

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة فرحات عباس - سطيف -
كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية
مذكرة

مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية
فرع: اقتصاديات المالية، بنوك ونقود

الموضوع:

أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية

أنشطة البنوك التجارية الجزائرية

”دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بسطيف“

إشراف الأستاذ:

الدكتور: بروش زين الدين

إعداد الطالب:

شايب محمد

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة سطيف	أستاذ التعليم العالي	د. بوهزة محمد
مشرفا ومقررا	جامعة سطيف	أستاذ محاضر	د. بروش زين الدين
عضوا مناقشا	المركز الجامعي ببرج بوعريريج	أستاذ محاضر	د. رحيم حسين
عضوا مناقشا	جامعة سطيف	أستاذ محاضر	د. قطاف ليلي

السنة الجامعية: 2006/2007

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

المقدمات

المقدمة العامة

يواجه القطاع المالي والمصرفي تحديات كبيرة في ظل التغيرات الاقتصادية الراهنة، كونه يعتبر من أكثر القطاعات تأثراً بمظاهر العولمة، والتي تمثلت أهم معالمها في موجة التحولات والتطورات المتلاحقة التي شهدتها الساحة المصرفية والمالية الدولية، من خلال الاتجاه المتزايد نحو التحرر من القيود وإزالة المعوقات التشريعية والتنظيمية، بفعل التغيرات التي شهدتها الاقتصاد العالمي خاصة بعد ميلاد المنظمة العالمية للتجارة.

إن هذه التطورات السريعة قد انعكست بشكل واضح على المنظومة المصرفية لغالبية دول العالم، وأدت إلى فرض ضغوطات متزايدة على المصارف المحلية في إطار اتفاقيات تحرير الخدمات المصرفية، نظراً للمنافسة المفروضة من قبل البنوك العالمية الكبرى التي تستحوذ على إمكانيات بشرية وتكنولوجية هائلة تمكنها من السيطرة على مختلف الأسواق واحتكارها لها. ولمواجهة هذه التحديات لجأت مختلف البنوك إلى إعادة صياغة استراتيجياتها بما يمكنها من القدرة على المنافسة محلياً، إقليمياً ودولياً.

تعد التطورات التكنولوجية السريعة من التغيرات الرئيسية والحاسمة في التأثير على النشاط الاقتصادي، حيث عرفت السنوات الأخيرة نمواً كبيراً لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، وبتزايد أهميتها أصبح استخدامها منتشراً في كافة المجالات والقطاعات الاقتصادية، والتي من بينها القطاع المصرفي، حيث تلعب تكنولوجيا الإعلام والاتصال دوراً هاماً في زيادة القدرات التنافسية للبنوك، وأن اعتمادها لم يعد أمراً اختيارياً، بل أصبح ضرورة تملئها الظروف والمستجدات التي يشهدها الاقتصاد العالمي.

إن البنوك التجارية الجزائرية كباقي البنوك التجارية في العالم تواجه التحدي في مجال الاستفادة من تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وما يؤكد أهمية هذا الأمر هو تبني برامج تأهيل القطاع المصرفي والمالي لهذا الموضوع، وبالتالي فقد أصبح لزاماً على مسيري مختلف هذه البنوك إعادة النظر في واقع تكنولوجيا الإعلام والاتصال بما يمكنهم من تشخيص الوضع وتوجيه التكنولوجيا المصرفية نحو ما يحدث أثراً إيجابياً على أنشطتها.

1- إشكالية البحث

في ظل التغير السريع الذي يميز النشاط الاقتصادي بصفة عامة والنشاط المصرفي بصفة خاصة، تسعى البنوك التجارية الجزائرية إلى كسب رهان الاعتماد على تقنيات وتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، إلى جانب التركيز على استغلال أنظمة الدفع الآلية الحديثة، وعليه يمكن إبراز إشكالية هذا البحث كما يلي:

ما هو أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية الجزائرية؟

وتندرج تحت هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي مختلف العمليات التي تقوم بها البنوك التجارية؟
- ما هي مختلف الأنشطة والوظائف التي تقوم بها البنوك التجارية؟
- ماذا يقصد بتكنولوجيا الإعلام والاتصال؟ وما هي الأنواع المستخدمة في البنوك؟
- ما هي التأثيرات العديدة التي تحدثها التكنولوجيا في البنوك؟
- ما هو الغرض من اعتماد البنوك التجارية الجزائرية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال؟ وما هي مزاياها؟
- إلى أي مدى يمكن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال أن تؤثر على جودة الخدمات المصرفية والحصول على رضا العملاء ووفائهم؟
- ما هو الأثر الذي أحدثته أنظمة الدفع الآلية الجديدة في البنوك التجارية كبديل لنظم الدفع التقليدية؟
- ما هي المخاطر والعوائق التي تواجهها البنوك، جراء تبنيها لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة؟

2- فرضيات البحث

انطلاقا من الإشكالية والتساؤلات المطروحة يمكن طرح الفرضيات التالية، والتي نراها تعالج هذا البحث:

- تساهم المعلوماتية في تحسين إنتاجية مصالح البنوك التجارية.
- تلعب تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة دورا بالغا في زيادة فعالية وظيفة توزيع الخدمات المصرفية في البنوك التجارية.

- لا يمكن اعتبار أنظمة الدفع الآلية الحديثة فعالة دون الأخذ بعين الاعتبار مستوى أدائها.
- تحدث التكنولوجيا المصرفية في ظل التغيرات الابتكارية والتنظيمية مخاطر وعوائق بالنسبة للبنوك التجارية.

3- أهمية الموضوع

يكتسي الموضوع أهمية بالغة نظرا لما يلي:

- التحديات الجديدة التي سيواجهها القطاع المالي والمصرفي في ظل الانفتاح على الاقتصاد العالمي.
- ضرورة تأهيل القطاع المصرفي تجسيدا للإصلاحات المصرفية الواردة في قانون النقد والقرض، والتي تتماشى مع التطورات العالمية.
- تغير الطابع التقليدي للبنوك من قبول الودائع ومنح الائتمان إلى تقديم خدمات مصرفية متطورة، تعتمد على تكنولوجيات الإعلام والاتصال .
- تزايد عمليات التحرير المالي، إضافة إلى النمو المتسارع لأنظمة الدفع الآلية الحديثة، والتي حظيت باهتمام كبير من قبل الأكاديميين والممارسين على حد سواء.

4- أسباب اختيار الموضوع

تعود أسباب اختيار هذا الموضوع إلى:

- الرغبة في معرفة وضع البنوك التجارية الجزائرية في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال .
- الرغبة في الاطلاع على التكنولوجيا المصرفية ومدى مقدرتها على تحقيق الكثير من المنافع للبنوك التجارية.
- تماشي الموضوع مع طبيعة التخصص المتبع، إذ يتطرق إلى الجديد في أعمال المصارف، وما يرتبط بها من تقنيات، وبالتالي فهو يدخل في مجال اقتصاديات البنوك، المالية والنقود.
- محاولة إضافة جديدة للمواضيع السابقة من خلال تشخيص وضع البنوك التجارية الجزائرية في المجال التكنولوجي.
- إثراء المكتبة الجامعية التي تفتقر إلى مراجع في مثل هذه المواضيع المتخصصة.

5- أهداف الموضوع

- نسعى من خلال هذا البحث إلى الوصول إلى الأهداف التالية:
- إبراز التحديات المستقبلية التي يمكن أن تواجهها البنوك التجارية الجزائرية في خضم عرض البنوك الأجنبية لخدماتها، وقيام العملاء وفقا لذلك بالمقارنة بين خدمات جميع البنوك لاختيار ما يناسبهم.
 - إبراز الدور الكبير الذي تلعبه التكنولوجيا المصرفية في تفعيل الوساطة المالية البنكية وزيادة فعالية أنشطة البنوك.
 - رصد الآثار الإيجابية والسلبية المنجزة عن اعتماد البنوك على تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.
 - إطلاع المهتمين في ميدان البنوك بأهمية الموضوع، وما يمكن أن يقدمه من إسهامات فيما يخص عصرة وتحديث القطاع المصرفي والمالي على حد سواء.

6- منهج البحث

إن المنهج الذي استخدم في هذا البحث هو المنهج الوصفي التحليلي بالنظر إلى طبيعة الموضوع، إضافة إلى استخدام منهج دراسة الحالة فيما يتعلق بالدراسة الميدانية. وهذا من خلال جمع مختلف المعلومات والبيانات المرتبطة بالموضوع، ومحاولة تحليلها ومناقشتها للوصول إلى نتائج يمكن تعميمها وذلك بالاعتماد على الأدوات التالية:

- الزيارات والملاحظات الميدانية، المقابلات الشخصية وموقع البنك الإلكتروني.
- برنامج *Microsoft Office Excel* والذي استخدم في التصفية الآلية لقاعدة البيانات الكبيرة *Filtration Automatique*، وحساب عدد العمليات وحجم المبالغ الخاصة بالعمليات التي شملتها أنظمة الدفع الآلية الحديثة في الوكالات شهريا، وكذا إعداد الجداول والرسوم البيانية.

7- دراسات سابقة

- **الدراسة الأولى:** دراسة الطالبة نسيمة موزاوي، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، بعنوان: "دراسة الوساطة المالية في الجزائر" لنيل شهادة الماجستير لسنة 2002، وكان الهدف من هذه الدراسة معرفة كيفية تطور تمويل الاقتصاد الوطني في إطار التحويل إلى اقتصاد السوق.

وفيما يخص الوساطة المالية البنكية فإن دور البنوك في تمويل الاقتصاد يبقى غير كاف، كما أرجعت الباحثة ضعف مهمة جمع الودائع لعدة ضغوطات تمثلت أساسا في:

- عدم كفاءة موظفي البنوك العامة والخاصة، التي تشكل عائقا أمام تقدم نوعية الخدمة المقدمة للزبائن وكذلك الابتكار المالي.

- عدم التحكم في مجال المعلوماتية، مما أدى إلى إعاقة إجراء عمليات الدفع وتغطية الصفقات في وقت قصير.

- عجز نظام الدفع التقليدي الممارس، والذي يتميز بضآلة استعماله لأداة العملة الإلكترونية.

- **الدراسة الثانية:** دراسة الأستاذ فريد يابسي، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، تحت عنوان: "تحديث أنظمة المعلومات في القطاع المالي والمصرفي كخطوة لتطور آلية الوساطة المالية في الجزائر"، وقد نشرت هذه الدراسة على شبكة الإنترنت.

قسم الباحث دراسته على النحو التالي:

- **القسم الأول:** تطرق الكاتب من خلاله لبعض المفاهيم الأساسية حول أنظمة المعلومات.

- **القسم الثاني:** بعنوان: "نظام المعلومات المالي والبنكي الجزائري"، حيث تعرض الكاتب لمختلف الأهداف والإصلاحات التي أتى بها قانون النقد والقرض رقم **10/90** والصادر في **14** أفريل **1990**.

- **القسم الثالث:** بعنوان: "تحديث نظام المعلومات البنكي والمالي"، حيث تطرق فيه إلى واقع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في قطاع المالي والمصرفي الجزائري، وذلك في الفترة: مارس إلى ماي **2004**.

- **الدراسة الثالثة:** دراسة الدكتور: الطاهر الكري بعنوان: "تكلفة الاستثمار في أنظمة المعلومات وعلاقتها بأداء المنظمات، - دراسة تطبيقية على البنوك التجارية في الأردن، مجلة الجندول، العدد **4**، **2005**.

كان الغرض من هذه الدراسة معرفة مدى وجود علاقة بين تكلفة الاستثمار في أنظمة المعلومات المحاسبية ومتطلباتها وأداء البنوك التجارية في الأردن، وبصورة أكثر تحديدا تم اختبار

العلاقة بين معدل العائد على الملكية وتكاليف الاستثمار في أنظمة المعلومات ومتطلباتها وأداء البنوك التجارية في الأردن، وتمحورت إشكالية الدراسة في السؤال التالي:

- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكلفة الاستثمار في نظم المعلومات ومتطلباتها وأداء المنظمة؟

8- خطة البحث

من أجل الإجابة على التساؤلات المطروحة بالإشكالية وتحقيقاً لأغراض البحث تم تقسيم الموضوع إلى مجموعة من الفصول وفق الخطة التالية:

الفصل الأول: يتناول هذا الفصل البنوك التجارية ومجمل العمليات أو التقنيات المصرفية التي تستخدمها، والأهداف الرئيسية التي تسعى لتحقيقها، إضافة إلى الأنواع المختلفة للبنوك التجارية، وذلك ليس قبل معرفة الطرق الإلكترونية التي يتم من خلالها تسوية المدفوعات كما ورد في المبحث الأول.

الفصل الثاني: ويتناول نظرة مفصلة حول مختلف الأنشطة والوظائف المصرفية التقليدية والحديثة.

الفصل الثالث: تم من خلاله الوقوف على تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة المستخدمة في القطاع المصرفي وتأثيراتها المختلفة، إضافة إلى العوائق والمخاطر التي يمكن أن يواجهها القطاع كنتيجة لتبنيه لهذه التكنولوجيا الحديثة.

الفصل الرابع: وقمنا من خلاله بإجراء دراسة حالة حول الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بغية التعرف على مختلف أنواع التكنولوجيا المعتمدة من قبله، ثم محاولة إبراز أثر هذه التكنولوجيا على فعالية نشاطه.

9- مجال الدراسة وحدودها

بعد الانتهاء من الجانب النظري للموضوع تم الانتقال إلى الدراسة الميدانية على مستوى الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، وحدد مجال الدراسة من ماي 2006 إلى نهاية جويلية 2007 وفقاً للمعطيات الواردة في قاعدة بيانات دائرة الإعلام الآلي، وتمت هذه الدراسة على مستوى مديرية الشبكة بسطيف وبعض الوكالات التابعة لها.

10- مصادر البحث

يعتمد البحث على مصادر متنوعة باللغة العربية، الإنجليزية والفرنسية، تم الحصول عليها عن طريق البحث المكتبي والميداني والبحث في شبكة الإنترنت، وهي تختص بمعالجة جوانب الموضوع بشكل مباشر وغير مباشر، حيث تشتمل على الكتب، الدوريات والمجلات، البحوث والدراسات، مواقع على شبكة الإنترنت، النصوص القانونية والزيارة الميدانية للبنك محل الدراسة والبنك المركزي .

11- صعوبات البحث

أما عن الصعوبات، فقد واجهتنا مجموعة من الصعوبات خلال إنجاز هذه الدراسة، ولعل أهمها يتمثل في:

- قلة المراجع المختصة وذات العلاقة المباشرة بالموضوع، وذلك ضمن المكتبات الجامعية والعامة في الجزائر وحتى في شبكة الإنترنت.
- عدم تفهم إطارات وموظفي البنك للموضوع.
- صعوبة فهم وترجمة المصطلحات التكنولوجية كونها لغة علمية تقنية بحتة.
- حداثة التجربة في ما يخص تكنولوجيات أنظمة الدفع الآلية الحديثة بالبنك محل الدراسة خاصة والبنوك التجارية الجزائرية عامة.

الفصل الأول:

أساسيات

النظام المصرفي والنقود الإلكترونية

الفصل الأول :

أساسيات النظام المصرفي والنقود الإلكترونية

مقدمة الفصل :

تعتبر البنوك التجارية أو بنوك الودائع بمثابة الحجر الأساسي للنظام المصرفي، فهي المؤسسات التي تتعامل بالدين أو الائتمان، وعلى هذا الأساس فإن البنوك التجارية تلعب دوراً هاماً في التأثير على عرض النقود، هذه الأخيرة والمتبع للتطور التاريخي لها يجدها انتقلت من شكلها السلعي بصفة عامة إلى استخدام المعادن، ومن المعادن إلى التركيز على الذهب والفضة إلى النقود الورقية، ومن النقود الورقية إلى نقود الودائع (المصرفية)، وذلك قبل أن يشهد العالم ميلاد النقود الإلكترونية، هذه الأخيرة سوف يتم تناولها في المبحث الأول، أما المبحث الثاني فقد خصص للنظام المصرفي ومكوناته، وفي ما يخص المبحث الثالث، فقد عالج موضوع البنوك التجارية باعتبارها أحد مكونات الجهاز المصرفي من خلال القيام بتعريفها وكذا تحديد مختلف تقنياتها وأنواعها.

المبحث الأول: النقود الإلكترونية

مع تطور الكمبيوتر وتقدم تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ظهرت طريقة جديدة لتسوية المدفوعات، فكل المعاملات التي كانت تتم باستخدام الأوراق أصبحت تتم بالكامل عن طريق استخدام الطرق الإلكترونية في نقل وتحويل الأموال، والتي يتم فيها تسوية كل المدفوعات باستخدام الاتصالات الإلكترونية.

المطلب الأول: مفهوم النقود الإلكترونية

إن الحديث عن مفهوم النقود الإلكترونية يقتضي بداية تعريفها ثم التطرق إلى مختلف صورها إلى غاية تحديد خصائصها الأساسية، وذلك كما ورد في المطلب الثالث.

الفرع الأول: تعريف النقود الإلكترونية

لقد أعطيت النقود الإلكترونية عدة تعريفات منها:

- تعرف النقود الإلكترونية *Electronic Cash* بأنها: "مجموعة من البروتوكولات والتوقيعات الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل فعلياً محل تبادل العملات التقليدية"¹.
- ويعرف النقد الإلكتروني كذلك على أنه: "عبارة عن مستودع للقيمة النقدية يحتفظ به في شكل رقمي *Digital Form* بحيث يكون متاحاً للتبادل الفوري في المعاملات"².
- ويرى الأستاذ توفيق شنيور أن: "النقود الرقمية هي القيمة النقدية لعملة تصدر بشكل إلكتروني من قبل القطاع العام أو القطاع الخاص، ويتم تخزينها في جهاز إلكتروني، ويمكن

¹ منير وممدوح محمد الجنيبي، البنوك الإلكترونية، (دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ج م ع، 2005)، ص. 47.

² أحمد جمال الدين موسى، النقود الإلكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في إدارة السياسة النقدية، أعمال المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق بجامعة بيروت العربية - أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية-، (منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2002)، ص. 128.

اعتبار هذه النقود أحد أشكال الأدوات المالية الرقمية التي مهمتها إنجاز بعض أو كل وظائف النقد¹.

– كما تعرف النقود الإلكترونية أيضا باسم *E.Money* وهي: "النقود التي تخزن إلكترونيا"².

انطلاقا من هذه التعريفات، يمكن القول أن النقود الإلكترونية هي المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية التي اعتدنا تداولها، حيث يتم تحويل الأموال إلكترونيا بين المصارف، أو بينها وبين عملائها من الشركات والتجار، أو بين العديد من الفروع والإدارات المختلفة.

الفرع الثاني: بطاقات النقد الإلكتروني

1. بطاقات الائتمان *Credit Cards*: بطاقة الائتمان هي إحدى أنواع بطاقات المعاملات المالية، وهي من البطاقات القرضية التي تتيح لصاحبها الحصول على الائتمان، وهذا الائتمان قد يكون في شكل سلع أو خدمات أو نقود أو في شكل آخر له قيمة مالية. وهذه البطاقة تمثل ائمانا حقيقيا لحامل البطاقة، ويطلق عليها أيضا في فرنسا *la Carte Accréditive*، حيث يتمتع حاملها بائتمان فعلي من البنك المصدر لها، ولا يلزم بالوفاء فورا بالسداد³. وهناك عدة أنواع وإصدارات لبطاقات الائتمان، أهمها⁴:

– **بطاقة فيزا *Visa Card***: تصدر عن منظمة فيزا العالمية، وهذه البطاقة هي بطاقة متجددة بإمكان حاملها أن يسدد التزامات البطاقة أو جزءا منها خلال مدة السماح وأن يسدد الباقي بعد ذلك.

¹ توفيق شنيور، أدوات الدفع الإلكترونية – بطاقات الوفاء، النقود الإلكترونية – أعمال المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق بجامعة بيروت

العربية – أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية – (منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2002)، ص. 102-103.

² محمود يونس وكمال أمين الوصال، اقتصاديات، نقود وبنوك وأسواق مالية، (الناشر قسم الاقتصاد، جامعة الإسكندرية، ج م ع، 2005)، ص. 28.

³ سميحة القليوبي، وسائل الدفع الحديثة، أعمال المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق بجامعة بيروت العربية – أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية – (منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2002)، ص. 67.

⁴ يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الإلكتروني – عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت – (دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004)، ص. 375-376.

ب- **ماستر كارد *Master Card***: تأتي في المرتبة الثانية بعد بطاقة فيزا من حيث درجة انتشارها، فهي أيضا تتعامل مع ملايين المؤسسات والمحلات التجارية، وهذه البطاقة هي أيضا بطاقة متجددة ولها عدة أشكال، ماستر كارد: الفضية، الذهبية، المدنية ورجال الأعمال.

ج- **بطاقة أمريكيان اكسبريس *American Express***: وهي بطاقة ائتماني لكنها غير متجددة، فهي ليس لها حد صرف، والمبلغ الكلي المحمل على البطاقة يكون مستحقا عند نهاية فترة السداد، أي ينبغي تسديد الالتزامات المادية لهذه البطاقة خلال مدة السماح¹. وبخلاف ذلك فإنه لن يجري تجديد هذه البطاقة لمدة جديدة، وهي أنواع: الخضراء، الذهبية والماسية، وكل نوع من الأنواع المذكورة يمنح لقطاع معين من الزبائن المستفيدين.

د- **بطاقة دينرز كليب *Diners Club Card***: إذ يشترط في استمرارها لمدة سماح جديدة تسديد التزاماتها خلال مدة السماح. حملة هذه البطاقة بالملايين لكنهم أقل من حملة البطاقات السابقة.

إن أطراف التعامل في بطاقة الائتمان هم بشكل عام²:

- **المركز العالمي للبطاقة**: كمؤسسة عالمية، تتولى إنشاء البطاقة ورعايتها والموافقة على عضوية البنوك في جميع أنحاء العالم للمشاركة في إصدارها وتسوية المستحقات المالية بينهم، والقيام بدور الحكم لحل أي نزاعات تنشأ بين المتعاملين بالبطاقة.

- **مصدر البطاقة**: جميع البنوك المنتشرة في جميع أنحاء العالم تقوم بالترويج للبطاقة لدى الأفراد للحصول عليها، ودفع مستحقات التجار على حملة البطاقات الصادرة منهم.

- **التاجر**: وهو اصطلاح يطلق على الشركات والمؤسسات التي يتم اتفاق المصدر معها على قبول البيع لحامل البطاقة، ثم الرجوع على المصدر بالثمن المستحق.

- **حملة البطاقات**: وهم الأفراد الذين يوافق المصدر على طلبهم بالحصول على البطاقة، لاستخدامها في الحصول على السلع والخدمات من التجار. بمجرد تقديم البطاقة، أو سحب

¹ طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية، (الدار الجامعية القاهرة، ج م ع، 2003)، ص. 128.

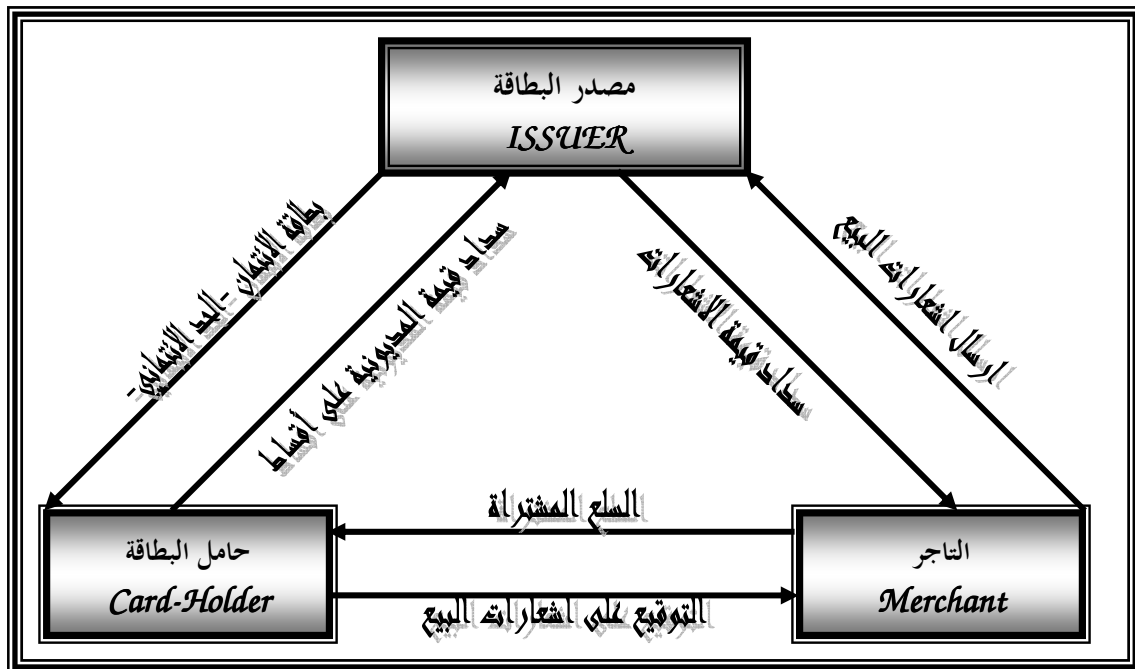
² عبد الهادي النجار، بطاقات الائتمان والعمليات المصرفية الإلكترونية، أعمال المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق بجامعة بيروت العربية - أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية-، (منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2002)، ص. 37-38.

نقدية من آلات السحب النقدي أو البنوك وفروعها المشتركة في عضوية البطاقة، ثم دفع المستحقات للبنك المصدر حسب نوع البطاقة.

ومن الناحية التعاقدية، فإنه يمكن النظر إلى المركز العالمي للبطاقة والمصدر المحلي كطرف واحد، لأن التزاماتهم وحقوقهم اتجاها الطرفين الأخيرين واحدة، وبالتالي فإنه من الناحية التعاقدية يوجد ثلاثة أطراف، مصدر البطاقة، التاجر وحامل البطاقة.

والشكل التالي يوضح أطراف التعامل بالبطاقة والعلاقة بينهم:

الشكل رقم (1): أطراف التعامل في بطاقة الائتمان



المصدر: عبد الهادي النجار، بطاقات الائتمان والعمليات المصرفية الالكترونية، أعمال المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق بجامعة بيروت العربية- أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية-، (منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2002)، ص. 39.

2. بطاقات الخصم الفوري *Direct Debit Cards*: يعتبر هذا النوع من البطاقات أوسع البطاقات انتشارا في العالم، لأنه يقلل من مخاطر الديون المدومة لدى البنوك المصدرة للبطاقات، وإصدارها يتطلب أن يقوم حامل البطاقة بفتح حساب جاري لدى البنك المصدر للبطاقة، ويودع فيه مبلغا من المال لا يقل رصيده عن الحد الأقصى المسموح له بالشراء في حدوده. ويوجد لدى التاجر جهاز خاص متصل بمركز البطاقات لدى البنك (المصدر للبطاقة)، وتمرر البطاقة في الجهاز فيتم قراءة بياناتها من خلال الشريط المغنط الموجود خلف البطاقة، ويتم الاتصال بمركز البطاقات

آليا ثم يتم الاتصال بالفرع المفتوح لديه الحساب للاطلاع على رصيد الحساب، وإذا كان هذا الأخير يسمح بالخصم فتتم العملية آليا، أما إذا كان الرصيد لا يسمح، فسيتم ظهور ذلك على الجهاز بما يفيد عدم إتمام العملية ليتم إلغاؤها¹.

كما يظهر، فإن هذه البطاقة لا تتضمن في جوهرها ائمانا مقدما من البنك، وإنما تسمح لحاملها بأن يحصل على سيولة أو يستخدمها في تسوية مدفوعاته، وذلك في حدود رصيده الدائن - دون أي تجاوز- في حسابه لدى البنك مصدر البطاقة.

وتحتل هذه البطاقة والتي يطلق عليها أيضا بطاقة الوفاء *la Carte de Paiement* أعلى درجات الضمان للتاجر الذي يقبل الوفاء بها، حيث يلتزم البنك مصدرها بالوفاء، فهي تؤدي وظيفة الشيك المعتمد من البنك المصدر لضمان الوفاء لحامله².

3. بطاقة القيمة المخزنة *Stored-Value Card*: تدعى أيضا البطاقة سابقة الدفع وتختلف عن بطاقة الخصم وبطاقة الائتمان في أنها تحمل قيمة نقدية محددة (كمية ثابتة لرقم النقدية *Digital Cash*) تدفع مقدما في مقابل الحصول عليها باستخدامها في تسوية المدفوعات الخاصة بالمبلغ والخدمات المشتراة، إذا قاربت قيمة البطاقة على الانتهاء فإنه بالإمكان تخزين قيمة نقد إضافية في البطاقة. وهناك بعض بطاقات القيمة المخزنة المغلقة قابلة للرمي، ولكن حاليا فإن بعض البنوك والمصدرين يصدرن بطاقات قابلة للاستعمال أكثر من مرة، وتسمى بأنظمة القيمة المخزنة المفتوحة³.

تتميز هذه البطاقة في كونها تتيح للعملاء استخدامها في وجود المبلغ المودع بالبطاقة فقط، ويمكن تكرار ذلك بزيادة قيمة البطاقة. ومن أشهر استخدامات هذه البطاقة بطاقة الهاتف *Téléphone Card* وبطاقة النقل *Transit Card*.

4. البطاقة الذكية: *Smart Card*: البطاقة الذكية هي بطاقة تشبه البطاقات الائتمانية في حجمها وشكلها (بطاقة بلاستيكية)، وتحتوي على شرائح إلكترونية ذات دوائر متكاملة تعمل على

¹ سميحة القليوبي، مرجع سابق، ص. 67.

² المرجع السابق، ص. 67.

³ منير و ممدوح محمد الجنيهي، مرجع سابق، ص. 50-51.

تخزين ومعالجة البيانات، كما تعبر عن قيمة نقدية مخزونة ومدفوعة مقدماً¹. وهذه البطاقة ابتكرت للتغلب على المشاكل التي تتعلق بالسرية والأمان في بطاقة الائتمان والخصم.

أ- أهم مميزات البطاقة الذكية: تتميز البطاقة الذكية عن البطاقات التقليدية بما يلي²:

- بطاقة الائتمان لا تحتوي نقدا وهي تحتوي فقط على رقم حساب يمكن تحميله، والبطاقة الذكية يمكنها تخزين أكثر من 100 ضعف من المعلومات أكثر من بطاقة بلاستيكية بشريط مغناطيسي.

- تحوي البطاقة الذكية للمستخدم على المعلومات الخاصة به، مثل (الحقائق المالية، مفتاح الشفرة الخاصة، معلومات الحساب، أرقام بطاقة الائتمان، معلومات التأمين الصحي والضمان الاجتماعي)، أو أية بيانات أخرى تضاف بالاتفاق بين المؤسسات ذات العلاقة.

- تمثل البطاقة الذكية أفضل حماية ضد إساءة الاستخدام عن بطاقات الائتمان التقليدية، وذلك لأن المعلومات التي توجد عليها مشفرة، وبالتالي فإن سرقة الائتمان غير ممكنة عملياً لأن مفتاح فتح المعلومات المشفرة مطلوب.

- من خلال البطاقة الذكية يمكن تحويل النقود منها أو إليها سواء من حساب صاحب البطاقة نفسه أو حساب غيره، وذلك باستخدام الحاسب الشخصي أو أجهزة الصرف الآلي ³ATM الأجهزة لذلك، أو من أجهزة الهاتف المحمول المجهزة لأداء هذه الخدمة، وتجدر الإشارة إلى أن البطاقات الذكية بدأت في الظهور في الولايات المتحدة الأمريكية⁴. كما يطلق أحيانا على البطاقة الذكية مصطلح "المحفظة الإلكترونية".

5. المحفظة الإلكترونية *Electronic Wallet*: من بين المشاكل التي تحلها المحافظ الإلكترونية

هي توفير مكان تخزين آمن بالنسبة لبيانات بطاقة الائتمان والنقد الإلكتروني، وتوفير الوقت في الشراء على الانترنت لأنه يجب كتابة نفس بيانات بطاقة الائتمان وبيانات أخرى كالاسم

¹ يوسف أحمد أبو فارة، مرجع سابق، ص. 376-377.

² طارق عبد العال حماد، مرجع سابق، ص. 123.

³ ماكينات الصرف الآلي Automated Teller Machines.

⁴ للاطلاع على كيفية الانتقال من بطاقات الائتمان التقليدية إلى البطاقات الذكية، أنظر:

- Michel Badoc et Autres, *Marketing de la Banque et de l'Assurance*, (Edition d'Organisation, Paris, France, 2^{ème} Edition, 2000), P. 58-61.

والعنوان ورقم الهاتف وأشياء أخرى في كل مرة يراد فيها الشراء. وباستخدام حافظه النقود الإلكترونية يتم كتابة البيانات مرة واحدة، ويتم إرسال البيانات أوتوماتيكيا للموقع الذي تتم زيارته، وقد تكون الحفظه الإلكترونية بطاقة ذكية يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي أو تكون قرصا مضغوطا يمكن إدخاله في فتحة القرص المرن للحاسب الشخصي، ليتم نقل القيمة المالية منه أو إليه عبر الانترنت¹.

كما يمكن القول أن المحافظ الإلكترونية مفيدة بصفة خاصة وتوفر قدرا كبيرا من الوقت، لكن السؤال الذي يثار هو: ما هي المعاملات التي تجريها الحفظه الإلكترونية بالضبط كحد أدنى؟
تخزن الحفظه الإلكترونية معلومات الشحن والفواتير شاكلة أسماء المستهلكين (الأولى والأخيرة) وعنوان الشارع والمدينة والولاية والدولة والرقم البريدي ومعظم المحافظ الإلكترونية يمكنها أن تحمل أسماء وأرقام بطاقات الائتمان. بما يقدم للمستهلك خيار بطاقة الائتمان على التفحص *On line*، وبعض المحافظ الإلكترونية تحمل نقدا الكترونيا *E.Cash* وبعضها يحتوي على شهادات رقمية². وأثناء التسوق في موقع فإنه يطلب معلومات موثقة للمستخدم. والحفظه بإمكانها تقديم الشهادة تلقائيا.

المطلب الثاني: نظم الدفع الإلكترونية

الفرع الأول: الدفع النقدي الإلكتروني *Payment Using Electronic Money*

وهو شكل من أشكال النقود الإلكترونية، يرمز له بالرمز *E.Cash* ويمكن استخدامه على الانترنت لشراء السلع والخدمات
1. كيف يعمل النقد الإلكتروني: للحصول على النقد الإلكتروني، يذهب المستهلك شخصيا لفتح حساب في بنك ويبين بعض التعريفات لإثبات شخصيته، وحينما يريد المستهلك أن يسحب النقد الإلكتروني للقيام بعملية الشراء، فإنه يدخل إلى البنك من خلال الانترنت ويقدم دليل شخصيته، والتي تكون عبارة عن شهادة رقمية تصدرها سلطة الاعتماد، وبعد تحقق البنك من شخصية المستهلك فإنه يصدر المبلغ الخاص للمستهلك من النقد الإلكتروني، ويخصم نفس المبلغ

¹ منير وممدوح محمد الجنيهي، مرجع سابق، ص. 53.

² طارق عبد العال حماد، مرجع سابق، ص. 117.

من حسابه (هناك رسوم عن العملية نسبية على كل مبلغ نقد الكتروني يتم إصداره)، بعدها يقوم المستهلك بتخزين النقد الالكتروني في محفظة على قرص جهاز الكمبيوتر الخاص به أو على البطاقة الذكية¹.

وباختصار، يرسل الكمبيوتر نقدا الكترونيا للتاجر مقابل المبلغ الإجمالي المحدد للسلع والخدمات. ويطلق على النقود الالكترونية أيضا اسم النقود الرمزية أو النقود الافتراضية *Virtual Money* وهي عبارة عن: "نقود يتم تخزينها بواسطة الخوارزميات في المعالجات وأجهزة كمبيوترية أخرى. والخوارزميات الشفوية *Cryptographic Algorithm* عبارة عن برنامج آمن يتم تخزينه في معالج البطاقة"²، هذا البرنامج يؤكد لمسجل النقد بأن البطاقة الذكية أصلية ولم يتم العبث بها.

الفرع الثاني: الدفع من خلال بطاقات الائتمان الافتراضية *Virtual Credit Card*

بموجب هذا الأسلوب، يقوم المستخدم بفتح حساب لدى إحدى مصارف الإنترنت وذلك بالاعتماد على الخطوات اللازمة لذلك، والتي تختلف من مصرف انترنت لآخر، وتختلف من مصارف الإنترنت البحتة التي تمارس عملها من خلال الإنترنت فقط، إلى المصارف التي تمارس عملها كمصارف انترنت ومصارف تقليدية. ويحصل صاحب الحساب في أحد مصارف الإنترنت على بطاقة ائتمان افتراضية يستطيع أن يقوم بمعاملاته المالية عبر الإنترنت باستخدامها³.

الفرع الثالث: الدفع عن طريق الشيكات الالكترونية *Electronic Checks*

الشيك الالكتروني هو المكافئ الالكتروني للشيكات الورقية التقليدية التي اعتدنا التعامل بها، وهو عبارة عن رسالة الكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك أو حامله ليعتمده ويقدمه للبنك الذي عبر الانترنت ليقوم البنك أولا بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك، وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك لإعادته إلكترونيا إلى مستلم الشيك أو حامله، ليكون دليلا على أنه قد تم صرف الشيك فعلا. ويمكن لمستم الشيك أن يتأكد الكترونيا من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه⁴.

¹ طارق عبد العال حماد، مرجع سابق، ص. 113.

² منير وممدوح محمد الجنبيهي، مرجع سابق، ص. 50.

³ يوسف أحمد أبو فارة، مرجع سابق، ص. 376.

⁴ منير وممدوح محمد الجنبيهي، مرجع سبق ذكره، ص. 49-50.

الفرع الرابع: الدفع باستخدام حافظة النقود الإلكترونية¹ *Electronic Wallet*

يمكن استخدام حافظة النقود الإلكترونية في التسديد، وفكرة هذه الحافظة بسيطة، بحيث لا بد من كتابة البيانات مرة واحدة (الشخصية)، ثم يتم الدفع باستخدام بطاقة الائتمان عند زيارة أي موقع انترنت، وسيتم إرسال هذه البيانات أوتوماتيكيا لهذا الموقع. ولكن يجدر الإشارة إلى أن هذه الحافظة لا تعمل في كل المواقع، وبعض الحافظات تعمل في مواقع ولا تعمل في غيرها، وعلى أية حال هذه الحافظات توفر الكثير من الوقت.*

المطلب الثالث: خصائص النقود الإلكترونية

يتميز النقد الإلكتروني بجملة من الخصائص، تم تقسيمها إلى نوعين رئيسيين وهما: خصائص متعلقة بالاستخدام وأخرى متعلقة باحتياطات الأمان².

الفرع الأول: خصائص عملية متعلقة بالاستخدام

- يتميز النقد الإلكتروني عن أدوات الدفع الأخرى بالخصائص التالية:
- يسمح بتحويل القيمة إلى شخص آخر عن طريق تحويل المعلومات الرقمية.
 - يسمح بالتحويل عن بعد عبر شبكات عامة كشبكة الإنترنت أو شبكات الاتصال اللاسلكية.
 - لا يستلزم في معظم الأحيان وجود طرف ثالث لإظهار أو مراجعة وتأكيد التبادل.
 - يتميز بكون التعامل متاحا في كافة الأوقات والظروف ليتناسب مع طبيعة الإنترنت.
 - مصمم ليكون سهل الاستخدام مقارنة بوسائل الدفع الأخرى.

الفرع الثاني: خصائص متعلقة باحتياطات الأمان

الملاحظ أن عنصر الأمان في استخدام النقود الإلكترونية يرتبط تماما بمسألة تشفير المعطيات المتعلقة بالتعامل النقدي. وأكثر الأنظمة التكنولوجية شيوعا التي تستخدم لتشفير بطاقات الائتمان والبيانات الأخرى التي ترسل عبر الإنترنت حتى تكون في أمان كامل هو: نظام SSL، وهو

¹ بريستون جبالا، التسوق عبر الانترنت، ترجمة الدكتور خالد العامري، (دار الفاروق، القاهرة، ج م ع، 2001)، ص. 29.

* بالامكان الحصول على هذه الحافظات من الموقع التالي: www.ewallet.com.

² أحمد جمال الدين موسى، مرجع سابق، ص. 129 - 131.

اختصار لـ *Secure Sockets Layer* وترجمته طبقة قواعد آمنة، لأنه في الصفحة التي تستخدم نظام عنوانها الخاص بها يبدأ بـ *https* بدلا من *http*، وتستخدم بطاقات الائتمان عددا من أنظمة التشفير، مثل: *Secure http* واختصارها *S-http*¹.

رغم التقدم في مجال التشفير خلال السنوات الأخيرة، فإنه يتعين التذكير بأنه لا يوجد نظام مشفر لا يمكن اختراقه، كما أنه بالإمكان تزيف النقود الإلكترونية رغم التطوير المتواصل في أساليب حمايتها (التوقيع الإلكتروني).

المبحث الثاني:

النظام المصرفي

إن عملية الإيداع والتعامل بالائتمان ظهرت منذ فترة بعيدة من الزمن، وتعد بابل المهد الأول لنشأة الائتمان والمصارف². لقد كانت المعابد هي البداية لنشأة الائتمان والمصارف، لتأخذ المعابد في تلك الفترة دور المصارف والسبب يعود لثقة الأفراد بهذه المعابد (كونها أماكن مقدسة). إن أول مصرف تم تأسيسه في مدينة البندقية بإيطاليا عام 1587 يعتبر النواة الأولى لسلسلة من المصارف أنشئت لاحقا، حيث توالى ظهور المصارف في أوروبا وتم تأسيس مصرف آخر في مدينة أمستردام عام 1609، ثم بنك إنجلترا عام 1694، ثم بنك فرنسا أوائل القرن التاسع عشر. وبعد ذلك شهدت المصارف تطورا بالشكل الذي أصبحت عليه في الوقت الحاضر، ويعود التطور الكبير الذي شهدته المصارف في الدور الفعال والمهم الذي لعبته النقود.

¹ بريستون جبالا، مرجع سابق، ص. 28.

² محمود جاسم الصميدعي ورودينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي، (دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001)، ص. 89.

المطلب الأول: مفهوم النظام المصرفي

الفرع الأول : تعريف النظام المصرفي

يشير النظام بصفة عامة إلى أي مجموعة من المكونات ذات العلاقات المتداخلة مع بعضها البعض تعمل على نحو متكامل داخل حدود معينة لتحقيق هدف أو أهداف مشتركة في بيئة ما. كما يمكن تعريفه بأنه "مجموعة عناصر متفاعلة فيما بينها من أجل تحقيق هدف محدد، أو أن النظام ببساطة هو مجموعة من النظم المتفاعلة"¹.

وبالتالي فإن هيكل النظام المصرفي نعني به ذلك الإطار الذي يضم داخله مكونات هذا النظام، وهي البنوك. بمختلف أنشطتها التي تؤديها في البيئة التي تعمل بها، ويكشف لنا الفحص للنظم المصرفية اختلاف هياكلها وفقا للنظام الاقتصادي لكل دولة. ومدى التدخل الحكومي في البيئة المصرفية وكذا مدى حاجة الاقتصاد الوطني لنوع معين من البنوك. ولكن في المقابل تتشابه معظم دول العالم في وجود البنوك المركزية على قمة هياكل نظمها المصرفية.

الفرع الثاني: ماهية العمل المصرفي

يمارس الجهاز المصرفي دورا بارزا في الحياة الاقتصادية فهو أداة لا يمكن الاستغناء عنها لكونه عاملا هاما لتمويل المشاريع والمساهمة في ترقية المبادلات وتطوير الاقتصاد الوطني. وتزداد أهميته من يوم لآخر مع التطورات الهامة التي تطرأ على الاقتصاديات الوطنية من جهة ومع التحولات العميقة التي يشهدها المحيط المالي الدولي من جهة ثانية.

تعتبر المؤسسة المصرفية الخلية الأساسية لتمويل الاقتصاد، وهناك عدة تعاريف للمصرف كمؤسسة اقتصادية، نلخص منها²:

- تستخدم رؤوس الأموال المودعة لديه في عمليات الإقراض والصرف ومختلف العمليات المالية.

¹ مؤيد سعيد السالم، نظرية المنظمة - الهيكل والتصميم - (دار وائل للطباعة والتوزيع، عمان، الأردن، 1999)، ص. 31.

² ياسين الطيب، النظام المصرفي الجزائري في مواجهة تحديات العولمة المالية، (مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 03، 2003)، ص. 49.

- مهنتها العادية استقبال الودائع من الجمهور، واستعمالها في عمليات القروض المختلفة وتسيير وسائل الدفع، ويقوم بعدة عمليات أخرى (صندوق، مالية، خدمات مختلفة، تواجد في البورصة...).

- تنفذ عدد من العمليات المتمثلة في أربع عمليات أساسية: هي جمع الودائع، عمليات الصندوق، عمليات القروض، وعمليات خدماتية مختلفة.

تعريف آخر: البنك هو منشأة تنصب عملياتها الرئيسية على حشد الموارد المالية والنقود الفائضة عن حاجة الجمهور، لغرض توظيفها أو إقراضها للآخرين وفق أسس وتقنيات مختلفة¹. يعرف المصرف بحسب القانون 06/88 المؤرخ في 12 جانفي 1988 بأنه مؤسسة اقتصادية تملك الشخصية المعنوية التجارية، تتعامل مع الآخرين على أسس قواعد تجارية تخضع لمبدأ التنظيم والانسجام في معاملتها مع المحيط الخارجي، تكون محررة من كل القيود ولها الحرية في تمويل المشاريع.

ويشترط أن يكون المصرف مسجل ضمن قائمة المصارف بواسطة اعتماد يصدر في الجريدة الرسمية، علاوة على السجل التجاري ليصبح كمصرف مسجل، ويتحدد ذلك في الجزائر وفق القانون 10/90 المتعلق بالنقد والقرض المؤرخ في 14 أفريل 1990 والمعدل والمتمم بالأمرين 01/01 المؤرخ في 27 فيفري 2001 والأمر 11/03 المؤرخ في 26 أوت 2003.

المطلب الثاني: مكونات الجهاز المصرفي

عموما يتكون الجهاز المصرفي من البنك المركزي والبنوك التجارية والمؤسسات المالية، حيث يقف البنك المركزي على قمة الجهاز المصرفي لأي اقتصاد، هدفه الرئيس في ظل الاقتصاديات الرأسمالية ليس الربح وإنما خدمة الصالح الاقتصادي العام.

الفرع الأول: البنك المركزي

إن مصطلح البنك المركزي هو مصطلح حديث النشأة باعتباره كان يدعى من قبل بنك الإصدار. تطورت وظائفه الرئيسية من مجرد القيام بعملية الإصدار لأوراق البنكنوت والمحافظة على

¹ عبد الحق بوعتروس، الوجيز في البنوك التجارية - عمليات، تقنيات وتطبيقات-، (كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2000)، ص. 6.

قيمة النقود ليتولى في مراحل متقدمة تنظيم حجم الائتمان على مستوى الاقتصاد بما يتناسب والظروف السائدة فيه. وقد كان بنك إنجلترا من أوائل البنوك التي عملت كبنوك مركزية وطورت ما تعتبره الآن العناصر الأساسية لفن الصيرفة المركزية، وقد أنشأ عام 1694 وتبعته بنوك مركزية أخرى في أقطار العالم المختلفة¹. ويعود ظهور البنك المركزي في مرحلة تالية لظهور البنوك التجارية لحاجتها هذه الأخيرة إلى بنك يشرف على عملياتها وعلى كافة المؤسسات النقدية والمالية في الدولة.

الفرع الثاني: البنوك التجارية

تشكل البنوك التجارية غالبية المؤسسات المالية التي تنشط في إطار الأسواق النقدية، تأتي من حيث أهميتها في المرتبة الثانية بعد البنك المركزي، والبنك التجاري هو مؤسسة مالية تقوم بدور الوساطة بين المودعين والمقترضين، فأهم ما يميز البنوك التجارية عن غيرها من المؤسسات المالية الأخرى هو تقديم نوعين من الخدمات: وهما قبول الودائع وتقديم القروض المباشرة لمنشآت الأعمال والأفراد وغيرهم².

في سياق الحديث عن البنوك التجارية، نجد أنها اكتسبت خصائص وسمات ميزتها عن باقي مؤسسات الوساطة المالية الأخرى، هذا وسيتم عرض ذلك بنوع من التفصيل في المبحث الثالث والأخير من هذا الفصل.

الفرع الثالث: المؤسسات المالية والمصرفية الوسيطة

تمثل هذه المؤسسات أحد الأركان المهمة للجهاز المصرفي، وتشتمل على المصارف المتخصصة (الزراعية والصناعية والعقارية) ومنشآت الاستثمار، التوفير والمؤسسات المالية الدولية والمصارف الإسلامية، ويمكن تعريف المؤسسات المالية والمصرفية الوسيطة بأنها: "مؤسسات تتعامل بأدوات الائتمان المختلفة قصيرة الأجل ومتوسطة الأجل وطويلة الأجل، وفي كل من سوق النقد والمال

¹ عبد المنعم السيد علي ونزار سعد الدين، أساسيات في الجهاز المالي - المنظور العلمي -، (دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 2000)، ص. 128.

² محمد صالح الخناوي وعبد الفتاح عبد السلام، المؤسسات المالية - البورصة والبنوك التجارية -، (الدار الجامعية، الإسكندرية، ج م ع، 2001)، ص. 214.

وأسواقها الثانوية وأنها تؤدي مهمة الوساطة *Intermediation* بين المقترضين والمقرضين، بهدف تحقيق الربح¹. ومن هذه المؤسسات المالية والمصرفية الوسيطة ما يلي:

1. البنوك الاستثمارية *Investment Banks*: يصعب حاليا - إذا أردنا الدقة - وضع تعريف

محدد لبنوك الاستثمار، نظرا لتعدد الأنشطة التي تقوم بها من جانب، ومن جانب آخر لاختلاف وظائف كل منها من دولة لأخرى، إلا أنها تهتم بالدرجة الأولى بالأنشطة والفعاليات الاستثمارية وفي مجالات مختلفة.

كما أن اختلاف وظائف تلك البنوك أدى إلى تباين مسمياتها في دول العالم، ففي الولايات المتحدة الأمريكية تسمى بنوك الاستثمار، بينما يطلق عليها في بريطانيا بنوك التجار *Marchant Bank* وفي فرنسا بنك الشؤون المالية *Banques d'Affaires* أما في مصر فتسمى بنوك الاستثمار والأعمال²، وسوف نتعرض في الجزء التالي للملامح الأساسية لبنوك الاستثمار بكل دولة:

أ- بنوك الاستثمار في الولايات المتحدة الأمريكية: في هذا البلد لا تعتبر بنوكا وفقا للمفهوم التقليدي والتعارف عليه، يطلق عليها بيوت الإصدار، فهي لا تقبل الودائع ولا تمنح قروض وتضطلع بمهمة الوساطة في السوق المالية بين المستثمرين والمقرضين، حيث تقوم بشراء الأوراق المالية الجديدة بالجملة وبيعها بالتجزئة، أو تكون مسارا تحصل على عمولة من بيع الأوراق المالية المتوفرة في السوق وشرائها³.

ب- بنوك الأعمال في فرنسا: هذا النوع كان اهتمامه بالصناعة والمساهمة في إنشاء المشروعات الجديدة أو التي هي في طور الانجاز، وبالتالي فهي لا تقوم بأعمال بيوت الإصدار كما هو الحال في الولايات المتحدة الأمريكية، وتقوم بنوك الأعمال الفرنسية بتمويل إنشاء أو إعادة هيكلة المشاريع بمفردها أو بالمشاركة مع هيئات أخرى كما تقدم استشارات ونصائح قانونية ومالية في عمليات اندماج الشركات وإعادة تنظيمها⁴.

ج- بنوك التجار في بريطانيا: لا تقتصر فقط على أعمال البيوت كما هو الحال في بنوك الاستثمار الأمريكية، بل تقوم بعمليات تمويل التجارة الخارجية فضلا عن توفير التمويل

¹ رضا صاحب أبو حمد، إدارة المصارف -مدخل تحليلي كمي معاصر-، (دار الفكر، عمان، الأردن، 2002)، ص. 29.

² طارق طه، إدارة البنوك ونظم المعلومات المصرفية، (الحرمين للكمبيوتر، الإسكندرية، ج م ع، 2000)، ص. 185.

³ رضا صاحب أبو حمد، مرجع سبق ذكره، ص. 30.

⁴ Jean Luc Bailly et Autres, *Economie Monétaire et Financier*, (Bréal Edition, Paris , France, 2000), P. 136.

الطويل الأجل لمختلف المشاريع الاقتصادية المحلية، ومعظم بنوك التجار في بريطانيا تمارس عمليات التعزيز المصرفي، وتمنح كفالات الإفراج عن السفن وتوفر النقد الأجنبي لعملائها من شركات السياحة المختلفة¹.

2. بنوك الادخار *Saving Banks*: تعمل هذه المصارف على أساس تشجيع المواطنين على وضع مدخراتهم في حسابات ادخار خاصة، وبعض هذه المصارف لا يستهدف الربح بصورة خاصة، وإنما يستهدف استقطاب المدخرات وتشغيلها، أي استثمارها في مجالات محدودة تحددها القوانين والتشريعات النافذة، وتلقى هذه لمصارف دعماً من شرائح المجتمع ومن سلطات الحكومة.

3. شركات التأمين: شركات التأمين تختص بدرجة أساسية بالتأمين ضد المخاطر التي يتعرض لها المواطن أو البضائع أو المؤسسات على اختلاف أنشطتها وفعاليتها ومن هذه المخاطر (حوادث السيارات، الحريق، السرقة، الغرق،... الخ)، وذلك عن طريق دفع أقساط التأمين من طرف المؤمن ومن ثم تغطية الخسائر عند وقوعها.

4. منشآت الوساطة المالية: وهي منشآت الوسطاء الماليين في السوق النقدية (سوق الأوراق المالية قصيرة الأجل) والسوق المالية (سوق الأوراق المالية المتوسطة والطويلة الأجل)، وتسمى أيضاً بالبورصات.

5. المنشآت المالية الدولية: هي منشآت ذات فعالية وأنشطة مالية عالمية تتجاوز حدود البلد الواحد، حيث تعمل على صعيد دولي وإقليمي، تتولى عملية تجميع المدخرات من هذه الدول ومن ثم إعادة إقراضها أو استثمارها في دول أخرى، وقد تطور عمل هذه المنشآت بشكل كبير خلال العقدين الأخيرين.

6. البنوك المتخصصة *Specialized Banks*: تعرف المصارف المتخصصة بأنها "تلك المصارف التي تختص في تمويل قطاعات اقتصادية معينة ومن أهم المصارف المتخصصة، المصارف الصناعية والعقارية كما تعرف المصارف المتخصصة بأنها تلك: "المصارف التي تقوم بالعمليات المصرفية التي تخدم نوعاً محدداً من النشاط الاقتصادي مثل النشاط الصناعي والزراعي أو العقاري وذلك

¹ طارق طه، مرجع سابق، ص. 190.

وفقا للقرارات الصادرة بتأسيسها والتي لا يكون قبول الودائع تحت الطلب من بين أوجه نشاطاتها الرئيسية¹.

7. البنوك الإسلامية *Islamic Banks*: يعرف المصرف الإسلامي بأنه: "مؤسسة مالية تقوم بتجميع المدخرات وتحريكها في قنوات المشاركة للاستثمار بأسلوب محرر من سعر الفائدة، عن طريق أساليب المضاربة والمشاركة والمتاجرة والاستثمار المباشر، وتقديم كافة الخدمات المصرفية في إطار الصيغ الشرعية التي تضمن التنمية والاستقرار"².

المطلب الثالث: هيكل النظام البنكي الجزائري في ضوء قانون النقد والقرض

لقد أدخل قانون النقد والقرض 10/90 تعديلات مهمة في هيكل النظام البنكي الجزائري، سواء تعلق الأمر بالبنك المركزي والسلطة النقدية أو هيكل البنوك. ولأول مرة منذ قرارات التأميم، تم السماح للبنوك الأجنبية بأن تقيم أعمالها في الجزائر، كما تم أيضا وبموجب نفس الأحكام السماح بإنشاء بنوك خاصة.

الفرع الأول: بنك الجزائر

يعرف قانون النقد والقرض بنك الجزائر في مادته 11 بأنه: "مؤسسة وطنية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي"³، ومنذ صدور هذا القانون أصبح البنك المركزي يسمى في تعامله مع الغير بنك الجزائر.

ويتبع بنك الجزائر قواعد المحاسبة التجارية باعتباره تاجرا، ولا يخضع لإجراءات المحاسبة العمومية، وتعود ملكيته بالكامل للدولة، وبالرغم من ذلك فهو لا يخضع للتسجيل في السجل التجاري ولا يخضع أيضا لأحكام القانون 01/88 المؤرخ في جانفي 1988 والمتعلق بالقانون التوجيهي للمؤسسات العمومية الاقتصادية، كما يستطيع أن يفتح فروعاً له ويتولى إدارة بنك الجزائر جهازين هما المحافظ ومجلس النقد والقرض.

¹ رضا صاحب أبو حمد، مرجع سابق، ص. 33.

² جمال لعامرة، المصارف الإسلامية، (دار النبأ، الجزائر، 1996)، ص. 48-49.

³ المادة 11، ج ر، العدد 16، 18/04/1990.

الفرع الثاني: البنوك والمؤسسات المالية

لقد أتاح قانون النقد والقرض إمكانية إنشاء عدة أنواع من مؤسسات القرض منها:

1. البنوك التجارية: يعرف قانون النقد والقرض في مادته 114 البنوك التجارية على أنها: "أشخاص معنوية، مهمتها العادية والرئيسية إجراء العمليات الموصوفة في المواد 110 إلى 113 من هذا القانون"، وبالرجوع إلى المواد 114، 116، 118 نجد أن البنوك التجارية هي تلك المؤسسات التي تقوم بالعمليات التالية:

- جمع الودائع من الجمهور مهما كان نوعها.
- منح القروض مهما كانت طبيعتها.
- توفير وسائل الدفع اللازمة ووضعها تحت تصرف الزبائن، والسهر على إدارتها بشكل يسهل إجراء العمليات المالية وتوسيع مجالات تدخل البنوك.
- هذا بالنسبة للعمليات الأساسية أما العمليات الفرعية فتتمثل في¹:
 - عمليات الصرف.
 - عمليات على الذهب والمعادن النفيسة والقطع المعدنية الثمينة.
 - توظيف القيم المنقولة وكل منتج مالي، واكتابها وشرائها وتسييرها وحفظها وبيعها
 - الاستشارة والمساعدة في مجال تسيير الممتلكات.

- الاستشارة والتسيير المالي والهندسة المالية، وبشكل عام كل الخدمات الموجهة لتسهيل إنشاء المؤسسات أو التجهيزات، وإتمامها مع مراعاة الأحكام القانونية في هذا المجال.

2. المؤسسات المالية: تعرف المؤسسات المالية في قانون القرض والنقد بأنها: "أشخاص معنوية مهمتها العادية والرئيسية القيام بالأعمال البنكية ماعدا تلقي الأموال من الجمهور. بمعنى المادة 111²، ويعني ذلك أن المؤسسات المالية تقوم بالقرض على غرار البنوك التجارية، ولكن دون أن تستعمل أموال الغير (أموال الجمهور المودعة)، ويمكن القول أنها المصدر الرئيسي للأموال المستعملة في رأسمال المؤسسة وقروض المساهمة والمدخرات طويلة الأجل.

¹ المادة 72، أمر رقم 11/03 المعدل والمتمم لقانون النقد والقرض، 26/08/2003.

² المادة 115، ج ر، العدد 16، 18/04/1990.

3. البنوك والمؤسسات المالية الأجنبية: أصبح بإمكان البنوك والمؤسسات المالية الأجنبية أن تفتح فروعها لها في الجزائر تخضع لقواعد القانون الجزائري، وذلك ابتداء من تاريخ صدور قانون النقد والقرض، وعملية الترخيص بفتح البنوك والمؤسسات المالية وتعديل قوانينها وسحب الاعتماد من صلاحيات مجلس النقد والقرض. ومن بين الشروط المطلوبة لإقامة فروع لبنوك ومؤسسات مالية أجنبية، نذكر ما يلي¹:

- تحديد برنامج النشاط.

- الوسائل المادية والتقنيات المرتقبة.

- القانون الأساسي للبنك أو المؤسسة المالية.

إن التنظيم الجديد للنظام المصرفي الجزائري والذي فتح المجال أمام المبادرة الخاصة والأجنبية و الذي يعتمد على قواعد السوق، حيث لا تزال إلى حد الآن مؤسسات مالية وبنوك تتقدم لطلب الاعتماد من مجلس النقد والقرض، يتطلب أن تكون للسلطة النقدية آليات وهيئات للرقابة على هذا النظام، حتى يكون عمله منسجما مع القوانين، ويستجيب لشروط حفظ الأموال التي تعود في غالبيتها للغير.

المبحث الثالث:

البنوك التجارية

يحتل القطاع المصرفي مركزا حيويا في الأنظمة الاقتصادية والمالية، من خلال تعبئة المدخرات الكافية والتوزيع الكفء لهذه المدخرات على الاستثمارات المختلفة، وتعتبر البنوك التجارية إحدى الدعامات الكبرى والأساسية في بناء الهيكل الاقتصادي للدولة، ولقد ازدادت أهميتها في العصر الحديث، وأصبحت تشكل فيما بينها أجهزة فعالة يعتمد عليها كأداة استثمارية تلعب دورا هاما في التنمية.

¹ النظام 01/93، ج ر، العدد 01، 03/01/1993.

المطلب الأول: مفهوم البنوك التجارية ودورها الاقتصادي

لقد سبقت البنوك التجارية غيرها في النشأة من الناحية التاريخية وتعود تسميتها (تجارية) إلى أنها كانت في البداية مختصة فعلا بتمويل التجارة عندما كان الطابع التجاري هو السائد على اقتصاديات الأقطار المختلفة.

الفرع الأول: تعريف البنوك التجارية

يمكن تعريف البنوك التجارية بأنها: "تلك البنوك التي تقبل ودائع الأفراد وتلزم بدفعها عند الطلب أو في موعد متفق عليه، والتي تمنح قروضا قصيرة الأجل ويطلق عليها بنوك الودائع كما تقوم بإصدار النقود المصرفية"¹.

ويقصد بالبنوك التجارية: "البنوك التي تقوم بقبول ودائع تدفع عند الطلب أو لآجال محددة، وتزاول عمليات التمويل الداخلي والخارجي وخدمته بما يحقق أهداف خطة التنمية ودعم الاقتصاد الوطني، وتباشر عمليات التنمية للادخار والاستثمار المالي في الداخل والخارج، بما في ذلك المساهمة في إنشاء المشروعات، وما يستلزمه من عمليات مصرفية وتجارية وفقا للأوضاع التي يقرها البنك المركزي"².

كذلك فإن البنك التجاري: "هو مؤسسة مالية تقوم بدور الوساطة بين المودعين والمقترضين، فأهم ما يميز البنوك التجارية عن غيرها من المؤسسات المالية الأخرى هو تقديم نوعين من الخدمات وهما: قبول الودائع وتقديم القروض المباشرة لمنشآت الأعمال والأفراد وغيرهم"³. كما عرفت بأنها: "كل البنوك خارج البنك المركزي، بمعنى البنوك التي هي من الدرجة الثانية حيث أن البنك المركزي هو من الدرجة الأولى"⁴.

وتعتبر البنوك التجارية على أنها: "نوع من أنواع المؤسسات المالية التي تركز نشاطها في قبول الودائع ومنح الائتمان"⁵.

¹ أسامة محمد الفولي ومحمد شهاب محمود، مبادئ في النقود والبنوك، (الدار الجامعية، الإسكندرية، ج م ع، 1999)، ص. 170.

² عبد الغفار حنفي، تنظيم وإدارة البنوك، (المكتب العربي الحديث، 2000)، ص. 23.

³ محمد صالح الخناوي وعبد الفتاح عبد السلام، مرجع سابق، ص. 214.

⁴ Ahmed Silem et Jean-Marie Albertini, *Lexique de l'Economie*, (DALLOZ, Campus, 7^{me} Edition, 2002), P.

70.

⁵ منير إبراهيم الهندي، إدارة البنوك التجارية، (المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، ج م ع، ط3، 2002)، ص. 5.

وعليه، فإن البنوك التجارية حسب معظم الباحثين عبارة عن مؤسسة مالية تتعامل في الدين والائتمان، أو المؤسسة التي تقبل ودائع الأفراد وتقوم بتوظيف تلك الودائع في شكل قروض.

الفرع الثاني: دور البنوك التجارية في الاقتصاد

يمكن القول أن الوظيفة الأساسية للبنوك التجارية تتمثل في تمويل الاقتصاد الوطني بالأموال اللازمة لتنميته، وذلك عن طريق تجميع الأموال من مصادر ادخارها المختلفة، ثم توزيعها على مجالات الإقراض المختلفة.

1. الوساطة المالية للبنوك التجارية: الوساطة المالية تعني عملية الاستحواذ على موارد مالية من أحد الوحدات الاقتصادية مثل الشركات، الأفراد والمنظمات الحكومية، وذلك بغرض إتاحة هذه الموارد إلى وحدات اقتصادية أخرى¹. فالمؤسسات المالية النقدية* أو البنوك التجارية هي نوع من الوساطة المالية التي تتمثل مهمتها الأساسية في تلقي الودائع من العائلات والمؤسسات والسلطات العمومية. ومن بين أهم الاستخدامات المتاحة أمام البنوك التجارية، القيام بمنح القروض قصيرة الأجل أو القروض التجارية انسجاما مع طبيعة الجزء الأكبر من مواردها، ولا تعتمد هذه البنوك في مثل هذه العمليات من القروض على رؤوس أموالها، وإنما تعتمد بالدرجة الأولى على الأموال المقبوضة من الغير في شكل ودائع، ويطلق على عملية توسط البنوك التجارية بين أصحاب الفائض المالي والعجز المالي بالوساطة البنكية *Intermédiation Bancaire*.

وفي هذا الصدد فإنه أصبح بإمكان البنوك التجارية والمؤسسات المالية النقدية قبول الودائع الزمنية سواء كانت لأجل أو الادخارية، وهو أمر منطقي وينسجم تماما مع تطور النظرة إلى التمويل².

2. اللاموساطة المالية للبنوك التجارية: يمكن للبنوك التجارية أن تلعب دورا رئيسيا ومنشط لحركة السوق المالي مكان تداول الأوراق المالية، والسوق المالي ينقسم إلى قسمين³:

¹ محمد صالح الحناوي وعبد الفتاح عبد السلام، مرجع سابق، ص. 203.

* إن وصف هذه المؤسسات المالية بالنقدية، لا يعني أنها الوحيدة دون غيرها التي تتعامل بالنقود، ولكن يعني ذلك أنها الوحيدة المؤهلة لإنشاء نقود الودائع، وتسمى المؤسسات المالية النقدية أيضا بالبنوك التجارية أو بنوك الودائع.

² طاهر لطرش، تقنيات البنوك، (ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4، 2004)، ص. 12.

³ Ammour Benhalima, *Pratiques des Techniques Bancaires*, (Edition Dahlab, Alger, 1997), P. 11.

أ- السوق الأولي *le Marché Primaire*: أو سوق الإصدارات الجديدة، أين يتم تداول الأوراق المالية الصادرة لأول مرة، أي أن عملية الاكتتاب بالأسهم والسندات الصادرة عن المؤسسات الاقتصادية أو المؤسسات الحكومية لأول مرة يتم على مستوى البنوك التجارية والمؤسسات المالية الأخرى.

ب- السوق الثانوي أو البورصة *la Bourse*: فالبنك التجاري قد يتدخل في البورصة بائعا أو مشتريا للأوراق المالية المعروضة سواء لحسابه الخاص، وهو ما يمثل أحد استخدامات موارد البنوك (إدارة المحفظة المالية) أو لحساب متعامليه.

البنوك التجارية تعتبر طرف مهم في السوق النقدية *le Marché Monétaire* هذا الأخير يسمح بالاقتراب المباشر من خلال طلب وغرض رؤوس الأموال القصيرة الأجل، أي أن موضوع السوق النقدية هو التمويل في الآجال القصيرة.

لذلك فالسوق النقدية تختلف أقسامها باختلاف البلاد المتواجدة فيها لكن موضوعها واحد، والعمليات التي تسيطر عليها واحدة تتمثل في عمليات الخصم وإعادة الخصم، وعلى سبيل الذكر يمكن تقسيم السوق النقدية إلى¹:

- سوق ما بين البنوك *le Marché Interbancaire*.

- سوق نقدي بالمعنى الواسع *le Marché Monétaire au Sens Large*.

وبناء على ما سبق، فإن وجود البنوك التجارية في اقتصاد اليوم يعد ضرورة حيوية ليس فقط لكونها متعامل اقتصادي مهم، ولكن لكونها سمحت بإيجاد حلول للعديد من المشكلات المترابطة بالتمويل، لذا يمكن اعتبارها مؤسسة إنتاجية وكذلك مؤسسة تجارية تتاجر بالنقود من خلال قبولها للودائع وتقديمها للقروض بمعدل فائدة معين، إضافة لتقديمها خدمات مصرفية متنوعة لعملائها. فهي إذن مؤسسة خدمية.

المطلب الثاني: تقنيات البنوك التجارية

إن البنك التجاري ولكي يجلب أكبر قدر ممكن من المتعاملين الاقتصاديين (أفراد ومؤسسات)، لا بد له من توفير العديد من الخدمات المصرفية، ابتداء من خدمات الصندوق إلى

¹ Philippe Garsault et Stéphane Priami , *la Banque -Fonctionnement et Stratégie-*, (Economica, Paris, France, 1997), P. 36.

خدمات توظيف الأموال في شتى مجالات التوظيف المتوفرة للبنك، كما يمكن له المساهمة في تمويل المشاريع الإنمائية وتمويل مختلف فعاليات الاقتصاد القومي، لذلك بإمكاننا ذكر أهم وظائف وخدمات البنوك التجارية باستعراض عملياتها وتقنياتها بالتفصيل على النحو التالي:

الفرع الأول: عمليات الصندوق (الحسابات المصرفية)

إن تجسيد الوساطة المالية بين أصحاب الفائض المالي وأصحاب العجز المالي تتم واقعا بفتح ما يسمى بالحساب، فهو رمز هذه العلاقة (علاقة مالية)، به تتم الرابطة المالية بين البنك وصاحبه (صاحب الحساب).

1. الحساب المصرفي

أ- **تعريف الحساب المصرفي:** يحتاج الأشخاص (طبيعيين كانوا أم اعتباريين) إلى ربط علاقات مع البنوك من أجل الاحتفاظ بأموالهم لديها في شكل ودائع إذا كان لديهم فائض في التمويل، أو الاستفادة من التسهيلات البنكية في شكل قروض مثلا (إذا كانت لديهم حاجة إلى التمويل). وتجسد هذه العلاقة في قيام شخص معين بفتح حساب في البنك الذي يختاره.

وعلى هذا يمكن تعريف الحساب من وجهتي نظر¹:

– **من الناحية المجردة:** عبارة عن رمز (رقم) تقترن به معظم العمليات المالية لصاحبه في علاقته مع البنك.

– **من الناحية العملية والقانونية:** عبارة عن معاهدة أو اتفاق بين البنك الذي يفتحه والشخص الذي يفتح لصالحه، تنظم بها العمليات المالية القائمة بينهما، سواء كانت إيداع أو سحب أو أي عملية أخرى بين الطرفين.

والحساب في القانون هو التمثيل العددي لمركز قانوني معين أو لعملية أو لعدة عمليات قانونية معينة، فهو في مظهره المادي عبارة عن كشف أو بيان تثبت فيه عدديا وبالأرقام مفردات العمليات القانونية².

¹ طاهر لطرش، مرجع سابق، ص. 15-16.

² فائق محمود الشماع، الحساب المصرفي، (الدار العملية الدولية، عمان، الأردن، 2003)، ص. 6.

- ب- الدور القانوني للحساب المصرفي: للحساب المصرفي دور قانوني مهم يتجسد في كونه وسيلة إثبات وتسوية "ضمان"، فضلا عن كونه وسيلة خاصة للتعامل المصرفي¹.
- الحساب المصرفي أداة تسوية بين البنك وصاحب الحساب: فالمسحوبات تدفع من هذا الحساب والودائع تسجل فيه، كما سوف نرى في العمليات على الحسابات.
 - الحساب المصرفي وسيلة ضمان بالنسبة للبنك: إن دور الحساب المصرفي كوسيلة ضمان تنبع من آلية عمل هذا الحساب ذاتها (الحركات الدائنة والمدينة للحساب)، وذلك فيما يتعلق على وجه التحديد بالحساب الجاري².
 - الحساب المصرفي وسيلة إثبات محاسبية: لأنه يؤدي إلى تثبيت آثار العمليات القانونية الناشئة بين أطرافه (المصرف وصاحب الحساب) من خلال جدول ثنائي الجانب³.
- الجانب المدين في الحساب المصرفي *Débit*: حيث تدرج في هذا الجانب جميع العمليات التي تمثل التزاما في ذمة العميل للبنك، أو بعبارة أخرى يمثل هذا الجانب حقوق البنك اتجاه العميل صاحب الحساب.
- الجانب الدائن في الحساب البنكي *Crédit*: حيث يتضمن هذا الجانب من الحساب جميع المبالغ التي تمثل حقوق العميل اتجاه البنك.
- إن الفارق بين الجانبين داخل الحساب الواحد يمثل الرصيد الذي قد يكون لدينا عندما يكون الجانب المدين أكبر من الجانب الدائن، أو دائنا في حالة العكس. وتصدر الإشارة إلى أن الحساب البنكي لا يمكن أن يكون لدينا خاصة بالنسبة للأفراد.
- ج- فتح الحسابات: بعد أن عرفنا ما هو الحساب المصرفي ودوره القانوني، وكذلك جانب الحساب المصرفي، نحاول أن نتعرف عن كيفية فتح الحسابات المصرفية بالنسبة للأشخاص الطبيعية والمعنوية، وإقفاها والأسباب التي تدفع إلى ذلك.
- فتح الحساب لصالح الشخص الطبيعي: بصفة عامة، يمكن فتح الحساب لصالح الشخص الطبيعي الذي يتمتع بالأهلية القانونية والحقوق المدنية، وعموما كل شخص

¹ فائق محمود الشماخ، مرجع سابق، ص. 7.

² طاهر لطرش، مرجع سابق، ص. 16.

³ فائق محمود الشماخ، مرجع سبق ذكره، ص. 19.

بالغ يمكنه أن يفتح حسابا له في أي بنك يختاره دون عراقيل أو شروط، ما عدا تلك الشروط المنصوص عليها قانونا.

● **فتح الحساب لصالح الشخص المعنوي:** تفتح لصالح الأشخاص المعنويين حسابات بنكية، ويجب على البنك قبل إتمام إجراءات فتح مثل هذه الحسابات أن يتأكد من الشخصية القانونية للمؤسسة أو الشركة (وجودها القانوني، اسمها، عنوانها، مقرها الاجتماعي،...)، كما ينبغي التأكد من هوية أو أهلية الأشخاص الذين يمثلونها¹.

د- إقفال الحساب: قبل الحديث عن إقفال الحسابات المصرفية من المفيد أن نذكر بالفرق الموجود ما بين الحساب المرصد والحساب المقفل.

● **الحساب المرصد:** هو ذلك الحساب الذي تجمع فيه المبالغ الدائنة والمبالغ المدينة وإخراج الفرق ووضعها في الجهة التي تحتوي المبلغ الأصغر مع تبيان طبيعته المحاسبية.

● **الحساب المقفل:** هو ذلك الحساب الذي يشطب تماما من جدول الحسابات بالنسبة لصاحبه، ولا يمكن استعمال الحساب المقفل مرة أخرى لإجراء عمليات أخرى.

وفيما يلي الحالات التي يمكن من خلالها قفل الحساب المصرفي²:

- يعتبر الحساب مقفلا في بعض الحالات عند انتهاء العملية التي فتح من أجلها الحساب مثل الدفع المعتمد *Paiement Accréditif*.*

- يقفل الحساب في حالة طلب أحد الطرفين، صاحب الحساب أو البنك.

- في حالة وفاة صاحب الحساب، يجمد هذا الحساب إلى غاية تسوية مشكلة الوراثة وتعيين خلافة صاحب الحساب المتوفى.

- يقفل الحساب أيضا عندما يتوقف صاحبه عن العمل التجاري، أو عند إفلاسه أو لأي أسباب أخرى تؤدي إلى وقف نشاطه التجاري.

- يقفل أخيرا الحساب بمبادرة من البنك كإجراء عقابي ضد الزبون الذي يظهر سلوكا في معاملاته يحل بمصداقيته، وفي هذه الحالة يتم إخطار البنك المركزي.

¹ طاهر لطرش، مرجع سابق، ص. 21.

² المرجع السابق، ص. 23.

* الدفع المعتمد هو قيام البنك بوضع أموال ذات مبالغ معينة بحوزة أحد زبائنه لفترة محددة.

و- العمليات على الحسابات (العمليات التي تحرك الحسابات): من أهم العمليات التي تحرك الحسابات المصرفية، عمليات الإيداع النقدي، السحب النقدي والتحويل أو النقل من حساب لآخر.

● **عمليات الإيداع:** يقوم العميل بإيداع مدخراته النقدية لدى البنك قصد الاحتفاظ بها، وتزيد عمليات الإيداع في رصيد حساب الزبون كما تزيد من موارد البنك، وفيما يلي حالات الزيادة في الحسابات¹:

- الإيداعات النقدية من قبل صاحب الحساب المصرفي نفسه أو من قبل الغير ولكن لمصلحته، أو من قبل البنك نفسه مثل: إيداع أرباح وفوائد المحفظة المالية للزبون (المودعة لدى البنك لكي يديرها نيابة عنه)، مثل: القسائم *les Coupens*، وهي الفوائد السنوية للسندات *les Obligations*.

- إيداعات الصكوك والأوراق التجارية (مثل الكمبيالة) المقدمة للإيداع أو الخصم.

● **عمليات السحب:** المسحوبات هي عبارة عن جميع الاقتطاعات التي يقوم بها الشخص من حسابه مستعملا في ذلك الشيك، أو بتقديم الدفتر في حالة الحساب على الدفتر، ويمكن أن يكون إجراء مثل هذه العملية إما لفائدة صاحب الحساب أو لفائدة أي شخص آخر يؤمر بالدفع لصالحه من طرف صاحب الحساب شخصيا، وحالات النقصان في الحساب كالاتي²:

- سحب المبالغ *Retrait*: والسحب إما مباشرة من قبل الشخص نفسه ولقاء وصل موقع من قبله، وإما سحب من قبله بموجب صك الحساب لشخص أو جهة، وإما سحب بقصد إرسال حوالة بريدية *Mandat*، وإما أمر تحويل *Virement* من حساب إلى حساب.

- قيام البنك نفسه بالسحب من حساب الزبون مبالغ مستحقة له أي البنك على الزبون: عمولات، شراء أوراق مالية للزبون، ... الخ.

¹ شاكر القزويني، محاضرات في اقتصاد البنوك، (ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000)، ص. 84.

² المرجع السابق، ص. 25.

- قيام البنك نفسه بالدفع - من حساب الزبون - لقوائم دورية كالهاتف أو الكهرباء، وهنا طبعا لا بد من تحويل مسبق من صاحب الحساب إلى البنك لكي يتولى ذلك بصفة دورية.

● **أمر التحويل *le Virement***: هو عملية مصرفية يتم بمقتضاها نقل مبلغ من حساب مصرفي إلى حساب آخر بواسطة قيد المبلغ مرة في الجانب المدين من حساب الأمر بالتحويل، وقيد المبلغ مرة ثانية في الجانب الدائن من حساب المستفيد، وقد يكون الأمر بالتحويل كتابيا، بمعنى له صيغة خطية يضعها البنك تحت تصرف أصحاب الحسابات لديه، أو شفويا عن طريق الهاتف¹.
وعملية التحويل ثلاثة أنواع²:

- **تحويل داخلي**: من حساب إلى حساب داخل نفس الوكالة أو البنك بواسطة عملية محاسبية، أي مجرد تسجيل محاسبي دون أو يؤثر ذلك على الرصيد الكلي لهذا البنك من النقود المركزية.

- **تحويل من وكالة إلى وكالة تابعين لنفس البنك *Virement Inter Siège***: وهنا لا يتأثر كذلك الرصيد الكلي للبنك.

- **التحويل من حسابين مختلفين في بنكين مختلفين**: ويتأثر رصيد البنكين بذلك حيث يزيد رصيد البنك المستفيد من التحويل وينقص رصيد البنك الذي يسحب عليه الأموال.

وعليه فإن عملية التحويل هي صيغة مبسطة للدفع، القصد منها الاقتصاد في استعمال الشيكات طالما أن انتقال الأموال يتم داخل البنك، وعلى الرقم من ذلك فإن عملية التحويل هذه لا تؤثر على الرصيد النهائي للنظام البنكي من النقود القانونية باعتبار أن ما ينقص لدى بنك يزيد لدى البنك الآخر، كما أنه بالإمكان تقسيم عملية التحويل إلى:
- **تحويل مباشر**: إذا كان الحسابان المعنيان في نفس البنك (بكافة فروعها).

¹ طاهر لطرش، مرجع سابق، ص. 25.

² Banque d'Algérie, Comité de Normalisation - Normes Inter Bancaires de Gestion Automatisée des Instruments de Paiement-, Janvier 2005, P. 23.

- تحويل غير مباشر: إذا كان البنكان مختلفين، وفي هذا الحالة يتم النقل عن طريق البنك المركزي (غرفة المقاصة)، إنه تحويل يجري بين البنوك، وكلها لديها حسابات جارية في البنك المركزي (بنك البنوك) وفي هذا البنك تتم المقاصة *la Compensation*.*

2. أنواع الحسابات

إن الحسابات التي تفتحها البنوك التجارية كثيرة ومتنوعة تبعا لعمليات الإيداع أو التوظيفات لدى البنك التي يقوم بها الأشخاص، ويمكن تصنيفها كما يلي:

- حسابات الودائع الجارية أو الودائع الجارية.
- حسابات التوفير أو ودايع التوفير.
- حسابات لأجل أو الودائع لأجل.
- حسابات الودائع بإخطار.

أ- الودائع الجارية - تحت الطلب -: هذه الودائع تحت تصرف أصحابها كما يدل عليها اسمها، ويحق للمودع أن يسحب الوديعة كلها أو جزء منها في أي وقت شاء، وهي عادة تكون بدون فائدة، حيث لا يحصل المودع على أي فوائد عليها. وعلى الرغم من أن البنك بإمكانه استعمال هذه الودائع في منح القروض ولا شيء يمنعه عن ذلك سوى ما يتوقعه من عمليات السحب.

إذن فدور البنك هنا في الودائع تحت الطلب هو دور المؤتمن على المال ودور أمين الصندوق بالنسبة لزبونه المودع والودائع تحت الطلب تشمل:

- حسابات الشيكات: يفتح لأجل أفراد أو لشخص معنوي لتلبية احتياجاتهم الآنية للسيولة، وكذلك يثبت جميع العمليات بين البنك وعميله، وعادة ما يفتح هذا النوع من الحسابات المصرفية لغير التجار لإيداع مدخراتهم النقدية أو للتجار، ولكن لتقييد عملياتهم الشخصية لا التجارية فهو لا يقيد في الأصل إلا الودائع أو السحوبات لصالح عملاء البنك والمتعلقة بأغراض شخصية¹.

* تعني تداول أوراق الدين المتقابلة بقصد إطفائها، والتداول هذا يتم بين البنوك.

¹ عبد الحق بوعتروس، مرجع سابق، ص. 20.

إن حساب الشيك هذا يجب أن يظل رصيده دائماً، أي موجبا لصالح العميل، ونادراً ما يكون مديناً إلا في حالات استثنائية عندما يسمح البنك لعميله بإجراء عمليات السحب على المكشوف، ويسمى بحساب الشيك نظراً لأن كل عمليات السحب على هذا الحساب لا تتم إلا بواسطة الشيك ويسمى أيضاً "الحساب للإطلاع".

- **الحساب الجاري:** يفتح هذا الحساب للتجار لاستعماله في عملياتهم المهنية وينبغي أن تكون هذه الحسابات مفصولة عن حساباتهم الشخصية كأفراد عاديين، ومن خصائصه الأساسية إمكانية أن يكون مديناً تبعاً للتدفقات المالية لصاحب هذا الحساب حتى ولو لم يكن به أي رصيد¹.

إن كل من حساب الشيك والحساب الجاري يعطي الزبون المعني بالأمر حق استعمال الشيك وكل منهما لا يدر فوائد لصاحب الحساب، والسبب هو أن البنك هنا ليس سوى أمين صندوق تحت تصرف صاحب الحساب، أما الفرق بينهما فهو أن حساب الشيك يجب أن يكون دائماً باستمرار أما الحساب الجاري فيمكن له أن يكون مديناً، لذا فهو لا يمنح إلا لأشخاص لها فعاليات اقتصادية، إنتاجية أو خدمية.

ب- **الودائع لأجل:** هي الودائع التي يودعها الأفراد والهيئات لدى البنوك لمدة محددة، يتفق عليها الطرفان، ولا يجوز السحب منها جزئياً قبل انقضاء الأجل المحدد لإيداعها، ويلجأ الأفراد والهيئات إلى الإيداع الثابت لأجل بالبنوك عندما يكون لديهم فائض نقدي لم يتيسر لهم استثماره، وتمنح هذه الودائع فوائد تفوق الفوائد التي تمنحها ودائع التوفير². وعادة تسعى البنوك بنفسها عن طريق الإعلان وحافز الفائدة إلى جذب الودائع لأجل، وتشمل هذه الأخيرة على³:

- **الحساب لأجل:** يفتح الحساب لأجل عند التقدم للبنك بطلب بغية وضع مبلغ من المال تحت تصرف البنك لمدة زمنية معينة، وينتهي حساب الوديعة باستردادها بنهاية المدة ومعها الفائدة، أو قبل نهاية المدة المحددة ولكن بدون فائدة، وطبعاً يعطي البنك في مثل هذه الوديعة

¹ طاهر لطرش، مرجع سابق، ص. 136.

² رضا صاحب أبو حمد، مرجع سابق، ص. 82.

³ شاكر القزويني، مرجع سابق، ص. 82.

إلى المودع سنداً يثبت حقه ويسمى صك الوديعة، وهو سند اسمي وشخصي يدون فيه: اسم صاحب الحساب، مبلغ الحساب، تاريخ الاستحقاق، معدل الفائدة المتفق عليها.

- **أذون الصندوق وأذون الادخار:** فأما أذون الصندوق فهي سندات لحاملها أو لأمر أو اسمية، ومدتها تتراوح بين ثلاثة أشهر إلى سنتين، وأما أذون الادخار فهي نوع من أذونات الصندوق، ولكن تستحق السداد في أي وقت بعد مرور ثلاث أشهر. والأذون هي بكل بساطة إثبات من قبل البنك لدينه اتجاه أصحابها الذين أقرضوه. فهي إذن تمثل اعترافاً باستلام ودائع لأجل، وهي تعطي فوائد تتصاعد تبعاً لأجل السند.

ج- ودائع التوفير: وهي الأموال التي تودع في البنك لغاية التوفير ويكون عليها فائدة، وعادة ما يلجأ لهذا الحساب ذوي الدخل المحدود.

- **حساب التوفير:** هذا النوع من الحسابات يفتح عادة للأشخاص الطبيعيين لتشجيعهم على الادخار مقابل فائدة معينة تدفع للمودع وفي أوقات معينة متفق عليها مسبقاً، ويحق للمودع صاحب الحساب أن يسحب من رصيده في أي وقت شاء، فهي شبيهة في ذلك بالودائع الجارية، ومن خصائصها¹:

- تعتبر هذه الحسابات شخصية، ولا يحق لغير صاحب الحساب أو ورثته أو وكلائهم السحب منهم.

- يمنح عادة صاحب الحساب دفتر باسمه يطلق عليه اسم دفتر التوفير.

- لا يسمح بكشف هذا الحساب مطلقاً.

- لا يعطي صاحب الحساب دفتر شيكات.

- وتجد الإشارة إلى أنه غالباً ما تتمتع حسابات التوفير بنوع من الاستقرار، على اعتبار أن عمليات السحب منها تكون محدودة مقارنة بالودائع الجارية.

د- الودائع بإخطار: هذا النوع من الودائع لا يختلف عن الودائع الأخرى إلا من حيث أن العميل له الحق في السحب من وديعته بإشعار مسبق موجه للبنك، قد تكون مدته أسبوعاً أو أسبوعين أو أكثر من ذلك حسب الاتفاق، ومن مميزات هذا النوع من الودائع ما يلي²:

¹ جميل سالم الزيدانين، أساسيات في الجهاز المالي - المنظور العلمي -، (دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 1999)، ص. 137.

² عبد الحق بوعتروس، مرجع سابق، ص. 34.

- تكون للبنك حرية أكبر نسبيا في مجال استعمالها في عمليات الإقراض والاستثمار، كونه على علم بالتاريخ الفعلي للاستحقاق.
- تدفع البنوك فائدة على هذا النوع من الودائع معدل أقل من الودائع لأجل وأكبر من الودائع الأخرى.
- يحتفظ البنك بنسبة من السيولة مقابل من الودائع، وتكون هذه النسبة أقل من تلك المخصصة لمواجهة طلبات السحب على الودائع الجارية وأكبر من تلك المخصصة لمواجهة طلبات السحب على الودائع لأجل.

الفرع الثاني: عمليات الإقراض، إصدار وتسيير وسائل الدفع

تعتبر عمليات الائتمان من الوظائف الرئيسية لنشاط البنوك التجارية، حيث تمثل الوظيفة المقابلة لوظيفة قبول الودائع، ومن هنا جاءت العلاقة الوطيدة بين الودائع والائتمان، حيث أن منح الائتمان يعني بطبيعة الحال وضع أرصدة المتعاملين المودعة لدى البنك التجاري موضع التشغيل لتحقيق عائد مناسب، يتمثل في الفرق بين الفائدة الدائنة والمدينة.

1. عمليات الإقراض

- أ- مفهوم القرض والائتمان: إن كلمة "قرض" ترجع إلى الكلمة اللاتينية "Credere"¹، التي تعني منح الثقة على اعتبار أن الثقة هي أساس قرار القرض، ويعرف هذا الأخير كالاتي:
 - "عقد يتحقق عن طريق تقديم الأموال إلى المستفيد أو المقترض والذي يتعهد بدفع الثمن أو سعر الفائدة ورد قيمة القرض، طبقا للشروط المقررة في العقد، سواء من خلال أقساط دورية أو عن طريق تسديد قيمة القرض بأكمله مرة واحدة عند نهاية مدته"².
 - "القرض هو مبادلة مال حاضر (نقد، بضاعة... إلخ) بوعد وفاء (تسديد أو دفع) مقبل (أو قادم)، ومعنى ذلك أن يتنازل أحد الطرفين مؤقتا للآخر عن مال على أمل استعادته منه فيما بعد، والذي يدعوا لذلك هي الثقة في ملاءة الثاني *Solvabilité*"³.

¹ Ammour Benhalima, OP.Cit, P. 55.

² أسامة محمد الفولي وزينب عوض الله، اقتصاديات النقود والتمويل، (الدار الجامعية، الازارطة، ج م ع، 2005)، ص. 135.

³ شاكر القزويني، مرجع سابق، ص. 90.

- القرض بمفهوم المادة 325 من قانون البنوك المؤرخ في 19 أوت 1986 هو: " كل عقد بمقتضاه تقوم مؤسسة مؤهلة لذلك بوضع أو بوعده منح مؤقت وعلى سبيل السلف لأموال تحت تصرف أشخاص معنويين، عاديين، أو الاثنيين معا لحساب هؤلاء الذين يلتزمون بالإمضاء أو التوقيع"¹.

وتجدر الإشارة إلى أنه ينبغي التمييز بين مفهومين "القرض" و"الاعتماد"، فالأول يعني تقديم مبلغ معين دفعة واحدة من قبل البنك لعميله، بينما الثاني فهو تعهد من قبل المصرف بالإقراض، وهو عقد بمقتضاه يضع المصرف تحت تصرف العميل مبلغا معيناً يسحب منه متى شاء مرة أو عدة مرات خلال مدة محددة، وإذا أوفى الدين يستطيع أن يسحب أيضا².

ب- أنواع التسهيلات المصرفية أو القروض: لقد أصبحت التسهيلات المصرفية تحوي العديد من الأنواع والتقسيمات حسب الأغراض المختلفة، ومن أهم هذه التصنيفات ما يلي³:

- من حيث نشاط الممول: وتنقسم إلى:
 - قروض إنتاجية: تلك القروض التي تقدمها الدولة والمؤسسات المالية والبنكية بهدف تمويل النشاط الاستثماري والإنتاجي خاصة.
 - قروض استهلاكية: الهدف منها تشجيع الاستهلاك خاصة كالبيع بالتقسيط.
- من حيث الغرض: وتصنف إلى:
 - قروض تجارية: هدفها تمويل جميع أوجه النشاط التجاري.
 - قروض صناعية: الهدف منها تمويل مختلف الأنشطة الصناعية.
 - قروض زراعية: هدفها تمويل الأنشطة الفلاحية وما يرتبط بها.
 - قروض عقارية: هدفها تمويل الأنشطة ذات العلاقة بالعقارات من مباني، أراضي وإقامة المنشآت الكبرى.
 - قروض شخصية: هي تلك المقدمة للأشخاص لسد النقص في احتياجاتهم المختلفة، وكذلك المقدمة لأصحاب الحرف البسيطة.

¹ Ammour Benhalima, OP.Cit, P. 55.

² شاكر القزويني، مرجع سابق، ص. 93.

³ عبد الحق بوعتروس، مرجع سابق، ص. 39.

• من حيث الضمان: هناك نوعين أساسيين:

– قروض غير مكفولة بضمان معين: الأصل أن البنك لا يقدم قروضا بدون ضمان، لكنه قد يلجأ إلى تقديم هذا النوع من القروض في بعض الحالات كأن يكون عميله من النوع الذي تقتض باسمرار منه، ولذلك فهو يكون على اطلاع وعلى علم بمركزه المالي وبإمكاناته وقدراته المالية على التسديد، لذلك يقوم البنك بفتح اعتماد لعميله لتمكينه من السحب متى يشاء من البنك من خلال مدة ومبلغ متفق عليهما.

– قروض مكفولة بضمان: يمنح هذا النوع من القروض يعد تقديم طلب القرض ضمان معين، وهذه الضمانات إما أموالا وإما أموالا منقولة أو غير منقولة يستطيع المصرف قانونيا التصرف بها في حال تعذر السداد من قبل المقترض، ومن هذه الضمانات: ضمانات نقدية، عقارية، ضمانات رهن أوراق مالية كالأسهم والسندات، ضمانات رهن بضائع، رهن السيارات والآليات، ضمان حجم المستحقات كالرواتب والأجور، كما يمكن أن تكون ضمانات شخصية مثل كفالة المتعاملين المعروفين جيدا للبنك والذين يتمتعون بالسمعة الجيدة والمراكز المالية المليئة والقوية وذوي الخبرة الكبيرة في مجال النشاطات التي يمارسونها¹.

• من حيث المدة أو الدورة: حسب هذا المعيار، يمكن التمييز بين نوعين أساسيين:

– قروض الاستثمار (التجهيز): هي القروض الموجهة لتمويل الأصول الثابتة في المؤسسة أو تمويل استثماراتها، الشيء الذي يتطلب وجود هذه الأموال لمدة قد تكون طويلة، لذا فالقروض المتوسطة والطويلة الأجل هي التي تتجاوب وهذا النوع من التمويل، فالبنوك قد تمنح قروضا طويلة المدى تتراوح مدتها بين سبع وعشرين سنة، كما يمكن أن تكون القروض لمدة متوسطة تتراوح بين سنتين وسبع سنوات لتمويل الاستثمارات الحقيقية حيث مدة تسديد القرض تناسب مدة اهتلاك التجهيزات (الاستثمارات)، فالبنوك التجارية مهما كان نوعها بإمكانها أن تمنح هذا النوع من القروض تحت شروط معينة.

– قروض الاستغلال (التسيير) أو القروض القصيرة الأجل: هي تلك القروض الموجهة لتمويل الجانب الاستغلالي في المؤسسة والتي عادة ما تكون لمدة قصيرة لا تتجاوز السنتين أو بالأحرى تتراوح بين الشهر والسنتين كحد أقصى، وتتوقف البنوك عن تقديم هذه

¹ جميل سالم الزيدانين، مرجع سابق، ص. 49-50.

التسهيلات إذا وجدت أية معلومات تشير إلى تعثر المتعامل وهنا يتم تعديل اتفاقية القرض أو إلغاؤها نهائياً¹. وهذا النوع من القروض له عدة صور:

✓ **خصم الأوراق التجارية:** يحق للعميل استيفاء قيمة الورقة التجارية من البنك قبل حلول ميعاد استحقاقها، على أن يحل البنك محل العميل في انتظار ميعاد الاستحقاق، ليحصل العميل على المبلغ المستحق في الورقة التجارية. ففي عملية الخصم يقوم البنك بتحمل أجل الدين وتحصيل قيمة الورقة التجارية من المدين عند حلول أجلها، إذن يمكن القول أن البنك التجاري يقوم بشراء الدين الثابت بالورقة التجارية بمبلغ أقل من المبلغ الثابت فيها بعد أن يظهرها لمصلحته ويصبح البنك هو المستفيد، ويتحدد سعر الخصم بواسطة البنك التجاري بصورة مستقلة وليس في صورة اتفاق بين البنك والعميل². كما يستطيع البنك التجاري إذا احتاج إلى سيولة جاهزة أن يلجأ إلى البنك المركزي طالبا منه إعادة خصم الورقة التجارية، فيقوم هذا الأخير بخصم الورقة التجارية على أساس سعر الفائدة، يسمى سعر إعادة الخصم.

✓ **اعتمادات الصندوق:** تسمى بهذا الاسم لارتباطها بالصندوق، والهدف منها تزويد صندوق العميل وتلبية احتياجاته الآنية من السيولة، واعتمادات الصندوق هي تلك التي يقدم البنك بموجبها أو يتعهد بتقديم الأموال لمعامله مقابل وعد بالوفاء في الموعد مع دفع فائدة، ولهذا النوع من القروض عدة أشكال، نذكر منها:

- **تسهيلات الصندوق:** عبارة عن قروض مغطاة (تسهيلات مصرفية) تمنحها البنوك لمعاملها بغية إعطائهم مرونة أكبر في نشاطهم، والناجمة عن تأخر الإيرادات عن النفقات أو المدفوعات، ومن أهم هذه التسهيلات ما يلي³:

- **التوطين:** إن توطين الورقة التجارية بمعنى تحديد اسم البنك ورقم حساب يجري منه وفيه تسديد قيمتها.

¹ جميل سالم الزيدانين، مرجع سابق، ص. 45.

² سوزي عدلي ناشد، مقدمة في الاقتصاد النقدي والمصرفي، (منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2005)، ص. 216.

³ شاكر القزويني، مرجع سابق، ص. 98.

- **المكشوف:** عبارة عن قرض بنكي يمنح للعميل الذي يسجل نقصا في الخزينة ناجم عن عدم كفاية رأس المال العامل¹، ويتجسد ماديا في إمكانية ترك حساب المتعاملين لدينا في حدود مبلغ معين ولفترة أطول نسبيا قد تصل إلى سنة، وعلى الرغم من وجود تشابه بين تسهيلات الصندوق والمكشوف، إلا أنه هناك اختلافات جوهرية بينهما خاصة في مدة القرض وطبيعة التمويل.

الجدول رقم (1): أوجه التشابه والاختلاف بين تسهيل الصندوق والمكشوف

المكشوف	تسهيل الصندوق
- إمكانية ترك الحساب لدينا في حدود مبلغ معين ولفترة طويلة قد تصل إلى السنة. - المكشوف عبارة عن تمويل حقيقي لنشاطات يقوم بها الزبون (تمويل نشاط المؤسسة).	- السماح للزبون بأن يكون حسابه لدينا وذلك في حدود مبلغ معين ومدة معينة لا تتجاوز عدة أيام من الشهر. - مجرد قرض بنكي يمنح لعدة أيام من أجل مواجهة عدم التوافق في الخزينة.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:- طاهر لطرش، تقنيات البنوك، (ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4، 2004)، ص.59-60.

- **اعتمادات الموسم:** وهو تسليف على الحساب الجاري قد يمتد إلى 9 أشهر، وعادة ما يستخدم عندما تكون دورة النشاط (إنتاج أو بيع) موسمية².

- **اعتماد البريد الوارد:** وبموجبه يدفع البنك قيمة الصك في حالة عد كفاية رصيد الزبون، وهذا الأخير يوفر المبلغ خلال يوم أو يومين (على افتراض أن المبالغ ثابتة وتعيد رصيده إلى الوضع الموجب)³.

- **بطاقة الائتمان:** بطاقات شخصية تصدرها البنوك أو المنشآت المالية الدولية، وتمنحها لأشخاص لديهم حسابات جارية مصرفية، وقد تم التطرق لهذا النوع من البطاقات سابقا في المبحث الأول.

¹ Ammour Benhalima, OP.Cit, P. 62.

² عبد الحق بوعتروس، مرجع سابق، ص. 45.

³ شاكر القرزويني، مرجع سابق، ص. 98.

✓ **القرض بالالتزام أو التوقيع:** لا يتجسد هذا القرض في إعطاء أموال حقيقية من طرف البنك إلى الزبون إنما يتمثل في الضمان الذي يقدمه له لتمكينه من الحصول على أموال من جهة أخرى، أي أن البنك هنا لا يعطي نقودا ولكن يعطي ثقته فقط، ويكون مضطرا إلى إعطاء النقود إذا عجز الزبون عن الوفاء بالتزاماته، وفي مثل هذا النوع من القروض يمكن أن التمييز بين ثلاثة أشكال رئيسية وهي: الضمان الاحتياطي، الكفالة، القبول¹.

✓ **الاعتمادات المستندية:** مرتبطة بعمليات التجارة الخارجية (التصدير والاستيراد) وسوف يتم التطرق إليها من خلال الجزء الموالي.

ج- عمليات التجارة الخارجية: تلعب البنوك التجارية دورا كبيرا في مجال تمويل التجارة الخارجية، ومن أهم التقنيات المستخدمة في ذلك:

- **الاعتماد المستندي:** يعرف الاعتماد المستندي على أنه "تعهد كتابي صادر عن أحد البنوك بناء على طلب أحد عملائه المستوردين لصالح المصدر بأن يدفع قيمة البضائع المستوردة أو أن يقبل بقيمتها سحوبات، وذلك أن يسلم البنك أو مراسله مستندات شحن البضاعة إلى بلد المستورد وتنفيذ كافة شروط الاعتماد"².

- **التسليم المستندي:** إن هذه التقنية تشبه إلى حد كبير الاعتماد المستندي، ووجه الاختلاف بينهما يكمن في أن المستورد لا يقدم وثائق لبنكه بل يدفع مباشرة مبلغ الصفقة بشكل نقدي أو يكتب في ورقة تجارية ويقبلها عليه البنك³. إضافة إلى أن كل القواعد المتعلقة بالتحصيل المستندي تم نشرها من قبل الغرفة الدولية للتجارة سنة 1978⁴.

أما عن الصادات فإن من أهم التقنيات المستخدمة في مجالها نجد:

- **قرض المورد:** آلية من آليات التمويل على المدى المتوسط والطويل الأجل، وقرض المورد يعني قيام البنك بمنح قرض لتمويل صادراته، وهو ناشئ بالأساس عن المهلة التي يمنحها المصدر لفائدة المستورد للتسديد، وهذه المهلة هي: 18 شهرا للأجل القصير و7 سنوات للأجل المتوسط، وحتى عشر سنوات للأجل الطويل⁵.

¹ طاهر لطرش، مرجع سابق، ص. 67.

² خالد أمين عبد الله، **العمليات المصرفية**، (دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003)، ص. 211.

³ عبد الحق بوعتروس، مرجع سابق، ص. 84.

⁴ Michel jura, **Technique Financière International**, (Dunod, Paris, France, 2^{ème} Edition, 2003), P. 282.

⁵ Ammour Benhalima, OP.Cit, P. 105.

- **قرض المشتري:** هو قرض يمنح مباشرة من طرف مؤسسة مصرفية متواجدة ببلد المصدر للمشتري أو المستورد الأجنبي أو لبنكه وذلك من أجل تشجيع صادرات الدول المعنية، ويمنح قرض المشتري لفترة تتجاوز 18 شهرا، كما يلعب المصدر دور الوسيط في المفاوضات ما بين المستورد والبنوك المعنية بغرض إتمام عملية القرض هذه.

2. إصدار وإدارة وسائل الدفع

أ- **مفهوم وسائل الدفع:** يمكن اعتبار وسائل الدفع أداة وساطة مهمتها تسهيل التداول وتمكين إجراء الصفقات بسهولة، وهذا ينطبق بالأساس على النقود في شكلها المعاصر، وبصفة أقل- الأوراق التجارية- عندما تكون محل تداول بين فئة التجار، ومن جهة ثانية تمثل أدوات الدفع العاجل. وهذا الأمر ينطبق خاصة على النقود والشيكات بدرجة أقل. وأخيرا هي أدوات تمكن من نقل الإنفاق في الزمن، حيث أن امتلاكها يسمح للأفراد إما بإنفاقها حاليا أو انتظار فرص أفضل في المستقبل، وانطلاقا من هذا المبدأ فإن وسيلة الدفع إنما تمثل وسيلة قرض تسمح بتحويل قوة شرائية حاليا واسترجاعها مستقبلا¹.

ب- **أشكال وسائل الدفع:** في الحقيقة تأخذ وسائل الدفع أشكالا عديدة، وتحدد عادة الأنظمة النقدية ما هي الوسائل التي يمكن اعتبارها كوسيلة دفع.

- **الكمبيالة والسند لأمر:** عبارة عن أوراق تجارية تستخدم في الوفاء المؤجل وقد تسهل شيوع تلك الأوراق ما قرره القانون من ضمان للمستفيد (الحامل)، بحيث يحق له الرجوع إلى الحاملين السابقين في حالة عدم وفاء المدين الأصلي بقيمتها عند الاستحقاق، كما أن من أهم العوامل التي ساعدت على انتشارها كوسيلة للوفاء الآجل هو استعداد البنوك لشرائها من حاملها الأخير (عملية الخصم). والجدول التالي يوضح الاختلاف بين الكمبيالة والسند لأمر:

¹ طاهر لطرش، مرجع سابق، ص. 31.

الجدول رقم (2): الاختلاف بين الكمبيالة والسند لأمر

السند لأمر	الكمبيالة
1. فيه شخصان فقط: المتعهد والمستفيد.	1. فيها ثلاثة أشخاص: الساحب والمسحوب عليه والمستفيد.
2. هو تعهد بالدفع من قبل المتعهد.	2. هي أمر بالدفع معطى للساحب.
3. لا يحتاج لقبول لأنه نفسه تعهد بالدفع.	3. فيها قبول بالدفع يضاف إلى أمر الدفع، (ولا يلتزم المسحوب عليه بالأمر إلا إذا عرض عليه وقبله).
4. هو بالأصل ورقة مدنية لكنها تصبح تجارية (تخضع للقانون التجاري) إذا كان أحد طرفيها تاجرا أو إذا كان موضوعها عملية تجارية.	4. هي دائما ورقة تجارية.

المصدر: شاعر القزويني، محاضرات في اقتصاد البنوك، (ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000)، ص. 119.

- **سند إيداع البضاعة (سند الرهن):** سند الرهن صورة تجارية تسمح بالاقتراض من خلال رهن البضاعة، وتكون ملحقة بوصول إيداع البضاعة في المخازن العمومية¹، قد يحتاج صاحب السند إلى سيولة ويكون بإمكانه الاقتراض من تجار آخرين أو من البنوك في مقابل تقديم سند ملكية البضاعة كضمان، من أجل الحصول على السيولة. أما سند الصندوق فمن خلاله تقوم الهيئة المقرضة (تكون في الغالب بنكا) بإصدار وثيقة تعترف فيها بالدين، ومدة سند الصندوق لا يمكن أن تتجاوز في أقصى الحدود 12 شهرا، ويمكن لحامله قبل انقضاء هذه المدة أن يقدمه إلى البنك للخصم، وكمثال: السندات التجارية التي تصدرها البنوك التجارية.

- **الشيك:** هو من بين وسائل الدفع الأكثر انتشارا إلى جانب النقود الورقية، وهو عبارة عن سند بموجبه يمكن لشخص طبيعي أو معنوي يدعى الساحب إعطاء أمر لبنكه أو بريد الجزائر (له حساب فيه) بتسوية السلع والخدمات لشخص ثالث يسمى المستفيد، هذه المؤسسة (البنك أو البريد) تسمى المسحوب عليه².

يمكن اعتبار الشيك وسيلة دفع وسحب في نفس الوقت، وهو في حد ذاته لا يعتبر نقدا بل وسيلة لتحريك نقود الودائع أي الحسابات الجارية سواء بالزيادة أو النقصان.

¹ Ahmed Silem et Jean-Marie Albertini , OP.Cit, P. 676.

² Banque d'Algérie, Comité de Normalisation , OP.Cit, P. 19.

- **النقود:** وهي وسيلة الدفع الوحيدة التامة السيولة وهي الأكثر استعمالاً بين كل وسائل الدفع، بل أن كل هذه الوسائل تتحول في النهاية إلى نقود، هذه الأخيرة تصدر من طرف جهة معروفة ومنظمة هي النظام البنكي، ويمكن التفريق بين النقود القانونية التامة السيولة (معدنية وورقية) وتصدر من قبل البنك المركزي ونقود الودائع الصادرة عن البنوك التجارية.

- **البطاقة البنكية:** تعتبر البطاقة البنكية من بين وسائل الدفع إن لم نقل الأكثر أهمية، خاصة في ظل عصرة الخدمات المصرفية البنكية التي تعرفها الجزائر، وهي نوعين: بطاقة السحب وبطاقة الدفع.

في الحقيقة، كلما كانت وسائل الدفع المتاحة كثيرة كلما كان ذلك أمراً إيجابياً في النظام البنكي، هذا الأخير عليه بالإدارة الجيدة لهذه الوسائل كما ينبغي أن تكون من هناك محفزات لإدخال ثقافة استعمال هذه الوسائل وإقناع العملاء.

الفرع الثالث: عمليات مصرفية أخرى

1. عمليات الصرف (الصرف الأجنبي): إنه من الواضح أن مبادلة عملة بأخرى يقتضي وجود نسبة لمبادلة هذه العملة أو ثمن لهذه العملة مقومة بتلك ويسمى هذا الثمن سعر الصرف¹. وأهم عملية في هذا المجال تكمن في بيع وشراء العملات الأجنبية أو ما يعرف بالتعامل بالأرصدة الأجنبية.

أ- **التعاملات بالأرصدة الأجنبية على مستوى البنوك التجارية:** هناك أدوات مختلفة يتم التعامل فيها على مستوى البنوك التجارية باعتبارها عنصراً هاماً في أسواق العملات، ومن بين هذه الأدوات نذكر ما يلي²:

- **الحوالات الخارجية:** تعتبر أوامر دفع صادرة من البنك إلى مراسله بناء على طلب عملائه، يدفع بموجبها عملة أجنبية لقاء عملة محلية من خلال مراسليه أو أوامر يستلمها من مراسليه لحساب عملائه قصد دفع عملة محلية واستلام ما يقابلها من العملات الأجنبية.

¹ موسوعة عالم التجارة والأعمال - المصارف، العلاقات الاقتصادية والأسواق المالية-، (كرابيس للنشر)، ص. 125.

² عبد الحق بوعتروس، مرجع سابق، ص. 152-153.

- الشيكات المصرفية بالعملات الأجنبية: إن تعامل البنوك بالشيكات يترتب عليها استلام وتسليم عملات أجنبية ومحلية للمستفيد أو لحامله.

- شيكات المسافرين أو الشيكات السياحية: عبارة عن شيك أي أمر بالدفع لمبلغ معين بعملة قابلة للتحويل يصدره بنك معروف أو منشأة مالية معروفة، والمستفيد منه هو حامله المعرف بتوقيعه، ويسمى هذا الشيك سياحيا لأن القصد من إصداره هو أن يصرف خارج البلاد، وينبغي ملاحظة أن الحصول على الشيكات السياحية من بنك ما بمناسبة السفر لا يعني وجوب حيازة حساب بنكي، فهي مجرد "عملة أجنبية بشكل شيك" يشتريها المواطن قبل سفره بعملة محلية، والشيك يصدر بأرقام مدورة وهو قابل للصرف في معظم البنوك، وفي بعض المخازن الكبرى والفنادق¹.

- أوراق النقد الأجنبي: عادة ما تتعامل البنوك في شراء وبيع العملات سواء مقابل عملات محلية أو عملات أجنبية، والفارق بين السعيرين يمثل عمولة البنك وربحه.

- الودائع بالعملة الأجنبية: تتعامل البنوك التجارية بالعملات الصعبة عن طريق عمليات الإيداع لديها سواء في شكل ودائع تحت الطلب أو ودائع لأجل.

- الاعتمادات الشخصية (بالعملة الصعبة): الاعتماد الشخصي هو عبارة عن خطاب يوجهه البنك المحلي إلى مراسله في الخارج يطلب بموجبه دفع أية مبالغ نقدية بعملة تلك الدولة لحامل هذا الخطاب وذلك ضمن سقف محدد مدة زمنية محددة، وكل ذلك لقاء عملة محلية كانت قد استلمت أو سوف تسلم من قبل العميل بالعملة المحلية.

2. عمليات الذهب والعملات الأجنبية: إن نسبة الذهب في غطاء العملة أصبحت قليلة في عصرنا هذا، الذي غدا فيه الإصدار النقدي مستقلا عن المخزون الذهبي، وبالعكس عن ذلك فإن نسبة العملات الأجنبية في الغطاء النقدي هي النسبة الكبيرة، ونقصد العملات الأجنبية القوية أو الصعبة القابلة للتحويل والمقبولة في المبادلات الدولية². إضافة إلى أن رصيد البلد من العملات الأجنبية معرض للنمو والضمور، فعندما يستورد البلد أكثر مما يصدر فإن المستوردين المحليين

¹ شاكر القزويني، مرجع سابق، ص. 133.

² المرجع السابق، ص. 28.

يقدمون للبنوك نقودا قصد الحصول على العملة الصعبة من أجل الوفاء بالتزاماتهم، وبالعكس عندما يكون البلد مصدرا أكثر منه مستوردا، إذ تأتي عندئذ العملات الأجنبية بوفرة¹.

3. عمليات البنوك على الأوراق المالية: إن الأوراق المالية تشكل موضوع تعامل البنوك سواء لحسابها الخاص وفي هذه الحالة تدعى إدارة المحفظة المالية الخاصة بالبنك، أو لحساب عملائها وذلك من خلال²:

- شراء وبيع الأوراق المالية من أسهم وسندات لحساب العملاء مع البنك وبناء على طلبهم.

- حفظ الأوراق المالية لحساب العملاء وإدارتها لحسابهم كذلك وبأمر منهم، حيث يقوم البنك في هذه الحالة بتحصيل فوائدها الدورية أو أرباحها لصالح العملاء، وهذا العمل يعبر عنه بتسيير وإدارة المحفظة.

- التسليف على الأوراق المالية، حيث يقبل البنك أصولا مالية كضمانات لقاء قروض معينة.

- عمليات الاكتتاب في الأوراق المالية لأول مرة، فالشركات عند قيامها بإصدار أوراق مالية جديدة بغية زيادة رأسمالها قد تطرح أوراقا مالية للاكتتاب وذلك عن طريق البنوك.

- كما يمكن للبنك أن يستثمر أمواله في البورصة عن طريق شرائه لأوراق مالية أو بيعه لها. أما إذا كانت عملية شراء وبيع هذه الأوراق لحساب عملائه، فهنا البنك يلعب دور الوسيط في البورصة لتنفيذ أوامر معينة.

المطلب الثالث: أهداف وأنواع المصارف التجارية

من الملاحظ أن البنوك التجارية تقوم بتقديم خدمات مصرفية لجميع العملاء دون تمييز، فهي لا تقتصر على خدمة قطاع معين من العملاء دون الآخر، وهي تسعى إلى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية على درجة كبيرة من الأهمية.

¹ شاكر القزويني، مرجع سابق، ص. 130.

² عبد الحق بوعتروس، مرجع سابق، ص. 175.

الفرع الأول: الأهداف الرئيسية للبنوك التجارية

1. الربحية: باعتبار البنوك مشروعات رأسمالية، فإن هدفها الأساسي تحقيق وتعظيم الربح بأقل مستوى ممكن من التكاليف، فمقدرة البنك التجاري على تحقيق الأرباح يتعلق أساساً بحجم الإيرادات المحققة، وكلما زادت إيرادات البنك كلما ترتب عن ذلك زيادة في أرباحه وكلما قلت إيراداته كلما توجه نحو الإغلاق والإفلاس. وهناك ثلاث نسب مالية مهمة تعتبر من مؤشرات الربحية للمصارف التجارية¹.

- نسبة الأرباح بعد طرح ضريبة الدخل إلى رأس المال (المدفوع زائد الاحتياطي) ودون إضافة احتياطات الديون المعدومة وخسائر السندات.
- نسبة صافي الأرباح إلى مجموع الموجودات.
- نسبة مجموع التكاليف إلى مجموع الموجودات (الغرض معرفة ما تكلفه إدارة الدينار الواحد من الموجودات المصرفية).

أما استعمالات الأرباح المصرفية، فتم وفق جدول من الأسبقيات وعلى النحو التالي²:

- رصيد الاحتياطات لمواجهة الخسائر.
- تدعيم رأس المال لجذب الودائع والحفاظ على الثقة المستمرة لدى العملاء.
- دفع الأرباح على المساهمين (أو حصة الدولة من الأرباح إن كان المصرف تابعاً للقطاع العام).

2. السيولة: سيولة أي أصل من الأصول تعني مدى سهولة تحويله إلى نقد بأقصى سرعة ممكنة وبأقل خسارة، أما السيولة في المصارف فتعني قدرة البنك على الوفاء بالتزاماته المتمثلة في القدرة على مجابهة طلبات سحب المودعين، ومقابلة طلبات الائتمان، ويفرض على البنوك التجارية الاحتفاظ بنسبة سيولة تمكنها من الوفاء بالتزاماتها في أي لحظة، ويمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من السيولة³:

¹ شاكر القزويني، مرجع سابق، ص. 36.

² المرجع السابق.

³ عبد الحق بوعتروس، مرجع سابق، ص. 13.

- السيولة الجاهزة أو الحاضرة: والتي تتكون من الأرصدة النقدية الموجودة تحت تصرف البنك أي في الخزينة، أو في حسابه لدى البنك المركزي، أو مودعة لدى البنوك الأخرى في شكل حسابات جارية.

- السيولة شبه النقدية أو شبه السائلة: تشمل جملة من الأصول يمكن تحويلها إلى سيولة بسرعة، منها: الحوالات المخصومة، سندات الخزينة والأوراق التجارية المخصومة والتي يمكن إعادة خصمها لدى البنك المركزي.

3. الأمان: تختلف التشريعات في تحديد الحد الأدنى لرأسمال البنك التجاري بما يحقق الأمان لمجموع المودعين فيه، وفي كل الحالات على البنك التجاري أن لا يحقق حجما من الخسائر تتعدى رأسماله، لأن ذلك يعني في الواقع اهتلاك جزء من أموال المودعين لتغطية حجم الخسارة، وبالتالي تسعى البنوك التجارية إلى توفير أكبر قدر ممكن للأمان للمودعين من خلال تجنب المشروعات ذات المخاطرة العالية.

من خلال هذه الأهداف الرئيسية للبنوك التجارية، يبدو وجود تعارض واضح بين الأهداف الثلاثة، وهي بمثابة مشكلة للإدارة المصرفية، فعلي سبيل المثال يمكن للبنك التجاري تحقيق درجة سيولة عالية من خلال احتفاظه بنقدية كبيرة داخل خزائنه، إلا أن ذلك يؤثر سلبا على درجة ربحية البنك، فالنقدية الراكدة داخل الخزينة لا تولد عائد في الوقت الذي يكون فيه البنك مطالب بسداد فوائد على الأموال المودعة.

الفرع الثاني: أنواع البنوك التجارية

يمكن تقسيم البنوك التجارية إلى عدة أنواع:

1. البنوك الفردية: يقصد بالبنوك الفردية تلك البنوك التجارية التي ليس لها فروع وعادة ما تتصف هذه البنوك بصغر حجمها واقتصار نشاطها على توظيف الموارد المالية في أصول عالية السيولة، مثل الأوراق المالية والتجارية المخصومة، وغيرها من الأصول القابلة للتحويل النقدي خلال فترة زمنية قصيرة وبدون خسائر رأسمالية كبيرة، وتعتمد تلك البنوك في نشاطها المصرفي على وجود علاقات شخصية قوية تربط مسؤوليها بالعملاء¹.

¹ طارق طه، مرجع سابق، ص. 164-165.

2. **البنوك ذات الفروع:** وهي تلك المصارف التي تمتلك عددا من الفروع المنتشرة في مناطق جغرافية متفرقة، وتدار من خلال مركز رئيسي بواسطة مجلس إدارة واحد، ويدير كل فرع من الفروع مدير يعمل بموجب الصلاحيات المخولة له من المركز، كما تشترك الفروع سوية مع المركز الرئيسي في إدارة الاحتياطيات، القروض، الاستثمارات والعمليات المصرفية الأخرى. ويحقق المصرف ذات الفروع المتعددة عددا من المزايا¹:

- تجميع الموارد من مناطق جغرافية متعددة وتوجيهها نحو غرض استثماري متعدد.

- التقليل من المخاطر نتيجة التوزيع الجغرافي للقروض والاستثمارات.

- يعتبر تأسيس الفرع سهل من تأسيس مصرف مستقل لوجود إجراءات إدارية وقانونية

أكثر تعقيدا خاصة في الحصول على الاعتماد.

- يحقق قدرة تنافسية أكبر مقارنة بالمصرف ذو الفرع الواحد.

3. **بنوك السلاسل:** نشأت بنوك السلاسل مع نمو حجم المصارف التجارية وتعود ملكية سلسلة البنوك لشخص طبيعي واحد أو عدة أشخاص طبيعيين، وليس بيد شركة قابضة، وهي موجودة بكثرة في الولايات المتحدة وذات حجم أعمال كبير، وهي عبارة عن بنوك منفصلة عن بعضها إداريا مع وجود تنسيق من قبل الإدارة². وتحقق بنوك السلاسل العديد من المزايا التي تتمتع بها بنوك المجموعة.

4. **بنوك المجموعة:** تشتمل بنوك المجموعة على عدد من البنوك المملوكة من قبل شركة قابضة، وقد تكون هذه البنوك فردية أو ذات فروع، ويحتفظ كل بنك برغم وجود الشركة القابضة بمجلس إدارته ومديره العام، إذ أن امتلاك مجموعة بنوك من قبل شركة قابضة يؤدي إلى تقليل الفوارق في نوعية وكفاءة الخدمات المصرفية المقدمة وكذلك تماثل الخدمات المصرفية في المناطق الجغرافية المختلفة³.

5. **البنوك الإلكترونية:** تمثل البنوك الإلكترونية احتياجات ومتطلبات المجتمع اللانقدي أو اللاورقي والذي يعتمد على حمل وتناول النقود، بل يستخدم الخدمات المصرفية الإلكترونية

¹ ياسين الطيب، مرجع سابق، ص. 51.

² المرجع السابق.

³ رضا صاحب أبو حمد، مرجع سابق، ص. 25.

كخدمات آلات الصرف الآلي وبطاقات الائتمان المصرفي، وهو ما أصبح يطلق عليه حالياً النقود الإلكترونية تمييزاً له عن النقود الورقية، ويستخدم تعبير أو اصطلاح البنوك الإلكترونية أو بنوك الانترنت كتعبير متطور وشامل للمفاهيم التي ظهرت مع مطلع التسعينيات من القرن الماضي، كمفهوم الخدمات المالية عن بعد أو البنوك الإلكترونية عن بعد، أو البنك المتزلي أو البنك على الخط أو الخدمات المالية الذاتية.

خلاصة الفصل:

بهذا العرض، يمكن القول أن النقود الإلكترونية على العموم تتمثل في صورتين: أولتها البطاقات سابقة الدفع والمعدة للاستخدام في أغراض متعددة، وتسمى بطاقات مختزنة القيمة أو محفظة النقود الإلكترونية وهو الشكل الأكثر شيوعا، وثانيها آليات الدفع التي تمكن من إجراء مدفوعات من خلال شبكات الحاسب الآلي المفتوحة خاصة الانترنت، ويطلق عليها نقود الشبكة أو النقود السائلة الرقمية .

وفي ما يخص البنوك التجارية، فقد أشارت الدلائل العملية إلى تنوع العمليات والأنشطة التي تقوم بها كنتيجة للتحويلات الجذرية التي يعيشها الاقتصاد العالمي بصفة عامة والاقتصاد الوطني بصفة خاصة .

تفصيل هذه الأنشطة وإبراز دور التكنولوجيا في تطبيقها والرفع من فعاليتها هو موضوع الفصلين المتبقين.

الفصل الثاني:

أنشطة ووظائف البنوك

الفصل الثاني: أنشطة ووظائف البنوك

مقدمة الفصل:

ترتبط أنشطة البنوك بالأهداف ارتباطا وثيقا، وبالتالي فإن تعدد الأهداف التي تسعى أي منظمة إلى تحقيقها قد يؤدي إلى تعدد وتنوع أنشطتها، ومن واقع العرض السابق لمختلف العمليات المصرفية التي تقدمها البنوك التجارية - كما ورد في الفصل الأول-، يمكن القول بأن أنشطة ووظائف البنك الحديث تتصف بالتعدد والتنوع.

ولمعالجة هذا الفصل تم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث، حيث يتناول المبحث الأول البيئة المصرفية وتوجهاتها المعاصرة، إذ اقترنت التطورات المصرفية الحديثة بعدد من الاتجاهات، أما المبحث الثاني فقد تضمن تفصيلا لأنشطة البنوك المختلفة (إدارية، مالية، محاسبية، قانونية،...)، وقد تم تخصيص المبحث الثالث لتفصيل النشاط التسويقي، وهذا لغرض معرفة العديد من المفاهيم كالخدمة المصرفية، مزيج الخدمات المصرفية، جودة الخدمة المصرفية، رضا العملاء ووفائهم...، باعتبار أن النشاط التسويقي يعتبر أحد أهم مجالات الدراسة في إدارة البنوك، والذي يعتبر متأثرا إلى حد بعيد بتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

المبحث الأول:

البيئة المصرفية وتوجهاتها المعاصرة

قبل الخوض في الأنشطة والوظائف المؤداة من قبل البنوك، نتحدث في هذا المبحث عن البيئة التي تعمل فيها البنوك التجارية (البيئة الخاصة والبيئة العامة) وذلك في المطلب الأول. أما المطلب الثاني فقد تضمن أهم التوجهات المعاصرة للبيئة المصرفية التي تعتبر من المواضيع الهامة التي طرحت نفسها بقوة في المجال المصرفي.

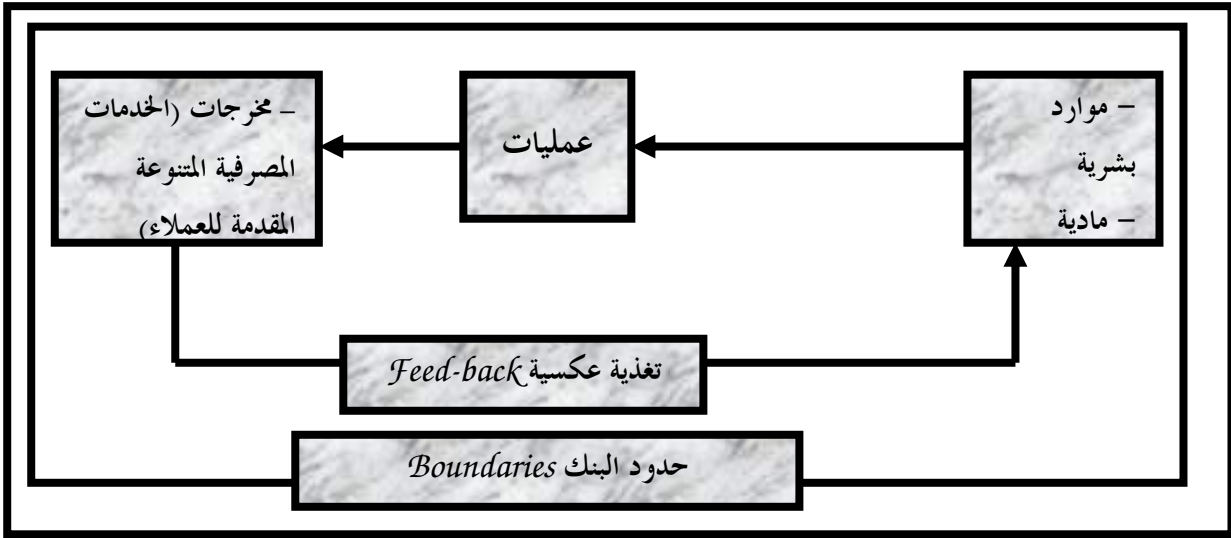
المطلب الأول: طبيعة وأهمية البيئة المصرفية

إن البنك كمنظمة يعتبر نظاما مفتوحا يتصف بالحركية، بمعنى أنه يتعامل ويتفاعل بصفة مستمرة مع البيئة التي يعمل بها، حيث يستمد منها مجمل الموارد في صورة مدخلات وفي المقابل يقدم لها خدمات مصرفية في صورة مخرجات.

الفرع الأول: مفهوم البيئة المصرفية

تشير البيئة المصرفية إلى كافة الكيانات والمتغيرات التي تقع خارج البنك وتؤثر على أدائه ولا تخضع نسبيا لسيطرته. بمعنى أن البيئة هي كافة القوى التي تقع خارج حدود البنك، وبالرغم من أن معظم تلك القوى غير خاضعة لسيطرة البنك، إلا أن الإدارة العليا للبنك لا يمكن أن تتجاهلها لتأثيرها عليه، أما حدود البنك فهي الخط الافتراضي الذي يضم داخله مكونات البنك، ويفصله عن البيئة المحيطة به، مثلما يوضحه الشكل الموالي:

الشكل رقم (02): البنك وبيئته



المصدر: طارق طه، إدارة البنوك ونظم المعلومات المصرفية، (الخرمين للكمبيوتر، الإسكندرية، ج م ع، 2000)، ص. 93.

من خلال الشكل، البنك يقبل مدخلات *Inputs* تتمثل في الموارد المتاحة للبنك، وهي الموارد البشرية (الأفراد العاملون)، المعلوماتية (نظم المعلومات المصرفية المختلفة المستخدمة في عمليات اتخاذ القرار المصرفي)، المادية (آلات، معدات، أثاث،...) والمالية (أموال)، ويقوم باستخدامها في أنشطته المختلفة، وهو ما يعرف بالعملية التحويلية، وذلك بغرض تقديم مخرجات *Outputs* تتمثل في الخدمات المصرفية.

الفرع الثاني: البيئة الخاصة والبيئة العامة للبنوك

يمكن تصنيف البيئة المصرفية إلى نوعين أساسيين:

1. البيئة الخاصة: تتمثل في الكيانات التي لها تأثير مباشر على البنك، وباعتبار أن البيئة الخاصة تضم أحد الكيانات التي لها تأثير بالغ على البنك وهي المنافسون فقد أطلق عليها بعض الاقتصاديين البيئة التنافسية *Competitive Environment* باعتبار البنك ومنافسيه يتصارعون حول الفوز أو التعامل مع بقية الكيانات الأخرى المكونة للبيئة الخاصة، مثل: العملاء¹.

وفيما يلي أهم عناصر هذه البيئة بإيجاز:

¹ طارق طه، مرجع سابق، ص. 65.

- **العملاء :** يعد العملاء وفقا للمفهوم التسويقي الحديث أساس وجود أي بنك، ويسعى هذا الأخير لإشباع احتياجات عملائه، وبالتالي تحقيق الأرباح التي تمكنه من الاستمرار في نشاطه.
- **المنافسون :** ويقصد بهم جميع المنظمات الأخرى التي تقدم نفس الخدمات المصرفية أو خدمات مشابهة لما يقدمه البنك، وتواجه البنوك شكلين من المنافسة¹:
 - **المنافسة المصرفية (المباشرة) :** وهي المنافسة التي تدور بين البنوك وبعضها، ومن الملاحظة أن هذه المنافسة بجانب التدخلات الحكومية تحد كثيرا من المرونة المتاحة للبنوك وخاصة في مجال رفع الرسوم. لذا فإن البعض يرى بأن المنافسة بين البنوك هي في الأساس منافسة غير سعرية تدور حول جودة وتمائز الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.
 - **المنافسة غير المصرفية (غير المباشرة) :** وهي المنافسة القائمة بين البنوك والمؤسسات المالية الأخرى التي تقدم خدمات مشابهة للخدمات المصرفية، حيث تجذب تلك المؤسسات جزءا من مدخرات العملاء كان من الممكن أن توجه إلى القطاع المصرفي.
- **الموردون :** عادة ما يبحث البنك في كيفية توفير تدفق ثابت ومستقر للمواد الموردة إليه (أجهزة الحاسوب، مستلزمات مكتبية، الأفراد العاملون، الموارد المالية والمعلوماتية)، وبأسعار مناسبة لأن أي اختلال في معدلات التوريد من شأنه تهديد استمرارية النشاط المصرفي، كما أن الارتفاع في تكلفة التوريد تعني في المقابل انخفاض هامش الربح المحقق.
- **الحكومة :** حيث تخضع البنوك للعديد من القواعد والإجراءات والتشريعات التي تؤثر في أنشطتها، مثل: شروط منح القروض، التشريعات المختلفة بالاحتياطي القانوني ونسبته و كيفية تحديد أسعار الفائدة،...
- **الجماهير :** يقصد بهم مجموعات الجماهير التي لها صلة بالبنك، وتمارس عليه ضغوطا مختلفة، أو لها تأثير على سياسات وأداء البنك، لذا يطلق عليها جماعات الضغط *Pressure Groups* أو الالتفاف *Lobbying*، ومن أمثلة تلك الجماعات كبار حملة الأسهم.

¹ طارق طه، مرجع سابق، ص.101.

ويمكن تصنيف الجماهير من حيث التأثير الذي تمارسه على البنوك إلى ثلاثة

مجموعات رئيسية¹:

- جماهير بينها وبين البنك اهتمام مشترك نظرا لوجود مصالح مشتركة: مثل: المساهمون الحاليون في البنك أو المحتملون، البنوك المقرضة للبنك والمتعاملون في أسهم البنك في سوق الأوراق المالية.
- جماهير تهتم بالبنك: وهذا الأخير لا يرغب أو لا يرحب كثيرا بهذا الاهتمام، مثل بعض الجهات الحكومية كمصلحة الضرائب.

- جماهير قد لا تهتم بالبنك، بينما يهتم بها: مثل: وسائل الإعلام والصحف، فالبنوك تهتم بأن تنشر عنها الصحف أخبارا لتحسين صورتها لدى العملاء كنوع من الدعاية والإشهار لها.
2. البيئة العامة للبنك: تتشكل من جميع الكيانات التي تقع خارج البنك، وتؤثر بصورة غير مباشرة على أنشطته، وتمثل في²:

أ- الظروف الاقتصادية *Economic Conditions*: إن القوة الاقتصادية للبنك هي القوة الدافعة على الحركة، وتشمل بدورها ثلاثة أبعاد هي³:

- حجم أعماله التي يعكسها الرقم الإجمالي للأعمال في ميزانيته.
- حجم قدرته على التوظيف الفعال لكافة موارده وإمكانياته.
- قدرته على النمو والتوسع والانتشار المتوازن في ظل الظروف المتغيرة فالظروف الاقتصادية تلعب دورا هاما في تحديد الكثير من القرارات التي تقع مسؤولية اتخاذها على مدير البنك، فهي تؤثر على أنشطة البنوك (النشاط التسويقي مثلا)، ويعتبر الدخل الفردي أحد العوامل التي يجب عليه أن يأخذها في الحسبان عند تقريره الكثير من السياسات التسعيرية⁴.

ب- الظروف السياسية *Political Conditions*: وتشمل درجة الاستقرار السياسي الذي تتمتع به الدولة التي يعمل البنك داخلها والتوجهات التي تتبناها القيادة السياسية (الحكومة).

¹ أسامة محمد الفولي ومحمد شهاب محمود، مرجع سابق، ص. 106.

² المرجع سابق، ص. 107.

³ محسن أحمد الخضير، الديون المتعثرة - الظاهرة، الأسباب والعلاج-، (إيتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، ج م ع، 1997)، ص. 12.

⁴ قدور بن نافلة ورايح عرابة، التسويق البنكي وقدرته على إكساب البنوك التجارية الجزائرية ميزة تنافسية، ورقة عمل مقدمة ضمن المنتدى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية - واقع وتحديات -، جامعة الشلف، يومي 14 و15 ديسمبر 2004، ص. 510.

ج- الظروف الثقافية والاجتماعية *Socio-Cultural Conditions*: ينبغي على البنوك أن تأخذ في الحسبان العوامل الثقافية والاجتماعية، والتي يمكن أن توجه نشاطها التسويقي وتؤثر فيه، فعلى الرغم من اقتناع البنوك بأن هناك عملاء جدد ينبغي الوصول إليهم، إلا أن الكثير منها تجد نفسها في حالة من التحفظ وعدم الاستجابة السريعة، لكثير من مطالب العملاء ذوي المستوى التعليمي المنخفض، وكذلك اختلاف عاداتهم وقيمهم، أنماط سلوكهم واتجاهاتهم الفكرية وغيرها.

د- الظروف التقنية (التكنولوجية) *Technological Conditions*: أصبحت التكنولوجيا من أهم العوامل المؤثرة على مزيج الخدمات المصرفية، وقد برزت أهمية هذا التغير في السنوات الأخيرة بعد تطبيق أحدث نظم وأساليب التكنولوجيا الحديثة في العمل المصرفي، سواء في إدخال أحدث الحاسبات الإلكترونية، أو في استخدام نظم التعامل الآلي، إلى التحويلات المالية الإلكترونية، ومن ثم فإنه من الضروري معرفة مدى تطبيق الفن التكنولوجي بالنسبة للنشاط المصرفي، أي معرفة ما إذا كانت التكنولوجيا تتغير باستمرار أو بشكل دوري، أو تميل إلى الثبات والاستقرار النسبي بالنسبة للنشاط المصرفي¹.

المطلب الثاني: أهم التوجهات المعاصرة للبيئة المصرفية

إن البيئة المصرفية التي تعمل في ظلها البنوك على اختلاف أنواعها قد اتسمت بعدد من التوجهات التي شهدتها الاقتصاد العالمي، والتي أدت إلى فرض ضغوط متزايد على البنوك الوطنية، نظرا للمنافسة التي فرضتها البنوك العالمية واستحواذها على نصيب متزايد من الأسواق المحلية.

الفرع الأول: النزعة نحو التدويل أو العولمة

1. التدويل : يقصد بالتدويل تزايد التعاون بين الدول والمؤسسات المصرفية المختلفة المتواجدة بتلك الدول في المجال المصرفي والمالي، والدليل على ذلك الزيادة المعتبرة في تواجد البنوك خارج أسواقها المحلية، ويلاحظ أن التدويل له ثلاثة آثار هامة، تتمثل فيما يلي²:

-زيادة عدد البنوك والمؤسسات المالية الأجنبية العاملة في الأسواق المصرفية المحلية.

-تزايد أصول البنوك الأجنبية العاملة في الأسواق المصرفية المحلية.

¹ محسن احمد الخضيري، التسويق المصرفي، (إيتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، ج م ع، 1999)، ص. 256.

² محمد زيدان، الآثار المتوقعة من انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة على الجهاز المصرفي، (مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، العدد 3، 2004)، ص. 132.

-زيادة أهمية الأصول والالتزامات الأجنبية في البنوك المحلية.

2. العولمة المالية : العولمة المالية هي الناتج الأساسي لعمليات التحرير المالي، والتحول إلى ما يسمى بالاندماج المالي، مما أدى إلى تكامل وارتباط الأسواق المالية المحلية بالعالم الخارجي، من خلال إلغاء القيود على حركة رؤوس الأموال، ومن ثم أخذت تندفق عبر الحدود إلى الأسواق العالمية¹. ويبدو بوضوح أن العولمة المالية قد سيطرت على هذا المحيط الجديد وأصبحت تحدد ملامحه ارتكازا على ثلاثة مبادئ رئيسية (قاعدة "3D"^{*})، وهي: عدم الفصل بين أقسام أسواق رأس المال، تقلص دور الوساطة في التمويل وزوال القيود التنظيمية.

وهناك عدد من التدايعيات المختلفة لظاهرة العولمة على البنوك وهي²:

- **الخدمات المصرفية الدولية :** تقوم معظم البنوك حاليا بتقديم الخدمات المصرفية الدولية أو ما يعرف بالخدمات عبر الحدود، والتي تعني قيام بنك في دولة بتوفير خدمات مصرفية متنوعة إلى عملاء له مقيمين في دولة أخرى.
- **عولمة آلات الصرف:** تقوم غالبية البنوك العالمية بربط آلات الصرف بشبكة الآلات العالمية لتقديم الخدمات المصرفية الدولية باستخدام الأقمار الصناعية كوسائط لاتصال، بحيث يمكن لأي عميل في الخارج أن يتعامل مع تلك الآلات في الدول المتواجدة بها، سواء خصما أو إيداعا في حسابه الجاري لدى البنك المحلي.
- **تزايد البنوك متعددة الجنسيات:** أدت ظاهرة العولمة المالية إلى تزايد البنوك الكبرى متعددة الجنسيات والتي نتجت عن طريق ظاهرة الاندماج في محاولة للوقوف أمام المنافسة الكبيرة من جهة، ولاحتكار الأسواق المصرفية من جهة ثانية.
- **تبني البنوك للمعايير العالمية:** أصبحت البنوك مطالبة بتبني المعايير العالمية في خدماتها المصرفية من خلال الجودة وفي نط تعاملاتها مع العملاء، وهذا ما يعني ضرورة قيام البنوك المحلية بأقصى الجهود لتحسين منتجاتها ونتائجها.

¹ عبد الحميد عبد المطلب ، العولمة واقتصاديات البنوك، (الدار الجامعية، الإسكندرية، ج م ع، 2001)، ص. 33.

^{*} La Règle des Trois D : Décloisonnement, Désintermédiation, Déréglementation.

² محمد زيدان، مرجع سابق، ص. 132.

الفرع الثاني: إعادة هيكلة صناعة الخدمات المصرفية

1. ظهور الابتكارات المالية: لمواجهة التحديات التي أفرزتها التطورات العالمية في مجال الصناعة المصرفية، والتي كان أبرزها احتدام المنافسة بين البنوك الكبيرة، لجأت هذه الأخيرة إلى التوسع في استخدام المبتكرات المالية، أو ما يطلق عليها باسم المشتقات *Derivatives*¹، ومن أهمها: العقود الآجلة، العقود المستقبلية، عقود الخيارات وعقود المبادلات، ويرجع سبب لجوء المؤسسات المالية والبنوك إلى استخدام هذه الأدوات المالية الجديدة إلى²:

- تنمية مصادر غير تقليدية للإيرادات، ولا سيما بعد الضغوط الشديدة التي تعرضت لها الإيرادات من العمليات المصرفية التقليدية، والتي كانت تعتمد على الفائدة والعمولات.

- استخدام هذه الأدوات ذاتها كوسائل للتغطية لتخفيف المخاطر العديدة التي تواجهها البنوك، مثل: مخاطر أسعار الفائدة وأسعار الصرف، ومخاطر المضاربة، فضلا عن المخاطر النظامية. ومن اللافت للنظر، هو أن أثر العولمة على الجهاز المصرفي في مجال إعادة هيكلة صناعة الخدمات المصرفية قد امتد بشكل غير مباشر إلى المؤسسات شبه المصرفية كمنافس قوي للبنوك التجارية في مجالات تقديم الخدمات التمويلية، وخصوصا في مجال الوساطة المالية³.

2. التحور *Institutionalisation*: ويقصد به تحور بعض المؤسسات التي من المفترض أنها لا تعمل في مجال قبول الودائع إلى نمط يشبه البنوك نتيجة تزايد الأموال المودعة لديها بسبب الاستقطاعات أو الادخار، ومن أمثلة تلك المؤسسات المتحورة: هيئات التأمين الاجتماعية، المعاشات، صناديق التوفير وغيرها.

الفرع الثالث: الحوسبة، الأنترنت والابتكارية

1. الاستعانة بالحاسبات الآلية: يقصد بالحوسبة الاتجاه المتنامي من البنوك نحو الاستعانة بما يسمى بالكمبيوتر، الذي يتكون من وحدات مادية هي الأجهزة وغير مادية هي البرامج، إضافة إلى نظم

¹ لمزيد من المعلومات حول المشتقات المالية، أنظر:

- صالح مفتاح، العولمة المالية، (مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، جوان 2002)، ص. 220.

- عبد النافع الزرري وغازي فرح، الأسواق المالية، (دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2000)، ص. 50.

² محمد زيدان، مرجع سابق، ص. 133.

³ آسيا مرايط، العولمة وآثارها الاقتصادية على الجهاز المصرفي، ورقة عمل مقدمة ضمن ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي - واقع وتحديات -، جامعة الشلف، يومي 14 و15 ديسمبر 2004، ص. 240.

المعلومات *System Information* القائمة على تلك الحاسبات في مختلف أوجه أنشطة البنوك خاصة في ظل تنوع وتعقد تلك الأنشطة وظروف عدم التأكد التي تعمل في ظلها.

2. الإنترنت: كل يوم تكتسب المعاملات المصرفية عبر الإنترنت أهمية أكبر إذ تزايد عدد البنوك التي أنشأت مواقع على شبكة الإنترنت يمكن لعملائها عن طريقها الاطلاع على كل ما يتعلق بالبنك وأنشطته المختلفة، أنواع الخدمات المصرفية التي يقدمها وكذا الخدمات الجديدة أو المبتكرة المقترح إضافتها، الاستفسار عن أرصدة حساباتهم وأسعار الفائدة وأسعار الصرف...

ولقد طرأ على الأعمال المصرفية عبر شبكة الإنترنت تغيرات مثيرة خلال السنوات العشر الماضية، حيث تبدلت من الشكل المعلوماتي إلى الشكل العملياتي، ومن البيئة التقليدية إلى البيئة الإلكترونية التي تأثرت بشكل كبير بالميادين المختلفة للخدمات المصرفية، خصوصا نموذج وشكل التفاعل مع الخدمة وإدارتها ومجالات تطبيقها¹.

3. الابتكارية: إن الخدمات المصرفية لم تعد تقتصر فقط على عمليات الإقراض والإيداع، حيث تشير الدلائل العملية إلى تنوع الخدمات التي تقوم بها البنوك في الوقت الحالي، هذا وقد يكون الابتكار في شكل منتجات جديدة أو أساليب جديدة، وهذان الشكلان قد يكونان مكملين لبعضهما البعض. وفي هذا السياق فإن ابتكار الخدمة المصرفية قد يكون بمثابة إجراء عملية تغيير أو تعديل أو تبديل في الخصائص والمميزات للخدمة المصرفية المقدمة إلى السوق². كما يعتبر الابتكار والتجديد لب عملية التخطيط في البنك، لأن الجديد هو فكرة غير متوقعة يبحث عنها الزبون تحقق له منافع جديدة وتجعله يتمسك بهذا البنك دون الآخر³.

وبالتالي، الابتكار على مستوى البنوك هو العملية التي يتم من خلالها تحويل آراء وأفكار جديدة إلى تطبيقات فعلية وعملية، في إطار إنتاج خدمات مصرفية متميزة في السوق المصرفية.

¹ رعد حسن الصرن، أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الإنترنت وجودة الخدمة المصرفية - دراسة نظرية-، (مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد 8، 2005)، ص. 31.

² محمد زيدان، مرجع سابق، ص. 137.

³ كريمة رنجي، تسويق الخدمات المصرفية، ورقة عمل مقدمة ضمن ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي - الواقع والتحديات-، جامعة الشلف، يومي 14 و15 ديسمبر 2004، ص. 364.

الفرع الرابع: الشمولية، التخصصة والاندماجية

1. التحول إلى البنوك الشاملة : إن الشمولية هي إحدى مظاهر التطورات المصرفية التي ظهرت في أوروبا، وتعرف البنوك الشاملة على أنها: "بنوك تمارس كل الأنشطة المصرفية الممكنة، وتوسع سلوكها نفسه إلى أنشطة أخرى غير مصرفية (على سبيل المثال التأمين)"¹.
ويمكن تعريفها أيضا بأنها: "بنوك غير متخصصة في نشاط معين بالذات، بل إنها تؤدي العمليات المصرفية التقليدية (قبول الودائع، منح الائتمان) والخدمات المصرفية، بالإضافة إلى العمليات خارج بنود الموازنة والتي يتحقق منها دخل، وتعمل هذه البنوك محليا وعالميا"².
ويوضح الشكل الموالي مختلف الوظائف التي تقوم بإنجازها البنوك الشاملة:

الشكل رقم (3): وظائف البنوك الشاملة

	- خدمات بنوك التجزئة (الودائع، شهادات الإيداع، المدفوعات، القروض، بطاقات الائتمان...	
- التامين، السمسة، الاككتاب...		- خدمات الجملة (الأوراق المالية، خدمات المنشآت، خدمات الاستثمار...)
	- خدمات الاستثمار (صناديق الاستثمار، أمانة الاستثمار، الاستثمارات المالية...)	

المصدر: عبد الحميد عبد المطلب، البنوك الشاملة - عملياتها وإدارتها-، (الدار الجامعية، الإسكندرية، ج م ع، دون سنة نشر)، ص. 21.

2. الخصخصة *Privatisation*: خصوصية المصارف تعني قيام الدولة بتحويل ملكية المصارف جزئيا أو كليا إلى القطاع الخاص المحلي والأجنبي، بهدف تطوير قطاع الأعمال ونموه وإدارته من خلال

¹ Sophie Brana et Autres, *Economie Monétaire et Financière*, (Dunod, Paris, France, 2003), P. 110.

² رشدي وعبد الفتاح صالح، البنوك الشاملة وتطوير الجهاز المصرفي، (دار النهضة العربية، الإسكندرية، ج م ع، 2000)، ص. 60.

آليات السوق، وفتح أسواق جديدة محليا وخارجيا أمام الخدمات المقدمة¹. ويمكن تقسيم خصوصية البنوك إلى قسمين²:

-**الخصوصية الجزئية:** يقصد بها تخلي الدولة عن جزء من المصارف، وبالتالي عملية إدخال عناصر من القطاع الخاص إلى المصارف العمومية، والهدف من البيع الجزئي للمصارف العمومية هو سيطرة الدولة على الرقابة الجزئية والكلية لهذه المصارف.

-**الخصوصية الكلية:** بمعنى تحويل المصارف كليا إلى مصارف خاصة (محلية وأجنبية)، وتأتي أهمية خصوصية البنوك العامة في إطار تطوير الجهاز المصرفي وزيادة القدرة التنافسية لهذه البنوك في ضوء التحديات المعاصرة (تحرير تجارة الخدمات المالية، معايير كفاية رأس المال، التعامل في المشتقات وحمى الاندماج والدروس المستفادة من الأزمات المالية العالمية الأخيرة...).

كما تتيح خصوصية البنوك مرونة أكبر لإدارة البنك في اتخاذ القرارات المناسبة، وحسن توجيه واستخدام الموارد وفقا لأسس اقتصادية وفنية سليمة³.

وفي الأخير، فإن عملية تحويل ملكية المصارف العامة إلى القطاع الخاص تتطلب إجراءات تقييم أصول المصرف وخصومه من أجل أن يتم التنازل عنها بطرق وأساليب تحددها الدولة.

3. التجمع والاندماجية: يقصد بالاندماج بصفة عامة: "اتحاد مصالح بين شركتين أو أكثر، وقد يتم هذا الاتحاد في المصالح من خلال المزج الكامل بين شركتين أو أكثر لظهور كيان جديد أو قيام أحد الشركات بضم شركة أو أكثر إليها، كما قد يتم الاندماج بشكل كلي أو جزئي، أو سيطرة كلية أو جزئية أو قد يتم الاندماج بشكل إيرادي أو لا إيرادي"⁴.

إن الدمج المصرفي هو العملية المالية التي تؤدي إلى الاستحواذ على بنك أو أكثر بواسطة مؤسسة مصرفية أخرى، حيث يتخلى البنك المندمج عن اسمه وينضوي تحت اسم المؤسسة المصرفية التي قامت بعملية الدمج. ودوافع الاندماج كثيرة أهمها⁵:

¹ كمال رزيق وبوعلام رحمون، تقنيات وأساليب خصوصية المصارف، ورقة عمل مقدمة ضمن المنتدى الوطني حول المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة -منافسة، مخاطر وتقنيات-، جامعة جيجل، يومي 06 و07 جوان 2005، ص. 01.

² المرجع السابق .

³ طارق عبد العال حماد، اندماج وخصخصة البنوك، (الدار الجامعية، الإسكندرية، ج م ع ، 2003)، ص. 4.

⁴ المرجع السابق، ص. 5.

⁵ محمد زيدان، مرجع سابق، ص. 135.

- المحافظة على بقاء البنك.
- تحسين الخدمات المصرفية وبالتالي تحسين الربحية.
- زيادة القدرة التنافسية المحلية، الإقليمية والعالمية.
- رفع حجم المعاملات المصرفية وتوسيع السوق المصرفية.

المبحث الثاني:

أقطاب البنوك التجارية

إن التعدد والتنوع في الأنشطة والخدمات التي يقدمها البنك يكون في شكل إنشاء إدارات أو أقسام (مصالح) تقوم بإنجازها، وبالتالي فإننا نجد البنك الذي تنوع أنشطته وخدماته يزيد فيه عدد الإدارات والأقسام، فهو يختلف بناؤه وهيكله التنظيمي عن البنك محدود النشاط. وقد تم تحديد أنشطة البنك من خلال عدة أقطاب، وهي: القطب الإداري، قطب التطوير واللوجستيك، قطب المراقبة والإستراتيجية وفي الأخير قطب الفروع.

المطلب الأول: القطب الإداري

يحتل النشاط الإداري مكانة هامة في البنوك، حيث تلعب إدارة هذا الأخير دورا هاما في نجاحه والقيام بمهامه على أحسن وجه، وتوجيه مختلف الجهود نحو الاستغلال الأمثل للموارد، ومن هنا كان الاهتمام بدراسة هذه الوظيفة والعمل على ترفيتها من أبرز المسائل المطروحة لدى القائمين بأنشطة البنوك المختلفة.

الفرع الأول: تعريف الإدارة والهيكل التنظيمي للبنك

1. مفهوم الإدارة: إن الإدارة هي: "السبيل الأمثل لتحقيق الأهداف التي أقيمت من أجلها هذه المنظمات وذلك من خلال تحديد مراحل عملية الإنجاز ومعايير الأداء داخل المنظمة وتوفير نظام رقابي يضمن المرونة بين الواقع والأطر التخطيطية"¹.

¹ صالح بن نوار، فعالية التنظيم في المؤسسات الاقتصادية، (مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006)، ص.

وينظر إلى الإدارة بمعنى وظائف المدير المتمثلة في العملية الإدارية من تخطيط، تنظيم، توجيه ورقابة¹.

على غرار التعاريف العديدة التي أعطيت للإدارة، يمكن القول أنها عملية تنسيق جهود الأفراد والجماعات بغرض تحقيق أهداف البنك.

2. تعريف الهيكل التنظيمي للبنك: يقصد بالهيكل التنظيمي للبنك ذلك "الكيان أو الإطار الذي يعبر عن ترتيب أقسام أو أجزاء البنك وعلاقات السلطة السائدة بداخله، درجة التعقد والمركزية والرسمية التي يتصف بها، شبكة الاتصالات التي تربط أفراد وأقسامه ونمط تجميع أنشطته"². إن الهيكل التنظيمي ووفقا للتعريف المقترح يشير إلى الهيكل الرسمي للبنك أو التنظيم الرسمي، فالعلاقات هنا معروفة ومقننة بين العاملين بالبنك من أجل تحقيق شيء منتج تتضمنه الأهداف التنظيمية، كما يمكن التعبير عن هذا الهيكل بيانيا من خلال الخرائط التنظيمية.

الفرع الثاني: الوظائف الأساسية لإدارة المصرفية

تنطوي وظيفة الإدارة المصرفية على أربعة وظائف أساسية هي: التخطيط، التنظيم، التوجيه والرقابة. وتشكل في مجموعها ما يسمى بالعملية الإدارية المصرفية.

1. التخطيط: يعتبر التخطيط من أهم الوظائف الإدارية، فهو عملية تنظيمية توافقية بعيدة عن التلقائية والارتجالية، وبواسطتها تحدد الخطوات التي توصلنا إلى تحقيق الأهداف، وكل هذا وفق الإمكانيات المتاحة والقائمة³. كما يمكن اعتباره بأنه عملية الاستعداد لمواجهة المستقبل وما يحدث فيه من تغيرات قد تخل بالنشاط البنكي، كما أن التخطيط في البنك لا يجب أن يفهم على أساس أنه محتكر على كبار المسؤولين في الإدارة العليا، ولكن يجب على كل المستويات المشاركة ولو بنصيب معين في العملية التخطيطية (مثل وضع خطط متعلقة بالنشاط التسويقي البنكي).

2. التنظيم: تنظيم الأنشطة المصرفية هو عملية ترتيب وتنسيق الموارد البشرية، المعلوماتية والمادية المطلوبة لإنجاز مهام تحقق هدفا أو أهدافا عامة للبنك⁴. ويعني ذلك أن التنظيم يشمل عملية تحديد

¹ محمد عبد الفتاح الصيرفي، الإدارة الرائدة، (دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003)، ص. 197.

² طارق طه، مرجع سابق، ص. 229.

³ صالح بن نوار، مرجع سابق، ص. 47.

⁴ طارق طه، مرجع سبق ذكره، ص. 227.

المهام المطلوب أدائها والسلطة الواجب منحها لأداء تلك المهام والمسؤولية التي سيتم محاسبة العاملين على أساسها، تقسيم العمل والتجميع الإداري للمهام داخل وحدات البنك، نطاق الإدارة الواجب تطبيقه ودرجة المركزية أو اللامركزية المطلوبة في اتخاذ القرارات¹.

3. القيادة والإشراف: تلعب القيادة والوظائف الإشرافية الأخرى دورا هاما في مجال العمل الإداري المصرفي، إلى درجة أن مدى فعالية البنك في تحقيق أهدافه يتوقف إلى حد كبير على مدى توفر إطارات من المشرفين الأكفاء بالبنك، ذلك لأنهم يقومون بعملية أساسية داخل التنظيم كتوزيع العاملين وتوجيههم إلى طرق العمل المناسبة، وكذا التدخل في الوقت المناسب لتعديل سلوكهم وطرق أدائهم. وتختلف أدوات الإشراف وتعدد، فنجد من بينها الاجتماعات الإشرافية الجماعية أو الفردية، بالإضافة إلى استخدام الملاحظة المباشرة أثناء أداء العمل والتوجيه المباشر.

4. الرقابة: يهدف النشاط الرقابي إلى متابعة العاملين للتأكد من أنهم يقومون بإنجاز الأعمال وفقا للمواصفات أو التعليمات الصادرة إليهم، فالرقابة وسيلة للتأكد من أن البنك يسير نحو تحقيق أهدافه المسطرة بكفاءة وفعالية، وتختلف أساليب الرقابة تبعا لعدة متغيرات من أهمها: طبيعة النشاط الذي تمارسه الأقسام داخل التنظيم، وأيضا حجم البنك ودرجة التشتت الجغرافي لفروعه، يضاف إلى ذلك أسلوب التنظيم الإداري الذي يتبعه البنك.

المطلب الثاني: قطب التطوير واللوجستيك

الفرع الأول: خلية التطوير

الوظيفة الأساسية لهذا القطب هو العمل على زيادة نشاط البنك، وذلك بالحرص على احترام القواعد المتعلقة بمهنة المصرفي، وبالخصوص مفهوم الخطر، وتدرج تحت هذا القطب مجموعة من الوظائف²:

1. وظيفة التوزيع: هذه الوظيفة موجهة للزبون، فالتوزيع يتضمن توصيل الخدمات المصرفية إلى العملاء في المكان والوقت المناسبين وبالجودة المطلوبة، ولقد تغيرت النظرة إلى نشاط التوزيع ولم

¹ محمد عبد الفتاح الصيرفي، مرجع سابق. ص. 227.

² Aissa Hidoussi, **Organisation et Métier de la Banque**, (IFID, Tunisie. 2006), P. 13-17.

يعد أداة تسويقية فحسب وإنما إستراتيجية تمكن البنك من تحقيق سلسلة قيمة تجعله يكتسب ميزة تنافسية¹. في ظل المنافسة المحتدمة التي تواجهها البنوك.

تشمل هذه الوظيفة المصلحة التجارية ومصلحة شبكة التوزيع.

أ- **المصلحة التجارية:** تقع بين وظيفة التسويق والشبكة كما تجسد الأعمال التجارية للتسويق (الإستراتيجية أو التشغيلية)، مهمتها الأساسية تتمثل في قيادة وتنشيط النشاط التسويقي انطلاقاً من توجيه العمل التسويقي للوكالات، وتقوم كذلك بـ:

- تحديد بالاتفاق مع مديرية الوكالات الأهداف التجارية التي ينبغي أن تحققها الوكالات والوسائل الضرورية لذلك.

- المتابعة الدورية لمدى تحقق الأهداف.

- دعم الوكالات ومساعدتها في احتياجاتها التجارية.

- المشاركة في التكوين التجاري ميدانياً للأطراف الفاعلة التجارية.

ومن أجل أداء أحسن لمهامها فإن المصلحة التجارية تعتمد على الوسائل التالية:

● **الأفراد:** المكلفون بالقيام بالعمليات التجارية المحددة من خلال الوظائف الإستراتيجية، ومن أجل فعالية أكثر لهؤلاء الأفراد لا بد لهم من تأطير وتكوين.

● **التكنولوجيا:** تسمح التكنولوجيا بتعميق الصلة والتقرب من الزبائن كما تساعد على اتخاذ القرار.

● **صورة البنك:** الوظيفة التجارية تعمل على تحسين صورة البنك من خلال تقديمها لخدمات جيدة إضافة إلى هيكلتها الوكالات وشبائيكها بغية زيادة الإنتاجية وتحسين جودة الخدمة، ليظهر البنك كمؤسسة مالية تقدم الخدمات العامة وليس كمؤسسة فردية تهدف إلى الربح فقط².

ب- **مصلحة شبكة التوزيع:** تعتبر هذه القناة مفتاح النشاط البنكي ومرد وديته، ووظائفها الأساسية هي:

¹ Monique Zollinger et Eric Lamarque, **Marketing et Strategie de la Banque**, (Dunod, Paris, France, 2004), P. 240.

² خالد أمين عبد الله، مرجع سابق، ص. 44.

- تطوير شهرة محل البنك من خلال جلب زبائن جدد (الزيادة في رقم الأعمال وعدد المنتجات الموجهة إلى الزبائن).
- الحرص على التحسين النوعي لمجموع الخدمات المصرفية المقدمة.
- الاستجابة بكل مهنية لطلبات واستعلامات الزبائن.
- التقديم وبسرعة ودون خطأ للخدمات المصرفية الكلاسيكية (دفع، خصم، تحصيل،...).
- المشاركة في إدارة خدمات ما بعد البيع للمنتجات المباعة.
- المشاركة في إدارة المخاطر الناجمة عن عمليات دراسة منح القرض وقرار منحه ومتابعة تحصيل هذه الالتزامات.

2. وظيفة الالتزامات: تضم هذه الوظيفة ثلاث مصالح وتموقع في مركز تطوير البنك لأن الالتزامات تشكل الجوهر الأساسي للمنتج البنكي.

أ- مصلحة الاستقبال ودراسة ملفات القروض: من المراحل الضرورية الأولى لوظيفة الالتزام ومن مهامها:

- ضمان تركيبة ملفات القروض مع صحة المعلومات المقدمة من طرف الزبائن.
- وضع ملفات القروض لدى لجنة القرض بالبنك.
- ضمان منح القروض من خلال إنشاء عقود منح القروض بموجب الضمانات المقدمة.
- الإعلام الدوري للمديرية العامة بتطور التزامات الزبائن تجاه البنك.

ب- مصلحة التسيير والمتابعة: يأتي هذا النشاط بعد إبداء الموافقة على منح التسهيلات.

ج- مصلحة التحصيل: تتدخل في حالة عدم سداد القرض وذلك عند حلول تاريخ الاستحقاق.

3. وظيفة أسواق رأس المال: مهمتها القيام بالعمليات المالية كالتوظيف، التغطية والمضاربة لحساب البنك أو لحساب الزبون بالاعتماد على الأدوات النقدية والمالية المتعلقة بكل سوق، وتختلف هذه العمليات* حسب طبيعة السوق (السوق النقدي بالعملة المحلية والأجنبية، سوق الصرف الفوري والآجل)، والأنشطة المتعلقة بهذه الوظيفة تتمثل في:

* لمزيد من المعلومات حول الحالات العملية للمعاملات الخارجية، انظر:

- أحمد محمود عمارة، البنوك التجارية من الناحية العملية، (دار النهضة العربية، القاهرة، ج م ع، 2000)، ص. 52-59.

أ- عمليات لحساب الزبائن : سواء كانوا طالبين أو عارضين لرؤوس الأموال، كما يقوم البنك محل الزبائن في شراء الأسهم، السندات، العملات الأجنبية وإدارة المحافظ الاستثمارية لهم.

ب- عمليات لحساب البنك : عندما يكون البنك في حاجة إلى توظيفات مالية أو تغطية لبعض المخاطر فإنه يسعى إلى التسيير الأمثل لخزينته من خلال قيامه بعمليات المضاربة، التوظيف والتغطية.

هذه العمليات تتطلب معرفة واسعة ودراية عميقة بقواعد المالية الدولية وتقنياتها، كما تتضمن هذه المعرفة على وجه الخصوص التحكم في ميكانيزمات الصرف وتطورات الأسواق المالية الدولية والاتجاهات العامة لهذه التطورات¹. كذلك ضرورة هيكلة وتنظيم مجمل المكاتب الأمامية والخلفية.

- المكاتب الأمامية : مهما كان نوع العملية (عمليات متعلقة بالزبون أو بالبنك)، المكاتب الأمامية تتكفل بقبول الأوامر عن طريق الهاتف والفاكس وتنفيذها بسرعة مع الأخذ بعين الاعتبار للتقلبات في مختلف الأسواق الوطنية والدولية، وتنفيذ هذه الأوامر من قبل المكاتب الأمامية يتم من خلال عمليات الربط بأنظمة المعلومات الخارجية.

- المكاتب الخلفية : بالنظر لأهمية المبالغ المتداولة في الأسواق المالية والمخاطر الناجمة عنها، فإنه كان من الضروري تعويض المكاتب الأمامية بإنشاء مكاتب خلفية وفق صرامة تنظيمية مكلفة بتسجيل ومراقبة العمليات وضمان المعالجة الآلية والحاسبية للعمليات التي تقوم بها المكاتب الأمامية.

4. الوظيفة الدولية: من خلال هذه الوظيفة، يمكن للعميل القيام بعملياته الخارجية كعمليات التجارة الخارجية وتحويلات الأموال، وذلك بالاعتماد على الشبكة المشتركة (المراسلون الأجانب) بين البنوك المراسلة والبنوك المحلية. ولدى اتفاق البنكين المحلي والمراسل على شروط التعامل، يتبادل البنكين الوثائق الخاصة بضبط التعامل الذي قد ينشأ بينهما، وتسمى هذه الوثائق بوثائق ضبط التعامل مع البنوك المراسلة *Control Document*، حيث تتكون هذه الأخيرة من²:

- أسماء ونماذج توقيعات الموظفين المفوضين بالتوقيع عن كل من البنكين.

¹ طاهر لطرش، مرجع سابق، ص. 93.

² ماهر كنعن شكري، العمليات المصرفية الخارجية، (دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004)، ص. 29.

- الرموز البرقية المعتمدة.

- المفاتيح السرية.

- مفاتيح نظام سويفت.

تسمى كذلك هذه الوظيفة بوظيفة العلاقات الخارجية المشرفة على نشاط البنك الخارجي¹.
أ- التجارة الخارجية: العمليات التي تتم من خلالها تتمثل في عمليات التصدير والاستيراد، وتسمى كذلك طرق تمويل التجارة الخارجية (التمويل قصير، متوسط وطويل الأجل للتجارة الخارجية)، والعمل على تسوية هذه العمليات بالاعتماد على مختلف الوسائل مثل: القرض المستندي، الاعتماد المستندي،... مع المراقبة والمتابعة لهذه العمليات.

ب- العلاقات الدولية: وظيفتها حماية علاقة الشراكة مع مختلف المراسلين من خلال:

- تمثيل البنك في مختلف المفاوضات المتعلقة بإتمام اتفاقيات القروض وأخرى مع البلدان الخارجية.

- إدارة وترويج العلاقة مع المراسلين الأجانب.

- معالجة مختلف الشكاوي للمراسلين الأجانب.

- تنظيم لقاءات الأعمال والمشاركة في المعارض الدولية.

- مساعدة المؤسسات في المناقصات الدولية.

الفرع الثاني: الوظيفة اللوجيستية

هذه الوظيفة (القطب) يتم من خلالها تسيير التدفقات المادية *Flux Physique* وتدفقات المعلومات *Flux d'Information*². وهذا يعني أن القطب اللوجيستكي يزود الأقطاب الأخرى للمؤسسة البنكية بالوسائل الموافقة للسير الحسن.

1. وظيفة نظام المعلومات: يعرف نظام المعلومات على أنه: "مجموعة أو مجمل الوسائل البشرية والمادية والإجراءات التي تقوم بجمع واسترجاع وتخزين وتوزيع المعلومات لتدعيم اتخاذ القرارات في المنظمات"¹.

¹ خالد أمين عبد الله، مرجع سابق، ص. 44.

² Gilles Bressy et Christian Konkuyt, *Economie d'Entreprise*, (Daloz, Paris, France, 7^{ème} Edition 2004), P. 196.

ويمكن لوظيفة نظام المعلومات أن تساعد على²:

- مساعدة المديرين على تحليل محيط البنك (بنوك منافسة، ظروف وأوضاع اقتصادية...).
- ضمان الوسائل الملائمة وبشكل دائم لمعالجة المعلومات التي يكون النشاط بحاجة إليها.
- اقتراح وضمان تشغيل الحلول التقنية التي تسمح بتسيير جيد للبنك.
- دعم العمل المصرفي ومتابعة تدفق المعالجات للتعاملات المصرفية داخل البنك، إضافة إلى تدعيم المستويات التنظيمية.
- تطوير وتصميم وتحديث النماذج والإجراءات الضرورية لسير مختلف الأنشطة البنكية، وكذا القيام بعمليات الرقابة والمتابعة.
- تستخدم المنظمات نظم المعلومات لتحسين كفاءة الأعمال من خلال ترتيب العملاء وحصرتهم، تطوير المنتجات وتقديم خدمات جديدة ومبتكرة معتمدة على المعلومات الإستراتيجية بشكل مستمر.

إذن، فإنه لتصميم واستخدام هذه الوظيفة بكفاءة، لا بد أولاً من فهم البيئة والهيكل التنظيمي ومختلف الأنشطة، بالإضافة إلى دور الإدارة في اتخاذ القرارات الإدارية، ثم يتم فحص ودراسة الإمكانيات والقدرات والفرص المقدمة من الإعلام الآلي لتقديم الحلول، وكذلك التنظيم بمختلف مكوناته (الأفراد، الهيكل، الإجراءات التشغيلية، السياسات والثقافية...).

2. وظيفة الإنتاج البنكي: إن المهمة الأساسية لهذه الوظيفة تتمثل في إدارة التدفقات *flux* المتولدة من خلال تسيير الأصول المالية للزبائن وأخذها بعين الاعتبار لتعدد الدعائم والتدفقات، وبالتالي يمكن أن نميز أربعة وظائف أساسية هي³:

أ- وظيفة إدارة الودائع والادخارات: مكلفة بتسيير مجمل الحسابات الجارية والودائع الادخارية للزبائن، وذلك معرفة العوامل التي يمكن أن تؤثر فيها، وضمان التأكد من صحة المعلومات خاصة

¹ Farid Yaici, **la mise à Jour des Systèmes d'Information dans le Domaine Bancaire et Financier: un Préalable au Développement des Institutions Aux Progrès en Matière d'Intermédiation Financière en Algérie**, P. 3.

[www.dst.cerist.dz/http/ Séminaire/ Communication/ Yaici. Pdf](http://www.dst.cerist.dz/Séminaire/Communication/Yaici.Pdf)

² راجع:

- حسن علي الزغبي، نظم المعلومات الإستراتيجية، (دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005)، ص. 25.

- Farid Yaici, OP.Cit. P. 3.

- Aissa Hidoussi, OP.Cit. P. 17.

³ Philippe Garsuault et Stéphane Priami, OP.Cit. P. 343.

عند فتح، تغيير، غلق الحسابات،... وأخذها بعين الاعتبار في نظام الإعلام الآلي إضافة إلى ضرورة الاطلاع على القوانين والتشريعات التي تنظم نشاط هذه الوظيفة.

ب- وظيفة إدارة الأوراق المالية: من خلال إدارة وتسيير الأوراق المالية للعملاء (بيع وشراء...)
ج- وظيفة نظام الدفع: تقوم بمعالجة مجمل تدفقات الدفع المادية وغير المادية (نقود قانونية، كتابية، نقد آلي)، هذه المصلحة مكلفة كذلك بإصدار مختلف وسائل الدفع التي تم تناولها في الفصل الأول، مع العمل على تسييرها وتحصيلها من خلال نظام الاتصالات عن بعد أو المقاصة الإلكترونية.

3. وظيفة الوسائل العامة: من مهامها ما يلي¹:

- تأمين احتياجات البنك من مختلف المشتريات من الوسائل المادية (التأثيث، البنايات) الضرورية لأنشطته وعمل فروع.
- إدارة الذمة المالية للبنك والسهر على صيانتها وحمايتها.
- ضمان أمن الأفراد، الأموال، الأثاث، المباني والإعلام الآلي.
- ضمان مسك محاسبة دقيقة لمجمل البنايات والأثاث من أجل تسهيل العمليات الجبائية.

4. الوظيفة القانونية، التحصيل والمنازعات: تختص بتحرير الإشعارات الإخطارات وكافة أنواع المراسلات القانونية فضلا عن دراسة مواقف البنك القانونية، فإذا كان طرفا في أحد المنازعات التي تترتب على ممارسة هذا النوع من الأنشطة مما يترتب عليه مسؤوليات معينة تجاه الغير كما هو الحال في التزاماته ومسؤولياته عن إصدار خطابات ضمان أو اعتمادات مستندية²، وكذلك من مهامها مراقبة ومتابعة إجراءات التحصيل ودراسة ومتابعة المؤسسات في حالة العسر، أو التي هي في حالة تصفية.

5. وظيفة الموارد البشرية: مصطلح الموارد البشرية قد أصبح أكثر استخداما في الوقت الراهن، ويشير إلى القوة التي يمتلكها الأفراد في إدارة البنك والذي يؤكد أن العنصر البشري هو مصدر أي طاقة فيه، وهو من أهم عناصر الإنتاج سواء أكانت آلات أو تكنولوجيا أو أموالا، ومن جهة ثانية فقد تجلت أهمية وظيفة الموارد البشرية اليوم من خلال الاختصاصات المتنوعة التي أسندت إلى هذه

¹Philippe Garsuault et Stéphane Priami, OP.Cit. P. 359.

² خالد أمين عبد الله، مرجع سابق، ص. 43.

الوظيفة، والتي تتمثل في تحليل العمل والاختيار والتعيين، تدريب الأفراد، الترقية، النقل وتصميم برامج الأجور والحوافز والاتصالات والمعلومات، كذلك تحسين ظروف العمل والعلاقات الاجتماعية¹.

المطلب الثالث: قطب المراقبة والإستراتيجية

يتمثل دور هذا القطب في التنبؤ بالتطورات الحاصلة أو المتعلقة بالمحيط البنكي، إضافة إلى تحديده للأهداف الأساسية طويلة الأمد للبنك مع تبني مجموعة من الأفعال وتخصيص الموارد الضرورية في سبيل تحقيق تلك الأهداف، هذه الأخيرة هي خطوات محددة على طريق تحقيق الرسالة الخاصة بالبنك.

الفرع الأول: وظيفة المراقبة

ويمارس النشاط الرقابي من خلال عدة مصالح هي²:

- 1. مصلحة التفتيش:** وتعرف كذلك بمصلحة التدقيق والتفتيش، حيث تختص بمراجعة العمليات مستنديا ومحاسبيا للتأكد من صحة التسجيل وسلامة التنفيذ ودقة الخطوات سواء من النواحي الإدارية أو الفنية وتطابق ذلك مع التعليمات المرسومة³.
- 2. مصلحة المراقبة الداخلية والإعلام الآلي:** هذه المصلحة مكلفة بتحليل فعالية نظم المنظمة وسير عمل البنك، بعبارة أخرى هي مكلفة بتدقيق إجراءات وأرقام (حسابات) مختلف أقسام البنك.
- 3. مصلحة مراقبة التسيير:** تسمح للمديرية العامة بقيادة نشاط البنك، وذلك اعتمادا على مختلف الوسائل والأدوات المتعلقة بالمراقبة والتنبؤ (لوحات القيادة، الميزانيات...)، وتحديد الأهداف والوسائل الضرورية لتحقيقها.
- 4. مصلحة مراقبة الخطر:** مكلفة بتحديد هوية وشكل الأخطار، مع العمل على إدارتها (خطر الجهة المقابلة، خطر سعر الصرف وسعر الفائدة، خطر السوق...)، وهي بالخصوص مكلفة بتقدير خطر الجهة المقابلة مع القيام بتخصيص المؤونات اللازمة، تسمى هذه المصلحة كذلك بمصلحة

¹ صالح بن نوار، مرجع سابق، ص. 42.

² Aissa Hidoussi, OP.Cit, P. 20.

³ خالد أمين عبد الله، مرجع سابق، ص. 43.

الاستعلامات والأخطار المصرفية، هذه الأخيرة تقوم بتحضير المعلومات الكافية عن جميع المتعاملين مع المصرف الذين لهم تسهيلات مباشرة أو غير مباشرة أو الذين يتوقع المصرف أن يتعاملوا معه ممن ليس لهم تسهيلات في الوقت الحاضر¹، ونظرا لتنوع تلك المخاطر وأهمية قياسها وإدارتها بأسلوب علمي فإنه لا يختلف اثنان على أهمية جهاز الاستعلامات بالبنوك، إذ أن النتائج التي تتضمنها تحرياته وتقاريره عن العملاء المرتقبين والحاليين وحتى المتوقفين عن السداد هي محور أداء البنك، فهو يمثل جهاز الإنذار المبكر لجهاز الائتمان².

5. مصلحة الدراسات المالية، الاقتصادية والإستراتيجية: تزود هذه المصلحة المديرية بالمعلومات حول مختلف التطورات الاقتصادية، فتقوم برسم السياسات الائتمانية بما يضمن للبنك أكبر عائد ممكن من الربح مع توفير أكبر قدر ممكن من الأمان، وإصدار النشرات المالية والاقتصادية الإحصائية عن النشاط المصرفي والوضع الاقتصادي في البلد ككل، كذلك متابعة التشريعات المالية والنقدية قصد تطبيقها من جهة وبيان أثرها على البنك من جهة أخرى³، كل هذه الأنشطة وغيرها تساعد البنك على وضع إستراتيجيته على المدى الطويل، وتمكن مختلف أقسام البنك من ممارسة وظائفهم في أحسن الظروف وخاصة قسم الالتزامات.

الفرع الثاني: الوظيفة المالية

يعتقد الكثيرون أن الإدارة المالية والمحاسبية يؤديان نفس الوظائف، وهذا الأمر غير صحيح. وبداية يمكن القول بأن هناك علاقة بين الوظيفتين، حيث توفر الوظيفة المحاسبية المدخلات الرئيسية للإدارة المالية، كما يلاحظ أن وظيفة المحاسبة تخضع للمراقب المالي الذي يتبع بدوره نائب الرئيس للتمويل⁴، ومن أهم المهام الوظيفة المالية ما يلي⁵:

- ضمان نجاعة المعلومات المحاسبية المتاحة ومدى احترامها للتعليمات القانونية.
- ضمان التوازن بين أصول وخصوم الميزانية.
- المساهمة في إعداد الإستراتيجية المالية للبنك.

¹ زياد رمضان ومحفوظ جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، (دار وائل، عمان، الأردن، 2003)، ص. 168.

² أحمد محمود عمارة، مرجع سابق، ص. 105.

³ خالد أمين عبد الله، مرجع سابق، ص. 45.

⁴ محمد صالح الخناوي وإبراهيم إسماعيل سلطان، الإدارة المالية والتمويل، (الدار الجامعية، الإسكندرية، ج م ع، 1999)، ص. 25.

⁵ Aissa Hidoussi, Op.Cit. P. 22.

- التنبؤ بكل التهديدات والفرص، والتي يمكن أن تؤثر على ربحية الميزانية العامة للبنك.

- ضمان السير اليومي للخزينة والمبادلات اليومية للبنك مع الخارج.

- المشاركة في القرارات الإستراتيجية والتجارية المتعلقة بأسعار الخدمات.

إن نشاط الوظيفة المالية مقترن بوظيفتي المحاسبة والخزينة:

1. مصلحة المحاسبة: مهمة مصلحة المحاسبة في البنك هي إنتاج أو إعداد التقارير المحاسبية، القانونية والتنظيمية (حسابات الاستغلال، حسابات النتائج، الميزانيات،..)، وتقوم هذه المصلحة بمسك الدفاتر المحاسبية النظامية مثل: سجل اليومية الرئيسي، دفتر الأستاذ والدفاتر الفرعية الأخرى مثل: سجلات المصارف والحسابات الخارجية،... كما تقوم بتطبيق جميع التعليمات المحاسبية الصادرة من الإدارة العامة¹.

2. مصلحة الخزينة (الصندوق): تضمن هذه المصلحة في كل لحظة الأموال الضرورية لسير العمل بالبنك، وتقوم هذه المصلحة بتلقي الأموال النقدية التي يودعها العملاء ودفع الأموال لهم بموجب شيكات أو أوامر دفع من حساباتهم أو حسابات أشخاص آخرين، تحفظ هذه النقود داخل الغرف المحصنة، ولغاية الدقة والضبط تتم عملية ضبط حركة الصندوق (الواردات، المدفوعات والرصيد) دورياً، يومياً، شهرياً وسنوياً².

الفرع الثالث: قطب الفروع le Pole Filiales

يجمع هذا القطب عدة نشاطات - لأسباب مالية، قانونية و ضريبية - يتم تسييرها خارج ميزانية البنك، هذه الأنشطة يمكن تجميعها في خمسة أنماط وهي: تسيير هيئات التوظيف الجماعي للقيم المنقولة، القرض الإيجاري، عقد تحويل الفاتورة، رأس مال المخاطر والبنك المقدم للخدمات التأمينية³.

1. تسيير هيئات التوظيف الجماعي للقيم المنقولة la Gestion d'O P C V M: تتكون هيئات

التوظيف الجماعي للقيم المنقولة من الهيئات التالية⁴:

- شركات الاستثمار ذات رأس المال المتغير (SICAV)

¹ زياد رمضان ومحفوظ جودة، مرجع سابق، ص. 169.

² المرجع السابق، ص. 127.

³ Philippe Garsault et Stéphane Priami, Op.Cit, P. 543 - 549.

* Les Organismes de Placement Collectifs en Valeurs Mobilières.

⁴ أحمد بوراس، أسواق رؤوس الأموال، (مطبوعات جامعة منتوري، قسنطينة، 2006)، ص. 153.

- الصناديق المشتركة للتوظيف (FCP)

وبالتالي، فإن تسيير هيئات التوظيف الجماعي هو نشاط فرعي من أجل السماح للفرع بامتلاك استقلالية تامة في التسيير بالنسبة للبنك وكذلك الاستقلالية المالية.

2. القرض الإيجاري (LEASING) *LE CREDIT BAIL*: ومن خلال هذا النشاط الذي يسمح بتمويل الاستثمارات للعون الاقتصادي، هذه الطريقة التمويلية تتمثل في وضع البنك لآلات، معدات أو أية أصول مالية أخرى بحوزة مؤسسة على سبيل الإيجار، ويلجأ هذا البنك إلى هذا النوع من القروض في حالة قصور على مستوى الموارد الذاتية المتاحة.

3. رأس مال المخاطر: فرع رأس مال المخاطر (SICAR) يسمح باستثمار رأس مال من طرف وسيط مالي في شركات أو في مشاريع متميزة ذات طاقة نمو كامنة وعالية، وهذا التعريف يتعلق في الواقع بمؤسسات ذات التكنولوجيا العالية، و المقصود عادة برأس مال المخاطر مفهومه الواسع، وهو كل رأس مال موظف في استثمارات مخاطرة (عمليات الإنشاء، التطوير أو عمليات التحويل وإعادة النهوض)¹.

4. عقد تحويل الفاتورة (FACTORING) *L'AFFACTURAGE*: تتطلب عملية تحويل عقد الفاكورينغ وجود ثلاث أطراف تنشأ في ما بينها علاقة تجارية والمتمثلة في²:

- الطرف الأول: هو التاجر أو الموزع للسلعة، وهو الطرف الذي يكون في حوزته حسابات أوراق القبض التي يبيعها للمؤسسة التمويلية المتخصصة.

- الطرف الثاني: هو عميل الطرف الأول، أي الشخص الذي اشترى السلعة من الطرف الأول ولم يدفع ثمنها فوراً، بل تعهد بتسديدها في أجل لاحق.

- الطرف الثالث: وهو عبارة عن مؤسسة مالية متخصصة، أو تلك الإدارة المتخصصة في البنك التجاري التي يعهد لها بهذا النشاط و تسمى "الفاكتور".

5. البنك المقدم للخدمات التأمينية *BANCASSURANCE*: ففي إطار تنوع نشاطات البنوك، هذه الأخيرة انفتحت على خدمات مثل التأمينات (تأمين على الحياة، تأمين على الممتلكات، ...).

¹ حسين رحيم، نحو تطوير الوساطة المالية في الجزائر، - نموذج مصرف المشاركة المخاطر -، ورقة عمل مقدمة ضمن الملتقى الوطني الأول حول المنظومة المصرفية في الثالثة - منافسة، مخاطر وتقنيات -، جامعة جيجل يومي 06 و 07 جوان 2005، ص. 04.

² أحمد بوراس، مرجع سابق، ص. 75.

المبحث الثالث: النشاط التسويقي

يعتبر التسويق المصرفي أحد مجالات الدراسة الهامة في إدارة البنوك، ولا يوجد بنك يمارس نشاطه بنجاح دون وجود هذه الوظيفة لديه، كون أن النشاط التسويقي يتصف بالحركية وعدم الثبات نتيجة لتسارع المتغيرات المحيطة به وتفاعلها، خاصة وأن الوظيفة التسويقية بصفة عامة تتفق على أن مناطها هو العميل، ويعود سبب الاهتمام المتزايد من قبل الأكاديميين والممارسين للتسويق المصرفي إلى¹:

- جانب خارجي : يتمثل في الانخفاض النسبي للإيرادات نتيجة لزيادة المنافسة بن البنوك بعضها البعض وبين المؤسسات المالية الأخرى.
- جانب داخلي : وهو إدراك البنوك للحاجة إلى نوعين من المزيج التسويقي، وهما ذلك الموجه للحصول على المواد الأولية في صورة ودائع ومدخرات، والآخر المصمم لتسويق الخدمات المصرفية للعملاء في شكل قروض وخدمات أخرى متنوعة.

المطلب الأول: الخدمات المصرفية

إن الخدمات المصرفية تنفرد ببعض الخصائص منها حساسيتها لبعض المتغيرات البيئية، بالإضافة إلى عدم الملموسية وعدم القابلية للخنز،...وتعكس هذه الخصائص أهمية الحاجة إلى تبني أسلوب معين للتقديم والعرض، وهو ما يجعلها تحتاج إلى جهود تسويقية متميزة، فما هو التسويق المصرفي؟

الفرع الأول: مفهوم التسويق والمزيج التسويقي المصرفي

1. التسويق المصرفي: يعرف التسويق المصرفي على أنه: "ذلك النشاط الذي ينطوي على تحديد أكثر الأسواق ربحية في الوقت الحاضر والمستقبل مع تقييم حاجات العملاء، فهو يتعلق بوضع الأهداف المؤسسة وإعداد تصميم الخطط اللازمة لتحقيق تلك الأهداف"².

¹ محمد زيدان، دور التسويق المصرفي في زيادة القدرة التنافسية للبنوك، (مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 2، 2003)، ص. 8.

² رابع عرابة وقدرور بن نافلة، مرجع سابق، ص. 508.

ويعرف كذلك على أنه: " مجموعة الأنشطة المتكاملة التي تجري في إطار إداري محدد، وتقوم على توجيه انسياب خدمات البنك بكفاءة وملائمة لتحقيق الإشباع للمتعاملين من خلال عملية مبادلة تحقق أهداف البنك، وذلك في حدود توجهات المجتمع"¹.

من التعريفين السابقين، يمكن القول أن التسويق المصرفي عبارة عن مجموعة من الأنشطة المتخصصة التي توجه إمكانيات وموارد البنك نحو تحقيق مستويات أعلى من الإشباع لحاجات ورغبات العميل بشكل مستمر، من خلال تقديم خدمات مصرفية للعميل في أحسن صورة بهدف إرضائه، ومن ثم الحصول على أقصى ربح.

2. مداخل تطبيق التسويق المصرفي: تنحصر هذه المداخل في أربعة، تفاضل البنوك فيما بينها²:

أ- المدخل الموجه بالخدمة المصرفية: تعمل الإدارة المصرفية وفقا لهذا المدخل على التعرف على مدى التطور في الحاجات والرغبات ومحاولة إنتاج ما يمكن لتلبية تلك الحاجات، وتعتبر قدرة البنك على المطابقة بين حاجات العملاء وما ينتجه من خدمات مصرفية محددًا استراتيجيًا لبقاء البنك واستمرار وجوده في السوق المصرفية من خلال تبني المسؤولين لبرامج فعالة لتطوير وابتكار خدمات مصرفية جديدة.

ب- المدخل الموجه بالبيع: يرى هذا المدخل أن المهمة الأساسية للبنك هي تحقيق أقصى حجم ممكن من المبيعات، وترى البنوك التي تستخدم هذا المدخل أن العملاء لن يقبلوا التعامل مع البنك وخدماته التي ينتجها إلا من خلال مجهود بيعي وترويجي كبيرين، وحتى تتحقق الفاعلية للجهد البيعية، يجب القيام بالعديد من الأنشطة التسويقية مثل: بحوث التسويق، اختيار قنوات التوزيع الملائمة، الترويج، تطوير الخدمة،...

ج- المدخل الموجه بالإنتاج: تهتم البنوك بتحسين وتطوير أساليب وطرق تأدية الخدمات المصرفية أكثر من الخدمات نفسها أو بيعها، أو حتى رغبات واحتياجات العملاء، ومن الطبيعي أن يتم إنتاج الخدمات المصرفية الجديدة أو تطوير الخدمات المصرفية الحالية باستخدام البنك الأساليب المتطورة لتحسين فاعلية العمل المصرفي، ويصبح أكثر استجابة لرغبات العميل.

¹ محمد زيدان، دور التسويق المصرفي في زيادة القدرة التنافسية للبنوك، مرجع سابق، ص. 8.

³ المرجع السابق، ص. 12-13. بتصرف.

د- المدخل الموجه بالعميل: يحتل العميل وفقا لهذا المدخل مكانة متميزة، حيث يعتبر رضاه عن الخدمة المصرفية المقدمة له والطريقة التي تؤدي بها هي الغاية التي تسعى البنوك المستخدمة لهذا المدخل لتأكيدھا من خلال الشعار الذي ترفعه إدارتها "بنوك موجهة لخدمة العملاء"، وذلك إشارة منهم لموقعها السوقي المتميز.

3. المزيج التسويقي المصرفي : يعرف المزيج التسويقي على أنه "عبارة عن مجموعة من العناصر التي تستطيع المنظمة من خلالها التأثير على رد فعل المستهلك اتجاه منتج ما، ومن الواضح أن المزيج التسويقي يتضمن مجموعة من الأنشطة المختلفة والمتكاملة والتي تمكن المنظمة من التأثير من خلالها على العميل (المستهلك)، ودفعه نحو شراء منتجات المنظمة المختلفة، وفي مجال الخدمات المصرفية فإن المزيج التسويقي لها، لا يختلف من حيث مكوناته وعناصره إلا في الجوانب التي تتصف بها الخدمات المصرفية عن السلع والخدمات الأخرى"¹.

وقد تعددت الآراء لدى الكثير من الباحثين والكتاب في مدى تشابه المزيج التسويقي للسلع مع المزيج التسويقي للخدمات من حيث العناصر الأساسية التي يتكون منها المزيج، وتقليديا فإن أكثر الباحثين والكتاب متفقون على أربعة مكونات أساسية للمزيج التسويقي، وهي:

- المنتج *Produit- Production*

- السعر *Prix- Price*

- التوزيع *Distribution -Place*

- الترويج *Communication -Promotion*

والتي تعرف اختصارا بـ: "Quatre-P"، ومع ذلك فإن هناك العديد من الباحثين يرون ضرورة توسيع وتطوير أنشطة وعناصر المزيج التسويقي للخدمات من خلال عمليات التطوير التي تصاحب تلك الخدمات، لذا أجرى كل من *Bitner and Booms* (1981) تعديلا وتكييفًا لعناصر المزيج التقليدي، وقاما بتوسيعها لتلائم طبيعة الخدمات المقدمة، من خلال إضافة ثلاثة عناصر جديدة "Tois P". تتمثل في¹:

¹ محمود حاسم الصميدعي ورودينة عثمان يوسف، مرجع سابق، ص. 254.

¹ Monique Zollinger et Eric Lamarque, OP.Cit, P. 33.

- المشاركون *Personal*: وذلك من خلال التركيز على دور العلاقات الإنسانية في مراحل إنتاج الخدمات*.

- الجانب المادي *Physical*: كون أن البيئة تشكل محور التفاعل بين موظفي البنك والعميل.

- آليات جمع الخدمة *Process Management*: بمعنى مجموع الإجراءات والميكانيزمات المؤدية إلى تقديم الخدمة المصرفية في ظروف ملائمة للعمل المصرفي.

الفرع الثاني: الخدمة المصرفية

إن مفهوم الخدمة المصرفية لا يختلف كثيرا عن مفهوم الخدمة بشكل عام، حيث أنها تمثل نشاطا أو عملا يحصل عليه المستفيد من خلال الموظفين أو التكنولوجيا، وأن مستوى الإشباع لهذا المستفيد يرتبط بمستوى أداء الأفراد والآلات.

1. تعريف المنتج المصرفي *Production Bancaire*: يعرف المنتج المصرفي على أنه: "مجموعة من الأنشطة والفعاليات المتنوعة والمتعددة تتضمن مجموعة من الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف لغرض تلبية رغبات وحاجات الزبائن"¹. وأن ما يميز هذا المنتج مايلي²:

- المادة الأولية هي النقود.
 - المادة الأولية هي نقود الزبائن (الأموال المودعة).
 - المشكل يكمن في إعادة التوزيع *Redistribution*.
 - بالنسبة للبنك هو منتج أما بالنسبة للزبون فهو خدمة.
- ويمكن القول أن الخدمة المصرفية كبقية الخدمات عبارة عن أنشطة أو منافع أو إشباعات يقدمها طرف (البائع) لطرف آخر (المشتري)، وهي بطبيعتها غير ملموسة ولا يترتب على بيعها نقل ملكية شيء وقد يرتبط أو لا يرتبط إنتاجها وتقديمها بمنتج مادي ملموس³.

* الخدمة المصرفية تتميز ببعدها الشخصي، وتتضمن كافة الأفراد المشاركين في تقديمها وتسهيل انسيابها للعميل.

¹ محمود حاسم الصميدعي ورودينة عثمان يوسف، مرجع سابق، ص. 261.

² Nadine Tournois, *Le Marketing Bancaire Face Aux Nouvelles Technologies*, (Masson, Paris, France, 1989), P. 70.

³ عبد القادر بريش ومحمد زيدان، جودة الخدمة المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، ورقة عمل مقدمة ضمن الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة - منافسة، مخاطر وتقنيات-، جامعة جيجل، يومي 06 و07 جوان 2005، ص. 1. نقلا عن:

- P.Kotler et G.armstrong, *Principles of Marketing Services*, (Edition Printice-Hall, 1996), P. 66.

2. أبعاد مزيج الخدمة المصرفية: يعتبر مزيج الخدمة المصرفية مجموعة متكاملة من الخدمات التي تنتجها وتقدمها المصارف للعملاء وتشمل تركيبة وهيكله مزيج الخدمات على أبعاد رئيسية هي¹:
- اتساع مزيج الخدمة: يقصد بالاتساع عدد خطوط الخدمة المصرفية المعتمدة التي يقدمها المصرف الواحد وفروعه.
 - عمق مزيج الخدمة: يتحدد هذا العمق من خلال التشكيلة الخدمية التي يتكون منها خط الخدمة الواحد.
 - طول المزيج الخدمي: ويشير إلى إجمالي عدد الخدمات المصرفية التي يتكون منها خطوط الخدمة كافة.
 - تناسق مزيج الخدمة: ويشير التناسق إلى درجة الترابط والتكامل والانسجام بين خطوط الخدمة المصرفية التي يقدمها المصرف.
- والجدول التالي يوضح الأبعاد الرئيسية لمزيج خدمات أحد المصارف التجارية.

الشكل رقم (4): المزيج الخدمي لمصرف تجاري

← اتساع المزيج →				
خط خدمة 5	خط خدمة 4	خط خدمة 3	خط خدمة 2	خط خدمة 1
- الاعتمادات المستندية	- خطابات الضمان	- التحويلات	- القروض	- الودائع
- للحكومة	- تجارية	- داخلية	- قصيرة الأجل	- ح/جارية تحت الطلب
- للقطاع الخاص	- أعمال	- خارجية	- متوسطة الأجل	- قصيرة الأجل
-	-	-	- طويلة الأجل	- توفير
-	-	-	- تسهيلات	- آجلة

↓
عمق
المزيج
↑

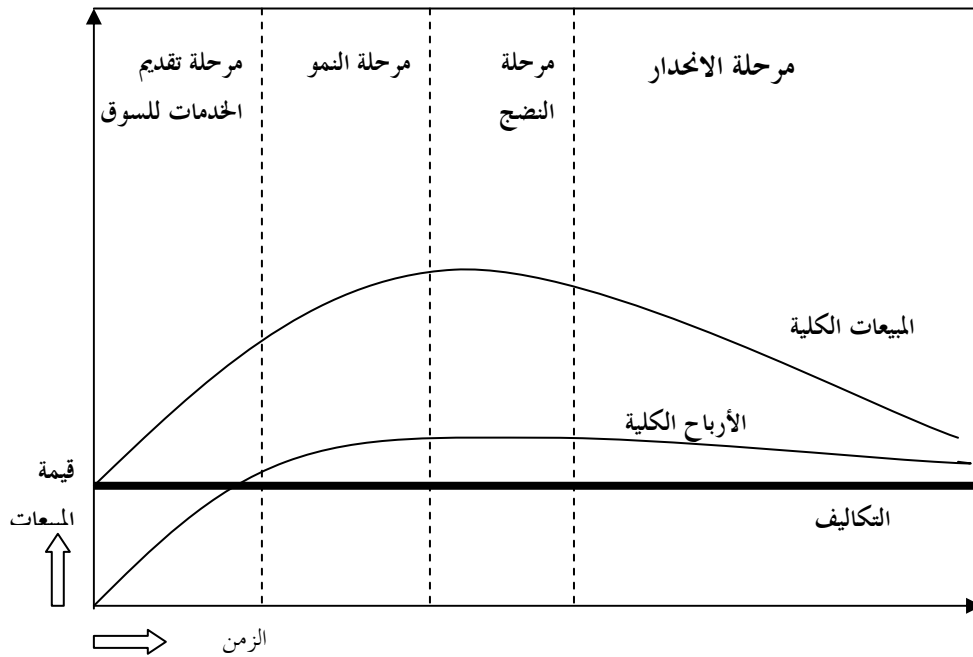
المصدر: محمود جاسم الصميدعي ورودينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي - مدخل استراتيجي، تحليلي وكمي -، (دار المناهج، عمان، الأردن، 2001)، ص. 21.

¹ محمود جاسم الصميدعي ورودينة عثمان يوسف، مرجع سابق، ص. 292.

3. دورة حياة الخدمة المصرفية : يعد مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية من المفاهيم الهامة في التسويق المصرفي، ويستمد مبادئه النظرية في تفسير سلوك مبيعات الخدمات وأرباحها خلال مراحل حياتها.

ويتم توضيح مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية من خلال الشكل رقم (5)، حيث تشكل مبيعات الخدمة بمسارها دورة حياة الخدمة التي تأخذ شكل منحى التوزيع الطبيعي.

الشكل رقم (5) : دورة حياة الخدمة المصرفية



المصدر: عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، (البيان للطباعة والنشر، القاهرة، ج م ع، 1999)، ص. 174.

من خلال الشكل، يتضح أن الخدمة المصرفية تمر بأربعة مراحل أساسية، وهي¹:

أ- **مرحلة التقديم (الإدخال)** : وهي مرحلة الميلاد الحقيقي للخدمة المصرفية، ويكون الطلب على هذه الخدمة ضعيفا لعدم معرفتها من قبل العملاء، وبوجه عام يحقق البنك خسائر في هذه المرحلة، وتشمل التكاليف في هذه المرحلة نفقات الترويج والإعلان عن الخدمة بهدف تشجيع إقبال العملاء عليها على نطاق واسع.

¹ بتصرف، من: - عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، (البيان للطباعة والنشر، القاهرة، ج م ع، 1999)، ص. 175-177.

- محمود جاسم الصميدعي ورودينة عثمان يوسف، مرجع سابق، ص. 267-268.

- زياد رمضان ومحفوظ جودة، مرجع سابق، ص. 308.

ب- مرحلة النمو : في هذه المرحلة يزداد التعامل تدريجيا فيزداد الطلب عليها، وتتجه المبيعات والأرباح إلى الارتفاع مع ثبات حجم التكاليف، وأثناء هذه المرحلة يمكن للبنك تحسين مستوى قبول الخدمة في السوق من خلال²:

- التطوير والتحسين في ملامح وجودة الخدمة.
- بيع الخدمة إلى قطاعات عريضة في السوق.
- التركيز من خلال الإعلان ليس على خلق الإدراك بدرجة أكبر ولكن على خلق الاقتناع بشراء الخدمة.
- تخفيض أسعار الخدمة كلما أمكن لجذب أكبر عدد ممكن من العملاء.

ج- مرحلة النضج (الاستقرار والتشبع) : تتصف هذه المرحلة بانخفاض حجم المبيعات والأرباح نتيجة لوصول الخدمة إلى مرحلة النضج، عندما تشجع الربحية التي يحققها البنك أثناء مرحلة النمو بقية المنافسين على الدخول في السوق وتقديم خدمة مماثلة، ويمكن أن تعمل الاستراتيجيات التسويقية التالية على إطالة عمر السلعة خاصة في مرحلة النضج¹:

- تعديل في الأسعار لجذب قطاعات أخرى من العملاء في السوق.
- تخفيض الأسعار للاحتفاظ بالعملاء على الأقل، مع تحسين حصة البنك في السوق.
- تغيير الإستراتيجية البيعية، من خلال بيع الخدمة المصرفية مع العديد من الخدمات المماثلة لإعطاء العميل نوعا من الإغراء المتعدد أو الواسع.

د- مرحلة الانحدار (التدهور) : في هذه المرحلة يقل الطلب على الخدمة وذلك لعدة أسباب، فقد تصبح الخدمة غير قادرة على تلبية حاجات ورغبات الأفراد أو ظهور خدمات مصرفية ذات منافع أكبر وأكثر انسجاما مع رغبات العملاء، أو وجود خلل في الأساليب التوزيعية أو عدم كفاءة مقدمي الخدمة... كما تتصف هذه المرحلة بثبات التكاليف مع انخفاض العائد خاصة مع انخفاض الأسعار، وهذا ما يؤدي بالبنوك إلى التفكير في التوقف عن تقديم الخدمات أو تقوم بسحبها تدريجيا من السوق والبدء في إدخال خدمات مصرفية جديدة تحل محلها.

² عوض بدير الحداد، مرجع سابق، ص. 176.

¹ المرجع السابق، ص. 177.

بشكل عام، دورة حياة الخدمة المصرفية لا تختلف عن دورة حياة السلع والخدمات الأخرى، ولكن الاختلاف يكون في طبيعة الإستراتيجية التسويقية المتبعة في كل مرحلة من مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية.

الفرع الثالث: خصائص الخدمة المصرفية

يمكن تلخيص أهم خصائص الخدمة المصرفية فيما يلي¹:

1. عدم إمكانية صنع الخدمة مقدما أو تخزينها : حين طلب العميل فالموظف يقدم الخدمة بمجرد أن يظهر العميل أمامه، وعلى موظف البنك أن يتذكر دائما أنه ينتج الخدمة في لحظات للعميل بمجرد وصوله، فالخدمة المصرفية يتم بيعها أولا ثم إنتاجها واستهلاكها في الوقت نفسه.

ومن هنا، فإنه يجب على مقدم الخدمة تقديم هذه الأخيرة بنفس مستوى الجودة قدر الإمكان في كل مرة، بالإضافة إلى ما يتطلب من مهارة في التعامل مع العملاء كونها غير قابلة للتخزين أو الاسترجاع، بل إنها تطلب وتنتج وتستهلك فورا وفي نفس الوقت.

2. الخدمات المصرفية هي منتجات غير ملموسة وغير قابلة للاستدعاء : الخدمات المصرفية على اختلاف أنواعها غير ملموسة أو غير محسوسة بجواس الإنسان الخمس، وهي تختلف عن المنتج الصناعي المادي، وبالتالي فإن الحكم عليها، تطويرها، الإعلان عنها أو حتى تقديمها يحتاج إلى معالجة خاصة من وجهة النظر التسويقية، وكذلك فإن للخدمة المصرفية طبيعة مختلفة ذلك أنها غير قابلة للاستدعاء مرة أخرى بعد تقديمها، فبمجرد تقديم الخدمة فإنها تستهلك للتو، وعادة لا يكون هناك فرصة لإضافة أي تعديلات عليها.

3. جودة الخدمة المصرفية غير قابلة للفحص قبل تقديمها للعملاء : إن موظف البنك يتعامل ويتفاعل مباشرة مع العملاء، فإنتاجه وتقديمه للخدمة يتم بناء على تفاعل إنساني بينه وبين العميل، ولا يمكنه بطبيعة الحال إجراء عملية الفرز والرقابة على الجودة، لذا فإن تقديم الخدمة المصرفية غير نمطي، وتختلف طريقة التقديم من زبون إلى آخر حسب درجة التفاعل بين موظف البنك والعميل،

¹ بتصرف، من:

- محسن أحمد الحضيري، التسويق المصرفي، مرجع سابق، ص. 212 - 216.

- كريمة ربحي، مرجع سابق، ص. 366.

- بشير عباس العلاق، الخدمات الالكترونية، - مدخل استراتيجي تسويقي -، (منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية،

القاهرة، ج م ع، 2004)، ص. 48.

كذلك فإن موظف البنك لا يمكنه إنتاج عينات من الخدمة وإرسالها للزبون للحصول على موافقته عن جودتها قبل الشراء.

المطلب الثاني: تسعير، ترويج وتوزيع الخدمة المصرفية

الفرع الأول: تسعير الخدمات المصرفية

1. مفهوم تسعير الخدمات المصرفية: إن تسعير الخدمات المصرفية يعتبر قرارا هاما في الإستراتيجية التسويقية، ويدور النقاش دائما حول الأسعار التي يجب أن يتقاضاها البنك من عملائه، كما يرتبط التسعير بالأهداف التسويقية للبنك، بحيث نجد عدة عوامل تؤثر على سياسة التسعير للخدمات المصرفية، مثل: دورة حياة الخدمة المصرفية، الأهداف البيعية، حصة البنك في السوق،... وهذا لا يفسر بعدم ارتباط تكاليف تقديم هذه الخدمات بالتسعير، وإنما السياسة التقليدية المتبعة من طرف البنوك لفترة طويلة تقوم على تحديد الأسعار على أساس التكاليف بالدرجة الأولى، إلا أن السياسة التسويقية للتسعير لا تعتبر التكاليف المحدد الأساسي للسعر، بل هناك عوامل أخرى يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار، مثل: ظروف السوق، المنافسة،... إلخ¹.

2. أهمية قرارات التسعير: تظهر أهمية قرارات التسعير في كونها تؤثر على أطراف عديدة وتتأثر بها، ويتضح ذلك فيما يلي²:

- من وجهة النظر الاقتصادية: تعتبر الأسعار المحدد الرئيسي لمستويات المبيعات من السلع والخدمات، ولذلك يلاحظ أن السعر من هذا المنظور يعتبر موضع الاهتمام في جميع النظريات والنماذج الاقتصادية والكثير من الباحثين الاقتصاديين.

- على المستوى الحكومي: بما أشن الأسعار لها تأثير على معدلات التضخم وبالتالي الرفاهية الاجتماعية للمواطنين فإنها تخضع للدراسة والمراجعة الدائمة.

- التأثير على الربحية: تنبع أهمية قرارات التسعير بصفة أساسية من تأثيرها على معدلات الربحية التي يحققها البنك، وذلك من خلال تحديد العائد الذي يمكن الحصول عليه، كذلك لتأثير السعر على الطلب وبالتالي على حجم الأعمال الممكن تحقيقها، أي أن السعر يؤثر على ربحية البنك

¹ محمد العربي طاري، التسويق المصرفي في الجزائر - حقائق وآفاق -، ورقة عمل مقدمة ضمن المنتدى الوطني حول المنظومة المصرفية في الألفية

الثالثة - منافسة، مخاطر وتقنيات -، جامعة جيجل، يومي 06 و07 جوان 2005، ص. 05.

² عوض بدير الحداد، مرجع سابق، ص. 206-207.

مباشرة، لذا نجد أن التسعير هو العنصر الوحيد الذي يحقق إيرادات للبنك، بينما بقية عناصر المزيج التسويقي (المنتوج، الترويج، التوزيع) تعتبر تكلفة للبنك

الفرع الثاني: ترويج الخدمات المصرفية

1. مفهوم الترويج وأهميته : يقصد بالترويج أي شكل من أشكال الاتصال المستخدمة بواسطة البنك بهدف إخبار *Inform* أو تذكير أو إقناع عملائه سواء لشراء الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك، أو تعريفهم بالدور الذي يلعبه البنك في المجتمع¹. وكلما كان البنك ناجحاً في تصميم رسالته الترويجية واختيار الألفاظ، المفردات، الجمل، الرموز وغيرها من الأدوات الترويجية كلما كان تأثيره في الجماهير المستقبلية لرسالته الترويجية فعالاً، ويتوقف ذلك بدرجة أو بأخرى على نوع الاتصال الذي يستخدمه البنك.

من خلال ما سبق، يمكن النظر إلى الترويج على أنه:

- عملية اتصال بين البنك والعميل، فوظيفته الأولى هي نقل المعلومات عن الخدمة للعميل بهدف تسهيل عملية الحصول عليها.

- يهدف إلى التأثير على العملاء لتكوين اتجاه إيجابي نحو البنك والخدمات التي يقدمها؛

- يتناول الترويج جانبيين هما²:

● تحديد المكانة الذهنية للمصرف بهدف خلق صورة إيجابية عنه وعن نشاطاته المتنوعة التي لها تأثير كبير في دفع الزبائن للتعامل معه.

● الخدمات المصرفية المقدمة، وكذلك سلوك المستفيد من الخدمة المصرفية، والذي له أثر بالغ في تخطيط وتنفيذ الأنشطة التسويقية.

2. أهداف الترويج : يمكن تقسيم أهداف الترويج إلى عامة وخاصة³:

أ- الأهداف العامة :

- إمداد العملاء الحاليين والمرتبين بالمعلومات عن الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك.

- إثارة اهتمام العملاء بهذه الأهداف.

¹ عوض بدير الحداد، مرجع سابق، ص. 201.

² محمود جاسم الصميدعي ورودينة عثمان يوسف، مرجع سابق، ص. 353.

³ عوض بدير الحداد، مرجع سبق ذكره، ص. 201-202.

- تغيير اتجاه العملاء وخلق تفضيلات لديهم.

- التأثير على العملاء، إما بشراء الخدمة أو الاستمرار في استخدامها.

ب- الأهداف الخاصة : فيما يتعلق بهذه الأهداف فإنه لا يمكن حصرها ووضعها في إطار محدد لأنها تختلف من وقت لآخر ومن بنك لآخر، ومن خدمة مصرفية إلى أخرى، وهذا باختلاف الظروف التي يعمل فيها البنك.

3. أساليب الترويج: توجد عدة أساليب يمكن أن يعتمد عليها البنك في الترويج لخدماته وتمثل فيما يلي¹:

أ- الإعلان : وسيلة اتصال غير شخصية لترويج سلعة أو خدمة أو فكرة بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع.

ب- الدعاية (الإعلام) : وسيلة اتصال غير شخصية تهدف إلى إثارة الطلب على سلعة أو خدمة أو مؤسسة من خلال نشر أخبار هامة في وسيلة اتصال منشورة أو مسموعة أو مرئية، ويتم ذلك بواسطة جهة معلومة.

ج- البيع الشخصي : حيث يقوم نظام تقديم الخدمات الشخصية على إعداد موظفي البنك الذين يتعاملون مع الجمهور إعدادا جيدا عن طريق إكسابهم المهارات والمعلومات والخبرات اللازمة التي تمكنهم من أداء عملهم على أحسن وجه².

د- تنشيط المبيعات* : تشمل كل الجهود الترويجية الأخرى بخلاف الإعلان والبيع الشخصي والدعاية، وتهدف إلى تنشيط طلب العملاء في الأجل القصير، وتشمل المعارض والهدايا والعينات المجانية والمسابقات وغيرها.

الفرع الثالث: توزيع الخدمات المصرفية

1. تعريف التوزيع المصرفي : يعرف التوزيع المصرفي على أنه: "مجملة القرارات والأنشطة التي تهدف إلى جعل الخدمات المصرفية في متناول المستفيدين، وذلك من خلال قنوات التوزيع، وتمثل

¹ عوض بدير الحداد، مرجع سابق، ص. 253.

² محسن أحمد الخضيرى، التسويق المصرفي، مرجع سابق، ص. 185.

* يطلق عليها كذلك اسم: تنشيط التعاقدات والعمليات المصرفية.

القناة التوزيعية حلقة وصل بين المصرف والمستفيد النهائي³. وفي الغالب تركز المؤسسات المصرفية على العناصر الثلاثة للمزيج التسويقي، وتهمل عنصر التوزيع الذي يخلق المنفعة الزمانية والمكانية للمنتجات، ويشير مفهوم التوزيع في مجال الخدمات المصرفية إلى عنصر المكان، أو الوسيلة التي يتمكن البنك من خلالها أن يجعل خدماته متاحة أمام العملاء، وبعبارة أخرى يستخدم البنك منافذ التوزيع للتأكد من أن الخدمة المطلوبة قد وصلت إلى العميل في الوقت والمكان المناسبين¹.

يعد اختيار موقع فروع البنك من أهم العوامل المسهلة للتوزيع، ومن أهم الموضوعات التي تعالجها إدارة التسويق المصرفي في البنك، ذلك أنه من خلال شبكة الفروع يقوم البنك بتقديم وتوزيع خدماته على العملاء الحاليين والمرتبين.

2. المعايير التي تحكم اختيار منافذ توزيع الخدمات المصرفية: يمكن تقسيم هذه المعايير إلى نوعين هما²:

أ- المعايير التي تتعلق بالعملاء: إن الهدف النهائي لمنافذ التوزيع بالنسبة للبنك هو أن يتمكن من الوصول إلى الوصول إلى العميل بطريقة تتناسب مع رغبات ومتطلبات العملاء من ناحية، وبين إمكانيات البنك من ناحية أخرى، ولكن السؤال الذي يثار هنا حول مدى ملائمة الخدمة للعميل كون أن عنصر الملائمة *Convenience* يعتبر من أهم العوامل على الإطلاق في قرار العملاء بالتعامل مع فرع معين من فروع البنك، فعلى سبيل المثال: العملاء الأفراد معيارهم في اختيار البنك هو سهولة الوصول إلى هذا الأخير، أي قربه من مكان السكن أو العمل، وقد ترتب على استخدام أجهزة الصرف الآلي تحقيق عنصر الملائمة للعميل. أما بالنسبة لكبار العملاء من التجار والشركات فإن عنصر الملائمة لهم تعني تواجد موظفي البنك في مكاتبهم للتعرف على احتياجاتهم وتقديم خدمات إضافية لهم.

ب- المعايير المتعلقة بالبنك: المعروف أن البنوك-عكس الكثير من المنظمات-ليست في حاجة إلى وسطاء، وهذه الميزة الرئيسية توفر للبنك درجة كبيرة من المرونة تمكنه من تصميم شبكة الفروع التي تستجيب لاحتياجات السوق بكفاءة وفعالية، ويعتبر عنصر الإتاحة

³ محمود جاسم الصميدعي ورودينة عثمان يوسف، مرجع سابق، ص. 311.

¹ عوض بدير الحداد، مرجع سابق، ص. 302.

² المرجع السابق، ص. 302-305.

Availability أهم المعايير التي تتعلق بالبنك، ويضاف هذا العنصر إلى عنصر الملائمة في اعتبارات معظم العملاء سواء أكانوا أفرادا أو شركات لاختيار البنك أو الفرع. فإن لم تكن الخدمة متاحة في الوقت المناسب فإن هذا سوف يخفض من المبيعات، ويحتوي عنصر الإتاحة على جوانب منها¹:

- قدرة البنك أو أحد فروعها على تزويد العملاء بالخدمة المصرفية في الوقت المناسب : على سبيل المثال هل يمكن للفرع تزويد العملاء بالعملة الأجنبية المطلوبة عندما يحتاجون إليها.

- عنصر الوقت : يعني ذلك أن ساعات عمل البنك المحدودة تعتبر غير ملائمة لكثير من العملاء، وبالتالي كيف يمكن للبنك أن تكون خدماته المصرفية متاحة للعملاء في وجود هذا القيد؟

- الخدمات الجيدة للعملاء : أي ضرورة توفر أسلوب اللباقة وحسن المعاملة في موظفي البنك، كذلك فإن العملاء يتوقعون الخدمة السريعة والاستماع لاحتياجاتهم ومطالبهم.

3. قنوات توزيع الخدمات المصرفية: إن للتوزيع البنكي قنوات متعددة نذكر منها²:

أ- فروع البنك : يتم على هذا المستوى إتاحة كافة الخدمات بالشكل المناسب ولا بد من اختيار موقعه بشكل جيد ليناسب عملاء البنك.

ب- وحدات التعامل الآلي : وتستخدم هذه الوحدات للتعامل بصفة أساسية في المواعيد التي يغلق فيها البنك أبوابه أو للتخفيف من الضغط الطلبي عليه.

ج- تقديم الخدمات المصرفية المتطورة تكنولوجيا: إذ يمكن للتعامل باستخدام إمكانيات الحاسب الآلي من خلال تعامله مع البنك، ويقوم هذا الأخير بالاتصال آليا بحاسوب العميل، ومن ثم تسوية كل الحسابات دون انتظار.

المطلب الثالث: جودة الخدمة المصرفية وتحقيق رضا العملاء

تعتبر الجودة من السمات الأساسية الواجب توفرها في الخدمة المصرفية، كما أن رضا الزبون يعد من المفاهيم الأساسية في التسويق. فهناك إجماع من طرف المؤسسات المصرفية حول أهمية رضا الزبون وضرورة إدماج العلاقات مع الزبائن بحيث أصبحت البنوك لا ترضى أن تقدم

¹ عوض بدير الحداد، مرجع سابق، ص. 306

² محمد العربي طاري، مرجع سابق، ص. 08.

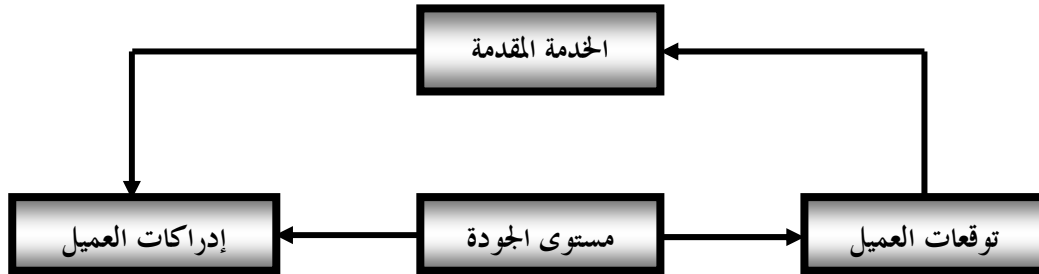
خدماتها بجودة عالية دون أن تأخذ رأي زبونها في ذلك، شفهي تحاول إبقاء عدد محصور منهم تابعين لها.

الفرع الأول: جودة الخدمة المصرفية

1. مفهوم جودة الخدمة المصرفية ومزايا تقديم خدمة متميزة للعملاء:

إن مفهوم جودة الخدمة مرتبط بمصطلح القيمة الإدراكية لدى العميل، بمعنى مدى توافق إدراكات الموظفين للأداء الفعلي للخدمة مع توقعاتهم لها، وذلك على النحو الذي يعرضه الشكل الموالي:

الشكل رقم (6) : مفهوم جودة الخدمة



المصدر: عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، (البيان للطباعة والنشر، القاهرة، ج م ع، 1999)، ص.337.

كما أنه تميل غالبية التعريفات الحديثة لجودة الخدمة على أنها: "مقياس لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء لهذه الخدمة، أو أنها الفرق بين توقعات العملاء للخدمة وإدراكاتهم للأداء الفعلي لها"¹.

وبالخلاصة، أن جودة الخدمة مفهوم يعكس تقييم العميل لدرجة الامتياز أو التفوق الكلي في أداء الخدمة بغية تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن بقية البنوك وبالتالي مواجهة الضغوط التنافسية، إضافة إلى تحمل تكاليف أقل بسبب قلة الأخطاء في العمليات المصرفية، كما تتيح الخدمة المتميزة الفرصة لبيع خدمات مصرفية إضافية، وتجعل من العملاء بمثابة مندوبي بيع للبنك في توجيه وإقناع عملاء جدد من الأصدقاء والزملاء.

¹ عوض بدير الحداد، مرجع سابق، ص.336.

2. أبعاد جودة الخدمة المصرفية: من العناصر والأبعاد المفسرة لجودة الخدمة المصرفية ما يلي¹:

- **الاعتمادية Reliability**: وتعني ثبات الأداء وإنجاز الخدمة بشكل سليم وأحسن من المرة الأولى

وفاء البنك لما تم وعد العميل به، وهذا يتضمن:

- دقة الحسابات والملفات وعدم حدوث الأخطاء.

- تقديم الخدمة المصرفية بشكل صحيح.

- تقديم الخدمة في المواعيد المحددة وفي الوقت المصمم لها.

- ثبات مستوى أداء الخدمة.

- **سرعة الاستجابة من قبل العاملين Responsiveness**: وتشير إلى رغبة واستعداد العاملين بالبنك

في تقديم الخدمة ومساعدة الزبائن والرد على استفساراتهم والسرعة في أداء الخدمة، كذلك

الاستجابة الفورية لطلب العميل.

- **القدرة أو الكفاءة Competence**: وتعني امتلاك العاملين بالبنك للمهارة والمعرفة اللازمين لأداء

الخدمة وتكوينهم على روح الاتصال وتفهم العملاء.

- **سهولة الحصول على الخدمة Accessibility**: ويتضمن هذا سهولة الاتصال وتيسير الحصول على

الخدمة من طرف العميل، وذلك بقصر فترة انتظار الحصول على الخدمة وملائمة ساعات العمل

للعامل وتوافر عدد كاف من منافذ الحصول على الخدمة.

- **اللباقة Courtesy**: ويعني أن يكون موظفو البنك وخاصة من لهم اتصال مع الزبائن على قدر من

الاحترام وحسن المظهر والتمتع بروح الصداقة والود والاحترام للزبائن.

- **الاتصال* Communication**: ويقتضي تزويد الزبائن بالمعلومات وباللغة التي يفهمونها وتقديم

التوضيحات والشرح اللازم حول طبيعة الخدمة وتكلفتها والمزايا المترتبة عنها والبدائل الممكنة لها.

- **المصداقية Credibility**: وتتضمن مراعاة البنك للأمانة والصدق في التعامل مع الزبائن، مما يولد

الثقة بين الطرفين كون أن العمل المصرفي قائم على أساس الثقة.

¹ عبد القادر بريش ومحمد زيدان، مرجع سابق، ص. 3-4.

* أو ما يعرف بسياسة الاتصال البنكي (مجموعة الوسائل والأدوات التي تهدف إلى تحويل رسالة البنك أو المؤسسة المالية إلى الأفراد)، انظر:

- كريمة ربحي، مرجع سابق، ص. 371.

- الأمان *Security*: ويعكس ذلك خلو المعاملات مع البنك من الشك والخطورة، ويتضمن الأمان المادي والمالي وسرية المعاملات.

- معرفة وتفهم العميل *Knowing the Customer*: من خلال بذل الجهد لفهم احتياجات العميل خاصة الخاصة منها، بمعنى توفير الاهتمام الشخصي للعميل وسهولة التعرف عليه.

- الجوانب المادية الملموسة *Physical Assets*: وتشمل التسهيلات المادية المستخدمة في العمل بدءا بالمظهر الخارجي للبنك وهيئته من الداخل والأجهزة والوسائل المستخدمة في أداء الخدمة.

إذن، كلما تمكن البنك من التحكم في هذه الأبعاد كلما أمكنه تقديم خدمات بجودة عالية بصفة خاصة، وتحسين فعالية نشاطه بصفة عامة، ومن ثم تحقيق الميزة التنافسية.

3. قياس مستوى جودة الخدمة المقدمة إلى العملاء: إن مفهوم الجودة في مجال الخدمات يعتبر مفهوما مركبا يصعب قياسه من خلال وسائل بسيطة وعادية فقد تعددت الدراسات التي استهدفت قياس توقعات وإدراكات العملاء لجودة الخدمة، ومن أبرز المحاولات التي تمت في هذا المجال ما قام به *Berry* وزملاؤه من خلال دراستهم التي بدأت عام 1983، وركز هؤلاء الباحثون على أن جودة الخدمة قابلة للقياس بالرغم من غياب البعد المادي بالنسبة لها، والذي يجعل من قياسها أمرا صعبا بالمقارنة بالسلع المادية، كما يرون أن الجودة شفي مجال الخدمات تعتمد بعدين من ناحية القياس، وهما جودة العمليات *Process Quality* وجودة الناتج *Outcom Quality*.

وفي ضوء ذلك، فقد توصلوا إلى مقياس للجودة يقوم على مقارنة توقعات العملاء للخدمة والأداء الفعلي لها عرف باسم *Servoqual** أو مقياس الجودة، ويمكن التعبير عن هذا المقياس رياضيا على الوجه التالي:

$$\text{جودة الخدمة} = \text{الأداء} - \text{التوقعات}$$

يمكن استخدام هذا المقياس لتحقيق فهم أكبر لتوقعات العملاء وإدراكاتهم للأداء الفعلي للخدمة، وذلك عبر قطاعات كبيرة من المؤسسات الخدمية بما فيها البنوك.

* يستند هذا المقياس على استقصاء مكون من 22 عنصرا تعكس الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة، وهي: النواحي المادية، الاعتمادية، الاستجابة،

الأمان واللباقة، حيث يتم سؤال العملاء عن توقعاتهم بالنسبة لأبعاد الجودة المختلفة من خلال 22 عبارة، وبعد ذلك يتم سؤالهم عن إدراكهم أو تقييمهم لهذه الأبعاد في الواقع العملي بالنسبة للمؤسسة الخدمية موضع الدراسة. ولمزيد من المعلومات، انظر:

- عوض بدير الحداد، مرجع سابق، ص. 371.

الفرع الثاني: تحقيق رضا العملاء ووفائهم

1. مفهوم رضا العملاء ووفائهم : هناك العديد من التعاريف الخاصة بإرضاء الزبائن، نذكر منها:

يعرفه *Oliver Wesbrook* على أنه: "رد تقيمي أو تقديري يحرك مختلف الميولات والانفعالات ويؤثر أخيرا في سلوك معين"¹.

كما يعرف على أنه: "حكم أو تقييم للجودة المستقبلية مقارنة بالتوقعات المسبقة على أساس التجربة الاستهلاكية"²، أما الطبعة الجديدة (طبعة 2000) لمعايير الإيزو (ISO9000) فتعرفه على أنه: "رأي الزبون حول مدى استجابة المعاملة التي أجراها مع المؤسسة لرغباته وتوقعاته"³.

ولكن مع تغير معطيات البيئة الجديدة المتميزة باشتداد المنافسة، فرضت على مؤسسات الأعمال ومن بينها البنوك إعادة ترتيب هذه الأولويات بعد ما كان اهتمامها منصبا على اكتساب العملاء وزيادة عددهم إلى المحافظة على العملاء، ثم جذب عملاء جدد وتنمية أعداد الفئتين"⁴.

ويقصد بوفاء الزبون: "ذلك التعلق وذلك الثبات والاستقرار في علاقته مع المؤسسة، أي تكرارا التعامل معها"⁵.

بإمكاننا تلخيص العلاقة بين درجة الرضا للزبون ووفائه في المصفوفة التالية:

¹ Annabelle Belin, **la Mesure de la Satisfaction Client dans les Marchés Industriels**, (Master Marketing et Communication Commerciale, Ecole Supérieure du Commerce de Toulouse, 2002), P. 4.

² D.Pindon et Autres, Mercator, **Théorie et Pratique du Marketing**, (Edition Dalloz, Paris, France, 7^{ème} Edition, 2003). P. 911.

³ Jean Michel Minin, **la Certification Qualité dans Service**, Outil de Performance et d'Orientation Client, (Afnor, Paris, France, 2001), P. 108.

⁴ هارفي تومسون، ترجمة مركز التعريب والبرجمة، من سرق عميلي؟ -خطط ناجحة تضمن ولاء الزبائن وتحافظ على استمرارية تعاملهم-، (الدار العربية للعلوم، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، 2004)، ص. 40. بتصرف.

⁵ Didier Noyé, **Pour Fidéliser les Clients**, (INCEP Edition, Paris, France, 2000). P. 16.

الجدول رقم (3): الزبون بين الرضا والوفاء

– وفي جدا	– قليل الوفاء	– الزبون
<ul style="list-style-type: none"> – زبون أسير (متدمر). – خيارات قليلة،... – تكلفة مرتفعة لتغيير المورد. – بعض الإغراءات الآنية. 	<ul style="list-style-type: none"> – زبون مفقود. – ضعف الجودة، ضعف الخدمات، السعر، العلاقة،... 	– غير راض
<ul style="list-style-type: none"> – زبون سعيد. – زبون سعيد ومولع بالجودة، بالخدمات المقدمة وبالسعر،... 	<ul style="list-style-type: none"> – زبون رحالة – منافسة قوية. – علاقة غير كافية. – حاجات متجددة. 	– راض

Source: Didier Noyé, *Pour Fidéliser les Clients*, (INCEP Edition, Paris, France, 2000). P. 19.

إن تحقيق رضا العملاء وكسب ولائهم أصبح على رأس انشغالات قطاعات القرن الواحد والعشرين خاصة قطاع البنوك الجزائرية، والتي طالما تمتعت بموقع احتكاري، إلا أن معطيات البيئة الاقتصادية المحلية الجديدة المتفتحة على القطاع الخاص المحلي والأجنبي يجعلها مهددة في زبائنها الذين يجدون فرصة للتحرر.

2. إدارة العلاقة مع الزبون في البنك: *CRM (Customer Relationship Management)*: إدارة العلاقة مع الزبون *CRM** هي مفهوم بدأ يتبوأ مكانة مرموقة كعنصر رئيسي من عناصر الإستراتيجية العامة في العديد من المنظمات، ويختص هذا المفهوم الذي يعرف أحيانا بأسماء مثل تسويق العلاقة، وإدارة العميل *Customer Management* بتكوين وتطوير وتعزيز علاقات دائمة ذات صفة فردية مع كل عميل من أجل تحقيق أعلى قيمة إجمالية له¹.

وتعرف إدارة العلاقة مع الزبون على أنها: "منهج عمل يسمح بالتعرف على الزبائن باكتسابهم ثم المحافظة عليهم وكسب ولاء أفضلهم من أجل زيادة رقم الأعمال والأرباح، بمعنى أنها

* تترجم إلى اللغة الفرنسية بـ *Gestion de la Relation Client*، وتعرف اختصاراً بـ *GRC*.

¹ بشير العلاق، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال - مدخل تسويقي -، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، (2002)، ص.

تعمل على بناء علاقات مربحة على المدى الطويل مع أفضل الزبائن من خلال استغلال جملة نقاط الاتصال بهم¹.

فبالنظر لحداثة هذا المفهوم، نجد أن المنظرين والممارسين على حد سواء في مجال البنوك وضعوا إدارة العلاقة مع الزبون صوب اهتماماتهم من اجل الوصول إلى إرضاء الزبون وكسب ولائه، وبالتالي خلق القيمة لزبون وتحقيق المردودية المسطرة من طرف البنك. مما أدى إلى ظهور نوع جديد من أنواع التسويق يركز على العلاقة مع الزبون في شكل "la Forme des 7-i" كما يلي²:

- **المعلومة Information**: بالنسبة للبنك، تعتبر تقويما *Valorisation* للمعطيات حول الزبون، جمع، تحليل، استغلال، والتنقيب عن بيانات *Datamining*، وبالنسبة للزبون فتمثل في سهولة الحصول عليها، الشفافية، التداول والمقارنة.
- **الوقتية Immediateté**: يعني وصول أو تقديم المعلومة في الوقت الحقيقي للزبون، متوفرة، سهولة الحصول عليها عن طريق مختلف الوسائط الإعلامية.
- **التفاعلية Interactivité**: الحوار، التبادل، ...
- **الفر دانية Individualisation**: التميز، التخصيص، المرونة السعرية، التوجه الشخصي *Le One to One*، على مقياس العميل، ...
- **الترابط Interconnection**.
- **التكامل Intégration**: طريقة جديدة للاتصال تسمح بالبحث، التصحيح، التبادل، البائعون والمشترون على الخط، تزامنية النص، الصورة، الصوت، الإنتاج اللحظي، ...
- **التكرارية Itération**.

وكخلاصة، يمكن القول أن إدارة العلاقة مع الزبون في البنك هي ثقافة أساسها التوجه بالزبون يتم تجسيدها من خلال معرفة الزبون، حاجاته، رغباته، توقعاته، ومن ثم العمل على إشباعها من أجل تحقيق رضاه وكسب وفائه مع استغلال مع وصلت إليه التكنولوجيات الحديثة

¹ René Lefébure et Gilles Venturi, **Gestion de la Relation Client**, (Edition Eyrolles, Paris, France, 3^{ème} Edition, 2003), P. 31.

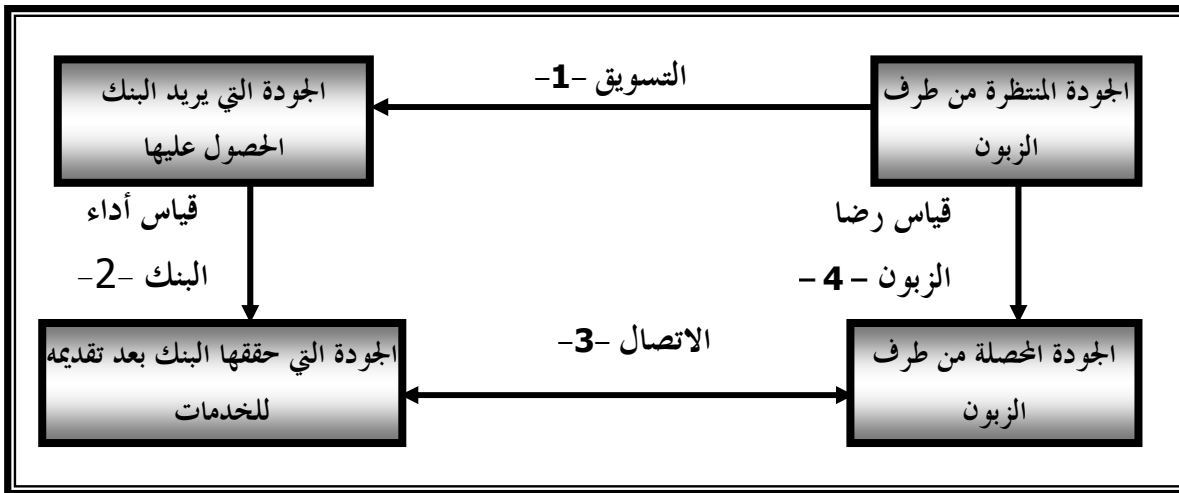
² Monique Zollinger et Eric Lamarque, OP.Cit. P. 32-33.

للإعلام والاتصال لخلق علاقة متميزة مع كل زبون. إنها في النهاية تحسين للنشاط التسويقي للبنك أي تعظيم القيمة بالنسبة للزبون والبنك.

3. قياس رضا الزبون في البنك: إن معنى قياس رضا الزبون يختلف عن معنى قياس أداء المؤسسة (البنك)، في الحقيقة قد تكون الجودة جيدة لكن رضا الزبون لن يكون بنفس النسبة¹.

قياس رضا الزبون يتم عن طريق مراقبة وفحص الفرق والاختلاف المتوقع بين الجودة والأداء المنتظر من طرف الزبون والجودة والأداء المحصل من طرفه². ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (7): قياس رضا الزبون في البنك



المصدر: من إعداد الباحث، بالاعتماد على:

Source : -Annabelle Belin, *La Mesure de la Satisfaction Client dans les Marchés Industriels, (Master Marketing et Communication Commerciale, Ecole Supérieure du Commerce de Toulouse, 2002), P. 11.*

نلاحظ من الشكل أن البنك يبحثه ومحاولته معرفة الجودة التي يريدتها، ينتظرها أو يطلبها العميل أثناء تقديمه لخدماته المصرفية، يقوم بدراسة السوق المصرفي (التسويق -1)، وبالتالي يصبح لدى البنك هدف وهو الوصول إلى جودة معينة في الخدمة المصرفية حسب ما قام به من دراسات، وبعد انتهائه من العملية الإنتاجية للخدمة، يكون لدى البنك جودة معينة (الجودة المحققة من طرف

¹ Annabelle Belin, OP.Cit. P. 11.

² Idem

البنك)، وبالتالي يستطيع البنك قياس أدائه من خلال الفرق بين الجودة التي يريدها والجودة المحققة (قياس أداء البنك -2).

وبعد عرض أو تقديم الخدمات المصرفية من قبل البنك، يحصل العميل على هذه الخدمة وبالتالي تكون له جودة معينة: "الجودة المحصلة من طرف العميل"، إذن البنك ومن خلال بحثه عن الجودة المحصلة من طرف العملاء يقوم بعملية (الاتصال -3-) بهم، ومن ثم يستطيع (قياس رضا الزبون -4) من خلال الفرق بين الجودة المنتظرة من طرف العميل والجودة المحصلة من طرف

خلاصة الفصل :

من الجدير بالذكر أن عدد المصالح (الوظائف) سواء في الفرع أو الإدارة العامة يعتمد على حجم العمل وتنوع النشاط، وليس بالضرورة وجود جميع الأقسام والدوائر سابقة الذكر في كل بنك تجاري، فالأمر متوقف على الأوضاع الخاصة بكل منها على حدة.

وكما أنه من أجل تحقيق التميز في هذه الأنشطة (الخدمات)، لا بد أن تصبح الجودة شعاراً يؤمن به جميع العاملين بالبنك ويسعون إلى تطبيقه عملياً، ومن ثم تحقيق درجات أعلى من الرضا على هذه الأنشطة، بمعنى أن تصبح الجودة قيمة تنظيمية يتولد عنها الإشباع والرضا والتحفيز لدى العاملين في مختلف أقسام البنك.

وعموماً فإنه لجعل أنشطة أقسام البنك تدعم الجودة وتؤدي إلى رضا العملاء ووفائهم، لا بد من توافر درجة عالية من الاعتمادات وخلو الممارسات من الأخطاء وتوليد الاتجاه نحو شعار "أداء الخدمة على الوجه الصحيح في أول مرة"، واستغلال الفرص المتاحة التي يمكن أن تحققها تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

الفصل الثالث:

التكنولوجيا المصرفية

الفصل الثالث: التكنولوجيا المصرفية

مقدمة الفصل:

لقد استطاعت التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال *Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC)* أن تحقق اقتصادا للمعلومات يختلف عن الاقتصاد الصناعي المتطور، وهذا الأخير يختلف عن الاقتصاد الزراعي في الماضي، فقد تجلت الثورة التكنولوجية عن طاقات جديدة من الإمكانيات في استخدام تقنيات جديدة في مجال التخطيط والسيطرة العملية، كما خلقت قدرة غير محددة على امتلاك كل العناصر التقنية الضرورية لمعالجة البيانات وتوزيعها واسترجاع المعلومات والسيطرة عليها وتخزينها وتحديثها، ثم الاستفادة منها كمورد من موارد المنظمة.

ومن أجل مواجهة تحديات البيئة المعقدة والمنافسة الشديدة في نوعية المنتج والخدمة المقدمة بصورة أساسية، تبنت العديد من الإدارات ومن بينها إدارة البنوك الحديثة تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة من أجل مسايرة العصر والتأقلم مع المحيط الاقتصادي.

المبحث الأول: تكنولوجيات الإعلام

تعتبر تكنولوجيا الإعلام أحد الأدوات الهامة المتاحة للبنوك للتكيف والتعامل مع التغير، لذلك على المدير الحديث كمتخذ للقرار أن يكون على معرفة جيدة في عملية التعامل مع هذه التكنولوجيا وكيفية عملها بطريقة كفئة وفعالة، لذا سنحاول في هذا المبحث التطرق لأهم الجوانب المتعلقة بهذه التكنولوجيا.

المطلب الأول: التكنولوجيا والقوة الاقتصادية

لقد أدت التكنولوجيا العالية (*Haute Technologie*) إلى خلق ما يعرف بمجتمع المعلومات، والذي أصبحت فيه المعلومة اليوم تمثل عصب الحرب الاقتصادية بعد أن أصبحت رهان البقاء والسيطرة (*Pouvoir*)، وقد صاحب هذا السياق نحو المعلومات ظهور مفاهيم جديدة، مثل: الذكاء الاقتصادي واليقظة التكنولوجية.

الفرع الأول: مفهوم الذكاء الاقتصادي واليقظة التكنولوجية في البنوك

يعتبر كل من الذكاء الاقتصادي واليقظة التكنولوجية أنظمة للإدارة الإستراتيجية للمعلومات في المنظمة، ويمكننا تعريف الذكاء الاقتصادي كمجموع عمليات البحث والمعالجة وبتث المعلومات (المفيدة) إلى المتعاملين والشركاء الاقتصاديين بغرض استغلالها¹. فالذكاء الاقتصادي يركز على التفاعل التكتيكي والاستراتيجي بين كل مستويات النشاط انطلاقاً من القاعدة (داخل البنك) مروراً بالمستوى الوسيط (بنوك ومؤسسات أخرى) إلى بلوغ المستوى الوطني (الاستراتيجيات المقررة بين مختلف مراكز القرار كالبنك المركزي مثلاً). فهو يشمل كل عمليات المراقبة وترصد البيئة التنافسية (*la Veille Concurrentielle*)، وبالتالي يمثل ثقافة حقيقية وطريقة عمل.

* يطلق عليها بالإنجليزية مصطلح HIGH TECH.

¹ Abdelali Abdelwahab, L'Intelligence Economique, Séminaire National Sur le Thème « le Système National Economique », Etat et Perspective, Equipe de Recherche PNR d'Economie, Division Recherche en Science de l'Information, 31 - 01/02/2000, P. 3.

ويجمع الذكاء الاقتصادي كل أنشطة الاستعلام (الاستطلاع) واليقظة (الرصد) لدى المنظمات بما فيها البنوك من خلال عدة عمليات تتمثل في انتقاء، ملاحظة، شرح ونشر معلومات صحيحة من أجل تحسين اتخاذ القرارات في المنظمة وهو ما يسمى باليقظة الإستراتيجية (*la Veille Stratégique*)¹. بمعنى إعطاء وتوضيح وضعية البنوك (فرص وتهديدات) تساعد كذلك متخذي القرار على مستوى الاقتصاد ككل. وتنظم تحت اليقظة الإستراتيجية مختلف أنواع اليقظة الوظيفية لليقظة من تكنولوجياية وتسويقية* ومالية، إنتاجية وتجارية حسب مجالات تطبيقها². وتعتبر اليقظة التكنولوجية أولى أنواع اليقظة إذا تعلق الأمر بمجالات البحث، التطوير، البراءات ونقل التكنولوجيا... الخ³. أي أنها تركز على تقصي وبصفة دائمة ونظامية (*Systematique*) المحيط التكنولوجي لأجل توقع مسبق بظهور تكنولوجيا جديدة⁴. إذا اليقظة التكنولوجية في البنك مهمتها إنذار المسؤولين حول كل إبداع علمي أو تقني ذو قدرة على تغيير نشاط البنك.

الفرع الثاني: مفهوم التكنولوجيا والتقنية

1. التكنولوجيا *Technology*: كلمة مكونة من مقطعين: الأول *Techno*: بمعنى فن أو صناعة أو تقني، أما المقطع الثاني فهو *Logy*: أي مذهب، علم ونظرية. فإذا اجتمع اللفظان بكلمة واحدة سنجد أن كل فن أو صناعة لا بد أن يوظرها العلم أو نظرية علمية معينة أو كما ورد في قاموس المورد: "التكنولوجيا هي العلم التطبيقي وطريقة فنية لتحقيق غرض علمي"⁵. - التكنولوجيا هي: "الدراسة العلمية للفنون الميكانيكية والعلوم التطبيقية (تطبيق العلوم في الصناعة)، التقانة"⁶، و ورد في معجم العلوم الاجتماعية أن التكنولوجيا هي: "فن لاستغلال الحرف والمهن استغلالاً عقلياً عن طريق الدراسة العلمية"¹.

¹ Robert Reix, *Système d'Information et Management des Organisations*, (Vuibert, France, 4^{ème} Edition, 2002), P. 56.

* أو ما يسمى بنظام الاستخبارات التسويقية *Marketing intelligence system* والتي تستهدف توفير معلومات يومية حول التطورات التي تحدث في البيئة التسويقية للبنك وكذا بيانات الأحداث الجارية عن العملاء والبنوك المنافسة وجميع القوى التي لها تأثير على البنك، أنظر: - طارق طه، مرجع سابق، ص. 477.

² Abdelali Abdelwahab, OP. Cit, P. 4.

³ Robert Reix, OP. Cit, P. 56.

⁴ Gilles Bressy et Christiane KonKuyt, OP. Cit, P. 285.

⁵ منير البعلبكي، قاموس المورد، (دار العلم للملايين، بيروت، لبنان)، 2001، ص. 954.

⁶ قاموس إكسفورد المحيط - إنجليزي، عربي -، (أكاديمية أوترناسيونال، بيروت، لبنان، 2003)، ص. 1094 - 1095.

- ويمكن تعريف التكنولوجيا بأنها "تطبيق التقنية *Technique* للحصول وتحقيق منتج"². وبصورة عامة، يمكن القول أن التكنولوجيا هي المعرفة والأدوات التي تستخدمها المؤسسات أو الأفراد لتحقيق النتائج العلمية والعملية المرغوب فيها، أي هي علم تطبيق المعرفة في الأغراض العلمية.

2. **التقنية *Technical***: بمعنى تقني أوفني (مهارة فنية *Technical Skill*)، من اللفظ اليوناني *Technikos*، أي ماهر وبارع³.

- وتعرف التقنية بأنها "إجراء عملي ممنهج ومنظم يؤدي إلى تطبيق المعرفة النظرية والعلمية لإنتاج سلعة أو خدمة"⁴.

- كما تعرف التقنية من الناحية اللغوية على أنها "المنهج المستخدم"، ومن الناحية العلمية بأنها "مجموعة من الإجراءات والأساليب العلمية لتطبيق المعرفة من أجل تحقيق أهداف مسطرة"⁵. وبالتالي، فإننا عندما نتحدث عن الظروف التقنية كإحدى عناصر البيئة العامة للبنك كما ذكرنا سابقا، نقصد بذلك مستوى تطبيق المعرفة العلمية المتاحة في بيئة البنك والاعتماد عليها في تقديم الخدمات المصرفية.

الفرع الثالث: التغيير التكنولوجي في البنك

1. **نمط تعامل البنوك مع التكنولوجيا**: نميز من خلال اعتماد البنوك على التكنولوجيا الحديثة نمطين في تعامل البنك مع التقنية وهما⁶:

أ- **قيادة التقنية**: وتعني أخذ البنك بزمام المبادرة في تطبيق التقنيات الحديثة وتبني عمليات التطوير لوسائل تقديم الخدمة المصرفية بغرض رفع كفاءة الأداء من ناحية وتحقيق ميزة تنافسية له من جانب آخر.

¹ محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، (دار الفجر للنشر والتوزيع، المجلد الثاني)، ص. 696.

² Robert Reix, OP. Cit, P. 66.

³ قاموس إكسفورد المحيط، مرجع سابق، ص. 904.

⁴ Ahmed Silem et Jean-Marie Albertini, OP. Cit, P. 636.

⁵ نعمون وهاب، النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية وإستراتيجية البنوك، ورقة عمل مقدمة ضمن المنتدى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي - واقع وتحديات-، جامعة شلف، يومي 14 و15 ديسمبر 2004، ص. 747.

⁶ طارق طه، المرجع السابق، ص. 125.

- ب- **التبعية التقنية:** ويقصد به اكتفاء البنك بدور المتابع للتطورات التقنية، حيث لا يبدأ في تطبيقها إلا بعد قيام البنوك الأخرى بتطبيقها وثبوت نجاحها.
2. **مراحل التغيير التكنولوجي في البنك:** حتى يتمكن البنك من الاستثمار في التكنولوجيات الحديثة وإدخال التغيير بطريقة سليمة يجب أن يتبع مجموعة من المراحل¹:
- أ- **كشف حالة التغيير:** يتم ذلك عن طريق مراقبة التناسب بين البنك ومحيطه الخارجي، ويتم بعد ذلك إدخال التغيير بطريقة واضحة حيث يجب إعلام الجميع به من طرف شخص له سلطة.
- ب- **الكشف عن رجل التغيير:** حيث أن التغييرات الناجحة في أغلب الأحيان تكون محققة تحت إشراف رجل التغيير، وهو الشخص الذي لديه كفاءات في الاتصالات وفي المفاوضات وجاهز لاستثمار طاقاته، وعندما يكون التغيير له أهمية كبيرة من المستحسن استخدام شخص خارجي عن البنك.
- ج- **تحليل آثار التغيير:** يؤدي هذا إلى تحديد الإستراتيجية المناسبة لإدخال التغيير، ويتطلب هذا التحليل الكشف عن الأشخاص والأقسام الموجودة في البنك ومحاولة تحديد مصادر المساندة والمقاومة.
- د- **اختيار الإستراتيجية:** يرتبط اختيار الإستراتيجية بتحليل آثار التغيير وعوامل أخرى منها: الوقت المتوفر، مستوى الثقة في البنك وأهمية التغيير.
- و- **تخطيط إدخال التغيير:** بالإضافة إلى اختيار الإستراتيجية، يجب تحديد الموارد الأساسية ووضع البرمجة ثم إعلان الأقسام والمصالح الموافقة، وكذلك الأشخاص - حسب تحليل التأثير وتحديد أدوارهم في عملية التغيير.
- هـ- **المراقبة والقيام بالتعديلات:** أي مراقبة إدخال التغيير يكون منذ البداية ومرحليا، كما يجب القيام بالتعديلات اللازمة عند ملاحظة ابتعاد التنفيذ عن الخطة المسطرة.
- من خلال ما سبق، نقول أن التكنولوجيا الحديثة حظيت باهتمام منقطع النظير من قبل الأكاديميين والممارسين على حد سواء، خصوصا في ما يتعلق بتحليل المنافع التي يمكن أن تعود على

¹ نعمون وهاب، مرجع سابق، ص. 265.

البنوك التي تتبنى مثل هذه التقنيات، وسنحاول فيما تبقى من الفصل تسليط الضوء على هذا التكنولوجيا، بدءاً بمحاولة معرفتها.

المطلب الثاني: تكنولوجيا الإعلام وخصائصها

تعددت التسميات للتكنولوجيا، فهناك من أطلق عليها تكنولوجيا الإعلام والاتصال، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال وهناك من أطلق عليها ببساطة اسم التكنولوجيا الحديثة، لذا سنحاول تحديد بعض المفاهيم، مثل: الإعلام، الاتصال، المعلومات، البيانات، المعلوماتية والإعلام الآلي، وذلك قبل الخوض في دراسة هذه التكنولوجيا.

الفرع الأول: تحديد بعض المفاهيم

1. العلاقة بين المعلومات والبيانات والمعرفة: تعددت التعاريف المتعلقة بالمعلومات، فمنهم من نظر إليها على أنها مجرد بيانات، ومنهم من نظر إليها على أنها مورد استراتيجي، إلا أن المتفق عليه هو دورها في اتخاذ القرارات. إذن، المعلومات هي ما نحصل عليه نتيجة لمعالجة البيانات بطريقة تزيد من مستوى المعرفة لمن يحصل عليها، وهي ذات قيمة وفائدة في صناعة القرارات¹. وتختلف المعلومات على البيانات كون هذه الأخيرة عبارة عن حقائق مجردة ليست ذات معنى أو دلالة في حد ذاتها، أجريت عليها عمليات تشغيلية من خلال نظام المعلومات لتحويلها إلى معلومات تساعد على تنمية المعارف وزيادة ثقافة متخذ القرار وتصله عبر قنوات الاتصال. والشكل الموالي يوضح ذلك:

¹ ربحي مصطفى عليان وإيمان فاضل السامرائي، تسويق المعلومات، (دار الصفاء للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 2004)، ص. 20.

* لمزيد من المعلومات حول خصائص المعلومات، أنظر:

- عبد الله حمود سراج، أهمية خصائص المعلومات في بناء اختيار قرارات المنظمة، (مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير،

جامعة سطيف، العدد 4، 2005)، ص. 133.

- ربحي مصطفى عليان وإيمان فاضل السامرائي، مرجع سبق ذكره، ص. 25.

الشكل رقم (8): العلاقة بين البيانات والمعلومات والمعرفة



المصدر: رنجي مصطفى عليان وإيمان فاضل السامرائي، تسويق المعلومات، (دار الصفاء للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 2004)، ص. 20.

كما تتميز المعلومات بجملة من الخصائص (التكامل، الشمولية، الملائمة، الدقة، التوقيت والوضوح)*. أما المعرفة فهي أشمل من المعلومات لأنها المنتج النهائي لعملية معالجة البيانات وتحويلها إلى معلومات ثم نشرها بين الناس بواسطة التعليم والتدريب والممارسة لتصبح في نهاية المطاف معرفة¹.

2. **الخلط بين مفهومي الاتصال والإعلام:** تعددت التعاريف لكل من الاتصال والإعلام، فكلمة الإعلام مشتقة من *Informatio* اللاتينية، والاتصال كلمة مشتقة من الأصل اللاتيني *Communis* ومعناه "عام" أو "شائع". فحين نتصل نحاول أن نخلق جوا من الألفة والاتفاق مع الآخرين ومشاركتهم المعلومات والأفكار والاتجاهات. إذن الاتصال يجعل المرسل (القائم بالاتصال) والمستقبل على موجة واحدة مع رسالة معينة². كما أن الاتصال: "عبارة عن معلومات مبلغة، تبادل الآراء والأفكار أو المعلومات عن طريق الكلام أو الكتابة أو الإشارات - وسائل الاتصال عموماً"³.

وبالرغم من التعاريف العديدة للاتصال، إلا أنها تشتمل على خمسة عناصر: الرسالة، الوسيلة، المرسل، المستقبل والأثر، كما يتضمن الاتصال فكرة التفاعل حيث يتحول المرسل إلى مستقبل والعكس. والتفاعلية *Interactivity* تعطي المشاركين دوراً مؤثراً في عملية الاتصال بحيث يتبادل المستقبل دوره مع المرسل ويشارك بإيجابية في الاتصال⁴.

¹ سالي جمال، سبل اندماج الجزائر في اقتصاد المعرفة، (مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، سبتمبر 2005)، ص. 107.

² سامية محمد جابر ونعمات أحمد عثمان، الاتصال والإعلام - تكنولوجيا المعلومات -، (دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ج م ع، 2003)، ص. 387.

³ منير البعلبكي، مرجع سابق، ص. 179.

⁴ محمد منير حجاب، المجلد الثاني، مرجع سابق، ص. 745.

أما الإعلام، فيتمثل في كافة أوجه النشاط الاتصالي الذي يستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والمعلومات والأخبار الصحيحة والسليمة عن القضايا والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية¹.

إن الأهم في التفريق بين الاتصال والإعلام هو أن: الاتصال يعبر عن العملية الشاملة أو الأفعال ذات الأهداف الشاملة المتنوعة، بينما الإعلام هو أحد هذه الأهداف أو أحد أنماط التأثير المراد إحداثه في المستقبل.

3. الخلط بين اصطلاحى الإعلام والمعلومات : هناك خلط شائع بين المصطلحين، باعتبار أنهما في الأصل الإنجليزي *Information*، ويستخدم المصطلح *Informations* بصيغة الجمع للترقية بين الإعلام *Information* والمعلومات أو للتعبير عن بعض الأنشطة الاستعلامية، فيقال مكتب الاستعلامات *Information Bureau*². ويجادل كرم شلبي أن يفرق بين الإعلام والمعلومات بقوله: "الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والواضحة والمعلومات السليمة والحقائق، أما المعلومات فهي تستخدم للتدليل على الوثائق والبيانات، الكتب، الصور والقصصات، فالمعلومات على هذا النحو تمثل المادة الخام للإعلام"³. ويرجع عاطف العبد ذلك الخلط بين المفهومين إلى أن "المعلومات تمثل المادة الخام للإعلام - كما سبق وذكرنا- وأن الإعلام ينطوي بداخله على أوجه نشاط مختلفة من بينها نشاط نقل المعلومات"⁴.

4. التفرقة بين المعلوماتية والإعلام الآلي: من بين المبادرات التي وجدت في الساحة اللغوية التكنولوجية أخذ المصطلح الإنجليزي مباشرة. كون هذه اللغة هي الرائد الآن في المعلومات، كما كان الحال بالنسبة لكلمة "الكمبيوتر" قبل أن تظهر كلمة الحاسوب -

¹ محمد منير حجاب، المرجع السابق، المجلد الأول، ص. 750.

² سامية محمد جابر ونعمات أحمد عثمان، مرجع سابق، ص. 417.

³ المرجع السابق، ص. 418.

⁴ المرجع السابق.

حفاظا على المعنى الإجمالي للمصطلح بالإنجليزي - ويحدث عكس هذا تماما لو أخذ المصطلح من غير لغته الأم، كما كان الحال بالنسبة لكلمة "الإعلام الآلي" والتي ترجمت من الكلمة الفرنسية *Informatique* فضيقت هذه الترجمة الخاطئة المعنى الشامل للمصطلح الإنجليزي المكون من العبارة التالية *Automatic Data Processing*. والتي تعني المعالجة الآلية للمعلومات¹.

وإذا تم تغيير الكلمات إلى ما يلي: المعلومات المعالجة آليا لوجدنا كلا الترجمتين العربيتين تحملان نفس المعنى للمصطلح الإنجليزي، ومن الترجمة الثانية جاء المصطلح العربي الحامل للمعنى الشامل للمصطلح الإنجليزي وهي "المعلوماتية"، لذا من المفروض استبدال المصطلح "الإعلام الآلي" بمصطلح عربي موحد شامل ألا وهو "المعلوماتية"².

الفرع الثاني: مفهوم تكنولوجيا الإعلام *les Technologies de l'Information*

يعود ظهور تكنولوجيا الإعلام إلى بروز الحواسيب في المؤسسات خلال سنوات 1960 من خلال مبدأ تقنية المعالجة الإلكترونية للمعلومة.

1. تعريف تكنولوجيا الإعلام: تكنولوجيا الإعلام تتمثل في " تقنيات تسمح بصنع أو إنتاج المعلومة، وكلمة إنتاج تحوي (حجز *Saisir*، معالجة، تخزين ونشر)³."

- كما يشير مفهوم تكنولوجيا الإعلام إلى " مدى واسع من المواد والقدرات التي تستخدم لإنتاج وتخزين ونشر (بث) واسترجاع المعلومات"⁴.

- تكنولوجيا الإعلام تعرف بأنها "المكونات المادية والبرمجيات ووسائل الاتصال عن بعد وإدارة قواعد البيانات وتقنيات معالجة المعلومات الأخرى المستخدمة في أنظمة المعلومات المعتمدة على الكمبيوتر"⁵.

¹ عبد الحق ط، مدخل إلى المعلوماتية - الحاسوب الشخصي وأجهزته الخيطة-، (قصر الكتاب، البلدة، الجزائر، 2005)، ص. 15.

² المرجع السابق، ص. 16.

³ Robert Reix, OP. Cit, P. 66.

⁴ ربحي مصطفى عليان وإيمان فاضل السامرائي، مرجع سابق، ص. 21.

⁵ أمين عقيل يوبيل وعبد الستار محمد علي، نموذج تقييم أنظمة المعلومات الإستراتيجية كأداة تنافسية في المصارف - دراسة حالة -، (مجلة الإدارة العامة، الرياض، السعودية، المجلد 38، العدد 2، 1998)، ص. 417.

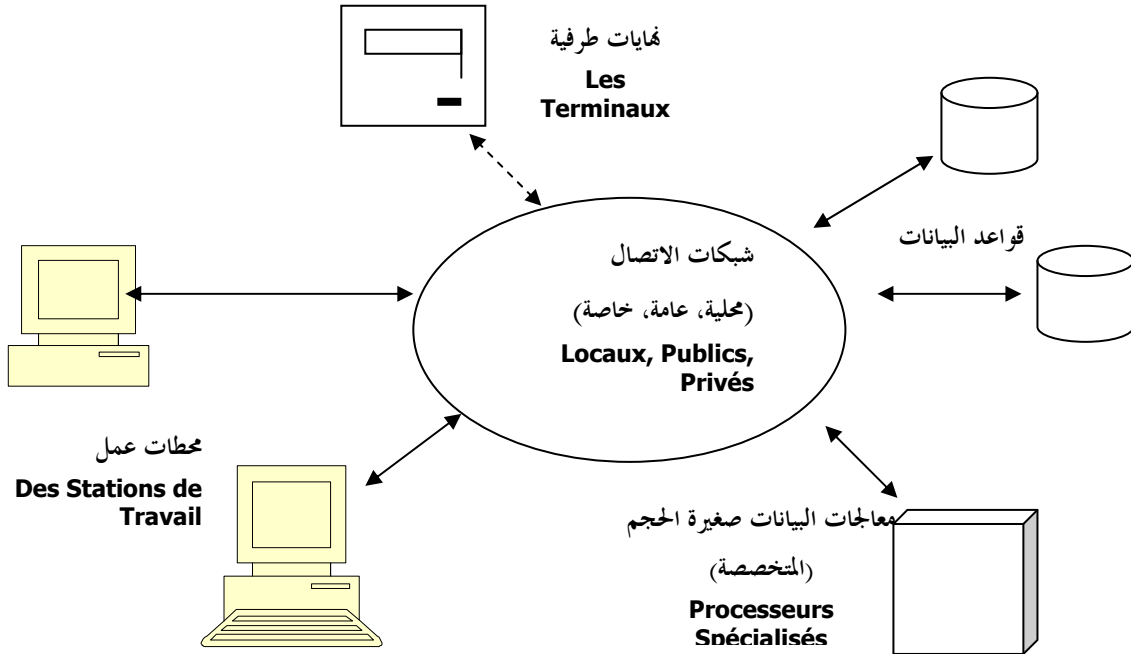
وبالتالي يمكن القول، أن تكنولوجيا الإعلام هي كافة التقنيات من أجهزة وبرمجيات واتصالات عن بعد ترتبط بهم جمع البيانات، تحليلها وتجهيز المعلومات واختزانها وبنها واسترجاعها، وهذا لا يتم دون تفاعل الإنسان مع هذه التقنيات وفي كافة المجالات المعرفية (الاقتصادية، الإدارية، الهندسية، ...الخ).

المطلب الثالث: المكونات الأساسية لتكنولوجيا الإعلام

الفرع الأول: مكونات تكنولوجيا الإعلام

إن أبرز مكونات تكنولوجيا الإعلام يمكن توضيحها من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم (9) : المكونات الرئيسية لتكنولوجيا الإعلام



Source : Robert Reix, *Systèmes d'Information et Management des Organisations*, (Vuibert, France, 4^{ème} édition, 2002), P. 70.

1. تكنولوجيا الحاسوب: وهو جهاز مبرمج يتكون من وحدات مادية هي الأجهزة *Hardware* والتي تشكل أجزاء الحاسوب، مثل: أجهزة الإدخال (لوحة المفاتيح، أجهزة التخزين كالأقراص)، أجهزة

الإخراج (الطابعات *Imprimante*)، ويتكون أيضا من وحدات غير مادية *Software* (البرمجيات التطبيقية) والتي يتم بها التشغيل وإدارة الأجهزة المستخدمة لاسيما الحاسوب وتشمل نظم وبرامج تشغيل الحاسوب وبرامج التطبيقات مثل معالجة النصوص والنشرات الإلكترونية وغيرها، تساعد على تسهيل التعامل مع إمكانيات تكنولوجيا الإعلام الأخرى.

2. قواعد البيانات: هي الوعاء الذي يحتوي على البيانات الأساسية المخزنة على وسائل التخزين المختلفة، التي لا بد من توفرها حتى القيام بعملية التشغيل. فالبيانات هي المادة الخام الأساسية التي سيقوم الحاسب بتنفيذ تعليمات البرنامج التطبيقي عليها حرفيا للحصول على المعلومات¹.

3. شبكات الاتصال: أو شبكات اتصال البيانات، والتي تصل بين مجموعة حواسيب مرتبطة ببعضها البعض، أو مع الوحدات التكنولوجية الأخرى كالطابعات وغيرها. وهذه الشبكات أنواع²:

- شبكات الاتصال المحلي *Réseaux Locaux* على صعيد المنظمة .

- شبكات الاتصال الموسع *Réseaux Etendus* على الصعيد الوطني والدولي.

الفرع الثاني: أمثلة عن تكنولوجيا الإعلام ووظائفها

يمكن توضيحها وذلك على النحو لذي يبينه الجدول الآتي:

الجدول رقم (4): أمثلة عن تكنولوجيات الإعلام ووظائفها

أمثلة عن التكنولوجيا	الوظيفة الأساسية
لوحة المفاتيح، الماسح <i>Scanner</i> ، مسجل الأصوات، آلة فوتوغرافية، <i>Caméra Vidéo</i> ، <i>Magnétophone</i> ، <i>Lecteur de Codes Barres</i>	الحجز <i>la Saisie</i> الحصول على البيانات بشكل يسمح بتخزينها، معالجتها ثم نشرها
شبكات هاتفية، شبكات متخصصة في نقل المعطيات، البث الهرتزي <i>Diffusion Hertzienne</i> والأقمار الصناعية <i>Satellite</i>	النشر <i>Transmission</i> انتقال المعلومة في الفضاء
طبع الورق، الأشرطة المغنطة، الذاكرة المركزية للكمبيوتر، الأقراص المضغوطة (المدججة) <i>CD Rom*</i> ، القرص الفيديو الرقمي <i>DVD</i>	التخزين <i>Stockage</i> الحفظ المنظم للبيانات والمعطيات يسمح بالاستفادة منها داخليا

¹ أحمد علي حسين، نظم المعلومات المحاسبية - الإطار الفكري والنظم التطبيقية-، (الدار الجامعية، الإسكندرية، ج م ع، 2004)، ص. 24.

² Marie-Hélène Delmonde et Autres, *Management des Systèmes d'Informations*, (Dunod, Paris, France, 2003), P. 59.

المعالجة <i>Traitement</i>	إحداثيات بيانات جديدة انطلاقاً من بيانات موجودة، الحساب، الترتيب، التغيير في الشكل (الحجم)
الكمبيوتر وبرامجه <i>Logiciels</i>	
الرد أو الإرجاع <i>Restitution</i>	جعل البيانات على شكل قابل للاتصال بالفرد
طابعة الكمبيوتر والشاشة، مكبر الصوت <i>Haut-parleur</i>	

Source : Robert Reix, *Systèmes d'Information et Management des Organisations*, (Vuibert, France, 4^{ème} Edition, 2002), P. 72.

من خلال الجدول، يمكن القول أن تكنولوجيا الإعلام هو مفهوم واسع يشير إلى عدد من التقنيات المستخدمة في إنتاج المعلومات انطلاقاً من خمسة وظائف أساسية متعلقة بالبيانات، وهي: الحجز، النشر، تخزين، المعالجة والإرجاع.

الفرع الثالث: خصائص تكنولوجيا الإعلام

تتميز تكنولوجيا الإعلام بجملة من المميزات، وهي¹:

1. **تقليصها للوقت** *Compression du Temps*: كون أن معالجة البيانات من خلال تحويلها عبر عدة عمليات (حساب، مقارنة، إخراج، النشر، تجميع، ...) أصبحت اليوم باستخدام تكنولوجيا الإعلام تتم آلياً وبسرعة كبيرة مقارنة بالعنصر البشري، فالسرعة في القيام بالعمليات الحسابية نتج عنه معالجة عدد كبير من العمليات، وبالتالي توفير وتخفيض كبيرين في الوقت.

2. **تقليصها للمساحة** *Compression de l'Espace*: إن شبكات الاتصال القديمة (الإرسال البرقي *Télégraphe*، الهاتف *Téléphone*) قد ساهمت في ربح الكثير من الوقت في الاتصالات عن بعد، أما في الوقت الحالي فيمكن تحويل حجم كبير من المعطيات، ومع ثورة الإشارات *Signaux* في أنظمة الاتصالات أصبح التوسع في التدفق (الانسياب) *Débit** يسمح بنقل الصور والملفات وغيرها.

3. **توسع كبير في المعلومات المخزنة** *l'Expansion de l'Information Stockée*: سابقاً عمليات التخزين تتم بواسطة الورق أو ما يسمى بالأرشيف، إلى أن تم اكتشاف التكنولوجيا الممغنطة (*la Technologie Magnétique*). بمختلف الأقراص والأشرطة، وهي أكثر أجهزة التخزين شيوعاً، لكن حالياً لعبت برامج إدارة البيانات دوراً هاماً في عمليات التخزين. إذا كانت هناك بيانات مهيكلة

¹ Robert Reix, OP. Cit, P. 72 – 73.

* بالإنجليزية Through Pat: يقيس نسبة نقل البيانات عبر نظام اتصالات، أو نسبة معالجة البيانات في نظام الإعلام الآلي، أنظر إلى:

- **Dictionnaire Encyclopédique Bilingue. de la Micro Informatique**, (Microsoft Presse, un Département de Microsoft France, 1999), P. 137.

ومنظمة فيما يسمى بقاعدة البيانات *la Base des Données*، فبواسطة أنظمة إدارة قواعد البيانات *Systèmes De Gestion de Bases de Données* وأنظمة إدارة الملفات الإلكترونية يصل المستخدمون الحاليون إلى أكبر كم من المعلومات المخزنة.

4. مرونة الاستعمال *Flexibilité d'Usage*: بمعنى أن تكنولوجيا الإعلام من مميزات السهولة في الاستعمال أي أنها بسيطة وغير معقدة تحتاج إلى التدريب عليها، فالكومبيوتر صمم خصيصا لتنفيذ عدد من العمليات على عدة أشكال تمثل المعلومة، وذلك من خلال برنامج صمم من أجل تطبيق محدد *une Application Precise*.

المبحث الثاني:

تكنولوجيات الاتصال

إن الملاحظ اليوم أن المنظمات تمر بمرحلة تكنولوجية اتصالية جديدة، ويطلق على هذه المرحلة اسم "تكنولوجيا الاتصال متعددة الوسائط *Multimédia*"* أو تكنولوجيا الاتصال التفاعلية، التي تتمثل مرتكزاتها الأساسية في الحاسبات الالكترونية إضافة إلى الألياف الضوئية وأشعة الليزر والأقمار الصناعية.

المطلب الأول: مفاهيم حول تكنولوجيات الاتصال

يتناول هذا المطلب تعريفا بتكنولوجيا الاتصال وعوائدها وكذا مختلف الشبكات، الأدوات والقنوات المؤثرة في عملية الاتصال والتي تعتمد عليها البنوك بصفة أساسية في أداء أعمالها أو أنشطتها اليومية.

الفرع الأول: التعريف بتكنولوجيا الاتصال

1. تعريف تكنولوجيا الاتصال: هناك عدة تعريفات لتكنولوجيا الاتصال، نذكر منها:

- تكنولوجيا الاتصال هي: "الحصول أو إكساب ومعالجة وتخزين ونشر المعلومات الرقمية والنصية واللاسلكية والصوتية من خلال مجموعة من الأجهزة الالكترونية وأجهزة الاتصال السلكية واللاسلكية والكمبيوتر"¹، وبالتالي يمكن القول أن لتكنولوجيا الاتصال جانبيين²:

أ- **فكري أو معرفي**: ويتمثل في علم الاتصال، ذلك العلم الذي يعنى بدراسة وسائل الاتصال ومجالاتها ومستوياتها.

ب- **مادي أو تقني**: ويتمثل في التطبيق العملي للاكتشافات والخبرات والتجارب في مجال المعلومات، ونقلها وتبادلها كالتصوير الفوتوغرافي والطباعة وأساليب معالجة النصوص والصور والإرسال والاتصالات السلكية واللاسلكية بكل أشكالها.

الفرع الثاني: أنواع تكنولوجيا الاتصال

هناك عدة أنواع لتكنولوجيا الاتصال، يمكن توضيحها من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم (5): أمثلة عن تكنولوجيا الاتصال ووظائفها

الوظائف	الإنتاج Production	النقل، النشر Transmission Diffusion	الأرشفة Archivage التفحص Consultation
المعطيات	الكمبيوتر	فيديو تكس Vidéo Tex شبكة محلية، عامة أو خاصة تيلكس Télex	المصغرات ³ Microformes قرص مغناطيسي CD ROM ورق، قرص فيديو رقمي DVD

* **Multimédia**: تعني دمج أو جمع لإمكانات نصوص، أصوات، صور ثابتة أو متحركة أو رقمية، عموماً هذا الجمع تفاعلي **Interactif**، أنظر:

- Emmanuel Arnold Pateyron et Robert Salmon, **Les Nouvelles Technologies de l'Information et l'Entreprise**, (Edition Economica, Paris, France, 1996), P. 24.

¹ محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص. 802.

² المرجع السابق، ص. 800.

³ **المصغرات** تستخدم لتسجيل البيانات بحجم صغير (مصغر)، وهي من دعائم **Microfilms** (فيلم تصوير مصغر) و **Microfiche** أو ما يسمى شريحة الصور المصغرة، وهي عبارة عن صفحة بلاستيكية تحمل صوراً فوتوغرافية مصغرة: هيئة شبكة تشتمل عادة على عنوان يمكن قراءته دون تكبير، أنظر:

- Mourad Abdel Fattah, **Encyclopedia of The Terms of The Computer and Internet**, English – Arabic, Alexandria – Egypt, P. 1284 – 1285.

الورق المصغرات قرص مغناطيسي CD ROM	رسائل بريدية <i>Courrier Postal</i> <i>Copieurs</i> نسخ لاسلكي <i>Télécopieurs (Fax)</i> ، شبكات محلية، عامة، خاصة، فيديو تكس	آلة كاتبة كمبيوتر	النصوص
الورق، المصغرات <i>Microformes</i> قرص فيديو رقمي <i>DVD</i> <i>Vidéo Tex</i>	شبكات تماثلية ورقمية <i>Copieurs</i> نسخ لاسلكي <i>Télécopieurs</i> <i>Rétroprojecteur Téléécriture</i>	آلة تصويرية نهاية العرض <i>Terminal</i> <i>Graphique</i> <i>Table Traçante</i>	صور ثابتة
مسجل الأصوات قرص صلب <i>Disque Compact</i> <i>Répondeur Téléphone</i>	هاتف تماثلي، رقمي <i>Radio (Réseau ou Ondes Hertzienne)</i> <i>Radio Messagerie</i>	مسجل الأصوات <i>Ordinateur + Logiciel</i> <i>Spécial</i>	أصوات
جهاز تسجيل وقراءة مقاطع فيديو <i>Magnétoscope</i> <i>DVD</i>	شبكات تدفق عاليموجات هرتزية أقمار صناعية <i>(Télévision Moniteur Vidéo)</i>	<i>Caméras Sonores</i>	<i>Vidéo</i>

Source : Robert Reix, *Systèmes d'Information et Management des Organisations*, (Vuibert, France, 4^{ème} Edition, 2002), P. 229.

من خلال الجدول، يبدو لنا جليا أن تكنولوجيا المستعملة في عمليات الاتصال متعددة، وهذا التعدد يفسر من جهة من خلال طبيعة المعلومات المنقولة (بيانات، نصوص، صور ثابتة، أصوات، صورة وصوت)، ومن جهة أخرى تعدد الوظائف المؤداة من خلالها (إنتاج، نشر، نقل، حفظ للمعلومات أو المعطيات).

الفرع الثاني: عوائد تكنولوجيايات الاتصال

أتاحت تكنولوجيا الاتصال العديد من الخدمات لتلبية حاجات كل أفراد المنظمات، نذكر بعضها في ما يلي¹:

1. يتيح الحاسب الشخصي قائمة ضخمة من الخدمات الغير المحددة، سواء للاستخدام الشخصي أو الاستفادة من المعلومات التي تقدمها بنوك المعلومات *Data Bank*، من خلال الربط بخط تليفوني مع هذه البنوك.

¹ منى محمد إبراهيم البطل، تكنولوجيا الاتصالات المعاصرة - الشخصية والإدارية ونظم المعلومات-، (الدار الجامعية، الإسكندرية، ج م ع، 2001)، ص. 215.

2. ظهور العديد من خدمات الاتصال الجديدة مثل الفيديو تيكس* وهو نظام إلكتروني ذو تفاعل تبادلي يسمح لمن يستخدمه بإرسال واستقبال بيانات من أجهزة الكمبيوتر، أو من مستخدمين آخرين للفيديو تيكس بواسطة نهاية طرفية قادرة على عرض النصوص والصور. أما الأدوات التي يحتاجها مشتركو الفيديو تيكس هي: جهاز تلفزيون مع لوحة مفاتيح أو كمبيوتر شخص مع شاشة، ويتصل بشبكة خطوط تليفونية أو كابل مع الحاسب الرئيسي، وتشمل خدمات ذلك النظام بالحصول على المعلومات المختلفة مثل السجلات المصرفية، تقارير البورصة... وكذلك التيلتكس** *Télex* "النصوص المرئية" عبارة عن نظام يسمح للمشاهد باستقبال طباعة إلكترونية بحد أقصى 24 سطر على الشاشة وبزمن من 10 إلى 12 ثانية في الصفحة الواحدة، وهو نظام للإرسال فقط لا يسمح بالتفاعل أو تدخل المتلقين لرسائله².
3. بامتزاج وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية مع تكنولوجيا الحاسب الإلكتروني خلق عصر جديد للنشر الإلكتروني.
- 4.

المطلب الثاني: شبكات الاتصال

إن الاتصالات عن طريق تكنولوجيايات الاتصال يقصد بها كافة الأنشطة والوسائل المتعلقة بالنقل الإلكتروني للمعلومات والبيانات من موقع إلى آخر باستخدام أجهزة، برامج، وسائط أو قنوات، ومشكلة فيما بينها ما يسمى بالشبكة .

الفرع الأول: الشبكات، مفهومها وخصائصها

* يشار إليه غالباً باسم "فيوداتا" نسبة إلى الشركة البريطانية الرائدة في هذا المجال.

¹ سامية محمد جابر ونعمات أحمد عثمان، مرجع سابق، ص. 109-110.

** على كل حال لم يعد مصطلح التيلتكس مستخدماً في الوقت الحاضر ذلك لأنه أدخل السبيل للمصطلح الأكثر شيوعاً هو التيليتيكست

Télex ولمعرفة أوجه المقارنة بين نظام الفيديو تيكس والتيليتيكست، أنظر:

– أحمد أنور بدر، مقدمة في تكنولوجيا المعلومات وأساسيات استرجاع المعلومات، (دار الثقافة العلمية، الإسكندرية، ج م ع، 2003)،

ص. 80-81.

² أحمد أنور بدر، مرجع سابق، ص. 109.

1. تعريف الشبكة: "الشبكة عبارة عن مجموعة من العناصر المرتبطة (الموصولة) والمنظمة فيما بينها"¹. هذه الدعائم والوسائل المادية تربط نهايات طرفية (*Terminaux*) وترسل إشارات (أصوات، بيانات، نصوص، صور، ...) ². وشبكات الحاسبات تعرف بأنها: "مجموعة حاسبات آلية مرتبطة مع بعضها أو بعض الوحدات الآلية الأخرى (كالشاشات والطابعات...). بمواقع متباعدة أو متقاربة مكانيا من خلال وسائط أو قنوات اتصال، بحيث يمكن لأي وحدة داخل الشبكة أن تتبادل البيانات وتستخدم الموارد المادية والغير المادية لباقي أعضاء الشبكة مع احتفاظ بقدراتها التشغيلية الخاصة"³.

2. خصائص الشبكة: تتميز الشبكة بعدة خصائص وهي⁴:

- اتجاه الانتقال: الشبكة يمكن استعمالها في اتجاه واحد (سواء كانت شبكة نشر أو شبكة تجميع) كما يمكن استعمالها في الاتجاهين (*Duplex*).
- القدرة على التدفق (الانسياب) *Capacité-Débit*: أي عدد الوحدات (العناصر) من المعلومة المنقولة خلال وحدة زمنية، ويعبر عنها بوحدة البايت* في الثانية.
- النجاعة *Fiabilité*: يتم قياسها بمعدل الخطأ الأعلى المضمون في عملية النقل (التحويل).
- قدرة التدفق: هذا المتغير متعلق بالأداء فيما يخص الحجم (حجم أو طاقة الاستيعاب والتخزين)، والوقت (سرعة إرسال واستقبال البيانات)، أي عدد الإشارات المرسله خلال وحدة زمنية (ثانية)، وكذلك عدد الرموز المخزنة في وحدة الحجم.
- الأمن: في حالة الإرسال، يقاس بالمعدل المتوسط للخطأ، وهذا تبعا لإمكانية الكشف عن الأخطاء وتصحيحها. أما في حالة تخزين البيانات، فالحماية ضد الأخطار (الحو، التزيف) هي التي تميز أو تحدد درجة الأمن.
- سهولة الاستعمال: من الناحية التطبيقية هذه الخاصية مهمة جدا لتقدير إمكانية إدخال التكنولوجيا ضمن نظام الاتصالات. فبعض الوسائل التكنولوجية سهلة الاستعمال مثل الهاتف

¹ *Vocabulaire des Techniques de l'Information et de la Communication*, (Commission Générale de Terminologie et de Néologie, France, 2006), P. 151.

² Robert Reix, OP. Cit, P. 228.

³ طارق طه، مرجع سابق، ص. 509.

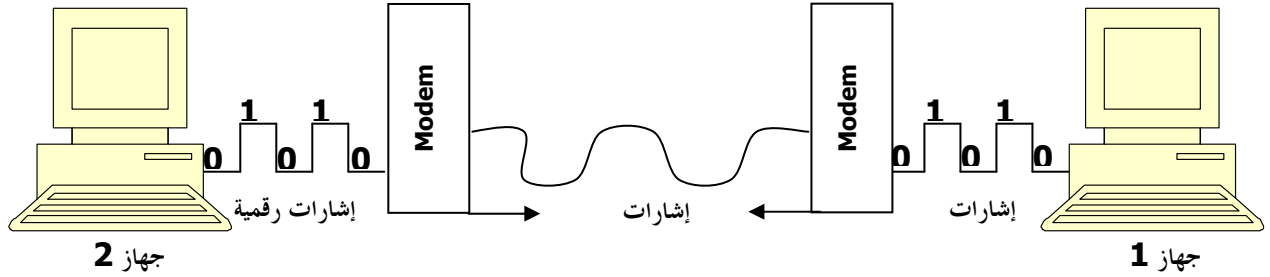
⁴ Robert Reix, OP. Cit, P. 230.

* البايت (*Byte*) عبارة عن مجموعة من البيتات (*Bit*)، هذا الأخير يمثل رمز أو أصغر وحدة من الوحدات، والبايت قد يكون حرف واحد أو رقم أو أي رمز آخر.

في استعماله العادي، والبعض الآخر تصبح قابلة للاستعمال بعد التمرن السريع مثال: آلات طباعة، رسائل إلكترونية بسيطة، والبعض الآخر لا يمكن استعمالها إلا بعد متابعة تكوين خاص مثل كيفية استعمال برنامج...

3. الاتصالات بين أنظمة الكمبيوتر: إن عمليات نقل البيانات والمعلومات المكتوبة تتم بشفرة معينة من طرف إلى آخر أو من مرسل إلى مستقبل عن طريق نظام اتصالات عن بعد للشبكة *le Système de Télécommunication de Réseau*، من خلال تحقيق مرونة قصوى في الحصول على البيانات ونتائج معالجتها في الوقت والمكان المطلوبين. ولفهم أكبر لقاعدة نقل أو تحويل بين أجهزة الكمبيوتر نأخذ كمثال مستوى الاتصالات بين جهازي كمبيوتر:

الشكل رقم (10): الاتصال بين جهازي كمبيوتر



المصدر: من إعداد الباحث، بالاعتماد على:

-Marie-Hélène Delmonde et Autres, *Management des Systèmes d'Information*, (Dunod, Paris, France, 2003), P. 72.

من خلال الشكل، فإن الإشارات الموجية تستخدم في نقل البيانات عبر خطوط الهاتف، ولأن الاتصال بأجهزة الكمبيوتر يتم بشكل رقمي، تحول الإشارات الرقمية إلى موجية بواسطة المحول *Modulateur* لغرض الانتقال، ومن ثم تتغير إلى إشارات رقمية *Démodulateur*. فالإشارات الموجية تنطلق على شكل موجات متصلة ذات تغيرات غير حادة مثل الموجات الصوتية والذبذبات، أما الإشارات الرقمية فهي إشارات متقطعة ذات تغيرات حادة تنتج بالتحكم في تغيرات الجهد في دائرة إلكترونية، ويعبر عن فرق الجهد الإيجابي بالقيمة العددية (1)، أما في حالة غياب الجهد فإن القيمة تكون صفراً (0)¹.

الفرع الثاني: أنواع شبكات الاتصال

¹ سعد غالب ياسين، تحليل وتصميم نظم المعلومات، (دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000)، ص. 305-306.

هناك عدة تقسيمات لشبكات الاتصال، نذكر منها:

1. تقسيم الشبكات حسب النطاق الجغرافي:

أ- الشبكات المحلية (شبكات الاتصال المحلي LAN): تغطي مواضع متقاربة مكانيا، وتستخدم هذه الشبكة LAN بصورة واسعة في أنشطة الأعمال الصغيرة أو في أقسام منظمات الأعمال، تتكون LAN من كمبيوتر وخادم رئيسي Main Server يقوم بالتحكم في البرامج وفي مرور المعلومات وتنظيمها بين محطات العمل التي تتصل بالشبكة والأجهزة الملحقة مثل: الطابعات والفاكسات* بالإضافة إلى قنوات الاتصال من كابلات. وتتميز عدة أنواع من شبكات الاتصال المحلي كالشبكة النجمية Star Network، الشبكة الحلقية Ring Network والشبكة الخطية Bus Network¹.

ب- الشبكات الموسعة (شبكات الاتصال الموسع WAN): تغطي مواقع متباعدة مكانيا كالتى تربط بين الحاسبات الآلية لفروع البنك المختلفة داخل الدولة أو تربط بين الحاسب الآلي للبنك والحاسب الآلي بمركزها الرئيسي لدولة أخرى. ومن خلالها يتم إرسال البيانات بين أجهزة الكمبيوتر في نقاط أخرى، كذلك من الخدمات الأخرى لهذه الشبكة (WAN) خدمات البريد الإلكتروني، الدخول إلى أسواق الأوراق المالية وقواعد البيانات العامة والبنوك الإلكترونية للمعلومات، وباختصار توفر هذه الشبكة إمكانيات هائلة لنظم المعلومات المحوسبة، خاصة في منظمات الأعمال الكبيرة للوصول إلى مورد البيانات من مصادرها الخارجية ومن بيئة الأعمال².

2. تقسيم الشبكات حسب استعمالها: حيث تقسم هذه الشبكات إلى³:

أ- شبكات خاصة Réseaux Privés: خاصة بالمؤسسات وشركائها أو فروعها، وتسمى شبكة الشركات الشريكة في مجال البنوك باسم "شبكات البنوك Réseaux Bancaires".

ب- شبكات عامة Réseaux Publiques: مثل استخدام المؤسسات لخادم الويب (WEB) على شبكة الإنترنت*، حيث تشير هذه الأخيرة إلى شبكة كبيرة تربط بين عدد كبير من أجهزة

* الفاكس (نظام نقل الصور المرئية): عبارة عن معدات تسهل نقل الصور والمخططات وغيرها عبر شبكات اتصالات عامة كالراديو واللاسلكي، وله مرادفات أخرى "الفاكسميلي، تيليفاكسميلي" وكلها تعني نقل صورة ورقية لوثيقة معينة من مصدرها الأصلي إلى جهة أخرى. أنظر:

- أحمد أنور البدر، مرجع سابق، ص. 68.

¹ سعد غالب، مرجع سبق ذكره، ص. 307-310.

² سعد غالب، مرجع سابق، ص. 312.

³ Marie-Hélène Delmonde et Autres, OP. Cit, P. 59.

الكمبيوتر المنتشرة في جميع أنحاء العالم من خلال مختلف وسائل الاتصال، مثل: خطوط الهاتف والأقمار الصناعية.

المطلب الثالث: أدوات الاتصال وقنوات الاتصال عن بعد

تتمثل أدوات الاتصال في الأجهزة التقنية القادرة على تحسين فعالية النشاط الاتصالي، والتي تجعل وظيفة الإنتاج، التحويل (النقل) والتخزين للمعلومة مؤتمتا.

الفرع الأول: أمثلة عن أدوات الاتصال

إن الأدوات المستعملة في عملية الاتصال جد متنوعة، وسنتناول الأكثر منها استعمالا، ويمكن تقسيمها إلى¹:

1. أدوات معالجة الوثائق الورقية: قديما كانت الآلات المستعملة تتمثل في الآلات الراقنة *la Dactylographie*، هذه الأخيرة تتطلب نوعا من التدريب البسيط، أما حاليا فقد ظهرت برامج معالجة النصوص أكثر تطورا ولنشرها عن طريق الكمبيوتر تم الاعتماد على الماسح، الطابعات، الشاشات البيانية (*Ecrans Graphique*) والنسخ اللاسلكي (*Télécopieur*)، كما تم تحسين عملية الأرشفة (*Archivage*). فالمنظمات تسعى حاليا للتقليل من العمل الورقي والوصول إلى ما يسمى "صفر ورق، *Zéro Papier*".

2. أدوات الاتصال الإلكترونية للملفات المكتوبة: تعمل بصفة أساسية على تحويل البيانات والنصوص إلكترونيا دون استخدام الورق، والوسائل المستخدمة في ذلك:

أ- الرسائل الإلكترونية: يتم الاعتماد عليها عندما تكون أجهزة الإعلام الآلي مدعومة ببرامج متخصصة وموصولة بشبكة، كما تسمح هذه الوسيلة بتبادل رسائل مكتوبة على شكل بريد إلكتروني (*Courier Electronique*).

* الإنترنت Internet مشتقة من (International Network) أو الشبكة العالمية، وشبكة الويب العالمية (*Word Wide Web*) يطلق عليها "خيوط العنكبوت" بسبب ترابط المعلومات بداخل الشبكة كخيوط العنكبوت في تشبكها وتداخلها والانتقال بسهولة فيما بينها.

¹ Robert Reix, OP. Cit, P. 235.

* بالإنجليزية Terminal Vidéo Tex، ترتبط هذه الأداة مع باقي أجهزة الكمبيوتر بشبكة هاتفية، ويوجد le Minitel à Puce وكذلك le

Téléphone Répondeur Minitel، كما يقدم العديد من الخدمات. أنظر:

- Message, Revue des Postes et Télécommunication, Impression Maury Imprimeur, Paris, France, N°433, 1995, P. 14.

ب- الفيديو توكس التفاعلي *le Vidéo Tex Interactif*: مستعمل بكثرة خاصة بعد انتشار *Terminaux Minitel**، حيث تسمح هذه الوسيلة بالاتصال الكتابي كذلك من خلالها يمكن القيام بإرسال رسائل والقيام بعدة عمليات (حجز أماكن، تقديم طلبيات، تحويلات،...)، ويمكن من خلاله الحصول على المعلومات من بنوك المعطيات.

ج- بنوك المعطيات *les Banque des Données*: حيث من السهولة تخزين البيانات على شكل إلكتروني، وإمكانية الإطلاع عليها عن بعد بواسطة الكمبيوتر الموصول بالشبكة.

3. أدوات الاتصال الشفوية والسمعية البصرية:

أ- هواتف: التطور الحالي أحدث في الهواتف تغيرات وظهر ما يسمى بالهاتف النقال *Mobile Téléphone*، هذا الأخير قادر على بث المكالمات المرسله من الأقمار الصناعية واستقبالها وإرجاعها عبر الاتصالات الهوائية اللاسلكية¹.

ب- الاجتماعات (المحاضرات المسموعة *Audio Conférence*): تسمح من خلال أستوديو *Studio* بمجهز بعقد اجتماع عمل عن بعد مع تبادل الكلمات، وإمكانية تحويل صور بطيئة (رسومات أو بيانات) مرئية على الشاشة.

ج- الاجتماعات المرئية *Vision Conférence*: تسمح من خلال أستوديو *Studio* بمجهز بعقد اجتماع عمل عن بعد مع رؤية متبادلة للمشاركين، ومع إمكانية التحوار وتبادل الوثائق. حيث تتيح هذه الوسيلة نوع من التفاعلية بين المتحاورين في مناطق مجاورة متباعدة.

الفرع الثاني: قنوات الاتصال عن بعد

تشتمل البنية الأساسية لهذه المكونات على ثلاثة مكونات رئيسية تتمثل في²:

1. الكابلات *Cables*: تعتبر الكابلات وسيلة لنقل كميات ضخمة من البيانات المقروءة آليا، والتي تتداول بواسطة أجهزة الكمبيوتر، ويتكون الكابل من مجموعة أسلاك معزولة عن بعضها البعض بصورة متوازية، حيث توضع معا في غلاف واحد. وأنواع الكابلات هي كالآتي:

¹ محمود الربيعي وآخرون، المعجم الشامل لمصطلحات الحاسب الآلي والإنترنت، (مكتبة العبيكان، الرياض، السعودية، 2001)، ص. 273.

² منى محمد إبراهيم البطل، المرجع السابق، ص. 225.

أ- الكابلات المزدوجة المجدولة *Shielded Twisted Pair*: تستخدم في وصل أجهزة المشتركين مع شبكة الهاتف، وهي عبارة عن أزواج من الأسلاك النحاسية المعزولة مجدولة حول بعضها البعض، وتحتوي على طبقة خارجية معدنية ورقيقة تغلف الأسلاك. الهدف من هذه الطبقة هو تحسين أداء الكابل في نقل الإشارات لمسافات طويلة وبكفاءة عالية في ظروف تشويش كهرومغناطيسية أو تشويش إذاعي¹.

ب- الكابلات المحورية *Coaxial Cables*: تستخدم هذه الكابلات لكل من شبكة الهاتف والاتصالات ذات التردد العالي لمواقع المشتركين كما في تطبيقات الكابل التلفزيوني، و الكابل الذي يربط الأطباق الهوائية بمراكز التلفزيون هو كابل محوري، كما يحتوي هذا الأخير على سلك (حبل) من الداخل *File Central*².

ج- كابلات الألياف الضوئية *Optical Fiber Cables*: هي كابلات حلت محل الكابلات السابقة، تستخدم غالبا في الإرسال ذي السعة العالية في الشبكة، فالليف الضوئي هو عبارة عن خيوط (أسلاك) شفافة تستعمل في نقل الإشارات الضوئية³. تستخدم هذه الكابلات في نقل النبضات الكهربائية، بتحويلها إلى نبضات ضوئية يتم تجميعها على الألياف بواسطة عدسة خاصة.

2. نظم التحويلات: أو المحولات التي تستخدم لتوجيه مسارات المكالمات خلال الشبكة على الكابلات.

أ- الميكروويف *Microwave*: عبارة عن موجات كهرومغناطيسية ذات تردد بين 3 و30 ميغاهرتز⁴، ويعتبر الميكروويف إحدى قنوات نقل الصوت والبيانات عن بعد، تتمثل هذه القناة في تواجد مجموعة أبراج الهوائيات على مسافات بحيث يمكن أن ترى قمة كل برج قمة البرج الأخر⁵.

ب- خطوط *ASYMMETRIC DIGITAL SUBSCRIBER LINE (ADSL)*: تسمح الخطوط الرقمية المشتركة غير المتزامنة بنقل الصوت والمعطيات الرقمية في آن واحد، وذلك برفع سرعة نقل المعلومات بعد معالجها رقميا عبر الشبكة الهاتفية الكلاسيكية، وتستخدم هذه الخطوط أصلا

¹ محمود الربيعي وآخرون، المرجع السابق، ص. 402.

² Dictionnaire Encyclopédique Bilingue de la Micro Informatique, OP. Cit, P. 64.

³ Idem, P. 200.

⁴ Mourad Abdel Fattah, OP. Cit P. 1288.

⁵ منى محمد إبراهيم البطل، مرجع السابق، ص. 226.

لنقل الأصوات البشرية في حدود مجال تردد محدد ب 4 كيلوهرتز. أما تقنية *ADSL* فتستفيد من الترددات التي تفوق مجال الترددات الصوتية لنقل المعطيات الرقمية، كما تستخدم طريقة النقل الرقمي التي تقسم حزمة الإمرار إلى 250 قسم منعزل يبلغ طول كل واحد 4 ميغا هرتز، وبما أن تقنية *ADSL* غير متناسقة *ASYMMETRIQUE*، فإن سرعة تدفق المعطيات تقدر ب 640 كيلوبايت /ثا (إرسال) حتى 10 ميغابايت /ثا (استقبال)¹.

3. النقل بالأقمار الصناعية : يشتمل القمر الصناعي على هوائيات، كما يتضمن عدة أجهزة لاستقبال الرسائل من الأرض وتكبير الإشارات المنتظمة في هذه الرسائل، ثم إرسال وتبادل المعلومات مع المحطات الأرضية، وغالبا ما تكون المحطات الأرضية على شكل أطباق هوائية².

المبحث الثالث:

تأثير ومخاطر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أنشطة البنوك

يتناول هذا المبحث بعض مزايا تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة في البنوك ومختلف تأثيراتها الإيجابية والسلبية، وذلك ليس قبل معرفة هذه التكنولوجيا المعتمدة من قبل البنوك.

المطلب الأول: تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة في البنوك

¹ عبد الحق ط، مرجع سابق، ص. 323 – 322.

² محمود الربيعي وآخرون، مرجع سابق، ص. 722.

إن التكنولوجيا المستخدمة في المصارف اليوم متعددة ومتنوعة، وهي تختلف باختلاف أشكالها وتطبيقاتها، (أجهزة ومعدات تكنولوجية، شبكات، تطبيقات أنظمة مختلفة لتقنيات تكنولوجية) وبالتالي فإن العامل التكنولوجي يمكن ملاحظته بشكل جلي على مستوى البنك.

الفرع الأول: بعض الأجهزة التكنولوجية المستخدمة في البنوك

يمكن توضيحها من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (6): نمط تطبيق التكنولوجيا الجديدة في البنوك ومؤسسات التأمين

الآلات	الاستعمال
<ul style="list-style-type: none"> - مينيٲال <i>Minitel</i>، الهاتف، الفاكس، الهاتف ذو الشاشة <i>Screenphone</i>. - الكمبيوتر الصغير على الخط <i>Micro Computer On Line</i>. - الشاشة للمسية <i>Borne Interactive</i> 	الإعلام
<ul style="list-style-type: none"> - الأقراص المدجة، الهاتف، المينيٲال. - الكمبيوتر الصغير على الخط. - الشاشة للمسية. 	التوثيق

تجهيزه ببطاقة صوتية، ووحدة قرص بصري ومكبرات صوت. فمصطلح الوسائط المتعددة يعني قدرة الكمبيوتر على دمج الصور والمعطيات والصوت ومقاطع الفيديو في مختلف المستندات والوثائق¹. أما المينيتال، الهاتف والفاكس، فيستخدمها موظفو البنك في الإعلام، التوثيق، الشراء، الإدارة، العمل والاتصال، كما يمكن من خلاله الدفع عن بعد، طلب معلومات، تقديم طلبيات، إضافة إلى معرفة الأسعار وحجز الأماكن...

وفيما يخص **التلفاز التفاعلي**، فإنه يستخدم في عمليات الشراء وكذلك التكوين، كما يعتبر الحل العلمي لأحد عيوب التلفزيون كوسيلة تعليمية (تكوينية) تفتقد لرجع الصدى الفوري من المتلقي إلى القائم بالاتصال التعليمي، وفي هذا الحل تتاح أمام المتلقي قناة اتصالية صوتية أو صوتية مرئية، لكي ينقل تساؤلاته ومناقشاته ووجهات نظره وغيرها إلى القائم بالاتصال التكويني وبصورة فورية.

كذلك من بين التكنولوجيا التي تعتمد عليها البنوك في أنشطتها المختلفة:

- **الشاشات اللمسية**: وهي عبارة عن شاشة تلفزيونية مركبة خصيصا لكي تحس أو تشعر عندما يلمسها شيء، ولكي تكون قادرة على تزويد الكمبيوتر بمعلومات دقيقة عن المكان الذي حدث فيه اللمس بالضبط، كما تستخدم الشاشات اللمسية مع البرمجيات اللمسية التي تستعمل المعلومات المقدمة بواسطة الشاشة للإجابة على طلبيات المستعمل²، ويمكن اعتبار الموزعات الآلية للنقود *DAB* شاشات لمسية³.

- **البريد الإلكتروني**: يستخدم في عملية الاتصال، وهو طريقة لإرسال النصوص إلكترونيا من حاسوب مركزي أو نهاية طرفية إلى نهاية أخرى⁴، متواجدة بالبنك.

- **الفيديو فون *VISIOPHONE***: هو آلة تجمع بين الهاتف بصفته آلة لنقل الصوت وشاشة مرئية مدمج بها كاميرا، فهو هاتف ينقل الصوت والصورة⁵.

1 عبد الحق ط، مرجع سابق، ص. 36.

2 تيسير الكيلاني، معجم الكيلاني لمصطلحات الكمبيوتر والإنترنت، (مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، لبنان، 2004)، ص. 856.

³ Dictionnaire Encyclopédique Bilingue de la Micro-Informatique, OP. Cit, P. 55.

⁴ Muftah. M.dyab. Glossary of Information Systems and Technology, (International Publishing House, EGYPT, 1995), P. 70.

⁵ Vocabulaire des Techniques de l'Information et de la Communication, OP. Cit. P. 199.

الفرع الثاني: الشبكات التكنولوجية المعتمدة من طرف البنوك

هناك عدة أنواع من الشبكات المتواجدة بالبنك:

1. شبكة الموزع، الشباك الأوتوماتيكي للنقود ونهائي نقطة البيع الإلكترونية.

أ- الموزع الآلي للأوراق النقدية *Distributeur Automatique de Billets*: هو صورة بسيطة للمكننة في القطاع البنكي. فهو آلة أوتوماتيكية تستخدم عن طريق البطاقة الإلكترونية (الذكية)، وتسمح للمستفيد بسحب مبلغ من المال دون اللجوء إلى الفرع. والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (7): الموزع الآلي للأوراق النقدية

الموزع الآلي للأوراق النقدية	المبادئ العامة	التقنية
	- يسمح بالسحب لكل حائز على بطاقة السحب، ويوجد في البنوك والشوارع والمحطات وعدة أماكن أخرى، كما يعمل دون انقطاع.	- جهاز موصول بوحدة مراقبة إلكترونية، تقرأ المدارات (الدوائر) المغناطيسية <i>Pistes magnétiques</i> للبطاقة.

SOURCE: Nadine Tournois, *le Marketing Bancaire Face Aux Nouvelles Technologies*, (Masson, Paris, France, 1989), P. 30.

من خلال هذا الجهاز، يقوم العميل بإدخال بطاقة التشغيل البلاستيكية والبيانات والتعليمات ليحصل على خدمة مصرفية فورية، وفي الجهة المقابلة أي على مستوى البنك، فإن الملفات الإلكترونية للعملاء داخل الكمبيوتر يتم تحديثها بالتعاملات التي يجريها العميل من خلال آلة الموزع الآلي للنقود.

ب- الشباك الآلي لأوراق النقدية *Guichet Automatique de Billets*: جهاز أوتوماتيكي يقدم خدمات أكثر تعقيدا وأكثر تنوعا بالنسبة للموزع الآلي للنقود، وهو متصل بشبكة تستخدم عن طريق بطاقات إلكترونية، فبالإضافة إلى مهمة سحب الأموال، يسمح الشباك

بالقيام بالعديد من العمليات (من 12 إلى 15 عملية في البنوك الفرنسية ومن 65 إلى 75 عملية في البنوك الأمريكية).

هذه الشبائيك متصلة بالكمبيوتر الرئيسي للبنك، ودورها مهم على مستوى النشاط التسويقي لأنها أصبحت تمثل وسيلة للحوار مع العميل¹.

الجدول رقم (8): الشبائك الآلي للأوراق النقدية

التقنية	المبادئ العامة	الشبائك الآلي للأوراق النقدية
- جهاز موصول بالكمبيوتر الرئيسي، يقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة التي تسمح بمعرفة العميل من خلال الرقم السري وهذا الجهاز مصحوب بلوحة مفاتيح، شاشة وطابعة.	- يخول الجهاز لكل حائر على البطاقة القيام بالعديد من العمليات منها : طلب الشيكات، القيام بالتحويلات ومعرفة الرصيد...	

SOURCE: Nadine Tournois, *le Marketing Bancaire Face aux Nouvelles Technologies*, (Masson, Paris, France, 1989), P. 30.

ج- نهائي نقطة الدفع الإلكتروني *Terminal de Paiement Electronique*: يعتمد على شبكة اتصالات الكمبيوتر، وله كذلك عدة تسميات نذكر منها نهائي نقطة البيع الإلكترونية *TPV** وكذلك الوحدات الطرفية عند نقاط البيع. فإذا كان العميل يحمل بطاقة الدفع بين البنوك، فإن موظف نقطة البيع يستطيع أن يمرر البطاقة على القارئ الإلكتروني الخاص بالبطاقة والموصول مباشرة مع الكمبيوتر المركزي للبنك، هذا الأخير يقوم بخصم القيمة من الرصيد الخاص بالعميل بعد أن يدخل رمزا أو رقما سريا خاصا به، يعرف برقم التعريف الشخصي *PIN**، ويقوم الكمبيوتر المركزي بعد ذلك بإضافة القيمة لرصيد حساب المتجر.

2. شبكة البنوك المتزلية، سويفت والإنترنت.

أ- البنوك المتزلية *Home banking*: يعتمد نظامها على ما يعرف بعملية تحويل وإعادة تحويل البيانات، حيث يتم ربط الكمبيوتر المركزي بالبنك بالكمبيوتر الشخصي الموجود بمنازل

¹ وهاب نعمون، مرجع سابق، ص. 273.

* Terminal Pointe de Vente.

* Personal Identification Number.

العملاء من خلال وسائط الاتصال (الخطوط الهاتفية)، حيث يعمل الكمبيوتر الشخصي كمحطة طرفية لاستقبال الخدمات المصرفية مثل عرض أرصدة العميل، طباعة الكشوفات وبيان الشيكات المحصلة وتحت التحصيل، كما يمكن في المقابل إرسال التعليمات الصادرة من العميل للبنك مثل: طلب دفتر الشيكات وتحويل مبلغ من حساب العميل إلى حساب آخر والقدرة على القيام بمقابلة على شاشة الكمبيوتر مع موظف المصرف، وهذا لتقديم النصائح المالية واستقبال الردود عن الأسئلة¹. ومن خصائص العمليات المصرفية المترتبة²:

- منتجات ذات تقنية عالية.

- وسائل اتصال قوي.

- منتجات تمثل رمزا للتحديث والحيوية.

ب- شبكة SWIFT: ويرمز اسم SWIFT إلى *Society Wide Interbank Financial* وهي جمعية تعاونية غير ربحية مسجلة كشركة مساهمة محدودة المسؤولية، وتساهم البنوك الأعضاء في هذه الجمعية في رأسمالها وتدفع رسوم تراسلها فيما بينها إلى الجمعية دوريا وعلى أساس شهري³. إن شبكة السويفت تمثل تجمعا دوليا يعمل على تجسيد نظام دولي للتحويل المالي بين البنوك، كان يضم عند إنشائه سنة 1973 نحو 240 بنكا وفي سنة 2002 بلغ عدد أعضائه 7300 مؤسسة موزعة على 197 بلدا، ومن ضمن هذه الأعضاء نجد البنوك بالدرجة الأولى ثم المؤسسات المالية كالبورصات وبعض التنظيمات الدولية كغرف المقاصة⁴. كما يتمثل نظام السويفت بتعليمات تطبيقية تفصيلية ينظمها كتاب الممارس، حيث يحدد هذا الكتاب أن جميع العمليات المتبادلة بين البنوك يجب أن تتم بالصيغة المحددة لكل من هذه العمليات وفق النموذج الموحد لها، وقد جرى تنظيم النماذج الموحدة لمراسلات البنوك المتعلقة بجميع عملياتها المصرفية مع مراسليها في الخارج في إطار 10 فئات⁵.

¹ نعمون وهاب، مرجع سابق، ص. 277.

² المرجع السابق.

³ ماهر كنج شكري، مرجع سابق، ص. 35.

⁴ حسين رحيم، الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، ورقة عمل مقدمة ضمن ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول

الاقتصادية - واقع وتحديات -، جامعة الشلف، يومي 14-15 ديسمبر 2004، ص. 315.

⁵ لمعرفة المزيد حول هذه الفئات، راجع:

ج- شبكة الإنترنت: إن شبكة الإنترنت تمثل شبكة اتصالات واسعة تقدم للمشاركين فيها خدمات عديدة ومتنوعة، وتتكون هذه الشبكة من مجموعة من الشبكات المستقلة والمتجانسة التي تعمل تحت نظام ذي استعمالات موحدة، والذي يمثل مجموعة من الاتفاقيات والبروتوكولات التي يعتمد عليها في التفاهم والتعامل بين الحاسبات. ويعرف البروتوكول على أنه: "مجموعة القواعد التي تدير إرسال واستقبال المعلومات عبر الشبكات"¹.

إن البروتوكولين الداعمين للعملية الأساسية للإنترنت هما²:

- بروتوكول مراقبة البث *TCP*: يراقب تجميع الرسالة في حزم *Paquets* متماثلة قبل بثها على الإنترنت، كما يراقب إعادة تجميع الحزم حتى تصل إلى وجهتها.
- بروتوكول الإنترنت *IP*: يتضمن هذا البروتوكول كل التفاصيل الموجهة بكل الحزم، ويتأكد أن كل بروتوكول منها عليه علاقة العنوان الصحيح للوجهة.
- 3. الهاتف المصرفي *Phone Banking* وتكنولوجيا مركز الاتصال.

أ- الهاتف المصرفي: يعتبر الهاتف المصرفي المحمول *Téléphone Portable* من الشبكات التكنولوجية اللاسلكية، ولكن مع تطور الخدمات المصرفية على مستوى العالم أنشأت البنوك خدمة الهاتف المصرفي، تستمر هذه الخدمة 24 ساعة في كل أيام السنة، وقد تعددت الخدمات التي يقدمها الهاتف المصرفي على مستوى العالم³:

- عرض خدمات متعلقة بالحساب: خدمات جديدة وتخصيص خدمات مالية.
- إجراء التبادلات: من دفع للفواتير وتحويلات مالية وشراء عمولات أجنبية.
- متابعة دورية للمعاملات المالية والتبادلات وتفحص المعلومات المالية وغير المالية المتعلقة بالزبون.
- إرسال رسائل (باستخدام خدمة الرسائل القصيرة *SMS* والبريد الإلكتروني للمسؤول على الحسابات أو مسير محافظ الأوراق المالية...)

- ماهر كنج شكري، مرجع سابق، ص. 36.

¹ عبد الحق ط، مرجع سابق، ص. 336.

² طارق عبد العال حماد، مرجع سابق، ص. 61.

³ Monique Zollinger et Eric Lamarque, OP. Cit, P. 127.

غير أن شبكة اللاسلكي لا تنحصر في الهاتف المحمول، فالمساعد الرقمي الشخصي *Personal Digital Assistant* والحاسوب المحمول أو حاسوب الجيب يسمحان أيضا بذلك. مع الإشارة فقط إلى أن اصطلاح الحواسيب المحمولة *Terminaux Mobiles* يستخدم أيضا ليشمل كلا من الهاتف المحمول والمساعد الشخصي معاً¹.

ومن أهم التطورات التكنولوجية، إمكانية ربط الهواتف النقالة والحواسيب النقالة بشبكة الإنترنت أو بأي شبكة معلوماتية أخرى من أي مكان، وهذا ما تجسد في خدمات الهاتف النقال في نظام الواب *wap* أو تقنية بروتوكول التطبيقات اللاسلكية.

ب- تكنولوجيا مركز الاتصال *Call Center*: يعتبر مركز الاتصال من أهم الأدوات المستخدمة في مجال إدارة العلاقة مع الزبون، وهو عبارة عن نظام لمعالجة الاتصالات المتأتية من الزبائن مزود بتكنولوجيات تسمح بتوجيه جملة المتصلين إلى الخدمة المطلوبة من خلال نظام الخادم الصوتي التفاعلي *Serveur Vocal Interactif* الذي يتيح للمتصل عدة خيارات، كما يلعب هذا النظام دوراً هاماً في معالجة الاتصالات بكفاءة عالية وبتكلفة متدنية، حيث يصل الزبون مباشرة بالشخص المناسب لتقديم الخدمة المطلوبة².

كما يعرف مركز الاتصال على أنه "مكان يقوم الوكلاء من خلاله باستخدام أدوات متكاملة للتعامل مع العملاء وعند تكاملها مع أحد حلول إدارة علاقات العملاء الكاملة يتم إدخال الاتصالات وتصنيفها ويتم تتبعها بحيث تصبح تاريخياً خاصة بالعميل"³.

ومع تطور وسائل الإعلام والاتصال، أصبح الزبون يستعمل أكثر من وسيلة اتصال، هاتف محمول، بريد الكتروني، فاكس، رسائل صوتية عبر الإنترنت...، فبرزت ضرورة تطوير المفهوم السابق لمركز الاتصال من مجرد مركز لاستقبال الاتصالات الهاتفية إلى مركز شامل يضم كل القنوات الأخرى مثل: الفاكس والانترنت وغيرهما، وأطلق عليه اسم مركز الاتصال *Contact Center*، دلالة على

¹ حسين رحيم وهواري معراج، المصرفية الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، ورقة عمل مقدمة ضمن ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي - واقع وتحديات-، جامعة الشلف، يومي 14-15 ديسمبر 2004، ص. 323.

² Sylvain Waserman, *l'Organisation Relation Client*, (Dunod, Paris, France, 2001), P. 178.

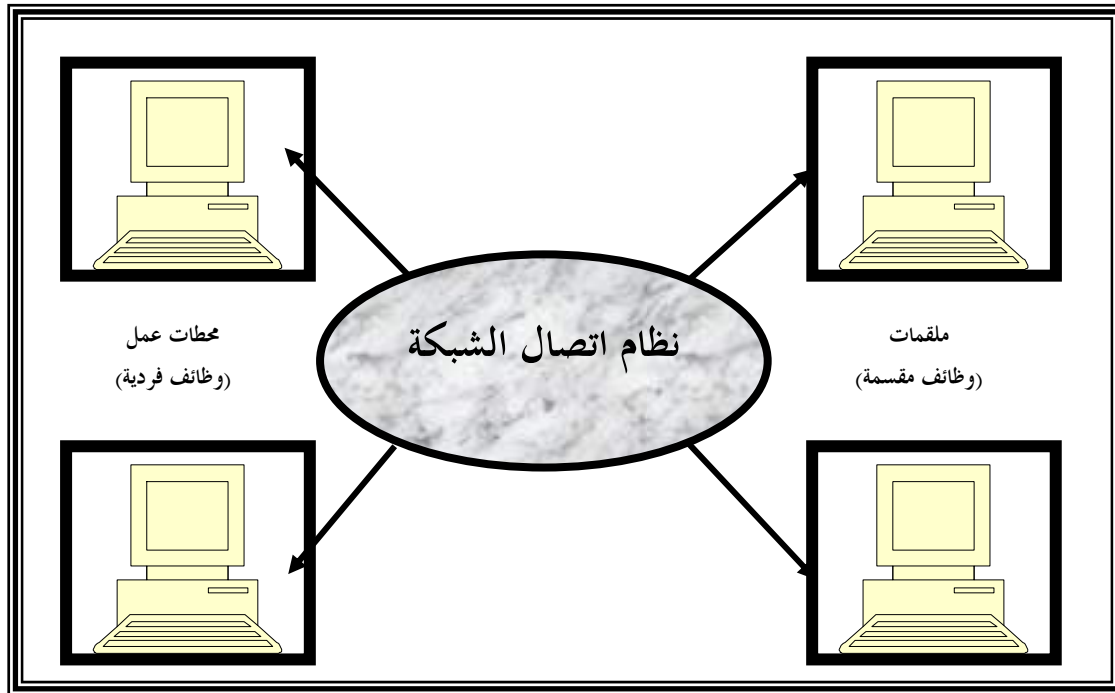
³ يورك برس، إدارة الأعمال التجارية الالكترونية، (مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، 2003)، ص. 118.

شموليته وإدماجه لكافة قنوات الاتصال مع دعمه وتزويده بمنتجات الإدارة الالكترونية لإدارة العلاقة مع الزبون *E-CRM*¹.

4. أنظمة العميل/الخادم *Les Systèmes Client-Seveur*.

يستخدم مصطلح *client* (محطة، عميل، زبون) في شبكات الاتصال المحلية للدلالة على محطة عمل تمتلك إمكانيات المعالجة الخاصة مثل الحواسيب الشخصية². فنظام الخادم/العميل هو نظام آلي تعمل فيه الحواسيب الشخصية أو محطات العمل كعملاء تطلب خدمات من ملققات (طبع، ملفات، قواعد بيانات...) والتي تكون موجودة في مواقع بعيدة³. والشكل الموالي يوضح ذلك:

شكل رقم (11): مثال عن نظام العميل/خادم



Source: Marie-Hélène Delmonde, *Management des Systèmes d'Information*, (Dunod, Paris, France, 2003), P. 63.

من خلال الشكل، فإن الملققات ومحطات العمل تشكل شبكة تدعى شبكة الخادم - محطات العمل-، وهي طريقة لتوزيع المهام والموارد في شبكات الاتصال المحلية، بحيث توزع قوى

¹ عبد الحكيم حططاش، الرؤية الإستراتيجية الحديثة لتحقيق رضا الزبون ووفائه -إدارة العلاقة مع الزبون-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2006، ص. 86.

² Mourad Abdel Fattah, OP .Cit. P. 432.

³ تيسير الكيلاني، مرجع سابق، ص. 127.

الحساب والمعالجة عبر محطات العمل المرتبطة بالشبكة، بينما تتمركز بعض الموارد المشتركة في خادم الملفات الرئيسي¹.

الفرع الثالث: تطبيقات جديدة للمعلوماتية في البنوك

1. نظام إدارة قواعد البيانات: إن اتخاذ قرارات مصرفية (داخل البنك)، يتم بالاعتماد على مدراء متخصصين، محطات طرفية، شبكات اتصال، الحاسبات الآلية، البرامج وقواعد البيانات، (قواعد البيانات العامة للبنك، قواعد البيانات الخارجية، قواعد البيانات الخاصة بالمديرين متخذي القرار)². وإن قواعد البيانات هذه عبارة عن مجموعة من الملفات التي تحتوي على معلومات وبيانات مالية وتاريخية لا بد أن تدار بطريقة كفأة وفعالة كمنتجات تساهم في تحسين القرارات أو العمليات، وعملية إدارة موارد البيانات وقواعد البيانات تتم من خلال حزم برمجية متطورة للحاسبات تدير عمليات إنشاء وتخزين وتنظيم وتحديث واسترجاع البيانات، وتسمى نظم إدارة قاعدة البيانات *Data Based Management Systems*³. هذا الأخير يعرف على أنه ذلك "النظام الذي يسهل عملية إدخال وإرجاع وتنظيم مصادر المعلومات في المنظمة"⁴. كما أن أنظمة *DBMS* تستخدم واحدا من ثلاثة نماذج لقواعد البيانات وهي: النموذج الهرمي، النموذج الشبكي والنموذج العلائق⁵.

2. برمجيات المجموعة (العمل المشترك) *GROUPWARE*: من بين أحد البرامج التي تستخدمها البنوك والمؤسسات المالية الأخرى، وتمثل أهم منتج من برامج العمل المشترك في برنامج *Lotus Note*⁶. وتعرف برمجيات المجموعة على أنها: "نوع من البرمجيات صمم

¹ Mourad Abdel Fatah, OP. Cit. P. 433.

² طارق طه، مرجع سابق، ص. 569-571.

³ Muftah. M. Dyab, OP. Cit, P. 44.

⁴ أميل عقيل وعبد الستار محمد علي، مرجع سابق، ص. 421.

⁵ سعد غالب ياسين، نظم المعلومات الإدارية، مرجع سابق، ص. 101.

⁶ أمين السيد أحمد لطفي، مراجعة وتدقيق نظم المعلومات، (الدار الجامعية، الإسكندرية، ج م ع، 2005)، ص. 667.

للاستخدام في الشبكات لخدمة مجموعة من المستخدمين الذين يعملون في مشروع مشترك¹.

كما يعرف *Groupware* على أنه: "سيرورة من العمليات التي تهدف إلى العمل الجماعي *GROUP* تضم مجموعة برامج *Ware* الضرورية لهذا العمل"².

ويعرف كذلك على أنه: "مجموعة من الإجراءات والوسائل والأدوات التي تسمح لمجموعة ما بتحسين الاتصال والتنسيق والتعاون"³.

من خلال هذا التعريفات يظهر لنا *Groupware* على أن له بعدين:

● بعد إنساني تنظيمي.

● بعد تكنولوجي.

إذن يمكن القول، أن هذه البرمجيات تسمح بأن يقوم الأفراد في البنك بالعمل في وقت واحد بتطبيقات معينة، وكنتيجة لذلك يقومون بالاتصال والتعاون وتنسيق جهودهم وعملهم للتوجه نحو تحقيق الإنتاجية المطلوبة عن طريق تنظيم المشاركة في المعلومات.

فالبرامج الجماعية تتيح نمطا تفاعليا سريعا بين مستخدمي الشبكة، من خلال عرض المستندات التي يتم التعامل معها على أكثر من شاشة كمبيوتر في وقت واحد، وهذا ما يتيح لموظفي البنك التعرف على المتغيرات التي تطرأ على كل مستند لحظة بلحظة.

3. الإنترنت والإكسترنات: تستخدم البنوك حاليا تكنولوجيا الإنترنت، هذه الأخيرة لا تختلف كثيرا من الناحية الفنية عن الإنترنت فيما عدا أنه يتاح فقط لأفراد مختارين الدخول على الإنترنت على أساس نموذج العميل/خادم، فالإنترنت تعتبر من دعائم برمجيات المجموعة (العمل الجماعي)، وهي شبكة حاسبات آلية خاصة بالمنظمة تركز على استعمال بروتوكولات ومعايير الإنترنت، وتهدف إلى تسهيل تقاسم المعلومات وانتشارها خلال حدود المنظمة ومنظمتها الفرعية، بين الأفراد أو المجموعات باستخدام الرسالة الالكترونية، كما تمكن الإنترنت أو خادم الإنترنت من توسيع محيط نشاط المنظمة⁴.

¹ Mourad Abdel Fattah, OP. Cit, P. 991.

² Mélissa Saadoun, **Technologies de l'Information et Management**, (Hermès Sciences Publications, France, 2001), P. 45.

³ Idem, P. 240.

⁴ Mélissa Saadoun, OP . Cit, P. 39-40.

أما شبكة الإكسترانت، فتمثل أيضا شبكة حاسبات آلية توظف تقنيات الإنترنت في ربط المصالح داخل البنك (مدير الفروع، مدير التسويق...) بأطراف من خارج البنك (كبعض كبار العملاء، مسؤولي البنوك الأخرى، المودعين...)، والمعلومات على الإكسترانت آمنة لمنع الإخلال بالأمن من المستخدمين غير المرخص لهم بالدخول على الشبكة، وتقدم شبكة الإكسترانت البنية الأساسية الخاصة بالمنظمات لتنسيق وتبادل وثائق الأعمال من خلال التبادل الإلكتروني للبيانات ¹EDI.

4. الرسائل الإلكترونية *la Messagerie Electronique*: بمعنى نقل الرسائل باستخدام نظم المعالجة ووسائل الاتصال عن بعد، حيث يتم إدخال الرسالة في محطة طرفية ونقلها عبر خطوط الاتصالات إلى محطة طرفية أخرى موصولة بالمعدلات ².

ويطلق كذلك على الرسالة الإلكترونية مصطلح البريد الإلكتروني، وخدمات هذا الأخير في البنوك هي عبارة عن خدمات على شبكة حاسبة تسمح لموظفي البنك والمدراء بإرسال واستقبال البريد الإلكتروني. فهو طريقة لإرسال النصوص الكترونيا من حاسوب مركزي أو نهاية طرفية إلى نهاية أخرى بين مختلف أقسام وفروع البنك ³. فالبريد الإلكتروني هو مكمل ضروري لا يمكن الاستغناء عنه في عمليات الاتصال، فمن خلاله ظهرت طريقة جديدة لجعل تدفق المعلومات أكثر سرعة، وبسهولة تامة في الاستعمال ⁴ داخل البنوك والمؤسسات المالية الأخرى.

5. التبادل الإلكتروني للبيانات *Echange de Données Informatisé*: وهو عبارة عن مجموعة من المعايير النمطية والأجزاء الآلية للكمبيوتر وتكنولوجيا البرامج التي تسمح لأجهزة الكمبيوتر في التنظيمات المختلفة بتحويل البيانات إلكترونيا ⁵، وتنفيذ صفقات الأعمال بطريقة إلكترونية لا تعتمد على الورق. ومن العمليات والشؤون التي يقوم نظام تبادل البيانات إلكترونيا بنقل المعلومات المتعلقة بها: الاستعلامات، جدولة المواعيد، الاستقبال ودفعات الفواتير...، أما في القطاع المالي، فالبنوك استخدمت هذا النظام في نظام المقاصة

¹ طارق عبد العال حماد، مرجع سابق، ص. 87.

² Dictionnaire Encyclopédique Bilingue de la Micro-Informatique, OP. Cit, P. 305.

³ Muftah.M.Dyab, OP. Cit, P. 57.

⁴ Michel Badoc et Autres, OP. Cit, P. 49.

⁵ سونيا محمد البكري، مرجع سابق، ص. 206.

عبر شبكة السوفيت في التبادل الآلي بين البنوك، حيث قامت بابتكار الرقم السري العالمي أو ما يعرف بكشف الهوية البنكية *Relevé d'Identité Bancaire*¹.

في السابق كان من الصعب استخدام *EDI* بسبب التكاليف العالية ومتطلبات الشبكة اللازمة لعملها، أما الآن فقد أصبح بإمكان البنوك استخدام *EDI* بسبب انخفاض تكاليفها بصورة حادة بسبب إمكانية استخدام الانترنت كشبكة تخدم *EDI*.

6. التسيير الإلكتروني للوثائق والمستندات *la Gestion Electronique de Documents*:

ويعرف كذلك باسم التسيير الإلكتروني للملفات أو ملفات الأرشفة، وهو ما يعرف بنظام الأرشفة الإلكترونية. ففي السابق كان البحث عن مقالة أو معلومة أو صورة عملية شاقة تتم يدويا وتستغرق عملية البحث وقتا طويلا غالبا، أما الآن فإن الأرشيف يخزن رقميا في ذاكرة الحاسب الإلكتروني، ويتم استرجاع المعلومات فيه بطريقة سهلة ومنتظمة وسريعة، بالإضافة إلى إمكانية تخزين الصوت والصورة في هذا الأرشيف².

وتظهر اليوم تطبيقات متقدمة لهذه التكنولوجيا من خلال ما يعرف بالمكاتب دون ورق *Bureaux sans Papiers*، باستخدام الماسح الذي يسمح بتحليل الصورة والوثائق المكتوبة وتحفظ على شكل ملفات معلوماتية يستخدمها البنك لغرض استعمالها أو معالجتها (إدخال تعديلات عليها)³.

7. تدفق الأعمال (انسياب العمليات) *Workflow*: نتيجة لزيادة حجم التكاليف الإدارية

المرتبطة بالعمليات الإدارية المتكررة يوميا، وكذلك لمختلف العمليات الأخرى التي تقوم بها مختلف المنظمات، وللعمل على تقليل وتوجيه مختلف العمليات الإدارية، قانونية، محاسبية، مالية، إنتاجية، تم وضع نظام آلي يدعى *Workflow*، هذا الأخير يشكل وظيفة خاصة من برمجيات المجموعة، والذي يسمح بأتمتة وبرمجة تدفقات المستندات والمعلومات بين مختلف فرق العمل، ويستخدم هذا النظام في المؤسسات المالية ومؤسسات التأمين⁴.

¹ Emmanuel Arnaud Pateyron et Robert Salman, OP. Cit, P. 37.

² محمد منير حجاب، المجلد الأول، مرجع سابق، ص. 193.

³ Gerard Lelarge, "Impact des NTIC Sur les Metiers et les Compétences dans le Secteur Bancaire et Financier, (Groupe de Prospective Vision, Paris-Caen, Université Paris Dauphine, 2001), P. 5. www.damsP.dauphine.fr/dmsp/prospective/act/202009,2001/gerard-lelarge.pdf.

⁴ Michel Badoc et Autre, OP. Cit, P. 50.

ويعرف *Workflow* على أنه "عمليات مصممة بطريقة يمكن معها تشغيل عدة وظائف في آن واحد وهذه الطريقة مخالفة للمعالجة التسلسلية التي يجب فيها على الوظائف أو المهام الانتظار حتى إتمام عملية واحدة قبل أن يمكن البدء في الأخرى"¹.
ونقصد به كذلك: "أتمتة جزء أو كل عمليات المنظمة حيث تصبح المعلومة تنتقل من نشاط إلى آخر ومن طرف إلى آخر بصورة آلية تبعا لقواعد تسييرها"².
وعلى العموم يمكن القول أن *Workflow* عبارة عن مجموعة من البرامج التي تساعد البنك أو المؤسسات المالية في إدارة ومتابعة أي مشروع من البداية إلى النهاية، إضافة إلى ترشيد التدفقات وتسيير الموارد.

المطلب الثاني: مزايا تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة في البنوك

يتناول هذا المطلب مفهوم فعالية النشاط المصرفي وكذا العوامل المؤثرة فيها، لنحوض بعدها في توضيح أهم تأثيرات التكنولوجيا الحديثة المتبناة من قبل البنوك على فعالية أنشطتها.

الفرع الأول: الفعالية

1. مفهوم الفعالية المصرفية: إذا أردنا تحديد مفهوم الفعالية، فسوف نلاحظ أن التعدد والاختلاف في التعريفات المقدمة هي السمة الغالبة عليه، فقد عرفت الفعالية بأنها: "أحد العناصر المحورية للعملية الإدارية وتشير إلى تحقيق الأهداف التنظيمية"³. كما عرفت بأنها "الدرجة التي تدرك أو تحقق المنظمة فيها أهدافها، والواقع أن الهدف الذي يتفق عليه أغلب الباحثين كشرط مهم لنجاح المنظمة هو البقاء"⁴.

ومن الاستعراض السابق، يمكن الاكتفاء بالتعريف التالي للفعالية:

"فعالية النشاط المصرفي هي درجة اقترابه من الهدف" فكلما أدى الأداء إلى اقتراب البنك من الهدف الذي يسعى إلى تحقيقه كلما كان ذلك مؤشرا على زيادة فعالية النشاط المصرفي، ومن ثم يمكن القول أن الفعالية تتعلق بالنهايات أو الأهداف المطلوب تحقيقها"⁵.

¹ تيسير الكيلاني، مرجع سابق، ص. 836.

² Mélissa Saadoun, OP. Cit, P. 246.

³ صالح بن نوار، مرجع سابق، ص. 196.

⁴ مؤيد سعيد السالم، مرجع سابق، ص. 42.

⁵ طارق طه، مرجع سابق، ص. 39-40.

أما كفاءة النشاط المصرفي، فتمثل العلاقة بين مدخلات البنك ومخرجاته، بحيث:

- إذا زادت المخرجات باستخدام نفس القدر من المدخلات.

- تحقق نفس القدر من المخرجات باستخدام مدخلات أقل.

- تم تقديم المخرجات بأقل ما يمكن من المدخلات.

كان ذلك مؤشرا على ارتفاع الكفاءة¹، وعادة ما تقاس كفاءة البنك أو أي منظمة بنسبة المخرجات إلى نسبة المدخلات، كما يلي:

معدل الكفاءة = قيمة المخرجات / قيمة المدخلات

في ضوء ما سبق، يمكن القول أن هناك فروق لا يمكن إغفالها بين المصطلحين (الكفاءة والفعالية)، فالبنوك يمكن أن تكون فعالة وفي نفس الوقت غير كفأة إلى حد كبير، كما يمكن أن تتمتع بقدر كبير من الكفاءة في حين تكون غير فعالة.

ومن جهة أخرى، يمكن اعتبار مفهوم فعالية النشاط المصرفي أوسع وأشمل من الكفاءة المصرفية، ففعالية البنك تأخذ في الاعتبار العديد من العوامل الداخلية والخارجية، أما مفهوم الكفاءة فغالبا ما يركز فقط على العمليات الداخلية في البنك، لأنها تعبر عن مدى قدرة هذا الأخير على تحقيق أكبر قدر من المخرجات باستخدام أقل قدر ممكن من المدخلات.

2. مدخل دراسة الفاعلية : وفي ما يأتي شرح لهذه المدخل الأربعة².

أ- مدخل تحقيق الهدف : نجد أن هذا المدخل يرى بأن الفاعلية يجب أن تقوم من خلال مدى تحقيقها لأهدافها من خلال وسائلها، وهذا المعيار شائع بين الإداريين. ولا شك أن هذا المدخل يؤكد على أن تكون الأهداف واضحة وقابلة للتحقيق وبالإمكان قياسها.

ب- مدخل النظم : هذا المدخل لا يلغي أهمية الأهداف، ولكنه يؤكد على أنها مجرد عنصر واحد في مجموعة معقدة من معايير الفاعلية. فهذا المدخل يؤكد على المعايير التي ستعمل على زيادة فرص البقاء على المدى الطويل مثل: المعايير الخاصة بقدرة البنك على الحصول على الموارد والمعايير الخاصة بالمحافظة على الموارد الاجتماعية والبشرية، والموارد التي تعكس قدره على التفاعل بنجاح مع بيئته الخارجية.

¹ طارق طه، مرجع سابق، ص. 40.

² مؤيد سعيد السالم، مرجع سابق، ص. 43.

ج- مدخل العناصر الإستراتيجية: يفترض هذا المدخل أن البنك الفعال هو الذي يرضي طلبات الجهات أو الأطراف الموجودة في بيئته، تلك الأطراف التي يأخذ منها موارده أو الدعم من اجل ضمان تواصل نشاطه.

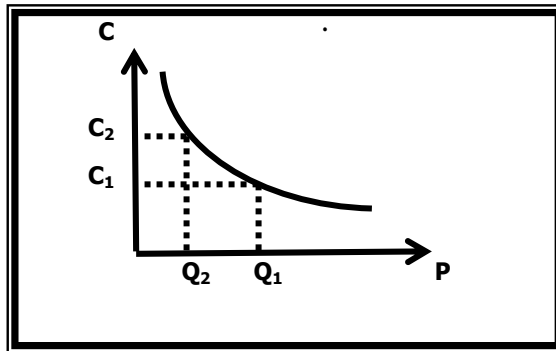
د- مدخل القيم المتنافسة: وتم تشخيص ثلاثة مجاميع أساسية من القيم التنافسية، وهي: المرونة ضد السيطرة، الأفراد والمنظمة والوسائل والغايات، حيث تركز الوسائل على العمليات الداخلية في المدى الطويل بينما تؤكد الغايات النتائج النهائية في المدى القصير.

3. العوامل المؤثرة في فعالية النشاط المصرفي: تتأثر فعالية النشاط المصرفي بمجموعة من العناصر التي يمكن إيجازها في النقاط التالية:

أ- اقتصاديات الحجم *Economie d'Echelles*: ويقصد بها انخفاض تكاليف الإنتاج الوحدوية لنتاج عن طريق أحسن توزيع للأعباء الثابتة على حجم كبير من الإنتاج، والتي يمكن أن تستفيد منها البنوك في زيادة الطاقة الإنتاجية².

إن لاقتصاديات الحجم حدودا معينة، حيث يرى الكثير من الخبراء أنه بعد الوصول إلى مستوى معين من المخرجات، تتوقف اقتصاديات الحجم عن التزايد نتيجة التوسع في إنتاج حجم أكبر، وذلك ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (12): منحني نموذجي لتكلفة الوحدة على المدى الطويل



SOURCE: Jean Claude Tarondeau et Christine Huttin, Dictionnaire de Stratégie d'Entreprises, (Vuibert, Paris, France, 2001), P. 75-76.

وهناك مجموعة من العوامل التي تؤثر في اقتصاديات الحجم، منها: تقسيم العمل (سلسلة العمل، عدم وجود وقت ضائع، ...)، تكاليف ثابتة (يقبل أثر الأعباء الثابتة كلما زاد حجم

² Alain Charles Martinet, et Ahmed Silem, *Lexique de Gestion*, (Daloz, Paris, France, 7^{ème} Edition, 2005), P. 117.

الإنتاج)، وعوامل تكنولوجية (حيث تؤثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على اقتصاديات الحجم فهي تساعد على تقليص الجهود وترشيد التكاليف)¹.

ب- **كفاءة/فعالية الأجهزة والبرامج في البنك** : مصطلح يطلق على صفة من صفات جهاز أو برنامج، وتحدد كفاءة وفعالية الأجهزة والبرامج المعتمدة من قبل البنك أثناء التشغيل، كما تقاس هذه الصفة بطرق عدة تتوقف على طبيعة عمل الجهاز أو البرنامج، وكذلك قاعدة القياس أو المرجعية التي تقاس بها هذه الكفاءة، فمثلاً: يقال أن هذا البرنامج فعال بالنسبة لزمن التشغيل بدرجة 90%، أي أن الزمن الذي يستغرقه البرنامج لإخراج المعلومات المطلوبة 90% من الزمن المطلوب تحقيقه².

ج- **آثار التعلم** : حيث يتعلم العامل والموظف في البنك بالتكرار ما هي أفضل طريقة لتقديم الخدمة وتنفيذ المهمة من خلال التطبيق العملي، وبالتالي تزداد إنتاجيته على مدار الوقت، حيث نجد على سبيل المثال: أن القائم على معالجة النصوص باستخدام الإعلام الآلي سوف يتعلم بمرور الوقت كيفية معالجة أكبر قدر ممكن من النصوص مع الاستفادة من ميزة الوقت والتكلفة.

د- **تنمية الموارد البشرية** : تعتبر إنتاجية الموظفين بالبنك من المحددات الرئيسية لكفاءته وفعالته، وبالتالي فإن مهمة البنك تتمثل في البحث عن الوسائل التي تمكنه من زيادة إنتاجية الموظف، والمتمثلة في توظيف أفراد يتمتعون بمهارات عالية أو القيام بتدريب الموظفين، وكذلك فإن ربط الأجر بالأداء يمكن أن يرفع من إنتاجية موظفي البنوك.

و- **القيادة** : هناك مجموعة من الخصائص ينبغي أن يتصف بها المدير أو القائد والتي تمكنه من تسهيل التعاون والتنسيق المطلوب بين وظائف البنك من أجل تحقيق فعالية النشاط المصرفي، وتتمثل هذه الخصائص في كونه قائداً نشطاً، محفزاً، مانحاً للفرص ويعمل على خلق بيئة عمل إيجابية¹.

1 بشير العلق، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال- مدخل تسويقي-، مرجع سابق، ص. 21.

2 محمد الربيعي وآخرون، مرجع سابق، ص. 144.

3 زياد رمضان ومحفوظ جوده، مرجع سابق، ص. 44.

الفرع الثاني: مزايا بعض تكنولوجيا الإعلام والاتصال

1. المزايا العامة للشبكات: زيادة على نقلها للمعطيات فإن الشبكات ككل تتميز بالمميزات الآتية 2:

- المشاركة في الأجهزة (إعداد المشاريع): أي ربط محطات العمل مع طابعات، فاكس/مودم، وهذا ما يجعل كل وحدة من هذه الأجهزة متاحة لعدة مستعملين، وبالتالي تجنب شراء أجهزة غير ضرورية³، بمعنى إمكانية الاستغلال الأمثل للأجهزة.

- المشاركة في ملفات الأفراد: فمستخدم الشبكة يمكن أن يختار الملفات التي يريدتها في وقت قصير وبدون تأخير واستخدام الشبكة للوصول إلى قاعدة البيانات وذلك من خلال نظام إدارة قواعد البيانات (SGBD).

- حفظ المعطيات: بحفظ محتوى القرص الصلب التابع للحاسوب الموزع، نستغني عن عمليات الحفظ التي تقوم بها محطات العمل الأخرى كما تتطلب استعمال وسيلة حفظ واحدة.

- وقاية المعطيات قبل التلف: يمكن تجريد مستعملي محطات العمل من حقوق التوصل، بحيث يمنعون من حذف المعطيات والبرامج أو تغييرها أو إتلافها.

- إمكانية الاتصال: تسمح الشبكات بالقيام بالاتصال، حيث يمكن للمستعمل القيام بتبادل الرسائل، البرامج والملفات بينه وبين عدة مستعملين أو مجموعات من المستعملين رغم بعد المسافة بينهم.

- رقابة المعطيات الحساسة: إمكانية المنع التام للتوصل إلى محتوى المعطيات الحساسة (مهنية، شخصية،...).

- إمكانية التحكم: يستطيع المشرف على الشبكة التحكم في كل المستعملين العاملين على محطات العمل الموصلة للشبكة.

2. مزايا كل من شبكة الانترنت والانترانت: أحدثت الانترنت في المجال المصرفي ما يسمى بالخدمة الإلكترونية، وظهر ما يسمى بالبنوك الإلكترونية، هذه الأخيرة من مزاياها¹.

² عبد الحق ط، مرجع سابق، ص. 358.

³ سعد غالب ياسين، نظم المعلومات الإدارية، مرجع سابق، ص. 114.

¹ منير وممدوح محمد الجنيهي، مرجع سابق، ص. 15-16.

- إمكانية التوصل إلى قاعدة أوسع من العملاء: عبر العالم دون التقييد بمكان أو زمن معين.
- تقديم الخدمات المصرفية الكاملة والجديدة: أي القيام بالعمليات المصرفية الجديدة التي نشأت بانتشار التجارة الالكترونية.
- خفض تكاليف التشغيل: التي تتمثل في الكثير من العناصر مثل: تكاليف شراء الموقع، وتأثيثه وتكاليف العمالة والصيانة...
كما يتم الاعتماد على شبكة الانترنت في¹:
- تحسين صورة البنك والبحث عن الزبائن الجدد.
- توسيع نطاق السوق وتحقيق السرعة في أداء الأعمال.
- تفحص الرسائل الالكترونية.
- البحث عن المعلومات التي تهم البنك، وكذلك تحميل مختلف الملفات والبرامج.
- وعلى العموم، ووفقا لدراسات جهات الإشراف والرقابة الأمريكية والأوروبية، فإن هناك ثلاث صور أساسية للبنوك الإلكترونية على الإنترنت².
- الموقع المعلوماتي: يمكن تسميته بصورة الحد الأدنى من النشاط الإلكتروني المصرفي، ومن خلاله فإن البنك يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.
- الموقع الاتصالي: يسمح بنوع من التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه كالبريد الإلكتروني وتعبئة الطلبات أو النماذج على الخط أو تعديل معلومات القيود والحسابات.
- الموقع التبادلي: في هذا المستوى يمكن للبنك أن يمارس خدماته وأنشطته في بيئة الكترونية، حيث تشمل هذه الصورة السماح للزبون بالوصول إلى حساباته وإدارة الدفعات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير، بما في ذلك إجراء كافة الخدمات الاستعلامية.
- أما فيما يخص شبكة الأنترنت، فمن مزاياها ما يلي³:
- الاتصال بين الأفراد والجماعات عبر الشبكة.
- السرعة العالية في تمرير البيانات.

¹ محمود حاسم الصميدعي وردنية عثمان يوسف، مرجع سابق، ص. 250.

² يوسف مسعداوي، البنوك الالكترونية، ورقة عمل مقدمة ضمن الملتقى حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي - واقع وتحديات، - جامعة الشلف، يومي 14-15 ديسمبر 2004، ص. 228-229.

³ منى محمد إبراهيم البطل، مرجع سابق، ص. 230-231.

- تكاليف البناء تعتبر قليلة مقارنة بتقنيات الشبكات الخاصة.
- وتستخدم الأنترنت للأغراض التالية¹:
- نشر وثائق البنك إلكترونياً.
- تطبيقات العمل الجماعي(المشترك)، وذلك لإمكانية التعامل بلغة HTML مع الاستثمارات الإلكترونية، مما يسهل تنفيذ الكثير من المعاملات عبر الشبكة، مثل: إجراء الاستبيانات، كما يمكن استخدام هذه التقنية لجدولة عمل المجموعات، وفي التطبيقات الأكثر تقدماً لمجموعات العمل.
- حولت الأنترنت البنوك إلى مكاتب دون ورق من خلال التسيير الإلكتروني للوثائق.
- 3. الموزعات والشبائيك الآلية للنقود DAB/GAB:** إن ما يميز هذه الأجهزة المصرفية هو²:
- الخدمة المصرفية السريعة مقارنة بالخدمات المصرفية المتخذة داخل البنك أو أحد فروعها.
- الخدمات المصرفية ذات طابع عملي وسهلة الاستخدام.
- توفير الخدمة الآلية على مدار الساعة فيما يخص الموزعات الآلية للنقود (ملائمة زمنية).
- إلغاء الحاجة لحمل النقود.
- إمكانية الثقة فيها بدرجة عالية.
- تخفيض نشاط السحب على بعض الشبائيك³.
- إن ما شجع البنوك أيضاً على التوسع في استخدام الموزعات الآلية للنقود، كون أن تكلفة الخدمة المصرفية المؤداة بواسطتها تقل كثيراً عن تكلفة الخدمة المؤداة من خلال الفرع أو الهاتف أو قنوات توزيع أخرى.
- كما مكنت أجهزة GAB/DAB البنوك من استبدال عمالة البنك المدفوعة الأجر بعمل العميل غير المدفوع الأجر في تقديم الخدمة المصرفية، وبالتالي تحقيق وفورات في التكلفة من خلال وفورات الموظفين.

¹ منى محمد إبراهيم البطل، مرجع سابق، ص. 231.

² عوض بدير الحداد، مرجع سابق، ص. 413.

³ عبد الرحمن توفيق، الإدارة الإلكترونية وتحديات المستقبل، (القاهرة، ج م ع، 2003)، ص. 238.

4. تطبيقات العمل الجماعي: من بين تطبيقات برامج العمل الجماعي ما يلي¹:

- الرسائل الالكترونية.
- تسيير الرزنامة.
- متابعة الأنشطة والأعمال والمشاريع.
- تقاسم الوثائق (الملفات).
- المحاضرات المرئية.
- لقاءات الحوار والتحرير الجماعي.

ومن بين التطلعات الرئيسية أو المزايا التي يمكن تحقيقها من استخدام برمجيات العمل الجماعي، ما يلي²:

- تحسين الاتصال والتعاون بين الأطراف الفاعلة.
- تقاسم المعلومات.
- التقليل من استعمال الوثائق (الورقية) المتداولة والاتجاه نحو تحقيق "0 ورقة".
- السرعة في تبادل المعلومات.
- تحسين الإنتاجية.
- تخفيض التكاليف الإدارية.
- تحسين خدمة العملاء.
- جعل الوثائق متاحة أكثر ما يمكن (يمكن التصرف فيها في الوقت والمكان المناسب).
- التقليل من الاجتماعات.
- لغرض تحسين سمعة المنظمة، من خلال الحصول على شهادة ISO9000.

الفرع الثالث: تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أنشطة البنوك

1. تأثير التكنولوجيا على الأنشطة التنظيمية: يمكن تلخيص هذه الآثار في³.

¹ Michel Lafitte, *les Systèmes d'Information dans les Etablissements Financiers*, (Presses de Jouve, Paris, France, 2000), P. 56.

² Idem.

³ عبد الغفار حنفي وعبد السلام أبو قحف، الإدارة الحديثة في البنوك التجارية، (الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004)، ص. 375-376.

- يؤدي استخدام الكمبيوتر إلى تحقيق درجة أعلى من التكامل والترابط بين الأنشطة التنظيمية المختلفة، مثلاً الربط بين الإنتاج والتسويق، المالية والمحاسبة.

- كذلك يمكن استخدام الكمبيوتر من إحداث تغييرات في مجال الأنشطة المكتبية والكتابية وتدفع العمليات الروتينية ونوعيات النماذج والسجلات المستخدمة، فهذه الأنشطة تتصف عادة بضخامة حجمها وانتشارها في كل أركان التنظيم، ومن ثم ضخامة عدد الأفراد العاملين بها والوقت المستغرق فيها ومن أمثلة هذه الأنشطة إمساك الحسابات، حسابات الأجور والعملاء...

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

- تخفيض عدد الأفراد العاملين في تلك الأنشطة.

- تغيير في نوعيات المهارات اللازمة للعاملين.

- الإسراع في العمليات ومن ثم خفض في التكلفة.

- إمكانية مركزية العمليات وإحكام السيطرة عليها.

- كذلك من آثار الاستخدام زيادة الاتجاه إلى إنشاء نظم متكاملة للمعلوماتية تعتمد على بنوك المعطيات وترشيد عمليات اتخاذ القرارات في البنك وإمكان تطبيق أساليب متطورة لحل المشكلات، مثل: بحوث العمليات ونظرية المباريات، وكذلك استخدام ما يسمى بالذكاء الاصطناعي والنظم المصرفية الخبيرة المساعدة في عملية اتخاذ القرار بالبنوك.

2. تأثير التكنولوجيا على تسويق الخدمات المصرفية.

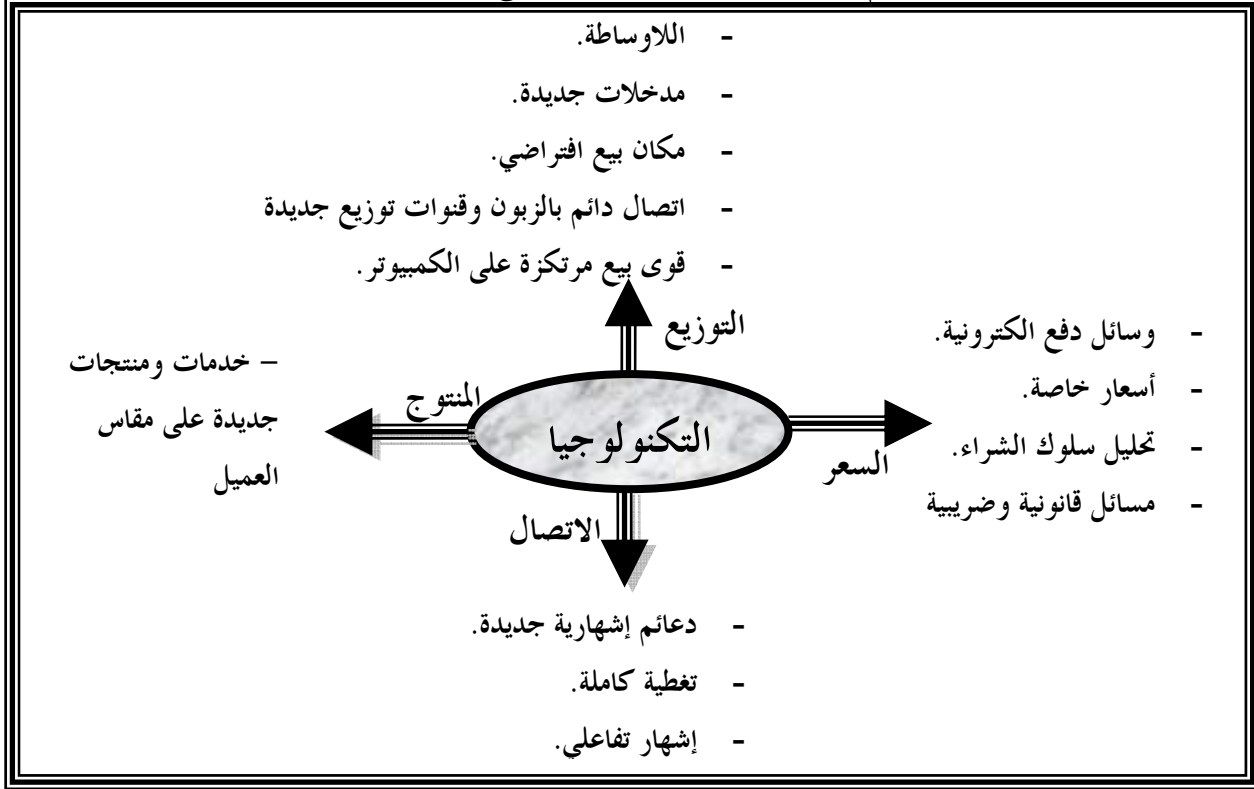
أ- تأثير التكنولوجيا على المجالات التسويقية: من المجالات التسويقية في مجال البنوك التي تأثرت بإدخال التكنولوجيا ما يلي¹:

● **المزيج التسويقي:** فلقد مكن التطور التكنولوجي من توسيع نطاق الخدمات المصرفية وتنويعها، كما أدى ذلك إلى إتاحة هذه الخدمات من خلال منافذ توزيع جديدة (الانترنت، الموزعات الآلية، التحويل الإلكتروني،...) الأمر الذي ساعد على تخفيض الأسعار (الأتعاب التي يتقاضاها البنك) نتيجة لاقتصاديات التشغيل المترتبة على تخفيض

¹ عوض بدير الحداد، مرجع سابق، ص. 250.

التكاليف بسبب التطور التكنولوجي، والشكل الموالي يوضح أكثر مدى تأثير المزيج التسويقي بالتكنولوجيا.

الشكل رقم (13): تأثير التكنولوجيا على المجالات التسويقية



Source: Michel Badoc et Autres, *E-Marketing de la Banque et de l'Assurance*, (Edition d'organisation, Paris, France, 2002), P. 22.

- **قطاعات السوق:** حيث سمحت التكنولوجيا الحديثة بتوسيع قطاعات السوق المستخدمة كنتيجة لكون هذه الخدمات أصبحت متاحة بسهولة أكثر أمام العملاء، إضافة إلى تلك التغيرات التي طرأت في نمط سلوك الزبائن من خلال اهتمامهم المتزايد بكل من الزمان والمكان الذي تقدم فيه الخدمة المصرفية.
- كذلك، إذا كان من نتيجة إدخال التكنولوجيا الجديدة في مجال الأعمال المصرفية إغراء العملاء بشراء خدمات مصرفية جديدة بما يؤدي إلى خلق طلب جديد على الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك، فإدارة البنك تحاول البحث عن أسواق جديدة وعملاء جدد ويمكنها الوفاء باحتياجاتهم المصرفية.
- **ترشيد الإنفاق والمعلومات المقدمة للعملاء:** مما لا شك فيه أن الأرباح الإضافية المترتبة عن التخفيض في التكاليف، بالإضافة إلى تحويل العمليات المصرفية غير المرجحة إلى

عمليات مربحة من خلال تقليل الاعتماد على عنصر العمل والإجراءات اليدوية، كذلك فإن الاستخدام الكفء لنظم المعلومات كنظم المعلومات التسويقية أو نظم الاستخبارات التسويقية المتعلقة بالعملاء خاصة وبالبيئة التسويقية عامة، يؤدي إلى تحسين جودة نتائج العمليات التسويقية المصرفية.

● **السلوك الاستهلاكي ومستوى النضج المصرفي للعملاء:** لا شك أن التكنولوجيا قد أثرت على السلوك الاستهلاكي للعملاء، نتيجة لزيادة معرفتهم وخبراتهم لأثر التعامل مع أجهزة الموزعات الآلية للنقود، نقاط البيع الالكترونية، الأنترنت وغيرها من نظم التوزيع والخدمات المصرفية المتطورة تكنولوجيا، كما أثرت التكنولوجيا على تحسين أداء هذه الخدمات والتحسين والتطوير من ملامحها ومواصفاتها.

ب- التسويق الالكتروني: لقد أصبح عملاء البنوك اليوم يبحثون عن استجابة دقيقة وشخصية لمطالبهم من منتجات وخدمات مصرفية مفصلة حسبهم ويبحثون عن ما يسمى "Triple A"، أيما كان *Any Where*، بأي طريقة *Any How*، في أي وقت *Any Time*¹. بمعنى إلغاء كل القيود المكانية والزمنية، مقابل هذه التحولات وجب على التسويق المصرفي أن يرقى ليصبح مبدعا ومتفاعلا، وعليه أن يحسن استعمال محتوى المعلومة وجميع وسائل الاتصال ليتقرب إلى كل عميل ليصل إلى أعماقه تدريجيا (رضاه ووفائه)، ويتحول بذلك إلى ما يسمى بالتسويق الحميم، ويختصر بـ *E.Marketing*²، وهدف التسويق الحميم هو استعمال الوسائل التكنولوجية المتطورة لتحقيق المواءمة بين أهداف البنك (الربحية) والاستجابة لاحتياجات كل عميل بصورة دائمة وفعالة ضمن الإستراتيجية الشاملة للبنك.

يتحدد التسويق الحميم بأربعة متغيرات أساسية: المعلومة، التوزيع (اللوجيستية)، الأفراد والتكنولوجيا³، ويشكل كل واحد منها مصدرا مستقلا بذاته لتطوير أداء البنك واستقطاب عملاء جدد وتقديم عرض جيد للخدمات المصرفية.

4. **تأثير التكنولوجيا على عمليات الخدمة البنكية:** إن تأثير التكنولوجيا على العمليات والأنشطة المصرفية تبدو واضحة للزبون، وهناك تأثير على النشاط غير واضح بدءا من المكاتب

¹ Michel Badoc, OP. Cit. P. 74.

² زيدان محمد، دور التسويق المصرفي في الزيادة من القدرة التنافسية للبنوك، مرجع سابق، ص. 11.

³ Michel Badoc, OP. Cit, P. 75.

الخلفية أو العمليات الخلفية، حيث تسمح هذه التكنولوجيا بتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء¹.

كما أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساند التطور التكنولوجي وترافقه في إحداث التغيير في ميدان الخدمات المصرفية فهي تساعد البنك على مضاعفة موارده وتحسين نوعية منتجاته وخدماته، كما تمكنه من إعادة تنظيم هيكله لتسهيل الاتصال الداخلي والخارجي، وتحسين أدائه الداخلي من خلال تغيير كافة الأنشطة والعمليات التي تؤدي أثناء عرض وتقديم الخدمة المصرفية في ظروف ملائمة للعميل المصرفي.

5. تأثير التكنولوجيا الجديدة على وظيفة الإنتاج بالبنك: إن إدخال الإعلام الآلي للبنك سهل من توفير وتبادل واستخدام المعلومات بشكل آلي وتبادل المعلومات بين الأنظمة الفرعية المختلفة، وتحقيق التكامل فيما بينها عن طريق ربطها بمجموعات واحدة من البيانات، وهذا باستعمال الشبكات والتقنيات الضرورية، كما يمكن استعمال الحاسب الآلي في عمليات متعددة كتقديم الخدمات مباشرة عبر الشبائيك².

هذه الخدمات متعددة ومتنوعة (صرف، تحويلات، سحب، إيداع،...)، لذا فإن إدخال النظام الآلي على العمليات المصرفية قد يؤثر على العمليات الإنتاجية، وذلك من خلال³:

- تخفيض تكاليف الإنتاج: ويتم بتخفيض تكلفة الإنتاج من خلال تحقيق اقتصاديات الحجم.
- الانتقال من التسيير التقليدي للمخزون إلى تسيير التدفقات: فداخل البنك سمحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالانتقال من التسيير التقليدي للمخزون إلى تسيير التدفقات بمعنى متابعة ومراقبة التغيرات بحركة مزدوجة (عملية إدماج العمليات شيئاً فشيئاً والمعالجة المستمرة).

- التصنيع (التصميم) لمجمل العمليات: ويستدعي ذلك من المؤسسة المصرفية إعادة تجميع المهام، تصميم الأنشطة الجديدة، وتوزيع الأعمال والأنشطة بطريقة تتناسب مع تخصص

¹ Monique Zollinger et Eriq Lamarque, OP. Cit, P. 32.

² رجم نصيب وأمال عياري، المؤسسة المصرفية الجزائرية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، (مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة عنابة، العدد 15، 2005)، ص. 54.

³ Mohamed Taher Rajhi et Syrine Ben Ramdhane, Impact de la Technologie sue les Activités Bancaires Tunisiennes, www.cybel.fr/html/communaute/rdf/rajhi.pdf.

العمال وساعات العمل المطلوبة¹. حتى تكون هناك مرونة في تقديم الخدمات ومعالجة العمليات (السرعة والنجاعة في معالجة العمليات)، التقليل من الجهود والتخفيض من أعباء العمل اليدوي المتكرر وتخفيض الوقت الضائع الذي يؤدي إلى ربح الوقت واستغلاله في تحسين نوعية الخدمات المقدمة وخلق منتجات جديدة، أو إلى خلق علاقات جديدة مع العملاء، مما يزيد من فرصة مضاعفة البنك لموارده المالية².

6. تأثير التكنولوجيا الجديدة على الإنتاجية: بشكل عام تقع جميع المنظمات الخدمية تحت ضغط كبير لزيادة أو الرفع من إنتاجيتها، حيث أن العمل في شركات الخدمة يتصف بالتعقيد، وبالتالي فإن التكاليف تتصاعد بسبب الخصائص المميزة للخدمة، ومنها الخدمات المصرفية التي تتسم طبيعة عملياتها بالتعقيد. ومن أجل تحسين إنتاجية الخدمات المصرفية فإن أمام المصارف عدة طرق يمكن من خلالها تحقيق هذا الهدف³.

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

إذن، يمكن الاعتماد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين الإنتاجية بشكل كبير، كون الإنتاجية تبقى هدفاً استراتيجياً كبيراً لبلوغه من قبل البنوك⁴، إلا أن مؤشرات تأثير التكنولوجيا على الإنتاجية غير معروفة، لكن قام كل من الأستاذ محمد طاهر راجحي وسيرين بن رمضان بوضع معيارين رئيسيين لإنتاجية الشبكة (استعمال أو عدم استعمال تقنية الإعلام الآلي) في جميع مصالحي البنك، وذلك من خلال⁵:

- متوسط عدد العمليات المنجزة في اليوم.

- متوسط زمن القيام بكل عملية.

¹ رجم نصيب وأمال العياري، مرجع سابق، ص. 52.

² المرجع السابق، ص. 53.

³ محمود جاسم الصميدعي وردينة عثمان يوسف، مرجع سابق، ص. 83.

⁴ Mohamed Tahar Rajhi et Syrine Ben Ramdhane, OP. Cit, P. 8.

⁵ Idem.

وعلى العموم، فإن تبني التكنولوجيا الحديثة في البنك يسمح بتحسين إنتاجية العمليات المقدمة مباشرة للعملاء، وكذلك العمليات الداخلية التي تؤثر بطريقة مباشرة على الأولى.

المطلب الثالث: عوائق ومخاطر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في البنوك

إن عملية تبني التكنولوجيا الحديثة غالبا ما تكون محفوفة بالصعوبات والمشاكل، ومن هذا المنطلق نحاول تشخيص العديد من العوائق والمخاطر لهذه التكنولوجيا.

الفرع الأول: عوائق مستمدة من داخل البنك

هذه العوائق تتمثل في¹:

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 ضوءها يتم استغلال التكنولوجيا بفعالية لتحقيق مزايا إستراتيجية وتشغيلية.

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 (خبراء متخصصين)².

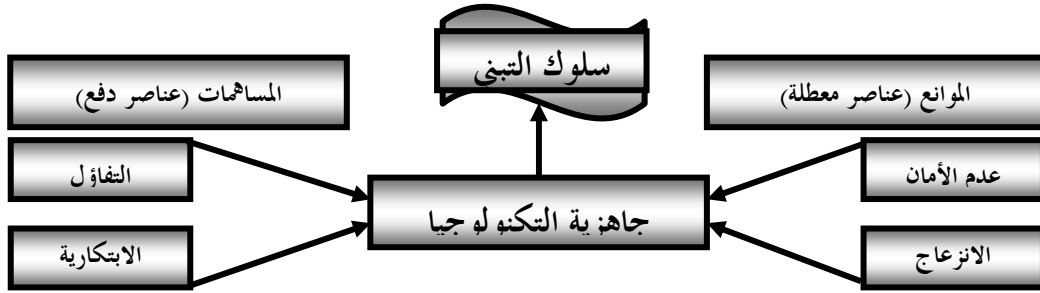
الفرع الثاني: عوائق متعلقة بالعملاء

1. **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 الموالي:

¹ بشير العلاق، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال - مدخل تسويقي -، مرجع سابق، ص. 111-112، بتصرف.

² رجم نصيب وأمال عياري، مرجع سابق، ص. 65.

الشكل رقم (14): مظاهر جاهزية التكنولوجيا



المصدر: بشير العلاق، الخدمات الإلكترونية بين النظرية والتطبيق - مدخل تسويق استراتيجي-، (منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، ج م ع، 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، فإنه 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.

الفرع الثالث: مخاطر تكنولوجيا الإعلام والاتصال وأمنية المعلومات

1. تحليل العوامل المهددة لأمن الأنظمة الآلية للمعلومات: من بين العوامل المتسببة في الخطر مايلي¹:

أ- 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

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

بالخطأ، وضع كلمة السر في المكان يسهل معرفتها، نسيان إغلاق الشاشات فتبقى مفتوحة وعارضة لبيانات غير مسموح بعرضها أو نتيجة مشاكل أو عطل في الأجهزة والبرامج...

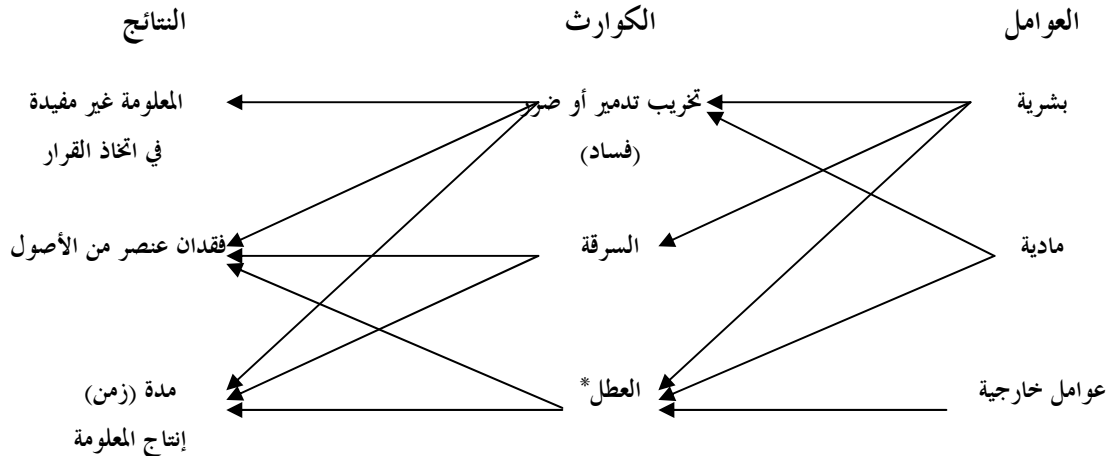
ب- **أفعال المتعاملين المقصودة:** مثل معالجة محرقة، أو تشغيل محرقة للبرنامج، إطلاع الآخرين على بيانات هامة، نقل بعض البرامج والبيانات الخاصة، تدمير أو تزيف برنامج أو معلومة أو غير ذلك من الأفعال المقصودة، ويطلق على هذه الأخطار الناتجة عن مستخدمي النظام يومياً باسم أخطار مرتبطة بالاستغلال ¹ *Les Risques Liés à l'Exploitation*.

ج- **الاعتداء الخارجي:** نعني بالاعتداء 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.

د- **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 للأعطاب المفاجئة في نظام الكهرباء.

ويمكن تلخيص المخاطر الناتجة عن المعلوماتية من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم (15): المخاطر الناتجة عن المعلوماتية



Source: Michelle Lafitte, *Les Systèmes d'Information dans les Etablissements Financiers*, (Presses de Jouve, Paris, France, 2000), P. 230.

¹ Michelle Lafitte, OP. Cit, P. 230.

* **العطل (Panne):** خطأ يحدث في المعدات يجعلها لا تعمل بصورة صحيحة، وهناك العطل التدريجي والعطل الخفيف، كما توجد عدة تقنيات في التعامل مع الأعطاب في الأجهزة مثل التنبؤ بالخطأ، تسجيل الخطأ، معدل الفشل Failule Rate، لمزيد من المعلومات، أنظر:

- تيسير الكيلاني، مرجع سابق، ص. 286 - 287.

2. الأمن الفيزيائي لمركز المعلومات والحاسب الآلي: يشمل الأمن الفيزيائي لهذا المركز حمايته من¹:

- الحريق والغبار، وكذلك ضمان الكهرباء الكافية والمستلزمات البيئية من حرارة ورطوبة.
- التحكم في زيارة ودخول الأفراد إلى المبنى أو المكاتب الحساسة.
- التحكم في الوصول إلى المراكز الفرعية للطرفيات 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، ووجودها يضمن التشغيل المستمر للأنظمة الآلية.
- التأمين التجاري الذي يغطي تكلفة إرجاع المعلومات المفقودة وتغطية الخسارة الناتجة عن تعطيل النظام.

3. أمن المعلومات المصرفية.

أ- أهداف تأمين المعلومات: إن الهدف من تأمين المعلومات المصرفية هو تحقيق قدر من السرية *Confidentiality* والسلامة بالنسبة للمعلومات رغم إمكانية إتاحتها ومراجعتها والمساءلة *Accountability* المرتبطة بعملية استخدامها، وكذلك توثيقها *Authenticity* لتوفير إمكانية الاعتماد عليها².

ب- تدمير أنظمة المعلومات الخاصة بالبنوك: لتدمير نظام معلومات سواء كلياً أو جزئياً لابد من اختراقه أولاً، ولكي تتم عملية الاختراق لابد من وضع برنامج يتم تصميمه خصيصاً لهذه العملية، ويعتبر برنامج **حصان 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 *Pass Word* للدخول في هذا النظام، إضافة إلى هذه البرامج هناك

¹ أحمد عوض حاج علي وعبد الأمير خلف حسين، مرجع سابق، ص. 28 - 29.

² محمود مراد مصطفى وناصر نور الدين عبد اللطيف، الحاسبة وتكنولوجيا المعلومات، (قسم الحاسبة، كلية التجارة، الإسكندرية، ج م ع، 2003)، ص. 419.

الفيروسات *Virus* 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"¹، ولأجل حماية نظام المعلومات للبنك من خطر الفيروسات هناك ثلاث أنواع من الحماية²:

- الحماية ضد الفيروسات الصادرة من الرسائل الإلكترونية.

- الحماية ضد الفيروسات الناتجة من خلال البحث في الشبكة الإنترنت.

- الحماية على مستوى محطات التشغيل أو الملقمات *Serveurs*.

ج- الأساليب والإجراءات المرتبطة بنظم الرقابة الداخلية: هذه الأساليب أشارت إليها معايير أمن المعلومات الدولية وأوصت باتباعها وتمثل في:

● **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 فيهم³، 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 يلي⁴:

- **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 الأصبع أو بصمة الصوت...

¹ محمود الربيعي وآخرون، مرجع سابق، ص. 446.

² Mohamed Tahar Rajhi et Syrine Ben Ramdhane, OP. Cit, P. 12.

³ Michelle Lafitte, OP. Cit, P. 241.

⁴ أمين السيد أحمد لطفي، مرجع سابق، ص. 771 - 773.

- 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 أرسلها¹.

● جدران النار *Fire Walls*: هي أدوات تقع على طرف شبكة الإنترنت الخاصة بالمنظمة، تعمل كمنفذ للإنترنت وتعمل على تحقيق الرقابة على المعلومات من وإلى الشبكة، كما يوجد نوعين من الجدران النارية²:

- جدران الحماية بالفلتر للرسائل (*Paquets*).

- جدران الحماية للتطبيقات (*Passerelle d'Application*).

● 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 منير وممدوح محمد الجنيهي، مرجع سابق، ص. 22.

² Mélissa Saadoun, OP. Cit, P. 41.

خلاصة الفصل :

من خلال العرض الذي تناوله هذا الفصل، يمكن القول أن للتكنولوجيا تأثيرا متزايدا على أنشطة البنوك المتعددة، لذا لا بد على هذه الأخيرة من معرفة مدى تطبيق الفن التكنولوجي بالنسبة للنشاط المصرفي، نظرا لكون أن جزءا من الحافز على استخدام التكنولوجيا الجديدة قد لا يكون الرغبة في إرضاء احتياجات العملاء بقدر ما هو تخوف البنك من قيام بنك آخر منافس باستغلال الفرصة وتحقيق ميزة تنافسية، ولذلك فإنه من الأهمية بمكان أن تعالج التطورات التكنولوجية في البنوك من زاوية فعالية النشاط وليس من زاوية فنية فقط، مع تجنب مختلف العوائق والمخاطر الناتجة عنها .

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

الفصل الرابع:

دراسة حالة

الصناعة الوطنية للتوفير والإحتياط

الفصل الرابع:

دراسة حالة: "الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط"

مقدمة الفصل:

بعدما استعرضنا في الفصول السابقة الجانب النظري لهذا الموضوع، نحاول من خلال هذا الفصل تطبيق المفاهيم السابقة على شكل دراسة حالة بنك تجاري عمومي ينشط في ظل وسط تشتد فيه المنافسة، حيث سنحاول في المبحث الأول التعريف بالبنك محل الدراسة، ثم نتطرق إلى دراسة تكنولوجيا أنظمة الدفع الآلية المعتمدة حديثا في نشاط البنك وذلك في المبحث الثاني. أما المبحث الثالث فقد خصص لقياس أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة على نشاط البنك.

المبحث الأول:

التعريف بالصندوق الوطني للتوفير والاحتياط

يعد الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط *Caisse National d'Épargne et de Prévoyance* واحد من المؤسسات التمويلية في الجزائر، ولقد أدت ضرورة إيجاد صيغة مصرفية وآلية للتمويل العقاري غداة الاستقلال إلى إنشائه بموجب القانون رقم 64-227 المؤرخ في 10-08-1964، ليكون بذلك أول مؤسسة لتمويل السكن في الجزائر.

المطلب الأول: التطور التاريخي للبنك¹

مر الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بعدة مراحل:

- **الفترة من 1966 إلى 1970** (مرحلة الانطلاق والهيكلية): اقتصر دور الصندوق في هذه المرحلة على جمع المدخرات بنسب فوائد متدنية، وذلك على مستوى شبائيك البريد، وقد أسست أول الوكالات في سنتي 1966 و1970 بالعاصمة وتيزي وزو، فكان الصندوق يقوم أساسا بتحصيل المدخرات بواسطة الدفاتر.
 - **الفترة من 1971 إلى 1979** (مرحلة التخصص في النشاط): شجعت النصوص القانونية صيغة "ادخار-سكن"، فزادت هذه الديناميكية التي ربطت الادخار بإمكانية الاستفادة من السكن بالنسبة لربائئ المؤسسة.
- وقد لعب الصندوق في هذه المرحلة دور الممول لمشاريع السكن الاجتماعي مشاركة الخزينة العمومية وذلك بنسب محددة سلفا، حيث أن المنبع الأساسي من الخزينة. فكان أن تسبب هذا الدور المحدود في عدة تراجعات في حركة الادخار.
- ولعلاج هذه الوضعية اتخذت السلطات العامة قرار إنشاء مؤسسة عمومية للترقية العقارية هي شركة ترقية السكن العائلي *E.P.L.F (Entreprise Publique du Logement Familial)* مكلفة خصوصا ببناء السكنات الترقية الممولة عن طريق الادخار.
- وعموما تميزت هذه المرحلة بتخصص نشاط الصندوق في جمع المدخرات وتمويل السكن، أما القروض المعتمدة فكانت جد ضئيلة.

¹ Les 40 ANS de la CNEP-BANQUE 1964-2004, Edition CNEP-BANQUE, 2004, P. 32.

- الفترة من 1980 إلى 1987 (مرحلة اللامركزية في نشاط الصندوق): انطلاقا من اعتبارات عدم التوازن بين عرض السكنات والطلب المتزايد عليها، كان لزاما على المؤسسة أن تتكيف مع هذا الواقع الجديد الذي تميز بتشجيع المبادرة الفردية والترقيين العموميين لاعتماد مشاريع ممولة عن طريق الأموال المدخرة، فتوسع بذلك مجال منح القروض ابتداء من عام 1982 ليشمل علاوة على القروض الممنوحة للمدخرين أصحاب الودائع منذ 1979 قروضا لغير الموفرين، ثم سن القانون رقم 86-07 المؤرخ في 04-03-1986 المتعلق بالترقية العقارية الذي نشط عملية تمويل مؤسسات الترقية العمومية، لكن أهم ما يميز المرحلة زيادة عدد المودعين ولا مركزية منح القروض حيث أصبحت تتم الدراسة على مستوى الوكالات في أطر محددة.
- الفترة من 1988 إلى 1997 (مرحلة تنويع المنتجات المصرفية واعتماد القروض البنكية غير العقارية): قادت التجربة الموفقة لجمع الادخار و تمويل السكن إلى تنويع المنتجات والتوجه نحو القروض البنكية غير العقارية لأصحاب المهن الحرة، ونلمس ذلك فيما يأتي:
 - اعتماد القروض للمقاولين والترقيين الخواص.
 - إقراض الشركات، التعاونيات، صناديق الأعمال الاجتماعية والتعاضديات.
 - وبالنسبة للقروض الفردية استهلكت بسياسة مساعدة الإسكان التي مكنت شريحة كبيرة من المجتمع الاستفادة منها، ورافق هذا التنويع في المنتجات والتطور في الشبكات جلب رؤوس أموال أكثر ودخول السوق النقدية.
- فترة ما بعد 1997 (مرحلة التوسع في النشاطات): تميزت هذه المرحلة أساسا ببروز نشاط الشبكات - التي أقرت عام 1992 - بصفة فعالة خاصة في مجال تمويل السكن الترقوي ومنح القروض. وبصفة خاصة تميزت المرحلة بتحول المؤسسة إلى بنك، وذلك وفقا لقرار بنك الجزائر رقم 97-01 المؤرخ بتاريخ 27 جويلية 1997.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للبنك¹

يمكن اعتبار هيكله بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط ذات بنية هرمية متصلة الحلقات، إذ مرت هي الأخرى بتطور ملحوظ عما نص عليه القانون الأساسي تحت بند الإدارة و الرقابة، فقبل 1980 اتسم عمل الصندوق بتركيز سلطة القرار في يد المديرية العامة، حتى أن منح قرض لشخص يقطن بمدينة سطيف كانت الموافقة عليه تتم مركزياً، بيد أن الفترة من 1980 إلى 1987 عرفت تطوراً جوهرياً في الهيكله بإقرار نوع من اللامركزية عمت إنشاء الشبكات عام 1992.

الفرع الأول: التنظيم المركزي للمؤسسة

نجد في قمة هرم الهيكل التنظيمي مجلس الإدارة الذي يعد بمثابة الهيئة التداولية للمؤسسة، له مهام واسعة إذ يتولى وضع التنظيمات الداخلية واتخاذ القرارات الهامة والملزومة، كما يقع على عاتقه ضمان التكيف والمواكبة لكل المستجدات الحاصلة.

يرأس مجلس الإدارة الرئيس المدير العام، له ديوان يتألف من مكلفين بالدراسات ومستشارين ومكلفين بالتحليل، وباقتراح من الرئيس المدير العام يعين مجلس الإدارة خمس مدراء عامين يعملون على مساعدة الرئيس المدير العام وهم:

1. مدير عام مساعد مكلف بالمحاسبة والمالية.
2. مدير عام مساعد مكلف بالقرض.
3. مدير عام مساعد مكلف بالإدارة والوسائل.
4. مدير عام مساعد مكلف بالتحصيل.
5. مدير عام مساعد مكلف بالتطهير وإعادة الهيكلة.
6. مدير عام مساعد مكلف بالتطوير.
7. مدير عام مساعد مكلف بنظام المعلومات.

الفرع الثاني: التنظيم اللامركزي للمؤسسة

تنظم المؤسسة لامركزياً على مستوى الشبكات والوكالات التابعة لها كما يلي:

¹ نسخة من الهيكل التنظيمي للمديرية العامة للبنك والمديرية الجهوية، راجع الملحقين رقم (1) و(2)، على الترتيب.

أ- المديرية الجهوية: تعتبر هيئة دعم للوكالات الموزعة على المحيط الإقليمي والمعرفة بواسطة نصوص تنظيمية، حيث تقوم بكل الأعمال المفوضة لها من طرف المديرية العامة على المستوى الجهوي، أي أن الشبكة هي الناطق باسم السلطات والوحدات المحلية التي تستطيع تمويلها تبعا للإمكانيات التي تستخدم كل المشاريع المرتبطة، وتمارس مديرية الشبكة على المستوى الجهوي جملة من العمليات أهمها: التخطيط، التوجيه، التنظيم والتنسيق.

ب- الوكالات: يبلغ عددها 201 وكالة¹، ويختلف هيكلها التنظيمي حسب نوع الوكالة التي نميز فيها بين ثلاثة أصناف:

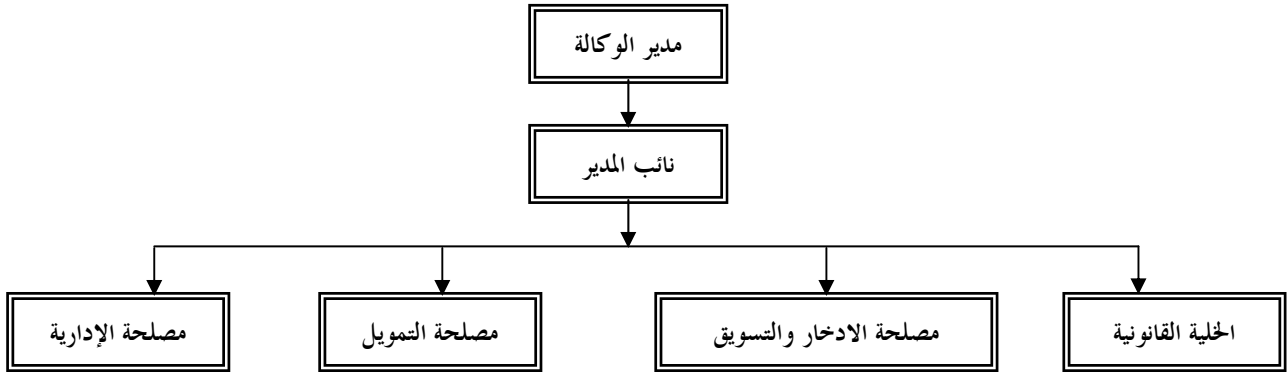
- الوكالة من الصنف "أ": أو الوكالة التي تقوم بمهام الإقراض والادخار وتمويل السكن.
- الوكالة من الصنف "ب": وتقوم فقط بمهام الإقراض أو الادخار، وليس من صلاحياتها تمويل مؤسسات الترقية العقارية أي تمويل السكن.
- الوكالة من الصنف "ج": تقتصر مهامها على الادخار ولا يمكنها منح القروض للأفراد فضلا عن الترفيين.

هذه الوكالات تنظم تبعا للشكل الموالي:

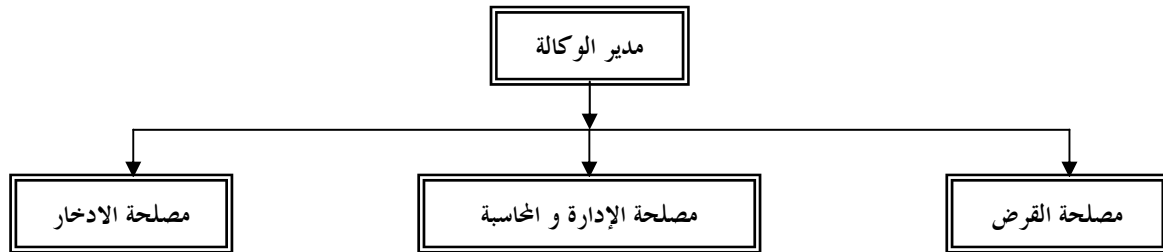
¹ CNEP News, Revue Trimestrielle de la CNEP-BANQUE, N°28, Janvier 2007, P. 30.

الشكل رقم (16): الهيكل التنظيمي للوكالات من الصنف "أ" "ب" "ج"

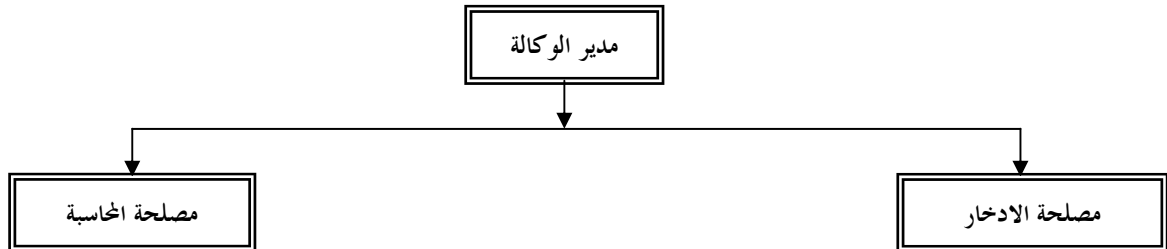
الوكالة من الصنف "أ"



الوكالة من الصنف "ب"



الوكالة من الصنف "ج"



Source : Direction du Réseau de Sétif, Document Interne, -Service Formation-.

وحسب الرئيس المدير العام للصندوق الوطني للتوفير والاحتياط-بنك "جمال بسة"، فان البنك خلال هذه السنة سيضع حيز التطبيق التنظيم الجديد لهياكله، قصد تحقيق فعالية أكبر وتحكم أكثر في المبالغ¹.

¹ CNEP News, N°28, OP.Cit, P. 30.

المطلب الثالث: وظائف البنك

حددت المادة الثانية من القانون التأسيسي رقم 64-227 تحت فصل أدوار الصندوق ثلاثة عشر دورا يمكن إجمالها في ثلاث رئيسية:

1. جمع المدخرات.
2. تمويل السكن.
3. منح القروض الفردية.

الفرع الأول: جمع المدخرات

أسندت المادة الثامنة من القانون التأسيسي هذا الدور للصندوق، وحددت المواد من 13 إلى 20 مختلف عمليات الادخار.

وتعرف القواميس الحديثة الادخار بأنه "اقتصاد في النفقات، فهو القسم من الدخل الذي لا أو لم يوجه للاستهلاك"¹، بل تحول قدرته الشرائية إلى فترة لاحقة بغرض شراء سلع أو خدمات أو بغرض الاستثمار، ويكون ذلك عن طريق الاكتناز أو إيداعه لدى مؤسسة مالية تمنح المدخر عندها ضمانا لأمواله من السرقة أو الضياع وزيادة رصيده عن طريق الفوائد، وذلك في إطار السرية التامة، إذن، المصرف يتقيد بكتمان السر المهني إلا لأصحابها أو لجهات القضاء المختص أو السلطات النقدية أو مصلحة الضرائب.

وبنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط يمنح زبائنه عدة طرق لتوظيف أموالهم في إطار جمع المدخرات يمكن تصنيفها إلى صنفين:

أ- **توظيف آني لدى الطلب:** وهي ودائع رصيدها مستحق الطلب في الحال أي يمكن للزبائن سحب ما أودعوه من أموالهم في أية لحظة، فيغدو المصرف هنا مجرد خزانة لأموالهم يحتفظون لديه و يسحبون منها ما يشاءون وفي أي وقت، فالبنك هنا يلعب دور "المؤمن" أو أمين الصندوق بالنسبة لزبونه المودع.

و تعتمد المؤسسة صيغة دفاتر الادخار وهي دفتران يكونا محل تسجيل لمختلف عمليات الدفع والسحب وهما: - دفتر الادخار لأجل السكن *LEL* - دفتر الادخار الشعبي *LEP*

ب- **التوفير لأجل:** تختلف الودائع لأجل عن سابقتها في كونها ادخارية بطبيعتها ومجمدة إلى حين حلول أجل التاريخ المقرر لاستردادها، ويعتمد البنك في هذا الصنف صيغة

¹ Ahmed Silem et Jean-Marie Albertini, OP.Cit, P. 296.

"إيداع لأجل" *D.A.T*، وهي موجهة للأشخاص الاعتبارية والطبيعية التي تودع لدى المصرف ودائع تفوق مبلغ 500.000,00 دج، و50.000 دج و10.000 دج بالنسبة لـ *DAI Logement*، *DAI Banque, Bon de Caisse* على الترتيب، هذه الأرصدة تجمد في مواجهة السحب قد تصل إلى عشر سنوات مع نسب فوائد متزايدة.

الفرع الثاني: تمويل السكن

يعتبر السكن مهما كان بسيطاً أحد عناصر حد الكفاف الذي يجب أن تحققه كل أسرة، لذا اتجهت الدولة الجزائرية غداة الاستقلال- وفي إطار سياستها الاشتراكية - إلى التكفل بهذا الحمل وحدها.

وتبعاً للآثار الناجمة عن هذه المشكلة سواء في أبعادها السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية، فإن الإسراع في وضع التصورات الملائمة لحل الإشكال وجعلها في صلب أولويات السلطة العامة، ولا ريب أن أكبر عائق يواجه الإسراع في حل مشكلة هو نقص التمويل. لذا جاء الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، وأهم تمويلاته نجد:

- السكن الاجتماعي (السكن المخطط). - السكن الترقوي.

الفرع الثالث: منح القروض

يمنح البنك قروض للأفراد على نوعين: قروض لفائدة المدخرين وأخرى لغير المدخرين والفرق بينهما يكمن في نسبة الفائدة التي تقدر وقت إعداد التقرير 8.5% للموفرين و 10.25% لغير الموفرين وتتعلق هذه القروض¹ بما يأتي:

- قرض محل تجاري.
- قرض لتوسيع مسكن.
- قرض لشراء مسكن.
- قرض لتهيئة مسكن.
- قرض لشراء قطعة أرض.
- قرض لشراء مسكن لدى شخص.
- قرض لشراء مسكن ترقوي.
- قرض مسكن اجتماعي تساهمي.
- قرض لشراء مسكن بيع فوق مخطط.

¹ لمعرفة المزيد عن هذه المنتجات البنكية للصندوق، تفحص موقعه الإلكتروني: www.cnepbanque.dz

هذا وقد استأنف البنك في شهر جويلية المنصرم منح القروض الموجهة لشراء السيارات بعد التوقف عن تقديم هذه الخدمة منذ مارس 2005، القروض ذاتها عرضت بنسب فوائد متفاوتة، منها 6.75% موجهة لمودعي أموالهم في البنك و7.5% على باقي الزبائن.

المبحث الثاني:

أنظمة الدفع الآلية الحديثة في الجزائر

في ظل التطورات الراهنة والتغيرات الاقتصادية التي تعيشها الجزائر، ومن أجل مواكبة التطور التكنولوجي الهائل، بادرت البنوك التجارية الجزائرية بإنشاء شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك ¹SAATIM من أجل توفير السند التكنولوجي لها. ومن أجل عصنة أنظمة الدفع، تمت الاستعانة بخبرة البنوك التونسية التي ساهمت بقدر كبير في وضع أنظمة دفع جديدة، بالإضافة إلى إشرافها على تكوين بعض الإطارات من المستخدمين المعالجين (التنفيذيين) والفنيين لكل من البنوك المؤسسات المالية، البنك المركزي، الخزينة العمومية وغرفة المقاصة.

المطلب الأول: نظم الدفع التقليدية *les Systèmes de Paiement Traditionnels*

يعتبر البنك المركزي المسؤول عن تسيير إجراءات التحصيل وأوامر الدفع (الصكوك، الأوراق التجارية، التحويلات المالية) من خلال عملية المقاصة، كما يتم تسوية مستحقات البنوك دفتريا (على الورق)، دون الحاجة لنقل مادي للنقود، وبمجرد إتمام عملية المقاصة يقوم البنك المركزي بإخطار البنوك المعنية بما طرأ على أرصدة حساباتهم لديه بواسطة خدمة البريد.

الفرع الأول: مميزات نظم الدفع التقليدية

يجتمع ممثلو البنوك يوميا على الساعة التاسعة والنصف في غرفة المقاصة لإجراء حصة المقاصة التقليدية، وخلال هذه الحصة يتم القيام بـ:
- عملية تبادل الشيكات بين البنوك.

¹ Societe Algérienne d'Automatisation des Transactions Interbancaires et Monétique.

- عملية التسجيل في البطاقات.
 - عملية الحجز.
 - القيام بعملية ترصيد الحسابات.
 - غير أن أهم ما يميز نظم الدفع التقليدية ما يلي:
 - تعدد إجراءات وحلقات المقاصة.
 - تعدد آجال التحصيل لوسائل الدفع.
 - بطء عمليات التسوية بين البنوك والمؤسسات المالية.
 - إجراءات معقدة.
 - المعالجة المضاعفة (مصلحة المحفظة ثم البنك المركزي).
 - الحاجة إلى عمالة متعددة وكبيرة.
 - ارتفاع التكاليف (الورق، الأرشفة، تكاليف المعالجة، النقل...).
- وهذا حسب ما أوضحه رئيس غرفة المقاصة بالبنك المركزي السيد: "عميري الرزيق".
وحسب الأستاذ خالد بطيب¹، فإن الخاصية الأساسية لتقنية المقاصة اليدوية التقليدية هي: " مفهوم التداول المادي لوسائل الدفع " وهذا ما ينتج عنه " *Poids Sociologique du Papier*"².

الفرع الثاني: ضرورة التحديث

يقصد بعملية التحديث " تبني نظم ووسائل دفع إلكترونية (نقود إلكترونية، بطاقات ذكية، الهاتف الإلكتروني...) "، إلا أن ذلك يتطلب توفير بنية أساسية وبيئة قانونية وتنظيمية واقتصادية ملائمة، وإعداد جيد للكوادر الفنية³.

وعلى غرار الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط-بنك، سعت البنوك التجارية الجزائرية إلى تحقيق أكبر قدر ممكن من العائد، كما تحاول اقتطاع أكبر حصة ممكنة من التعامل في السوق المصرفية، وفي الوقت ذاته فإنها تسعى لتحقيق¹:

¹ Khaled Beltaib, **Directeur Central de méthodes et organisation**, société Tunis de Banque (STB).

² Khaled Beltaib, **Séminaire sur la Télécompensation**, Tunis, Novembre 2001.

³ عباس بلفاطمي، **المنظومات اللازمة لإقامة وسائل الدفع الإلكترونية على مستوى القطاع المصرفي**، ورقة عمل مقدمة ضمن المنتدى الوطني حول المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة - منافسة، مخاطر وتقنيات -، يومي 07/06 جوان، جامعة جيجل 2005، ص. 12-13.

- أكبر قدر ممكن من الدقة التي لا تسمح بوجود أخطاء.
 - السرعة التي تختصر الوقت في أقل درجة ممكنة.
 - الفعالية التي تلبى حاجات ورغبات الزبائن إلى أعلى درجة ممكنة.
- وفي سبيل الوصول إلى ذلك دخل بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط حيز تطبيق نظامي الدفع جديدين، وهما²:
- نظام الجزائر للتسوية الإجمالية للمبالغ الكبيرة والدفع المستعجل (*ARTS - RTGS*).
 - نظام الدفع العام (*SPM*).
- سنة 2006 وقبلهما نظام النقد الآلي، من أجل جعل أنظمة الدفع التقليدية أكثر فعالية. وذلك في انتظار إدخال نظم دفع أخرى جديدة خلال السنوات القادمة لإعادة الاعتبار والثقة في النظام المصرفي الجزائري والبنك محل الدراسة خاصة، وكذلك الارتقاء بخدماته إلى مستوى تطلعات متعامليه وحاجات السوق المصرفية.

المطلب الثاني: نظام الدفع العام *le Système de Paiement de Masse*

في إطار سياسة العصرية التي اتبعتها بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، قام هذا الأخير بتطوير نظامه للمقاصة وذلك بالانتقال من نظام المقاصة التقليدية التي تتم على مستوى غرفة المقاصة المتواجدة ببنك الجزائر إلى مقاصة الكترونية، وذلك بانخراطه فيما يسمى بنظام الجزائر للمقاصة الإلكترونية *le Système Algérien de Télécompensation*.

الفرع الأول: مفهوم نظام الدفع

يقصد بنظام الدفع "مجموعة وسائل وإجراءات بنكية والتي من خلالها يتم تحويل السيولة من بنك لآخر"³. وبعبارة أخرى، هو: "مجموعة أنظمة تحويل الأموال بين البنوك، ويتضمن كذلك تداول الأموال *la Circulation des Capitaux*"⁴.

وذلك من خلال القيام بالوظائف الأساسية التالية¹:

¹ كمال رزيق وعبد الحليم فضيلي، تحديث النظام المصرفي الجزائري، ورقة عمل مقدمة في الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي - الواقع والتحديات -، جامعة الشلف، يومي 14-15 ديسمبر 2004، ص. 373.

² CNEP. NEWS, Revue Trimestrielle de la CNEP-BANQUE, N:°25, Avril 2006, P. 5.

³ Media Bank, les Risques Liés aux Systèmes de Paiement, ANEP Publication, Bank of Algeria, Janvier 2006, P. 10.

⁴ Idem.

- إرسال واستقبال أوامر الدفع.

- تحويل أوامر الدفع.

- المقاصة في حالة الأرصدة الصافية.

- التسوية.

وتعود أهمية نظام الدفع في أداء العمليات الاقتصادية والتجارية والائتمانية بين الأفراد والمؤسسات ومختلف الهيئات الحكومية، وبالتالي فهو ضروري في عمل الاقتصاد الحقيقي وسير السوق المالي، وكذلك في تنفيذ إجراءات السياسة المالية². ويستمد هذا الدور أهميته من قدرة هذا النظام على أداء وظائفه بفعالية، ومن بين الشروط التي يجب أن تستجيب لها أنظمة الدفع ضرورة أن تكون عملية ومتميزة بالبساطة وتلقى القبول لدى العملاء.

الفرع الثاني: نظام المقاصة الإلكترونية

أ- تعريف نظام المقاصة الإلكترونية: قام بنك الجزائر بإنجاز نظام المقاصة الإلكترونية الذي يدعى نظام الجزائر للمقاصة المسافية بين البنوك -أتكي- *Algérie Télécompensation* "ATCI" *Interbancaire*، ويتعلق الأمر بنظام ما بين البنوك للمقاصة الإلكترونية للصكوك والسندات والتحويلات والاقطاعات الأوتوماتيكية والسحب باستعمال البطاقة المصرفية. وأهم ما يميز هذا النظام ما يلي³:

- لا يقبل هذا النظام إلا التحويلات التي تقل قيمتها الاسمية عن 1 مليون دينار جزائري،

كما يجب أن تنفذ أوامر التحويل التي تفوق أو تساوي قيمتها الاسمية هذا المبلغ ضمن

نظام التسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة والدفع المستعجل *ARTIS*.

- يقوم بنك الجزائر بمراقبة نظام *ATCI* وفقا للمادة 56 من الأمر رقم 11-03 المؤرخ في

26 أوت سنة 2003 والمتعلق بالنقد والقرض.

¹ Chekkour Mohamed, **les Systèmes de Paiement**, Synthèse de la Première Partie du Séminaire: Généralités sur les Systèmes de Paiement, Hôtel Elaurassi, 22-08-2003, P. 6.

² Idem, P. 5.

³ المواد: 2، 3، 4، 5 من النظام رقم 06/05 المتعلق بمقاصة الصكوك وأدوات الدفع، ج ر، العدد 26، 2006.

- يفوض بنك الجزائر مهمة تسيير نظام *ATCI* لمركز المقاصة المصرفية *CPI*، هذا الأخير عبارة عن شركة أسهم وفرع تابع لبنك الجزائر تم إنشاؤه في 4 أوت 2004 برأس مال اجتماعي قدره 862.950.000 دج، وبمشاركة 18 بنكا¹.

والهدف من هذا الفرع، كونه يعتبر المتعامل الفني للنظام الجزائري للمقاصة المسبقة وسير عمليات الدفع التي ترسل في هذا النظام.

أما عن الأطراف الفاعلة أو المشاركة في هذا النظام فتتمثل في²:

- بنك الجزائر.

- البنوك التجارية.

- بريد الجزائر.

- الخزينة العمومية.

وفي الأخير، يمكن القول أنه في إطار المقاصة الآلية لوسائل الدفع (الصكوك، سفتجات، سندات لأمر) يتم تقديم هذه الأخيرة في شكل غير مادي *Dématérialisation* هذا من جهة، ومن جهة أخرى يتم تبادل المعطيات إلكترونيا وهو ما يسمى بأتمتة العمليات *Automatisation des Opérations*، وقد تبني البنك هذا النظام الجديد من تحصيل الشيك إعادة الثقة في استعماله وتداوله بين عملائه³.

ب- الحلقة الزمنية للمقاصة الإلكترونية: يتم تقديم الصكوك، السفتجات والسندات لأمر في نظام *ATCI* في شكل غير مادي، ويفترض من المشارك المقدم أن يحوز مسبقا على أدوات الدفع في شكلها الورقي وأنه تحقق من صحتها القانونية⁴.

- مرحلة الإرسال *Aller Compensation*: يقوم البنك (وكالة من وكالات الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط - بنك - مثلا) بإرسال البيانات وصورة أداة الدفع (الشيك مثلا، *Recto Verso*) في شكل ملفات، فيتم نسخ الشيك بواسطة الناسخ عن طريق وحدة الإلتفاف *Poste Capture*.

¹Centre de Pré Compensation Interbancaire (CPI), SPA Filiale de la Banque d'Algérie, **Présentation du Système Algérien de Télé compensation**, 2005. P. 4.

² Banque Algérie, **Comité de Normalisation**, OP.Cit, P. 31.

³ Flash Info, **Bulletin d'Information de la CNEP-BANQUE**, N:°2, Mars 2006.

⁴ المادة 8 من النظام رقم 06/05 المتعلق بمقاصة الصكوك وأدوات الدفع، ج ر، العدد 26، 2006.

ترسل الملفات إلى نظام الموزع الإلكتروني للبنك قبل الساعة 9 صباحا من اليوم J والذي يرسلها بدوره إلى مركز المقاصة المصرفية المسبقة (م م م م) قبل الساعة 11 صباحا. تعالج المعطيات في هذا المركز لمدة ساعتين لترسل هي الأخرى إلى النظام المركزي للبنك المرسل إليه قبل الساعة 13، ثم إلى وحدة *GIP* "Gestion Des Incidents De Paiement" التابعة لوكالة البنك المسحوب عليه، أين يتم استقبال الملفات على الساعة 13:30 من نفس اليوم (J).

- مرحلة الإياب *Retour Compensation*: وإلى غاية الساعة 9 من اليوم الموالي $J+1$ ، تقوم الوكالة بإرسال الرفوض المصرفية (في الاتجاه العكسي لعمليات الإرسال والاستقبال) وفي هذه المرحلة تكون بنفس التوقيت مرحلة الذهاب من اليوم J ، كما يوضحه الشكل رقم (17).

وفي حالة عدم استقبال الرفوض المصرفية تقوم وكالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط- بنك- بتسوية القيمة التي هي موضوع التسليم مباشرة في اليوم $J+3$.
ونشير إلى أن افتتاح دورة المقاصة الإلكترونية يكون في اليوم $J-1$ على الساعة 13:30، وأنه يتم حساب أرصدة المقاصة المتعددة الأطراف من قبل نظام المقاصة الإلكترونية *ATCI* ثم تدفق بغرض تسويتها في نظام *ARTIS*.

ج- الصكوك المعدلة *les Cheques Normalisées*

يمكن تقسيم الشيكات المتعامل بها في نظام *ATCI* إلى ثلاث مستويات¹:

- $M_1 > 50.000$ دج: حيث يتم تبادل معطيات الشيك فقط بين المشاركين في النظام.
 - $50.000 > M_2 > 200.000$ دج: ويتم تبادل صورة الشيك ومعطياته بين المشاركين في النظام فقط.
 - $M_3 > 200.000$: ويتم تبادل صورة الشيك ومعطياته فقط بين المشاركين في النظام.
- ففي إطار المقاصة الإلكترونية، تغيرت شيكات كل المتعاملين في هذا النظام، وأصبح التعامل بالصكوك المعدلة المصدرة من قبل *HOTEL DE MONNAIES*.
هذه الشيكات تحتوي على أرقام تسلسلية وكشوفات التعريف أو ما يعرف ببيانات الهوية البنكية *RIB*، وتتضمن هذه الأخيرة المعلومات الخاصة بالعميل (الاسم، اللقب، العنوان، رقم الحساب المصرفي...)، كما لا يجب أن لا يكتب على الشريط الأبيض المغناطيسي الموجود على الصك أو ما يعرف بشريط *OCRB* "Optical Character Recognition Band".
إن رقم التعريف البنكي مكون من 20 رقم، مقسمة إلى فئات ذات دلالة ومعاني في فئات الأرقام التي يمكن توضيحها من خلال الشكل الموالي.

الشكل رقم (18): بيان التعريف البنكي

شريط *OCRB* على حافة الشيك

011 / 00102 / 141 / 0000700 / 84 /

الفتاح رقم الحساب فئة الحساب رقم الوكالة رقم البنك

Source : Formation des Administrateurs de la Solution de Dématisation, CN(EP-BANQUE, Direction des Instruments de Paiement, 2006.

¹ Banques d'Algérie, Comité de Normalisation, OP.Cit, P. 20.

وللتعرف أكثر على الأرقام الأولى الثلاثة الخاصة بالبنوك والمؤسسات المالية من الجهة اليسرى على حافة الشيك، أنظر الملحق رقم (3).

المطلب الثالث: نظام الجزائر للتسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة والدفع

المستعجل *Algeria Real Time Settlements ARTS*

الفرع الأول: مفهوم نظام *ARTS*

هذا النظام الذي وضعه بنك الجزائر، يعد نظاما للتسوية بين البنوك لأوامر الدفع عن طريق التحويلات المصرفية أو البريدية للمبالغ الكبيرة أو الدفع المستعجل التي يقوم بها المشاركون في هذا النظام.¹ كما تتم عمليات الدفع بين البنوك في نظام *ARTS* على أساس إجمالي (دون الخضوع للمقاصة)، وفي الوقت الحقيقي على حسابات التسوية المفتوحة في هذا النظام لصالح المشاركين.² والمشاركون في هذا النظام هم البنوك والمؤسسات المالية والخزينة العمومية وبنك الجزائر، بالإضافة إلى مركز المقاصة المسبقة المصرفية وغرفة المقاصة.³ كما أن البنية الأساسية لنظام *ARTS* هي ملك لبنك الجزائر حيث يوفر هذا الأخير بصفته متعاملا في هذا النظام الخدمات التالية:⁴

- تبادل أوامر الدفع.
 - تسيير حسابات التسوية.
 - تسيير قائمة الانتظار.
 - تسيير نظام التزويد بالسيولة.
 - تبليغ مختلف المعلومات المتعلقة بالدفع أو اشتغال النظام (تنفيذ الأوامر، بيان حسابات التسوية، تسيير السيولة).
- تجدر الإشارة إلى أنه يتم تقديم هذه الخدمات وفقا وفي حدود التوجيهات الواردة في هذا النظام.

¹ المادة 3 من النظام رقم 04/05 المتضمن نظام التسوية الإجمالية للمبالغ الكبيرة والدفع المستعجل، ج ر، العدد 02، 2006.

² Media Bank, le Système ARTS, ANEP Publication Bimestrielle, Bank of Algeria, N:°81, Janvier 2006, P. 7.

³ Idem.

⁴ المادة 4 من النظام رقم 04/05 المتضمن نظام التسوية الإجمالية للمبالغ الكبيرة والدفع المستعجل، ج ر، العدد 02، 2006.

الفرع الثاني: عمليات ومميزات نظام التسوية الإجمالية الفورية

أما عن العمليات التي تقبل في هذا النظام، فإن نظام *ARTIS* لا يقبل إلا العمليات المصرفية البيئية التالية¹:

- العمليات المصرفية البيئية للحساب الخاص.
- العمليات المصرفية البيئية لحساب الزبائن.
- العمليات على النقد الورقي مع بنك الجزائر.
- عمليات بنك الجزائر المرتبطة بالسياسة النقدية.
- صافي أرصدة نظام مقاصة التسديدات المسمى "نظام التسديدات للجمهور العريض أو التسديدات بالتجزئة".

من بين أهم خصائص هذا النظام ما يلي²:

- يتماشى مع المعايير الدولية فيما يخص التحويلات المالية.
- يقلل من الأخطار وخاصة الأخطار النظامية.
- يزيد من فعالية السياسة المالية.
- يضمن أمان وسرعة المبادلات وفقا للمعايير الدولية.
- يقلل من زمن تسوية أوامر الدفع ما بين البنوك.
- التسيير المركزي للسيولة من طرف المشاركين.

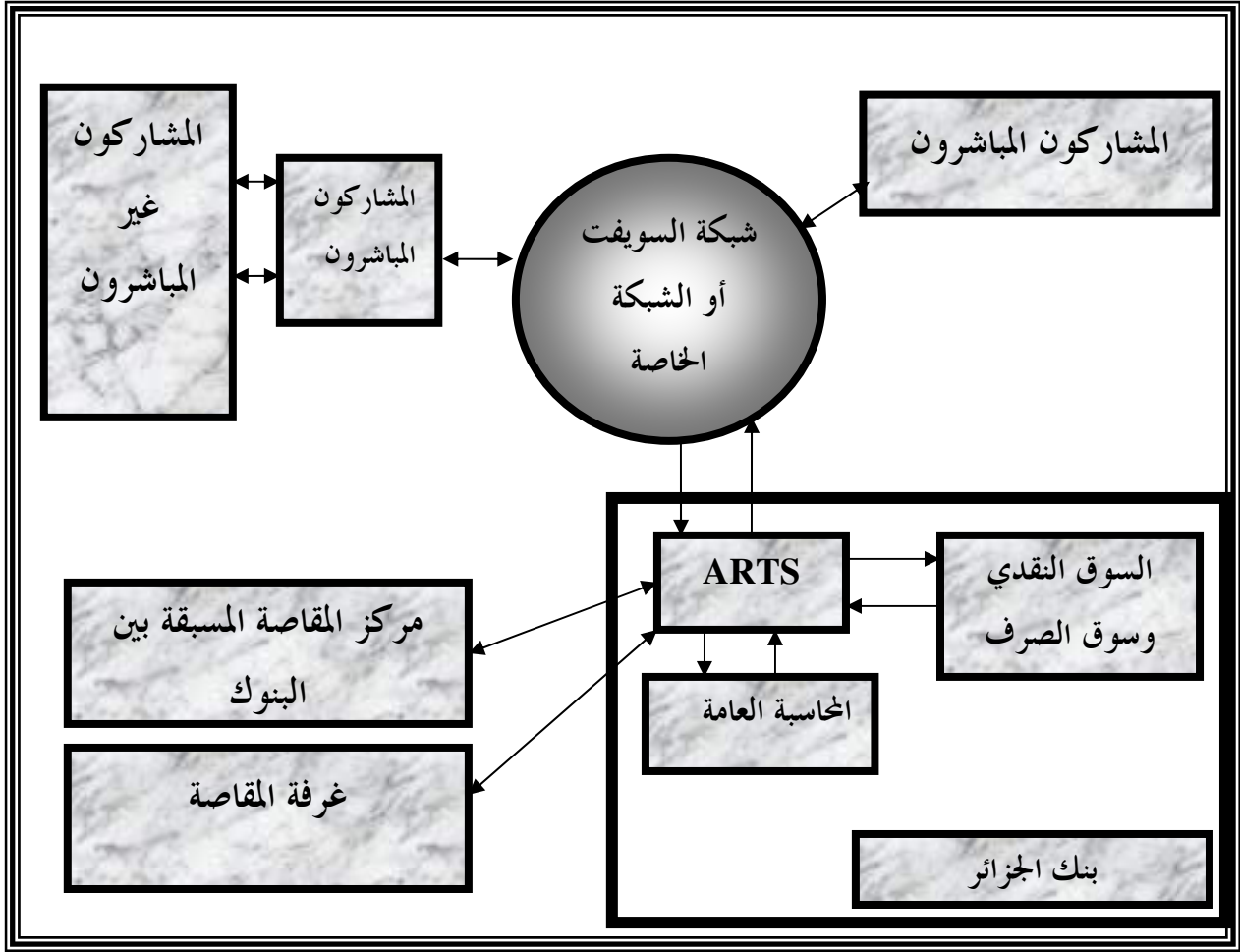
الفرع الثالث: بنية وهندسة نظام التسوية الإجمالية الفورية

يتحصل كل مشارك في نظام *ARTIS* على الرموز السرية التي تمكنه من إجراء عمليات الدفع بعد تقديم طلب الانخراط ومرافقته من طرف بنك الجزائر، ويمكن توضيح بنية وهندسة نظام *ARTIS* من خلال الشكل الموالي:

¹ المادة 22 من النظام رقم 04/05 المتضمن نظام التسوية الإجمالية للمبالغ الكبيرة والدفع المستعجل، ج ر، العدد 02، 2006.

² Document Interne, Journée de Travail sur le Système RTGS, CNEP-BANQUE, 29-01-2006, P. 4.

الشكل رقم (19): بنية وهندسة نظام التسوية الإجمالية الفورية



Source :Document Interne, Journée de Travail sur le Système RTGS, CNEP-BANQUE 29/01/2006, P. 6 .

ففي نظام "ARTIS- RTGS"، يتم إعداد وإرسال أوامر الدفع من قبل المشاركين وفقا لنماذج الرسائل من نوع MT (MT900، MT202، ...)، هذه الأخيرة تركز على شبكة سويفت أو الشبكة الخاصة، كما يصدر النظام وبصفة آلية بيانات الحساب بالنسبة لكل حساب تسوية ويوزعها إلكترونيا على المشاركين المعنيين، وبخصوص معالجة أوامر الدفع في نظام ARTIS المدرجة في قائمة الانتظار، فإنها تعالج حسب التسلسل التاريخي، ووفقا لمبدأ FIFO (الوارد أولا الصادر أولا) في عمليات المحاسبة العامة.

إن إرسال واستقبال أوامر الدفع وتبادل المعلومات بين المشاركين في النظام، تتم في محيط آمن وفق الشروط التي يحددها بنك الجزائر، وإن أوقات فتح وإقفال النظم هي أوقات عمل بنك الجزائر، أي من يوم الأحد إلى يوم الخميس.

المطلب الرابع: نظام النقد الآلي الجزائري *le Système Monétique Algérien*

يعود ظهور مصطلح النقد الآلي *la Monétique* إلى ثورة تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة وذلك في بداية الثمانينيات من القرن الماضي، حيث جمع هذا المصطلح بين مصطلحين نقدي *Monétaire* ومعلوماتي *Informatique*، ليشكل فيما بعد نظاما للدفع الإلكتروني. يتكون هذا النظام من البطاقات الذكية والمغناطيسية، أجهزة *TPE*، *DAB/GAB*، والمؤسسات المالية.

الفرع الأول: شبكة النقد الآلي ما بين البنوك *RESEAU MONETIQUE INTERBANCAIRE*

من أجل تسيير شبكة النقد الآلي ما بين البنوك، أنشأت البنوك (*CPA*، *CNEP*، *BDL*)، من أجل تسيير شبكة النقد الآلي ما بين البنوك، أنشأت البنوك (*BEA*، *BADR*، *ALBARAKA*، *CNMA*، *BNBA*) شركة *SATIM* سنة 1995 برأس مال يقدر بـ: 114.550.0000 دج. وفيما يخص عدد المشاركين في هذه الشركة فيقدر عددهم بـ 15 مشارك (14 بنكا منها 8 بنوك عمومية و 6 بنوك خاصة)، بالإضافة إلى بريد الجزائر¹. تقوم الشركة بتوجيهه بحمل معالجات عمليات النقد الآلي من خلال مختلف الأجهزة التكنولوجية، وتتكون من²:

- الخادم *le Serveur*: شركة *SATIM* يدير الشبكة 24/سا، ويضمن كذلك معالجة العمليات المالية التي تتم على مستوى الأجهزة.
- أجهزة *TPE*، *GAB/DAB*: المتواجدة على مستوى البنوك والمؤسسات المالية وكذلك المحلات التجارية.

وتجدر الإشارة أن شبكات الاتصال التي تربط البنوك أو المؤسسات الأخرى قامت بتنصيبها شركة اتصالات الجزائر، مثل الشبكة العامة الجزائرية لنقل المعطيات *DZPAC*، تعتمد هذه الأخيرة على حزم من نوع *X25*، والتي وضعت سنة 1992، وبعدها وضعت شبكة بديلة أخرى هي *MEGAPAC*³.

¹ Newel ben kritly, **le Système de Paiement par Carte en Algérie**, Rencontre sur la Carte Bancaire au Maghreb, Tunis, Journée du 8 et 9 Février 2007.

² Malek Rania, **la Modernisation du Système de Paiement en Algérie**, Mémoire Préparé pour l'Obtention du Diplôme de Magistère en Science de Gestion, Ecole Supérieure du Commerce, 2003, P. 96.

³ Idem, P. 80.

الفرع الثاني: شبكة الموزعات والشبائيك الآلية للنقود

توجد بالبنك شبكة خاصة بـ *DAB/GAB* على مستوى بعض وكالات البنك، وتم توزيع بطاقة الدفع البنكية على موظفي البنك فقط (أنظر الملحق رقم (4))، تمكنهم من سحب الأموال من الموزعات الآلية للنقود والتصرف فيها أينما كانوا وفي أي وقت من أيام الأسبوع وعلى مدار الساعة، كما تسمح هذه البطاقات بتسديد مشتريات موظفيها لدى التجار المزودين بأجهزة الدفع الإلكتروني بالإضافة إلى مختلف العمليات على أجهزة *GAB* (حاليا هي غير عملية بالبنك)، والمتمثلة في¹:

- الإطلاع على رصيد الحساب المصرفي.
 - نشر كشف العمليات 10 الأخيرة التي أجريت على الحساب المصرفي.
 - طلب دفتر الصكوك.
 - تسديد الفواتير.
 - نشر كشف الهوية المصرفية.
 - تحويل الأموال من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر.
- وفيما يخص الحد الأقصى للسحب المسموح به أسبوعيا، يمكن توضيحه من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم(9): الحد الأقصى للسحب المسموح به أسبوعيا

المبلغ	الدخل الشهري
2000 دج	8000 – 12000 دج
3000 دج	12001 – 20000 دج
4000 دج	20001 – 40000 دج
10000 دج	أكثر من 40000 دج

SOURCE : Manuel de Procédures, Carte de Retrait Interbancaire, DGA de Développement Cellule Monétique, 2007.

نلاحظ من خلال هذا الجدول، أن عملية السحوبات النقدية محددة بمبلغ السحب الأقصى المقرر أسبوعيا، هذه الحدود تختلف وفقا للدخول الشهرية التي يتقاضاها الموظفون كما أن عمليات

¹ Manuel de Procédures, Carte de Retrait Interbancaire, DGA de Développement Cellule Monétique, 2007.

السحب بواسطة بطاقات الدفع البنكية تتم على مستوى الشبايك والموزعات الآلية للنقود التابعة لبريد الجزائر والبنوك والمؤسسات المالية.

المبحث الثالث:

تأثير التكنولوجيا على نشاط البنك

إن ما يحتويه هذا المبحث هو محاولة لقياس أثر التكنولوجيا على فعالية نشاط الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط-بنك، فبالرغم من أننا أشرنا في الجانب النظري من البحث أن الفعالية تشكل نقطة أساسية في البنك، إلا أن الباحثين لازالوا في جدل بشأن تحديد معنى دقيق لها. وكل ما نأكده، أن الفعالية تعني أشياء مختلفة عند الإداريين بالبنك كل ينظر إليها من زاويته الخاصة، وبالتالي فإن أهدافهم تختلف (أهداف قصيرة الأمد، طويلة الأمد، رسمية وغير رسمية...).

ولو أن الدراسات الخاصة بدراسة الفاعلية ازدادت بعد سنة 1970 والتي حددت ما يقارب 30 معيارا لقياس الفاعلية، والملاحظ على هذه المعايير أنها تتراوح بين معايير عامة ومعايير محددة. كذلك بالنسبة للبنك محل الدراسة هناك معايير عامة جدا كما هو الحال بالنسبة للربحية، جودة الخدمة، الأمان، التوجه بالزبون، رضا الزبون، وفاء الزبون، النمو... ومعايير محددة حدها الباحث بغية قياسها بناء على أهداف محددة (درجة اقتراب البنك من أهدافه) من خلال مدخل تحقيق الهدف، والتي لها علاقة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة المتبناة، كما هو الحال بالنسبة للإنتاجية، قيود المكانية، القيود الزمانية، العمولات، معدل استبدال الصكوك المعدلة، تطور عمليات: السحب النقدي من الموزعات الآلية، التحويلات المالية للمبالغ الكبيرة ...

بمعنى مدى فعالية أنظمة الدفع الجديدة مقارنة بنظم الدفع التقليدية وما هي العوائق والمخاطر التي يمكن أن تقف كحاجز في وجه هذه الأنظمة.

المطلب الأول: الوضعية التكنولوجية بالبنك

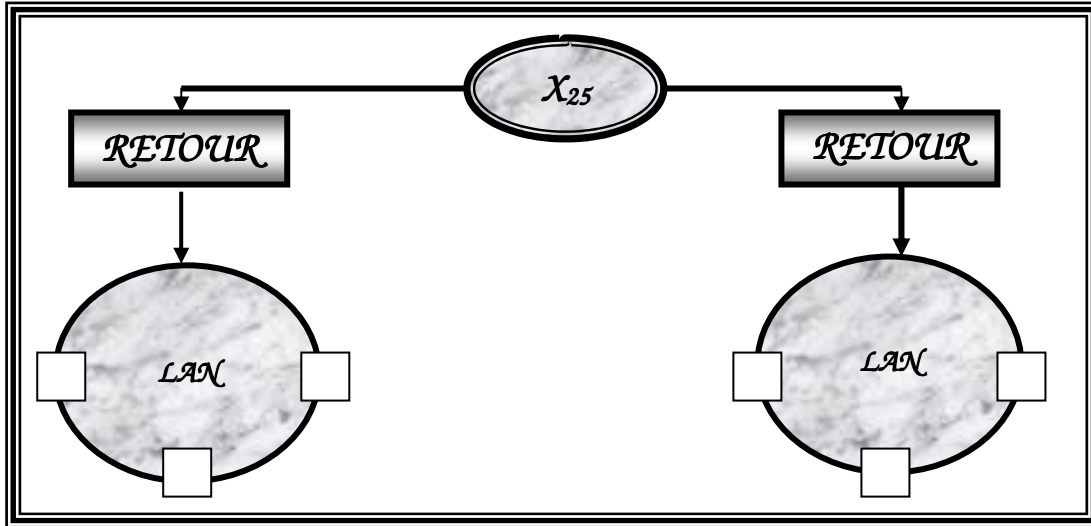
من خلال الزيارة الميدانية لبعض وكالات الشبكة والمقابلة الشخصية لمهندسي دائرة الإعلام الآلي، فإنه قد تم الإطلاع ومعرفة مختلف أنواع التكنولوجيا المستخدمة في البنك محل الدراسة، والتي نوردتها فيما يلي:

الفرع الأول: الأجهزة التكنولوجية

أ- شبكة الحاسبات الآلية: مختلف وكالات البنك مزودة بأجهزة الكمبيوتر والأجهزة المحيطة *Périphérique*، وهي كل الأجهزة الإضافية والمساعدة للحاسب في إدخال المعلومات مثل (الطابعات، وحدات التخزين، المساحات،...) إضافة إلى معدات تكنولوجية أخرى تستعمل في عملية الاتصال مثل الهاتف والفاكس.

تشكل أجهزة الكمبيوتر في الوكالات أو مديرية الشبكة شبكة محلية *LAN* من خلالها يتم إرسال واستقبال الرسائل الصادرة من مختلف الحسابات وذلك عبر كوابل ووفقا لبروتوكولات الاتصال¹، وتسمى الشبكة التي تربط وكالات البنك ب *Réseau X25*. والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (20): شبكة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط - بنك



المصدر: من اعداد الباحث.

إن مصالح البنك متصلة بالخادم الرئيسي، هذا الأخير يمكن استخدامه لعمل الآتي²:

¹ أجهزة التوجيه (*Retours, Switch*)، تقوم بتوجيه المعطيات نحو الحاسبات الشخصية فيما يريح الشبكة وقتا كبيرا، عكس ما هو عليه بالنسبة للمجمعات *Hub*.

² دائرة الإعلام الآلي للمديرية الجهوية.

- تخزين واسترجاع الملفات.
- إدارة الشبكة.
- إدارة المستخدمين.
- تحقيق الأمن.

وكل حاسب شخصي على الشبكة له القدرة على الدخول على الخادم للحصول على برنامج أو بيانات معينة وفق نظام العميل الخادم. أما عن البرنامج الرئيسي الآلي الخاص بتسيير العمليات البنكية فيعرف باسم *DANSYS*¹.

ب- تكنولوجيا الصراف *le Conteur De Billets*: تقوم هذه الأجهزة بعد الأموال ومعالجتها وكشف الأوراق النقدية المزورة بهدف مواجهة الغش والتحايل، إذ تتوقف هذه الآلة بمجرد مرور ورقة نقدية مزورة، فضلا عن تجهيزها بأشعة فوق البنفسجية التي تكشف الصكوك المزورة من خلال قطعة زجاجية صغيرة في شكل زجاجة المجهر تأتي على وجه الآلة وتظهر فرقا بين الصك المزور والصك السليم من خلال خطوط رقيقة تظهر على الصك غير المزور.

ج- دفتر التوفير ذو الشريحة أو المسار المغناطيسي *Livret à Piste Magnétique*: فمن خلال هذا الدفتر أصبحت عمليات السحب والإيداع تتم بآلية إلكترونية، حيث يوضع الدفتر في طابعة خاصة بدفتر التوفير *Imprimante livret* والموصولة بجهاز الكمبيوتر، وبعد التأكد من الرصيد ومطابقة المبلغ في الوثيقة المملوءة من طرف العميل، يتم إرسال نسخة طبق الأصل من الصفحة الأولى والأخيرة لهذا الدفتر عبر الفاكس للجهة المعنية.

الفرع الثاني: شبكات بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط

أ- شبكة الإنترنت: إن وكالات البنك غير مزودة بشبكة الإنترنت بالرغم من أن للبنك موقع على شبكة الإنترنت، نابع من طبيعة نشاطه في قطاع الخدمات المالية ومن متطلبات المنتج الاتصالي. يستخدم البنك شبكة الإنترنت استخداما تسويقيا من خلال موقعه الإلكتروني والذي يلعب دورا ترويجيا مهما لخدماته المصرفية وثقافته وتاريخه.

¹ حسب ما أدلى به مهندسو دائرة الإعلام الآلي فإن هذا البرنامج له قرابة 10 سنوات منذ تبنيه (سنة 1997)، وهي السنة التي تم فيها إدخال المعلوماتية لكل وكالات البنك من أجل زيادة إنتاجية مصالح الوكالات.

² تم التعامل بدفتر التوفير المغناطيسي *LPM* في شهر أوت من سنة 2004.

ب- شبكة العمليات المصرفية المترلية : هذه التجربة الجديدة (التقنية) بإمكان البنك الاعتماد عليها مستقبلا فصد إعطاء النوعية والأداء العالي في القيام بالعمليات المصرفية، فهي تمثل رمزا للتحديث ووسيلة الاتصال قوية مع الزبائن.

وللتذكير، فإن مشروع إقامة خدمة البنك المترلي ما تزال في طور الإنجاز وهو بصدد دراسة فنية من قبل كوادر البنك، إلا أن التعريف بهذه الخدمة وتقنياتها موضحة بموقع البنك الإلكتروني وكما هو موضح بالملحق رقم (5).

ج- شبكة المقاصة الإلكترونية: في إطار سياسة العصرية التي اتبعتها البنك واعتماده لآلية المقاصة، قام بالانخراط فيما يسمى بنظام الجزائر للمقاصة الإلكترونية، وأنشئ على مستوى وكالاته مصلحة للمقاصة الإلكترونية، والملحق رقم (6) يوضح أهم التكنولوجيات المستخدمة في هذا النظام، وكذلك نظام ARTIS ونظام أتممة (لا مادية) وسائل الدفع.

المطلب الثاني: تأثير المعلوماتية على إنتاجية مصالح البنك

لقد أصبحت المعلوماتية اليوم جزءا لا يتجزأ من نشاط البنك ولا يمكن الاستغناء عنها، فلا تكاد تجد قسم أو مصلحة إلا وتحتوي على جهاز كمبيوتر بمختلف أجهزته المحيطة...، وسيتم تسليط الضوء على دورها الفعال من خلال الفرعين الآتيين.

الفرع الأول: تأثير المعلوماتية على وظيفة الإنتاج

إن المعلوماتية على مستوى وكالات البنك¹ تستعمل لتخزين كميات هامة من المعلومات حول الزبائن، حيث أنه كلما كثرت الوثائق المحررة وجب تدخل الكمبيوتر ليقوم بتسجيل التسجيلات الخاصة وتخزينها، ثم إيجاد المعلومات الصحيحة التي تحتاجها مصالح البنك وقت الحاجة، وبالتالي يمكن القول أن الكمبيوتر ووسائله البرمجية حقق العديد من المزايا أثرت على نشاط البنك وتمثلت في:

- السرعة والنجاعة في معالجة العمليات.
- التحسن في إنتاجية المصالح.
- التحسين في أداء العمليات البنكية.

¹ الأرقام الخاصة بالوكالات التابعة لمديرية الشبكة بسطيف واردة بالملحق رقم (7).

- التقليل من الأخطاء.

- التقليل من الجهود البدنية (التنقل بين مصالح البنك)، نتيجة للمزايا التي يتيحها نظام

العميل/ خادِم.

ولهذا الغرض، ما فتئ موظفو البنك والمستخدمون لأجهزة الكمبيوتر يتساءلون عن كيفية استغلالها بشكل فعال، والحقيقة أن الأمر يعود قبل كل شيء إلى مردودية المستعمل في حد ذاته، وتتعلم هذه المردودية بثلاثة عوامل هي¹:

- مراعاة المدة اللازمة للتحكم في الكمبيوتر كآلة: يجب مراعاة الوقت اللازم لمعرفة استعمال الحاسوب و محتوى التعليمات المرافقة له.

- المدة اللازمة لإتقان البرامج التطبيقية: يجب الاستعمال الحسن للبرامج التطبيقية الخاصة بتطبيق الأعمال المطلوبة.

- حجم الأعمال وتعقيدها: يجب على موظفي البنك أن يسجلوا المعلومات في أول مرة يتعين عليه أن يدخلها بواسطة لوحة المفاتيح، وأن يتأكد من إدخالها بشكل صحيح، وتتعلم المدة المستغرقة لتحقيق هذا الغرض بحجم الأعمال المنفذة، لتسهل بعدها معالجة المعلومات المخزنة.

بعد مرحلة استيعاب الموظف لبرنامج (SIMAO، DAN(SYS مثلاً)، يمكنه أن يترك للكمبيوتر حرية تنفيذ العمليات كالمحاسبة، إدارة المخزونات، دراسة التحليل العلمية والتقنية والعمليات التي تتم على مستوى شبائيك الوكالة كالسحب، التحويل والإيداع، إضافة إلى العمليات المتعلقة بالجانب الإداري (تحرير نصوص، جداول، أشكال، طلبيات...)، باستخدام برامج بسيطة كبرامج Microsoft Office مثل برنامج ACCESS، WORD، EXCEL...

الفرع الثاني: قياس إنتاجية مصالح البنك

إن من مزايا تكنولوجيا الحديثة هو تحسينها لإنتاجية مختلف مصالح الوكالات، أما عن المعايير المستخدمة لقياسها فهي غير معروفة لدى البنك محل الدراسة.

¹ عبد الحق ط، مرجع سابق، ص. 11.

وبغية التأكد من أن المعلوماتية في البنك تحسن من الإنتاجية، استخدمنا المعيارين الرئيسيين لإنتاجية الشبكة في مصلحة التوفير في الوكالة رقم 356، كما تم توضيحه في القسم النظري من البحث، وهما:

- متوسط عدد العمليات المنجزة في اليوم.

- متوسط زمن القيام بكل عملية.

وذلك باستخدام ودون استخدام الكمبيوتر من قبل الموظفين الذين شهدوا مرحلة إدخال المعلوماتية إلى الوكالة سنة 1998، والنتائج المحصل عليها موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (10): إنتاجية شبكة التوفير للوكالة رقم 356

دون استعمال المعلوماتية (يدويا)	باستعمال المعلوماتية (آليا)	
3 ← 5 دقائق	1 ← 1.5 دقائق	متوسط زمن القيام بكل عملية*
30 ← 150 دقيقة	31 ← 225 دقيقة	
150 ← 240 دقيقة	150 ← 360 دقيقة	
متوسط عدد العمليات المنجزة في اليوم	عملية واحدة	عملية واحدة
10 ← 50 عملية	30 ← 150 عملية	
50 ← 80 عملية	150 ← 240 عملية	

*عملية سحب، إيداع وتحويل.

المصدر: من إعداد الباحث.

من خلال نتائج الجدول، يتضح أن إنتاجية شبكات مصلحة التوفير بالوكالة تحسنت باستعمال الكمبيوتر، لتصبح ثلاث أضعاف دون استعمال جهاز الكمبيوتر سابقا (معالجة يدوية)، وبالتالي فإن أثر أتمتة العمليات (سحب، إيداع، تحويل) والمعالجة من طرف الشبكة إيجابي، كون أن الزمن المستغرق للقيام بالعملية الواحدة انخفض بكثير (ربح في الوقت *Temps Gagné*)، وأصبح الموظف بإمكانه القيام بـ 240 عملية خلال 6 ساعات من العمل بعدما كان يقوم بها خلال مدة 12 ساعة.

كما أنه بالإمكان تحسين الإنتاجية أكثر فأكثر إذا تم التقليل من الأعطال التي تصيب الشبكة. ومن الأمثلة التي تعيق أو تقلل من إنتاجية مصالح الوكالة عامة أو شبك مصلحة التوفير خاصة، ما يلي¹:

- الأعطال التي تصيب الخادم الرئيسي.
 - إنقطاعات التيار الكهربائي.
 - الأخطاء التقنية التي يسببها البرنامج الآلي للعمليات البنكية *DANSYS*.
 - أجهزة الكمبيوتر القديمة.
 - عدم التحكم الجيد في المعلوماتية من قبل الموظفين.
- وللعلم، فإن بقية مصالح الوكالة (القروض والمحاسبة) من الصعب قياس إنتاجيتها، نظرا لتعدد العمليات المدرجة أو المنجزة ضمنها.

المطلب الثالث: تأثير أنظمة الدفع الجديدة على فعالية نشاط التوزيع

نحاول في هذا المطلب إبراز الأثر الذي أحدثته تكنولوجيات نظم الدفع الجديدة على نشاط توزيع خدمات الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط-بنك.

الفرع الأول: التخفيف من القيود المكانية

1. عمليات السحب من الموزعات الآلة للنقود: لقد أصبح بفضل نظام النقد الآلي قيام موظفي البنك بعملية السحب من الموزعات الآلية للنقود، والمتواجدة في أماكن مختلفة (بنوك ومؤسسات مالية أخرى، بريد الجزائر...) دون الحاجة للتنقل إلى وكالته، موفرا بذلك الوقت وضامنا الحصول على هذه الخدمة في المكان الذي هو فيه وبالسرعة الممكنة (العملية لا تتجاوز 1 دقيقة)، مستخدما في ذلك الموظف بطاقته للسحب والدفع ما بين البنوك.

2. التغير الحادث في عمليات السحب: يمكن توضيح الفرق بين عمليات السحب التي يقوم

بها العميل خارج وكالته قبل وبعد نظام الدفع الجديد من خلال الجدول الموالي:

¹حسب ما أوضحه السيد " نيبيل ديك" (مهندس بدائرة الإعلام الآلي) وموظفي الوكالة.

الجدول رقم (11): عملية السحب قبل وبعد نظام الدفع الجديد

بعد نظام الدفع الجديد	قبل نظام الدفع الجديد
- عملية السحب للمبالغ المالية خارج الوكالة تتم بسقف غير محدد.	- الحد الأقصى للمبلغ في عملية السحب الواحدة يوميا يقدر بـ 20000 دج.

المصدر: من إعداد الباحث.

يمكن القول أنه من خلال نظام الدفع الجديد، أصبح للعميل حرية كبيرة في عمليات السحب وبسقف غير محدد، وهذا إذا أراد العميل سحب أمواله المودعة من الوكالات التابعة للبنك غير وكالته الأصلية (البعد المكاني).

الفرع الثاني: التخفيف من القيود الزمانية

1. معالجة الشيكات والسحب بالبطاقة البنكية: من بين أهداف البنك نتيجة اعتماده نظم الدفع الآلية، هو تقليص آجال تسديد أوامر الدفع، ويقصد بآجال التسديد "عدد أيام العمل التي تكون بين يوم تقديم القيمة للمقاصة وتاريخ التسوية، يتم تحديد هذا العدد حسب نوع القيم التي تقدم في النظام"، أما تاريخ التقديم فهو: "التاريخ 'J'، يوم تقديم القيمة في نظام ATCI، ARTIS أو SM قصد معالجتها ففي حالة ما إذا كان 'N' هو أجل التسوية فإن 'N+J' هو تاريخ التسوية"، هذا الأخير هو تاريخ إرسال أرصدة المقاصة في نظام التسوية الإجمالية للمبالغ الكبيرة والدفع المستعجل¹.

ولأجل إبراز أثر تكنولوجيا أنظمة الدفع في التخفيف من القيود السابقة بخصوص آجال تسديد القيم، قمنا بإعداد الجدول التالي:

¹ المادة 31 من النظام رقم 06/05 المتعلق بمقاصة الصكوك وأدوات الدفع، ج ر، العدد 26، 2006.

الجدول رقم (12): فعالية آجال تسديد الشبكات والبطاقات البنكية وكيفية معالجتها

آجال التسديد بعد نظام الدفع الجديد	آجال التسديد قبل نظام الدفع الجديد	أوامر الدفع
<ul style="list-style-type: none"> - في اللحظة (النسخ Scanner) - في اللحظة (النسخ Scanner) - لا تتعدى 72 ساعة، بواسطة نظام ATCI - لا تتعدى 72 ساعة، بواسطة نظام ATCI - في اليوم الذي يتم فيه السحب، بواسطة نظام ATCI 	<ul style="list-style-type: none"> - في اللحظة - في اليوم، بواسطة الفاكس - 20 يوم، عن طريق البريد - 4/3 أيام، عن طريق البريد - 4/3 أشهر كي يخصم المبلغ من الحساب 	<ul style="list-style-type: none"> • الشيكات - شيكات عملاء <i>Domiciliés</i> - شيكات عملاء <i>Non Domiciliés</i> - شيكات البنوك خارج مجال المقاصة <i>Hors Place.</i> - شيكات البنوك ضمن مجال المقاصة <i>de la Place</i> • البطاقة البنكية • الأوراق التجارية

المصدر: من إعداد الباحث.

من خلال تكنولوجيا أنظمة الدفع الالكترونية (*BARBEROUSSE, HANNIBAL*) تقلصت آجال تسديد الشيكات التي يود عملاء البنك تحصيلها إلى غاية ثلاثة أيام بعدما كانت عشرين يوما أو أكثر، وهذا ما سيزيد من الثقة في التعامل بها مستقبلا. أما بالنسبة لبطاقات السحب فقد تم تقليص مدة الخصم من الحساب من ثلاثة أشهر إلى يوم واحد، بعدما تم إدخال معالجة عملية السحب من الموزعات في نظام المقاصة الإلكترونية.

2. معالجة التحويلات المالية: تستخدم التحويلات المالية في بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط عند¹:

- الدفع والتعويض من الخدمات.
- تسوية الفواتير ما بين المؤسسات.
- تحويلات مالية ما بين البنوك.
- دفع أجور عمال بعض المؤسسات.

¹ Note de Procédures, **Système de Paiement de Masse**, CNEP-BANQUE, DGA/SI, Janvier 2006, P. 2.

وتعالج التحويلات المالية بآليتين هما:

- الآلية القديمة: حيث تعالج بواسطة برنامج *DANSYS*.

- الآلية الجديدة: حيث تعالج التحويلات آليا *Traitement Automatique des Virements*

بواسطة وحدة الإلتقاف "*Poste Capture*" تحت اسم "*GES-SPM*".

كما تنقسم التحويلات المالية إلى¹:

• التحويلات المالية العادية *Ordinaires*:

- تحويلات مالية ما بين وكلاء البنك *Intra Bancaire* بسقف غير محدد.

- تحويلات مالية ما بين البنوك *Inter Bancaire* بسقف لا يتجاوز 1 مليون دج.

• التحويلات المالية للمبالغ الكبيرة *Gros Montants*: تتمثل في جميع التحويلات المالية ما

بين البنوك، والتي يتعدى حجمها 1 مليون دج.

وفيما يخص فعالية آجال التسديد بالنسبة للتحويلات المالية وكيفية معالجتها وفق أنظمة الدفع،

يمكن توضيحها من خلال الجدول الآتي:

الجدول رقم (13): فعالية آجال التسديد التحويلات المالية وكيفية معالجتها

نوع التحويلات	قبل نظام الدفع الجديد	بعد نظام الدفع الجديد
<ul style="list-style-type: none"> عادية - ما بين وكالات البنك - ما بين وكالات البنوك 	<ul style="list-style-type: none"> - في نفس اليوم، وبواسطة الفاكس - 20 يوم بواسطة البريد 	<ul style="list-style-type: none"> - في نفس اللحظة بواسطة <i>Site Central</i> - لا تتعدى 72 سا من خلال م م م م م، وفق نظام <i>ATICI</i>
<ul style="list-style-type: none"> تحويلات مالية للمبالغ الكبيرة ما بين البنوك 	<ul style="list-style-type: none"> - 20 يوم بواسطة البريد 	<ul style="list-style-type: none"> - في الوقت الحقيقي <i>En Temps Réel</i>، بواسطة شبكة سويفت.

المصدر: من إعداد الباحث.

من خلال الجدول، يتبين لنا أنه بفضل تكنولوجيات الإعلام والاتصال الموضحة في الملحق رقم

(6)، استطاع البنك أن يحقق هدفه والمتمثل في التخفيض وبشكل كبير في آجال تسديد

¹ Note de Procédures, *Système de Paiement de Masse*, OP.Cit, P. 2

التحويلات المالية لمختلف فئات عملاءه، على عكس التحويلات المالية في نظام الدفع التقليدي التي تستدعي اللجوء على غرفة المقاصة بالبنك المركزي، وما تستغرقه خدمة البريد *la Messagerie* من زمن طويل في إتمام العمليات وتسديد المبالغ المتعلقة بالتحويلات المالية، هذه الأخيرة تتطلب السرعة القصوى وخاصة في المعاملات التجارية والائتمانية.

المطلب الرابع: مدى فعالية أنظمة الدفع الجديدة

نحاول في هذا المطلب الرابع والأخير الوقوف عند أداء أنظمة الدفع الالكترونية خلال فترة زمنية محددة، وذلك حسب ما هو متوفر من معطيات في قاعدة بيانات عمليات البنك، وما إذا كانت هذه الأنظمة قد حققت قيمة مضافة للعميل وللبنك على حد سواء من جانب العمولات هذا من جهة، ومن جهة أخرى نقف على العوائق والمخاطر التي تعرقل أداء هذه الأنظمة.

الفرع الأول: القيمة المضافة بالنسبة للعميل والبنك

إن كذلك من أهداف البنك بتبنيه نظم الدفع الآلية وجوب تعزيز التوجه بالعميل ووضع قاعدة لبناء نظام متكامل لإدارة العلاقة معه، ومن ثم خلق قيمة مضافة بالنسبة له، من أجل كسب رضاه ووفائه.

وبناء على ما سبق، أرادنا معرفة ما إذا كان هناك تغير في العملات *Commissions* التي يدفعها العميل أثناء قيامه بعدة عمليات قبل وبعد أنظمة الدفع الالكترونية الجديدة، وكما أن هذه العملات تعتبر بمثابة إيرادات بالنسبة للبنك.

الجدول رقم (14): عمولات بعض العمليات قبل وبعد نظام الدفع الجديد

العمولة بعد نظام الدفع الجديد متضمنة الرسم	العمولة قبل نظام الدفع الجديد خارج الرسم	العملية
$234 = (0.17 \times 200) + 200$ دج	200 دج	<ul style="list-style-type: none"> • تحصيل الشيكات وعدم تحصيل الشيكات - شيكات بنوك أخرى - شيكات البنك خارج مجال المقاصة - شيكات البنك ضمن مجال المقاصة
$175.5 = (0.17 \times 150) + 150$ دج	150 دج	
$117 = (0.17 \times 100) + 100$ دج	100 دج	
	عمولة ثابتة	<ul style="list-style-type: none"> • التحويلات المالية - التحويلات المالية أقل من 1 مليون دج (SPM) - التحويلات المالية أكبر من 1 مليون دج (ARTS)
$35.1 = (0.17 \times 30) + 30$ دج	تقريباً 200 دج للتحويل الواحد	
	//	<ul style="list-style-type: none"> 1000.000 1000.001 5000.000 5000.001 10.000.000 10.000.001 أكثر من 10.000.000 دج
$1170 = (0.17 \times 1000) + 1000$ دج	//	
$2340 = (0.17 \times 2000) + 2000$ دج	//	
$3550 = (0.17 \times 3000) + 3000$ دج	//	
$11700 = (0.17 \times 10000) + 10000$ دج	//	
		<ul style="list-style-type: none"> • استعمال عميل البنك لبطاقات السحب البنكية - عملية سحب على مستوى DAB تابع للبنك - عملية سحب على مستوى DAB تابع لبريد الجزائر أو لبنوك ومؤسسات مالية أخرى
$35.1 = (0.17 \times 30) + 30$ دج	30 دج	<ul style="list-style-type: none"> • تحصيل الأوراق التجارية • الاقتطاع آلي
$46.8 = (0.17 \times 40) + 40$ دج	40 دج	
/	/	
مجاني	مجاني	

المصدر: من إعداد الباحث، بالاعتماد على:

-Manuel de Procédures, Carte de Retrait Inter Bancaire, DGA de Développement, Cellule Monétique, 2007

-Manuel de Procédures, Virements RTGS, DGA Développement, 2007

-Manuel de Procédures, Système de Télé Compensation, DGA des Systèmes d'Information, 2007

من خلال الجدول، يتبين لنا أن العمولات التي يدفعها العميل للبنك جراء قيامه بالعمليات الموضحة أعلاه لم تتغير بعد تبني البنك أنظمة الدفع الجديدة (*SM, ATCI, ARTS*) إلا تحويلاته المالية التي أصبحت تخضع لجدول شرائحي متعلق بالمبالغ المالية المحولة، بعدما كان يدفع عمولة ثابتة تقدر بـ 200 دج (خارج الرسم) للتحويل المالي الواحد.

القيمة المضافة بالنسبة للعميل تكمن في التحويلات المالية الأقل من 1 مليون دج فقد أصبح يدفع 35.1 دج بعدما كان يدفع 200 دج على كل تحويل مالي يقوم به، ناهيك عن السرعة في إنجاز العملية، أما البنك فسيحقق إيرادات إضافية فيما يخص التحويلات المالية الأكبر من 1 مليون دج بتبنيه نظام *ARTS*، بعدما كان يحصل على إيراد ثابت يقدر بـ 200 دج للتحويل الواحد.

ويرجع السيد "زنداوي عز الدين"¹ عدم الانخفاض في العمولات إلى ارتفاع تكاليف خدمات شركة اتصالات الجزائر.

الفرع الثاني: أداء نظام النقد الآلي في البنك

إن الانطلاقة الفعلية لهذا النظام كانت سنة 2003، أين صاحبت هذه الانطلاقة مشاكل تقنية كبيرة وعديدة، حالت دون الاستخدام الأمثل للموزعات الآلية للنقود من قبل العملاء (موظفي البنك وعملاء البنوك، المؤسسات المالية الأخرى والبريد)، وكذلك التجربة الجديدة بالنسبة لبطاقات السحب المغناطيسية، فهي تكنولوجيا غريبة عن العملاء، والهدف منها التقليل من عمليات السحب قدر الإمكان من شبائيك وكالات البنك.

اخترنا الفترة من ماي 2006 إلى أوت 2007، وتتبعنا تطور عمليات السحب وحجم المبالغ المسحوبة شهريا من الموزعات الآلية لوكالات البنك التالية: وكالة رقم 351، 352، 354، 355، 369، 370 و372، والجدول الموالي يوضح ذلك :

¹ نائب مدير جهوي، وعضو في خلية المتابعة لنظام المقاصة الالكترونية.

الجدول رقم (15) : عدد العمليات وحجم المبالغ المسحوبة شهريا

الشهر	عدد العمليات	حجم المبالغ
ماي 2006	26	51400 دج
جوان 2006	2	3200 دج
جويلية 2006	19	63000 دج
أوت 2006	8	29500 دج
سبتمبر 2006	11	31000 دج
أكتوبر 2006	15	63500 دج
نوفمبر 2006	1	1000 دج
ديسمبر 2006	22	157000 دج
جانفي 2007	28	68700 دج
فيفري 2007	31	108100 دج
مارس 2007	72	259600 دج
أفريل 2007	93	271700 دج
ماي 2007	52	138300 دج
جوان 2007	28	142400 دج
جويلية 2007	29	98600 دج
أوت 2007	122	399800 دج

المصدر: من إعداد الباحث، بالاعتماد على قاعدة بيانات العمليات البنكية، دائرة الإعلام الآلي، أوت 2007.

يتضح من الجدول أن سلوك السحب بالنسبة للعملاء متذبذب، فنجد عمليات سحب في أشهر مرتفعة (أوت وأفريل 2007) وفي أشهر تكاد تنعدم (جوان ونوفمبر 2006)، وأن ارتفاع وانخفاض عمليات السحب من شهر لآخر، لا يعني بالضرورة ارتفاع أو انخفاض حجم المبالغ المسحوبة، فعلى سبيل المثال:

- ارتفاع عدد العمليات من شهر ديسمبر 2006 إلى شهر جانفي 2007، صاحبه انخفاض في حجم المبالغ المسحوبة أي من 157000 دج إلى 68700 دج .

- انخفاض عدد العمليات من شهر ماي إلى شهر جوان 2007، صاحبه ارتفاع في عدد المبالغ المسحوبة أي من 138000 دج إلى 142400 دج .
- وعلى العموم، إذا أجرينا مقارنة لعدد عمليات السحب وحجم المبالغ المسحوبة بين سنتين 2006 و2007، نجد أن هناك تحسن كبير في أداء نظام النقد الآلي، كما يوضحه الجدول الموالي:
- الجدول رقم (16): مقارنة لعدد عمليات السحب وحجم المبالغ المسحوبة بين سنتين 2006 و2007**

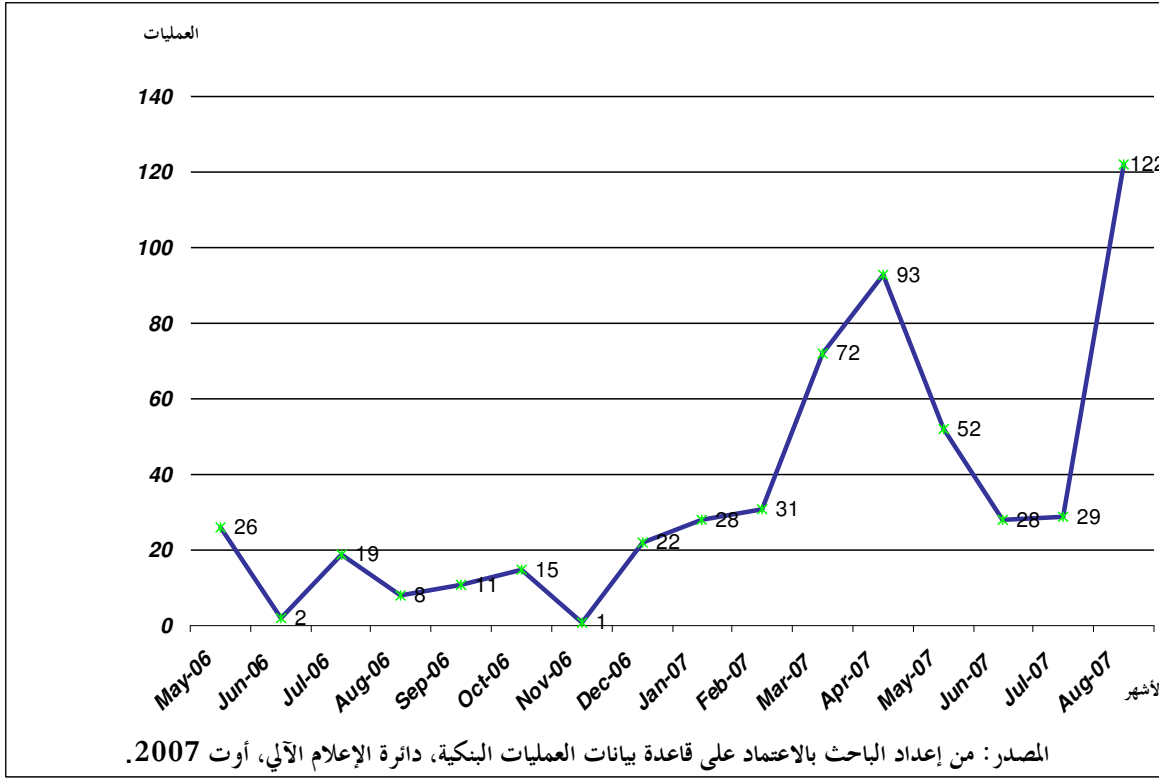
سنة 2007	سنة 2006	
455 عملية	104 عملية	- عدد العمليات السحب
1487200 دج	399600 دج	- حجم المبالغ المسحوبة

المصدر: من إعداد الباحث.

وبخصوص قلة عدد العمليات السحب في شهري جوان ونوفمبر 2006، فإن سببها يعود إلى الانقطاعات والأعطال على مستوى شبكة شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية ما بين البنوك. هذا الخلل خارج عن نطاق البنك حسب ما أفاد به مهندسو دائرة الإعلام الآلي، وأن هذه الأعطال تجعل النظام لا يعمل بصورة صحيحة، كما توجد عدة تقنيات في التعامل مع الأعطال في الأجهزة والشبكات مثل: التنبؤ بالخطأ، تسجيل الخطأ، معدل الفشل، هذه الأخيرة غير موجودة بالبنك محل الدراسة، وإن كان أن مهندسي دائرة الإعلام الآلي يعترفون أن جملة من الأخطاء يتسبب فيها العملاء أنفسهم.

توضيح أكثر لتطور عمليات السحب شهريا يكون من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم (21): تطور عدد عمليات السحب من شهر ماي 2006 إلى غاية أوت 2007



الفرع الثالث: أداء نظام المقاصة الالكترونية

1. معدل تطور الصكوك الجديدة les Nouveaux Chèques

يتبنى البنك لنظام المقاصة الالكترونية فإنه سعى جاهدا إلى استبدال الصكوك القديمة دون كشف التعريف البنكي Ancien Chèque sans RIB بصكوك جديدة ذات رقم تسلسل وكشف تعريف بنكي ابتداء من مارس 2006، ولأجل ذلك قام البنك بما يلي:

- استدعاء العملاء من أجل التقرب من وكالاتهم لإعلامهم بفحوى الصك الجديد، ويضع في متناولهم دفترا جديدا لصكوك الدفع ما بين البنوك، مع استرجاع الصكوك التقليدية.
- إعلام الزبائن بأخذ الاحتياطات اللازمة بخصوص استعمال الصك الجديد (طريقة الكتابة، سرية كشف التعريف البنكي، سلامة الشيك،...)، وهذا من أجل تحرير الصكوك بكل عناية ووضوح.

بعد شهر من العملية كانت نسبة (معدل) استبدال الشيكات لجميع عملاء وكالات البنك حسب فئات حسابات الزبائن *les Catégories des Comptes* كالآتي:

الجدول رقم (17): نسبة الصكوك المستبدلة في شهر أبريل 2006

النسبة	فئة الحساب
% 54.77	220100 -
% 46.14	220140 -
% 85.59	220141 -

Source : Document Interne, Rapport sur : Télé Compensation, Remplacement Chèques, Virements RIGS, CNEP-BANQUE, Département Epargné, Avril 2006.

من خلال الجدول، نلاحظ أنه بعد شهر من بدأ التنفيذ في استبدال الصكوك التقليدية، كان هناك تجاوز واضح من قبل العملاء ورغبتهم واضحة في تغيير صكوكهم، حيث كانت النسبة الأكبر في عملية الاستبدال لفئة الحساب 141 والخاصة بموظفي البنك بـ 85.59 %، ثم تليها النسبة الخاصة بالأشخاص المعنوية بـ 54.77 %، ثم فئة الحساب رقم 140 الخاص بالأشخاص الطبيعية، وتعود النسبة الأكبر في استبدال الشيكات لفئة موظفي البنك كونهم الأقرب للمديريات والوكالات، والمشرفون كذلك على العملية (إقناع وإعلام الزبائن بمميزات وإيجابيات الصك الجديد، وهذا لغرض تحقيق هدف البنك، وهو ضرورة تعميم الصكوك المعدلة على كل عملائه .

وبتتبع معدل التطور في استبدال الصكوك من أبريل 2006 إلى غاية جويلية 2007 في جميع وكالات الشبكة، نجد أنه فعلا تم استبدال الصكوك العادية التقليدية تقريبا بنسبة 100 % بالنسبة لفئة 141 و 98 % بالنسبة لفئتي 100 و 140، مثل ما يوضحه الجدول والمنحنيات البيانية الآتية تؤكد ذلك.

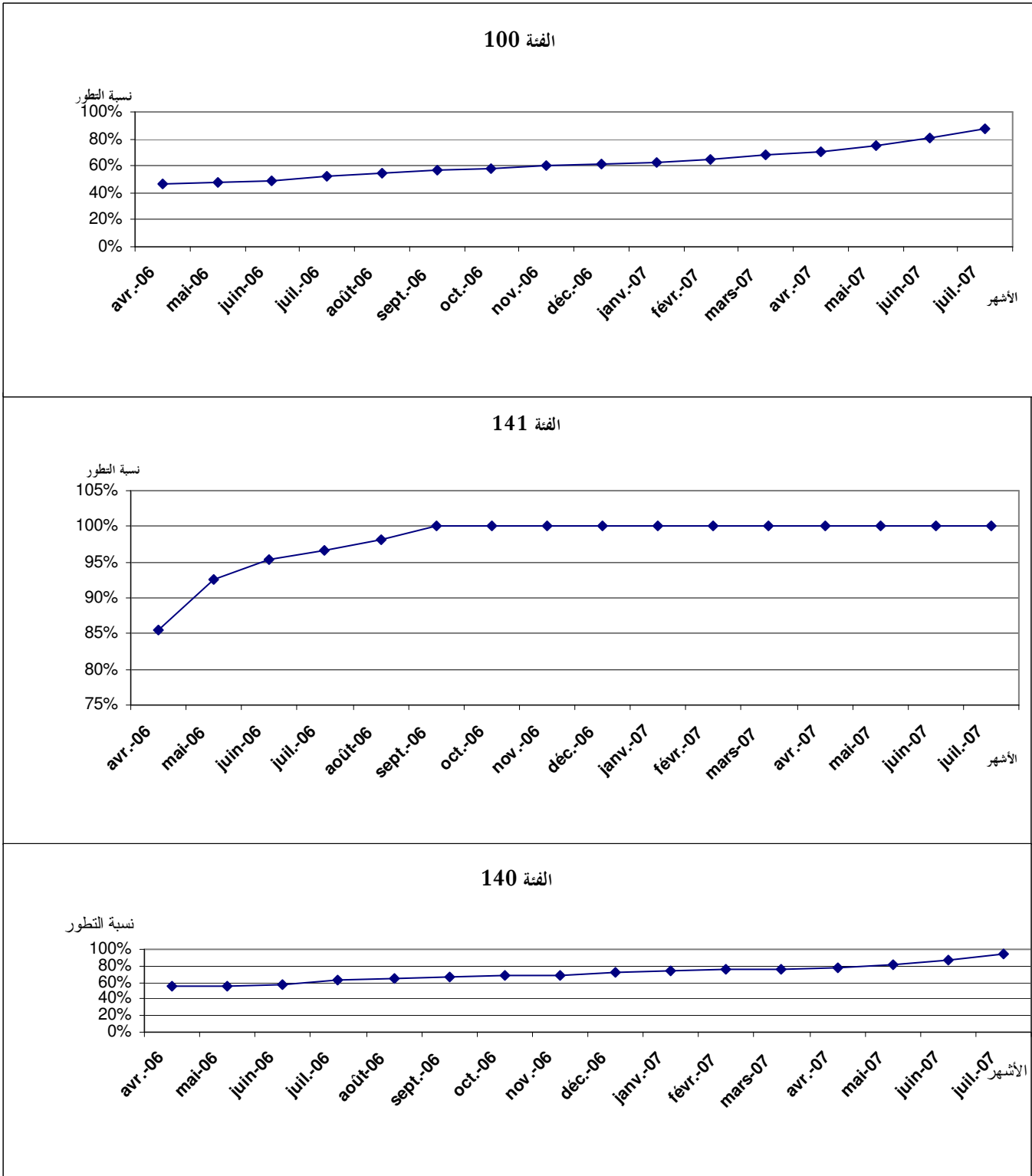
الجدول رقم(18): نسب تطور استبدال الشيكات العادية بالشيكات المعدلة للفئات: 140,

141,100

الشهر	معدل تطور فئة 100	معدل تطور فئة 140	معدل تطور فئة 141
أفريل 2006	%54.77	%46.14	%85.59
ماي 2006	%56.20	%47.32	%92.53
جوان 2006	%57.35	%48.56	%95.32
جويلية 2006	%62.30	%52.62	%96.58
أوت 2006	%65.30	%54.00	%98.20
سبتمبر 2006	%66.25	%56.48	%100
أكتوبر 2006	%68.60	%58.25	%100
نوفمبر 2006	%69.00	%60.25	%100
ديسمبر 2006	%72.30	%61.20	%100
جانفي 2006	%74.32	%62.30	%100
فيفري 2006	%75.65	%65.00	%100
مارس 2006	%76.33	%68.23	%100
أفريل 2006	%78.00	%70.32	%100
ماي 2006	%82.00	%75.33	%100
جوان 2006	%86.35	%88.58	%100

المصدر: من إعداد الباحث، بالاعتماد على قاعدة بيانات العمليات البنكية، دائرة الإعلام الآلي، أوت 2007.

الشكل رقم (22): تطور نسب استبدال الشيكات العادية بالشيكات المعدلة



المصدر: من إعداد الباحث، بالاعتماد على قاعدة بيانات العمليات البنكية، دائرة الإعلام الآلي، أوت 2007.

الفرع الرابع: أداء نظام ARTS

إن في بدء العمل بنظام ARTS كان في ماي 2006، وبغية متابعة تطور عدد العمليات وحجم المبالغ المحولة المرسله من قبل وكالات الصندوق التالية: وكالة رقم 351، 352، 354، 355، 359، 363، 366، 369، قمنا بإعداد الجدول الموالي:

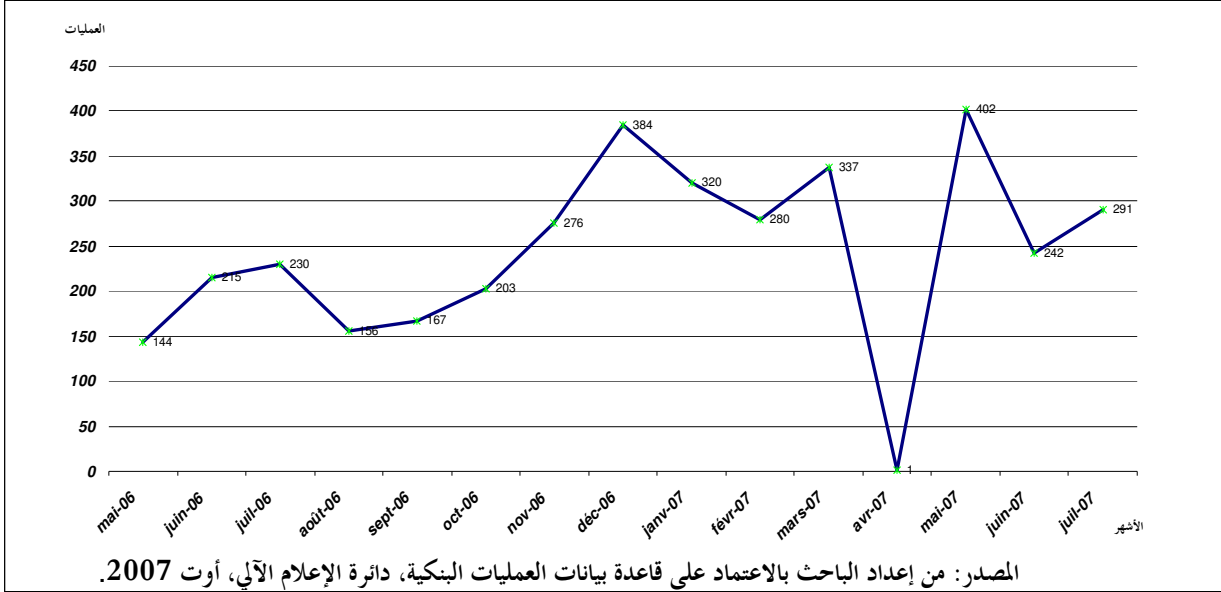
الجدول رقم (19) : عدد العمليات وحجم المبالغ المحولة شهريا

المبلغ	عدد العمليات	الشهر
2026.581.747,84 دج	144	ماي 2006
2367.794.391,09 دج	215	جوان 2006
3438.051.994,83 دج	230	جويلية 2006
1672.415.370,85 دج	156	أوت 2006
9708.711.097,17 دج	167	سبتمبر 2006
1589.275.045,50 دج	203	أكتوبر 2006
2606.514.057,30 دج	276	نوفمبر 2006
3230.969.386,12 دج	384	ديسمبر 2006
379.312.312,15 دج	320	جانفي 2007
1766.758.271,43 دج	280	فيفري 2007
2004.877.568,47 دج	337	مارس 2007
300.000.000,00 دج	1	أفريل 2007
2154.466.708,81 دج	402	ماي 2007
1698.156.404,08 دج	242	جوان 2007
1779.318.664,18 دج	291	جويلية 2007

المصدر: من إعداد الباحث، بالاعتماد على قاعدة بيانات العمليات البنكية، دائرة الإعلام الآلي، أوت 2007.

المنحنى البياني الموالي يوضح أكثر تطور عدد التحويلات المالية الكبيرة والمرسلة:

الشكل رقم (22): تطور عدد التحويلات المالية الكبيرة والمرسلة من شهر ماي 2006 إلى غاية جويلية 2007



من خلال الشكل، نلاحظ أن هناك ارتفاع وبشكل تدريجي لعدد التحويلات المالية الكبيرة باستثناء انخفاض في شهر أوت 2006 إلى أن وصلت عدد العمليات إلى 384 عملية في ديسمبر 2006 بعدما كانت الانطلاقة بـ 144 عملية تحويل، أما في سنة 2007 فقد بقيت عدد التحويلات المالية التي يقوم بها عملاء البنك في حالة ارتفاع مقارنة بعدد العمليات أثناء انطلاقة النظام في أشهره الأولى.

إلا أن الملفت للانتباه هو السقوط الحز لعدد التحويلات لشهر أبريل 2007 بعملية واحدة نتيجة للأعطال التي أصابت البنية الاتصالية لشبكة سويفت، وبعد إصلاح الخلل التقني عاد عدد التحويلات المالية إلى الارتفاع مباشرة في الشهر الموالي لتجاوز 400 عملية، هذا العدد تجاوز العدد الأكبر للتحويلات المالية سنة 2006.

وبخصوص حجم المبالغ المحولة المرسلة فإن العدد المرتفع للعمليات لا يعني بالضرورة أن يقابله حجم مبالغ مالية محولة كبيرة. فقد كانت عدد العمليات 402 عملية وحجم المبالغ المحولة المقدر بـ 2154.466.708,81 في ماي 2007، أما في سبتمبر 2006 فقد كانت عدد العمليات 167 عملية

لحجم المبالغ المحولة و المقدرة بـ 9708.711.097,17 ومقارنة بين سنة 2006 و 2007 بخصوص عدد العمليات وحجم المبالغ المحولة نجد أن هناك ارتفاع في عدد التحويلات المالية من سنة 2006 إلى 2007 لكن قابل هذا الارتفاع انخفاض في حجم المبالغ المحولة من قبل عملاء وكالات الصندوق إلى مختلف عملاء المتعاملين الآخرين في النظام كما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم(20): مقارنة بين عدد العمليات وحجم المبالغ المحولة بين سنتي 2006 و 2007

سنة 2007	سنة 2006	
1873	1775	عدد العمليات
10.082.889.929,12 دج	23.408.343.704,58 دج	حجم المبالغ المحولة

المصدر: من إعداد الباحث.

المطلب الخامس: نتائج وتوصيات الدراسة التطبيقية

من خلال عملية التحليل لهذا الموضوع، فقد تم التوصل إلى نتائج وتوصيات خاصة بالدراسة التطبيقية.

الفرع الأول: النتائج المتعلقة بالدراسة التطبيقية

- من خلال الهيكل التنظيمي للمديرية العامة يلاحظ وجود إدارة متخصصة في نظام المعلومات، أما على مستوى المديرية الجهوية فيلاحظ وجود خلية متابعة لنظام المقاصة الإلكترونية ونظام ARTIS أنشئت حديثا، وهي نقطة إيجابية بالنسبة للبنك إن أحسن استغلال ذلك معتمدا على أحدث البرامج والأجهزة التكنولوجية. فوجود مثل هذه الدائرة والخلية، يعد من مؤشرات الاستدلال على تركيز البنك جهوده على العميل.
- بتشخيصنا للوضع التكنولوجية بالبنك محل الدراسة، تبين أن هذا الأخير بعيد كل البعد عن واقع التكنولوجيا الحديثة في البنوك الأجنبية وحتى العربية (Workflow، Groupware، Home banking، Serveur Vocal، ...)
- يمكن اعتبار الموقع الإلكتروني للبنك موقعا معلوماتيا فقط كونه يعتبر بمثابة صورة من صور الحد الأدنى للنشاط الإلكتروني المصرفي.

- أعطى الحاسب الآلي المتواجد في كل مصلحة لموظفي الوكالات الخاصة الذين هم في اتصال مباشر مع الزبائن (الشبابيك) مرونة أكبر بتوفيره المعلومات (البيانات والمعطيات) وإمكانية معالجتها بسهولة ودقة، وإتمام كل عمليات الزبائن (تحويل، إيداع، سحب) بسرعة فائقة.
- لقد حسنت المعلوماتية من إنتاجية مصالح البنك بتخفيضها الكبير في الوقت الضائع (مقارنة بالعمل اليدوي) وزيادتها لعدد العمليات المنجزة في اليوم (ثلاثة أضعاف دون استعمال جهاز الكمبيوتر في مصلحة التوفير). ومنه، فالفرضية الأولى مقبولة بشكل كبير استنادا للمعطيات والمعلومات الواردة من مصالح الوكالات والتي تنص على أن المعلوماتية تساهم في تحسين إنتاجية مصالح البنك، إلا أن إنتاجية موظفي المصالح لا تتعلق فقط بمميزات التكنولوجيا الحديثة، وإنما باستخدام أسلوب الحوافز والمكافآت، إما بصورة مادية أو عن طريق الترقية لوظائف أخرى.
- عملية عصرنة أنظمة دفع الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط-بنك بدءا من نظام النقدي الآلي، واكبت المستلزمات التي يفرضها محيط المنافسة، والذي يعرف يوما بعد يوم تطورا تقنيا ومنافسة أكثر شراسة من قبل البنوك التجارية الوطنية والأجنبية.
- عملية عصرنة أنظمة الدفع الممارسة حاليا جزء لا يتجزأ من عملية عصرنة النظام البنكي خاصة والنظام المالي عامة، من أجل تفعيل الوساطة المالية في الاقتصاد ككل.
- تمثل أنظمة الدفع الآلية الجديدة دفعا مهما للعصرنة في مجال وسائل تسيير البنوك والمؤسسات المالية ومجمل الاقتصاد الوطني.
- يقوم مركز المقاصة المسبقة المصرفية بحفظ التسجيلات المعلوماتية (تسجيلات آلية) للحوالات المستلمة والتي خضعت للمقاصة أثناء الآجال القانونية، كما يقوم بحفظ الملفات الإلكترونية لصور الشبكات والأوراق التجارية.
- إن المعلومات الصادرة في أي مشكل كان في نظام ARTS أو نظام ATCI تعد سرية (سرية وأمان المعلومات) ولا يمكن إفشاؤها لطرف ثالث، يستثنى عن الطرف الثالث السلطات القضائية والمديرية العامة للمفتشية لبنك الجزائر .

- قصد ضمان نشاط الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط- بنك (تواصل المدفوعات) يرخص له بنك الجزائر وللمشاركين الآخرين باللجوء إلى القروض، أي يتم تأجيل تسوية رصيد المقاصة لفترة قصيرة حتى يتسنى له إحضار القروض اللازمة (مشكل السيولة)، وعلى البنك أن يوقع اتفاقية إعادة الشراء مع بنك الجزائر.
- بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط ملزم بدفع مصاريف المساهمة في نظام *ARTIS* ونظام *ATCI* و *SM*، ويمكن أن توزع المصاريف في شكل حصة ثابتة وحصة متغيرة متناسبة مع حجم العمليات في هذه الأنظمة.
- أوامر الدفع التي يرسلها الصندوق (التحويلات المالية الكبرى) إلى نظام *ARTIS* تخضع للمراقبة قصد التصديق من طرف النظام، وفي حالة ما إذا أبرز الأمر بالدفع مخالفة فإنه يرفض تلقائيا بإرسال رسالة *Message* للصندوق أو أي مشارك.
- الشيكات المتعامل بها من طرف نظام *ATCI* هي شيكات مؤمنة *Sécurisées*، منمذجة (معدلة) *Normalisées* وشخصية *Personnalisées*.
- إن السير الحسن نظام *ATCI* كذلك من اجل ضمان السرية في العمليات المصرفية (سرعة اكبر وأمان)، يستدعي استبدال كل الصكوك التقليدية وتعويضها بصكوك معدلة، وهذا ما حققه البنك فعلا في جويلية 2007 (نسبة الصكوك المستبدلة 100%)، تقريبا لجميع الفئات (100، 140 و141).
- التحول في عمليات المقاصة التي تجمع في الوكالة الرئيسية للبنك *SETIF W* (مصلحة البريد)، وما يصاحبها من حالات التأخر عن موعد المقاصة أو الضغط الكبير في المصلحة، قبل اللجوء إلى غرفة المقاصة، إلى مقاصة الكترونية تتم على مستوى كل وكالة (تخفيض كبير في تكاليف مصلحة البريد).
- تكنولوجيات أنظمة الدفع الآلية حققت للبنك الأمان والسرعة في التنفيذ وفقا للمعايير الدولية المعمول بها (تخفيضها الكبير في زمن تسوية أوامر دفع الشيكات والتحويلات المالية)، إضافة إلى نجاعة المعلومات وسهولة الحصول على المعطيات بشأن أي عملية بنكية (كل المعطيات متوفرة في قاعدة بيانات الأنظمة). هذا ما أكدته الفرضية الثالثة والمقبولة إلى حد بعيد.

- كلما ارتفع عدد العمليات في أنظمة الدفع الآلية الحديثة كلما ارتفعت إيرادات البنك جراء العمولة التي يتقاضاها عن كل عملية يقوم بها عملائه.
- ارتفاع عدد العمليات من شهر إلى آخر في نظام النقد الآلي، سوف يقلل من ضغوطات السحب من شبائيك وكالات البنك تدريجيا.
- بسبب الانقطاعات في الشبكة، فقد ذكر القائمون على نظام الدفع الجديد، أن هناك من الوكالات لم تسجل فيها ولا عملية في العديد من الأيام سواء في نظام ARTIS أو ATCI، ولا يمكن توضيح ذلك إلا بدراسة كل وكالة على حدة، مع تتبع تطور العمليات يوميا.
- بالرغم من أن فعالية نظام (أنظمة) الدفع الجديد مقارنة بنظام الدفع التقليدي، إلا أنه لا يكاد يخلو نظاما من عوامل تؤثر على سير عمله، وفي ما يلي بعض العوامل المؤثر على فعالية أنظمة الدفع الجديدة بالبنك محل الدراسة:
- يمكن للتحويلات المالية أن تكون محل رفض من طرف نظام ARTIS لأسباب فنية Un Rejet Technique par le Système، ويعود هذا الرفض لعدم تقييد البنك أو موظفيه بالقواعد المتعلقة بإرسال أوامر الدفع الواردة في "مرشد المستعمل" (أخطاء شخصية).
- حالات الرفض الفنية التي يبحث بها مسير نظام المقاصة الالكترونية ATCI ألا وهو م.م.م للبنك، يبرز له عدم تقيده بالموصفات الفنية أثناء تقديمه لعملياته.
- الرفض المصرفية التي يبعثها (يرسلها) المشارك أي الطرف المقابل (البنوك الأخرى مثلا) عن طريق نظام ATCI للبنك، حيث يعلمه من خلالها باستحالة تسوية القيمة لسبب ما أو لعدة أسباب يتضمنها "وجيز تقييس أدوات الدفع" والواردة أيضا في المواصفات التقنية للنظام، وهي:
 - مؤن غير كافية.
 - صاحب حساب متوفي.
 - مبلغ متنازع عليه.
 - تاريخ استحقاق متنازع عليه.
 - اعتراض على حساب.

- جهة مصدرة غير متعرفة عليها.
- مرسل إليه غير متعرف عليه.
- الانقطاعات المتكررة التي تحصل في تدفق البيانات *Débit* من خلال شبكة (*DZPAC*) *Réseau X25*. بمعنى ضعف البنى الاتصالية للبنك وللمشركين في النظام على حد سواء بالنسبة لنظامي *ARTIS* و *ATICI*.
- المشاكل التقنية التي واجهها نظام النقد الآلي (*SM*) في انطلاقته، والمتمثلة كذلك في الانقطاعات المتكررة في الشبكة والتي جعلت عمليات السحب من الموزعات الآلية للنقود تكاد تكون منعدمة، وهذا ما حدث في شهري جوان ونوفمبر 2006، وكذا إمكانية سحب العملاء للأموال من الأرصدة بقيم تتجاوز المودعة بالرصيد دون إمكانية الرقابة أو اكتشاف العملية من قبل النظام المعتمد، وابتداء من سنة 2007 تقلصت هذه المشاكل والنقائص التقنية منذ اعتماد السويتشات وتحسين اتصالات الجزائر لخدماتها.
- ثقافة استخدام البطاقة المغناطيسية والسحب من الموزعات الآلية للنقود لم تنتشر بعد في أوساط عملاء البنك (هؤلاء لم يطالبوا البنك بضرورة تزويدهم بالبطاقات).
- مشكل التثبيت *Validation* لأوامر التحويل من قبل الوكالات المرسله، (عملية التحويل تتم ولكن رصيد حساب العميل لا يتغير) إلا بعد مدة زمنية، يمكن للعميل من خلالها القيام بعملية سحب.
- أداء أنظمة الدفع الإلكترونية مفهوم واسع يتعلق بالعديد من الجوانب وليس فقط بزيادة عدد العمليات وارتفاع حجم المبالغ المالية، وبالتالي الفرضية الثالثة مقبولة بخصوص الدراسة التي تمت بشأنها فقط.
- كذلك من بين المعوقات التي تؤثر على فعالية نظامي *ARTIS* و *ATICI* ما يلي:
 - **معوقات النمذجة:** هذه المعوقات متعلقة بنموذج وسيلة الدفع المستعملة، ف فيما يخص الشيك لابد من مراعاة كل الجوانب التقنية للكتابة المغناطيسية عليه *l'écriture Magnétique*.
 - حجم الشيك.
 - نوعية ورق الشيك.

- المساحة المخصصة للتشفير المغناطيسي.

- **المعوقات المادية:** فعلى مستوى وكالات البنك توجد ما يسمى بالمخاطر العملية *Opérationnel*، والمتمثلة في الأعطاب التي تصيب أجهزة الكمبيوتر، قارئ الشيكات، الماسح وتكنولوجيات الاتصال، مثل: أجهزة التوجيه *Retours*، أجهزة *Swichs* والموجات *Onduleurs*.
- كذلك من المعوقات التي تعيق السير الأحسن لنظام المقاصة الالكترونية بوكالات البنك قلة المستخدمين أو المتخصصين في هذه المصلحة (موظف واحد في كل وكالة).

- استنادا للبيانات والمعلومات حول العوائق والمخاطر التي يواجهها بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط نتيجة اعتماده على تكنولوجيا الإعلام والاتصال، كانت هذه الدلالة لصالح اختبار الفرضية الرابعة والمقبولة كذلك بشكل كبير .

الفرع الثاني: توصيات الدراسة

أما بالنسبة للبنك محل الدراسة فإن الباحث يتقدم إليه بجملة من التوصيات والتنبيهات في ختام هذا البحث:

- ضرورة تخصيص ميزانية مناسبة لتطوير قاعدة التكنولوجيات الجديدة في الإعلام والاتصال، بل واستحداث وظيفة بحث وتطوير في هذا البنك إن أمكن من أجل الصمود في وجه البنوك المنافسة.
- استبدال أدوات التخزين القديمة كالأقراص المرنة بأدوات تخزين أكثر فعالية، مثل: *Flash Disk USB* وأكثر مرونة في تخزين واسترجاع المعلومات.
- الإسراع في إدخال الإنترنت إلى البنك للاستفادة من مزاياها والمذكورة في الجانب النظري من البحث.
- استبدال أجهزة الكمبيوتر القديمة بأجهزة الجيل الحديث المزود بأجهزة إضافية والمساعدة للحاسوب في إدخال وإخراج وتخزين المعلومات... في كل مصالح الوكالات ودوائر المديرية الجهوية.

- تحديث الموقع الالكتروني للبنك وتزويده بخدمات إضافية، وجعله على غرار الموقع المعلوماتي موقعا اتصاليا وتبادليا.
 - على البنك أن يوفر لزبائنه موقعا الكترونيا بالنسختين العربية والفرنسية، هذه الأخيرة لا يتقنها الأغلبية الساحقة من الزبائن وشرائح المجتمع كونها لغة الأقلية، وبالتالي يفقد موقع الإنترنت وظيفته الاتصالية والترويجية.
 - ضرورة التوسع في استخدام بطاقات النقد الآلي (السحب والدفع)، وتمكين كل العملاء من الاستفادة من هذه الخدمة لتوفير الجهد والوقت عنهم، مع تنصيب الموزعات والشبائيك الآلية في جميع وكالات، من أجل تسهيل عملياتهم المالية.
 - ضرورة توفير تكنولوجيا الموزع الصوتي والتي تمكن عملاء البنك من:
 - الإطلاع على حساباتهم البنكية.
 - طلب دفتر الصكوك.
 - طلب رقم التعريف البنكي.
- عبر الهاتف الثابت أو النقال *Mobile Téléphone*، مثل ما هو معمول به في بريد الجزائر *Algérie - Poste*.
- القيام بتبني نظام الدفع الدولي *VISA International* للارتقاء إلى مستوى الهيئات البنكية الدولية وتعميم هذا النظام على كامل شبكات البنك، حيث تسمح بطاقة فيزا الدولية لحاملها بإجراء كل السحبات النقدية في الخارج وتسوية مشترياته وخدماته مع التجار المنتسبين لشبكة فيزا الدولية، وذلك طيلة أيام الأسبوع (هذا النظام معمول به في بنكي *CPA* و *BADR*).
 - إعادة الاعتبار لشبكة تحويل الأموال *Réseau Western Union* وخدمة *Will Call* التي تمكن عملاء البنك من إرسال الحوالات المالية واستلامها عن كافة وكلائه، واعتماد كذلك شبكات أخرى مثل: شبكة المعلومات المالية *Réseau d'Information Financière* (*les Reuters*) وشبكة تيليرات *Réseau Télérate* مستقبلا.
 - التنبيه لخدمة الاقتطاع الآلي *Prélèvement Automatique*، هذا الأخير عبارة عن نظام للدفع مؤمن للغاية يسمح للزبائن بتسديد فواتير الهاتف، الكهرباء والغاز والماء بواسطة

- السحب المباشر من حساباتهم البنكية، وبالتالي على البنك إبرام اتفاقيات تعاون مع مختلف المؤسسات مثل: متعاملي الهاتف النقال (نجم، موبيليس وجيزي)، الجزائرية للمياه وشركة سونلغاز. كما فعل بنك الفلاحة والتنمية الريفية في جويلية 2007 مع شركة أوراسكوم.
- على المديرية العامة للبنك أن تعطي التطور في مجال النقود الالكترونية حقه من الاهتمام والدراسة حتى لا تتفاجئ بأدوات وأنظمة دفع آلية عالمية الطابع مثل: نظام الدفع اللاسلكي المعروف باسم "باي باس" *Pay Pass* من ماستر كارد و"نظام الاتصالات القريبة" *Near Field Communication (NFC)* من موتورولا. هذا الأخير هو تقنية اتصالات قوية ومؤمنة عبر الإشارات اللاسلكية، وقد بدأ مؤخرا تزويد بطاقات الائتمان بنظام *NFC* كإجراء احترازي (يطلق على هذا الطراز من البطاقات *Contactless*). وظهر كذلك أنظمة دفع على الخط *les Systèmes de Paiement en Ligne* مثل: *Net Bill, Cyber Coin, Kfeline, Paypal, Millicent* حديثا.
 - العمل على إدخال تطبيقات وأنظمة تكنولوجيا متطورة كالتالي وردت في الجانب النظري من البحث والمستخدم حاليا في البنوك العربية والأجنبية
 - إعداد الموارد البشرية المؤهلة والمتخصصة لما لها من دور كبير في تحسين أداء الخدمات المصرفية من خلال تنظيم دورات، ندوات، مؤتمرات وورشات عمل متعلقة بالجانب التكنولوجي.
 - العمل على توفير أمن المعلومات، وتهدف هذه الإستراتيجية إلى تعريف موظفي الوكالات والمديريات الجهوية بالتزامهم وواجباتهم المطلوبة اتجاه حماية نظم الكمبيوتر والشبكات وكذا حماية المعلومات، وإلزامهم بتلقي المزيد من البرامج التدريبية على استخدام تكنولوجيات أنظمة الدفع الالكترونية المعتمدة حديثا.
 - الإسراع في القيام بتعديلات تقنية إضافية في نظام *AMILCAR* لتجاوز الثغرات الأمنية والخطيرة بخصوص التحويلات المالية، وذلك في اقرب الآجال.
 - القيام بتعديلات إضافية في قاعدة بيانات أنظمة الدفع الآلية الثلاثة، وضرورة توفير قاعدة بيانات خاصة بالعمليات الخاطئة حتى يستطيع الباحثون أو الخلية القائمة على الأنظمة من قياس معدلات الأخطاء في العمليات المالية، تجعل من الدراسة أو البحث أكثر دقة.

- فعلى سبيل المثال: للاطلاع على العمليات المالية الخاطئة في نظام النقد الآلي، يتطلب الأمر تفحص كل موزع ألي للنقود بمفرده.
- تحديث البنى الاتصالية للبنك، وذلك بالاعتماد على القطاعات الاتصالية المتوفرة سواء على شبكة الإنترنت أو المتعاملين في ميدان الهاتف النقال قصد تحديث الاتصال البعدي للبنوك الجزائرية.
 - القيام بتعديلات إضافية في نظام تسيير العمليات البنكية *DANSYS* أو تغييره بنظام آخر أكثر فعالية.
 - السعي للاشتراك مع اتصالات الجزائر لوضع بعض مواقع الربط عن طريق الألياف البصرية أو عن طريق الساتل *V-Sat* والاستغناء عن شبكة *X25*، من أجل الحصول على:
 - السرعة في نقل المعطيات.
 - التقنية اللاسلكية أقل عرضة للأخطار من الكوابل.
 - تضمن استقرار عمل الشبكة حتى في حالات سوء الأحوال الجوية، وبالتالي فهي تعمل على زيادة فعالية الاتصالات الالكترونية.
 - ضرورة رفع المديرية العامة للبنك الوصاية يدها على تسيير دوائر الإعلام الآلي في مديريات الشبكات بمركزية مفرطة، وإعطاء مجال التدخل في إبداء الرأي حول التكنولوجيا المقتناة والمساعدة على رفع فعالية نشاط البنك.
 - على مديرية الشبكة إعداد وبشكل دوري دراسات واستيانات لعينات من زبائنها قصد الوقوف على جوانب الرضا من عدمه على تكنولوجيات أنظمة الدفع الالكترونية الحديثة، ومتابعة معدل الوفاء للبنك. أي مدى فعالية نشاط توزيع خدمات البنك من جانب: الرضا، الوفاء وجودة خدماته.
 - ضرورة تنظيم نشاط دائرة الإعلام الآلي وتحديد المهام حسب مجالات الاختصاص، بمعنى ترتيب وتنسيق الموارد البشرية والمعلوماتية والمالية المطلوبة لتحقيق أهداف خاصة بالدائرة أو عامة للبنك.

- على المديرية العامة للبنك والإطارات المسؤولة تغيير ذهنيات موظفو الوكالات التي تعرقل مسار العصرية، وإرساء قواعد الاتصال والإعلام المبنية على رؤى بيداغوجية، الغرض منها التقرب من كل أعوان البنك والاستماع إلى انشغالاتهم وتساؤلاتهم.
 - تكثيف العمليات الاتصالية والإشهارية من أجل تعميم بطاقات السحب والدفع ما بين البنوك، وإحاطة العملية بكثير من التحسيس بشأن العمليات المالية التي يباشرها (كيفية التصرف في حين وقوع خلل)، وجعل العملاء يثقون فعلا في البطاقات، ومن ثم التقليل من استعمال الشيك في شبائيك الوكالات.
 - رفع عدد الموظفين القائمين على مصلحة المقاصة الالكترونية بالوكالات إلى أكثر من موظف من أجل ضمان السير الحسن لنشاط المصلحة.
- وتجدر الإشارة في النهاية إلى أن النتائج المتعلقة بعملية التحليل والإجراءات التصحيحية تنطبق فقط على بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، ولا تنطبق على بنك آخر أيا كان عمومي أو خاص.

خلاصة الفصل

بهذا العرض المتواضع، نكون قد وقفنا على مختلف أنواع التكنولوجيا المستخدمة في البنك ودورها الفعال، حيث نجد أن إهمال البنك محل الدراسة للمعلوماتية يكون لها تأثير واضح على أنشطته.

ففي عصرنا هذا، عصر التكنولوجيا واقتصاد المعرفة، لم تعد عمليات البنوك تمارس بالطريقة التقليدية، بل أصبحت في الكثير من المواطن تتم بصورة آلية وتقتضي الفعالية، السرعة والأمان. ولهذا السبب قام البنك بعصرنة نظامه للدفع، فكانت سنة 2006-2007 سنة جد حافلة بالأحداث على مستوى بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط والساحة المالية الوطنية، أهم ما ميزها دخول نظام *ARTIS* ونظام *ATCI* وقبلهما نظام النقد الآلي. أنظمة الدفع الالكترونية هذه جد فعالة مقارنة بأنظمة الدفع التقليدية في انتظار إدخال نظم دفع جديدة أخرى تجعل من أنشطة البنك أكثر تنافسية. وبشأن فعالية نشاط البنك فإنها ليست مقتصرة بالضرورة على جاهزية التكنولوجيا الحديثة فقط، وإنما بمدى جاهزية القائمين عليها.

الجمعة

الخاتمة العامة

لقد أحدث التطور التكنولوجي السريع تزاوجا بين تكنولوجيات الإعلام وتكنولوجيات الاتصال، مما ترتب عن ذلك صعوبة التفرقة أو التمييز بين التكنولوجيتين، وظهر ما يسمى بالنقدية أو النقد الآلي *la Monétique*، هذا الأخير هو حصيلة التزاوج بين تقنيات الاتصال والإعلام والإلكترونيك *Electronique*، وبالتالي فهو بذلك وليد لما يسمى بالتيليماتيك *Télématique* التكنولوجيا المستعملة من قبل البنوك والمؤسسات المالية مختلفة حسب تطبيقاتها وأشكالها من شبكات، تقنيات، تطبيقات وأجهزة تكنولوجية. هذه التكنولوجيا المصرفية ليست هدفا، وإنما وسائل يتم الاعتماد عليها في تحسين أداء البنوك. ولهذا فإن نجاح استخدامها لن يتحقق إلا إذا كانت تتماشى وتتطابق مع احتياجات السوق المصرفية وضمن إستراتيجية واضحة أساسها التوجه بالزبون، يتم تجسيدها من خلال الإسراع في توفير الإسناد التكنولوجي (القيادة التكنولوجية)، أو القيام بدراسات قبلية (التبعية التكنولوجية)، وكذلك معرفة الزبون، حاجاته، رغباته وتوقعاته، ومن ثم العمل على إشباعها بغية كسب رضاه ووفائه.

وفي الأخير وبعد استعراضنا لما سبق، يتضح لن مدى أهمية الجانب التكنولوجي ودره الفعال في البنك. هذا وقد أصبح البنك مطالب ببذل المزيد من الجهود لتدعيم فعالية أنشطته، لاسيما مع الانضمام المرتقب إلى المنظمة العالمية للتجارة واتفاقيات التحرير في الخدمات المالية، وما تواجهه البنوك الجزائرية من منافسة شرسة من البنوك الأجنبية، حتى أضحت قدرتها على الصمود في مواجهة هذه التحديات أمرا مرهونا بنجاحها في الاعتماد على تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.

يعتبر مجال التكنولوجيا المصرفية، مجالا خصبا لإجراء مختلف الدراسات والبحوث نظرا لحدثة التجربة العملية في هذا الميدان بالبنوك الجزائرية، وما يتطلبه البناء النظري والميداني (التطبيقي) لهذا المجال من بحث معمق ودراسات متوالية.

واختتام هذا البحث حول أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية، يفتح مجال أكبر لطرح مجموعة من التساؤلات ذات العلاقة بفعالية النشاط المصرفي في جميع جوانبه، ولعل أهم هذه التساؤلات تندرج ضمن المواضيع التالية:

● تكلفة الاستثمار في تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة وعلاقتها بأداء البنوك التجارية.

● دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دعم وتفعيل أنشطة إدارة العلاقة مع الزبون في البنك.

● تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة وقدرتها على اكتساب البنوك التجارية الجزائرية ميزة تنافسية.

● اليقظة التكنولوجية وأنظمة الدفع الجديدة في البنوك الجزائرية.

وفي الختام، فإننا لا ندعي أننا الممنا بكل جوانب الموضوع، كما نتمنى أن تتاح لن فرصة في المستقبل للبحث في النقاط المذكورة أعلاه وخصوصا تلك التي تعتبر مكملة ومفصلة لهذه الدراسة، كما نرجو كذلك أن نكون قد وفقنا ولو جزئيا في معالجة هذا الموضوع بمختلف جوانبه الأساسية . والله المستعان والمهادي إلى سواء السبيل.

قائمة

المراجع

- قائمة المراجع -

أولاً: المراجع باللغة العربية

أ- الكتب:

1. أحمد أنور بدر، مقدمة في تكنولوجيا المعلومات وأساسيات استرجاع المعلومات، دار الثقافة العلمية، الإسكندرية، ج م ع، 2003
2. أحمد بوراس، أسواق رؤوس الأموال، مطبوعات جامعة منتوري، قسنطينة، 2006
3. أحمد علي حسين، نظم المعلومات المحاسبية - الإطار الفكري والنظم التطبيقية-، الدار الجامعية، الإسكندرية، ج م ع، 2004
4. أحمد عوض حاج علي وعبد الأمير خلف حسين، أمنية المعلومات وتقنيات التشفير، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005
5. أحمد محمود عمارة، البنوك التجارية من الناحية العملية، دار النهضة العربية، القاهرة، ج م ع، 2000
6. أسامة محمد الفولي وزينب عوض الله، اقتصاديات النقود والتمويل، الدار الجامعية، الأزاريطة، ج م ع، 2005
7. أسامة محمد الفولي ومحمد شهاب محمود، مبادئ في النقود والبنوك، الدار الجامعية، الإسكندرية، ج م ع، 1999
8. أمين السيد أحمد لطفي، مراجعة وتدقيق نظم المعلومات، الدار الجامعية، الإسكندرية، ج م ع، 2005
9. بريستون جرالا، التسوق عبر الإنترنت، ترجمة الدكتور خالد العامري، دار الفاروق، القاهرة، ج م ع، 2001
10. بشير العلق، الخدمات الالكترونية - مدخل استراتيجي تسويقي-، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، ج م ع، 2004
11. بشير العلق، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال - مدخل تسويقي-، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002
12. جمال لعمارة، المصارف الإسلامية، دار النبأ، الجزائر، 1996
13. جميل سالم الزيدانين، أساسيات في الجهاز المالي- المنظور العلمي -، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 1999
14. حسن علي الزغي، نظم المعلومات الإستراتيجية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005
15. خالد أمين عبد الله، العمليات المصرفية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003
16. ربحي مصطفى عليان وإيمان فاضل السامرائي، تسويق المعلومات، دار الصفاء للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 2004
17. رشدي وعبد الفتاح صالح، البنوك الشاملة وتطوير الجهاز المصرفي، دار النهضة العربية، الإسكندرية، ج م ع، 2000
18. رضا صاحب أبو حمد، إدارة المصارف - مدخل تحليلي كمي معاصر-، دار الفكر، عمان، الأردن، 2002
19. زياد رمضان ومحفوظ جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، دار وائل، عمان، الأردن، 2003

20. سامية محمد جابر ونعمات أحمد عثمان، الاتصال والإعلام - تكنولوجيا المعلومات -، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ج م ع، 2003
21. سعد غالب ياسين، تحليل وتصميم نظم المعلومات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000
22. سعد غالب ياسين، نظم المعلومات الإدارية، اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003
23. سوزي عدلي ناشد، مقدمة في الاقتصاد النقدي والمصرفي، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2005
24. صالح بن نوار، فعالية التنظيم في المؤسسات الاقتصادية، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري قسنطينة، 2006
25. طارق طه، إدارة البنوك ونظم المعلومات المصرفية، الحرمين للكمبيوتر، الإسكندرية، ج م ع، 2000
26. طارق عبد العال حماد، التجارة الالكترونية، الدار الجامعية القاهرة، ج م ع، 2003
27. طارق عبد العال حماد، اندماج وخصخصة البنوك، الدار الجامعية، الإسكندرية، ج م ع، 2003
28. طاهر لطرش، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4، 2004
29. عبد الحق بوعتروس، الوجيه في البنوك التجارية -عمليات، تقنيات وتطبيقات-، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2000
30. عبد الحق ط، مدخل إلى المعلوماتية - الحاسوب الشخصي وأجهزته المحيطة-، قصر الكتاب، البليدة، الجزائر، 2005
31. عبد الحميد عبد المطلب، العولمة واقتصاديات البنوك، الدار الجامعية، الإسكندرية، ج م ع، 2001
32. عبد الحميد عبد المطلب، البنوك الشاملة - عملياتها وإدارتها-، الدار الجامعية، الإسكندرية، ج م ع، دون سنة نشر
33. عبد الرحمان توفيق، الإدارة الالكترونية وتحديات المستقبل، القاهرة، ج م ع، 2003
34. عبد الغفار حنفي وعبد السلام أبو قحف، الإدارة الحديثة في البنوك التجارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004
35. عبد الغفار حنفي، تنظيم وإدارة البنوك، المكتب العربي الحديث، 2000
36. عبد المنعم السيد علي ونزار سعد الدين، أساسيات في الجهاز المالي - المنظور العلمي-، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 2000
37. عبد النافع الزرري وغازي فرح، الأسواق المالية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2000
38. عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، القاهرة، ج م ع، 1999
39. فائق محمود الشماخ، الحساب المصرفي، الدار العملية الدولية، عمان، الأردن، 2003
40. مؤيد سعيد السالم، نظرية المنظمة -الهيكل والتصميم-، دار وائل للطباعة والتوزيع، عمان، الأردن، 1999
41. ماهر كنعن شكري، العمليات المصرفية الخارجية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004
42. محسن أحمد الخضيرى، التسويق المصرفي، إيتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، ج م ع، 1999
43. محسن أحمد الخضيرى، الديون المتعثرة - الظاهرة، الأسباب والعلاج-، إيتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، ج م ع، 1997
44. محمد صالح الحناوي وإبراهيم إسماعيل سلطان، الإدارة المالية والتمويل، الدار الجامعية، الإسكندرية، ج م ع، 1999

45. محمد صالح الحناوي وعبد الفتاح عبد السلام، المؤسسات المالية - البورصة والبنوك التجارية-، الدار الجامعية، الإسكندرية، ج م ع، 2001
46. محمد عبد الفتاح الصيرفي، الإدارة الرائدة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003
47. محمود جاسم الصميدعي ورودينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي- مدخل استراتيجي، تحليلي وكمي-، دار المناهج، عمان، الأردن، 2001
48. محمود مراد مصطفى وناصر نور الدين عبد اللطيف، المحاسبة وتكنولوجيا المعلومات، قسم المحاسبة، كلية التجارة، الإسكندرية، ج م ع، 2003
49. محمود يونس وكمال أمين الوصال، اقتصاديات، نقود وبنوك وأسواق مالية، الناشر قسم الاقتصاد، جامعة الإسكندرية، ج م ع، 2005
50. منى محمد إبراهيم البطل، تكنولوجيا الاتصالات المعاصرة - الشخصية والإدارية ونظم المعلومات-، الدار الجامعية، الإسكندرية، ج م ع، 2001
51. منير إبراهيم الهندي، إدارة البنوك التجارية، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، ج م ع، ط3، 2002
52. منير وممدوح محمد الجنيهي، البنوك الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ج م ع، 2005
53. هارفي تومسون، ترجمة مركز التعريب والبرمجة، من سرق عميلي؟ - خطط ناجحة تضمن ولاء الزبائن وتحافظ على استمرارية تعاملهم-، الدار العربية للعلوم، بيروت، لبنان، 2004
54. يورك برس، إدارة الأعمال التجارية الالكترونية، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، 2003
55. يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الالكتروني - عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت-، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004

ب- المجلات والتقارير

1. أمين عقيل يوثيل وعبد الستار محمد علي، نموذج تقييم أنظمة المعلومات الإستراتيجية كأداة تنافسية في المصارف - دراسة حالة -، مجلة الإدارة العامة، الرياض، السعودية، المجلد 38، العدد 2، 1998
2. جاو حدو رضا، أثر التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال على المهنة المحاسبية، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 14، جوان 2006
3. رجم نصيب وأمال عياري، المؤسسة المصرفية الجزائرية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة عنابة، العدد 15، 2005
4. رعد حسن الصرن، أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنت وجودة الخدمة المصرفية - دراسة نظرية-، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد 8، 2005
5. سالي جمال، سبل اندماج الجزائر في اقتصاد المعرفة، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، سبتمبر 2005
6. صالح مفتاح، العولمة المالية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، جوان 2002
7. صالح نصولي وأندريا شايختر، تحديات المعاملات المصرفية الالكترونية، مجلة التمويل والتنمية، سبتمبر 2002.

8. الطاهر الكري، تكلفة الاستثمار في أنظمة المعلومات وعلاقتها بأداء المنظمات-دراسة تطبيقية على البنوك التجارية في الأردن-، مجلة الجندول، العدد 24، سبتمبر 2005
9. عبد الله حمود سراج، أهمية خصائص المعلومات في بناء اختيار قرارات المنظمة، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، العدد 4، 2005
10. محمد زيدان، الآثار المتوقعة من انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة على الجهاز المصرفي، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، العدد 3، 2004
11. محمد زيدان، دور التسويق المصرفي في زيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 2، 2003
12. النشرة الاقتصادية بنك الإسكندرية، أثر العولمة على النشاط المصرفي الدولي، المجلد 32، 2000
13. ياسين الطيب، النظام المصرفي الجزائري في مواجهة تحديات العولمة المالية، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 3، 2003

ج - الملتقيات والمؤتمرات

1. الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية- الواقع والتحديات-، جامعة الشلف، يومي 14 و15 ديسمبر 2004.
2. الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة-منافسة، مخاطر وتقنيات-، جامعة جيجل، يومي 6 و7 جوان 2005.
3. المؤتمر العلمي السنوي حول أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق بجامعة بيروت العربية، لبنان، 2002.

د- القواميس

1. تيسير الكيلاني، معجم الكيلاني لمصطلحات الكمبيوتر والإنترنت، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، لبنان، 2004
2. قاموس إكسفورد المحيظ - إنجليزي، عربي -، أكاديميا أنترناسيونال، بيروت، لبنان، 2003
3. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع
4. محمود الربيعي وآخرون، المعجم الشامل لمصطلحات الحاسب الآلي والإنترنت، مكتبة العبيكان، الرياض، السعودية، 2001
5. منير البعلبكي، قاموس المورد، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، 2001
6. موسوعة عالم التجارة والأعمال - المصارف، العلاقات الاقتصادية والأسواق المالية-، كرايس للنشر

د- الرسائل والمذكرات

1. حططاش عبد الحكيم، الرؤية الاستراتيجية الحديثة لتحقيق رضا الزبون ووفائه،- إدارة العلاقة مع الزبون-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، 2006

ثانيا: المراجع باللغات الأجنبية

أ- الكتب

1. Aissa Hidoussi, **Organisation et Métier de la Banque**, IFID, Tunisie 2006
2. Ammour Benhalima, **Pratiques des Techniques Bancaires**, Edition Dahlab, Alger, 1997
3. D. Pindon et Autres, **Théorie et Pratique du Marketing**, Edition Dalloz, Paris, France, 7^{ème} Edition , 2003
4. Didier Noyé, **Pour Fidéliser les Clients**, INCEP Edition, Paris, France, 2000
5. Emmanuel Arnold Pateyron et Robert Salmon, **les Nouvelles Technologies de l'Information et l'Entreprise**, Economica, Paris, France, 1996
6. Gilles Bressy et Christian Konkuyt, **Economie d'Entreprise**, Dalloz, Paris, France, 7^{ème} édition, 2004
7. Jean luc Bailly et Autres, **Economie Monétaire et Financier**, Bréal Edition, Paris , France, 2000
8. Jean Michel Minin, **la Certification Qualité dans Service**, Outil de Performance et d 'Orientation Client, Afno, Paris, France, 2001
9. Marie-Hélène Delmonde et Autres, **Management des Systèmes d'Informations**, Dunod, Paris, France, 2003
10. Mélissa Saadoun, **Technologies de l'Information et Management**, Hermès Sciences Publications, France, 2001
11. Michel Badoc et Autres, **E.Marketing de la Banque et de l'Assurance**, Edition d'Organition, Paris, France, 2^{ème} Edition. 2000
12. Michel jura, **Technique Financière International**, Dunod, Paris, France, 2^{ème} Edition, 2003
13. Michel Lafitte, **les Systèmes d'Information dans les Etablissements Financières**, Les Presses de Jouve, Paris, France, 2000
14. Monique Zollinger et Eric Lamarque, **Marketing et Stratégie de la Banque**, Dunod, Paris, France, 2004
15. Nadine Tournois, **le Marketing Bancaire Face Aux Nouvelles Technologies**, Masson, Paris, France, 1989
16. P.Kotler et G.Armstrong, **Principles of Marketing Services**, Edition Printice-Hall, 1996
17. Philippe Darvisnet et Jean Pierre Petit , **Economie Internationale- la Place des Banques-**, Dunod, Paris, France, 1999
18. Philippe Garsuault et Stéphane Priami, **la Banque - Fonctionnement et Stratégie-**, Economica, Paris, France, 1997
19. Pierre Chrls Pupion, **Economie et Gestion Bancaire**, Dunod, Paris, France, 1999
20. René Lefébure et Gilles Venturi, **Gestion de la Relation Client**, Edition Eyrolles, Paris, France, 3^{ème} Edition, 2003
21. Robert Reix, **Système d'Information et Management des Organisations**, Vuibert, France, 4^{ème} Edition, 2002
22. Sophie Brana et Autres, **Economie Monétaire et Financière**, Dunod, Paris, France, 2003
23. Sylvain Wasserman, **l'Organisation Relation Client**, Dunod, Paris, France, 2001
24. Yves Frédéric Livian, **Organisation - Théories et Pratique-**, Dunod, Paris, France, 2004

ب - المجلات والتقارير

1. Banque d'Algérie, **Comité de Normalisation,- Normes Inter Bancaires de Gestion Automatisée des Instruments de Paiement-**, Janvier 2005

2. Banque d'Algérie, **Comité de Normalisation, Condition Générales du Contenu d'Adhésion du Commerçant au Système de Paiement par Carte Bancaire -CIB-**, Décembre 2005
3. Banque d'Algérie. **le Système de Paiement en Algérie, -Etat des Lieux-**, Décembre 2001
4. Centre de Pré Compensation Interbancaire (CPI), **Présentation du Système Algérien de Télé compensation**, SPA Filiale de la Banque d'Algérie, 2005
5. CNEP News, **Revue Trimestrielle de la CNEP – BANQUE**, N°28, Janvier 2007
6. CNEP. NEWS, **Revue Trimestrielle de la CNEP-BANQUE**, N:°25, Avril 2006,
7. direction du Réseau de Sétif, **Document Interne, -Service Formation-**.
8. Document Interne,**Journée de Travail sur le Système RTGS**, CNEP-BANQUE 29/01/2006
9. Flash Info, **Bulletin d'Information de la CNEP-BANQUE**, N:°2, Mars 2006.
10. formation des Administrateurs de la Solution de Dématérialisation, CNEP-BANQUE, Direction des Instruments de Paiement, 2006.
11. **Les 40 ANS de la CNEP-BANQUE 1964-2004**, Edition CNEP-BANQUE, 2004,
12. Manuel de Procédures, **Carte de Retrait Interbancaire**, DGA de Développement Cellule Monétique, 2007.
13. Manuel de Procédures, **Système de Télé Compensation**, DGA des Systèmes d'Information, 2007
14. Manuel de Procédures, **Virements RTGS**, DGA Développement, 2007
15. Media Bank, **le Système ARTS**, ANEP Publication Bimestrielle, Bank of Algeria, N:°81, Janvier 2006,
16. Media Bank, **les Risques Liés aux Systèmes de Paiement**, ANEP Publication, Bank of Algeria, Janvier 2006
17. Message, **Revue des Postes et Télécommunication**, Impression Maury Imprimeur, Paris, France, N°433, 1995
18. Note de Procédures, **Système de Paiement de Masse**, CNEP-BANQUE, DGA/SI, Janvier 2006
19. **Tarifs et Conditions Applicables aux Opérations Bancaires**, CNEP-BANQUE Février 2004

ج - الملتقيات والمؤتمرات

1. Abdelali Abdelwahab, **l'Intelligence Economique, Séminaire National Sur le Thème « le Système National Economique »**, Etat et Perspective, Equipe de Recherche PNR d'Economie, Division Recherche en Science de l'information, 31 – 01/02/2000
2. Chekkour Mohamed, **les Systèmes de Paiement, Synthèse de la Première Partie du Séminaire: Généralités sur les Systèmes de Paiement**, Hôtel Elaurassi, 22-08-2003,
3. Farid Yaici, **la Mise à Jour des Systèmes d'Information dans le Domaine Bancaire et Financier: un Préalable au Développement des Institutions Aux Progrès en Matière D'intermédiation Financière en Algérie**,
4. Khaled Bettaib, **Séminaire sur la Télé compensation**, Tunis, Novembre 2001
5. Newel ben kritly, **le Système de Paiement par Carte en Algérie**, Rencontre sur la Carte Bancaire au Maghreb, Tunis, Journée du 8 et 9 Février 2007

د - القواميس

1. Ahmed Silem et Jean-Marie Albertini, **Lexique de l'Economie**, DALLOZ, Campus, 7^{ème} Edition, 2002
2. Alain Charles Martinet et Ahmed Silem, **Lexique de Gestion**, Dalloz, Paris, France, 7^{ème} Edition, 2005
3. **Dictionnaire Encyclopédique Bilingue. de la Micro Informatique**, Microsoft Press, un Département de Microsoft France, 1999

4. Dictionnaire Encyclopédique des Science de l'Information et de la Communication, Ellipses, Paris, France,1999
5. Jean Claude Tarondeau et Christine Huttin, Dictionnaire de Stratégie d'Entreprises, Vuibert, Paris, France, 2001
6. Mourad Abdel Fattah, Encyclopedia of The Terms of The Computer and Internet, English – Arabic, Alexandria – Egypt
7. Muftah. M.Dyab. Glossary of Information Systems and Technology, International Publishing House, EGYPT,1995
8. Vocabulaire des Techniques de l'Information et de la Communication, Commission Générale de Terminologie et de Néologie, France, 2006

د- الرسائل والمذكرات

9. -Annabelle Belin, la Mesure de la Satisfaction Client dans les Marchés Industriels, Master Marketing et Communication Commerciale, Ecole Supérieure du Commerce de Toulouse, 2002
- 10.-Malek Rania, la Modernisation du Système de Paiement en Algérie, Mémoire Préparé pour l'Obtention du Diplôme de Magistère en Science de Gestion, Ecole Supérieure du Commerce, 2003

ثالثا: مواقع الإنترنت

1. www.site.voila.fr/laboratoul.html
2. <http://www.dst.cerist.dz/Séminaire/Communication/Yaici.Pdf>.
3. www.damsp.dauphine.fr/dmsp/prospective/act/202009,2001/gerard-lelarge.pdf
4. www.cybel.fr/html/communaute/rdf/rajhi.pdf
5. www.cnepbanque.dz
6. www.bank-of-algeria.dz

البحار

والأشكال

فهرس الجداول:

الرقم	مخوان الجدول	الصفحة
1	أوجه التشابه والاختلاف بين تسهيل الصندوق والمكشوف	35
2	الاختلاف بين الكميالة والسند لأمر	38
3	الزبون بين الرضا والوفاء	87
4	أمثلة عن تكنولوجيا الإعلام ووظائفها	103
5	أمثلة عن تكنولوجيا الاتصال ووظائفها	106
6	نط تطبيق التكنولوجيا الجديدة في البنوك ومؤسسات التأمين	116
7	الموزع الآلي للأوراق النقدية	118
8	الشباك الآلي للأوراق النقدية	119
9	الحد الأقصى للسحب المسموح به أسبوعيا	169
10	إنتاجية شبكة التوفير للوكالة رقم 356 عملية السحب قبل وبعد نظام الدفع الجديد	175
11	عملية السحب قبل وبعد نظام الدفع الجديد	177
12	فعالية آجال تسديد الشيكات والبطاقات البنكية وكيفية معالجتها	178
13	فعالية آجال التسديد التحويلات المالية وكيفية معالجتها	179
14	عمولات بعض العمليات قبل وبعد نظام الدفع الجديد	181
15	عدد العمليات وحجم المبالغ المسحوبة شهريا	183
16	مقارنة لعدد عمليات السحب وحجم المبالغ المسحوبة بين سنتين 2006 و2007	184
17	نسبة الصكوك المستبدلة في شهر أفريل 2006	186
18	نسب تطور استبدال الشيكات العادية بالشيكات المعدلة للفتات: 140, 141, 100	187
19	عدد العمليات وحجم المبالغ المحولة شهريا	189
20	مقارنة بين عدد العمليات وحجم المبالغ المحولة بين سنتي 2006 و2007	191

فهرس الأشكال:

الرقم	مخوان الشكل	الصفحة
1	أطراف التعامل في بطاقة الائتمان	05
2	البنك وبيئته	48
3	وظائف البنوك الشاملة	55
4	المزيج الخدمي لمصرف تجاري	74
5	دورة حياة الخدمة المصرفية	75
6	مفهوم جودة الخدمة	83
7	قياس رضا الزبون في البنك	89
8	العلاقة بين البيانات والمعلومات والمعرفة	99
9	المكونات الرئيسية لتكنولوجيا الإعلام	102
10	الاتصال بين جهازي كمبيوتر	109
11	مثال عن نظام العميل/خادم	123
12	منحنى نموذجي لتكلفة الوحدة على المدى الطويل	130
13	تأثير التكنولوجيا على المجالات التسويقية	137
14	مظاهر جاهزية التكنولوجيا	142
15	المخاطر الناتجة عن المعلوماتية	143
16	المبكل التنظيمي للوكالات من الصنف "أ" "ب" "ج"	154
17	الحلقة الزمنية لآلية المقاصة	163
18	بيان التعريف البنكي	164
19	بنية وهندسة نظام التسوية الإجمالية الفورية	167
20	شبكة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط - بنك	171
21	تطور عدد عمليات السحب من شهر ماي 2006 إلى غاية أوت 2007	185
22	تطور عدد التحويلات المالية الكبيرة والمرسلة من شهر ماي 2006 إلى غاية جويلية 2007	188
23	تطور استبدال الشيكات العادية بالشيكات المعدلة	190

فهرس

المحتويات

- فهرس المحتويات -	
VI-I	المقدمة
1	الفصل الأول: أساسيات النظام المصرفي والنقود الإلكترونية
2	المبحث الأول: النقود الإلكترونية
2	المطلب الأول: مفهوم النقود الإلكترونية
8	المطلب الثاني: نظم الدفع الإلكترونية
10	المطلب الثالث: خصائص النقود الإلكترونية
11	المبحث الثاني: النظام المصرفي
12	المطلب الأول: مفهوم الجهاز المصرفي
13	المطلب الثاني: مكونات الجهاز المصرفي
17	المطلب الثالث: هيكل النظام النقدي الجزائري في ضوء قانون النقد والقرض
19	المبحث الثالث: البنوك التجارية
20	المطلب الأول: مفهوم البنوك التجارية
22	المطلب الثاني: تقنيات البنوك التجارية
41	المطلب الثالث: أهداف وأنواع المصارف التجارية
46	الفصل الثاني: أنشطة ووظائف البنوك
47	المبحث الأول: البيئة المصرفية وتوجهاتها المعاصرة
47	المطلب الأول: طبيعة وأهمية البيئة المصرفية
51	المطلب الثاني: أهم التوجهات المعاصرة للبيئة المصرفية
57	المبحث الثاني: أقطاب البنوك التجارية
57	المطلب الأول: القطب الإداري
59	المطلب الثاني: قطب التطوير واللوجستيك
66	المطلب الثالث: قطب المراقبة والإستراتيجية
70	المبحث الثالث: النشاط التسويقي
70	المطلب الأول: الخدمات المصرفية
78	المطلب الثاني: تسعير، تدوير وتوزيع الخدمة المصرفية
82	المطلب الثالث: جودة الخدمة المصرفية وتحقيق رضا العملاء
93	الفصل الثالث: التكنولوجيا المصرفية
94	المبحث الأول: تكنولوجيا الإعلام
94	المطلب الأول: التكنولوجيا والقوة الاقتصادية

98	المطلب الثاني: تكنولوجيا الإعلام ووظائفها
102	المطلب الثالث: المكونات الأساسية لتكنولوجيا الإعلام
105	المبحث الثاني: تكنولوجيا الاتصال
105	المطلب الأول: مفاهيم حول تكنولوجيا الاتصال
108	المطلب الثاني: شبكات الاتصال
111	المطلب الثالث: أدوات الاتصال ووسائل الاتصال عن بعد
115	المبحث الثالث: تأثير ومخاطر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أنشطة البنوك
115	المطلب الأول: تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة في البنوك
128	المطلب الثاني: مزايا تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة في البنوك
141	المطلب الثالث: عوائق ومخاطر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في البنوك
149	الفصل الرابع: دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط
150	المبحث الأول: التعريف بالصندوق الوطني للتوفير والاحتياط
150	المطلب الأول: التطور التاريخي للبنك
152	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للبنك
155	المطلب الثالث: وظائف البنك
157	المبحث الثاني: أنظمة الدفع الآلية الحديثة في الجزائر
157	المطلب الأول: نظم الدفع التقليدية
159	المطلب الثاني: نظام الدفع العام
165	المطلب الثالث: نظام الجزائر للتسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الضخمة والدفع المستعجل
168	المطلب الرابع: نظام النقد الآلي الجزائري
170	المبحث الثالث: تأثير التكنولوجيا على نشاط البنك
171	المطلب الأول: الوضعية التكنولوجية بالبنك
173	المطلب الثاني: تأثير المعلوماتية على إنتاجية مصالح البنك
176	المطلب الثالث: تأثير أنظمة الدفع الجديدة على فعالية نشاط التوزيع
180	المطلب الرابع: مدى فعالية أنظمة الدفع الجديدة
191	المطلب الخامس: نتائج وتوصيات الدراسة التطبيقية
202	الخاتمة العامة

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

ملخص

تعد تكنولوجيايات الإعلام والاتصال الحديثة من أكبر التحديات التي تواجه أنشطة البنوك التجارية اليوم، ومن غير المعقول تجاهل مؤشرات الثورة التكنولوجية الجارية حاليا 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 تكنولوجيايات الإعلام والاتصال على فعالية أنشطة بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، كما بينت نتائج الدراسة التطبيقية العلاقة التفاعلية الكبيرة بين التكنولوجيا ونشاط البنك، وتجسدت هذه العلاقة من خلال الأثر الواضح على وظيفة الإنتاج وإنتاجية المصالح، وكذا وظيفة توزيع خدمات البنك، بالرغم من أن البنك محل الدراسة في بداية طور الاستفادة من مزايا تكنولوجيايات أنظمة الدفع الآلية الجديدة.

RESUME

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication sont considérées comme le plus important des défis dont les banques Algériennes doivent faire face, car il n'est pas raisonnable d'ignorer les indices de la révolution technologique dans les banques internationales.

Le succès de l'adoption de cette technologie dépend de la gestion de celle-ci pour optimiser l'efficacité de ces opérations et de ces activités.

Cette étude est une tentative de mesure de l'impact des NTICs sur l'efficacité des activités de la CNEP-Banque, comme il a été démontré par les résultats de l'étude pratique, ainsi que la relation interactive entre la technologie et l'activité de la banque. Cette relation se manifeste par un impact évident sur la fonction de la production et de productivité des services, mais aussi sur la fonction de distribution des services bancaires, et ce malgré la situation d'incubation que connaît cette banque, à savoir qu'elle est en période d'acquisition du savoir faire des technologies de pointe dans le domaine des systèmes de paiement moderne.