع الخاص بالشركة ولكن أيضا في اهتمامنا بالتكلفة والخدمة والسرعة والإبداع.
- **تميز السلعة أو الخدمة:** وتشير إلى صفحات خاصة في السلعة أو الخدمة تجعل المشتري يدرك أنها أكثر مناسبة مقارنة بسلعة أو خدمة مقدمة من طرف مؤسسة أخرى منافسة.
- **المرونة:** وهي المقدرة والسرعة على التجاوب مع التغيرات، فالمؤسسة الأفضل هي التي تستجيب للتغيرات وهذا ما يزيد من قدرتها التنافسية.
- **التوقيت:** وتشير إلى غدة جوانب في المؤسسة منها مدى السرعة في تسليم السلعة أو تقديم الخدمة للزبون وكذا مدى السرعة في تطوير وتنمية سلع أو خدمات جديدة إلى السوق.

المطلب الثاني: الإطار النظري للتنافسية البنكية

إن تحسين القدرة التنافسية يمكن تحقيقه من خلال تحسين الموارد والإمكانيات المتاحة كما ونوعا.

أولا- مدخل حول البنوك:

تعد البنوك بمختلف أنواعها إحدى أدوات النظام الاقتصادي الهامة، ونظرا لأهمية الدور الذي تلعبه البنوك وخصوصية نشاطها كان لا بد من التطرق إليها بشيء من التفصيل.

1. مفهوم البنوك: يمكن تعريف البنك كما يلي:

- البنك هو " المنشأة التي تتخذ من الإيجار بالنقود حرفة لها".²

¹ - مرجع نفسه، ص ص 12-13.

² - عبد الحليم كراجه، "محاسبة البنوك"، دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 12.

الفصل الثاني: تنافسية البنوك في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الفصل الثاني تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كادات لتعزيز تنافسية البنوك

- البنك هو " منشأة تهدف أساس إلى تحقيق الربح وذلك بجانب المساهمة في تنمية الاقتصاد القومي.¹

2. أهمية البنوك: تظهر أهمية البنوك في العصر الحديث بأدائها أرصدة ضخمة من الودائع الصغيرة على مستوى الوفورات المحققة من الحجم الكبير" وذلك كما يلي:²
- ✓ بدون هذه الوساطة يتعين على صاحب رأس المال أن يجد المستثمر المطلوب والعكس بالشروط والمدة الملائمة للاتنين.
 - ✓ بدون المصارف تكون المخاطرة أمر لاقتصار المشاركة على مشروع واحد.
 - ✓ نظرا لتنوع استثمارات المصارف فإنها توزع المخاطر مما يجعل في الإمكان الدخول في مشاريع ذات مخاطرة عالية.
 - ✓ يمكن للمصارف ونظرا لكبر حجم الأرصدة أن تدخل في مشاريع طويلة الأجل.
 - ✓ إن وساطة البنوك تزيد من سيولة الاقتصاد بتقديم أصول قريبة من النقود تدر عائدا مما يقلل الطلب على النقود.

ثانيا- الإطار النظري للتنافسية في البنوك:

أخذ موضوع التنافسية يحظى باهتمام واسع النطاق في عالم أصبح يتسم بزيادة نسبة التبادل في المنتجات والخدمات البنكية، وفيما يأتي التعرف على مفهوم التنافسية البنكية وأنواعها.

1. مفهوم التنافسية في البنوك:

تعددت تعاريف التنافسية البنكية ونذكر منها ما يلي:

تعرف التنافسية على أنها: "المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للبنك إنتاج قيم ومنافع للزبائن تزيد عما يقدمه لهم المنافسين، ويؤكد تميزها واختلافها عن هؤلاء المنافسين من وجهة نظر الزبائن الذين يتقبلون هذا الاختلاف والتميز".³

كما يمكن تعريفها بأنها: "تمثل في الكيفية التي تستطيع بها المنظمة أن تستخدم تدابير وإجراءات معينة إلى تميزها عن منافسيها وتحقق لنفسها التفوق والتميز عليهم".⁴

من جهة أخرى عرفت التنافسية على أنها: "قدرة وفرص البنوك الراهنة والمستقبلية على تصميم، إنتاج، وتسويق منتجات في بيئاتهم المحيطة بهم، والتي تشكل خصائصها السعرية وغير السعرية أكثر جاذبية من منافسيها".⁵

ومن خلال التعاريف السابقة يعتبر البنك قادرا على المنافسة إذا استطاع المحافظة على حصته في السوق أو زيادتها عبر الزمن، لذلك فإن بناء قدرة تنافسية للبنك يتجاوز النظر إلى المظاهر المنفردة لبعض ما قد يتميز به البنك من قدرة في مجالات محددة، ولكن الأهم هو

1- حسين جميل البديري، "البنوك مدخل محاسبي وإداري"، مؤسسة وراق للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص13.

2- محمد عبد الفتاح الصيرفي، "إدارة البنوك"، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 18.

3- علي السلمي، "إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية"، دار غريب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2001، ص104.

4- عازب الشيخ أحمد، غربي العيد، "دعم القدرات التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر وفق إدارة الجودة الشاملة"، ورقة بحث مقدمة ضمن الملتقى الوطني حول: واقع وأفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة الوادي، يومي 5-6 ماي 2013، ص 14.

5- خيارى زهية، شاوي شافية، "القدرة التنافسية للصناعة التحويلية"، ورقة بحث مقدمة ضمن الملتقى الدولي حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسة الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، 2010، ص 3.

الفصل الثاني: تنافسية البنوك في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الفصل الثاني تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كادات لتعزيز تنافسية البنوك

النظر إلى القدرات الكلية التي تتشكل منها التنافسية في معناها الشامل وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (1-2):

الجدول رقم (1-2): يوضح القدرات التي تتشكل منها القدرة التنافسية للبنك

النتيجة	القدرات المتاحة للبنك
قدرة التنافسية تحقق التميز على المنافسين وتخلق قيمة تنافسية.	1. قدرات معلوماتية: نظم المعلومات والاتصال الفعال، ورصيد المعرفة المتاح من عناصر نظم الأعمال ومتغيرات السوق.
	2. قدرة تنظيمية: التنظيم الشبكي المرن المبني على أساس معلوماتي والمتفتح على البيئة.
	3. قدرة إنتاجية: الطاقات الإنتاجية والنظم والإمكانيات البحثية والتطويرية القادرة على إنتاج خدمات متميزة.
	4. قدرة تسويقية: أساليب وإمكانيات الاتصال البحثية والتطويرية القادرة على إنتاج سلع وخدمات متطورة.
	5. قدرة بشرية: الموارد البشرية المدربة والمتحمسة والطاقات الذهنية المبدعة والراغبة في المشاركة.
	6. قدرة تمويلية: الموارد المالية والمادية المباشرة.
	7. قدرة قيادية: القيادات المتفوقة ذات الرؤية والالتزام بالابتكار والتطوير والمرونة.

المصدر: أحمد التوني، الاندماج المصرفي، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص 142.

من خلال الجدول أعلاه نجد أن القدرات التي تتشكل منها القدرة التنافسية للبنك تتنوع إلى قدرات معلوماتية، تنظيمية، إنتاجية، تسويقية، بشرية، تمويلية، وأخيرا قيادية، حيث تؤدي هذه القدرات كلها إلى تحقيق التميز على المنافسين وبالتالي تحقق ميزة تنافسية مستمرة تؤدي إلى تحسين وتعزيز مركزه التنافسي في السوق البنكية.

2- مؤشرات قياس التنافسية

للتعرف على مدى تنافسية المؤسسات يتم الاعتماد على مجموعة من المؤشرات التي تقيس درجة التنافسية ومن أهم المؤشرات ما يلي:¹

أ- **مؤشر الربحية:** تعد الربحية مؤشرا كافيا على التنافسية الحالية للمؤسسة، كما تشكل الحصة من السوق مؤشرا على التنافسية إذا كانت المؤسسة تعظم أرباحها أي أنها لا تتنازل عن الربح بمجرد رفع حصتها من السوق، ولكن يمكن أن تكون تنافسية في سوق يتجه هو ذاته نحو التراجع وبذلك فإن تنافسيتها الحالية لن تكون ضامنة لربحيها المستقبلية.

وبذلك فإن البقاء في السوق لفترة من الزمن يعتمد على إنتاجية المؤسسة وتكلفة عوامل إنتاجها، وكذلك على الجاذبية النسبية لمنتجاتها على امتداد فترة طويلة وعلى إنفاقها الحالي على البحث والتطوير وبراءات الاختراع التي تحصل عليها إضافة إلى العديد من العناصر الأخرى.

ب- مؤشر التكلفة:

¹ - محمد الطيب دويس، "براءة الاختراع مؤشر لقياس تنافسية المؤسسات والدول (حالة الجزائر)"، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص: نقود، جامعة ورقلة، 2005، ص 10.

الفصل الثاني: تنافسية البنوك في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الفصل الثاني تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كادات لتعزيز تنافسية البنوك

حسب النموذج النظري للمنافسة الزهية تكون المؤسسة غير تنافسية إذا كانت تكلفة الصنع المتوسطة تتجاوز سعر منتجاتها في الأسواق، أما لانخفاض إنتاجيتها وأن عوامل الإنتاج مكلفة كثيرا، أو السببين معا وإنتاجية ضعيفة يمكن أن تكون نتيجة تسيير غير فعال. إن تكلفة الصنع المتوسطة بالقياس إلى تكلفة المنافسين تمثل مؤشرا كافيا عن التنافسية في فرع نشاط ذي إنتاج متجانس، ما لم يكن ضعف التكلفة على حساب الربحية المستقبلية للمشروع، ويمكن لتكلفة وحدة العمل أن تمثل بديلا جيدا عن تكلفة الصنع المتوسطة عندما تكون تكلفة اليد العاملة تشكل النسبة من التكلفة الإجمالية.

ث- مؤشرات الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج:

يشير مصطلح الإنتاجية بصفة عامة إلى نسبة المخرجات إلى المدخلات وتشمل المدخلات ساعات العمل أي تكلفتها وتكاليف الآلات والمعدات، بينما تشمل المخرجات المبيعات، الدخل، الحصة السوقية، وتقيس الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج فاعلية المؤسسة في تحويل مدخلاتها من عوامل الإنتاج إلى مخرجات أو منتجات وخدمات. فانخفاض إنتاجية مؤسسة ما بالنسبة لإنتاجية غيرها من المؤسسات التي تنتج السلعة أو الخدمة ذاتها، يعني أن هذه المؤسسة تنتج تلك السلعة أو الخدمة بتكاليف عالية ومع استمرار الارتفاع في تكلفة الإنتاج نجد أن تلك المؤسسة تفقد مبيعاتها حيث يتحول العملاء إلى البائعين الأقل تكلفة، وبذلك أنه توجد علاقة وثيقة بين الإنتاجية والحصة من السوق، ويمكن إرجاع ارتفاع الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج إلى التغييرات التقنية أو إلى تحقيق وفورات الحجم.¹

ج- مؤشر الحصة السوقية:

من الممكن لمؤسسة ما أن تكون مربحة وتستحوذ على جزء هام من السوق الداخلية بدون أن تكون تنافسية على المستوى الدولي، ويحصل هذا عندما تكون السوق المحلية محمية بعوائق التجارة الدولية، كما يمكن للمؤسسات الوطنية أن تكون ذات ربحية أنية، ولكنها غير قادرة على الاحتفاظ بالمنافسة عند تحرير التجارة، ولتقدير الاحتمال لهذا الحدث يجب مقارنة تكاليف المؤسسة مع تكاليف المنافسين الدوليين المحتملين، وعندما تكون هناك حالة توازن تعظم المنافع ضمن قطاع نشاط ما ذي إنتاج متجانس فإنه كلما كانت التكلفة الحدية للمؤسسة ضعيفة بالقياس إلى تكاليف منافسيها، كلما كانت حصتها من السوق أكبر وكانت المؤسسة أكثر ربحية مع افتراض تساوي الأمور الأخرى، فالحصة من السوق تترجم المزايا في الإنتاجية أو في تكلفة عوامل الإنتاج.²

المطلب الثالث: الاستراتيجيات التنافسية للبنوك ومتطلبات تدعيمها

تهدف دراسة جوانب القوة والضعف في البنوك أساسا إلى محاولة زيادة قدرتها على المنافسة، وتعتبر الاستراتيجيات التنافسية من أهم العناصر التي تمكن المنظمة من تحقيق أداء أفضل مقارنة بمنافسيها.

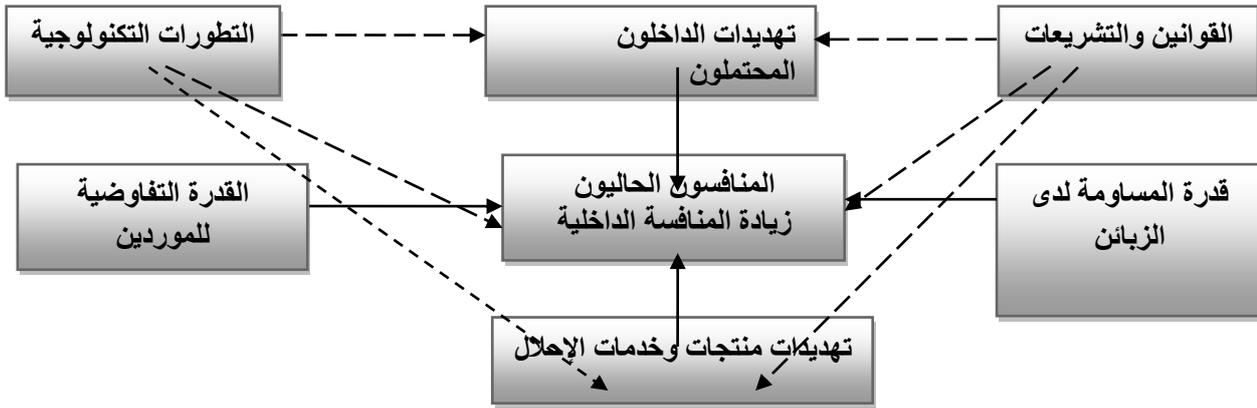
أولا- الاستراتيجيات التنافسية للبنك:

1 - مصطفى محمود أبو بكر، "الموارد البشرية- مدخل لتحقيق الميزة التنافسية"- الدار الجامعية، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية، 2007 ص 33.
2 - محمد الطيب دويس، "براءة الاختراع مؤشر لقياس تنافسية المؤسسات والدول (حالة الجزائر)، مرجع سبق ذكره، ص 11-12.

الفصل الثاني: تنافسية البنوك في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الفصل الثاني تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كادات لتعزير تنافسية البنوك

قبل الخوض في الاستراتيجيات التنافسية التي تتبعها البنوك وجبت الإشارة إلى القوى المؤثرة على المنافسة بين البنوك، حيث يرى بورتر أن المنافسة في أي صناعة ما هي إلا محصلة لخمس قوى للتنافس، هذه القوى هي التي تتحكم فيها وتؤثر في درجتها، وعلى غرار الصناعات الأخرى ينطبق هذا النموذج على الصناعات البنكية¹ ويمكن توضيح هذه القوى في الشكل (2-2):

شكل رقم (2-2): قوى المنافسة المؤثرة على الصناعة البنكية حسب بورتر



Source: zollinger, Monique, lamarqueeric, **marketing et stratégie de la banque**, édition du nord, paris, 5eme édition, 2008, p 181.

وفيما يلي شرح لهذه القوى:²

- 1. المنافسة بين البنوك الحالية:** نميز هنا بين نوعين من المنافسة:
 - ✓ منافسة داخلية: وهي نتيجة تعدد البنوك في السوق المحلية، إلى جانب وجود منافسة أخرى من البنوك الأجنبية العاملة في ذلك البلد.
 - ✓ منافسة خارجية: تأتي هذه المنافسة بشكل رئيسي من بنوك خارج الحدود، استفادت وتستفيد من مزايا الانفتاح والتحرر، وتكون هذه المنافسة من بنوك تمتلك موارد غير محدودة مدعومة بمعرفة فنية متقدمة إلى جانب امتلاكها لأحدث النظم المعلوماتية.
 - 2. تهديدات دخول منافسين جدد:** تتأثر المنافسة بدخول بنوك جديدة والتي تشكل تهديدات للبنوك القائمة أين تجذب زبائنها وتفتك منها حصصا إضافية.
 - 3. تهديدات المنتجات وخدمات الإحلال:** تؤثر خاصية منتجات إحلال منتجات وخدمات بديلة محل منتجات أخرى على أرباح البنوك، وبالتالي على وضعياتها التنافسية.
 - 4. قدرة المساومة لدى الزبائن:** يعتبر الزبائن إحدى أهم القوى المؤثرة على المنافسة بين البنوك، وذلك من خلال قدرتهم على مساومتها وتأثيرهم على ربحيتها ويكون ذلك إما بالمطالبة بأسعار منخفضة، جودة عالية أو بالمزيد من الخدمات.
 - 5. القدرة التفاوضية للموردين:** وتعني ازدياد قدرة الموردين على الضغط على البنك، وتزداد قدرتهم التفاوضية عندما يزودون البنك بمورد مهم لا يمكن الاستغناء عنه.
- وفيما يلي أهم الاستراتيجيات التنافسية حسب بورتر M'porter:

¹- أسماء كراغلي، "اليقظة التكنولوجية كأداة لزيادة القدرة التنافسية للبنوك- دراسة مرجعية مقارنة للبنوك العاملة بمقر ولاية البويرة"، رسالة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة بومرداس، 2013، ص 40.

²- مرجع نفسه، ص 41.

الفصل الثاني: تنافسية البنوك في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الفصل الثاني تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كادات لتعزيز تنافسية البنوك

1. إستراتيجية قيادة التكلفة: ترفع التكلفة الأقل من درجة منافسة البنك من خلال تأثيرها على خلق أسعار تنافسية له، وتهدف إستراتيجية قيادة التكلفة إلى تحقيق تكلفة أقل مقارنة بالمنافسين، ويركز البنك من خلالها على تخفيض أسعار خدماته مقارنة بأسعار خدمات البنوك المنافسة، ومن ثم يصبح البنك قائدا في مجال نشاطه بسبب تميزه في تقديم خدمات بأسعار جد تنافسية يعجز المنافسين عن تحقيقها.¹

2. إستراتيجية التمايز: ضمن هذه الإستراتيجية يركز البنك جهوده على تقديم خدمات متميزة ذات قيمة أعظم للزبائن، خدمات لا يستطيع المنافسون تقليدها بسهولة أو عمل نسخة منها، وتتعكس في سعر أعلى يكون الزبائن راغبين ومستعدين لدفعه مقابل الحصول على تلك الخدمة.²

والفكرة الجوهرية وراء التميز تتمثل في أن تقدم للعميل تدعيما مهما للسلعة أو الخدمة.³

3. إستراتيجية التركيز: تستند على أساس اختيار مجال تنافسي محدود في داخل قطاع الصناعة بحيث يتم التركيز على جزء معين من السوق الكلي، وتكثيف نشاط المنظمة في هذا الجزء والعمل على استبعاد الآخرين ومنعهم من التأثير في حصة المنظمة.⁴

4. تكامل إستراتيجية التكلفة الأقل والتميز: بعد التطور الحاصل في بيئة الأعمال أدركت المؤسسات بما فيها البنوك أن الدمج بين الاستراتيجيات هو الأجدر بالتبني للاستفادة أكبر من مزاياهما، كذلك فإن المنفعة الأساسية المتحققة للبنك الذي يتبنى الاستراتيجيتين معا تكمن في صعوبة محاكاة وتقليد المنافسين للمزايا التي تمتلكها هذه البنوك، حيث تكمن هذه الإستراتيجية من تزويد الزبائن بنوعين من القيمة تمايز المنتج وبأقل الأسعار في نفس الوقت.⁵

والجدول (2-2) يوضح مختلف الاستراتيجيات:

جدول رقم(2-2): المؤشرات العملية المصاحبة لممارسة الاستراتيجيات التنافسية للمؤسسة.

إستراتيجية التركيز مع التمايز	إستراتيجية التركيز مع تخفيض التكلفة	إستراتيجية التمايز	إستراتيجية قيادة التكلفة
- تقديم المنتجات الخاصة. - إنتاج سلع وخدمات للحصص السوقية ذات الأسعار العالية.	- تقديم خدمة مميزة للزبون. - تحسين الكفاءة. - الرقابة على العاملين في	- تقليل تكاليف التوزيع.	- الإبداع في التكنولوجيا والابتكار. - تعزيز الإبداع. - حصة سوقية كبيرة.

- 1- عبد الكريم البشير، إبراهيم براهيمية، "تكنولوجيا الإنتاج كمصدر لميزة التكلفة الأقل"، ورقة بحث مقدمة ضمن الملتقى الدولي حول المعرفة وتكوين المزايا التنافسية للدول العربية، جامعة الشلف، 2007، ص 8.
- 2- كاظم نزار الركباني، "الإدارة الإستراتيجية- العولمة والمنافسة"، دار وائل للنشر، الأردن، الطبعة الأولى، 2004، ص 163.
- 3- روبرت. أبتس. ديفيد لي، ترجمة عبد الحكم الخزامي، "الإدارة الإستراتيجية (بناء الميزة التنافسية)"، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، مصر ص 323.
- 4- د. عز الدين علي السويسي، د. نعمة عباس الخفاجي، "الميزة التنافسية وفق منظور استراتيجيات التغيير التنظيمي"، دار الأيام للنشر والتوزيع عمان، الأردن، 2014، ص 77.
- 5- أسماء كرغلي، "البقطة التكنولوجية كأداة لزيادة القدرة التنافسية للبنوك- دراسة مرجعية مقارنة للبنوك العاملة بمقر ولاية البويرة"-مرجع سبق ذكره، ص44.

الصف الأمامي.		
---------------	--	--

Sours: akon.o.allen, R.S.helm, mm&spralls.S.A, 2006, p 14

ثانيا- متطلبات تدعيم تنافسية البنوك:

تتمثل متطلبات تدعيم تنافسية البنوك فيما يلي:¹

1. تطوير وتنويع الخدمات البنكية: في ظل المنافسة المحتدمة التي أصبحت تواجهها البنوك، يعد إلزاما على البنوك إذا أرادت الاستمرار في ظل الساحة والمحافظة على حصتها السوقية، أن تقدم حزمة متكاملة من الخدمات البنكية تجمع ما بين التقليدي والمستحدث، وذلك حتى تستطيع الاحتفاظ بزبائنها.

2. الارتقاء بالعنصر البشري: غنى عن البيان أن العنصر البشري يعد من الركائز الأساسية في العمل البنكي فعلى الرغم من الجهود التي تبذل من قبل البنوك لتطوير الخدمة البنكية، إلا أن هذه الجهود سوف تظل محدودة النتائج ما لم يتواكب معها تطوير إمكانيات العاملين وقدراتهم اللازمة لاستيعاب التطورات المتلاحقة في مجال الخدمات البنكية.

3. تطوير التسويق البنكي: يعد تبني مفهوم التسويق البنكي أمرا ملحا في ظل التطورات المتلاحقة التي تشهدها الساحة البنكية والتي تبلورت أهم ملامحها في احتدام المنافسة، ومن أهم ركائز التسويق البنكي التي يجب التركيز عليها السعي نحو الزبون بمعرفة احتياجاته، وكذا تصميم مزيج الخدمات البنكية بما يكفل إشباع رغبات واحتياجات الزبائن.

4. ضرورة توفير نظام جيد للمعلومات: وهذا لجمع المعلومات الدقيقة والكافية في الوقت الملائم وتحليلها لاتخاذ قرارات سليمة ووضع تصور شامل للأوضاع في البيئة البنكية حيث تعتبر المعلومات أحد الموارد الإستراتيجية في أي مؤسسة بما فيها البنوك، حيث لا يمكن أداء العديد من العمليات الأساسية، أو اتخاذ القرار المناسب بدونها، خاصة لمواكبة التغير الحاصل في البيئة، وتؤدي المعلومات دورها في حالة حسن استغلالها من حيث الانتقاء، والتوقيت ومجال وطرق الاستخدام.

5. الاهتمام بإدارة المخاطر: في ضوء ما شهدته الصناعة البنكية من انفتاح غير مسبوق على الأسواق المالية العالمية والتطور التكنولوجي السريع، لا بد أن تركز في مضمونها على إدارة المخاطر.

المبحث الثاني: الخدمة المصرفية في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال

لقد ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل البنوك، مما شكل عاملا مساعدا لإعادة النظر في الخدمة المصرفية ومحاولة إلحاقها بالتطورات الحاصلة في كل المجالات خاصة أمام التوسع الكبير الذي تشهده التجارة الالكترونية والاستخدام الواسع للانترنت، وجدت المصارف نفسها مجبرة على السير في اتجاه دمج واستخدام كل ما تقدمه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من وسائل وأنظمة في نشاطها بهدف الاستعداد للمتطلبات الجديدة والدخول في الاقتصاد الجديد المعروف بالاقتصاد الرقمي الذي يتميز بالسرعة والتغير المستمر.

المطلب الأول: قنوات عرض الخدمة المصرفية عن بعد

1- عبد القادر بربيش، "التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك"، أطروحة الدكتوراه (غير منشورة) كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006، ص ص 46-45.

إن النجاح الذي حققته المؤسسات المالية الغير المصرفية في عرضها لخدمات عن بعد وخاصة الالكترونية أثبتت أن الهيئات المصرفية ليست ضرورية لعرض العديد من الخدمات المصرفية، الأمر الذي دفع المصارف لمواجهة هذا الوضع والتصدي للمنافسة والمحافظة على عملائها، حيث أصبحت تتبنى بصورة مستمرة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، إذا استخدمت أدوات الاتصال المختلفة في عرض خدماته منها: البريد، الهاتف، المنتال، الشباك الآلي البنكي، الموزع الآلي للنقود، الهاتف النقال، الحساب الآلي، كما استغلت المصارف التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال خاصة تلك التي شهدتها الانترنت عند ربطه بالعديد من وسائل الاتصال وبهدف تحقيق عامل السرعة والكفاءة، تبنت المصارف القنوات الالكترونية التي تعتبر من أهم القنوات في الوقت الحالي، الأمر الذي دفعنا للتركيز عليها في دراستنا، كما سنتطرق من خلال هذا المطلب إلى باقي القنوات الخاصة بعرض الخدمات المصرفية عن بعد وذلك حسب تسلسلها الزمني.

أولا- القنوات المصرفية التقليدية:

اعتمدت المصارف عدد من القنوات منذ سنوات عديدة في عرض خدماتها المصرفية خارج الوكالة وتمثل فيما يلي:

1. استخدام البريد كأداة لتقديم الخدمة (الصيرفة البريدية):

يعتبر البريد أول وسيلة استخدمتها المصارف في الاتصال عن بعد مع عملائها، ما يلاحظ على هذه الوسيلة في الوقت الحالي أنها غير فعالة خاصة بعد التطورات التي عرفتھا وسائل الاتصال، إلا أن المصرف لا يزال يستخدمها في إرسال أرصدة حسابات العميل وكذا الإعلام بالمنتجات الجديدة وهذا بطلب من المتعاملين الذين يفضلون الاستخدامات الورقية، خاصة الفئة المتقدمة في العمر.

2. الصيرفة عبر المنتال:

المنتال هو قناة خاصة بالمصارف الفرنسية، حيث أنها تسمح للعملاء بتحقيق عمليات مصرفية عن بعد وهو عبارة عن آلة تشبه في شكلها الخارجي جهاز الكمبيوتر ويظم برنامج خاص يمنحها المصرف للعميل، إذ ترتبط بالمصرف من خلال شبكة خاصة، توفر العديد من الخدمات المصرفية¹.

ويعرف المنتال على أنه جهاز طرفي يحتوي على مجموعة من المفاتيح وشاشة عبارة عن مصفوفة من النصوص، حيث انه لا يحتوي على نظام التشغيل ولا على مخزن للمعلومات ويعمل من خلال طرفيات مدمجة في الخط الهاتفي.

لقد بدأت خدمة المنتال عام 1982 من طرف مؤسسة الاتصال الفرنسي France Telecom، وفي سنة 1984 تم فتح كشك ألي خارج البنك للحصول على خدمات مصرفية بسيطة كمعرفة معدلات الفائدة وأرصدة الحساب، و في سنة 1985 ظهر جيل جديد من المنتال يعرف بـ Le Magis ويقصد به إدخال طرفيات في المنتال قارئ بطاقات الذكية، ليظهر بعده جيل آخر يعرف بـ Sillage، وهذا النظام يتمثل في هاتف عليه شاشة تابعة للمنتال يعرض المصرف من خلاله بالاعتماد على أنظمة خاصة العديد من الخدمات.

عرفت سنة 2000 التقاء المنتال مع الانترنت، إذ عرفت سنة 2002 استخدام مكثف للمنتال عبر الانترنت وذلك من خلال تخصيص مواقع، كما تم دمج مع التلفاز سنة 2004 من خلال دمج

¹- Minitel : Histoire du réseau téléphonique français, site: <http://latts.cnrs.fr/site/tele/repl/Minitel2.doc>

الفصل الثاني: تنافسية البنوك في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الفصل الثاني تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كادات لتعزيز تنافسية البنوك

طرفيات خاصة في التلفاز (عناصر باعثة للخدمة)، بالإضافة إلى أنه تم وضع أنظمة لاستعماله مع الهاتف النقال.

رغم كل هذا التطور الذي عرفه المنتال وكذا تنوع الخدمات المصرفية عبره، إلا أن استعماله شهد تراجعا كبيرا إلى أن توقف التعامل به سنة 2012، مما يدل على عدم فعالية هذه القناة وتفضيل المتعاملين للقنوات الأخرى.

3. الصيرفة عبر الهاتف الثابت:

يطلق مصطلح الصيرفة عبر الهاتف (Banque par téléphone)، على الخدمة المصرفية عبر هذه القناة ولقد استعملتها المصارف منذ سنوات عديدة ولا زالت تستعملها في الوقت الحالي مع إلحاق بعض التطورات على استخدامه، ويمكن تقسيم الخدمات المصرفية عبر الهاتف الثابت على حسب طبعة ونوعية الخدمة المعروضة إلى مستويين هما كما يلي:¹

أ- **المستوى الأول:** يطلق على هذا المستوى اسم البنك الناطق، ويقدم الخدمات البسيطة التي يعرضها المصرف والمتمثلة في خدمات الاستفسار، الاستعلام عن الحسابات وكذا البطاقات المصرفية وكل ما يتعلق بها، خدمة أخذ المواعيد مع المصرف، خدمات معرفة أسعار الفائدة وأسعار العملات، أرقام الهاتف المرشد المالي أو فروع البنك كما يعتمد هذا المستوى في تسويق الخدمات من خلال الاتصال المباشر بالمصرف أو عن طريق الفاكس.

ب- **المستوى الثاني:** يطلق عليه تسمية البنك الفوري، حيث يتم من خلاله تنفيذ عمليات على الحساب وعلى البطاقات الائتمانية، بالإضافة إلى خدمة التحويل من حساب إلى آخر، الاستفسار عن مختلف التغييرات المرتبطة بأسعار الأوراق المالية والعملة، تسديد الفواتير، إصدار وتسديد الحوالات السريعة، إصدار الشيكات وشهادات الملاءة، أوامر فيما يخص صرف أو عدم صرف الشيكات، تجميد ووقف بطاقات فيزا، الاستعلام عن الأرقام السرية كتلك المعتمدة في المصرف عبر الانترنت والحصول على القروض.

ثانيا- القنوات المصرفية الالكترونية:

إن التطورات التي عرفتها تكنولوجيا المعلومات والاتصال أفرزت عدد من التقنيات وشبكات الاتصال كانت لهذه الأخيرة آثار على النشاط المصرفي، حيث ساعدت المصارف على دمج عدد من القنوات الالكترونية يمكن أن نذكرها فيما يلي:²

1. الصيرفة عبر الصراف الآلي (Automated Teller Machines (ATM*):

استخدمت المصارف هذه الآلات الذاتية الحركة منذ 1975، مهمتها الأساسية صرف الأموال، إذ يتم العمل من خلالها ببرامج معلوماتية خاصة مخزنة على بطاقة مصرفية ممنوحة من طرف المصرف أو أحد الأعضاء المشاركين في شبكة ما بين المصارف، لذا فإنها تتطلب توافر شبكة اتصال تربط كل فروع المصرف الواحد أو فروع المصارف

¹ -ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح العبدالات، "الصيرفة الالكترونية، الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع"، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، 2008، ص20.

² - نور الدين جليد، "تطور وسائل الدفع الالكترونية في ظل التجارة الالكترونية" (حالة الجزائر)، رسالة دكتوراه، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة دالي إبراهيم، الجزائر، 2010، ص 126.

ATM* :يسمى بالإنجليزية (Automate Teller Machines) وهو آلة يتم استخدامها من طرف العملاء، تستخدم تقنية اتصالات آمنة وعالية السرعة من أجل تسهيل التعامل بين مقدم الخدمة (البنوك) وملتقي الخدمة (العملاء)، وتلك الآلة تم تصميمها لأجراء كل المعاملات المالية الأخرى من أي مكان في العالم وبكل سهولة ويسر.

الفصل الثاني: تنافسية البنوك في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الفصل الثاني تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كادات لتعزير تنافسية البنوك

المتعاقد، ما يميز هذه الآلات أنها ذات سعة محدودة، إذ يتم برمجتها بتحديد عمليات السحب اليومي الكلية، وكذا عمليات السحب يمنح مبلغ محدد في اليوم للرقم نفسه. يمكن أن نميز بين نوعين أساسيين من الصرف الآلي:

- الشباك الآلي البنكي (GAB) Guichet automatique de banque.

- الموزع الآلي للنفود (DAB) Distributeur automatique de billet.

يوجد النوعين في مقر المصرف سواء بالداخل أو الخارج بالإضافة إلى إمكانية إيجاد (DAB) في فروع مؤسسات أخرى كالمصارف، المؤسسات التجارية المختلفة، المحلات الكبرى، المحطات، وكالات السفر وغيرها من الأماكن العامة.

إن رغبة المصارف في التوسع وتحقيق راحة المتعاملين معها في الداخل والخارج جعلها تتفق مع العديد من المؤسسات المالية والتجارية سواء على المستوى المحلي أو الخارجي على إقامة صرافات آلية لتمكين العملاء من إجراء عملياتهم المالية من خلال استخدام بطاقتهم المصرفية، حيث يتم تسوية العمليات التي تتم بالداخل باستخدام شبكات وأنظمة محلية، أما العمليات التي تتم في الخارج يعتمد فيها على شبكات عالمية تقيد العمليات التي تتم بين المصارف، بحيث يقدم المصارف من خلال الصراف الآلي العديد من الخدمات التي نذكر منها ما يلي:

- خدمة السحب من حساب العميل لمبالغ مالية يتم تحديد سقفها في اليوم، في الأسبوع، و في الشهر.

- طلب كشف الرصيد لمعرفة حركة الأموال لعدد من العمليات الأخيرة التي قام بها العميل.

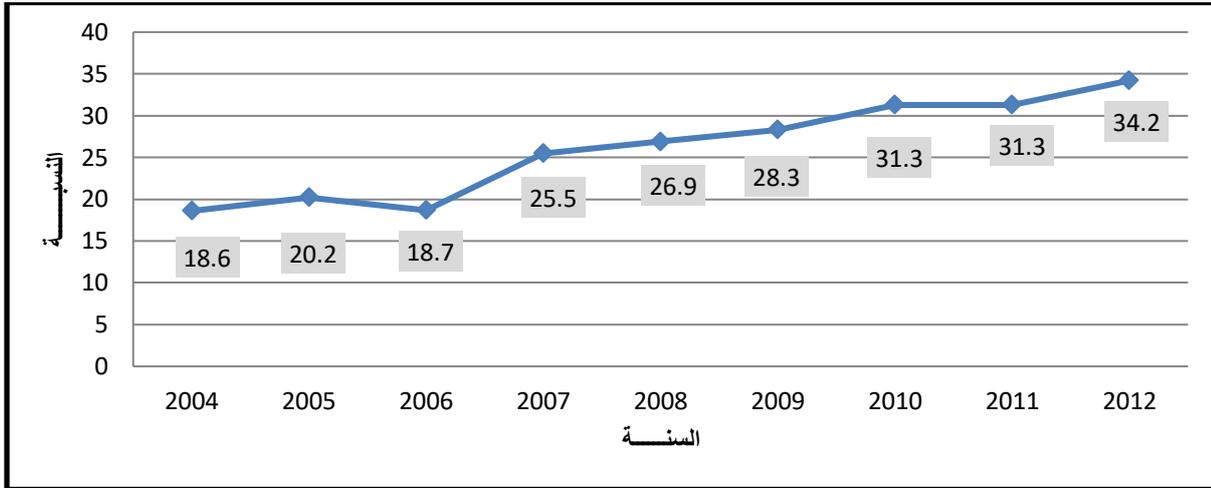
- طلب دفتر الشيكات.

- الإيداع في الحساب الخاص بالعميل.

- الحصول على كشف الهوية المصرفية للعميل.

يعتبر الصراف الآلي من أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصال المستخدمة بشكل كبير من طرف المصارف والعملاء كما أنها من بين الأدوات التي تتجدد بشكل سري، بمعنى أن المصارف تعمل باستمرار على دمج مختلف التطورات المرتبطة بتقنيات وأنظمة عمل المصرف، ما جعلها تتطور بسرعة في أنحاء العالم، والشكل رقم(3-2) يبين لنا ذلك:

الشكل رقم (2-3): يوضح نسبة الصراف الآلي لكل 100 ألف راشد في العالم خلال فترة 2004-2012.



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على إحصائيات مجموعة البنك الدولي، ماكينات الصراف الآلي لكل 100 ألف راشد مؤشرات التنمية العالمية، 2013، الموقع:

<http://data.albankaldawli.org/indicator/FB.ATM.TOTL.P5/countries?display=graph>

يشير الشكل إلى أن عدد الصرافات الآلية في العالم في تطور مستمر غير أن سنة 2006 عرفت تراجع بنسبة 1.5 بالمئة وهذا يرجع لتبني المصارف قنوات أخرى كالهاتف النقال وتوسع الصيرفة عبر الانترنت وبالتالي انصببت اهتمامات المصارف على هذه القنوات، ولكن سرعان ما أدركت المصارف دورها في النشاط المصرفي، مما انعكس على عددها بصورة مستمرة، حيث ارتفعت إعددها من سنة إلى أخرى.

2. الصيرفة عبر الهاتف المرئي Service bancaire par vidéo phone :

لقد أضافت المصارف الشاشة المرئية في الهاتف الأرضي في العديد من الدول المتقدمة منها أمريكا، فرنسا السويد، وتعتمد تكنولوجيا الهاتف المرئي على الشاشات المرئية، الخطوط التلفونية ولوحات المفاتيح والبرامج التي تعتمد عليها في التشغيل لإجراء العمليات المصرفية، حيث تمكن للعميل الحصول على العديد من الخدمات من المنزل، المكتب أو من أي مكان آخر تتوفر فيه التغطية بالشبكة، ويتم الحصول على خدمات الاستعلام على الرصيد، عمليات الائتمان، تحويل الأموال، دفع الفواتير، وقد عرفت انتشارا واسعا بين المؤسسات المصرفية في الدول المتقدمة بداية من سنة 1993، ورغم أن الصيرفة عبر الهاتف المرئي توفر العديد من الخدمات بسهولة وبسرعة، غلى أنها لم تلق القبول الكافي من المتعاملين وهذا راجع إلى العديد من العوامل المتمثلة فيما يلي:¹

- ارتفاع تكلفة الأجهزة المعتمدة.
- درجة تعقيد البرامج وطرق التشغيل الخاصة بهذه التكنولوجيا.
- تفضيل العديد من المتعاملين تلقي الخدمة مباشرة من المصرف.

3. الصيرفة عبر الهاتف النقال Mobile Banking:

¹ - حافظ كامل الغندور، "محاور التحديث الفعال في المصارف العربية - فكر ما بعد الحداثة" - مجلة جمعية اتحاد المصارف العربية، العدد 232 2003، ص 97.

الفصل الثاني: تنافسية البنوك في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الفصل الثاني تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كادات لتعزيز تنافسية البنوك

بدأت المصارف استخدام الهاتف النقال في النشاط المصرفي من خلال إرسال رسائل قصيرة تبين الحركات التي تتم على الحساب وكذا الترويج للمصرف، حيث يستقبلها العميل بشكل منتظم على هاتفه النقال، يطلق نشاط المصرف من خلاله بالصيرفة الخلوية ويعتبر أول مصرف اعتمدها هو بنك أوف أمريكا، وفي سنوات لاحقة تم ربط الهاتف النقال بالانترنت WAP، ويشترط المصرف في عرض الخدمة وجود بطاقة فيزا الالكترونية لمن يريد ربطها بالانترنت، وتعتبر المصارف الألمانية الأولى التي بادرت في عرض هذه الخدمة في أوائل سنة 2000.

أما في الوقت الحالي مع ظهور الجيل الجديد للهواتف النقالة التي أصبحت تتميز بنفس خصائص الحاسب الآلي إلا أنها بحجم مصغر وسعة أقل، فبمجرد توفر خدمة التغطية بالشبكة يمكن للعميل الحصول على أية خدمة مصرفية يريده، فقد أصبح يعتمد من طرف العملاء بدون شروط ويتم من خلال معرفة الرصيد، التحويل من حساب إلى حساب آخر، وكذا القيام بعمليات الدفع المختلفة.¹

لقد عرفت الصيرفة عبر الهاتف النقال في العالم تطورا واسعا من حيث عدد المستخدمين والسبب يعود إلى تطور وسهولة استخدام هذه القناة، ويمكن توضيح تطور عدد المستخدمين لها في العالم من خلال الجدول (2-3):

الجدول رقم (2-3): عدد مستخدمي الصيرفة عبر الهاتف النقال في العالم خلال الفترة

2017-2010

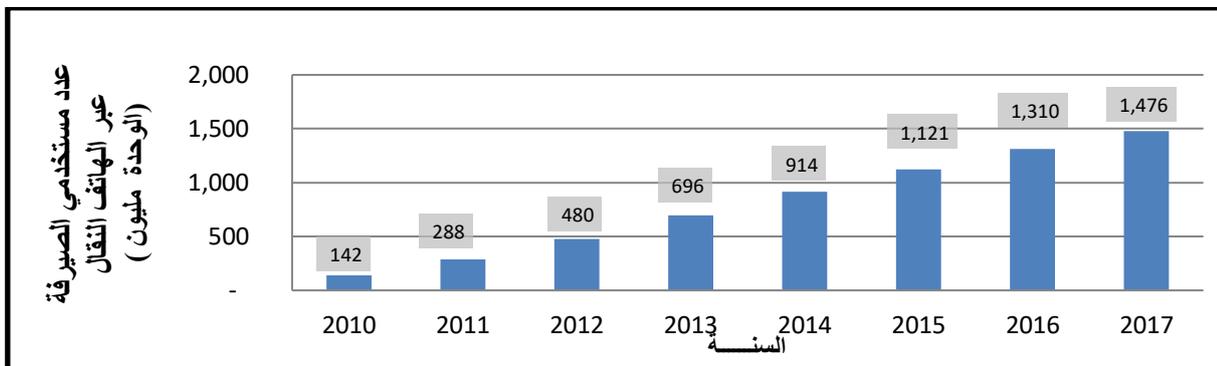
السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	*2015	*2016	*2017
عدد مستخدمي الصيرفة عبر الهاتف النقال	142	288	480	696	914	1121	1310	1476

الوحدة مليون مستخدم (* المتوقعة).

Source :Margit Anglmaier; Portio Recherche gives insight in the mobile payment user base and penetration worldwide; DIMOCO Europe GmbH. August, 22nd 2012.

site: <http://blog.dimoco.eu/?s=portio+Research+gives+insight+the+mobile+payment+user+base+and+penetration+worldwide>

الشكل رقم (2-4): يوضح تطور عدد مستخدمي الصيرفة عبر الهاتف النقال في العالم لفترة 2017-2010



المصدر : من إعداد الطالبين اعتمادا على إحصائيات الجدول رقم (2-3).

¹ - مرجع نفسه، ص 98.

يتضح من خلال الجدول والشكل السابقين أن عدد مستخدمي الصيرفة عبر الهاتف النقال في العالم في تزايد مستمر، حيث بلغ سنة 2013 ما يقارب بـ 696 مليون مستخدم بعدما كان 142 مليون مستخدم سنة 2010، كما نلاحظ أن هناك توقعات لارتفاع هذا العدد ليصل إلى 1476 مليون مستخدم سنة 2017 وهذا كله يدل على أن هناك قبول ورضا عن هذه القناة من قبل المتعاملين، كما أنه تقارير أخرى تبين تفاوت في عدد مستخدمي هذه القنوات من دولة إلى أخرى، كما أنها تؤكد على تفوق الدول الأوروبية في استخدام الصيرفة عبر الهاتف النقال.

3. الصيرفة عبر التلفزة الرقمية *Télévision numérique bancaire*:

تعتبر تكنولوجيا التلفزة الرقمية أو التلفزيون التفاعلي أحد أشكال التكنولوجيا التحكومية التي تستخدم في تقديم خدمات للمتعاملين من المنزل أو المكتب، حيث تعتمد على استخدام الأجهزة الإلكترونية المشفرة المتصلة بأجهزة التلفزيون للقيام بتبادل المعلومات مع المصرف.

لقد اعتمدت هذه الخدمة في العديد من المصارف سنة 1995، حيث تم ربط بين جهاز التلفزيون والحاسب الآلي للعميل والمصرف من خلال الأقمار الصناعية، إذ انه يمكن للعميل الدخول إلى حساب المصرف من خلال رقم سري يمنحه له بهدف تنفيذ العمليات المطلوبة، وتعتبر هذه القناة من أحدث القنوات المبتكرة التي عرفت رواجاً كبيراً في كل من بريطانيا، السويد وفرنسا، بحيث بلغ عدد المتعاملين المشتركين في هذه التقنية عام 2002 ما يقارب 40 بالمائة، هذه التقنية ستفتح أبوابها لنسبة أكبر من العملاء خاصة ربات البيوت بالإضافة إلى فئة المتعاملين الذين لا يملكون حواسيب في منازلهم والذين يفضلون التلفزة الرقمية نتيجة أنهم أكثر الفئة معها ويعرفون تقنياتها ومن بين الخدمات التي تعرضها هذه القناة ما يلي:

- الاستعلام عن الرصيد، وتحويل الأموال بين الحسابات .
- الحصول على معلومات خاصة بالخدمة المصرفية واستراتيجيات تقديمها.
- مراقبة وضبط البطاقات من خلال تحديد سقف القرض على المكشوف المرتبط بالبطاقات المصرفية.

- حساب تكاليف القروض العادية والعقارية، ودفع الفواتير الخاصة بالعملاء.¹

5. الصيرفة عبر الانترنت *Banque par internet – Banque net*:

تعتبر الصيرفة عبر الانترنت من أهم القنوات التي تعتمد عليها المصارف في عرض خدماتها المصرفية، ويطلق عليها أيضاً ببنوك الويب أو الصيرفة عبر الخط *la banque en ligne*، ويمكن تعريفها على أنها العمل المصرفي الذي يمكن فيه الانترنت وسيلة اتصال بين المصرف والعميل بمساعدة نظم تمكن العميل من الوصول إلى حسابه الشخصي المسمى المضيف (Host)، ويتم الحصول على خدمات مصرفية مختلفة عن بعد. ومن بين نماذج الصيرفة عبر الانترنت يمكن أن نميز بين نموذجين أساسيين يعتمد بهما في عرض الخدمة المصرفية عبر الانترنت وهما:

✓ **النموذج المتكامل:** بحيث أن في هذا النموذج يقوم البنك بعرض خدمات عبر الانترنت امتداداً لأعمالها، بمعنى استخدامها كقناة اتصال وعرض الخدمات بالإضافة إلى الوكالة والقنوات الأخرى.²

¹ -prave enbana sal, an other channel opens catching business, the banker,5april 200, p 132,

Site:http://www.The banker.com

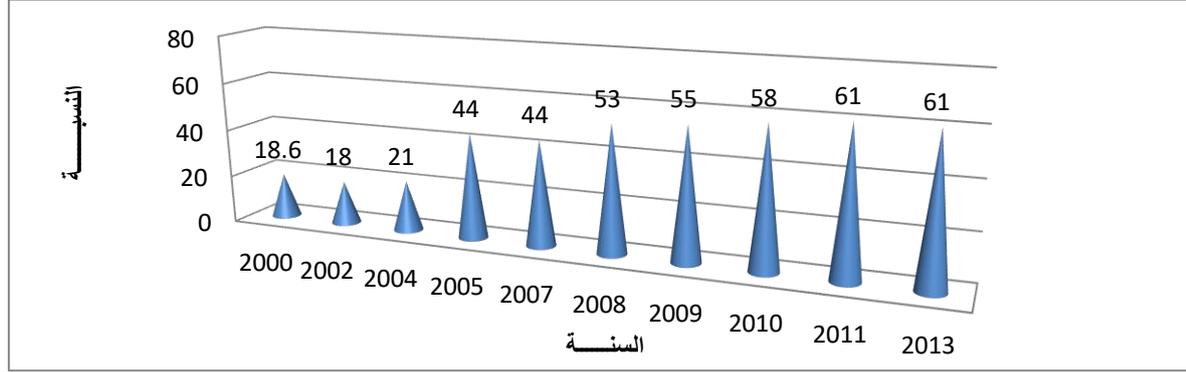
² -خالد أمين عبد الله، إسماعيل إبراهيم الطراد، "إدارة العمليات المصرفية المحلية والدولية"، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، 2006، ص 223.

الفصل الثاني: تنافسية البنوك في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الفصل الثاني تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كادات لتعزيز تنافسية البنوك

✓ النموذج الحادي أو الافتراضي: يقصد به المصارف أو المؤسسات التي تعمل فقط على شبكة الانترنت بمعنى ليس لها مقرات ملموسة وهذا النوع من النشاط المصرفي يمتاز بانخفاض في التكلفة التشغيلية ومن بين هذه البنوك نجد (Banque carrefour. Fina réf.)¹.(Banque accord

إن التطور المستمر للصيرفة عبر الانترنت في العديد من الدول وخاصة المتقدمة، جعل نسبة مستعملي الانترنت يعتمدون الصيرفة عبره بصورة واسعة و يمكن توضيح ذلك من خلال (2-5) التالي:

شكل رقم (2-5): نسبة مستخدمي الصيرفة عبر الانترنت في العالم خلال الفترة 2000-2013.



المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على إحصائيات من الموقع البنك الدولي :

<http://data.albankaldawli.org/indicator/FB.ATM.TOTL.P5/countries?display=graph>

يعتبر الانترنت من الشبكات التي تستخدم بشكل كبير في العالم، مما جعل المصارف تعتمد في نشاطها والشكل بين لنا أن مستخدمي الانترنت يعتمدون الصيرفة عبره بصورة واسعة وفي تزايد مستمر، حيث كانت نسبة الاستخدام 18% سنة 2000 لتصل إلى 53% سنة 2007 ثم 61% في سنة 2013، وهذا ما يؤكد على استعمالها الواسع من قبل العملاء في الحصول على مختلف الخدمات المصرفية.

¹- هنري توفيق عزام، "المصارف العربية وقدرتها على التأقلم مع التغيرات المستجدة"، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، المجلد9، العدد1 2001، ص ص 15-22.

* EFT : Electronic Funds Transfers

* FEDI : Financial Electronic Data Intarn charge

المطلب الثاني: أنظمة الدفع الالكتروني

تعتبر أنظمة الدفع الالكترونية عن كل الأنظمة التي تستخدم في تسوية العمليات المالية عبر الوسائل الالكترونية، إذ يتم اعتمادها بين المصارف أو الشركات أو الأفراد من داخل الوطن الواحد أو خارجه، تعمل هذه الأنظمة على أساس نظامين أساسيين، الأول معروف باسم نظام التحويل الالكتروني للأموال (EFT)*، أما الثاني نظام التبادل الالكتروني للبيانات المالية (FEDI)*، حيث يختلف هذا الأخير عن الأول بأنه يحول بيانات وشروط الصفقات التي تمت، بمعنى تحويل كلي للبيانات بصورة أنية على عكس الأول يتم تحويل إلا المعلومات عن قيمة الصفقة.¹

ونظرا لأهمية هذه الأنظمة نجد المصارف سارعت في دمجها ومن بين أشهر نظم التحويل الالكتروني التي اعتمدها ما يلي:

1. أنظمة التحويل الالكتروني الداخلية:

تنقسم أنظمة التحويل الالكتروني الداخلية إلى أربعة أقسام هي كما يلي:

• **التحويلات التلغرافية (Virement par télégramme):** يتيح هذا النظام تسوية المدفوعات ودفع الحوالات المالية خلال اليوم وبطريقة فورية، غذ يعتبر من الأنظمة التي تساهم في تحريك الأموال بضرورة سريعة ومؤكدة، وهو لا يحتوي على أية معلومة وشرح يخص المعاملة المالية، إذ انه يحتوي فقط على وجهة الدفعة المدفوعة، ويعتمد هذا النظام في الحوالات ذات المبالغ الكبيرة.²

• **نظام غرفة المقاصة الآلية (Chambre de compensation automatisée):** لقد اعتمد هذا النظام في السبعينات وهو نظام تم تشغيله من طرف البنك الاحتياطي الفدرالي والمصارف الأخرى حيث تم وضع أنظمة التعامل به من طرف جمعية الناتشة (NACHA)، وتم تطويره سنة 1974 إذ تم ربطه بحوالي 12 ألف مؤسسة مالية وحوالي 40 ألف شركة، كما أنه يوجد حوالي مليون مستخدم لهذا النظام، يقوم هذا الأخير على دفع الحوالات خلال يوم أو يومين، كما انه مصمم للحوالات الصغيرة والكبيرة التي تتم بين الأفراد والشركات، وهو نظام غير مكلف ويستخدم لتحويل المبالغ المالية إلى حسابات الأفراد خاصة دفع الرواتب، تحصيل أقساط التأمين، والدفعات العادية المتكررة.³

• **تكنولوجيا التحويل الالكتروني للأموال عند نقطة البيع: (Transfert électronique de fonds aux point de vent):** بدء الاعتماد على هذا النظام بداية من الثمانينات، والهدف من وراء تبني هذه الإستراتيجية هو العمل على توفير خدمات للعميل في العديد من الأماكن، إذ تعتبر هذه الطريقة مربحة وأمنة وغير مكلفة، كما تساهم في خفض حجم التعامل بالأوراق النقدية بالنسبة للمؤسسات، وكذا ربط المصارف والمؤسسات من خلال استخدام بطاقات الدفع والطرفيات المتصلة بشبكات الحاسب الالكتروني الخاص بالمصرف، وينقسم أنظمة التحويل الالكتروني للأموال عند نقطة البيع إلى قسمين:

✓ الأول: أنظمة التحويل الالكتروني للأموال بالاتصال المباشر (On-line): بمعنى أنه هناك اتصال مباشر بين الأجهزة والمصارف المتعاقدة معها، بحيث يتم تحويل الالكتروني

1- حسين شحادة الحسين، "العمليات المصرفية الالكترونية -الصيرفة الالكترونية-"، المؤتمر العلمي بعنوان الجديد في أعمال المصارف من الوجة القانونية والاقتصادية،- الجديد في التقنيات المصرفية- الجزء الأول، منشورات حلب الحقوقية، بيروت، 2002، ص200.

2- احمد سفر، "العمل المصرفي الالكتروني في البلدان العربية"، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2006، ص69.

3- صادق منصور، " أدوات وتقنيات مصرفية"، دار الغريب للطباعة والنشر، القاهرة، 2001، ص296.

الفصل الثاني: تنافسية البنوك في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الفصل الثاني تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كادات لتعزيز تنافسية البنوك

للأموال بخصم مباشر للمبالغ المدفوعة من أرصدة العميل الموجودة لدى المصرف لصالح الحسابات الخاصة للتاجر.

✓ الثاني: أنظمة التحويل الإلكتروني بتخزين المعلومات (Off-line): تقوم هذه الأنظمة بتخزين المعلومات الخاصة بعملية الشراء والبيع التي قام بها العملاء ليتم إرسالها فيما بعد من خلال الطرفيات بشبكات الحاسب لدى المصارف باستخدام نظام التحويل الإلكتروني للبيانات.

● **نظام السويتش الإلكتروني (E. Switch):** يعمل هذا النظام على الربط بين شبكة المصرف الواحد، حيث يمكن العميل من السحب والإيداع والتحويل في أي فرع من فروع المصرف، كما يساهم في تبادل الرسائل الإلكترونية بين العميل والمصرف وبين المصارف فيما بينها، وهو نظام مشفر وعلى درجة عالية من الحماية والأمان¹.

2. أنظمة التحويل الإلكتروني للمدفوعات الدولية:

يستخدم هذا النوع من الأنظمة في تسوية العمليات المالية الكترونياً، والتي تتم خارج الدولة المستخدمة لهذا النظام، وقد تكون المعاملات المالية ناتجة عن مصرف أو مؤسسة أو فرد، حيث يظم العديد من الأنظمة منها ما يلي:²

● **نظام تحويل الأموال في أوروبا (Le système de transfert express automatisé transeuropéen a règlement brut en temps réel):** هو نظام معتمد من طرف الدول الأوروبية ويشمل 15 نظام دولياً، وهي مبروطة بواسطة إجراءات عامة وأرضية موحدة لمعالجة الدفعات ذات المبالغ الكبيرة وذلك عبر 30 ألف مشارك من مؤسسات مختلفة في أوروبا بهدف تسهيل المعاملات المالية بين الدول الأوروبية.

● **نظام الدفع الدولي سوفت (SWIFT):** هو نظام يضمن ويؤمن التحويلات الإلكترونية في كل أنحاء العالم ما بين المصارف بطريقة آمنة وتكاليف وهي خاصة بالمعاملات الدولية، بحيث إذا أراد احد المصارف المشاركة في النظام بإرسال رسالة مالية أو غير مالية، فإنه يقوم أولاً بتجهيز الرسالة الإلكترونية على نماذج خاصة معنونه باسم المصرف المرسل إليه، ثم يقوم بإرسالها إلى مراكز SWIFT في بلجيكا، أين يستلمها جهاز الحاسوب الرئيسي ويعيد إرسالها فوراً للمرسل إليه، ليقوم هذا الخبير بتنفيذ ما جاء في لرسالة الإلكترونية، حيث يتم ذلك خلال ثواني قليلة، ولتحقيق المزيد من الأمان في استعمال SWIFT ومع أية إساءة تتم استعمال مفاتيح سرية خاصة بالشبكة غير مرئية، لا تمر الرسالة عبره إلا إذا اجتازت هذه المفاتيح بصورة صحيحة.

فنظام سويفت ليس نظام مدفوعات أي لا يقوم بالتسويات المالية بين حسابات المصارف ومراسليها، وإنما تقتصر مهمته على نقل التعليمات من مصرف إلى آخر بسرعة فائقة.

3. أنظمة الدفع عبر الإنترنت:

هي أنظمة تتيح استخدام أدوات الدفع الإلكتروني عبر الإنترنت، سواء باستخدام البطاقات أو النقود الإلكترونية أو الشيكات الإلكترونية ويعتبر أهم داعم لنجاح وانتشار هذه الأنظمة هو التطور الذي تشهده التجارة الإلكترونية ومن أشهر الأنظمة نجد نظام (SET)*، هذا النظام يتيح عملية الدفع بواسطة البطاقة، بحيث اعتمد سنة 1994 من طرف ماستر كارد

¹ د. نادر عبد العزيز شافي، "المصارف و النقود الإلكترونية"، المؤسسة الحديثة للكتاب، الطبعة الأولى، طرابلس، لبنان، 2007، ص 74.

² نشرة التجارة، سويفت بوابة جذب المستثمرين، العدد 126، 2003، الموقع

الفصل الثاني: تنافسية البنوك في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الفصل الثاني تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كادات لتعزيز تنافسية البنوك

وفيزا كارد وأمريكا اكسبريس، ومن ثم فان الدفع عبر الانترنت يعتمد على شركات توفر هذه الأنظمة، ويتم استخدامها من طرف المصارف في تقديم خدماتها، ومن بين الشركات التي توفر ذلك نجد (شركة Bill-Point، شركة C2IT، شركة Cyber-cash، شركة X-Pay، شركة Yahoo...) ¹.

المطلب الثالث: أدوات ووسائل الدفع الإلكتروني.

لقد طورت المصارف أدوات الدفع باعتبارها من أهم الخدمات المصرفية المقدمة، وتوجهت نحو استخدام وسائل الدفع الإلكترونية نتيجة لانتشار الواسع لعمليات التجارة الإلكترونية وتطورها على الصعيد العالمي، ونظرا للأهمية التي تحضي بها أدوات الدفع الإلكتروني في المصارف، سنقوم من خلال هذا العنصر بالتعرف على الأنواع المختلفة لها.

1. البطاقة البنكية:

تعتبر البطاقات المصرفية من أهم سمات العصر الرقمي الحديث حيث تحظى بالقبول العام والثقة في التداول، وإتمام المعاملات على المستوى المحلي والدولي، وقد تعددت المنظمات العالمية التي تشرف على إصدارها وتعتمد بطاقات الدفع الإلكتروني على نظام معلومات متكامل، وتعد طريقة حديثة في طرق الدفع التي يتعامل بها الناس بصفتها تلقى قبولا دوليا.

أ- **تعريف البطاقات البنكية:** لقد طرحت البطاقات البنكية باعتبارها ظاهرة حديثة الكثير من التساؤلات التي تتعلق بتعريفها وتحديد مفهومها، ومما يزيد الأمر تعقيدا في هذا الشأن هو تعدد التعريفات الخاصة بها واختلافها فيما بينها، ويلاحظ أن هناك الكثير من المصطلحات التي تطلق على هذه البطاقات، وأكثرها شيوعا هو "بطاقات الائتمان"، إلا أن البعض يذهب إلى تسميتها بأسماء أخرى عديدة طبقا لمجال تخصصه، ومثال تلك التسميات، بطاقات الدفع الإلكتروني، البطاقات البلاستيكية، بطاقات الائتمان، أو بطاقات الاعتماد.

ويمكن تعريف بطاقات الائتمان على أنها:

"هي بطاقة تؤدي وظيفتي الوفاء والائتمان تصدرها مؤسسة مالية لشخص (طبيعي، أو معنوي)، فتنح لحاملها إجراء سحب نقدي من البنوك، أو الحصول على سلع وخدمات فور تقديمها، مع التزامه بالسداد للبنك المصدر بالشروط والقواعد المحددة بالعقد المبرم بينهما" ².
كتعريف شامل يمكن اعتبار البطاقات البنكية "تلك البطاقات التي تصدرها المصارف لعملائها لاستخدامها في تسوية جميع المستحقات من مشتريات وخدمات وكذا الحصول على ائتمان" ³

ب- **أصناف البطاقات البنكية:** لبطاقة الائتمان أنواع عديدة تبعا لكيفية التعامل بها أو حسب المزايا التي تقدمها، بحيث اختلف الكتاب في تقسم البطاقات البنكية كل حسب زاوية دراسته. حسب التقسيم الأساسي للبطاقات البنكية، والذي يكون ذلك حسب العلاقة التعاقدية بين المصدر وحامل البطاقة، وتنقسم إلى نوعين: البطاقات الائتمانية، والبطاقات غير الائتمانية، والشكل (6-2) يوضح هذا التقسيم.

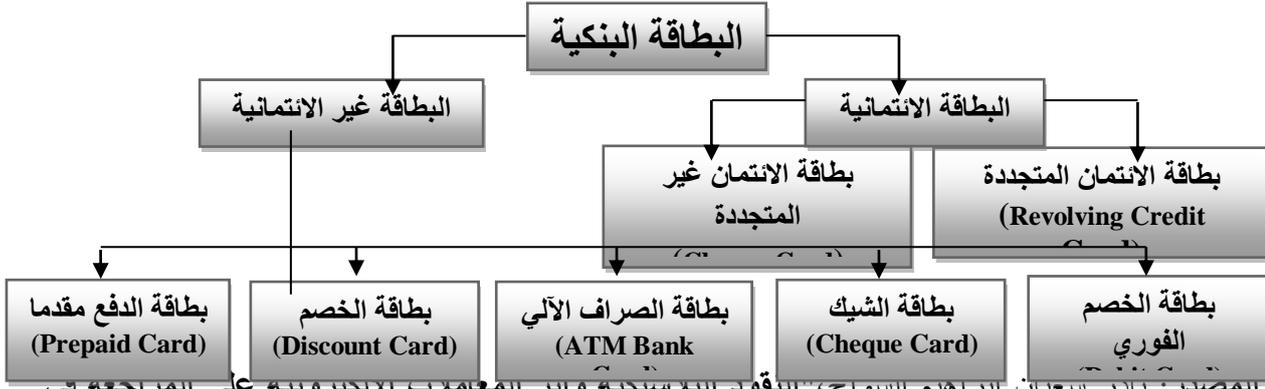
¹- احمد بلقاسم المختار تواتي، "معوقات تطوير الصيرفة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية"، رسالة دكتوراه، تخصص مصارف، الجامعة العربية للعلوم المالية والمصرفية، عمان، 2010، ص ص 56-57.

* SET :Secure Electronique Transaction

²- نسرين دبة، "تطوير أنظمة الدفع الإلكتروني في المعاملات البنكية الجزائرية"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم المالية والمحاسبية تخصص مالية المؤسسة، جامعة ورقلة، 2009، ص 12.

³- LUC BERNET – ROLANDE, Principes de technique banquier, Edition DUNOD, paris 2002, p 54.

الشكل رقم (2-6): التقسيم الأساسي للبطاقات البنكية:



المصدر: نادر شعبان إبراهيم السواح، النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة في البنوك التجارية الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2006، ص، 26.

ومن خلال الشكل يتم شرح العناصر التالية:

● **البطاقات الائتمانية:** وهي البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة، وهي التي تتيح لحاملها الحصول على ائتمان فعلى، ومن أمثلتها : بطاقة الفيزا والماستر كارد وأمريكان أكسبرس.¹

ويمكن تقسيم هذا النوع من البطاقات إلى قسمين وذلك استنادا حسب أسلوب المحاسبة وتسديد الفاتورة إلى بطاقة الائتمان المتجددة وأخرى غير متجددة.

✓ **بطاقة الائتمان المتجددة "Revolving Credit Card":** يعد هذا النوع من البطاقات الأكثر انتشارا في العالم، كونها أداة قرض ووفاء معا وهي "عبارة عن قرض يستطيع المستهلك استعماله كيفما شاء، وله أن يؤخر سداد هذا القرض مقابل الدين الثابت بذمته، فحامل هذه البطاقة غير مطالب بسداد القرض فورا، بل خلال أجل معين يكون متفق عليه"²، وأشهر الأمثلة على هذا النوع من البطاقات : فيزا وماستر كارد.

✓ **بطاقة الخصم الشهري "Charge Card":** هي بطاقة تمكن حاملها من استخدامها في عمليات الشراء المختلفة، وتلقي خدمات في شتى أنحاء العالم، إضافة إلى عمليات السحب النقدي من خلال الأجهزة التابعة للبنوك المصدرة في جميع دول العالم، ويستخدم هذا النوع من البطاقات كأداة وفاء وائتمان في فترة زمنية محددة ومتفق عليها من قبل البنك والعميل، ومن البطاقات المشهورة لهذا النوعين: أمريكيان إكسبريس، وديزاينر كلوب³.

● **البطاقات غير الائتمانية:** تستخدم هذه البطاقة كأداة وفاء فقط حيث يحصل حامل البطاقة على احتياجاته من السلع والخدمات والصرف النقدي فور تقديم البطاقة⁴. وتكمن فائدة هذه البطاقة بكونها تمكن صاحبها الحصول على النقود والسلع والخدمات ببسر وسهولة، ودون التعرض لمخاطر حمل النقود، ويعد هذا النوع من البطاقات الأكثر انتشارا في الدول النامية.

وهناك أنواع عديدة من البطاقات غير الائتمانية نذكر منها:

1- رأفت رضوان، "عالم التجارة الإلكترونية"، الطبعة الأولى، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 1999، ص 50.
 2- وائل الديبسي، "البطاقات المصرفية-أنظمة و عقود"، مكتبة صادرة، بيروت، 2004، ص 14.
 3- نادر شعبان، إبراهيم السواح، "النقود البلاستيكية"، وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك التجارية"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 20.
 4- نادر شعبان، إبراهيم السواح، مرجع نفسه، ص 20.

✓ **بطاقة الصراف الآلي:** وهي عبارة عن أداة داخلية مكونة من بطاقة بلاستيكية تحتوي على شريط مغنط يسجل عليها جميع بيانات الحساب الجاري بالإضافة إلى رقم سري يستخدم عند التعامل مع جهاز الصراف الآلي ومن مميزات هذه البطاقة أنها تصدر فقط لمن له رصيد لدى البنك ، ويتم الخصم فور استخدامها.¹

✓ **بطاقة الشيك:** وتصدر هذه البطاقة لإبرازها مع الشيكات المضمونة التي تصدرها البنوك، ويتم صرفها حال تقديمها مرفقة مع البطاقة، وتستخدم هذه البطاقة لسحب النقود ولضمان الشيكات المستخدمة بدلا من النقود في عملية شراء السلع والخدمات.²

✓ **بطاقة الدفع مقدما:** هي بطاقة تقوم على أساس تثبيت مبلغ، كما يمكن الدخول في البطاقة بذلك المبلغ، ليتم التخفيض التدريجي للمبلغ كلما تم استعمالها.³

✓ **البطاقات المدينة:** هي بطاقات تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك، في صورة حسابات جارية لمقابلة المسحوبات المتوقعة لحامل البطاقة، حيث تسمح له بتسديد مشترياته ويتم السحب في البنك مباشرة على عكس البطاقة الائتمانية.⁴

2. الشيك الإلكتروني (Chèques électroniques):

يتضمن هذا العنصر ما يلي:⁵

أ- **مفهومه:** هو المكافئ الإلكتروني للشيك الورقي التقليدي الذي اعتدنا التعامل به، فهو رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلمه (حامله) ليعتمده ويقدمه للمصرف الذي يتعامل معه، بمعنى أن المصرف هو الذي يقوم بإتمام عملية السداد الإلكتروني بين الطرفين، والشيك الإلكتروني يحتوي على المعلومات التالية: رقم الشيك، اسم الدافع، رقم حساب الدفع، اسم المصرف، اسم المستفيد، القيمة التي ستدفع، وحدة العملة المستعملة، تاريخ الصلاحية، التوقيع الإلكتروني* للدافع.

ب- **إجراءات استخدام الشيك الإلكتروني:** يتم استخدام الشيك الإلكتروني عموما كما يلي:

- يشترك كل من البائع والمشتري لدى المصرف من خلال فتح حساب جاري لكل منهما أو ربطه مع أي حساب جاري آخر، ثم بعد ذلك يتم تحديد التوقيع الإلكتروني لكل منهما ويتم تسجيله في قاعة البيانات الخاصة بالمصرف.

- يتم تحديد السلعة المراد شرائها وكذا تحديد السعر الواجب دفعه للبائع والاتفاق على أسلوب الدفع.

- يقوم المشتري بتحرير شيك إلكتروني وكذا توقيعه بالتوقيع الإلكتروني المشفر، ثم يعمل على إرساله بالبريد الإلكتروني المؤمن إلى البائع.

- يستلم البائع الشيك الإلكتروني الموقع عليه من طرف المشتري ويقوم بالتوقيع عليه كمستند بتوقيعها الإلكتروني المشفر، ثم بعد ذلك يرسله إلى المصرف الذي يقوم بعملية المقاصة.

¹- hachemialay, **la monnaie finance dans une économie en mutation**, centre de publication universitaire Tunisie 2002, p 54.

²- محمد عزة غزلان، "اقتصاديات النقود والمصارف"، دار النهضة العربية، بيروت، الطبعة الاولى، 2002، ص ص 97-98.

³- نسرين دبة، "تطوير أنظمة الدفع الإلكتروني في المعاملات البنكية الجزائرية"، مرجع سبق ذكره، ص 16 .

⁴- وائل الدببسي، "البطاقات المصرفية- أنظمة وعقود"، مرجع سبق ذكره، ص 41.

* **التوقيع الإلكتروني:** هو رقم رمزي سري ينشئه صاحبه باستخدام برنامج حاسب آلي ينشأ دالة رقمية مرمزة لرسالة إلكترونية يجري تشفيرها بإحدى خوارزميات المفاتيح ويتطلب استخدامه استعمال أنظمة أمانة إلكترونية كنداء العكسي، مفاتيح الاختبار أو الشفرة التحقق من صحة التوقيع أو برنامج المعاملات الإلكترونية أمانة.

⁵-http://www. mntro2comuting .com

الفصل الثاني: تنافسية البنوك في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الفصل الثاني تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كادات لتعزيز تنافسية البنوك

- يقوم البنك بمراجعة الشيك والتحقق من صحة الأرصدة والتوقيعات، وبناء على ذلك يخضم القيمة من حساب المشتري ويضيفها إلى حساب البائع، ثم يقوم بإخطار كل منهما بإتمام إجراء المعاملة المالية من خلال إلغاء الصك وإعادته الكترونياً إلى حامله (المشتري) ليكون دليلاً على أنه قد تم صرفه فعلاً، كما أنه يمكن لمستلم الشيك أن يتأكد الكترونياً من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه.

3. النقود الإلكترونية E. Money:

توجد عدة تعريفات للنقود الإلكترونية نذكر منها ما يلي:

أ- تعريف النقود الإلكترونية:

تعرف النقود الإلكترونية على أنها: "مستودع للقيمة النقدية، يتم الاحتفاظ به على شكل رقمي يكون متاحاً للتبادل الفوري في العملات"¹.

كما تعرف على أنها: "مجموعة من البروتوكولات والتوقيعات الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية إن تحل محل تبادل العملات التقليدية، بمعنى أنها تعتبر المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية التي اعتدنا تداولها"².

تعتمد فكرة النقد الإلكترونية على قيام الزبون بشراء عملات الكترونية من البنك المصدر الذي يقوم بإصدارها ويتم تحميل هذه العملات على الحساب الخاص للزبون، و تكون في صورة وحدات عملة صغيرة القيمة ولكل وحدة رقم خاص أو علامة خاصة من البنك المصدر، وبالتالي تعمل هذه العملات الإلكترونية محل العملات العادية وتكون بنفس القيمة المحددة عليها وتسمى Tokens، وعند تفعيل عمليات البيع والشراء بين الزبون والمحلات التجارية يمكن للبائع تحويل العملات الإلكترونية المتاحة لديه إلى عملات حقيقية من خلال البنك المصدر، وتحقق النقود الإلكترونية منها: سهولة الاستخدام، الأمان، انخفاض التكلفة، السرية، السرعة والخصوصية³.

ب- أشكال النقود الإلكترونية:

توجد هناك صورتين أساسيتين للنقود الإلكترونية هما:⁴

● **محفظة النقود الإلكترونية (P.M.E) le porte-monnaie électronique**: تسمى كذلك ببطاقات مخزنة القيمة، وهي بطاقات سابقة الدفع معدة للاستخدام في أغراض متعددة، تحتوي على دائرة الكترونية (Puce) يتم استعمالها عن طريق الموزع الآلي أو الآلات الخاصة بها الموجودة عند التجار لشراء مشتريات صغيرة .

● **محفظة النقود الافتراضية (P.M.V) Le porte-monnaie virtuel**: تسمى كذلك بنقود الشبكة أو النقود السائلة الرقمية، وهي آلية للدفع مخزنة القيمة في شكل بطاقات مدفوعة سلفاً تستخدم للدفع عبر الانترنت وغيرها من الشبكات وكذلك يمكن استخدامها للدفع في نقاط البيع التقليدية.

¹- نادر شعبان، إبراهيم السواح، "النقود البلاستيكية،- وأثار المعاملات الإلكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك التجارية"، مرجع سبق ذكره، ص84.

²- منير الجنيبي، ممدوح الجنيبي، "البنوك الإلكترونية"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص 47.

³- رافعة إبراهيم الحمداني، "أثر استخدام التكنولوجيا المصرفية في ظاهرة غسل الأموال و الجهود الدولية لمكافحتها"، مداخلة مقدمة ضمن المؤتمر العالمي الرابع حول الريادة والإبداع: استراتيجيات الأعمال في مواجهة تحديات العولمة، جامعة الموصل، العراق، مارس 2005، ص05.

⁴-[http:// www.djelifa.info /VB/show heard.php](http://www.djelifa.info/VB/show heard.php)

الفصل الثاني: تنافسية البنوك في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الفصل الثاني تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كادات لتعزيز تنافسية البنوك

إذن يمكن القول من خلال هذين الشكلين أن النقاد الإلكترونيّة تعبر عن مجموعة متنوعة من آليات وطرق الدفع المحدودة القيمة، تتميز بأنها قد سبق تسديد قيمتها أو تخزينها في البطاقة الذكية.

المبحث الثالث: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تدعيم استراتيجيات التنافسية البنكية

يهدف النشاط المصرفي عن بعد إلى تغيير نمط الخدمات المقدمة وكذا أسلوب المنافسة المتبعة من طرفها حيث لوحظ في الآونة الأخيرة أن المصارف تواجه منافسة شديدة في مجال الخدمات المصرفية عن بعد من طرف العديد من الجهات، أولهما المصارف المحلية وكذا الخارجية التي اكتست أبعادا دولية قانونية في ظل تحرير تجارة الخدمات، ولقد برز ذلك بقوة في الفترة الأخيرة خاصة بعد التطورات التي عرفتها التجارة الإلكترونية، وثانيهما المنافسة التي تواجهها من طرف المؤسسات المالية غير المصرفية والمؤسسات غير المالية التي أصبحت تتعامل بالأدوات الإلكترونية وتقدم خدمات مصرفية، وتوجه المصارف نحو إستراتيجية النشاط المصرفي عن بعد يعتبر جزء مكمّل للبنية الأساسية للمصرف، وذلك لما له من دور في تدعيم القدرات التنافسية.

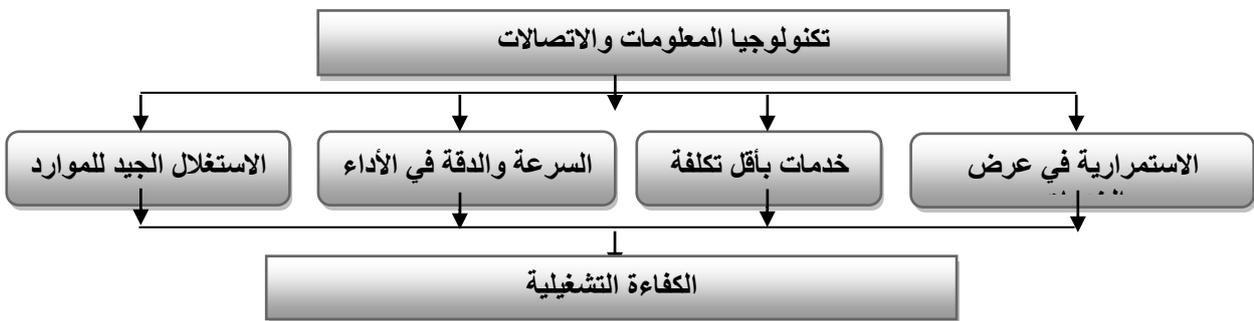
المطلب الأول: تعزيز تنافسية البنوك باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

تحدد تنافسية البنوك المدعمة من خلال مصادر الميزة التنافسية التي يتم الحصول عليها من التفرد أو عدم القدرة على تقليد الأفعال التي تشكل أساس موقعها التنافسي، إذن فوجود تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يمكن المصرف من تعزيز قدره التنافسية من خلال عدد من العناصر يمكن ذكرها فيما يلي: ¹

أولا- تعزيز الكفاءة التشغيلية باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

أحد الأهداف الرئيسية للمصارف من وراء دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في النشاط هو تحقيق الكفاءة التشغيلية والتي تتحقق من خلال قيام المصرف بأداء عملياته بأقل تكلفة وبطريقة ذات كفاءة عالية ويمكن تلخيص أهم متطلبات الكفاءة التشغيلية في الشكل (2-7):

شكل رقم (2-7): أهم متطلبات الكفاءة التشغيلية



Source : Elaboré par l'étudiante, James A . O'Brien, Op. cit.

من خلال الشكل نلاحظ أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات دور فعال في تحقيق المتطلبات الأربعة للكفاءة التشغيلية، وهذا ما نلاحظه من خلال ربط المصارف للعمليات

¹فالح عبد القادر الحوري، "استراتيجيات تكنولوجيا المعلومات ودورها في تعزيز الميزة التنافسية"، رسالة دكتوراه، تخصص إدارة أعمال، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان، 2004، ص 73.

اليومية بشبكة من أنظمة المعلومات التي تساعد على ربط المصارف مع المتعاملين والمنافسين في أي وقت ومن أي مكان في الحصول على الخدمة من كجهة، وفي الحصول على المعلومات التي يعتمدها المصارف في اتخاذ القرارات من جهة أخرى، إذن تبني المصارف لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال توجيهها نحو النشاط المصرفي عن بعد وخاصة الالكترونية منه ساعدها على تحقيق عدد من الخصائص يمكن إدراجها فيما يلي:¹

• **عصر الاستمرارية:** تظهر هذه الخاصية من خلال تمكن القنوات المصرفية عن بعد من تحرير العميل من قيود المكان والزمان وإمكانية تحقيق العمل الدائم 24/24 سا و 7/7 يوم.

• **السرعة في أداء الخدمة:** إن رغبة المتعاملين في الحصول على الخدمات المصرفية بدون وجود للقيود الزمنية أو المكانية تعتبر احد أهم الميزات التي تبرز تفوق مصرف على آخر، لذا نلاحظ أن تبني النشاط المصرفي عن بعد أصبح حتمية لا بد منها نتيجة لتوفيرها لعامل السرعة والدقة في الحصول على الخدمة، وحتى تبقى المصارف محافظة على هذه الميزة يجب العمل المستمر على تطوير مختلف الوسائل، الأجهزة والنظم المستعملة في ذلك، بهدف القضاء على طوابير الانتظار والتنقل للحصول على الخدمة.

• **التكلفة:** أساس هذا العنصر هو عرض خدمات مصرفية بأسعار تقل عن أسعار المنافسين، وهذا يساعد على زيادة الحصة السوقية للمصرف، ولقد ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصالات في تقليص المصاريف غير الضرورية في توفير الخدمة، وخير مثال عن ذلك تقليص حجم التعامل بالأوراق، وكذا مصاريف تحويل الأموال من حساب إلى آخر، خاصة في حالة العمليات المالية التي تتم في أكثر من مصرف.

• **الاستغلال الجيد للموارد:** تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق الاستغلال الجيد للموارد من خلال توفيرها لوسائل وأدوات جمع المعلومات ومعالجتها للحصول على القرارات الرشيدة في توظيف الأموال.

ثانيا-تحسين الخدمة المصرفية: تبحث اغلب فئات المتعاملين مع المصارف دائما عن الجديد ومواكبة التطورات المعاصرة، لذا نجد المصارف عملت على دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وخاصة الخدمات الالكترونية التي ساعدتها بدرجة كبيرة في تحسين خدماتها، لأن أساس تحسين الخدمة المصرفية هو إشباع الحاجات والتوقعات الظاهرة والضمنية للعميل وبالتالي الاستمرارية في تحسين الخدمات يعتبر عنصر ضروري لكسب ثقة المتعاملين ومن ثم الحصول على تفوق في الأمد القصير و الطويل.

إن تحقيق قدرة تنافسية طويلة الأمد تقود إلى التوسع في السوق وتحقيق مكاسب إضافية، وحتى نبرز الدور الفعال لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين الخدمة المصرفية، لا بد من معرفة معنى التطور أو التحسين بالنسبة للمصرف وبالنسبة للعميل.

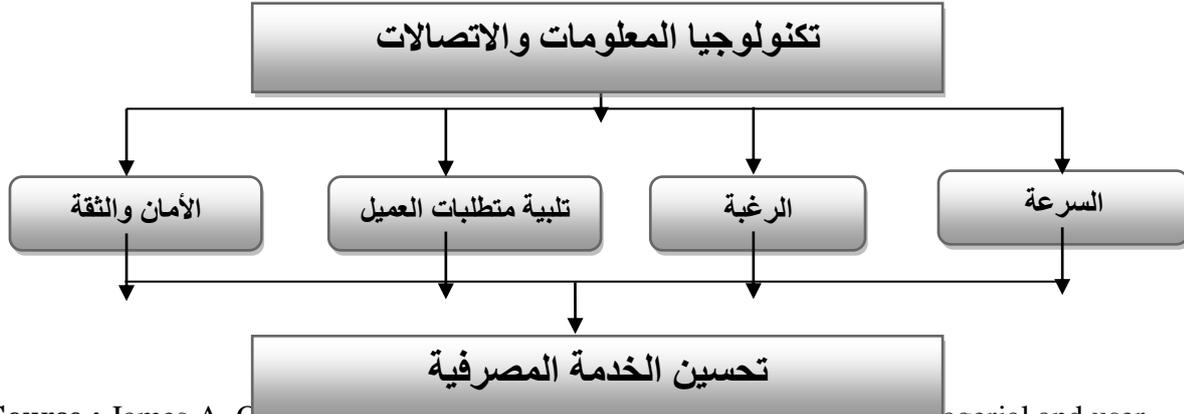
أ- يتم قياسها على أساس المواصفات المحددة سلفا، بمعنى المعايير التي يضعها المصرف عند تطوير الخدمة، وهذا الأخير تنتج من خلال معالجة المصرف للمعلومات والبيانات المتحصل عليها من المتعاملين أو المنافسين.

¹ - مرجع نفسه، ص ص 77 - 79.

الفصل الثاني: تنافسية البنوك في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الفصل الثاني تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كادات لتعزيز تنافسية البنوك

ب- و هي وجهة نظر المتعاملين فهي أكثر شمولية فهم يهتمون بالتحسين من منطلقين، الأول يقوم على أساس الخدمة الملموسة من حيث الاستمرارية، السلامة وسهولة الاستخدام، أما الثاني فهو الاهتمام بالخدمة من حيث الدقة، الاستجابة والرضا. بهدف التمكن من دراسة اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحسين الخدمة المصرفية، لابد من تحديد متطلبات التحسين، بناء على بحثنا على المستوى النظري فان تحسين الخدمة المصرفية يرتكز على العناصر المبينة في الشكل (2-8):

شكل رقم (2-8): دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين الخدمة المصرفية



Source : James A. G. Brien, Management information system : A managerial and user perspective; 2nd edition; editor Irwin; university of Michigan USA(United States America) 1993.

من خلال الشكل نلاحظ أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ساهمت في تغيير نمط عرض الخدمة من خلال توجه المصارف إلى عرض خدمات مصرفية عن بعد، وهذه الأخيرة كانت لها دور فعال في تطوير وتحسين الخدمة المصرفية، ويمكن توضيح ذلك من خلال العناصر التالية:

- **السرعة:** تعتبر سرعة الخدمة في تقديم الخدمة عنصر مهم جدا بالنسبة للمتعاملين ويساعد على الحفاظ عليهم فالخدمة المصرفية عن بعد ساعدت بصورة واسعة في تحقيق ذلك من خلال تعدد قنوات عرض الخدمة، فالعميل أصبح بإمكانه معرفة كل المعلومات التي جرت على رصيده في دقائق معدودة ومن مكانه، كذلك عملية التحويل الإلكتروني للأموال من حساب إلى آخر أصبحت تتم في ظرف ثواني.
- **الرغبة في الحصول على الخدمة:** ساهمت الخدمة المصرفية عن بعد في تحقيق عامل الرغبة في الحصول على الخدمة والاستفادة منها، من خلال تميزها بعدد من الخصائص في عرض الخدمة كالدقة، الملائمة، الحداثة، الترابط بسهولة الفهم.
- **الخدمة ملبية لطلبات المتعاملين:** نقصد بها تقليص الفجوة بين ما هو متوقع من طرف العميل و تم إدراكه فالخدمة المصرفية عن بعد تبنتها المصارف تلبية لحاجات ورغبات العملاء بهدف الوصول إلى درجة عالية من الرضا على الخدمة الذي بدوره يؤدي إلى زيادة ولاء العملاء.
- **الأمان والثقة:** بمعنى توفير الراحة والأمان للعميل عند طلبه الخدمة المصرفية، وتعتبر الثقة شرطا أساسيا في المعاملات المصرفية عن بعد أكثر منها في المعاملات التقليدية، وهذا يرجع لغياب العلاقة المباشرة مع المتعاملين ومن ثم فأساس نجاح المصرف في خلق شعور الاطمئنان لمصادقية مختلف الخدمات المعروضة عن بعد هو تطويره المستمر لأنظمة الحماية والأمان للحد من المخاطر المتوقعة وهذا يقوي الثقة بين المصرف والعميل مما

الفصل الثاني: تنافسية البنوك في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الفصل الثاني تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كادات لتعزيز تنافسية البنوك

يساعد على الالتزام في التعامل معه، كما نجد أن هناك من ينظر لتحسين الخدمة المصرفية من خلال ثلاثة مداخل هي كما يلي:¹

- **مدخل تعديل نوعية الخدمة:** يقصد به تحسين نوعية الخدمة بصورة مستمرة وعلى أن تكون منسجمة ومتوافقة مع النوعية المرغوبة فيها من قبل المتعاملين المستهدفين.

- **مدخل التعديل في خصائص الخدمة:** بمعنى إضافة فوائد ومزايا جديدة للخدمة، لكن هذا المدخل سهل التقليد من قبل المنافسين.

- **مدخل التعديل على نمط الخدمة:** نقصد به القيام بتطوير كل ما هو مرتبط بكيفية تقديم الخدمة للمتعاملين.

ثالثا- تعزيز القدرة على الابتكار: تدفع بيئة الأعمال المصرفية المتغيرة إلى الاهتمام الكبير بالابتكار (Innovation) واعتباره الجوهر الاستراتيجي للنشاط، ومن ثم فتعزيز هذا الأخير من خلال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يساعد على تحقيق قدرة تنافسية دائمة على المستوى المحلي والدولي.

فالابتكار من زاوية دراستنا هو الحداثة، أو استخدام طريقة جديدة في تقديم الخدمة للزبون، فنصف كل من Norma Harrison et Danny Samson، سنة 2001 الابتكار إلى ثلاثة أنواع:

✓ ابتكار الخدمة: نعي بها إضافة خدمة جديدة أو إدخال تطورات على الخدمة الموجودة من قبل.

✓ الابتكار في التقنية (تكنولوجيا عرض وتقديم خدمة جديدة): إن أساس زيادة الحصة السوقية للمصرف يرتكز أساسا على قدرته على التغيير الجوهرية في أساليب وطرق تقديم الخدمة المصرفية، وذلك من خلال الابتكار و الإتيان بالجديد بصفة دائمة ومستمرة، وهذا يساعد على الوقوف في وجه المنافسين، ومن ثم فإن دمج النشاط المصرفي عن بعد وخاصة الإلكتروني منه في عمل المصرف ليس كاف لوحده بل على المصرف الإبداع في هذه التقنية باستمرار من خلال البحث والتطوير المستمر في أدوات ونظم العمل المصرفي الإلكتروني.

✓ الابتكار الإداري والتنظيمي: بمعنى جعل الجانب الإداري والتنظيمي للمصرف مرنا قابلا للتطوير وقبول كل ما هو حديث.

إن تسارع المصارف على المستوى العالمي في تبني الخدمة المصرفية عن بعد وكذا تطويرها باستمرار من خلال الحركة المتسارعة في ابتكار الخدمات المصرفية جعلتها تبحث عن سبل تعزيز قدرتها التنافسية من خلال ميزاتها و تفوقها و يمكن تلخيص تحقيق الميزة التنافسية عبر الابتكار في الجدول (2-4):

جدول رقم (2-4): تحقيق الميزة التنافسية عبر الابتكار

الميزة التنافسية المصرفية	الآليات
تقديم خدمات يصعب على الآخرين تقليدها.	حداثة الخدمة
عرض خدمات بطريقة حديثة وبأقل تكلفة، سرعة عالية وأكثر استجابة.	الحداثة بالمعالجة
تقديم خدمات يصعب على الآخرين تقليدها.	درجة التعقيد
عرض خدمات بطريقة حديثة وبأقل تكلفة، سرعة عالية وأكثر استجابة	الحماية القانونية لحقوق الملكية
تقديم خدمات بطريقة مثالية الآخرون يواجهون صعوبات في التغلب	جودة عرض الخدمة

¹- عامر بشير، "دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك- دراسة حالة البنوك الجزائرية-". أطروحة دكتوراه، تخصص مالية ونقود كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2012، ص 271-273.

المصدر: فالح عبد القادر الحوري، استراتيجيات تكنولوجيا المعلومات ودورها في تعزيز الميزة التنافسية، رسالة دكتوراه تخصص إدارة أعمال، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان، 2004، ص78.

نلاحظ من الجدول أن عامل الابتكار أساسي في تحقيق الميزة التنافسية للمصرف، فتبني المصارف لمختلف التطورات التي تشهدها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يجعل المنافسين لا يستطيعون تقليد المصرف بسهولة كما أن عامل الابتكار يتأثر بالعديد من العوامل، لذا على المصرف أن يعمل على التوفيق ما بين هذه العناصر بطريقة تجعلها منسجمة مع الاستراتيجيات المحددة من قبله.

رابعاً- تحقيق عامل المرونة: تتمثل أساساً في قدرات ومهارات المصرف على تغيير الخدمة وفق الحاجات الفردية لكل عميل والتي تتماشى في نفس الوقت مع تغييرات السوق، ومن ثم فافتتاح الأسواق وتوسع التجارة الالكترونية اجبر المصارف على التأقلم مع هذا الوضع، مما جعلها تطور أساليب عرض الخدمات وتوجهها نحو عرض خدمات الكترونية.

تنقسم المرونة المصرفية إلى ثلاثة أقسام أساسية هي كما يلي:¹

- **مرونة عرض و تقديم الخدمة:** تتحقق من خلال عمل المصارف المستمر على تغيير الآلات ومعدات العمل وكذا الأنظمة المختلفة لتسيير كل أقسام المصرف.
- **مرونة مزيج الخدمة:** يقصد بها قدرة المصرف على عرض خدمة مصرفية تحقق رغبات المتعاملين الظاهرية والباطنية منها.
- **مرونة الحجم:** بمعنى قدرة المصرف على عرض وتقديم خدمات مصرفية تتماشى وتقلبات الطلب في السوق المحلي أو الخارجي.

بناء على ما سبق فتكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تبنتها المصارف تهدف بالدرجة الأولى إلى التأثير على محددات الأداء التجاري، حيث لاحظنا أنها كلها تصب في مجال التطوير والارتقاء بهدف تحقيق الاستمرار البقاء، النمو وكذا تحقيق مرد ودية عالية وبذلك الرفع من تنافسية المصرف.

المطلب الثاني: الميزات الإستراتيجية التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمصارف

تمتاز تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بعدد من الخصائص جعلت المصارف تتبناها وتدرجها ضمن قائمة أهدافها الإستراتيجية، ومن بينها ما يلي:²

1. **تقليص المسافات:** بفضل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أصبح العالم قرية صغيرة تلاشت فيها الحدود الجغرافية، بمعنى أن كل الأماكن متجاورة الكترونياً.
2. **تقليص المكان:** نقصد بها هنا إمكانية استخدام وسائل التخزين التي تستوعب حجماً هائلاً من المعلومات والتي يمكن الرجوع إليها واستخدامها بكل يسر وسهولة في أي وقت، كما أنها تساعد على بناء قاعدة من المعلومات تستطيع المصارف الرجوع إليها وقت الحاجة من أجل اتخاذ مختلف القرارات.

¹ - صباح محمد أبو تاية، "التسويق المصرفي بين النظرية والتطبيق"، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، 2008، ص 352-355.

² - <http://www.Acpsahram.org.e/12/3/2016>

الفصل الثاني: تنافسية البنوك في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الفصل الثاني تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كادات لتعزيز تنافسية البنوك

3. تقليص الوقت: إن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يعمل على تقليص وقت الاستجابة للطلبات بمعنى يساعد على السرعة في إدارة وانجاز الأعمال المصرفية، كما انه يساهم في التقليل من الإجراءات والخطوات التنفيذية، بالإضافة إلى انه يساعد العميل في الحصول على الخدمة بسرعة عالية كمعرفة الرصيد، إجراء عمليات التحويل، التعرف على الخدمات المصرفية... الخ.

4. اقتسام المهام الفكرية مع الآلة: تظهر هذه الخاصية نتيجة التفاعل بين الباحثين والنظامين خلال إمكانية اتخاذ القرارات من المعلومات المخزنة أو الناتجة عن البيانات المحصلة، وهذا يساعد على إيجاد مخرجات أكثر تطورا وتلبية لحاجات المتعاملين مع المصرف.

5. تزايد النظم الشبكية: تظهر من خلال إمكانية ربط النظم الداخلية مع بعضها البعض، بالإضافة إلى ربطها مع النظم الخارجية الأخرى في النظام الشبكي، وهذا يساعد على تطوير الاتصال ما بين المصرف والعميل، وكذا بين الإدارات الداخلية للمصرف الواحد وباقي المصارف، كما إنها توفر سرعة انتقال المعلومات من وإلى مختلف أقسام المصرف، وهذا بدوره يساعد على زيادة نطاق الإشراف على مختلف الأقسام وفي مختلف المهام.

6. تطور البيئة الالكترونية يساهم في البناء الفكري للأفراد: إن استخدام الأفراد لوقت طويل نظم المعلومات يساهم على التكوين الفكري لهم، مما ينتج عنه تفاعل الأفراد مع هذه الخدمات، وهذا يساعد على تحسين الصورة الذهنية للمصرف لدى العملاء، مما يدعم فرص الإبداع والابتكار على كافة المستويات.

7. تسمح باستثمار رأس مال المصارف: لقد أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من بين أهم العناصر في استثمار رأس مال المصارف في العديد من الدول، حيث بلغ في سنة 1982 في أمريكا 400 مليار دولار لتصبح سنة 2003 قيمتها 1300 مليار دولار، وهذا يرجع لمساهمتها في تقوية الموقع التنافسي للمصرف في السوق.

8. أساس مهم لانجاز أعمال مختلفة: بينت الإحصائيات الأمريكية انه يوجد أكثر من 113 مليون عامل يعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال في أداء الأعمال المختلفة، خاصة مع ظهور الحكومة الالكترونية المكتبة الالكترونية، المصارف الالكترونية والتجارة الالكترونية، وان كل هذه النشاطات لا يمكن أن تتم بمعزل عن تكنولوجيا المعلومات و الاتصال.

المطلب الثالث: عوائق استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك

إن عملية تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال غالبا ما تكون محفوفة بالصعوبات والمشاكل، ومن هذا المنطلق نحاول تشخيص العديد من العوائق والمخاطر.

أولا: عوائق مستمدة من داخل البنك

تتمثل هذه العوائق في:¹

1. عوائق تنظيمية: حيث تتطلب التكنولوجيا استثمارات إضافية في الموارد المتخصصة المساعدة، مثل: العمليات التنظيمية الجديدة ورأس المال البشري، والنجاح في عملية استخدام التكنولوجيا المصرفية يتطلب أكثر من مجرد توفر رؤى إدارية معقدة حول الكيفية التي في ضوئها يتم استغلال التكنولوجيا بفاعلية لتحقيق مزايا إستراتيجية وتشغيلية.

¹يشير العلاق، "تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال- مدخل تسويقي-"، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص ص 111-112.

الفصل الثاني: تنافسية البنوك في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الفصل الثاني تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كادات لتعزيز تنافسية البنوك

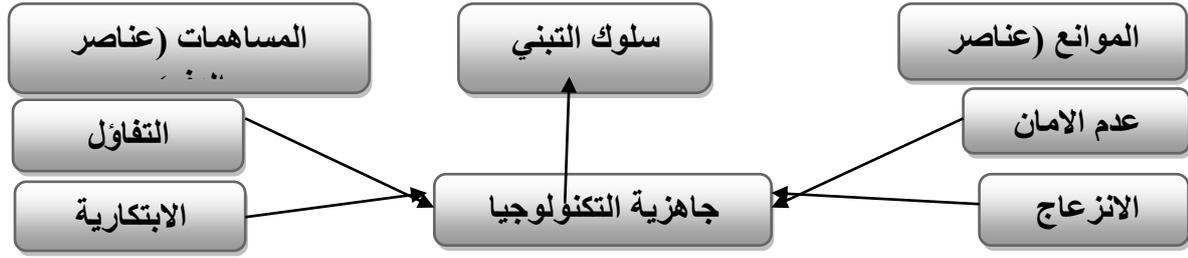
2. **عوائق المعرفة:** إن التقنيات الجديدة تستدعي فهما معقدا وتمثيلا ذهنيا قد يكون من الصعب التعامل معها بسبب محدودية القدرات الخاصة لمعالجة المعلومات لدى العاملين، ومن ثم تغير الطلب على العمل، فظهرت العمالة المستنيرة التي تتميز بالخبرة والمعرفة وتستخدم مهاراتها وقدراتها بصفة رئيسية.

ثانيا: عوائق متعلقة بالعملاء

تتضمن ما يلي:

المظاهر المتعددة لجاهزية التكنولوجيا: على البنوك والمؤسسات المالية الأخذ في الحسبان مظاهر جاهزية التكنولوجيا قبل تقديمها لخدماتها والتي تتألف من أربعة أبعاد، هذه الأخيرة يمكن توضيحها من خلال الشكل (9-2):

الشكل رقم (2-9): يوضح مظاهر جاهزية التكنولوجيا



المصدر: بشير العلاق، الخدمات الالكترونية بين النظرية والتطبيق - مدخل تسويق استراتيجي- منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2003، ص 113.

إن التفاؤل يعتبر بمثابة مساهمات لتبني التكنولوجيا، والذي يعبر عن درجة إيمان العميل بالمنافع المتأتية منها في كونها تمنحهم سيطرة ومرونة أكبر، كذلك الراحة والسرعة في الاستفادة من الخدمات المصرفية في أي وقت وفي أي مكان، أما المساهم الثاني فيتمثل في الابتكارية، هذه الأخيرة تعبر عن درجة جاهزية استعدادية العميل لاستكشاف وتجربة وتعلم التقنيات الأكثر تعقيدا.

أما حالة عدم الأمان، فتعتبر بمثابة عناصر معطلة، فالعميل الأكثر قلقا يجد في العنصر البشري عامل توكيد بالنسبة له (حالة استخدام الصراف الآلي)، بينما الذي تساوره الشكوك، فانه يثق بالحاسوب أكثر من ثقته بالعنصر البشري، خصوصا في الخدمات التي تعتمد في جودتها على القدرات التكنولوجية العالية، والعنصر الآخر المعطل هو بالتأكيد الانزعاج، هذا الأخير يعبر عن درجة القلق التي تنتاب العملاء عندما يكونون غير قادرين على إحكام السيطرة على التكنولوجيا.

ثالثا: مخاطر تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأمنية المعلومات

تتمثل في:

1. تحليل العوامل المهددة لأمن الأنظمة الآلية للمعلومات: من بين العوامل المتسببة في الخطر ما يلي:¹

✓ **أفعال المتعاملين (الأفراد) غير مقصودة:** تكون في الغالب نتيجة ضغط شديد في العمل أو ضعف في القدرات الذاتية في الانضباط والاهتمام لدى المستخدمين مثل: إرسال تقارير بالخطأ، وضع كلمة السر في المكان يسهل معرفتها.... إلخ

✓ **أفعال المتعاملين المقصودة:** مثل معالجة محرقة، أو تشغيل محرقة للبرنامج، إطلاع الآخرين على بيانات هامة، نقل بعض البرامج والبيانات الخاصة، تدمير أو تزييف برنامج أو معلومة أو غير ذلك من الأفعال المقصودة ويطلق على هذه الأخطار الناتجة عن مستخدم النظام يوميا باسم أخطار مرتبطة بالاستغلال.

✓ **الاعتماد الخارجي:** نعني بالاعتماد الخارجي أن يتمكن أشخاص من غير المتعاملين مع النظام من الاطلاع أو تغيير أو مسح أو سرقة بعض أو كل معلومات النظام، تنشأ هذه المخاطر من عدم التأمين الكافي للنظم مما يجعلها عرضة لعمليات الهاكرز.

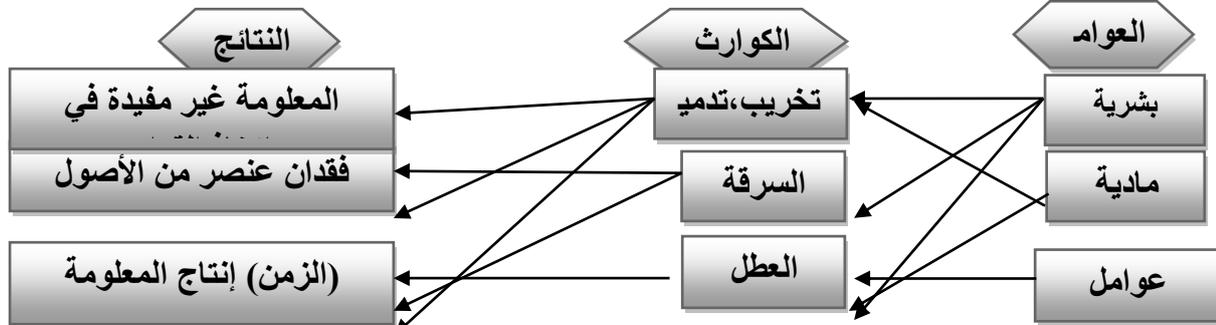
1- أحمد عوض حاج علي، عبد الأمير خلف حسين، "أمنية المعلومات وتقنيات التشفير"، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص ص 20-22.

العطل: خطأ يحدث في المعدات يجعلها لا تعمل بصورة صحيحة، وهناك العطل التدريجي والعطل الخفيف، كما توجد عدة تقنيات في التعامل مع الاعطاب في الأجهزة مثل التنبؤ بالخطأ، تسجيل الخطأ، معدل الفشل.

الفصل الثاني: تنافسية البنوك في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الفصل الثاني تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كادات لتعزيز تنافسية البنوك

✓ الكوارث الطبيعية والحريق: ربما تكون أقل خطورة وأيسر حيث المرونة في الخزن وإمكانية وجود نسخ مسندة للبرامج والبيانات في أماكن بعيدة ومتعددة، وكذلك ما تسببه الذبذبات الكهربائية العالية من أخطار نتيجة للاعطاب المفاجئة في نظام الكهرباء. ويمكن تلخيص المخاطر الناتجة عن المعلوماتية من خلال الشكل (10-2):

الشكل رقم (10-2): يوضح المخاطر الناتجة عن المعلوماتية



Source :Michelle le Fitte, les systèmes d'information dans les établissements financières presses de Jouve, paris, France, 2000, p230.

2. الأمن الفيزيائي لمركز المعلومات والحاسب الآلي:

يشمل الأمن الفيزيائي لهذا المركز حمايته من:¹

- الحريق والغبار، وكذلك ضمان الكهرباء الكافية والمستلزمات البيئية من حرارة ورطوبة.
- التحكم في زيادة ودخول الأفراد إلى المبنى أو المكاتب الحساسة.
- التحكم في الوصول إلى المراكز الفرعية للتطبيقات أو خطوط الاتصال أو غيرها من الأشياء المؤثرة في أمن النظام المعلوماتي.
- مراقبة الأفراد المتعاملين مع النظام، إذ لا يكفي التأكد من أخلاقيات الموظف عند تعيينه.
- عمليات الصيانة التي تعتبر خط الدفاع الثاني، ووجوده يضمن التشغيل المستمر للأنظمة الآلية.

- التأمين التجاري الذي يغطي تكلفة إرجاع المعلومات المفقودة وتغطية الخسارة الناتجة عن تعطيل النظام.

3. أمن المعلومات المصرفية

وتشمل ما يلي:²

أ. أهداف تأمين المعلومات: إن الهدف من تأمين المعلومات المصرفية هو تحقيق قدر من المكانية إتاحتها ومراجعتها والمساءلة المرتبطة بعملية استخدامها، وكذلك توثيقها لتوفير إمكانية الاعتماد عليها.

ب. تدمير أنظمة المعلومات الخاصة بالبنوك: لتدمير نظام معلومات سواء كلياً أو جزئياً لا بد من اختراقه أولاً ولكي تتم عملية الاختراق لا بد من وضع برنامج يتم تصميمه خصيصاً لهذه العملية، ويعتبر برنامج حسان طروادة من البرامج الخطيرة التي تستخدم في عمليات اختراق نظام المعلومات الخاص بالبنوك، وتكمن خطورة هذا البرنامج في كونه يتيح للمخترق أن يحصل على كلمة السر للدخول في هذا النظام، إضافة إلى هذه البرامج هناك

¹ - Michelle le Fitte, les systèmes d'information dans les établissements financière expresses de Jouve, paris France, 2000, p230.

² - محمود مراد مصطفى، ناصر نور الدين عبد اللطيف، "المحاسبة وتكنولوجيا المعلومات"، كلية التجارة، الإسكندرية، 2003، ص 419.

الفصل الثاني: تنافسية البنوك في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الفصل الثاني تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كادات لتعزيز تنافسية البنوك

الفيروسات والفيروس "هو برنامج صغير طور خصيصا لتنفيذ أعمال تخريبية على الحاسب الآلي، يحتوي هذا النوع من البرامج على أوامر تخريبية معينة في نص الشفرة التي كتب بها"، ولأجل حماية نظام المعلومات للبنك من خطر الفيروسات هناك ثلاث أنواع من الحماية:

- الحماية ضد الفيروسات الصادرة من الرسائل الالكترونية.
- الحماية ضد الفيروسات الناتجة من خلال البحث في شبكة الانترنت.
- الحماية في مستوى محطات التشغيل أو الملقمات.

ج. الأساليب والإجراءات المرتبطة بنظم الرقابة الداخلية: هذه الأساليب أشارت إليها معايير أمن المعلومات الدولية وأوصت باتباعها وتتمثل في:¹

● **التشفير:** يشير إلى عملية تحويل البيانات المكتوبة إلى شكل لا يمكن قراءته، وهذا من أجل التشويش والحماية من مخاطر اعتراض الرسائل من قبل الأفراد الغير المرغوب فيهم، ويطلق على هذه الرسالة اسم الرسالة المشفرة ويتطلب التشفير طريقة للتشفير ومفتاح التشفير (الذي يمثل رقم معين يستخدم من الدوال الرياضية لتشفير البيانات، حيث لا يمكن فك الشفرة دون معرفة المفتاح).

● **استخدام وسائل تعريف المستخدم:** ويتم استخدامها لحماية النظام من أخطار التدخل الغير الشرعي بانتحال صفة شخص مصرح له باستخدام النظام، وتستخدم للحماية من هذه الأخطار ما يلي:

✓ **كلمات السر:** حيث تحرص المنظمات على وضع كلمات المرور الخاصة بالمستخدمين ومنع القرصنة من الاستيلاء عليها.

✓ **التعريف باستخدام الخصائص البيولوجية:** وذلك بالاعتماد على الصفات البيولوجية لشخص المستخدم مثل طول الجسم، بصمة الإصبع أو بصمة الصوت.... إلخ.

✓ **التوقيعات الرقمية والإلكترونية:** تستخدم هذه التوقيعات للتأكد من أن الرسالة قد جاءت من مصدرها دون تعرضها لأي تغيير أثناء عملية النقل، وباستخدام التوقيع الرقمي يتم تأمين سلامة الرسالة والتحقق من صحتها، كما أنه من فوائد هذا التوقيع أيضا أنه يمنع المرسل من التذكر للمعلومات التي أرسلها.

● **جدران النار:** هي أدوات تقع على طرف شبكة الانترنت الخاصة بالمنظمة، تعمل كمنفذ للإنترنت وتعمل على تحقيق الرقابة على المعلومات من وإلى الشبكة، كما يوجد نوعين من الجدران النارية:

✓ جدران الحماية بالفلتر للرسائل (حزم).

✓ جدران الحماية للتطبيقات (جسر التطبيقات).

● **الرقابة على الأمن:** بمعنى القيام بمراجعة دورية ضمن نظم الرقابة الداخلية على أمن المعلومات التي تطبقها المعلومة بغرض الكشف عن نقاط الضعف، ومن ثم العمل على علاجها.

¹ -Michelle Lafitte, op cite, p 241.

خلاصة الفصل:

تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أهم الطرق التي تتعامل معها المنظمة من أجل تحسين أدائها، لذلك يجب عليها معرفة كيفية استخدام هذه التكنولوجيا على نحو يدعم ويساهم في بناء قدرة تنافسية من خلال إدخالها في مختلف عمليات المنظمة ووظائفها بشكل يسمح لها بالتميز على المنافسين سواء من حيث المنتجات التي تقدمها، ولعل من أهم الأسباب التي تؤدي إلى تعزيز دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال داخل البنوك هو إدراكها لأهمية هذه التكنولوجيا لأن هذا سيكون له أثر إيجابي في تدعيم تنافسياتها من خلال إيجاد أساليب جديدة لتأدية نشاطاتها وتطوير منتجاتها الحالية.

وخلاصة القول، أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال تأثيراً بوجه عام على فعالية نشاط البنوك في ناحيتين الأولى أن التكنولوجيا قد أدت إلى إحداث تغييرات في أداء العمليات المصرفية في محاولة تحسين الإنتاجية وربحية البنك من خلال تخفيض التكاليف، والثانية أن التكنولوجيا استهدفت بوجه خاص عملاء البنوك من حيث تسهيل أداء الخدمة وتحسين مستوى أداء هذه الخدمة بالشكل الذي يحقق وفاءهم ورضاهم.

تمهيد:

تعتمد جميع فروع النشاط الاقتصادي على الخدمات المصرفية عموما وعلى وسائل الدفع المصرفية المتطورة خصوصا، مما جعل المصارف تعمل على تطوير وتحسين وتنويع خدماتها المقدمة لعملائها باستعمال سياسات ومناهج مختلفة، واهتمت المصارف بالتسويق المصرفي كوظيفة مهمة، واتجهت إلى تشكيل كيانات عملاقة عن طريق الاندماج فيما بينها، وكذا تقديم المصارف لخدمات واسعة في إطار المصارف الشاملة، وتحويل عدد كبير من المصارف لتقديم خدمات مصرفية إلكترونية.

إن المنظومة البنكية الجزائرية كغيرها في العام تواجه التحدي في مجال الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصال وما يؤكد أهمية هذا الأمر هو تبني برامج تأهيل هذا القطاع، حيث سارعت في مواكبة التطور الحاصلة في هذا المجال من خلال دمج مختلف التكنولوجيات الحديثة في العمل المصرفي، محاولتا منها الاستفادة من ميزاتها المتمثلة أساسا في سرعة تقديم الخدمات للعملاء وانخفاض التكلفة، مما يساعدها الارتقاء بالعمل المصرفي الجزائري إلى مستوى أعلى، وضمان مكانتها في بيئة تعرف تنافسية كبيرة.

وبهدف التطرق إلى أهم الوسائل ونظم تكنولوجيات المعلومات والاتصال التي تعتمد عليها البنوك الجزائرية في أداء انشطتها، ومدى مساهمة هذه التكنولوجيات في الرفع من مستوى تنافسيتها، قسمنا هذا الفصل إلى ثلاث مباحث كما يلي:

- ✓ المبحث الأول: واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المنظومة البنكية الجزائرية.
- ✓ المبحث الثاني: نظم الدفع الإلكتروني في المنظومة البنكية الجزائرية.
- ✓ المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات والاتصال كاستراتيجية رائدة لتفعيل تنافسية البنوك في الجزائر

-دراسة قياسية-

المبحث الأول: واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المنظومة البنكية الجزائرية

شهد قطاع تكنولوجيايات الإعلام والاتصال في العقد الأخير، نقلة نوعية سواء من حيث القوانين والإجراءات المتخذة أو من جانب الأغلفة المالية المخصصة للنهوض بالقطاع، لا سيما من خلال تجسيد مشروع الجزائر الإلكترونية وتعميم استعمال تكنولوجيايات الاتصال.

المطلب الأول: مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك الجزائرية.

في ظل الاتجاه الدولي المتسارع نحو نشر تطبيقات الصيرفة الإلكترونية في كافة المعاملات المالية والمصرفية عرف قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر تأخرا كبيرا، إلا أنه في السنوات الأخيرة ومع بداية التخصص، والتحرير وعصرنة القطاعات بدأ قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال يتطور تطورا ملحوظا وبارزا لا سيما في مجال الهاتف النقال وشبكة الإنترنت.

1. شبكة الاتصالات الإلكترونية:

يعيش البنك الجزائري مشاكل عديدة معقدة تظهر أثناء تقديمه لخدماته، بحيث تقف عائقا أمام تطوره وحاجزا في وجه الاستثمار نظرا للدور البارز الذي يلعبه هذا القطاع في حقل التنمية الاقتصادية، وتمثل هذه المشاكل عادة بالكفاءة والسرعة في الأداء وغياب شبكات محلية تربط مختلف الهيئات المالية لتنسيق العمل بينهما مما أدى ببعض المؤسسات المصرفية والمالية إلى المبادرة بتطوير شبكات الكترونية للدفع والتسديد منتشرة في نقاط محدودة من التراب الوطني، لكن عدم القدرة على التحكم فيها وتسييرها جعل بعضها يتوقف على أداء خدماتها بسبب اعتماد هذه المؤسسات على حلول وأنظمة مستوردة وغير متوافقة وخصائص السوق الجزائرية، وكذا عدم الطلب المتزايد على هذه الخدمات مثل التسديد والدفع ببطاقات المعاملات والائتمان، وتشجيع بعض المؤسسات على مواصلة تقديمها مثل: بطاقة الدفع المقدم لخدمات الهاتف، وبطاقة السحب من الصرافات الآلية لمؤسسة البريد والمواصلات، البطاقات المصرفية للسحب والدفع للمصارف التالية: CPA, BEA, BADR, CNEP.¹

2. الصيرفة عبر الانترنت:

دخلت خدمة الانترنت أول مرة في الجزائر عام 1993 عن طريق مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني CERIST*، وهو مركز للأبحاث تابع للدولة الجزائرية، حيث في عام 1998 صدر المرسوم الوزاري رقم 256 لعام 1998 الذي بموجبه أنهى احتكار خدمة الانترنت من الدولة وسمح للشركات الخاصة بتقديم هذه الخدمة بيد أن هذا المرسوم اشترط على الذين يريدون هذه الخدمة لأغراض تجارية أن يكونوا جزائري الجنسية، ويتم تقديم الطلبات مباشرة إلى وزير الاتصالات، وفي عام 1998 ظهرت أولى شركات التزويد الخاصة، وارتفعت أعداد الشركات التي²

¹- بوعافية رشيد، "الصيرفة الإلكترونية و النظام المصرفي الجزائري"، مذكرة نيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة سعد دحلب البليدة 2005، ص ص 164-166.

*CERIST: Centre de Recherche et d'information Scientifique et Technique

²- بختي إبراهيم، "الانترنت في الجزائر"، مجلة الباحث، العدد 1، 2002، جامعة ورقلة، ص 31.

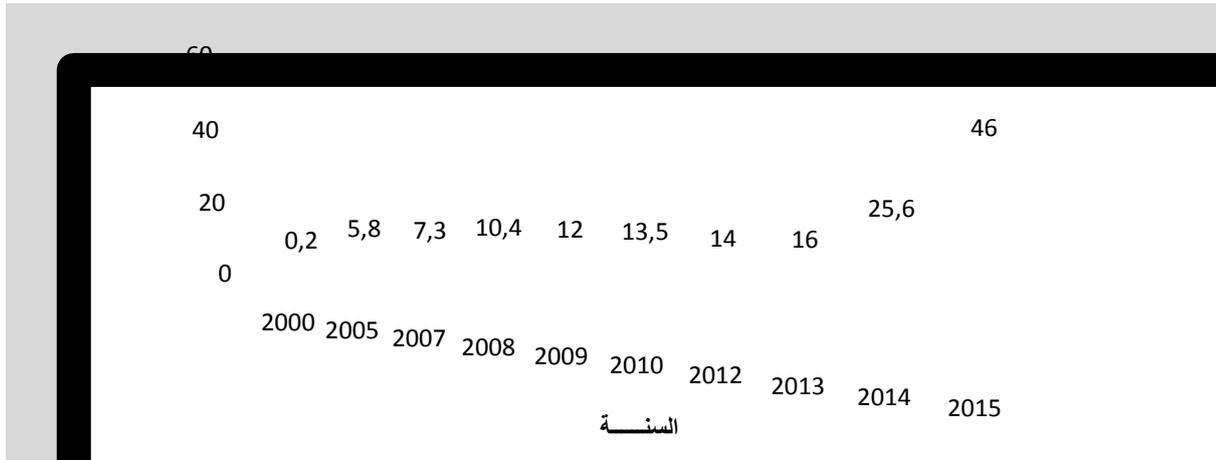
تزود العملاء إلى 18 شركة بحلول شهر مارس عام 2000¹، ورغم تحرير قطاع الاتصالات في الجزائر إلا أن الوضع الحالي بالنسبة لشبكة الانترنت ما يزال ضعيفا وهذا ما سنوضحه في الجدول:

الجدول رقم (1-3): يوضح عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر خلال الفترة 2000-2015

نسبة الاستخدام	عدد السكان	عدد المستخدمين	السنوات
0,16	31 795 500	50 000	2000
5,81	33 033 546	1 920 000	2005
7,34	33 506 567	2 460 000	2007
10,36	33 769 669	3 500 000	2009
12,00	34 178 188	4 100 000	2009
13,59	34 586 184	4 700 000	2010
14,00	37 367 226	5 230 000	2011
16,50	38 813 722	6 404 264	2013
25,60	39 495 852	10 110 939	2014
46,00	40 398 754	18 583 427	2015

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على إحصائيات من الموقع: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> تاريخ الاطلاع: 2016.04.29

الشكل رقم (1-3): نسبة مستخدمي الانترنت في الجزائر خلال الفترة 2000-2015



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على إحصائيات الجدول رقم (1-3)

وعليه نلاحظ من خلال الجدول والشكل السابقين تطور ملحوظ في استخدام الانترنت في الجزائر خلال الفترة 2000 إلى 2015 أين انتقلت نسبة مستخدمي الانترنت من 0,2 % سنة 2000 إلى 46 % سنة 2015 وهذا يدل على تزايد الوعي بأهمية الانخراط في المجتمع الالكتروني من قبل المجتمع الجزائري، علما أن هذا العدد في ارتفاع مستمر خاصة بعد استخدام تقنيات 3G و 4G.

كانت أول تجربة للجزائر في هذا المجال هي إنشاء البنك الجزائري للخدمات الالكترونية AEBS سنة 2004، وموقعه على شبكة الانترنت <http://www.aebs-tech.com>، يهدف الى تحقيق الصيرفة عن بعد وتأمين

¹ - مرجع نفسه.

تبادل البيانات المالية الالكترونية، كما يعرض خدمات على جميع المصارف والمؤسسات المالية، بغض النظر عن شريحة من عملائه الأفراد والمهنيين والتجار والشركات الصغيرة، المتوسطة والكبيرة، يقدم خدمات الصيرفة عبر الانترنت لعدد من المصارف الجزائرية هي كما يلي: BNA, CPA, BADR, BEA, PARISBAS، كما يعرض خدمات التبادل الالكتروني للبيانات، كانت أول تجربة له مع هذه المصارف سنة 2005، حيث عملت على عرض من خلال مواقعها عدد من الخدمات، كخدمة تسير حسابات العملاء، تحميل الكشوف، طلب دفتر الشيكات، تلقي رسائل شخصية من البنك، إرسال وثائق مرتبطة بالاقتطاعات والتحويلات، وكذا مختلف الأوامر المتصلة بها بكل أمان، الاطلاع على التغيرات التي تحدث في سعر الصرف، لكن ما يلاحظ على هذه الخدمة أنها لازالت في بدايتها، إذ يتم من خلال الموقع عرض خدمات معلوماتية فقط ولم تنتقل إلى عرض خدمة التحويل والدفع.¹

ف نجد أن البنوك الجزائرية تحضي بمواقع الكترونية عبر الانترنت تمكنها من تسيير خدماتها، فمثلا: موقع بنك الجزائر على الانترنت تظهر فيه مجموعة من البيانات عن السياسة النقدية والمالية بالإضافة إلى إحصائيات وتقارير مختلفة ولكنها غير متجددة، وهو لا يقدم أي خدمة معلوماتية إلكترونية، بعكس مواقع البنوك المركزية في العالم والتي بعضها يشرف على أنظمة الدفع الإلكترونية لمصارف تلك الدول انطلاقا من موقعه الإلكتروني أما بالنسبة للمصارف التجارية، فمواقعها تعرض مجموعة من المعلومات عن نفسها ومعظمها لم يجدد منذ مدة إلا انه يجب أن نذكر أن هناك مصارف تسمح بالاطلاع على الرصيد (للزبائن المشتركين في النظام) وبعض العمليات الأخرى محدودة سواء من حيث نطاق الخدمة أو نوعيتها.

3. الصيرفة عبر الهاتف

سجلت تنمية الاتصالات في الجزائر مؤخرا تطورا معتبرا لاسيما في كثافة استخدام الهاتف النقال، وهذا بفضل تطبيق أحكام قانون 2000-03 المؤرخ في 5 أوت 2000، والذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، وعليه أصبحت سوق الاتصالات الجزائرية سوق متعددة المتعاملين إذ بلغ عدد متعاملي الهاتف الثابت اثنين وهما اتصالات الجزائر والشركة الجزائرية للاتصالات. أما فيما يخص اتصالات الجزائر فقد أنجزت استثمارات هامة خلال السنوات الاخيرة، بلغت قيمتها 77.4 مليار دينار جزائري في الفترة 2003-2007، وبالنسبة للاتصالات في الجزائر فنجد الهاتف الثابت والهاتف النقال حيث نجد شبكة الهاتف النقال عرفت تطورا معتبرا² يمكن أن نوضحه في الجدول التالي:

1- ميهوب سماح، "أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية - حالة نشاط البنك عن بعد -" مذكرة نيل شهادة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة 2، 2014، ص 118.

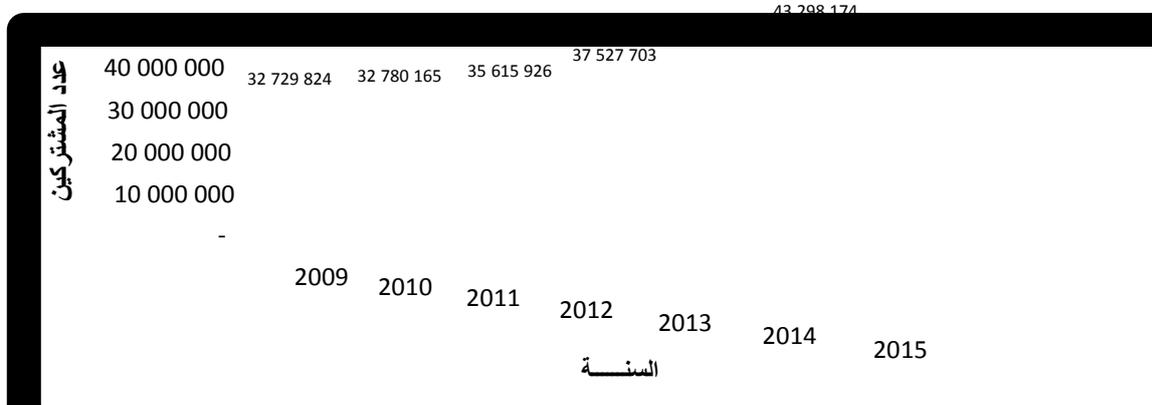
2- مرجع نفسه، ص 119.

الجدول رقم (2-3): تطور عدد مشتركى الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2009-2015

السنوات	عدد اجمالي للمشاركين	نسبة التطور
2009	32 729 824	—
2010	32 780 165	0,15
2011	35 615 926	8,65
2012	37 527 703	5,37
2013	39 517 045	5,30
2014	43 298 174	9,57
2015	43 227 643	-0,16

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على إحصائيات من سلطة ضبط البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية، من الموقع <http://www.arpt.dz/ar/obs/etude/?c=mobile> تاريخ الاطلاع: 2016.04.29

الشكل رقم (2-3): تطور عدد مشتركى الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2009-2015



المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على إحصائيات الجدول رقم (2-3)

نلاحظ من خلال الجدول والشكل السابقين الارتفاع الكبير والمستمر لعدد المشتركين في شبكة الهاتف النقال في الجزائر مع نهاية سنة 2012، حيث فاق عتبة 37 مليون مشترك بارتفاع قدر بـ 14.65 % مقارنة بنفس الفترة من سنة 2009، ليرتفع عدد المشتركين سنة 2015 إلى أكثر من 43 مليون مشترك، أي ارتفاع بنسبة 15.18 % مقارنة بسنة 2009، إلا أنه سجل العدد الإجمالي لمشاركى الهاتف النقال انخفاضا يقدر بـ 70731 مشترك خلال سنة 2015، مقارنة بسنة 2014.

وعليه تحتل الجزائر المرتبة 14 في منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقيا بنسبة 48 بالمئة في مجال الاشتراك في شبكات الهاتف النقال وهذا خلال سنة 2015، حيث تشكل مع مصر والسعودية والعراق والمغرب أكبر خمسة أسواق من حيث الحجم، بمعدل انتشار أزيد من 96.26 بالمئة أهلها لتبلغ المرتبة 106 عالميا في مجال الاشتراك في الهاتف النقال.¹

أما بالنسبة للهاتف الثابت فالجدول التالي يوضح تطور عدد المشتركين من 2008-2015

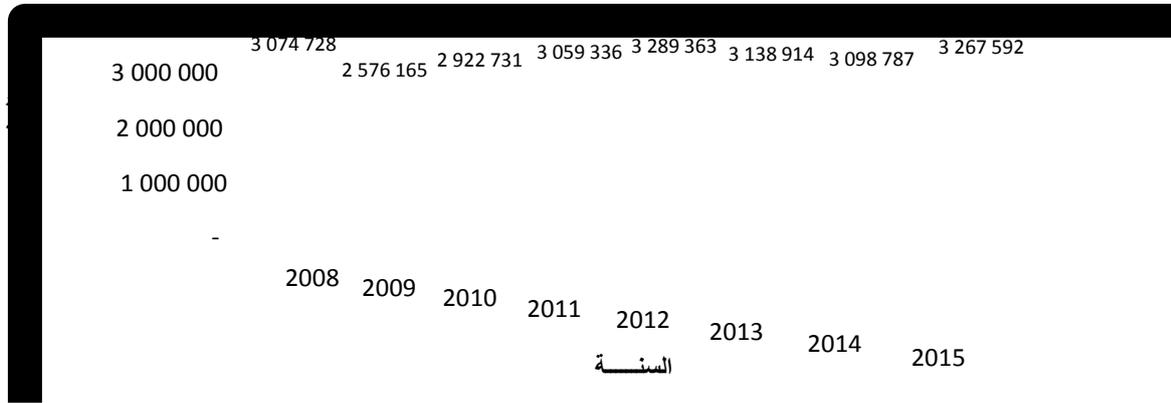
¹ - منير ركاب، بوابة الشرق، ليوم: 2016.04.29

الجدول رقم (3-3): تطور عدد مشتركى الهاتف الثابت خلال الفترة 2008-2015

السنوات	عدد اجمالي للمشاركين	نسبة التطور
2008	3 074 728	—
2009	2 576 165	-16,21
2010	2 922 731	13,45
2011	3 059 336	4,67
2012	3 289 363	7,52
2013	3 138 914	-4,57
2014	3 098 787	-1,28
2015	3 267 592	5,45

المصدر: إحصائيات من سلطة ضبط البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية، من الموقع: www.arpt.dz تاريخ الاطلاع: 2016.04.29.

الشكل رقم(3-3): تطور عدد مشتركى الهاتف الثابت خلال الفترة 2008-2015



المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على إحصائيات الجدول رقم (3-3)

من الجدول والشكل السابقين نلاحظ عدد المشتركين في شبكة الهاتف الثابت في الجزائر خلال سنة 2015 وصل 3267592 مشترك، أي بارتفاع قدر بـ 26.83% مقارنة بسنة 2012، حيث نلاحظ ارتفاع كبير في عدد المشتركين خلال هذه السنة لتوافد الأفراد إلى الاشتراك في خدمات الانترنت التي تحتاج إلى خطوط الهاتف الثابت كما أن انخفاض عدد المشتركين خلال سنتي 2013 و 2014 بتراجع بنسبة 4.57% ثم بنسبة 1.28% يعود إلى التطور الهائل الذي عرفه سوق الهاتف النقال وخدمات الانترنت المقدمة من خلاله.

رغم التطور الكبير الذي عرفه قطاع الاتصالات في الجزائر، والعدد الكبير من المشتركين في شبكة الهاتف الثابت والمحمول، إلا أن المصارف الجزائرية لا تستعمل الهاتف بشكليه (الثابت والمحمول) في تقديم خدماتها رغم ما شهده هذا الأخير من تطور كبير بعد فتح السوق الجزائرية في السنوات القليلة الماضية، وعلى المصارف الجزائرية استغلال الفرصة والاستفادة من عدد مشتركى خدمة الهاتف في تقديم خدماتها المختلفة، و جلب أكبر عدد ممكن من الزبائن.¹

¹ - جريدة الفجر، دار الصحافة الطاهر، ليوم 2016.04.29

*SATIM : Société d'automatisation des transactions interbancaires et Monétique.

لو قيمنا حالة الجزائر عموما في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال لوجدناها مازالت تعاني تأخر في المجال حيث أشارت تقرير الصادر عن منتدى الاقتصاد العالمي أن الجزائر احتلت المرتبة 131 سنة 2013 عالميا والمفاجئ في التصنيف أن العديد من الدول الإفريقية الفقيرة تقدمت على الجزائر مثل إثيوبيا، تنزانيا، الغابون، البنين وغيرها.

المطلب الثاني: شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك (SATIM) ونشاطاتها:

رغم التطورات التي عرفتها وسائل الدفع الإلكترونية في العالم و توسع نطاق استخدامها ليشمل مختلف المجالات حيث أصبحت من أهم وسائل الدفع في الوقت الراهن إلا أن الجزائر بقيت في منأى عن هذه المستجدات رغم أن العديد من الدول العربية قد قطعت أشواط كبيرة في هذا المجال.

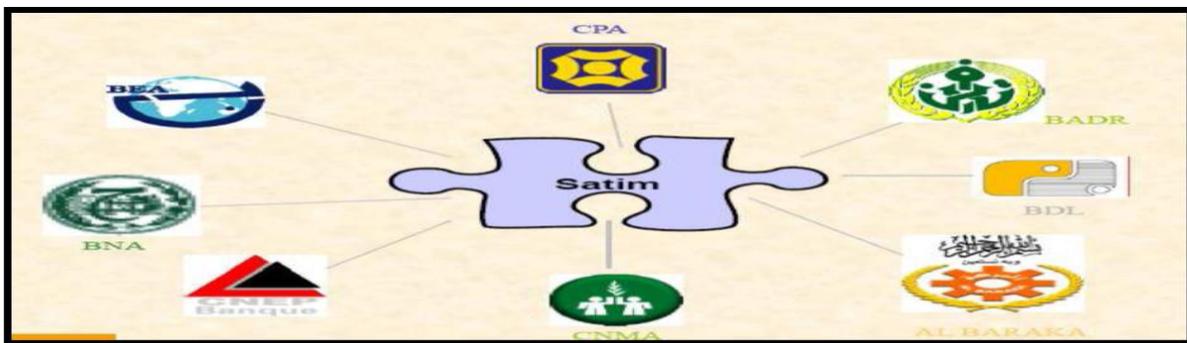
أولا - نشأة شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية ما بين البنوك SATIM:

إن إنشاء شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية ما بين البنوك، ناتج عن مبادرة المؤسسات البنكية الساعية لتطوير وتسهيل التحكم في عملية التحول إلى النقد الآلي وتحديث وسائل الدفع، وكذا لاستحالة قيام كل بنك بإنشاء مراكز تسيير ودراسة عمليات النقد الآلي الخاصة به، نظرا لما يترتب عن ذلك من استثمارات وتكاليف ضخمة، مما يعيق العملية خاصة كونها في بداياتها.

ومن هذا المنطلق قررت مجموعة من البنوك إنشاء هيئة مشتركة فيما بينها لتسهيل العمليات البنكية الخاصة بالنقد الآلي، وهنا جاء ميلاد SATIM سنة 1995 في شكل شركة ذات أسهم SPA، وهي عبارة عن فرع لـ 08 بنوك تجارية جزائرية برأسمال قدره 1.271 مليار دينار جزائري.

والمشاركون في رأس المال هم كل من: البنك الوطني الجزائري BNA، بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR، البنك الخارجي الجزائري BEA، الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP، القرض الشعبي الجزائري CPA وبنك التنمية المحلية BDL، الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CNMA وبنك البركة، كما أن هناك مؤسسات مصرفية تشارك في شبكة النقد الآلي، ألا وهي بريد الجزائر ALP، BNA Paribas Algérie، Société General d'Algérie Housing Bank، Natexis Algérie و AGB و ABC بنك.¹

الشكل رقم: (3-4) يوضح البنوك المشاركة في تكوين رأسمال شركة SATIM.



Source : Newal Benkritly, **Le Système de Paiement par carte en Algérie** , Séminaire de Tunis, rencontre sur la carte bancaire au Maghreb, 08et09 février 2007.

¹ - فتيحة ملياني، رشيد سفاحلو، "الدفع الإلكتروني في الجزائر الواقع والمعوقات"، ورقة بحث مقدمة ضمن الملتقى الدولي الخامس حول: الاتجاهات الحديثة لإدارة السيولة وعصرنة وسائل الدفع العوائق والتحديات، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2016، ص 10.

ثانيا - مهام شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية ما بين البنوك SATIM

- جاء إنشاء شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية ما بين البنوك بغرض أداء مجموعة من المهام الأساسية والضرورية لتحقيق السير الفعال لتعاملات النقد الآلي البيبنكي، وتتمثل هذه المهام فيما يلي:¹
1. النهوض بوسائل الدفع الإلكترونية وتطوير استخدامها في المجتمع الجزائري.
 2. تطوير النقد الآلي البيبنكي، من خلال إتباع أحدث التكنولوجيا.
 3. مرافقة البنوك في تطوير الوظيفة النقدية وكذا إصدار منتجاتها خاصة بالنقد الآلي ووضعها في متناول زبائنها.
 4. تأخذ على عاتقها كل ما يخص تسيير الهياكل والوسائل التقنية الخاصة بالنقد الآلي " بطاقات، موزعات آلية نهائيات الكترونية، تعاملات."
 5. المشاركة في التعريف بالمبادئ والقواعد الخاصة بالعمليات التي تتم بواسطة البطاقات البنكية وكذا وضع قوانين تقنيات وأسس التسيير وأسعار المنتجات النقدية "البطاقات والعمليات التي تتم بواسطتها".
 6. إصدار الشيكات والبطاقات البنكية وتشخيصها لصالح كل البنوك المشاركة في الشبكة البيبنكية.
 7. فريبا ستتحصل SATIM على العضوية في الشبكة الدولية للدفع والسحب بالبطاقات البنكية، كمركز التحليل والدراسة للمجتمع البيبنكي في الجزائر، وأيضا كمركز تشخيص البطاقات الدولية.
 8. القيام بعمليات المقاصة البيبنكية الخاصة بالتعاملات بالبطاقات البنكية.

ثالثا - وظائف SATIM:

إن المهمة الأساسية " لشركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية ما بين البنوك "ترتكز على تطوير وتسيير عملي للتعاملات البيبنكية للنقد الآلي، والذي يعتمد على هياكل ووسائل تقنية مؤمنة ومرتبطة بمراكز الإعلام الآلي والنقد الآلي الخاصة بالبنوك، التي تخضع للمعايير الدولية الخاصة بتأمين التعاملات بالنقد الآلي الأكثر تطورا ألا وهي معايير EMV*²، التي تحبط كل محاولات التزوير والقرصنة، حيث لم يتم اختراقها إلى غاية يومنا هذا. عمليات النقد الآلي تتشكل من كل عمليات الدفع على مستوى نهائيات الدفع الكترونية TPE، أو السحب على مستوى الموزعات الآلية للأوراق النقدية DAB، التي تم على المستوى الوطني (داخليا)، بواسطة بطاقات وطنية دون البطاقات الدولية، وتتشكل هذه العمليات من خلال مجموعة وظائف يتم تقسيمها على المستويات التالية:

1. **Front-office**: وهو الذي يؤمن الارتباط بين البنوك، التجار، نهائيات الدفع الإلكتروني TPE والموزعات الآلية للأوراق النقدية DAB.
2. **Back-office**: وهو الذي يقوم بالمعاينات الداخلية لكل العمليات التي تتم بالبطاقات البنكية ودراساتها.
3. **نظام التشخيص**: يقوم بعمليات تشخيص البطاقات البنكية وتحميل المعلومات الخاصة بالبطاقة وحاملها وحفظها في ذاكرة مركزية، كما يقوم بتحويل لكل بنك المعلومات الخاصة بزبائنه لحفظها.

¹- مرجع نفسه، ص ص 11-12.

* Norme EMV : Normes Europay Mastercard Visa .

4. شبكة الاتصال: تمكن من تبادل المعلومات بين كل أعضاء الشبكة البنكية للنقد الآلي.
5. شبكة القبول: والمتمثل في الوسائل الخاصة بالتعامل بالبطاقات البنكية (DAB , TPE).

رابعاً- الشبكة النقدية ما بين المصارف RIM*:

في سنة 1996 أعدت شركة SATIM مشروعاً لإيجاد حل للنقد بين المصارف، وأول مرحلة لهذا المشروع الذي بدأ في العمل سنة 1997 تمثلت في إعداد شبكة نقدية إلكترونية بين المصارف في الجزائر، هذه الشبكة لا تغطي إلا الخدمات المتعلقة بإصدار البطاقات المصرفية الخاصة بالسحب من الموزع الآلي محلياً وبالتالي يمكن للمصارف الوطنية والأجنبية الخاصة والعامة أن يقدموا إلى كل زبائنهم خدمة سحب الأموال بواسطة الموزع الآلي ثم بعد سنة 2005 تم إضافة خدمة جديدة الا وهي خدمة الدفع على مستوى نهائيات الدفع الإلكتروني TPE.

يمكن تلخيص دور الشبكة النقدية ما بين المصارف في النقاط التالية:¹

1. تأمين الوظيفة البنكية لكل التعاملات الخاصة بعمليات السحب او الدفع التي تتم على شبكة RIM لكل حاملي البطاقات البنكية للبنوك المنخرطة في هذه الشبكة.
2. ادماج الموزعات الالية للأوراق النقدية الخاصة بالبنوك المشاركة في الشبكة النقدية البنكية داخل نفس الشبكة بحيث يمكن لحاملي البطاقات البنكية للبنوك الاخرى القيام بعمليات سحب الاوراق النقدية من خلالها.
3. تسيير طلبات التراخيص بالسحب من الموزعات الالية DAB.
4. ضمان تسيير ودراسة العمليات التي تتم على مستوى الموزعات الالية DAB أو النهائيات الإلكترونية TPE لصالح البنوك، و بالتالي تسهيل العمليات على البنوك.
5. تحضير وتحويل المعطيات المالية الموجهة الى عمليات المقاصة البنكية والخاصة بالتعاملات بالنقد الالي.

ترتكز شبكة النقد ما بين المصارف على تحقيق هدفين أساسيين والمتمثلان في ما يلي:

- أ- تسهيل العمليات البنكية **Interopérabilité**: وهو ضمان قبول كل البطاقات البنكية للسحب والدفع فيما بين البنوك المنخرطين في هذه الشبكة على مستوى الموزعات ونهائيات الدفع الإلكتروني للبنوك الأخرى.
- ب- ضمان الامان في التعاملات: اي تأمين احترام القواعد والقوانين السارية، عن طريق تأمين العمليات الخاصة بتبادل المعلومات ومحاربة التزوير.

خامساً- مركز معالجة النقدية ما بين المصارف:

تشرف شركة SATIM على مركز المعالجة النقدية بين المصارف وتعمل على ربط مراكز التوزيع مع مختلف المؤسسات المشاركة لوظيفة السحب، حيث يتولى هذا المركز ربط الموزع الآلي بمقدم الخدمة بواسطة خطوط عبر الشبكة الوطنية ومركز للاعتراض على البطاقات الضائعة أو المزورة.

¹-بوعافية رشيد، "الصيرفة الإلكترونية و النظام المصرفي الجزائري"، مرجع سبق ذكره، ص ص 155-156.

فعملية السحب تتم بطلب ترخيص يوجه إلى مركز الترخيص بالوكالة الذي يقبل أو يرفض الطلب، وفي حالة القبول يراقب المركز السقف المسموح به أسبوعيا لكل زبون، كما يراقب هذا المركز الإشارة السرية كما أن السحب الذي يتم بالبطاقة لا يمكن الرجوع فيه، بعد ذلك وعلى الساعة الصفر يقوم المركز بمعالجة كل الصفقات التي قامت في ذلك اليوم وتنظمها حسب كل مصرف موجود في الشبكة بين المركز وجميع المصارف المشاركة وتسجل العمليات لدى جميع المصارف ويتم إجراء عملية المقاصة في مركز الصكوك البريدية التي لها كل حسابات المصارف ولهذا يمكن القول أن عملية السحب تتم في أسلوب نصف مباشر فتوجد شبكة بين المصارف وشركة SATIM وهذا ما يخلق نوعا من المخاطر، إضافة إلى إحجام الناس على التعامل بهذه الوسائل مما يجعل الإقبال عليها ضعيفا لأسباب عديدة منها كثرة الأعطاب والأخطاء، والميول للحرية والإحجام عن إظهار أية معلومات أمام الناس إضافة إلى التوزيع غير الجيد للموزعات الآلية.¹

ورغم هذا تبقى النقود العادية الأكثر استعمالا في المعاملات بين الجزائريين لانعدام الثقة في الوسائل الأخرى وبدل هذا على أن النظام المصرفي الجزائري مازال متأخرا كثيرا في هذا الميدان.²

المطلب الثالث: نظم المعلومات والدفع وتعميم النقد الآلي في الجزائر.

في إطار الورشة المفتوحة في مجال تطوير الصيرفة الإلكترونية والنقد الإلكتروني تجدر الإشارة إلى الجهود القائمة سواء كانت محلية أو مع الشريك الأجنبي من أجل إقامة هذا المشروع، ولكن ببطء عملية الانجاز تجعلنا نتساءل عن الأسباب، وسوف نشير إلى:³

1. العقد المبرم في شهر أبريل من سنة 2003 بين شركة SATIM والشركة الفرنسية Inginico Data من أجل تعميم النقد الإلكتروني في البنوك الجزائرية، وكان من المقرر أن تبرز ثمرته في نوفمبر من نفس السنة بإصدار أول بطاقة دفع مصرفية ثم إصدار أول بطاقة دولية في الثلاثي الأول من سنة 2004.
 - 2- اتفاق شراكة بين المجموعة الفرنسية Inginico Data الرائدة في مجال البرمجيات سنة 2003 المتعلقة بالصيرفة الإلكترونية وأمن تبادل البيانات المالية وثلاث مؤسسات جزائرية MAGACT Multimédia و Soft Engineering ومركز البحث في الاعلام العلمي والتقني لتنشأ شركة مختلطة سميث ب"الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية AEBS".
- أنشئت هذه الشركة في جانفي 2004، في البداية ركزت على عمليات تطوير وتدعيم موجهة جهودها بصفة رئيسية نحو عصرنة الخدمات البنكية وأنظمة الدفع الإلكترونية، وتهدف إلى تلبية حاجات المؤسسات المالية باقتراح برمجيات تقدم خدمات عن طريق برمجيات متعددة وذلك من خلال ما يلي:

¹ - بوعافية رشيد، "الصيرفة الإلكترونية و النظام المصرفي الجزائري"، مرجع سبق ذكره ، ص 157 .

² - معلومات مشتقة من الموقع الإلكتروني لشركة تأليف الصفقات البنكية المشتركة والنقدية على الرابط www.satim-dz.com

³ - www.startimes2.com

* AEBS : Algeria E-Banking Service

✓ اقتراح حلول المصارف عن بعد من جهة.

✓ تبسيط و تأمين المبادلات الإلكترونية متعددة الأقسام من جهة أخرى.

إن الخدمات المقدمة توجد على قسمين على نفس الدرجة من التطور التكنولوجي:

1. الصنف الخاص بالبنك : DIAGRAM . E - BANKING.

2. صنف التبادل الإلكتروني للبيانات EDI متعدد الواجهات والاقسام DIAGRAM.-E-FILES

✓ تضمن تزويد زبائنها بكل تطور تكنولوجي ووظيفي يعرفه القطاع.

✓ تقديم خدماتها يكون بصفة مستمرة طوال مدة الاستفادة منها كما يلي:

1. التحليل الأولي: تقوم بعمليات تدقيق الحاجات والموجودات ودراسة المحيط دراسة دقيقة لتقديم حلول

تناسب مع المؤسسة ومع محيطها.

2. التركيب: و يتمثل في تقديم الخدمة والإشراف على العمليات مع ما تشمله من خدمات مرفقة.

3. المتابعة المستمرة: وتكون بتقديم خدمات الصيانة، التكوين، المساعدة، المساعدة عن بعد، لضمان

الإنتاجية المستمرة للعمليات.

✓ الاقتراح على الزبائن (بنوك مؤسسات مالية) حلول معتمدة أساسا على الخدمات متعددة القنوات وفعالية

عالية مع تأمين تام لمبادلات المعلومات.

✓ تكيف الخدمات وفق حاجات كل زبون ووفق رغبته.

✓ تسمح لزبائنها باكتساب نظام معلومات ممتد على مجالات عديدة وهذا بما يتوافق مع مستلزمات كل

واحد منهم.

لقد اعتمدت العديد من المصارف الجزائرية على AEBS في تقديم خدمات عبر الأنترنت وذلك من خلال

إمضاء عقود، نذكر منها: عقد مع القرض الشعبي الجزائري في جويلية 2005 لتزويد البنك بخدمات DIAGRAM

EDI و كذلك عقد مع البنك BNP باري باس الجزائر في 21 نوفمبر 2005 لتزويد هذا البنك الخاص بخدمات

. DIAGRAM . E - BANKING

ومعظم الخدمات المقدمة عبر الأنترنت (من طرف المصارف الجزائرية) عبارة عن خدمات الاطلاع على الرصيد

ونطمح أن تتنوع هذه الخدمات في المستقبل القريب.

إن شركة AEBS تعتبر بحق أول خطوة للجزائر في مجال الصيرفة الإلكترونية بما حققته من توفير هذه الخدمات

ولكن هذا لا يمنع وجود شركات أخرى لتقديم خدمات الصيرفة الإلكترونية، وهذا لتحقيق المنافسة من جهة

وتوسيع قاعدة هذه الخدمات من جهة أخرى، من أجل تطوير النظام المصرفي والمالي ومحاولة اللحاق بركب الدول

الأخرى التي قطعت أشواطاً كبيرة في هذا المجال.

ويمكننا أن نلاحظ خط اهتمام البنك بتكنولوجيا الاعلام والاتصال عبر السنوات كما يلي:¹

¹-مراد عودة، "واقع وتأثير تكنولوجيا الإعلان والاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية"، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة ابن خلدون، 2009

- سنة 1991: تطبيق نظام SWIFT لعمليات التجارة الخارجية.
- سنة 1992: وضع برمجيات لتسيير القروض، عمليات الصندوق، الفحص عن بعد لحسابات الزبائن.
- سنة 1993: إنهاء عمليات إدخال الاعلام الآلي في جميع العمليات البنكية.
- سنة 1994: تشغيل بطاقة التسديد والسحب في بعض الوكالة الرئيسية.
- سنة 1996: إدخال عمليات الفحص السلكي (- Télétraitement) (فحص وانجاز العمليات البنكية عن بعد وفي الوقت الحقيقي Télétransmission)، وبداية نظام السحب ما بين البنوك سنة 1998.
- سنة 2002: إطلاق مشروع "نظام الدفع ما بين البنوك" وتسيير المشروع سلم لشركة SATIM.
- سنة 2004: اختيار لنظام الدفع بأربع عوامل ملائمة بمعايير CMV.
- سنة 2005: خلق المنظمة النقدية ما بين البنوك، ثم بداية تسيير نظام الدفع ما بين البنوك سنة 2006.
- ومن خلال الجدول الأتي نبين أهم الخدمات المصرفية الالكترونية التي تقوم البنوك الجزائرية بتقديمه
- الجدول رقم (3-4): أهم الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها بعض البنوك الجزائرية

البنوك	الخدمات المصرفية الالكترونية التي تقدمها
بنك الجزائر الخارجي (BEA)	- المقاصة الالكترونية - بطاقة CIB - بطاقة نفضال (بطاقات الوقود نفضال) - بطاقة (AMEX أمريكيان إكسبريس) - موقع البنك /http://www.bea.dz/، - le E-banking خدمات عن طريق الانترنت
البنك الوطني الجزائري (BNA)	- بطاقة CIB - الصراف الآلي. - موقع البنك/http://www.bna.dz
بنك الفلاحة و التنمية الريفية (BADR)	- بطاقة CBR بطاقة وطنية خاصة صالحة فقط بالسحب داخل شبكة الجزائر فيما بين البنوك، - بطاقة CIB - بطاقة BADR توفير، - الصراف الآلي - المقاصة الإلكترونية. - E-Banking خدمات عبر الإنترنت - موقع البنك/http://www.badr-bank.dz
بنك التنمية المحلية (BDL)	- بطاقة CIB - دفتر حساب التوفير المجهز بمسار ممغنط - تحويل مبالغ مالية بنظام ARTS - خدمات الصراف الآلي DAB - المونيغرام (التحويل السريع للأموال من الخارج إلى الجزائر) - موقع البنك/http://www.bdl.dz، خدمات عن طريق الانترنت.
القرض الشعبي الجزائري (CPA)	- بطاقة Gold والتي تسمح بتسديد مشتريات لدى التجار الذين لديهم TPE . - بطاقة VISA Gold والتي تسمح بإجراء جميع العمليات المصرفية عبر العالم. - VISA Classic - Master Card - CIB Classic - الصراف الآلي. - موقع البنك/http://www.cpa-bank.dz - خدمات عن طريق الانترنت.

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مواقع البنوك المختلفة على شبكة الانترنت.

المبحث الثاني: نظم الدفع الالكترونية في المنظومة البنكية الجزائرية.

أصبح العالم يعتمد على تقنيات الحديثة في العمل المصرفي وذلك نتيجة الى التطورات التكنولوجية والعلمية التي شهدتها جميع الميادين ونخص بالذكر قطاع المصارف، من بين هذه التطورات أنظمة التسديد والدفع التي تلعب دورا هاما في تحسين وتطوير الخدمات المصرفية والتي يمكن للعميل أن يلاحظها في السرعة والدقة والأمان، وكل هذه التطورات التكنولوجية الجديدة أعطت مظهرا جديدا للبنوك وظهر جليا في نظام التسوية الفورية والإجمالية RTGS ونظام المقاصة الالكترونية ATCI، الحجر الأساسي لتفعيل النظام وهذه الآلية سوف نعرضها في هذا المبحث.

المطلب الاول: تطوير وتحديث نظام الدفع في الجزائر:

يعتبر نظام الدفع هو محدد جيد لسير أي اقتصاد، وعلى هذا الاساس في إطار اقتصاد السوق، ومن خلال تعريف شامل فإن نظام الدفع لأي بلد يشمل المؤسسات الوسيطة والمالية ووسائل الدفع وأشكال الدفع والتغطية هذه كلها يجب أن تدخل نظام الاعلام والاتصال ما بين المؤسسات الوسيطة والمالية. تطوير المؤسسات هو تقدم ملموس للعمل ما بين البنوك وذلك بإدخال التطور والتوزيع في وسائل الدفع والتكنولوجيا الجديدة للاتصال (المعطيات والتطوير في الاعلام الالي) هم في لب التطور الهائل لأنماط الدفع والسحب في الدول المتقدمة.

ولهذا فعامل الوقت يعتبر أساسيا، ولهذا فإذا قمنا بالسيطرة على الوقت، فالعوائق الاخرى للمنافسة تصبح سهلة المنال:¹

- زيادة الإنتاج - الأخطار تقل - اتساع الحصة في السوق.

ونتيجة لذلك فالجزائر تسعى لتطوير وتحديث وسائل الدفع (نظام الدفع).

التعديل في مهام البنوك العمومية في سنة 1992-1993 متزامنا مع تعديل للسلطة المالية في أواخر 1991 وضع في المقدمة تقوية هذا القطاع بتقوية المؤسسات تخص المهام للبنوك، وهذا بالطبع لا يستثني مهمته التجارية جمع الموارد وتوزيع القروض، بالإضافة الى تسيير المخزون، المراقبة الداخلية، المحاسبة، الاعلام الالي وتسيير الموارد البشرية والتطوير.

فنتائج الاصلاح في البنوك تمكنت من تقوية المؤسسات البنكية كل على حدة، ففي هذا الاطار هناك عقود للفعالية وقعت ابتداء من 1995، فبتطوير المؤسسات البنكية يخص كذلك تطوير وتحديث أنظمة الدفع كونها من أعمال البنك الأساسية، وعلى أسس المبادئ العامة الدولية.

أولا - أهداف تطوير وتحديث نظام الدفع:

إن تطوير وتحديث نظام الدفع يطمح لتحقيق الأهداف التالية:

¹ - مقال **le marketing bancaire face au déficit de N Technologie**، الدكتور خليل عبد الرزاق، ورقة بحث مقدمة في الملتقى الدولي حول التجارة الالكترونية، ورقة، 2004.

- ملائمة نظام الدفع والمقاصة والتسوية ما بين البنوك لاحتياجات المستعملين (أشخاص، مؤسسات ..)
- تطوير اجال التسوية، خاصة التحويلات من غير المكان (من بنك لآخر).
- تطوير إجراءات وميكانيزمات تغطية الشبكات وأدوات أخرى للدفع على قاعدة النقر.
- مطابقة المعايير الدولية في ما يخص تسيير أخطار السيولة، للحماية من الأخطار أليا وخصوصا في حالة RTGS
- تقوية فعالية وأمان المبادلات وتسوية العمليات الخاصة بالبورصة.

ثانيا - مستلزمات تطوير وتحديث نظام الدفع هي:

- وضع شبكة للاتصالات فعالة وامنة.
- مطابقة أدوات الدفع وتعميم المبادلات.
- لقد قام بنك الجزائر بالتسوية الفعلية لوسائل الدفع (الشيك، الدفع والبطاقة البنكية) وأملى قواعد لرفع الهوية البنكية RIB.

المطلب الثاني: الشبكات المصرفية SWIFT *

أنشئت هذه الشبكة في سنة 1973 بأكثر من 200 مصرف دولي، وكان الهدف منها تقديم خدمة عالية الجودة توفر تأمين EFT والخدمات المالية الأخرى.

SWIFT تشكلت بوصفها مشاركا في المنطوق المجتمع والتي كانت مملوكة من قبل أعضاء البنوك بحيث لا تقوم بتنفيذ المعاملات، ولكنها مسؤولة عن توفير الامان والسرعة والدقة وهي مسؤولة عن نقل مجموعة متنوعة من التعليمات المالية نيابة عن الاعضاء من مختلف الدول.

أولا - أسباب اختيار نظام SWIFT:

تجري في العادة اختيار نظام على نظام يتم من خلال تفوق هذا النظام على النظام القديم، وهذا ما حدث في نظام سويفت، بحيث لاقى هذا النظام الترحيب والقبول من طرف أغلب المصارف وهذا لسهولة التعامل به إضافة إلى الامان والتوحيد. ونوجزها كما يلي:¹

- **التأمين:** آليات التأمين بسويفت ساعدت على التقدم خطوة كبيرة الى الامام في تأمين نقل الرسائل المالية وكان تأمين السويفت المزايا العديدة التي سمحت للمشاركين لاختيار هذه الشبكة، بدلا من الشبكة التقليدية (وأقل أمنا بكثير) التلكس كما أن الطريقة المفضلة للنقل، حيث أن الثقة في شبكة الأمن قد سمح الان لتحقيق سرعة الوصول الى العالمية وتقديم الدعم لأكثر من 3000 مقتصد في أكثر من 70 بلدا.

¹ - سيد احمد معطى، "واقع وتأثير التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية"، - دراسة تحليلية استثنائية حالة بنوك سعيدة- مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في ادارة الافراد وحوكمة الشركات، تخصص حوكمة الشركات، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2011، ص 60-62.

● **التوحيد:** استخدام رسالة موحدة الاشكال تم تحديدها بعناية لإتاحة النظام الواسع بين المصارف المالية والاتصالات بين العديد من المشاركين من الشبكة، طبيعة ونوع الرسائل التي تحظى بدعم كثير من الاحيان لإعادة النظر فيها، ورغم أن هذه الرسائل سبقت التبادل الالكتروني للبيانات (رسائل، والاشكال التي هي الان في الكثير من الطرق المعترف بها ليس فقط بالنسبة للبنوك ولكن أيضا لشركات السمسرة، وتبادلات الامن الذين هم على ضلة بالشبكة).

ثانيا - مجالات استخدام السويفت:

- أوامر الدفع وإدارة النقد payment cash and status
- التمويل التجاري Trade finance
- الاسواق المالية Financial market
- التجمعات.
- شيكات السياحة Travels Chèques
- الرسائل الادارية.

المطلب الثالث: نظام التسوية الاجمالية الفورية RTGS ونظام المقاصة الالكترونية ATCI.

سعت المنظومة البنكية إلى إيجاد أنجع الطرق والوسائل لتحديث وعصرنة نظام الدفع وذلك لتحقيق جملة الأهداف المذكورة، وبذلك تبنت المشروع المكون من نظامين أساسيين هما: نظام التسوية الاجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة والدفع المستعجل، ونظام المقاصة الالكترونية واللدان سوف نتطرق لهما بالتفصيل في هذا المطلب¹.

أولا: نظام التسوية الاجمالية الفورية RTGS *

بادر بنك الجزائر بالتعاون مع وزارة المالية وبمساعدة البنك العالمي في إنجاز نظام دفع إلكتروني متطور، من أجل تحديث وعصرنه الجهاز المصرفي الجزائري، لاسيما من حيث أنظمة الدفع، هذا النظام هو نظام التسوية الإجمالية الفورية RTGS الذي بدأ العمل به في 15 ماي 2006.

1- تعريف مشروع نظام RTGS:

تعددت تعاريف هذا المشروع نذكر منها ما يلي:

يعرف على أنه: "نظام تسوية المبالغ الاجمالية في وقت حقيقي ويتم فيه سير التحويلات بصفة مستمرة وعلى الفور وبدون تأجيل وعلى أساس إجمالي".²

¹ تقرورت محمد، طيبة عبد العزيز، "واقع وسائل وأنظمة الدفع الالكترونية في الجزائر"، ورقة بحث مقدمة ضمن الملتقى الدولي الخامس حول: الاتجاهات الحديثة لإدارة السيولة وعصرنة وسائل الدفع العوائق والتحديات، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2016، ص 4.

* RTGS : Régime de Traitement des Grandes Sommes

² - رشيد ابو عافية، "الصيرفة الإلكترونية و النظام المصرفي الجزائري"، مرجع سبق ذكره، ص 170.

كما يعرف أيضا أنه: "نظام مركزي الكتروني يعمل على أساس فوري إجمالي نهائي ومستمر لتنفيذ أوامر التحويل الدائنة ويوفر نقطة تسوية لأنظمة التصفية العامة في بلد ما من خلال الحسابات المركزية للمصارف".¹ ويعرف أيضا أنه: "نظام يخص أوامر الدفع التي تتم ما بين البنوك باستخدام التحويلات البنكية أو البريدية للمبالغ الكبيرة أو للدفع الفوري المحقق من قبل المشاركين في هذا النظام".²

2- إقامة نظام RTGS:

إن إمكانية إنجاز هذا النظام وتوفير الوسائل لتحقيقه في التزام السلطات العمومية والسلطات النقدية بتنظيم ملتقيات داخل الوطن وخارجه، وإنشاء ورشات عمل لتنظيم اجتماعات مع المشرفين على الإنجاز وتحميس المشاركين من المصارف ومركز الصكوك البريدية ومؤسسات مالية، ويتطلب دعم تقني من الخبراء والمشاركين الذين يتمتعون بخبرة واسعة من المصارف المركزية الأجنبية ودعم مالي من البنك العالمي لإقامة وحدة ناشطة وكفأه لتسيير المشروع، وذلك بإنشاء لجنة قيادية تحت إشراف بنك الجزائر تتولى متابعة المشروع وإقامة شبكة اتصالات بين جهاز المقاصة الإلكترونية وشركة "سايتم" وإقامة شبكة اتصال بين المصارف وبنك الجزائر وإقامة شبكة اتصال مع جهاز المحاسبة العامة لبنك الجزائر.³

3- مبادئ تشغيل نظام RTGS:

إن نظام RTGS الوطني يتكفل بمعالجة وتسوية تحويلات الاموال بصفة فورية، أي في وقت حقيقي، فهو يعالج التحويلات التي تفوق قيمتها واحد مليون دينار جزائري فقط، أما التحويلات التي تقل عن هذا المبلغ بالإضافة إلى الشيكات (النموذج الموحد بين المصارف) فيتم معالجتها على مستوى المقاصة الإلكترونية ATCI ومن أهم هذه المبادئ ما يلي:⁴

أ- المشاركون: المشاركة في النظام مفتوحة لكل مؤسسة لها حساب تسوية في بنك الجزائر، فيمكن أن ينظم إلى النظام زيادة على بنك الجزائر كمسير وحامل للتسوية، وكذا مجموعة المؤسسات المصرفية والمالية، والخزينة العمومية ومراكز الصكوك البريدية.

ب- العمليات التي يعالجها النظام: يعالج النظام مختلف العمليات المصرفية بين المؤسسات المالية والمصرفية والمشاركين عامة، وذلك على النحو التالي:

¹ - راجع عرابة، " دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الالكترونية في عصنة الجهاز المصرفي الجزائري"، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية العدد 08، جامعة الشلف، الجزائر، 2012، ص 2.

² - تقرير بنك الجزائر 2002 "تقييم الاقتصادي والنقدي في الجزائر"، ص 12

³ - جيلالي أحمد مسري، "نشأة وتطور النظام المصرفي في الجزائر"، مذكر مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الاقتصاد، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، 2007، ص 153-158.

⁴ - ورقة بحث مقدمة ضمن الملتقى الوطني الثالث حول: "الصيرفة الالكترونية التقليدية ومتطلبات التوقيع الجيد"، جامعة أم البواقي، يومي 2-3 ديسمبر 2013.

- عمليات ما بين المصارف: حيث يتم من خلال هذا النظام تحويلات بين المصارف أو حسابات الزبائن والتي تكون فيها المبالغ هامة أو مستعجلة .
- عمليات بنك الجزائر: إن بنك الجزائر هو المشارك الوحيد القادر في حدود اختصاصاته توجيه وإصدار الأوامر للقرض أو الخصم من حسابات المشتركين.
- تسوية المبالغ عن طريق المقاصة الإلكترونية: إن المبالغ المدينة والدائنة الناتجة عن طريق المقاصة الإلكترونية تعالج بهذا النظام قرضا و دينا في نفس الوقت وفي حسابات المشاركين تعمل على أساس مبدأ "الكل أو لا شيء" وفي حالة استحالة تطبيق العملية ترفض من قبل غرفة المقاصة الإلكترونية وعلى الراغب أن يعيد العملية وفي وقت لاحق.
- حساب التسوية: إن بنك الجزائر الذي يشرف على إدارة النظام يفتح في سجلاته باسم كل مشارك حسابات تسوية، تقسم إلى حسابات فرعية، وهذه الحسابات تحول حسب الحالات في زيادة أو نقص مبالغ الحسابات الجارية للمشاركين والتي تضبطها المحاسبة العامة لبنك الجزائر والتسويات التي تتم عن طريق النظام حيث تتم بصفة مستمرة وفي وقت حقيقي، وبعد التأكد الآلي بوجود مخزون كافي في حساب المشارك المعني، يطبق في هذا المبدأ "أول من يدخل أول من يخرج" مع الأخذ الأولوية بعين الاعتبار كما يلي: عمليات بنك الجزائر ، المبالغ المخصصة للمقاصة، ثم الأوامر مستعجلة بطبيعتها.
- كما ان تسوية الحسابات المعنية تتم بصفة لا رجعة فيها، حيث بمجرد قبولها من طرف نظام RTGS لا يمكن إلغاؤها لاحقا بحيث تكون الغاية من التسويات مضمونة بصفة دائمة على مدى يوم.

4- أهداف نظام RTGS:

- يهدف نظام التسوية الإجمالية الفورية الى ما يلي:¹
- تسوية عمليات البطاقة المصرفية في وقت حقيقي، وكل وسائل الدفع الأخرى.
- تلبية مختلف احتياجات المستعملين باستخدام نظام الدفع الإلكتروني.
- تقليص آجال التسوية، وتخفيض التكاليف الإجمالية للمدفوعات.
- تخفيض التكلفة الإجمالية للمدفوعات.
- تقوية العلاقات بين المصارف، وشجيع إقامة المصارف الأجنبية.
- التقليص والحد من مخاطر التسوية وتأمين سرعة وأمن المبادلات.
- تكييف البنوك الجزائرية مع المعايير الدولية وتشجيع استخدام وسائل الدفع الكتائبة.

والشكل التالي يوضح حجم التحويلات المالية وعدد العمليات في نظام TRGS

الجدول رقم (3-5): حجم التحويلات المالية وعدد العمليات في نظام RTGS لفترة 2006 - 2014

السنة	عدد العمليات	قيمة التحويلات بالمليار (دج)	معدل نمو عدد العمليات
2006	142 380	167.635	-
2007	176 955	313.373	24.28%
2008	195 175	607.138	10.30%
2009	205 736	649.740	5.41%
2010	211 561	587.457	2.83%
2011	237 311	680.123	12.17%
2012	269 557	535.234	13.59%
2013	290 418	358.026	7.74%
2014	314 357	372.394	8.24%

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على تقارير بنك الجزائر للسنوات 2006 إلى غاية سنة 2014.

من خلال ملاحظة الجدول نجد أن حجم التحويلات المالية بلغ 142380 عملية سنة 2006 وهي في تزايد مستمر، على خلاف قيمة العمليات التي عرفت تذبذبا بين الارتفاع والانخفاض.

كما وصل معدل توافر نظام (RTGS) إلى نسبة 99.93% خلال السنة الخامسة من الخدمة أي سنة 2010 مقابل 99.56% خلال سنة 2009، وتعتبر هذه النسبة عن ناتجة العلاقة بين مدة الافتتاح الإسمية للنظام للمعاملات ومدة التعثر معبرا عنها بالساعات، وتعتبر العلاقة المحصلة عليها مطابقة للمعايير الدولية المتفق عليها بشكل مشترك لقياس الموثوقية العملية لأنظمة التسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبرى بشكل عام.

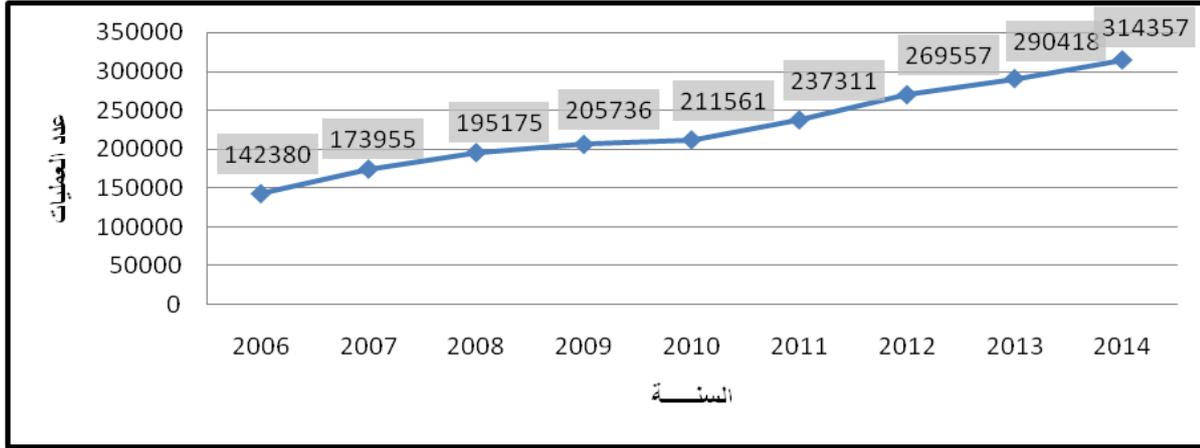
سجل نظام (RTGS) خلال سنة 2010 مجموع 211561 عملية تسوية مسجلة محاسبيا في دفاتر بنك الجزائر مقابل 205736 عملية في سنة 2009، تمثل مبلغا كليا يساوي 587457 مليار دج مقابل 649740 مليار دج سنة 2009، وهو ما يمثل متوسطا شهريا قدره 17630 عملية بمبلغ متوسط يساوي 48956 مليار دج، حيث تم فتح النظام في سنة 2010 خلال 254 يوم، مقارنة مع سنة 2009 وعرف ارتفاعا بنسبة 2.8% في عدد عمليات الدفع، رغم تسجيله انخفاض قدره 9.6% من حيث القيمة، وكان الحجم اليومي المتوسط يساوي 833 معاملة بقيمة متوسطة تساوي 2313 مليار دج مقابل 813 معاملة بمبلغ متوسط يومي يساوي 2568 مليار دج سنة 2009.¹

يتميز النظام الجزائري للدفع الاجمالي الفوري للمبالغ الكبيرة والمدفوعات المستعجلة أيضا سنة 2014 بالأهمية النسبية لحجم العمليات التي سجل ما قيمته 314357 عملية وهي أكبر حجم من العمليات حققه هذا النظام من بداية العمل به، وبقيمة 372.394 مليار دينار جزائري، وهذا ما يبين أهمية هذا النظام في عملية تحويل الاموال بين مختلف المؤسسات المالية المختلفة.²

¹ - بنك الجزائر، التقرير السنوي 2010، التطور الاقتصادي والنقدي للجزائر، أكتوبر 2011، ص 121.

² - بنك الجزائر، التقرير السنوي 2008، "التطور الاقتصادي والنقدي للجزائر"، أكتوبر 2009، ص 152.

الشكل رقم (3-5): يوضح عدد عمليات التحويلات المالية في نظام RTGS لفترة 2006-2014



المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على احصائيات الجدول رقم (3-5)

ثانيا: نظام المقاصة الالكترونية ATCI*

1- مفهوم النظام:

يعتبر نظام المقاصة الالكترونية المكمل لنظام التسوية الاجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة والدفع لمستعجل، في إطار تحديث وعصرنة نظام الدفع، بدأ العمل بهذا النظام منذ 15 ماي 2006، والذي يمكن تعريفه بأنه: "عملية تبادل المعلومات (والتي تشمل بيانات وصور ورموز الشيكات) بوسائل الكترونية من خلال مركز المقاصة الالكترونية في البنك المركزي مع مراكز المقاصة في البنوك الأخرى وتحديد صافي الأرصدة الناتجة عن هذه العملية في وقت محدد.¹

كما يمكن تعريفه على أنه: "نظام يختص بالمعالجة الآلية لوسائل الدفع العام: صكوك، تحويل، اقتطاع، عمليات السحب والدفع بالبطاقات البنكية، وذلك باستعمال وسائل متطورة مثل المساحات الضوئية والبرمجيات المختلفة ويمثل هذا النظام القسم الثاني من أنظمة الدفع المتطورة ووفق المعايير الدولية، يهدف إلى تحسين الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.²

وقد سبق هذا النظام انشاء مركز المقاصة المسبقة فيما بين البنوك CPI* في أوت 2004 من قبل بنك الجزائر الذي يعتبر أكبر مساهم فيه، ويتولى هذا المركز القيام بالإشراف على النظام، كذلك التحكم في ضمان سرية المعلومات المتبادلة بين البنوك، تسيير تدفقات المبادلات وحساب الارصدة المتعددة للمشاركين في نظام

¹ - ياسين قاسي، كمال فايدى، " اسهامات الصيرفة الالكترونية في تحقيق التنمية المستدامة بالجزائر، ورقة بحث مقدمة ضمن الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: "عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي بخميس مليانة - الجزائر- يومي 27-26 أبريل 2011.

² - Modernisation De Système De Paiement, www.bank-of-Algerie.dz,2005.

RTGS، ويساهم في نظام المقاصة الالكترونية كل من بنك الجزائر، البنوك التجارية، الخزينة العمومية وبنك الجزائر.¹

2- مبادئ النظام:

تتمثل هذه المبادئ فيما يلي:²

أ- نظام واضح ومؤمن ذاتيا: فهو يحسب يوميا الارصدة متعددة الاطراف لكل مساهم التي تحول للنظام الاجمالي للتسوية بالوقت الحقيقي RTGS الميسر من طرف بنك الجزائر من أجل التسوية، كما أنه في تجاوز حدود عليا أو سقوف مسموح به للأرصدة متعددة الاطراف المدينة، ينه القائم بالعمليات من أجل أخذ الترتيبات اللازمة وذلك من خلال إرسال رسائل تنبيه لمسير النظام وهو مؤمن ضد أخطار الغش بواسطة تقنيات التشفير وضد الاخطار العملية.

ب- نظام الي وغير مادي: فهو نظام يتركز على تبادل المعلومات الالكترونية ويغني المبادلات التقليدية للشيكات، وفي حالات مبلغ معين من طرف لجنة ما بين البنوك محدد بـ 5 الاف دينار جزائري.

ج- تسوية الارصدة: الارصدة المتعددة الاطراف للمقاصة تحسب داخل نظام RTGS في حسابات التسوية للمساهمين تبعا لمبدأ "الكل أو لا شيء".

د- أشكال المساهمة: هناك نوعين من المساهمة وهما

- المساهمة غير المباشرة: يجهز النظام بقاعدة مساهمة وتتحمل اتجاه المساهمين الاخرين مسؤولية تقنية ومالية لجميع العمليات التي تعبر هذه القاعدة وذلك للربط بينهم.

- المساهمين غير المباشرين: يستعمل قاعدة المساهم المباشر لكن يتحمل المسؤولية المالية لهذه العمليات اتجاه المساهمين الاخرين وتبقى المسؤولية المتعلقة بالربط على عاتق المساهمين المباشرين.

3- أهداف نظام المقاصة الالكترونية:

يساهم نظام المقاصة الالكترونية بتطوير نظام الدفع الجزائري من خلال:³

- رد الاعتبار لوسائل الدفع التقليدية.

- تخفيض تكاليف المبادلات فيما بين البنوك، وتأمين معالجة المبادلات فيما بين البنوك.

- تنمية وتطوير وسائل الدفع الالكترونية، وعصرنة نظام الدفع الجزائري.

¹ - شول بن شهرة، ماجدة مدوخ، الصيرفة الالكترونية، -ماهيتها، مخاطرها، حمايتها- ورقة بحث مقدمة ضمن المنتدى الوطني حول: المنظومة المصرفية في الالفية الثالثة منافسة، مخاطرة، وتقنيات، كلية علوم التسيير، جامعة جيجل، ص ص 5-9.

² - وهبية عبد الرحيم، "إحلال وسائل الدفع التقليدية المصرفية بالالكترونية"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع نقود ومالية جامعة الجزائر، 2006، ص 9.

*CPI : Centre de Pré-Compensation Interbancaire

*ATCI : Algérie télé compensation interbancaire

³ - سيد أحمد حميري، "تحديث وسائل الدفع كعنصر لتأهيل النظام المصرفي الجزائري"، رسالة ماجستير(غير منشورة)، جامعة الجزائر، 2002 ص121.

- التسيير المحاسبي اليومي وإعطاء نظرة شاملة وحقيقية عن وضعية الخزينة في السوق المالية والوطنية.
- مواجهة عملية تبيض الأموال في الجزائر.

لقد كانت سنة 2006 عصرة أنظمة الدفع وما نتج عنه من تطوير الوساطة البنكية الفعالة والمؤمنة لخدمات بنكية ذات جودة تخدم الزبائن في إطار مضمون ومضبوط، والشكل التالي يبين عدد وحجم العمليات الكلية التي تمت في نظام ATCI خلال الفترة الممتدة بين 2007 إلى غاية 2014.

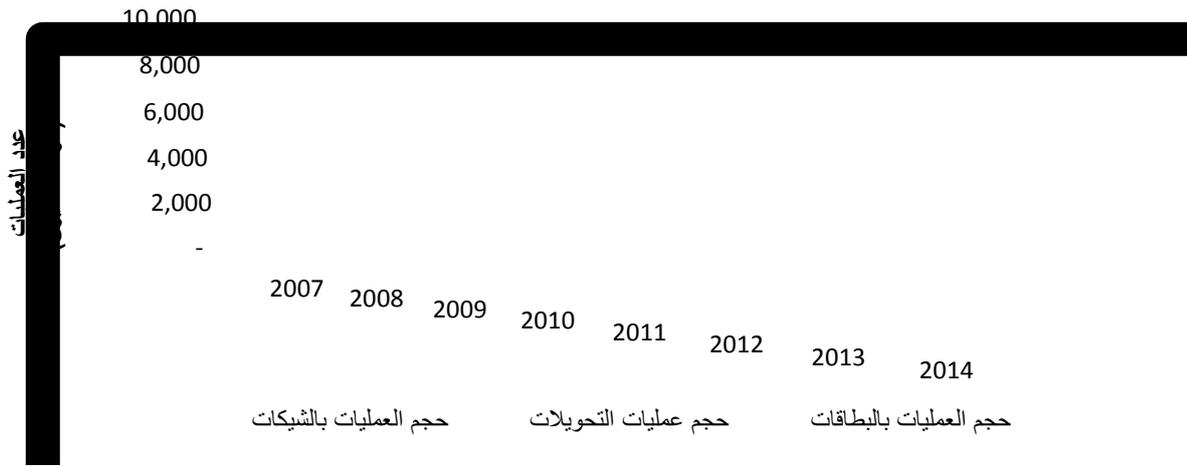
الجدول رقم (3-6): العمليات التي تمت في نظام ATCI من سنة 2007 الى 2014

السنوات	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
عدد عمليات الدفع الكلية بالمليون	6,926	9,32	11,139	13,818	17,062	17,387	19,49	20,75
مبلغ عمليات الدفع الكلية بالمليار	5452,19	7988,255	8534,73	8878,137	10581,6	11766,1	12661,6	13979
نسبة عمليات البطاقة من المعاملات الكلية	-	% 12,5	% 17,2	% 20	% 28,4	% 22,7	% 23,5	% 22
حجم العمليات بالبطاقة بالمليون	-	1,165	1,915	3,758	4,848	3,953	4,57	4,56
نسبة الشيكات من حجم العمليات	% 80,7	% 70,3	% 63	% 52,5	% 44,9	% 46,2	% 42,2	% 40,9
عدد عمليات الدفع بالشيكات بالمليون	5,6	6,6	7,023	7,252	7,667	8,034	8,21	8,49
عدد عمليات التحويل بالمليون	1,011	1,53	2,101	3,687	4,406	5,227	6,479	7,47
نسبة عمليات التحويل من العمليات الكلية	% 14,6	% 16,4	% 18,9	% 26,7	% 25,8	% 30,1	% 23,3	% 36

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على تقارير بنك الجزائر لسنوات 2007 إلى 2014.

من خلال الاحصائيات المبينة في الجدول اعلاه، يمكن توضيح عدد العمليات التي تم تسويتها عبر نظام ATCI، بمختلف وسائل الدفع، وذلك حسب الشكل (3-6):

الشكل رقم: (6-3) يوضح عدد العمليات بمختلف الوسائل عبر نظام ATCI



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على إحصائيات الجدول رقم (6-3)

من الجدول اعلاه، نلاحظ ان عمليات استخدام نظام المقاصة الالكترونية للمدفوعات في تطور مستمر حيث بلغت عدد عمليات الدفع 20.75 مليون عملية بقيمة 13979 مليار دينار جزائري في سنة 2014 بينما كان عدد عمليات الدفع في سنة 2007 ما يقارب 6.926 مليون عملية بقيمة 5452.19، اي تطور عدد العمليات بحوالي ثلاثة مرات ونفس الشيء بالنسبة لمبالغ عملية الدفع.

كما نلاحظ، أن وسيلة الدفع المستحوذة على أغلبية العمليات التي تمت تسويتها بواسطة نظام ATCI هي عن طريق الشيكات، إذ قدر عدد الصكوك المتداولة مقدار 8.49 مليون شيك سنة 2014، أي نسبة 40.9% من العمليات الكلية، وهي في تناقص مستمر مقارنة بسنة 2007، حيث كانت نسبتها تمثل 80.9%، كما أن وسيلة الدفع عن طريق التحويلات في تطور مستمر، إذ قدر عدد التحويلات المتداولة 7.470 مليون تحويل وبنسبة 36% من المعاملات الكلية، مقارنة بسنة 2007، حيث كانت تمثل 1.011 مليون تحويل بنسبة 14.6% أي تضاعف عدد التحويلات بأكثر من 7مرات، كما أن نسبة عدد المعاملات من خلال الأوراق التجارية لا تتجاوز نسبة 1.1% من حجم المعاملات الإجمالية.¹

كما نلاحظ أن الدفع عن طريق البطاقات البنكية التي تعتبر من أحدث الوسائل، ما تزال لم ترقى الى المستوى المطلوب، حيث يقدر عدد العمليات بالبطاقة البنكية 4.560 مليون، أي بنسبة 22% من العمليات الكلية، وهي تميل إلى الثبات في السنوات الثلاثة الاخيرة حيث أنها بمعدل يقارب 4.5 مليون عملية سنويا وبنسبة تتراوح بين 22 و 23% من حجم المعاملات الكلية.

¹ - بنك الجزائر، التقرير السنوي 2013، "التطور الاقتصادي والنقدي للجزائر"، أكتوبر 2014، ص 117.

المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات والاتصال كاستراتيجية رائدة لتنشيط تنافسية البنوك الجزائرية - دراسة قياسية -

المطلب الأول: المؤشرات التكنولوجية والتنافسية في المنظومة البنكية الجزائرية:

تتعدد تكنولوجيات المعلومات والاتصال التي تعتمد عليها البنوك الجزائرية في أداء مختلف أنشطتها المتمثلة اساسا في تقديم خدماتها للعملاء، فوسائل الدفع الالكترونية المتمثلة في البطاقات البنكية، الموزعات الالية للأوراق النقدية، ونهائيات الدفع الالكترونية، هي من بين هذه التكنولوجيات التي تعتبر كمؤشر فعال لقياس تنافسية البنوك الجزائرية، من خلال الدور الفعال الذي تلعبه هذه الوسائل في تسهيل العمل المصرفي، وتخفيض تكلفة تقديم الخدمة من خلال الخدمة المصرفية عن بعد، وبذلك الرفع من مردوديتها والارتقاء بالعمل المصرفي إلى مستوى البنوك العالمية.

والبنوك الجزائرية حرصت على مواكبة الأحداث والتطورات السريعة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودمجها في مجال الصناعة المصرفية، حيث شرعت في تقديم وتبني بعض وسائل الدفع الحديثة باستخدام أدوات تتماشى ومتطلبات العصر الرقمي الحديث، مما ساعد البنوك الجزائرية في دفع وتيرة نشاطها والارتقاء الى مستوى أعلى في الأداء والتنافسية.

أولاً: طبيعة البطاقات البنكية المستخدمة في البنوك الجزائرية

● البطاقات البنكية:

من البطاقات البنكية المختلفة المعتمدة من طرف البنوك الجزائرية نجد:¹

أ - **البطاقة المحلية:** حيث تسمح بعملية السحب والدفع وهي موجهة لكل عملاء البنك وتقدر مدة صلاحيتها بستين ابتداء من تاريخ صنعها ويتم تجديدها تلقائيا عن طريق إعلام البنك، ونميز بين نوعين أساسيين منها:

البطاقة العادية Classique: تمنح لفئة عملاء المصارف الذي يكون دخلهم أكبر أو يساوي 10000 دج

البطاقة الذهبية Gold: تمنح لفئة عملاء المصارف الذي يكون دخلهم أكبر أو يساوي 45000 دج

البطاقة البنكية التي تصدر لصالح المؤسسات التي يفوق دخلها الشهري 200000 دج.

ب - **البطاقات الدولية:** وهي بطاقة تستعمل داخل وخارجي الوطن من أجل القيام بعملية السحب والدفع وهي موجهة لعملاء المصارف الذين يملكون حسابات العملة الصعبة وتميز بين:

بطاقة VISA Classique و بطاقة VISA Gold

-بطاقة AMEX

أما بنك الجزائر الخارجي فيعرض خدمة البطاقة الذهبية والبطاقة الفضية لنفطال المدفوعة مسبقا عن طريق الوكالة.

¹ - عبد الله عقون، حنان شاي، أثر استخدام وسائل الدفع الالكترونية في تحسين أداء البنوك الجزائرية، ورقة بحث مقدمة ضمن الملتقى الوطني حول: الاتجاهات الحديثة لإدارة السيولة وعصر وسائل الدفع والعوائق والتحديات، جامعة الجيلاي بونغا، خميس مليانة، الجزائر.

وفيما يلي جدول يبين عدد البطاقات البنكية للسحب المتداولة في الجزائر وكذا حجم الصفقات التي تمت من خلالها خلال فترة 1998-2003

الجدول رقم (3-7): تطور عدد البطاقات البنكية للسحب وعدد عملياتها خلال سنة 1997-2003

السنوات	1998	1999	2000	2001	2002	2003
عدد البطاقات	29192	63489	110066	139232	173131	216171
حجم العمليات	-	277366	320635	501338	666184	723379

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على تقرير SATIM لسنة 2003 .

من خلال الجدول رقم (3-7) نلاحظ النمو الكبير لعدد البطاقات بين سنتي 1998-2003 محققا لنسبة قدرها 640.51%، وهو ما يدل أن الجزائر بدأت تخطو أولى الخطوات نحو تطوير أنظمة السحب، وهو بمثابة توجه إيجابي أيضا للجزائر نحو الصيرفة الإلكترونية، وعلى الرغم من هذا التطور إلا أن أنظمة السحب لم ترقى بعد إلى طموحات المصرفيين و الجمهور المتعاملين، وما يؤكد ضعف إقبال الجمهور على هذه الخدمة هو ضعف نمو حجم التحويلات باستخدام بطاقات السحب وبقيائها تحت عتبة المليون دينار جزائري خلال الفترة الممتدة بين (1999-2003)، حيث حققت هذه البطاقات نجاحا مقبولا على مستوى مكاتب البريد فقط التي تجاوزت حصتها من عدد البطاقات وإجمالي حجم التحويلات باستخدام هذه البطاقات 90% على مر السنوات الخمسة.

✓ بطاقة ما بين البنوك la carte interbancaire

إن فشل نظام السحب، دفع البنوك إلى بدل المزيد من الجهد في مجال البطاقات، ليتم استبدال مشروع البطاقة البنكية المشتركة للسحب بمشروع آخر جديد هو "بطاقة السحب والدفع بين بنكية CIB التي تؤدي وظيفة مزدوجة وهي سحب الأموال من الموزعات الآلية، بالإضافة إلى دفع قيمة المشتريات والخدمات على مستوى أجهزة الدفع الإلكترونية المتوفرة لدى التجار المنخرطين في شبكة النقد الآليتين بنكية، حتى لو لم تكون الأجهزة تابعة للبنك المصدر للبطاقة وتحمل البطاقة شعار البنك المصدر، وشعار البطاقة البنكية المشتركة CIB وخلفية إلكترونية تتوافق مع المعايير الدولية EMV، تم بداية العمل بهذه البطاقات سنة 2005 لمدة 6 أشهر، ليتم تعميمها على كامل التراب الوطني سنة 2007. ويوضح الجدول الموالي تقدم الجزائر في مجال رقمته وسائل الدفع.

جدول رقم (3-8): عدد البطاقات البنكية CIB المتداولة في الجزائر وحجم الصفقات خلال الفترة

2007-2013

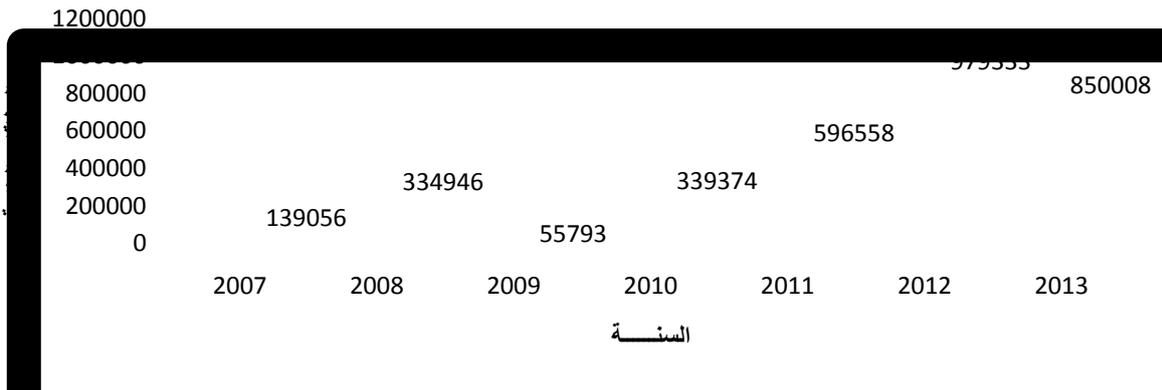
السنوات	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
عدد البطاقات	139056	334946	55793	339374	596558	979333	850008
عدد الصفقات	485906	1914459	2615168	3765580	6446974	5082848	2918269
عدد عمليات لكل بطاقة	3.49	5.71	46.87	11.09	10.80	5.19	3.43

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على احصائيات الملتقى الدولي الخامس حول الاتجاهات الحديثة لإدارة السيولة وعصرنة وسائل الدفع العوائق والتحديات، جامعة الجيلالي بونعامة- خميس مليانة - الجزائر، يومي 20-21 أبريل 2016 .

من خلال الجدول السابق، نلاحظ التزايد المستمر في عدد البطاقات ما بين البنوك CIB المتداولة في الجزائر حيث أنها ارتفعت بشكل ملحوظ خلال سنة 2007 إلى 20013، بما يقارب أكثر من 500 % ، حيث أن عدد البطاقات البنكية CIB خلال سنة 2007 كانت تقدر بـ 139056 بطاقة، لتصل سنة 20013 ما قدره 850008 بطاقة، غير أن سنة 2009 عرفت انخفاض بنسبة 83.34 % مقارنة بسنة 2008 وذلك يعود لانسحاب بريد الجزائر من الشبكة وإصدار بطاقات لوحدها، كما عرف هذا العدد انخفاض طفيف سنة 2013 مقارنة بسنة 2012 بنسبة 13.20 % وذلك راجع إلى نهاية صلاحية بعض الطاقات وعدم تجديدها من قبل أصحابها. على غرار عدد البطاقات البنكية المتداولة فإن عدد الصفقات التي تمت من خلالها تبين الارتفاع المستمر من سنة 2007 إلى غاية 2011، حيث وصلت نسبة نمو حجم المعاملات بـ 1226.79 % خلال هذه الفترة، كما عرفت هذه النسبة تذبذب وانخفاض بالنسبة لسنة 2012 و2013 بـ 21.15 % و 42.58 % على التوالي.

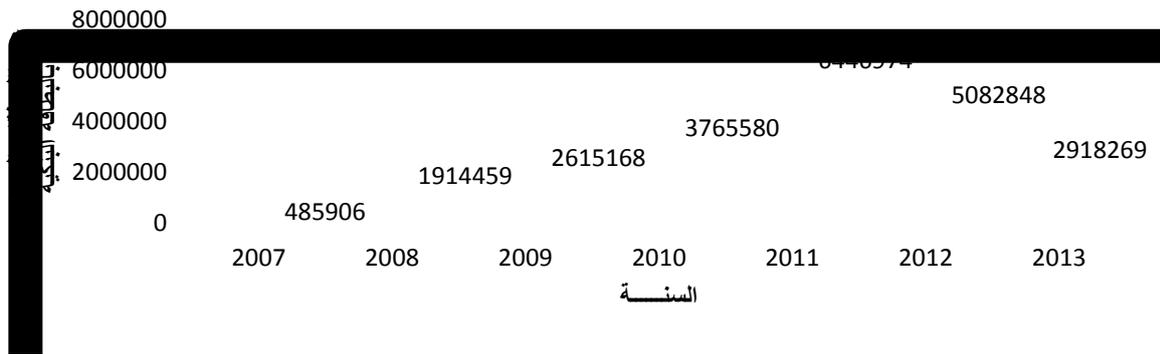
رغم هذا الارتفاع في عدد البطاقات المتداولة وكذا عدد الصفقات التي تمت من خلالها، إلا أن وتيرة النمو تبقى ضعيفة جدا ولا ترقى إلى المستوى المطلوب، وما يثب ذلك هو أن عدد العمليات التي تمت بواسطة كل بطاقة واحدة في كل سنة خلال للفترة محل الدراسة باستثناء سنة 2008، قد تراوحت بين ثلاث عمليات إلى احدى عشر عملية، أي ما يقارب متوسط سبعة (07) عمليات في كل سنة لكل بطاقة، وهذه النسبة تعتبر جد ضعيفة مقارنة بما هو محقق في بعض البنوك العالمية، أو حتى العربية وخاصة الخليجية. والشكلين المواليين يوضحان تطور عدد البطاقات ما بين البنوك CIB، وحجم الصفقات التي تمت بها خلال الفترة الممتدة بين 2007-2013.

الشكل رقم (3-7): تطور عدد البطاقات CIB المتداولة في الجزائر خلال سنة 2007-2013



المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على إحصائيات الجدول رقم (3-8)

الشكل رقم (8-3): تطور عدد الصفقات التي تمت بالبطاقات CIB خلال سنة 2008-2013



المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على إحصائيات الجدول رقم (8-3)

✓ البطاقات البنكية الدولية المستعملة في التجارة الإلكترونية الجزائرية

إن إسهام البطاقات الإلكترونية في التجارة الإلكترونية لا جدال فيه، ف تسوية مدفوعاتها مباشرة عبر الإنترنت يتم بواسطة البطاقة الائتمانية، إلا أن البطاقات البنكية المتوفرة حينها في الجزائر غير قابلة للتعامل بها على المستوى الدولي، فقد حاولت بعض البنوك الجزائرية إضفاء طابع الدولية على بطاقتها البنكية، وقامت بإصدار هذه الأخيرة بترخيص من الشبكات العالمية VISA، Mastercard، وإن مجرد حمل البطاقة لشعار هذه الهيئات الدولية، تمكنه من التسوق عبر الإنترنت بكل حرية وتسديد قيمة مشترياته لأي مكان في العالم. ويعتبر كل CPA، BDL، BEA من أولى البنوك التي أصدرت بطاقة فيزا في الجزائر، وقام بوضع موزع ات آلية للنقود ونهائيات للدفع الإلكتروني في المطارات والفنادق تقبل هذه البطاقات الدولية، وتمكن السياح من سحب المبالغ المالية بالعملة الوطنية بمجرد وصولهم الجزائر، وتمكّنهم كذلك من سداد مشترياتهم على مستوى نهائيات الدفع والتي قدرت سنة 2005 بـ 182 وارتفع العدد ليبلغ حوالي 287 جهاز سنة 2009. ويوضح لنا الجدول رقم (9-3) تطور عدد بطاقات CPA الدولية خلال الفترة 2000-2007

الجدول رقم (9-3): تطور عدد بطاقات CPA-VISA خلال فترة 2000-2007

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
عدد البطاقات	881	1195	1390	1475	1409	1637	2268	3518

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على التقرير السنوي لـ CPA لسنة 2006-2007.

يلاحظ من الجدول السابق التطور الكبير في إصدار البطاقات القابلة للاستعمال على المستوى الدولي بين سنتي 2000 و2007، حيث تضاعف هذا العدد تقريبا بـ 4 مرات، وهو ما يدل على تحقيق هذه البطاقات لنجاح كبير في الجزائر نظرا لسماحتها للمستهلكين بالتسوق من المواقع العالمية، وإصدار القرض الشعبي الجزائري لبطاقة CPA-VISA فتح المجال واسعا للتجارة الإلكترونية الجزائرية، ولقد خطت الجزائر أولى خطواتها في مجال تطبيق التجارة الإلكترونية، إلا أن ازدهار وتطور هذه التجارة لا بد أن يسانده ويدعمه توفر إطار تشريعي ومؤسسي مناسب.

ثانيا: أدوات الوساطة الالكترونية في البنوك الجزائرية

إن من بين التقنيات الحديثة التي وفرتها المصارف الجزائرية لدعم توجهها نحو الصيرفة الإلكترونية هي الموزعات الآلية للنقود DAB ونهايات الدفع الإلكتروني TPE، حيث أن الأولى تستخدم للسحب أما الثانية تستخدم للدفع، وذلك باستخدام البطاقات الالكترونية، وقد قامت البنوك الجزائرية مؤخرا بتطوير كبير لشبكات السحب والدفع الإلكتروني من خلال نشر الموزعات الآلية للأوراق النقدية ونهايات الدفع الإلكتروني على نطاق واسع في الجزائر وهي كمايلي¹:

✓ الموزعات الآلية للأوراق النقدية DAB:

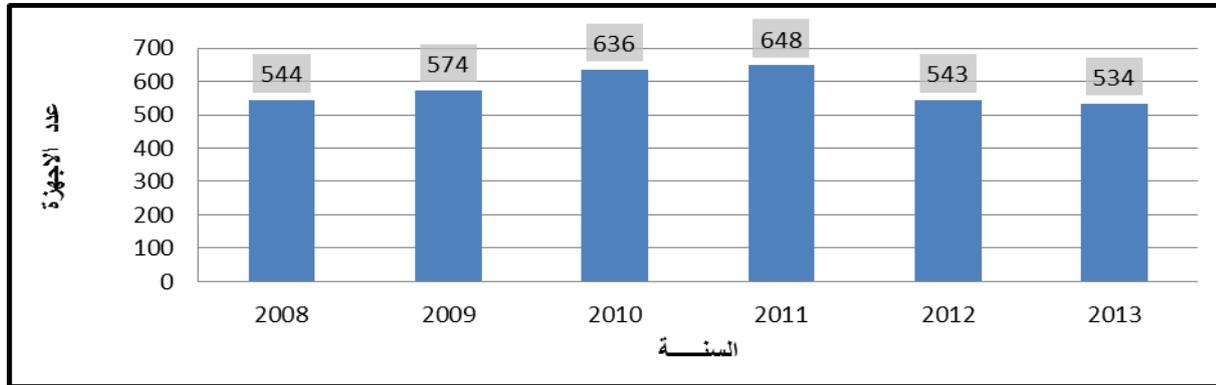
فيما يلي نعرض بعض الإحصائيات المتعلقة بتطور الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية من خلال انتشار الموزعات الآلية للأوراق النقدية على المستوى الوطني.

جدول رقم (3-10): عدد أجهزة الصراف الآلي في الجزائر لسنوات 2008-2013

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013
عدد الموزعات	544	572	636	647	543	534
عدد الاجهزة لكل 10000 نسمة	4.07	5.16	5.74	5.90	6.01	6.32

Source : SATIM Rapport annuel 2010, 2011,2013

الشكل رقم (3-9): يوضح تطور عدد أجهزة الصراف الآلي في الجزائر لسنوات 2008-2013



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على إحصائيات الجدول رقم (3-10)

يتضح من خلال الشكل رقم (3-9) أن عدد الموزعات الآلية للنقود عرفت تطورا ملحوظ خلال الفترة الممتدة بين 2008 إلى 2013، حيث بلغت أعلى قيمة سنة 2011 بقيمة 648 موزع للنقود، وهذا راجع إلى الاتفاقيات التي عقدتها مع شركة SATIM، مما أدى إلى زيادة عدد الموزعات الآلية، إلا أنها عرفت تراجع في الآونة الأخيرة، حيث أنخفض عددها سنة 2013 إلى 534 موزع آلي، هذا ما يبين فشل المشروع نتيجة لفشل البطاقات البنكية المشتركة وبعد سبع سنوات من التجربة التي انطلقت سنة 1997 حيث بينت الإحصائيات أن من بين 30 مليون مقيم بالجزائر هناك فقط 250000 حامل للبطاقة البنكية و80% يعود لبريد الجزائر، وهو ما يبين

¹ - نبيل بوفليح، محمد طرشي، متطلبات تطوير وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر، ورقة بحث مقدمة ضمن الملتقى الوطني حول: الاتجاهات الحديثة لإدارة السيولة وعصر وسائل الدفع العوائق والتحديات، جامعة الجبالي بونغا، خميس مليانة، الجزائر.

أن الجزائر لا تزال بعيدة عن التحكم في مثل هذه التقنيات الحديثة رغم التطور الذي تعرفه في أنظمة ووسائل الدفع في العالم، إلا أن استعمالها في الجزائر لا يزال ضعيف.

✓ نهائيات الدفع الالكترونية TPE:

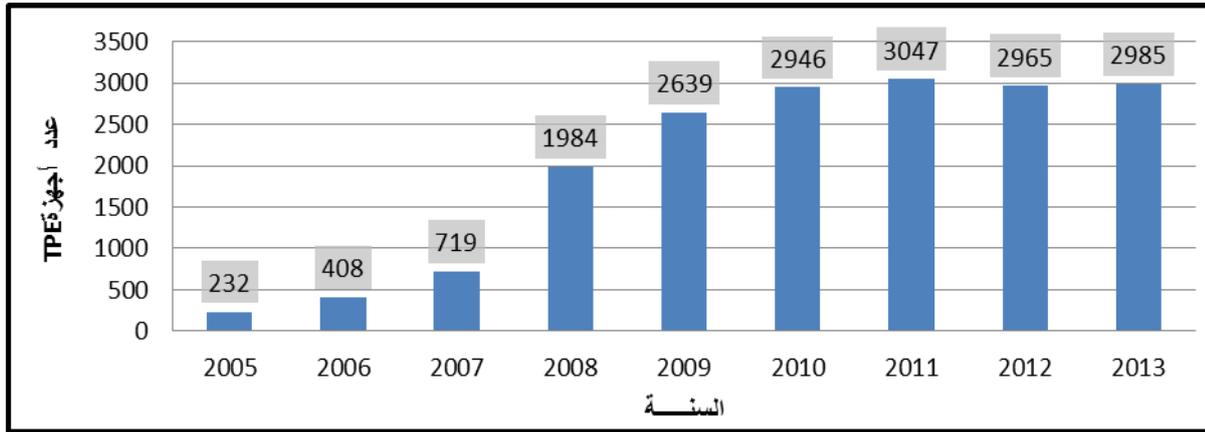
فيما يلي نعرض بعض الإحصائيات المتعلقة بتطور انتشار نهائيات الدفع الآلي على المستوى الوطني.

الجدول رقم (3-11): عدد أجهزة نهائيات الدفع الالكترونية في الجزائر خلال سنة 2005-2013

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
عدد طرفيات البيع لدى التجار	232	408	719	1984	2639	2946	3047	2965	2985

Source : Tebib Hanan la monétique et le e-citoyen en Algérie « durant le période 2005-2013 » la contrainte culturelle cas des clients de la BEA et la BADR. Revue des sciences humaines- université Mohamed khider biskra N° 34 page 5

الشكل رقم (3-10): يوضح تطور عدد نهائيات الدفع الالكتروني TPE خلال سنة 2005-2013



المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على إحصائيات الجدول رقم (3-10)

من خلال الشكل رقم (3-10) نلاحظ أن أهم ما يميز القطاع المصرفي الجزائري في الآونة الأخيرة هو توسيع شبكة نهائيات الدفع الإلكتروني المركبة لدى التجار، بحيث ارتفعت عدد هذه الأجهزة بمعدل 138,36% خلال مدة 5 سنوات، فبمجرد تعميم استعمال بطاقة CIB سنة 2007 بعد تجريبها سنة 2005 شهدت سنة 2008 نمو وقفزة نوعية في عدد الأجهزة المركبة محققة نمو قدره 339,54% بين هاتين السنتين، كما عرفت سنة 2011 أكبر عدد من هذه الأجهزة بـ 3047 جهاز، لكن بين سنة 2011-2013 تراجعت عدد أجهزة TPE بنسبة 2.03% وقد بلغ عدد صفقات الدفع المبرمة باستعمال البطاقات البنكية سنة 2009 حوالي 1450 صفقة موزعة بنسبة 93,52% لشراء السلع والخدمات، وحوالي 6% لسداد الفواتير، حيث أن إحصائيات SATIM تؤكد التوجه الكبير للمستهلك الجزائري نحو عمليات السحب على حساب عمليات الدفع، فعلى سبيل المثال من بين إجمالي

2615168 صفقة تمت سنة 2009، نجد أن 99,94 % من إجمالي الصفقات موجهة للسحب، أما نصيب صفقات الدفع فهي 0,055 % وهو ما يشير إلى أن أنظمة الدفع الإلكتروني مازالت في مراحلها الأولى في الجزائر.

ثالثا: مؤشرات العمق المالي وتنافسية البنوك الجزائرية.

من بين المؤشرات التي يمكن ان تفسر العمق المالي وتنافسية البنوك الجزائرية نجد:¹

1. مستوى النفاذ الى الخدمة المالية: تثبت الدراسات أن زيادة معدلات النفاذ الى الخدمة المصرفية تشير إلى مدى عمق النظام المالي، وبزيادة هذه النسبة ترتفع معدلات النمو الاقتصادي وتحسين بيئة الاعمال، ويمكن قياس مستوى النفاذ للخدمات المالية عن طريق:

- **الكثافة المصرفية:** من خلال هذا المؤشر يمكن قياس مدى توسع شبكة البنوك وتوفير خدمات بنكية لنسبة كبيرة من السكان، كما يمكن لهذا المؤشر ان يبين الحصة السوقية للبنوك النشطة في الجزائر.

الجدول رقم (3-12): الكثافة المصرفية في الجزائر خلال الفترة 2005-2014

السنوات	عدد الشبابيك	عدد السكان/عدد الشبابيك	عدد السكان البالغين/عدد الشبابيك	عدد فروع البنوك التجارية في كل 1000 كلم ²
2005	1227	26800	8100	0.47
2006	1278	26200	7900	0.50
2007	1336	25700	7870	0.52
2008	1301	26400	8300	0.55
2009	1324	26700	7900	0.56
2010	1367	26300	7700	0.56
2011	1441	25500	7400	0.58
2012	1478	25400	7200	0.59
2013	1499	25500	8000	0.60
2014	1525	25600	7500	0.61

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على تقارير بنك الجزائر لسنوات 2005 إلى غاية 2014.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن هناك ارتفاع في عدد الشبابيك والوكالات البنكية بنسبة 24 % سنة 2014 مقارنة بسنة 2005، كما تواصل المصارف العمومية هيمنتها على القطاع المصرفي من خلال أهمية شبكات وكالاتها الموزعة على التراب الوطني، حيث وصل عدد وكالات الشبكة المصرفية العمومية سنة 2014 بـ 1113 وكالة مقابل 325 وكالة للمصارف الخاصة، و 87 وكالة للمؤسسات المالية، أي بنسبة 72.98%، 21.31% و5.37% على التوالي، ورغم هذا فالبنوك الخاصة تساهم بصفة فعالة في ترقية المنافسة، فالارتفاع المستمر في عدد الشبكات أدى إلى تحسين مؤشرات الكثافة المصرفية في سنة 2014 بواقع 26500 شخص لكل فرع، إلا أن هذا المؤشر ما يزال ضعيفا وبعيدا عن المعدل العالمي المحدد بشباك لكل 10000 شخص وهذا وفق لنموذج كاميرون، وللإشارة فقد حصلت لبنان على المرتبة الأولى كأفضل دولة عربية في مجال الكثافة المصرفية بواقع 4600 شخص لكل فرع.

¹ - مرجع نفسه.

- **حسابات الإيداع المصرفي:** تشهد حسابات الايداع المصرفي في الجزائر تطورا ملحوظا وهذا مرتبط بشكل خاص بطرق دفع الرواتب والمعاشات.

الجدول رقم (3-13): تطور عدد حسابات الايداع المفتوحة في الجزائر خلال سنة 2009-2014

السنوات	2009	2010	2011	2012	2013	2014
عدد حسابات الايداع لكل بالغ	1.7	2.5	2.5	2.6	2.71	2.98

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على تقارير بنك الجزائر لسنوات 2010-2014.

نلاحظ ان عدد حسابات الايداع المفتوحة عرفت تطور ولكن اغلب هذه الحسابات هي حسابات بريدية جارية (ليست مصنفة ضمن المؤسسات البنكية)، فمثلا سنة 2011 بلغ عدد الحسابات المفتوحة النشطة بما فيها الحسابات البريدية حوالي 24.1 مليون حساب، اي 2.5 حساب لكل شخص بلغ سن العمل، اما اذا اقتصرنا على حسابات الايداع في البنوك التجارية فلم تتعدى عددها 9.01 مليون حساب بنكي بوقع 370 حساب لكل 1000 شخص من السكان البالغين سن العمل، اي بمعدل 0.37 حساب لكل شخص بالغ، في الوقت الذي بلغ فيه هذا المؤشر في الامارات حوالي 1750 حساب لكل 1000 شخص من السكان البالغين.

- **حسابات الاقراض:** بالنسبة الى مؤشر النفاذ الى حسابات الاقراض فقد حققت الجزائر مستويات اكثر انخفاضاً حيث بلغ المؤشر حوالي 29 حساب لكل 1000 شخص من السكان البالغين، وقد صنف مع الدول الاكثر تخلفا مثل جيبوتي واليمن بـ 23 و 08 حساب/1000 شخص بالغ على التوالي، في حين بلغ فيه هذا المؤشر في لبنان مستوى 519 حساب لكل 1000 شخص بالغ.

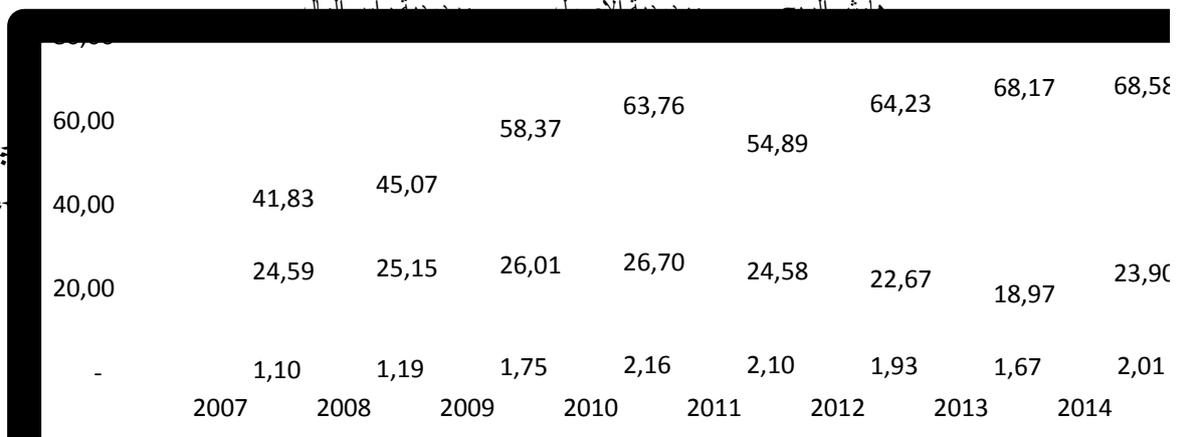
2. **مؤشرات مردودية البنوك الجزائرية:** من بين مؤشرات التي يمكن من خلالها قياس تنافسية البنوك الجزائرية، نجد نسب المردودية وهامش الربح، والذي نعرض من خلال الجدول الاتي بعض نسبها لفترة 2007-2014.

الجدول رقم (3-14): مردودية رأس المال، مردودية الاصول وهامش ربح البنوك الجزائرية (2007-2014)

السنوات	مردودية رأس المال = النتيجة/ متوسط الأموال الخاصة البنوك العامة والخاصة	مردودية الأصول = النتيجة/ متوسط إجمالي الأصول البنوك العامة والخاصة	هامش الربح = الناتج الصافي /صافي الناتج المصرفي البنوك العامة والخاصة
2007	24.59	1.10	41.83
2008	25.15	1.19	45.07
2009	26.01	1.75	58.37
2010	26.70	2.16	63.76
2011	24.58	2.10	54.89
2012	22.67	1.93	64.23
2013	18.97	1.67	68.17
2014	23.90	2.01	68.58

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على تقارير بنك الجزائر للسنوات 2004 - 2014

الشكل رقم (11-3): مردودية رأس المال، مردودية الاصول وهامش ربح البنوك الجزائرية خلال الفترة (2007-2014)



المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على إحصائيات الجدول رقم (3-14)

من خلال الشكل (11-3) نلاحظ أن هامش الربح للبنوك الجزائرية، هو في ارتفاع بمستويات ضعيفة جدا واستمر على مدار الثمانية سنوات محل الدراسة، غير انه عرف انخفاضا في سنة 2011 بنسبة 17.91% مقارنة بسنة 2010، كما أن هذه النسبة عرفت أكبر مستوى سنة 2014 بنسبة تقدر بـ 68.58%، كما نلاحظ أن نسبة مردودية الأصول في ارتفاع مستمر من سنة 2007 إلى غاية سنة 2014 بنسبة تقدر بـ 82.72%، غير أن سنة 2011 و2012 و2013 عرف بعض التذبذب، ليعاود الارتفاع في سنة 2014، حيث سجل أعلى نسبة سنة 2010 بـ 2013%، كما أن متوسط نسبة مردودية رأس مال البنوك للثمانية سنوات هي 22.82% .

المطلب الثاني: الدراسة القياسية لتأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية البنوك الجزائرية

• تقديم نموذج:

من خلال نموذج الانحدار المتعدد Multiple Linear Régression الذي هو عبارة عن انحدار للمتغير التابع (Y) على العديد من المتغيرات المستقلة X_1, X_2, \dots, X_K ويسمى هذا بنموذج الانحدار الخطي المتعدد ويهدف هذا المطلب إلى توضيح كيفية تقدير نموذج الانحدار الخطي المتعدد من خلال تقدير معالم النموذج التقدير التباين، التباين المشترك والانحراف المعياري لها للوصول إلى اختبار معالم النموذج.

هناك عدة طرق لتقدير معالم معادلة الانحدار أهمها (طريقة المربعات الصغرى العادية)، في المرحلة الأولى نفترض وجود الفرضيات الأساسية لمعادلة النموذج الخطي، وفي المراحل اللاحقة نتعرض للحالات التي تكون فيها هذه الفرضيات صحيحة أي التأكد من صحتها، وقد تم بناء نموذج الانحدار الخطي بالافتراضات الأساسية كما

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \epsilon_i$$

يلبي : β_0 شعاع الثوابت.

β_1 و β_2 : مصفوفة المعاملات.

ε_i : شعاع التشويش (حد الخطأ)

وهي المعادلة الأساسية التي تصور العلاقة بين المتغير التابع Y والمتغير المستقل X حيث تعتمد على العينة التي يبلغ حجمها $n=7$ مشاهدة بالإضافة إلى المعادلة الأساسية، نقول أن النموذج يحتوي افتراضات عن المتغير العشوائي. تقدير النموذج يتم بغرض الحصول على مقدرات معالم نموذج الانحدار المتعدد ، نموذج الانحدار المتعدد يتضمن ثلاث معالم هي: $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ الهدف من ذلك هو استخدام إحصائيات المتغيرات التابعة والمتغيرات المستقلة حسب الطرق الإحصائية الملائمة للحصول على مقدرات لهذه المعالم.

تستخدم هذه الدراسة تحليل بيانات السلاسل الزمنية المقطعية (البيانات الجدولية) وذلك لأن البيانات الجدولية هي بكل تأكيد الأكثر ملائمة لأنها تأخذ بعين الاعتبار التغيرات عبر الزمن لمؤشرات التنافسية، وتحاول هذه الدراسة بيان أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك الجزائرية والمتمثلة في الوسائل الدفع الحديثة (البطاقات البنكية CIB)، على مردودية أصول البنوك خلا الفترة الزمنية الممتدة بين 2007-2013 حيث تمثل:

➤ المتغير التابع Y : يمثل نسبة مردودية أصول البنك والذي هو حاصل قسمة النتيجة على متوسط إجمالي أصول البنوك.

➤ المتغيرات المستقلة:

X_1 : عدد البطاقات البنكية CIB المتعامل بها.

X_2 : حجم التعاملات البنكية الالكترونية، أي عدد الصفقات المبرمة بواسطة البطاقات البنكية CIB.

تمثل المتغيرات المستقلة (X_1 و X_2) في عدد البطاقات البنكية وحجم التعامل بها في المنظومة البنكية الجزائرية خلال فترة زمنية هي 07 سنوات، أما المتغير التابع (Y) فهو يمثل مردودية أصول البنوك خلال نفس الفترة، بحيث أنها نسبة تعبر عن تنافسية البنوك، بحيث أنه كلما كانت نسبة مردودية الاصول مرتفعة كلما دل على القدرة التنافسية لهذه البنوك.

● تقدير نموذج الانحدار باستخدام طريقة المربعات الصغرى العادية:

تعتمد طريقة المربعات الصغرى العادية على الحصول على مقدرات الانحدار حيث تمثل معالم النموذج بحيث يتم تصغير مجموع مربعات البواقي إلى أدنى قيمة لها، بحيث يجري تعريف مكون يطلق عليه مجموع المربعات البواقي بحيث يتم تصغير هذا المكون إلى أدنى قيمة له. ، حيث أن طريقة المربعات الصغرى تعطينا مقدرات الانحدار المعيار الخاص في المربعات الصغرى العادية: النموذج المقدر هي كما يلي :

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \varepsilon_i$$

البواقي بحكم أنه ا مقدرة العنصر العشوائي يمكن أن تكون موجبة وممكن أن تكون سالبة وكذلك من الناحية النظرية يمكن أن تساوي الصفر ، للحصول على مقدرات المربعات الصغرى العادية يجب أن نحصل أولا على

البواقي، يتم التوصل إلى الخط الذي تكون فيه مجموع مربعات البواقي أصغر ما يمكن اختيار الخط الذي يديني مجموع مربعات البواقي إلى أصغر ما يمكن.

$$\begin{aligned} \sum e_i^2 &= 0 \\ \sum e_i^2 &= \sum (Y_i - \hat{B}_0 - \hat{B}_1 X_{i1} - \hat{B}_2 X_{i2})^2 \\ \frac{\delta e_i^2}{\delta \hat{B}_0} &= 2 \sum (Y_i - \hat{B}_0 - \hat{B}_1 X_{i1} - \hat{B}_2 X_{i2})(-1) = 0 \\ -2 \sum (Y_i - \hat{B}_0 - \hat{B}_1 X_{i1} - \hat{B}_2 X_{i2}) &= 0 \end{aligned}$$

بالقسمة على (-2) وفك القوس، نحصل:

$$\begin{aligned} \sum Y_i - n\hat{B}_0 - \hat{B}_1 \sum X_{i1} - \hat{B}_2 \sum X_{i2} &= 0 \\ \sum Y_i = n\hat{B}_0 + \hat{B}_1 \sum X_{i1} + \hat{B}_2 \sum X_{i2} & \quad (1) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \frac{\delta \sum e_i^2}{\delta \hat{B}_1} &= 2 \sum (Y_i - \hat{B}_0 - \hat{B}_1 X_{i1} - \hat{B}_2 X_{i2})(-X_{i1}) = 0 \\ -2 \sum X_{i1} (Y_i - \hat{B}_0 - \hat{B}_1 X_{i1} - \hat{B}_2 X_{i2}) &= 0 \end{aligned}$$

بالقسمة (-2) وفك القوس، نحصل:

$$\begin{aligned} \sum X_{i1} Y_i - \hat{B}_0 \sum X_{i1} - \hat{B}_1 \sum X_{i1}^2 - \hat{B}_2 \sum X_{i1} X_{i2} &= 0 \\ \sum X_{i1} Y_i = \hat{B}_0 \sum X_{i1} + \hat{B}_1 \sum X_{i1}^2 + \hat{B}_2 \sum X_{i1} X_{i2} & \quad (2) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \frac{\delta \sum e_i^2}{\delta \hat{B}_2} &= 2 \sum (Y_i - \hat{B}_0 - \hat{B}_1 X_{i1} - \hat{B}_2 X_{i2})(-X_{i2}) = 0 \\ -2 \sum X_{i2} (Y_i - \hat{B}_0 - \hat{B}_1 X_{i1} - \hat{B}_2 X_{i2}) &= 0 \end{aligned}$$

بالقسمة على (-2) وفك القوس، نحصل:

$$\begin{aligned} \sum X_{i2} Y_i - \hat{B}_0 \sum X_{i2} - \hat{B}_1 \sum X_{i1} X_{i2} - \hat{B}_2 \sum X_{i2}^2 &= 0 \\ \sum X_{i2} Y_i = \hat{B}_0 \sum X_{i2} + \hat{B}_1 \sum X_{i1} X_{i2} + \hat{B}_2 \sum X_{i2}^2 & \quad (3) \end{aligned}$$

وتمثل المعادلات (1)، (2) و (3) المعادلات الطبيعية الثلاث التي تستخدم في تقدير المعالم الثلاثة المجهولة $\hat{B}_0, \hat{B}_1, \hat{B}_2$. أن هذه المعادلات، يمكن أن تحل هذه المعادلات بواسطة قاعدة كرايمر للحصول على قيم \hat{B}_K من المعلمات وعلى النحو الآتي:

$$\begin{aligned} \sum Y_i &= n\hat{B}_0 + \hat{B}_1 \sum X_{i1} + \hat{B}_2 \sum X_{i2} \\ \sum X_{i1} Y_i &= \hat{B}_0 \sum X_{i1} + \hat{B}_1 \sum X_{i1}^2 + \hat{B}_2 \sum X_{i1} X_{i2} \\ \sum X_{i2} Y_i &= \hat{B}_0 \sum X_{i2} + \hat{B}_1 \sum X_{i1} X_{i2} + \hat{B}_2 \sum X_{i2}^2 \\ \begin{bmatrix} \sum Y_i \\ \sum X_{i1} Y_i \\ \sum X_{i2} Y_i \end{bmatrix} &= \begin{bmatrix} n & \sum X_{i1} & \sum X_{i2} \\ \sum X_{i1} & \sum X_{i1}^2 & \sum X_{i1} X_{i2} \\ \sum X_{i2} & \sum X_{i1} X_{i2} & \sum X_{i2}^2 \end{bmatrix} \end{aligned}$$

ومن النظام أعلاه، يمكن إيجاد المحددات الآتية:

$$|D| = \begin{vmatrix} \sum Y_i & \sum X_{i1} & \sum X_{i2} \\ \sum X_{i1}Y_i & \sum X_{i1}^2 & \sum X_{i1}X_{i2} \\ \sum X_{i2}Y_i & \sum X_{i1}X_{i2} & \sum X_{i2}^2 \end{vmatrix}$$

$$|N_1| = \begin{vmatrix} n & \sum Y_1 & \sum X_{i2} \\ \sum X_{i1} & \sum X_{i1}Y_i & \sum X_{i1}X_{i2} \\ \sum X_{i2} & \sum X_{i2}Y_i & \sum X_{i2}^2 \end{vmatrix}$$

$$|N_2| = \begin{vmatrix} n & \sum X_{i1} & \sum Y_i \\ \sum X_{i1} & \sum X_{i1}^2 & \sum X_{i1}Y_i \\ \sum X_{i2} & \sum X_{i1}X_{i2} & \sum X_{i2}Y_i \end{vmatrix}$$

$$\hat{B}_1 = \frac{|N_1|}{|D|} = \frac{\begin{vmatrix} n & \sum Y_i & \sum X_{i2} \\ \sum X_{i1} & \sum X_{i1}Y_i & \sum X_{i1}X_{i2} \\ \sum X_{i2} & \sum X_{i2}Y_i & \sum X_{i2}^2 \end{vmatrix}}{\begin{vmatrix} \sum Y_i & \sum X_{i1} & \sum X_{i2} \\ \sum X_{i1}Y_i & \sum X_{i1}^2 & \sum X_{i1}X_{i2} \\ \sum X_{i2}Y_i & \sum X_{i1}X_{i2} & \sum X_{i2}^2 \end{vmatrix}}$$

$$\hat{B}_2 = \frac{|N_2|}{|D|} = \frac{\begin{vmatrix} n & \sum Y_i & \sum X_{i2} \\ \sum X_{i1} & \sum X_{i1}Y_i & \sum X_{i1}X_{i2} \\ \sum X_{i2} & \sum X_{i2}Y_i & \sum X_{i2}^2 \end{vmatrix}}{\begin{vmatrix} \sum Y_i & \sum X_{i1} & \sum X_{i2} \\ \sum X_{i1}Y_i & \sum X_{i1}^2 & \sum X_{i1}X_{i2} \\ \sum X_{i2}Y_i & \sum X_{i1}X_{i2} & \sum X_{i2}^2 \end{vmatrix}}$$

أما بالنسبة ل \hat{B}_0 فيتم الحصول عليه عن طريق:

$$\hat{B}_0 = \bar{Y} - \hat{B}_1\bar{X}_1 - \hat{B}_2\bar{X}_2$$

تساوي المعادلات التي تم الحصول عليها بالصفر ثم نطبق المعادلات الآتية للحصول على قيم المقدرات كما يلي:

$$B = (X'X)^{-1}X'y$$

• الأسس المنهجية لبناء النموذج القياسي:

في هذه المرحلة تأتي مرحلة التقدير للشعاع β_j والتي يمكن القيام بها بطريقتين:

1- تطبيق المربعات الصغرى على كل معادلة على حدى (كما تم التعرض لها سابقا)

2- تطبيق المربعات الصغرى على جملة المعادلات وهذا باستعمال برمجية (Eviews 0.9).

وهذه الطريقتين تعطي نفس النتائج للمعادلات المقدرة، وفي حالتنا قمنا باختيار الطريقة الثانية والتي تعطي معلومة

أكثر مثل مصفوفة التباينات للبواقي وتسمح بالدراسة الديناميكية للنموذج، سوف نأخذ نتائج التقدير لكل

معادلة على حدى:

باستعمال برنامج الاقتصاد القياسي Eviews 0.9 تم التوصل الى النتائج التقديرية التالية:

● الطريقة والأدوات:

تعتبر هذه الدراسة قياسية لكونها تبحث في وصف وتحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية البنوك الجزائرية، وعليه تم اعتماد طريقة في جمع واختيار مجتمع الدراسة لوصف المتغيرات وأدوات لمعالجة المعطيات وتحليل البيانات، تطرقنا في هذا المطلب إلى كيفية اختار اصدار البطاقات الالكترونية والتعاملات بها على زيادة نسبة مردودية البنوك، كما يوضحه الجدول الموالي:

جدول رقم(3-15): يوضح أثر إصدار البطاقات البنكية CIB وحجم التعامل بها في زيادة نسبة مردودية

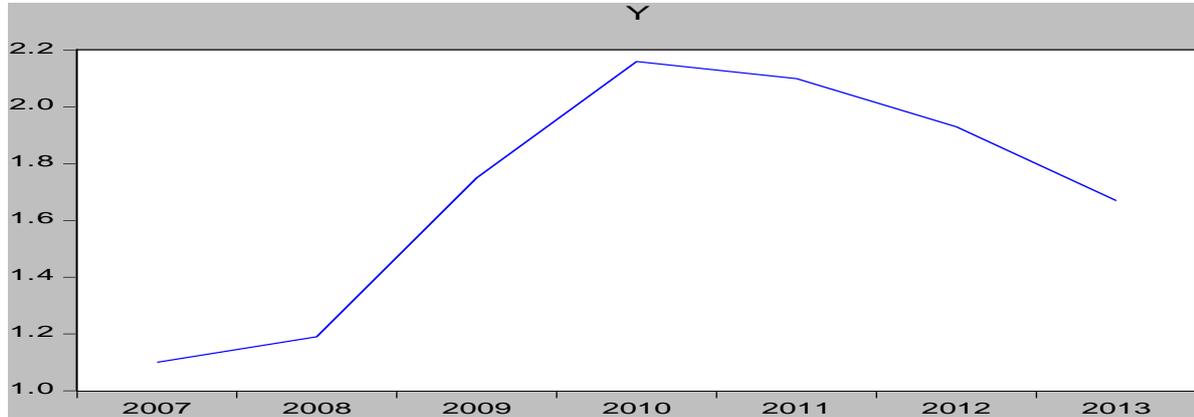
أصول البنك الجزائرية خلال الفترة 2007-2013

السنوات	عدد البطاقات البنكية المتداولة CIB X1	عدد الصفقات الالكترونية المبرمة (بواسطة البطاقة البنكية CIB) X2	مردودية الأصول = النتيجة / إجمالي متوسط الاصول Y
2007	139056	485906	1.10
2008	334946	1914459	1.19
2009	55793	2615168	1.75
2010	339374	3765580	2.16
2011	596558	6446974	2.10
2012	979333	5082848	1.93
2013	850008	2918269	1.67

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على بيانات صندوق النقد الدولي.

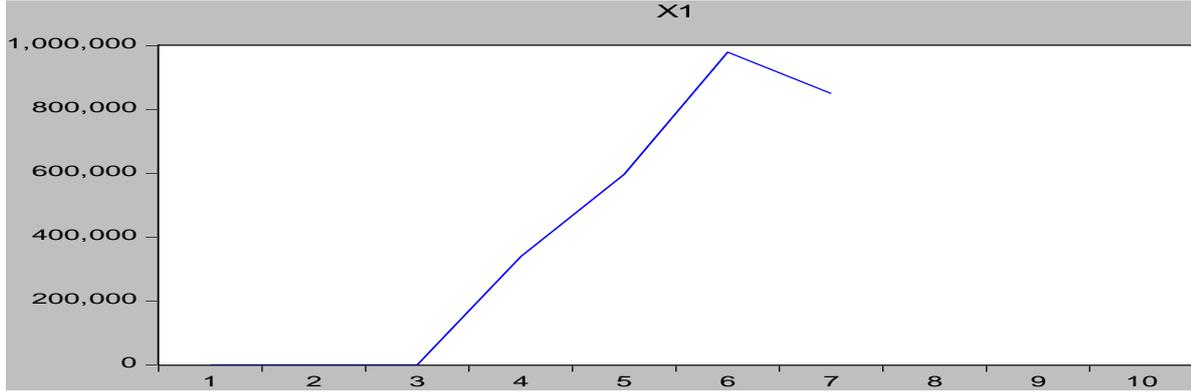
● المنحنيات:

شكل رقم(3-12): يوضح نسب مردودية أصول البنوك الجزائرية



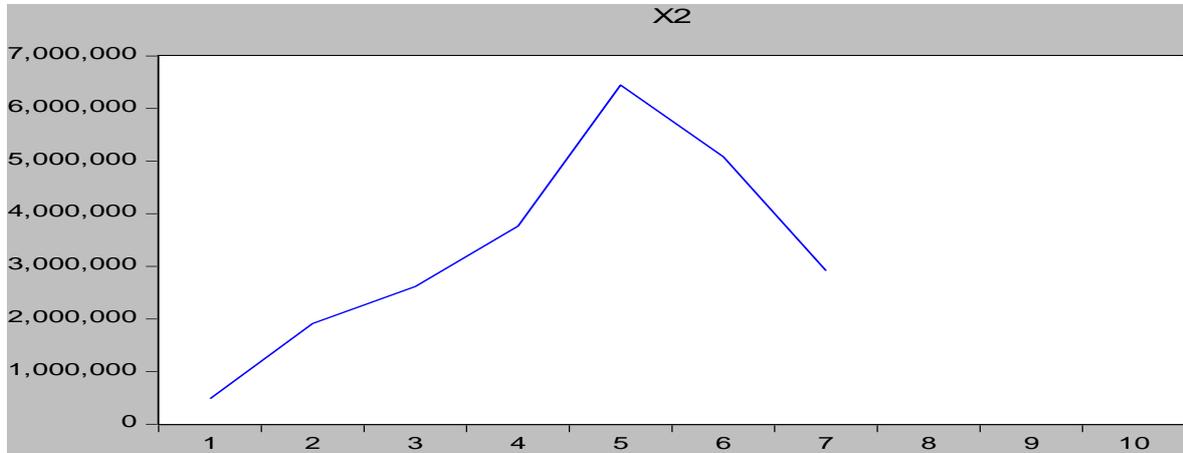
المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات البرنامج Eviws 0.9

شكل رقم (3-13): يوضح عدد البطاقات البنكية CIB المتعامل بها في الجزائر



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات البرنامج Eviws 0.9

الشكل رقم (3-14): يوضح التعاملات البنكية الالكترونية باستعمال البطاقات البنكية CIB



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات البرنامج Eviws 0.9

● التقدير:

نتائج التقدير:

Y: مردودية الأصول = النتيجة / متوسط إجمالي الأصول.

X1: عدد البطاقات البنكية المتعامل بها

X2: عدد الصفقات الالكترونية المبرمة بواسطة البطاقة البنكية CIB الالكترونية

جدول رقم (3-16): يوضح تقدير المعالم - اختبار فيشر وديربن واتسون -

Dependent Variable: Y

Method: Least Squares

Date: 05/21/16 Time: 22:02

Sample: 2007 2013

Included observations: 7

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.103194	0.209872	5.256513	0.0063
X1	2.770108	3.53E-07	-0.078452	0.9412
X2	1.831107	7.46E-08	2.455206	0.0701
R-squared	0.927926	Mean dependent var		1.700000
Adjusted R-squared	0.591889	S.D. dependent var		0.417931
S.E. of regression	0.266989	Akaike info criterion		0.494312
Sum squared resid	0.285133	Schwarz criterion		0.471130
Log likelihood	1.269910	Hannan-Quinn criter.		0.207794
F-statistic	5.350946	Durbin-Watson stat		2.037847
Prob(F-statistic)	0.074024			

جدول رقم (3-17): معادلة الانحدار المتعدد

Setimation command

Ls x1 x2 c

Setimation equation

$$Y = 2.770108x_1 + 1.831107x_2 + 1.103194$$

التفسير :

أن أي زيادة في عدد لإصدار البطاقات البنكية CIB بوحدة واحدة يؤدي إلى ارتفاع مردودية الأصول بـ 2.770108 وحدة، كما نلاحظ كذلك، أن أي زيادة في عدد الصفقات التي تتم بها بوحدة واحدة يؤدي إلى ارتفاع مردودية الأصول البنوك بـ 1.831107 وحدة.

- أن معامل الارتباط R^2 مرتفع ومقبول جدا، حيث أن المتغيرين المستقلين يفسران 92.7926% من تغيرات المتغير التابع، في حين ما نسبته 7.3074% يعود إلى متغيرات لم تدج في النموذج.

- حسب اختبار فيشر حيث أن $(F_s > F_t)$ أي $(5.3509463 > 3.81)$ ، أي أن للنموذج معنوية إحصائية عند مستوى $\alpha = 5\%$ وبدرجة حرية $df = 7 - 3 = 4$

- إحصائية داربين وأتسن: تشير إحصائية داربين واتسن والتي تساوي 2.037847 إلى ان النموذج بخلو من ارتباط الاخطاء من الدرجة الاولى.

جدول رقم (3-18): الارتباط

Correlation			
	Y	X1	X2
Y	1.000000	0.563834	0.852941
X1	0.563834	1.000000	0.678665
X2	0.852941	0.678665	1.000000

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أول ملاحظة هي العلاقة الطردية بين المتغير X1 و X2 حيث أن معامل الارتباط بينهما قدر ب 67.86% مما يدل على الارتباط قوية نسبيا بين المتغيرين وفق علاقة طردية أي أن أي زيادة في X1 تؤدي بنسبة 67.86% من الحالات في زيادة X2، في حين نلاحظ علاقة طردية قوية بين y و X2 حيث أن معامل الارتباط بينهما قدر ب 85.29% ونلاحظ العلاقة الطردية متوسطة بين Y و X1 أن معامل الارتباط بينهما قدر ب 56.38%، هذه النتائج تدل على العلاقة القوية بين المتغيرات الثلاثة ووجود آثار بيئية بينهما.

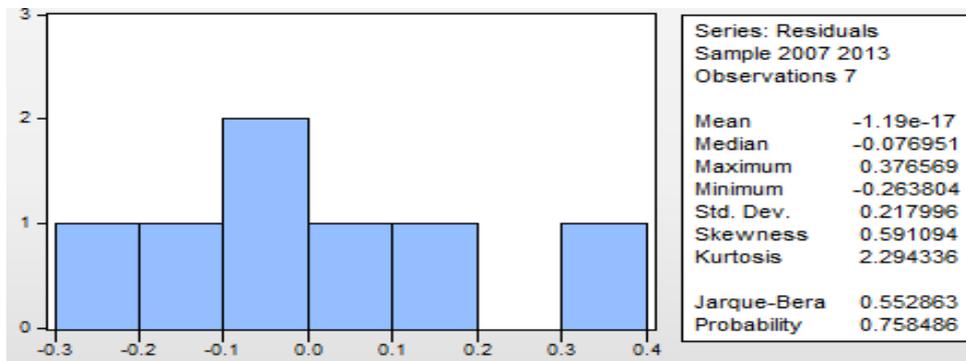
جدول رقم (3-19): استقلالية الأخطاء

Date: 05/21/16 Time: 22:04
Sample: 2007 2013
Included observations: 7

	Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob
1	-0.039	-0.039	0.0162	0.899		
2	-0.636	-0.638	5.1072	0.078		
3	0.062	-0.007	5.1670	0.160		
4	0.158	-0.412	5.6927	0.223		
5	-0.027	0.002	5.7154	0.335		
6	-0.018	-0.279	5.7359	0.453		

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن كل الحدود تقع داخل مجال الثقة 95% وهذا مؤشر على غياب الارتباط الذاتي للبواقي، كما نلاحظ أن جل الاحتمالات الإحصائية لـ Ljung-Box أكبر من 5% وبالتالي نرفض الفرضية التي تقول أن البواقي هي عبارة عن خطأ أبيض.

الشكل رقم (3-15): اختبار Jarque-Bera



من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن معامل Skewness يختلف عن الصفر وهذا ما يثبت وجود عدم التناظر من خلال الشكل دائما نلاحظ أن الخطأ الأبيض غير متناظر بالنسبة للصفر نظرا لأن إحصائية Jarque-Bera تفوق 5%. بالتالي الخطأ يتبع التوزيع الطبيعي لكن يبقى النموذج مقبول إحصائيا.

التحليل الاقتصادي للنموذج:

تتعدد تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي تعتمد عليها البنوك الجزائرية في أداء أنشطتها وتقديم خدماتها للعملاء، وبغية قياس مدى تأثير هذه التكنولوجيات الحديثة على عمل البنوك وتنافسياتها، أستوجب علينا اختيار بعض المؤشرات لتكون معيار للتقييم، وقد وقع اختيارنا على ثلاث مؤشرات فقط بسبب قلة البيانات، ويبرز الجدول رقم (3-15) المؤشرات المختارة لإثبات العلاقة الطردية بين المتغيرين المستقلين ($X1$ و $X2$)، اللذين يمثلان كل من عدد البطاقات البنكية CIB المتداولة وحجم التعاملات بها على التوالي، والمتغير التابع Y الذي يمثل مردودية أصول البنوك، الذي هو بدوره يساوي حاصل قسمة النتيجة على متوسط إجمالي الأصول.

تحليل متغيرات الدراسة القياسية:

ان متغيرات الدراسة التي تم الاعتماد عليها في الدراسة القياسية والمتمثلة أساسا في ($X2, X1, Y$)، حيث أن كل من ($X2, X1$) هي متغيرات مستقلة المعتمد عليها في الدراسة، ومتمثلتين في كل من البطاقات البنكية المتداولة في المنظومة البنكية الجزائرية وكذا عدد الصفقات التي تتم من خلالها خلال فترة زمنية محددة، في حين (Y) هو متغير تابع للمتغيرات المستقلة السالفة الذكر، والذي تمثل مردودية اصول البنوك الجزائرية خلا نفس الفترة.

● فالبطاقات البنكية تعتبر من الوسائل المستحدثة المعتمدة في تقديم الخدمة المصرفية عن بعد (الدفع والسحب) فأصدارها من قبل البنوك، يستوجب تجهيزات الكترونية أخرى ونظم حديثة لتشغيل هذه البطاقات، وكل هذا تعتبر استثمارات رأسمالية تكلف البنوك أموال طائلة، ومحاسبيا تضم كل هذه التجهيزات في حساب أصول البنوك.

فاستخدام الافراد بشكل كبير لهذه الوسيلة والتي تتجسد من خلال حجم التعامل بها، تعبر عن اعتماد البنوك الجزائرية على التكنولوجيا الحديثة في تقديم خدماتها، والعكس صحيح.

● أما بالنسبة لمردودية أصول البنوك الجزائرية والذي هو حاصل قسمة النتيجة على إجمالي متوسط أصول البنوك حيث أن هذه النسبة تمثل أهم نسب المردودية التي يتم حسابها على مستوى البنوك، لإظهار نصيب أصول البنك من النتيجة المحققة خلال فترة زمنية معينة، و بما أن أهم مؤشرات تنافسية البنوك هي نسب الربحية، حيث أنه كلما كانت النتيجة المحققة من قبل البنوك معتبرة كلما دل على قدرتها التنافسية.

تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل البنكي الجزائري:

● يبين الجدول رقم (3-15) الخاص بتقدير معادلة الانحدار نسبة استخدام الوكالات البنكية لخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمتمثلة في عدد البطاقات البنكية المتداولة وحجم التعامل بها، حيث تبين أن المصارف الوطنية تستخدم هذه التكنولوجيات بنسب قليلة جدا، وما يبين ذلك هي نسبة مردودية الأصول التي هي ضئيلة جدا ولا ترقى إلى المستوى المطلوب، حيث أن زيادة وحدة واحدة كاستثمار في إصدار البطاقات البنكية يؤدي إلى زيادة مردودية الأصول بـ 2.770108، كما أنه كلما ازدادت حجم العمليات من خلال البطاقات

البنكية بوحدة واحدة كلما ازدادت مردودية البنوك بـ 1.831107، وهي معاملات جد منخفضة بالنسبة للأموال المستثمرة في هذا المجال.

- كما أن من خلال الأشكال رقم (1-3)، (2-3) و (3-3) التي تبين تطور استعمال كل من الانترنت الهاتف النقال و الهاتف الثابت على التوالي يبين أن هناك تطور ملحوظ في عدد المشتركين، إلا أن الصيرفة من خلال هذه القناة تكاد تكون منعدمة في البنوك الجزائرية، بإستثناء بعض الخدمات البسيطة عبر مواقع البنوك على الانترنت.
- إن إصدار لبطاقات CIB يستوجب الاستثمار في وسائل ونظم إلكترونية أخرى تسمح من خلالها التعامل بهذه البطاقات وتتمثل في أجهزة الصراف الآلي ونهائيات الدفع الإلكتروني بالإضافة لشبكات وأنظمة تربط مختلف المؤسسات المالية والأجهزة، حيث أنه بملاحظتنا للشكل (3-9)، (3-10) نجد أن نسب نمو كل من DAB و TPE كانت متوسطة، ولكن حجم العمليات التي تمت من خلالها هي جد منخفضة، مما يدل على تفضيل الجزائريين استعمال النقود الورقية في معاملاتهم على استعمال البطاقات البنكية، كما أن نظام RTGS و ATCI يعتبران من أهم أنظمة الدفع التي دخلت حيز الاستعمال سنة 2006، حيث نتج عنه تطوير في الوساطة البنكية الفعالة والمؤمنة لخدمات بنكية ذات جودة تخدم الزبائن في إطار مضمون ومضبوط.
- إن مؤشرات العمق المالي وتنافسية البنوك، والتي أشرن إليها من خلال عمق النظام المالي الجزائري المتمثل في عدد شبائيك على المستوى الوطني، وكذا معدلات النفاذ إلى الخدمة البنكية من قبل الجزائريين فنجدها في مستوياتها الدنيا فكل الإحصائية تثبت ذلك، كما أن مؤشرات مردودية البنوك هي الأخرى لا ترقى إلى المستوى المطلوب، واستحواذ البنوك العامة على أكثر من 90% من مجموع أصول البنوك الجزائرية تثبت عدم وجود تنافسية بنكية كبيرة في الجزائر.

خلاصة الفصل:

سمحت الدراسة في هذا الفصل إلى التطرق لنقاط مختلفة كالتعرف على أهم وسائل الدفع ومختلف الأنظمة المستخدمة في البنوك الجزائرية، خصائصها ومبادئ عملها وأهميتها في العمل البنكي الجزائرية، خاصة في ظل عالم الرقمية وكذا البيئة التنافسية التي يتسم بها هذا القطاع.

ومن خلال هذا، أبرزنا المحاور الأساسية التي يجب أن يشملها تحديث وعصرنة المنظومة المصرفية، من خلال استعمالها للتكنولوجيا الحديثة وذلك بهدف مواكبة المعايير الدولية والتوسع في الخدمة المصرفية عن بعد، ولذلك عملت الجزائر على تحديث المنظومة البنكية من خلال عصرنة وسائل الدفع، حيث عملت على توسيع البنية التحتية (قطاع الاتصالات) من أجل إيجاد قاعدة صلبة للنهوض بهذا القطاع، كما عملت على إعداد شبكة من أجهزة الصراف الآلي ونهائيات الدفع ونشرها في مختلف أنحاء الوطن، من أجل تسهيل عملية السحب والدفع وتقريب الخدمة البنكية للمواطن، في نفس السياق يعتبر كل من نظام التسوية الإجمالية الفورية RTGS ونظام المقاصة الالكترونية ATCI و إصدار بطاقات البنكية CIB من أهم ما تم إستحداثه في المنظومة البنكية الجزائرية خلال السنوات الأخير لدفع وتيرة العمل البنكي عن بعد.

وإجمالاً لما سبق تفصيله، يمكننا القول بأن تطوير جودة الخدمات المصرفية وتحديث نظم التسيير والإدارة والاهتمام بإدارة المخاطر أصبحت من بين الأمور الأساسية التي يجب على البنوك الجزائرية الأخذ بها لزيادة قدرتها التنافسية وإثبات جدارتها في ظل انفتاح السوق المصرفية الجزائرية، وقدرة زيادة المنافسة في هذا القطاع.

الخاتمة

يعتبر تحديث وعصرنة النظام المصرفي مؤشرا هاما لقياس مدى تطور وفعالية اقتصاد أي دولة، كما يمكن اعتباره شرطا أساسيا لنجاح أي استراتيجية تطوير يتم اعتمادها داخل الاقتصاد، لكن الانتقال من الخدمات المصرفية التقليدية إلى الخدمات المصرفية الالكترونية لا يعتبر بالأمر الهين، خاصة مع التطورات التي تعرفها تكنولوجيا المعلومات والاتصال، التي تتجاوز نمط الاعتيادي في أداء الخدمة المصرفية، إذ جعلتها لا تنقيد بالمكان ولا الزمان كما نجدها ساهمت في تحقيق عامل التنوع في الخدمة من جهة وفي خفض التكلفة واختصار الوقت من جهة أخرى.

فتكنولوجيا المعلومات والاتصال تعتبر البنية التحتية للنشاط المصرفي عن بعد، فلو أخذنا القنوات المصرفية عن بعد لوجدنا ان دمجها من قبل المصارف تم على مراحل، حيث اعتمدت على الهاتف الثابت، ثم تبنت الصراف الآلي فالحاسب الآلي وبعدها الهاتف النقال، وكأخر قناة النافذة الرقمية، لم تتوقف المصارف عند هذا الحد بل عملت على ربطها بأنظمة خاصة، وهذا ناتج عن عمل المصرف الدائم على مواجهة مخاطر النشاط وخاصة تلك المرتبطة بالأمان في العمليات المصرفية الالكترونية ليستمر هذا التطور فيشمل أدوات الدفع في المصارف لتنتقل من أدوات تقليدية لم تعد تفي بالغرض، إلى أدوات دفع تتأقلم مع التطور الرقمي، فظهرت البطاقات المصرفية كأول أداة تم اعتمادها، ثم تم دمج النقود والشيكات الالكترونية.

فالمنظومة المصرفية الجزائرية التي لاحظنا أنها مازالت لم تلعب بعد الدور الحقيقي في الوساطة المالية، كما أنها غير مؤهلة في اعتماد التطورات الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والدخول في الاقتصاد العالمي سواء من حيث الالتزام باتفاقية تحرير الخدمات المصرفية التي أقرتها منظمة التجارة العالمية أو الالتزام بمقررات لجنة بازل، أو من حيث الخوض في تقديم خدمات إلكترونية تضاهي مثيلاتها في باقي الدول، لذا فإن المنظومة المصرفية الجزائرية على الرغم من إدراكها لضرورة الارتقاء بالخدمات المصرفية الحالية وتوجيهها نحو خدمات مصرفية إلكترونية، وكذا الخروج من الدائرة المادية التي تسيطر على طرق الدفع في الجزائر لتوجيهها إلى دفع إلكترونية، إلا أن الملاحظ على الجهود المبذولة في مجال تحديث وتطوير المنظومة المصرفية، تبقى للأسف تسجل تأخرا وتباطؤ كبير في التنفيذ، كما نلاحظ أنها تفتقر للشفافية مما يجعل الملاحظ في ريبة من أمره بين ما هو مقرر ومخطط وما هو موجود ومعتمد.

إن هدف المصارف من استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المجال المصرفي وخاصة تلك المرتبطة بالقنوات الالكترونية وأدوات الدفع الالكترونية، لوجدنا أنها تهدف من جهة إلى عصرنة المنظومة المصرفية لمواكبة تحديات العصر وتعزيز المكانة التنافسية في سوق العمل المصرفي، ومن جهة ثانية تهدف إلى رفع كفاءة أدائها التجاري للحفاظ على عملائها الحاليين وجذب عملاء جدد، مما ينعكس على أدائه المالي الذي يساهم في تحقيق الهدف الأساسي المنشود ألا وهي زيادة أرباحها بالدرجة الأولى.

1. نتائج الدراسة: خلصت هذه الدراسة الى جملة من النتائج يمكن ذكرها فيما يلي:

إن عولمة النشاط المصرفي أدت إلى ظهور أشكال جديدة للعمل المصرفي ساهمت فيها التطورات التي شهدتها تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال التطور الذي عرفته كل من شبكة الاتصال الداخلية والخارجية وخاصة الانترنت، وكذا التطور الذي شهدته وعرفته التقنيات والأنظمة في هذا المجال.

كما لاحظنا من خلال دراستنا النظرية أن نمو وتطور كل من وسائل وأدوات الدفع المصرفية الالكترونية والتجارة الالكترونية يسيران في نفس الاتجاه، فمثلا لو أخذنا الدول المتقدمة لوجدنا أن كلاهما يسير في نفس الاتجاه بمعنى تطورها ونموها بسرعة، أما لو أخذنا الدول النامية لوجدناها في تباطؤ نسبي في اعتماد أدوات الدفع الحديثة مما انعكس على تطور التجارة الالكترونية لديه.

هناك توسع محتشم للمصارف الجزائرية في عرض خدمة الدفع الالكتروني، فخدمة الدفع الورقي تبقى الأكثر اعتمادا في هذا البلد، مما يدل على عدم قدرة المصارف الجزائرية في تحقيق قوة براءة لهذه المدفوعات.

يصعب على المصارف جعل الخدمة المصرفية في جوهرها أحد مجالات التنافس فيما بينها وبين المصارف الأخرى وبالتالي كان أمامها حل واحد لتعزيز تنافسيتها، هو إحداث تغييرات في أسلوب تقديم وعرض الخدمة مما جعلها تتبنى القنوات المصرفية الالكترونية وكذا أدوات الدفع الالكترونية.

يساهم تبني المصارف لأدوات الدفع الالكترونية في خلق مجال واسع للدفع سواء كان داخليا أو خارجيا وهذا ما لاحظناه من خلال التطور المستمر لحجم المعاملات التي تتم بهذه الأدوات.

2. اختبار الفرضيات:

الفرضية الأولى: يعتبر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك الجزائرية ذو مستوى عالي.

أظهرت نتائج الدراسة أن المصارف الجزائرية تتبنى تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل قليل وبمستويات منخفضة جدا خاصة تلك المرتبطة بالقنوات المصرفية لتقديم الخدمة عن بعد (الصيرفة عبر الانترنت الصيرفة عبر الهاتف النقل، الصيرفة عبر التلفزة الرقمية) بالإضافة إلى أدوات الدفع الإلكترونية (البطاقات المصرفية، النقود والشيكات الالكترونية)، حيث أن الإحصائيات تثبت ذلك، كما أن تقارير دولية حول استخدام الدول لتكنولوجيا المعلومات والاتصال تبين أن الجزائر تحتل المراتب الأخيرة. وهذا ما يثبت عدم صحة الفرضية الأولى.

الفرضية الثانية: تستطيع تكنولوجيا المعلومات والاتصال أن تؤثر على درجة فعالية الإستراتيجية التنافسية.

تستطيع المصارف أن تدعم استراتيجياتها التنافسية بفضل إدماج فعال لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ويكون ذلك بإجراء تخطيط استراتيجي للثلاثين. وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية.

الفرضية الثالثة: تلعب وسائل الدفع الالكترونية دورا مهما في زيادة مردودية أصول البنوك الجزائرية وبذلك رفع من تنافسيتها.

بينت نتائج اختبار النموذج أنه يوجد أثر ايجابي لاستخدام المصارف الجزائرية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على مردودية أصولها، وذلك من خلال دمجها وسائل الدفع الالكترونية (البطاقات البنكية CIB)، حيث أثبتت الدراسة عن وجود

علاقة طردية بين المتغيرين المستقلين (عدد البطاقات البنكية CIB حجم التعامل بها) والمتغير التابع المتمثل في مردودية أصول البنوك الجزائرية. وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثالثة.

الفرضية الرابعة: تساهم كل من البنى التحتية في الاتصالات الالكترونية، والموارد المالية المتاحة، والثقافة البنكية لدى الأفراد في تسهيل عملية دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك الجزائرية.

إن توفر الجزائر على بنى تحتية في مجال شبكات الاتصال المختلفة والأجهزة التقنية والالكترونية الحديثة والأنظمة التي تساعد في نقل، تخزين، تحليل ومعالجة المعلومات، وكذلك توفرها على موارد مالية معتبرة بالإضافة إلى ارتفاع المستوى العلمي والثقافة المصرفية لدى عملاء المصارف الجزائرية، هذه العوامل يمكن أن تكون دعما وسندا للبنوك الجزائرية في تسهيل عملية دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبذلك تقديم خدمات بنكية تتماشى والعالم الرقمي، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الرابعة.

كخلاصة لنتائج الدراسة يمكن القول ان المصارف تهدف من خلال استخدامها المستمر لتكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال النشاط المصرفي الى تحقيق هدفين أحدهما في المدى القصير والآخر في المدى الطويل، فبالنسبة الأول هو تحسين الاداء التجاري من خلال تحسين جودة الخدمة المصرفية وتخفيض تكاليف الخدمة لتصل الى الفجوة بين ما هو متوقع من العميل وما هو مدرك، ومن ثم تحقيق رضاه وتحويله الى ولاء دائم مما يدعم الحصة السوقية للمصرف، أما هدفها في المدى الطويل هو انعكاس ذلك على ربحية المصرف.

3. التوصيات والاقتراحات:

بناء على النتائج المتوصل إليها ارتأينا إلى تقديم عدد من التوصيات والاقتراحات يمكن ذكرها فيما يلي:

ضرورة عمل المصارف الجزائرية باستمرار على تكوين العمال والارتقاء بقدراتهم ومهاراتهم بإجراء دورات تدريبية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال نظرا لتميزها بالتطور السريع والمستمر.

بسبب بطء تداول المعلومات فيما بين البنوك من خلال شركة ساتيم يجب البحث عن وسيلة تسريع نقل المعلومات وهذا للتعجيل في حل مشاكل عالقة ما بين البنوك والخاصة بالزبائن.

توفير المصارف الجزائرية لعنصر البحث المستمر والتبني السريع والمستمر للأنظمة الامنية في المجال، خاصة وأنه من المعروف ان الانظمة الامنية معرضة في اي لحظة للاختراق والتلف ومن ثم العبث بالمعلومات المرتبطة بالمصرف او العميل وما لذلك من اثر على سمعة ومكانة المصرف في السوق.

ضرورة المحافظة على صلابة ومتانة البنى التحتية للجهاز المصرفي وذلك بزيادة الانفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات، وان تكون هناك مواكبة للتطورات التي تحدث في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

بحكم أن الجزائر تمتلك قاعدة كبيرة من مشتركى الهاتف النقال من خلال مختلف المتعاملين الاقتصاديين في هذا المجال يمكن أن يكون دافع وحافز للبنوك الجزائرية في دفع وتيرة الصيرفة عبر الهاتف النقال.

4. أفاق البحث:

تناول هذا البحث اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تنافسية البنوك الجزائرية، حيث حاولنا من خلال هذه الدراسة تحديد بعض مؤشرات تنافسية البنوك الجزائرية، حيث وقف الاختيار على مؤشر الربحية والذي من خلاله حاولنا حصر دراستنا القياسية على مؤشر واحد من مؤشرات المردودية وهي "مردودية الأصول" ويمكن للباحثين إضافة مؤشرات أخرى تحتاج إلى البحث والدراسة كنسب المردودية الأخرى، الحصة السوقية وغيرها من المؤشرات التي تعتبر عناصر مهمة في البحث، كما أن للباحثين البحث في اسباب تأخر المصارف الجزائرية في تبني النشاط المصرفي عن بعد، خاصة الصيرفة عبر الهاتف النقال الذي تتوفر الجزائر على قاعدة واسعة من المشتركين.

ملخص

تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أكبر التحديات التي تواجه أنشطة البنوك في الوقت الحالي، ومن غير المعقول تجاهل مؤشرات الثورة التكنولوجية الجارية في البنوك العالمية، لذا فإن نجاح تبني هذه التكنولوجيا يتوقف على مدى سعي هذه البنوك إلى إدارة هذا التغيير التكنولوجي بما يحقق فعالية عملياتها وأنشطتها.

إن هذه الدراسة هي محاولة لقياس تأثير مختلف تكنولوجيات المعلومات والاتصال على تنافسية البنوك الجزائرية، بالرغم أن هذه الأخيرة في بداية طور الاستفادة من مزايا أنظمة الدفع الآلية الحديثة، حيث تم تدعيم بحثنا بدراسة قياسية مكتملة لموضوعنا مستخدمين برنامج Evieus 0.9، أين حاولنا إيجاد العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومردودية البنوك الجزائرية، حيث بينت نتائج الدراسة العلاقة التفاعلية الكبيرة بين المتغيرين وتجسدت هذه العلاقة من خلال الأثر الواضح على مردودية أصول البنوك.

الكلمات المفتاحية:

تكنولوجيا المعلومات والاتصال، التنافسية، البنوك، الخدمة البنكية. المرردودية.

Résumé

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication sont considérées comme le plus défis dont les banques algériennes doivent faire face, car il n'est pas concevable d'ignorer les indices de la révolution technologique dans les banques internationales, alors le succès de l'adoption de cette technologie dépend de la gestion de celle-ci pour optimiser l'efficacité de ces activités.

Cette étude est une tentative de mesure l'impact des nouvelles technologies de l'information et de communication sur la compétitivité des banques algériennes, malgré la situation d'incubation que connaissent ces banques en terme de système de paiement automatiser, comme on a renforcer notre recherche avec une étude économétrique complémentaire on utilisant le programme Evieus 0.9, dont on a essayé de trouver la relation entre les NTIC et la rentabilité des banques algériennes, ou le résultat a prouver une relation réactionnel entre les deux variables, cette relation se manifeste par un impacte évident sur la rentabilité des actifs des banque.

Mots-clés : technologies de l'information et de la communication (TIC) la compétitivité, les banques, le service bancaire, la rentabilité.