



الخدمات المصرفية الإلكترونية ودورها في تفعيل النشاط البنكي دراسة حالة بنك البركة الجزائري- وكالة باتنة

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر (أكاديمي) في العلوم التجارية
تخصص: بنوك

الأستاذ المشرف:
د. عبد القادر نويبات

إعداد الطالب:
هارون مسعودي

لجنة المناقشة

الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
رئيسا	أستاذ محاضر	1. علي دبي
مقررا ومشرفا	أستاذ محاضر	2. عبد القادر نويبات
عضوا مناقشا	أستاذ مساعد	3. عبد الوهاب جباري

السنة الجامعية: 2011/2012

إهداء

أهدي هذا البحث...إلى:

من قال فيهم الله عز وجل:

{وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا}

برا وإحسانا لهما، وتقديرا لما قدماه لي،

الإخوة والأخوات، والأقارب،

الزملاء والأصدقاء،

إلى كل من وقف معنا ودعمنا من قريب أو بعيد لإنجاز هذا البحث

بجهد، ووقت، ودعائه...

هارون مسعودي

شكر وتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم والحمد لله مالك الكون وخالق العباد، عالم الغيب والشهادة به

نستعين وعليه نتوكل، وصلى الله على نبيه المصطفى وسلم.

في البداية لا يسعني المقام إلا أن أحمّد الله عز وجل حمدا كثيرا طيبا على ما أنعم وتكرّم

> وعلمك ما لم تكن تعلم وكان فضل الله عظيما <

ثم أتوجه بخالص الشكر والعرفان إلى من ارتبط رضا الله برضاهما وقال فيهما عز وجل

> واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل ربّي ارحمهما كما ربياني صغيرا <

وجزيل الشكر الأستاذ نوبيات محمد القادر مشرفا على هذا البحث بنصائحه القيمة وتوجيهاته

وتشجيعاته السديدة.

وأرفع نفس عبارات الشكر للأستاذة ممن شرفوني بعضويتهم في لجنة المناقشة.

وأخيرا أشكر وأثنى على كل من مد لي يد المساعدة وساهم من قريب أو بعيد في

إتمام هذا البحث ولو بكلمة طيبة.

ملخص

تهدف هذه المذكرة إلى تبيان الأثر الذي تفرزه الخدمات المصرفية الإلكترونية على القطاع البنكي، وذلك بالإجابة على الأسئلة المطروحة في الإشكالية، كما يهدف إلى معرفة الوسائل المطبقة لدى البنوك لتحسين الخدمات المصرفية، ومنه تم تحديد الإطار المفاهيمي للخدمات المصرفية الإلكترونية، بالإضافة إلى إدراج دراسة حالة تضم الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك البركة الجزائري وكالة -403- باتنة.

يمكن القول أن استخدام ثورة الاتصالات جعلت من الخدمات المصرفية الإلكترونية أمرا حتميا سيفرض نفسه في تحديد مستقبل المصارف وتطورها، كما تم التوصل إلى أن هناك أثر للخدمات المصرفية الإلكترونية على القطاع البنكي، وهذا ما يساعد البنوك على الرفع من أداء خدماتها على الرغم من وجود بعض المخاطر المتمثلة في وسائل تقديم الخدمة الإلكترونية وليس طبيعة الخدمة في حد ذاتها ويتضح الأثر أيضا من خلال تغيير شكل أو مكان تقديم الخدمة من التقليدي إلى الإلكتروني الذي يعمل على تقليل التكاليف وتقديم خدمة ذات جودة عالية والوصول بذلك إلى أكبر شريحة من العملاء.

الكلمات المفتاح: الخدمات المصرفية، الخدمات المصرفية الإلكترونية، البنوك الإلكترونية.

Résumé:

Ce travail était destiné à démontrer l'Effets des services bancaires électroniques sur le secteur bancaire, en répondant aux questions soulevées dans le problématique, et vise à trouver des méthodes appliquées pour les banques à améliorer les services bancaires. D'où, avait été limité le cadre conceptuel des services bancaires électroniques, avec l'inclusion de l'étude de cas comprend les services bancaires électroniques dans la Banque Albaraka D'Algerie agence de Batna -403-.

Considèrent que l'utilisation de la révolution des communications a rendu les services bancaires électroniques est d'imposer inévitable lui même dans la détermination de l'avenir des banques et leur développement, comme il a été constaté qu'il y est l'impact du services bancaires électroniques sur le secteur bancaire, ceci aidera les banques à améliorer la performance des services, bien qu'il reste tout un certain risque d'un moyen de fournir des services électroniques et non la nature lui-même, et l'impact évident aussi en changeant la forme ou le lieu de prestation des services traditionnels aux oeuvres électroniques pour réduire les coûts et offrir un service de haute qualité et l'amener le plus grand segment de la clientèle.

Mots clés: services bancaires, services bancaires électroniques, E-banking.

المحتويات

الصفحة	المحتويات
IV	إهداء.
V	شكر وتقدير.
VI	ملخص باللغة العربية.
VI	ملخص باللغة الإنجليزية.
VII	المحتويات.
IX	قائمة الجداول.
X	قائمة الأشكال.
XI	قائمة الملاحق.
أ	المقدمة.
1	الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثرها على الخدمات المصرفية.
2	تمهيد.
3	المبحث الأول: مفاهيم أساسية عن البنوك.
3	● المطلب الأول: لمحة تاريخية عن البنوك.
4	● المطلب الثاني: ماهية البنوك وتقسيماتها.
9	● المطلب الثالث: لجنة بازل والمخاطر المصرفية.
11	المبحث الثاني: الإطار العام للخدمات المصرفية.
11	● المطلب الأول: ماهية الخدمات المصرفية.
14	● المطلب الثاني: تصنيف الخدمات المصرفية.
18	● المطلب الثالث: آليات تطوير الخدمات المصرفية.
23	المبحث الثالث: توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المصرفي.
23	● المطلب الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات.
29	● المطلب الثاني: تكنولوجيا الاتصال والشبكة المعلوماتية.
36	● المطلب الثالث: التطورات التكنولوجية وأثرها على الخدمات المصرفية.
40	خلاصة الفصل الأول.

41	الفصل الثاني: دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تطوير المؤسسات المصرفية.
42	تمهيد.
43	المبحث الأول: النمو في العمل المصرفي الإلكتروني.
43	• المطلب الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية.
47	• المطلب الثاني: قنوات توزيع وأداء الخدمات المصرفية الإلكترونية.
53	• المطلب الثالث: واقع الصيرفة الإلكترونية وتقييمها.
57	المبحث الثاني: البنوك الإلكترونية وأثرها على الخدمة المصرفية.
57	• المطلب الأول: ماهية البنوك الإلكترونية.
61	• المطلب الثاني: خصائص وأهداف البنوك الإلكترونية.
63	• المطلب الثالث: وسائل ونظم الدفع الإلكتروني.
68	المبحث الثالث: معوقات وتحديات الخدمات المصرفية الإلكترونية.
68	• المطلب الأول: معوقات التوسع في الخدمات المصرفية الإلكترونية.
70	• المطلب الثاني: التحديات القانونية في حقل الخدمات المصرفية الإلكترونية.
74	• المطلب الثالث: إستراتيجية تأمين وتفعيل الخدمات المصرفية الإلكترونية.
78	خلاصة الفصل الثاني.
79	الفصل الثالث: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الجزائرية* دراسة حالة بنك البركة - 403 - باتنة*.
80	تمهيد.
81	المبحث الأول: واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر.
81	• المطلب الأول: ظهور وتطور استعمال البطاقات البنكية بالجزائر.
83	• المطلب الثاني: الشبكة النقدية ما بين المصارف.
86	• المطلب الثالث: الخطوات الأولى للصيرفة الإلكترونية في الجزائر.
91	المبحث الثاني: أهمية اعتماد الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك البركة الجزائري - 403 - باتنة.
91	• المطلب الأول: تقديم بنك البركة الجزائري.
96	• المطلب الثاني: وكالة بنك البركة الجزائري - 403 - باتنة.
98	• المطلب الثالث: الواقع العملي للخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك البركة وكالة - 403 - باتنة.
103	المبحث الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية والمعالجة الإحصائية.
103	• المطلب الأول: منهجية الدراسة الميدانية.
104	• المطلب الثاني: عرض وتحليل البيانات.
114	• المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة.
120	خلاصة الفصل الثالث.
121	الخاتمة.
124	الملاحق.
134	المراجع.

قائمة الجداول

34	الجدول رقم (1.1): أهم الفروقات بين الإنترنت والإنترانت.
48	الجدول رقم (1.2): الموزع الآلي للأوراق (D.A.B).
49	الجدول رقم (2.2): الشباك الآلي للأوراق G.A.B.
50	الجدول رقم (3.2): نهائي نقطة البيع الإلكترونية T.P.V.
59	الجدول رقم (4.2): التطور في شكل البنك الإلكتروني.
62	الجدول رقم (5.2): فرق التكلفة بين القنوات التقليدية والإنترنت.
63	الجدول رقم (6.2): تقدير تكلفة الخدمات عبر قنوات مختلفة.
93	الجدول رقم (1.3): أهم الشركات المساهم فيها بنك البركة الجزائري.
105	الجدول رقم (2.3): توزيع أفراد العينة حسب الجنس.
105	الجدول رقم (3.3): توزيع أفراد العينة حسب العمر.
106	الجدول رقم (4.3): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.
106	الجدول رقم (5.3): توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات العمل بالبنك.
107	الجدول رقم (6.3): التكرارات لإجابات عينة من موظفي بنك البركة الجزائري -403- باتنة حسب المؤشر الأول.
108	الجدول رقم (7.3): تقييم أهمية مؤشر نظام المعلومات في البنك في تحقيق تطوير الخدمات المصرفية لبنك البركة الجزائري -403- باتنة حسب المؤشر الأول.
109	الجدول رقم (8.3): التكرارات للإجابات عينة من موظفي بنك البركة الجزائري -403- باتنة حسب المؤشر الثاني.
110	الجدول رقم (9.3): تقييم أهمية مؤشر استخدام تكنولوجيا المعلومات في البنك في تحقيق تطوير الخدمات المصرفية لبنك البركة الجزائري -403- باتنة حسب المؤشر الثاني.
111	الجدول رقم (10.3): التكرارات للإجابات عينة من موظفي بنك البركة الجزائري -403- باتنة حسب المؤشر الثالث.
112	الجدول رقم (11.3): تقييم أهمية مؤشر المزايا التي تعود على بنك البركة الجزائري -403- باتنة في حالة تقديمه للخدمات المصرفية الإلكترونية حسب المؤشر الثاني.
113	الجدول رقم (12.3): تقييم المستوى العام لمدى إمكانية الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحقيق تطوير الخدمات المصرفية.
115	الجدول رقم (13.3): نتائج اختبار T للعينة الواحدة للعلاقة بين أهمية وجود نظام معلومات في البنك وتحقيق تطوير الخدمة المصرفية.
116	الجدول رقم (14.3): نتائج اختبار T للعينة الواحدة للعلاقة بين أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات في البنك وتحقيق تطوير الخدمة المصرفية.
118	الجدول رقم (15.3): نتائج اختبار T للعينة الواحدة للعلاقة بين المزايا التي تعود على البنك في حالة تقديمه للخدمات المصرفية الإلكترونية وتحقيق تطوير الخدمة المصرفية.
119	الجدول رقم (16.3): اختبار تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA.

قائمة الأشكال

22	شكل رقم (1.1): مراحل تطوير المنتج / الخدمة المصرفية.
26	شكل رقم (2.1): تفاعل الإدارة والتنظيم والتكنولوجيا لتشكيل نظام المعلومات.
27	شكل رقم (3.1): مهام نظام المعلومات.
29	شكل رقم (4.1): المفهوم البسيط للاتصال (حسب أرسطو).
31	شكل رقم (5.1): مبيعات أجهزة الحاسوب في السوق العالمية خلال الفترة (2010/1997).
32	شكل رقم (6.1): شكل توضيحي لأصناف الشبكات حسب التوزيع الجغرافي.
33	شكل رقم (7.1): تطور عدد مستخدمي الإنترنت في العالم للفترة 1997 - 2011.
51	شكل رقم (1.2): صور المعاملات المصرفية الإلكترونية.
66	شكل رقم (2.2): الشيك الإلكتروني.
75	شكل رقم (3.2): نظام التشفير الإلكتروني.
85	شكل رقم (1.3): كيفية سير عملية السحب بواسطة البطاقة المصرفية في الجزائر.
94	شكل رقم (2.3): الهيكل التنظيمي لبنك البركة الجزائري.
96	شكل رقم (3.3): الهيكل التنظيمي لوكالة بنك البركة-403- باتنة.

قائمة الملاحق

125	الملحق رقم (1): نموذج الاستبيان المستخدم في الدراسة.
127	الملحق رقم (2): النسب الإحصائية للعوامل الديموغرافية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، عدد سنوات الخدمة بالبنك).
130	الملحق رقم (3): النسب الإحصائية (المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري) حسب المؤشرات الثلاث.
131	الملحق رقم (4): اختبار "ت" (T-Test)، للمؤشرات الثلاث حسب إجابات أفراد العينة.
132	الملحق رقم (5): اختبار تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للخصائص الشخصية لأفراد العينة (العمر، المستوى التعليمي، عدد سنوات العمل بالبنك).

المقدمة

في ظل التطورات السريعة التي عرفتها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، خاصة ما تعلق منها بأنظمة الاتصال عن بعد بالإضافة إلى الثورة المعلوماتية، شهد العالم موجة من التغيرات والتحويلات الرهيبة مست مختلف مناحي الحياة لا سيما الاقتصادية منها، أين تم الانتقال من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات، الذي يتخذ من المعرفة والتقنية مرتكزا له، هذا التحول جعل الاقتصاد العالمي يستفيد من السرعة والفعالية التي توفرها له.

لقد انعكس التطور التكنولوجي على تطور الأنشطة الاقتصادية عامة والصناعة المصرفية خاصة، حيث أصبح استخدام التكنولوجيا الحديثة عنصرا ملازما لها لما توفره من فعالية في العمل وسرعة في الإنجاز ووفرة في المعلومات عن الزبائن والأسواق، والقدرة على تطوير المنتجات الجديدة وإيصالها إلى الزبائن في أي مكان وفي أي وقت، ونتيجة لسرعة انتشارها وتطورها فتح باب المنافسة أمام الدول وخاصة المتطورة منها للاستفادة من مميزاتهما وتقنياتها العالية في شتى المجالات خاصة القطاع المصرفي ليتمكن من خوض غمار المنافسة الشديدة في ظل الانفتاح والعولمة، ولمواجهة هذه التحديات تضع البنوك هذه التكنولوجيا المتطورة والمتجددة باستمرار نصب عينها كرهان حقيقي في قدرتها على رفع التحدي من خلال تطوير خدماتها، وتنوعها بالشكل الذي يلي احتياجات الزبائن ومتطلباتهم المتطورة والمتغيرة، وبالتالي كان لزاما عليها متابعة آخر المستجدات في عالم التكنولوجيا المصرفية باستخدامها وتطويرها،

يسهل التطور التكنولوجي الكبير عملية إنجاز المعاملات المصرفية والاتصال السريع بالنسبة للعملاء وتقليل الجهد، الوقت والعناء اعتمادا على الأساليب الإلكترونية الحديثة في تقديم الخدمات المصرفية، كما انتشرت العديد من قنوات توزيع الخدمة المصرفية كخدمات الصراف الآلي ونظام التحويل الإلكتروني للنقود والعمليات المصرفية المنزلية، بالإضافة إلى التغيرات التي طرأت على نمط سلوك العملاء من خلال اهتمامهم المتزايد بكل من الزمان والمكان الذي تقدم فيه الخدمة المصرفية، هذا ما جعل البنوك المعاصرة تستجيب تدريجيا للتغيرات الحاصلة في أنماط المستهلكين لضمان المحافظة على حصتها السوقية والسعي لكسب حصة سوقية أكبر.

ولما كان تطور النظام المصرفي يتبع تطور شكل ونظام النشاط الاقتصادي المتبع لأي دولة، فإن الجزائر وعلى غرار الدول النامية شهدت إصلاحات مصرفية شاملة استعدادا للتحول لنظام اقتصاد السوق وتحضيرا للاندماج في الاقتصاد العالمي. فخلال السنوات القليلة الماضية أدركت الجزائر ضرورة تحديث نظامها المصرفي من خلال إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للارتقاء به إلى مستوى تلك التطورات، وخلص هذا الإدراك إلى تبني عدة مشاريع دخل بعضها حيز التنفيذ انطلاقا من سنة 2005 في إطار تحديث وسائل الدفع وعصرنتها متضمنة بذلك الخطوات الأولى نحو تطبيق الصيرفة الإلكترونية.

1- إشكالية الدراسة:

رغم قيام الجزائر بعدة إصلاحات مصرفية للنهوض بالقطاع البنكي وذلك بتبني عدة مشاريع من بينها الجزائر للخدمات المصرفية الإلكترونية وذلك لتطوير النظام المصرفي، إلا أن هذه الخدمات ما زالت بعيدة عن المعايير المصرفية الدولية وضمن هذا الإطار العلمي والفكري المتداخل وأمام العرض السابق تبرز ملامح إشكالية البحث والتي يمكن صياغتها على النحو التالي:

إلى أي مدى يمكن للخدمات المصرفية الإلكترونية النهوض بالقطاع البنكي، وتحقيق تطوير الخدمات المصرفية في بنك البركة الجزائري -403- باتنة؟

ولتوضيح مضامين هذه الإشكالية نطرح الأسئلة الفرعية الموالية:

- 1- ما هي أهمية اعتماد نظام معلومات فعال في وكالة بنك البركة الجزائري -403- باتنة؟
- 2- هل الوكالة تدرك أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات ومدى كفاءتها وفعاليتها في تحقيق المستوى المطلوب لأداء الخدمة المصرفية؟
- 3- ما هي طبيعة المزايا التي تعود على الوكالة في حالة تقديمها للخدمات المصرفية الإلكترونية؟

2- فرضيات الدراسة:

وكمحاولة مبدئية للإجابة على السؤال الرئيسي يمكن وضع الفرضية الرئيسية الموالية:

يمكن للخدمات المصرفية الإلكترونية تحقيق تطوير الخدمات المصرفية لوكالة بنك البركة الجزائري -403- باتنة، وبالتالي النهوض بالقطاع البنكي.

ولإجابة عن الأسئلة الفرعية للبحث قمنا بصياغة الفرضيات الآتية لتكون منطلقا لدراستنا؛ وسنسعى لتحليلها واختبارها من خلال دراسة الموضوع:

- 1- إن اعتماد نظام معلومات متكامل في الوكالة يؤدي إلى تحقيق تطوير الخدمة المصرفية.
- 2- إن استخدام تكنولوجيا المعلومات في الوكالة له أهمية بالغة في تعزيز مركزها التنافسي ورفع حصتها السوقية، واحتلال مكانة مميزة في السوق المصرفية.
- 3- توجد علاقة بين المزايا التي تعود على الوكالة في حالة تقديمها للخدمات المصرفية الإلكترونية والدور الذي تلعبه في تحقيق تطوير الخدمات المصرفية.

3- حدود الدراسة:

ترتكز محددات دراستنا في ما يلي:

أ- **الإطار المكاني:** تركز الدراسة على الخدمات المصرفية الإلكترونية ودورها في تفعيل النشاط البنكي في بنك البركة الجزائري -403- باتنة والذي يعد أول بنك إسلامي في الجزائر والذي يقع مقره بـ: شارع بن باديس ممرات مصطفى بن بولعيد رقم 18 باتنة.

ب- **الإطار الزمني:** إن فترة الدراسة كانت تربص في البنك والذي امتد من 2 ماي 2012 إلى 20 ماي 2012.

4- منهجية البحث وأدوات التحليل المستخدمة:

قصد الإحاطة بمختلف جوانب الموضوع والإجابة على إشكالية البحث واختبار صحة الفرضيات اعتمدنا على عدة مناهج حتى تتمكن من جعل الدراسة متوافقة مع محاور البحث المختلفة، حيث يستند بدرجة أولى على المنهج الوصفي التحليلي، بهدف وصف وتحليل مختلف أبعاد الموضوع لكشف كل ما يتعلق بالمفاهيم المرتبطة بالخدمات المصرفية وتكنولوجيا المعلومات، والخدمات المصرفية الإلكترونية، والتطرق إلى شرح وتفسير بعض الإحصائيات والتطورات التي تمت معالجتها خلال البحث، هذا مع الاعتماد أحيانا على المنهج التاريخي، مثل سرد تطور الصيرفة الإلكترونية والمراحل التي مرت بها، كما تم الاعتماد على منهج دراسة حالة الخدمات المصرفية الإلكترونية من أجل التعرف على دورها في تفعيل النشاط البنكي مقارنة بم التعرف عليه في الجانب النظري.

وتجدر الإشارة إلى أنه تم اعتماد أدوات التحليل الإحصائي لعرض وتحليل نتائج الدراسة التطبيقية، والمتمثلة في برنامج إكسل (*Microsoft Excel*)، وبرنامج التحليل الإحصائي SPSS 16.0.

5- أسباب اختيار الموضوع:

ثمة أسباب متعددة دفعتنا لاختيار البحث في هذا الموضوع دون غيره من المواضيع، ونلخصها فيما يلي:

- بحكم تخصصنا في البنوك وميولنا الأكاديمي لدراسة مواضيع ذات الطابع المعلوماتي؛
- الميل إلى الخوض في المواضيع الحديثة التي تعرف تطورات وتحولات متلاحقة باعتبارها موضوع الساعة، لا سيما أمام التحديات التي يفرضها التطور التكنولوجي؛
- قلة الدراسات والأبحاث الأكاديمية على المستوى العربي التي عالجت هذا الموضوع وخاصة فيما يخص جانب استقطاب البنوك الجزائرية والعربية لهذه الخدمات؛
- الاطلاع المسبق على بعض المقالات والأعمال في الموضوع أعطت الباحث نظرة عامة شجعت على اختيار الموضوع كمذكرة للتخرج.

6- أهمية الموضوع:

تبرز أهمية الدراسة ضمن المجالات التالية:

- زيادة الوعي لدى البنوك والعملاء في استخدام هذه الخدمات وتحفيزهم بما تحقق من مستوى عال في الأداء والفعالية في البنوك؛
- يعتبر هذا البحث مساهمة علمية في بناء الإطار النظري لإشكالية الخدمات المصرفية الإلكترونية ودورها في تحقيق تطوير الخدمات المصرفية؛
- إثراء رصيد مكتبة الجامعة بمواضيع جديدة وهامة في الخدمات المصرفية الإلكترونية؛
- ستسمح لنا هذه الدراسة بإعطاء صورة واضحة عن استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية؛
- إعطاء نظرة أكثر واقعية من خلال أمثلة عن استعمال الخدمات المصرفية الإلكترونية.

7- أهداف البحث:

نسعى من خلال قيامنا بهذه الدراسة العلمية إلى تحقيق جملة أهداف أهمها:

- تبيين المتغير التكنولوجي كمتغير نوعي، يتطلب معالجة خاصة وإعطائه مكانة أساسية ضمن توليفة عوامل الخدمات المصرفية، وذلك من خلال مساهمته في أداء البنوك؛
- تبيان دور وأهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك، ومحاولة إزالة الغموض الذي يكتنفها؛
- دراسة واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الجزائرية من خلال دراسة حالة بنك البركة الجزائري -403- باتنة.
- محاولة تقليص الفجوة بين البنوك والجامعة ونقل الأبحاث إلى أرض الواقع وعدم تركها حبيسة الأدرج والمكتبات.

8- الدراسات السابقة:

من خلال ما قمنا به من مسح على مستوى المكتبات، تبين لنا أن الصيرفة الإلكترونية من المواضيع الجديدة، وهناك بحوث ودراسات اهتمت في معظمها بإبراز أهمية الخدمات المصرفية في القطاع البنكي، غير أننا وجدنا عدة بحوث يمكن اعتبارها كمدخل لبحثنا هذا نذكر منها:

- تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودورها في تحديث الخدمة المصرفية دراسة حالة الجزائر للباحث محمد يدو بجامعة البليدة؛
- الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري - الأفاق والتحديات- للباحث رشيد بوعافية بجامعة البليدة؛
- أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية للباحثة فضيلة شيروف بجامعة قسنطينة.

تعد دراستنا امتدادا للدراسات السابقة ومكملة لها، إلا أنها تختلف عن الدراسات السابقة في العديد من الجوانب أبرزها:

- إبراز دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تفعيل النشاط البنكي من خلال بنك البركة الجزائري-403-باتنة.
- لم تقتصر دراستنا على أهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية بل توسعت لتشمل أيضا دراسة المزايا التي تعود على البنوك في حالة تقديمها للخدمات المصرفية الإلكترونية.

9- هيكل البحث:

من أجل الوصول إلى النتائج المنتظرة من هذه الدراسة، قسمنا البحث إلى ثلاثة فصول، يتضمن كل فصل ثلاثة مباحث، وهذا كما يلي:

- **الفصل الأول:** حاولنا في هذا الفصل التعرف على بعض المفاهيم الأساسية عن البنوك من خلال تقديم لمحة تاريخية عن البنوك وماهيتها وتقسيماتها والمخاطر التي تتعرض لها وظهور لجنة بازل للمخاطر المصرفية، وتضمن المبحث الثاني من هذا الفصل الإطار العام للخدمات المصرفية من خلال إعطاء مفهوم للخدمات المصرفية وتصنيفاتها وآليات تطوير هذه الخدمات وسلطان الضوء في آخر هذا الفصل على متغيرين رئيسيين هما تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتفاعل العمل المصرفي مع هذين المتغيرين.
- **الفصل الثاني:** تطرقنا في هذا الفصل إلى النمو في العمل المصرفي من خلال مدخل للصيرفة الإلكترونية وقنوات توزيع وأداء الخدمات المصرفية الإلكترونية وواقع الصيرفة الإلكترونية وتقييمها، وبيننا في الجزء الثاني من هذا الفصل ظهور البنوك الإلكترونية وأثرها على الخدمة المصرفية من خلال إعطاء مفهوم هذه البنوك وخصائصها وأهدافها والتطرق إلى وسائل ونظم الدفع في هذه البنوك ويختم المبحث الثالث الفصل بتسليط الضوء على معيقات وتحديات الخدمات المصرفية الإلكترونية على معيقات التوسع والتحديات القانونية وإستراتيجية تأمين وتفعيل هذه الخدمات.
- **الفصل الثالث:** تطرقنا في هذا الفصل إلى واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر وذلك بالتطرق إلى ظهور وتطور استعمال البطاقات البنكية في الجزائر وإنشاء الشبكة النقدية ما بين المصارف وإلى الخطوات الأولى للصيرفة الإلكترونية وتضمن المبحث الثاني أهمية اعتماد الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك البركة الجزائري-403- باتنة وذلك من خلال إعطاء تقديم لبنك البركة الجزائري و معلومات عامة عن وكالة البركة -403- باتنة والواقع العملي لهذه الخدمات في الوكالة، وختمنا هذا الفصل بتقديم دراسة استبائية لإبراز مدى أهمية اعتماد الخدمات المصرفية الإلكترونية في تفعيل النشاط البنكي.
- **الخاتمة:** قمنا بإعطاء النتائج النهائية للبحث عن طريق اختبار الفرضيات، كما حاولنا تقديم مقترحات للإفادة.

تمهيد:

لتطوير البنوك والمؤسسات المالية أصبح تبني الخدمات المصرفية ضرورة حتمية، بحيث يستوعب هذا المفهوم علاقة تلك الكيانات بالسوق، وتحدد من خلاله كيفية القيام بتطوير متوازن لكل الفئات، بمعنى أن التطوير يجب أن يشمل جميع الفئات القائمة والمستفيدة من العملية ابتداء من زبائن البنوك والمؤسسات المالية وأصحاب رؤوس الأموال والعاملين في البنوك، بالإضافة إلى جميع الأطراف الأخرى المتعاملة معها.

ولذلك أصبح تطوير الخدمات المصرفية ضرورة وليس ترفاً، تتبع من التطورات التي شهدتها العالم في الحقبة الأخيرة من القرن الماضي وعلى رأسها التقدم التكنولوجي المذهل الذي يعد من أهم التغيرات التي ساهمت في إحداث تحول جذري في أنماط العمل المصرفي حيث عملت البنوك على تطوير خدماتها من خلال تكثيف الاستفادة من إرث تقنيات المعلومات والاتصالات وتطويرها بكفاءة عالية بغية ابتكار خدمات مصرفية مستحدثة وتطوير أساليب تقديمها بما يكفل انسياب الخدمات المصرفية من البنوك إلى العميل بدقة وسهولة ويسر بما يتواءم والمتطلبات المعاصرة لمختلف شرائح العملاء ويحقق للبنك نمواً في حجم عملياته وأرباحه من ناحية أخرى.

على هذا الأساس سنحاول في هذا الفصل التعرف على بعض المفاهيم الأساسية للبنوك والخدمات المصرفية، وآليات تطوير هذه الخدمات، مع تحديد أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الخدمات المصرفية، وذلك وفقاً للمحاور التالية:

- مفاهيم أساسية عن البنوك؛
- الإطار العام للخدمات المصرفية؛
- توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المصرفي.

المبحث الأول: مفاهيم أساسية عن البنوك.

تعد البنوك من أهم المنشآت المالية الحيوية في أسواق النقد النظام المصرفي لأي اقتصاد قومي، حيث تلعب دورا رياديا وإستراتيجيا في تنفيذ أهداف ومكونات السياسة المالية للدولة بعناصرها الائتمانية والنقدية، وبذلك فهي تساهم بشكل جوهري في تصعيد ركائز التنمية الاقتصادية والاجتماعية باعتبارها الوسيط الاقتصادي الوحيد الذي يتولى عملية تجميع الموارد المالية عن طريق الادخار لإعادة توجيهها في عملية تمويل النشاط الاستغلالي للمؤسسات الاقتصادية في إطار ما يسمى بالقروض البنكية التي تمنح لها من طرف البنوك، لذا نحاول من خلال هذا المبحث التعرض إلى النقاط التالية:

- لمحة تاريخية عن البنوك؛
- ماهية البنوك وتقسيماتها؛
- لجنة بازل والمخاطر المصرفية.

المطلب الأول: لمحة تاريخية عن البنوك.

يمتد تاريخ نشوء المصارف إلى العهد البابلي منذ أن برزت مجموعة الصيارفة وكهنة المعابد وبدأت عمليات التسليف والإيداع. وكان المصرف في العهد البابلي يقوم بالعمليات التمويلية بوساطة أوامر مكتوبة على الألواح الطينية والقيام بالعمليات الجارية. ومن أهم هذه العمليات هي تجارة المعادن كالذهب والنحاس والعاج وكانت له شبه فروع خارج العراق لنقل المعادن وإتمام معاملات الاعتماد والحوالات، وكان يقوم بعمليات الصفقات العقارية وتجارة الرقيق والائتمان أيضا، ثم تطورت المصارف في زمن الفينيقيين إذ أصبحت للمصارف شهرة واسعة في مجال التجارة مع بلاد فارس والبلاد المطلة على سواحل البحر المتوسط.

وتقدمت العمليات المصرفية في العهد الروماني إذ أصبحت الحسابات للودائع شبه مستمرة وهو ما يسمى الآن بالحسابات الجارية. وقد اتسع العمل المصرفي في القرن الحادي عشر الميلادي حيث شمل تبادل النقود فضلا عن إيداعها وإقراضها.¹

وأصل كلمة بنك مشتقة من banc أي الطاولة، فقد كان في القديم الشخص الذي يقوم بتجارة العملة يجلس في الطاولة في الشارع. وترجع نشأة البنوك التجارية أو الأولية إلى الفترة الأخيرة من القرون الوسطى حيث قام بعض التجار والصياغ في أوروبا وبالذات في مدن البندقية وبرشلونة بقبول أموال المودعين والاحتفاظ بها في مأمن من السرقة والضياع، مقابل إصدار شهادات إيداع اسمية ومنذ القرن 14م سمح التجار والصياغ لبعض عملائهم بالسحب على المكشوف وقد أدى ذلك إفلاس عدد من المؤسسات والذي دفع عددا من المفكرين في الربع الأخير من القرن 16 إلى المطالبة بإنشاء أول بنك حكومي في البندقية باسم Banca della piazza devialta سنة 1587م، أما أول بنك في التاريخ هو بنك برشلونة سنة 1401م، وفي عام 1609م أنشئ بنك أمستردام وكان غرضه الأساسي حفظ الودائع وتحويلها عند الطلب.

1 خالدة محمد ناجي، المصارف العراقية ودورها في الاستثمار الواقع .. والطموح، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص اقتصاد، قسم العلوم الاقتصادية، (الأكاديمية العربية المفتوحة في الدمارك، الدمارك، 2010)، ص 29-30.

وباستقرار في هذه المؤسسات المالية اعتاد الأفراد قبول شهادات الإيداع ثم تحولت الشهادات تدريجياً من شهادات اسمية إلى شهادات تستحق الدفع لحاملها فازداد تداول هذه الشهادات انبثق منها ما يعرف حالياً بالشيك.

منذ بداية القرن 20م أخذ عدد البنوك يزداد تدريجياً وكانت أغلبها مؤسسات مالية يملكها أفراد وعائلات وكانت القوانين تقتضي بحماية المودعين.

إن ظهور الثورة الصناعية وانتشارها في دول أوروبا أدى إلى إنشاء بنوك بشكل شركات مساهمة التي اتسعت وأقامت فروع لها في كل مكان فاتسعت وظائفها لتشمل عملية الاقتراض والتسهيلات الائتمانية وخلق النقود.

في حين جاءت نشأة البنوك المركزية متأخرة كثيراً عن نشأة البنوك التجارية ففي عام 1968م أنشئ بنك السويد، وفي عام 1964م أنشئ بنك إنجلترا وفي عام 1800م بنك فرنسا.¹

أما في الجزائر فيعود إنشاء الجهاز المصرفي إلى القرن التاسع عشر وكان مستنسوخاً عن النظام الفرنسي بغرض خدمة مصالحه المالية، فكل البنوك الموجودة في الجزائر آنذاك عبارة عن فروع للبنوك الفرنسية خاصة أو عامة أو مختلطة ولكن بعد الاستقلال قامت الجزائر بتأميم النظام المصرفي.²

المطلب الثاني: ماهية البنوك وتقسيماتها.

لقد عرفت البنوك بصفة عامة تطوراً هاماً عبر التاريخ ولقد مس هذا التطور كل الجوانب، فأثرت وتأثرت بمحيطها السياسي، الاقتصادي، المالي والنقدي، وحتى الاجتماعي والثقافي، كل ذلك أدى إلى بروز مفاهيم وتقسيمات ووظائف جديدة بالنسبة للبنوك تماشياً مع هذه التطورات ومواكبة لمتطلبات العصر، ونبين من خلال هذا المطلب:

- مفهوم البنوك؛
- تقسيمات البنوك؛
- أهمية ووظائف البنوك.

1- مفهوم البنوك:

هنالك عدة تعاريف متنوعة للبنك باعتباره مؤسسة مالية ووسيطاً وتاجراً في الأموال بين الممولين والتمويلين من المستثمرين وأصحاب المشاريع حيث يتوسط البنك بين المقرضين والمقترضين، وسوف نتطرق إلى بعض منها:

- البنك عبارة عن منشأة مالية تقوم بجمع الودائع وقبولها ثم إقراضها قصد توظيف المال وإمداد المشاريع الاقتصادية بمصادر التمويل.

1 إسماعيل محمد هاشم، مذكرات في النقود والبنوك، (دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1972)، ص 43.

2 نجابة عبد الله، الاقتصاد المصرفي، (مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2008)، ص 179-180.

- البنك شركة ينطوي عملها على استلام الودائع المختلفة والقيام بالعمل المصرفي اللازم للنشاط التجاري والمالي والاقتصادي ويستهدف البنك من هذا العمل دعم المركز المالي والحصول على أرباح في كل عملية مالية يقوم بها.¹
- يعرف 2009 Mishkin.Fredric S المصارف بأنها مؤسسات مالية تقبل الودائع وتمنح القروض، وينطوي تحت هذا المصطلح منشآت متعددة مثل المصارف التجارية ومؤسسات الإقراض والادخار، ومصرف واتحادات منح الائتمانات، كما أنها تلعب دور الوساطة المالية من خلال تفاعلها مع الفرد بصفة مستمرة ومتكررة.
- أما تعريف 2002 Rose. Peter S فتضمن المصرف بقوله وسيط مالي يقبل الودائع ويمنح القروض ويقدم مجالا أوسع من خدمات أي مؤسسة مالية أخرى.
- واقصر تعريف رمضان وجودة 1996 للمصرف على أنه مكان التقاء عرض الأموال بالطلب عليها، أي إن المصارف تعمل كأوعية تتجمع فيها الأموال والادخارات ليعاد إقراضها إلي من يستطيع ويرغب في الاستفادة وإفادة المجتمع منها عن طريق استثمارها.
- لقد حدد 1990 Molyneux Philip العوامل التي يمكن من خلالها إطلاق تسمية مصرف وهي:
 - أ- السمعة الجيدة نتيجة الاحتفاظ بالودائع.
 - ب- وجود شبكة واسعة من الخدمات المصرفية المتخصصة ذات الجودة العالية، لاسيما الحسابات الجارية وحسابات الودائع، وقبول الأموال في الأعمال المصرفية للبيع بالجملة، وتقديم القروض والتسهيلات بالمكشوف، أو الإقراض في نطاق الأعمال المصرفية للبيع بالجملة، وتقديم خدمات عمليات تبادل العملات الأجنبية والتعامل بالكمبيالات والسندات الأذنية بما في ذلك تمويل التجارة الخارجية، وتقديم الاستثمارات المالية والتسهيلات اللازمة في ميدان بيع وشراء الاستثمارات.
 - ت- الاحتفاظ بحد أدنى من رأس المال والاحتياطيات.

بناء على ما تقدم، إن المصارف مؤسسات مالية تقدم مجالا واسعا من الخدمات المالية Financial Services خصوصا خدمات الائتمان والادخار. كما أنها توفر مجالا واسعا من الوظائف المالية Financial Functions لأي منظمة تعمل في ميدان الاقتصاد مما أدى إلى وجود مصارف وخدمات مالية عاملة ذات جودة عالية.²

2- تقسيمات البنوك:

تختلف الدول من حيث نظمها الاقتصادية وتبعاً لذلك تختلف النظم المصرفية من دولة لأخرى، ويتكون الجهاز المصرفي في أي دولة من الدول من عدد البنوك وتختلف في أنواعها تبعاً لتخصصاتها.

1-2 تعريف النظام المصرفي:

لقد تعددت تعاريف النظام المصرفي فقد عرف بأنه: "ذلك النظام الذي يتكون من البنك المركزي والبنوك التجارية وهو ما يعرف بالمعنى الضيق للنظام المصرفي والمعنى الأوسع: "فإن النظام المصرفي يتكون من البنك المركزي والبنوك التجارية والبنوك المختصة كما يمكن أن يضاف إلى ذلك بقية المؤسسات المالية والمصرفية الأخرى".³

1 خياطة عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص. 87-88.

2 رعد حسن الصرن، عولمة جودة الخدمة المصرفية، (دار التواصل العربي للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 2007)، ص 79-81.

3 ناظم محمد نوري الشمري، النقود والمصارف، مربية دار الكتب للطباعة والنشر، العراق، 1995، ص 119.

كما يعرف النظام المصرفي أيضا بأنه مجموع المصارف العاملة في بلد ما وهو يضم مجمل النشاطات التي تمارس بها عمليات مصرفية، وخاصة تلك المتعلقة بمنح الائتمان، وهو يشمل الجهاز المصرفي والمنشآت المالية المتخصصة والسلطات المستولة عن السياسة النقدية أي البنك المركزي والخزينة العامة.¹

ومن هذا فإننا نستطيع إعطاء تعريف شامل للنظام المصرفي على أنه مجموعة من البنوك المتواجدة في بلد معين تحكمها قوانين وأنظمة.

2-2 مكونات النظام المصرفي.

1.2.2 البنك المركزي: إن البنك المركزي يقف على قمة النظام المصرفي سواء من ناحية الإصدار النقدي أو من ناحية العمليات المصرفية وتتناول خلال عرضنا تعريفين للبنك المركزي:

- يعرفه قانون النقد والقرض 7 في مادته 11 الذي أصدرته الحكومة الجزائرية بأنه "مؤسسة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي".²
- كما يعرف على أنه: "المؤسسة التي تتكفل بإصدار النقود في كل دول العالم وهو المؤسسة التي تشرف على النظام النقدي ولذلك يشرف على التسيير النقدي ويتحكم في كل البنوك العاملة في الاقتصاد ويعتبر البنك المركزي بنك البنوك عند الضرورة كما يقوم بتقديم التسيقات الضرورية للحكومة في إطار القوانين والتشريعات السائدة لذلك يقال أن البنك المركزي هو الملجأ الأخير للاقتراض".³

2.2.2 البنوك التجارية

- البنوك التجارية تعد السابقة في النشأة إلا أنها تعتبر في الدرجة الثانية في التسلسل الرئيسي للجهاز المصرفي، لا يسبقها في ذلك سوى البنك المركزي، وهناك عدة تعاريف للبنوك التجارية منها:
- هي المؤسسة التي تتعامل في الدين أو الائتمان فبنك الودائع يحصل على ديون الغير ويعطي مقابلها وعودا بالدفع تحت الطلب أو بعد أجل قصير وهذا الائتمان الذي يقدمه البنك يدخل ضمن أصوله لأنه يمثل حقا له قبل الغير.⁴
 - عبارة عن مؤسسات مالية تقوم بجمع المدخرات وإنشاء الائتمان وقبول كافة الودائع وتمويل المشاريع أو إنشائها والبحث عن الودائع.⁵

3.2.2 البنوك المتخصصة: هناك عدة تعاريف نذكر منها:

- البنوك المتخصصة هي كل مؤسسة أو هيئة اعتبارية أنشأت لأغراض خاصة هدفها منح القروض وتطوير قطاع معين داخل الدولة.⁶

1 خبايا عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص 179.

2 طاهر لطرش، تقنيات البنوك: دراسة في طرق استخدام النقود من طرف البنوك مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية، (ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 4، 2005)، ص 199.

3 المرجع السابق، ص 11.

4 صبحي تادريس قرينة، النقود والبنوك، (دار النهضة، بيروت، 1984)، ص 78.

5 خبايا عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص 88.

6 زياد رمضان ومحفوظ جودة، إدارة البنوك، (دار المسر، ودار الصفاء، عمان، الطبعة 2، 1996)، ص 96.

تختلف هذه المؤسسات عن غيرها في أنها تخصص في تمويل قطاع معين عن طريق الائتمان الذي تقدمه، وغالبا ما يكون متوسط وطول الأجل بحكم طبيعة النشاط الاستثماري القائم في القطاعات كالزراعة، والصناعة، والعقارات والإسكان.

وأهم ما يميزها عن البنوك التجارية هو:

- عملياتها المصرفية تنصب حول نوع معين من النشاطات الاقتصادية.
- الحصول على الودائع تحت الطلب لا تعد من الوظائف الأساسية لها.
- تعتمد في نشاطها على رؤوس أموالها.
- أغلب توظيفاتها من قروض طويلة الأجل.¹

هذا ويمكن تقسيم البنوك المتخصصة من حيث عمليات التمويل التي تقوم بها إلى الأنواع التالية:

أ- البنوك الصناعية

تقوم بتقديم السلف والقروض ومساعدة الصناع للقيام بأعمالهم على أتم وجه ورفع مستوى الصناعة والمساهمة في إنشاء شركات صناعية ومثل ذلك البنك الصناعي.

ب- البنوك الزراعية

تقوم هذه البنوك بمنح سلف للزراع لمدة قصيرة بضمان المحاصيل للقيام بأعمال الزراعة، وقد قامت هذه البنوك لحماية صغار الزراع من استغلال المربين.

ت- البنوك العقارية

توظف أموالها في منح قروض ذات أجال مقابل رهن عقاري بضمان أراضي زراعية وذلك وذلك لاستصلاح الأراضي أو بناء عقارات وفي أغلب الأحوال توضع هذه البنوك تحت إشراف الدول للمحافظة على الثروة القومية.²

3- وظائف البنوك

تختلف وظائف البنوك باختلاف أنواعها ويمكن أن نعطي وظائف أنواع البنوك الرئيسية فيما يلي:

1.3 - وظائف البنك المركزي: برزت عدة وظائف أهمها:

- الإصدار: حيث يحتكر البنك المركزي هذه العملية، على أن يمارسها بتفويض من الدولة وإصدار الأدوات النقدية، بهذا الأخير يمكن ضمان عدم إفلاس الخزينة بإعطائها تسبيقات ويأشر هذه الوظيفة بعد تأسيسه مباشرة.
- له صلاحية إعادة الخصم للبنوك وخصم السندات العمومية والخاصة كما يمكنه قبول إدخال سندات ممثلة للقروض متوسطة الأجل في محفظة الأوراق المالية.
- له صلاحية منح الخزينة سلفيات مكشوفة على حسابها الجاري.
- يساعد الدولة في المفاوضات التي تجريها في المجال المالي والنقدي مع المنظمات، والمؤسسات المالية والنقدية العالمية وهو الرقيب عبي التمويل الخارجي.
- منح إجازات التصدير والاستيراد، شراء وبيع العملات الأجنبية، كما انه هو المسؤول عن ميزان المدفوعات.
- يشارك مع السلطات في إعداد وتشريع قوانين الصرف وتنفيذها، كما كلف بمراقبة الجهاز المصرفي.³

1 صبحي نادريس قريضة، مرجع سبق ذكره، ص: 144.

2 محمد الصبري، إدارة المصارف، (دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2007)، ص 27.

3 نجابة عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص، ص 181-182.

2.3- وظائف البنوك التجارية.

1.2.3 - العمليات على السندات: تتلخص هذه العمليات بالدور الذي يقوم به البنك التجاري باسم زبائنه وعملائه في الأسواق المالية، وذلك بتدخله في هذا السوق كمشتري وكبائع للأسهم والسندات كما يقوم البنك التجاري بالاكتتاب لصالح عملاءه في سندات الخزينة وبمهمة إعطائهم النصائح لاستعمال أموالهم في العمليات المالية.

2.2.3 - عمليات القرض: تعتبر عمليات القروض من أهم العمليات التي تقوم بها البنوك التجارية وتتخذ القروض القصيرة الأجل عدة أشكال:

- القروض النقدية أو القروض عن طريق الخزينة وتشمل التسبيقات أو السلفيات من الخزينة.
- الخصم: يقوم البنك بخصم الأوراق التجارية المقدمة من طرف زبائنه التجار والصناع، وبإمكانه أن يعيد خصم الأوراق التجارية لدي البنك المركزي.
- القرض بضمان أوراق مالية أو تجارية: يتعلق الأمر هنا بالقرض التي يعطيها البنك التجاري لقاء استلامه من المقترض عددا معينا من السندات العامة أو من الحوالات والسندات.
- القرض بالتوقيع: لا يقوم البنك بمنح القرض ولكنه يقرض توقيعه أي يعطي ضمانا لصالح المقترض مقابل عمولة يدفعها هذا الأخير.
- القرض المستندي.
- القرض القابل للتعبئة من الأذونات التجارية.
- العمليات مع أجهزة النظام المصرفي.¹

3- وظائف البنوك المتخصصة

تختلف هذه الوظائف على حسب كل نوع من هذه البنوك:

أ- البنوك الصناعية: يقوم البنك الصناعي بدور هام حيث يمد المشروعات الجديدة بما تحتاج إليه من تسهيلات ائتمانية بالعملة المحلية أو بالعملة الأجنبية اللازمة للتوسعات أو الإحلال وتحديد الآلات المستهلكة ويمتد نطاق نشاطه ليشمل القطاع العام والخاص وكذلك الحرفيين وأصحاب الصناعات الصغيرة، كما توجد لدى البنك أجهزة متخصصة لدراسة المشروعات الجديدة ودراسة الجدوى من أجل تقديم المشورة الفنية لهذه المشروعات.

ب- البنوك الزراعية: تقوم بمنح الائتمان الزراعي قصير الأجل لخدمة التنمية الزراعية عن طريق التمويل، كما تقوم بالأعمال المصرفية العامة التي من شأنها زيادة المقدرة التمويلية حتى يتسنى لها التوسع في منح التسهيلات الائتمانية اللازمة للتنمية الزراعية.

ج- البنوك العقارية: تقدم تسهيلات وخدمات مصرفية للأفراد والمؤسسات والجمعيات التعاونية السكنية، لمساعدتها على إنشاء العقارات السكنية أو العمرانية الأخرى.²

2 المرجع السابق، ص، ص181-182

2 عبد الله نعمة جعفر، محاسبة المنشآت المالية، (دار حنين، الأردن، 1996)، ص، ص 25-26.

المطلب الثالث: لجنة بازل والمخاطر المصرفية.

تعرض البنوك على اختلاف أنواعها للعديد من المخاطر، والتي تؤثر على أدائها ونشاطها، فالهدف الأساسي لإدارة أي بنك هو تعظيم ثروة حملة الأسهم، والتي تفسر بتعظيم القيمة السوقية للسهم العادي، وتتطلب عملية تعظيم الثروة أن يقوم المديرون بعملية تقييم للتدفقات النقدية والمخاطر التي يتحملها البنك، نتيجة توجيهه لموارده المالية في مجالات تشغيل مختلفة. والاتجاه نحو زيادة الربحية، تقتضي من إدارة البنك أن تقوم بالاستثمار في أصول تولد أكبر قدر ممكن من الربحية مع خفض التكلفة، ولكن هناك اختلاف بين تعظيم الأرباح وتعظيم الثروة. فلكي يحصل البنك على ربح عالي، يجب عليه إما أن يتحمل المزيد من المخاطر الناتجة عن ذلك كما أننا سنتناول في هذا المطلب أهم المخاطر التي تواجه البنوك وظهور لجنة بازل للرقابة المصرفية.

أولاً: أهم المخاطر التي تواجه البنوك:

وتتجسد المخاطر الرئيسية التي تواجه البنوك فيما يلي:

1- مخاطر الائتمان

يعتبر التوسع في منح الائتمان النشاط الرئيسي لمعظم المصارف، وهذا يتطلب منها الانتباه إلى المقدرة الائتمانية للمقترضين عند منحهم الائتمان، إذ من المحتمل أن تتغير تلك المقدرة وتنخفض بعد فترة زمنية معينة نتيجة لعوامل مختلفة وبالتالي تنعدم قدرتهم على السداد، وتعتبر مخاطر الائتمان (أو مخاطر فشل العميل في الوفاء بالتزاماته التعاقدية مع المصرف) من أهم المخاطر التي تواجه المصارف، إضافة إلى مخاطر التركيز الائتماني التي تنشأ بسبب تركيز تعامل المصرف مع عميل واحد أو مجموعة محددة من العملاء أو نتيجة عدم التنوع والاهتمام بصناعات محددة أو قطاعات اقتصادية أو أقاليم جغرافية أو مجموعة من الأنشطة ذات الحساسية لعوامل اقتصادية واحدة.

2- مخاطر السيولة

هي المخاطر الحالية والمستقبلية التي لها تأثير على إيرادات البنك ورأسماله الناشئة عن عدم مقدرة البنك على مقابلة التزاماته عند استحقاقها بدون تكبد خسائر غير مقبولة، وتظهر مخاطر السيولة عندما لا يكون حجم السيولة لدى البنك كافياً لمقابلة الالتزامات ولا يمتلك القدرة للحصول على الأموال اللازمة سواء بزيادة الالتزامات، أو التسهيل الفوري للموجودات وبتكلفة معقولة، وهذا سينعكس على ربحيته وفي الحالات الشديدة قد يؤدي إلى إعسار المصرف.

3- مخاطر سعر الفائدة

يتعرض البنك لخطر سعر الفائدة عند حدوث تقلبات في السعر، إذ يعرف هذا الخطر بالخسارة المحتملة للبنك والناجمة عن التغيرات غير الملائمة لسعر الفائدة، ويتمثل في مدى حساسية التدفقات النقدية المحتملة للبنك والناجمة عن التغيرات غير الملائمة لسعر الفائدة، ويتمثل في مدى حساسية التدفقات النقدية.¹

1 فائزة لعرف، مدي تكييف النظام المصرفي الجزائري مع معايير لجنة بازل، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص إدارة الأعمال، قسم علوم تجارية، (جامعة المسيلة، 2010)، ص. ص 36-37.

4- مخاطر أسعار الصرف

وهي المخاطر التي تنشأ نتيجة التقلبات أو التغيرات العكسية المحتملة في أسعار صرف العملات أو في المراكز المحتفظ بها من تلك العملات، فإذا كان البنك يحتفظ بموجودات من عملة معينة أكبر من المطلوبات من نفس العملة، فإن الخطر يكمن في انخفاض سعر الصرف، وإذا كان العكس أي أن المطلوبات من عملة معينة أكبر من الموجودات منها، فإن الخطر يكمن في ارتفاع أسعار الصرف لهذه العملة. ومن الجدير بالذكر في هذا المقام إلى أن من الأسباب التي تؤدي إلى تدهور أسعار صرف عملة بلد ما، هي العجزات المستمرة في موازين المدفوعات وعدم إتباع سياسات مالية رشيدة، مما يؤدي إلى زيادة الاقتراض الحكومي وينشأ عنه ضغوطات تضخمية على الاقتصاد.

5- مخاطر السوق

تواجه المصارف خطر خسارة جزء من أصولها نتيجة لتحركات الأسعار في السوق، وتمثل هذه المخاطر في إمكانية تكبد البنك لخسائر نتيجة للتغيرات المعاكسة في الأسعار السوقية، وتنشأ من التذبذبات في المراكز المأخوذة في أسواق السندات، الأسهم، العملات والبضائع.

6- المخاطر الإستراتيجية

هي تلك المخاطر الحالية والمستقبلية التي يمكن أن يكون لها تأثير على إيرادات البنك وعلى رأس ماله نتيجة لاتخاذ قرارات خاطئة، أو التنفيذ الخاطيء للقرارات وعدم التجاوب المناسب مع التغيرات في القطاع البنكي، ويتحمل مجلس إدارة البنك المسؤولية الكاملة عن المخاطر الإستراتيجية، وكذلك إدارة البنك العليا التي تتمثل مسؤوليتها في ضمان وجود إدارة مخاطر إستراتيجية مناسبة للبنك.¹

ثانيا: لجنة بازل للرقابة المصرفية

تأسست لجنة بازل في نهاية عام 1974 من محافظي البنوك المركزية للدول الصناعية العشر وذلك تحت إشراف بنك التسويات الدولية ومحافظي البنوك المركزية لهذه الدول، وأرست هذه اللجنة معدلا موحدًا لكفاية رأس المال سنة 1988، بأن وضعت حدا أدنى للعلاقة بين رأس المال بمفهوم أكثر شمولًا من ناحية، وبين الأصول والالتزامات العرضية الخطرة المرجحة بأوزان من ناحية أخرى قدرها 8%، مع إتاحة الحق لأي دولة بأن تكون أكثر تشدداً.

ثم أصدرت لجنة بازل سنة 1996 الاتفاقية الخاصة باحتساب كفاية رأس المال لمواجهة المخاطر السوقية، بعد أن كانت الاتفاقية الأولى تعني بمخاطر الائتمان فقط، وتعتبر هذه الاتفاقية تعديلا لاتفاقية 1988، وفي سنة 1999 نشرت لجنة بازل اقتراحات أولية لإطار جديد لقياس كفاية رأس المال يحل محل اتفاقية 1988، وأدخلت فيه معايير جديدة تأخذ في الاعتبار وبشكل أكثر دقة وشمولية المخاطر التي تتعرض لها البنوك لتشمل مخاطر الائتمان، ومخاطر السوق ومخاطر التشغيل، وفي سنة 2001 تقدمت لجنة بازل بمقترحات أكثر تحديدا وتفصيلا حول الإطار الجديد لمعدل كفاية رأس المال، وطلبت إرسال تعليقات عليها من المعنيين والمختصين والهيئات قبل شهر ماي 2001، وكان من المتوقع أن تصدر اللجنة النسخة النهائية من هذا الاتفاق قبل نهاية سنة 2001 و لكن نظرا لكثرة الردود والملاحظات تأخر إصداره إلى سنة 2004، وهو الذي عرف باتفاقية بازل 2 وقد حددت اللجنة بداية 2007 كآخر أجل لتطبيق الاتفاقية الجديدة.²

1 المرجع السابق، ص 38.

2 المرجع السابق، ص 60-67.

المبحث الثاني: الإطار العام للخدمات المصرفية

مما لا شك فيه أن جميع فروع النشاط الاقتصادي في الوقت الحالي، وبصفة أساسية تعتمد على الخدمات المصرفية، حيث يهدف هذا المبحث إلى إبراز وتحديد مفهوم الخدمات المصرفية، كما سنتطرق من خلاله إلى خصائص ومميزات الخدمات المصرفية وأهم تصنيفاتها وتقسيماتها، بالإضافة إلى عرض أهم الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك سواء تعلق الأمر بالخدمات التقليدية أو المستحدثة منها.

المطلب الأول: ماهية الخدمات المصرفية

لقد احتل الجهاز المصرفي مركزاً هاماً في النظم الاقتصادية عبر الزمن، حيث يمثل وما زال يمثل المحرك الأساسي لكل العمليات المالية والاستثمارية داخل الدولة وخارجها بل وفيما بين الدول، مما يوفره من خدمات متميزة وما اكتسبه من تجارب وتقنيات في سياق سعيه الدؤوب لجذب عملائه وحب انتباههم، وحتى يستطيع أي بنك أو أية وحدة مصرفية من تنويع ذلك ميدانياً لا بد عليه من التركيز وتوزيع تلك الخدمات بشكل كفء وفعال، على نحو يسمح له باكتساح الوعاء الادخاري والاستثماري على حد سواء...

تمثل الخدمة المصرفية المتميزة نقطة الارتكاز الأساسية التي تضفي لمسة التفرد على المؤسسة المصرفية ويتجلى عبرها دورها الاقتصادي والاجتماعي. ولإحاطة بمحتوى وماهية هذه الخدمة، يمكن عرض ومناقشة النقاط التالية:

- مفهوم الخدمة المصرفية؛
- خصائص الخدمة المصرفية.

1- مفهوم الخدمة المصرفية

لقد تعددت وتوعدت تعريفات الخدمة المصرفية من نظام اقتصادي إلى آخر، ومن مدرسة فكرية إلى لقد تعددت وتوعدت تعريفات الخدمة المصرفية من نظام اقتصادي إلى آخر، ومن مدرسة فكرية إلى محتوى ومفهوم هذه الخدمة، على النحو التالي:

التعريف الأول: الخدمة المصرفية هي " عبارة عن مجموعة أنشطة تتعلق بتحقيق منافع معينة للعميل، سواء كان ذلك بمقابل مادي أو دونه، فقد يقوم البنك أحياناً بتقديم خدماته مجانية للعميل"¹

1 زياد رمضان محفوظ جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، (دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الثالثة، الأردن، 2003)، ص307.

التعريف الثاني: الخدمة المصرفية هي " مجموعة من الأنشطة والعمليات ذلت المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة، والمقدمة من طرف المصرف والتي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، وفي نفس الوقت تشكل مصدرا لأرباح المصرف أو البنك، من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين"¹

يتضح من خلال التعريفين السابقين أن الخدمة المصرفية هي كل نشاط قد يقدمه البنك للعميل، ويسعى من خلاله لإرضائه، سواء كان ذلك بمقابل أو دون مقابل.

2- خصائص الخدمة المصرفية.

من أساسيات المهارة في إتقان فن تقديم الخدمات المصرفية هي إدراك موظفي البنك (المتعاملين مباشرة مع العملاء وغيرهم) للطبيعة المتميزة للخدمة المصرفية ويمكن إيجاز خصائص الخدمة المصرفية في الآتي:

1-2 التأكيد من تقديم ما يطلبه العميل.

فالخدمات المصرفية وثقة المصرف ليس من الممكن الحكم عليها للمشتري. بمعنى أن صعوبة تقييم الخدمات المصرفية لأنها غير ملموسة ولعدم قدرة المصرف على تقديم عرض ملموس للخدمة المصرفية فإن الحكم النهائي على ما يقدمه الموظف سوف يرتبط بما يطلبه ويتوقعه العميل من هذه الخدمة.

2-2 الخدمات المصرفية تنتج وتستهلك في نفس الوقت (التلازم).

لأن الإنتاج والاستهلاك للخدمة المصرفية متلازمان. فالعميل لا يستطيع أن يتداول هذه الخدمة مع طرف ثالث وكل ما يتبقى له هو سعادته أو تعاسته من الخدمة والتي يصعب عليه حتى أن يعيد وصفها للآخرين بأكثر من شعوره بالسعادة أو التعاسة ولذلك فالاهتمام الرئيسي لرجال التسويق في المصارف هو في العادة خلق المنفعة الزمنية والمكانية للخدمة. (الخدمة الملائمة في الزمان والمكان الصحيحين).²

3-2 نقص التماثل الخاص.

خدمات الجمهور إلى حد ما تتشابه كثيرا لذا يجب على المصارف أن تجد طريقا لإيجاد التوافق وترسيخ ذلك في ذاكرة الجمهور.³

4-2 الاعتماد على الودائع

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

1 تيسير العجامة، تسويق مصرفي، (دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2005) ، ص32.

2 عماد الدين أحمد السندي أحمد، أثر طرق تسعير الخدمات المصرفية على الإيرادات، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص المحاسبة والتمويل، قسم العلوم المصرفية والمالية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، 2007، ص 11.

3 تيسير العجامة، مرجع سبق ذكره، ص ص 32.33.

5-2 تنوع وتعدد الخدمات المصرفية

المؤسسات المصرفية تعمل على تقديم مدي واسع للخدمات والمنتجات لملاقة الحاجات المصرفية المتنوعة من قبل زبائن مختلفين في مناطق مختلفة الأمر الذي يزيد من صعوبة تسويق هذه الخدمات.

6-2 التدريب والتطوير للعمالة المصرفية

تقدم الخدمات المصرفية يتطلب نوعية خاصة من العاملين المهرة والذين يتميزون بسرعة الأداء والدقة في العمل مع توفر الكفاءة العالية ولا يتأتى ذلك إلا من خلال تبني سياسة واضحة ومرنة في تدريب وتطوير قدرات العاملين لتتواءم وطبيعة المنتجات التي يقدمها المصرف.¹

7-2 التشتت الجغرافي (الانتشار)

تسعى المصارف إلى امتلاك شبكة من الفروع في شكل متناسب مع تقديم الخدمة المصرفية التي تحقق احتياجات الزبائن باختلاف مناطقهم الجغرافية.

8-2 الموازنة بين النمو والمخاطرة

دائما تكون المنتجات المصرفية ذات مخاطرة ولذلك لا بد أن تكون هناك رقابة لإيجاد التوازن بين التوسع في البيع والحذر من ارتفاع المخاطرة.

9-2 المسؤولية الائتمانية

من أهم المسؤوليات لأي مصرف هي حماية ودائع ومكاسب زبائنه وهذا مهم ليس في المصارف فقط بل في اغلب المؤسسات المالية الأخرى.²

1 عماد الدين أحمد السندي أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 12.

2 تيسير العجارمة، مرجع سبق ذكره، ص 33.

المطلب الثاني: تصنيف الخدمات المصرفية.

تتنافس المصارف على تقديم أفضل الخدمات لجلب أكبر قدر ممكن من المتعاملين، من خلال توفير الكثير من الخدمات المصرفية التي تتلاءم وإشباع رغباتهم وتحقيق أهداف المصرف، ولقد تعددت تقسيمات الخدمات المصرفية، فهناك من يقسمها إلى عمليات مالية، عمليات القروض، عمليات مع الخارج، عمليات مصرفية أخرى والبعض يقسمها من حيث الوظائف القانونية إلى تلقي الودائع، منح القروض، تسيير وسائل الدفع

كما تقسم إلى عمليات الوساطة المالية، عمليات النشاط في الأسواق، عمليات تقديم الخدمات للزبائن وسنعمد على هذا التقسيم في دراستنا.

1- عمليات الوساطة المالية:

تعد الوساطة المالية حلقة تصل بين المصرف ومختلف عملائه، ومن أهم الوساطة المالية الودائع والحسابات والقروض.

1-1 الودائع:

تعتبر الودائع واحدة من أهم الأنشطة الرئيسية للمصرف، فالوديعة تتمثل في كل ما يقوم به الأفراد أو الهيئات بوضعه في المصارف بصفة مؤقتة قصيرة أو طويلة على سبيل الحفظ أو التوظيف، وتتجسد هذه الودائع في غالب الأحيان في شكل نقود قانونية¹، فهي بذلك دين بذمة المصرف سواء في شكل نقود يمتلكها المصرف لقاء الاعتراف بدين أو في شكل قيم منقولة تبقى ملك للزبون ويديرها المصرف لحساب الزبون²

وهناك عدة أنواع للودائع تختلف بحسب الغرض منها نوجز أهمها فيما يلي:

1-1-1 الودائع تحت الطلب أو الجارية: هي تلك الوديعة التي تكون دائما تحت التصرف المطلق لصاحبها بحيث يمكنه اللجوء إلى سحبها كليا أو جزئيا ودون إشعار مسبق، ولا يحق للمصرف أن يفرض قيودا أو شروطا أمام صاحبها.

1-1-2 الودائع لأجل: وهي تلك الودائع التي يضعها أصحابها في البنوك لفترة معينة ولا يمكنهم التصرف فيها إلا بعد انقضاء الفترة وتقديم إشعار للمصرف بتاريخ السحب.

1-1-3 الودائع الادخارية: تعتبر بمثابة عملية توفير وادخار حقيقية نظرا لمدة إيداعها في المصرف والعائد المنتظر منها، فهذه الودائع تبقى لفترات طويلة في المصرف ولا يمكن لصاحبها أن يسحبها مهما كانت الظروف وهو يواجه عراقيل عديدة أولها ضرورة انقضاء مدة الإيداع.³

1 الطاهر لطرش، مرجع سبق ذكره، ص25.

2 شاكر القزويني، محاضرات في اقتصاد البنوك، (ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000)، ص77.

3 الطاهر لطرش، مرجع سبق ذكره، ص ص 26-27-28.

1-1-4 الودائع بشرط الإخطار: هي وديعة يستطيع العميل طلب استرداد النقود المودعة في أي وقت على أن يخطر المصرف بنية السحب قبل إجرائه بمدة يحددها العقد، وتكون الفائدة الممنوحة من المصرف ضئيلة.¹

1-2 الحساب: يعبر الحساب عن وجود علاقة دائمة تربط بين المصرف وزبونه، فهو عبارة عن معاهدة أو اتفاق بين المصرف الذي يفتحه والشخص الذي يفتح لصالحه تنظم به العمليات المالية القائمة بينهما سواء كانت إيداع أم سحب أو أي عملية أخرى بين الطرفين

ويمكن تمييز عدة أنواع من الحسابات تبعاً لطبيعة العمليات التي يقوم بها والتي نوجز أهمها فيما يلي:

1-2-1 الحساب تحت الطلب: هذا النوع يفتح لفائدة الأشخاص الطبيعيين، بحيث تتم فيه العمليات المالية للزبون دون قيود أو شروط فلا وقت يفرض ولا يتطلب إشعار مسبق ويكون عادة بدون فائدة.

1-2-2 الحساب الجاري: وهذا النوع يفتح لفائدة التجار لاستعماله في عملياتهم المهنية وتكون هذه الحسابات مفصولة على حساباتهم الشخصية.

1-2-3 الحساب لأجل: هو حساب مخصص على الأقل شهر عادة بفوائد، ولا يمكن لصاحبه التصرف في الأموال الموجودة في هذا الحساب إلا بعد انقضاء المدة المحددة، فهو يخضع لجملة من القيود والشروط.

1-3 القروض:

يعد القرض الغاية الرئيسية من نشاط المصرف، فمرادف كلمة قرض الكلمة الأوربية التي أصلها الكلمة اللاتينية credit المشتقة من الفعل اللاتيني creditum، والذي يقصد به وضع الثقة، فالقرض عبارة عن تسيقات على إيرادات مستقبلية له طبيعة قانونية معناه القرض عن طريق عقد مكتوب، وأخرى اقتصادية إما في شكل نقدي عادة مقابل فائدة، وإما أن يكون في شكل غير نقدي تسمى قروض بالتوقيع ويكون مقابل عمولة، وإما يكون اعتماداً إيجاري من خلال كراء استثمارات ذات استعمال مهني مقابل كراء لمدة معينة وفي نهاية المدة إما يقوم بشراء الاستثمار أو إعادته، فالقرض يقوم على ثلاث ركائز أساسية المدة، الثقة، المخاطرة.

وتصنف القروض إلى عدة تصنيفات فهناك تصنيف حسب آجالها، تصنيف حسب الأعوان الاقتصادية، تصنيف حسب النشاط الاقتصادي المراد تمويلها والتي نوجز أهمها فيما يلي:

1-3-1 التصنيف حسب المدة الزمنية:

- القروض قصيرة الأجل وهي التي لا تتجاوز مدتها سنتين.
- القروض متوسطة الأجل والتي مدتها بين السنتين والربع سنين.
- القروض طويلة الأجل والتي مدتها تتراوح من 7 سنوات إلى 15 سنة.

1 محمد فريد العربي وهاني دويدار، قانون الأعمال، (الدار الجامعية الجديدة للنشر، عمان، 2009)، ص 16.

1-3-2 التصنيف حسب طبيعة العون الاقتصادي: فوق هذا التصنيف نجد:

1-2-3-1 القروض الموجهة للعائلات: فالعائلة عون اقتصادي يقوم بعملية الاستهلاك ويمكنه اللجوء إلى المصارف طالبا قرض ومن بين أهم هذه القروض نجد:

- **القرض الاستهلاكي:** هو قرض يمنح لتمويل النفقات الاستهلاكية غير المهنية للأفراد والعائلات ومدتها ثلاث أشهر وثلاث سنوات.¹
- **القرض العقاري:** وهو قرض موجه لتمويل عمليات البناء، شراء أراضي أو ملكية، صيانة أو تغيير مسكن... الخ تتراوح مدته من بين سنتين إلى 25 سنة.
- **القرض الشخصي:** هو قرض الغرض منه تكملة قرض آخر أو لتغطية نفقات استثنائية.

1-2-3-2 القروض الموجهة للمؤسسات: تشتمل عدة أنواع نذكر منها:

- القروض الموجهة لتمويل الاستثمار.
- القروض الموجهة لتمويل التجارة الخارجية.
- القروض الموجهة لتمويل نشاطات الاستغلال.²

2- عمليات النشاط في الأسواق

مع تعاظم المعاملات النقدية والمالية في أسواق رأس المال العالمية تزايد دور المصارف في مجال أسواق الصرف وأسواق الأسهم والسندات، ففي مجال سوق الصرف تتولى المصارف التجارية تنفيذ عمليات الصرف الأجنبي التي تتم من وإلى الخارج بواسطة وسائل الدفع التالية:

- التحويلات الخارجية وهي عبارة عن أوامر دفع بموجبها يأذن المصرف المحلي لمراسله بان يدفع مبلغا معيناً إلى مستفيد ما مقيم بالخارج مقابل خصم المبلغ المدفوع من حسابه المدفوع لدى المراسل وتنقسم التحويلات الخارجية إلى تحويلات صادرة يأذن بموجبها المصرف المحلي لمراسله بالخارج بالدفع، وتحويلات واردة يأذن بموجبها المصرف الأجنبي في الخارج لمراسله من المصارف المحلية.
- صرف الشيكات السياحية القادمة من الخارج وإصدارها بالنسبة للمسافرين.
- تقديم بطاقات الائتمان الخارجية تمكن حاملها من الحصول على مستلزماته ك شراء السلع والتذاكر وسلفيات نقدية من مراسلي البنك المحلي.

1 محمد يدو، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودورها في تحديث الخدمة المصرفية دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص مالية، نقود، بنوك، قسم العلوم الاقتصادية، (جامعة سعد دحلب بالبلدية، البلدة، 2007)، ص ص 66-67.

2 المرجع السابق، ص 68.

- كما أنها تقوم بعمليات بيع وشراء وتحويل العملات الأجنبية وقد يكون تحويلها باليد عملة بعملة أو يكون كتابيا خاصة بالنسبة للمبالغ الكبيرة، وعادة يكون البنك المركزي هو المسؤول عن مراقبة التحويلات الخارجية أي الرقابة على ما يدخل ويخرج من عملات أجنبية.
- أما في مجال أسواق الأوراق المالية فتعمل المصارف على تسيير محفظة زبائنها من خلال السهر على بيع وشراء الأوراق المالية، كما تعمل على تقديم سلفات على الأوراق المالية.¹

3- عمليات تقديم الخدمات للزبائن

بالإضافة إلى الخدمات السالفة الذكر تتولى المصارف تقديم خدمات عديدة ومتنوعة لزبائنها منها:

- تسيير أدوات الدفع بحيث تتيح المصارف عدة أنواع من أدوات الدفع قصد تسديد مستحقاتهم كالشيك الذي يعتبر من أهم أدوات الدفع تداولاً بعد النقود نتيجة سهولة تداوله وتظهيره، بالإضافة إلى ذلك نجد أمر التحويل من حساب إلى حساب والذي تتيحه المصارف لزبائنها؛²
- تقديم النصح والمشورة للزبائن في الميادين المالية والقانونية والإحصاءات ومشاكل التجارة الخارجية والرقابة على التحويل الخارجي؛
- عمليات الصندوق من خلال تتبع حركات الإيداع والسحب لحساب الزبون فهذه الخدمة التي تقدمها المصارف لصالح فاتحي الحساب المصرفي لديهم تسمح لهم بإجراء تغييرات في حسابهم بالزيادة والنقصان.³

1 عبد المطلب عبد الحميد، "البنوك الشاملة عملياتها وإدارتها"، (الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000)، ص. 283-314.

2 مدحت صادق، "أدوات وتقنيات مصرفية"، (دار غريب للطباعة والنشر، 2001)، ص 136.

3 شاكر القزويني، مرجع سبق ذكره، ص 196.

المطلب الثالث: آليات تطوير الخدمات المصرفية.

تعمل البنوك والمؤسسات المالية مثل كافة أنواع المؤسسات الأخرى جاهدة على الاستمرار والنمو في السوق، ولذلك هناك تفكير مستمر لتقديم الجديد للسوق لإشباع حاجيات العملاء المتزايدة والمتجددة ومن اجل هذا تعمل البنوك على تطوير الخدمات المصرفية القائمة واستحداث خدمات جديدة لزيادة ربحيتها وتقوية مركزها التنافسي في السوق، ومهدف من خلال هذا المطلب إلى إبراز أهمية تطوير الخدمات المصرفية في ظل البيئة المتغيرة التي أصبح يعمل فيها البنك كما نبرز آليات وأشكال هذا التطوير والعوامل المؤثرة فيها.

أولاً: مفهوم وأهمية تطوير الخدمات المصرفية.

1- مفهوم تطوير الخدمات المصرفية.

المقصود بتطوير الخدمات المصرفية إدخال وإضافة مزايا جديدة للخدمات المصرفية القائمة بما يتماشى واحتياجات الزبائن، بحيث تؤدي هذه المزايا إلى زيادة الطلب على هذه الخدمات مثل:

- إدخال تعديلات وتحسينات على الخدمة القائمة أو في طريقة تقديمها وتوزيعها إلى الزبائن.
- استحداث خدمات جديدة وتقديمها ضمن مزيج الخدمات الحالي للبنك.
- مد الخدمة المصرفية القائمة إلى مناطق جغرافية جديدة وتوسيعها إلى شرائح جديدة من العملاء.
- إن تطوير الخدمات المصرفية يتوقف نجاحه على ثلاث دعائم أساسية وهي:
- تطوير الكفاءات البشرية لأن الخدمات المصرفية تعتمد على العنصر البشري وبالتالي أي تطوير يجب أن يمثل العنصر البشري الأساس والمنطلق فيه.
- تطوير الأساليب والإجراءات والمنافذ التي تمر بها الخدمة إلى العميل.
- التطوير المستمر في التكنولوجيا المستخدمة في البنوك بإدخال كل التقنيات والأنظمة الإلكترونية التي أصبحت البنوك تتنافس فيما بينها على الاستثمار فيها من أجل تطوير طرق تقديم خدماتها.

2- أهمية تطوير الخدمات المصرفية:

إن الأهمية التي تكتسبها عملية تطوير الخدمات المصرفية مردها إلى أن البنك يعمل في بيئة متغيرة، وأن رغبات الزبائن في تغير دائم وعلى البنك ملاحقة تلك التطورات والتغيير في الرغبات، ليتمكن من المحافظة على حصته السوقية والاستمرار في ظل المنافسة.

- إن جهود البنك المتعلقة بتطوير خدماته لا بد أن تتم في إطار الإستراتيجية الشاملة للبنك، وذلك بالاهتمام بالابتكار والتجديد في الخدمات المصرفية، وتنبع أهمية الابتكار والتطوير من مجموعة من الاعتبارات نذكر أهمها فيما يلي:
- التغير المستمر في أذواق ورغبات الزبائن، وبالتالي فإن تطوير الخدمات المصرفية يصبح ضروري لضمان الاستمرار في السوق وجلب زبائن جدد.

- الاستفادة من التطورات التكنولوجية في مجال العمل المصرفي وتسخيرها لخدمة الزبائن.
- مواجهة المنافسة المتقدمة في السوق المصرفية، حيث تعتمد المنافسة بين البنوك على جوانب الابتكار والتطوير وإيجاد أفكار جديدة تترجم في شكل خدمات لتحقيق رضا الزبائن.¹

ثانيا: مصادر تطوير الخدمات المصرفية:

إن المصارف الآن تعمل على تطوير وتحسين خدماتها المقدمة لعملائها باستعمال سياسات ومناهج مختلفة ووفقا لوجهات نظر المستهلكين وبالتالي جلب أكبر عدد من المتعاملين تزداد أهمية الخدمات المصرفية التي تصح النشاط التسويقي في المصرف خلال مراحل الخدمة المصرفية من جهة، ومن جهة أخرى تعتمد مصادر الحصول على أفكار مبتكرة لتطوير الخدمات المصرفية، فيمكن تقسيم تطوير هذه الأخيرة إلى قسمين أساسيين، يتمثل في الأول داخلي والآخر خارجي.

1 - المصادر الداخلية لتطوير الخدمة المصرفية: تعتبر من أهم المصادر فاعلية وقدرة على تغذية المصرف بالعديد من الروافد والتيارات المستمرة من الأفكار الابتكارية المبدعة، وتمثل هذه المصارف.

1-1 إدارة التسويق المصرفي: إعادة على التطوير الخدمات المصرفية الشغل الشاغل لإدارة التسويق بالمصرف وإدخال خدمات جديدة لتعظيم التعامل وزيادة عدد عملاء المصرف، وجذب عملاء المصرف، وجذب عملاء جدد بما يحقق ربحية المصرف واستمرارية، وتقوم إدارة المصرف التسويق المصرفي بالمصرف بدراسات تحليلية للسوق المصرفي المحلي والدولي والمستجدات والتغيرات التي تطرأ في أي منها، وكذا دراسة احتياجات ورغبات العملاء سواء كان هؤلاء العملاء شركات أو أفراد في ظل تنامي السوق المصرفي إضافة إلى أساليب تقديم الخدمات المصرفية وما طرأ عليها من تحسينات وتطورات.

2-1 مديري المصرف ورؤساء قطاعاته التنفيذيين: نتيجة لمعايشة هؤلاء المديرون ورؤساء القطاعات التنفيذيين بالمصرف للواقع العملي والظروف المختلفة المحيطة بالمصرف، ودراساتهم بها، فإنه باستطاعتهم تقديم اقتراحات لتطوير الخدمات المصرفية الخاصة بالمصرف، وخاصة هذا المصدر بعد من أهم المصادر لتطوير الخدمات المصرفية لسهولة تنفيذه وقربهم من الواقع العملي.

3-1 موظف المصرف والعمالين فيه: نتيجة للاحتكاك المباشر بين موظفي المصرف وعمالته يستطيع الموظف التعرف على انطباع العميل عن خدمة المصرف ومدى إملاتها لإشباع رغباته واحتياجاته، ومدى إمكانية تطويرها، من خلال إمكانية تلاقي أوجه نظر الموظفين والعملاء أو تطوير النواحي المنظورة في الخدمة.

4-1 إدارة البحوث والتطوير في المصرف: إن قيام إدارة البحوث والتطوير بالمصرف بالعديد من البحوث والدراسات قد تساهم في القديم اقتراحاتهم لتطوير الخدمات المصرفية الحالية، أو اقتراح إدخال خدمات مصرفية جديدة قصد الاحتفاظ بالمركز التنافسي للمصرف أو لامتلاك مزايا تنافسية جديدة تؤهل المصرف على توسيع على نطاق سوقه.

1 عبد القادر بربيش، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة دكتوراه، تخصص نقود ومالية، قسم العلوم الاقتصادية، (جامعة الجزائر، 2006/2005)، ص.ص 241-242.

2- المصادر الخارجية لتطوير الخدمات المصرفية: تضم المصادر الخارجية الخدمة المصرفية كافة المصادر التي تقوم بتقديم أفكار وآراء، تعليقات أو انتقادات يكون من شأنها تطوير الخدمة المصرفية القائمة، أو إدخال خدمات مصرفية جديدة، يكون السوق أو العملاء في حاجة إليها وأهم المصادر هي:

1-2 عملاء المصرف الحاليين: بعد صندوق الاقتراحات بالمصرف من أهم عوامل حث العميل على تقديم رأيه في الخدمة التي يقدمها هذا المصرف أو تقديم اقتراحاته بشأن تطويرها وهذه الاقتراحات سواء كانت بالقبول أو الرفض كما تكون هذه الآراء شفاهية من العميل إلى الموظف فما على المصرف سوى تحليل هذه الآراء والأخذ بما.

2-2 المصارف المنافسة: كثير إما ينبغي المصارف أفكاره عن تطوير الخدمات المصرفية التي تقوم بتقديمها بدراسة ما تقوم به المصارف المنافسة بتقديمه لعملائها في السوق وتقليدها سواء بتقديم نفس الخدمة أو إدخال التحسينات عليها.

2-3 معاهد البحث العلمي: كثير ما هم الرسائل الجامعية التي أعدت عن نشاط المصرفي بدراسة الخدمات المصرفية وتحليلها ونقدها وتطويرها وفقا لما توصل إليه الباحث.

2-4 شركات البحوث الخارجية: يمكن أن أتقدم هذه الشركات النصائح والإرشادات والخطط للمصارف لتطوير خدماتها وكثيرا ما يتم ذلك بشكل تعاقدى، قصد هذه الشركات بالدراسات والبحوث التطويرية لما لديها من خبرة هذا المجال وامتلاكها خبراء متخصصين في هذا المجال.¹

ثالثا: الأشكال المختلفة لتطوير الخدمات المصرفية.

يمكن للبنوك تطوير خدماتها من خلال الأخذ بالآليات التالية:

1- إضافة خدمات جديدة إلى نطاق الخدمات المصرفية (توسيع نطاق الخدمات).

إن هذا الشكل من أشكال تطوير الخدمات المصرفية ينطوي على زيادة عدد خطوط الخدمات والمنتجات التي يقدمها البنك إلى زبائنه وتوسيع خطوط الخدمات وتنوعها، فتوسيع خط الخدمات الجديدة يجب أن يؤدي إلى إشباع رغبات الزبائن أكثر من خط الخدمات القديمة، ولهذا فإن إضافة خطوط جديدة للخدمة وتوسيع نطاقها لا يؤدي إلى إحداث أي تميز بين الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك وتلك الخدمات التي تقدمها البنوك المنافسة، ويعود ذلك إلى سببين رئيسيين:

- سهولة تقليد الخدمة الجديدة من طرف البنوك المنافسة.
- إن نطاق الخدمة الحالية من الاتساع، بحيث يصبح من الصعب جدا إبلاغه بفعالية إلى الزبائن المحتملين الذين لم يصبحوا بعد عملاء للبنك، وعليه فإن أية خدمات جديدة ما لم تكن ذات طبيعة متميزة حقا سوف تضاف كرقم فقط لا غير إلى الكم الهائل من الخدمات المصرفية القائمة.

1 محسن أحمد الخضيري، التسويق المصرفي، (إيتراك للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 1999)، ص264-270.

2- إحداث تغيير أو إجراء توسيع في الخدمات المصرفية المقدمة

يمكن تعزيز الخدمة المصرفية دون الحاجة إلى إحداث تغييرات جوهرية على الخدمات القائمة، مثل زيادة المبلغ المضمون ببطاقة الشيك المضمونة الدفع، أو توسيع عدد تجار التجزئة الذين يقبلون بطاقة الإئتمان المصدرة من طرف البنك لصالح الزبائن.

إن هذا الشكل من تطوير الخدمة يهدف إلى منح مزايا إضافية للخدمات القائمة من أجل تلبية احتياجات الزبائن وضمان ولائهم حتى لا يتحولون إلى البنوك المنافسة.

3- إعادة تصميم الخدمة من حيث عناصرها ومواصفاتها

يعتمد هذا المدخل في تطوير الخدمة المصرفية إلى إعادة تقييم الخدمة من جديد حسب احتياجات ورغبات الزبائن. أخذنا بعين الاعتبار التطوير الحاصل لدى البنوك المنافسة مع التركيز على الجودة والمنافع المدركة من طرف الزبون، وكذلك المواصفات الظاهرة للخدمة وتمييزها وإحداث تغيير في طريقة تقديمها للزبائن.

4- تكييف وتنويع الخدمات القائمة

إن تعزيز الخدمة المصرفية يمكن أن يتم بدون إدخال تغيير جوهرية على مواصفات الخدمة المصرفية المقدمة، وكل عمل يقوم به البنك لتلبية احتياجات الزبائن ويضمن تخفيف الإجراءات المتعلقة بالحصول على الخدمة من شأنه أن يعمل على استقطاب زبائن جدد، فهذه العملية لا تتضمن أي تطوير أو إعادة تصميم للخدمة بل إجراء يهدف إلى زيادة الزبائن وتعزيز الموقف التنافسي للبنك.

رابعا: خطوات تطوير والتوصل إلى طرح خدمات مصرفية جديدة

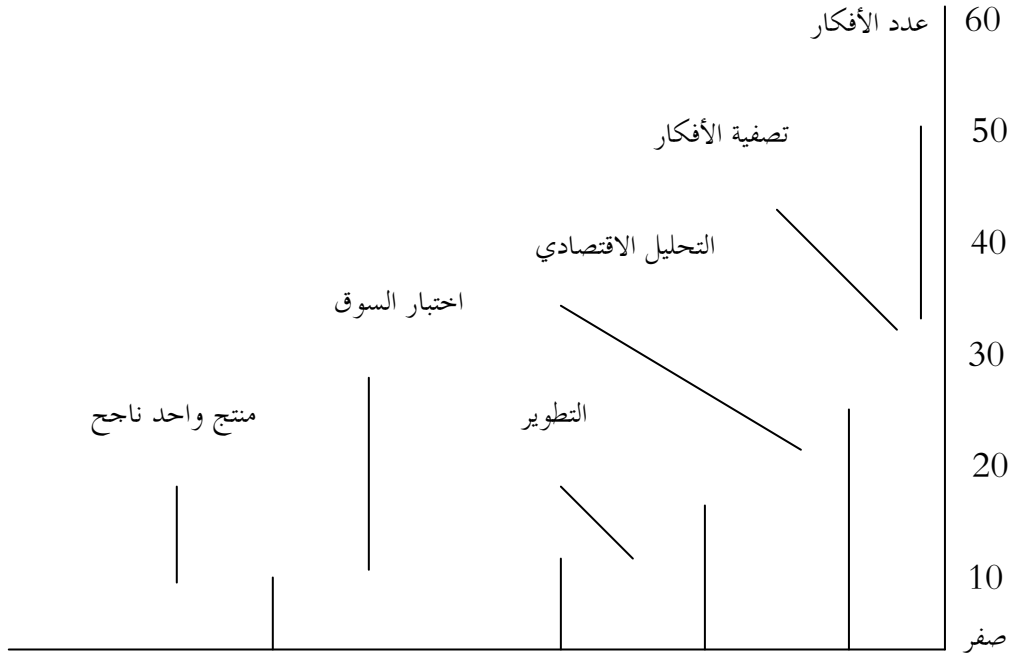
هناك عدة خطوات تتبع عادة للتوصل إلى الخدمة الجديدة وتختلف الفترة الزمنية لكل خطوة عن الأخرى حسب نوعها واحتياجاتها، وتمثل هذه الخطوات فيما يلي

- طرح أفكار جديدة.
- تصفية وغرلة الأفكار الجديدة.
- تطوير وتحديد أساس فكرة التطوير والمبادئ التي تعتمد عليها عملية التطوير واختبارها.
- التحليل الاقتصادي للخدمة.
- التطوير الفني للخدمة.
- اختبار السوق والخدمة الجديدة.
- تقديم الخدمة إلى السوق.¹

1 عبد القادر بريس، مرجع سبق ذكره، ص.ص 242-243-244..

ويوضح الشكل الموالي رقم 1-1 المراحل اللازمة لتطوير المنتج/ الخدمة المصرفية الجديدة.

الشكل رقم (1-1): مراحل تطوير المنتج / الخدمة المصرفية.



المصدر: المرجع السابق، ص 244.

ويوضح الشكل أعلاه المراحل اللازمة لتطوير الخدمة المصرفية، ولكي يتم التوصل إلى طرح خدمة جديدة في السوق قد تستغرق هذه المراحل فترة طويلة وتكلفة عالية، وكما هو مبين في الشكل فقد يتم البدء بعشرات الأفكار تستقى من مصادر مختلفة أهمها:

- العملاء: حيث تعتبر مشكلاتهم وحاجاتهم هي الأساس في التطوير.
- الخبراء: وهم مصدر هام للأفكار من خلال البحوث التي يقومون بها، ومن هنا تظهر أهمية نشاط إدارة البحوث والتطوير بالبنوك.
- المنافسون: من خلال ما يطرحونه من أفكار وتطوير للخدمات.
- مندوبي البيع: فمن واقع تعاملهم المستمر مع العملاء يتعرفون على أسباب عدم رضاهم على الخدمات المقدمة وبالتالي يعتبرون مصدر للمقترحات والأفكار الجديدة.

وبعد الحصول على الأفكار الجديدة يتم غربلتها وانتقاء واحدة منها بعد إجراء الدراسات والاختبارات والتحليل اللازمة ومن ثم طرحها في السوق.¹

إن من أهم مظاهر التطور في تقديم الخدمات المصرفية التوسع الكبير في استخدام التكنولوجيا في العمل المصرفي، حيث تحقق السرعة في الأداء وخفض التكاليف وتوفير الوقت للعميل والعملاء.

1 المرجع السابق، ص 244.

المبحث الثالث: توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المصرفي.

يعيش العالم في عصر يغلب عليه الطابع التقني في مختلف القطاعات والمجالات الاقتصادية وغير الاقتصادية، ونتج عن تعقد النشاطات وتنوعها وكبر حجم المؤسسات والمعلومات المتدفقة مشاكل عديدة ومعقدة، وبالتالي كان لا بد من استخدام التكنولوجيا في معالجة المعلومات والبيانات، ونتطرق في هذا المبحث لتغيرين رئيسيين هما تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والذان يسهمان بشكل كبير في تطوير الخدمات المصرفية، وسيتم توضيح اثر التطورات التكنولوجية على الخدمات المصرفية خلال التعرض إلى النقاط التالية:

- ماهية تكنولوجيا المعلومات؛
- تكنولوجيا الاتصال والشبكة المعلوماتية؛
- التطورات التكنولوجية وأثرها على الخدمات المصرفية.

المطلب الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات

نحاول في هذا المطلب التعرض لبعض المفاهيم الأساسية المرتبطة بالمعلومة ونظام المعلومات، بالإضافة إلى تناول بعض الخصائص التي تميزها، والتي كانت سببا مباشرا في انتشارها واختراقها لمختلف مجالات الحياة، لنختم هذا المطلب بتكنولوجيا المعلومات وأهميتها.

1- المعلومة ونظام المعلومات.

تعتبر المعلومات من العناصر الأساسية والحيوية للمؤسسات المالية والأسواق المالية،

1.1- مفهوم المعلومات: يمكن تعريف المعلومات على أنها "مجموعة من البيانات التي تم تجهيزها للمتفاعلين، وهي ذات قيمة حقيقية أو متوقعة عن العمليات الجارية أو المستقبلية لاتخاذ القرار، وتعمل على تنمية وزيادة المعارف وتخفيض مخاطر عدم التأكد لأي حالة، وتتصف بالدقة، الملائمة، وتوفرها في الوقت المناسب، والشمول، والانتظام في نشر المعلومات بصفة دورية، والعدالة في توفير البيانات لجميع المستثمرين بشكل عادل".¹

- حيث عرف عثمان الكيلاني المعلومات على أنها "البيانات التي يتم معالجتها بحيث أصبحت ذات دلالة مبينه وذات معنى" وقد ركز هذا التعريف على البيانات والمعطيات الأساسية والتي تعتبر المادة الخام الأولية، التي تتم عليها عملية (المعالجة) والتحويل إلى معلومات مفيدة.²

1 صالح مفتاح وفريدة معاري، متطلبات كفاءة سوق الأوراق المالية، (مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد7، 2009)، ص 183.

2 عثمان الكيلاني وهلال البياتي وعلاء السلمي، المدخل إلى نظم المعلومات المحاسبية، (دار وائل، عمان، الأردن، 2000)، ص 15.

عادة ما يستخدم مصطلح المعلومات والبيانات (المعطيات) في الحياة العلمية كمرادفين لوصف شيء واحد، على الرغم من الاختلاف الشديد في المفهوم ومعنى كل منهما، إذ يمكن اعتبار المعطيات مصادر أعمال خامة والتي تمثل أحداث لم تنظم ولم ترتب بصفة تسمح للأشخاص بفهمها واستعمالها، أما المعلومة فهي عبارة عن الفرق الذي تتضمنه الرسالة وهي قادمة من العالم الخارجي (المعطى) والذي سيحدث عند مستقبلها فرقا آخر، مما سيظهر تصرف جديد ملائم لهذه المعرفة الجديدة المكتسبة، ولا بد من اللجوء إلى نموذج ما لترجمتها كي تتمكن من استعمال هذه المعطيات بالصفة التي تخدم المؤسسة، وتتحوّل المعطيات بعد فهمها إلى معلومات، ومن هنا يمكن كتابة المعادلة التالية¹:



2.1- خصائص المعلومات: لاتخاذ القرارات السديدة، لا بد من توافر عدة خصائص في المعلومات تمكنها من الرقي إلى مستوى الحقائق المؤكدة، ونذكر من بين هذه الخصائص ما يلي:

- **دقة المعلومات:** يمكن تحديدها بمدى تمثيلها للموقف أو الحدث الذي تصفه، وتتوقف درجة الدقة المطلوبة في المعلومات على احتياجات المستخدم وطبيعة المشكلة ومرحلة صنع القرار؛
- **حدائثة المعلومات:** يقصد بها الكفاءة في تجهيز المعلومات، وينبغي ألا يستغرق تجهيزها وقتا طويلا حتى لا تفقد المعلومات حدائتها ونفعها؛
- **جودة المعلومات:** يمكن أن تتحقق جودة المعلومات بأمرين، أحدهما الموضوعية أي عدم التحيز في معالجة البيانات وطريقة عرضها، والآخر تجنب الأخطاء والتزوير؛
- **تكامل المعلومات:** لا بد أن تتكامل المعلومات لأن عدم تكاملها يجعلها غير صالحة للوصول إلى الهدف المطلوب؛
- **تركيز المعلومات:** يقصد بذلك تلخيص البيانات في جداول ورسوم بيانية توضح الاتجاهات العامة؛
- **دلالة المعلومات:** المعلومات ذات الدلالة هي المعلومات التي تشبع حاجة الإدارة إلى المعرفة التي تساعد في اتخاذ القرارات.²

1 هلال درحون، الحاسبة التحليلية: نظام معلومات للتسيير ومساعد على اتخاذ القرار في المؤسسة الاقتصادية - دراسة مقارنة -، أطروحة دكتوراه دولة غير منشورة، العلوم الاقتصادية، (جامعة الجزائر، 2004/2005)، ص 54.

2 نجم عبد الله الحميدي، نظم المعلومات الإدارية، الطبعة الأولى، (دار وائل، الأردن، 2005)، ص.ص 42 - 43.

2- المفاهيم الأساسية لنظام المعلومات:

تعتمد المؤسسات المالية والمصرفية على البيانات والمعلومات اللازمة والفورية لتقديم النشاطات المالية والخدمات المتنوعة، ويتطلب تقديم هذه الخدمات استخدام نظام المعلومات القادر على مواكبة النشاطات المالية والمصرفية الحديثة، ذلك أن التطورات الكبيرة في استخدام الحاسبات الآلية وأجهزة الاتصالات جعلت من أنظمة المعلومات التقليدية غير مؤهلة لتقديم تلك الخدمات.¹

1.2- مفهوم نظام المعلومات: نظام المعلومات هو مجموعة من العناصر المتداخلة التي تعمل مع بعضها البعض بشكل منهجي، لغرض جمع ومعالجة وتخزين وتوزيع المعلومات المتوفرة عن موضوع ما، ويساعد هذا النظام على دعم اتخاذ القرار في المنظمة، وبناء تصور حالي ومستقبلي واضح عن موضوع البحث.²

ويمكن تعريفه كذلك على أنه مجموعة منظمة من الموارد، والتي يمكن أن تشمل الأفراد، والبيانات، والأنشطة أو الموارد المادية بصفة عامة، تتفاعل هذه الموارد مع بعضها البعض لمعالجة المعلومات ونشرها بشكل مناسب وفقا لأهداف المؤسسة، ويمكن تصنيف نظم المعلومات من الناحية التجارية بعدة أشكال، نذكر منها على سبيل المثال:³

- نظم معالجة المعاملات: تمثل النظم التي تدير المعلومات المتعلقة بالمعاملات التي تتم في المنظمة؛
- نظم المعلومات الإدارية: تسوية القيود الإدارية بشكل عام؛
- نظم صنع القرار: تحليل المتغيرات الإدارية لاتخاذ قرار مناسب؛
- نظم المعلومات التنفيذية: لتسهيل عمل المديرين والمسيرين؛
- أنظمة التشغيل الآلي للمكاتب: التطبيقات التي تساعد في العمل الإداري؛
- نظم المعلومات المتخصصة: التي تحاكي سلوك الخبير في مجال معين.

يقتضي استخدام نظام المعلومات بكفاءة فهم النواحي التنظيمية والإدارية وتكنولوجيا المعلومات، ويبين الشكل (2.1) تفاعل العناصر الثلاث لتشكيل نظام معلومات قادر على مواجهة التحديات وتقديم الحلول الإدارية للمشاكل التي تنشأ في المنظمة.

1 محمد الجموعي قريشي، قياس الكفاءة الاقتصادية في المؤسسات المصرفية دراسة نظرية وميدانية للبنوك الجزائرية، أطروحة دكتوراه دولة غير منشورة، العلوم الاقتصادية، (جامعة الجزائر، 2006/2005)، ص 51.

2 Wikipédia l'encyclopédie libre, Définition de système d'information, (04/04/2012, <http://fr.wikipedia.org>).

3 le dico des définitions, Définition de système d'information, (04/04/2012, <http://lesdefinitions.fr/systeme-dinformation>).

شكل رقم (2.1): تفاعل الإدارة والتنظيم والتكنولوجيا لتشكيل نظام المعلومات.



المصدر: سونيا محمد البكري وإبراهيم سلطان، نظم المعلومات الإدارية، (الدار الجامعية، الإسكندرية، 2001)، ص 18.

2.2- مهام نظام المعلومات:

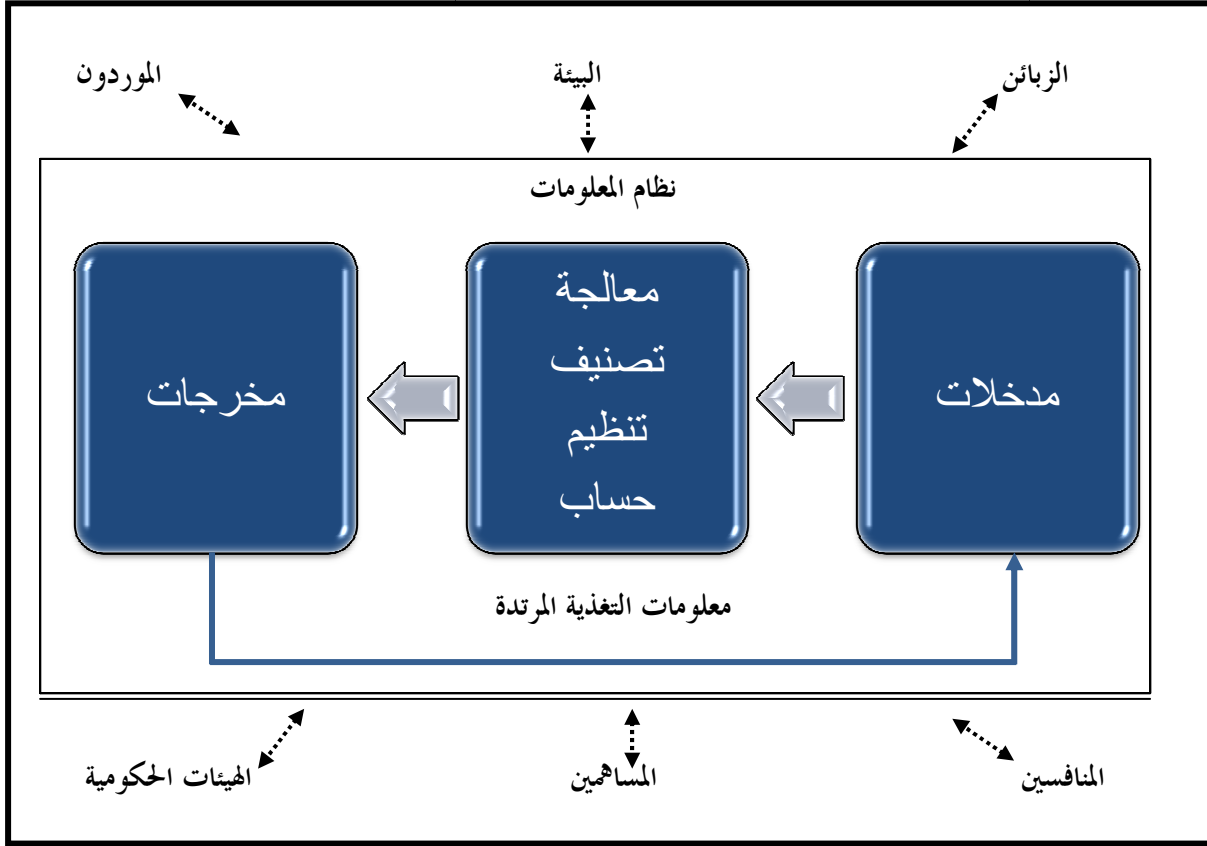
يُعد في نظام المعلومات ثلاث مهام تساهم في إنتاج المعلومة الضرورية للمنظمة: الإدخال، والمعالجة، والإخراج، ويتضح ذلك من خلال الشكل رقم (3.1).

- **الإدخال:** هي العملية التي يتم من خلالها توفير البيانات الخام للنظام من المنظمة أو من البيئة الخارجية، ويمكن أن تكون مدخلات نظام معين هي مخرجات لنظام آخر.
- **المعالجة:** هي عملية تحويل هذه البيانات من أجل إعطائها معنى.
- **الإخراج:** هي عملية نشر المعلومة المعالجة للمستخدمين الذين هم في حاجة إليها.

يعتمد نظام المعلومات كذلك على التغذية المرتدة، وهذا يعني إرسال المعلومات (مخرجات النظام) إلى المستخدمين المناسبين ومساعدتهم على تقييم المرحلة السابقة والتدخل إن اقتضى الأمر (القيام بعملية التحديث مثلا).¹

1 Kenneth Laudon & autres, Management des systèmes d'information, 11e Ed, (PEARSON, FRANCE, 2010), P 19.

شكل رقم (3.1): مهام نظام المعلومات.



Source: Idem.

3- **مدخل تكنولوجيا المعلومات.** عرف النصف الثاني من القرن العشرين تطورات سريعة في المجال التكنولوجي خصوصا بعد اختراع الكمبيوتر وإدماجه في كافة مجالات الحياة، إذ ساهمت تكنولوجيا المعلومات في التأثير إيجابيا على النمو الاقتصادي.

1-3 مفهوم تكنولوجيا المعلومات:

تعددت مفاهيم تكنولوجيا المعلومات، فيمكن لهذا المصطلح أن يشير إلى مجموعة من العناصر والقدرات التي تستخدم في جمع البيانات والمعلومات وتخزينها ونشرها، باستخدام تكنولوجيا الحاسبات والاتصالات بسرعة عالية وكفاءة لإحداث شيء مفيد، وتمثل بذلك الجانب التكنولوجي من نظام المعلومات.¹

وفي تعريف أحر (قنديلجي، الجنابي 2005) لتكنولوجيا المعلومات أنهما: تمثل انطلاقة واسعة من القدرات والمكونات والعناصر المختلفة في تخزين ومعالجة البيانات واسترجاع وتوزيع المعلومات، فضلا عن دورها في تأمين المعرفة المطلوبة التي هي صنعة امتزاج النظم الحاسوبية، وشبكة الاتصالات، والمعرفة التكنولوجية.²

1 محمد يدو، مرجع سبق ذكره، ص.ص 20 - 21.

2 ناضم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، الصرافة الالكترونية: الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع، (دار وائل للنشر، ط1، 2008)، ص.20.

وفي تعريف آخر من وجهة نظر منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (O C D E) بأن تكنولوجيا المعلومات يقصد بها "مجموعة التكنولوجيات التي تسمح بجمع، وتخزين، ومعالجة، ونقل المعلومات في شكل أصوات وبيانات وصور، فهي تشمل الإلكترونيك الدقيق، علم البعديات الإلكترونية، والتكنولوجيات الملحقه"¹.

ومن خلال ما سبق يمكننا القول بأن مفاهيم تكنولوجيا المعلومات تعددت لكنها تتفق في كون هذا المصطلح يشير إلى المدى الواسع من المواد والقدرات التي تستخدم لإنتاج وحزن وبث المعلومات، وتقوم هذه المنظومة على ثلاث أبعاد رئيسية هي: الحواسيب، شبكات الاتصال، والمعرفة الفنية اللازمة.

2-3 أهمية تكنولوجيا المعلومات:

أصبح استخدام التكنولوجيا في الحصول على المعلومات ونقلها، من أهم الركائز التي تمكنا من مواكبة التطور والتقدم في المجالات كافة، وتبرز أهمية تكنولوجيا المعلومات من كونها تساعد المنظمات في توفير الوقت والجهد والمال، سواء أكان ذلك في مجال الحصول على المعلومات أو نقلها أو حفظها، فالمنظمة الناجحة تلك التي تستطيع الموازنة ما بين كثرة المعلومات وندرتها، فتكنولوجيا المعلومات تساعد المنظمات لأداء أعمالها بشكل مميز في إيجاد فرص جديدة للعمل.

وتزداد أهميتها من خلال توفيرها للمعلومات الواسعة والدقيقة للمستثمرين مما يساعدهم في إصدار قراراتهم فيما يتعلق بالبيع أو الشراء، ويرى أن أهمية تكنولوجيا المعلومات تبرز أيضا من خلال توسيع وتنشيط شبكة الاتصالات وابتكار طرائق جديدة لها، وسمح تطور استعمالات تكنولوجيا المعلومات بالمرونة والسرعة في التطوير وتحسين الأداء.² يمكننا إيراد أبرز النقاط التي تلقي الضوء على فوائد تكنولوجيا المعلومات، وفيما يلي ذكرها:

- تحسين التوظيف الداخلي للمؤسسة مع العمل على تطوير أدوات الإدارة العليا من خلال تنظيم كفاءات المستخدمين؛
- العمل على تقليص الأعمال الإدارية والتركيز على المهام الأساسية، مع السماح بالتواجد في كل مكان؛
- تخفيض المصاريف مع تحسين الإنتاجية والكفاءة وتطوير الخدمات والمنتجات؛
- المساعدة على الابتكار والتجديد والتفاعل مع تحركات المنافسين. بمسايرة التطورات الحديثة التي تمس طرق الإنتاج والتوزيع؛
- المساهمة في تقديم عروض ملائمة مع احتياجات العملاء لإحداث الميزة التنافسية، وإيجاد أسواق جديدة ملائمة؛
- السماح بتقديم أحسن الخدمات للزبون؛
- المساهمة في الانفتاح الكبير على المحيط من خلال إنشاء علاقات مثالية مع الموردين؛
- المساهمة في تجميع المؤسسات فيما بينها بتسهيل تسويق المنتجات وتوفير المواد الأولية اللازمة؛
- تمثل الوسيلة الأمثل لإدارة المؤسسات الكبيرة ذات الفروع؛
- توسيع التجارة الإلكترونية والسماح بالخروج من الأسواق المحلية إلى الأسواق العالمية.³

1 محمد بوتين، أثر تكنولوجيا المعلومات على عملية اتخاذ القرارات والأداء - واقع المؤسسة الجزائرية -، (بحث مقدم إلى المنتدى الدولي الأول لأهمية الشفافية ونجاعة الأداء للاندماج الفعلي في الاقتصاد العالمي، جامعة الجزائر، 2003)، ص 2.

2 ندى إسماعيل جوري، أثر تكنولوجيا المعلومات في الأداء المنظمي، (مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العراق، العدد 22، 2009)، ص 142.

3 إبراهيم بخي، تكنولوجيا ونظم المعلومات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ص.ص 49-50، (http://bbekhti.luedld.net/trv_pdf/TIC.pdf, 2012/04/15).

المطلب الثاني: تكنولوجيا الاتصال والشبكة المعلوماتية.

الاتصال عامل هام من العوامل التي تقوم عليها الحياة قديما وحديثا، وكل فرد منا يمارس الاتصال بطريقة أو بأخرى ويدخل مع من حوله من أفراد وجماعات في عمليات اتصالية يستحيل عليه بدونها تسيير حياته وقضاء حاجاته، وسنحاول في هذا المطلب إبراز بعض المفاهيم الأساسية المرتبطة بتكنولوجيا الاتصال، والشبكة المعلوماتية، بالإضافة إلى تناول أهمية ومعوقات أمن الشبكات.

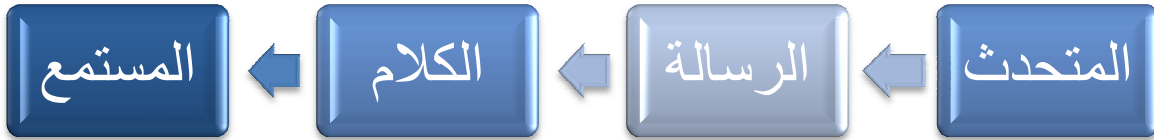
1- تكنولوجيا الاتصال:

يقصد بالاتصال الشخصي أنه عملية نقل هادفة للمعلومات، من شخص إلى آخر، بهدف إيجاد نوع من التفاهم المتبادل بين الطرفين، وتعرف الجمعية الأمريكية للتدريب الاتصالات التنظيمية بأنها "عملية تبادل الأفكار والمعلومات من أجل إيجاد فهم مشترك وثقة بين العناصر الإنسانية في المنظمة"¹.

ترتكز عملية الاتصال على ثلاثة عناصر أساسية لإحداث وإقامة عملية الاتصال هي المرسل والرسالة والمستقبل، وتتميز عملية الاتصال بكونها ذات علاقة خطية في اتجاه واحد، ولا بد من توفر ثلاثة شروط من أجل إجراء الاتصال وهي كالتالي:²

- الشرط الأول: يستدعي وجود طرفي اتصال، مرسل ومرسل إليه؛
- الشرط الثاني: يتطلب وجود رسالة أو موضوع حديث ينشئ علاقة بين الطرفين؛
- الشرط الثالث: يتطلب وجود قناة اتصال طبيعية أو تقنية توصل الأخبار والمعلومات.

شكل رقم (4.1): المفهوم البسيط للاتصال (حسب أرسطو).



المصدر: نفس المرجع والصفحة سابقا.

ويمكن تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على أنها "مختلف أنواع الاكتشافات والمنتجات والاختراعات التي تأثرت بظهور تكنولوجيا الحواسيب والاتصالات الحديثة والتي تتعامل مع شتى أنواع المعلومات من حيث جمعها، تحليلها، تنظيمها، تخزينها واسترجاعها في الوقت المناسب وبالطريقة المناسبة والمتاحة"³.

2- الشبكة المعلوماتية:

1 معهد التنمية البشرية، الاتصال، ص 2، (http://www.creativity.ps/training/data/files/1316621048.pdf، 2012/04/17).

2 شوقي شادلي، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، قسم العلوم الاقتصادية، (جامعة ورقلة، 2007/2008)، ص 5.

3 المرجع السابق، ص 12.

قبل التطرق إلى المفاهيم الأساسية لهذا العنوان يجب أولاً التعرف على بعض الوسائل التي تعد أساس هذه الشبكات والمتمثلة في الحاسوب (الكمبيوتر) والبرمجيات:

1.2- الحاسوب والبرمجيات:

أ- الحاسوب: يعرف الحاسوب بأنه جهاز إلكتروني مصمم بطريقة تسمح باستقبال البيانات بشكل آلي، وتخزينها ومعالجتها وذلك بتحويل البيانات إلى معلومات صالحة للاستخدام واستخراج النتائج المطلوبة لاتخاذ القرار المناسب، ويتكون الحاسوب من مجموعة من الأجهزة أو الوحدات المستقلة التي تشكل معدات الحاسوب، تؤدي كل منها وظيفة معينة، وتعمل فيما بينها بأسلوب متناسق ومنظم من خلال البرمجيات.

وفي تعريف ثاني للحاسوب فإنه وسيلة إلكترونية صممت لاستقبال مختلف أنواع البيانات، عن طريق وحدات الإدخال، ثم يقوم بمعالجة تلك البيانات، عن طريق تنفيذ العمليات الحسابية والمنطقية على البيانات الرقمية بوسائل إلكترونية وتحت تحكم البرامج المخزنة به.¹

يقوم الحاسوب بتنفيذ عمليات حسابية ومنطقية بدقة وسرعة فائقة، ويتميز الحاسوب بخصائص فنية وفيما يلي ذكر بعضها:

1. القدرة على إجراء العمليات الحسابية والمنطقية المتشابكة بسرعة؛
2. القدرة على تخزين البيانات واسترجاعها؛
3. دقة النتائج والتي تتوقف أيضاً على دقة المعلومات المدخلة للحاسوب؛
4. تنفيذ البرامج والوصول إلى النتائج باتباع خوارزميات؛
5. إمكانية عمل الحاسوب لفترات طويلة وبشكل متواصل دون الحاجة إلى صيانة؛
6. تطابق النتائج في حال تغذية الحاسوب بنفس البيانات والبرمجيات.²

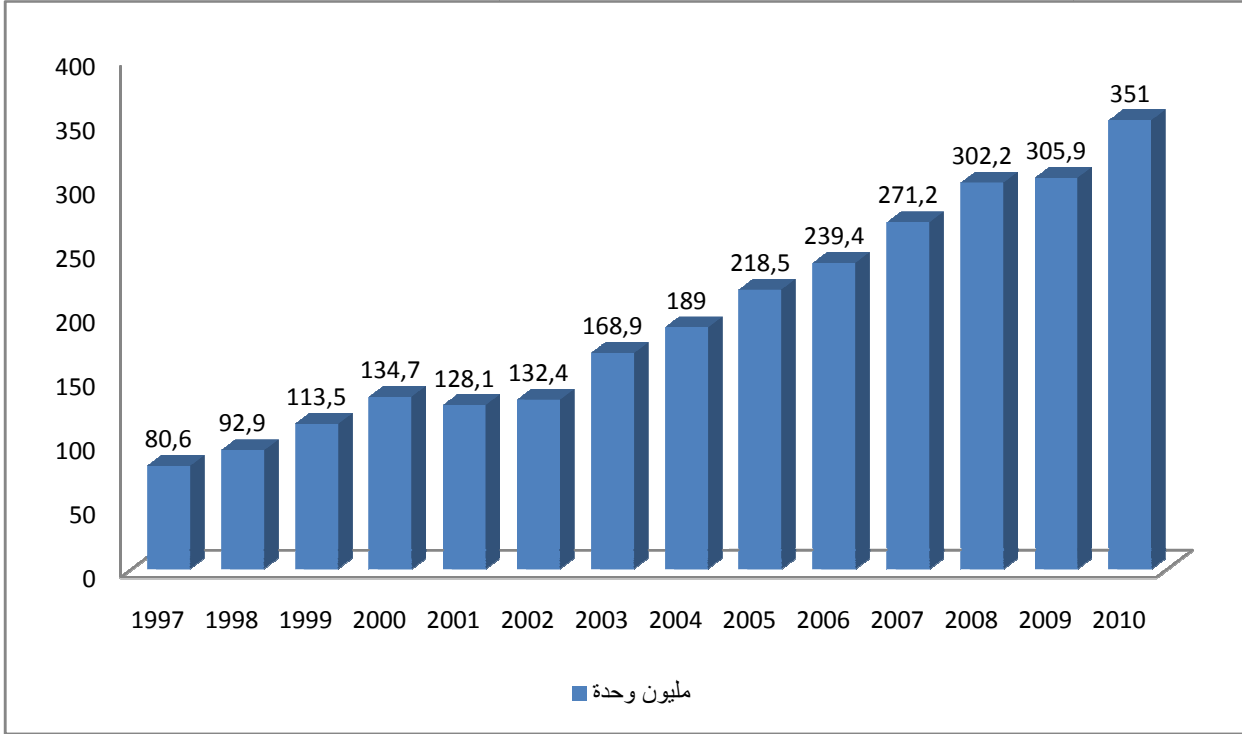
عرفت مبيعات أجهزة الحاسوب تطوراً ملحوظاً خلال السنوات الماضية، ويعد النمو الهائل والمتزايد للمعلومات، كما ونوعاً، إضافة إلى الحاجات المتنامية للسرعة والكفاية والدقة لمثل تلك المعلومات المطلوبة للمخططين والباحثين وصانعي القرارات والمستفيدين الآخرين، أحد الأسباب التي أدت إلى انتشار الحاسوب، ويوضح الشكل رقم (5.1) تطور مبيعات أجهزة الحاسوب في العالم خلال الفترة (2010/1997).

1 عامر إبراهيم قنديلجي وإيمان فاضل السامرائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، (الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2002)، ص 120.

2 عثمان أبو بكر القاجي، أساسيات هندسة الحاسوب، ص 3،

(http://www.otman.net/Courses/ec351-All/ec351-S08/eBook/1_System.pdf، 2012/04/18)

شكل رقم (5.1): مبيعات أجهزة الحاسوب في السوق العالمية خلال الفترة (2010/1997).



Source: http://en.wikipedia.org/wiki/Market_share_of_leading_PC_vendors (19/04/2012).

يعتبر انخفاض تكلفة أجهزة الحاسوب أحد العوامل الكامنة وراء نمو مبيعات الحاسوب في العالم، بالإضافة إلى التطورات التي أدت إلى زيادة كل من السرعة وقدرة المعالجة ومساحة التخزين في الحواسيب.

ب- البرمجيات: عبارة عن مجموعة من التعليمات التي تتحكم في الحاسوب والمعدات وتعتبر البرمجيات بمثابة المتمم والمكمل للمعدات، فلا قيمة للمعدات بدون البرمجيات، وتضم البرمجيات الأجزاء الرئيسية التالية:

- أنظمة التشغيل: عبارة عن مجموعة من البرامج الجاهزة التي تقوم بعملية الإشراف والتحكم في وحدات الحاسوب الأساسية من أجل توجيه أعمالها ومعالجة البيانات الداخلة بأفضل صورة ممكنة، ومن أنظمة التشغيل: (Unix, Windows XP)؛
- لغات البرمجة: وهي اللغات المختلفة التي يقوم المبرمجون من خلالها بكتابة البرامج لحل مسألة معينة، ومن بين هذه اللغات (Pascal, C++, C, Fortran, Java)؛
- الأنظمة التطبيقية: مجموعة من البرامج الجاهزة التي تسهل على مستخدم الحاسوب تأدية نمط معين من عمليات المعالجة التي تتم على البيانات ومن الأمثلة على هذه البرمجيات (برمجيات تحرير ومعالجة النصوص وبرمجيات الجداول)؛
- البرامج: وهي البرامج التي كتبها المبرمجون لحل مسألة معينة بلغة برمجة معينة.¹

1 عامر إبراهيم قنديلجي وإيمان فاضل السامرائي، مرجع سبق ذكره، ص.ص 160-169.

2.2- مفهوم الشبكات المعلوماتية:

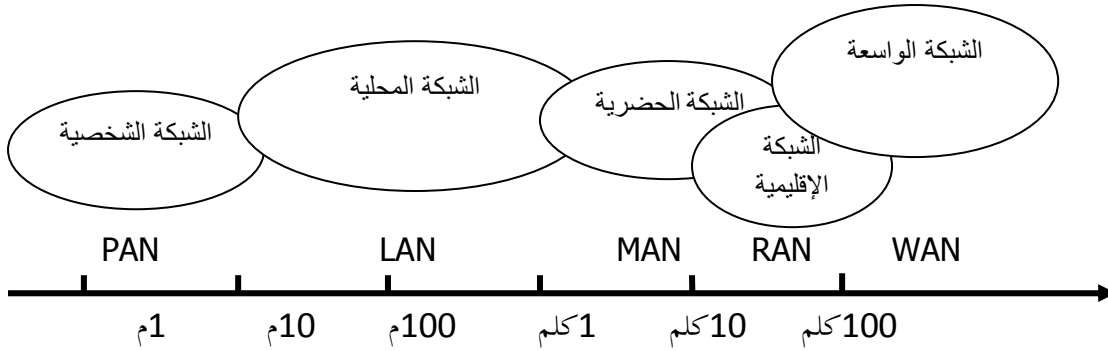
يقصد بالشبكات الربط بين الحواسيب مع أدوات وبرامج مخصصة للعمل الشبكي، وذلك لإتاحة تدفق المعلومات عبر الشبكة على شكل إشارات كهربائية، ويتم نقلها كحزم صغيرة من المعلومات بسرعات كبيرة جدا ويجب أن تنقل هذه الحزم بدرجة عالية من الدقة حتى تصل خالية من الأخطاء إلى الهدف المطلوب.

1.2.2- أصناف الشبكات: ويمكن تصنيف الشبكات إلى صنفين هما:

أ- التصنيف بناء على التوزيع الجغرافي:¹

- الشبكة الشخصية (PAN) Personal Area Network: تجهيزات شخصية موصولة على مسافة بضع أمتار؛
- الشبكة اقليمية (LAN) Local Area Network: تتواجد هذه الشبكات داخل بناية المؤسسة، وتستعمل لنقل المعلومات الداخلية الرقمية للمؤسسة؛
- الشبكة الحضرية (MAN) Metropolitan Area Network: تسمح بربط مجموعة من الشبكات المحلية للمؤسسات المختلفة، وإعطائها القدرة على التواصل؛
- الشبكة الإقليمية (RAN) Regional Area Network: تهدف إلى تغطية مساحة جغرافية واسعة؛
- الشبكة الواسعة (WAN) Wide Area Network: تسمح بنقل البيانات الرقمية عبر مسافات بعيدة، مثل الدول والقارات.

شكل رقم (6.1): شكل توضيحي لأصناف الشبكات حسب التوزيع الجغرافي.



Source: Idem.

ب- التصنيف بناء على نوع التشبيك:²

- الشبكة الخطية: يقوم تصميمها على توصيل الأجهزة بنفس خط التوصيل؛
- الشبكة النجمية: يتم ربط الأجهزة المكونة للشبكة بجهاز مركزي يطلق عليه (HUB) أو محول (Switch)؛
- الشبكة الحلقية: يتم ربط الأجهزة على شكل حلقة.

1 Guy Pujolle, Les Réseaux, 6ème Ed, (EYROLLES, FRANCE, 2008), P.P 14 -15.

2 Claude Servin, RÉSEAUX ET TÉLÉCOMS, 3ème Ed, (Dunod, Paris, 2003), P 160.

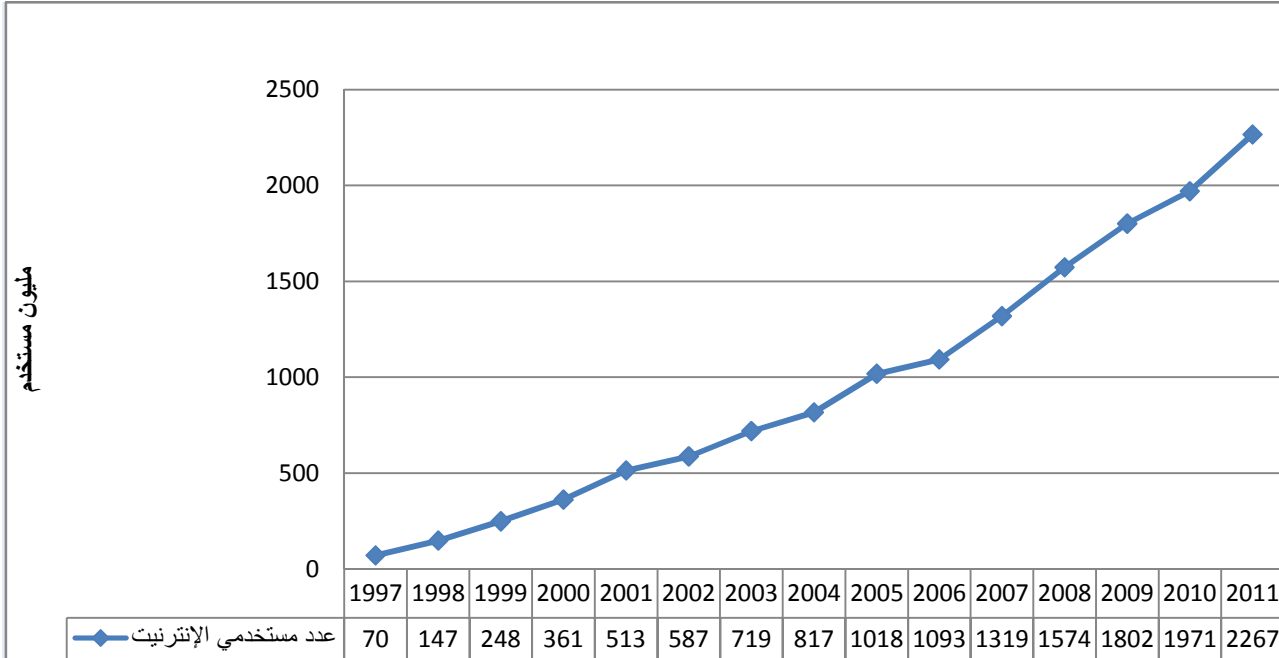
2.2.2- شبكة الإنترنت:

تعد شبكة الإنترنت العمود الفقري الأساسي والهام لانتشار تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وبالمقابل فإن هدف تكنولوجيا المعلومات والاتصال هو جعل شبكة الإنترنت أكثر جدوى من خلال تشكيلة من البرامج والخدمات، بحيث يتسنى للمؤسسات مهما كان حجمها عقد الصفقات التجارية عبر الشبكة المعلوماتية؛ كما تتيح هذه التكنولوجيا خيارات وبدائل عديدة، منها اختيار الأدوات والخدمات لتطوير حلول تلي حاجة كل مؤسسة على حدة، بالإضافة إلى اختيار حلول راقية تتميز بقدرتها على الاندماج في الأنظمة الراهنة لأي مؤسسة، فضلا عن إمكانية تطويرها وتعديلها بحيث تتكيف مع الاحتياجات المتغيرة للمؤسسة.¹

أ- تعريف شبكة الإنترنت: هي شبكة عالمية واسعة جدا لنقل وتبادل المعلومات بمختلف أشكالها المكتوبة والمسموعة والمقروءة، وتضم هذه الشبكة ملايين الحواسيب والشبكات المرتبطة مع بعضها حول العالم لتزويد المستخدمين بخدمات كثيرة وتعمل على مدار الساعة بدون توقف، وكانت بداية ظهور شبكة الإنترنت مقصورة على الأغراض العسكرية ولكن استخدامها توسع بانضمام الجامعات ثم المؤسسات التجارية في أمريكا وخارجها مما جعلها شبكة عالمية تستخدم في شتى مجالات الحياة.²

تعتبر شبكة الإنترنت أهم اختراع توصل إليه الإنسان على الإطلاق، فقد أصبح يلعب دورا هاما في حياة الأفراد، وأصبح تصفح الإنترنت يمثل مهمة أساسية يؤديها الفرد كل يوم، والبعض يقضي أمام الإنترنت ساعات طويلة لأغراض شتى، أهمها البحث والتواصل وغير ذلك من الخدمات، وفيما يلي شكل يوضح تطور عدد مستخدمي الإنترنت في العالم.

شكل رقم (7.1): تطور عدد مستخدمي الإنترنت في العالم للفترة 1997-2011.



Source: <http://www.internetworldstats.com/emarketing.htm> (21/04/2012).

1 إبراهيم بخي ومحمود فوزي شعوي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة، (مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 7، 2010/2009)، ص.ص 275-276.

2 مزهر شعبان العاني وشوقي ناجي حواد، العملية الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، (إثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2008)، ص.ص 209-211.

وفقا لما هو موضح في الرسم البياني للشكل رقم (7.1)، نلاحظ تزايد عدد مستخدمي الإنترنت في العالم بمعدلات هائلة سنويا، حيث تظهر الإحصائيات العالمية أن عدد مستخدمي الإنترنت تضاعف نحو 100 مرة وذلك لدى المقارنة بعدد المستخدمين المسجل نهاية العام 1997 عندما بلغ قرابة 70 مليون مستخدم حول العالم.

3.2.2- شبكة الإنترنت والإكسترنات: الإنترنت والإكسترنات شبكتان خصوصيتان تعتمدهما المؤسسات، تستعملان تقنية الإنترنت لإظهار المعلومات، ويجد الكثير من المستخدمين صعوبة في التفريق بين الإنترنت والإكسترنات، وفيما يلي بيان كل منهما:

أ- **الإنترانت:** هي عبارة عن شبكة داخلية في مؤسسة معينة، وتشبه الإنترنت الويب الداخلي، وتستخدم تكنولوجيا الإنترنت وبروتوكولاتها بحيث يستطيع الوصول إليها فقط أولئك الذين يعملون في هذه المؤسسة، ولا يستطيع الوصول إليها من خارج المؤسسة إلا بتصريح دخول، ويؤدي استخدامها إلى تحسين آليات الاستغلال المشترك للموارد والمعلومات.¹

ب- **الإكسترنات:** هي ربط شبكتي إنترانت أو أكثر باستخدام تقنية الإنترنت بصلاحيات محددة، استحدثت هذه الشبكات استجابة لما يتطلبه قطاع الأعمال من شراكات وتحالفات وما يقتضيه الأمر من أمن على المعلومات المتبادلة عن طريق الشبكات، ويمكن لهذه الشبكة أن تستخدم في ربط فروع المؤسسة معا، وتحافظ على خصوصية كل شبكة إنترانت مع منح أحقية الشراكة على بعض الخدمات والملفات فيما بينها.²

لصد المقتحمين غير المرغوب بهم من خارج الشبكة يستعمل جدار النار (Firewall)، وهو عبارة عن النظام الأمني لحماية البيانات، وذلك من خلال عمله كحد وقائي بين شبكة الاتصال المحمية والعالم الخارجي، ويجوي مجموعة من البرامج المرتبطة التي تحمي موارد الشبكة الخصوصية من المستخدمين الخارجيين. ونوضح في الجدول رقم (1.1) أهم الفروقات بين الإنترنت والإنترانت:

الجدول رقم (1.1): أهم الفروقات بين الإنترنت والإنترانت.

الإنترانت	الإنترنت	الفروقات
هي ملك المؤسسة التي تستضيفه.	غير مملوكة لأحد.	الملكية
وصول الأشخاص المسموح لهم فقط.	أي شخص يمكنه الوصول إليه.	الوصول
يحتوي على مواضيع ومعلومات خاصة بالمؤسسة.	يحتوي على مواضيع ومعلومات مختلفة ومتعددة.	المحتوى

المصدر: إبراهيم بختي، دور الإنترنت وتطبيقاته في مجال التسويق - دراسة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه دولة غير منشورة، العلوم الاقتصادية، (جامعة الجزائر، 2002)، ص 24.

1 طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية، (الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003/2002)، ص 744.

2 خضر مصباح الطيبي، التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية، (دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2008)، ص 68.

3- أهمية ومعوقات أمن الشبكات:

نظرا للإقبال المتزايد على الإنترنت والانتشار الواسع للتجارة الإلكترونية برزت أهمية أمن المعلومات والشبكات، فهي تشكل أمرا بالغ الأهمية، وتوفر مزايا عديدة أهمها:¹

- تطوير تدفق المعلومات وتسهيل العلاقة مع شركاء الأعمال داخل المؤسسة وخارجها منها وإليها؛
- استغلال موارد الشبكة بالمؤسسة عن بعد، وإنجاز الأعمال التي لا تتطلب التأخير؛
- إمكانية التواصل بين المستخدمين في مواقع مختلفة باستخدام نظم تشغيل مختلفة وبرامج مختلفة؛
- تمكين المؤسسة من عرض منتجاتها للعملاء، وتجهيز طلبات الشراء للموردين؛
- ربط مصادر الموارد البشرية المؤهلة مع سوق العمل؛

تكمّن خطورة مشاكل أمن المعلومات والشبكات في عدة جوانب منها تقليل أداء الأنظمة الحاسوبية، أو تخريبها بالكامل مما يؤدي إلى تعطيل الخدمات الحيوية للمنشأة، أما الجانب الآخر فيشمل سرية وتكامل المعلومات، ويمكن تصنيف الاختراقات إلى صنفين:

- **اختراقات داخلية:** أي تنبع من أحد موظفي المنشأة؛
- **اختراقات خارجية:** تكون محاولات الاختراق من داخل المنشأة في غالب الأمر أخطر بكثير منها من الخارج وذلك لأن الجدران النارية عادة لا تحمي المنشأة من المخترقين من الداخل.

يقع على عاتق الإدارة العليا في المنشأة دور كبير في أمن المعلومات والشبكات، وتشير الدراسات الميدانية إلى وجود أخطاء شائعة تقع فيها الإدارة العليا، والتي تؤثر سلبا على أمن المعلومات والشبكات، ومن أبرز هذه الأخطاء:

- تجاهل المشكلة واعتبارها مشكلة مؤقتة ستزول مع الوقت؛
- عمل إصلاحات مؤقتة؛
- الإخفاق في تقييم ثمن المعلومات وسمعة المؤسسة التي يعملون بها، ومن ثم التهاون في حماية هذه المعلومات؛
- الاعتماد على الجدران النارية (Firewalls) فقط؛
- الاهتمام بالأمن المحسوس وإغفال الأمن الإلكتروني؛
- تكليف أناس غير مدربين لمتابعة أمن المعلومات مع عدم تدريبهم ولا إعطائهم الوقت الكافي لتحسين أمن المعلومات.²

¹ إبراهيم بخي، دور الإنترنت وتطبيقاته في مجال التسويق - دراسة حالة الجزائر-، مرجع سبق ذكره، ص 27.

² خالد بن سليمان الغنير، أمن المعلومات والشبكات: المخاطر والآثار والحلول،

(<http://coeia.edu.sa/ar/asuurance-awarness/articles/.....-information-security-and-networks-risks-effects-and-solutions-i-8.html>, 25/04/2012).

المطلب الثالث: التطورات التكنولوجية وأثرها على الخدمات المصرفية.

أدى التقدم التكنولوجي إلى ظهور العديد من التطورات في الأنشطة المصرفية حيث استوعب النشاط المصرفي قدرا ضخما من الإنجازات التكنولوجية التي تولدت في السنوات الأخيرة، وقد تكافقت التكنولوجيا الحديثة مع المنافسة والابتكارات المالية الجديدة معا لتتجلب لنا عصرا جديدا ينفرد بأساليب وأدوات لم تعرف من قبل.

ويعد التقدم التكنولوجي من أهم المتغيرات التي ساهمت في إحداث تحول جذري في أنماط العمل المصرفي في عصر العولمة، حيث اهتمت البنوك اهتماما كبيرا بتكثيف الاستفادة من أحدث تقنيات المعلومات والاتصالات والحاسب الآلية، وتطويرها بكفاءة عالية بغية ابتكار خدمات مصرفية مستحدثة وتطوير أساليب تقديمها بما يكفل انسياب الخدمات المصرفية من البنوك إلى العميل بدقة وسهولة ويسر، الأمر الذي يتواءم مع المتطلبات المعاصرة والمتزايدة لمختلف شرائح العملاء من ناحية، ويحقق للبنك نموا مطردا في حجم عملياته وأرباحه من ناحية أخرى، ولعل من أهم مظاهر التقدم في تقديم الخدمات المصرفية هي التوسع الكبير في استخدام الكمبيوتر، حيث أدى إلى السرعة في تقديم الخدمات وتقليل الأعباء البيروقراطية وتوفير الوقت لكل من العملاء والعاملين في البنوك، كذلك من مظاهر التقدم هي ظهور البنوك الإلكترونية، وإدخال خدمات الحاسب على الشبائيك بطريقة On Line System ويضاف لكل هذا أن بطاقات الضمان وبطاقات صرف النقدية وبطاقات الشيكات ما كانت تصدر إلا في حالة وجود التقدم في الاستخدام التكنولوجي.

ومنذ مطلع التسعينيات من القرن الماضي شهد الفكر المصرفي ثورة واسعة النطاق نتيجة ما يمكن أن نطلق عليه حدث القرن الواحد والعشرين من المنظور المصرفي وذلك نتيجة الثورة الهائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات Information technology وتكنولوجيا الاتصالات Communication technology وتشير اتجاهات التطور التقني في الدول المتقدمة إلى حرص البنوك على الاستفادة من التقدم التكنولوجي في مجال الحاسبات الآلية وصناعة الاتصالات لتوفير الخدمات المصرفية المختلفة عبر كافة الوسائط الإلكترونية.

كما أن عمليات التحرير المالي والمصرفي وإزالة القيود والتغييرات الهيكلية والمنافسة الحادة، أدت مجتمعة إلى التعجيل بنشر التكنولوجيا في الأعمال المصرفية.

1- تعريف التكنولوجيا في المجال المالي:

تعرف التكنولوجيا على أنها رصيد المعرفة الذي يسمح بإدخال آليات ومعدات وعمليات وخدمات مالية جديدة ومحسنة، ويعكس هذا المصطلح مجالين هما:

- التكنولوجيا الثقيلة: الآلات والمعدات (مثل الحاسبات وآلات عد النقود، وشاشات عرض الأسعار، ووسائل الاتصال)؛
 - التكنولوجيا الخفيفة: وتشمل الدراية والإدارة والمعلومات والهندسة المالية.
- وتهتم التكنولوجيا في المجال المالي بالاستفادة من الحقائق العلمية ووضعها موضع التنفيذ بحيث تساهم في تقديم خدمات جديدة مبتكرة وتطوير الخدمات المالية والمصرفية الحالية.

وهناك أربعة عناصر متشابهة ومتكاملة تشكل مظاهر استخدام التكنولوجيا في العمل المصرفي وهي:

- الجانب المادي: ويتمثل في الآلات والمعدات المستخدمة.
- الجانب الاستخدامي أو الاستعمالي: ويتمثل في طرق استخدام هذه المعدات.
- الجانب العلمي: ويتمثل في المعرفة المصرفية المطلوبة.
- الجانب الابتكاري: ويتمثل في اكتساب المهارات اللازمة لتقديم الخدمات المصرفية.

وعموماً فإن التكنولوجيا يمكن تعريفها بأنها تطبيق المعرفة العلمية على العمليات الإنتاجية لإنتاج سلعة أو خدمة ما، وذلك من إجراء البحوث وصولاً إلى السوق.¹

2- مراحل التطور التكنولوجي في العمل المصرفي

حصل في العمل المصرفي بين عام 1950 وعام 1970 ثلاثة تطورات مهمة، ابتدأت بإدخال المحترفين إلى العمل المصرفي عقب نهاية الحرب العالمية الأولى في عام 1914، ومن ثم دخول ثقافة التسويق والبيع، ومن ثم مرحلة تنامي دور التكنولوجيا المتقدمة، ولقد مر استخدام التكنولوجيا بالمصارف بست مراحل هي:

1-2 مرحلة الدخول: وهي المرحلة التي دخلت فيها التكنولوجيا إلى أعمال المصارف بغرض إيجاد حلول للأعمال المكتبية الخلفية (Back Office Operations) حيث بدأ الأخصائيون في شؤون التكنولوجيا يدخلون حيث بدأ الأخصائيون في شؤون التكنولوجيا يدخلون إلى المصارف لإيجاد الحلول التكنولوجية لمشاكل الأعمال المصرفية الخلفية.

2-2 مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا (Technology Awareness): وهي المرحلة التي بدأت بتعميم الوعي بالتكنولوجيا على كافة العاملين بالمصرف من خلال برامج تدريب تغلب عليها التقنية على حساب المعرفة بالأعمال، وكانت مرحلة تحضير أوسع لدخول التكنولوجيا، وتميزت هذه المرحلة بعدم وجود تدخل مباشر من قبل الإدارات الوسطى والعليا.

3-2 مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات العملاء (Online Real Time): وتميزت هذه المرحلة بالتكاليف العالية حيث بدأ اهتمام الإدارات العليا بالتكنولوجيا.

4-2 مرحلة ضبط أو السيطرة على التكاليف (Cost control): وهي مرحلة ضبط الاستثمار في التكنولوجيا وعمدت هذه الإدارات إلى الاستعانة بأخصائيين واستشاريين في شؤون التكنولوجيا لمساعدتهم في ضبط التكاليف.

1 عبد القادر بريش، مرجع سبق ذكره، ص 139.

2-5 مرحلة اعتبار التكنولوجيا أصلاً كباقي أصول المصرف (Asset Like any Other Asset):

وبالتالي يجب أن يجني هذا الأصل مردوداً كباقي الأصول وهنا ابتدأت مرحلة إدارة التكنولوجيا.

2-6 مرحلة اعتبار التكنولوجيا عملاً ضمن أعمال المصرف: وهي المرحلة التي بدأت فيها الإدارة الإستراتيجية

للتكنولوجيا، والتي ارتكزت على تفعيل الإنتاجية على الصعيد الداخلي، وتحسين الضبط على الصعيد العملي، وتسويق التكنولوجيا على الصعيد الخارجي.

إن هناك عناصر أساسية لا بد من التأكيد عليها ضمن نطاق الإستراتيجية للتكنولوجيا المصرفية وهذه العناصر تتمثل في:

- أ- تصاعد أهمية الخدمات المصرفية بالتجزئة كميدان أساسي من أعمال البنوك ومصدر مهم لزيادة ربحيته.
- ب- الاعتماد المتنامي على الركائز الالكترونية لتلبية احتياجات العملاء.
- ت- تصاعد أهمية التكنولوجيا في مراقبة سير الأعمال والرقابة الداخلية.
- ث- معايير بازل الجديدة التي تهتم بمخاطر التشغيل وأهمية الإدارة الإستراتيجية لمخاطر التكنولوجيا المصرفية لمنع أي تأثير سلبي على البنوك.¹

3- خصائص التكنولوجيا المصرفية:

من خلال دراسة مفهوم التكنولوجيا في المجال المصرفي يمكن تحديد أهم خصائصها فيما يلي:

- أن التكنولوجيا المصرفية هي مجموعة من المعارف والمهارات والطرق والأساليب المصرفية.
- إن هذه المعارف والمهارات والطرق والأساليب قابلة للاستفادة منها بالتطبيق العملي في المجال المصرفي.
- إن التكنولوجيا بمفاهيمها المختلفة ليست هدفاً في حد ذاتها بل وسيلة يستخدمها البنك لتحقيق أهدافه.
- أن الخدمة المصرفية هي المجال الرئيسي لتطبيق التكنولوجيا.²

4- الآثار الإيجابية للتكنولوجيا على الخدمات المصرفية:

يؤدي استخدام التكنولوجيا في المجال المصرفي تحقيق العديد من المزايا من أهمها:

- تحقيق ميزة تنافسية للبنك في السوق المصرفي من خلال توفير الخدمات المرتبطة بالتقنيات الحديثة مما يجعل الخدمات أكثر جاذبية للعملاء.
- تحرير العمل المصرفي من الروتين والأعباء الإدارية مما يخفف الضغط على موظفي البنك ويساعدهم على الاهتمام بجودة الخدمة.
- يؤدي تطبيق التكنولوجيا في العمليات المصرفية إلى تقليل التكاليف وزيادة ربحية البنك.
- تساعد التكنولوجيا المتقدمة البنك في تسويق وتقديم خدمات مصرفية جديدة ومتنوعة.
- يمكن البنك من تنويع خدماته وتوسيع قطاعات الزبائن التي تتعامل معها.

1 ناضم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص، 25-26-27.

2 عبد القادر بريش، مرجع سبق ذكره، ص، 139-140.

- يؤدي تطبيق التكنولوجيا في المجال المصرفي إلى تحديث وعصرنه نظم الإدارة.¹

5- الآثار السلبية للتكنولوجيا على الخدمات المصرفية:

على الرغم مما تحققه التكنولوجيا المصرفية من مزايا متعددة خدمت القطاع المالي والمصرفي بشكل كبير، إلا إنها وبالمقابل وجدت مخاطر مصاحبة لاستخدام هذه التكنولوجيا من قبل المصارف والمؤسسات المالية.

1.5 سهو وأخطاء العاملين: والذي يتمثل بقيام العاملين على الأنظمة الآلية باقتراء أخطاء ناجمة عن عدم المعرفة أو عن السهو فتؤدي إلى إحداث أضرار بالمعلومات والأنظمة المبرمجة.

2.5 الخيانة من قبل العاملين على الأجهزة الإلكترونية: ويتمثل ذلك من خلال قيام العاملين على الأجهزة التابعة للمصرف سواء الأجهزة الموجودة داخل أو خارج المصرف، بأعمال تخريبية خاصة إذا لم تتوفر أنظمة أمنية لحماية النظم الآلية مما يوفر مجالات عديدة لاختراق هذه الأنظمة التكنولوجية من قبل المجرمين.

3.5 الاختراق من قبل أشخاص خارجيين: ويتمثل ذلك بمحاولة بعض الأشخاص باختراق الأنظمة المصرفية بهدف العبث والسرقة وإنجاز عمليات مصرفية غير مشروعة لا توافق المصارف على تقديمها أو تكون بحاجة إلى اخذ موافقات عليها.²

1 المرجع السابق، ص140.

2 رافعة إبراهيم الحمداني، اثر استخدام التكنولوجيا المصرفية في ظاهرة غسل الأموال والجهود الدولية في مكافحتها، المؤتمر العلمي الرابع، الريادة والإبداع: استراتيجيات الأعمال في مواجهة تحديات العولمة، جامعة فيلادلفيا، كلية العلوم الإدارية والمالية، 15-16/03/2005، ص6.

<http://www.kantakji.com/fiqh/Files/Markets/33.pdf> (23/04/2012)

خلاصة الفصل الأول:

لقد تناولنا في هذا الفصل الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثرها على العمل المصرفي واشتمل على ثلاثة مباحث رئيسة لتقديم فكرة شاملة عن بعض المفاهيم الأساسية عن البنوك في المبحث الأول وتضمن المبحث الثاني من هذا الفصل الإطار العام للخدمات المصرفية من خلال إعطاء آليات تطويرها وسلطان الضوء في آخر هذا الفصل على متغيرين رئيسيين هما تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتفاعل البنوك مع هذين المتغيرين.

ويمكن تلخيص ما تم التوصل إليه في النقاط التالية:

- لم تعد النشاطات البنكية أمرا محصورا في نطاق ضيق يتكون من مجموعة من المتعاملين، ولكنها أصبحت عملية يومية تم قطاعا واسعا من الأفراد والمؤسسات والمنظمات، وتزايد أهميتها يوم بعد يوم بسبب ما يشهده الاقتصاد من تحولات عميقة.
- كما واجهت المصارف تحديات كبيرة خاصة في الحقبة الأخيرة من القرن الماضي، في ظل بيئة اقتصادية تنطوي على العديد من المخاطر المرتفعة والمنافسة شديدة الضرر، مما جعل المصارف تتجه نحو الاتجاهات الحديثة في مجال الخدمات المصرفية.
- لقد أصبح الاهتمام بتطوير وتحسين الخدمات المصرفية من أولويات رفع القدرة التنافسية للمصارف في عصر العولمة، من خلال استقبال سياسات ومناهج مختلفة تمكنها من تلبية احتياجات ورغبات الزبائن بمختلف أشكالهم.
- لم يعد تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصالات خيارا من سلسلة خيارات يمكن الأخذ بها بل غدا ضرورة للبقاء، بيد أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لا يعتبر حلا في عصرنا الحالي ما لم يتم النهوض بمؤشراتها وتوفير البنى الأساسية لها لا سيما تأهيل الكوادر البشرية.
- كان قطاع المصارف من أبرز القطاعات التي تأثرت بثورة المعلومات والاتصالات والتي شكلت عاملا مساعدا لتنمية العمل المصرفي منذ أوائل السبعينيات وفي اتجاهات متطورة للغاية خلال فترة الثمانينيات والتسعينيات وحتى اليوم.
- لقد أصبح استخدام التكنولوجيا الحديثة عنصرا ملازما للعمل المصرفي لما توفره من فعالية في العمل، وسرعة في الانجاز، ووفرة في المعلومات عن العملاء والأسواق.

من خلال توظيف التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتقديم كافة الخدمات المصرفية، كانت بداية العمل المصرفي الإلكتروني واعتماد البنوك على إستراتيجية خاصة بالصيرفة الإلكترونية من خلال تقديم الخدمات المصرفية عبر فروعه.

تمهيد:

في ظل التطور الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات شهدت الصناعة المصرفية تغيرات جوهرية من خلال استخدام شبكات الاتصال الإلكترونية لإجراء العمليات المصرفية لمواكبة التزايد الكبير في حجم المعاملات المالية، وتمكين العميل من الحصول على الخدمات المطلوبة في أي وقت وفي أي مكان.

و منذ مطلع التسعينيات من القرن الماضي شهد الفكر المصرفي ثورة واسعة النطاق نتيجة ما يمكن أن نطلق عليه حادثة القرن الواحد والعشرين من المنظور المصرفي وذلك نتيجة الثورة الهائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات "Information technology" وتكنولوجيا الاتصالات "Communication technology" وتشير اتجاهات التطور التقني في الدول المتقدمة إلى حرص البنوك على الاستفادة من التقدم التكنولوجي في مجال الحاسبات الآلية وصناعة الاتصالات لتوفير الخدمات المصرفية المختلفة عبر كافة الوسائط الإلكترونية.

وكان النمو في العمل المصرفي من خدمات ووظائف قد مر بعدة مراحل ليرتقي من التقليدي إلى الإلكتروني، مما توجب على البنك ضرورة التحول ببناء بنية تحتية تكنولوجية وتشريعية مع توفير قنوات إلكترونية متنوعة قادرة على تغطية طلبات هؤلاء العملاء بسرعة وفي الوقت الحقيقي .

وعلى هذا الأساس سنحاول في هذا الفصل التعرف على النمو في العمل المصرفي الإلكتروني وظهور الصيرفة الإلكترونية والبنوك الإلكترونية ومعوقات وتحديات الخدمات المصرفية الإلكترونية، وذلك وفقا للمحاور التالية:

- النمو في العمل المصرفي الإلكتروني؛
- البنوك الإلكترونية وأثرها على الخدمة المصرفية؛
- معوقات وتحديات الخدمات المصرفية الإلكترونية.

المبحث الأول: النمو في العمل المصرفي الإلكتروني.

في ظل التطور الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات شهدت الصناعة المصرفية تغيرات جوهرية من خلال استخدام شبكات الاتصال الإلكترونية لإجراء العمليات المصرفية لمواكبة التزايد الكبير في حجم المعاملات المالية وتمكين العميل من الحصول على الخدمات المطلوبة في أي وقت وفي أي مكان، لذا نحاول من خلال هذا المبحث التعرض إلى النقاط التالية:

- ماهية الصيرفة الإلكترونية؛
- قنوات توزيع وأداء الخدمات المصرفية الإلكترونية؛
- واقع الصيرفة الإلكترونية وتقييمها.

المطلب الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية.

تشمل الصيرفة الإلكترونية المعاملات المالية بين المؤسسات المالية والأفراد والشركات التجارية، والحكومية، ومن أجل تحسين الربحية تحاول المنظمات المصرفية كالمنظمات الأخرى، السيطرة على التكاليف، وخفض المصاريف التشغيلية، متخذة من التكنولوجيا والابتكار أدواتها لتحقيق ذلك.

1- التطور التاريخي للصيرفة الإلكترونية.

الصيرفة الإلكترونية، أو المصارف الإلكترونية، مصارف على الخط، مصرف عن بعد، مصارف الانترنت، كلها اصطلاحات تؤدي ذات المقصود مع فرق في درجة الإلكترونية في أعمالها إذ نجد مصارف تعمل كلية على الخط فهي بالتالي مصارف افتراضية، ومصارف أخرى تقدم خدمات بالطرق الإلكترونية بالإضافة إلى عملها بالطرق التقليدية

ومهما كانت درجة "الإلكترونية" على المستويات الجزئية، فإن عالم الوساطة المالية عرف تحولا نوعيا غير من أبعاد وأهداف استراتيجيات المصارف في السنوات القليلة الأخيرة. وكان ذلك نتيجة منطقية لثورة التكنولوجيا الجديدة في الإعلام والاتصال وعودة الأسواق المالية والمصرفية.

ظهرت الصيرفة الإلكترونية بظهور النقد الإلكتروني مع بداية الثمانينيات، حيث برز مفهوم "Monétique"، الذي يعني تراوج النقد بالإلكترونيك، غير أن استخدام البطاقات بدل النقد الائتماني يرجع في الواقع إلى بدايات القرن الماضي في فرنسا (بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي)، وفي الولايات المتحدة الأمريكية (بطاقات معدنية تستعمل في تعريف الزبون على مستوى البريد)، ومع ذلك كان لابد من الانتظار حتى الخمسينيات حتى يشهد العالم تحولا في هذه البطاقات، حيث أصدر American express (1958) بطاقات بلاستيكية، والتي انتشرت على نطاق دولي في الستينيات.¹

¹ راجع حسين وهواري معراج، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، بحث مقدم إلى ملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية- واقع وتحديات-، جامعة الشلف، يومي 14- 15 ديسمبر 2004، ص.ص 315-316.

وفي سنة 1968 أصدرت مجموعة من ثمانية بنوك بطاقة Americard Bank، والتي دولت لتتحول فيما بعد إلى شبكة Visa العالمية، كما تم في نفس العام إصدار البطاقة الزرقاء carte bleue من قبل ستة بنوك فرنسية.

وفي نهاية السبعينيات، وبفضل ثورة الإلكترونيك، تم تزويد البطاقات بمسارات مغناطيسية (pistes magnétiques) في عدد من البلدان الصناعية، حيث أصبحت البطاقة تحوي ذاكرة ويمكن تجزئة القيمة المخزنة فيها لإجراء عمليات الدفع.¹

ومنذ 1986 شرعت اتصالات فرنسا (France telecom) في تزويد غرف الهاتف العمومي بأجهزة قارئة لبطاقات الذاكرة (cartes à mémoire). ومع بداية التسعينيات (1992) أصبحت كل البطاقات المصرفية (بطاقات دفع أو سحب) في فرنسا برغوثة (des cartes à puce)، وبالتالي فهي تسمح بالتعرف على سلامة البطاقة وعلى هوية صاحبها، وهو ما يعد دعم كبير لأمن العمليات التي تجرى بها.²

كما إن الانفجار الذي حدث في التسعينيات، بفعل التطور الهائل في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وخاصة منها ثورة الإنترنت، أدى إلى تحولات عميقة في مجال الصيرفة، فلقد ظهر في منتصف التسعينيات أول بنك افتراضي في الولايات المتحدة الأمريكية يميّز بين نوعين من المصارف كلاهما يستخدم تقنية الصيرفة الإلكترونية:

- المصارف الافتراضية (مصارف الإنترنت): تحقق أرباحا تصل إلى ستة أضعاف المصرف العادي.
- المصارف الأرضية: ونقصد بها المصارف التي تقدم خدمات تقليدية وخدمات الصيرفة الإلكترونية.

ليتلاحق بروز مصارف من نفس النمط، وبصورة متسارعة، في مناطق أخرى من العالم، خاصة وأن تسيير الزبون الافتراضي (client virtuel) أقل تكلفة من تسيير الزبون التقليدي كما بينت ذلك الدراسات المتخصصة. ويعود سبب انتشار الصيرفة الإلكترونية إلى عنصرين أساسيين:

- أهمية ودور الوساطة بفعل تزايد حركية التدفقات النقدية والمالية في مجال التجارة .
- تطور المنظمة الإعلامية للاتصال التكنولوجي.³

2- مفهوم الصيرفة الإلكترونية.

قبل التطرق إلى ذكر أهم تعاريف الصيرفة الإلكترونية، لا بد من التمييز بين نوعين من المصارف التي تمارس الصيرفة الإلكترونية، فهناك المصارف التي ليست لها موقع جغرافي، وغير موجودة على أرض الواقع، وتسمى بالمصارف الإلكترونية، أو الافتراضية، وهناك مصارف عادية أو المصارف الأرضية وهي تقدم خدمات تقليدية، بالإضافة إلى ممارسة الصيرفة الإلكترونية.

¹ نفس المرجع والصفحة سابقا.

² المرجع السابق، ص 116.

³ علي قابوسة، المصارف الإلكترونية الفرص والتحديات - حالة الجزائر-، (المؤتمر العلمي المغربي الأول حول المعلوماتية والقانون أكاديمية الدراسات العليا-طرابلس- ليبيا، يومي 28-29 أكتوبر 2009)، ص 2.

ولقد حظي هذا المفهوم، أي الصيرفة الإلكترونية بعدة تعاريف، من بينها:

يقصد بالصيرفة الإلكترونية تلك التي تجري فيها المعاملات المصرفية إلكترونياً في شكل آلات الصرف الأوتوماتيكية والمعاملات الإلكترونية، ومؤخراً حذا انتقلت هذه العمليات المصرفية إلى شبكة الإنترنت، كقناة جديدة لتقديم الخدمات المصرفية التي تحقق مزايا لكل من العملاء والمصارف من أي مكان إمكانية الحصول عليها بسرعة ومتاحة على مدار الأربع والعشرين ساعة أين ما كان العميل.

وتعرف أيضاً " الصيرفة الإلكترونية هي تقديم الخدمات المصرفية باستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أي من خلال الإنترنت والموزعات الآلية، والشبكات الخاصة والهاتف النقال والثابت والحاسب الشخصي، فهي تتيح الخدمة المصرفية عن بعد وخلال 24 ساعة، وكل أيام الأسبوع وبسرعة فائقة، وتكلفة أقل، وبدون التقاء مكاني بين العميل والمصرف.¹

والمقصود بالصيرفة الإلكترونية هو إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية، أي باستخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة، سواء تعلق الأمر بالسحب أو بالدفع أو بالائتمان أو بالتحويل أو بالتعامل في الأوراق المالية أو غير ذلك من أعمال المصارف. وفي ظل هذا النمط من الصيرفة لا يكون العميل مضطراً للتنقل إلى البنك، إذ يمكنه القيام ببعض العمليات مع مصرفه وهو في منزله أو في مكتبه، وهو ما يعني تجاوز بعدي المكان والزمان.²

3- مراحل العمل الآلي في البنوك.

إن العمل الآلي في البنوك مر بمراحل عديدة حتى وصل إلى الصيرفة الإلكترونية وهذه المراحل هي:

- مرحلة استخدام الآلات الميكانيكية المساعدة، وكانت استجابة طبيعية لزيادة حجم العمل اليدوي وكانت تمثل ميكنة لبعض مراحل عملية تشغيل البيانات يدوياً.
- مرحلة استخدام آلات البطاقات المثقبة، وتعتبر الباب الرئيسي الذي قاد لمرحلة الآلات الإلكترونية وفكرتها تقوم على استحداث وسيلة يتم بواسطتها اختزان البيانات والمعلومات على بطاقة مثقبة، ثم قراءة هذه البيانات وتشغيلها بواسطة آلة.
- مرحلة استخدام الآلات شبه الإلكترونية، وهي مرحلة تم فيها عمليات تطوير واسعة للآلات المساعدة بهدف تشغيلها إلكترونياً لزيادة سرعتها ورفع طاقتها الإنتاجية.
- مرحلة ظهور الحاسب الإلكتروني، وهي أهم مراحل التحول الإلكتروني والتي ظهر فيها الحاسب الآلي وحدث تطور هائل في مكوناته من حيث السرعة، والحجم، والكفاءة، والسعة.³

¹ مزريق عاشور ومعموري صورية، عصرنة القطاع المالي والمصرفي وواقع الخدمات البنكية الإلكترونية بالجزائر، (مداخلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي الثاني حول إصلاح

النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، يومي 11-12 مارس 2008)، ص 3.

² رحيم حسين وهوارى معراج، مرجع سبق ذكره، ص 316.

³ ناظم محمد نوري الشمري وعبد الفتاح زهير العبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص 36.

4- الأهمية العلمية والاقتصادية للصيرفة الإلكترونية.

إن قيام البنوك بتسوية أنشطتها وخدماتها المالية عبر الإنترنت يحقق فوائد كثيرة من أهمها نذكر مايلي:

- تخفيض النفقات التي يتحملها البنك يجعل تكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الإنترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد للبنك وما يتطلبه من مباني وأجهزة وكفاءة إدارية، إضافة إلى أن تسويق البنك لخدماته من موقعه على الإنترنت يساعده على امتلاك ميزة تنافسية تعزز من مكانته التنافسية وتؤهله إلى مستوى المعاملات التجارية العالمية.
- إن توجه البنوك العالمية نحو شبكة الإنترنت وما تتميز به من قدرات تنافسية يلزم البنوك الصغيرة ضرورة الارتقاء إلى مستوى هذه التحديات، ووفقاً لذلك سيقوم العملاء بالمقارنة بين خدمات البنوك لاختيار الأنسب، وبذلك تكون الإنترنت عامل منافسة قوي في جذب العملاء.
- يساهم الإنترنت في التعريف بالبنوك والترويج للخدمات المصرفية بشكل إعلامي وهو ما يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة.
- إن الصيرفة الإلكترونية تؤدي إلى تسهيل التعامل بين المصارف، وبناء علاقات مباشرة، وتوفير المزيد من فرص العمل والاستثمار وهو ما يساعد على النجاح والبقاء في السوق المصرفية.
- استخدام الإنترنت يساهم في تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاستفادة من الابتكارات الجديدة التي يكون لها انعكاس على أعمال البنوك.

5- عوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية.

إن إقامة نظام للصيرفة الإلكترونية يقتضي الالتزام بجملة من العوامل والتي هي بمثابة قواعد للعمل الإلكتروني والتي تتمثل فيما يلي:

- وجود شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات الصلة، وترتبط بالإنترنت وفقاً للأسس القياسية مع مراعاة التأمين في تصميم هذه الشبكة.
- وضع خطط للبدء في إدخال خدمات الصيرفة الإلكترونية، بداية من وضع إستراتيجية على مستوى البنك المركزي أو البلد أو التحالفات الدولية.
- وضع تنظيمات قياسية تسمح بالربط بين مختلف الجهات والعالم ككل.
- إعداد خطة لتدريب الموارد البشرية.
- العمل على إنشاء تنظيم إداري يعمل على التنسيق بين الأطراف المتعاقدة.¹

¹ مفتاح صالح ومعارفي فريدة، البنوك الإلكترونية، (بحث مقدم إلى: المؤتمر العلمي الخامس بعنوان: نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية إلكترونية، جامعة فيلادلفيا عمان-الأردن، يومي 4-5 يوليو 2007)، ص.ص 8-9.

المطلب الثاني: قنوات توزيع وأداء الخدمات المصرفية الإلكترونية.

إن ظهور عصر الخدمة الإلكترونية كان نتيجة التوسع الهائل والسريع في اقتصاد المعلومات والشبكات الإلكترونية، التي أعطت دفعا لمنظمات الأعمال عامة والبنوك على وجه الخصوص للتمركز أكثر في السوق، كما وفرت لها فرصا وقدرات تمكنهم من الوصول إلى العملاء وتقديمها لهم خدمات شخصية مفصلة.

1- التعريف بالخدمات المصرفية الإلكترونية

يمكن تعريف الخدمات المصرفية الإلكترونية على أنها:

عرفها (Rust and Lemon 2001) بأنها "تنطوي على تقديم الخدمة عبر وسائل وشبكات إلكترونية مثل الانترنت، ويتضمن هذا التصور ليس فقط الخدمات التي اعتادت مؤسسات الخدمة التقليدية على تقديمها، وإنما أيضا تلك الخدمات المقدمة من قبل الصناعيين ممن يعتمد نجاحهم على جودة هذه الخدمات وعليه، فإن مفهوم الخدمة الإلكترونية واسع في إطاره ولا يقتصر على مزودي الخدمات فقط بل موجه للعميل أساسا".¹

تعمل البنوك على تقديم الخدمات المصرفية التقليدية أو المبتكرة من خلال شبكات اتصال إلكترونية تقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقا لشروط العضوية التي تحددها البنوك، وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة لاتصال العملاء بما يهدف:

- إتاحة معلومات عن الخدمات التي يؤديها البنك دون تقديم خدمات مصرفية على الشبكة.
- حصول العملاء على خدمات محدودة كالتعرف على معاملاتهم وأرصدة حساباتهم وتحديث بياناتهم وطلب الحصول على قروض.
- طلب العملاء تنفيذ عمليات مصرفية مثل تحويل الأموال. وذلك يتطلب أن يتوافر لدى البنوك سياسات وإجراءات لتقييم المخاطر Assessing والرقابة عليها Controlling ومتابعتها Monitoring.²

وفي تعريف آخر يقصد بالخدمات المصرفية الإلكترونية قيام المصارف بتقديم الخدمات المصرفية التقليدية والمبتكرة من خلال وسائط الاتصال الإلكترونية المفتوحة، وتقوم المصارف بتقديم الخدمات لتعزيز حصتها في السوق أو لخفض التكاليف أو كوسيلة لتوسيع نشاطها داخل وخارج حدودها الوطنية، كما يعرفها بنك التسويات الدولية على أنها تقديم الخدمة المصرفية عن بعد أو عبر الخط أو من خلال قنوات إلكترونية سواء للمقيمين داخل البلد أو خارجه؛ إذا فالخدمة المصرفية الإلكترونية تعبر عن استخدام المصرف لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تقديم الخدمات للعميل من خلال الإنترنت، الموزعات الآلية، الهاتف... الخ، بشكل يلبي حاجيات العميل ويكسب المصرف مركزا تنافسيا قويا.³

¹ بشير عباس العلق، الخدمات الإلكترونية بين النظرية والتطبيق، (منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2004)، ص 64.

² محمود أحمد إبراهيم الشراوي، مفهوم الأعمال المصرفية الإلكترونية وأهم تطبيقاتها، (بحوث مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، المجلد الأول، جامعة الإمارات العربية المتحدة، أيام 10-12 ماي 2003)، ص 17-18.

³ محمد يديو، مرجع سبق ذكره، ص 86-87.

2- وسائل تقديم خدمات الصيرفة الإلكترونية.

فيما يلي نستعرض خدمات الصيرفة الإلكترونية والوسائل المتصلة:

2-1 الصيرفة الإلكترونية من خلال الصرافات الإلكترونية:

من وسائل الصيرفة الإلكترونية أجهزة الصرف الآلي التي تؤدي دورا هاما في توزيع المنتجات المصرفية.

2-1-1 آلة الصراف الآلي: وفي تلك الآلات التي يمكن نشرها بالأماكن المختلفة سواء بالحدار أو بشكل مستقل وتكون متصلة بشبكة حاسب المصرف ويقوم العميل باستخدام بطاقة بلاستيكية أو بطاقة ذكية للحصول على الخدمات المختلفة مثل: السحب النقدي، والإيداع النقدي، والاستفسار عن الحساب وغيرها من الخدمات، ولقد أصبحت هذه الأجهزة منذ بدء تشغيلها في عام 1975 من المستلزمات اليومية في تنفيذ العمليات المصرفية الحديثة للأفراد وتمثل هذه الأجهزة فيما يلي:

▪ الموزع الآلي للأوراق (D.A.B) Distributeur Automatique de Billes

الموزعات الآلية للأوراق هي صورة بسيطة للمكنة في القطاع البنكي، فهي آلات أوتوماتيكية تستخدم عن طريق بطاقة، تسمح للمستهلك بسحب مبلغ من المال بدون اللجوء إلى الفرع، تستخدم حتى في المواعيد التي يغلق فيها البنك أبوابه، وعموما فهي تخفف عن عائق الفروع الأعمال المصرفية العادية مثل عمليات سحب النقود أو الاستفسار عن الرصيد، وهكذا فالمهمة الرئيسية للموزع الآلي للأوراق النقدية هي تقديم الخدمة الأكثر ضرورة للمستهلك.¹

جدول رقم (2-1): الموزع الآلي للأوراق (D.A.B).

التائج	التقنية	المبادئ العامة	الموزع الآلي للأوراق النقدية D.A.B
تخفيض نشاط السحب في الفروع.	جهاز موصل بوحدة مراقبة إلكترونية تقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة. هذه الأخيرة تسجل عليها المبالغ المالية الممكن سحبها أسبوعيا.	يسمح بالسحب لكل حائز على بطاقة السحب. يوجد في البنوك، الشوارع، المحطات، وأماكن أخرى. يعمل دون انقطاع.	

المصدر: محمد الصغير قريشي ووهاب نعمون، النظم المعاصرة لتوزيع الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية، (مداخلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي الثاني حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، يومي 11-12 مارس 2008)، ص 9-10.

¹ محمد الصغير قريشي ووهاب نعمون، النظم المعاصرة لتوزيع الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية، (مداخلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي الثاني حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، يومي 11-12 مارس 2008)، ص 9-10.

■ الشبكات الأوتوماتيكية للوراق (G.A.B) Guichet Automatique Bancaire

الشبائيك الأوتوماتيكية للأوراق النقدية هي أيضا أجهزة أوتوماتيكية توجد في الغالب في الواجهات الأمامية لمبنى المصرف أو في الأماكن المحتمل أن يقصدها الزبائن كالأندية، الجامعات، المراكز التجارية وغيرها من الأماكن والمناطق التي يراها المصرف ملائمة، هذه الشبائيك تقدم خدمات أكثر تعقيدا وأكثر تنوعا مقارنة بالموزع الآلي للأوراق النقدية مثل القيام بعمليات السحب والإيداع في حدود مبالغ معينة، تحويل مبالغ إلى حساب زبون آخر بنفس المصرف، طلب صك الخ. عدد هذه العمليات يتراوح من 12 إلى 15 عملية في البنوك الفرنسية ومن 65 إلى 75 عملية في البنوك الأمريكية. فالشبائيك هي تمثل أحد المنتجات البنكية الإلكترونية الأساسية للنظام البنكي.

جدول رقم (2-2): الشبكات الآلي للأوراق G.A.B.

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	الشبكات
يستعمل من طرف الزبائن : - في أوقات غلق البنوك - الزبون المستعمل	جهاز موصول بالكمبيوتر الرئيسي للبنك يقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة التي تسمح بمعرفة الزبون بفضل رمز سري	يجوز لكل حائز على البطاقة القيام بالعديد من العمليات منها : السحب، معرفة الرصيد، القيام بتحويلات، طلب شيكات... الخ	الأوتوماتيكي للأوراق النقدية G.A.B

المصدر: المرجع السابق، ص10.

■ نمائي نقطة البيع الإلكترونية (T.P.V) Terminal Pointe de Vente

إن المرحلة الثانية من مراحل تطوير شبكة المصارف هي نقطة البيع التي تتكون بالربط بين قطاعات التوزيع والخدمات. فهي الآلات التي تنتشر لدى المؤسسات التجارية والخدمية بمختلف طبيعتها وأنشطتها، ويمكن للعميل استخدام بطاقة بلاستيكية أو بطاقة ذكية للقيام بأداء مدفوعاته من خلال الخصم على حسابه إلكترونيا بتمرير هذه البطاقات داخل هذه الآلات المتصلة إلكترونيا بحاسوب البنك. لهذا إذا كان الزبون يحمل بطاقة دفع تمنح من البنك، فعند شرائه ما يحتاجه من سلع وخدمات، وبدلا من الدفع نقدا أو بواسطة الشيكات يستعمل هذه الوسيلة .

إن توفر نظام تحويل الأموال إلكترونيا وبشكل متطور يتيح للزبائن التعامل مع المؤسسات المالية ومؤسسات البيع بالتجزئة من خلال استخدام هذا النظام. ويعد هذا النظام أكثر شيوعا وتطبيقا في المصارف الأمريكية والأوروبية وذلك لما يتميز به من سرعة في إنجاز معاملات الزبائن من دون الحاجة إلى التعامل بالنقد أو الشيكات.¹

¹ المرجع السابق، ص 10.

جدول رقم (2-3): نهائي نقطة البيع الإلكترونية T.P.V

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	نهائي نقطة البيع الإلكترونية Terminal Vente Pointe de
يحل مشاكل نقل الأموال ويوفر الأمن	فروع موصولة بشبكة تجمع بنوكا مختلفة.	يوضع في المطارات والمحلات حيث يسمح للعميل بتسوية عملياته التجارية بالبطاقات أثناء التسديد	

المصدر: المرجع السابق، ص 11.

2-2 خدمة الصيرفة الإلكترونية عبر الهاتف " الهاتف المصرفي " Phone Bank "

مع تطور الخدمات المصرفية على مستوى العالم أنشأت المصارف خدمة " الهاتف المصرفي " لتسهيل إدارة العملاء لعملياتهم البنكية وتفادي البنوك طوابير العملاء للاستفسار عن حساباتهم وتستمر هذه الخدمة 24 ساعة يوميا (بما فيها الإجازات والعطلات الرسمية)، تقدم هذه الخدمة بالاعتماد على شبكة الإنترنت المرتبطة بفروع البنك أين تمكن العميل من الحصول على خدمات محددة، فقط بإدخال الرقم السري الخاص به، ومن الخدمات التي يقدمها الهاتف المصرفي على مستوى العالم:

يتم تطبيق هذا النظام في " ميلاند بنك " باسم "First Direct Account" عن طريق الاتصالات الهاتفية بإدخال الرقم السري الخاص بالعميل ليحول من حسابه بالمصرف لسداد بعض التزاماته مثل فاتورة التليفون، الغاز، الكهرباء .

في المملكة المتحدة الأمريكية أدخلت هذه الخدمة منذ عام 1985 وتعمل بواسطة شاشة لدى العميل في منزله لها اتصال مباشر بالمصرف، وفي عام 1986 تم إدخال خدمات جديدة للهاتف المصرفي تتمثل في خدمة التحويلات المالية من حساب العميل المدفوعة لسداد الكمبيالات والفواتير عليه، وفي نوفمبر 1994 استحدثت " باركليز بنك " خدمة تحويل الأموال، ودفع الالتزامات وأتاحت خدمة الهاتف المصرفي للعميل فرصة التعاقد للحصول على قرض أو فتح اعتمادات مستنديه وغيرها.

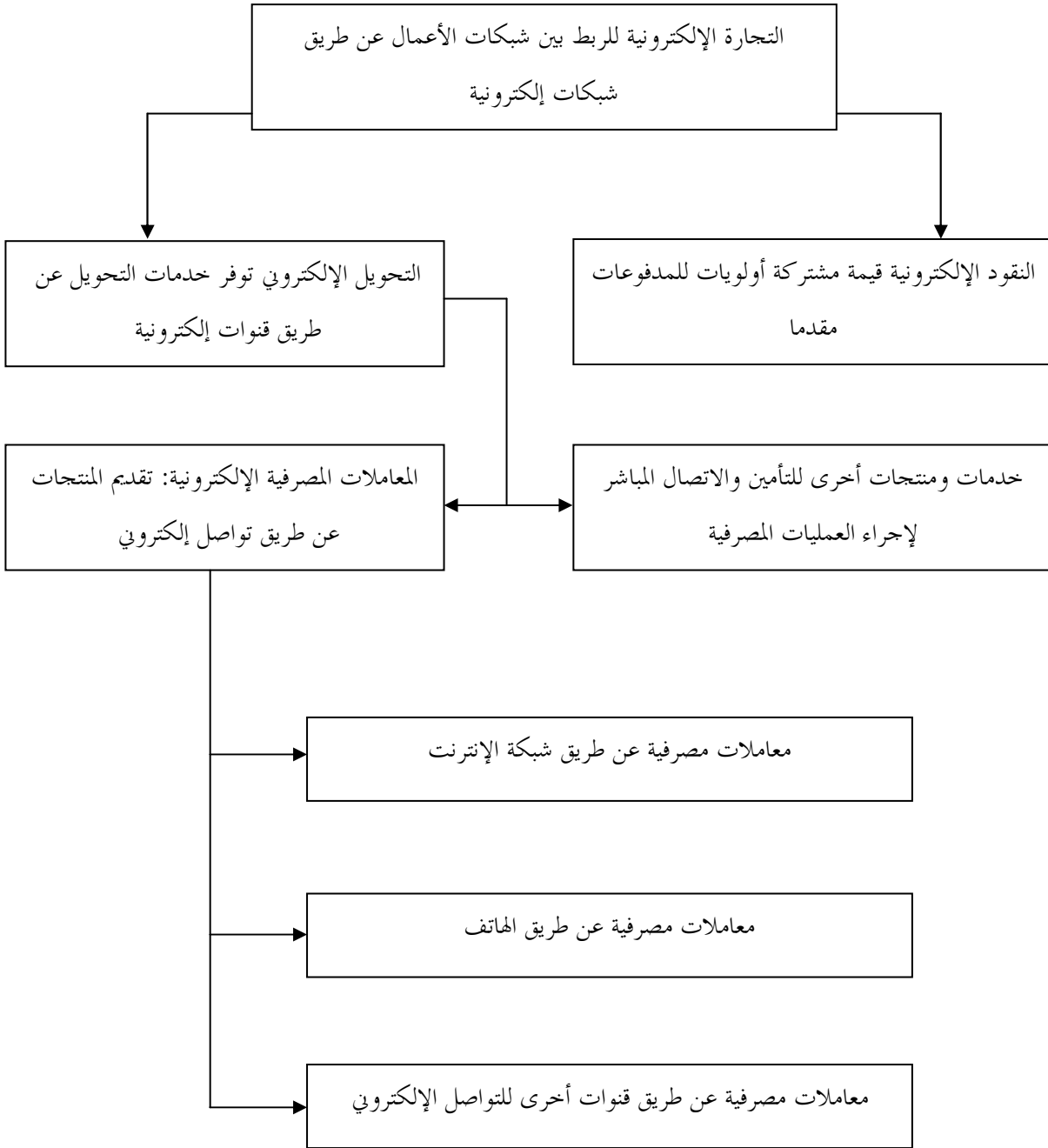
3-2 أوامر الدفع المصرفية الإلكترونية وخدمات المقاصة الإلكترونية:

تأسست خدمات المقاصة الإلكترونية عام 1960 "Banker Automated Clearing Services" ويتم من خلالها تحويل النقود من حسابات العملاء إلى حسابات أشخاص أو هيئات أخرى في أي فرع ولأي مصرف في دولة أخرى كدفع المرتبات الشهرية من حساب صاحب العمل إلى حساب الموظفين، أو دفع المعاشات الشهرية من حساب هيئة التأمين والمعاشات إلى المستفيدين، أو دفع التزامات دورية من حساب العميل إلى مصلحة الكهرباء، الغاز...

كما يتم تسوية المدفوعات المصرفية عن طريق نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي (RTGS) "Real Time Settlement System" ضمن خدمات المقاصة الإلكترونية ويتيح هذا النظام بطريقة إلكترونية آمنة نقل وتحويل مبالغ مالية من حساب بنكي إلى آخر بسهولة حيث تتم المدفوعات في نفس اليوم وبنفس قيمة اليوم دون إلغاء أو تأخير.¹

¹ مفتاح صالح ومعاري فريدة، مرجع سبق ذكره، ص.ص 13-14

شكل رقم (2-1): صور المعاملات المصرفية الإلكترونية.



المصدر: المرجع السابق، ص 14.

2-4 الصيرفة المنزلية " Home Banking ":

وهو ذلك الحاسب الشخصي الموجود بالمنزل أو العمل أو أي مكان، والذي يتصل بحاسب المصرف ليتمكن من خلال كلمة سر (Password) أو رقم السري (Pin Number) أو كليهما لإتمام العمليات المصرفية المطلوبة.

2-5 التلفزيون الرقمي " Digital Television ":

وهي عبارة عن ربط الأقمار الصناعية بين جهاز تلفزيون بالمنزل وبين حاسب البنك، بالتالي يمكن الدخول من خلال رقم سري إلى حاسب البنك أو شبكة الانترنت وتنفيذ العمليات المطلوبة ويعد هذا التلفزيون من أحدث القنوات التي تم ابتكارها، والتي تمكن المصارف من التفاعل مع العملاء في مواقعهم خصوصا في المنزل مع ربات البيوت لاسيما في حالة عدم توفر جهاز حاسب ووجدت هذه التقنية رواجها خصوصا في بريطانيا وفي السويد وفرنسا.

2-6 بنوك الانترنت " Internet Banks ":

تعد بنوك الإنترنت الأعم والأشمل والأيسر، والأكثر أهمية في مجال قنوات توزيع الخدمة المصرفية إلكترونيا، وذلك بفضل اتساع شبكة الانترنت وزيادة اليومية لعدد مستخدميها، ويمكن تمييز بنوك الانترنت إلى قسمين رئيسيين¹:

القسم الأول: وهو ما يتعلق بأداء الخدمات المصرفية من خلال شبكة الانترنت الدولية، من خلال ربط البنوك لحواسيبها على الشبكة الدولية فيتمكن العميل من أي مكان وفي أي وقت من الدخول على هذه الشبكة ثم من خلال رقم سري شخصي يمكنه الدخول إلى حاسب البنك لتنفيذ تعليماته المصرفية، وفقا للقواعد والاشتراطات المسموح بها والمحددة.

ومن الخدمات المتاحة عبر هذه القناة الإلكترونية فتح الحسابات، والحصول على القروض، ودفع الفواتير إلكترونيا، وتحويل الأموال، وتقديم بنوك الإنترنت الأمريكية خدمة تلقي وتنفيذ أوامر البيع والشراء للأسهم في البورصات العالمية.

القسم الثاني: يتعلق بالتجارة الإلكترونية والتي تتم عبر شبكة الإنترنت بين بائع ومشتري، وكل من بنكي البائع والمشتري لتسوية مبالغ الصفقة.

يمكن تصنيف الخدمات المصرفية المقدمة عبر الإنترنت إلى الفئات الثلاث الآتية:

- **الخدمات المعلوماتية:** ويقوم المصرف هنا بعرض وتسويق الخدمات والمنتجات المصرفية المقدمة ضمن موقع إلكتروني عنكبوتي Web Site على الإنترنت، وينطوي هذا النوع من الخدمات على مخاطر متدنية نسبيا بسبب عدم وجود قناة اتصال إلكتروني عبر الإنترنت تمكن أحدا من الدخول إلى الشبكة وأنظمة المعلومات الداخلية للمصرف.
- **الخدمات الاتصالية:** وينطوي هذا النوع من الخدمات على مخاطر أعلى، حيث إنه يسمح بنوع من الاتصال المحدود بشبكة وأنظمة المعلومات الداخلية للمصرف، والمثال على هذه الخدمات: طلب كشف الحساب، وطلب الحصول على تسهيلات ائتمانية وغيرها.

¹ ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص.ص 31-32

- **الخدمات التنفيذية:** وهذا النوع من الخدمات يسمح لعميل المصرف تنفيذ الخدمة المصرفية عبر الإنترنت، حيث يمكن للعميل من إجراء عمليات التحويل التقدي من الحساب، ودفع الفواتير، وإجراء عمليات تنفيذية على حسابه وغيرها ويعتبر هذا النوع هو الأكثر خطورة الإطلاق حيث أنه يمكن عميل المصرف من الدخول إلى أنظمة المعلومات الداخلية وتنفيذ العمليات المطلوبة.¹

المطلب الثالث: واقع الصيرفة الإلكترونية وتقييمها.

تعد الدول المتقدمة وفي مقدمتها الولايات المتحدة من الدول الرائدة في استخدام الصيرفة الإلكترونية نظرا لما تمتلكه من التكنولوجيا والمصارف العربية تواجه تحديات كبيرة أملتتها التطورات التكنولوجية.

1- الصيرفة الإلكترونية في الدول المتقدمة

لقد نما استخدام تكنولوجيا الصيرفة الإلكترونية بشكل سريع في أمريكا، فالدراسات تؤكد وجود ثورة في استخدام هذه التكنولوجيا المتطورة وفي دراسة أجريت عام 1999 تبين أن 85% من العملاء يجرون حركات مالية عبر القنوات الإلكترونية، وقد بلغت عدد الحركات المالية عن طريق جهاز الصراف الآلي 907 مليون حركة شهريا، وبلغت عدد الحركات المالية عبر نقاط البيع 202 مليون حركة شهريا، ويوجد 7 ملايين شخص يستخدمون Online Banking.

وفي دراسة بيون Pyun التي أجريت عام 1998 بلغ عدد البنوك الأمريكية التي تعرض خدماتها عبر القنوات الإلكترونية 770 بنكا، وارتفع العدد إلى 4990 في السنة التالية بينما بلغ عدد بنوك الإنترنت في ثماني دول أوربية هي ألمانيا، وبلجيكا، وهولندا، وإسبانيا، والمملكة المتحدة، وإيطاليا، وأيرلندا، وفرنسا 1845 بنكا، وقد شكلت البنوك الألمانية القسم الأكبر من هذه البنوك وقد كان العدد الأقل من هذه البنوك في فرنسا.

وقد أدخلت المصارف الفرنسية نظاما للتعرف على الخدمات المصرفية عبر الإنترنت على عكس المصارف الإنجليزية التي تشهد تقدما حذرا في مجال الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، والمصارف الألمانية والسويسرية تؤمن الخدمات المصرفية عبر الإنترنت مجانا، وبين عام 1997 و 1998 يوجد سبعة مصارف من أصل عشر مصارف كبيرة في أوروبا أطلقت مواقع لها على الإنترنت، وتؤمن خدمات أساسية كالاستعلام عن الأرصدة والتحويل من وإلى الحساب، وبعضها تؤمن خدمات وساطة وفي مقارنة بين المصارف اليابانية مع المصارف في أمريكا وأوروبا نجد أن المصارف اليابانية ترمي في الإنترنت تكملة لخدمة الصراف الآلي والخدمات المصرفية عبر الهاتف وتقيم الإنترنت في المرتبة الثالثة من حيث الأهمية بعد الفروع والهاتف، أما في شمال أمريكا وأوروبا فينظرون إلى الإنترنت على أنه وسيلة لتخفيض كلفة الخدمات المصرفية.

¹ المرجع السابق، ص.ص 32 - 39

2- المصرفية الإلكترونية في الدول العربية.

أولت السلطات النقدية والمصرفية في الدول العربية اهتماما متزايدا لتطوير وإصلاح وتحرير قطاعها المصرفية انطلاقا من الدور الهام الذي تلعبه هذه القطاعات في تعزيز النمو الاقتصادي، وقد شهد القطاع المصرفي في الدول العربية تطورا كبيرا في السنوات الأخيرة نتيجة الجهود الكبيرة التي بذلتها معظم الدول العربية لإصلاحه وتطويره إلى جانب الدور الكبير لهذه المصارف على المستويات المؤسسية والرأسمالية والبشرية والتكنولوجية.

إن المصارف العربية تواجه تحديات كبيرة أملتتها التغيرات العالمية في البيئة المصرفية نتيجة التطورات التكنولوجية وتحرير تجارة الخدمات المالية في ظل منظمة التجارة العالمية وتحول العالم إلى قرية صغيرة وازدياد المنافسة، ولهذا فقد بدأت البنوك العربية بإعادة النظر في أعمالها التقليدية التي تعتمد أساسا على قبول الودائع وإقراضها حيث وجدت نفسها مضطرة للتعامل مع التغيرات المالية والاقتصادية والاجتماعية المستجدة على الساحتين المحلية والدولية ولقد أصبح البنوك في العالم تعتمد على توفير خدمة ما أو بيع منتج معين أكثر من اعتمادها على تقديم القروض للعملاء.

لقد أصبحت الخدمات المصرفية الذاتية أو القنوات التوزيع المباشر مفضلة لدى العملاء وتقدمها معظم البنوك في العالم وفيما يتعلق بالبنوك العربية فقد استثمرت الملايين لتطوير أجهزة الصراف الآلي لديها ونقاط البيع، ويتجه معظمها الآن نحو تقديم الخدمات عن طريق الانترنت وفي هذا المجال استطاع City Group Bank من خلال 10 فروع فقط في الهند وباستخدام أجهزة الصراف الآلي أن يصبح أكبر مصدر للبطاقات الائتمانية في الهند لذا نجد أن استخدام الفروع أخذ يتراجع بشكل تدريجي ومع تراجع استخدام الفروع أصبح من الضروري تحويلها إلى منافذ للتسويق وبيع المنتجات المصرفية المباشرة للعملاء بدلا من أن تبقي مراكز عمليات مستقلة ففي الغرب يتم تخصيص 80% من مساحة الفرع للعملاء و20% للموظفين، وما زالت البنوك العربية متأخرة كثيرا عن البنوك الأوروبية والأمريكية في تقديم الخدمات المصرفية عبر الإنترنت والسبب الرئيسي في ذلك يعود إلى عدم انتشار الإنترنت في دول المنطقة حيث إن أقل من 1% من السكان العرب يستخدمون الانترنت مقارنة مع 50% من السكان في أمريكا.

إن أهم عنصر لنجاح الخدمات المصرفية عبر الإنترنت هو ارتفاع عدد الذين يزورون الموقع لأن ذلك سيخفض من تكلفة خدمة الفرد لذا على البنوك العربية أن تمتلك الاسم التجاري المعروف الذي سيجذب العملاء الحاليين والجدد، وهن نجد أنه يتحتم على البنوك العربية أن تعمل على إحداث تغيرات جذرية في نشاطاتها وأن تزيد الاستثمارات في مجال التكنولوجيا لمواجهة المنافسة المحلية والخارجية وأن تقلص من النفقات التشغيلية من خلال الاستخدام الفعال لتكنولوجيا الإنترنت وان تفهم احتياجات عملاءها وأن تقتنع أن عملاءها أصبحوا أكثر نضجا ووعيا، حيث أصبح العميل يعرف أنه بإمكانه الانتقال من بنك لآخر على الإنترنت مباشرة.¹

¹ المرجع السابق، ص.ص 52 - 56.

3- مزايا الخدمات المصرفية الإلكترونية

نتيجة لتطور الأساليب التكنولوجية الحديثة والتوسع في استخدامها ظهرت الخدمة المصرفية الإلكترونية والتي تمتاز بجملة من المزايا نوجز أهمها فيما يلي:

- التخفيض من التكاليف التي يتحملها المصرف لإجراء عملياته المختلفة؛
- تقليل من حاجة المصرف إلى الاستثمار المكلف في إقامة الفروع المصرفية؛
- تقديم خدمات مصرفية جديدة؛
- الاهتمام بتطوير خدمات التوزيع؛
- توافر قاعدة بيانات متكاملة وشاملة بين المصارف؛
- تحسين التدفق النقدي؛
- زيادة رضا العميل؛
- زيادة كفاءة أداء البنوك.¹

4- مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية: يصاحب تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية مخاطر متعددة وقد أشارت لجنة بازل للرقابة المصرفية إلى أنه ينبغي قيام البنوك بوضع السياسات والإجراءات التي تتيح لها إدارة المخاطر من خلال تقييمها والرقابة عليها ومتابعتها وأصدرت اللجنة خلال مارس 1998 وماي 2001 مبادئ لإدارة هذه المخاطر شملت مايلي:²

4-1 مخاطر التشغيل:

يمكن أن تتعرض البنوك إلى أخطاء أثناء التشغيل في حالة ما إذا كانت أنظمة الصيرفة الإلكترونية غير متكاملة بالشكل المطلوب وذلك على النحو التالي:

- عدم التأمين الكافي للنظم، أو فشل نظم التكنولوجيا وضعف أنظمة الأمن والحماية الخاصة بالبنية المعلوماتية للبنك، بحيث يمكن اختراق نظم حاسبات البنك بهدف التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء واستغلالها، والقيام بعمليات الاختلاس، سواء تم ذلك من خارج البنك أو من العاملين به، مما يستلزم توافر إجراءات كافية لكشف وإعاقبة ذلك الاختراق،³ حيث إن التعاملات على شبكة الإنترنت تتم بين أفراد مجهولين لبعضهم ويمكن أن ينتحل هؤلاء الأفراد شخصيات أخرى وبالتالي ترتفع نسبة المخاطرة وإمكانية حدوث عمليات قرصنة وإمكانية الدخول على مواقع المؤسسات على الشبكة بواسطة قراصنة الإنترنت لمعرفة أسرار العملاء وحساباتهم، خاصة بالنسبة للشخصيات العامة الذين يهتم الكثيرون بمعرفة أسرارهم الخاصة.⁴
- عدم ملائمة تصميم النظم، أو انجاز العمل أو أعمال الصيانة، والتي تنشأ عن عدم كفاية النظم لمواجهة متطلبات المستخدمين، وعدم السرعة في حل هذه المشكلة وصيانة النظم.

¹ محمد يذو، مرجع سبق ذكره، ص 87.

² محمود أحمد إبراهيم الشراوي، مرجع سبق ذكره، ص 51.

³ فايزة لعرف، مرجع سبق ذكره، ص 39.

⁴ محمود أحمد إبراهيم الشراوي، مرجع سبق ذكره، ص 51-52.

- إساءة الاستخدام من قبل العملاء، ويحدث ذلك نتيجة عدم إحاطة العملاء بإجراءات التأمين والوقاية، أو القيام بعمليات غسل أموال باستخدام بياناتهم الشخصية، أو عدم إتباعهم إجراءات التأمين الواجبة.¹

2-4 مخاطر السمعة: تنشأ مخاطر السمعة في حالة توافر رأي عام سلبي تجاه البنك، الأمر الذي قد يمتد إلى التأثير على بنوك أخرى نتيجة عدم مقدرة البنك على إدارة نضمه بكفاءة أو حدوث اختراق مؤثر فيه.

3-4 المخاطر القانونية: تقع هذه المخاطر في حالة انتهاك القوانين أو القواعد أو الضوابط المقررة خاصة تلك المتعلقة بمكافحة غسل الأموال أو نتيجة عدم التحديد الواضح للحقوق والالتزامات القانونية الناتجة عن الخدمات المصرفية الإلكترونية ومن ذلك عدم وضوح مدي توافر قواعد لحماية المستهلكين في بعض الدول أو لعدم المعرفة القانونية لبعض الاتفاقيات المبرمة باستخدام وسائل الوساطة الإلكترونية .

4-4 المخاطر الأخرى:

- ارتفاع تكاليف جذب عملاء جدد للمعاملات المصرفية من خلال الإنترنت لبنوك لذا فقد بدأت بنوك الإنترنت في التراجع عن تقديم خدماتها المجانية للعملاء في ظل تزايد النفقات وتراجع الإيرادات.
- لم تصل الصيرفة الإلكترونية حتى الآن لفهم واضح لمتطلبات عملاءها وكيفية تحقيق هذه المتطلبات على مواقعها بالشكل الأمثل مما يعني أن هناك حلقة مفقودة بين متطلبات العملاء كما تراها هذه البنوك وبين الاستجابة الواقعية لها.
- صعوبة الاعتماد على الإنترنت فقط كوسيلة لتقديم الخدمات.
- تعد عمليات الإيداع إحدى المشاكل التي يواجهها عملاء بنوك الإنترنت، فعلى عكس عمليات الإيداع المباشر التي تتم من خلال البنوك التقليدية يضطر عميل بنك الإنترنت لإرسال المبالغ التي يريد إيداعها بالبريد فإذا كان العميل يقوم بعمليات إيداع نقدي يشكل متكرر فقد تصبح هذه المشكلة ذات وزن كبير بالنسبة له.²
- المخاطر التقنية وتحدث هذه المخاطر من احتمال الخسارة الناتجة عن خلل في شمولية النظام أو من أخطاء العملاء، أو من برنامج إلكتروني غير ملائم للصيرفة والأموال الإلكترونية.
- مخاطر الاحتيال وتمثل في تقليد برامج الحواسيب الإلكترونية أو تزوير معلومات مطابقة للبرامج الإلكترونية، أو تعديل بعض المعلومات بخصوص الأموال الإلكترونية.³

وهنا تأتي أهمية وضع إستراتيجية عامة للبنك تحدد الأهداف المرجوة من إدخال العمل المصرفي الإلكتروني وطرق تحقيق ذلك وضمان عملية التنفيذ بشكل سليم وأمن بعيداً عن المخاطر التي تحيط بالعمل المصرفي الإلكتروني.

¹ فائزة لعرف، مرجع سبق ذكره، ص 39

² محمود أحمد إبراهيم الشرفاوي، مرجع سبق ذكره، ص.ص 52-53.

³ مفتاح صالح، معارف فريدة، مرجع سبق ذكره، ص 15.

المبحث الثاني: البنوك الإلكترونية وأثرها على الخدمة المصرفية.

مع تزايد عمليات التجارة الإلكترونية أصبح الاحتياج كبيراً لنوعية جديدة من البنوك غير التقليدية تتجاوز نمط الأداء الاعتيادي ولا تتقيد بمكان معين أو وقت محدد، وكتيجة للنمو المتسارع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال جاءت البنوك الإلكترونية التي ساهمت وبشكل فعال في تقديم خدمات متنوعة، وبتكاليف منخفضة مختصرة الوقت والمكان، ولهذا سنحاول من خلال هذا المبحث التعرض إلى النقاط التالية:

- ماهية البنوك الإلكترونية؛
- خصائص وأهداف البنوك الإلكترونية؛
- وسائل ونظم الدفع الإلكتروني.

المطلب الأول: ماهية البنوك الإلكترونية

شهدت الساحة المصرفية خلال العشرية الأخيرة توسعاً كبيراً في التكنولوجيا البنكية من أبرز مظاهرها انتشار البنوك الإلكترونية التي تعد اتجاهًا حديثًا ومختلفًا عن البنوك التقليدية لما تحققه من مزايا عديدة .

1- تعريف البنوك الإلكترونية.

هناك العديد من المصطلحات التي تطلق على البنوك المتطورة مثل البنوك الإلكترونية "Electron Banking" أو بنوك الإنترنت "Internet Banking" أو البنوك الإلكترونية عن بعد "Remote Electronic Banking" أو البنك المنزلي "Home Banking" أو البنك على الخط "Online Banking" أو البنوك الخدمية الذاتية "Self Service Banking" أو بنوك الويب "Web Banking"، وعلى اختلاف المصطلحات فجميعها تشير إلى قيام العميل بإدارة حساباته أو إنجاز أعماله المتصلة بالبنك عبر شبكة الإنترنت سواء كان في المنزل أو المكتب وفي أي مكان ووقت يرغب ويعبر عنها "بالخدمة المالية عن بعد".

وبقيت فكرة الخدمة المالية عن بعد تقوم على أساس وجود البرمجيات المناسبة داخل نظام كمبيوتر الزبون، بمعنى أن البنك يزود جهاز العميل (الكمبيوتر الشخصي PC) بحزمة البرمجيات - إما مجاناً أو لقاء رسوم مالية - وهذه تمكنه من تنفيذ عمليات معينة عن بعد، أو كان العميل يحصل على حزمة البرمجيات اللازمة عبر شرائها من الجهات المزودة، وعرفت هذه الحزم باسم برمجيات الإدارة المالية الشخصية (PFM Personal-Financial-management) مثل حزمة (Microsoft's Money) وغيرها وهذا المفهوم للخدمات المالية عن بعد هو الذي يعبر عنه واقعيًا بينك الكمبيوتر الشخصي (PC banking) وهو مفهوم وشكل قائم ولا يزال الأكثر شيوعاً في عالم العمل المصرفي الإلكتروني.¹

¹ منير محمد الجنيهي ومدوح محمد الجنيهي، البنوك الإلكترونية، (دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2006)، ص.ص 10-12.

إن البنوك الإلكترونية لا تعد فرعاً لبنك أي أنها لا تعامل كفرع من أفرع أي بنك آخر تقليدي وإنما هي بنك مستقل بذاته ويقوم بكامل الخدمات التي يقدمها أي بنك تقليدي آخر وإنما الفارق الوحيد أنه بنك لا وجود له على الأرض وإنما مقره شبكة الإنترنت وقد كان التحدي أمام تلك البنوك الإلكترونية أن تقدم كافة الخدمات التي كانت تقدمها البنوك التقليدية، وقد أمكن ذلك باستخدام التطور الهائل في عالم البرمجيات التي جعلت كل شيء ممكن وكل خدمة مصرفية كان يقدمها البنك التقليدي يمكن أن يقدمها البنك الإلكتروني عبر استخدام برمجيات مخصصة لتقديم تلك الخدمات وهو ما قضى على أي فارق كان موجوداً من قبل بين تلك البنوك التقليدية وبين تلك البنوك الإلكترونية الحديثة.¹

وعليه ووفقاً لما تقدم فإن البنوك الإلكترونية هي " تلك البنوك والمؤسسات المالية المستندة على الركائز الإلكترونية من خلال توظيف التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتقديم كافة الخدمات المصرفية بأمان، وبأقل كلفة، وأسرع وقت، وأقل جهد للعملاء".²

وفي تعريف آخر فإن البنك الإلكتروني يشير إلى النظام الذي يتيح للزبون الوصول إلى حساباته أو أية معلومات يريدتها والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية من خلال شبكة معلومات يرتبط بها جهاز الحاسوب الخاص به أو أية وسيلة أخرى.³

1- مراحل تطور البنوك الإلكترونية:

يمكن تقسيم البنوك الإلكترونية إلى ثلاث مراحل حسب التطور التكنولوجي لقنوات الخدمات المصرفية الإلكترونية وهي:

- **المرحلة الأولى:** وهي التي ظهرت بها آلات الصراف الآلي، ونقاط البيع، والكمبيوتر المنزلي، والبنك المحمول، والبنوك الهاتفية، وقد حققت هذه المرحلة العديد من الأهداف للبنوك، أهمها: خفض الضغط على الفروع، وتحسين الخدمة، وتخفيض التكاليف وزيادة الأرباح.
- **المرحلة الثانية:** وهي مرحلة ظهور بنوك الإنترنت وهي أهم مرحلة من مراحل البنوك الإلكترونية وبموجبها تم الانتقال من مرحلة البنوك التقليدية التي لها واقع مادي ممتلئ في فروع ومستندات إلى وجود افتراضي على شبكة الإنترنت.
- **المرحلة الثالثة:** وهي تلك المرحلة التي ظهرت بها توجهات الدمج ما بين قنوات الخدمة المصرفية المذكورة بالمرحلة الأولى، وتقنية الإنترنت المذكورة في المرحلة الثانية.⁴ ويوضح الجدول التالي التطور في شكل البنك الإلكتروني.

¹ نفس المرجع والصفحة سابقاً.

² ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص 29.

³ نجابة عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص 94-95.

⁴ ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص 36-37.

جدول رقم (2-4): التطور في شكل البنك الإلكتروني.

التطبيقات المصرفية	أساليب تشغيل البيانات	التحديث في تكنولوجيا المعلومات
سرعة مناولة الشبكات أو توماتيكية المحاسبة ودقة المحاسبات.	التشغيل المتوازي للشبكات.	الجيل الأول في الستينيات
- آلات التحويل الأوتوماتيكي للأموال. - كروت الائتمان الدائنة والمدينة. - الصيرفة التليفونية. - السحب الفوري للنقدي.	التشغيل الفوري.	الجيل الثاني في السبعينيات والثمانينيات
- التعاون في العمليات الحسابية. - نظام معلومات المتعاملين. - العمليات المصرفية من المنزل. - مركزية العمليات الخلفية. - إدارة محافظ الاستثمار فوراً. - تقليص دور السماسرة.	- تخصيص كمبيوتر خادم للعملاء. - تسهيل التعامل مع البنك عن طريق الإنترنت. - تخصيص مواقع للبنوك على الإنترنت.	الجيل الثالث في التسعينيات حتى بداية الألفية

المصدر: فريد النجار، الاقتصاد الرقمي: الإنترنت وإعادة هيكلة الاستثمار والبورصات والبنوك الإلكترونية، (الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2007)، ص 471.

2- أصناف البنوك الإلكترونية:

أشارت عدة دراسات أن هناك ثلاثة أصناف أساسية للمصارف على شبكة المعلومات الدولية تتمثل هذه الأصناف فيما يلي:

- **الموقع المعلوماتي:** وهو المستوي الأساسي للبنوك الإلكترونية أو التواجد البسيط على الشبكة، من خلال الموقع يقدم المصرف عرضاً تسويقياً لبرامجه وخدماته ومنتجاته المرتبطة مباشرة بالحضور الفعلي للعميل المرتقب إلى فرع المصرف، وقد أنشأت غالبية المصارف في العالم بشكل أو بآخر مواقع معلوماتية ينظر إليها على سبيل الدعاية فقط.
- **الموقع التفاعلي:** وهو المستوي المتوسط حيث يمكن للعميل إرسال البريد الإلكتروني والاطلاع على الحسابات وتعبئة طلبات مثل طلب دفتر شيكات أو تبادل بطاقة أو غير ذلك.
- **الموقع التبادلي:** وهو المستوي العالي حيث يمارس المصرف معظم نشاطه وخدماته بصورة إلكترونية، وهنا يمكن للعميل أن يطلع على الحسابات وإدارتها وإجراء التحويلات بين الحسابات ودفع الفواتير عبر إصدار شيكات إلكترونية.¹

¹ زهير بشنق، العمليات المالية المصرفية الإلكترونية، (إتحاد المصارف العربية، بيروت، 2006)، ص.ص 40-41.

3- متطلبات البنك الإلكتروني:

3-1 البنية التحتية التقنية: يقف في مقدمة متطلبات البنوك الإلكترونية وبالعموم أية مشروعات تقنية، البنية التحتية التقنية، والبنية التحتية التقنية للبنوك الإلكترونية ليست ولا يمكن أن تكون معزولة عن بني الاتصالات وتقنية المعلومات التحتية للدولة ومختلف القطاعات (ICT) infrastructure (ICT) ذلك أن البنوك الإلكترونية تحيي في بيئة الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، والمتطلب الرئيس لضمان أعمال إلكترونية ناجحة بل وضمان دخول آمن وسلس لعصر المعلومات، عصر اقتصاد المعرفة، يتمثل بالاتصالات، وبقدر كفاءة البنى التحتية، وسلامة سياسات السوق الاتصالي، وتحديد السياسات التسعيرية لمقابل خدمات الربط بالإنترنت، فلا تحيي الشبكة وأعمالها دون تزايد إعداد المشتركين الذي يعوقهم - في الوطن العربي تحديداً - كلفة الاتصالات، والتي وان كانت قد شهدت تخفيضاً في بعض الدول العربية لكنها ليست كذلك في جميعها، وهذه المسألة ربما تمثل أهم تحدٍّ أمام بناء البنوك الإلكترونية وتتطلب تدخلاً جماعياً لرفع كل قيود تعترض تزايد استخدام الشبكة.

كما أن فعالية وسلامة بني الاتصالات تقوم على سلامة التنظيم الاستثماري، ودقة المعايير وتوأمها الدولي، وكفاءة وفعالية التنظيم القانوني لقطاع الاتصالات، وبقدر ما تسود معايير التعامل السليم مع هذه العناصر يتحقق توفير أهم دعامة للتجارة الإلكترونية، بل وللبناء القوي للتعامل مع عصر المعلومات.

والعنصر الثاني للبناء التحتي يتمثل بتقنية المعلومات، من حيث الأجهزة والبرمجيات والحلول والكفاءات البشرية المدربة والوظائف الاحترافية، وهذه دعامة الوجود والاستمرارية والمنافسة، ولم يعد المال وحده المتطلب الرئيس، بل استراتيجيات التوائم مع المتطلبات وسلامة البرامج والنظم المطبقة لضمان تعميم التقنية بصورة منظمة وفاعلة وضمان الاستخدام الأمثل والسليم لوسائل التقنية.

أما عن عناصر إستراتيجية البناء التحتي في حقل الاتصالات وتقنية المعلومات، فإننا نرى إنها تتمثل بتحديد أولويات وأغراض تطوير سوق الاتصالات في الدولة، ومواءمة هدف الدخول للأسواق العالمية مع احتياجات التطوير التقنية للشركات الخاصة، والسياسات التسويقية والخدمية والتنظيمية المتعين اعتمادها لضمان المنافسة في سوق الاتصالات ولضمان جذب الاستثمارات في هذا القطاع، وتنظيم الالتزامات لمقدمي الخدمات مع تحديد معايير ومواصفات الخدمة المميزة، وفي مقدمتها معايير امن وسلامة تبادل المعلومات وسريتها وخصوصية المشتركين، وتوفير الإطار القانوني الواضح الذي يحدد الالتزامات على أطراف العلاقة، وأخيراً تحديد نطاق التدخل الحكومي وتحديد أولويات الدعم وما يتعين أن يكون محلاً للتشجيع الاستثماري من قبل الدولة.

وتوفر البنى التحتية العامة يبقى غير كاف دون مشاريع بناء بني تحتية خاصة بالمنشآت المصرفية، وهو اتجاه تعمل عليه البنوك بجدية، ونكتفي في هذا المقام بالقول أن عنصر التميز هو إدراك مستقبل تطور التقنية وتوفير بني وحلول برمجية تتيح مواصلة التعامل مع الفتوح الجديدة، فتقنية حصرية تعني أداء ضيقاً والمسألة ليست مسألة أموال إنما خطط سليمة وكفاءات إدارة مميزة ترى المستقبل أكثر مما ترى الحاضر ولا تشعر بالزهو فيما تنجزه بقدر ما تشعر بثقل مسؤولية البقاء ضمن المميزين.¹

¹ حياية عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص 108-110.

2-3 الكفاءة الأدائية المتفقة مع عصر التقنية: هذه الكفاءة القائمة على فهم احتياجات الأداء والتواصل التأهيلي والتدريبي، والاهم من ذلك أن تمتد كفاءة الأداء إلى كافة الوظائف الفنية والمالية والتسويقية والقانونية والاستشارية والإدارية المتصلة بالنشاط البنكي الإلكتروني.

3-3 التطوير والاستمرارية والتفاعلية من المستجدات: ويتقدم عنصر (التطوير والاستمرارية والتنوعية) على العديد من عناصر متطلبات بناء البنوك الإلكترونية وتميزها، فالجمود وانتظار الآخرين لا يتفق مع النقاط فرص التميز، ويلاحظ الباحث العربي إن البنوك العربية لا تتجه دائما نحو الريادية في اقتحام الجديد، إنما تنتظر أداء الآخرين، وربما يكون المرر الحشية على أموال المساهمين واجتياز المخاطر، وهو أمر هام وضروري، لكنه ليس مانعا من الريادية، وبنفس القدر لا تعني الريادية في اقتحام الجديد التسرع في التخطيط للتعامل مع الجديد وإعداد العدة، لكنها حتما تتطلب السرعة في إنجاز ذلك .

3-4 التفاعل مع متغيرات الوسائل والاستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية: والتفاعلية لا تكون في التعامل مع الجديد فقط أو مع البنى التقنية فقط وإنما مع الأفكار والنظريات الحديثة في حقول الأداء الفني والتسويقي والمالي والخدمي، تلك الأفكار التي تجيء وليد تفكير إبداعي وليس وليد تفكير نمطي.

3-5 الرقابة التقييمية الحيادية: إن واحدا من عناصر النجاح الارتكان للقادرين على التقييم الموضوعي ، ومن هنا أقامت غالبية مواقع البنوك الإلكترونية جهات مشورة في تخصصات التقنية والتسويق والقانون والنشر الإلكتروني لتقييم فعالية وأداء مواقعها. ويتعين أن نحذر من مصيدة الارتكان إلى عدد زائري الموقع كمؤشر على النجاح، إذ يسود فهم عام إن كثرة زيارة الموقع دليل نجاح الموقع، لكنه ليس كذلك دائما وان كان مؤشرا حقيقيا على سلامة وضع الموقع على محركات البحث وسلامة الخطط الدعائية والترويجية.¹

المطلب الثاني: خصائص وأهداف البنوك الإلكترونية

تمتاز البنوك الإلكترونية بـمميزات عن البنوك التقليدية من حيث الخصائص والأهداف والتكاليف وغيرها بما يلي:

- 1- خصائص البنوك الإلكترونية:** يمكن الوقوف على ست خصائص أو مميزات أساسية وهي:
 - اختفاء الوثائق الورقية للمعاملات، حيث إن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي الخدمة المصرفية تتم إلكترونيا دون استخدام أي أوراق.
 - فتح المجال أمام البنوك صغيرة الحجم لتوسيع نشاطها عالميا باستخدام شبكة الإنترنت دون الحاجة إلى التفرع خارجيا، وزيادة الاستثمار والموارد البشرية وغيرها.
 - القدرة على إدارة العمليات المصرفية للبنوك على شبكة الإنترنت بكفاءة من أي موقع جغرافي، وبالتالي يستطيع البنك أن يختار أفضل الأماكن على مستوى العالم، من حيث النظم الاقتصادية المشجعة أو الأوضاع السياسية المستقرة أو المعاملة الضريبية الأفضل ليمارس أعماله في بيئة مناسبة وينشرها في جميع أنحاء العالم.
 - عدم إمكانية تحديد الهوية، حيث لا يري طرفا التعاملات الإلكترونية كل منهما الآخر، وهو ما تعالجه التكنولوجيا بالعديد من وسائل التأمين للتعرف على الهوية إلكترونيا.

¹ المرجع السابق، ص 110-111.

- إمكان تسليم بعض المنتجات إلكترونياً مثل المنتجات الرقمية ككشف الحساب والرصيد وغيرها.
- سرعة تغير القواعد الحاكمة وذلك لمواكبة التطور السريع في مجال المعاملات الإلكترونية مما يحتاج إلى سرعة في صياغة التشريعات اللازمة لمواكبة هذا التطور السريع.

2- أهداف البنوك الإلكترونية: تسعى البنوك الإلكترونية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:

- فتح أسواق جديدة أمام منتجات وخدمات البنك ذلك أن التحول إلى الخدمات الإلكترونية يجب أن يصاحبه الحصول على عملاء جدد، وفتح آفاق جديدة وبما يغطي تكلفة استثماراته التكنولوجية ومخاطر تشغيله.
- تحسين طرق إدارة العلاقات مع العملاء، وذلك لكون الخدمة الإلكترونية يميزها الدقة في الأداء والأمن وفي أي وقت وأي مكان، وبالتالي من المفروض أن تؤدي إلى تحسين العلاقات مع عملاء البنك.
- تخفيض كلفة أداء الخدمة فانخفاض تكلفة أداء الخدمة سمة من سمات الخدمات الإلكترونية، وذلك بالرغم مما تتطلبه من بنية تحتية وبرامج وحاسبات وتدريب إلا أن ذلك يظل أقل تكلفة من تقديم الخدمة المصرفية بالوسائل التقليدية من خلال الفروع.
- القدرة على مخاطبة كل عميل على حدة وتقديم الخدمة المناسبة له، أي إدارة العلاقات مع العملاء للمحافظة على رضاهم وذلك نتيجة ما تتيحه الخدمات الإلكترونية من البرامج التي تمكنها من تحقيق شعور لدي العميل بأن الخدمة مقدمة له دون غيره.¹

3- مقارنة بين البنوك الإلكترونية والبنوك التقليدية:

يتيح الإنترنت المصرفي للعملاء فرصة للتسوق الجيد وبتكاليف منخفضة، بالإضافة إلى سهولة الاتصال بالمعلومات المصرفية، ومن هذا المنطلق لأهمية البنوك الإلكترونية نوضح فيما يلي مقارنة بين العمل المصرفي الإلكتروني والتقليدي من ناحية التكاليف في توزيع المنتجات المصرفية:

جدول رقم (2-5): فرق التكلفة بين القنوات التقليدية والإنترنت.

تذكرة الطيران	المعاملات البنكية	توزيع البرمجيات	دفع الفواتير	القنوات التقليدية
9,10	1,08	15,00	3,32 - 2,22	
1,18	0,13	0,10 - 0,20	1,10 - 0,65	عبر الإنترنت
%87	%89	%99 - %97	%71 - %67	نسبة التوفير

المصدر: مفتاح صالح، معارفي فريدة، مرجع سبق ذكره، ص 7.

¹ ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص 34-36.

من تحليل الجدول يتضح أن فرق التكلفة في دفع الفواتير عبر الإنترنت تصل إلى نسبة 70%، و98% في توزيع البرمجيات، أما بالنسبة للمعاملات البنكية فرق التكلفة يمثل نسبة توفير 89%، في حين فرق التكلفة لتذكرة الطيران تصل إلى 87% كنسبة توفير لفرق التكلفة.

وهو ما يستدل بوضوح أن تكلفة العمل المصرفي على الإنترنت منخفضة بنسبة كبيرة مقارنة بالقنوات التقليدية الحديثة، ولأكثر توضيح ندرج الجدول التالي الذي يوضح أهمية التكنولوجيا والصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمات المصرفية.

جدول رقم (2-6): تقدير تكلفة الخدمات عبر قنوات مختلفة.

قناة تقديم الخدمة	تقدير التكلفة
خدمة عبر فرع البنك	295+ وحدة
خدمة من خلال مراكز الاتصال الهاتفية	56+ وحدة
خدمة من خلال الإنترنت	4+ وحدة
خدمة من خلال الصرافات الآلية	1+ وحدة

المصدر: المرجع السابق، ص7.

المطلب الثالث: وسائل ونظم الدفع الإلكتروني.

إن وجود نظام دفع إلكتروني كفاء وآمن يعتبر من المتطلبات الرئيسية لقيام المصارف الإلكترونية.

1- نظام الدفع الإلكتروني:

1-1 مفهوم نظام الدفع الإلكتروني: يشير هذا النظام إلى أن عملية الدفع تتم إلكترونياً بدون استخدام الورق (النقد،

والشيكات، والمستندات، وغيرها) فالعميل يقوم مثلاً ندفع فواتيره ونقل الأموال إلكترونياً، وطريقة الدفع الإلكتروني تتضمن خمسة أطراف هي:

- العميل أو الزبون: وهو الطرف الذي يقوم بالدفع إلكترونياً لشراء السلع والخدمات.
- التاجر أو البائع: وهو الطرف الذي يقوم بالحصول واستقبال الدفعة الإلكترونية من العميل.
- المصدر: وهو المصدر لأداة الدفع الإلكترونية وقد يكون مؤسسة بنكية أو غير بنكية.
- المنظم: وعادة تقوم دوائر حكومية بتنظيم عملية الدفع الإلكتروني.
- غرفة التفاضل الإلكتروني: وهي شركة إلكترونية تنقل الأموال بين البنوك.

ويجب أن تتصف طرق الدفع الإلكترونية بالعديد من الصفات لكي تضمن لها التقدم والنجاح منها: سهولة

الاستخدام، وأن تكون الرسوم والعمولات مناسبة، ولا تتطلب الحصول عليها أجهزة وبرمجيات متعددة وصعبة الاستخدام، وتوفر الأمن والسرية.¹

¹ ناظم محمد نوري الشمري وعبد الفتاح زهير عبد اللات، مرجع سبق ذكره، صص 46-48.

2-1 أهم طرق الدفع الإلكتروني: وتمثل في:

1-2-1 بطاقات الدفع (Payment Card): وهي بطاقات بلاستيكية، وهي بطاقات تستخدم لأغراض الدفع ويوجد في الولايات المتحدة 700 مليون بطاقة دفع مقبولة من قبل أكثر من 4 مليون تاجر في أمريكا و11 مليون تاجر حول العالم وقيمة الدفعات السنوية في أمريكا كانت 850 بليون دولار للسنوات الأخيرة ويوجد ثلاثة أنواع من بطاقات الدفع وهي:

- **البطاقات الائتمانية (Credit Cards):** وهي البطاقات التي تمنح الحامل سقف ائتمانيا محددًا للسحب، وتكون هذه البطاقات عادة برسوم سنوية للإصدار وفائدة على الرصيد غير المدفوع، ومن أهم الجهات المصدرة لتلك البطاقات شركة Visa وشركة Master Cards.
- **البطاقات الوفائية (Charge Cards):** وهي البطاقات التي تعطي يسقف محدد ويقوم العميل في العادة بدفع قيمة المطالبة كاملة خلال فترة ما بين ثلاثين إلى خمسة وأربعين يوما ويوجد عادة رسوم سنوية ومن أهم الجهات المصدرة شركة American Express.
- **البطاقات المدبنة (Debit Card):** وهنا يتم خصم قيمة فاتورة الشراء مباشرة من حساب العميل، ومن أهم الجهات المصدرة هي Visa، Master Cards.

2-2-1 بطاقات الائتمان الوهمية (Pseudo Credit Cards): وهي من الابتكارات الجديدة تمثل نظام دفع إلكتروني إذ تعطي الجهة المصدرة للبطاقة رقم خاص يمكن استخدامه بدلا من أرقام البطاقات الاعتيادية، فالمستخدم يعطي رقم عملية بدلا من رقم بطاقة.

3-2-1 الحسابات الجارية المدبنة (Debiting Checking Accounts): نتيجة ازدياد عدد البائعين الذين يعرضون خدماتهم وسلعهم للمتسوقين عن طريق الإنترنت، فقد ازداد استخدام الحسابات الجارية لدفع قيمة المطالبة إلكترونيا، وبالذات من الذين يخافون استخدام البطاقات الائتمانية للدفع الإلكتروني وتسمى هذه الخدمة (Money Zap Service)، ويجب تعبئة نموذج خاص للحصول على الخدمة وبالتالي الحصول على رقم سري، وعملية الخصم تتم إلكترونيا خلال ثوان¹.

4-2-1 المحافظ الإلكترونية (Electronic Wallets): حافظة النقود الإلكترونية هي عبارة عن بطاقة سابقة الدفع، تحتزن مبلغا من النقود مدفوعا مسبقا ومتعدد الاستعمالات، أي أنها لا تستخدم لدفع مقابل خدمة محددة بذاتها كما في بطاقة الهاتف، فحافظة النقود الإلكترونية تشكل احتياطا ماليا يتم تخزينه في معالج البطاقة

وتبدأ عملية إصدار الحافظة الإلكترونية عن طريق إصدار نقود رقمية عبر جهاز كمبيوتر خاص تحمل رقما تسلسليا وتاريخ انتهاء الصلاحية وموثقة عبر المفتاح الخاص بالجهة المصدرة ثم تحمل هذه النقود في بطاقة بلاستيكية، من خلال دفع النقود إلى المصرف المصدر أو من خلال حساب العميل، وعند الرغبة في استعمالها لإتمام عملية الدفع تمرر البطاقة بآلة قارئة ويتم خصم مقابل السلعة أو الخدمة دون الحاجة لتصديق أو توقيع من أحد².

¹ نفس المرجع والصفحة سابقا.

² عدنان إبراهيم سرحان، الوفاء الإلكتروني، (مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، المجلد الأول، 10-11 ماي 2003، غرفة تجارة وصناعة دبي).

1-2-5 البطاقات الذكية (Smart Cards): وهي من الاختراعات الحديثة التي دعمت نظام الدفع الإلكتروني، وهي

بطاقة دفع بلاستيكية تتميز بوجود قرص رقيق محفور على البطاقة قادر على التحكم والمحافظة على البيانات المخزنة من أي شطب أو إضافة وهذه البيانات ممكن قراءتها من خلال القارئ عندما تمر البطاقة عليه ويوجد نوعان من البطاقات الذكية هما:

- **بطاقة الاتصال المباشر:** ويحتوي هذا النوع من البطاقات على صفيحة معدنية ذهبية قطرها نصف إنش تقع في المقدمة عندما تمر البطاقة على القارئ يحدث اتصال إلكتروني ويتم تمرير البيانات من خلال قرص.
- **بطاقة الاتصال غير المباشر:** وفي هذا النوع إضافة إلى وجود قرص محفور على البطاقة يوجد هوائي محفور أيضا، وهنا المعلومات تمرر من وإلى البطاقة عن طريق الهوائي إلى هوائي آخر مربوط بقارئ البطاقة أو لأي أداة أخرى.¹

1-2-6 النقود الإلكترونية:

تعرف النقود الإلكترونية بأنها مجموعة من البروتوكولات، والتوافق الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل فعليا محل تبادل العملات التقليدية، وبعبارة أخرى فإن النقود الإلكترونية أو الرقمية هي المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية التي اعتدنا تداولها.

تعتمد النقود الإلكترونية على آليات وطرق جديدة متوافقة مع أساليب التجارة الإلكترونية وبخاصة نسبة المشتريات ذات القيمة المتخصصة، بينما الأساليب التقليدية تتطلب دفع عمولة قد تفوق قيمتها قيمة المشتريات الصغيرة. ويرتكز نظام النقد الإلكتروني على البروتوكول الذي طوره شركة Digi cash والذي يسمى E. ecash وبدأ استخدامه في هولندا عام 1994 ومع نهاية 1995 بدأ بنك مارك توين Marktwein Bank في سانت لويس في إصدار نقود إلكترونية بالدولار.

بنيت فكرة النقد الإلكتروني على قيام العميل (المشتري) بشراء عملات إلكترونية من البنك الذي يقوم بإصدارها، حيث يتم تحميل هذه العملات على الحاسب الخاص أو علامة خاصة من البنك المصدر، وبالتالي تحل هذه العملات الإلكترونية محل العملات العادية، وتكون بنفس القيمة المحددة عليها وتسمى Tokens.²

1-2-7 الشيك الإلكتروني: يعتبر الشيك الإلكتروني هو المكافئ للشيكات الورقية التي اعتدنا التعامل بها، والشيك

الإلكتروني هو رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك "حامله" ليعتمده ويقدمه المصرف الذي يعمل عبر الإنترنت، ليقوم المصرف أولا بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك.³

فالشيك الإلكتروني هو التزام قانوني بسداد مبلغ معين في تاريخ معين لصالح فرد أو جهة معينة، وهو يحتوي على نفس المعلومات التي يحملها الشيك التقليدي مثل المبلغ والتاريخ والمستفيد والساحب والمسحوب عليه، إلا انه يكتب بواسطة أداة إلكترونية،⁴ والشكل رقم (2-2) يوضح شكل نموذجي للشيك.

¹ ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص 49.

² نوال بن عمارة، "وسائل الدفع الإلكترونية - الآفاق والتحديات -"، (الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، جامعة ورقلة، 15-16-17 مارس 2004)، ص 9.

³ محمد يدو، مرجع سبق ذكره، ص 109.

⁴ نبيل صلاح محمود العربي، الشيك الإلكتروني والنقود الرقمية: دراسة مقارنة، (مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، المجلد الأول، 10-11 ماي 2003، غرفة تجارة وصناعة دبي).

الشكل رقم (2-2): الشيك الإلكتروني.

Enter the numbers from the bottom of your check as illustrated below.

Bank Routing Code: 123456789 Bank Account Number: 1234567890123

Your name as it appears on your check: John Doe Your phone number: (253) 555-1212 Check number: 1011

Your address as it appears on your check: 1234 Any Street
Your city, state & zip code: Any Town, WA, 98000

08/21/2001 11:11:14 AM
Secure. Accurate. Reliable.®

Pay To The Order Of: Test Transactions Only \$195.99
One Hundred Ninety-Five Dollars and 99 Cents US Dollars

Memo: PayByCheck Demo Signature: John Doe
Bank Routing Code and Bank Account Number: 123456789 1234567891234

Enter your email address so that we may send you a receipt:
someone@somewhere.com

Remember me the next time I use PayByCheck.com
(This information will be stored securely on your computer using a SubCrypted cookie)

Your computer is identified as: 10.10.2.64

المصدر: محمد يدو، مرجع سبق ذكره، ص 110.

2- نظام التحويلات المالية الإلكترونية:

يعتبر نظام التحويلات المالية الإلكترونية من أهم الدوائم الأساسية التي تركز عليها المصارف الإلكترونية التي تعمل عبر الإنترنت، حيث يمكن هذا النظام وبطريقة إلكترونية آمنة نقل التحويلات المالية من حساب مصرفي إلى حساب مصرفي آخر، إضافة إلى نقل المعلومات المتعلقة بهذه التحويلات، ويمتاز هذا النظام في حال تطبيقه بطريقة صحيحة بدرجة عالية من الأمان وسهولة الاستخدام والموثوقية.

1-2 تعريف نظام التحويلات المالية الإلكترونية.

نظام التحويلات المالية الإلكترونية هو عملية منح الصلاحية لمصرف ما للقيام بحركات التحويلات المالية الدائنة والمدينة إلكترونيًا من حساب مصرفي إلى حساب مصرفي آخر، أي أن عملية التحويل المالي عن طريق دار المقاصة الآلية HOUSE-ACH AUTOMATED CLEARING وهي شبكة ملكيتها أو أحقية تشغيلها للمصارف المشتركة بنظام التحويلات المالية الإلكترونية، حيث يعود استخدام هذه التقنية إلى عام 1978.¹

¹ محمد يدو، مرجع سبق ذكره، ص.ص 99-100.

2-2 إجراءات عملية التحويل المالي الإلكتروني.

يوقع العميل نموذجاً معتمداً واحداً لمنفعة الجهة المستفيدة التاجر مثلاً، ويتيح هذا النموذج اقتطاع القيمة المحددة من حساب العميل وفق ترتيب زمني معين (شهرياً، أسبوعياً، يومياً) ويختلف نموذج التحويل المالي الإلكتروني عن الصك في أن صلاحيته تسري لأكثر من عملية تحويل واحدة، وفي العادة يتعامل المصرف والعميل مع وسطاء وظيفتهم توفير البرمجيات اللازمة ويمكن إيجاد العديد منهم على الإنترنت وإتمام عمليات التحويل المالي الإلكتروني تميز بين حالتين:

- **حالة وجود وسيط:** يقوم الزبون ببناء وإرسال التحويل الآلي عن طريق المودم إلى الوسيط ويقوم الوسيط بتجميع التحويلات المالية وإرسالها إلى دار المقاصة الآلية، التي بدورها ترسل نموذج التحويل المالي الإلكتروني إلى مصرف العميل ويقارن مصرف العميل التحويل المالي الوارد من دار المقاصة برصيد العميل، وفي حال عدم تغطية الرصيد لقيمة التحويل المالي يتم إرسال إشعار بعدم كفاية الرصيد إلى الوسيط ليقوم بدوره بإعادة الإشعار إلى العميل، أما إذا كان الرصيد كافياً لتغطية قيمة التحويل المالي فعندها يتم اقتطاع قيمة التحويل منه وتحويلها إلى حساب المستفيد في وقت السداد المحدد بالنموذج.
- **حالة عدم وجود وسيط:** أما إذا رغب المستفيد في تنفيذ التحويلات المالية عبر دار المقاصة الآلية دون المرور بوسيط، فعندها يتوجب على المستفيد نفسه أن يشتري البرمجيات الخاصة التي تسمح بإجراء هذه العملية، وتكون هذه البرمجيات مؤمنة بكلمة مرور خاصة وفي هذه الحالة يقوم العميل باعتماده نموذج الدفع مرفقاً بصك مصادق عليه لصالح المستفيد، ثم يقوم المستفيد بإرسال الاعتماد إلى دار المقاصة الآلية التي تقوم بدورها بإرسال الاعتماد إلى المصرف لاقتطاع المبلغ من حساب العميل في الوقت المحدد وتحويله إلى حساب المستفيد وفي هذه الحالة لا حاجة للتحقق من كفاية رصيد العميل لأن الصك المصادق عليه يضمن ذلك.

2-3 منافع نظام التحويلات المالية الإلكترونية

يوفر هذا النظام منافع عدة لكل من المصارف والعملاء والتجار نوجز أهمها فيما يلي:

- تنظيم الدفعات بحيث يكفل الاتفاق على وقت اقتطاع وتسديد قيمة التحويلات المالية وتنظيم الدفعات بشكل رسمي؛
- تيسير العمل حيث ألغت المقاصة الآلية حاجة العميل والمستفيد لزيارة المصرف لإيداع قيمة التحويلات المالية مما يعني تيسير الأمر ورفع فعالية نظام العمل؛
- السلامة والأمن لان التعامل عن طريق المقاصة الآلية والتحويلات المالية الإلكترونية يقلل من الخوف وسرقة الصكوك الورقية؛
- تحسين التدفق النقدي لان التحويلات المالية إلكترونياً ترفع من موثوقية التدفق النقدي وسرعة تناقل النقد؛
- تقليل الأعمال الورقية؛
- توفير المصاريف؛
- زيادة رضا العملاء.¹

¹ نفس المرجع والصفحة سابقاً.

المبحث الثالث: معيقات وتحديات الخدمات المصرفية الإلكترونية.

لقد أدى تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى ظهور العديد من المعوقات كالجرائم الإلكترونية ومعيقات متعلقة بالبنوك والعملاء، وهناك أيضا تحديات قانونية وهذا أدى إلى ضرورة التفكير في إستراتيجية تفعيل هذه الخدمات لمواجهة هذه التحديات والمعيقات، ولهذا سنحاول من خلال هذا المبحث التعرض إلى النقاط التالية:

- معيقات التوسع في الخدمات المصرفية الإلكترونية؛
- التحديات القانونية في حقل الخدمات المصرفية الإلكترونية؛
- إستراتيجية تأمين وتفعيل الخدمات المصرفية الإلكترونية.

المطلب الأول: معيقات التوسع في الخدمات المصرفية الإلكترونية.

هناك الكثير من المعوقات التي تحول دون التوسع في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية وأول هذه المعوقات هي ظهور الجرائم الإلكترونية وهناك معيقات من قبل العملاء وأخري بالنسبة للبنوك.

1- الجرائم الإلكترونية: لقد أدى تطور نظام المعلوماتية إلى نشوء أنواع جديدة من الجرائم التي تقع على حقوق الغير وعلى المجتمع، خاصة في مجال العمليات المصرفية الإلكترونية.

1-1 تعريف الجرائم الإلكترونية: لم تضع التشريعات التي تناولت هذه الجرائم تعريفا محددًا لهذه الجرائم تبعا لعدم إمكانية حصر مجالها إلا أنه يمكن تقسيمها إلى نوعين:

- النوع الأول يقع على جهاز الكمبيوتر والوسائل الإلكترونية نفسها وما يشملها من معلومات وأنظمة وبرامج.
- والنوع الثاني يتعلق بالجرائم التي تتخذ الوسائط الإلكترونية وسيلة لتحقيق مآربها الجرمية.

وقد حاول المجلس الأوروبي تحديد الجرائم ذات الصلة بالكمبيوتر معتبرا أن الأفعال التي تؤدي إلى إدخال وتغيير وشطب أو إزالة معطيات أو برامج خاصة بالكمبيوتر، أو ما إليها من عراقيل أو اضطرابات أخرى مع مسار المعلوماتية وبرمجتها مما يؤثر على نتائج المعلومات والتسبب في خسائر مادية.

2-1 أنواع الجرائم الإلكترونية: كان لظهور وسائل الدفع الإلكترونية عاملا مساهما في ظهور هذا النوع من الجرائم والتي يمكن أن نلخصها فيما يلي:

- فيروس الكمبيوتر: يعتبر فيروس الكمبيوتر أنه الجرثومة التي تصيب برامج أو معلومات أو جهاز الكمبيوتر محدثة الضرر الذي قد يصل إلى حد تعطيله كليا أو جزئيا، وينتقل هذا الفيروس من جهاز إلى جهاز آخر عندما تكون الأجهزة متصلة ببعضها البعض ضمن شبكة اتصال أو عن طريق استعمال مترابط للاتصالات، وينتقل الفيروس إلكترونيا ويؤدي إلى تخريب أو فقدان المعلومات التي يحتجزها الجهاز المصاب.

- **جرائم الاحتيال بالوسائل الإلكترونية:** هو كل تصرف احتيالي يتعلق بالمعلوماتية التي يهدف من خلالها أحد المجرمين إلى تحقيق مكاسب مالية عبر استخدام الكمبيوتر أو غيرها من الوسائل الإلكترونية كسحب الأموال من حسابات مصرفية عبر مناورات احتيالية أو الاحتيال على الأشخاص أو الشركات للاستيلاء على أموالهم.
- **تخريب الأنظمة الإلكترونية:** يعتمد الشخص الذي يستطيع الوصول إلى الأنظمة الإلكترونية إلى إلغاء عدد كبير من المعلومات المخزنة في الأجهزة بقصد الإضرار بالغير، ويقع التخريب بتعطيل نظام المعلوماتية عبر إرسال فيروسات قادرة على التسبب في تعطيل أجزاء كبيرة من المعطيات المخزنة في الكمبيوتر وذلك بإرسال بريد إلكتروني يحمل الفيروس إلى أنظمة المعلوماتية لأي شركة أو مصرف.
- **سرقة المعلومات عبر الوسائل الإلكترونية:** تتم السرقة في المجال الإلكتروني عبر سرقة المعلومات والنقود والبرامج المخزنة في الوسائل الإلكترونية، وقد حصل انتقاد واسع حول ما إذا كان أخذ المعلومات دون وجه حق يشكل جريمة سرقة استناداً إلى مدى إمكانية اعتبار المعلومات مالا، لكن تلك الانتقادات لم تلقي تأييداً في النظام القانوني والمالي لأن المعلومات هي سلعة ذات قيمة مرتفعة جدا تولى مالكيها حق الحصول على مردود مالي.
- **جرائم بطاقة الائتمان:** ظهرت في السنوات الأخيرة مسألة جديدة تمثلت في تزوير بطاقات الائتمان والاحتيال لسحب الأموال من نوافذ الصرف الآلي مما يؤدي إلى حدوث أخطار تهدد العمل المصرفي تنتهي بفقدان الأموال بالكامل، خاصة في حالة ضياع بطاقة الائتمان وتعرف المختلين على الرقم الشخصي لصاحب الحساب.
- **تبييض الأموال عبر المصارف بالوسائل الإلكترونية:** تتعدد حالات تبييض الأموال عبر المصارف بتعدد الحالات التي يلجأ إليها المبيضون لإخفاء المصادر غير المشروعة لأموالهم القدرة مثل إيداع المال نقداً، أو سحب القروض، أو الاكتتاب نقداً بأذونات على الصندوق، أو أوامر التحويل الجارية باسم شركات وهمية، وتتم أغلبية تلك الجرائم بالوسائل الإلكترونية حيث تحول الأموال إلى حسابات أخرى باسم شركات وهمية في مراكز مالية ذات رقابة ضعيفة ثم يحصل المبيضون على قروض مصرفية في بلدان أخرى حيث يحاولون استثمار أموالهم المبيضة وذلك بأن يقدموا ودائعهم من الأموال غير المشروعة.¹ وكذلك ساهمت بعض الجرائم التي ترتكب عبر الإنترنت مثل تزوير البيانات والمواقع الافتراضية في انتشار هذه الحالات.²

2- معوقات استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية بالنسبة للعملاء.

- عدم توفر الأمان والسرية على استخدام القنوات الإلكترونية.
- قلة الثقة في استخدام الصيرفة الإلكترونية والقناعة في التعامل مع الفروع مباشرة.
- صعوبة الاستخدام مثل صعوبة اللغة أو عدم توفر النشرات الإرشادية.
- عدم توفر المهارات اللازمة لاستخدام الخدمة.
- عدم توفر الأجهزة اللازمة لاستخدام القنوات الإلكترونية مثل عدم توفر الحاسوب.
- عدم المعرفة بهذه الخدمات الإلكترونية.
- وجود أعطال فنية تحول دون استخدام الصيرفة الإلكترونية وقت الحاجة.

¹ نادر عبد العزيز شابي، مرجع سبق ذكره، ص. 275- 276.

² منير الجنيهي ومدوح الجنيهي، مرجع سبق ذكره، ص 242

3- معيقات استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية بالنسبة للبنوك.

أولاً: معيقات تنظيمية.

- عدم قناعة الإدارة بالجدوى الاقتصادية لتطبيق التكنولوجيا وبالذات الصيرفة الإلكترونية.
- عدم التوافق والانسجام بينها وبين أنظمة العمل الموجودة في البنك.
- عدم توفر سياسة متعلقة بالأمان والسرية.
- عدم توفر كادر بشري مدرب.
- عدم امتلاك بنية تكنولوجية تحتية.

ثانياً: المعوقات المالية.

- ارتفاع تكاليف الاستثمار المالي مثل ارتفاع شراء الأجهزة والصيانة والتدريب وغيرها.
 - ارتفاع التكاليف الإدارية مثل إنشاء وحدة إدارية متخصصة.
 - عدم تخصيص البنك مبلغ دوري لتحديد وتطوير الصيرفة الإلكترونية.
- وهناك العديد من المعوقات الأخرى ومن أهمها:

- عدم وجود عدد كافي من العملاء للتعامل مع هذه التطبيقات.
- انخفاض الوعي المصرفي لدى العملاء وقلة الثقة.
- عدم وجود قوانين تشجع البنوك على تبني الصيرفة الإلكترونية.
- عدم وجود تشريعات حكومية لتنظيم هذه الأعمال وحمايتها وضمان سريتها.¹

المطلب الثاني التحديات القانونية في حقل الخدمات المصرفية الإلكترونية.

إثبات الشخصية، التوقيع الإلكتروني، أنظمة الدفع النقدي، المال الرقمي أو الإلكتروني أو القيدي، سرية المعلومات، أمن المعلومات من مخاطر إجرام التقنية العالية، خصوصية العميل، المسؤولية عن الأخطاء والمخاطر حجية المراسلات الإلكترونية، التعاقدات المصرفية الإلكترونية، مسائل الملكية الفكرية لبرمجيات وقواعد معلومات البنك أو المستخدمة من موقع البنك أو المرتبطة بها علاقات وتعاقدات البنك مع الجهات المزودة للتقنية أو المورد لخدماتها أو مع المواقع الحليفة، مشاريع الاندماج والمشاركة والتعاون المعلوماتية، هذه والكثير من تفرعاتها مواطن اهتمام وبحث قانوني متواصل لغايات توفير الإطار القانوني للبنوك الإلكترونية والتجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية.

أن تكون المؤسسة المصرفية ذات وجود فاعل على شبكة الإنترنت، يعني أن تحقق الوصول إلى أكبر قدر من الزبائن، وان تحقق شمولية الخدمات المقدمة وتيسير قبولها وطلبها، وان تحقق قدراً متيقناً من أمن المعاملات وأمن إدارة أموال المساهمين، وأخيراً إن تحقق قدراً مميّزاً من كفاءة الخدمة المقدمة للعملاء وقدراً مقبولاً لحماية مصالح وأموال العملاء. هذه العناصر الأربعة التي يستلزم كل واحد منها خطة أداء وتميز تكشف عبر التحليل الموضوعي عن حزمة من التحديات القانونية، ويقدر سلامة

¹ ناظم محمد نوري الشمري وعبد الفتاح زهير عبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص. 185 - 193.

التعامل مع هذه التحديات بقدر ما تتحقق سلامة مرتكزات خطط تحقيق هذه العناصر وبقدر ما يصبح متاحا بناء البنك الإلكتروني الحقيقي والمميز.

أما عن التحديات القانونية فهي تتمثل أولاً بتحدي قبول القانون للتعاققات الإلكترونية وتحدي حجيتها في الإثبات، ومن ثم تحديات امن المعلومات، تحديات وسائل الدفع، وتحديات الأعمال المرتبطة، وتحديات المعايير والإشرافية، والتحديات الضريبية، وستتناول هذه التحديات فيما يلي:

1- تحديات التعاقدات المصرفية الإلكترونية ومشكلات الإثبات.

أول المفاهيم المتعين إبرازها إن الكثير يخلط بين مفهومين في حقل العقود وتقنية المعلومات، ذلك أن تأثر العقود بما أفرزته تقنية المعلومات يتحقق في طائفتين من العقود، أولها: العقود التقليدية المبرمة بالوسائل الإلكترونية (التعاقد عبر شبكات المعلومات)، وقد أثار وسائل الاتصال الحديث التساؤل حول مدى صحة انعقاد التعاقدات، حيث تثار في الوقت الحاضر - منذ مطلع التسعينات على الأقل - مسألة انعقاد العقد بواسطة نظم الكمبيوتر وشبكات المعلومات وما يتصل بها من حيث موثوقية وحجية الرسائل الإلكترونية والبريد الإلكتروني المتعلق بالعلاقات محل التعاقد، والحقيقة أن وسائل الاتصال التقنية تثير عددا من المسائل أولها وأهمها بل تعد موضوع هذا الإشكال، مسألة إثبات الانعقاد ومسائل التعاقد (وقد اتجهت المواقف القانونية والقضائية إلى قبول الوسائل التعاقدية التي توفر من حيث طبيعتها موثوقية في إثبات الواقعة وصلاحيته الدليل محل الاحتجاج وتحقق فوق ذلك وظيفتين:

- إمكان حفظ المعلومات لغايات المراجعة عند النزاع.
- التوسط في الإثبات عن طريق جهات الموثوقية الوسيطة أو سلطات الشهادات التعاقدية.

ومن هنا قبل نظام (سويفت) التقني لغايات الحوالات البنكية - وكذا نظامي شيبس وشابس ونحوهما - وكذلك قبل التلكس لتحقيقهما هذه الطبيعة والوظائف، في حين بقي الفاكس خارج هذا الإطار ومجرد دليل ثبوت بالكتابة أو بيئة مقبولة ضمن شرائط خاصة، ومن هنا أيضا أثار وتثير الرسائل الإلكترونية عبر شبكات المعلومات كالأترنت والرسائل المتبادلة¹ عبر الشبكات الخاصة (الأترنت) والبريد الإلكتروني مشكلة عدم تحقيق هذه الوظائف في ظل غياب المعايير والمواصفات والتنظيم القانوني الذي يتيح توفير الطبيعة المقبولة للبيانات وتحقيق الوظائف التي تجيز قبولها في الإثبات.

إلى جانب مشكلة الإثبات أثار وسائل الاتصال عموما مسألة صحة الانعقاد ووجوده، إلى جانب مشاكل أمن وسائل الاتصال ومدى قدرة الغير على التلاعب بالمحتوى وأيضا مشاكل وقت ومكان الإبرام واتصال ذلك بالقانون الواجب انطباقه على العقد عند المنازعة ووجهة الاختصاص القضائي في نظر النزاع.

2- أمن المعاملات والمعلومات المصرفية الإلكترونية.

الحقيقة الأولى في حقل تحديات امن المعاملات المصرفية إن امن البنوك الإلكترونية وكذا التجارة الإلكترونية جزء رئيسي من امن المعلومات (Security IT) ونظم التقنية العالية عموما، وتشير حصيلة دراسات امن المعلومات وما شهده

¹ حياية عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص 111-115.

هذا الحقل من تطورات على مدى الثلاثين عاما المنصرمة إن مستويات ومتطلبات الأمن الرئيسية في بيئة تقنية المعلومات تتمثل بما يلي:

- الوعي بمسائل الأمن لكافة مستويات الأداء الوظيفي، الحماية المادية للتجهيزات التقنية، الحماية الأدائية.
- (استراتيجيات رقابة العمل والموظفين) الحماية التقنية الداخلية، والحماية التقنية من المخاطر الخارجية.
- أما أمن المعلومات فهي أن الأمن الفاعل هو المرتكز على الاحتياجات المدروسة التي تضمن الملائمة والموازنة بين محل الحماية ومصدر الخطر ونطاق الحماية وأداء النظام والكلفة. وبالتالي فإن استراتيجيات وبرامج أمن المعلومات تختلف من منشأة إلى أخرى ومن بيئة إلى أخرى تبعا لطبيعة البناء التقني للنظام محل الحماية وتبعاً للمعلومات محل الحماية وتبعاً للآليات التقنية للعمليات محل الحماية، إلى جانب عناصر تكامل الأداء واثراً وسائل الأمن عليه وعناصر الكلفة المالية وغيرها أما القاعدة الثانية فهي إن الحماية التقنية وسيلة وقاية ودفاع، وفي حالات معينة وسيلة هجوم، ولا تتكامل حلقات الحماية دون الحماية القانونية عبر النصوص القانونية التي تحمي من إساءة استخدام الحواسيب والشبكات فيما يعرف بجرائم الكمبيوتر والإنترنت والاتصالات والجرائم المالية الإلكترونية التي تناولناها فيما تقدم، وبالتالي تتكامل تشريعات البنوك والتجارة الإلكترونية مع النصوص القانونية لحماية المعلومات، وبدونها يظل جسم الحماية بجناح واحد.

وإذا أردنا الوقوف في حدود مساحة العرض المتاحة على ملخص الاتجاهات الأمنية في حقل حماية البيانات في البيئة المصرفية، والتي تتخذ أهمية بالغة بالنسبة للبنوك التي تمثل بيانها في الحقيقة أموالاً رقمية وتمثل حقوقاً مالية وعناصر رئيسية في الائتمان، نجد أن المطلوب هو وضع إستراتيجية شاملة لأمن المعلومات تتناول نظام البنك وموقعه الافتراضي وتتناول نظم الحماية الداخلية من أنشطة إساءة الاستخدام التي قد يمارسها الموظفون المعنيون داخل المنشأة وتحديد الجهات المعنية بالوصول إلى نظم التحكم والمعالجة والمبرمجين، إلى جانب إستراتيجية الحماية من الاختراقات الداخلية، وهذه الاستراتيجيات يجب إن تمتد إلى عميل البنك لا للبنك وحده، حتى نضمن نشاطاً واعياً للتعامل مع المعلومات وتقدير أهمية حمايتها، ولكل إستراتيجية أركانها ومتطلباتها ومخرجاتها. وتقييم كفاءة الإستراتيجية يقوم على مدى قدرتها على توفير مظلة أمن شاملة لنظام البنك والعميل والنظم المرتبطة بهما.

4- تحديات وسائل الدفع :

وهذا تحدٍ قديم جديد، إذ تسارع وسائل الخدمة الإلكترونية منذ سنوات دون أن يواكبها في العديد من النظم القانونية تنظيم قانوني يناسب تحدياتها، فإذا كانت بطاقات الائتمان قد حققت رواجاً ومقبولية عالية فإنها الآن تثير العديد من المسائل القانونية في حقل الحماية المدنية والجزائية ومسؤوليات أطراف العلاقة فيها، وإذا كان مقبولاً فيما سبق الارتكان للمعقود المبرمة بين أطراف علاقات البطاقات الائتمانية لتنظيم مسائلها فانه ليس مقبولاً التعامل بذات الوسيلة مع تحديات المفهوم الجديد للمال ولوسائل الوفاء به بعد إن بدا الاتجاه نحو المال الرقمي أو القيدي أو الإلكتروني كبديل عن المال الورقي، فالمعايير والقواعد والنظريات تختلف وتتغير شيئاً فشيئاً، وهنا تظهر أهمية البنوك كمؤسسات ذات اثر في توجيه المؤسسة التشريعية إلى تبني تشريعات متوائمة مع مفاهيم المال الإلكتروني ووسائله وقواعد وأحكام التعامل مع مشكلاته القانونية، كما تظهر الأهمية إلى هيمنة بناء قانوني لإدارات البنوك القانونية يتيح لها مكنة التعامل مع تحديات البنوك الإلكترونية إن اختارت دخول هذا الميدان، ولا نبالغ إذا قلنا أن جاهزية التعامل القانوني مع تحديات هذا النمط المستجد تمثل أهم ضمانة لنجاح المسيرة، لأنه إن كان يعتقد أن وسائل التقنية ستمنع مشكلات القانون فانه محض وهم، إذ تخفي عوالم البنوك الإلكترونية وتحديداً مشاكل الدفع

والوفاء بالالتزامات ومشاكل تقديم الخدمة وما تثيره من مسؤوليات، حزمة معتبرة من المشكلات والنزاعات المتوقعة تتطلب جاهزية تتفق مع مخاطرها وأخيرا ربما يكون من المفيد أن نتذكر أن القوالب الجاهزة من الاتفاقيات والعقود والتعليمات والقوانين المنقولة عن نظم قانونية أخرى ومؤسسات أخرى لا تفي دائما بالغرض لما لكل ساحة من خصوصياتها ولما لكل منشأة من اعتباراتها وأولوياتها الخاصة، وبقدر أهمية الاطلاع على تجارب الغير فإن الأهمية في قدرها الأكبر تكمن في فهم الاحتياجات الداخلية وموائمة الحلول مع هذه الاحتياجات مستفيدين مما لدى الغير من حلول ووسائل.¹

5- تحديثات الأعمال المرتبطة والمعايير والإشرافية:

عرفنا أن البنوك الإلكترونية ليست مجرد موقع بنك وعميل، إنها بيئة من العلاقات المتعددة جزء منها مرتبط بالزبون وجزء آخر مرتبط بجهات الأعمال، أما تلك التي يعتمد البنك عليها في خدمة البنوك الإلكترونية أو تعتمد هي عليه في خدمات ترتبط بنشاطها. ولنسأل أنفسنا ونحن نتجه لبناء البنك الإلكتروني أو تطوير عمله أن كنا قد شرعنا في إنشائه، هل حققنا وضوحا ودقة وشمولية في تحديد المعايير والالتزامات والحقوق في علاقة البنك بمزودي التقنية أو مستضيفي الموقع أو جهات الاتصال أو جهات تطوير الشبكة أو الجهات التقنية الداخلية والخارجية؟؟؟ هل العلاقة بجهات التسويق والتطوير في بيئة الأعمال واضحة؟؟؟ هل وفرنا ضمن علاقتنا القانونية بجهات الأعمال خطوطا فاعلة من الدفاع عند حدوث أية منازعة؟؟ هل أجبرتنا ضرورة الوجود على الشبكة على قبول اتفاقيات لم نتح لنا فرصة معرفة ثغراتها أو اعتماد الأفضل منها لصالح البنك؟؟ أليست العلاقات التعاقدية في غالبيتها نشأت بيننا وبين جهات أجنبية، فهل اعددنا خططا ناجعة وفاعلة لحماية وجودنا خاصة أن هذه الجهات هيأت لمصالحها وسائل تعاقدية فاعلة؟؟؟

وتثير مسائل الإشراف المصرفي تحديثات قانونية جديدة، أولها تحدي المعايير التي تضع البنك ضمن بيئة التوافق مع تشريعات وتعليمات جهات الإشراف، وعلينا أن نظل متيقظين إلى أن محتوى تعليمات جهات الإشراف في حقل البنوك الإلكترونية إما أنها غائبة في هذا الوقت أو غير واضحة المعالم، وفي كل وقت يمكن أن تكون ثمة معايير لا نجد أنفسنا مهيين بشكل صحيح للتوائم معها.

6- التحديات الضريبية :

هل يتعين فرض ضرائب على النشاطين المالي والتجاري الإلكتروني غير الضرائب القائمة.؟؟؟؟ إن الأعمال الإلكترونية تلغي فكرة الموقع أو المكان بالنسبة للنشاط التجاري، وهذا يعني احتمال عدم الكشف على مصدر النشاط. إضافة لما تثيره من مشاكل تحديد النظام القانوني المختص. كذلك فإن الأعمال الإلكترونية المتحركة من حيث خوادمها التقنية قد تمجر نحو الدول ذات النظم الضريبية الأسهل والأكثر تشجيعا، وهذا الأمر تنبهت له أمريكا فقررت عدم فرض ضرائب على أنشطة الأعمال والتجارة الإلكترونية، وتتنبه الآن أوروبا لخطورة التوجه الأمريكي في هذا الصدد. وفرض الضرائب على هذا النمط الجديد يتطلب استراتيجيات ضريبية مختلفة في المتابعة والكشف والجمع. والاهم تعاوننا وتنسيقا إقليميا ودوليا. إن اتجاه منظمة التجارة العالمية (WTO) في هذا الحقل عبر عنه التصريح الوزاري الصادر في نيسان 1998 عن مجلس منظمة التجارة العالمية الذي طلب من المجلس العام للمنظمة إجراء دراسة شاملة وبناء برنامج بحثي لمعالجة هذه المسألة وكانت نتيجة توجهات المجلس العام ونشاطه الاتفاق على أن " لا تفرض رسوم جمركية على التبادل الإلكتروني."، والمطلوب من الإستراتيجية الوطنية

¹ المرجع السابق، ص 118-120.

للأعمال والتجارة والبنوك الإلكترونية، دراسة تأثير الضرائب على النشاط الإلكتروني، وحالة التعارض بين مواقف المتحمسين للأعمال الإلكترونية وحرس الأعمال التقليدية، ومعالجة ما تفرضه النصوص القائمة من ضرائب ورسوم في مختلف المناحي واتصالها بالأعمال الإلكترونية بالنسبة للبايع والمشتري ومقدم الخدمة ومتلقيها، والأهم من ذلك الموازنة بين حماية جهات الخدمة الوطنية وجهات الخدمة الدولية التي تملك قدرات تقدم الخدمة الإلكترونية أكثر من المؤسسات الوطنية في الدول النامية.

إن مؤشرات التحليل لإطار ومحتوى السياسة الضريبية يكشف أن الموقف الأمريكي يقوم على قاعدة (أعمال وتجارة إلكترونية دون ضرائب) أما في أوروبا فقد حاول اجتماع بروكسل المنعقد في نوفمبر 1999 أن يصل إلى موقف موحد من مسألة الضريبة بسبب اختلاف قوانين أوروبا من هذه الجهة، ولم يتحقق بعد التوافق المطلوب بين دول الاتحاد الأوروبي في هذا الشأن.¹

المطلب الثالث: إستراتيجية تأمين وتفعيل الخدمات المصرفية الإلكترونية

أولاً: نظم تأمين وحماية المعاملات الإلكترونية.

طورت مجموعة من الشركات العالمية الرائدة بروتوكولات لعمليات الدفع أطلقت عليها اسم بروتوكول الحركات المالية الآمنة SET والغاية منها ضمان الحفاظ على أمن البيانات خصوصيتها وسلامتها والتحقق من وصولها إلى الجهات المطلوبة أثناء إجراء الحركات المالية عبر شبكة مفتوحة مثل الانترنت، ويشبه إلى حد كبير بروتوكول الطبقات الأمنية في استناده إلى التشفير والتوقيعات الرقمية، وللحفاظ على خصوصية وسلامة المعلومات المنقولة عبر الانترنت بين حاملي البطاقات والتجار، يستخدم بروتوكول SET برمجيات تدعى برمجيات المحفظة الإلكترونية وتحوي رقم حامل البطاقة والشهادة الرقمية التابعة له، أما التاجر فتكون له شهادة رقمية صادرة على احد البنوك المعتمدة مما يسمح لهما إجراء الحركات المالية عبر الانترنت، المعتمدة مما يسمح لهما إجراء الحركات المالية عبر الانترنت.²

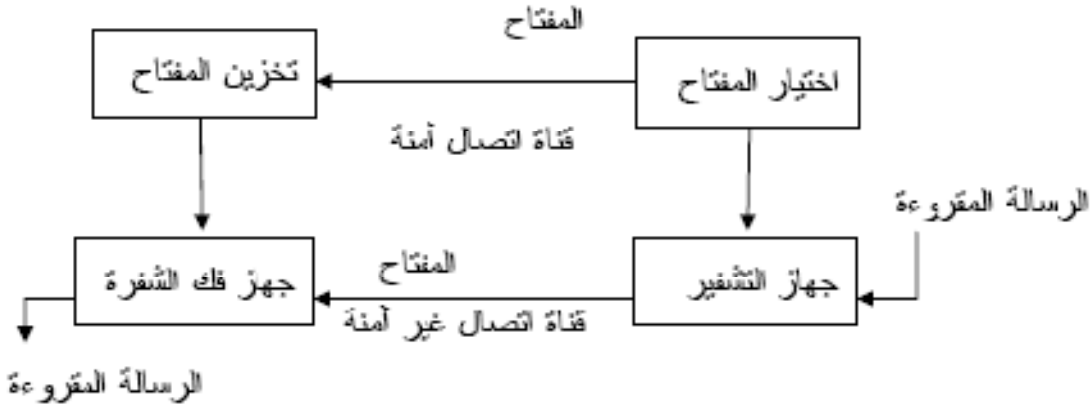
ومن بين بروتوكولات الحركات المالية الآمنة هي:

1- التشفير الإلكتروني: يعتبر التشفير أحد النظم الأساسية التي تحقق تأمين وحماية كل الأعمال والمعاملات الإلكترونية، ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم (2-3): نظام التشفير الإلكتروني.

¹ المرجع السابق، ص ص 120 - 122.

² منير محمد الجنبيهي وممدوح محمد الجنبيهي، مرجع سبق ذكره، ص 41.



المصدر: أحمد محمد غنيم، الإدارة الإلكترونية - آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، (المكتبة العصرية، المنصورة، 2003 - 2004)، ص 321.

ويعتمد نظام التشفير على آلية تغير محتوى المعاملة أو الرسالة عن طريق استخدام برنامج معين محدد يطلق عليه مفتاح التشفير وذلك قبل إرسال هذه المعاملة أو الرسالة إلى المرسل إليه على أن تتوفر لدى هذا المرسل إليه القدرة على استعادة محتوى المعاملة أو الرسالة في شكلها الأصلي قبل التشفير عن طريق استخدام العملية العكسية لعملية التشفير Encryption والتي تعرف باسم الحل Decryption ويتم التشفير باستخدام ثلاثة أساليب أساسية تتمثل في:

أ- استخدام المفتاح التماثل: يتم التشفير في هذه الحالة باستخدام مفتاح واحد، حيث يقوم المرسل بتشفير المعاملة باستخدام مفتاح خاص، ويرسلها إلى المرسل إليه باستخدام وسائل اتصال عادية ويرسل المفتاح باستخدام وسائل مؤمنة وهذا لفك رموز الرسالة. لكن العملية تكون غير مؤمنة.

ب - استخدام المفتاح العام: إن هذا النوع من التشفير يتطلب استخدام مفتاحين أساسيين أحدهما المفتاح العام يكون متوفر لدى الجهتين المرسل والمرسل إليه ويستخدم في التشفير فقط وهناك مفتاح خاص بكل واحد منها على حد لفك شفرة المعاملات والرسائل، وهنا تكون العملية مؤمنة لكن تتطلب وقت وجهد.

ج - المزج بين استخدام المفتاح التماثل والمفتاح العام: إن هذا الأسلوب يتم عن طريق تشفير المرسل الرسالة بالمفتاح التماثل ثم تشفير هذا المفتاح بالمفتاح العام، فيقوم المرسل إليه بفك المفتاح العام بمفتاح خاص به ليجد المفتاح التماثل فيحل شفرته بواسطة المفتاح الخاص الذي أرسل له من طرف المرسل. وبالتالي هذا الأسلوب يحقق درجة ملائمة من التأمين والحماية وبأقل وقت ممكن.

1- التوقيع الإلكتروني: يقصد به استخدام طريقه أو وسيلة معينة للتحقيق من أن صاحب المعاملة هو نفس الشخص الذي قام بإرسالها أو تنفيذها، ويطلق على هذا التوقيع البصمة الإلكترونية. ويتم إصدار التوقيعات الإلكترونية في عدة أشكال أساسية يتمثل أهمها في شكل التوقيع الرقمي التقليدي أو يتم إدخاله وقراءته رقميا من خط اليد أو يتم في شكل مفتاح تشفير شخصي. وذلك بتوفير برامج مجانية تمكن المستخدمين من توقيع المستندات ببرامج وورد من مايكروسوفت، أو توقيع الرسائل من برامج

أوتولوك الإلكترونية وذلك باستخدام القلم واللوح وهناك برامج تربط بين استخدام خط اليد والذي يتم إدخاله رقمياً والمفاتيح ووسائل التحقق الأخرى. ويتم تشفير التوقيع الإلكتروني باستخدام نظم التشفير المختلفة.¹

2- البصمة الإلكترونية للرسالة.

رغم أن التشفير يمنع المتلصعين من الاطلاع على محتويات الرسالة إلا أنه لا يمنع المخربين من العبث بها أي إن التشفير لا يضمن سلامة الرسالة ومن هنا ظهرت الحاجة إلى البصمة الإلكترونية للرسالة وهي بصمة رقمية يتم اشتقاقها وفقاً لخوارزميات معينة تدعى دوال أو اقتارات الترميز إذ تطبق هذه الخوارزميات حسابات رياضية على الرسالة لتوليد بصمة سلسلة صغيرة تمثل ملفاً كاملاً أو رسالة سلسلة كبيرة وتدعى البيانات الناتجة البصمة الإلكترونية للرسالة.²

ثانياً: استراتيجيات مواجهة التحديات القانونية في بيئة البنوك الإلكترونية.

على البنوك أن تدرك أن التقييم لدى نجاح ومكانة البنك لا يقوم على ذات المعايير المعهودة في البيئة السابقة على التواجد على الإنترنت، ذلك أن تقييم مواقع البنوك يخضع أيضاً لاعتبارات أخرى غير اعتبارات نطاق الخدمة وحجم البنك والمعايير التقييمية التقليدية الأخرى، ومرد ذلك الطبيعة الخاصة لبنوك الإنترنت وحاجتها إلى استراتيجيات أمنية وتسويقية وتصميمية تختلف عن البنوك العادية، لها أثر في مستوى نجاح البنك ومستوى الوثوقية بخدماته، لهذا اعتمدت معايير مختلفة، منها على سبيل المثال المعايير التالية:

- نطاق تقديم البنك للخدمة وشمولها خدمات إضافية لخدمات البنوك الإلكترونية التفاعلية.
- مدة عمل البنك في البيئة الافتراضية.
- عدد وأتماط ونوعية الخدمات الإلكترونية المقدمة.
- مستوى الأمن والوثوقية من خلال الوسائل المتبعة
- آليات العمل والمعايير المتبعة
- بساطة الإجراءات التقنية وفعالية الوثيقة القانونية
- حجم الروابط التي يوفرها موقع البنك الإلكتروني وجهات خدمة الدعم والخدمات الوسيطة أو الإضافية.
- مستويات النماء وتطوير الأعمال مقيسة باتجاهات النماء في بيئة الإنترنت.
- مقارنة المعايير المتقدمة مع حجم المؤسسة المصرفية وسوقها البشري والإثرائي والفئة التي تصنف ضمنها.
- الإطار والمحتوى المعلوماتي المقدم على موقع البنك.
- الإطار التفاعلي مع الزبون.
- الوجود الإضافي والفعلي لموقع البنك على الأرض وقدرة الوصول إلى مواقع خدماته الفعلية.

وبتدقيق هذه المعايير وغيرها يلاحظ أن جهة التقييم لم تعد بالضرورة جهة مصرفية بل أن غالبية هذه المعايير يقوم بها مستشارون تقنيون أو أمنيون أو قانونيون أو نحو ذلك، وخلاصة التقييم تكون محلاً للمواد الإعلامية المختلفة مما يضع البنك في تحد التأثير بالرأي العام أو تأثر الرأي العام بأية إخفاقات.

1 أحمد محمد غنيم، مرجع سبق ذكره، ص325.

2 منير محمد الجنيهي ومدوح محمد الجنيهي، مرجع سبق ذكره، ص61.

وفيما يتعلق بالبنك الراغب في اقتحام عوالم البنوك الإلكترونية أو يسعى إلى توفير حماية فاعلة لنشاطه الذي بدأه في هذا الحقل، يتعين أن تنطلق الاستراتيجيات القانونية من قاعدة أن الحماية القانونية لها ذات القدر من الأهمية التي تحظى به الجاهزية التقنية وتحظى به سياسات التسويق. وترجمة هذا الأساس إلى مهام وخطط يتعين فهمية كادر قانوني عارف مدرك لطبيعة المخاطر المحتملة جاهر لمواجهةها، ولا نقصد بالكادر هنا المحامين والمستشارين فقط، إنما عناصر البحث والتطوير القانوني المناط بها إدراك كل جديد والتعامل مع كل خطر محتمل.

أظهرت الدراسات التحليلية أن نمط ووسائل أداء وطبيعة معارف العاملين في حقل الحماية القانونية لمشاريع الأعمال الإلكترونية تتميز محتوى وشكلا وتكتيكا عن نمط ووسائل وأداء وطبيعة معارف غير العاملين في هذا الحقل. كما أن أهم عناصر استراتيجيات الأداء القانوني لمشاريع تقنية المعلومات عموما بناء قواعد المعلومات المتطورة على الدوام التي تكفل بقاء الإدارات القانونية على اطلاع على كل جديد لان ما يحدث لدى الغير أصبح على قدر كبير من الأهمية في ظل ما تثيره هذه الأعمال من مشكلات تنازع القوانين والاختصاص.

إن العصر الحادي والعشرين، استلزم ولما يزل يتطلب، تحليلا شاملا (COMPREHENSIVE ANALYSIS) للخدمات والمنتجات المالية الإلكترونية وللتجارة الإلكترونية، كمدخل لتحديد سمّة البنوك الإلكترونية، بنوك القرن، ولا يستقيم الوعي بهذه المؤسسة الجديدة من مؤسسات علم الإدارة والمال، بل لا يتعين اقتحام عوالمها دون:

- 1- تحليل الاتجاهات الحديثة نحو الخدمات المالية الإلكترونية (ELECTRONIC FINANCIAL SERVICES)، كما ونوعا.
- 2- تحديد المخاطر المالية والإدارية المحتملة (مخاطر الأعمال)
- 3- تحديد الاحتياجات المادية والفنية والمعرفية والبشرية والاستشارية المطلوبة لهذا النمط المستجد من الأعمال وبشكل خاص اعتماد معايير الأمن والخصوصية.
- 4- تحديد التحديات القانونية الناجمة في بيئة علاقات البنوك الإلكترونية وحلولها.¹
- 5- فحص وتقييم القواعد التنظيمية المتصلة بتجارة الإنترنت عموما والبنوك الإلكترونية على وجه الخصوص.
- 6- وضع خطط العمل المناسبة والملائمة لتطبيق أنشطة العمل البنكي الإلكتروني وضمان التغذية والتطوير ومواصلة التقييم والبحث للموائمة مع التطورات السريعة في هذا القطاع.

إن إدراك البنوك الإلكترونية، نظاما وإستراتيجية ومنافع، منوط كمتطلب سابق معرفة استراتيجيات التجارة الإلكترونية ومعرفة نطاقها وعلاقتها بعمليات أتمتة الأعمال وإدارتها، والتمييز بين طوائف وصور التجارة الإلكترونية ومعرفة كيف يمكن أن تطبق التجارة الإلكترونية ومتطلباتها وتحدياتها، وبعد الإحاطة بهذا المتطلب السابق، يتعين إدراك تأثير خدمات الخط التكنولوجية على العمل البنكي، وإدراك مدى وكيفية تأثير التقنية على علاقة الزبون بالخدمة المالية. ووصف المشكلات التي تخلقها التقنية في بيئة العمل البنكي، ووصف الطرق المستحدثة لتحقيق البنوك عوائد ربحية من خلال البنوك الإلكترونية وتحديد العناصر المتصلة بالقواعد الجديدة للتنافس في بيئة العمل البنكي.²

¹ بحياة عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص.ص 122 - 123.

² المرجع السابق، ص.ص 124 - 125.

خلاصة الفصل الثاني:

لقد تناولنا في هذا الفصل دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تطوير المؤسسات المصرفية واشتمل على ثلاثة مباحث رئيسية لتقديم فكرة شاملة عن بعض المفاهيم الأساسية عن الصيرفة الإلكترونية والخدمات المصرفية الإلكترونية وواقعها وتقييمها في المبحث الأول، وتضمن المبحث الثاني من هذا الفصل ظهور البنوك الإلكترونية وأثرها على الخدمة المصرفية من خلال إعطاء ماهية وخصائص وأهداف البنوك الإلكترونية ووسائل ونظم الدفع الإلكتروني التي تعتمد، وتناولنا في آخر هذا الفصل معوقات وتحديات الخدمات المصرفية الإلكترونية وذلك بإعطاء نظرة عن التحديات القانونية وإستراتيجية تأمين وتفعيل الخدمات المصرفية الإلكترونية.

ويمكن تلخيص ما تم التوصل إليه في النقاط التالية:

- لقد أتاحت الصيرفة الإلكترونية للمصارف خدمات متطورة استطاعة من خلالها تخفيض التكلفة وزيادة حجم السوق المستهدف من خلال الخدمة المصرفية عن بعد بمختلف أنواعها، كما أثر ذلك على عملاء المصارف، من خلال السرعة والفعالية، وبدون الانتقال إلى المصرف.
- لقد تطورت الصيرفة الإلكترونية إلى أن أصبح هناك مصارف تعمل عن بعد أو ما يسمى بالمصارف الإلكترونية أو الافتراضية، مما فتح فرص جديدة للمتعاملين حيث يعمل البنك الإلكتروني عبر شبكات الاتصال وبدون مقر ويختلف المصرف العادي على الإلكتروني، فمن حيث الخدمة فهناك خدمات مصرفية عن بعد أما المقر فهناك مقر على شبكة الإنترنت.
- لقد طرح موضوع الصيرفة الإلكترونية والخدمات المصرفية الإلكترونية عدة قضايا وتحديات، ومنها الإطار القانوني وأمن المعلومات المالية والمصرفية ورغم كل الجهود المبذولة في معالجة هذه القضايا لكنها غير كافية وذلك لحدثة هذه التقنيات وتطورها بسرعة ولعل أهم مشكل يتمثل في حجية إثبات العقود الإلكترونية، ولكن هذه القضايا مطروحة عالميا وخصوصا في الدول المتقدمة وتبقى الدول المتخلفة بعيدة عنها
- إن أهم استراتيجيات امن المعلومات توفير الكفاءات التقنية القادرة على كشف وملاحقة الاختراقات وضمان وجود فريق تدخل سريع يدرك جيدا ما يقوم به، ويجب أن تتوفر نصوص الحماية الجنائية التي تخلق مشروعية ملاحقة أفعال الاعتداء الداخلية والخارجية على نظم الكمبيوتر وقواعد البيانات.

تمهيد:

منذ بداية التسعينيات شرعت الجزائر - في إطار إصلاحات اقتصادية شاملة - في إصلاح منظومتها المالية والمصرفية استعدادا للتحول نحو اقتصاد السوق وتحضيرا للاندماج في الاقتصاد العالمي، وفي هذا المجال تم إصدار العديد من التشريعات فضلا عن تعليمات وتنظيمات بنك الجزائر المتعددة. وخلال السنوات العشر الأخيرة كثر الحديث عن عصنة المصارف كجزء من هذه الإصلاحات وعليه تم اقتراح العديد من الأفكار والمشروع غير أن ما ينتظر منها كان اقل بكثير مما تحقق فعلا، ونرى من أهم هذه المشاريع الصيرفة الإلكترونية التي تعد الوجه الحديث للمصارف المعاصرة أو بالأحرى الوجه البارز للاقتصاد الجديد والقائم على التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال.

ولتحديد الأهمية والدور الذي تلعبه الخدمات المصرفية الإلكترونية في النهوض بالقطاع البنكي وقع الاختيار على بنك البركة الجزائري.

ولمعرفة هذا الدور تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث بحيث يتم التطرق في المبحث الأول إلى واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر أما المبحث الثاني فيركز على التكنولوجيا المصرفية والخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك البركة الجزائري -403- باتنة وفي الأخير يأتي المبحث الثالث لبيان الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية والمعالجة الإحصائية.

المبحث الأول: واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر.

إن أي مشروع ناجح تسبقه دراسة دقيقة ومفصلة عن إمكانية تطبيقه أو اعتماده والنظام المصرفي الجزائري يسعى لاعتماد الصيرفة الإلكترونية في أداء معاملاته وذلك بدراسة واقع مختلف القطاعات ومدى استعدادها لتدعيم هذا المشروع، لذا سوف نحاول من خلال هذا المبحث التعرض إلى النقاط التالية:

- ظهور وتطور استعمال البطاقات البنكية بالجزائر؛
- الشبكة النقدية ما بين المصارف؛
- الخطوات الأولى للصيرفة الإلكترونية في الجزائر.

المطلب الأول: ظهور وتطور استعمال البطاقات البنكية بالجزائر:

الجزائر على غرار دول العالم قد بدأت باستعمال البطاقات النقدية كأداة جديدة لتداول النقود عبر الموزعات الآلية والمنتشرة الآن في كل أنحاء الوطن على مستوى مختلف المؤسسات البنكية والمراكز البريدية، وستقوم باستعراض مجال استخدام البطاقات النقدية فيما ما يلي:

1- ظهور البطاقات البنكية في الجزائر: لقد ظهرت البطاقات البنكية لأول مرة في الجزائر بصورة واضحة ذلك في العام

1990م حيث أصدر بنك القرض الشعبي الوطني الجزائري نوعين من البطاقات لزبائنه الأوفياء وهما:

- بطاقة السحب "CASH".
- بطاقة دولية "VISA".

و في العام 1995 م قام البنك CPA بإصدار 18.4 ألف بطاقة سحب و1600 بطاقة دولية ووضع موزع آلي في الخدمة وجهاز 300 تاجر بجهاز TPE وقد جرت في نفس العام 1995 م اتفاقيات بين البنك المركزي الجزائري والبنك العالمي أمضى على العقود والتي منها التخلي على المحاولات والمرور إلى الأمر الواقع فيما يخص استعمال البطاقات في الجزائر، وقد تسنى بذلك ظهور شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك "Satim" والتي أسست عام 1995 م بهدف إصدار البطاقات لمختلف المؤسسات المالية الجزائرية ومعالجة، تسيير ومراقبة كل المعاملات المجرى بهذه البطاقات. وفي العام 1998م أصدرت هذه الشركة ما يقارب 20 ألف بطاقة لمركز الصكوك البريدية (CCP) كما وضعت 40 موزع أوتوماتيكي تم توزيعهم على 3 هيئات مالية وهي:¹

¹ فضيلة شروف، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، (جامعة قسنطينة، 2009/2010)، ص. ص 140 - 141.

- 10 جهاز (DAB) لوكالات البنك الفلاحي والتنمية الريفية (BADR).
- 10 جهاز (DAB) لوكالات البنك الخارجي الجزائري (BEA).
- 20 جهاز (DAB) لوكالات مركز الصكوك البريدية (CCP).

كما قامت هذه الشركة في العام 1999 م بوضع في الخدمة 86 جهاز DAB حسب التوزيع التالي:

- 26 جهاز لوكالات بنك القرض الشعبي الوطني (CPA).
- 30 جهاز لوكالات صندوق التوفير والاحتياط (CNEP).

البطاقات البنكية المتوفرة بالجزائر هي بطاقات سحب تعرض خدمة سحب النقود من كل الأجهزة الموضوعة في الخدمة من طرف شركة "SATIM"، حيث أعلى سقف لها هو 10.000 دج في الأسبوع إذا تم استعمال أجهزة وكالات مراكز الصكوك البريدية (CCP) و 5000 دج في الأسبوع إذا تم استعمال أجهزة البنوك الأخرى، وقد حددت المساهمة والتعريفية في حدود المعقول لتلقي إعجاب المستفيدين وتقدر المساهمة السنوية ب 300 :دج وحددت التعريفية ب 30 :دج لكل عملية.

وفي العام 2005 م تم إدخال بطاقات الدفع ما بين البنوك وذلك بمشاركة تسعة بنوك ومؤسسات مالية وهي البنك الوطني الجزائري، وبنك الفلاحة والتنمية الريفية، والقرض الشعبي الوطني، البنك الخارجي الجزائري، وبنك التنمية المحلية، والصندوق الوطني للتوفير والاحتياط و بريد الجزائر إضافة إلى الصندوق الوطني للتعاونيات الفلاحية، وبنك البركة وهذا المشروع ينفذ على نطاق واسع وتشمل كل التراب الوطني، إلا أنه سينفذ بطريقة تدريجية ذلك على مستوى الجزائر العاصمة وتحقيق العمليات والمبادلات المالية الخاصة بالدفع من قبل 200 حامل للبطاقات على مستوى محدود من المحلات التجارية ثم تتوسع هذه العملية لتشمل 1500 تاجر و 50 ألف حامل للبطاقة ومع نهاية 2005 م يتم تعميم استخدام بطاقة الدفع لكامل التراب الوطني.

كما أنه من ضمن المشاريع التي انطلقت من أجل تطوير وعصرنة نظام الدفع، اعتماد بطاقة الدفع الإلكترونية والتي تجمع 8 بنوك في نظام إلكتروني واحد يستطيع بفضلها حامل البطاقة من القيام بكل العمليات المصرفية التي يريدتها حيثما وجدت منظومة للدفع الإلكتروني وتم الانطلاق في العملية النموذجية لهذه البطاقات في بداية العام 2005 م وشمل 100 محل وواجهة تجارية أما بنك الجزائر هو المراقب لهذه العملية وإتمام العمليات المصرفية بطرق سليمة وتم تعميم هذه العملية فيما بعد على كامل التراب الوطني.¹

¹ نفس المرجع والصفحة سابقا.

2- مراحل تطور بطاقة الدفع بالجزائر:

- عرفت بطاقات الدفع في الجزائر تطورا ملحوظا، خاصة بعد استحداث المقاصة الالكترونية وتعميمها عبر مختلف الوكالات البنكية والبريد في الجزائر. وقد عرفت هذه العملية عدة مراحل:
- في 1998 كانت بداية فكرة الانطلاق لنظام السحب ما بين البنوك؛
- في سنة 2002 تم الانطلاق الرسمي لمشروع le système de paiement interbancaire حيث أعطي دور الإشراف والريادة والتنسيق ما بين البنوك لشركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية ما بين البنوك SATIM التي تجمع مختلف ممثلي البنوك الوطنية والخاصة لتبادل المعلومات والتنسيق في عمليات السحب والدفع للموزع الآلي؛
- في 2004 تم اختيار النظام الدفع بالبطاقة المطابق للمواصفات EMV .
- في 2005 تم إنشاء جمعية (COMI: comité monétique interbancaire)
- في 2006 البداية الأولى لأول بطاقة سحب في الجزائر، حيث وزعت على مختلف مستخدمي البنوك للتجريب ومعرفة النقص والاحتياط لها؛
- في 2007 تم تعميم بطاقة الدفع ما بين البنوك (CIB) عبر كامل التراب الوطني في البريد والمواصلات والبنوك؛¹

المطلب الثاني: الشبكة النقدية ما بين المصارف.

رغم التطورات التي عرفتها وسائل الدفع الإلكترونية في العالم وتوسع نطاق استخدامها ليشمل مختلف المجالات وأصبحت من أهم وسائل الدفع في الوقت الراهن إلا أن الجزائر بقيت متأخرة عن هذه المستجدات رغم أن العديد من الدول العربية قد قطعت أشواطاً كبيرة في هذا المجال. وما نستطيع أن نتحدث عنه هو بطاقات السحب وتفعيل بعض الآليات الأخرى.

1- الشركة النقدية ما بين المصارف SATIM

فقد تم إنشاء بطاقة السحب الخاصة بكل مصرف من قبل شركة ما بين المصارف الثمانية وهي: البنك الوطني الجزائري، بنك الفلاحة والتنمية الريفية، بنك الجزائر الخارجي، الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، القرض الشعبي الجزائري، بنك التنمية المحلية، الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي، بنك البركة الجزائري هذه المصارف أنشأت في سنة 1995 هذه الشركة وهي شركة ذات أسهم رأسمالها 267 مليون دينار جزائري وذلك من أجل:

- تحديث وسائل الدفع للنظام المصرفي الجزائري؛
- تطوير وتسيير التعاملات النقدية ما بين المصارف؛

¹ المرجع السابق، ص.ص 142 - 145.

- تحسين الخدمة المصرفية وزيادة حجم تداول النقود؛
- وضع الموزعات الآلية في المصارف والتي تشرف عليها الشركة.

وتقوم هذه الشركة بصنع البطاقات البنكية الخاصة بالسحب حسب المقياس المعمول به دوليا وطبع الإشارة السرية، وتنشأ هذه الخدمة عن طريق عقد يبرمه المصرف مع شركة "SATIM" الذي يحدد التزام الطرفين خاصة فيما يتعلق بأجال وإجراءات التسليم بالإضافة إلى عملية الربط بين الموزعات الآلية ومصالح "SATIM" بواسطة شبكة اتصال حيث تسمح بالقيام بعمليات السحب سواء كانت داخلية أو محولة بالإضافة إلى سجل متصل ببيئة المقاصة لتصفية الحسابات ما بين المصارف.

في سنة 1996 أعدت شركة "SATIM" مشروعا لإيجاد حل للنقد بين المصارف، وأول مرحلة لهذا المشروع الذي بدأ في العمل سنة 1997 تمثلت في إعداد شبكة نقدية إلكترونية بين المصارف في الجزائر، هذه الشبكة لا تغطي إلا الخدمات المتعلقة بإصدار البطاقات المصرفية الخاصة بالسحب من الموزع الآلي محليا وبالتالي يمكن للمصارف الوطنية والأجنبية الخاصة والعامّة أن يقدموا إلى كل زبائنهم خدمة سحب الأموال بواسطة الموزع الآلي. كما تعمل "SATIM" على ضمان حسن سير عملية السحب وتكامل الموزعات الآلية مع عدد من المصارف، هذا بالإضافة إلى تأمين قبول البطاقة في جميع مصارف المشاركين وإجراء عمليات المقاصة لصفقات السحب بين المصارف هذا بالإضافة إلى تأمين تبادل التدفقات المالية بين المشاركين والمؤسسة المسؤولة عن المقاصة، كذلك تعمل هذه الشركة على مراقبة البطاقات المزورة وكشف كل التلاعبات.

2- مركز معالجة النقدية ما بين المصارف:

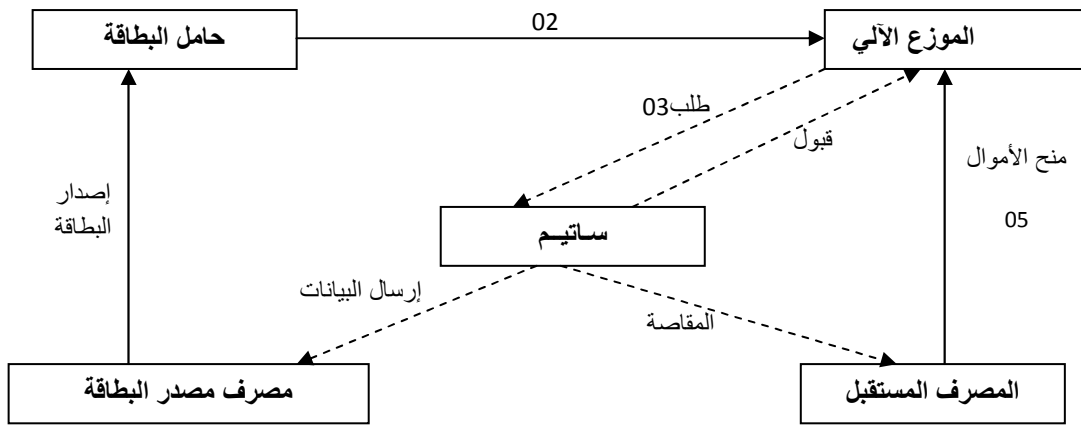
إن شركة SATIM تشرف على مركز المعالجة النقدية بين المصارف وتعمل على ربط مراكز التوزيع مع مختلف المؤسسات المشاركة لوظيفة السحب، حيث يتولى هذا المركز ربط الموزع الآلي بمقدم الخدمة بواسطة خطوط عبر الشبكة الوطنية ومركز للاعتراض على البطاقات الضائعة أو المزورة. فعملية السحب تتم بطلب ترخيص يوجه إلى مركز الترخيص بالوكالة الذي يقبل أو يرفض الطلب، وفي حالة القبول يراقب المركز السقف المسموح به أسبوعيا لكل زبون، كما يراقب هذا المركز الإشارة السرية، كما أن السحب الذي يتم بالبطاقة لا يمكن الرجوع فيه بعد ذلك وعلى الساعة الصفر يقوم المركز بمعالجة كل الصفقات التي قامت في ذلك اليوم وتنظمها حسب كل مصرف موجود في الشبكة بين المركز وجميع المصارف المشاركة وتسجل العمليات لدى جميع المصارف ويتم إجراء عملية المقاصة في مركز الصكوك البريدية التي لها كل حسابات المصارف.¹

¹ رشيد بوعافية، الصرافة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري - الأفق والتحديات، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص نقود مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، (جامعة البليدة، 2005)، ص. ص 180 - 183.

يمكن القول أن عملية السحب تتم في أسلوب نصف مباشر فتوجد شبكة بين المصارف وشركة ساتيم وهذا ما يخلق نوعا من المخاطر، إضافة إلى إحجام الناس على التعامل بهذه الوسائل مما يجعل الإقبال عليها ضعيفا لأسباب عديدة منها كثرة الأعطاب والأخطاء والميول للحرية والإحجام عن إظهار أية معلومات أمام الناس إضافة إلى التوزيع غير الجيد للموزعات الآلية. ورغم هذا تبقى النقود العادية الأكثر استعمالا في المعاملات بين الجزائريين لانعدام الثقة في الوسائل الأخرى ويدل هذا على أن النظام المصرفي الجزائري مازال متأخرا كثيرا في هذا الميدان.¹

وفيما يلي سنحاول توضيح عملية السحب بواسطة البطاقة المصرفية في الجزائر:

الشكل رقم (3-1): كيفية سير عملية السحب بواسطة البطاقة المصرفية في الجزائر.



Source :www. Satim .com (23/05/2012)

- الخط المتقطع يعني المسار غير المرئي من خلال شبكة الاتصالات.
- الخط المستمر يعني المسار المرئي.

¹ نفس المرجع والصفحة سابقا.

المطلب الثالث: الخطوات الأولى للصيرفة الإلكترونية في الجزائر.

يتطلب تطوير الصيرفة الإلكترونية في الجزائر توفير عناصر مرتبطة بالبيئة المناسبة من جهة وبالنظام المصرفي الجزائري من جهة أخرى وذلك من خلال إقامة أنظمة الدفع باعتماد بطاقة الائتمان وتطوير شبكة الاتصالات والبريد. في هذا الإطار بادرك بنك الجزائر بالتعاون مع وزارة المالية وبمساعدة البنك العالمي في إنجاز نظام دفع إلكتروني متطور هو نظام التسوية الإجمالية الفورية "RTGS".*

1- نظام التسوية الإجمالية الفورية RTGS: إن هذا النظام يمر بعدة خطوات هي: أولاً: تعريف وأهداف مشروع (RTGS)

إن مشروع (RTGS) يدخل ضمن برنامج واسع للإصلاحات الخاصة بأجهزة الدفع والتسويات بالجزائر، هذه الإرادة في تحديث النظام القائم ترسخت لضعف هذا النظام والمحيط الذي تتم فيه المدفوعات بالجزائر، وكذلك الرغبة في الوصول إلى المستوى الدولي. فنظام التسوية الإجمالية الفورية هو نظام تسوية المبالغ الإجمالية في وقت حقيقي ويتم فيه سير التحويلات بصفة مستمرة وعلى الفور بدون تأجيل وعلى أساس إجمالي¹.

كما يعرف أيضاً أنه نظام مركزي إلكتروني يعمل على أساس فوري إجمالي، نهائي ومستمر لتنفيذ أوامر التحويل الدائنة ويوفر نقطة تسوية لأنظمة التصفية العاملة في بلد ما، من خلال الحسابات المركزية للمصارف².

يهدف إقامة نظام التسوية الإجمالية في الجزائر إلى تحقيق الأهداف التالية:

- جعل نظام الدفع الجزائري يتمتع بالمقاييس الدولية في تسيير مخاطر السيولة.
- تسوية عمليات البطاقة المصرفية في وقت حقيقي، وكل وسائل الدفع الأخرى.
- تلبية مختلف احتياجات المستعملين باستخدام نظام الدفع الإلكتروني.
- تخفيض التكلفة الإجمالية للمدفوعات .
- تخفيض آجال التسوية وتشجيع استعمال النقود الكتابية.
- تقوية العلاقات بين المصارف.
- تشجيع إقامة المصارف الأجنبية³.

* RTGS: Real Time Gross Settlement system

¹ HADJ ARAB ABDLHAMID, Projet système de paiement, RTGS, n° 67, Août -sep 2003, p 12.

² رشيد بوعافية، مرجع سبق ذكره، ص 195.

³ HADJ ARAB ABDLHAMID, op cit, p:12

ثانيا: مبادئ تشغيل نظام (RTGS).

إن نظام (RTGS) الوطني يتكلف بمعالجة وتسوية تحويلات الأموال بصفة فورية أي في وقت حقيقي وعمليا هو يقوم على المبادئ التالية :

أ- المشاركون في نظام (RTGS): المشاركة في النظام مفتوحة لكل مؤسسة لها حساب تسوية في بنك الجزائر، فيمكن أن ينظم إلى النظام زيادة على بنك الجزائر كمسير وحامل للتسوية مجموعة المؤسسات المصرفية والمالية، الخزينة العمومية، مراكز الصكوك البريدية.

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

- عمليات ما بين المصارف: حيث يتم من خلال هذا النظام تحويلات بين المصارف أو حسابات الزبائن والتي تكون فيها المبالغ هامة أو مستعجلة.
- عمليات بنك الجزائر: إن بنك الجزائر هو المشارك الوحيد القادر في حدود اختصاصات توجيه وإصدار الأوامر للقرض أو الخصم من حسابات المشتركين.
- حسابات التسوية: إن بنك الجزائر الذي يشرف على إدارة النظام يفتح في سجلاته باسم كل مشارك حسابات تسوية، تقسم إلى حسابات فرعية، وهذه الحسابات تحول حسب الحالات في زيادة أو نقص مبالغ الحسابات الجارية للمشاركين والتي تضبطها المحاسبة العامة لبنك الجزائر والتسويات التي تتم عن طريق النظام حيث تتم بصفة مستمرة وفي وقت حقيقي، وبعد التأكد الآلي بوجود مخزون كافي في حساب المشارك المعني، يطبق في هذا المبدأ "أول من يدخل أول من يخرج" مع الأخذ بعين الاعتبار الأولويات المبنية فيما يلي: عمليات بنك الجزائر، المبالغ المخصصة للمقاصة، أوامر مستعجلة بطبيعتها.¹

2- نظام المقاصة عن بعد:

إن عملية عصرنة نظام الدفع عرفت دفعة جديدة بإنشاء نظام مكمل لنظام RTGS هو نظام ACTI.

2-1 تعريف نظام المقاصة عن بعد: ويعرف هذا النظام بأنه

يختص بالمعالجة الآلية لوسائل الدفع العام le SINSTRUMENTS DE PAIEMENT DE MASSE صكوك، تحويل، اقتطاع، عمليات السحب والدفع بالبطاقات البنكية، وذلك باستعمال وسائل متطورة مثل المساحات الضوئية (scanners) والبرمجيات المختلفة، ويمثل هذا النظام القسم الثاني من أنظمة الدفع المتطورة ووفق المعايير الدولية بهذا الهدف التحسين النهائي للخدمات البنكية المقدمة للزبائن. ولقد دخل النظام حيز التنفيذ باشتراك بنك الجزائر كل البنوك، اتصالات الجزائر بريد الجزائر SATIM، جمعية البنوك والمؤسسات المالية (ABEF) مع كل فروعها ومكاتبها عبر كامل التراب الوطني. ويعتمد هذا النظام على نظام التبادل المعلوماتي للبيانات الرقمية والصور. ويوم 15 ماي 2006

¹ رشيد بوعافية، مرجع سبق ذكره، ص.ص 196 - 197.

كان أول يوم للتبادلات وكانت البداية بمعالجة الصكوك وتطورت العملية لتمثل باقي وسائل الدفع نهاية 2006 . حيث عالج نظام "ACTI" عملية في شهر ماي بما قيمته 51.12 مليار دينار و 48943 عملية في ديسمبر من نفس السنة (2006 بقيمة 303.17 مليار دينار).

2-2 أهداف نظام المقاصة عن بعد: يهدف هذا النظام إلى:

- التسيير المحاسبي اليومي وإعطاء نظرة شاملة وحقيقية عن وضعية الخزينة في السوق المالية والوطنية؛
 - تقليص آجال المعالجة، قيم قبول أو رفض العملية في أجل أقصاه 5 أيام على أن يتم اختزال هذه المدة إلى 3 أيام ثم 48 ساعة؛
 - تأمين أنظمة الدفع العام؛
 - إعادة الثقة للزبائن في وسائل الدفع خاصة الصكوك؛
 - مواجهة عملية تبيض الأموال في الجزائر؛
- لقد كانت سنة 2006 سنة عصرة أنظمة الدفع وما نتج عنه من تطوير الوساطة البنكية الفعالة والمؤمنة لخدمات بنكية ذات جودة تخدم الزبائن في إطار مضمون ومضبوط.

3- الصيرفة عبر الخط في الجزائر:

إن أحد أهم أوجه الصيرفة الإلكترونية هي الصيرفة على الخط، وفي إطار سعي الجزائر لتبني مشروع الصيرفة الإلكترونية عملت على إيجاد هذا النوع من الخدمة في السوق المالي الجزائري لكن قدرات المصارف الجزائرية لم تسمح بذلك، ومن هنا جاءت فكرة إنشاء مؤسسة تساعد المصارف الجزائرية على تقديم هذا النوع من الخدمات فكانت " الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية" التي سنتعرض لها فيما يلي:

1.3- تعريف شركة " الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية":

نتجت هذه الشركة عن اتفاق شراكة بين المجموعة الفرنسية EDI DIAGRAM الرائدة في مجال البرمجيات المتعلقة بالصيرفة الإلكترونية وأمن تبادل البيانات المالية، وثلاث مؤسسات جزائرية هي "MAGACT MULTIMEDIA" و"SOFT ANGINERING" ومركز البحث في الإعلام العلمي والتقني CERIST لتتأسس شركة مختلطة سميت الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية تقدم هذه الشركة خدماتها المتعلقة بالمصارف عن بعد وتسيير وأمن تبادل البيانات المالية لجميع البنوك والمؤسسات المالية باختلاف أصناف زبائنها (مؤسسات كبرى، مجموعات شركات، تجار، مهنيين، خواص...) بتقديم تشكيلة من الخدمات بدرجة عالية من الأمن وسلامة في أداء العمليات.¹

¹ فضيلة شيروف، مرجع سبق ذكره، ص.ص 152-153.

أنشئت هذه الشركة في جانفي 2004 ، في البداية ركزت على عمليات تطوير وتدعيم موجهة جهودها بصفة رئيسية نحو عصنة الخدمات البنكية وأنظمة الدفع الإلكترونية.

2.3- خدمات " الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية " AEBS :

إن هذه الشركة أنشئت من أجل هدف أساسي هو تلبية حاجات المؤسسات المالية باقتراح برمجيات تقدم خدمات عن طريق برمجيات متعددة (DES PROGICIELS) وذلك من خلال:

- اقتراح حلول المصارف عن بعد من جهة؛
 - تبسيط وتأمين المبادلات الإلكترونية متعددة الأقسام من جهة أخرى.
- الخدمات المقدمة توجد على قسمين على نفس الدرجة من التطور التكنولوجي:

- الصنف الخاص بالبنك .DIAGRAM . E – BANKING
- صنف التبادل الإلكتروني للبيانات EDI متعدد الواجهات والأقسام .DIAGRAM. E-FILES¹.

3.3- أهداف " الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية " AEBS:

تهدف أساسا إلى:

- الاقتراح على الزبائن(بنوك مؤسسات مالية) حلول معتمدة أساسا على الخدمات متعددة القنوات وفعالية عالية مع تأمين تام لمبادلات المعلومات؛
- تكييف الخدمات وفق حاجات كل زبون ووفق رغباته؛
- تسمح لزيائنها باكتساب نظام معلومات ممتد على مجالات عديدة وهذا بما يتوافق مع مستلزمات كل واحد منهم²؛
- لقد اعتمدت العديد من المصارف الجزائرية على AEBS في تقديم خدمات عبر الانترنت وذلك من خلال إمضاء عقود، نذكر منها:

- عقد مع القرض الشعبي الجزائري :في جويلية 2005 لتزويد البنك بخدمات EDI DIAGRAM
- عقد مع البنك BNP PARIBAS بي أن بي باري باس الجزائر: في 21 نوفمبر 2005 لتزويد هذا البنك الخاص بخدمات .DIAGRAM. E - BANKIN.
- وهناك عقود أخرى مع Société Générale والبنك الخارجي الجزائري، بنك الفلاحة والتنمية الريفية، البنك الوطني الجزائري.

¹ فضيلة شيروف، مرجع سبق ذكره، ص.ص 152 - 153.

² المرجع السابق، ص 154.

و معظم الخدمات المقدمة عبر الانترنت (من طرف المصارف الجزائرية) عبارة عن خدمات بسيطة وقليلة تحتاج إلى التنويع، وشركة "AEBS" تعتبر بحق أول خطوة للجزائر في مجال الصيرفة الإلكترونية. بما حقته من توفير لهذه الخدمات لكن هذا لا يمنع وجود شركات أخرى لتقديم خدمات الصيرفة الإلكترونية لأجل تحقيق المنافسة من جهة وتوسيع قاعدة هذه الخدمات من جهة أخرى من أجل تطوير النظام المصرفي والمالي ومحاولة اللحاق بركب الدول الأخرى التي قطعت أشواطاً كبيرة في هذا المجال.¹

¹ <http://www.aebs-tech.com> (28/05/2012)

المبحث الثاني: أهمية اعتماد الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك البركة الجزائري - 403 - باتنة.

سعى بنك البركة الجزائري إلى استخدام التكنولوجيا في تطوير وتجديد منتجاته وخدماته المصرفية، بغية تلبية احتياجات ورغبات زبائنه في السوق المصرفية، ومن أجل استحداث النظم التقنية والتكنولوجية لمنتجاته وخدماته لا بد من تبني البنك للخدمات المصرفية الإلكترونية باعتبارها أمرا ملحا في ظل هذه التطورات، وكل هذا من أجل النهوض بالقطاع البنكي لذا سوف نحاول من خلال هذا المبحث التعرض إلى النقاط التالية:

- تقديم بنك البركة الجزائري؛
- وكالة بنك البركة الجزائري - 403 - باتنة؛
- الواقع العملي للخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك البركة وكالة - 403 - باتنة.

المطلب الأول: تقديم بنك البركة الجزائري.

يعتبر بنك البركة الجزائري نموذجا للبنوك الإسلامية في الجزائر والذي يراعي في تعاملاته المبادئ الإسلامية من عدم التعامل بالربا أخذا أو عطاء، أو نوعية المشاريع التي يقوم بتمويلها، كما يعتبر هذا البنك محور دراستنا الذي من خلاله سنحاول معرفة واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في هذا النوع من البنوك.

1- مفهوم بنك البركة الجزائري وخصائصه.

أولا: تعريف بنك البركة الجزائري.

عرف الشيخ صالح عبد الله كامل* بنك البركة الجزائري على أنه: "بنك إسلامي لا يتعامل بالفائدة أخذا أو إعطاء. ويهدف إلى تنمية المجتمع الجزائري المسلم، وإلى خلق توليفة عملية مناسبة بين متطلبات العمل المصرفي الحديث وضوابط الشريعة الإسلامية" حيث يجمع هذا البنك بين صفتين:

أ- **الصفة التجارية:** حيث يعتبر بنك تجاري وفقا للقانون الجزائري من خلال قيامه بممارسة الوظائف التقليدية للمصارف

التجارية من قبول الودائع وتوفير التمويل.

ب - **الصفة الاستثمارية:** والتي تجعله بنكا استثماريا وفق المادة الثالثة من قانونه الأساسي من خلال قيامه بالأنشطة

الاستثمارية حسب مفهوم بنك الأعمال.

* يمثل صالح عبد الله كامل المساهم الرئيسي في مجموعة دلة البركة المصرفية ورئيس مجلس إدارتها.

ثانيا: نشأة بنك البركة:

إن فكرة إنشاء بنك البركة الجزائري تعود إلى سنة 1984 من خلال الاتصال الذي تم بين الجزائر ممثلة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وشركة دلة البركة القابضة الدولية**، وقد كانت نتيجة هذا الاتصال أن تم تقديم قرض مالي من طرف مجموعة دلة البركة القابضة للحكومة الجزائرية، بلغت قيمته 30 مليون دولار خصص لتدعيم التجارة الخارجية، حيث كان هذا القرض بمثابة فرصة لخلق جو من الثقة المتبادلة بين الجزائر والمجموعة.

وفي سنة 1986 بدأت فكرة إنشاء بنك مشاركة في الجزائر تتبلور أكثر، وذلك عند قيام مجموعة دلة البركة المصرفية بعقد ندوتها الرابعة في فندق الأوراسي بالجزائر العاصمة، حيث كان محور هذه الندوة هو مناقشة فكرة إنشاء بنك إسلامي في الجزائر.

لقد كانت لسلسلة الإصلاحات التي عرفتها المنظومة المصرفية ابتداء من سنة 1986 ووصولاً إلى القانون 90-10 المؤرخ في 19 رمضان 1410 الموافق ل 14 أفريل 1990 الدور الكبير في فتح المجال أمام الشركات الأجنبية للاستثمار في المجال المصرفي بالجزائر ومنها بنك البركة الجزائري، الذي وجد سبيله للتحقيق من خلال تقديم طلب اعتماد البنك لبنك الجزائر الذي وافق على التصريح له بالعمل في السوق المصرفي الجزائري، ليتم بموجبه إنشاء هذا البنك بتاريخ 20 ماي 1991 تحت اسم بنك البركة الجزائري، أما بداية ممارسته لنشاطه بشكل فعلي فكان في شهر سبتمبر 1991.

ويعتبر القانون رقم 90-10 المتعلق بالنقد والقرض بنك البركة الجزائري على أنه شركة مساهمة لها الحق في تنفيذ جميع الأعمال المصرفية وفقا لأحكام الشريعة الإسلامية السمحة، ليتيح بذلك فرصة العمل المصرفي للمتعاملين الذين يسعون إلى التعامل على أساس مبادئ هذه الشريعة.

ثالثا: معلومات عامة عن البنك

- أ- ينتمي بنك البركة الجزائري إلى مجموعة البركة المصرفية والتي تتكون من 14 بنك، حيث يبلغ رأسمالها 1.5 بليون دولار أمريكي، تقدم خدماتها لعملائها عن أكثر من 240 فرعا.
- ب- يقع المقر الرئيسي لبنك البركة الجزائري بالجزائر العاصمة، بحي بوتليجة هويدف، فيلا رقم 01 و 03 الجهة الجنوبية بن عكنون، الجزائر، حيث تعتبر السنة الميلادية هي السنة المالية له.
- ت- بلغ رأسمال البنك عند الإنشاء 500 مليون دج، مقسمة بالتساوي على 500000 سهم، أي ما يعادل 1000 دج للسهم الواحد، يشترك فيه مناصفة كل من بنك الفلاحة والتنمية الريفية (بنك عمومي جزائري) ومجموعة دلة البركة القابضة الدولية.

** شركة دلة البركة القابضة الدولية: هي مجموعة مصرفية سعودية يقع مقرها في مملكة البحرين وتقوم بتقديم معاملات مالية وفقا لمبادئ الشريعة الإسلامية.

وقد قام البنك برفع قيمة رأس ماله سنة 2006 بمقدار أربعة أضعاف، أي ما يعادل 2.5 مليار دج، والذي نتج عنه تغيير في توزيع حصص رأس المال على المساهمين حيث أصبحت:

- نسبة مشاركة بنك الفلاحة والتنمية الريفية مساوية إلى 44%.

- نسبة مشاركة دلة البركة القابضة مساوية ل 56%.

ث- يبلغ عدد موظفيه 600 موظف، ويتوزع في شبكة فروع بلغ عددها في 2012 حوالي 25 فرعا.

ج- كما يسجل بنك البركة الجزائري مساهمات في شركات شقيقة، لها صلة بموضوعه ونشاطاته المصرفية والمالية بصفة عامة، وتظهر أهم تلك المساهمات في الجدول أدناه.

الجدول رقم (3-1): أهم الشركات المساهم فيها بنك البركة الجزائري.

10%	10000000 دج	شركة التكوين ما بين المصارف
4%	1000000 دج	شركة ما بين البنوك للمعالجة الآلية والنقدية
20%	96000000 دج	البركة والأمان
20%	50000000 دج	البركة للتنمية العقارية
100%	199994000 دج	دار البركة

المصدر: بنك البركة الجزائري، التقرير السنوي 2003، ص 15.

يدير البنك مجلس إدارة يتكون من 8 أعضاء من بينهم رئيس ونائبه، وآخر عضو قائم بالإدارة منتدب، كما أن له لجنتين للتدقيق والتنفيذ، حيث تتشكل كل واحدة منهما من ثلاثة أعضاء بما فيهم الرئيس، كما يوجد أيضا بالبنك مدققين للحسابات، ومديرية عامة تتضمن 7 أعضاء، إضافة إلى مراقب شرعي واحد يقوم بزيارة الفروع كل ستة أشهر، وذلك حتى يتأكد من صحة الأعمال التي تقوم بها الفروع وعدم معارضتها للشريعة الإسلامية.

خامسا: خصائص البنك

يتميز بنك البركة الجزائري بعدة مميزات وخصائص تتمثل في:

1- بنك مشاركة

يعتمد بنك البركة على المبادئ التي نصت عليها الشريعة الإسلامية في باب أحكام المعاملات المالية، والتي أطرها الفقهاء والمفكرون المسلمون ضمن إطار أسموه بنظام المشاركة، وهو بذلك يعتمد في عملياته التي يقوم بها على احترام أحكام الشريعة الإسلامية سواء ما تعلق منها بعلاقته مع المودعين والتمولين أو ما تعلق منها بأنشطته المصرفية والاستثمارية والتمويلية.

2- بنك مختلط:

بما أن بنك البركة الجزائري مؤسس برأس مال مختلط بين شركة خاصة عربية وبنك عمومي جزائري، فهو يشكل حالة استثنائية ونادرة في عالم بنوك المشاركة الناشطة على الساحة الدولية والتي يعود أغلبها لرأس المال الخاص إذا استثنينا بنك التنمية الإسلامي الذي يعتبر مؤسسة مالية دولية.

3- بنك ينشط في بيئة مصرفية تقليدية:

يعمل بنك البركة الجزائري في بيئة خاضعة بالكامل للأطر والنظم الرقابية التي يعتمدها بنك الجزائر والمبنية على أسس ربوية مخالفة تماما لمبادئ البنك والقيم التي أنشئ في ضوئها، إن هذا الأمر يجعل بنك البركة الجزائري يشكل استثناء عن القاعدة العامة للنظام المصرفي الجزائري باعتبار أن كل البنوك والمؤسسات المالية العاملة في الجزائر تتبع النمط المصرفي التقليدي القائم على الربا.

المطلب الثاني: وكالة بنك البركة الجزائري - 403 - باتنة.

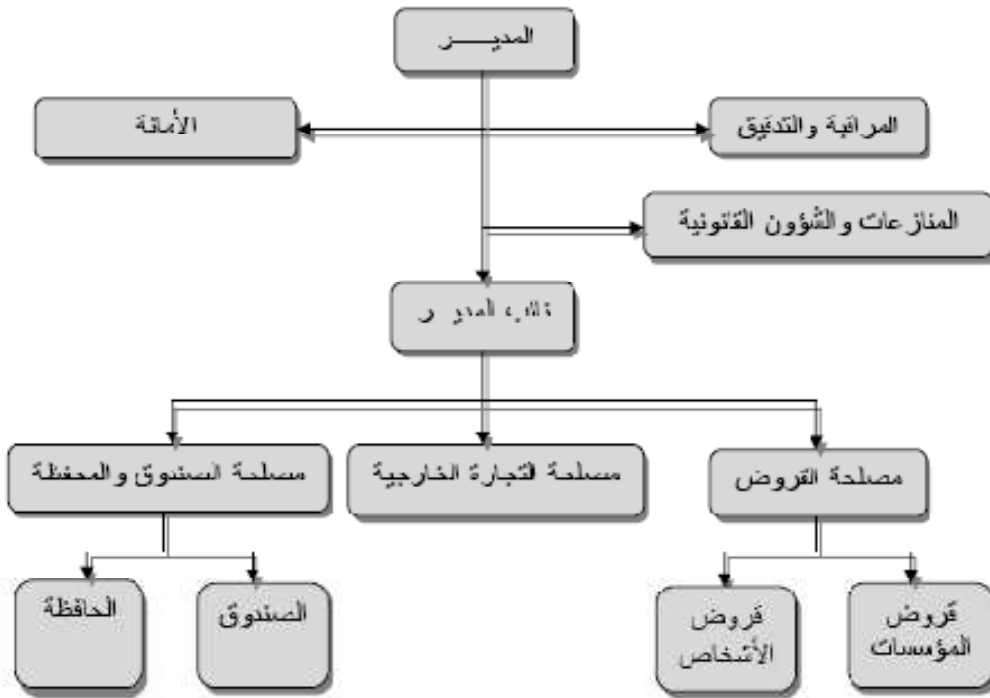
أولا: معلومات عامة حول الوكالة.

- يعتبر فرعاً من فروع بنك البركة الجزائري، وهو ممثل في مدينة باتنة.
- رمزها ضمن وكالات البنك هو 403.
- أنشئت في ديسمبر 2002.
- الموقع الجغرافي شارع بن باديس رقم 18 ممرات مصطفى بن بولعيد باتنة.
- تغطي مجال نشاطها أربع ولايات تتمثل في: باتنة، تبسة، خنشلة، أم البواقي.
- تقوم الوكالة بالنشاط المصرفي الكامل الذي يقوم به الفرع الرئيسي من فتح حسابات، قبول الودائع، منح التمويل بمختلف أنواعه وغيرها من الخدمات المصرفية التي يقوم بها الفرع الرئيسي بالجزائر العاصمة.

ثانيا: الهيكل التنظيمي للوكالة.

يوضح الشكل أدناه الهيكل التنظيمي لوكالة بنك البركة-403- باتنة محل الدراسة.

الشكل رقم (3-3): الهيكل التنظيمي لوكالة بنك البركة-403- باتنة.



المصدر: الوثائق الداخلية للوكالة.

تتمثل مهام كل عنصر من عناصر الهيكل التنظيمي فيما يلي:

1-المدير: وهو المسؤول عن الوكالة ونتائجها حيث يكون خاضعا لسلطة مدير الشبكة، تتمثل المهام التي يقوم بها في:

- إعطاء التعليمات والتوجيهات المنظمة لعمل الوكالة؛
- استقبال الزبائن في حالة وجود مشكلة لتسويتها؛
- السهر على تطبيق القوانين التي تدير الوكالة؛
- الإمضاء على البريد.

2-نائب المدير: والذي يكون خاضعا لسلطة مدير الوكالة ويقوم مقامه عند غياب هذا الأخير، تتمثل مهامه الأساسية في تحقيق نشاطات وأهداف الوكالة وكذلك تسيير الوسائل البشرية والعتاد إضافة إلى الجانب المتعلق بالميزانية وأمن الوكالة.

3-الأمانة: تكون مسؤولة عن البريد الصادر والوارد للوكالة، ضمان وسائل الاتصال على مستوى الوكالة (الهاتف، الإنترنت، فاكس...) إضافة إلى توليها توصيل الملاحظات للمدير أو نشرها عنه.

4-المراقبة والتدقيق: تهدف إلى المراقبة الذاتية للوكالة، حيث تنحصر في وكالة باتنة في المراقبة المحاسبية، وتكون مسؤولة عن:

- التأكد من أن كل العمليات تم إدراجها في الحسابات الخاصة بها؛
- تسجيل ومراجعة العمليات المحاسبية التي تجرى في مختلف مصالح الوكالة والتأكد من مطابقة لتسجيلات مع الأوراق المحاسبية؛
- التعرف على الحسابات غير الناشطة وإبلاغها إلى المصلحة المختصة.

5-المنازعات والشؤون القانونية:

وهي التي تكون مسؤولة عن دراسة الملفات التي وقع فيها النزاع ومحاولة حلها وذلك باللجوء إلى الهيئات المختصة في ذلك.

6-مصلحة الصندوق والحفظ:

وهي مصلحة تكون تحت إشراف نائب المدير حيث تنفرع إلى:

أ - مصلحة الصندوق: تتمثل وظيفتها في:

- استقبال الودائع وتنفيذ التحويلات من وإلى حساب الزبون؛
- ضمان دفع وسحب الأموال (بالدينار أو بالعملة الصعبة)
- إصدار ومنح الشيكات ودفاتر التوفير.

ب - مصلحة الحفظ: وتمثل مهامها في:

- الاحتفاظ بالأوراق التجارية وسندات الصندوق المقدمة من طرف العملاء من أجل تحصيلها قبل تاريخ استحقاقها؛
- مقاصة الأوراق التجارية والشيكات وغيرها من القيم؛
- القيام بعملية الاكتتاب، الاحتفاظ والرهن الحيازي لسندات الصندوق؛
- دفع الأوراق التجارية؛
- إرسال القيم إلى البنوك الأخرى للتحويل.

7- **مصلحة التجارة الخارجية:** وهي المسؤولة عن معالجة كل المعاملات المتعلقة بالتجارة الخارجية من توطين عمليات الاستراد والتصدير، تسيير ومتابعة حساب العملة الصعبة والتبادل النقدي وكذلك قبض السجلات القانونية، حيث تكون تحت إشراف نائب مدير الوكالة.

8- **مصلحة القروض:**

وهي التي تتولى مهمة تسيير القروض في الوكالة، حيث تنفرع إلى:

- أ - **قروض المؤسسات:** تكون مسؤولة عن منح القروض للمؤسسات وتسييرها سواء كانت هذه القروض ممثلة في قروض الاستغلال أو قروض الاستثمار.
- ب - **قروض الأشخاص:** وهي التي تكون مسؤولة عن تسيير القروض الموجهة للأفراد.

المطلب الثالث: الواقع العملي للخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك البركة وكالة - 403- باتنة.

إن دخول التكنولوجيا إلى البنوك الجزائرية يعتبر حديث العهد، كما أن تجديدها وتطويرها يسير ببطء فهي تعتمد على الحد الأدنى من النظم والتقنيات التكنولوجية تتعلق أساسا بالإعلام الآلي والبطاقات البنكية ونظام الصرف الآلي، وكل هذا تماشيا مع التطورات التي تشهدها الساحة المصرفية الجزائرية نتيجة انفتاح هذه الأخيرة على الأسواق المصرفية العالمية.

أولا: نظام الإعلام الآلي.

منذ إنشاء وكالة البركة وهي تستعمل الإعلام الآلي حيث كانت تعتمد على 13 جهاز حاسوب وخادم الشبكة المحلية ويسير وفق نظام Unix، أما البرنامج المستخدم الخاص بالعمليات البنكية فهو برنامج Delta Bank الذي يعمل تحت Windows xp، وفي سنة 2009 تم تجديد جميع الحواسيب وإضافة حواسيب أخرى ليصبح عددها 20 حاسوبا متطورا بالإضافة إلى خادم الشبكة المحلية وإضافة برنامج جديد لم يفصح عن اسمه حيث تم إدخال أجهزة الكمبيوتر على جميع أقسام الوكالة، حيث أصبحت كل المعاملات البنكية تتم بواسطة الإعلام الآلي وفق البرنامج المخصص لكل عملية سواء سحب، إيداع أو إقراض...إخ، ولكل برنامج رقما سريا وعنوانا يمكن الدخول من خلاله، بحيث يمكن في حالة تعطل الجهاز المخصص

لأحد الأقسام استخدام جهاز أي قسم آخر، والدخول إلى البرنامج المخصص للجهاز المعطل بواسطة الرقم السري والعنوان الخاص به وهذا بفضل الشبكة المحلية، وأيضا ساهم إدخال الإعلام الآلي بالنسبة للموظفين القيام بكل المعاملات البنكية المتعلقة بتسوية الحسابات، بحيث تتم في لحظات وتوفر الوقت والجهد على الزبون والموظف بالنسبة لجميع العمليات سواء سحب، إيداع أو تحويل...، بالإضافة إلى الهواتف التقليدية للاتصال بين الأقسام داخل الوكالة، ثم إدخال هواتف متطورة بوجود Modem من أجل الاتصال بين الوكالات أو بين الوكالة والبنك في العاصمة.

ثانيا: نظام البطاقة البنكية.

بطاقة الدفع والسحب البركة:

وهي منتج جديد استخدم حديثا في بنك البركة يسمح لعملاء البنك من الحصول على أموالهم واقتناء حاجاتهم من السلع والخدمات دون الحاجة إلى حمل دفتر شيكاتهم أو نقودهم، وذلك بتوفير سيولة لهم على مدار 24/24 سا و 7/7 أيام، وقد بدأ البنك في استخدام هذه البطاقة ابتداء من 1998 بالنسبة لبطاقة السحب، ومارس 2007 بالنسبة لبطاقة الدفع.

إن استخدام البنك لهذه البطاقات يعد محدودا جدا، إذ ينحصر التعامل بها في الجزائر العاصمة، أما بالنسبة للوكالة محل الدراسة فهي غير مستخدمة إلى حد الآن على الإطلاق، رغم أنه كان مقررا جلب جهاز DAB في جانفي 2012، حيث إن هذه المحدودية في نشر استخدام هذه البطاقات راجعة إلى رغبة البنك في التأكد من مدى نجاح هذه البطاقة أولا على مستوى الوكالات في الجزائر العاصمة ليتم بعدها تعميمها على باقي الوكالات، وعليه فإن وكالة بنك البركة في باتنة لا تتعامل بها على الإطلاق.

كما يمكن إرجاع عدم تعامل الوكالة بهذه البطاقات إلى أسباب أخرى تتمثل في:

- عدم تفضيل التجار المتعاملين مع الوكالة التعامل بها؛
- عدم وجود محلات تجزئة (والتي تباع السلع والخدمات) تتبنى التعامل بالدفع الإلكتروني، وهذا يدل على أن ثقافة التعامل ببطاقات السحب والدفع أو البطاقات الائتمانية لم تأخذ مجراها بعد إلى الاستعمال الواسع في ولاية باتنة وباقي الولايات التي تقوم بخدمتها الوكالة.

كما يعتبر الأجراء هم الفئة الأكثر استخداما لأجهزة الصراف الآلي في الجزائر (CCP) إلا أن الوكالة لا تتعامل مع أغلبهم نتيجة خضوع أحورهم إلى نظام الآحيو، وهو نظام لا يتعامل به بنك البركة الجزائري نتيجة لاحتوائه على الربا.

إضافة إلى هذه المنتجات، فإن البنك قد تبني مجموعة من الإجراءات التي تسهل أكثر أداء الخدمة وتنمي علاقته بالعميل، كإرسال الشيك عبر الصورة، نظام سويفت.

ثالثا: الخدمات عن بعد.

أ- تقنية إرسال الشيك عبر الصورة: Scanner des chèques.

تسمح هذه الخدمة بمعالجة مختلف العمليات المصرفية خلال وقت سريع، خاصة مع إدخال تقنية جديدة تتمثل في الشيك عبر الصورة Scanner des chèques، وهي تقنية تسمح لعملاء البنك بتحصيل شيكاتهم في أي فرع من فروع البنك نقدا خلال 48 ساعة.

وتتمثل هذه التقنية في تصوير الشيك وإرساله إلى وكالة التوطين والتي تكون تابعة للبنك من أجل التأكد من صحة المعلومات التي يحملها الشيك، ليتم بعد ذلك صرف قيمة الشيك إلى العميل في الوكالة التي قامت بالعملية.

وقد تم اعتماد هذه التقنية من قبل وكالة باتنة في سنة 2006، حيث وفرت هذه الخدمة الكثير من المتاعب على العملاء وساعدتهم في الحصول على السيولة في وقت قياسي.

ب- نظام SWIFT.

تستخدم الوكالة في معاملاتها للتجارة الخارجية نظام SWIFT وهو نظام يسهل تبادل البيانات والتحويلات المالية من وإلى الخارج، وتجدر الإشارة إلى أن كل من الفرع والبنك لا يستخدمان نظام Western Union* وهو نظام أسرع من نظام سويفت في تحويل النقود.

رابعا: موقع بنك البركة الجزائري على الإنترنت.

يملك البنك موقعا على الإنترنت باللغة الفرنسية <http://www.albaraka-bank.com/fr>

- 1- مزايا الموقع: من مزايا الموقع أنه يستخدم كوسيلة:
 - للإشهار عن مختلف الخدمات التي يقدمها البنك؛
 - تقديم بطاقة تعريفية بالبنك وباستراتيجياته التي يسعى إلى تحقيقها؛
 - التعريف بالوضعية المالية للبنك مع توفير بعض التقارير السنوية في شكل إلكتروني كتقارير 2004، 2005 وآخر تقرير هو تقرير 2008؛
 - إيضاح مختصر لشروط فتح مختلف الحسابات في البنك (حسابات جارية، حساب العملات، حساب الادخار....)؛
 - كما يحتوي أيضا الموقع على محول يوضح سعر الصرف الحالي، يقوم بتحويل الدينار الجزائري إلى عملة الأورو والدولار أو العكس.

* لقد تم تبني استخدام هذا النظام في الجزائر من قبل مؤسسات البريد الوطني وذلك في 19 ماي 2001، حيث تسمح هذه الخدمة بتحويل الأموال من مصدرها في أكثر من 190 دولة، ليتم تحصيل قيمتها بالعملة الوطنية على مستوى مكاتب البريد.

- للحصول على أي معلومات أو تقديم تعليقات، مظالم، طلبات التوضيح هناك صفحة للاتصال بالبنك؛
- معلومات عن مختلف الوكالات الموجودة في الجزائر من اسم مدير الوكالة، عنوان الوكالة، الهاتف، الفاكس، البريد الإلكتروني؛
- استفتاء للعملاء حول جودة الخدمات المقدمة من طرف البنك (جيدة، متوسطة، سيئة)؛
- معلومات عن مختلف الفروع البنكية للبركة عبر العالم.

2- عيوب موقع: من أهم العيوب الملاحظة على موقع نذكر منها:

- أن هذا الموقع هو مجرد موقع معلوماتي للخدمات التي يقدمها البنك؛
- إن المتصفح لهذا الموقع سوف يلاحظ أن القائمين عليه لا يقومون بتحديث المعلومات التي يقدمها وهذا يعني أن الموقع لا يحتوي على التغيرات والتطورات (آخر تقرير في 2008 واستحداث وكالات في ماي 2011)؛
- أنه لا يستخدم اللغة العربية أي يعتمد على لغة واحدة في ترويج خدماته.

خامسا: أهداف بنك البركة الجزائري:

تسعى إدارة بنك البركة الجزائري إلى تحقيق جملة من الأهداف والتي يمكن إظهارها على النحو التالي:

- تغطية السوق المحلية؛
- الاعتماد على التوزيع الآلي للخدمات المصرفية كاستخدام الصراف الآلي، بطاقات السحب والدفع في جميع الوكالات
- تنويع وتكثيف الخدمات وإدخال خدمة e-banking أو البنك الإلكتروني (تقديم خدمات عبر الإنترنت)؛
- تقديم خدمات عبر الرسائل القصيرة للهاتف النقال؛
- تعميم استخدام بطاقات الدفع في جميع الوكالات
- استحداث بطاقات ذات رقاقات تسمح باستخدامها على مستوي أطراف الدفع الإلكترونية Le Terminal de Paiement Électronique (TPE) وهي أجهزة توضع لدى التجار وتسمح للعملاء بدفع قيمة مشترياتهم باستخدام البطاقات ذات الذاكرة، وهي متصلة بشركة SATIM وبعد كل عملية شراء بالبطاقة ذات الرقاقة الإلكترونية يتم تحويل قيمة البضاعة مباشرة وإلكترونيا من حساب العميل إلى حساب التاجر.¹

¹ <http://www.albaraka-bank.com/fr> (01/06/2012).

من أجل تطوير الخدمات المصرفية للبنك وتحقيق أهدافه يجب على البنك التعاقد مع شركة " الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية AEBS " وذلك لتبني تكنولوجيا « البنك الإلكتروني » وكمثال عن استخدام هذه التكنولوجيا في الجزائر فقد أعلن القرض الشعبي الجزائري (CPA) في جوان 2008 إطلاقه لخدمتين بنكيتين جديدتين تتصلان بما يعرف بالبنك الإلكتروني وهو منتج متعدد الوسائط سيسمح للزبائن بالقيام بعدة عمليات بنكية عن بعد، وذلك عن طريق أربع قنوات متعددة الوسائط (الإنترنت والفاكس والرسائل القصيرة عبر الهاتف النقال وكذا الوسائط الصوتية)، ما سيمكن المتعاملين مع هذا البنك من الإطلاع على أرصدهم وممارسة عادية لخدمات الدفع البنكي وتسديد الفاتورات وطلبات دفاتر الصكوك إن هذه التطورات تحتم على بنك البركة ضرورة مسايرتها وتبني الوسائل التكنولوجية في عمله من أجل التكيف معها.¹

¹ <http://www.albaraka-bank.com/fr> (01/06/2012).

المبحث الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية والمعالجة الإحصائية.

يواجه النشاط المصرفي في الجزائر تطورات سريعة وتحديات كبيرة نتيجة للظروف الراهنة التي يشهدها الاقتصاد الجزائري، وخاصة إلى جانب الثورة التكنولوجية والمعلوماتية بكل أبعادها، لذلك فإن البنوك تسعى لمواكبة هذه التطورات وإجراء المزيد من الإصلاحات التي تمكنها من مواجهة المنافسة الشديدة والبحث المستمر في تقديم منتجات وخدمات مصرفية جديدة لإرضاء عملاءها، لذا وقع الاختيار على بنك البركة الجزائري -403- باتنة لمحاولة التعرف على الأساليب التكنولوجية والمعلوماتية الحديثة في عرض خدماته وتسهيل تقديمها، مع الاهتمام بالزبون بالدرجة الأولى لتحقيق أهدافه المرجوة من خلال تطوير خدماته المصرفية للنهوض بالقطاع البنكي.

المطلب الأول: منهجية الدراسة الميدانية.

أولاً: حدود العينة ومجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في الأفراد العاملين ببنك البركة الجزائري -403- باتنة بما فيهم الرؤساء والمرؤوسين بمختلف المصالح، فقد رأى الطالب إجراء الدراسة على المجتمع ككل لصغر حجمه وسهولة دراسته، حيث بلغ عدد الأفراد: 30 فرداً وتلبية لأغراض الدراسة فقد تم توزيع 30 استبياناً، وتم اعتماد 24 استبياناً، واستبعاد 6 استبيانات لعدم اكتمالها، وبالتالي تمثل العينة ما نسبته 80% من إجمالي الاستبيانات الموزعة.

ثانياً: أساليب جمع البيانات.

لقد تم الاعتماد على الاستبيان باعتباره من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات المتعلقة بالدراسة: حيث تم تصميمه بالاعتماد على بعض الأساتذة وبعض المسؤولين من بنك البركة الجزائري -403- باتنة.

أما تصميم الاستبيان فقد تكون من قسمين: ويحتوي القسم الأول من الاستبيان على معلومات متعلقة بالخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة من الجنس، العمر، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، عدد سنوات العمل بالبنك.

أما القسم الثاني من الاستبيان مجسد لتبيان الأهمية والدور الذي تلعبه الخدمات المصرفية الإلكترونية في هذا البنك لتحقيق أهداف تطويره لخدماته المصرفية للنهوض بالقطاع البنكي، ويحتوي هذا القسم على تسعة عشر عبارة تعكس المؤشرات الرئيسية لأهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية والمتمثلة في:

- المؤشر الأول: يبين مدى أهمية وجود نظام معلومات في البنك، والذي تم قياسه من خلال الأسئلة من 1- 6.
- المؤشر الثاني: يبين أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات في البنك، والذي تم قياسه من خلال الأسئلة من 7- 10.
- المؤشر الثالث: يبين المزايا التي تعود على البنك في حالة تقديمه للخدمات المصرفية الإلكترونية، والذي تم تقييمه من خلال الأسئلة من 11- 19.

ولقد تم استخدام سلم ليكرت ذو الخمس درجات، وذلك بإشارة 5 لإجابة موافق بشدة، و4 لإجابة موافق، و3 لإجابة محايد، و2 لإجابة غير موافق، و1 لإجابة غير موافق بشدة، كما تم اعتماد 3 مجالات لتحديد درجة التقييم كما يلي: من 1 إلى أقل من 2.5 يمثل مجال التقييم السلبي ومن 2.5 إلى أقل من 3.5 يمثل مجال التقييم المتوسط وأما المجال من 3.5 إلى 5 يمثل مجال التقييم الجيد.

ثالثا: أدوات التحليل الإحصائي

لمعالجة البيانات تم الاعتماد على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS.

Stastical Package for social Scienees ، وأيضاً برنامج إكسيل Excel، وقد تم استخدام الأدوات

الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية لإجابة عينة الدراسة.
- المتوسط الحسابي \bar{X} .
- الانحراف المعياري σ .
- اختبار T لعينة الواحدة One Sample T test.
- اختبار تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA.

المطلب الثاني: عرض وتحليل البيانات

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

أولاً: وصف خصائص عينة الدراسة

لقد تم استخدام القسم الأول من الاستبيان لتوضيح الخصائص الديموغرافية والمتمثلة في: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، عدد سنوات العمل بالبنك.

1- توزيع أفراد العينة حسب الجنس: يبين الجدول التالي توزيع أفراد عينة حسب الجنس.

الجدول رقم (3-2): توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

النسبة المئوية %	التكرارات	الجنس
70.83	17	ذكر
29.17	07	أنثي
100	24	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان من خلال برنامج SPSS16.0.

يوضح الجدول رقم 2-3 أن أعلى نسبة كانت للذكور تقدر ب 70.83% بحيث بلغ عددهم 17 فردا، في حين سجلت الإناث نسبة صغيرة 29.17% مقارنة بنسبة الذكور وبلغ عددهن 7 أفراد.

2- توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية:

تم تقسيم أفراد العينة حسب العمر إلى أربع فئات حسب الجدول التالي:

الجدول رقم (3-3): توزيع أفراد العينة حسب العمر.

النسبة المئوية %	التكرارات	العمر
20.83	5	أقل من 25 سنة
33.33	8	من 25 إلى 35 سنة
12.50	3	من 36 إلى 45 سنة
33.33	8	أكبر من 45 سنة
100	24	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان من خلال برنامج SPSS16.0.

يوضح الجدول رقم 3-3 أن معظم أفراد عينة الدراسة كانوا من الفئتين: (25 - 35) سنة، وأيضا فئة الأفراد أكبر من 45 سنة، ثم تليها الفئة أقل من 25 سنة، وأخيرا تأتي فئة (36-45) سنة.

3- توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي:

تم توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي كما يلي:

الجدول رقم (3-4): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.

النسبة المئوية %	التكرارات	المستوى التعليمي
16.67	4	أقل من ثانوي
33.33	8	ثانوي
45.83	11	جامعي
4.17	1	دراسات عليا
100	24	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان من خلال برنامج SPSS16.0.

يوضح الجدول رقم 3-4 أن أغلبية أفراد العينة جامعيين حيث بلغ عددهم 11 فردا، ثم يليهم ذو المستوى الثانوي ب 8 أفراد، ثم يأتي الأفراد ذوو المستوى التعليمي أقل من الثانوي، في حين لم يمثل ذوو الدراسات العليا سوي فردا واحدا فقط.

4- توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات العمل بالبنك.

تم توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد سنوات العمل بالبنك كما يلي:

الجدول رقم (3-5): توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات العمل بالبنك.

النسبة المئوية %	التكرارات	عدد سنوات العمل بالبنك
12.50	3	أقل من سنة
16.67	4	من سنة إلى سنتين
4.17	1	من 3 إلى 4 سنوات
66.67	16	أكثر من 4 سنوات
100	24	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان من خلال برنامج SPSS16.0.

يوضح الجدول رقم 3-5 أن النسبة العالية كانت للأفراد الذين عملوا 4 سنوات ثم يليها الأفراد الذين عملوا من سنة إلى سنتين ثم الذين التحقوا أقل من سنة، وفي الأخير كانت النسبة الأقل للأفراد الذين عملوا بالبنك فترة من 3 إلى 4 سنوات.

ثانيا: التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة.

يتم التحليل الوصفي بتحديد درجة موافقة أفراد العينة على كل عبارة من عبارات الاستبيان لمعرفة أهمية وجود الخدمات المصرفية الإلكترونية في هذا البنك وفقا لكل مؤشر وذلك لتحقيق تطوير الخدمات المصرفية في البنك.

1- مؤشر أهمية وجود نظام معلومات في البنك.

يوضح الجدولين نتائج تحقيق تطوير الخدمة المصرفية من خلال اعتماد نظام معلومات متكامل ومصمم جيدا من قبل

بنك البركة الجزائري حيث:

الجدول رقم (3-6): التكرارات لإجابات عينة من موظفي بنك البركة الجزائري -403- باتنة حسب المؤشر الأول.

الرقم	العبارة	إيجابية		حيادية		سلبية	
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
1	إن للبنك قاعدة واسعة من البيانات حول الزبائن.	16	66.67	05	20.83	03	12.50
2	إن البنك يتوفر على معلومات متكاملة ومتناسقة حول الأنشطة المصرفية والسوق المصرفي لتعزيز موقعه في هذه السوق.	15	62.5	06	25.00	03	12.5
3	إن البنك يحصل على معلومات دقيقة وكافية في الوقت المناسب بشكل يجعلها فعالة في اتخاذ القرارات.	20	83.33	02	08.33	02	08.33
4	إن البنك يقوم بتحديث الحواسيب لتخزين البيانات واسترجاعها بسهولة.	11	45.83	03	12.50	10	41.67
5	إن البنك يقوم بجمع وتحليل وترتيب البيانات بشكل منظم وواضح لتحديد نقاط القوة والضعف.	15	62.5	01	04.17	08	33.33
6	إن البنك يعمل على تحسين نوعية قاعدة البيانات باستخدام أحدث نظم وأساليب التكنولوجيا (برامج، أجهزة).	08	33.33	08	33.33	08	33.33

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان من خلال برنامج SPSS16.0.

يوضح الجدول أعلاه أن النسبة العالية لإجابات موظفي بنك البركة الجزائري -403- باتنة كانت للعبارة 03 إن البنك يحصل على معلومات دقيقة وكافية في الوقت المناسب بشكل يجعلها فعالة لاتخاذ القرارات وهو ما يفسر مدي انسياب مدخلات البيانات إلي النظام بشكل مستمر، ومدي فعالية النظام في تحليل الحجم الهائل من هذه البيانات وكل هذا من أجل اتخاذ القرارات في الوقت المناسب، ثم تليها العبارة 01 التي تبين أن للبنك قاعدة واسعة من البيانات حول الزبائن وهذا يعني أن البنك يهتم بالزبون لأجل إرضاءه بالدرجة الأولى كل هذا من خلال جمع كل البيانات اللازمة عن احتياجاته ورغباته، ثم تأتي العبارة 2 و5 وهذا يعني أن البنك يهتم بالبيانات الداخلية والخارجية وذلك من أجل تحديد نقاط ضعفه وقوته واستغلال الفرص المتاحة له وتجنب التهديدات خاصة في مجال التكنولوجيا والمعلوماتية لدى البنك المنافس.

وفي الأخير تأتي العبارة 4 و 6 فبالنسبة للعبارة 4 أن البنك يقوم بتحديث الحواسيب لتخزين البيانات واسترجاعها بسهولة كانت النسبة 45.83% على العموم فهي مقبولة، وهذا ما يفسر أن البيانات يتم استرجاعها حين الحاجة إليها في وقت قصير وتكلفة أقل باستخدام حواسيب حديثة، وأما العبارة 6 كانت النسبة حيادية 33.33% نظرا لتساوي النسبة بين اتجاهات الموظفين بالموافقة وغير الموافقة على تحسين نوعية قاعدة البيانات باستخدام أحدث النظم والأساليب التكنولوجية من برامج وأجهزة، ومن أجل تبيان درجة تقييم نظام المعلومات المعتمد من طرف البنك لتحقيق تطوير الخدمة المصرفية يتم من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (3-7): تقييم أهمية مؤشر نظام المعلومات في البنك في تحقيق تطوير الخدمات المصرفية لبنك البركة الجزائري -403- باتنة حسب المؤشر الأول.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقييم
1	إن للبنك قاعدة واسعة من البيانات حول الزبائن.	3.67	1.007	جيد
2	إن البنك يتوفر على معلومات متكاملة ومتناسقة حول الأنشطة المصرفية والسوق المصرفي لتعزيز موقعه في هذه السوق.	3.54	0.932	جيد
3	إن البنك يحصل على معلومات دقيقة وكافية في الوقت المناسب بشكل يجعلها فعالة في اتخاذ القرارات.	3.92	1.776	جيد
4	إن البنك يقوم بتحديث الحواسيب لتخزين البيانات واسترجاعها بسهولة.	3.21	1.560	متوسط
5	إن البنك يقوم بجمع وتحليل وترتيب البيانات بشكل منظم وواضح لتحديد نقاط القوة والضعف.	3.33	1.129	متوسط
6	إن البنك يعمل على تحسين نوعية قاعدة البيانات باستخدام أحدث نظم وأساليب التكنولوجيا (برامج، أجهزة).	3.17	1.308	متوسط
	المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام	3.47	0.490	متوسط

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان من خلال برنامج SPSS16.0.

يوضح الجدول أعلاه بأن إجابات موظفي بنك البركة على العبارات 1، 2، 3 تقع ضمن المجال التقييم الجيد وهذا يعني أن نظام المعلومات المعتمد من طرف البنك يتوفر على بيانات كافية ودقيقة ومتناسقة ومتكاملة، أما العبارات 4، 5، 6 كانت إجابات موظفي بنك البركة تقع ضمن مجال التقييم المتوسط وهذا يعني أن البنك قام بتحسين نوعية قاعدة البيانات باستخدام أحدث نظم وأساليب التكنولوجيا الحديثة ولكن ليس بصورة كافية.

2- مؤشر أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات في البنك

يوضح الجدولين نتائج تحقيق تطوير الخدمة المصرفية من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات من قبل بنك البركة الجزائري حيث:

الجدول رقم (3-8): التكرارات للإجابات عينة من موظفي بنك البركة الجزائري -403- باتنة حسب المؤشر الثاني.

الرقم	العبرة	إيجابية		حيادية		سلبية	
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
7	إن البنك يستخدم حواسيب متطورة في تقديم خدماته للزبائن	21	87.50	01	04.17	02	08.33
8	إن البنك يطبق برنامج Delta Bank لتسريع تقديم الخدمة للزبون بكفاءة	16	66.66	04	16.67	04	16.67
9	إن موقع البنك على الشبكة يدعم فعالية نظام التوزيع له وهذا يحقق ميزة الانتشار الجغرافي	16	66.66	04	16.67	04	16.67
10	إن البنك يقدم خدمات للزبائن بأساليب حديثة ومتطورة بالدقة والسرعة والوقت المناسب وهذا يحقق ميزة تنافسية له	16	66.66	04	16.67	04	16.67

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان من خلال برنامج SPSS16.0.

يوضح الجدول رقم 3-8 أن البنك يستخدم حواسيب متطورة في تقديم خدماته للزبائن وذلك بنسبة 87.50%، ومن أجل تسريع تقديم خدماته للزبون بكفاءة وفعالية قام البنك بتطبيق برنامج Delta Bank، ومن أجل كسب زبائن جدد وإرضاء زبائنه الحاليين وزيادة حصته السوقية بتحقيق ميزة الانتشار الجغرافي قام البنك بإنشاء موقع جديد على الشبكة المتمثل بـ www.albaraka-bank.com/fr ومثلت إجابات العينة بنسبة 66.67%، وأيضاً تبين نفس النسبة بأن البنك يقدم خدماته للزبون بأساليب حديثة ومتطورة بالدقة والسرعة والوقت المناسب وهذا يحقق ميزة تنافسية في السوق المصرفية.

ومن أجل تبيان درجة تقييم استخدام تكنولوجيا المعلومات من طرف البنك لتحقيق تطوير الخدمة المصرفية يتم ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (3-9): تقييم أهمية مؤشر استخدام تكنولوجيا المعلومات في البنك في تحقيق تطوير الخدمات المصرفية لبنك البركة الجزائري -403- باتنة حسب المؤشر الثاني.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقييم
7	إن البنك يستخدم حواسيب متطورة في تقديم خدماته للزبائن	4.17	0.868	جيد
8	إن البنك يطبق برنامج Delta Bank لتسريع تقديم الخدمة للزبون بكفاءة	3.88	1.116	جيد
9	إن موقع البنك على الشبكة يدعم فعالية نظام التوزيع له وهذا يحقق ميزة الانتشار الجغرافي	3.71	0.999	جيد
10	إن البنك يقدم خدمات للزبائن بأساليب حديثة و متطورة بالدقة والسرعة والوقت المناسب وهذا يحقق ميزة تنافسية له	3.63	1.056	جيد
	المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام	3.84	0.381	جيد

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان وتشغيل برامج SPSS16.0.

يوضح الجدول أعلاه بأن إجابات موظفي بنك البركة على كل العبارات تقع ضمن مجال التقييم الجيد وهذا يعني أن لتكنولوجيا المعلومات في البنك أهمية بالغة في تحقيق تطوير الخدمة المصرفية.

3- مؤشر المزايا التي تعود على البنك في حالة تقديمه للخدمات المصرفية الإلكترونية.

يوضح الجدولين نتائج تحقيق تطوير الخدمة المصرفية من خلال المزايا التي تعود على بنك البركة الجزائري في حالة تقديمه للخدمات المصرفية الإلكترونية حيث:

الجدول رقم (3-10): التكرارات للإجابات عينة من موظفي بنك البركة الجزائري -403- باتنة حسب المؤشر الثالث.

الرقم	العبارة	إيجابية		حيادية		سلبية	
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
11	تقليل التكاليف	19	79.17	02	08.33	03	12.50
12	زيادة حجم التعاملات التجارية	21	87.50	01	04.17	02	08.33
13	تحسين خدمات العملاء	18	75.00	02	08.33	04	16.67
14	إمكانية تقديم الخدمات على مدار الساعة	20	83.33	02	08.33	02	08.33
15	توفير الوقت والجهد	19	62.5	04	16.67	01	04.17
16	جمع المعلومات عن المنافسين من خلال صفحات الانترنت	16	66.66	04	16.67	04	16.67
17	تقلل من فتح فروع جديدة للبنك	13	54.17	07	29.17	04	16.67
18	زيادة كفاءة أداء البنك	16	66.66	04	16.67	04	16.67
19	تقديم خدمات مصرفية جديدة	21	87.50	01	04.17	02	08.33

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان وتشغيل برنامج SPSS16.0

يوضح الجدول رقم 3- 10 أن في حالة تقديم البنك للخدمات المصرفية الإلكترونية يحقق العديد من المزايا كزيادة حجم التعاملات التجارية وتقديم خدمات مصرفية جديدة وذلك بنسبة 87.5%، ويرى موظفي البنك أن بإمكان البنك تقديم الخدمات على مدار الساعة حيث مثلت إجابات العينة بنسبة 83.33%، وأن إدخال هذه الخدمات يساهم في تقليل التكاليف حيث كانت إجابات العينة بنسبة 79.17%، وتساهم أيضا في تحسين خدمات العملاء وهذا يتضح من خلال النسبة 75%، وزيادة كفاءة أداء البنك وجمع المعلومات عن المنافسين من خلال صفحات الانترنت فكانت إجابات العينة بنسبة 66.66%، ومن المزايا أيضا توفر الوقت والجهد للزبائن والموظفين وذلك بنسبة 62.5%، وفي الأخير إن الخدمات المصرفية الإلكترونية لا تقلل من فتح الفروع بنسبة كبيرة حيث مثلت إجابات البنك بنسبة 54.17%.

ومن أجل تبيان درجة تقييم المزايا التي تعود على بنك البركة الجزائري في حالة تقديمه للخدمات المصرفية الإلكترونية وذلك لتحقيق تطوير الخدمة المصرفية يتم من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (3-11): تقييم أهمية مؤشر المزايا التي تعود على بنك البركة الجزائري-403- باتنة في حالة تقديمه للخدمات المصرفية الإلكترونية حسب المؤشر الثاني.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقييم
11	تقليل التكاليف	3.92	1.06	جيد
12	زيادة حجم التعاملات التجارية	4.17	0.868	جيد
13	تحسين خدمات العملاء	3.83	1.007	جيد
14	إمكانية تقديم الخدمات على مدار الساعة	3.92	1.776	جيد
15	توفير الوقت والجهد	4.00	0.780	جيد
16	جمع المعلومات عن المنافسين من خلال صفحات الانترنت	3.71	0.999	جيد
17	تقلل من فتح فروع جديدة للبنك	3.50	0.933	جيد
18	زيادة كفاءة أداء البنك	3.88	1.116	جيد
19	تقديم خدمات مصرفية جديدة	3.92	1.06	جيد
	المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام	3.86	0.397	جيد

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان وتشغيل برنامج SPSS16.0 .

يوضح الجدول أعلاه بأن إجابات موظفي بنك البركة على كل العبارات تقع ضمن مجال التقييم الجيد وهذا يعني أن في حالة تبني البنك للخدمات المصرفية الإلكترونية تؤدي إلى تحقيق تطوير الخدمة المصرفية.

4- تحليل البيانات المتعلقة بالمستوي العام لمدي إمكانية الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحقيق تطوير الخدمات المصرفية.

بعد تحليل البيانات الخاصة بالمؤشرات الثلاثة المحددة للخدمات المصرفية الإلكترونية كل مؤشر على حدا، كان لا بد من الوقوف عند المستوي العام لمدي إمكانية الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحقيق تطوير الخدمات المصرفية وذلك من خلال المؤشرات الثلاث المعتمدة.

الجدول رقم (3-12): تقييم المستوى العام لمدى إمكانية الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحقيق تطوير الخدمات المصرفية.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	مؤشر أهمية وجود نظام معلومات في البنك	3.47	0.49
2	مؤشر أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات في البنك	3.84	0.38
3	مؤشر المزايا التي تعود على البنك في حالة تقديمه للخدمات المصرفية الإلكترونية	3.86	0.39
	المستوى العام لأهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية في تفعيل النشاط البنكي	3.73	0.29

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان وتشغيل برنامج SPSS16.0 .

يبين الجدول أعلاه المستوى العام لأهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية في تفعيل النشاط البنكي من خلال المؤشرات الثلاث في تحقيق تطوير الخدمات المصرفية مقبول نوعا ما، إذ كانت درجة الموافقة على هذا القبول لهذا المستوى مقدرة بقيمة 3.73 وانحراف معياري مقداره 0.29 مما يؤكد مصداقية قيمة المتوسط الحسابي.

المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة.

يقوم هذا الجزء من الدراسة على فرضية رئيسية واحدة تنفرع منها أربع فرضيات جزئية، وقد كان لا بد من اختبار هذه الفرضيات لتحديد صدقها أو تفنيدها، حيث تقوم الفرضية الرئيسية على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مؤشرات الخدمات المصرفية الإلكترونية وتحقيق تطوير الخدمات المصرفية، بمعنى أن الخدمات المصرفية الإلكترونية دور كبير في تفعيل النشاط البنكي، واختبار فرضيات الدراسة تم استخدام اختبار T للعينة الواحدة (One Sample T test) لمعرفة مدى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مؤشرات الخدمات المصرفية الإلكترونية وتحقيق أهداف تطوير الخدمات المصرفية وذلك عند مستوى الدلالة 0.05.

وتكون العبارة ايجابية بمعنى أن أفراد العينة يوافقون على محتواها إذا كانت قيمة t المحسوبة أكبر من قيمة t الجدولية ومستوى المعنوية اقل من 0.05 وتكون العبارة سلبية بمعنى أن أفراد العينة لا يوافقون على محتواها إذا كانت قيمة t الجدولية أكبر من قيمة t المحسوبة ومستوى المعنوية اقل من 0.05 وتكون آراء العينة في العبارة محايدة إذا كان مستوى المعنوية أكبر من 0.05 وهذا ينطبق على جميع العبارات في استبانة الدراسة.

كما تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA لاختبار إذا كانت هناك فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (α = 0.05) في الأهمية المعطاة للخدمات المصرفية الإلكترونية في تحقيق تطوير الخدمات المصرفية تعزي إلى العوامل الديمغرافية من (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، عدد سنوات العمل بالبنك) بحيث يتم قبول الفرضية إذا كانت قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية.

أولاً: اختبار الفرضية الفرعية الأولى.

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (α = 0.05) بين نظام المعلومات في البنك وتحقيق تطوير الخدمة المصرفية.

استخدم الباحث لاختبار هذه الفرضية اختبار T للعينة الواحدة (One Sample T test)، والنتائج موضحة حسب الجدول التالي:

الجدول رقم (3-13): نتائج اختبار T للعينة الواحدة للعلاقة بين أهمية وجود نظام معلومات في البنك وتحقيق تطوير الخدمة المصرفية.

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق	غير موافق بشدة	قيمة t	مستوى المعنوية
1	إن للبنك قاعدة واسعة من البيانات حول الزبائن.	04	12	05	02	01	17.834	0.0
2	إن البنك يتوفر على معلومات متكاملة ومتناسقة حول الأنشطة المصرفية والسوق المصرفي لتعزيز موقعه في هذه السوق.	02	13	06	02	01	18.626	0.0
3	إن البنك يحصل على معلومات دقيقة وكافية في الوقت المناسب بشكل يجعلها فعالة في اتخاذ القرارات.	04	16	02	02	00	24.741	0.0
4	إن البنك يقوم بتحديث الحواسيب لتخزين البيانات واسترجاعها بسهولة.	08	03	03	06	04	10.077	0.0
5	إن البنك يقوم بجمع وتحليل وترتيب البيانات بشكل منظم وواضح لتحديد نقاط القوة والضعف.	02	13	01	07	01	14.460	0.0
6	إن البنك يعمل على تحسين نوعية قاعدة البيانات باستخدام أحدث نظم وأساليب التكنولوجيا (برامج، أجهزة).	06	02	08	06	02	11.863	0.0
0.0	معدل العبارات جميعا						34.669	0.0

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان وتشغيل برنامج SPSS16.0.

قيمة t الجدولية عند درجة حرية 23 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 1.714

يتبين من الجدول أن جميع عبارات المؤشر إيجابية حيث أن قيمة t لكل عبارة أكبر من قيمة t الجدولية عند درجة حرية 23 ومستوى دلالة 0.05 والتي تساوي 1.714 وكذلك قيمة مستوى الدلالة لكل عبارة اقل من 0.05 وهذا يعني أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين نظام معلومات المعتمد من طرف بنك البركة الجزائري -403- باتنة وتحقيق تطوير الخدمة المصرفية.

ثانيا: اختبار الفرضية الفرعية الثانية.

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات في البنك وتحقيق تطوير الخدمة المصرفية.

استخدم الباحث لاختبار هذه الفرضية اختبار T للعينة الواحدة (One Sample T test)، والناتج موضحة حسب الجدول التالي:

الجدول رقم (3-14): نتائج اختبار T للعينة الواحدة للعلاقة بين أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات في البنك وتحقيق تطوير الخدمة المصرفية.

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق	غير موافق بشدة	قيمة t	مستوى المعنوية
7	إن البنك يستخدم حواسيب متطورة في تقديم خدماته للزبائن	09	12	01	02	00	23.513	0.0
8	إن البنك يطبق برنامج Delta Bank لتسريع تقديم الخدمة للزبون بكفاءة	09	07	04	04	00	17.016	0.0
9	إن موقع البنك على الشبكة يدعم فعالية نظام التوزيع له وهذا يحقق ميزة الانتشار الجغرافي	05	11	04	04	00	18.184	0.0
10	إن البنك يقدم خدمات للزبائن بأساليب حديثة ومتطورة بالدقة والسرعة والوقت المناسب وهذا يحقق ميزة تنافسية له	04	12	04	03	01	16.825	0.0
0.0	معدل العبارات جميعا						49.329	0.0

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان وتشغيل برنامج SPSS16.0 .

قيمة t الجدولية عند درجة حرية 23 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 1.714

يتبين من الجدول أن جميع عبارات المؤشر إيجابية حيث أن قيمة t لكل فقرة أكبر من قيمة t الجدولية عند درجة حرية 23 ومستوى دلالة 0.05 والتي تساوي 1.714 وكذلك قيمة مستوي الدلالة لكل فقرة اقل من 0.05 وهذا ما يدل على قبول الفرضية أي هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات في بنك البركة الجزائري -403- باتنة وتحقيق تطوير الخدمة المصرفية.

ثالثا: اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) بين المزايا التي تعود على البنك في حالة تقديمه للخدمات المصرفية الإلكترونية وتحقيق تطوير الخدمة المصرفية

استخدم الباحث لاختبار هذه الفرضية اختبار T للعينة الواحدة (One Sample T test)، والنتائج موضحة حسب الجدول التالي:

الجدول رقم (3-15): نتائج اختبار T للعينة الواحدة للعلاقة بين المزايا التي تعود على البنك في حالة تقديمه للخدمات المصرفية الإلكترونية وتحقيق تطوير الخدمة المصرفية.

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق	غير موافق بشدة	قيمة t	مستوى المعنوية
11	تقليل التكاليف	07	12	02	02	01	18.105	0.0
12	زيادة حجم التعاملات التجارية	09	12	01	02	00	23.513	0.0
13	تحسين خدمات العملاء	06	12	02	04	00	18.645	0.0
14	إمكانية تقديم الخدمات على مدار الساعة	04	16	02	02	00	24.741	0.0
15	توفير الوقت والجهد	06	13	04	01	00	21.359	0.0
16	جمع المعلومات عن المنافسين من خلال صفحات الانترنت	05	11	04	04	00	18.184	0.0
17	تقلل من فتح فروع جديدة للبنك	03	10	07	04	00	18.387	0.0
18	زيادة كفاءة أداء البنك	04	12	04	03	01	16.825	0.0
19	تقديم خدمات مصرفية جديدة	09	12	01	02	00	23.513	0.0
0.0	معدل العبارات جميعا						47.676	0.0

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان وتشغيل برامج SPSS16.0 .

قيمة t الجدولية عند درجة حرية 23 ومستوى دلالة 0.05 تساوي 1.714

يتبين من الجدول أن جميع عبارات المؤشر إيجابية حيث أن قيمة t لكل فقرة أكبر من قيمة t الجدولية عند درجة حرية 23 ومستوى دلالة 0.05 والتي تساوي 1.714 وكذلك قيمة مستوى الدلالة لكل فقرة اقل من 0.05 وهذا ما يدل على قبول الفرضية أي هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المزايا التي تعود على البنك في حالة تقديمه للخدمات المصرفية الإلكترونية وتحقيق تطوير الخدمة المصرفية.

رابعا: اختبار الفرضية الفرعية الرابعة.

توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) في الأهمية المعطاة للخدمات المصرفية الإلكترونية في تحقيق تطوير الخدمات المصرفية تعزى إلى الخصائص الشخصية لأفراد العينة من (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، عدد سنوات العمل بالبنك).

الجدول رقم (3-16): اختبار تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA.

مستوى المعنوية	قيمة F	المتوسط الحسابي	الخاصية الشخصية	
0.182	1.788	3.85	أقل من 25 سنة	
		3.79	من 25 إلى 35 سنة	
		3.40	من 36 إلى 45 سنة	
		3.73	أكبر من 45 سنة	
0.345	1.172	3.78	أقل من ثانوي	
		3.57	ثانوي	
		3.82	جامعي	
		3.84	دراسات عليا	
0.386	1.065	4.01	أقل من سنة	
		3.69	من سنة إلى سنتين	
		3.78	من 3 إلى 4 سنوات	
		3.69	أكثر من 4 سنوات	

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان وتشغيل برنامج SPSS16.0.

يتبين من النتائج أن قيمة F المحسوبة لكل من العمر، المستوى التعليمي، عدد سنوات العمل بالبنك أقل من قيمة F الجدولية 2.68، وكذلك قيمة مستوى المعنوية لكل منها أكبر من 0.05 مما يدل على قبول الفرضية المبدئية أي لا توجد فروق في آراء العاملين في بنك البركة الجزائري -403- باتنة حول دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تفعيل النشاط البنكي تعزى للخصائص الشخصية لأفراد العينة مثل العمر، المستوى التعليمي، عدد سنوات العمل بالبنك وذلك لتجانس أعمار و مؤهلات و الخبرات و لكونهم من موظفي القطاع البنكي.

خلاصة الفصل الثالث:

اهتم هذا الفصل بالدراسة التطبيقية على بنك البركة الجزائري -403- بياتنة، في محاولة للتعرف على واقع وأهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية في تفعيل نشاطه البنكي من خلال تحقيق تطوير خدماته المصرفية بالتطرق إلى مؤشرات الخدمات المصرفية الإلكترونية من أهمية اعتماد نظم معلومات في البنك، وأهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات في البنك، والمزايا التي تعود على البنك في حالة تقديمه الخدمات المصرفية الإلكترونية.

ويمكن تلخيص ما تم التوصل إليه في النقاط التالية:

- إن الصيرفة الإلكترونية أصبحت ضرورة حتمية أوجبتها التغيرات الحاصلة في السوق والتكنولوجيا المستمرة في هذا المجال من أجل تلبية احتياجات العملاء وخدمتهم بالدرجة الأولى.
- إن انفتاح البنك على عالم التكنولوجيا المتطورة لم يكن اختيارا منه لكن مفروضا عليه من باب البقاء للأقوى، فسرعة التغيير جعلته يحاول مواكبة التطورات العالمية.
- بالرغم من أن بنك البركة حديث النشأة في الجزائر إلا أنه يتميز بالخبرة والكفاءة في تسيير معاملاته المالية إلا أن تطوير نظمه وخدماته يبقى مرتبطا بتطوير النظام المصرفي ككل، بحيث بدأت وكالة البركة -403- بياتنة منذ نشأتها في ديسمبر 2002 بإدخال نظام الإعلام الآلي على مكاتبها وأقسامها وأيضا بوضع برنامج Delta Bank قابل للربط من خلال شبكات إعلامية.
- إن استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية من طرف بنك البركة يعتبر ضعيفا جدا سواء في بنك الجزائر العاصمة، أو في الوكالة محل الدراسة.
- إن استخدام البنك للبطاقات البنكية يعد محدودا جدا، إذ ينحصر التعامل بها في الجزائر العاصمة وبعده قليل جدا، أما بالنسبة للوكالة محل الدراسة فهي غير مستخدمة إلى حد الآن على الإطلاق.
- من أجل تطوير الخدمات المصرفية للبنك وتحقيق أهدافه يجب على البنك التعاقد مع شركة " الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية AEBS " من أجل اللحاق بركب البنوك المنافسة لها التي تبنت هذه الخدمات.
- إن هذه التطورات تحتم على بنك البركة ضرورة مسايرتها وتبني الوسائل التكنولوجية في عمله من أجل التكيف معها.

بعد حمد الله وشكره على ما تفضل به علي من إتمام البحث في هذا الموضوع المهم، والذي كان عنوانه "الخدمات المصرفية الإلكترونية ودورها في تفعيل النشاط البنكي"، وانطلاقاً من الأسئلة المطروحة في المقدمة العامة لهذه الدراسة، وبعد تحليلنا للموضوع ومناقشته في ثلاثة فصول أمكننا التوصل إلى تسجيل جملة نتائج وتوصيات نوردتها في شكل نقاط أساسية.

أولاً: النتائج.

تساهم الخدمات المصرفية الإلكترونية في تفعيل النشاط البنكي وذلك من خلال المساهمة في تطوير وتحسين الخدمات المصرفية في البنوك، ومن أجل تقييم واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية وأهميتها بالنسبة للبنوك الجزائرية في تعزيز مركزها التنافسي ورفع حصتها السوقية فلقد أسفرت الدراسة الميدانية على جملة من النتائج ومن بينها ما يلي:

- أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة بين مؤشرات الخدمات المصرفية الإلكترونية وتحقيق تطوير الخدمات المصرفية إلا أن هذه العلاقة تختلف من مؤشر إلى آخر، فكانت قوة هذه العلاقة جيدة بالنسبة لمؤشر أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات في البنك في تحقيق تطوير الخدمات المصرفية، وكذلك مؤشر المزايا التي تعود على البنك في حالة تقديمه للخدمات المصرفية الإلكترونية، في حين كانت بالنسبة لمؤشر أهمية نظام المعلومات في البنك في تحقيق تطوير الخدمات المصرفية شبه مقبولة وذلك من خلال تحقيق تطوير الخدمات المصرفية في الوكالة، وهذا يعني أنها تولي أهمية بالغة لتكنولوجيا المعلومات وتدرّك المزايا التي تعود عليها في حالة تقديمها لهذه الخدمات.
- إن مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية في الوكالة هو تقديم بعض الخدمات الصغيرة التي تعتمد على التكنولوجيا مثل تقنية إرسال الشيك عبر الصورة، والعمل بنظام SWIFT لتحويل الأموال والتي تقدمها الوكالة أي أنها لا تتبنى المفهوم الحديث للخدمات المصرفية الإلكترونية التي تعتمد على الإنترنت، وذلك بسبب ضعف المنافسة خاصة بالنسبة للبنوك الإسلامية على مستوى السوق المصرفية الجزائرية وكذلك نقص الوعي المصرفي الإلكتروني للزبائن.
- بالرغم من نتائج الدراسة الميدانية فإن الوكالة لديها نقائص عديدة حيث أن خدماتها المصرفية الإلكترونية تتشابه مع خدمات البنوك الأخرى وتبقى غير كافية لمواجهة باقي المنافسين.
- نقص الثقافة المصرفية لدي العاملين بالوكالة خاصة في ميدان التطورات الحاصلة في الدول المتقدمة.
- لقد بينت الدراسة أن الوكالة لا تعطي أهمية بالغة لأهمية وجود نظام معلومات في البنك حيث أن قوة العلاقة لم ترقى للمستوى المطلوب مما يعني وجود نقائص كثيرة.
- إن الإستراتيجيات التي انتهجتها الوكالة غير واضحة في تحقيق تطوير وتحسين الخدمة البنكية وذلك باعتبارها بنك إسلامي مستغلة نقص المنافسة في هذا النوع من البنوك.

ثانياً: التوصيات.

على أساس النتائج التي توصلنا إليها، يمكن ذكر بعض التوصيات في شكل نقاط أساسية والتي نراها ضرورية وذات صلة وثيقة بالموضوع محل الدراسة، ونوردها فيما يلي:

- يجب أن تسرع البنوك العمومية بصف عامة وبنك البركة الجزائري -403- بباتنة بتبني وتطبيق الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- على البنوك في الجزائر دراسة تطور الثقافة التكنولوجية الموجودة عند عملائه وتفهم مدى قبول هؤلاء للخدمات الإلكترونية قبل وضع إستراتيجية في هذا المجال.
- على البنوك في الجزائر مساعدة العملاء على التأقلم والتجاوب مع البنية الإلكترونية الجديدة باستعمال برامج ملائمة.
- تعزيز استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات في الوكالة.
- العمل على تدريب وتأهيل المختصين في مجال تقنية المعلومات ونظمها، وكذلك في مجال الاتصالات والشبكات.
- ضرورة توفير البنية التحتية المعلوماتية الملائمة من حيث الأجهزة الحاسوبية والبرمجيات وخدمات الاتصالات والإنترنت.
- أن تعمل البنوك على تنمية الأعمال على الإنترنت، وأن يتم إدراك الفوائد والمزايا الناجمة عن التجارة الإلكترونية.
- تعزيز البحث و التنمية والابتكار بالتنظيم والبرمجة وتفعيل نتائج البحث.
- تطوير الإطار القانوني الوطني لإحلال بيئة من الثقة الملائمة للإدارة الإلكترونية.

ثالثاً: آفاق البحث.

إن الدراسة التي قمنا بها قد تفتتح المجال للعديد من المواضيع التي يجب أن تعالج مستقبلاً لتساهم في استكمال بناء موضوع الخدمات المصرفية الإلكترونية، ونذكر على سبيل المثال:

- دراسة تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- متطلبات قيام البنوك الإلكترونية في السوق المصرفية الجزائرية.

ختاماً نرجو أن نكون قد وفقنا بما توفيق في إعداد هذا العمل المتواضع، ومما لا شك فيه أنه لا يخلو أي بحث من النقائص فالكمال لله عز وجل، فإن أصبنا فمن الله وإن أخطأنا فمن أنفسنا، فبالله التوفيق ومنه العون والسداد.

وصلى الله على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه وسلم أجمعين،

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.

الملحق رقم (1): نموذج الاستبيان المستخدم في الدراسة.

الأخ الكريم، الأخت الكريمة:

تحية طيبة وبعد؛

يقوم الباحث بإعداد دراسة ميدانية حول موضوع: الخدمات المصرفية الإلكترونية ودورها في تفعيل النشاط البنكي.

يرجى منكم التكرم بالإجابة على الأسئلة التالية بتمعن بوضع إشارة X في الخانة التي تتفق مع رأيك كمساعدة منكم على إنجاز هذه الدراسة "مذكرة ماستر"، علما أن إجاباتكم تبقى بشكل سري ولغايات البحث العلمي فقط وليس المطلوب منكم ذكر الاسم أو العنوان.

أخيراً؛ أشكر مساعدتكم وحسن تعاونكم سلفاً.

القسم الأول: لو تكرمت بذكر المعلومات العامة الآتية من أجل استكمال البيانات الخاصة بالبحث.

- الجنس: ذكر [] أنثى []
- العمر: أقل من 25 سنة [] من 25 إلى 35 سنة []
- من 36 إلى 45 سنة [] أكبر من 45 سنة []
- المستوى التعليمي: أقل من ثانوي [] ثانوي []
- جامعي [] دراسات عليا []
- عدد سنوات العمل بالبنك: أقل من سنة [] من 3 إلى 4 سنوات []
- من سنة إلي سنتين [] أكثر من 4 سنوات []

القسم الثاني: الرجاء منكم تبيان رأيكم وذلك بوضع إشارة "x" في واحدة من الخانات المدرجة أمام كل عبارة:

رقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	حيادي	غير موافق	غير موافق بشدة
1	إن للبنك قاعدة واسعة من البيانات حول الزبائن					
2	إن البنك يتوفر علي معلومات متكاملة ومتناسقة حول الأنشطة المصرفية والسوق المصرفي لتعزيز موقعه في هذه السوق					
3	إن البنك يحصل علي معلومات دقيقة وكافية في الوقت المناسب بشكل يجعلها فعالة في اتخاذ القرارات					
4	إن البنك يقوم بتحديث الحواسيب لتخزين البيانات واسترجاعها بسهولة					
5	إن البنك يقوم بجمع وتحليل وترتيب البيانات بشكل منظم وواضح لتحديد نقاط القوة والضعف					
6	إن البنك يعمل علي تحسين نوعية قاعدة البيانات باستخدام أحدث نظم وأساليب التكنولوجيا (برامج، أجهزة)					
7	إن البنك يستخدم حواسيب متطورة في تقديم خدماته للزبائن					
8	إن البنك يطبق برنامج Delta Bank لتسريع تقديم الخدمة للزبون بكفاءة					
9	إن موقع البنك علي الشبكة يدعم فعالية نظام التوزيع له وهذا يحقق ميزة الانتشار الجغرافي					
10	إن البنك يقدم خدمات للزبائن بأساليب حديثة ومتطورة بالدقة والسرعة والوقت المناسب وهذا يحقق ميزة تنافسية له					
11	تقليل التكاليف					
12	زيادة حجم التعاملات التجارية					
13	تحسين خدمات العملاء					
14	إمكانية تقديم الخدمات على مدار الساعة					
15	توفير الوقت والجهد					
16	جمع المعلومات عن المنافسين من خلال صفحات الانترنت					
17	تقلل من فتح فروع جديدة للبنك					
18	زيادة كفاءة أداء البنك					
19	تقديم خدمات مصرفية جديدة					

شكرا جزيلًا لتعاونكم

الملحق رقم (2): النسب الإحصائية للعوامل الديموغرافية

(الجنس، العمر، المستوى التعليمي، عدد سنوات الخدمة بالبنك).

Frequencies

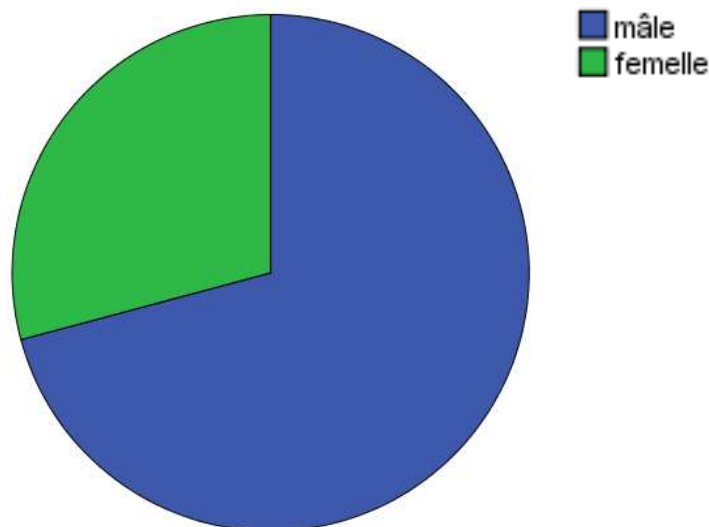
[DataSet1] C:\Users\hicham\Desktop\E-banking.sav

Statistics					
		Sexe	Age	Niveau_éducation	Service_bancaire
→ N	Valid	24	24	24	24
	Missing	0	0	0	0
	Mean	1,29	2,58	2,38	3,25
	Std. Deviation	,464	1,176	,824	1,152

Frequency Table

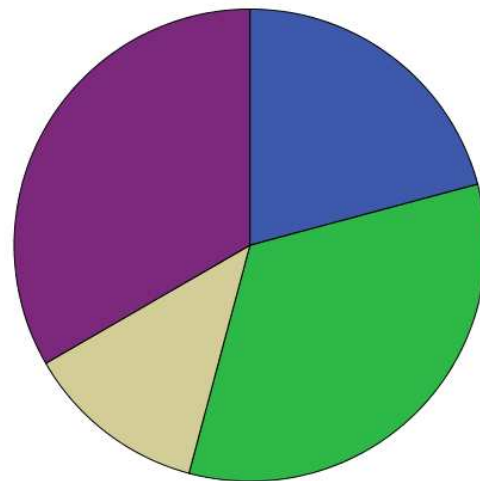
Sexe

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	mâle	17	70,8	70,8	70,8
	femelle	7	29,2	29,2	100,0
Total		24	100,0	100,0	



Age

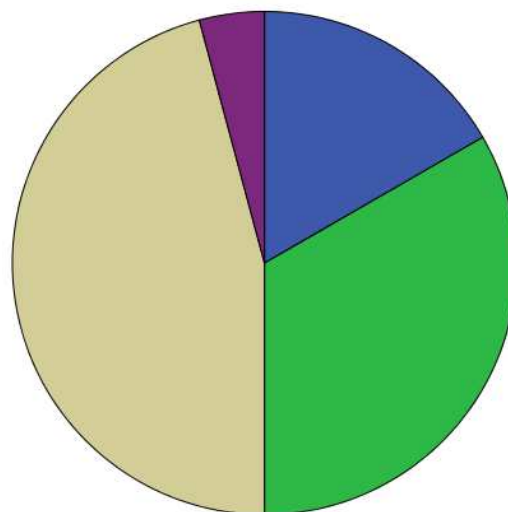
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Moins de 25 ans	5	20,8	20,8	20,8
	De 25 à 35 ans	8	33,3	33,3	54,2
	De 36 à 45 ans	3	12,5	12,5	66,7
	Plus de 45 ans	8	33,3	33,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	



Moins de 25 ans
De 25 à 35 ans
De 36 à 45 ans
Plus de 45 ans

Niveau_éducation

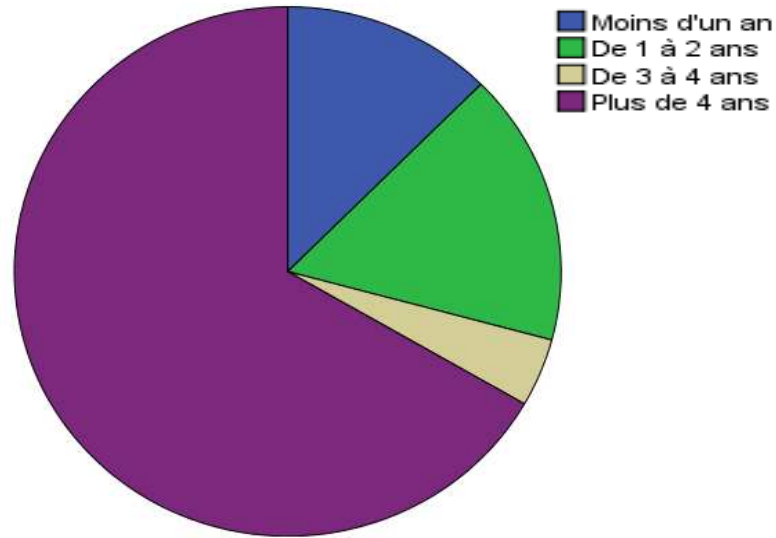
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Moins que le secondaire	4	16,7	16,7	16,7
	Secondaire	8	33,3	33,3	50,0
	Universitaire	11	45,8	45,8	95,8
	Etudes superieur	1	4,2	4,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	



Moins que le secondaire
Secondaire
Universitaire
Etudes superieur

Service_bancaire

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Moins d'un an	3	12,5	12,5	12,5
	De 1 à 2 ans	4	16,7	16,7	29,2
	De 3 à 4 ans	1	4,2	4,2	33,3
	Plus de 4 ans	16	66,7	66,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	



المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان من خلال برنامج SPSS16.0.

الملحق رقم (3): النسب الإحصائية (المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري) حسب المؤشرات الثلاث.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Question1	24	3,6667	1,00722
Question2	24	3,5417	,93153
Question3	24	3,9167	,77553
Question4	24	3,2083	1,55980
Question5	24	3,3333	1,12932
Question6	24	3,1667	1,30773
T1	24	3,4722	,49065
Valid N (listwise)	24		

	N	Mean	Std. Deviation
Question7	24	4,1667	,86811
Question8	24	3,8750	1,11560
Question9	24	3,7083	,99909
Question10	24	3,6250	1,05552
T2	24	3,8438	,38173
Valid N (listwise)	24		

	N	Mean	Std. Deviation
Question11	24	3,9167	1,05981
Question12	24	4,1667	,86811
Question13	24	3,8333	1,00722
Question14	24	3,9167	,77553
Question15	24	3,9583	,90790
Question16	24	3,7083	,99909
Question17	24	3,5000	,93250
Question18	24	3,6250	1,05552
Question19	24	4,1667	,86811
T3	24	3,8657	,39722
Valid N (listwise)	24		

	N	Mean	Std. Deviation
T1	24	3,4722	,49065
T2	24	3,8438	,38173
T3	24	3,8657	,39722
T_total	24	3,7368	,29692
Valid N (listwise)	24		

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان من خلال برنامج SPSS16.0.

الملحق رقم (4): اختبار "ت" (T-Test)،

للمؤشرات الثلاث حسب إجابات أفراد العينة.

T-Test

One-Sample Test

	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Question1	17,834	23	,000	3,66667	3,2414	4,0920
Question2	18,626	23	,000	3,54167	3,1483	3,9350
Question3	24,741	23	,000	3,91667	3,5892	4,2441
Question4	10,077	23	,000	3,20833	2,5497	3,8670
Question5	14,460	23	,000	3,33333	2,8565	3,8102
Question6	11,863	23	,000	3,16667	2,6145	3,7189
T1	34,669	23	,000	3,47222	3,2650	3,6794

	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Question7	23,513	23	,000	4,16667	3,8001	4,5332
Question8	17,016	23	,000	3,87500	3,4039	4,3461
Question9	18,184	23	,000	3,70833	3,2865	4,1302
Question10	16,825	23	,000	3,62500	3,1793	4,0707
T2	49,329	23	,000	3,84375	3,6826	4,0049

	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Question11	18,105	23	,000	3,91667	3,4691	4,3642
Question12	23,513	23	,000	4,16667	3,8001	4,5332
Question13	18,645	23	,000	3,83333	3,4080	4,2586
Question14	24,741	23	,000	3,91667	3,5892	4,2441
Question15	21,359	23	,000	3,95833	3,5750	4,3417
Question16	18,184	23	,000	3,70833	3,2865	4,1302
Question17	18,387	23	,000	3,50000	3,1062	3,8938
Question18	16,825	23	,000	3,62500	3,1793	4,0707
Question19	23,513	23	,000	4,16667	3,8001	4,5332
T3	47,676	23	,000	3,86574	3,6980	4,0335

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان من خلال برنامج SPSS16.0.

الملحق رقم (5): اختبار تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA

للخصائص الشخصية لأفراد العينة (العمر، المستوى التعليمي، عدد سنوات العمل بالبنك).

1/ Age.

Oneway

[DataSet1] C:\Users\hicham\Desktop\E-banking.sav

Descriptives

T. total

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Moins de 25 ans	5	3,8526	,46691	,20881	3,2729	4,4324	3,47	4,63
De 25 à 35 ans	8	3,7961	,25543	,09031	3,5825	4,0096	3,42	4,26
De 36 à 45 ans	3	3,4035	,16919	,09768	2,9832	3,8238	3,21	3,53
Plus de 45 ans	8	3,7303	,17442	,06167	3,5844	3,8761	3,42	3,95
Total	24	3,7368	,29692	,06061	3,6115	3,8622	3,21	4,63

ANOVA

T. total

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,429	3	,143	1,788	,182
Within Groups	1,599	20	,080		
Total	2,028	23			

2/ Niveau d'éducation.

Oneway

[DataSet1] C:\Users\hicham\Desktop\E-banking.sav

Descriptives

T. total

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Moins que le secondaire	4	3,7895	,56849	,28424	2,8849	4,6941	3,42	4,63
Secondaire	8	3,5789	,20864	,07376	3,4045	3,7534	3,21	3,84
Universitaire	11	3,8230	,21219	,06398	3,6804	3,9655	3,53	4,26
Etudes superieur	1	3,8421					3,84	3,84
Total	24	3,7368	,29692	,06061	3,6115	3,8622	3,21	4,63

ANOVA

T. total

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,303	3	,101	1,172	,345
Within Groups	1,725	20	,086		
Total	2,028	23			

3/ Service bancaire

Oneway

[DataSet1] C:\Users\hicham\Desktop\E-banking.sav

Descriptives

T. total

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Moins d'un an	3	4,0175	,56277	,32492	2,6195	5,4155	3,53	4,63
De 1 à 2 ans	4	3,6974	,22484	,11242	3,3396	4,0551	3,53	4,00
De 3 à 4 ans	1	3,7895	3,79	3,79
Plus de 4 ans	16	3,6908	,25342	,06335	3,5558	3,8258	3,21	4,26
Total	24	3,7368	,29692	,06061	3,6115	3,8622	3,21	4,63

ANOVA

T. total

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,279	3	,093	1,065	,386
Within Groups	1,748	20	,087		
Total	2,028	23			

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الاستبيان من خلال برنامج SPSS16.0.

المراجع

أ- باللغة العربية:

1	إبراهيم بختي ومحمود فوزي شعوي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة، (مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 7، 2010/2009).
2	إبراهيم بختي، تكنولوجيا ونظم المعلومات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، (http://bbekhti.luedld.net/trv_pdf/TIC.pdf , 2012/04/15).
3	إبراهيم بختي، دور الإنترنت وتطبيقاته في مجال التسويق - دراسة حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه دولة غير منشورة، العلوم الاقتصادية، (جامعة الجزائر، 2002).
4	أحمد محمد غنيم، الإدارة الإلكترونية- آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، (المكتبة العصرية، المنصورة، 2003-2004).
5	إسماعيل محمد هاشم، مذكرات في النقود والبنوك، (دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1972).
6	بشير عباس العلاق، الخدمات الإلكترونية بين النظرية والتطبيق، (منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2004).
7	بنك البركة الجزائري، التقرير السنوي 2003.
8	تيسير العجارمة، تسويق مصرفي، (دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2005).
9	خالد بن سليمان الغنبر، أمن المعلومات والشبكات: المخاطر والآثار والحلول، (http://coeia.edu.sa/ar/asuurance-awarness/articles/.....-information- security-and-networks-risks-effects-and-solutions-i-8.html, 2012/04/25).
10	خالد محمد ناجي، المصارف العراقية ودورها في الاستثمار الواقع.. والطموح، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص اقتصاد، قسم العلوم الاقتصادية، (الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، الدنمارك، 2010).
11	خبابة عبد الله، الاقتصاد المصرفي، (مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2008).
12	خضر مصباح الطيطي، التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية، (دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2008).
13	رافعة إبراهيم الحمداني، أثر استخدام التكنولوجيا المصرفية في ظاهرة غسل الأموال والجهود الدولية في مكافحتها، المؤتمر العلمي الرابع، الريادة والإبداع: استراتيجيات الأعمال في مواجهة تحديات العولمة، جامعة فيلادلفيا، كلية العلوم الإدارية والمالية، 15-16/03/2005.
	(http://www.kantakji.com/fiqh/Files/Markets/33.pdf 23/04/2012)

14	رحيم حسين وهوارى معراج، <u>الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية</u> ، (بحث مقدم إلى ملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية- واقع وتحديات-، جامعة الشلف، يومي 14-15 ديسمبر 2004).
15	رشيد بوعافية، <u>الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري- الأفق والتحديات-</u> ، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص نقود مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسير، (جامعة البليدة، 2005).
16	رعد حسن الصرن، <u>عولمة جودة الخدمة المصرفية</u> ، (دار التواصل العربي للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 2007).
17	زهير بشنق، <u>العمليات المالية المصرفية الإلكترونية</u> ، (اتحاد المصارف العربية، بيروت، 2006).
18	زياد رمضان محفوظ جودة، <u>الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك</u> ، (دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الثالثة، الأردن، 2003).
19	زياد رمضان ومحفوظ جودة، <u>إدارة البنوك</u> ، (دار الميسر، ودار الصفاء، عمان، الطبعة 2، 1996).
20	سونيا محمد البكري وإبراهيم سلطان، <u>نظم المعلومات الإدارية</u> ، (الدار الجامعية، الإسكندرية، 2001)، ص 18.
21	شاكر القرويني، <u>محاضرات في اقتصاد البنوك</u> ، (ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000).
22	شوقي شادلي، <u>أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة</u> ، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، قسم العلوم الاقتصادية، (جامعة ورقلة، 2008/2007).
23	صالح مفتاح وفريدة معارفي، <u>متطلبات كفاءة سوق الأوراق المالية</u> ، (مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد7، 2009).
24	صحي تادريس قريصة، <u>النقود والبنوك</u> ، (دار النهضة، بيروت، 1984).
25	طارق عبد العال حماد، <u>التجارة الإلكترونية</u> ، (الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003/2002).
26	طاهر لطرش، <u>تقنيات البنوك: دراسة في طرق استخدام النقود من طرف البنوك مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية</u> ، (ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 4، 2005).
27	عامر إبراهيم قنديلجي وإيمان فاضل السامرائي، <u>تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها</u> ، (الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2002).
28	عبد القادر بريس، <u>التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية</u> ، أطروحة دكتوراه، تخصص نقود ومالية، قسم العلوم الاقتصادية، (جامعة الجزائر، 2006/2005).
29	عبد الله نعمة جعفر، <u>محاسبة المنشآت المالية</u> ، (دار حنين، الأردن، 1996)، ص 25-26.
30	عبد المطلب عبد الحميد، <u>"البنوك الشاملة عملياتها وإدارتها"</u> ، (الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000).
31	عثمان أبو بكر القاجيجي، <u>أساسيات هندسة الحاسوب</u> ، (2012/04/18)، http://www.otman.net/Courses/ec351-All/ec351- (S08/eBook/1_System.pdf)
32	عثمان الكيلاني وهلال البياتي وعلاء السلمي، <u>المدخل إلى نظم المعلومات الحاسوبية</u> ، (دار وائل، عمان، الأردن، 2000).

33	عدنان إبراهيم سرحان، <u>الوفاء الإلكتروني</u> ، (مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، المجلد الأول، 10-11 ماي 2003، غرفة تجارة وصناعة دبي).
34	علي قابوسة، <u>المصارف الإلكترونية الفرص والتحديات - حالة الجزائر-</u> ، (المؤتمر العلمي المغربي الأول حول المعلوماتية والقانون أكاديمية الدراسات العليا-طرابلس- ليبيا، يومي 28-29 أكتوبر 2009).
35	عماد الدين أحمد السندي أحمد، <u>أثر طرق تسعير الخدمات المصرفية على الإيرادات</u> ، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص المحاسبة والتمويل، قسم العلوم المصرفية والمالية، (جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، 2007).
36	فائزة لعرف، <u>مدي تكيف النظام المصرفي الجزائري مع معايير لجنة بازل</u> ، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص إدارة الأعمال، قسم علوم تجارية، (جامعة المسيلة، 2010).
37	فريد النجار، <u>الاقتصاد الرقمي: الإنترنت وإعادة هيكلة الاستثمار والبورصات والبنوك الإلكترونية</u> ، (الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2007).
38	فضيلة شيروف، <u>أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية</u> ، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، (جامعة قسنطينة، 2009/2010).
39	محسن أحمد الخضير، <u>التسويق المصرفي</u> ، (ايتراك للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 1999).
40	محمد الجموعي قريشي، <u>قياس الكفاءة الاقتصادية في المؤسسات المصرفية دراسة نظرية وميدانية للبنوك الجزائرية</u> ، أطروحة دكتوراه دولة غير منشورة، العلوم الاقتصادية، (جامعة الجزائر، 2005/2006).
41	محمد الصغير قريشي ووهاب نعمون، <u>النظم المعاصرة لتوزيع الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية</u> ، (مداخلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي الثاني حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، يومي 11-12 مارس 2008).
42	محمد الصيرفي، <u>إدارة المصارف</u> ، (دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2007).
43	محمد بوتين، <u>أثر تكنولوجيا المعلومات على عملية اتخاذ القرارات والأداء - واقع المؤسسة الجزائرية -</u> ، (بحث مقدم إلى المنتدى الدولي الأول لأهمية الشفافية ونجاعة الأداء للاندماج الفعلي في الاقتصاد العالمي، جامعة الجزائر، 2003).
44	محمد فريد العريبي وهاني دويدار، <u>قانون الأعمال</u> ، (الدار الجامعية الجديدة للنشر، عمان، 2009).
45	محمد يدو، <u>تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودورها في تحديث الخدمة المصرفية دراسة حالة الجزائر</u> ، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص مالية، نقود، بنوك، قسم العلوم الاقتصادية، (جامعة سعد دحلب بالبيدة، البيدة، 2007).
46	محمود أحمد إبراهيم الشرقاوي، <u>مفهوم الأعمال المصرفية الإلكترونية وأهم تطبيقاتها</u> ، (بحوث مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، المجلد الأول، جامعة الإمارات العربية المتحدة، أيام 10-12 ماي 2003).
47	مدحت صادق، " <u>أدوات وتقنيات مصرفية</u> "، (دار غريب للطباعة والنشر، 2001).
48	مزريق عاشور ومعموري صورية، <u>عصرنة القطاع المالي والمصرفي وواقع الخدمات البنكية الإلكترونية بالجزائر</u> ، (مداخلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي الثاني حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، يومي 11-12 مارس 2008).

49	مزهرة شعبان العاني وشوقي ناجي جواد، العملية الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، (إثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2008).
50	معهد التنمية البشرية، الاتصال، (2012/04/17)، http://www.creativity.ps/training/data/files/1316621048.pdf .
51	مفتاح صالح ومعاري فريدة، البنوك الإلكترونية، (بحث مقدم إلى: المؤتمر العلمي الخامس بعنوان: نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية إلكترونية، جامعة فيلادلفيا عمان-الأردن، يومي 4-5 يوليو 2007).
52	منير محمد الجنيهي وممدوح محمد الجنيهي، البنوك الإلكترونية، (دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2006).
53	ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، الصيرفة الإلكترونية: الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع، (دار وائل للنشر، ط1، 2008).
54	ناظم محمد نوري الشمري، النقود والمصارف، (ميرية دار الكتب للطباعة والنشر، العراق، 1995).
55	نبيل صلاح محمود العربي، الشيك الإلكتروني والنقود الرقمية: دراسة مقارنة، (مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، المجلد الأول، 10-11 ماي 2003، غرفة تجارة وصناعة دبي).
56	نجم عبد الله الحميدي، نظم المعلومات الإدارية، الطبعة الأولى، (دار وائل، الأردن، 2005).
57	ندى إسماعيل جبوري، أثر تكنولوجيا المعلومات في الأداء المنظمي، (مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العراق، العدد 22، 2009).
58	نوال بن عمارة، " وسائل الدفع الإلكترونية - الآفاق والتحديات - "، (الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، جامعة ورقلة، 15-16-17 مارس 2004).
59	هلال درحمون، المحاسبة التحليلية: نظام معلومات للتسيير ومساعد على اتخاذ القرار في المؤسسة الاقتصادية - دراسة مقارنة -، أطروحة دكتوراه دولة غير منشورة، العلوم الاقتصادية، (جامعة الجزائر، 2005/2004).

ب- باللغة الأجنبية:

1	Claude Servin, RÉSEAUX ET TÉLÉCOMS, 3ème Ed, (Dunod, Paris, 2003).
2	Guy Pujolle, Les Réseaux, 6ème Ed, (EYROLLES, FRANCE, 2008).
3	HADJ ARAB ABDLHAMID, Projet système de paiement , RTGS , n° 67 , Août - sep 2003.
4	http://en.wikipedia.org/wiki/Market_share_of_leading_PC_vendors .(2012/04/19)
5	http://www.aebs-tech.com (28/05/2012) .
6	http://www.albaraka-bank.com/fr (01/06/2012).
7	http://www.internetworldstats.com/emarketing.htm (21/04/2012).
8	Kenneth Laudon & autres, Management des systèmes d'information, 11e Ed, (PEARSON, FRANCE, 2010).
9	le dico des définitions, Définition de système d'information, (04/04/2012), http://lesdefinitions.fr/systeme-dinformation).
10	Wikipédia l'encyclopédie libre, Définition de système d'information, (04/04/2012), http://fr.wikipedia.org).
11	www. Satim .com (23/05/2012).