

جامعة ابن خلدون - تيارت -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم التجارية

أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية

دراسة مقارنة (مصر، الإمارات العربية المتحدة، الجزائر)

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

تخصص: مالية

الأستاذ المشرف:

إعداد الطلبة:

- مسري الجيلالي

- بن عومر نعيمة

- بن عبد الرحيم شهرزاد

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ:

السنة الجامعية: 2016/2017.



كلمة شكر

الحمد لله الذي أعاننا على انجاز هذا العمل فما كان لشيء
أن يجري في ملكه إلا بمشيئته جل شأنه " أنما أمره إذا أراد
شيئاً أن يقول له كن فيكون " فالحمد لله في الأولى و الحمد
لله في الآخرة.

وعملاً بقول رسول الله صلى الله عليه وسلم " من لم يشكر الناس لم يشكر الله "
نتقدم بالشكر الجزيل إلى أستاذنا الفاضل "مسري الجيلالي" الذي قبل
الإشراف على هذا العمل والذي لم يبخل علينا طوال مشوار في
إعداد هذا البحث بالنصح والإرشاد والتوجيه.

كما نشكر السادة أعضاء لجنة المناقشة مسبقاً على تفضلهم بقبول مناقشة وإثراء هذه
المذكرة.

والشكر الجزيل لكل من قدم لنا يد العون و المساعدة من قريب أو من بعيد.

الملخص:

تعتبر الخدمات المصرفية وجودتها من المشاريع التي تمكن من قياس درجة التطور في القطاع المصرفي، وهذا ما جعل العديد من المصارف في مختلف دول العالم تسعى إلى تطوير الخدمات المصرفية الالكترونية، لأن الوضع الحالي يتطلب السرعة في معالجة المعاملات والصفقات، وإرضاء العاملين. ولعل التطور التكنولوجي خاصة في مجال المعلوماتية ساهم بشكل فعال في إبداع وسائل وأنظمة ووسائط للدفع الالكتروني يأمل منها توفير الأمان والسهولة في التعامل.

وفي ظل هذا التطور الحاصل تقوم المصارف العربية ومنها مصر والإمارات العربية المتحدة بتقديم خدمات الكترونية رغبة منها في تحسين خدماتها باستخدام وسائل وأنظمة الدفع الالكترونية التي تسهل للزبون التعامل مع المصارف دون التنقل إليها.

لكن بالرغم من هذا التطور التكنولوجي الهائل الذي شاهده المنظومة المصرفية الإماراتية بدرجة عالية والمصرية بدرجة أقل، إلا أن المنظومة المصرفية الجزائرية لا تزال تعاني من ضعف في تقديم بعض الخدمات المصرفية الالكترونية بشكل مستمر نتيجة عدم مواكبتها التطورات التكنولوجية العالمية المتسارعة في القطاع المصرفي. **الكلمات المفتاحية:** تكنولوجيا الإعلام والاتصال، جودة الخدمات المصرفية، الخدمات المصرفية الالكترونية، وسائل الدفع الالكترونية، أنظمة الدفع الالكترونية.

Summary:

We Can consider the Bank services and their qualities one of the projects that Can measuring the development rank or degree of the bank sector, in which it makes the banks in all over the world try to develop the electronical bank services, because the actual circumstance needs the rapidity to analyze the the trades and businesses and satisfy the works desires. According to the technological development, especially in the conjuting field or category has a great impact on the innovation of trolls, systems and intermediate means that can provide safety and t easygoing in business.

Among this current development, the Arab banks' such as United Arab Emirates and Egypt provide electronical services in order to elaborate their services by exploiting tools and electronical systems in which it facilitate dealing with the banks without travelling to it.

Ever though this huge technological development that it has experienced by the Emirate bank systems with a high level whereas Egypt with a low level. By Contrast the Algerian bank systems still suffer from the weaknesses about the provision of the electronical bank services continually as result of its under developing of the universal systems of the bank sector.

Key words: Information and Communication Technology, Quality Banking, Electronic Bank services, Electronical Payment Systems, Electronical Payment Systems.

مقدمة

مقدمة

أصبحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال قوة مؤثرة تتحكم في مختلف نواحي الحياة الأمر الذي أدى إلى ظهور عدد من المداخل والأنظمة والمفاهيم الحديثة لمواكبة تلك التطورات وتحقيق السرعة في التكيف والاستجابة مع تلك القوى، ولا سيما تطوير وتحسين الأداء والارتقاء بمستوى الأهداف نحو تحقيق الأفضل، حيث تسعى مؤسسات الأعمال بصورة دائمة إلى تحقيق النجاح والمحافظة عليه قدر المستطاع وذلك من خلال السعي باستمرار إلى تطوير منتجاتها وتحسين إستراتيجياتها واستخدام كافة مكونات تكنولوجيا الإعلام والاتصال المتطورة. لذا حقيقة فإننا نعيش اليوم ثورة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي أسفرت عن ظهور مجتمع جديد باحتياجات متجددة، تغيرت فيه المعادلة من إنسان إلى إنسان آلة أو جهاز ذكي. وهكذا قد نزل علينا مجتمع المعلومات بصفته الظاهرة الأشد تميزا لعصرنا إلى حد يستحيل على أي بلد من البلدان أن يتملص منها.

كما تعتبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالحق بؤرة الثورة المعلوماتية التي يعيشها عالم اليوم، وتعد بكل ثقة المحور الذي تدور حوله كافة الأنشطة الإنسانية في شتى مناحي الحياة ومنها الجانب المصرفي.

إذ شهد القطاع المصرفي في السنوات الأخيرة على المستوى العالمي تطورا كبيرا من حيث الخدمات المصرفية المقدمة، والتي تختلف عن الخدمات التقليدية المعتادة، حيث تسعى المصارف جاهدة إلى خلق وابتكار وتقديم خدمات مصرفية جديدة، التي تعتبر أحد أهم الأنشطة الاقتصادية في أي دولة، إذ أن درجة الطلب عليها تدل على درجة التقدم الاقتصادي للبلد، أما عرضها فهو يعمل على تحقيق رفاهية المجتمع، ومحاولة بذلك كسب رضا العملاء واستمالتهم بغرض نيل ثقتهم ومنه زيادة معاملاتها معهم، حتى يتحقق ذلك وجب تحقيق جودة في الخدمة المصرفية التي تقدمها المصارف، حيث تعتبر الجودة المصرفية من أساسيات العمل المصرفي، لذا أصبحت المصارف تركز بصفة أساسية على تحقيق جودة في خدماتها، باعتبارها السلاح التنافسي الأكثر تحقيقا للتميز والريادة.

ولقد أدى تبني تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المصارف إلى التأثير على الخدمات المصرفية وتطويرها تماشيا مع التطورات السريعة الحاصلة في المجال المصرفي، لتظهر الصيرفة الإلكترونية، وهذه الأخيرة مكنت من تقديم الخدمات إلكترونيا حيث سهلت عملية إنجاز المعاملات المصرفية، وتقليل الجهد، الوقت والعناء اعتمادا على الأساليب الإلكترونية الحديثة في تقديم الخدمات المصرفية إلكترونيا.

ونظرا لما تقدمه الصيرفة الإلكترونية من خدمات نجد أن النظم المصرفية العالمية، ومنها النظام المصرفي المصري والإماراتي تسعى دوما للبحث عن الخطط الجديدة للارتقاء بالمنظومتها المصرفية لمواكبة

مقدمة

التطورات الحاصلة في تقديم الخدمات المصرفية ونوعيتها من خلال الاستثمار في التكنولوجيا الالكترونية المصرفية.

والجزائر كغيرها من الدول ونظرا للتحويلات التي شهدتها العالم، فإنه يتحتم على المصارف الجزائرية في ضوء ما تشهده الساحة المصرفية من تغيرات أن تسعى جاهدة نحو تطوير جودة الخدمات المصرفية المقدمة، حتى تستطيع الارتقاء إلى مستوى التحديات الكبرى التي تواجه العمل المصرفي، من أجل تسريع الدخول في عصر الخدمات الإلكترونية، وتطبيقات الصيرفة الإلكترونية.

1- الإشكالية: في ظل التغير السريع الذي يشهده العالم في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، تسعى المصارف الجزائرية دوماً إلى الارتقاء بمنظومتها المصرفية في ظل الخدمات المصرفية الالكترونية، وفي ضوء ما سبق وما تم ذكره نحاول صياغة إشكالية البحث في التساؤل التالي:

ما مدى تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على جودة الخدمات المصرفية في الدول العربية؟

وحتى يتيسر لنا الإلمام بجوانب الموضوع يمكننا الاستعانة بالأسئلة الفرعية التالية:

- ما المقصود بتكنولوجيا الإعلام والاتصال؟
- ما هي عوامل إنتشار الصيرفة الالكترونية؟ وما هي آثارها على عمل المصارف؟
- ما مدى إمكانية الاستفادة الجزائر من تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية؟ وكيف يتم تعميم هذه التجربة في الجزائر؟

2- فرضيات البحث: للإجابة على الأسئلة الفرعية المطروحة، والإطلاع على طبيعة خلفيات إشكالية البحث، قمنا باختيار الفرضيات الأساسية التالية:

- تكنولوجيا الإعلام والاتصال سلاح ذو حدين، وواقع فرض نفسه لا نستطيع الهروب منه؛
- إستعمال نتائج ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العمل المصرفي أدى إلى انتشار الصيرفة الالكترونية وتطور وسائل الدفع الالكترونية مما أثر إيجابيا على عمل المصارف؛
- تحديث الخدمات المصرفية الالكترونية في الجزائر مرهون بتغيير وتحديث الثقافة المصرفية لدى الجمهور لمسايرتها للتطورات التكنولوجية الحديثة.

3- أسباب اختيار الموضوع: وتتمثل في:

- الرغبة والميل الشخصي في دراسة هذا الموضوع؛

مقدمة

- محاولة ضبط المعنى الحقيقي لمصطلح التكنولوجيا الإعلام والاتصال والذي من صعب إعطاء تعريف موحد له؛
- معرفة وضع البنوك التجارية الجزائرية في مجال تطوير الخدمات المصرفية الالكترونية مقارنة بالدول العربية؛
- الرغبة في معرفة المكانة التي توليها الجزائر لنظم الدفع وأهم السبل والمشاريع لتطويرها.

4- أهمية الموضوع:

يستمد هذا البحث أهميته من المكانة التي يحتلها القطاع المصرفي في اقتصاديات أي دولة، لاسيما في الاقتصاد الجزائري، وما يواجهه من تحولات وتحديات، والذي بدوره يفرض على المصارف الجزائرية وكل المؤسسات الدخول في المنافسة القوية، وبالتالي لا بد من تحديثها وإدخال تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى كافة المصارف الجزائرية وإقامة نظام دفع إلكتروني فعال وتوفير كل وسائل الدفع الالكترونية ووسائل الخاصة بذلك، والذي بدوره يساهم في تطوير الجهاز المصرفي الجزائري والاقتصاد الجزائري بصفة عامة، ضمن هذا الإطار تدخل أهمية الخدمات المصرفية الالكترونية وجودتها كحتمية لتفعيل أداء القطاع المصرفي الجزائري.

5- أهداف البحث: هناك عدة أهداف نريد تحقيقها من البحث نذكر منها ما يلي:

- إبراز دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتي أصبحت ضرورة حتمية في العمل المصرفي، في تسهيل المعاملات المالية؛
- التعرف على أهم التطورات التي أدخلتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى القطاع المصرفي؛
- التعرف على آخر التوجهات الحديثة في مجال الصناعة المصرفية؛
- معرفة أهم الخدمات المصرفية الالكترونية المتداولة في المصارف الجزائرية ومقارنتها بالدول العربية.

6- حدود الدراسة: تتمثل حدود الدراسة فيما يلي:

- الحدود الموضوعية: اقتصرنا هذه الدراسة على كل ما يخص تكنولوجيا الإعلام والاتصال، كمرتكزات عصر تكنولوجيا المعلومات، إضافة إلى مفهوم الخدمات المصرفية وجودتها وأهم مراحل ونتائج التطور التكنولوجي في العمل المصرفي، كما تطرقنا إلى أهم الخدمات المصرفية الالكترونية في الجزائر ومقارنتها بالدول العربية كمصر والإمارات العربية المتحدة.

مقدمة

- **الحدود الزمنية:** تمثلت في الوقوف على أهم الخدمات المصرفية الالكترونية التي شهدتها المنظومة المصرفية الجزائرية، المصرية والإمارات العربية المتحدة، بالإضافة إلى محاولة استحداث أحدث الإحصائيات والمعطيات المتوفرة إلى غاية 2017، والتركيز على الفترة 2012-2015 في الدراسة المقارنة؛
- **الحدود المكانية:** من الناحية المكانية استعرضنا بعض التجارب الدولية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية، من خلال التطرق إلى تجربة المصارف المصرية والمصارف الإمارات العربية المتحدة، بالإضافة إلى تجربة المصارف الجزائرية.

7- المنهج المستخدم:

من أجل دراسة المشكلة وتحليل أبعاده، أسبابها، نتائجها وللإجابة على الإشكالية المطروحة تمت الدراسة بالاعتماد على المنهج الوصفي بالنظر إلى طبيعة الموضوع، وهذا باستعراض لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في المجال المصرفي والمتمثلة في وسائل ووسائط وأنظمة الدفع الالكترونية كما تم استخدام المنهج التاريخي عند عرض تطور الخدمات المصرفية الالكترونية في كل من مصر، الإمارات العربية المتحدة والجزائر، بالإضافة إلى ذلك تم استخدام المنهج المقارنة الذي تم إعماله في الفصل الثالث لتحديد مدى كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية في الجزائر ومقارنتها بالتجارب الدولية، والمنهج التحليلي الذي استخدم في أغلب الدراسة وذلك لتحليل جميع الإحصائيات والمعطيات المتحصل عليها رغبة معرفة مدى التباين والتشابه بين الدول الخاضعة للدراسة في ظل وجود الخدمات المصرفية الالكترونية.

8- أدوات الدراسة:

اعتمدنا من خلال دراستنا على مختلف الوسائل منها الكتب، المجالات وملتقيات، بالإضافة إلى رسائل ماجستير وأطروحات الدكتوراه، كما اعتمدنا أيضا على بعض المواقع الالكترونية التي استفدنا منها بشكل كبير خصوصا فيما يتعلق بالإحصائيات في دراسة مقارنة.

9- صعوبات البحث: من الصعوبات التي واجهناها في بحثنا هذا هي:

- قلة المراجع خاصة الكتب المتعلقة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال، والخدمات المصرفية الالكترونية؛
- عدم توفر مواقع رسمية للمصارف الجزائرية على شبكات المعلومات؛
- عدم توفر إحصائيات حديثة في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية التي قامت بها المصارف الجزائرية.

10- دراسات سابقة: سبقت هذه الدراسة عدد من الدراسات التي كانت لها علاقة بشكل أو بآخر

بموضوع بحثنا، ومن بين هذه الدراسات نذكر:

مقدمة

أ- شيروف فضيلة بعنوان: أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية - دراسة حالة بعض المصارف في الجزائر- مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم تجارية، تخصص تسويق، جامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير قسم العلوم التجارية، الجزائر، 2010/2009، والتي من خلالها تم طرح الإشكالية المتمثلة في "ما هو أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية؟" وتهدف هذه الدراسة إلى:

- إبراز دور التسويق الإلكتروني في تسهيل المعاملات الإلكترونية بأقل جهد ووقت لتحقيق الجودة؛
- إبراز تطور جودة الخدمات المصرفية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال في العمل المصرفي يرفع من كفاءة وأداء الخدمات.

وأهم النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة هي:

- التأخر في تطبيق تقنيات الصيرفة الإلكترونية في المصارف الجزائرية واقتصارها على فئة قليلة من الزبائن؛
- نقص الوعي بأهمية العمل المصرفي الإلكتروني، يحتاج إلى وقت كبير ليترقي إلى مستوى الشفافية الإلكترونية اللازمة.

ب- بركان أمينة، بعنوان: الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتنفيذ أداء الجهاز المصرفي- حالة الجزائر- قدمت لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر - 3 -، 2014 / 2013، والتي تمثلت إشكالياتها في " كيف تعمل الصيرفة الإلكترونية على تفعيل أداء الجهاز المصرفي الجزائري؟"، وتهدف هذه الدراسة إلى:

- إبراز أهمية تطوير الخدمة المصرفية في المصارف الجزائرية؛
 - تقديم الطرق الحديثة لتحديث الخدمات المصرفية وجعلها ذات جودة عالية؛
 - محاولة إبراز تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على الرفع من أداء وفعالية المصارف.
- أما أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة تتمثل في:
- مساهمة التطور التكنولوجي في تغيير ملامح الخريطة المصرفية الدولية وتأثيرها على أنماط خدمات المصارف في تحسين علاقتها مع زبائنها وعلى ربحيتها وعلى أدائها العام بكفاءة وفعالية؛
 - وجود المعوقات الأساسية التي تواجه تحول المصارف نحو الصيرفة الإلكترونية مثل ضعف البنية التحتية التقنية، انخفاض الإمكانيات المعرفية والعلمية للزبائن والمتعاملين مع المصارف، ارتفاع تكلفة التحول نحو الصيرفة الإلكترونية إلى جانب ضعف الأطر التشريعية والقانونية والتنظيمي؛

مقدمة

● اعتبار تجربة الجزائر في مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية فنية، ويتصف حجم التعاملات بها دون المستوى المطلوب، ويرجع ذلك إلى نقص الكفاءات المتخصصة في مجالي التجارة الإلكترونية ونظم الدفع، وإلى التشريعات القانونية التي تصدرها سلسلة النقد الجزائرية لضبط عمليات التبادل التجاري؛

● نقص الوعي الكافي للجزائريين بمنافع النظام المصرفي الإلكتروني، إلى جانب عدم ميل زبائن المصارف إلى استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية لانعدام الثقة تجاه هذا النظام.

ت- إن الدراسات السابقة كلها تعالج موضوع الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر، وإن أهم ما يميز دراستنا عن الدراسات السابقة هو شمولية الموضوع من خلال التطرق إلى جميع وسائل ووسائط وأنظمة الدفع الإلكترونية بأنواعها المختلفة مقدمة من نقود افتراضية، بطاقات الكترونية، أجهزة الصراف الآلي، مقاصة إلكترونية، بالإضافة إلى إبراز مكانة المنظومة المصرفية الجزائرية في مواكبة التطورات الحاصلة في هذا المجال ومقارنتها بالمنظومات المصرفية الدولية لمصر والإمارات العربية المتحدة.

11- عرض خطة البحث: بهدف الإجابة على الإشكالية المطروحة والوصول إلى الأهداف المرجوة من البحث، وفق منهجية تتلاءم مع طبيعة الموضوع، تم تقسيم الدراسة إلى ثلاث فصول وهي على النحو التالي:

● **الفصل الأول:** جاء هذا الفصل بعنوان مفاهيم وأسس عامة حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وذلك من خلال التطرق إلى ثلاث مباحث، الأول سوف نلقي نظرة شاملة على مفاهيم حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال، أما المبحث الثاني تناولنا فيه مدخل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، وشبكات المعلومات في المبحث الثالث؛

● **الفصل الثاني:** جاء تحت عنوان الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية، حيث تم التطرق إلى ثلاث مباحث، الأول تناولنا فيه عموميات حول الخدمة المصرفية وجودتها، ودور التكنولوجيا في تطوير الخدمات المصرفية في المبحث الثاني، أما المبحث الثالث فخصصناه لنتائج التطور التكنولوجي في العمل المصرفي؛

● **الفصل الثالث:** جاء هذا الفصل الأخير والذي كان تحت عنوان تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية، من خلال التطرق إلى ثلاث مباحث، المبحث الأول تناولنا فيه المصارف المصرفية والخدمات المصرفية الإلكترونية، والثاني تضمن المصارف الإماراتية العربية المتحدة والخدمات المصرفية الإلكترونية، والمصارف الجزائرية والخدمات المصرفية الإلكترونية ومقارنتها بالدول العربية في المبحث الثالث.

الفصل الأول

مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام

والاتصال

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول تكنولوجيا، الإعلام والاتصال.

المطلب الأول: ماهية التكنولوجيا.

المطلب الثاني: ماهية الإعلام.

المطلب الثالث: ماهية الاتصال.

المبحث الثاني: مدخل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

المطلب الأول: تعريف وخصائص وأهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

المطلب الثاني: البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

المطلب الثالث: وظائف ومميزات وآثار التكنولوجيا الإعلام والاتصال.

المبحث الثالث: شبكات المعلومات.

المطلب الأول: تعريف وأهمية وأهداف شبكات المعلومات.

المطلب الثاني: أنواع الشبكات من حيث الاستخدام داخل المؤسسة.

المطلب الثالث: أنواع الشبكات من حيث التغطية الجغرافية ومن حيث الشكل

ومن حيث الربط والمعالجة.

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

تمهيد:

أصبحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال مرتبطة بتطور المجتمعات في عصرنا الحاضر، وتعد الوسيلة الأكثر أهمية لنقل المجتمعات النامية إلى المجتمعات أكثر تطورا، فهي تساهم بطريقة مباشرة في بناء مجتمع جديد يتوافق ويتكيف مع موجة التغيرات والتحويلات التي مست بمختلف مناحي الحياة لاسيما الاقتصادية منها، أين يتم الانتقال من المجتمع الصناعي إلى المجتمع المعلومات، الذي يتخذ من المعرفة والتقنية مرتكزا له، هذا التحول جعل الاقتصاد العالمي يستفيد من السرعة والفعالية التي توفرها له.

فبعد أن استقرت ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال وأصبحت هاجس الهيئات الدولية العامة والخاصة، رمزا للسيطرة والقوة، فمن يمتلكها يمتلك زمام الأمور ومن تقاعس عن التعامل معها بذكاء أصبح في مؤخرة العالم، وبات الصراع الجديد بين العالم هو الوصول السريع إلى المعلومات وامتلاك طرق تداولها وتحليلها من أجل اتخاذ قرار سليم مبني على الدقة وتحليل اقتصاديات العالم خلال العقدين السابقين. إلا أن ما يثير المخاوف هو أن النمو المرافق لتكنولوجيا الإعلام والاتصال سيتبع نفس الأخطاء الحالية للتفاوت الاجتماعي والاقتصادي وهو أحد أقوى البراهين التي ستحول دون تحكم الأسواق بمفردها بمسار ثورة الإعلام والاتصال.

ولعل أبرز مظاهر تكنولوجيا الاتصالات الإنترنت التي أضفت على أدبيات الاقتصاد تغيرات حديثة تنطوي على أساليب وتقنيات جديدة مثل الاقتصاد الرقمي الذي يعتمد على الحسابات وشبكات المعلومات واقتصاد المعرفة ويتخذ من الصيرفة الإلكترونية مرتكزا منها. وعلى هذا الأساس سنتناول في هذا الفصل مفاهيم وأسس حول التكنولوجيا الإعلام والاتصال ذلك من خلال التطرق إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول التكنولوجيا، الإعلام والاتصال.

المبحث الثاني: مدخل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

المبحث الثالث: شبكات المعلومات.

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

تحتل تكنولوجيا الإعلام والاتصال مكانة محورية في تقدم المؤسسات والتميز عن منافسيها، وذلك بإنتاج المعلومات، نشرها واستخدامها، حيث تعمل تكنولوجيا الإعلام والاتصال على إعادة تشكيل كثير من طرق الحياة الاعتيادية للأفراد ومنظمات الأعمال وحتى الدول، من اتصال وبحث وبيع وشراء وتوزيع وحتى قضاء أوقات الفراغ. كما تعمل على بناء علاقات تشابك صناعي أقل وضوحاً وأكثر تعقيداً، ولكن أكثر كفاءة وفي معظم الأحيان أقل تكلفة.

المطلب الأول: ماهية التكنولوجيا.

أصبحت التكنولوجيا واقعا يجب تفهمه وإدراك أبعاده من خلال ما نلمسه وما نعيشه في هذه الأيام من تحولات في كثير من الأصعدة.

أولاً: تعريف التكنولوجيا وخصائصها.

إن لفظ التكنولوجيا أصبح من الألفاظ التي شاع استخدامها في شتى المجالات واستخدم للتعبير عن مختلف المفاهيم للدرجة التي تاه فيها المعنى الحقيقي لهذا اللفظ، وعليه سنتناول أولاً مختلف التعاريف المتعلقة بالتكنولوجيا و من ثم نذكر خصائصها.

1- تعريف التكنولوجيا: لقد أعطيت لتكنولوجيا عدة تعاريف نذكر منها ما يلي:

- التكنولوجيا مصطلح إغريقي الجذور يتألف من مقطعين الأول "Techno" يعني الصنعة أو الحرفة أو أسلوب، أما المقطع الثاني فهو Logy ويعني العلم فإذاً كلمة التكنولوجيا "Technology" تعني علم الصنعة أو الحرفة¹؛
- التكنولوجيا هي العلم التطبيقي، طريقة فنية لتحقيق غرض عملي، أو هي جميع الوسائل المستخدمة لتوفير كل ما هو ضروري لمعيشة الناس ورفاهيتهم²؛
- التكنولوجيا هي عبارة الأساليب والمهارات والطرق المعتمدة في الشركة لتحقيق الأهداف المنشودة والتي تعمل على ربط المصادر بالاحتياجات³؛
- التكنولوجيا تمثل مجموعة المعارف والخبرات المكتسبة التي تحقق إنتاج سلعة أو خدمة ضمن إطار نظام اجتماعي واقتصادي معين؛

¹ - رحمن حسن الموسوي، الاقتصاد الزراعي، ط1، دار أسامة، عمان، الأردن، 2013، ص 90.

² - مؤيد سعيد السالم، نظرية المنظمة الهيكل والتصميم، ط 2، دار وائل، عمان، الأردن، 2005، ص 95.

³ - نجاد محمود خطيب، الأداء المالي وأثره على عوائد أسهم الشركات، ط1، دار حامد، عمان، الأردن، 2009، ص 50.

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

• وهناك من يجد بأن التكنولوجيا لا تتمثل فقط بالآلات والمعدات والأجهزة التي تستخدم في عملية الإنتاج والحياة اليومية وإنما تمثل أيضا أسلوب وطريقة لنقل المعلومات والاتصال والتبادل والاقتباس بما ينسجم وطبيعة النمو الحضاري في المجتمع؛¹

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن القول بأن التكنولوجيا تمثل المعرفة لإبداع والقدرة العقلية التي ساهمت في إيجاد آلات ومعدات والوسائل والطرق التي ساهمت وتساهم في تطوير المجتمعات.

2- خصائص التكنولوجيا: تتمتع التكنولوجيا بمجموعة من الخصائص أهمها ما يلي:

- التكنولوجيا علم مستقل له أصوله وأهدافه ونظرياته؛
- التكنولوجيا علم تطبيقي يسعى لتطبيق المعرفة؛
- التكنولوجيا عملية شاملة لجميع العمليات الخاصة بالتصميم والتطوير والإدارة؛
- التكنولوجيا عملية تشمل مدخلات وعمليات ومخرجات؛
- التكنولوجيا عملية ديناميكية أي أنها حالة من التفاعل النشط المستمر بين المكونات؛
- التكنولوجيا تهدف للوصول إلى حل المشكلات؛
- التكنولوجيا متطورة ذاتيا تستمر دائما في عمليات المراجعة والتعديل والتحسين.²

ثانيا: أنواع التكنولوجيا.

يتم تصنيف التكنولوجيا إلى مجموعة من الأسس والأوجه أو على أساس مجموعة من العوامل أهمها ما يلي:

1- على أساس درجة التحكم: ونميز فيها نوعين هما:

أ- التكنولوجيا الأساسية: وهي شائعة وتمتلكها المؤسسات الصناعية، وتتميز بأن درجة التحكم فيها كبيرة جدا؛

ب- تكنولوجيا التمايز: وهي عكس النوع السابق، حيث تمتلكها مؤسسة واحدة أو عدد محدود من المؤسسات الصناعية، وهي تكنولوجيا تتميز بها عن بقية منافسيها.

2- على أساس موضوعها: ونميز فيها خمسة أنواع وهي:

أ- تكنولوجيا المنتج: وهي التكنولوجيا المحتواة في المنتج النهائي أو المكون له؛

¹ - ردينة عثمان يوسف، محمود جاسم الصميدعي، تكنولوجيا التسويق، ط1، دار المناهج، عمان، الأردن، 2003، ص25.

² - بن براهيم مسعودة، سهلى رابحة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في شركات التأمين-دراسة بعض النماذج-، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون، تيارت، منشورة)، الجزائر، 2016/2015، ص9.

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

- ب- تكنولوجيا أسلوب الإنتاج: وهي تلك المستخدمة في عمليات الصنع والتركيب والمراقبة؛
- ت- تكنولوجيا التسيير: وهي التي تستخدم في معالجة مشاكل التصميم والتنظيم، وتسيير تدفقات الموارد، ومن أمثلتها البرامج والتطبيقات التسييرية (نظم دعم القرارات، نظم دعم المديرين)؛
- ث- تكنولوجيا التصميم: تستخدم في نشاطات التصميم في المؤسسة، كالتصميم بمساعدة الحاسوب؛
- ج- تكنولوجيا الإعلام والاتصال: وهي التي تستخدم في معالجة المعلومات والمعطيات ونقلها.
- 3- على أساس محل استخدامها: نجد فيها نوعين رئيسيين هما:

أ- تكنولوجيا تستخدم داخل المؤسسة: هي التي تملك فيها المؤسسة درجة عالية من الخبرة والكفاءة في استخدامها؛

ب- تكنولوجيا تستخدم خارج المؤسسة: هي التي لا تستطيع المؤسسة الحصول عليها لأسباب تتعلق بالجانب المالي أو البشري مما يرغب المؤسسة على الحصول عليها من مؤسسة أخرى، أو من مورد أو من مقدمي تراخيص استخدامها.¹

4 - على أساس رأس المال: نجد فيها ثلاثة أنواع هي:

أ- التكنولوجيا الوفرة لرأس المال: هي تلك التي تزيد الإنتاجية الحدية للعمل بمعدل أكبر من معدل زيادة إنتاجية رأس المال؛

ب- التكنولوجيا الوفرة للعمل: هي تلك التي تزيد الإنتاجية الحدية لرأس المال بمعدل أكبر من معدل زيادة الإنتاجية الحدية للعمل، وبالتالي تمكن من استخدام المزيد من رأس المال والقليل من العمل؛

ت- التكنولوجيا المحايدة: وهي تلك التي تزيد إنتاجية رأس المال والعمل بنسبة واحدة.²

ثالثا: أهمية التكنولوجيا.

تعد التكنولوجيا العصب الحيوي لنشاط المنظمة، وإن عدم وجودها يؤدي إلى ضعف اتخاذ القرارات الصحيحة، فهي تعمل على إحداث تغييرات جذرية في كل مفاصل المنظمة وأعمالها، منتجاها، أسواقها لامتداد استخدامها في مختلف أنشطة المنظمة، وتتجلى أهمية التكنولوجيا فيما يلي:

- زيادة القدر المتاح من الموارد الطبيعية الموجودة عن طريق اكتشاف وإضافة موارد جديدة من خلال ابتكار وسائل فعالة أكثر قدرة على الكشف عن ما هو موجود من هذه الموارد؛

¹ - ملين علوطي، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتأثيرها على تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال، جامعة الجزائر، غير منشورة)، الجزائر، 2004/2003، ص - ص: 9-10.

² - محمد خليل برعي، مبادئ الاقتصاد، بدون طبعة، دار زهران، القاهرة، مصر، 1996، ص 106.

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

- ابتكار وسائل وطرق تتيح الإحلال بين الموارد بالشكل الذي يقلل من استخدام الموارد النادرة بزيادة استخدام الموارد المتوفرة وبما يؤدي إلى زيادة الإنتاج من خلال ذلك؛
- اكتشاف وسائل إنتاج جديدة ومن خلال التطور التكنولوجي وبالشكل الذي يتيح زيادة الإنتاج وتحسين نوعيته، إضافة إلى تقليل الكلفة بتحقيق الكفاءة؛
- السرعة الفائقة في التطورات التكنولوجية، وما تبرزه من إنجازات في المجالات كافة، وبالذات المجالات التكنولوجية الأكثر تعقيدا وتطورا؛
- الربط بين التطور التكنولوجي والنمو الاقتصادي، والذي يتصل بما تحقق في الثورة الصناعية في بداية حصولها واستمرارا مع مراحل تطورها اللاحقة، وحتى الوقت الحاضر، خاصة وأن العديد من الدراسات تؤكد على وجود مثل هذه العلاقة، حيث توصل أحد من الباحثين إلى أن نسبة مهمة من النمو في الدخل القومي يمكن أن يؤدي إلى التقدم التكنولوجي؛
- الاهتمام بتطوير الأسلحة والمعدات والأجهزة الحربية، وفي المجالات الأخرى كارتياح الفضاء مثلا، وغيره والذي أدى إلى زيادة الاهتمام بتحقيق التطور التكنولوجي لصلته الوثيقة بهذه المجالات، من خلال ارتباطه به؛
- اعتماد المشروعات على التطور التكنولوجي كأداة هامة وأساسية في المنافسة بينهما.¹

المطلب الثاني: ماهية الإعلام.

الإعلام أهم وأخطر صناعة تسعى دول العالم جميعها لامتلاكها، وعلى الرغم من الاختلاف الكبير الذي انقسم الجمهور حول مصداقية وسائل الإعلام، يبقى الإعلام هو أهم وسيلة يتعامل معها البشر ولا يستطيعون الخلاص من تأثيرها.

أولا: مفهوم الإعلام وأهميته.

يعتبر الإعلام وسيلة تهدف إلى التأثير في الآخرين من خلال نشر الأفكار والأخبار والآراء، وعليه سنتناول مفاهيم عديدة للإعلام ومن ثم أهميته.

1- مفهوم الإعلام: يمكن تعريف الإعلام كالاتي:

- الإعلام نشاط اتصالي يتمتع بكافة مقومات النشاط الاتصالي ومكوناته الأساسية، وهي مصدر المعلومات والوسائل الإعلامية، التي تنقل هذه الرسائل إلى المستقبلين للمادة الإعلامية؛

¹ - فليح حسن خلف، المدخل إلى الاقتصاد، ط 1، عالم الكتب الحديث، عمان، الأردن، 2015، ص 308.

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

● ويعرف على أنه عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة ووقائع محددة وأفكار منظمة؛¹

● الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في الواقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن سلوك الجماهير واتجاهاتهم وميولهم. والغاية الوحيدة من الإعلام هي الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات؛²

● الإعلام هو تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة، وبقدر ما تكون هذه الصحة والسلامة في المعلومات أو الحقائق يكون الإعلام في ذاته سليما وقويا؛³

ومن خلال ما تقدم يمكن تعريف الإعلام على أنه نشر الحقائق والمعلومات والأخبار بين الجمهور بقصد تنمية الوعي السياسي والاجتماعي والثقافي كما يعد من وسائل الربط والاتصال بين الأفراد.

2- أهمية الإعلام:

يعتبر الإعلام بوسائله المختلفة المسموعة والمقروءة والمرئية من أهم وسائل الحديثة في مخاطبة المجتمعات الإنسانية، وترجمة توجهاتها الاجتماعية وتفعيل تحركها السياسي ومشهدا الثقافي ونتائجها الفكري والإبداعي بما تميز به من قدرة فائقة في التأثير من خلال مخاطبة الحدث وتحليل مجريات الأحداث، أسبابها ونتائجها، وفي ظل التطور النوعي التقني والمعلوماتي الحديث أصبح لإعلام دور كبير وأهمية بالغة في التأثير على سلوكيات المجتمعات وتوجيه فعلها اليومي حيث يسجل الإعلام حضوره الرائد لدى الإنسان أكثر من أي وسيلة أخرى، ويعد الإعلام موردا أساسيا لعملية اتخاذ القرار في المؤسسة، حيث نلخص أهميته فيما يلي:

- تخفيض الضغوط، مصدرها الأساسي، قلة المعلومات أو توفير معلومات غير كافية أو غير دقيقة؛
- تسهيل فهم التعليمات والسياسات المتخذة من طرف المؤسسة واشتراك الجميع في المساهمة النشطة؛
- خلق ظروف مناسبة وملائمة لنجاح العمل في المؤسسة.⁴

¹ - برحيل شريفة، بلعربي ياسين، تكنولوجيا الإعلام والاتصال وأثرها على فعالية تسيير البنوك-دراسة حالة وكالات-، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2014/2015، ص 25.

² - مصطفى يوسف كاني، وآخرون، الإعلام والإرهاب الإلكتروني، ط1، دار الإعصار العلمي، عمان، الأردن، 2014، ص 11.

³ - سعادة راغب الخطيب، مبادئ العلاقات العامة، ط1، دار البداية، عمان، الأردن، 2010، ص 139.

⁴ - نوار أمال، بريد الجزائر وتحدياته في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال بطاقات المعاملات المالية نموذجاً، (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2011/2012، ص 19.

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

ثانيا: وسائل الإعلام.

تعددت وسائل الإعلام وتنوعت منذ عصور التاريخ إلى درجة كبيرة وراوحت تلك الوسائل بين بصرية وسمعية وكتابية، والوسائل الشفهية هي الوسائل الأكثر انتشارا في المجتمعات البدائية وفي الجماعات التي لم يتوفر لها الإمام بالكتابة.

1- وسائل الإعلام الشفهية: تتمثل وسائل الإعلام الشفهية فيما يلي:

أ- الخطبة: تعتبر الخطبة من أقدم وسائل الإعلام الشفهية وهي مازالت منتشرة في المجتمعات الحالية، عرفت المجتمعات القديمة، فانتشرت عند العرب والرومان إلى درجة أصبحت الوسيلة المفضلة لديهم، كانت الوسيلة الإعلام في الحرب والسلام وفي السياسة والأدب؛

ب- الندوات: إذا كانت الخطبة هي توجه إعلامي إلى عدد غير محدد من الناس فإن الندوة هي توجه إعلامي شفهي لعدد محدد من الناس، ومن الندوات المختصة لدينا العلمية، الأدبية، المهنية، الصناعية، والزراعية، أما الندوات الأخرى مثل ندوات الشباب و الندوات السياسية فهي وسيلة إعلام مباشرة تظهر أهميتها في كونها تضم عددا قليلا من الناس لكن فائدتها الإعلامية قد تكون آنية لكونها شفهية إلا إذا أرفقت بمادة مكتوبة تتناول موضوع الندوة بالشرح والتسجيل وفي هذا المجال يمكن اعتبار المحاضرة ندوة إذا ما اتبع المحاضرة نقاش بين المحاضر والمستمعين.

2- وسائل الإعلام المكتوبة: تتمثل وسائل الإعلام المكتوبة في:

أ- الكتاب: وهو وسيلة إعلام فعالة لأنها تقدم للقارئ البراهين والحجج في صفحات كثيرة ومتكاملة ومدروسة بدقة وعناية ومبوبة في فصول وأقسام، ومدعومة بمراجع ومصادر؛¹

ب- الصحف والمجلات: تعتبر الصحف والمجلات من الوسائل الإعلامية الشائعة، كما تمتاز بأنها واسعة الانتشار وأنها تتجدد يوميا وأنها تقرأ وتشاهد بالعين بما فيها من صور وخرائط وأرقام ويكون للصحف دورا هاما فيما إذا انتقلت إلى خارج حدود الدولة كما أنها توضع في المحلات العامة وفي الطائرات وفي المكاتب والعيادات كما أنها وسائل رخيصة من ناحية تكاليف شرائها كما أنها تضم الإعلام والإعلان والدعاية وتكون يومية وقد تكون أسبوعية أو صباحية أو مسائية، كما أنها قد تكون متخصصة، لذلك تعتبر الصحف الوسيلة الأقل تكلفة الأوسع انتشارا والأسرع للوصول إلى عقول الناس وعواطفهم ومشاعرهم؛

وما ينطبق على الصحف ينطبق على المجلات من ناحية الثبات والانتشار وقلة التكاليف والاحتفاظ بالمعلومات والبيانات والدراسات والصور والخرائط وإثارة المشاعر وتحريك الرأي، كما أن المجلات قد تكون

¹ - بشير عباس العلاق، علي محمد رابعة، الترويج والإعلان التجاري، بدون طبعة، دار اليازوردي، عمان، الأردن، 2007، ص- ص: 46- 47.

أسبوعية أو شهرية أو ربع سنوية أو موسمية كذلك قد تكون عامة أو متخصصة كأن تكون خاصة بالطب أو الهندسة أو الزراعة أو متخصصة بالمرأة أو الرجال أو الأطفال، إلا أن من عيوب الصحف والمجلات عدم رغبة الناس أحيانا أو فئات منهم بالقراءة أو ليس لديهم الوقت لتقليب صفحات الصحيفة المحلية أو العالمية أو المجلة وحاجتهم لسماع الراديو أو مشاهدة التلفزيون فيكون ذلك أسهل لهم مما يفقد الصحيفة أو المجلة فرصة توصيل الرسالة الإعلامية إلى عدد من الناس غير المهتمين بالقراءة.

3- وسائل الإعلام السمعية والبصرية: تعتبر محطات الإذاعة وقنوات التلفزيون والقنوات الفضائية الأوسع انتشارا والأسهل لوصول قطاعات الجماهير في أماكن عديدة ومتباعدة في آن واحد، فالمستمع يستمع الراديو في المنزل والمكتب وعلى مدى 24 ساعة ويستمتع إلى برامج مختلفة ويمكن للإعلاميين إذاعة أي ملاحظة مقصودة أو خبر هام يؤثر في الجماهير أثناء الاستماع إلى برامج الإذاعة. وكذلك الحال بالنسبة للتلفزيون فوجد أنه يعمل لساعات طويلة وخصوصا القنوات الفضائية والتي تتنوع فيها البرامج والاختصاصات مما يتيح أكبر فرصة ممكنة لأن يقوم الإعلاميون ببث الأخبار والمعلومات والتوجيهات التي يرغبون في إيصالها للتعبير عن موقف أو حدث وخصوصا في التلفزيون حيث يكون الصوت والصورة والكلمة المكتوبة بجانب الصور والمشاهدات على التلفزيون مما يتيح فرصة كبرى لإيصال الرسالة الإعلامية. كما أن الراديو والتلفزيون من خلال البرامج الهادفة اليومية يتيح الفرصة أمام الجماهير للاستمتاع أو المشاركة في الحوارات التي تمس قضايا تتعلق بأحداث هامة عامة أو خاصة.¹

ثالثا: شروط الإعلام.

لنجاح وسائل الإعلام في تنفيذ المهام الموكلة لها والتي تتمثل في إيصال الأفكار والمعلومات التي تتضمنها الرسائل إلى الأفراد، لابد من توفر عدد من الشروط والتي لولاها لن يتحقق النجاح في تنفيذ تلك المهام ومن هذه الشروط ما يلي:

- وضوح موضوع الرسالة الإعلامية ومدى مناسبة ذلك الموضوع للجماهير التي يستهدفها الإعلام إذ أن عملية مشاركة وتفاهم هي عملية تواصل بين المرسل والمستقبل؛
- استخدام الخبرات السابقة وتوظيفها في عملية دفعهم لتقبل المادة التي تعرضها وسيلة الإعلام والتأثر بها؛
- استخدام الخبرات الإعلامية السابقة لكيفية التعامل مع الجماهير المختلفة والاستفادة منها في مهام لاحقة؛
- ربط موضوع الرسالة بالحاجات والرغبات التي تسعى لتحقيقها تلك الجماهير والتي يوجه لها الإعلام؛

¹ - محمد أبو سمرة، الإعلام والسلطات الثلاث، بدون طبعة، دار الراجية، عمان، الأردن، 2012، ص 65.

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

- أن تسهم الموضوعات التي تتناولها تلك الوسائل في إيجاد حلول لبعض المشكلات؛
- مدى قدرة الرسالة الإعلامية على التكيف مع الظروف والمواقف المختلفة؛
- أن تكون المادة الإعلامية أكثر إقناعاً وأسهل استيعاباً، وأكثر ثباتاً ورسوخاً في أذهان المتلقين.¹

المطلب الثالث: ماهية الاتصال.

يلعب الاتصال دوراً هاماً داخل المنظمة، ويمكن تشبيهه بالدم الذي يجري في عروق الإنسان، ويحمل الغذاء إلى كافة أجزاء الجسم، فالاتصال بالنسبة للمنظمة يلعب دوراً هاماً في المحافظة على تدفق والعمل داخل المنظمة، وترتفع كفاءة العمل كلما كانت هناك أنظمة جيدة للاتصال، وكانت كفاءة المديرين عملية في الاتصال.

أولاً: تعريف الاتصال.

ويمكن القول بأن الاتصال هو الوظيفة التي لا غنى عنها لأي فرد أو لأي منظمة تسعى للبقاء والاستمرار، وعليه اختلفت التعريفات التي تناولت موضوع الاتصال تبعاً لاختلاف وجهات النظر حيالها، وقد عرفه بعض الباحثين والعلماء كالآتي:

- يرجع أصل كلمة اتصال (communication) إلى الكلمة اليونانية (communis) بمعنى عام أو مشترك أو المشاركة (sharing). فالاتصال هنا يعني الاشتراك في المعلومات أو تبادل المعلومات، المشاعر والاتجاهات، أي أنه يتضمن المشاركة، أو التفاهم حول شيء أو اتجاه أو فكرة أو سلوك أو فعل ما؛
- الاتصال هو نقل وتوصيل أو تبادل الأفكار والمعلومات بالكلام أو بالإشارات. ويتم تبادل المعلومات أو الأفكار بين مرسل ومستقبل؛²
- الاتصال هو حقل للمعرفة يهتم بالاستخدام المنظم للرموز للحصول على معلومات عامة أو مشتركة حول ظاهرة أو حادث أو هدف؛³
- الاتصال تلك العملية التي بمقتضاها يتم نقل وتبادل المعلومات بين طرفين أو أكثر؛⁴

ومن خلال ما سبق يمكن أن نعرف الاتصال على أنه العملية التي يتم بها نقل المعلومات والمعاني والأفكار من شخص إلى آخر أو آخرين بصورة تحقق الأهداف المنشودة.

¹ - جودت شاكر محمود، الاتصال في علم النفس، ط1، دار الصفاء، عمان، الأردن، 2013، ص 651.

² - معن محمود عياصرة، مروان مُجدّ بني أحمد، القيادة والرقابة والاتصال الإداري، ط1، دار حامد، عمان، الأردن، 2008، ص 162.

³ - عنبر إبراهيم شلاش، إدارة الترويج والاتصالات، ط1، دار الثقافة، عمان، الأردن، 2011، ص 19.

⁴ - طارق طه، نظم دعم القرار في بيئة العولمة والانترنت، بدون طبعة، دار المكتب، القاهرة، مصر، 2007، ص 456.

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

ثانياً: أنواع الاتصال.

تصنف الاتصالات في المنظمات إلى عدة أنواع وفق الأساس أو وفق المعيار الذي يستخدم للتصنيف، وفيما يلي أهم هذه الأنواع:

1- الاتصالات العملية: وهي اتصالات تتعلق بعمليات ونشاطات المنظمة ويمكن أن تكون داخلية أو خارجية. فالاتصالات العملية الداخلية تتم بين العاملين داخل المنظمة من أجل إنجاز أعمال المنظمة الداخلية. أما الاتصالات العملية الخارجية تتم بين المنظمة والجهات الأخرى (في نفس البلد أو خارجه) من عملاء، وموردين، ومنافسين، ومؤسسات مالية و جهات حكومية وغيرها، وذلك بهدف إنجاز الأعمال الخارجية للمنظمة، وكلا النوعين من الاتصالات حيوي لنجاح المنظمة ونموها وازدهارها؛¹

2- الاتصالات الشخصية: وهي اتصالات مباشرة أو موجهة تستخدم فيها الحواس الخمسة وتتيح فرصة التفاعل بين شخصين أو أكثر مشتركين في القضية أو الفكرة أو الموضوع الذي يدور حوله الاتصال كما يتيح فرصة التعرف الفوري والمباشر على تأثير الرسالة الاتصالية؛²

3- الاتصالات الرسمية: هي التي تتم بوسائل الاتصال الرسمية التي يقرها التنظيم ويتطلبها، وهذه الاتصالات قد تكون داخلية أي داخل نطاق المنظمة الإدارية، أو خارجية أي بين منظمة إدارية وأخرى، أو بينهما وبين الأفراد؛³ وتأخذ الاتصالات الرسمية ثلاثة اتجاهات أساسية وهي:

• **الاتصالات النازلة:** وهي أكثر الأنواع استخداماً في المؤسسة ويتم استخدام هذه الاتصالات في عملية نقل الأوامر والتعليمات من الإدارة العليا في المؤسسة إلى المستويات الوسطى والدنيا؛⁴

• **الاتصالات الصاعدة:** إن أغلب هذه الاتصالات تتمثل في تقارير العمل التي يرفعها الرؤساء المباشرين إلى الإدارة العليا؛

• **الاتصالات الأفقية:** يأخذ هذا النوع مجراه بين أعضاء الإدارات والأقسام داخل المنظمة بهدف توفير عمليات التنسيق الضرورية للعمل.⁵

¹ - حسين محمود حريم، مهارات الاتصال في عالم الاقتصاد وإدارة الأعمال، ط1، دار الحامد، عمان، الأردن، 2012، ص 18.

² - حسين محمود حريم، مصطفى نجيب شاويش، المراسلات التجارية، ط1، الشركة العربية المتحدة، القاهرة، مصر، 2013، ص 14.

³ - بدون اسم، إدارة الأعمال الحديثة، الموسوعة التجارية، Edit Creps، بدون سنة، ص 218.

⁴ - موسى قاسم القريوني، علي خضر مبارك، أساسيات الإدارة الحديثة، ط3، دار تسنيم، عمان، الأردن، 2007، ص 175.

⁵ - محمد يوسف القاني، السلوك التنظيمي، ط1، الأكاديميون لنشر، عمان، الأردن، 2015، ص 215.

4- الاتصالات غير الرسمية: هي جزء من واقع الحياة في المنظمات، ويمكن أن يكون لها نتائج وأثار للإشاعات والأقاويل. ويتطلب الأمر من المديرين استمرار الحذر واليقظة والإصغاء إلى ما يدور ويقال، وإطلاع العاملين باستمرار على ما يجري في المنظمة والإصغاء إليهم؛¹

5- الاتصالات الكتابية: يعبر عنها بالاتصالات الغير الشخصية وتعتمد على الكلمات والألفاظ اللغوية المكتوبة لا المنطوقة وذلك في صياغة مضمون الرسالة التي تتوجه إلى مستقبلها أفرادا كانوا أو جماعات.²

ثالثا: أهمية وأهداف الاتصال.

يأخذ الاتصال دورا وحيزا كبيرا في الحياة اليومية لأفراد والمنظمات بصورة عامة، نظرا لكونه الوسيلة الأساسية في تحقيق التفاعل مع الآخرين للوصول إلى أهداف على مختلف المستويات وبالتالي فإنه وظيفة أو مهمة واجب قيام بها وخاصة المنظمات لكونها تسعى إلى تحقيق أهدافها المرسومة، وعليه سنتطرق إلى أهمية وأهداف الاتصال.

1- أهمية الاتصال: ترجع أهمية الاتصال إلى أن المقدر على المشاركة والتفاعل مع الآخرين وتبادل الآراء والأفكار والمعلومات تزيد من فرص الفرد في البقاء والنجاح والتحكم في الظروف المختلفة المحيطة به، في حين أن عدم القدرة على الاتصال مع الغير يعد نقصا اجتماعيا. ويمكن النظر إلى أهمية الاتصال من وجهة نظر المرسل، ومن وجهة نظر المستقبل، فمن وجهة نظر المرسل تتمثل أهمية الاتصال فيما يلي:

- التعليم: أي تدريب وتطوير أفراد المجتمع عن طريق تزويدهم بالمعلومات والمهارات التي تؤهلهم للقيام بوظيفة معينة، وتطوير إمكانياتهم العلمية وفق ما تتطلبه ظروفهم الوظيفية؛
- الترفيه: وذلك بالترويج عن نفوس أفراد المجتمع وتسليتهم؛
- الإقناع: أي إحداث تحولات في وجهات نظر الآخرين؛³
- الثقافة: حيث يعمل الاتصال على نشر الإبداع والمواهب والخبرات والأفكار وحفظ التراث وتطويره من جماعة لأخرى ومن شعب لأخر؛
- تأكيد الذات: لأن الإنسان بحاجة إلى تحقيق الذات عليه الاتصال مع الآخرين والتأثر بهم والتأثير عليهم؛
- الحوافز: لأن الاتصال يوفر أسباب المناقشة الشريفة والرأي الآخر ومعرفة العوامل التي أدت إلى تحقيق النجاحات و حفز الأفراد نحو محاكاة هؤلاء؛

¹ - حسين محمود حريم، مهارات الاتصال في عالم الاقتصاد وإدارة الأعمال، مرجع سبق ذكره، ص 19.

² - أحمد ماهر، الإدارة (المبادئ والمهارات)، بدون طبعة، الدار الجامعية، القاهرة، مصر، 2006، ص 491.

³ - ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود، الاتصال والعلاقات العامة، ط1، دار صفاء، عمان، الأردن، 2005، ص- ص : 35-36.

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

● **التنشئة الاجتماعية:** وهي عملية مستمرة طيلة الحياة يكسب الإنسان من خلالها السلوكيات والقيم والعادات المقبولة اجتماعيا وإنسانيا.¹

أما المستقبل فإنه ينظر إلى أهمية الاتصال من الجوانب التالية:

- فهم ما يحيط به من ظواهر وأحداث؛
- تعلم مهارات وخبرات جديدة؛
- الراحة والمتعة والتسلية؛
- الحصول على المعلومات الجديدة التي تساعده في اتخاذ القرار والتصرف بشكل مقبول اجتماعيا.²

2- أهداف الاتصال: تتمثل أهداف الاتصال فيما يلي:

- يتمثل الهدف الرئيسي للاتصال في تبادل المعلومات بين الأفراد والعمل على تحريك وتعديل سلوكهم نحو الأداء الجيد.³ أما الأهداف الفرعية على المستوى الوظيفي فتتمثل فيما يلي:
- قيادة وتوجيه الأفراد والتنسيق بين جهودهم وحفزهم للعمل؛
 - تهيئة المناخ التنظيمي الجيد لتحقيق الرضا في العمل ورفع الروح المعنوية؛
 - الاستشارة ومناقشة المشاكل؛⁴
 - تنمية المعلومات والفهم الجيد بين جميع الموظفين؛
 - تصحيح أي معلومات خاطئة أو غموض في السياسات؛
 - تشجيع المرؤوسين على تقديم أفكارهم واقتراحاتهم لتحسين الإنتاج أو بيئة العمل، وأخذ هذه الاقتراحات بجدية من قبل الإدارة العليا؛
 - تحسين العلاقات بين العمال والإدارة بالمحافظة على قنوات الاتصال مفتوحة.⁵

¹ - علي فلاح الزعبي، ادريس عبد الجواد الحبوبي، إدارة الترويج والإعلان التجاري مدخل معاصر، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2015، ص 74.

² - رجي مصطفى عليان، عدنان محمود، الاتصال والعلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 36.

³ - حازم مُجدد حافظ، تنمية المهارات الإدارية السلوكية للعاملين الجدد، ط1، المكتب العربي للمعارف، عمان، الأردن، 2011، ص 129.

⁴ - مُجدد رسلان الجيوسي، حليلة جاد الله، الإدارة علم وتطبيق، ط3، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2008، ص 163.

⁵ - إيهاب صبيح مُجدد زريق، إدارة العمليات واتخاذ القرارات السليمة، بدون طبعة، دار الكتب العلمية، عمان، الأردن، 2001، ص- ص: 96-

المبحث الثاني: مدخل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

تعد تكنولوجيا الإعلام والاتصال كالقلب النابض في مختلف المؤسسات، إذ تساهم في توجيه تنفيذ مختلف عملياتها فهي مصدر حيوي لديومتها وبقائها، وعليه نستهل هذا المبحث لتقديم مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال، مروراً إلى خصائصها التي كانت سبباً مباشراً في سرعة انتشارها واختراقها لمختلف مجالات الحياة وأهميتها وبنيتها التحتية، كما سنتطرق إلى مختلف وظائف ومميزات تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وفي الأخير سنتطرق إلى تأثيراتها الإيجابية والسلبية.

المطلب الأول: تعريف وخصائص وأهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

أصبحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال ميزة العصر الذي نعيش فيه، وعليه من خلال هذا المطلب سنتعرف أولاً على تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال ثم نتعرف على أهم خصائصها وأهميتها. أولاً: تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

لم تحضى تكنولوجيا الإعلام والاتصال كغيرها من المصطلحات الحديثة بتعريف موحد، فقد اختلف الباحثون حول تحديد مفهومها تبعاً لرؤية كل واحد لها. ويمكن ذكر هذه التعاريف كالآتي:

- التكنولوجيا الإعلام والاتصال هي مجموعة الموارد والأجهزة اللازمة لمعالجة المعلومات من أجهزة كمبيوتر وبرامج وشبكات ضرورية لإنتاج هذه المعلومات وتوزيعها واسترجاعها وعرضها؛
- تشير تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل إلكتروني، وتشمل تكنولوجيا الحاسبات الآلية ووسائل الاتصال وشبكات الربط وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات؛¹
- ويمكن أيضاً تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال بأنها خليط من أجهزة الحواسيب الإلكترونية ووسائل الاتصال المختلفة، مثل الألياف الضوئية والأقمار الصناعية، أي مختلف أنواع الاكتشافات والمستجدات والاختراعات والمنتجات التي تعاملت وتتعامل مع شتى أنواع المعلومات من حيث جمعها وتحليلها وتنظيمها وتخزينها واسترجاعها في الوقت المناسب، وبالطريقة المناسبة والمتاحة؛²

¹ - سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر، (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل واستشراف اقتصادي، جامعة منتوري، قسنطينة، غير منشورة)، الجزائر، 2011، ص 4.

² - بن بركة عبد الوهاب، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دفع العجلة التنموية، مجلة الباحث، جامعة محمد خيضر، العدد 07، بسكرة، 2010/2009، ص-ص: 245-246.

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

- تتضمن تكنولوجيا الإعلام والاتصال جميع الاستعمالات من حواسيب، شبكات الاتصال وأجهزة تداول المعلومات سلكية ولاسلكية، حيث تتمثل عادة في أجهزة الاتصال من هاتف، فاكس وانترنت، وهي تستخدم بغرض أداء مختلف المهام الرامية إلى تحقيق أهداف المؤسسة؛¹
- ويمكن تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالنسبة للمؤسسة هي تلك الأدوات التي تستخدم لبناء نظم المعلومات والتي تساعد الإدارة على استخدام المعلومات المدعومة لاحتياجاتها في اتخاذ القرارات وللقيام بمختلف العمليات التشغيلية في المؤسسة.²

ثانيا: خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

لتكنولوجيا الإعلام والاتصال مجموعة من الخصائص تجعلها تتمتع بقدرات عالية وتأثيرات متزايدة في مختلف المجالات:

- **التفاعلية:** أي أن المستعمل لهذه التكنولوجيات يمكن أن يكون مستقبل ومرسل في نفس الوقت فالمشاركين في عملية الاتصال يستطيعون تبادل الأدوار وهو ما يسمح بخلق نوع من التفاعل بين الأشخاص والمؤسسات وباقي الجماعات وبإدخال مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية والتبادل؛
- **اللاتزامية:** وتعني إمكانية استقبال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدم، فالمشاركين غير مطالبين باستخدام النظام في الوقت نفسه، ففي البريد الإلكتروني نجد أن الرسالة ترسل مباشرة من المنتج إلى المستقبل دونما حاجة لتواجد هذا الأخير أثناء العملية، وقد يسترجعها فيما بعد؛
- **اللامركزية:** وهي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا الإعلام و الاتصال، فالانترنت مثلا لا يمكن لأي جهة أن تعطله على مستوى العالم، أي أنه يتمتع باستمرارية عمله، وليس هناك كمبيوتر واحد يتحكم فيها، ويمكن أن تتعطل عقدة واحدة أو أكثر دون تعريض الانترنت بمجملها للخطر، ودون أن تتوقف الاتصالات عبرها؛
- **قابلية التوصيل:** وتعني إمكانية أي الربط بين الأجهزة الاتصالية المختلفة، بغض النظر عن البلد أو الشركة التي تم فيها الصنع. كما أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تتميز بخاصية قابلية التحرك أو الحركية

¹ - إبراهيم بخي، صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعلاقتها بتنمية وتطوير الأداء، المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، 09/08 مارس 2005، ص 318.

² - علاوي مالك، أثر استعمال التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال على تسيير الموارد البشرية في القطاع العمومي - دراسة حالة الوكالة الوطنية لتنمية البحث الجامعي (ANDRU)-، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، تخصص تسيير عمومي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، غير منشورة)، الجزائر، 2006/2005، ص 51.

حيث يمكن لمستخدميها الاستفادة منها أثناء تنقله في أي مكان، عن طريق وسائل اتصال كثيرة كالحاسب الآلي والإنترنت؛

● **قابلية التحويل:** أي إمكانية نقل المعلومة من وسيط إلى آخر، كتحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مقروءة أو ما يسمى بالمقروء الإلكتروني؛

● **الاجماهيرية:** وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضا درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها؛

● **الشيوع والانتشار:** هو قابلية هذه الشبكة التوسع لتشمل أكثر فأكثر مساحات غير محدودة من العالم بحيث تكتسب قوتها من هذا الانتشار المنهجي لنظامها المرن. كما إنها تتميز بالعالمية الكونية أي المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيات، حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة تنتشر عبر مختلف مناطق العالم وهي تسمح لرأس المال بأن يتدفق إلكترونيا.¹

ثالثا: أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

تكنولوجيا الإعلام والاتصال هي التي تمكنا من التغيير، وتعد كميترات لصنع المعرفة في المجتمعات المبدعة، ولتكنولوجيا الإعلام والاتصال أهمية بالغة تتمثل في:

● هي أداة قوية لتجاوز الانقسام الإنمائي بين البلدان الغنية والفقيرة والإسراع ببذل الجهود بغية تقليل الفقر، والجوع، والمرض، والأمية، والتدهور البيئي. ويمكن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال توصيل منافع الإمام بالقراءة والكتابة، والتعليم، والتدريب إلى أكثر المناطق انعزالا، فمن خلال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، يمكن للمدارس والجامعات والمستشفيات الاتصال بأفضل المعلومات والمعارف المتاحة، ويمكن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال نشر الرسائل الخاصة بكل العديد من المشاكل المتعلقة بالأشخاص والمنظمات وغيرها؛

● إن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساهم في التنمية الاقتصادية، بحيث تؤدي الثورة الرقمية إلى نشوء أشكال جديدة تماما من التفاعل الاجتماعي والاقتصادي وقيام مجتمعات جديدة، فإن ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصالات من شأنها الانتشار بشكل سريع والتأثير في حيوية الجميع، وتتمحور تلك الثورة حول قوة تكنولوجيا الإعلام والاتصالات التي تسمح للناس بالوصول إلى المعلومات والمعرفة الموجودة في أي مكان بالعالم في نفس اللحظة تقريبا؛

¹ - زلماط مريم، دور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في إدارة المعرفة داخل المؤسسة الجزائرية - دراسة حالة بسوناطراك في STH -، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص تسيير الموارد البشرية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، غير منشورة)، الجزائر، 2010/2009، ص- ص: 16-17.

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

• زيادة قدرة الأشخاص على الاتصال وتقاسم المعلومات والمعارف ترفع من فرصة تحول العالم إلى مكان أكثر سلماً ورخاء لجميع سكانه، وهذا إذا ما كان جميع الأشخاص لهم إمكانية المشاركة والاستفادة من هذه التكنولوجيا؛

ومن هذا يتضح أن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال دور هام في تعزيز التنمية البشرية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، فهي واسعة الانتشار تتخطى بذلك الحدود الجغرافية والسياسية للدول لتصل إلى أي نقطة من العالم عجزت أن تصل إليها وسائل الاتصال القديمة.¹

المطلب الثاني: البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

تشمل البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال على المكونات المادية، الأجهزة، والمكونات البرمجية والخدمات التي تقدم عن طريقها. وهناك تعريفان للبنية التحتية، الأول تقني و الثاني فني. فيتمثل التعريف التقني بأنها مجموعة من الوسائل المادية والتطبيقات البرمجية المطلوبة لتشغيل المنظمة أو المنشأة بكل أقسامها ومرافقها؛

أما التعريف الفني وهو مجمل الخدمات واليد العاملة والقدرات التطبيقية التي تقدم بواسطة الأجهزة والبرمجيات إلى المنظمة والتي هي مموله من قبل الإدارة وتقدم الخدمات عادة إلى الزبائن والمجهزين بالإضافة إلى العاملين.² يبقى تفسير مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال يركز على كونه خليطاً في استخدام المعلومات والبيانات مع الحواسيب والاتصالات كمكونات لهذا المفهوم. وتشمل البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال على ما يلي:

أولاً: البيانات وأجهزة.

تعتبر البيانات مواد وحقائق خام أولية، أما الأجهزة تشمل كافة المكونات المادية المعتمدة في إدخال البيانات ومعالجتها وسوف نوضح كل عنصر على حدى:

1- البيانات : وهي الأساس الأول لبناء المفهوم والتي من دونها لا يمكن إطلاقاً لباقي الأسس والبنى أن تعمل أو بالأحرى أن تقوم لها قائمة أصلاً؛

2- الأجهزة : وهي الأدوات التي تحفظ وتخزن وتعالج البيانات، والتي هي مجموعة من الحواسيب بمختلف أنواعها وأحجامها وسرعتها وإمكانية استيعابها من البيانات. والحاسوب هو جهاز الكتروني يأخذ البيانات

¹ - بن براهيم مسعودة، سهلى راحة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في شركات التأمين-دراسة بعض النماذج-، مرجع سبق ذكره، ص- ص: 26-25.

² - عامر إبراهيم قنديلجي، علاء عبد القادر الجنابي، نظم المعلومات الإدارية، ط2، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2007، ص 429.

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

كمدخلات حيث يتم تخزينها ومعالجتها حسب الأوامر الصادرة لتنفيذ مهام معينة ثم يتم عرضها كـمخرجات؛

ثانيا: البرمجيات والاتصالات.

إن البرمجيات هي التي تسيطر على المكونات المادية للحاسوب، أما الإتصالات تشمل مختلف الوسائط المادية والبرمجية التي تربط بين الأقسام المختلفة للأجهزة، وتمثل كل منهما على النحو التالي:

1- البرمجيات: وهي البنى التي بواسطتها يمكن السيطرة على البيانات إضافة إلى التحكم وتطبيق العمليات الحسابية والمنطقية والحصول على نتائج وحل المشكلات حسب الحاجة والطلب. ويوجد نوعان رئيسيان من البرامج وهما برامج النظام وبرامج التطبيقات ويؤدي كل منهما وظيفة مختلفة عن الآخر؛

2- الاتصالات: وهي نتائج تطور البنية التحتية السابقة الذكر و التي ساعدت على توزيع و نشر البيانات وهي أشبه بوسائط النقل التي تساعد على ربط العالم وتقليص المسافات والإسراع في التوزيع التجاري للمنتجات وبالذات التي تعرف بالاتصالات عن بعد والتي قصرت المسافات وجعلت العالم كله كقرية واحد.

ثالثا: الشبكات والإنترنت.

إن أهم التطورات الكبرى في هذا المجال هو اقتراب تكنولوجيا المعلومات بسرعة فائقة من الاتصال، لذا أصبحت تعرف بتكنولوجيا الإعلام والاتصال، وبالتالي فهي توفر بالإضافة إلى خدمات الجناح الأول عامل الربط أو الاتصال بين الأفراد، المؤسسات والهيئات زمانا ومكانا، من خلال ما يعرف بالشبكات، ومن أبرز شبكات الاتصال هي الإنترنت، ويمكن توضيحهما كالتالي:

1- الشبكات: وهي حصيلة تطور الاتصالات عن بعد وتأخذ مفهوم العالم كقرية واحدة والتي سرعت في نقل البيانات والمعلومات، وهي موضوعنا في المبحث الثالث؛

2- الإنترنت: وتعتبر شبكة الإنترنت حاليا أحدث مستخدمات البنى التحتية لمفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال إضافة إلى الإنترنت والإكسترنات، كما تلعب دورا هاما وحاسما حيث تقدم خدمات عديدة ومتنوعة لمختلف الزبائن والعاملين والوسطاء، وهي مفصلة فالمبحث الثالث إضافة إلى الإنترنت والإكسترنات.¹

¹ - سليمان مصطفى الدلاهمة، أساسيات نظم المعلومات، ط 1، الوراق لنشر، عمان، الأردن، 2008، ص - ص: 327-328.

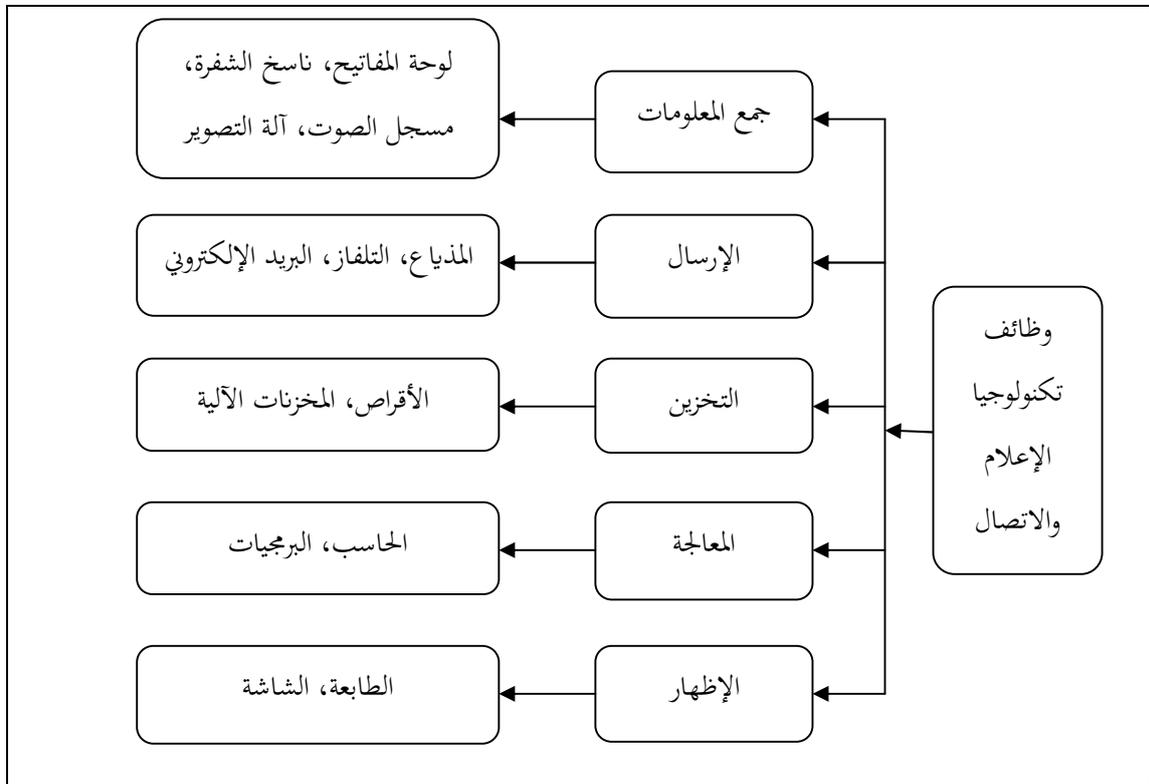
الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

المطلب الثالث: وظائف ومميزات وآثار التكنولوجيا الإعلام والاتصال.

تعتبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال أحد العوامل الأساسية في إحداث تنمية اقتصادية واجتماعية وعليه سنحاول في هذا المطلب الوقوف على أهم وظائفها ومميزاتها وكذا التطرق لمختلف آثارها. أولاً: وظائف التكنولوجيا الإعلام والاتصال.

تؤدي تكنولوجيا الإعلام والاتصال خمسة وظائف أساسية تتمثل في جمع المعلومات، إرسالها، تخزينها، معالجتها، وإظهارها وقت الحاجة باستخدام العديد من الوسائل والأدوات وكذا الأنظمة، ويمكن إبراز ذلك من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (01-01): الوظائف الأساسية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.



المصدر: ميهوب سماح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية- حالة نشاط البنك عن بعد-، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك وتأمينات، جامعة قسنطينة - 2، غير منشورة)، الجزائر، 2014/2013، ص 7.

نلاحظ من خلال الشكل أن هناك العديد من الأدوات المعتمدة في تأدية الوظائف المختلفة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، ولكن ما يمكن ملاحظته في الآونة الأخيرة أن هذه الأدوات خضعت إلى تطوير كبير ومستمر من حيث نطاق العمل، حيث أصبحت أكثر تقدماً مما كانت عليه، فلو أخذنا مثلاً

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

أدوات التخزين فإننا نلاحظ تزايداً مستمراً في سعتها مقارنة بما كانت عليه في الماضي، بالإضافة إلى توفير عامل القدرة على تصغير حجم ووزن الأدوات المستخدمة كالهاتف النقال، الحواسيب الآلية، وهذا كله ساعد في تغيير نمط أداء الأعمال من خلال إنجاز أعمال خارج مراكزها وفي أي مكان.

ثانياً: مميزات تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

تتميز تكنولوجيا الإعلام والاتصال بعدة مميزات نذكر منها ما يلي:

- القدرة على نقل المعلومات من وسيط لآخر مع إمكانية التحكم في نظام الاتصال؛
- القدرة على استخدام وسائل اتصالية في أي مكان مثل الهاتف النقال بمعنى الانتقال من الأجهزة الثابتة إلى الأجهزة المستقلة؛
- الانتقال من اللغة الواحدة إلى اللغات المتعددة؛
- الانتقال من تكنولوجيا التنوع على تكنولوجيا التكامل في الاتصال؛
- يمكن لثورة المعلومات أن تمنح فرصة للفقراء بأن يصبحوا أغنياء وللمبتدئين أن يكونوا محترفين ومنافسين حقيقيين؛

- الانتقال من الاعتماد على الثورة المادية إلى الاعتماد على الثورة الفكرية؛
 - الاهتمام أكثر بكفاءة العنصر البشري والسرعة في أداء الأعمال؛
 - التدقيق السريع والكثيف للمعلومات مما يسمح للفرد بتنمية قدراته؛
 - سمحت التكنولوجيات للإعلام والاتصال بظهور أنماط إنتاجية واستهلاكية جديدة حيث أصبح الإنتاج يعتمد على كثرة المعلومات والابتكار والتجديد بدل التكرار في العملية الإنتاجية؛
 - ظهور تصنيفات جديدة للمعرفة قادرة على تحقيق طفرات التنمية لم يسبق الوصول إليها من قبل مما أدى إلى العمل في محيط عمل جديد قائم على أساس إدارة المعرفة ومحاولة استيعابها لتحقيق متطلبات العصر.
- هذا باختصار أهم مميزات تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي شهدتها نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرون من خلال التعميق المكثف للثورة العلمية والتكنولوجية في جوانبها المتعددة وأهمها المعلوماتية ودورها المتزايد في المجالات المختلفة حيث أحدثت تغيرات في خلق واستنباط مواد جديدة وأصبح الفن الإنتاجي السائد فناً إنتاجياً كثيف المعرفة.¹

¹ - قماير هاجر، عباس مختارية، تحديات المنظومات المصرفية في ظل التكنولوجيات الحديثة - دراسة مقارنة للدول المغاربية -، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2015/2014، ص-ص:

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

ثالثا: آثار التكنولوجيا الإعلام والاتصال.

يمكن إبراز آثار التكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجدول التالي:

الجدول رقم (01-01): آثار التكنولوجيا الإعلام والاتصال:

الآثار السلبية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال	الآثار الإيجابية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال
- في كثير من الصناعات يتقلص الإنتاج لتوظيف الأفراد إن كانت تكنولوجيا الإعلام والاتصال مفيدة بالنسبة للمنظمات التي تستخدمها، وبالتالي يكون هناك أشخاص لم يسعفهم الحظ في الحصول على منصب عمل بسبب هذه التكنولوجيا.	- مساعدة الشركات على تحقيق قدر كبير من المرونة الإنتاجية، والتقليل من النفقات مع تقديم طرق جديدة وهياكل تنظيمية جديدة لتصميم المنظمات.
- الإنترنت قد تسمح لبعض المتشدددين والمعارضين بنشر أفكاره ودعواتهم وتكون هناك صعوبات كبيرة لمواجهة التحريض على العنف والعنصرية والجنس.	- التقليل من الاتصالات الشخصية المباشرة، لوجود شبكة اتصال وسيطة بين الشركات، وهذا ما يساهم في تخفيض تكاليف التنقل والإقامة.
- التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال تجعل العلاقات بين المتعاملين أقل إنسانية كعلاقة الطبيب بالمرضى أثناء الجراحة عن بعد.	- تحقيق تكامل عالمي لأسواق رأس المال من خلال وضع ترتيبات وإجراءات أكثر مرونة لضمان حركة رأس المال على المستوى العالمي.
- يرى البعض بأن السيادة أصبحت مهددة نظرا لحرية تحرك الإعلام والاتصال والأموال عبر الحدود الوطنية كما هو الشأن بالنسبة للخصوصية الثقافية التي باتت مهددة بتفوق اللغة الإنجليزية والولايات المتحدة الأمريكية.	- زيادة الاختراعات والتجربة من الإنتاجية والتي تؤدي إلى تخفيض التكاليف والأسعار وزيادة المنتجات الأمنية (الصحية) وبالتالي ارتفاع الاستهلاك.
- سمحت التكنولوجيا الجديدة بظهور النقود الإلكترونية والتي تمثل تهديدا للسيادة النقدية.	- تنمية قدرات الأفراد من خلال اكتساب المعلومات الهادفة وأخذ قرارات أحسن.

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على: بن سعيد لخضر، التطور التكنولوجي وأثره على التنمية الاقتصادية - دراسة حالة الجزائر-، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، تخصص اقتصاد وتنمية، جامعة ابن خلدون، تيارت، منشورة)، الجزائر، 2011/2010، ص- ص: 44- 45.

المبحث الثالث: شبكات المعلومات.

تقوم فكرة الشبكة بأبسط أشكالها على وجود حاسوبين يتم الربط فيما بينهما لتسهيل تبادل المعلومات والبيانات والبرمجيات وغيرها من الموارد المعلوماتية بالشكل الذي يسمح لمختلف المستخدمين من التواصل المباشر في إطار ما يصطلح عليه الحوسبة الموزعة.

المطلب الأول: تعريف وأهمية وأهداف شبكات المعلومات.

تكتسي الشبكات المعلومات أهمية بالغة في حياتنا، لذا فاستخدامها والتحكم فيها يعتبر من الأولويات في الحياة العملية لما تقدمه من مزايا، بحيث تسمح الشبكات بالربط بين عدد من الحاسبات الآلية وملحقاتها المترابطة معا، باستخدام إحدى قنوات الاتصال بهدف تفعيل وتبادل المعلومات. مما يتيح نوعا من التشغيل والمعالجة المتكاملة للبيانات، والبرامج الخاصة بالتطبيقات المتوفرة في أي كمبيوتر متوافر في الشبكة لدى المشتركين فيها.

أولا: تعريف شبكات المعلومات.

يستخدم مصطلح شبكات المعلومات للدلالة على مفهومين مختلفين إلا أنها يرتبطان فيما يتصل بعملية توصيل المعلومات.

1- المفهوم الكلاسيكي: وهو قديم نوعا ما، كان يقصد به التعاون بين المكتبات خاصة تلك الجهود المبذولة في سبيل القيام بعملية التزويد والفهرسة، وكذا الإعارة التعاونية وهذا لتقليل وتقليص الجهود فهي إذا طريقة تنظيمية في إطار مجموعة من الوحدات تربطها علاقة مشاركة في الموارد؛

2- المفهوم الحديث والمعاصر: ارتبط هذا المفهوم بالتطورات الهائلة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال كما يقصد بها العلاقة العضوية في اتخاذ القرار بدلا من المسؤولية الفردية في ذلك،¹ كما تعرف على أنها تفاعل بين عدد من الوحدات المستقلة والمتباعدة عن بعضها، وهي تنظيم منسق لهذه الوحدات المستقلة بغرض المشاركة في تحقيق الأهداف عامة ومشتركة بكفاءة وفاعلية أكبر مما لو حاولت كل وحدة مستقلة أن تحققها منفردة. وفي مجال المعلومات تعرف الشبكة بأنها عبارة عن مركزين أو أكثر للمعلومات تربط بينها علاقات متداخلة عن طريق وسائل وتكنولوجيا الاتصالات المختلفة؛²

¹ - عبد الرزاق تومي، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التنمية الوطنية - دراسة ميدانية بولاية أم البواقي-، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم المكتبات والمعلومات، تخصص علم المكتبات والمعلومات، جامعة قسنطينة، غير منشورة)، الجزائر، 2006/2005، ص 88.

² - ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الإتصال والعلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 139.

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

من خلال ما سبق يمكن تعريف شبكة المعلومات بأنها مجموعة من مراكز المعلومات المرتبطة ببعضها لتبادل المعلومات لتحقيق هدف معين.

ثانيا: أهمية شبكات المعلومات.

تتمثل أهمية شبكات المعلومات فيما يلي:

- ضمان تدفق وتبادل المعلومات الأساسية داخل المنظمة؛
- ربط مصادر الموارد البشرية المؤهلة مع السوق العمل، مما يتيح استغلال الطاقات البشرية الكامنة في المجتمع من طرف المنظمات؛
- توفير قاعدة بيانات، تحتوي على معلومات التسيير العملي للأنشطة؛
- تدعيم العمل الجماعي وحل المشاكل المشتركة من خلال تقاسم الملفات المشتركة والإطلاع عليها، وتقاسم الوحدات المحيطة باستخدام الطابعة مثلا وتقاسم البرامج وتخفيض سيورة مختلف الوثائق؛¹
- تمثل المعلومات التي يتم توفيرها بواسطة شبكات المعلومات نقطة انطلاق لمن يريد الحصول على بعض البيانات سواء كان هؤلاء أفراد أو مؤسسات؛
- إمكانية استقبال وتخزين ومعالجة وبحث كم هائل من المعلومات؛
- ظهور الحاجة للتعرف والوقوف على آخر ما وصل إليه العلم في فروع التخصص المختلفة للعلوم والتكنولوجيا وذلك يتطلب الاتصال السريع والمباشر.²

ثالثا: أهداف شبكات المعلومات.

- لقد تزايد الاهتمام بالشبكات المعلومات بسبب أهميتها في حل المشكلات المتعلقة بالاتصالات والمعلومات وخدماتها المختلفة، ويرجع ذلك الاهتمام المتزايد إلى تحقيق الأهداف التالية:
- 1- تسهيل وصول المستفيدين إلى المعلومات والإفادة منها بأقل وقت وجهد وتكلفة ممكنة؛
 - 2- تقديم خدمات معلوماتية أفضل من الناحيتين الكمية والنوعية؛
 - 3- الإفادة القصوى من تكنولوجيا الإعلام والاتصالات المتوافرة حاليا؛
 - 4- زيادة إنتاجية القوى العاملة في مجال المعلومات وخدماتها؛

¹ - قادي مجّد، تأثير تكنولوجيا المعلومات على مهنة المدقق الداخلي - دراسة ميدانية-، (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص محاسبة، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2014/2015، ص16.

² - مرتضى مجّد عبد اللطيف، دور قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التنمية الاقتصادية، ط1، المكتب العربي للمعارف، عمان، الأردن، 2013، ص16.

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

5- وقد تزايد الاهتمام بشبكات المعلومات خلال النصف الثاني من القرن العشرين بشكل الواضح على كافة المستويات المحلية، الإقليمية، الوطنية والدولية وحتى على المستوى العربي ويعود ذلك إلى الأسباب التالية:

• أهمية المعلومات في مجالات التنمية العلمية والتربوية والثقافية والاقتصادية والاجتماعية للأفراد والمؤسسات والدول؛

• ضخامة الإنتاج الفكري العالمي لمصادر المعلومات المختلفة في أشكالها، مما أدى إلى ظاهرة انفجار المعلومات أو ما يعرف بثورة المعلومات.¹

المطلب الثاني: أنواع الشبكات من حيث الاستخدام داخل المؤسسة.

ويمكن وصفها بمظلة الشبكات المستخدمة بالمؤسسة، فهي تقوم بربط كل نظم الكمبيوتر الموجودة في المؤسسة بغض النظر على اختلاف نظم التشغيل، البروتوكولات والمواقع الجغرافية، وهي تتمثل في الإنترنت، الإنترنت، الإكسترنال.

أولاً: الإنترنت.

يطلق على الإنترنت الشبكة العالمية أو الشبكة العنكبوتية وهي اسم لنظام ضخمة منتشر في جميع أنحاء العالم يتألف من أفراد ومعلومات وغيرها لتنظيم الاتصال عبر الشبكة. ونظراً لأهميتها سنتطرق إلى تعريفها، خصائصها وخدمات التي تقدمها.

1- تعريف الإنترنت: يمكن تعريف الإنترنت على النحو التالي:

• الإنترنت هي مجموعة هائلة من أجهزة الحاسوب المتصلة فيما بينها، بحيث يتمكن مستخدموها من المشاركة في تبادل المعلومات، والإنترنت ليست مجرد مجموعة من المعلومات والحواسيب والأسلاك ولكنه يحتوي على مجموعة كبيرة من البرامج التي تجعله يعمل مثل المعدات والحواسيب والأسلاك والمعلومات والبرامج والمستخدمين أيضاً؛²

• كما تعرف على أنها شبكة عالمية من الشبكات الحاسوبية المختلفة والمتصلة ببعضها البعض، بحيث تتمكن كل منها من بث البرامج نفسها في وقت واحد.³

¹ - ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال و العلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 140.

² - بشير عباس العلق، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقالة، بدون طبعة، ديوان الوطني للطباعة، القاهرة، مصر، 2007، ص 119.

³ - بوباح عالية، دور الإنترنت في مجال تسويق الخدمات-دراسة حالة قطاع الاتصالات-، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة منتوري، قسنطينة، غير منشورة)، الجزائر، 2010/2011، ص 57.

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

2- خصائص الإنترنت: لشبكة الإنترنت خصائص وفوائد عديدة نذكر منها ما يلي:

- **تقليل التكاليف:** تستطيع الشركة شراء برنامج واحد يعمل عليه الكثير من الموظفين، ولا داعي لشراء البرنامج نفسه لأكثر من موظف؛
 - **توفير الوقت:** تصل المعلومات الموجودة في الشبكة بسرعة عالية لأي شخص يحتاج إليها؛
 - **تقليل الجهد:** باستخدام هذه الشبكة يمكن تقليل العمليات التي تنفذ دون الحاجة إلى تكرارها؛
 - **السرعة:** تصل الرسالة الإلكترونية إلى أي شخص في العالم خلال دقائق معدودة؛
 - **المرونة:** يمكن إرسال ملفات أخرى مع الرسالة، مثل الصور والصوت والفيديو؛
 - **القبول:** إن إرسال رسالة بالبريد الإلكتروني تكون بديلا لإرسالها بالبريد العادي أو الفاكس أو حتى إجراء مكالمة هاتفية وبالتالي توفر الوقت والجهد والمال؛
 - **الترابط:** ترتبط عناصر الإنترنت مع بعضها البعض، حيث يتم التعرف على هذه المكونات من خلال عناوين فريدة ينظمها بروتوكول الإنترنت؛
 - **القدرة على تراسل البيانات:** وهذا من خلال بروتوكول التحكم بالمراسلة بهدف التحكم بعمليات نقل وترتيب كمية البيانات المرسله عبر بروتوكول الإنترنت.¹
- 3- الخدمات التي تقدمها الإنترنت: تستخدم الإنترنت في مجالات عديدة، لما تقدمه من خدمات معلوماتية وخدمة البريد الإلكتروني، كما أنها توفر النفقات المالية بالمقارنة مع أنظمة البريد العادية. فهي تستخدم في:
- **البريد الإلكتروني:** لإرسال واستقبال الرسائل ونقل الملفات مع أي شخص له عنوان بريدي بصورة سريعة جدا لا تتعدى دقائق؛
 - **خدمة المجموعات الإخبارية:** وهي تشبه خدمة القوائم البريدية باختلاف أن كل عضو يستطيع التحكم في نوع المقالات التي يريد استلامها؛
 - **خدمة الاستعلام الشخصي:** يمكن الاستعلام عن العنوان البريدي لأي شخص أو هيئة تستخدم الإنترنت والمسجلين لديها؛
 - **خدمة المحادثات الشخصية:** يمكن التحدث مع طرف آخر صوتا وصورة وكتابة؛
 - **خدمة تحويل أو نقل الملفات:** وهي تحويل أو نقل الملفات من حاسب إلى آخر (FTP)*.

¹ - محمد نور برهان، عز الدين خطاب، التجارة الإلكترونية، ط4، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريد، القاهرة، مصر، 2015، ص 74.

* -FTP: File Transfer Protocol.

- خدمة الأرشيف الإلكتروني: يمكن البحث عن ملفات معينة قد تكون مفقودة في برامجك المستخدمة في حاسبك؛
 - خدمة شبكة الاستعمالات الشاملة: يسمح للمستخدم بتشغيل والاستفادة من خدمات الكثير من الموارد الأخرى، مثل خدمة نقل الملفات وخدمة المشاركة في قوائم العناوين البريدية؛
 - خدمة الاستعلامات واسعة النطاق: هذه الخدمة هي أكثر ذكاء ودقة وفاعلية من الأنظمة الأخرى. حيث تبحث داخل الوثائق أو المستندات ذاتها عن بعض الكلمات المحورية أو الدالة التي يحددها المستخدم ثم تقدم نتائج البحث في شكل قائمة بأسماء المواقع التي تحتوي على المعلومات المطلوبة؛
 - خدمة الدخول عن بعد: تسمح باستخدام برامج وتطبيقات في الحاسب الآلي الآخر.
 - الصفحة الإعلامية العالمية: وتسمى أيضا الويب (WEB)، تجمع معا كافة الموارد المتعددة التي تحتوي عليها الإنترنت للبحث عن كل ما تريد في الشبكات المختلفة وإحضارها بالنص والصوت والصورة والويب هو نظام فرعي من الإنترنت لكن النظام الأعظم من الأنظمة الأخرى فهو النظام الشامل باستخدام الوسائط المتعددة.¹
- ثانيا: الإنترنت.

تعتبر الإنترنت كإحدى التقنيات الاتصالية المهمة في العالم، ونظرا لأهميتها سنتطرق إلى تعريف الإنترنت وفوائدها والخدمات التي تؤديها داخل المؤسسة.

1- تعريف الإنترنت: الإنترنت عبارة عن شبكة داخلية في منظمة تستطيع أن تؤمن وصول والحصول على البيانات من خلال المنشأة وتستخدم الإنترنت الركائز والبنية التحتية لشبكة المنشأة نفسها، بالإضافة إلى وسائل الربط المعيارية المستخدمة في الإنترنت، والبرمجيات المطورة للشبكة العنكبوتية العالمية وتستخدم الإنترنت تأمين تطبيقات شبكية أو تعاونية باستخدام أنواع مختلفة من الحواسيب المتوفرة والموزعة في المنشأة بما في ذلك الحواسيب اليدوية وكذلك الوسائط اللاسلكية البعيدة. وعلى الرغم من أن الشبكة العنكبوتية العالمية الويب بشكل خاص والإنترنت بشكل عام هي مفتوحة للاستخدام من قبل الجميع، وأن الإنترنت هي شبكة داخلية خاصة، فينبغي أن تكون هذه الأخيرة محمية بجدار النار؛

جدار النار هو عبارة عن مكونات مادية (معدات وأجهزة) وبرمجيات خاصة توضع بين الشبكة الداخلية للمنظمة من جهة وبين الشبكات الخارجية، ويعمل جدار النار على منع أي من المستخدمين

¹ - محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2012، ص- ص : 338-

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

الخارجيين من التوغل في الشبكات الخاصة. فهو إذن نظام للحماية مزودة ببرمجية خاصة تمنع الغرباء من اختراق الشبكات الخاصة لذلك يوجد جدار النار بأجهزته وبرمجياته في مكان مناسب بين الشبكة المنظمة الداخلية والشبكات الخارجية بما فيها الإنترنت وقد صمم جدار النار بطريقة تؤمن له اعتراض كل حزمة رسائل تمر بين شبكتين، وتفحص صفتها، ومن ثم رفض رسالة منها غير محولة من محاولة الدخول والاختراق.¹

2- فوائد الإنترنت: يمكن تلخيص فوائد الإنترنت على النحو التالي:

- مشاركة مصادر الشبكة من طابعات وأجهزة الفاكس والملفات والمجلدات بين كل المستخدمين في الشبكة؛
- كفاءة الاتصال والتنسيق بين مختلف أقسام الشركة وفروعها مما يسهل عملية الإدارة والتحكم بكل النشاطات والعمليات داخل الشركة وخارجها؛
- الوصول إلى المعلومات المطلوبة بشكل سريع وفعال من قبل كل المستخدمين في الشركة؛
- تعتبر الإنترنت وسيلة اتصالات بين الموظفين وبمختلف الأقسام وتكلفة بسيطة جدا مقارنة مع استخدام أجهزة أخرى كالفاكس أو أجهزة التلفزيون؛
- تساعد في عملية المراقبة والتحكم بالأجهزة والموظفين.²

3- الخدمات التي تؤديها الانترنت في المؤسسة: توفر شبكة الانترنت للمؤسسة العديد من الخدمات نذكر منها ما يلي:

- المشاركة في الملفات: حيث يستطيع العاملون بالمؤسسة الحصول على جميع المعلومات المراد الحصول عليها في أي لحظة ومتابعة التغيرات التي تطرأ عليها؛
- نقل وتحويل الملفات: يستطيع المسؤولون نقل الملفات من قسم إلى آخر، ومن فرع إلى آخر وتحويل المعلومات الجديدة إلى جميع الأقسام أو الفروع على سواء؛
- المشاركة في التطبيقات: قد تكون هناك برامج تكلفتها عالية الثمن، فمن الممكن أن تقوم المؤسسة بوضع تلك البرامج على أحد الأجهزة، ويقوم العاملون بالمؤسسة بمشاركة زملائهم في هذه البرامج دون زيادة نسخ؛

¹ - ثابت عبد الرحمن إدريس، نظم المعلومات الادارية في المنظمات المعاصرة، بدون طبعة، الدار الجامعية، القاهرة، مصر، 2007، ص 497.

² -خضر مصباح الطيطي، التجارة الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري، ط1، دار حامد، عمان، الأردن، 2008، ص 59.

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

• المشاركة على خط واحد: تتيح الإنترنت دخول المستخدمين من جهاز كمبيوتر على خط واحد من خطوط الإنترنت وتوفير الشراء؛

• اعتماد أفضل على النظام: في حالة حدوث عطل في الجهاز فإن باقي الأجهزة تقوم بالعمل والتغطية؛

• التحصيل المشترك: حيث يؤدي ذلك إلى توفير تكنولوجيا متقدمة، تخدم احتياجات المستخدمين وتعمل على توازن الأخطاء الذاتية بين مختلف المحاور المشتركة في الشبكة؛

• إمكانية الاتصال عن بعد: أصبح بإمكان الموظفين الاتصال عن بعد من خلال الاتصال على الخط المباشر.¹

ثالثا: الإكسترنات.

هي شبكة خاصة تستخدم الإنترنت ووسائل الاتصال العامة لكي تشارك وبطريقة آمنة جزءا من بياناتها لأطراف خارجية.

1- تعريف الإكسترنات: لإكسترنات تعاريف عديدة نذكر منها ما يلي:

• الإكسترنات هي شبكة إنترنت خاصة إذ تسمح للأفراد والمؤسسات من خارج المؤسسة بدخول محدد لشبكة الإنترنت الخاصة بها مثل المشترين للحصول على معلومات تخص الكلفة ومزايا منتجاتها. وهي شبكة تستند إلى تقنيات الويب Web التي تربط موارد مختارة من إنترنت المؤسسة مع زبائنها، أومع الشركاء الآخرين التي خلقت نظم اتصال وتعاون قوية بين المؤسسات؛²

• وتعرف الإكسترنات أيضا على أنها نتاج (تزاوج) كل من الإنترنت والإنترنت، فهي شبكة إنترنت مفتوحة على المحيط الخارجي بالنسبة للمؤسسات المتعاونة معها والتي لها علاقة بطبيعة نشاطها بحيث تسمح لشركاء أعمال المؤسسة بالمرور عبر جدران نارية التي تمنع ولوج الدخلاء والوصول لبيانات المؤسسة (أو على الأقل جزء)، وقد يكون هؤلاء الشركاء، موردين، موزعين، مساهمين أو مراكز بحث تجمع بينها شراكة عمل في مشروع واحد.³

¹ - حورية بولعويديات، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية- دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز فرع تسيير شبكة نقل الغاز بالشرق-قسنطينة-، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، تخصص علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، غير منشورة)، الجزائر، 2007/2008، ص- ص: 89-90.

² - عمارة كهيبة، أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين أداء المورد البشري داخل المؤسسة الاقتصادية- دراسة المؤسسة الوطنية للمنظفات ومواد الصيانة بوحدة الأخصرية، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية، جامعة العقيد أكلي محمد أولحاج، البويرة، غير منشورة)، الجزائر، 2014/2015، ص 57.

³ - رباعي أمينة، التجارة الإلكترونية وأفاق تطورها في البلدان مغربية، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص مالية، جامعة الجزائر، غير منشورة)، الجزائر، 2004/2005، ص 13.

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

2- تصنيف شبكة الإنترنت: يعتمد تصنيف شبكة الإنترنت على قطاع الأعمال من شركات وتحالفات وما يقتضيه من أمن على المعلومات المتبادلة عن طريق الشبكات، مع العناية الشديدة بالصلاحيات. ويمكن تقسيمها إلى ثلاثة أنواع رئيسية وهي كالآتي:

● **شبكات إنترنت التوريد:** تربط هذه الشبكات مستودعات السلع الرئيسية مع المستودعات الفرعية، وذلك بهدف إدارة العمل بصورة تلقائية وفورية وللمحافظة على مستويات ثانية من المخزون في المستودعات وبالتالي تقليل احتمال رفض الطلبات بسبب عجز في المخزون، إضافة إلى العديد من الخدمات الأخرى المتعلقة بإدارة ورقابة المخزون والتسهيلات المرتبطة بإدارة الموارد؛

● **شبكات إنترنت التوزيع:** تمنح هذه الشبكات صلاحيات المتعاملين مستندة إلى حجم تعاملاتهم وتقدم لهم خدمة الطلب الإلكتروني و تسوية الحسابات أليا مع التوريد الدائم بقوائم المنتجات الجديدة والمواصفات التقنية وما إلى ذلك من خدمات أخرى؛

● **شبكات إنترنت التنافسية:** تعزز هذه الشبكات التنافس في القطاعات الاقتصادية، إذ تمنح الشركات الكبيرة الحجم وكذلك المتوسطة والصغيرة فرصا في مجال البيع والشراء عن طريق ربط الشركات الصغيرة والكبيرة لكي تنتقل الأسعار والمواصفات التقنية بينهما، مما يرفع مستوى الخدمة في ذلك القطاع ويعزز جودة المنتجات ويقضي على الاحتكار.¹

3- أهمية وفوائد الإنترنت في المؤسسة: إن خدمات شبكة الإنترنت هي نفسها خدمات شبكات الانترنت ماعدا أنها موجهة إلى الجمهور أوسع وتتمثل أهم فوائدها في:

● **تسهيل عملية الشراء:** إذ يمكن أن تقوم مؤسسة من الشرق بإرسال طلب إلى مؤسسة من الغرب عبر الإنترنت التي تربط بينهما وتلغي الحاجة إلى المرسلات بكل أنواعها؛

● **متابعة الفواتير:** إذ تسهل هذه الخدمة عملية توقيع الفواتير من مديري الفروع إلى المنتشرين في مناطق مختلفة، كما تسمح لهم بمتابعة إجراء الصرف والقبض ووضع العلامات التي تشير إلى كل عملية تجري على الفاتورة أثناء تناقلها بين الفروع و الأقسام؛

● **خدمات التوظيف:** تستخدم الإنترنت لربط مصادر الموارد البشرية المؤهلة مع سوق العمل المتخصصة بغرض تقديم خدمة متعددة المنافع لكلا الطرفين؛

¹ - بشير عباس العلاق، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقالة، مرجع سبق ذكره، ص - ص: 23-24.

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

• تواصل شبكات توزيع البضائع: يمكن بناء شبكة إكسترنات تربط الموزعين المحليين بالمزود الرئيسي لتسريع عمليات الطلب والشحن وتسوية الحسابات.¹

المطلب الثالث: أنواع الشبكات من حيث التغطية الجغرافية ومن حيث الشكل ومن حيث الربط والمعالجة.

تشير جميع المصادر إلى وجود عدة أنواع من الشبكات، وهذا بناء على اختلاف التقسيمات من قبل المختصين والباحثين فهناك من قسمها على أساس موضوعي وآخر على أساس جغرافي وعليه يمكن تقسيمها على النحو التالي:

أولاً: من حيث التغطية الجغرافية.

يمكن تقسيم الشبكات من حيث التغطية الجغرافية إلى ثلاثة أنواع و يمكن عرضها في النقاط التالية:

1- الشبكات المحلية LAN*: وهي شبكات صغيرة (لا تتعدى 100 حاسب) توجد عادة ضمن مبنى واحد أو مجموعة مباني تتبع نفس المؤسسة، ومن مزاياها سرعة نقل البيانات،² أو هي مجموعة من الحواسيب، غالباً ما تكون حواسيب مصغرة يتم من خلالها تقاسم التجهيزات والبرامج والبيانات المتوفرة حيث يمكن من خلال هذه الشبكات قراءة البيانات الموجودة في الحواسيب الأخرى المشاركة في الشبكة، كما يمكن تقاسم البرامج المختلفة مثل البرامج الإحصائية، برامج معالجة الكلمات، البرامج التطبيقية، وقواعد البيانات والطابعات عالية الجودة وهي شبكات يتم تركيبها في مختلف أنواع المؤسسات الأكاديمية والتجارية والصناعية وغيرها؛³

2- الشبكات الإقليمية MAN**: هي التي تربط بين شبكتين محليتين أو أكثر متباعدة جغرافياً عن طريق الخطوط الهاتفية، هذا النوع من الشبكات تستخدمه المؤسسات متعددة جغرافياً لربط كل وحداتها وتتميز بسرعة والفاعلية ومن عيوبها مكلفة وصيانتها صعبة؛⁴

¹ - حورية بولعويدات، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية-دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز فرع تسيير شبكة نقل الغاز بالشرق - قسنطينة-، مرجع سبق ذكره، ص - ص: 98-99.

*-LAN: Local Area Networks.

² - محمد الطائي، صيانة وإدامة نظم المعلومات الإدارية، بدون طبعة، دار المسيرة، عمان، الأردن 2007، ص 232.

³ - إيمان فاضل السامرائي، هيثم محمد الزعبي، نظم المعلومات الإدارية، ط1، دار الصفاء، عمان، الأردن، 2004، ص 171.

** - MAN: Métropolitain Area Networks.

⁴ - إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 23-24.

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

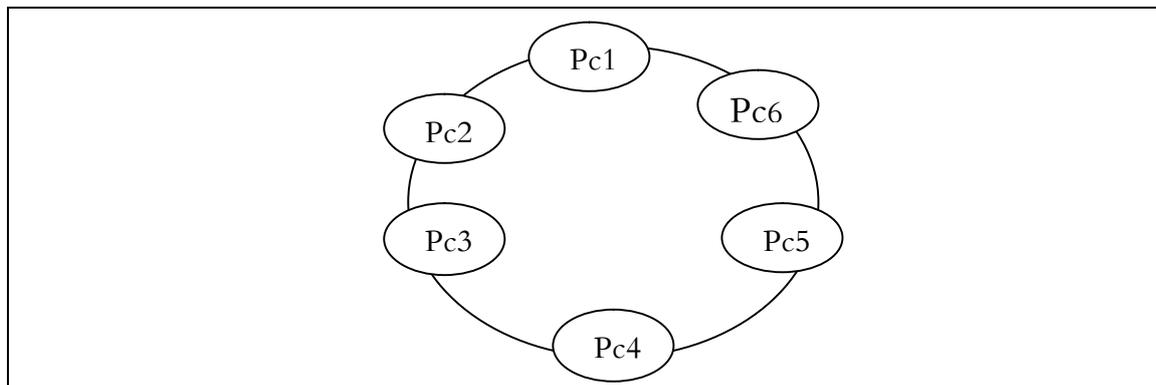
3- الشبكات المناطق الواسعة **WAN***: وهي شبكة تقوم بوصل الحاسبات عبر مناطق قد تصل عمليا إلى تغطية مساحة الكرة الأرضية بأكملها،¹ ومن مميزات هذا النوع أنها تربط آلاف الأجهزة وتنقل كميات كبيرة من البيانات لا تنتقل إلا بها، ومن عيوبها تحتاج إلى برامج وأجهزة غالية جدا وصعوبة تشغيلها وصيانتها.²

ثانيا: الشبكات من حيث الشكل.

هناك عدة أنواع لشبكات من حيث الشكل يمكن إبراز أهمها فيما يلي:

1- الشبكة الحلقية **Ring Network**: وهي عبارة عن بناء شبكي حيث يتم وصل كل الحاسبات الآلية بواسطة حلقة مغلقة وبطريقة تسمح بمرور البيانات في اتجاه واحد من حاسب آلي إلى آخر، والشكل التالي يمثل الشبكة الحلقية:³

الشكل رقم (01-02): الشبكة الحلقية.



المصدر: نبيل مُجّد مرسى، نظم المعلومات الإدارية، مرجع سبق ذكره، ص 163.

2- الشبكة النجمية **Star Network**: تتألف الشبكة النجمية من كومبيوتر مضيف مرتبط مع عدد من أجهزة الكومبيوتر الصغيرة أو المحطات الطرفية، وتفيد الشبكة في تنفيذ الأعمال بالأسلوب المركزي حيث أن كل اتصال ومعالجة للبيانات يجب أن يمر من خلال الكومبيوتر المضيف وكل شيء في الشبكة يتوقف على نجاح الكومبيوتر المركزي في عمله، والشكل التالي يمثل الشبكة النجمية:⁴

¹ - مُجّد دباس الحميد، ماركو إبراهيم نينو، حماية أنظمة المعلومات، ط1، دار الحامد، عمان، الأردن، 2007، ص 147.

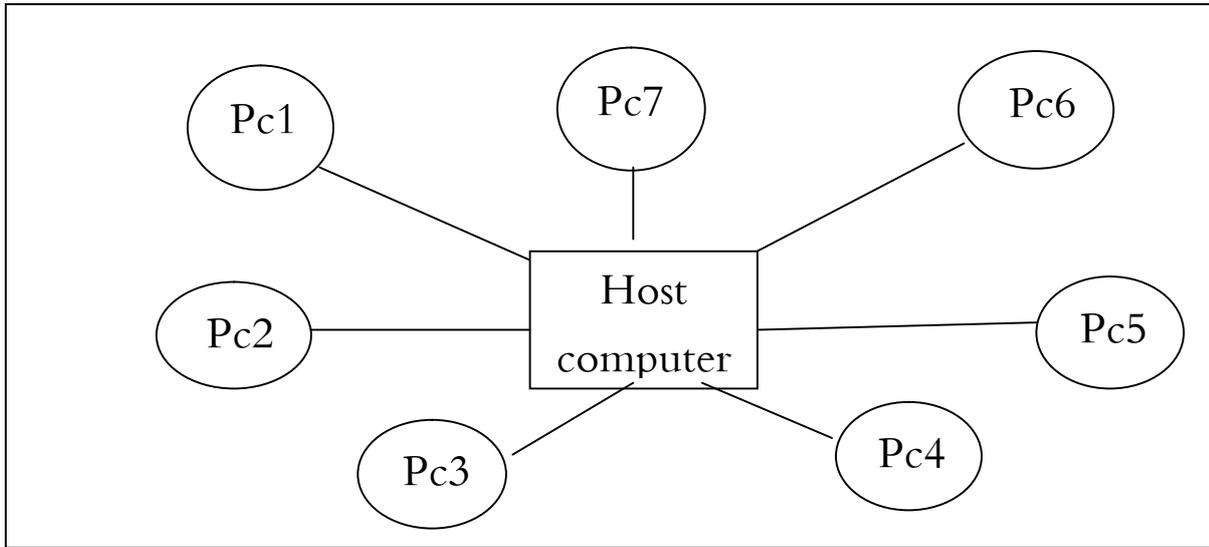
² - ناصر خليل، التجارة و التسويق الإلكتروني، ط1، دار أسامة، عمان، الأردن، 2009، ص 160.

* - **WAN: Wide Area Networks.**

³ - نبيل مُجّد مرسى، نظم المعلومات الإدارية، بدون طبعة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2006، ص 163.

⁴ - سعد غالب ياسين، تحليل وتصميم نظم المعلومات، ط1، دار المناهج، عمان، الأردن، 2011، ص 254.

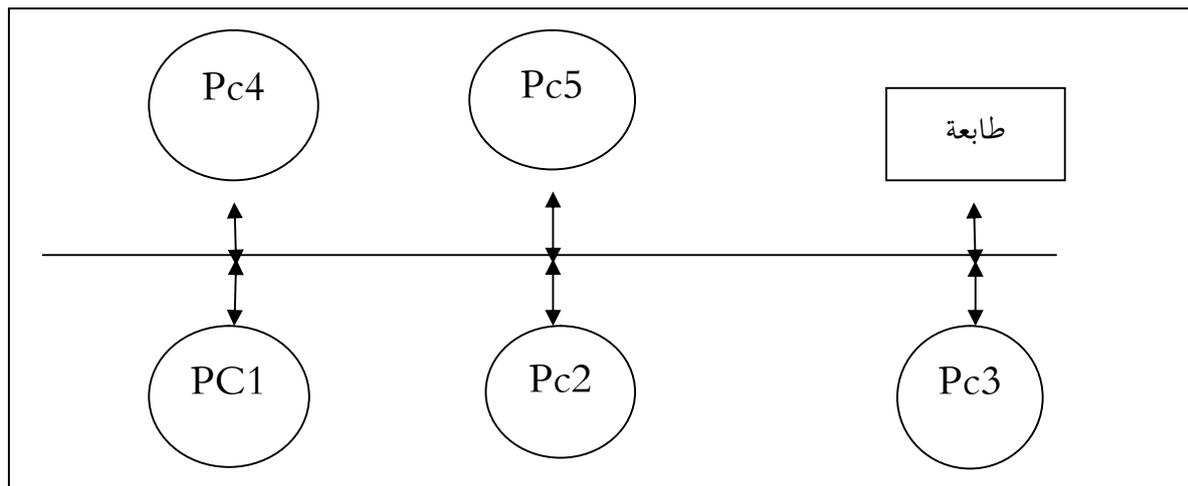
الشكل رقم (01-03): الشبكة النجمية.



المصدر: فايز جمعة صالح النجار، نظم المعلومات الإدارية، ط2، دار الحامد، الأردن، عمان، 2007، ص 209.

3- الشبكة الخطية Bus Network: تستخدم الشبكة خطا رئيسيا واحدا يمر بين الأجهزة المختلفة المرتبطة بالشبكة، ولا يوجد حاسوب مركزي للتحكم في الشبكة لذلك إذا فشل أحد الحواسيب في الدخول إلى الشبكة فإنه لا يتأثر أي حاسوب آخر بذلك فهذه الشبكة تتميز بالبساطة، قلة التكلفة وسهولة إدارتها، والشكل التالي يوضح الشبكة الخطية.¹

الشكل رقم (01-04): الشبكة الخطية.



المصدر: فايز جمعة صالح النجار، نظم المعلومات الإدارية، مرجع سبق ذكره، ص 207.

¹ - فايز جمعة صالح النجار، نظم المعلومات الإدارية، مرجع سبق ذكره، ص 207.

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

ثالثا: من حيث الربط والمعالجة.

تتضمن الشبكات من حيث الربط والمعالجة نوعين أساسيين هما:

1- الشبكات المركزية: وتتم حوسبة عن طريق الحاسوب المضيف، ويقوم الحاسوب المضيف في الشبكة المحلية بتولي عمليات تنظيم الوظائف الشبكة ومكوناتها من حواسيب وطابعات وغيرها بالإضافة إلى إدارة الاتصالات بينها، حيث ترتبط الحواسيب أو الطرفيات بحاسوب مركزي يكون له قدرات عالية على المعالجة والتخزين، وقد كانت الحواسيب الكبيرة والحواسيب المتوسطة تلعب دورا مهما في كونها حواسيب مضيضة. حيث يقوم الحاسوب المضيف بتخزين معظم أو جميع الملفات والبيانات والقيام بكل أو أكثر العمليات والإجراءات التي تحض المعالجة.

2- الشبكات اللامركزية: تسمى بشبكة التناظرية، حيث تنفي الحاجة إلى وجود حاسوب مركزي، وتقوم الحواسيب المشاركة في الشبكة بالمعالجة والتخزين البيانات المتوفرة لديها، وبناء قواعد البيانات وتبادل المعلومات مع البقية الحواسيب الموجودة على الشبكة دون الحاجة إلى سيطرة مركزية.¹

¹ - عامر إبراهيم قنديلجي، علاء الدين عبد القادر الجنابي، نظم المعلومات الإدارية، مرجع سبق ذكره، ص- ص: 27-28.

الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

خلاصة الفصل:

وفي الأخير يمكن القول بأن تكنولوجيا الإعلام والاتصال أصبحت من الوسائل الضرورية التي لا يمكن لأي فرد أو منشأة الاستغناء عنها، وبشكل خاص في ظل التطورات الذي يحدث فيها كل يوم، لذا أصبحت قوة مؤثرة تتحكم في مختلف مناحي الحياة بما فيها المنظمات، وباتت مختلف عمليات ونشاطات المنظمة تعتمد إلى حد كبير على حجم ونوعية المعلومات، ولا تستطيع أي منظمة جمع وتخزين المعلومات وتحليلها ونشرها والاستفادة منها بدون توافر أساليب وتقنيات حديثة متطورة وهكذا تبرز أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المنظمات، كما أصبحت شبكات المعلومات جزءا أساسيا في مختلف الأنشطة ووظائف المنظمة مثل الإنتاج وتسويق والمالية.

ومما لا شك أن التطور التكنولوجي يعد من أهم العناصر التي ساهمت في تحول عدد كبير من البنوك والتوسع في تقديم الخدمات المصرفية المتطورة وجودتها. والإشكال الذي نطرحه هو فيما تتمثل الخدمات المصرفية في ظل التكنولوجيا الحديثة؟ وهذا ما سيتم التطرق إليه في الفصل الثاني.

الفصل الثاني

الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم

التطورات التكنولوجية

المبحث الأول: عموميات حول الخدمة المصرفية وجودتها.

المطلب الأول: تعريف وخصائص الخدمة المصرفية.

المطلب الثاني: أنواع الخدمات المصرفية.

المطلب الثالث: جودة الخدمة المصرفية.

المبحث الثاني: دور التكنولوجيا في تطوير الخدمات المصرفية.

المطلب الأول: مراحل التطور التكنولوجي في العمل المصرفي.

المطلب الثاني: الخدمات المصرفية الإلكترونية.

المطلب الثالث: الصيرفة الإلكترونية.

المبحث الثالث: نتائج التطور التكنولوجي في العمل المصرفي.

المطلب الأول: وسائل الدفع الإلكترونية.

المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني.

المطلب الثالث: أنظمة الدفع الإلكترونية.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

تمهيد:

يعتبر القطاع المصرفي في أي دولة من أهم القطاعات الفاعلة في نشاطها الاقتصادي، لارتباطها بجميع النشاطات الاقتصادية، فالمؤسسات المالية والمصرفية بصفة خاصة تشكل القاعدة الأساسية لبناء القطاعات المختلفة لأي اقتصاد، وتتجلى أهمية المصارف من خلال ما تقدمه من خدمات مصرفية متنوعة، هذه الخدمة تساهم وبشكل كبير في تنشيط وتحريك العمليات الاقتصادية والمالية والتجارية بأنواعها المختلفة، ولكثرة المتعاملين مع المصارف من قطاعات وأشخاص طبيعيين، واعتباريين بمختلف صفاتهم كزبائن أو عملاء مودعين ومقترضين أو كمستثمرين حاليين أو مستقبليين، وجب على المصارف أن تحسن وتطور الخدمات المقدمة لهم وكذا تحسنت وجودتها، بما يتلاءم وحاجيات هؤلاء المتعاملين، وذلك لتسريع وتسهيل وتيسير أدائهم لمختلف الأنشطة الاقتصادية، وبالتالي المزيد من التطور والتحسين والتقدم الاقتصادي داخل الدولة وخارجها.

إن الاهتمام بجودة الخدمة هي إحدى المجالات الأكثر أهمية في قطاع المصرف، وبهذا أصبح تطوير الخدمات المصرفية أمراً ضروريا لمواكبة التطورات المتلاحقة في مجال الصناعة المصرفية. ونتيجة للتطور التكنولوجي عرفت الصناعة المصرفية تطبيق نظم ووسائل جديدة، بحيث تمكنت هذه الوسائل والنظم الحديثة من الانتشار بسرعة، وقد ساعد في ذلك الجهود الكبيرة المبذولة من طرف البنوك بجذب أكبر عدد ممكن من العملاء وجعلهم يفتخرون بفعالية ومزايا هذه أدوات حديثة النشأة. وستتطرق من خلال هذا الفصل إلى تناول الخدمات المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية من خلال ثلاث مباحث:

المبحث الأول: عموميات حول الخدمة المصرفية وجودتها.

المبحث الثاني: دور التكنولوجيا في تطوير الخدمات المصرفية.

المبحث الثالث: نتائج التطور التكنولوجي في العمل المصرفي.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

المبحث الأول: عموميات حول الخدمة المصرفية وجودتها.

تعتبر الخدمة المصرفية خدمة تقدمها مؤسسة مالية من نوع خاص تسمى بالمصارف أو البنوك، ومما لا شك فيها أن جميع فروع النشاط الاقتصادي في الوقت الحالي، وبصفة أساسية تعتمد على الخدمات المصرفية، وفي الواقع أن الخدمات المصرفية المتنوعة المنظورة التي يتبعها الجهاز المصرفي هي التي تجعل من الممكن تطوير الاقتصاديات الحديثة. أما الجودة في الخدمات المصرفية تعد بمثابة متغير إستراتيجي، وتحدي رئيسي يواجه المصارف ويدعو إلى ضرورة المواكبة، واكتساب ميزة التميز التي تعزز مكانتها في السوق المصرفية وذلك لن يتأتى إلا من خلال مصادر تعتمد عليها واستراتيجيات تتبناها لتحقيق الجودة وبلوغ أعلى مستويات التميز.

المطلب الأول: تعريف وخصائص الخدمة المصرفية.

تمثل الخدمة المصرفية أحد الركائز الأساسية التي يعتمد عليها في وضع الإستراتيجية التسويقية والإستراتيجية العامة للمصرف، وقد عرفت مجالا كبيرا من التغير والتطور بفضل التكنولوجيا الحديثة التي تتبناها المصارف، فأضافت لها العديد من المميزات.

أولا: تعريف الخدمة المصرفية.

إن مفهوم الخدمة المصرفية لا يبتعد أو يختلف كثيرا عن مفهوم الخدمة بشكل عام، وعليه قبل التطرق لمفهوم الخدمة المصرفية ينبغي أولا تحديد الخدمة بصفة عامة.

1- تعريف الخدمة: لقد أظهرت أدبيات التسويق العديد من التعريفات للخدمة، وعليه يمكن ذكر منها ما يلي:

- الخدمة عبارة عن نشاط الهدف منه تحقيق أرباح أو الرضا لدى المستفيد منها، كما يمكن تقديم تلك الخدمة على صيغتها الموجودة بها أو تكون غير مستقلة ومتابعة لمنتج المباع؛¹
- كما تعرف بأنها أي عمل أو أداء غير ملموس يقدمه طرف إلى طرف آخر من دون أن ينتج عن ذلك ملكية شيء ما.²

¹ - حميد رقاوي، مدى تأثير التسويق المصرفي على سلوك المستهلك الجزائري مع الإشارة إلى بنك القرض الشعبي الجزائري - وكالة سعيدة-، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص تسويق الخدمات، جامعة أوبوكر بلقايد، تلمسان، غير منشورة)، الجزائر، 2010/2009، ص 39.

² - محمد صالح المؤذن، مبادئ التسويق، ط1، دار الثقافة، عمان، الأردن، 2008، ص 207.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

2- تعريف الخدمة المصرفية: للخدمة المصرفية عدة تعاريف إلا أننا سنذكر منها ما يلي:

• هي مجموعة من العمليات ذات المضمون النفعي والاستثماري، الكامن في مجموعة من العناصر الملموسة وغير الملموسة التي يدركها العملاء من خلال دلالاتها وقيمتها المنفعة وتشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم المالية، والائتمانية الحالية والمستقبلية، كما تشكل مصدرا لربحية المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين؛¹

• كما تعرف بأنها الأنشطة والعمليات التي يمارسها المصرف بهدف تزويد الزبائن بالقيمة التي من خلالها يتم إشباع حاجاتهم ورغباتهم.²

ومن خلال ما سبق يمكن القول أن الخدمة المصرفية هي عبارة عن مختلف الأنشطة التي تمارسها البنوك بهدف تحقيق إشباع حاجات ورغبات زبائنهم.

ثانيا: خصائص الخدمة المصرفية.

هناك مجموعة من الخصائص العامة للخدمات المصرفية، وقد اتفق معظم الباحثون في مجال تطبيق خصائص خدمات بشكلها العام على الخدمات المصرفية ولكنها تختلف عنها بالأنشطة والإجراءات المتبعة لتقديم الخدمة المصرفية وطريقة الأداء والعاملين والمعدات المستخدمة في تقديمها، كذلك تختلف من حيث طبيعة المستفيدين واختلاف حاجاتهم ورغباتهم وطبيعة المنافع التي يرغبون في الحصول عليها، ويمكن إنجاز هذه الخصائص كالتالي:

- **الاعتماد على الودائع:** تعتمد المصارف على الودائع في تأدية جميع خدماتها المصرفية والتي تمثل المصدر الأساسي لتمويل المصارف وتحقيق الأرباح للمصرف؛
- **تعدد وتنوع الخدمات المصرفية:** توفير المصرف لعدد كبير من المنتجات والخدمات التي تلبي حاجات المالية المختلفة والمرتبطة بحاجات مختلف الزبائن في مختلف المناطق؛
- **أهمية الانتشار الجغرافي:** وذلك من خلال انتشار الفروع المصرفية بشكل متناسب لتقديم الخدمات المصرفية إلى أكبر عدد ممكن من الزبائن في مناطقهم؛
- **صعوبة تقييم الخدمات المصرفية:** لأن الخدمات المصرفية غير ملموسة يصعب لمس الخصائص المادية والنفعية لها، ولعدم قدرة المصرف على تقديم عرض ملموس للخدمة المصرفية، فإن الزبون لا يستطيع تقييم شرائه للخدمة المصرفية قبل الحصول عليها وهذا يؤثر على برامج الترويج والتوزيع للخدمة المصرفية؛

¹ - محمود حسين الوادي، عبد الله إبراهيم نزال، إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية، ط1، دار الصفاء، عمان، الأردن، 2010، ص - ص: 32-31.

² - علاء فرحان طالب وآخرون، المزيج التسويقي المصرفي وأثره في الصورة المدركة للزبائن، ط1، دار صفاء، عمان، الأردن، 2010، ص 60.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

• صعوبة تحديد السوق المصرفية بدقة وخاصة في الدول النامية: وذلك لعدم استقرار الأوضاع الاقتصادية والسياسية من جهة والقصور الواضح في الجهود والأنشطة التسويقية للمصرف من جهة أخرى؛

• مهارة العاملين: احتياج الخدمات المصرفية إلى نوعية خاصة من العاملين المهيرين والذين يتميزون بسرعة الأداء والدقة في العمل وأن يكونوا ذو كفاءات عالية.¹

ثالثاً: مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية.

يقصد بدورة حياة الخدمة المصرفية التطور في حجم التعامل بها عبر الزمن، وبذلك فإن منحنى دورة حياة الخدمة المصرفية يعبر عن التاريخ البيعي لها. ولهذا فإن تحليل دورة حياة المنتج أو الخدمة المصرفية يساعد على وصف الكيفية التي تعمل بها، كما يوضح المفهوم المتفاوت في سلوك الخدمة من مرحلة إلى أخرى وهو ما يسمح بتطبيق استراتيجيات تسويقية من مرحلة لأخرى. وتتم دورة حياة الخدمة المصرفية بأربعة مراحل وهي:

1- مرحلة التقديم: تمتاز هذه المرحلة بالنمو البطيء في المبيعات، وذلك لعدم معرفة المستهلكين بها على نحو واضح، وعليه فإن مرحلة التقديم لا تظهر فيها مؤشرات الأرباح، لأن تكاليف البحث والتطوير للمنتج الجديد لا زالت عالية، وأن ما يتحقق من مبيعات لا يمكن أن يغطي التكاليف هذه؛²

2- مرحلة النمو: تعتبر هذه المرحلة أهم مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية. ومن أبرز ملامحها، الزيادة الملحوظة في حجم التعامل ومقدار الأرباح المحققة. حيث يبدأ المصرف بجني أرباح كبيرة مما يجعل سوق الخدمة أكثر جاذبية في نظر المصارف الأخرى مما يحفزها الدخول إلى سوق الخدمة. وتقود هذه المرحلة إلى زيادة درجة التنوع في التشكيلة الخدمية التي يقدمها المصرف. وتستمر هذه المرحلة في دورة حياة الخدمة المصرفية ما دام حجم التعامل بالخدمة لم يصل إلى المستوى المحتمل (أعلى مستوى من التعامل الذي يمكن تحقيقه في إطار المعطيات السوقية و الظروف الخاصة بالمصرف). وطالما أن الخدمة لم تصل في عائداتها إلى هذا المستوى فإن ذلك يعني أنها لا تزال في مرحلة النمو؛³

3- مرحلة النضج: تتصف هذه المرحلة بوصول حجم التعامل بالخدمة والأرباح المولد عنها إلى المستوى الأعلى ويتميز هذا المستوى من المبيعات والأرباح بالاستقرار بالرغم من الزيادة في حجم التعامل واتجاهه

¹ - محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي، ط1، دار المناهج، عمان، الأردن، 2015، ص- ص: 60-61.

² - تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، ط1، دار الحامد، عمان، الأردن، 2005، ص- ص: 151-152.

³ - ناجي ذيب معلا، الأصول العلمية للتسويق المصرفي، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2015، ص119.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

نحو الانخفاض، ويعود هذا إلى تخفيض حجم الخدمة، وتتميز هذه المرحلة بشداد المنافسة بين المصارف.¹ وتتكون هذه المرحلة من ثلاثة جزئيات وهي:

• الجزء المتعلق بالزيادة (النمو)؛

• الجزء المستقر ويمثل الثبات؛

• الجزء المتناقص من النضوج قبل الوصول لمرحلة التناقص (التراجع).²

4- مرحلة الانحدار: في هذه المرحلة يقل الطلب على الخدمة وذلك لعدة أسباب فقد تكون الخدمة أصبحت لا تلي حاجات ورغبات الأفراد أو ظهور خدمات مصرفية ذات منافع أكثر وأكثر انسجاما مع حاجات ورغبات الأفراد، وجود خلل في الأساليب التوزيعية أو عدم كفاءة مقدمي الخدمة.³

المطلب الثاني: أنواع الخدمات المصرفية.

نظرا لتطور الحاصل في العمل المصرفي والذي جعله يأخذ اتجاه جديد ومختلفا واتساع رقعة الأنشطة المصرفية في مجالات عديدة، الأمر الذي أدى إلى تطوير وتنوع الخدمات المصرفية المقدمة والتي يتم تقسيمها كالاتي:

أولاً: الخدمات التي تقدم القروض والتسهيلات لمنظمات الأعمال.

تقوم المصارف بتقديم تسهيلات مصرفية وتقديم القروض، وتشمل هذه التسهيلات ما كان قبل الكفالات والضمانات إلى أن تنتهي بقرض، وتتمثل أهم هذه الخدمات في:

1- خدمات تقديم القروض والتسهيلات: وتتمثل في القروض بمختلف أنواعها قصيرة ومتوسطة وطويلة الأجل بالإضافة إلى خطابات الضمان وفتح الاعتمادات المستندية؛⁴

2- خدمات خصم الأوراق التجارية: يمكن لحامل الورقة التجارية أن يتقدم إلى المصرف التجاري قبل حلول ميعاد استحقاق هذه الورقة للحصول على نقود حاضرة تكون أقل من المبالغ الواردة في تاريخ استحقاقها، والفرق بين قيمة هذه الورقة في تاريخ معين قبل تاريخ استحقاقها وقيمة المبلغ في تاريخ استحقاقها هو سعر الخصم، بحيث يقوم المصرف التجاري بأخذ فائدة مقابل هذه الخدمة وتسمى هذه

¹ حدو علي، انعكاسات الاتفاقية العامة لتجارة الخدمات المالية على تأهيل المنظومة المصرفية الجزائرية، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية، جامعة الجزائر-3، غير منشورة)، الجزائر، 2012/2011، ص14.

² أمون نديم عكروش، سمير نديم عكروش، تطوير المنتجات الجديدة، ط1، دار وائل، عمان، الأردن، 2004، ص134.

³ ردينة عثمان يوسف، محمود جاسم الصميدعي، التسويق المصرفي- مدخل استراتيجي/كمي/تحليلي-، ط1، دار المناهج، عمان، الأردن، 2001، ص241.

⁴ حدو علي، انعكاسات الإتفاقية العامة لتجارة الخدمات المالية على تأهيل المنظومة المصرفية الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص12.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

الفائدة بمبلغ الخصم، ويطلق على هذه العملية بخصم الأوراق التجارية ويضاف إلى مبلغ الخصم نسبة معينة تعتبر كعمولة بالإضافة إلى مصاريف التحصيل؛¹

3- خدمات خصم الكمبيالات على أساس البيع: يقوم المستفيد بتقديم الكمبيالات إلى المصرف طالبا خصمها، أي بيع الدين الذي يمثل الورقة، فيملك المصرف بموجب هذا البيع الدين الذي كان المستفيد يملكه في ذمة محرر الكمبيالة لقاء الثمن الذي يدفعه فعلا إليه.

ثانيا: خدمات المصرفية التي تمارسها المصارف لصالح العملاء.

يقوم المصرف بتقديم خدمات عدة في هذا المجال، منها تحصيل الشيكات والحوالات والكمبيالات بالإضافة إلى تقديم خدمات تتوخى منها الكسب عن طريق بيع وشراء الأوراق المالية وغيرها، وفيما يلي عرض لأهم هذه الخدمات.

1- خدمات قبول الودائع المصرفية: يقبل المصرف الودائع من عملائه ويصنفها إما على أساس مدى فترة المودع على سحبها كودائع تحت الطلب وودائع لأجل أو على أساس ودائع التوفير كخدمات فتح الحساب الجاري من خلال الإيداع والسحب؛²

2- خدمات التحصيل: تكون خدمات التحصيل إما داخلية أو خارجية:

● **خدمات التحصيل الداخلية:** تمارس المصارف تسوية الديون عن طريق المقاصة أو الترحيل في الحساب بدون الحاجة إلى تداول كميات كبيرة من العملة، وما يترتب على ذلك من نقل وتكاليف وتعرض لمخاطر السرقة، وتمثل التسويات التي تقوم بها المصارف في تحصيل الشيكات، تحصيل الكمبيالات، التحصيلات المستندية وقبول الشيكات لغرض الإيداع في الحساب؛

● **خدمات التحصيل الخارجية:** ومنها على سبيل المثال أن يتم الاتفاق بين المصدر والمستورد على إرسال البضائع دون الحاجة إلى فتح اعتماد مستندي لصالح المصدر، ثقة منه بالمستورد بتسليم الثمن عند تسليم مستندات البضاعة، وفي هذه الحالة يقدم المصدر إلى مصرفه المستندات المتفق عليها بينه وبين المستورد، ويتولى المصرف إرسال هذه المستندات إلى مراسله في بلد المستورد ويطلب منه تسليم مستندات الشحن إلى المستورد مقابل دفع ثمن البضاعة، وعندما يسدد المستورد هذا الثمن يبلغ مصرف المصدر بما يفيد تحصيل

¹ - نادية عبد الرحيم، تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الإقتصادي-دراسة حالة الجزائر-، (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود وبنوك، جامعة الجزائر-3، غير منشورة)، الجزائر، 2010/2011، ص 21.

² - مرابط مراد، أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية-دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة ميله-، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، غير منشورة)، الجزائر، 2014/2015، ص - ص: 26-27.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

القيمة لغرض إجراء التسويات اللازمة ومنها قيد المبلغ لصالح المصدر وكذلك الحال بالنسبة للتسويات المالية عن طريق الحوالات الخارجية؛¹

3- خدمات حفظ الأوراق المالية: قد يودع العملاء لدى المصرف أوراقهم المالية للمحافظة عليها والقيام بخدماتها فتهيئ المصارف خزائن محكمة لحفظ تلك الأوراق نظير أجر يتقاضاه المصرف من مودعي تلك الأوراق؛

4- خدمات بيع وشراء العملات الأجنبية: تهتم المصارف بصورة عامة بعمليات بيع وشراء العملات الأجنبية، لغرض توفير قدر كاف منها لمواجهة حاجة العملاء، ولأجل الحصول على ربح إذا كانت أسعار الشراء أقل من أسعار البيع، وحتى إذا تساوت الأسعار فإن هذا يوفر للبنك فرصة الشراء بدون خصم على أقل تقدير.²

ثالثا: الخدمات المصرفية الحديثة *

لقد حدث تطور هام في أسلوب ومجال نشاط المصارف خلال السنوات الأخيرة، فقد تعددت وتنوعت الخدمات التي أصبحت تقدمها المصارف وبالتالي أسلوب تقديمها للعملاء، ويرجع ذلك لعدة أسباب أهمها الاستفادة من التطورات الهائلة في مجال المعلومات والحاسبات الآلية، التزايد المستمر في احتياجات ورغبات العملاء، التحول في فلسفة العمل المصرفي والتسويق المصرفي حيث أصبحت المصارف تستهدف شريحة واسعة من العملاء ولا تقتصر على شريحة أو فئة محدودة منهم، وتحول الاهتمام من التركيز على أداء الخدمات المصرفية إلى التركيز على وسائل الدفع الإلكترونية كبطاقات الائتمان وآلات الصراف الآلي ونظم التحويل الإلكتروني للأموال والخدمات المصرفية عن بعد وعن طريق الإنترنت أو ما يسمى بالصرافة الإلكترونية.³

المطلب الثالث: جودة الخدمة المصرفية.

تعد الجودة في الخدمات المصرفية بمثابة متغير إستراتيجي، وتحدي رئيسي يواجه المصارف ويدعو إلى ضرورة المواكبة، واكتساب ميزة التميز التي تعزز مكانتها في السوق المصرفية وذلك لن يتأتى إلا من خلال

¹ -نادية عبد الرحيم، تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي-دراسة حالة الجزائر-، مرجع سبق ذكره، ص-ص: 21-22.

² -مرايط مراد، أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية-دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة ميله-، مرجع سبق ذكره، ص27.

* - سيتم تناولها بالتفصيل في المبحث الثالث من هذا الفصل.

³ - بريش عبد القادر، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمة المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، (أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر، غير منشورة)، الجزائر، 2006/2007، ص236.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

مصادر تعتمد عليها، واستراتيجيات تبناها لتحقيق الجودة وبلوغ أعلى مستويات التميز. وفي هذا المطلب سنستعرض مفهوم وأهمية جودة الخدمة المصرفية وأبعادها وقياسها.

أولاً: مفهوم وأهمية جودة الخدمة المصرفية.

لقد أصبحت جودة الخدمة المصرفية عنصراً حاسماً في تحديد الموقف التنافسي وما سيتبع ذلك من تحديد النصيب السوقي والأرباح للمصرف، وبالتالي أصبحت جودة الخدمات المصرفية تحتل موقع الصدارة من بين اهتمامات المصارف.

1- مفهوم جودة الخدمة المصرفية: تعبر جودة الخدمة المصرفية عن نوعية الخدمة المقدمة المتوقعة والمدركة والتي تمثل المحدد الرئيسي لرضا العملاء، إذن فجودة الخدمة المصرفية تعتبر مقياس للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة المقدمة للعملاء ليقابل توقعاتهم، وبالتالي فإن تقديم خدمة ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى جودة الفعل مع توقعات العملاء لأبعاد جودة الخدمة ومستوى الأداء الفعلي الذي يعكس مدى توافر تلك الأبعاد بالفعل في الخدمة المقدمة.¹

2- أهمية جودة الخدمة المصرفية: تبرز أهمية الجودة في الخدمات المصرفية من خلال المزايا التي يحققها المصرف في بلوغ أهدافه، والنجاح في صناعة الأعمال المصرفية، وتقديمها للعملاء في مستويات ملائمة تحقق لهم المنافع الممكنة، وعموماً تتلخص المزايا المترتبة من تركيز المصارف جهودها في تحسين جودة خدماتها المصرفية في النقاط التالية:

● إدراك توقعات واحتياجات العملاء من الخدمات المصرفية، وبالتالي الفهم الصحيح لتوقعاتهم مما يؤدي إلى تسليم الخدمة المصرفية بالشكل المطلوب، وهو ما يحقق رضا العميل عنها ويساعد المصارف في قياس هذا الرضا؛

● تقديم خدمة متميزة تزيد من قدرة المصرف على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وجذب عملاء جدد؛
● إن الخدمات المتميزة وذات الجودة العالية تعزز من ثقة العملاء في المصرف، وخدماته المقدمة؛
● زيادة قدرة المصرف على بيع خدمات مصرفية إضافية وجديدة؛
● تحمل المصرف تكاليف منخفضة لقلة الأخطاء في العمليات المصرفية وانجاز الخدمة بشكل صحيح أول مرة؛

● تسمح الخدمة المتميزة من تقاضي المصرف أسعار وعمولات إضافية؛

¹ - عبد الرحيم ليلي، أهمية التسويق في تأهيل وتحسين القدرة التنافسية للمؤسسة المصرفية - حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية -، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسير واقتصاد المؤسسة، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2006/2007، ص

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

- منح البنك مزيدا من الحرية في تسعير منتجاته طالما العلاقة بين القيمة والسعر متساوية؛
- تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن بقية المصارف ومواجهة الضغوط التنافسية؛

وعموما تظهر أهمية الجودة في الخدمات المصرفية على المستوى الداخلي للمصرف في إيجاد بنية ملائمة للعمل المصرفي تقوم على الرضا والروح المعنوية والالتزام بين الموظفين في تحسين مستوى أداء الخدمات المصرفية، وتخفيض تكاليف الخطاء بما يؤدي إلى تعظيم ربحية المصرف أما على المستوى الخارجي تنعكس، في تعزيز سمعة المصرف وصورته أمام العملاء وزيادة قدرته على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وجذب عملاء جدد وبالتالي تحقيق رضا العملاء مما يكسب المصرف ميزة تمكنه من مواجهة منافسة المصارف الأخرى.¹

ثانيا: أبعاد جودة الخدمة المصرفية.

قد قام فريق من الباحثين بسلسلة من الدراسات كان أحد أهدافها التوصل إلى الأبعاد المستخدمة بواسطة العملاء في نمذجة توقعاتهم وإدراكاتهم للخدمة المسلمة، بحيث توصل الفريق مجموعة من الآراء وهي كالتالي:

1- الرأي الأول: إن جودة الخدمة المصرفية لها بعدان أساسيان هما:

أ- **الجودة المادية:** التي تتضمن الجوانب المادية الملموسة التي يتعرض لها العميل حال حصوله على الخدمة؛
ب- **الجودة التفاعلية:** وتمثل أداء العملية الخدمية ذاتها أثناء تفاعل العميل بالمنظمة مع العملاء.²

2- **الرأي الثاني:** لقد أثبتت هذه النتائج مدى اتفاقها مع ما توصل إليه باحثون آخرون أن هناك ثلاثة أبعاد للحكم على جودة الخدمة وتمثل هذه الأبعاد في:

أ- **الجودة الفنية:** وهي تشير للجوانب الكمية للخدمة، بمعنى الجوانب التي يمكن التعبير عنها بشكل كمي؛³

ب- **الجودة الوظيفية:** فهي تشير إلى الكيفية التي تتم فيها عملية نقل الجودة الفنية إلى المستفيد من الخدمة؛⁴

¹ - مرابط مراد، أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية - دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة ميللة-، مرجع سبق ذكره، ص 33.

² - فيروز قطاف، تقييم جودة الخدمات المصرفية ودراسة أثرها على رضا العميل البنكي-دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - لولاية بسكرة، (أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، غير منشورة)، الجزائر، 2010/2011، ص 63.

³ - حميد الطائي وآخرون، الأسس العلمية للتسويق الحديث، الطبعة العربية، دار البازوردي، عمان، الأردن، 2010، ص 26.

⁴ - محمود جاسم الصميدعي، ردينه عثمان يوسف، تسويق الخدمات، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2010، ص 92.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

ت- الصورة الذهنية للبنك: وهي الصورة التي تعكس انطباعات العملاء حول البنك، وأن الصورة الذهنية لدى العملاء تتكون من الجودة الفنية والوظيفية للخدمات التي يقدمها البنك.¹

3- الرأي الثالث: توصل باحثون آخرون إلى تطوير عشرة معايير أو أبعاد للحكم على جودة الخدمة المصرفية وتشتمل هذه الأبعاد على:

أ- الاعتمادية: وتعني ثبات الأداء وانجاز الخدمة بشكل سليم وأحسن من المرة الأولى ووفاء البنك لما تم وعد العميل به، وهذا يتضمن:

● دقة الحسابات والملفات وعدم حدوث الأخطاء؛

● تقديم الخدمة المصرفية بشكل صحيح؛

● تقديم الخدمة في المواعيد المحددة وفي الوقت المصمم لها؛

● ثبات مستوى أداء الخدمة.

ب- سرعة الاستجابة من قبل العاملين: وتشير إلى رغبة واستعداد العاملين بالبنك في تقديم الخدمة ومساعدة الزبائن والرد على استفساراتهم والسرعة في أداء الخدمة، والاستجابة الفورية لطلب العميل؛²

ت- القدرة أو الكفاءة: وتعني امتلاك العاملين بالبنك للمهارة والمعرفة اللازمة لأداء الخدمة، وتكوينهم على روح الاتصال وتفهم العملاء؛

ث- سهولة الحصول على الخدمة: ويتضمن هذا سهولة الاتصال وتيسير الحصول على الخدمة من طرف العميل وذلك بقصر فترة انتظار الحصول على الخدمة، وملاءمة ساعات العمل للعميل، وتوفير عدد كافي من منافذ الحصول على الخدمة؛

ج- اللباقة: وتعني أن يكون موظفي البنك وخاصة من لهم اتصال مع الزبائن على قدر من الاحترام وحسن المظهر، والتمتع بروح الصداقة والاحترام للزبائن؛

ح- الاتصال: ويقضي تزويد الزبائن بالمعلومات وباللغة التي يفهمونها، وتقديم التوضيحات والشرح اللازم حول طبيعة الخدمة وتكلفتها، والمزايا المترتبة عن الخدمة، والبدائل الممكنة؛

خ- المصدقية: وتتضمن مراعاة البنك للأمانة والصدق في التعامل مع الزبائن مما يولد الثقة بين الطرفين لأن العمل المصرفي قائم على أساس الثقة؛

¹ عبد الرحيم ليلي، أهمية التسويق في تأهيل وتحسين القدرة التنافسية للمؤسسة المصرفية - حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-، مرجع سبق ذكره، ص 9.

² نسرین عياشي عمر، دور جودة الخدمات المصرفية في زيادة القدرة التنافسية للبنوك-دراسة حالة وكالتي بنك البركة وبنك التنمية المحلية بالوادى-، (مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص مالية ونقود، جامعة محمد خيضر، بسكر، غير منشورة)، الجزائر، 2013/2014، ص38.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

د- الأمان: ويعكس ذلك خلو المعاملات مع البنك من الشك والخطورة، ويتضمن الأمان المادي والمالي وسرية المعاملات؛

ذ- معرفة وتفهم العميل: وتعني بذل الجهد لفهم احتياجات العميل ومعرفة احتياجاته الخاصة، الاهتمام الفردي بالعميل، ومعرفة العميل الدائم للبنك، وتقديم النصح والاستشارة والتوجيه اللازم؛

ر- الجوانب المادية الملموسة (المكونات المادية): وتشمل التسهيلات المادية المستخدمة في العمل بدء بالمظهر الخارجي للبنك وهيئته من الداخل والأجهزة والوسائل المستخدمة في أداء الخدمة.¹

ثالثا: قياس جودة الخدمة المصرفية.

إن موضوع جودة الخدمة المصرفية مدخلين رئيسيين لتحديد وقياس الجودة المدخل الإيجابي ومدخل الفجوة، ويشكل هذان المدخلان الإطار العام لمعظم المحاولات الخاصة بقياس الخدمات بصفة عامة والخدمات المصرفية على وجه التحديد. ونظرا لما يحتله هذان المدخلان من أهمية في مجال دراسة جودة الخدمة المصرفية فإننا سنلقي الضوء على كل منهما.

1- المدخل الاتجاهي: يركز هذا المدخل على أساس أن جودة الخدمة المصرفية تمثل مفهوما إيجابيا يتصل برضا عملاء المصرف عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم ولكنه ليس مرادفا لهذا الرضا، كما أنه يرتبط بإدراك العميل للأداء الفعلي للخدمة المقدمة، فبالرغم من أن الباحثين يعترفون ضمنا بأهمية إدراك العملاء لجودة الخدمة، إلا أنهم يرون أن لكل من جودة الخدمة ورضا العميل مفهوما يختلف عن الآخر. والتفسير الشائع لهذا الاختلاف يتمثل في أن جودة الخدمة كما يقيّمها ويدركها العملاء هي شكل من أشكال الاتجاه الذي يعتمد على عملية تقييم تراكمية بعيدة المدى، أما الرضا فإنه يمثل حالة نفسية عابرة وسريعة الزوال؛²

2- مدخل نظرية الفجوة: يقوم هذا المدخل على أساس أن الفرق بين توقعات العملاء بشأن الخدمة وبين إدراكاتهم الفعلية لها يحدد مستوى جودة الخدمة، وعليه فإن مستوى جودة الخدمة يتحدد بالفرق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة (الأداء الفعلي) بمعنى آخر أن جودة الخدمة تعني مسابرة توقعات العملاء والارتقاء إليها بشكل مستمر وقد أوضحت إحدى الدراسات الشاملة أن جودة الخدمة المدركة تتحرك على مدى يتراوح بين الجودة المثلى إلى الجودة المقبولة. وبناء عليه فإن جودة الخدمة تقاس على النحو التالي:

● إذا كانت الجودة المتوقعة أكبر من الخدمة المدركة (الأداء الفعلي) فإن جودة الخدمة تكون أقل من مرضية؛

¹-بريش عبد القادر، زيدان مجّد، جودة الخدمات كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي، عدد3، الشلف، بدون سنة، ص- ص: 256-257.

²-ناجي ذيب معلا، الأصول العلمية للتسويق المصرفي، مرجع سبق ذكره، ص 101.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

- إذا كانت الجودة المتوقعة مساوية لجودة الخدمة المدركة فإنها تكون مرضية؛
- إذا كانت الجودة المتوقعة أقل من جودة المدركة، فإن جودة الخدمة تكون مرتفعة.¹

¹ - محمد عبد الخالق، الإدارة المالية والمصرفية، ط1، دار أسامة، عمان، الأردن، 2010، ص 46.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

المبحث الثاني: دور التكنولوجيا في تطوير الخدمات المصرفية.

أدى التطور التكنولوجي في مجال المصارف إلى التوسيع الكبير في استخدام الكمبيوتر، حيث أدى إلى السرعة في تقديم الخدمات، وتقليل الأعباء البيروقراطية وتوفير الوقت لكل من العملاء والعاملين في المصارف، وقد أدى هذا أيضا إلى مواكبة التزايد الكبير في حجم المعاملات المالية، وإمكانية حصول العميل علي الخدمات المطلوبة في أي فرع من فروع المصرف في أي منطقة من المناطق داخل الدولة دون الحاجة إلى الاتصال بالفرع الذي قام العميل بفتح حساب فيه.

المطلب الأول: مراحل التطور التكنولوجي في العمل المصرفي.

حصل في العمل المصرفي ثلاث تطورات مهمة، ابتدأت بإدخال المحترفين إلى العمل المصرفي أعقاب نهاية الحرب العالمية الأولى ومن ثم دخول ثقافة التسويق والبيع، ثم مرحلة تنامي دور التكنولوجيا المتقدمة، ولقد مر استخدام التكنولوجيا من قبل المصارف بالمراحل التالية وهي:

أولا: مرحلة الدخول ومرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا.

كان هدف المصرف من وراء تبني تكنولوجيا الإعلام والاتصال هو إيجاد حلول للأعمال المكتبية الخلفية، حيث بدأ المختصون في المجال يدخلون المصاريف لإيجاد حلول لمشاكل الأعمال المصرفية ومن بينها التأخر في إعداد التقارير المالية والمحاسبية.

1- مرحلة الدخول: ويقصد بمرحلة الدخول مرحلة التي دخلت فيها التكنولوجيا إلى أعمال المصارف بغرض إيجاد حلول للأعمال المكتبية الخلفية، حيث بدأ الأخصائيون في شؤون التكنولوجيا يدخلون إلى المصارف لإيجاد الحلول التكنولوجية لمشاكل الأعمال المصرفية الخلفية، مثل مشكلات التأخير في إعداد التقارير المالية، والتقارير المحاسبية، ولم يكن هناك تدخل مباشر من قبل الإدارات الوسطى والعليا التنفيذية سواء في الحلول المقترحة أو كلفتها، فكان المهم هو حل المشاكل المتعلقة بالعمل المصرفي؛

2- مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجي: هي 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.¹

¹ -أديب قاسم شندي، الصيرفة الالكترونية أنماطها وخيارها القبول والرفض، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، جامعة واسط، العدد السابع

والعشرون، فلسطين، 2010، ص 4.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

ثانيا: مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات العملاء ومرحلة السيطرة على التكاليف.

اعتمدت المصارف بعض الوسائل من أجل التوفير الفوري لخدمات العملاء بتكاليف مرتفعة، مما دفع الإدارة العليا لتوجيه اهتمامها إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال، رغبة في تطوير المنتجات حسب متطلبات العملاء وبتكلفة أقل.

1- مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات العملاء: وهي المرحلة التي بدأت فيها المصارف باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في التوفير الفوري للخدمات المقدمة لعملائها، وأصبحت هذه العملية ممكنة بفعل دخول صناعة الاتصالات إلى العمل المصرفي وتميزت هذه المرحلة ببدء اهتمام الإدارة العليا بتكنولوجيا الإعلام والاتصال المعلومات نظار للتكاليف المتزايدة التي تتطلبها هذه المرحلة من جهة والتعقيدات التي نتجت عن سير العمل من جهة ثانية؛

2- مرحلة ضبط أو السيطرة على التكاليف: هي مرحلة ضبط الاستثمار في التكنولوجيا، وعمدت الإدارات إلى الاستعانة بأخصائيين واستشاريين في شؤون التكنولوجيا لمساعدتهم في ضبط التكاليف. ثالثا: مرحلة اعتبار التكنولوجيا أصلا كباقي أصول المصرف ومرحلة اعتبار التكنولوجيا عملا ضمن أعمال المصرف.

نتج هذا التفكير عن الاستثمارات الضخمة التي قامت بها المصارف في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصالات، إذ تم اعتبارها أصل من أصول المصرف، وبالتالي فهو يحقق مردودية كباقي الأصول وفي هذه المرحلتين أصبحت تعتبره عمل ضمن أعمال المصرف وبدأ التركيز فيها على تفعيل الإنتاجية على الصعيد الداخلي والخارجي.

1- مرحلة اعتبار التكنولوجيا أصلا كباقي أصول المصرف: إن المرحلة السابقة وما لها من اهتمام كبير بمختلف نواحي تكنولوجيا المعلومات ومن قبل جميع المؤولين في المصرف، باعتبار تكنولوجيا الإعلام والاتصال أصلا كباقي أصول المصرف، وعليه يجب أن يجني هذا الأصل مردودا كباقي الأصول وهنا بدأت إدارة التكنولوجيا¹؛

2- مرحلة اعتبار التكنولوجيا عملا ضمن أعمال المصرف: هي المرحلة التي بدأت فيها الإدارة الإستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات داخل المصرف، والتي ارتكزت على تفعيل الإنتاجية على الصعيد الداخلي وتحسين الضبط على الصعيد العملي وتسويق تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الصعيد الخارجي، وما عزز هذا الاتجاه العوامل التالية:

¹ - حميد رقاوي، مدى تأثير التسويق المصرفي على سلوك المستهلك الجزائري مع الإشارة إلى بنك القرض الشعبي الجزائري - وكالة سعيدة-، مرجع سبق ذكره، ص-ص: 62-63.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

- إن تكنولوجيا الإعلام والاتصال لم يقتصر استخدامها كما في السابق على قطاع الأعمال الإنتاجية، بل أنها تقدمت بسرعة إلى الأعمال الأساسية للمصارف وعلى تنوعها؛
- تساعد أهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية كميدان أساسي ضمن أعمال المصارف والتي تعتمد بشكل أساسي على التكنولوجيا المتقدمة؛
- البحث المستمر من قبل المصارف وريحتها عن الطرق الكفيلة بتحسين دخلها الإجمالية، حيث أصبح واضحاً أن استخدام التكنولوجيا المتقدمة على نحو رشيد يساهم في رفع الكفاءة التشغيلية للمصارف ويعزز فعالية إدارتها والرقابة على أعمالها؛
- إن تكنولوجيا الإعلام والاتصال أصبحت أداة لإدارة المصرف من أجل الإطلاع ومراقبة حسن سير الأعمال على النحو المنشود، ومن أجل إعداد التقارير الخاصة بالمصرف.¹

المطلب الثاني: الخدمات المصرفية الإلكترونية.

تشكل الصناعة المصرفية أحد أهم مؤشرات التطور الاقتصادي الذي وصلت إليه المجتمعات البشرية، نظراً لإسهامها الواسع في توفير متطلبات الاستثمار والتنمية، إذ يمكن قياس مستوى التقدم والتطور الاقتصادي لأي مجتمع بمدى كفاءة نظامه المصرفي ونوع خدماته المقدمة.

أولاً: تعريف ومتطلبات الخدمة المصرفية الإلكترونية.

تشكل الخدمات المصرفية أحد أهم مؤشرات النهضة الاقتصادية نظراً لإسهامها الواسع في توفير متطلبات الاستثمار والتنمية.

1- تعريف الخدمة المصرفية الإلكترونية: هناك العديد من التعريفات للخدمة المصرفية الإلكترونية نبرز منها ما يلي:

- يقصد بها التوصل التلقائي للخدمات المصرفية التقليدية والجديدة مباشرة للعميل من خلال قنوات التواصل الإلكترونية التفاعلية، وتتضمن هذه الخدمات النظم التي تمكن عملاء المؤسسات المالية أو الأفراد أو الشركات من الوصول للحسابات المصرفية أو الحصول على معلومات عن المنتجات المالية والخدمات من خلال شبكة خاصة أو عامة بما في ذلك شبكة الانترنت؛²

¹ - مرابط مراد، أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية - دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميله-، مرجع سبق ذكره، ص 39.

² - أحمد السيد النجار، الخدمات المصرفية الإلكترونية، المفاهيم والنشأة والأنواع ملفات المصرف الإلكتروني -لغة العصر-، مجلة الأهرام للكمبيوتر والانترنت والاتصالات، 5 ديسمبر 2016، ص2.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

• هي تقديم الخدمات المصرفية مباشرة للعملاء من خلال التفاعل الآلي مع القنوات الإلكترونية المختلفة التي يوفرها البنك لجميع المستخدمين (الأفراد والشركات) على مدار الساعة؛¹

• تقوم المصارف بتقديم الخدمات المصرفية التقليدية أو المبتكرة من خلال استخدام وسائط الاتصال الإلكترونية، وتقوم المصارف بتقديم تلك الخدمات بهدف تعزيز حصتها في السوق المصرفي، أو لخفض التكاليف التشغيلية، أو كوسيلة لتوسيع نشاطها داخل وخارج حدودها الوطنية.²

2- متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية: تتمثل متطلبات الخدمة المصرفية في:

• ضرورة الاهتمام باستجابة أساليب التكنولوجيا بسرعة وكفاءة واقتناء الوسائل الحديثة وتطبيقها على نحو سليم، حتى يتمكن للبنوك الصمود أمام المنافسة الشديدة في ظل إزالة القيود والحدود أمام المعاملات في إطار العولمة التي تمتد آثارها بسرعة مذهلة لتشمل كل جوانب الحياة؛

• الاهتمام بتنمية الموارد البشرية في البنوك وتهيئة العاملين وتطوير نوعية تدريبهم بما يتواءم مع مستحدثات العصر وذلك عن طريق إفادتهم في بعثات تدريبية لاستيعاب وسائل التكنولوجيا المستخدمة في البنوك؛

• ضرورة وضع تشريعات التي تحفظ حقوق كل من البنوك والعملاء في حالة البنوك الإلكترونية وخاصة فيما يتعلق بالتوقيع الإلكتروني والذي يعتبر الشرط الأساسي للمعاملات الدولية والمحلية عبر الانترنت؛

• العمل على وضع مبادئ مناسبة لإدارة المخاطر المتعلقة بالعمليات المصرفية الإلكترونية وكذا العمل على قيام السلطات الرقابية بالإشراف المناسب على هذه العمليات التي تجربها الوحدات الخاضعة لرقابتها مع مختلف الدول؛

• ضرورة حصول البنوك على ترخيص بتقديم الخدمات المصرفية على شبكة الانترنت وذلك لحماية البنوك من المخاطر التشغيلية المرتبطة بتقديم الخدمات وحماية السوق المصرفي المحلي من مقدمي الخدمات المصرفية الأجانب غير المرخص لهم محليا بتقديم تلك الخدمات؛

• ضرورة توافر قاعدة بيانات متكاملة وشاملة بين البنوك مع إيجاد آلية متكاملة للربط الإلكتروني بين البنوك.³

¹ - فواد الحربي، الخدمات المالية المصرفية، مجلة إضاءات مالية ومصرفية، معهد الدراسات المصرفية، سلسلة 5، العدد 12، الكويت، جويلية 2013، ص 2.

² - زميت مجّد، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تفعيل الخدمات المصرفية- دراسة حالة عينة من المصارف الجزائرية، (أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص تخطيط، جامعة الجزائر-3، غير منشورة)، الجزائر، 2014/2015، ص 244.

³ - عادل رزق، مبادئ وأسس إدارة التحديات في عصر العولمة، بدون طبعة، اتحاد المصارف العربية، بيروت، لبنان، 2007، ص - ص: 229-231.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

ثانيا: العوامل المؤثرة في الخدمات المصرفية الالكترونية.

مرسير المصارف منذ بداية عبر مرحلة مهمة من التطورات المستمرة، والتي يتوقع لها أن تستمر لسنوات أخرى قادمة. وقد كان من نتائج هذه التطورات تركها آثار مميزة في حجم المخاطر التي تواجهها المصارف في عملها ومداهها. وكان من بين التغيرات التي تركت آثارا مهمة في مخاطر العمل المصرفي ما يلي:

● **التغير في سلوك العملاء:** إن أكثر الظواهر الخاصة بالتغيير في سلوك العملاء تلك التي تتطلب اكتساب المعرفة في كيفية استخدام الآلة والتعامل مع الأجهزة الحديثة والبطاقات المصرفية، عند طلب كمية من النقود وإيداعها أو تحويلها، مما يعني ضرورة التوجه نحو الزبائن وتعليمهم كيفية استخدام هذه التقنيات والتعامل مع آلياتها؛

● **نمو عدد مستخدمي شبكة الانترنت:** يقدم التقدم التكنولوجي الأدوات المادية والبيئة المواتية لنشأة وتطور تلك الخدمات فتقدم قطاع اتصالات وتوافر خدمة الانترنت، يساعد على زيادة مستخدمي شبكة الانترنت، ويغير في سلوك العملاء؛¹

● **المنافسة:** هي سمة ظاهرة في القطاع المصرفي نتيجة لمرونة التعامل فيه والسرعة في التغيير واتخاذ المواقف أمام أية ظواهر تصدر من المصارف أخرى، وقد أظهرت الدراسات أن عامل المنافسة من أقوى العوامل التي تدفع المصارف لاستخدام الانترنت كوسيلة اتصال تقدم من خلالها الخدمات والمنتجات المصرفية لعملائها وتحافظ عليهم وتستقطب عملاء جدد؛

● **الإبداع التكنولوجي:** هذه الناحية لها تأثير واضح في سوق الخدمات المصرفية، فاستخدام التكنولوجيا يساهم في توسيع الموارد وقدرة المصارف على المنافسة في هذه الصناعة المنتجة للمنتجات الجديدة؛

● **تعميق الولاء:** تحرص المصارف دائما على توطيد وتعمق العلاقة بينها وبين العملاء لخلق نوع من الولاء للمصرف، وبما أن الانترنت تعمل على زيادة فرص اتصال عميل بمصرفه والحصول على خدماته ومنتجاته ضمن دائرة مكان وزمان أوسع، فإن ذلك يعمل على توطيد العلاقة بينهما وخلق نوع جديد من الولاء.²

¹ - شيروف فضيلة، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، (مذكرة تدخل ضمن نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تسويق، جامعة منتوري، قسنطينة، غير منشورة)، الجزائر، 2010/2009، ص- ص: 14-15.

² - زميت مجّد، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تفعيل الخدمات المصرفية-دراسة حالة عينة من المصارف الجزائرية-، مرجع سبق ذكره، ص248.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

ثالثا: مزايا ومخاطر الخدمات المصرفية الالكترونية.

تعد الخدمات المصرفية من أرق ما توصل إليه الفكر المصرفي الحديث بالتزاوج مع تطور تكنولوجيا الاتصالات والإعلام مما وسع وعمق من تحرير هذا النشاط وتوسيع نطاقه وتعظيم أرباحه، ويترتب على استخدام الخدمات المصرفية مجموعة من المزايا تقابلها مجموعة من العيوب:

1- مزايا الخدمات المصرفية الالكترونية: للخدمات المصرفية مجموعة من المزايا والتي تشتمل على:

- تقديم خدمات جديدة مثل دفع الفواتير الكترونيا بدون رسوم؛
- زيادة كفاءة البنوك وتحسين مستوى الخدمة؛
- إحكام الرقابة على العمليات المصرفية؛
- إرسال واستقبال المستندات بسرعة فائقة مما يسهل عمليات التجارة الخارجية؛
- زيادة القدرات التنافسية للبنوك والمؤسسات المالية الوطنية مع نظيرتها العالمية وفتح الباب أمام تواجد أكبر البنوك الوطنية في الأسواق الخارجية؛
- تسهيل الحصول على البيانات المالية الخاصة بالعميل.¹

2- مخاطر الخدمات المصرفية: إن المزايا العديدة التي يحققها دخول الانترنت إلى المجال المصرفي لها في نفس الوقت بعض المخاطر، وتنطوي على العديد من المشاكل التي تواجه العمل المصرفي الالكتروني ومن أهمها:

- ظهور مشاكل مالية تتعلق بكيفية تحصيل الضرائب والرسوم على التبادل التجاري الإلكتروني، وهو عنصر مهم بالنسبة للدول النامية إذ قد يؤدي حرمانها لأهم مصادر الإيرادات، وهذا ما يقتضي وضع قواعد تتضمن حقوق هذه الدول بدون أي يؤدي ذلك إلى حرمانها من مزايا التجارة الإلكترونية؛
- هناك مخاطر تتعلق بفشل مورد الخدمة في تقديم ما يتوقعه البنك من خدمات نتيجة القصور في نظام المستخدم الذي ينعكس بدور على البنك، فيتعرض للمساءلة من قبل زبائنه الأمر الذي يستلزم وضع ضوابط لإلزام مورد الخدمة بما ومتابعة ما يقوم به هذا المورد للمحافظة على خطة أداء البنك لخدماته؛
- هناك مخاطر ناتجة عن ممارسة العمليات المصرفية عبر الحدود، الأمر الذي يتطلب من البنوك الإلمام بالقوانين والضوابط الرقابية التي تحكم هذه العمليات مثل الحصول على الترخيص وحماية المستهلك؛

¹ - صلاح الدين حسن السيسي، الموسوعة المصرفية العلمية والعلمية - الجزء الأول-، ط1، مجموعة النيل العربية، مصر، 2011، ص- ص: 679-678.

² - قماير هاجر، عباس مختارية، تحديات المنظومة المصرفية في ظل التكنولوجيات الحديثة - دراسة مقارنة للدول المغاربية-، مرجع سبق ذكره، ص- ص: 47-46.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

• هناك مخاطر مرتبطة بالتغيرات التكنولوجية السريعة في هذا المجال، الأمر الذي يترتب عليه عدم استطاعة الموظفين الإلمام بطرق استخدام التكنولوجيا الحديثة، مما قد يؤدي لقصور في الناحية الفنية وقصور في النظام.

المطلب الثالث: الصيرفة الإلكترونية.

شهدت الصناعة المصرفية في الآونة الأخيرة تقدما ملموسا في مجال السماح لعملاء البنوك، بإجراء عمليات مصرفية من خلال شبكات الاتصال الالكترونية ومن المتوقع أن تنتشر هذه العمليات بشكل واسع في الفترة المقبلة الخاصة أمام التوسع الكبير الذي شاهدهته شبكة الإنترنت والتجارة الإلكترونية والذي دفع بالبنوك إلى السير في اتجاه التوسع في تقديم خدمات مصرفية إلكترونية متنوعة.

أولاً: تعريف ونشأة وأهداف الصيرفة الإلكترونية.

تعتبر الصيرفة الإلكترونية من أحدث وأهم المواضيع المصرفية التي حظت باهتمام كبير من قبل المجتمع المصرفي، فهي تعد الواقع المعتمد في مجال الاقتصاد الجديد عامة، وفي أعمال المصارف خاصة لذا فإن معظم الدول المتقدمة أصبحت تعتمد عليها.

1- نشأة الصيرفة الإلكترونية: يرجع ظهور الصيرفة الإلكترونية إلى السبعينات من القرن العشرين عندما بدأت البنوك تعرض خدماتها عبر الهاتف، فأصبح بإمكان الزبون استخدام الخط الهاتفي للاطلاع على أرصده تحوّل الأموال وتسديد الفواتير. وفي الثمانينات من نفس القرن أصبحت تلفزة الكابل والحاسوب الشخصي وسائل جديدة يمكن استخدامها في الصيرفة بالبيت وحلت بذلك مشكلة محدودية الأنظمة الهاتفية فيما يخص الكتابة والصورة. وبعد التطور الكبير الذي عرفته تكنولوجيا الإنترنت. في نهاية الثمانينات وبداية التسعينات وجدت فيها البنوك الوسيلة المثلى لعرض العمليات المرتبطة بالحسابات والعمليات المالية دون تحرك للسيولة النقدية.

في سنة 1995 عندما أنجزت Netscape أول برنامج يسمح بدخول مواقع internet (browser) أصبحت الصيرفة عبر الخطوط الحقيقية ممكنة. ويعتبر (SFNB)* أول بنك عبر الخط في العالم وهو بنك أمريكي.¹

* - SFNB: Security First National bank.

¹ - تطار مجّد منصف، النظام المصرفي الجزائري والصيرفة الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة مجّد خيضر، العدد الثاني، بسكرة، جوان 2002، ص - ص: 179-180.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

2- تعريف الصيرفة الإلكترونية: تجدر الإشارة إلى أنه لا يوجد تعريف متفق عليه عالميا لمصطلح الصيرفة الإلكترونية، وعلى كل باحث أن يجتهد في استخدام المفهوم الخاص به لتحديد هذا المعنى، والذي يدور بصفة عامة حول ممارسة الأعمال الإلكترونية. وسنعرض بعضها فيما يلي:

● هي إجراء العمليات المصرفية بطرق الكترونية أي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أو الجديدة، وفي ظل هذا النمط لن يكون مضطرا للتنقل إلى البنك إذا أمكنه القيام بالإعمال التي يريدتها من بنكه من أي مكان في أي زمان؛¹

● الصيرفة الإلكترونية تعني اتجاه البنوك نحو التوسع في إنشاء مقر لها عبر الانترنت بدلا من إنشاء مقر ومباني جديدة، وتقديم الخدمات البنكية التقليدية أو المبتكرة من خلال شبكات اتصال الكترونية تقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقا لشروط العضوية التي تحددها البنوك، وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة لاتصال العملاء؛²

● تشمل الصيرفة الإلكترونية المعاملات المالية الإلكترونية بين المؤسسات المالية والأفراد والشركات التجارية والحكومية، ومن أجل تحسين الربحية تحاول المنظمات المصرفية، كالأخرين السيطرة على التكاليف وخفض المصروفات التشغيلية، متخذة من التكنولوجيا والابتكار أدواتها لتحقيق ذلك وتعمل شبكات الكمبيوتر والانترنت وحلول تحليل الأعمال على خفض تكاليف الخدمة مع الاستمرار في تقديم خدمة جيدة للعميل؛³

● المقصود بالصيرفة الإلكترونية إجراء العمليات المصرفية بشكل الكتروني والتي تعد الانترنت من أهم أشكالها، وبذلك فهي بنوك افتراضية تنشئ بمواقع الكترونية على الانترنت لتقييم نفس خدمات موقع البنك من سحب ودفق وتحليل دون انتقال العميل إليها.⁴

ومن خلال ما سبق يمكن القول أن الصيرفة الإلكترونية نمط جديد ومتطور لتقديم الخدمات المصرفية، أي بطريقة الكترونية بالإضافة إلى عملها بالطرق التقليدية، إلا أنه في ظل هذا النمط من الصيرفة

¹ - Internet, site officiel de wikipedia, (page consultée le 13/03/2017), [en ligne], <https://ar.m.wikipedia.org>

[wikipedia.org](https://ar.m.wikipedia.org)

² - معطى الله خير الدين، بوقوم محمد، المعلوماتية والجهاز البنكي حتمية تطوير الخدمات المصرفية، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية واقع وتحديات، جامعة قالمة، الجزائر، بدون سنة، ص199.

³ - طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية، بدون طبعة، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2004/2003، ص141.

⁴ - سميرة ربح، دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز القدرات التنافسية للبنوك التجارية، دراسة مقارنة بين بنك الفلاحة والتنمية الريفية- تقرت- وبنك القرض الشعبي الجزائري- وكالة الوادي-، خلال الفترة الممتدة ما بين 2008-2014، (مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في ميدان العلوم الاقتصادية، تخصص علوم اقتصاد، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، غير منشورة)، الجزائر، 2015/2014، ص30.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

لا يكون العميل مضطرا للتنقل إذ يمكنه القيام ببعض العمليات مع مصرفه وهو في بيته أو مكتبه وهو ما يعني تجاوز البعد الزماني.

3- أهداف الصيرفة الالكترونية: الغرض من الصيرفة الالكترونية هو تحقيق الأهداف التالية:

- إيجاد آلية لتوفير المعلومات للعملاء خارج البنك وخارج نطاق العمل الرسمية، وذلك من خلال تكنولوجيا الحاسب الآلي وشبكة الانترنت؛
 - توفير تقنيات متعددة تناسب كل فئات العملاء والزبائن كاستخدام الهاتف، التلفزة الرقمية؛
 - تسهيل عملية الدفع من خلال الوسائل الالكترونية المختلفة والمتمثلة أساسا في البطاقات المصرفية، الشيكات الالكترونية، والنقود الالكترونية؛
 - تحقيق راحة المتعاملين من خلال التقريب الخدمة إليهم (الخدمات المنزلية)؛
 - التصدي للمنافسة الشرسة الناتجة عن التطورات العالمية خاصة بعد اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المصرفية والمالية وانتشار الاقتصاد الرقمي.¹
- ثانيا: مزايا الصيرفة الالكترونية.

للصيرفة الالكترونية العديد من المزايا منها ما يتعلق بالعملاء ومنها ما يتعلق بالبنوك ومنها ما يتعلق بالاقتصاد الوطني ويمكن تلخيص هذه المزايا كما يلي:

1- مزايا الصيرفة الالكترونية للعملاء: إن مزايا وفوائد البنوك الالكترونية عديدة وكثيرة للعملاء ونذكر من أهمها:

- منح للعملاء قدرة أكبر لاختيار الخدمة المصرفية الأكثر ملائمة لهم وهذه الميزة التي توفرها الإنترنت تعتبر نقلة نوعية في علاقة البنوك مع عملائها، أي إذا كانت الخدمة المطلوبة غير متوفرة لدى البنك المختار على الإنترنت أو أن سعرها غير تنافسي فإن العميل سيتحول بسهولة إلى بنك آخر له موقع على الإنترنت؛

- تقديم الخدمات المصرفية طوال أيام الأسبوع وعلى مدار 24 / 24 ساعة، بمعنى خدمة متواصلة 365 ساعة يوم في السنة. بما فيها العطل والأعياد، ودعم الالتزام بمواعيد عمل البنك الرسمية؛

- تمكين العميل من الاطلاع على الحساب بإضافة إلى معرفة أسعار الفائدة، أسعار الصرف، مواعيد استحقاق أقساط القروض؛

- سهولة إجراء التحويلات المالية من حساب لآخر؛

¹ - ميهوب سماح، الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك وتأمينات، جامعة منتوري، قسنطينة، غير منشورة)، الجزائر، 2004/2005، ص 96.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

● توفر درجة الأمان والسرية بدرجة عالية والدقة؛

● إمكانية الحصول على الخدمات المصرفية سريعة ومريحة وبتكاليف منخفضة؛

● إمكانية الحصول على الخدمات المصرفية المطلوبة في الوقت والمكان المناسبين.

2- مزايا الصيرفة الالكترونية للبنوك: تعتبر البنوك الأكثر استفادة من مزايا البنوك الالكترونية ومن أهمها:

● إمكانية البنوك بواسطة التكنولوجيا والاستفادة من البيانات المتوفرة لديها من عملائها وتحويلها إلى معلومات كاملة عنهم باستخدام برامج الكمبيوتر الخاصة بقواعد البيانات؛

● زيادة المنافسة بين البنوك يسمح لها بالتغلغل إلى أسواق جديدة ومن ثم إلى زيادة انتشارها الجغرافي؛

● إيجاد الولاء المصرفي للعملاء الحاليين للحفاظ عليهم من جهة، وجذب عملاء مرتقبين من جهة أخرى؛

● تقليص التكاليف الإجرائية كاستخدام الأوراق، الوقت والجهد في البنوك لإنهاء معاملات العملاء الأمر الذي يساعد على خفض التكلفة الكلية التي تقوي الميزة الإستراتيجية التي تعتبر متغيرا مهما في التمييز التنافسي؛

● الميزات التنافسية التي يحاول كل بنك نجاح التميز بها في خدماته فاتصال الزبون بينكه عبر الإنترنت يزيد حسب جودته وسرعته من تميز البنك الجودة الشاملة التي تزيد من قوته التنافسية.

3- مزايا الصيرفة الالكترونية للاقتصاد الوطني: كذلك نجد مزايا عديدة للاقتصاد الوطني من أهمها:

● زيادة الدخل المالي للبنوك الوطنية ومن ثم مساهمتها في إجمالي الدخل الوطني، نستطيع تحديد رسوم رمزية على مستخدمي الانترنت في التعامل المصرفي معها تساعدها هذه الرسوم في تطوير الخدمة المصرفية عبر الانترنت، هذه الرسوم سوف تعيد دورتها في اقتصاد البلد وتعيشه من خلال استثمار البنوك في إن المعدلات المصرفية عبر الانترنت يزيد من الكفاءة إنتاجية للبنوك، والتي بدورها تساعد على تحسين الأداء الاقتصادي بشكل عام.¹

ثالثا: مخاطر الصيرفة الالكترونية:

إن الصيرفة الالكترونية رغم ما يمكن أن توفره من مزايا للاقتصاد العالمي عامة، تظل محاطة بمجموعة من المخاطر لا يمكن مواجهتها دون وضع إطار قانوني وتقني وتطويره كل المستجدات وأهم هذه المخاطر ما يلي:

¹-الإنترنت، الموقع الرسمي لجامعة تلمسان، (2016/12/13، 15:15)، [على الخط]، <http://www.neevia.com>

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

1- المخاطر التنظيمية: تنطوي الصيرفة الالكترونية على درجة عالية من المخاطر التنظيمية بالنسبة للمصارف، ويمكن للمصارف توسيع النطاق الجغرافي لخدماتها عن طريق الصيرفة الإلكترونية، بدرجة أسرع مما يمكن عن طريق المصارف التقليدية، ونظرا لأن شبكة الانترنت تتبع الفرصة للاستفادة من الخدمات من أي مكان في العالم، فإن هناك خطر في أن تحاول المصارف التهرب من التنظيم والإشراف، وفي هذه الحالة يمكن أن تطلب هذه المصارف أي التي تقدم خدماتها من أماكن بعيدة عن طريق شبكة الانترنت بالحصول على ترخيص لذلك، والترخيص وسيلة مناسبة بصفة خاصة عندما يكون ضعيفا وعندما لا يتواجد بشكل كاف بين المصرف المقدم للخدمة الالكترونية وجهة الإشراف المحلي، فقد تتهرب بعض المصارف من الخضوع للسلطة النقدية، لاسيما في الدول الأقل تنظيما أو الأقل تطورا من حيث تقنيات الرقابة على استعمال مختلف الوسائل الالكترونية في التعامل المصرفي؛

2- المخاطر القانونية: تحتوي الصيرفة الإلكترونية على درجة عالية من المخاطر القانونية بالنسبة للمصارف، وتجد أبرز فكرة تطرح حاليا كون الصيرفة الالكترونية يمكن أن تساهم في عملية غسل الأموال، وتمويل العمل الإجرامي والإرهابي في العالم، وهذا كله ناجم عن السرية التي توفرها التقنية للمتعاملين، مما استدعى التفكير في وضع إطار قانوني وتشريعي يحارب كل استعمال غير شرعي للصيرفة الإلكترونية، فضلا عن التنسيق والتكامل الدولي لتضييق الخناق على الاستعمال غير الشرعي، وإنشاء وكالة خاصة للمراقبة، وهناك مخاطر أخرى مرتبطة بالنشاطات المختلفة للقرصنة وما يمكن أن تشكله من خطر على نظام الشبكة الإلكترونية؛

3- مخاطر العمليات: يحتاج الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة لتقديم الخدمات المصرفية إلى أمن النظام المصرفي والشبكات الإلكترونية المصرفية، فهناك مخاطر مرتبطة بالنشاطات المختلفة والنتائج المترتبة عليها، وهذا لا يمكن مواجهته إلا من خلال تبني نظام الكتروني آمن متطور يوفر أمانا للمصرف وتعامله، ويتعين على القائمين على تنظيم العمليات المصرفية الإلكترونية والإشراف عليها أن يتأكدوا من المصارف التي تتيح ممارسة سليمة لضمان سرية البيانات، إلى جانب نزاهة النظام والبيانات، وينبغي أن يجري باستمرار اختيار ممارسة الآمن ومراقبته ومراجعتة¹؛

4- مخاطر السمعة: تنشأ مخاطر السمعة في حالة توافر رأى عام سلبي تجاه البنك نتيجة عدم قدرته على تقديم خدماته المصرفية عبر الانترنت وفق معايير الأمان والسرية والدقة مع الاستمرارية والاستجابة

¹ - عرابة رابح، دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية في عصنة الجهاز المصرفي الجزائري، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة الشلف، العدد 8، الجزائر، 2012، ص 18.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

الفورية لاحتياجات ومتطلبات العملاء، وهو أمر لا يمكن تجنبه سوى بتكثيف اهتمام البنك بتطوير ورقابة ومتابعة معايير الأداء بالنسبة لنشاطات الصيرفة الالكترونية.¹

¹ - شعبان فرج، العمليات المصرفية وإدارة المخاطر، تخصص النقود المالية، جامعة البويرة، 2014/2013، ص - ص: 75-76.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

المبحث الثالث: نتائج التطور التكنولوجي في العمل المصرفي.

إن التطور المتسارع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال فرض على المؤسسات المالية والمصرفية تقديم الخدمات التي تتلاءم ومتطلبات التقدم التقني وتمكين العملاء من متابعة تطورات القرية الكونية من داخل منازلهم عبر شبكات متنوعة تمكنهم من الاستعلام على مختلف الخدمات والمنتجات وذلك باستخدام جهاز الحاسوب الآلي الخاص به (العميل) وهكذا أصبحت المعاملات المالية (عمليات تحويل الأموال وكذا تسوية المعاملات المالية) أمر سهل وهين ولا يستغرق الكثير من الوقت وهذا يعود لكل من وسائل الدفع الإلكترونية والوسائط الخاصة بها وكذا أنظمة الدفع الإلكترونية.

المطلب الأول: وسائل الدفع الإلكترونية.

تطورت وسائل الدفع الإلكترونية مع انتشار عمليات التجارة الإلكترونية ويقصد بوسائل الدفع الإلكترونية على أنها مجموعة الأدوات أو الوسائل والتقنيات الإلكترونية التي تسمح بتحويل الأموال بشكل مستمر وآمن وذلك من أجل تسديد دين ما على السلع أو الخدمات بصفة تلغي العلاقة المباشرة بين المدين والدائن، وظهرت وسائل الدفع الإلكترونية بظهور البطاقات المصرفية في الولايات المتحدة الأمريكية حوالي عام 1914. وتتمثل هذه الوسائل في البطاقات الإلكترونية، الشيكات الإلكترونية والسفتجة الإلكترونية والنقود الافتراضية.

أولاً: البطاقة الإلكترونية.

عرف العالم في بداية الخمسينات ظهور البطاقات البلاستيكية. حيث أن تطور التجارة الخارجية، ونمو التجارة الإلكترونية لعبت دوراً كبيراً في تعاظم أهمية وتعدد هذه البطاقات، إن البطاقات الإلكترونية الصادرة عن المؤسسات المالية أو المصرفية تسمح للزبون بالدخول إلى حسابه بغرض سحب النقود أو من أجل دفع حقوق المشتريات وحتى الخدمات، ويمكن تعريف البطاقة الإلكترونية على النحو التالي:

● البطاقة الإلكترونية هي عبارة عن وسيلة لتخزين النقد أي بمثابة حافظات نقد إلكترونية ومع تطور عنصر الأمان في هذه البطاقات زادت درجة الإقبال عليها فضلاً عن سهولة التي تتيحها، فقد تطور استعمالها بشكل سريع. وتقوم هذه البطاقات على مبدأ الدفع المسبق ونظراً للإقبال الذي حظيت به هذه البطاقات خاصة مع تطور عنصر الأمان فيها، فضلاً عن السهولة التي تتيحها، فقد تطورت بشكل سريع حتى أصبح بالإمكان شحن البطاقة الواحدة عدة مرات، كما أن بطاقة لم تعد مجرد مخزن للقيمة، بل

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

أصبحت تتضمن معالجا إلكترونيا يسمح بمعرفة هوية حاملها بالإضافة إلى تشفير البطاقة بمفتاح سري.¹ وتنقسم البطاقات الإلكترونية إلى نوعين وهما:

1- البطاقة الممغنطة: يطلق عليها اسم بطاقة المعاملات المالية الممغنطة وهي تلك البطاقات التي تتم معالجتها إلكترونيا وتستخدم في أغراض متعددة من خلال المعلومات المخزنة عليها والدخول بها على الآلات المعدة بغية تحقيق أغراض معينة. كما أنها مدفوعة سلفا وتكون القيمة المالية مخزنة فيها، وتستخدم هذه البطاقات للدفع عبر الانترنت وغيرها من الشبكات، ويمكن أن تستخدم في نقاط البيع التقليدية، كما تكون مصنوعة من البلاستيك ولها شريط ممغنط يتضمن اسم صاحب البطاقة بالإضافة إلى رقم يمثل رقم البطاقة، ظهرت لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1914 عندما قامت شركات البترونية بإصدار بطاقات معدنية لعملائها، ليتسع استخدامها على يد البنوك وذلك في عام 1950 عندما قام بنك ناشيونال فرانكلين بنيويورك بإصدار بطاقة لعملائه، لتظهر سنة 1954 في فرنسا وتبدأ في الانتشار في كل أوروبا ومن ثمة في العالم بأسره؛²

2- البطاقة الذكية: تعددت تعريفات البطاقة الذكية ومن أبرزها ما يلي:

- هي بطاقة بلاستيكية تضم شريحة إلكترونية ذات سعة تخزينية للبيانات أكبر بكثير من تلك التي تستوعبها البطاقات ذات الشرائط الممغنطة، حيث يتم تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل الاسم، العنوان، المصرف المصدر لها، أسلوب الصرف، المبلغ المصرف وتاريخه تاريخ حياة العميل المصرفية؛³
- البطاقة الذكية تحتوي على برغوث إلكتروني (الشريحة) صغير جدا يشكل ذاكرة عددية تسمح بالاحتفاظ بكمية كبيرة من المعلومات تعادل 500 ضعف ما يمكن أن تخزنه البطاقة البلاستيكية الممغنطة، مجاله مطوق يشبه معدنا في مساحة لا تزيد عن 1 سم² مزودة بلمسات وتدرجات، هذا البرغوث يحوي معالج دقيق يسمح بتخزين الأموال من خلال البرمجة الأمنية؛
- فالبطاقة الذكية واحدة من التكنولوجيا الداعمة لعمليات الدفع الإلكتروني تستخدم للتدقيق والترخيص وإجراء العمليات الحاسوبية؛

¹ - قماير هاجر، عباس مختارية، تحديات المنظومات المصرفية في ظل التكنولوجيا الحديثة - دراسة مقارنة للدول المغاربية-، مرجع سبق ذكره، ص- 51-52.

² - سحنون محمود، دروس في الاقتصاد النقدي والمصرفي، بدون طبعة، دار الحامد، عمان، الأردن، 2004/2003، ص 19.

³ - زهير بشناق، العمليات المالية المصرفية الإلكترونية، بدون طبعة، اتحاد المصارف العربية، مصر، 2006، ص 258.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

إن القدرة الاتصالية للبطاقات الذكية تمنحها أفضلية على الشريط المغناطيسي لبطاقات القيمة المخزونة التي يتم تمريرها على قارئ البطاقات، ذلك أن نسبة الخطأ للشريط المغناطيسي تصل إلى 250 لكل مليون معاملة (ونسبة الخطأ هي عدد الأخطاء أثناء تمرير كل معاملة)، في حين أن نسبة الخطأ للبطاقات الذكية تصل إلى 100 لكل مليون معاملة، كما أن التطويرات المستمرة في تقنية المعالجات تقوم بتخفيض قيمة نسبة الخطأ بصورة مستمرة في هذا النوع من البطاقات،¹ وبناء على المواصفات يمكن تقسيم البطاقات الذكية إلى ثلاثة أنواع:

أ- **البطاقات التلامسية:** هي أشهر أنواع البطاقات الذكية وأكثرها شيوعاً، ويمكن إدخال هذه البطاقة في جهاز لقراءتها بحيث يحدث تلامس مباشر على سطح مناطق الاتصال الذهبية في البطاقة، ويحدث نقل الأوامر والبيانات وحالة البطاقة عبر نطاق التلامس المادي الكهربائية؛²

ب- **البطاقات اللاتلامسية:** يحتوي هذا النوع من البطاقات على هوائي مثبت يسمح للمعلومات بالمرور من وإلى البطاقة عبر الهوائي آخر متصل به أو لجهاز آخر؛³

ت- **البطاقة المزدوجة:** وهي التي تمزج بين البطاقات التلامسية واللاتلامسية في بطاقة واحدة، وقد تحتوي هذه البطاقات على شريحتين مختلفتين.⁴

ثانياً: الأوراق التجارية الإلكترونية.

تختلف الأوراق التجارية الإلكترونية حسب اختلاف الأوراق التجارية التقليدية وتمثل في:

1- الشيك الإلكتروني:

إن الشيك الإلكتروني هو المكافئ الإلكتروني للشيكات التقليدية التي اعتدنا تداولها، وفيما يلي

سنتعرض لمفهوم الشيك الإلكتروني:

● الشيك الإلكتروني هو رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم شيك (حامله) ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الإنترنت، ليقوم البنك أولاً بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك، وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادة إلكترونيًا إلى مستلم الشيك (حامله) ليكون دليلاً

¹ - بن عمارة بديعة، سافر مليكة، التكنولوجيا الإلكترونية البنكية وأثرها على المنظومة المصرفية الجزائرية، (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص مالية، جامعة تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2013/2014، ص - ص: 72-73.

² - حوالمف عبد الصمد، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، بدون تخصص، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، غير منشورة)، الجزائر، 2014/2015، ص 120.

³ - فاروق السيد حسين، التجارة الإلكترونية وتأمينها، بدون طبعة، دار هلا، الجيزة، مصر، 2001، ص 23.

⁴ - حوالمف عبد الصمد، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 121.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

على أنه قد تم صرف الشيك فعلا، ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد إلكترونيا من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه؛¹

● الشيك الإلكتروني هو عبارة عن وثيقة إلكترونية تحتوي على البيانات المتمثلة في رقم الشيك، اسم الدافع، رقم حساب الدافع واسم المصرف، اسم المستفيد، القيمة التي ستدفع، وحدة العملة المستعملة، تاريخ الصلاحية والتوقيع الإلكتروني.²

2- السفتجة الالكترونية: ترتبط نشأة السفتجة الالكترونية إلى التجربة الفرنسية ويرجع تاريخ بدء العمل بها إلى 2 جويلية 1973، ويمكن تعريفها على أنها محرر شكلي ثلاثي الأطراف معالج الكترونيا بصفة كلية أو جزئية، يتضمن أمر من شخص يسمى الساحب إلى شخص آخر يسمى المسحوب عليها بأن يدفع مبلغا من النقود إلى شخص ثالث يسمى المستفيد لدى الإطلاع أو في تاريخ معين، وتتخذ السفتجة الالكترونية إحدى الصورتين التاليتين:

أ- **السفتجة الالكترونية الورقية أو المقترنة بكشف:** ويرمز لها اختصارا (L.C.R.P) * وهذا النوع شبيه بالسفتجة التقليدية وهي تمر بمرحلتين:

● **المرحلة الأولى:** إنشاء سفتجة تقليدية قائمة على دعامة ورقية من قبل الساحب؛

● **المرحلة الثانية:** قيام المصرف الساحب بمعالجة السفتجة التقليدية إلكترونيا عند تقديمها إليه أو حتى بمناسبة تداولها، عن طريق إدخال البيانات على دعامة ممغنطة ترسل إلى بنك المسحوب عليه، ويشترط أن تتم الطباعة بطريقة تسمح بمعالجة السفتجة الالكترونية والإطلاع عليها باستخدام وسائل الإطلاع الآلية والبصرية ووسائل المعلومات الحسية (الحاسب الآلي).

ب- **السفتجة الالكترونية الممغنطة:** يرمز لها باختصار (L.C.R.M) **، هذا النوع من السفتجة هو المعنى الدقيق للسفتجة الالكترونية، ذلك لأن الصكوك الورقية التي تحرر عليها السفاتج غير واردة هنا، وتصدر منذ البداية على دعامة ممغنطة مستوفية لكافة البيانات اللازمة لصحتها الخاصة بالمستفيد، المسحوب والتوقيع الإلكتروني. والواقع أن هذا النوع هو الذي يمثل قمة الاستفادة من التقنيات الالكترونية الحديثة، فتحرر وتداول في كل مراحلها بالطرق الالكترونية.³

¹ - عامر إبراهيم قديلي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2015، ص 198.

² - مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، بدون طبعة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007، ص 345.

* - **L.C.R.P** : La Lettre de Change Relevé Papier.

** - **L.C.R.M** : La Lettre de Change Relevé Magnétique.

³ - حوالمف عبد الصمد، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 58.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

ثالثا: النقود الافتراضية.

تعد النقود الافتراضية من أهم العوامل التي ساعدت على انتشار التجارة الالكترونية على مستوى العالم نظرا لسهولة الدفع والسداد وإجراءات التحويلات البنكية بمقتضاها ويمكن تعريف النقود الافتراضية على النحو التالي:

● النقود الافتراضية هي عبارة عن نقود غير ملموسة، تأخذ صورة وحدات إلكترونية وتخزن في مكان آمن جدا على الهارد ديسك لجهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل يستخدمه في إتمام عمليات البيع أو الشراء والتحويل وغير ذلك من العمليات؛

● النقود الافتراضية هي عبارة عن عملات أو أموال الكترونية وهمية غير ملموسة لا يمكن استخدامها إلا عن طريق شبكة الانترنت، وتعتبر من النقود الرقمية التي تصدرها البنوك التقليدية أو البنوك الالكترونية للمودعين، ويحصل هؤلاء عليها في صورة نبضات كهرومغناطيسية على الحاسب الشخصي لتخزن على الهارد ديسك، وتهدف هذه النقود إلى تمكين مستخدميها من سداد التزامهم الكترونيا ونقل الأموال إلى أي مكان في العالم دون الحاجة إلى وسيط يتولى عمليات تحويل الأموال.¹

المطلب الثاني: وسائط الدفع الإلكتروني.

هناك العديد من الوسائط الدفع الإلكتروني التي تستخدم في عملية الدفع الإلكتروني، وتعرف وسائط الدفع الإلكترونية بأنها الأجهزة المستعملة في الصيرفة الإلكترونية أي أنها أدوات الوصل في التعاملات الإلكترونية البنكية وهي كالآتي:

أولا: أجهزة الصراف الآلي **ATM** *.

تعتبر الصيرفة الآلية أداة لإتمام العمل المصرفي فهي تعتمد على وجود قنوات الاتصال، تربط البنك بعدة فروع في حالة القيام بخدمة أي عميل من أي بنك وقد تطورت الصرافات الآلية من قيامها بالوصول إلى البيانات الخاصة بحسابات العملاء فوراً، التقديم للخدمات المتقدمة النقدية، وعمليات صرف المبالغ النقدية فأصبحت تقوم بدفع الفواتير للمؤسسات الخدمائية وتسديد الرسوم الحكومية وهذا بواسطة نظام التبادل الإلكتروني للبيانات،² وبدأ استخدام آلات الصراف الآلي عام 1967 بأحد فروع بنك باركلز بالمملكة المتحدة، وعقب النجاح الذي حققته تلك الآلات تم البدء في تطبيقها في الولايات المتحدة الأمريكية بواسطة بنك فيرست ناشيونال، ثم انتشر تطبيقها لتشمل مختلف أنحاء العالم، وبظهور البطاقات

¹ - حوالف عبد الصمد، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص58.

*-ATM: Automated Teller Machine.

² - شافي مادي عبد العزيز، المصارف والنقود الإلكترونية، ط1، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان، 2007، ص 197.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

النقدية فأصبح العميل بإمكانه الحصول على تلك البطاقة واستخدامها في دفع التزاماته عن طريق مجموعة من الوسائط والتي تتمثل في: ¹

1- الموزع الآلي للنقود DAB*: هو جهاز إلكتروني مهمته القيام ببعض العمليات المالية الإلكترونية، تحفظ فيه النقود بطريقة آلية وبكمية محددة من العملات لتسهيل إجراء عمليات السحب النقدي، يتمثل هدفه في تلبية الحالات الطارئة لحاجات زبائن البنك للنقود، حيث يحدد البنك الحد الأقصى من المبالغ التي يمكن سحبها بناء على دراسة يقوم بها استنادا على ظروف وحاجة وسعة الجهاز، فهو آلة مبرمجة للتواصل بين البنك وزبائنه عن بعد، ويسمح بإجراء بعض عملياتهم البنكية على مدار الساعة دون الحاجة إلى الدخول للبنك أو انتظار أوقات عمله المعتادة (24/24 سا، 7/7 أيام)، وتشير التقديرات إلى أن تكلفة تنفيذ عملية بنكية بواسطة جهاز الصراف الآلي تشكل فقط 10 % من تكلفة تنفيذها عبر الموظف؛²

2- الشباك الآلي للبنك GAB**: هو جهاز إلكتروني يقدم الخدمات الأكثر تعقيدا وتنوعا مقارنة بالموزع الآلي للنقود، ويكون متصلا بشبكة الكمبيوتر الخاص بالبنك، يقوم الزبون باستخدام بطاقة للحصول على الخدمات المختلفة مثل السحب النقدي، الإيداع النقدي، الاستفسار عن الحسابات وغيرها من الخدمات؛³

3- نهائي نقطة البيع الإلكتروني TPE***: وهي مجموع الأجهزة التي يقوم البنك بمنحها للتجار المتعاقد معهم من أجل قبول البطاقات البنكية كوسائل للدفع، حيث تكون موصولة بشبكة إلكترونية تجمع مجموعة من البنوك لنقل المعلومات فهو يسمح بحل مشاكل نقل الأموال ويوفر الأمان.⁴

ثانيا: البنوك الإلكترونية.

يستخدم هذا المصطلح البنوك الإلكترونية أو بنوك الإنترنت كتعبير متطور وشامل للمفاهيم التي ظهرت مع مطلع التسعينات كمفهوم الخدمات المالية عن بعد أو البنوك الإلكترونية عن بعد أو البنك المنزلي

¹ - علي عبد الله شاهين، نظم الدفع الإلكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، العدد1، المجلد12، 2010، ص 9.

* - **DAB: Distributeur Automatique de Billets.**

² - كرعلي أسماء، البقطة التكنولوجية كأداة لزيادة القدرة التنافسية للبنوك - دراسة مرجعية مقارنة للبنوك العامة بمقر ولاية البويرة-، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، غير منشورة)، الجزائر، 2013/2014، ص 87.

** - **GAB: Guichet Automatique Bancaire.**

³ - الشمري ناظم محمد نوري، العبدللات عبد الفتاح زهير، الصيرفة الإلكترونية- الأدوات التطبيقات ومعبيقات التوسع، ط1، دار الوائل، عمان، الأردن، 2008، ص 30.

*** - **TPE: Terminaux de Paiement Electronique.**

⁴ - علي عبد الله شاهين، نظم الدفع الإلكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها، مرجع سبق ذكره، ص 9.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

أو البنك على الخط أو الخدمات المالية الذاتية وجميعها تعبيرات تصل بقيام الزبائن بإدارة حساباتهم وإنجاز أعمالهم المتصلة بالبنك عن طريق المنزل أو أي مكان آخر وفي الوقت الذي يريده الزبون ويعبر عنه بعبارة الخدمة المالية في كل وقت ومن أي مكان؛¹

إن نظام الإنترنت القائم على البنك المنزلي، نظام له أهمية كبيرة سواء على مستوى البنكي أو على مستوى العملاء الذين يتوفرون على خطوط الإنترنت، حيث يحقق هذا الأخير تقديم خدمات على مدار الساعة دون الارتباط بأوقات العمل ومن أي مكان من العالم، كما يعد وسيلة منخفضة التكلفة لتوزيع الخدمات البنكية وترويج أعمال البنك من خلال الموقع الإلكتروني على شبكة الإنترنت.² ويمكن تصنيف البنوك الإلكترونية إلى ثلاث أنواع:

- 1- الموقع المعلوماتي:** وهو المستوى الأساسي للبنوك أو ما يمكن تسميته بصورة الحد الأدنى من النشاط الإلكتروني المصرفي، ومن خلاله فإن البنك يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية؛
- 2- الموقع الاتصالي:** بحيث يسمح الموقع بنوع ما من التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه كالبريد الإلكتروني وتعبئة الطلبات أو نماذج على الخط أو تعديل معلومات القيد والحسابات؛
- 3- الموقع التبادلي:** وهو المستوى الذي يمكن القول أن البنك فيه يمارس خدمات ونشاطاته في بيئة إلكترونية، حيث تشمل هذه الصورة السماح للزبون بالوصول إلى حساباته وإدارتها وإجراء الدفعات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية والحوالات بين حساباته داخل البنك أو من جهات خارجية.³

ثالثا: الهاتف المصرفي.

تطور وسائل الدفع في صورة وسائل الإلكترونية فرض أشكال مختلفة لكيفية تداولها وأهم هذه الأشكال ما يلي الهاتف المصرفي والذي تم إنشائه من قبل البنوك بسبب تطور الخدمات المصرفية على المستوى العالمي، لتفادي طوابير العملاء في الاستفسار عن حساباتهم أو بعض الخدمات الأخرى، حيث تستمر هذه الخدمة 24 ساعة يوميا (بما فيها الإجازات والعطلات الرسمية)، كما تمكنهم هذه الخدمة من سحب بعض المبالغ من هذه الحسابات وتحويلها لدفع بعض الالتزامات مثل دفع فواتير التليفون والغاز

¹ - محمد عبد الحسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، ط1، دار الثقافة، عمان، الأردن، 2010، ص232.

² - إسماعيل شاكر تركي، التسويق المصرفي الإلكتروني والميزة التنافسية للمصارف الأردنية - دراسة ميدانية على البنوك الأردنية - مجلة العلوم الإنسانية، جامعة فيلادلفيا، السنة السابعة، العدد 45، عمان، الأردن، 2010، ص- ص: 09-10.

³ - محمد عبد الحسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، مرجع سبق ذكره، ص232.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

والكهرباء،¹ وأيضا من الخدمات التي يقدمها الهاتف المصرفي خدمة التحويلات المالية من حساب العميل المدفوعة لسداد الكمبيالات، التعاقد للحصول على قرض أو فتح إتمادات مستندية،² ويتمكن عميل المصرف من القيام ببعض العمليات الكترونيا عن بعد عبر الاتصال بالمصرف عن طريق الهاتف العادي، الثابت أو النقال برقم يحدده المصرف لهذه الغاية، بعد موافقته على إفادة العميل من هذه الخدمة وبالمقابل يتمكن العميل من تقديم طلب تحويل مبلغ من المال مقابل سلعة أو خدمة التي اشتراها عبر الانترنت إلى البائع ويتم ذلك كالتالي:³

- التأكد من شخصية العميل عن طريق إدخال الرقم السري الخاص به؛
- التعرف على رقم هاتف العميل والذي يجري به الاتصال من خلال أرقام هاتفه لدى البنك.⁴

المطلب الثالث: أنظمة الدفع الإلكترونية.

إن أنظمة الدفع تنتج عن التطورات التكنولوجية لأي بلد، ويعتبر تحديث أنظمة الدفع الإلكترونية من المقاييس المهمة التي يعتمد عليها لقياس درجة التطور التكنولوجي في القطاع المصرفي. ويمكن تعريف نظم الدفع الإلكترونية على أنها جميع الأدوات والهيئات والإجراءات وكذا المنظومة الإعلامية ووسائل الاتصال المستعملة من أجل إعطاء تعليمات وإرساء معلومات بين المدين والدائن حول المدفوعات والقيام بتسويتها بأقل تكلفة وبأقل مخاطر وذلك في حدود ما تسمح التكنولوجيا المتوفرة.⁵ ولقد شهدت أنظمة الدفع العالمية تطورات هامة خلال السنوات الأخيرة، بحيث أصبحت تعتمد على التطبيقات المتقدمة، مما سمح تنويع ودقة الخدمات المصرفية والمالية على اختلاف أنواعها كنظام المقاصة ونظام التسوية الإجمالية الفورية ونظام سويقت ونظام التحويلات المالية الإلكترونية. أولا: نظام المقاصة الإلكترونية.

إن عصرة نظم الدفع عرفت تطورا ملحوظا مما جعل من المقاصة التقليدية غير قادرة على تلبية حاجيات القطاع المصرفي وكذا الإستجابة لمتطلبات البنوك الحديثة. لذا كانت المقاصة الإلكترونية أنجح حل

¹ - لوصيف عمار، إستراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص التحليل والاستشراف الإقتصادي، جامعة منتوري، قسنطينة، غير منشورة)، الجزائر، 2009/2008، ص24.

² - محمد عبد الحسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، مرجع سبق ذكره، ص 233.

³ - الرومي محمد أمين، التعاقد الإلكتروني عبر الانترنت، ط1، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص142.

⁴ - خضر مصباح الطيطي، التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري، مرجع سبق ذكره، ص 140.

⁵ - سالم مريم، أساليب تسويق وسائل الدفع الحديثة لرفع القدرة التنافسية للبنوك في الجزائر - دراسة حالة بنك الخليج الجزائر-، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، غير منشورة)، الجزائر، 2014/2013، ص 105.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

تلجأ إليه البنوك الحديثة في ظل تآلية النظام النقدي، وتأسست خدمات المقاصة الإلكترونية في عام 1960 ويتم من خلالها تحويل النقود من حسابات العملاء إلى حسابات أشخاص أو هيئات أخرى في أي فرع ولأي مصرف في دولة أخرى. ولقد جاء هذا النظام من أجل تقليص الوقت والجهد التنقل وآجال التحصيل.

1- تعريف نظام المقاصة الإلكترونية: نظام المقاصة الإلكترونية يعتمد على المعالجة عن بعد لتسوية المعاملات فيما بين البنوك والمؤسسات المالية، ويعرف بنظام الدفع الشامل للمبالغ الصغيرة بحيث تتم عملية المقاصة بصورة آلية بالاعتماد على الربط الشبكي فيما بينها، وهذا تحت إشراف وإدارة البنك المركزي، كما تسمح المقاصة الإلكترونية بتحويل النقود من حساب العملاء إلى حساب أفراد آخرين، أو منظمات أخرى في أي فرع لأي مصرف في الدولة مثل دفع المرتبات الشهرية من حساب هيئة التأمين والمعاشات إلى المستفيدين منها.¹

2- أهداف نظام المقاصة الإلكترونية: تتمثل أهداف نظام المقاصة الإلكترونية فيما يلي:

- تآلية التبادل بين البنوك لعمليات الدفع التي ينفذها المشاركون؛
- تقليص آجال التحصيل بالمقارنة مع المبادلات التي يقوم بها كل بنك؛
- ضمان أمن المبادلات لتفادي أي خسائر أو مشاكل في المحاسبة؛
- إمكانية مركزة أرصدة التسوية (لم يعد هناك سوى حساب واحد للتسوية مع رصيد صاف يمكن متابعته مركزيا)؛
- تحسين تسيير الخزينة؛
- يمكن متابعة الرصيد ووضعيته عند نهاية اليوم الموالي.²

ثانيا: نظام التسوية الإجمالية الفورية ونظام التسوية الدورية المتعدد الأطراف.

إن تحديث خدمات البنوك الإلكترونية يهدف إلى ضمان الدفع الفوري والسريع والسير الحسن للتحويلات المالية الإلكترونية ومن الأنظمة التي تحقق ذلك نجد نظام التسوية الإجمالية الفورية ونظام التسوية الدورية المتعدد الأطراف.

1- نظام التسوية الإجمالية الفورية RTGS* : يعد نظام التسوية الإجمالية الفورية للمعاملات الصورة الوحيدة الأكثر وضوحا للتسوية الإجمالية الفورية التي تمد بتسمية آنية وبشكل نهائي بمجرد نهاية وصول أمر

¹ - أحمد محمد غنيم، التسويق والتجارة الإلكترونية، ط1، المكتبة العصرية، القاهرة، مصر، 2008، ص- ص: 248-249.

² - مناعة موزة، أنظمة الدفع والتسوية الحديثة كآلية لتطوير الخدمات البنكية - دراسة حالة الجزائر-، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التسيير، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2015/2014، ص- ص: 30-31.

*-RTGS : Real Time Gross Settlement.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

الدفع، شرط أن الأموال المتاحة تكون كافية في حساب بنك الإرسال، ويهدف هذا النظام إلى تحسين الخدمة المصرفية لاسيما من حيث أنظمة الدفع وذلك رغبة في الوصول إلى مستوى الذي يرضي جميع المتعاملين به سواء كانت البنوك أو الزبائن.

أ- تعريف نظام التسوية الإجمالية الفورية: يمكن تعريف النظام التسوية الإجمالية الفورية كالآتي:

● نظام التسوية الإجمالية الفورية هو نظام تسوية المبالغ في وقت حقيقي ويتم فيه سير التحويلات بصفة مستمرة وعلى الفور بدون تأجيل وعلى أساس إجمالي؛¹

● كما يعرف هذا النظام على أنه ذلك النظام الذي تتم فيه عمليات التسوية لأوامر الدفع باستمرار وبشكل فوري دون تأخير. إن نظام RTGS لا يعتمد في عمله على تنفيذ أوامر الدفع الدائنة والمدينة، بل تسويتها أولا شريطة توفر سيولة اللازمة لدى الطرف الدافع، وعلاوة على ذلك تستند عملية التسوية إلى التحويل الفوري لأوامر الدفع في البنك المركزي وبالتالي يمكن أن يوصف نظام RTGS كنظام نقل الأموال القادر على توفير السيولة اليومية لأوامر الدفع.²

ب- أهداف الرئيسية لنظام التسوية الإجمالية الفورية RTGS: يهدف إقامة مشروع نظام التسوية الإجمالية الفورية إلى تحقيق ما يلي:

- الوصول بنظام الدفع الدولي إلى المقاييس الدولية خصوصا تلك المتعلقة بتسيير المخاطر؛
- إجراء التحويلات المالية آليا، وضمان وصولها إلى المستفيد فورا؛
- خفض تكاليف الخدمات المالية المصرفية عموما، والتكاليف الإجمالية للمدفوعات خصوصا؛
- تسوية عمليات البطاقات المصرفية وجميع وسائل الدفع الأخرى في وقت حقيقي؛
- تلبية مختلف احتياجات الزبائن بتقديم خدمات ومنتجات مصرفية متطورة. واستخدام وسائل الدفع الإلكترونية؛

- تقليل المخاطر المالية والإستغناء عن حمل النقد بغرض التحويل من بنك إلى آخر؛
- تخفيض آجال التسوية؛

● تعزيز الأداء المالي، وتنظيم المدفوعات المالية في القطاع المصرفي؛

● تقوية العلاقات بين المصارف وتشجيع إقامة المصارف الأجنبية؛

● إرساء الأسس التقنية والإجرائية للتطورات المستقبلية مثل التجارة الإلكترونية.

¹ - ايت زيان كمال، ايت زيان حورية، الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، الملتقى الوطني حول الصيرفة الإلكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية -، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أبريل 2006، ص 06.

² - طالب قادة سفيان، المنظومة المصرفية الجزائرية وتحدياتها في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم التسيير، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2012/2013، ص 48.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

ج- وظائف نظام التسوية الإجمالية الفورية RTGS: تتمثل الوظائف التي يقوم بها نظام التسوية الإجمالية الفورية فيما يلي:

- تسوية الأوامر وفق طبيعتها وأولويتها؛
- تخصيص مبالغ المقاصة؛
- المعالجة تتم في نهاية اليوم؛
- إدارة ومراقبة الحسابات لعمليات المعالجة بواسطة النظام.¹

2- نظام التسوية الدورية متعدد الأطراف NS*: من نظام التسوية الإجمالية الفورية ظهر نظام التسوية الدورية متعدد الأطراف NS.

أ- تعريف نظام التسوية الدورية متعدد الأطراف: يمكن تعريف نظام التسوية الدورية متعدد الأطراف على النحو التالي: على العكس من نظام التسوية الفورية، يظهر نظام التسوية الدورية وفيه لا تحدث التسوية فوراً عند إرسال أوامر الدفع للنظام، ولكن بشكل نمطي عند استلام النظام لأمر الدفع يقوم فوراً بإرسال رسالة للمستلم في حالة ما إذا كان أمر الدفع وفقاً للمعايير التي يضعها النظام ولكن التسوية الفعلية لا تنفذ. وبعد الوقت المستقطع لإرسال رسالة الدفع يقوم النظام بتقديم المدفوعات الصافية أو التزامات التسوية لكل شريك وإبلاغ كل شريك بالتزاماته، بعد ذلك تتم عملية تحويل الأموال وإنجاز التسويات ولكن في نهاية اليوم وينقسم هذا النظام وظيفياً إلى جزأين هما:

● **غرفة المقاصة:** حيث تسجل كل أوامر الدفع، والتأكد ما إذا كانت تستوفي الشروط والقواعد الخاصة بالنظام، وبعد ذلك يتم التنازل عنها للشركاء المستلمين، وفي نهاية اليوم تقوم غرفة المقاصة بتقديم التزامات التسوية الصافية لكل عضو، وتخبر الأعضاء بها؛

● **وكالة التسوية:** وهي التي تقوم بعد ذلك بتحويل الأموال فعلياً، وبذلك يتضح أن وظيفة غرفة المقاصة يمكن أن تكون مؤداة بواسطة أي مؤسسة مصرفية أو غير مصرفية، خاصة أو حكومية، وعلى الجانب الآخر من نظام NS نجد أن نظام RTGS يعمل عادة من خلال وكالة التسوية حيث يتطلب النظام الاستمرارية أو فورية التسوية، لهذا فإنه في إطار نظام RTGS لا يجب عملياً فصل عمل النظام عن وكالة التسوية.

¹ - بوهكة فتيحة، عوار حنان، التجارة الإلكترونية وتحديات اعتمادها في اقتصاديات الدول - دراسة مقارنة-، (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2015/2016، ص - ص: 52-53.

* - NS: Netteing System.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

ب- الفرق بين آلية عمل نظام RTGS ونظام NS: من خلال ما سبق نستطيع توضيح الفرق بين آلية عمل نظام RTGS ونظام NS كما يلي:

● في نظام RTGS نجد أن كل أوامر الدفع يتم تسويتها بنفس سرعة إرسالها، إلا أنه في نظام NS النظام يخبر المستلم ويحتفظ بكل أوامر الدفع خلال اليوم، ولكن الأموال المحمولة بالفعل يتم تحويلها في نهاية اليوم؛

● المضمون الأكثر أهمية في الفرق بينهما هو أن نظام NS لديه فقط نهاية مشروطة، ولكن الإنجاز العمليات في النظم الشبكية المنظمة جيدا أوامر الدفع المرسله للنظام لا يسمح لها بالإلغاء بمجرد قبولها بواسطة النظام ويتم التنازل عنها للبنوك المستلمة، وهذا قائم على فرضية غياب فشل عملية التسوية، وباعتبار أن فشل التسوية لا يحدث إذا سمح النظام لشركائه بإلغاء كل أو جزء من أوامر الدفع المرسله له خلال اليوم.¹

ثالثا: نظام سويفت ونظام التحويلات المالية.

إن تطوير الصيرفة الالكترونية يتطلب عناصر مرتبطة بالبنية المناسبة من جهة وبالنظام المصرفي من جهة أخرى، وذلك من خلال التوجه إلى هذه الأنظمة الالكترونية والتي منها نظام سويفت ونظام التحويلات المالية الالكترونية.

1- نظام سويفت SWIFT*: نشأت فكرة سويفت في نهاية الستينات مع تطور التجارة العالمية وتكونت منظمة سويفت عام 1973 ومقرها الرئيسي ببروكسل ببلجيكا وذلك بمشاركة 239 بنك في 15 دولة وهي اختصار لجمعية الاتصالات المالية العالمية بين البنوك، بدأت نشاطها في ماي 1977 ويستخدم هذا النظام في تسوية المدفوعات الخارجية والدولية عن طريق إرسال تعليمات الدفع بشكل قياسي موحد ومتعارف عليه بين البنوك الأعضاء في الجمعية.²

أ- تعريف نظام سويفت SWIFT: يمكن تعريف نظام سويفت كما يلي:

● نظام سويفت هو نظام مركزي عالمي لتنفيذ الحوالات المالية المتبادلة بين البنوك العالمية إلكترونيا وذلك بالاعتماد على مقاييس دولية ومن خلال رمز موحد لكل بنك سويفت كود؛³

¹ - حمطوش كاتبة، واقع وتحديات إستراتيجية تحديث أنظمة الدفع - دراسة مقارنة (الجزائر، فرنسا، المغرب وتونس)-، (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2015/2016، ص36-37.

* - SWIFT: Society For World wid Interbank Financial Télécommunication.

² - حوالم عبد الصمد، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 88.

³ - علي مؤيد سعيد، التحويل الالكتروني للأموال - دراسة مقارنة-، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في القانون العام، تخصص حقوق، جامعة الموصل، غير منشورة)، العراق، 2013، ص 6.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

• ويعرف كذلك على أنه منشأة عالمية لتبادل المعلومات المالية والخدمات المالية على نطاق عالمي من خلال الاتصالات الدولية بين المصارف، هذه المنشأة المملوكة من قبل أشخاص تقوم بتقديم هذه الخدمات في مجال الأعمال بالسرعة المطلوبة والأداء الفعلي الجيد المضمون وبثقة عالية، كما تقوم بأعمالها على نطاق دولي من حيث نقل وترتيب والاحتفاظ بالمعلومات والمعاملات المالية بين العملاء،¹ ويعتبر هذا النظام كبديل متطور للتلكس في تغطية جميع المراسلات المتعلقة بالتعاملات المالية والمعلوماتية والبنكية التي تتم بين البنوك والمؤسسات المالية.²

ب- طريقة عمل نظام سويفت: إذا أراد أحد المصارف المشاركة في النظام بإرسال رسالة مالية أو غير مالية فإنه يقوم أولاً بتجهيز الرسالة الإلكترونية على نماذج خاصة معنونة بإسم المصرف إليه، ثم يقوم بإرسالها على مراكز Swift في بلجيكا ويتسلمها جهاز الحاسوب الرئيسي، ليقوم السويفت هنا بما يلي:

• مراجعة قواعد كتابة حقوق الرسالة؛

• تحديد مرجع وحيد للرسالة؛

• تخزين الرسالة لإتاحة إمكانية استرجاعها في حالة طلب مستخدم النظام (فترة الاسترجاع أربعة أشهر تقريباً) ويقوم السويفت هنا بإرسال تعزيز لراسل الرسالة حيث يتوقف هذا التعزيز على نتيجة المراجعة التي يقوم بها السويفت وذلك على النحو التالي:

✓ المراجعة السليمة وبالتالي التعزيز الموجب، وإرسال هذا التعزيز يصبح السويفت مسؤولاً عن إرسال الرسالة للمرسل إليه؛

✓ في حالة المراجعة غير السليمة يتم استقبال تعزيز سالب، حيث يتعين على الراسل هنا تصويب الخطأ الموضح بالتعزيز وإعادة إرسال مرة أخرى.

ويتم ذلك خلال ثواني قليلة، ولتحقيق المزيد من الأمان في استعمال هذا نظام، ومنعا لأي إساءة تم استعمال مفاتيح سرية خاصة بالشبكة وغير مرئية لا تمر الرسالة عبره إلا إذا اجتازت هذه المفاتيح بصورة صحيحة.³

2- نظام التحويلات المالية الإلكترونية EFT* : تعد التحويلات المالية واحدة من أهم العمليات المصرفية التي يقوم بها البنك سواء كان بنكا تقليدياً أو بنكا إلكترونياً، ويمثل التحويل الإلكتروني للأموال

1- خالد وهيب الراوي، العمليات المصرفية الخارجية، بدون طبعة، دار المناهج، عمان، الأردن، 2010، ص449.

2- خالد أمين عبد الله، إسماعيل إبراهيم الطراد، إدارة العمليات المصرفية، المحلية والدولية، ط2، دار وائل، عمان، الأردن، 2011، ص223.

3- حمطوش كاتية، واقع وتحديات إستراتيجية تحديث أنظمة الدفع - دراسة مقارنة (الجزائر، فرنسا، المغرب وتونس) -، مرجع سبق ذكره، ص24.

* - EFT: Electronic Funds Transfer.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

البنية الأولى للمدفوعات الإلكترونية، كما يعد أحد أشكال التطور في استخدام الوسائل الإلكترونية في نقل وتحريك هذه الأموال من حساب إلى آخر تنفيذاً لأوامر الدفع التي يتلقاها البنك من عملائه.

أ- تعريف نظام التحويلات المالية الإلكترونية EFT: نظام التحويلات المالية الإلكترونية هو عملية منح الصلاحية لبنك ما للقيام بحركات التحويلات المالية الدائنة والمدينة إلكترونياً من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر، أي أن عملية التحويل تتم إلكترونياً عبر الهواتف أو أجهزة الكمبيوتر أو أجهزة المودم، عوضاً عن استخدام الأوراق وتنفيذ عمليات التحويل عن طريق دار المقاصة الآلية التي تمثل شبكة تعود ملكيتها وتقنية تشغيلها إلى البنوك المشتركة في نظام التحويلات المالية الإلكترونية. وتميزت هذه الخدمة عن النظام القديم أي النظام الورقي بأنها أسرع وأقدر على معالجة مختلف التحويلات المالية مثل خدمة إيداع الشيكات لتحويلها عند استحقاقها وخدمة تحصيل الأقساط¹.

ب- كيفية إجراء عملية التحويل المالي الإلكتروني: تتم عملية التحويل المالي الإلكتروني وفق الخطوات التالية:

- يوقع العميل نموذجاً معتمد المنفعة للجهة المستفيدة مثلاً التاجر، ويتيح هذا النموذج اقتطاع القيمة المحدودة من حساب العميل وفق ترتيب زمني معين يومياً أو أسبوعياً أو شهرياً؛
- يختلف نموذج التحويل المالي الإلكتروني عن الشيك في أنه قابل للتجزئة، إذ يمكن توزيع مبلغ مستند التحويل على أكثر من مستفيد، وهو ما لا يتوفر في الشيك. في العادة يتعامل البنك والعميل مع وسطاء وظيفتهم توفير البرمجيات اللازمة وتمكن إيجاد العديد منهم على الانترنت؛
- يقوم العميل بإرسال التحويل المالي عن طريق المودم إلى الوسيط، ويبدأ هذا الأخير بتجميع التحويلات المالية وإرسالها إلى دار المقاصة الآلية التي بدورها ترسل نموذج التحويل المالي الإلكتروني (الوارد من دار المقاصة) برصيد العميل، وفي حالة عدم تغطية الرصيد لقيمة التحويل المالي، يتم إرسال إشعار بعدم كفاية 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 (المصرف أو التاجر) في وقت الإيفاء المحدد بالنموذج.²

ج- منافع نظام التحويل المالي الإلكتروني: تتمثل منافع التحويلات المالية الإلكترونية في النقاط التالية:

- **تنظيم الدفعات:** يكفل الاتفاق على الوقت اقتطاع وتسديد قيمة التحويلات المالية تنظيم عمليات الدفع، دون أي ريبية في إمكان السداد في الوقت المحدد؛

¹ - عرابة رابح، دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري، مرجع سبق ذكره، ص 17.

² - زهير بشناق، العمليات المالية المصرفية الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص - ص: 62-64.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

- **تسيير العمل:** ألغيت عملية التحويلات المالية الإلكترونية حاجة العميل والتاجر إلى زيارة البنك لإيداع قيمة التحويلات المالية، مما يعني تسيير الأمر، ورفع فعالية نظام العمل؛
- **السلامة والأمن:** ألغت التحويلات المالية الإلكترونية الخوف من السرقة الشيكات الورقية، والحاجة إلى تنقل الأموال السائلة؛
- **تحسين التدفق النقدي:** رفع إنجاز التحويلات المالية إلكترونيا موثوقية التدفق النقدي، وسرعة تنقل النقد؛
- **تقليل الأعمال الورقية:** يتمثل ذلك في تقليل الاعتماد على النماذج الورقية، والشيكات التقليدية وغيرها من المعاملات الورقية؛
- **توفير المصاريف:** قللت شبكة نظام المقاصة الآلية من تكاليف إدارة عمليات المقاصة؛
- **زيادة رضا العملاء:** تكفل سرعة عمليات التحويل الإلكتروني وانخفاض كلفتها، تحقيق رضا العملاء وتوطيد ثقتهم في التعامل مع التاجر أو الشركة.¹

¹ - قماير هاجر، عباس مختارية، تحديات المنظومات المصرفية في ظل التكنولوجيا الحديثة - دراسة مقارنة للدول المغربية-، مرجع سبق ذكره، ص 51-68.

الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.

خلاصة الفصل:

لقد أصبحت المصارف تحتل مكانة هامة في أي اقتصاد ولأي دولة في العالم، فهي تعتبر العمود الفقري والركيزة الأولى لتقديم الجيد للخدمات المصرفية بطريقة الكترونية عبر شبكة الانترنت، ولها أهمية بالغة كالاقتصاد في التكلفة والجهد. وهي وسيلة لتلبية طلبات العملاء وكذا دعم التجارة الالكترونية، وكل هذا من شأنه أن يؤثر ايجابيا على القطاع المصرفي خصوصا في مجال سرعة نشر الصناعة المصرفية وتطوير الخدمات المالية عن بعد ونظام المدفوعات القائم على الانترنت، في ظل الاعتماد على التكنولوجيا المتطورة من جهة وازدياد حدة المنافسة من جهة أخرى. إلى جانب الدور الحيوي الذي تؤديه الخدمات المصرفية الالكترونية على مستوى دعم كيان المصرف وبقائه واستمراره.

ولهذا سعت الدول إلى تطبيق الخدمات المصرفية الالكترونية وإحداث وسائل الدفع وأنظمة ووسائط تتلاءم مع هذا النوع من الخدمات والجزائر، مصر، والإمارات العربية المتحدة، كغيرهم من الدول يسعون لتطبيق الخدمات المصرفية الالكترونية، ومن هذا المنطلق ما واقع هاته الخدمات وما مدى وجودتها في هذه المنظومات المصرفية؟ وهذا ما سيتم الإجابة عنه في الفصل الثالث.

الفصل الثالث

تجربة الدول العربية في مجال الخدمات

المصرفية الالكترونية

المبحث الأول: المصارف المصرية والخدمات المصرفية الالكترونية.

المطلب الأول: وسائل الدفع الالكترونية.

المطلب الثاني: قنوات التوزيع الالكتروني في السوق المصري.

المطلب الثالث: أنظمة الدفع والتسوية المتاحة في المصارف المصرية.

المبحث الثاني: المصارف الإماراتية العربية المتحدة والخدمات المصرفية
الالكترونية.

المطلب الأول: وسائل الدفع الالكترونية.

المطلب الثاني: وسائل الدفع الالكترونية.

المطلب الثالث: أنظمة الدفع الالكترونية.

المبحث الثالث: الجزائر والخدمات المصرفية الالكترونية ومقارنتها بالدول
الأخرى.

المطلب الأول: وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر.

المطلب الثاني: قنوات التوزيع الالكترونية المستعملة في الجزائر.

المطلب الثالث: أنظمة الدفع المطبقة في الجزائر.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

تمهيد:

تعد الخدمات المصرفية الالكترونية واحدة من أهم الابتكارات التي أفرزها التقدم التكنولوجي الحديث، لا سيما في مجال الإعلام والاتصالات وقد واكبت هذه الوسائل النمو المضطرد في استخدام التكنولوجيا في كافة أوجه الحياة عامة والنواحي الاقتصادية خاصة. لذلك بذلت دول العالم مجهودا ولازالت تبذل جهدا كبيرا لتطوير العمليات المصرفية من أجل مواكبة التطور الحاصل في الدول المتحكمة في التكنولوجيا، خاصة في مجال وسائل وأنظمة ووسائل الدفع الالكتروني. والمشكل المطروح هو واقع هذه الخدمات في العالم العربي، ومن خلال هذا سنقوم بتوضيح أهم الخدمات المصرفية الالكترونية المتاحة حاليا في الدول العربية والجزائر خاصة، وذلك بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث وهي كالتالي:

المبحث الأول: المصارف المصرية والخدمات المصرفية الالكترونية.

المبحث الثاني: المصارف الإماراتية العربية المتحدة والخدمات المصرفية الالكترونية.

المبحث الثالث: المصارف الجزائرية والخدمات المصرفية الالكترونية ومقارنتها بالدول الأخرى.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

المبحث الأول: المصارف المصرية والخدمات المصرفية الالكترونية.

تقوم المصارف بدور هام في تحريك العجلة الاقتصادية ومع التطور التكنولوجي ظهرت العمليات المصرفية الالكترونية بل تعاضم دورها وتم ابتكار تطبيقات جديدة للخدمة المصرفية تتسم بالكفاءة والسرعة في الأداء والسهولة وخفض التكلفة والتي تؤدي بدورها إلى انخفاض العمليات التي تتم داخل فرع البنك بحيث أصبحت لا تتجاوز 10% من إجمالي العمليات في الدول المتقدمة والباقي يتم بواسطة قنوات الكترونية مثل أجهزة الصرف الآلي ونقاط البيع الالكترونية بالإضافة إلى إمكانية القيام بمعظم الأعمال المصرفية من خلال الكمبيوتر الشخصي عبر شبكة الانترنت والتي وفرت الوقت والجهد لعملاء المصارف وتؤمن لهم إجراء العمليات بسهولة ويسر مثل فتح الحساب والحصول على بطاقات ائتمان ودفع الفواتير ونقل أموال بين الحسابات وذلك طيلة ساعات اليوم، كذلك ظهرت حديثا خدمات البنك المحمول في بعض الدول من بينها مصر والتي تعتبر من احدث التطبيقات الالكترونية الجديدة، وستناول في هذا المبحث خدمات المصرفية الالكترونية في المصارف المصرية.

المطلب الأول: وسائل الدفع الالكترونية.

عملت مصر على انتشار وسائل الدفع الالكترونية في السوق المصري وفي كافة المحافظات والمناطق الريفية قبل الحضرية منها فضلا عن تطور الجهاز المصرفي واندماج البنوك لتصبح كيانات قوية تنتشر في كافة ربوع مصر لكي تستطيع تقديم خدمات مصرفية ذات جودة بصورة فعالة، وتضافر كافة الجهات المعنية سوف يؤدي إلى نمو التجارة الالكترونية في مصر، ومن ثم نمو تجارة مصر الداخلية والخارجية بصفة عامة.

أولا: بطاقة الائتمان.

تعني بطاقة الائتمان وضع حد مالي محدد، لهذه البطاقة دون الخصم من حسابات بنكية للعميل، ولكن عن طريق النقود الدائنة من البنك المصدر، وتتراوح فترة السداد لتلك المديونية الخاصة بالكرات بين 55 و 57 يوما وهي فترة السماح، وبعد ذلك يتم وضع فائدة على المبلغ المدين. وهي مستمرة في الاستخدام داخل وخارج مصر، وتختلف حدود استخدامها من بنك لآخر، في حدود الاستخدام اليومي والشهري، في عمليات الشراء والسحب النقدي. وارتفع عدد بطاقات الائتمان بالجهاز المصرفي المصري إلى 2.814 مليون بطاقة بنهاية ديسمبر 2015، مقارنة بـ 2.575 مليون بطاقة بنهاية جويلية 2015، بزيادة قدرها أكثر من 239 ألف بطاقة، خلال 6 أشهر. وبالتالي مازالت بطاقات الائتمان تستخدم في الشراء والدفع والسحب النقدي خارجيا، ولكن بعد تقليص حدود السحب النقدي بالبطاقة أكثر من مرة،

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

وتخضع بطاقات الائتمان وحدود المشتريات لعمليات المراقبة والمتابعة من قبل البنوك لاستخدامات تلك بطاقات لحماية العملاء من حالات الاحتيال أو إساءة الاستخدام، وفي مثل هذه الحالات يتم مراجعة العملاء أو إيقاف البطاقات.¹ ومن أهم خصائص ومميزات هذه البطاقة ما يلي:

- حرية استخدام البطاقة في المشتريات لدى أكثر من 22 مليون منشأة تجارية حول العالم والسحب النقدي لدى 1.5 مليون ماكينة صراف آلي المنتشرة حول العالم؛
- مصاريف إصدار وتجديد مميزة للبطاقات الائتمانية في مصر؛
- سعر عائد مدين شهري 1.75% للبطاقات المضمنة و2.1% للبطاقات الغير المضمنة على المشتريات والسحب النقدي؛
- الحصول على برامج ترويجية مميزة وحصرية؛
- أقل حد أدنى للسداد 5% شهريا من رصيد البطاقة الائتمانية؛
- التمتع بالخدمات المتاحة لحاملي البطاقات الائتمانية في خدمة التفاعل الصوتي الهاتفي؛
- إمكانية الشراء من خلال الإنترنت بشكل آمن من خلال خدمة Master Secure code وخدمة Verified By Visa؛
- خدمة تقسيط حركة المشتريات للعملاء الحاليين والجدد من حاملي البطاقات الائتمانية الأصلية أوالإضافية في كافة المتاجر داخل وخارج مصر دون الحاجة لتعاقد التاجر مع مصرفنا على فترات تبدأ من 6 أشهر حتى 36 شهر وذلك من خلال الاتصال بخدمة العملاء على الخط الساخن 19623، حيث يقوم العملاء حاملي البطاقات الائتمانية بالاتصال بمركز الاتصالات الخاص بمصرفنا عقب إجراء حركة المشتريات التي تمت بدءا من أول الشهر وحتى يوم 20 من شهر الشراء على أن لا يقل مبلغ الحركة المطلوب تقسيطها عن 500 جنيه؛
- السداد المباشر للبطاقات الائتمانية من خلال آلة صراف الآلي منتشرة في أنحاء الجمهورية؛
- خدمة التقسيط حركات السحب النقدي للعملاء الحاليين و الجدد من حاملي البطاقات الائتمانية التي تتم على كافة آلات الصراف الآلي داخل مصر في حدود 50% من الحد الائتماني الممنوح للبطاقة الائتمانية و بحد أدني 500 جنيه للحركة وذلك من خلال الاتصال بخدمة العملاء على الخط الساخن

¹ - أحمد يعقوب، وقف استخدام بطاقات الخصم والكروت المدفوعة خارج مصر، مجلة التحقيقات والملفات، 2016/07/29، ص 2.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

19623، حيث يقوم العملاء حاملي البطاقات الائتمانية بالاتصال بمركز الاتصالات الخاصة بالمصارف المصرية وبنفس شروط عملية خدمة المشتريات.¹

واعتبارا من 14 ديسمبر 2016 تم زيادة حدود الاستخدام الشهري بالعملات الأجنبية للبطاقات الائتمانية من البنك العربي خارج مصر.

الجدول رقم (03-01): حدود الاستخدام الخارجي لجميع أنواع البطاقات الائتمانية.

حدود الاستخدام الشهري بالدولار		نوع البطاقة
المشتريات	السحب النقدي	
500	0	فيزا بلو
1000	100	فيزا جولد
3000	300	فيزا بلاك
5000	500	فيزا بلا تنيوم

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على التقرير السنوي للبنك العربي 2016.

ثانيا: بطاقة الخصم المصري.

ونعني بطاقات الخصم البطاقات التي تستخدم في عمليات الشراء للسلع والخدمات وأيضا في عمليات السحب النقدي، عن طريق الخصم من النقود من حسابات العملاء بأنواعها. أصدر البنك المركزي المصري تعليمات خاصة للبنوك العاملة في السوق المحلية، بقصر استخدام بطاقات الخصم والبطاقات المدفوعة مقدما المصدرة من البنوك المحلية، داخل مصر فقط، على ألا يتم استخدامها خارج مصر، وذلك للبطاقات الصادرة على حسابات بالجنه المصري، أنه يقتصر استخدام العميل لبطاقة الخصم فقط للشراء والسحب النقدي داخل حدود جمهورية مصر العربية، ولا يتم استخدامها في الخارج كما كان متبع سابقا.

وانخفض عدد بطاقات الخصم بالجهاز المصرفي المصري إلى 15.8 مليون بطاقة بنهاية ديسمبر 2015، مقارنة بـ 16.2 مليون بطاقة بنهاية جويلية 2015، بانخفاض قدره نحو 400 ألف بطاقة، خلال 6 أشهر. أما بالنسبة لبطاقات الخصم المصدرة بالعملة الأجنبية، فإنه تسري التعليمات الصادرة من

¹-الانترنت، الموقع الرسمي للبنك الأهلي المصري، (03/04/2017، 11:00)، [على الخط]، <http://www.nbe.com.eg>

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

البنك المركزي المصري بشأن ألا يتجاوز الحد الأقصى للتحويل أو الاستخدام 100 ألف دولار سنويا. مع وقف استخدام بطاقات الخصم والبطاقات المدفوعة مقدما خارج مصر.¹

ثالثا: بطاقة مدفوعة مقدما.

هي بطاقة تقوم على أساس إدخال أو تثبيت مبلغ محدد في البطاقة ويجري التخفيض التدريجي للمبلغ أليا كلما تم الصرف أو استعمال البطاقة.² وهي البطاقة التي تصدر عن طريق إيداع مبلغ مالي مسبق بها، وإعادة شحنها بالسيولة لعدد من المرات، تستخدم البطاقة المدفوعة مقدما في السفر والترفيه، وتوفر لحاملها الراحة وتجربة سفر خالية من المتاعب، دون الحاجة إلى إجراءات تحويل العملات الأجنبية، إذ يتم إيداع النقود بالبطاقة بالجنيه المصري و تكون البطاقة قابلة للاستخدام في جميع أنحاء العالم. كما يمكن استخدامها في السحب النقدي، الشراء من المتاجر، وكذا التسوق عبر الإنترنت. الحد الأدنى لعمر حامل البطاقة هو 16 عام (عند طلب البطاقة لمن تتراوح أعمارهم بين 16 عام وأدنى من 18، يشترط الحصول على موافقة ولي الأمر). ومن أهم مميزات هذه البطاقة ما يلي:

- إصدار فوري للبطاقة من أي فرع من فروع بنك التجاري الدولي؛
- تستخدم البطاقة في المشتريات اليومية سواء محليا أو دوليا؛
- الحصول بسهولة على النقدية المتاحة في البطاقة عبر أكثر من مليون جهاز صراف آلي في جميع أنحاء العالم؛
- إمكانية إعادة شحن البطاقة أثناء السفر من قبل أي شخص نيابة عن حامل البطاقة فقط باستخدام رقم البطاقة وتاريخ انتهاء الصلاحية من خلال فروع البنك التجاري الدولي؛
- التمتع بالتسوق بالبطاقة عبر الإنترنت؛
- استخدام البطاقة في جميع معاملات حول العالم؛
- ظهور المبلغ الذي تم إيداعه في رصيد البطاقة في الحال؛
- لن تحتاج لفتح حساب بنكي.³

¹ - أحمد يعقوب، وقف استخدام بطاقات الخصم والكروت المدفوعة خارج مصر، مرجع سبق ذكره، ص 2.

² - علي عبد الله شاهين، نظم الدفع الالكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها، مرجع سبق ذكره، ص 522.

³ - الإنترنت، الموقع الرسمي للبنك التجاري الدولي، (2017/02/28، 11:00)، [على الخط]،

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

الجدول رقم (03-02): تطور عدد البطاقات المتداولة في مصر خلال الفترة 2013-

2016.

السنة	عدد بطاقة الائتمان	نسبة التطور %	عدد بطاقة الخصم*	نسبة التطور %	عدد بطاقة مدفوعة مقدما	نسبة التطور %	المجموع
2013	2.197.554	-	13.006.508	-	-	-	15.204.062
2014	2.458.283	15.95	14.525.218	11.68	-	-	16.983.501
2015	3.280.791	33.46	12.292.035	-15.37	7.625.768	-	23.198.594
2016	3.859.554	17.64	12.082.513	-1.70	8.648.033	13.41	24.590.100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إحصائيات البنك المركزي المصري.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن عدد بطاقات الائتمان في تزايد منذ سنة 2013 إلى غاية 2016، حيث بلغت 3.859.554 بطاقة سنة 2016 مقابل 3.280.791 بطاقة سنة 2015. أما بالنسبة لبطاقة الخصم فقد عرفت تزايد طفيف من سنة 2013 إلى غاية 2014، حيث بلغت 14.525.218 بطاقة في سنة 2014 مقابل 13.006.508 بطاقة أي بزيادة قدرها 11.68 %، وهذا راجع لإدراج بطاقات الخصم والبطاقات المدفوعة مقدما في بند واحد، وفيما يخص السنوات الأخيرة سجلت البطاقة الخصم 12.082.513 بطاقة سنة 2016 مقارنة بسنة 2015 وهذا ما يعادل انخفاض يقدر بـ 17.04 %، وهذا راجع لإدراج البطاقة المدفوعة مقدما لبند مستقل. أما فيما يخص البطاقة المدفوعة مسبقا فلم تسجل أي عملية خلال سنتي 2013 و 2014، وهذا بسبب إدراجها مع بطاقة الخصم في بند واحد، بينما سجلت سنة 2016 ارتفاعا في عدد البطاقات حيث بلغت 8.648.033 عملية مقابل 7.625.768 عملية في سنة 2015 أي بزيادة قدرها 13.41 %، وهذا راجع لفصل البطاقة المدفوعة مقدما عن بطاقة الخصم في بند مستقل.

المطلب الثاني: قنوات التوزيع الالكترونية في السوق المصري.

تقوم المصارف المصرية بالتوازي مع التوسع في إصدار بطاقات الدفع بالتوسع في نشر قنوات التوزيع الالكترونية متضمنة شبكة آلات الصراف الآلي ATM ونقاط البيع الالكترونية والبنك المحمول لتغطي جميع مناطق الدولة والتجار في مختلف أنحاء الجمهورية.

* - تتضمن بطاقة الخصم البطاقات المدفوعة مسبقا حتى 2014، واعتبارا من 2015/12 تم إدراج البطاقات المدفوعة مسبقا في بند مستقل.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

أولاً: آلات الصراف الآلي.

بدأت البنوك المصرية في تقديم خدمة الصراف الآلي ATM في الثمانينيات وكان استخدام البطاقات آنذاك يقتصر على الآلة الخاصة بكل فرع مصدر فقط، ثم أصبح من الممكن استخدام البطاقات من خلال شبكة آلات البنك الواحد اعتباراً من عام 1998. كما وجد اتفاقيات مع بعض البنوك المصرية تتيح استخدام البطاقات الصادرة من أي منها في آلات الأخرى. ومع تطور الجهاز المصرفي وتطور الشبكات والتكنولوجيات المستخدمة وجد إمكانية استخدام مختلف أنواع الطاقات المصدرة من أي بنك داخل الجهاز المصرفي والتابعة لأي من الهيئات الدولية المصدرة للبطاقات لأداء العمليات المختلفة الذي يرغب بها العملاء في أي من آلات المنتشرة في الدولة وخارجها. وكان هناك تطور في حجم واتساع شبكة الصراف الآلي في الجهاز المصرفي كما تطورت الخدمات المقدمة لتشمل:

- الاستفسار عن أرصدة العملاء؛
- السحب السريع من الحساب وفقاً لمبالغ مالية محددة؛
- طلب دفاتير شيكات؛
- خدمة دفع الفواتير؛
- خدمة الاستفسار عن أسعار صرف العملات الأجنبية؛
- خدمة الاستفسار عن أسعار الخدمات المصرفية؛
- دفع مستحقات بطاقات الائتمان من الحساب الجاري؛
- إعادة شحن بطاقات التليفون المحمول.¹

ويملك بنك مصر شبكة متطورة من آلات الصراف الآلي ATM تصل إلى نحو 1715 آلة سنة 2016 تقدم خدمات لسحب والإيداع واستبدال العملات و سداد الفواتير والتبرعات، وكذا خدمات التحويلات النقدية باستخدام أو بدون استخدام البطاقات المنتشرة في جميع أنحاء الجمهورية مجهزة ومزودة بأحدث التقنيات التكنولوجية.²

¹ - الانترنت، الموقع الرسمي لبنك مصر، (2017/03/02، 15:45)، [على الخط]، www.banquemisr.com.

² - رشا فؤاد عبد الرحمن، إعادة هيكلة وتطوير الجهاز المصرفي المصري وتأثير على الأداء البنكي 2005-2011، بدون طبعة، القاهرة، مصر، 2011، ص: 25-27.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

الجدول رقم (03-03): تطور أجهزة الصراف الآلي خلال الفترة 2013-2016.

السنة	2013	2014	2015	2016
عدد أجهزة الصراف الآلي	6488	7290	8443	9832
نسبة التطور %	-	12.36	15.81	16.45

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إحصائيات البنك المركزي المصري.

الجدول أعلاه يبين لنا التطور الذي عرفته أجهزة الصراف آلي في مصر خلال فترة 2013-2016، حيث نجد 6488 صراف آلي سنة 2013 وارتفعت إلى 7290 صراف آلي سنة 2014، بزيادة قدرها 12.36%. كما نلاحظ أن هناك استمرار في التوسع في شبكة أجهزة الصراف الآلي مع تركيب 9832 جهاز صراف آلي خلال سنة 2016 وهذا العدد يدل على الانتشار الجيد لهذه الآلات مقابل 8443 صراف آلي في 2015 وهو ما يعادل زيادة بنسبة 16.45%.

ثانيا: نقاط البيع الالكترونية.

بدأت نقاط البيع الالكترونية في السوق المصري باستخدام آلات اليدوية منذ أواخر السبعينيات لتستخدم معها البطاقات المصدرة في الخارج ذات الكتابة البارزة مثل بطاقات فيزا وبطاقات ماستركارد، وتتم هذه العمليات بعيدا عن الخط، ثم تم تحويل آلات في السوق المصري إلى الشكل الآلي عام 1994 مع بدأ المصارف المصرية في إصدار البطاقات الخاصة بها توسعت البنوك منذ ذلك الحين في شبكة نقاط البيع الالكترونية مع ارتفاع عدد البطاقات المصدرة في مصر وزيادة الوعي بأهمية استخدامها من قبل أصحاب البطاقات وبالتالي التجارة كوسيلة لرفع مبيعاتهم. كما حدث تطوير مستمر في تكنولوجيا آلات وبدأت المصرف منذ عام 2004 استبدال آلات القديمة بالآلات الحديثة التي تتعامل مع البطاقات الذكية، حيث القدرة على إدخال الرقم السري مما يحقق أمان أكبر حقق أمان أكبر لأصحاب البطاقات وسرية حساباتهم.¹ والجدول التالي بين لنا تطور نقاط البيع في السوق المصري.

¹ - رشا فؤاد عبد الرحمن، إعادة هيكلة وتطوير الجهاز المصرفي المصري وتأثير على الأداء البنكي 2005-2011، مرجع سبق ذكره، ص 27.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

الجدول رقم (03-04): تطور نقاط البيع خلال الفترة 2013-2016.

السنة	2013	2014	2015	2016
عدد نقاط البيع	48416	50808	59359	62764
نسبة التطور%	-	4.9	16.8	5.7

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على تقارير البنك المركزي المصري.

من خلال الجدول السابق يتبين لنا أن هناك ارتفاع محسوس في عدد عمليات التي تتم عن طريق نقاط البيع في دولة مصر منذ سنة 2013 إلى غاية سنة 2016، حيث نجد 48416 سنة 2013 وارتفعت إلى 50808 سنة 2014، وكذلك الحال بالنسبة لسنة 2016 حيث بلغت 62764 مقابل 59359 سنة 2015 وهذا ما يعادل زيادة بنسبة 5.7 %، وهذا ما بين التوسع الكبير في هذا المجال.

ثالثا: البنك المحمول.

خلال السنوات الأخيرة ظهر ما يعرف بالبنك المحمول وهو يعني الحصول على الخدمة من خلال التليفون المحمول وفيها يقوم العميل من أي مكان وفي أي وقت خلال اليوم بطلب رقم معين فيقوم جهاز حمل عليه برنامج معلومات بالرد عليه ويطلب منه إدخال الرقم السري الذي سبق أن أعطاه له البنك فتظهر صفحة بها كل بيانات هذا العميل ويحصل على الخدمة التي يريد فوراً، ورغم حداثة هذا النظام إلا أنه ثبت أنه يحقق للبنك أرباحاً قد تصل إلى 6 أضعاف أرباح البنك العادي، وذلك لأن البنك المحمول يستخدم تكنولوجيا المعلومات لتحسين علاقاته وتوسيع مجال تعاملاته مع العملاء عن طريق التعامل مع البيانات الشخصية التي لديه عن العميل بطريقة ذكية، ليقوم بتسويق خدماته مثل فتح الحساب والحصول على بطاقات ائتمان ودفع فواتير ونقل أموال بين الحسابات، بالإضافة إلى تسويق خدمات من نوع جديد للعملاء. ومن بين البنوك المتقدمة لخدمة البنك المحمول في مصر لدينا بنك HSBC، البنك التجاري الدولي وبنك BNP. بعد حصول على موافقة البنك المركزي لتقديم خدمات تحويل الأموال عن طريق البنك المحمول وجارى حالياً اتخاذ البنك المركزي لجميع الضوابط للحفاظ على سرية العمليات وتأمين التحويل مع التشديد على دور البنك حيث أنه لا بد من مرور الرسالة إلى البنك أولاً لإجراء عملية الخصم وتحويل الرصيد إلى رقم الحساب الآخر ثم التأكد برسالة أخرى تفيد بإنهاء العملية .

وقد أعلن محافظ البنك المركزي أنه سوف يتم الانتهاء من المعايير الخاصة بتحويل الأموال عبر الموبايل خلال 6 أشهر لبدء تفعيل الخدمة الجديدة والتي ستحدث تطوراً في أنظمة المدفوعات وأفاد أن البنك المركزي يستهدف تعزيز الاستقرار المالي وسلامة نظم الدفع ولن يتم الاستعجال في إطلاق أي

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

خدمات جديدة دون وضع الضوابط والمعايير المنظمة لها. وتقدم بعض البنوك حالياً بعض الخدمات المصرفية المحمولة كالاستعلام عن الرصيد ودفع الفواتير وتحويل الأرصدة داخليا وخدمة الرسائل عبر التليفون ومن هذه البنوك:

1- البنك العقاري المصري العربي: يقدم خدمة الاستعلام عن الحساب من خلال التليفون المحمول وتتم هذه الخدمة باطلاع العميل على أي تغير يطرأ على حسابه لدى البنك فيما يخص عمليات السحب أو الإيداع، كذلك يمكن للعميل إرسال رسالة استعلام عن الرصيد من خلال التليفون المحمول. ويتم ما سبق عن طريق التوجه لأي فرع من فروع البنك وتقديم إثبات الشخصية وتسجيل طلب بإضافة الخدمة وملء استمارة الاشتراك.

2- البنك الأهلي سوستيه جنرال، البنك التجاري الدولي والبنك العربي: كذلك يستطيع عملاء هذه البنوك الوصول إلى معلومات عن حساباتهم والاستفادة من خدمات البنك من خلال الخدمة المقدمة من فودافون (الخدمة المصرفية المحمولة) وهي تتيح:

- الاستعلام عن الحساب ومعلومات بطاقة الائتمان وتلقى التنبيهات؛
- دفع فاتورة بطاقة الائتمان؛
- تحويل الأرصدة بين الحسابات الداخلية؛
- معرفة أماكن ماكينات الصرف الآلي؛
- إيقاف الشيكات والبطاقات المسروقة؛
- الاطلاع على أسعار العملات الأجنبية والبورصة، ويتم الاشتراك في هذه الخدمة من خلال البنك الذي يتعامل معه العميل.

3- بنك مصر: يتيح بنك مصر لعملائه من حاملي التليفون المحمول خدمات الرسائل القصيرة للاستعلام عن الرصيد أو خدمات البنك، الحد المتاح لبطاقات الائتمان وأسعار صرف العملات.¹

المطلب الثالث: أنظمة الدفع والتسوية المتاحة في المصارف المصرية.

إن تطور قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مصر قد أسهم في تحقيق نمو في استخدام المصارف أنظمة تسمح لها بتسوية عملياتها المالية عبر وسائط الكترونية، حيث ساعدتها على تحقيق التحويل الالكتروني للأموال سواء كان بين المصرف وعملائه أو بين مصرف وآخر أو بين عميل وآخر، سواء كان

¹ - الانترنت، الموقع الرسمي للبنك المحمول المصري، (2017/03/12، 10:00)، [على الخط]، www.idbe.egypt

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

داخليا أو خارجيا، ومن خلال هذا المطلب سنتعرف على أهم هذه الأنظمة التي اعتمدها المصارف المصرية في توفير خدمة الدفع الالكتروني

أولا: نظام التسوية اللحظية المصري.

يستخدم نظام التسوية اللحظية في تسوية أوامر الدفع عالية الأهمية، كبيرة القيمة والتي تتم داخل نطاق الدولة، وعادة ما يعتبر نظام التسوية اللحظية هو نظام الدفع الأهم داخل أي دولة، وعليه فإنه يعرف بأنه ضمن أنظمة الدفع ذات الأهمية النظامية وذلك نظرا لتأثيرها الممتد إلى العديد من الأنظمة الأخرى. ويعتبر نظام التسوية اللحظية نظام دفع ذو أهمية نظامية لأنه يعمل من خلاله عمليات كبيرة الحجم والأهمية لدرجة أن المخاطر المحيطة بالنظام كفيلة للتأثير سلبا على الاقتصاد ككل، وكذلك فإن الحد من تلك المخاطر يؤثر إيجابا على كفاءة تداول السيولة النقدية داخل الاقتصاد ككل.

بدأ البنك المركزي المصري العمل بنظام التسوية اللحظية اعتبارا من يوم 15 مارس 2009. وتم تصميم نظام التسوية اللحظية في مصر وفقا لأحدث المفاهيم والنظريات الاقتصادية للمدفوعات كبيرة القيمة، مدعومة بأفضل التقنيات التكنولوجية، ويمتلك البنك المركزي المصري نظام التسويات اللحظية، ويقوم أيضا بتشغيله. ومن أهم مميزات هذا النظام ما يلي:

- نواتج التسويات بنظام التسوية اللحظية نهائية وغير قابلة للإلغاء؛
- يعد نظام التسوية اللحظية في مصر نظاما متعدد الروافد، حيث يقوم بتسوية أوامر الدفع الفردية، ونواتج أنظمة التسوية بالصافي لغرف المقاصة؛
- يقوم نظام التسوية اللحظية بتسوية القيود المالية الخاصة ببيع وشراء الأوراق المالية في السوق الأولية والثانوية؛
- يوفر البنك المركزي المصري للبنوك الأعضاء تسهيلات ائتمانية خلال اليوم بدون فوائد مقابل ضمانات، والضمانات المقبولة داخل نظام التسوية اللحظية هي أذون الخزانة والتي تتم عليها عمليات إعادة الشراء خلال اليوم مع البنك المركزي وودائع البنوك التجارية لدى البنك المركزي (لا يتم قبول الودائع لليلة واحدة ضمانات)؛
- يدعم النظام أكثر من آلية لتحسين إدارة السيولة لتسهيل تسوية أوامر الدفع في الأوقات المحددة خلال اليوم. ويدعم نظام التسوية اللحظية 3 مسارات لأوامر الدفع (مسار لعمليات المقاصة وآخر لعمليات الأوراق المالية وثالث لباقي العمليات) ليعطي قدرا من المرونة لتدفق السيولة النقدية بداخله مع تسوية أوامر الدفع بناء على لوغاريتيمات المتاح للتسوية أولا مع وجود أولويات لأوامر الدفع؛

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

- يقوم نظام التسوية اللحظية في المرحلة الأولى (المرحلة الحالية) بتسوية الأوامر المدفوعة بالجنينة المصري فقط؛
- يقوم نظام التسوية اللحظية بتسوية نواتج ثلاث أنظمة مقاصة وهي غرفة مقاصة الشيكات ويديرها البنك المركزي المصري، وغرفة المقاصة الإلكترونية والمحول القومي ويديرهما شركة بنوك مصر، وغرفة مقاصة الأوراق المالية وتديرها شركة مصر للمقاصة والإيداع والحفظ المركزي؛
- أثبت نظام التسوية اللحظية أهميته القوي للقطاع المصرفي حيث يقوم بتسوية أكثر من 57 مليار جنيه مصري وهو ما يعادل أكثر من 9 مليار دولار أمريكي يوميا، وذلك بمتوسط 5400 أمر تسوية يوميا؛
- يقوم نظام التسوية اللحظية بتسوية ما يزيد عن 13.6 تريليون جنيه مصري سنويا، أي ما يزيد عن 2.25 تريليون دولار أمريكي، بما يعني اكتمال دوران الناتج القومي داخل النظام في 20 يوم عمل تقريبا؛
- تم تسجيل كافة البنوك العاملة في مصر كأعضاء مباشرين في نظام التسوية اللحظية، علما بأن الاشتراك إجباري لكافة البنوك؛
- يبدأ نظام التسوية اللحظية عمله من الساعة 8:30 إلى الساعة 4:30 يوميا، عدا الإجازات والأعياد الرسمية وتتغير مواعيد العمل في شهر رمضان المعظم. يوفر نظام التسوية اللحظية إمكانية إدراج وتخزين أوامر؛
- الدفع لحين السماح بتسويتها إما في نفس اليوم أو مستقبلا؛
- كافة العمليات التي تؤثر على حسابات البنوك لدى البنك المركزي لا تتم إلا من خلال نظام التسوية اللحظية؛
- يعمل نظام التسوية اللحظية في بيئة مؤمنة إلى حد كبير، حيث يمتلك نظام عمل احتياطي جاهز للعمل أثناء فترات الطوارئ؛
- يتوافق نظام التسوية بالكامل مع المبادئ الأساسية لبنك التسويات الدولي والخاصة بأنظمة الدفع عالية الأهمية نظاميا، ويخضع النظام لقواعد الإشراف والتي تكفل التأكد من هذا التوافق.¹ والجدول التالي يوضح المعاملات المالية من خلال نظام التسوية اللحظية.

¹ - الانترنت، الموقع الرسمي للبنك المركزي المصري، (2017/02/23، 11:40)، [على الخط]، www.cbe.org.eg

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

الجدول رقم (03-05): المعاملات المالية لنظام التسوية اللحظية خلال الفترة 2009-

فيفري 2017.

نسبة النمو		إجمالي القيمة بالجنيه المصري	عدد العمليات السنوي	السنة
قيمة العمليات السنوية	عدد العمليات السنوي			
-	-	10.475.326.582.017	951.953	2009
57	44	16.472.271.658.473	1.367.264	2010
17%-	2%-	13.645.437.316.473	1.339.458	2011
14%-	8%	11.777.730.914.898	1.443.106	2012
35%	18%-	15.892.575.009.864	1.182.012	2013
35%	5%-	21.468.319.796.940	1.123.000	2014
36%	3%	29.180.539.970.582	1.156.323	2015
18%	7%	34.530.619.605.030	1.235.812	2016
*		7.396.503.991.458	222.636	فيفري 2017

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على إحصائيات البنك المركزي المصري للفترة 2009- فيفري 2017.

يوضح الجدول السابق لنا تقييم نشاط نظام التسوية اللحظية للبنك المركزي المصري خلال الفترة 2009/2016، حيث عرف هذا النظام منذ البداية العمل به إلى غاية 2012 ارتفاعا تدريجيا في وتيرة تشغيله، إلا أن هذا النظام عرف تراجعا محسوس في سنة 2013 بنسبة 18% من حيث عدد العمليات حيث بلغ 1.182 مليون عملية، رغم وجود ارتفاع في قيمة العمليات بنسبة 35% مماثلة بمبلغ قدره 29.180 مليار جنيه مصري. كما نلاحظ أن عدد المعاملات المالية من خلال هذا النظام ارتفعت سنة 2016 حيث بلغت 1.235 مليون عملية دفع في 2016 بعدما كانت 1.156 مليون عملية دفع سنة 2015، أي زيادة بنسبة 7%. وعالج هذا النظام 222.636 عملية دفع خلال فيفري 2017 ممثلة بمبلغ قدره 7.396 مليار جنيه مصري.

* - لا يمكن حساب نسبة التطور لأنه لدينا إحصائيات شهرين فقط.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

ثانيا: نظام المصري للمقاصة الالكترونية.

في مبادرة من البنك المركزي المصري لرفع كفاءة إدارة السيولة المحلية قام بإطلاق نظام المقاصة الالكترونية بالتعاون مع شركة بنوك مصر لضمان تحقيق أعلى معدل للعائد من الاحتفاظ بالنقود داخل الجهاز المصرفي والتي تزيد قيمة تعاملاتها اليومية خصما وإضافة على 10 مليارات جنيه مما يساعد البنوك عبر هذا النظام الجديد على استخدام هذه الأرصدة لمصلحة نشاط الائتمان.¹ ويسير نظام المقاصة الالكترونية من طرف شركة مصر للمقاصة وتسوية المعاملات والتي هي عبارة عن شركة ذات أسهم وحدد رأس مال الشركة المرخص به عند إنشائها 10000000 جنيه مصري وحدد رأس المال المصدر 3000000 جنيه مصري موزع على 30000 سهم، القيمة الاسمية لكل سهم 100 جنيه مصري وبدأت الشركة مزاوله نشاطها الفعلي في 1996/10/1.²

وقال مصرفيون إن النظام الجديد الذي تم الاتفاق على سريانه يقوم بعملية ربط بين البنك المركزي والبنوك العاملة في السوق عبر شبكة بنوك مصر التي تتولى تحويل أوامر الخصم والإضافة لصالح العملاء فيما بين البنوك المختلفة إلى غرفة المقاصة الالكترونية لتتولى تنفيذ تلك الأوامر وإظهار الأرصدة الدائنة والمدينة للعملاء وأخطار البنوك صاحبة الحقوق والبنك المركزي الذي يتولى مراقبة تنفيذ النظام وضمان صرامة الالتزام به. وتعد هذه الخطوة نقطة تحول في إدارة سياسات الاستثمار وتوظيف السيولة تصب في مصلحة التخصيص الأمثل للموارد حيث إن حركة المعروض من النقود خارج الجهاز المصرفي بدأت في التزايد نتيجة تراجع جاذبية الأوعية الادخارية والميل إلى الاحتفاظ بالنقود بوجه عام في الوقت الذي يحتاج فيه الاقتصاد إلى استخدام هذه الأموال عبر القنوات المصرفية حتى لا تتسرب إلى السوق الموازية التي تستهدف تعظيم الطلب عليها خارج نطاق الجهاز المصرفي مما يمنحها تأثيرا سلبيا أكبر على مناخ الاستقرار النقدي، يعمل على مقاومة السياسة النقدية التي يتبناها البنك المركزي ويستخدم التأثير في كمية النقود لضبطها.³ والجدول التالي يوضح لنا المعاملات المالية من خلال نظام المقاصة الالكترونية.

¹ - أحمد إبراهيم، المقاصة الالكترونية بين البنوك المصرية لتعظيم العائد على إدارة السيولة، مجلة الرياض الاقتصادي، مكتب الرياض، العدد 14928، القاهرة، مصر، 8 مايو 2009، ص 1.

² - الانترنت، الموقع الرسمي لشركة مصر للمقاصة والإيداع والقيود المركزي (2017/03/06، 10:38)، [على الخط]،

<http://www.macsd.com.eg/mcdr/arbic/showpage.aspx?pageid=6>

³ - أحمد إبراهيم، المقاصة الالكترونية بين البنوك المصرية لتعظيم العائد على إدارة السيولة، مرجع سبق ذكره، ص 1.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

الجدول رقم (03-06): المعاملات المالية من خلال نظام المقاصة الالكترونية خلال الفترة

2016-2009.

نسبة النمو %		إجمالي القيمة بالجنيه المصري	عدد العمليات السنوي	السنة
قيمة العمليات السنوية	عدد العمليات السنوية			
-	-	553.941.040.452	12.692.656	2009
11	3	617.634.012.838	13.077.850	2010
3	-2	637.283.396.438	12.790.337	2011
8	3	687.985.058.176	13.129.327	2012
9	-1	747.895.124.203	12.964.133	2013
19	3	889.952.357.510	13.292.539	2014
14	2	1.017.900.655.710	13.585.736	2015
10	-3	1.117.585.666.322	13.161.964	2016
/		219.121.993.561	2.104.906	فيفري 2017

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إحصائيات البنك المركزي المصري للفترة 2009- فيفري 2017.

بين لنا الجدول السابق المعاملات المالية لنظام المقاصة الالكترونية خلال الفترة 2009-2016، سجل هذا النظام سنة 2010 تطورا معتبرا من حيث عدد وقيمة العمليات، حيث وصل عدد العمليات خلال هذه السنة إلى 13.077 مليون عملية دفع مقابل 12.692 مليون عملية دفع في سنة 2009، وهذا بمبلغ كلي يساوي 617.634 مليار جنيه مصري مقابل 553.941 مليار جنيه مصري في سنة 2009، وهو ما يعادل زيادة بنسبة 3% من حيث الحجم و 11% من حيث القيمة. أما سنة 2016 سجلت انخفاضا طفيفا بنسبة 3% من حيث عدد العمليات مقارنة بسنة 2015 حيث بلغ 13.161 مليون عملية دفع في 2016 مقابل 13.585 مليون عملية دفع في سنة 2015، رغم وجود ارتفاع في قيمة العمليات بنسبة 10% ممثلة بمبلغ قدره 1.117 مليار جنيه مصري مقابل 1.017 مليار جنيه مصري في 2015. وعالج هذا النظام 2.104 مليون عملية دفع خلال شهر فيفري ممثلة بمبلغ قدره 219.121 مليار جنيه مصري.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

ثالثا: نظام سويفت المصري.

بدأ التطبيق الفعلي لنظام السويفت بالبنوك العاملة في مصر اعتبارا من النصف الثاني من عام 1994، وكانت نقطة التجميع في البداية بين بنوك مصر وهيئة سويفت هي مركز الحاسب بدولة البحرين وذلك لعدم وجود مركز تجميع في مصر يتولى هذه المهمة بدلا من المرور على دولة البحرين وتحميل الرسالة بتكلفة خط الاتصال الدولي، ولكن هذا الوضع لم يستمر طويلا فقد تم في أواخر عام 1997 إنشاء مركز تجميع في مصر وذلك بالاتفاق مع فرع شركة سيتا العالمية في مصر، وقد تم إدخال نظام سويفت في أغلب البنوك العاملة في مصر.

ومن ناحية أخرى فقد تم الاستفادة من خدمات هيئة سويفت في الرسائل المحلية بين البنوك المحلية في مصر عن طريق خدمة FIN COPY وذلك اعتبارا من مارس 2000 كبديلا للشيكات المصرفية وأذون التسوية لتحقيق كفاءة أعلى للعمل المصرفي في مصر علاوة على الاستفادة من وفورات التكلفة التي يحققها سويفت. وقد تم كبدائية تغطية التحويلات المحلية بالجنية المصري. ومن بين التعاملات المالية التي يتم تغطيتها من خلال رسائل سويفت من بينها:

- أوامر الدفع والشيكات؛
- التحويلات المالية؛
- المعاملات الدولية؛
- إدارة حسابات المراسلين.¹

وحصل بنك القاهرة على شهادة تقدير من بنك دويتشه بنك الألماني وجائزة EURSTP تقديرا لتمييز رسائل المدفوعات الصادرة لمراسلي البنك بالخارج باستخدام نظام التحويلات "السويفت" خلال عام 2010، ويمنح دويشه بنك جائزة التميز في انجاز المعاملات الالكترونية المباشرة كل عام لنخبة من البنوك العالمية تقديرا لانجازاتها في تعاملات الدفعات الصادرة، وتقدم الجائزة للمؤسسات المالية التي يبلغ معدلها 97% أو أكثر، وقد تمكن بنك القاهرة من الحصول على تلك الجائزة الرفيعة تقديرا لتمييزه في هذا المجال.²

¹ - حسين مصطفى هلال، نظم المعلومات سويفت ودوره في تنشيط حركة التعامل المصرفي، ندوة الخدمات البنكية الالكترونية الشاملة (رؤية مستقبلية)، القاهرة، مصر، 25-29 نوفمبر 2007، ص- ص: 6-7.

² - محمد كفاي، بنك القاهرة يحصد جائزة "دويشه" لتمييزه في مجال المدفوعات الصادرة بنظام سويفت، نشرة بنك القاهرة الدورية، بنك القاهرة، مصر، 2011، ص 4.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

المبحث الثاني: المصارف الإماراتية العربية المتحدة والخدمات المصرفية الالكترونية.

إن النمو في العمل المصرفي من خدمات ووظائف قد مر بعدة مراحل ليرتقي من التقليدي إلى الالكتروني مما توجب على المصارف ضرورة التحول لبناء بنية تحتية تكنولوجية مع توفير خدمات مصرفية إلكترونية ذات جودة عالية والإمارات كغيرها من الدول تسعى لتطوير منظومتها المصرفية، وعليه سنتناول في هذا المبحث أهم الخدمات المصرفية الالكترونية في الإمارات العربية المتحدة.

المطلب الأول: وسائل الدفع الالكترونية.

مع تطور التجارة الالكترونية ورقمنة الاقتصاد، دخلت المصارف الإماراتية في مرحلة جديدة من خلال عصنة الإدارة المصرفية لتطوير خدماتها بجودة فعالة، وفي هذا المطلب سنحاول إبراز أهم الوسائل التي تعتمد عليها المصارف الإماراتية.

أولاً: الدرهم الالكتروني.

لقد قامت وزارة المالية والصناعة بتطوير طرق تحصيل الإيرادات الحكومية واستبدال الطرق التقليدية (الطابع المالية وإيصالات استلام الإيرادات) بطريقة آلية تركز على السهولة والبساطة في الاستخدام والاعتماد على أحدث ما توصلت إليه التكنولوجيا في علوم الحاسبات الآلية فقد جاءت طريقة تحصيل الإيرادات الحكومية بالبطاقات الذكية أو ما يعرف بالدرهم الإلكتروني حيث يعتبر الدرهم الإلكتروني نوعية متميزة في أسلوب تحصيل الإيرادات الحكومية من خلال البطاقات الذكية.

1- تعريف الدرهم الالكتروني: هو عبارة عن بطاقة ذكية إلكترونية خاصة بوزارة المالية والصناعة، يستخدم لدفع الرسوم المستحقة لجميع المعاملات الرسمية لدى الوزارات والدوائر الحكومية، حيث توفر وزارة المالية والصناعة ضمن باقة مشاريع الحكومة الإلكترونية نظام الدرهم الإلكتروني كخدمة دفع آلي بواسطة البطاقة الذكية يستفيد منها الجمهور لتسديد رسوم الخدمات الحكومية التي تقدمها الجهات الحكومية في الوزارات المختلفة.

2- أهداف الدرهم الالكتروني: يهدف الدرهم الالكتروني إلى:

- تحصيل المبالغ بصورة نقدية سريعة ومضمونة؛
- إعطاء انطباع جيد لدى جمهور المتعاملين وتوجيهها لرفع كفاءة وفعالية وتطوير الخدمات المقدمة؛
- التسهيل والتيسير على المراجعين؛
- رفع مستوى الخدمة؛

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

• تقديم الخدمة بكفاية وكفاءة عالية.¹

ثانيا: البطاقات الحاصلة المدفوعة مسبقا للدرهم الالكتروني.

هناك مجموعة من أنواع البطاقات المسبقة الدفع والمتكاملة والتي تمكن من التحكم في الإنفاق ومن بين هذه الأنواع نذكر ما يلي:

1- بطاقة الحاصلة الحمراء: ويمكن استخدامها فقط لدى الجهات المشاركة في نظام الجيل الثاني من الدرهم الإلكتروني ومن بين مميزات هذه البطاقة نذكر:

• أمان وحماية لكافة المعاملات الحكومية وغير الحكومية لدى الجهات المشاركة في نظام الجيل الثاني من الدرهم الإلكتروني للمشتريات التي تتم عبر مواقعهم الإلكترونية على شبكة الإنترنت. وللمشتريات التي تتم من خلال نقاط البيع.

• ذات شريط ممغنط؛

• غير متوأمة مع فيزا؛

• يظهر عليها رقم البطاقة ورقمها التسلسلي؛

• لا يطبع عليها اسم حامل البطاقة؛

• صالحة لمدة سنة من تاريخ أول تعبئة.

2- البطاقة الحاصلة الزرقاء: من بين مميزات هذه البطاقة:

• يمكن استخدامها لدى المحلات التجارية حول العالم ولدى الجهات المشاركة في نظام الجيل الثاني من الدرهم الإلكتروني؛

• صالحة لمدة سنتين؛

• مزودة بشريحة ذكية؛

• متوأمة مع فيزا؛

• تاريخ انتهاء الصلاحية مطلوب على البطاقة؛

• لا تطبع صورة حامل البطاقة عليها؛

• لا يطبع اسم حامل البطاقة عليها؛

• يظهر عليها رقم البطاقة ورقمها التسلسلي.

¹ - الانترنت، الموقع الرسمي للدرهم الالكتروني، (2017/04/02، 13:15)، [على الخط]،

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

3- البطاقة الحاصلة الخضراء: تتميز هذه البطاقة بـ :

- مزودة بشريحة ذكية؛
- متوأمة مع فيزا؛
- يمكن استخدامها لدى المحلات التجارية حول العالم؛
- صالحة لمدة ثلاث سنوات؛
- تاريخ انتهاء الصلاحية مطلوب على البطاقة؛
- يظهر عليها رقم البطاقة ورقمها التسلسلي؛
- يظهر اسم حامل البطاقة مطبوعا عليها بالانجليزية؛
- تطبع صورة حامل البطاقة عليها.

4- البطاقة الحاصلة الذهبية: من بين مميزات هذه البطاقة نذكر:

- صالحة لمدة ثلاث سنوات وتاريخ انتهاء الصلاحية مطبوع على البطاقة؛
- يظهر عليها رقم البطاقة؛
- يظهر اسم حامل البطاقة مطبوع عليها باللغة العربية والانجليزية؛
- يظهر اسم الشركة مطبوع على البطاقة باللغة العربية والانجليزية للبطاقات المصدرة للشركات؛
- مزودة بشريحة ذكية؛
- غير متوأمة مع فيزا.¹

¹ - الإنترنت، الموقع الرسمي لبنك الإمارات الإسلامي، (2017/04/15)؛ [على الخط]، <https://www.emiratesislamic.ae>

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

الجدول رقم (03-07): تطور البطاقات المصرفية في الإمارات العربية المتحدة خلال الفترة

2015-2009.

السنة	عدد البطاقات	نسبة التطور %
2009	8.449.770	-
2010	9.327.064	10.38
2011	10.125.062	8.56
2012	10.421.043	2.92
2013	10.943.571	5.01
2014	12.643.048	15.53
2015	14.342.525	13.44

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على تقارير البنك المركزي الإماراتي.

نلاحظ من خلال الجدول السابق ارتفاع متزايد لعدد البطاقات المصرفية من سنة 2009 إلى غاية 2015، حيث بلغت 9.3 مليون بطاقة سنة 2010 مقابل 8.4 مليون بطاقة سنة 2009، كما عرفت سنة 2015 ارتفاعا محسوس حيث بلغت 14.3 مليون بطاقة مقابل 12.6 مليون بطاقة سنة 2014، أي زيادة بنسبة 13.44% وهذا يرجع إلى انتشار عدد الصرافات الآلية بشكل واسع في المصارف الإماراتية.

المطلب الثاني: وسائل الدفع الالكترونية.

لا شك أن أهم ما يميز العمل المصرفي الإماراتي في عصر العولمة هو دور الذي تلعبه تكنولوجيا المصرفية للعمل على تحقيق الاستفادة القصوى من ثمار تكنولوجيا الإعلام والاتصال بغية تطوير قنوات الدفع الالكترونية، وابتكار تطبيقات جديدة للخدمة المصرفية بجودة وكفاءة وسرعة.

أولا: أجهزة الصراف الآلي.

هي عبارة عن أجهزة يتم من خلالها البيع الآلي لبطاقات الدفع الإلكتروني محددة القيمة أو تعبئة

بطاقة العميل من خلالها، وتتميز بالمميزات التالية:

- تتوفر بها عدة فئات للبطاقات المحددة القيمة؛
- إمكانية شحن بطاقة العميل بأي مبالغ حسب رغبة العميل؛

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

- تعطي جهاز إنذار لإعادة تعبئتها بالبطاقات عند وصولها الحد الأدنى للبطاقات؛
- متصلة بالشبكة المركزية للنظام وتدون جميع حركاتها أولاً بأول في السجلات المالية؛
- نشر خدمة بيع البطاقات في جميع أنحاء الدولة بالمناطق التي لا يتوفر بها مصارف (مركز بيع)¹.
والجدول التالي يبين لنا تطور أجهزة الصراف الآلي.

الجدول(03-08): تطور أجهزة الصراف الآلي خلال الفترة 2009-2016.

السنة	عدد الصرافات الآلية	نسبة التطور %
2009	3599	-
2010	3758	4.42
2011	4172	10.20
2012	4492	7.67
2013	4669	3.94
2014	4847	3.81
2015	5052	4.22
2016	6026	19.27

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على تقارير البنك المركزي الإماراتي.

نلاحظ من خلال الجدول تزايد مستمر لعدد أجهزة الصراف الآلي في المصارف الإماراتية منذ سنة 2010 إلى غاية سنة 2016، حيث بلغت 3758 صراف آلي سنة 2010 وقفزت إلى 4172 صراف آلي سنة 2011، واستمر التوسع في شبكة أجهزة الصراف الآلي في سنوات الأخرى، كما عرفت سنة 2016 ارتفاعاً متزايداً حيث بلغت 6026 جهاز بعدما كانت 5052 جهاز سنة 2015 أي زيادة بنسبة 19.27% .

ثانياً: العمليات والمبالغ لنهايات نقاط البيع.

يمكن عرض العمليات والمبالغ لنهايات نقاط البيع التي تملكها المصارف الإماراتية من خلال الجدول التالي.

¹ - بركان أمينة، الصيرفة الالكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي - حالة الجزائر-، (أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر، غير منشورة)، الجزائر، 2013/2014، ص 432.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

الجدول رقم (03-09): تطور نهائيات نقاط البيع في الإمارات خلال الفترة 2009-2014.

2014.

السنة	عدد العمليات	نسبة التطور %	المبالغ	نسبة التطور %
2009	3.043.225	-	1.241.997.962	-
2010	5.391.082	77.2	1.949.810.212	56.9
2011	8.456.379	56.8	3.065.171.076	57.2
2012	10.096.639	19.3	3.373.348.017	10.1
2013	13.845.036	37.1	5.343.864.728	58.4
2014	16.403.207	18.47	5.261.815.404	-1.5

Source: Internet, POINT OF SALTRANSACTIONS, site officiel The United Arab Emirates, (consultée le 12/07/2013), [en ligne],

http://www.centralbank.ae/pdf/dataroom_POS_Statistics_2010-2014.pdf

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن نهائيات الدفع الالكتروني تعتبر من بين أهم وأكبر القنوات التي تجري فيها عمليات الدفع باستخدام البطاقات المصرفية في الإمارات، حيث سجل تزايد مستمر لنهائيات نقاط البيع منذ سنة 2009 إلى غاية 2014، حيث بلغت 3.043 مليون عملية دفع سنة 2009 وارتفعت إلى 10.096 مليون عملية دفع سنة 2012، كما عرفت سنة 2014 ارتفاعاً متزايداً بنسبة 18.47% من حيث عدد العمليات، حيث بلغت 16.403 مليون عملية دفع مقابل 13.845 عملية دفع، وهذا بمبلغ كلي يساوي 5.261.851 مليار درهم مقابل 5.343.864 مليار درهم سنة 2013 وهو ما يعادل زيادة بنسبة 18.47% من حيث عدد العمليات وانخفاض بنسبة 1.5% من حيث القيمة.

ثالثاً: الخدمات المصرفية عن طريق الإنترنت.

تمنح الخدمات المصرفية عن طريق الإنترنت درجة عالية من الأمن والسرية من خلال مجموعة من الخدمات المميزة التي يمكن الاعتماد عليها حيث يستطيع العميل استعراض حسابات بل ويستطيع أن يجري أنواع مختلفة من المعاملات المصرفية في أي وقت يناسبه وفي أي مكان في العالم، ومن مميزات الخدمات المصرفية عن طريق الإنترنت ما يلي:

- طريقه آمنه وموثقه للتواصل مع حسابات العميل عبر الانترنت؛

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

- فتح حساب جديد؛
 - الحصول على ملخص كشف حساب وأي استفسارات عن الرصيد (تتضمن خدمات البطاقات)؛
 - استعراض تفاصيل حسابات العميل وتفاصيل المعاملات للبطاقات الائتمانية؛
 - تحويل الأموال بين الحسابات داخل المصرف ومجموعة المصارف المستخدمة لنفس الخدمة (بنك نت)؛
 - طلب دفتر شيكات؛
 - تعبئة الطلبات الخاصة بخدمات البطاقات مباشرة عن طريق الانترنت؛
 - طلب سحب نقدي، شيك إداري والتحويلات الهاتفية؛
 - تغيير رقم التعريف الشخصي.¹
- ومن بين الخدمات المصرفية المتداولة في المصارف الإماراتية:
- الخدمات المصرفية عبر الهاتف؛
 - الخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال.

المطلب الثالث: أنظمة الدفع الالكترونية في الإمارات.

نظرا لأهمية نظم الدفع للقطاع المالي والاقتصادي في الإمارات، فقد تولى المصرف المركزي دور مهم في دعمها من جميع النواحي، حيث عمل على تأسيس وتطوير نظم الدفع الرئيسية في الدولة، بالإضافة إلى ذلك قام بإنشاء وحدة متخصصة لمراقبة نظم الدفع وذلك تعزيزا لفعالية تلك النظم والحد من مخاطرها.

أولا: نظام الإمارات للتحويلات المالية.

نظام الإمارات للتحويلات المالية هو نظام التحويلات الرئيسية وقد تم إدخاله في المصرف في شهر أوت 2001 ويشترك فيه حاليا 53 مصرفا تجاريا و5 محلات صرافة ومؤسستان غير مصرفتين، 21 وزارة اتحادية.² ويقوم هذا النظام بتسهيل تحويل الأموال بين الجهات المشتركة في النظام المذكور بشكل فوري، ويبلغ متوسط عدد التحويلات التي تنفذ من خلاله يوميا حوالي 8000 تحويلا ماليا بقيمة 10 مليارات

¹ - الإنترنت، الموقع الرسمي لخدمات المصرفية عبر الانترنت، (2017/04/02، 15:12)، [على الخط]،

www.jdib.jo/ar/retail-banking/our-internet-banking-services.

² - الإنترنت، الموقع الرسمي لمصرف الإمارات العربية المتحدة المركزي، (2017/03/15، 11:00)، [على الخط]،

www.Centralbank.ae

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

درهم تقريبا. والجدول التالي يبين حجم وعدد العمليات التي تتم بهذا النظام.¹ والجدول التالي يبين المعاملات المالية لنظام التحويلات المالية.

الجدول(03-10): المعاملات المالية من خلال نظام الإمارات للتحويلات المالية خلال الفترة 2016-2009.

السنة	عدد التحويلات	النسبة %	حجم التحويلات بالدرهم	النسبة %
2009	1.687.099.00	-	9.337.128.000.000.00	-
2010	1.330.369.00	-21.14	8.631.115.579.030.00	-7.56
2011	1.725.499.00	29.70	8.226.409.565.355.39	-4.69
2012	712.936.00	-58.68	5.653.976.076.731.69	-31.27
2013	7.804.332.00	99.47	2.101.820.042.326.20	-62.83
2014	10.014.498.00	28.32	2.453.511.030.797.18	16.73
2015	235.505.774.542	22.52	553.871.649.485.00	-77.43
2016	252.354.442.585	7.15	553.441.443.099.00	-0.07
فيفري 2017	207.422.146.461	-	587.044.114.587.00	-

source: Internet, UAEFTS INTER-BANK PAYMENTS Amount in Dirham, site officiel The United Arab Emirates, (consultée le :12/06/2013),[en ligne], [http://www.centralbank.ae//data room/FTSData2009-2016pdf](http://www.centralbank.ae//data%20room/FTSData2009-2016pdf).

الجدول السابق يوضح لنا تقييم نشاط نظام التحويلات المالية خلال الفترة 2016-2009، حيث عرف هذا النظام ارتفاعا متزايد منذ سنة 2009 إلى غاية 2011، بينما عرف هذا النظام سنة 2012 تراجعا من حيث عدد وحجم التحويلات بنسبة 58.68% من حيث عدد التحويلات حيث بلغ 712.936 مليون عملية تحويل، وبنسبة 31.27% من حيث حجم التحويلات. أما سنة 2016 عرفت ارتفاعا متزايدا في عدد المعاملات لتصل إلى 252.354 مليون معاملة مقابل 235.505 مليون معاملة في سنة 2015 وهذا بمبلغ 553.441 مليار درهم مقابل 553.871 مليار درهم في 2015.

¹ - الانترنت، الموقع الرسمي لغرفة التجارة والصناعة، (2017/03/28، 10:00)، [على الخط]،

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

وعالج نظام التحويلات المالية 207.422 مليون معاملة في فيفري 2017 ممثلة بمبلغ قدره 587.044 مليار درهم.

ثانيا: نظام حماية الأجور.

تم تشغيله في سبتمبر 2009 ليحقق متطلبات وزارة العمل، ويوفر هذا النظام وسيلة آمنة وفعالة لتحويل أجور العمال. وهذا النظام متاح للبنوك ومحلات الصرافة المرخصة من قبل المصرف المركزي. فنظام حماية الأجور هو آلية الكترونية مبتكرة تقوم المنشآت بموجبها بدفع أجور عمالها عبر المصارف وشركات الصرافة والمؤسسات المالية المزودة للخدمة، ويغطي جميع المنشآت المسجلة لدى الوزارة في مختلف القطاعات والأنشطة، كما يستفيد من النظام كافة الشرائح والفئات العمالية، كما يعكس النظام المكانة الرائدة التي تحتلها دولة الإمارات في المنطقة كنموذج يحتذى به في مجال:

1- الالتزام بمبدأ حماية أجور العمال؛

2- توفير حلول مبتكرة تساعد أصحاب العمل على تعزيز الحماية وتوفير الوقت والجهد والمال في عمليات صرف الأجور؛

3- القيام بخطوات جادة لتوفير بيئة عمل آمنة تعزز استقرار علاقات العمل في الدولة عبر حماية حقوق جميع الأطراف؛

4- السرعة في اتخاذ الإجراءات الوقائية من المنازعات العمالية المتعلقة بالأجور.¹

ويتطلب الاشتراك في نظام حماية الأجور ما يلي:

1- أن تكون المنشأة مسجلة في الوزارة؛

2- أن تمتلك المنشآت حساب مصرفي لدى أحد المصارف أو الشركات الصرافة أو عمولات الخدمة باتفاق الطرفين؛

3- أن تتعاقد المنشأة مع أحد وكلاء نظام حماية الأجور من المصارف أو شركات الصرافة أو المؤسسات المالية المزودة للخدمة والمعتمدة من قبل المصرف المركزي، ويتم تحديد رسوم عمولات للخدمة باتفاق الطرفين؛

¹ - بركان أمينة، الصرافة الالكترونية كحتمية لتنفيذ أوضاع الجهاز المصرفي - حالة الجزائر-، مرجع سبق ذكره، ص - ص: 435-436.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

4- أن يتم تحويل أجور العاملين عبر نظام قبل المهل المحددة في القرار الوزاري رقم 788 لسنة 2009،¹ وتتم آلية تحويل الأجور المستحقة عبر نظام حماية الأجور من خلال الخطوات التالية:

- تقوم المؤسسة بفتح حساب مصرفي لدى المصارف العاملة في الدولة في حال لم يكون لديها حساب مصرفي لدى اشتراكها في النظام؛
- يصدر صاحب العمل أمر للمصرف بتحويل الأجور مرفقا بكشف الأجور التفصيلي، كم يقوم بإرسال نسخة من الكشف لوكيل الخدمة المتعاقد معه؛
- يرسل النظام بيانات العمال وأجورهم والتعليمات المالية الكترونيا للمصرف المركزي الذي يقوم بدوره بإرسالها إلى قاعدة بيانات وزارة العمل من أجل مطابقتها مع البيانات المسجلة لدى الوزارة؛
- يرسل النظام المعلومات إلى الوكيل المعين لتوزيع الأجور على مستحقيها.²

ثالثا: نظام مقاصة الشيكات باستخدام صورها.

بدأ العمل بنظام مقاصة الشيكات باستخدام صورها رسميا في الثاني عشر من شهر جويلية سنة 2008. ويهدف هذا النظام إلى اختصار الوقت من 3 إلى 5 أيام، ويوفر حاليا إمكانية تحصيل الشيك في نفس اليوم. وتبلغ عدد الشيكات المحصلة يوميا من خلال النظام حوالي 97.000 شيك بقيمة 3.8 مليار درهم تقريبا.³ والجدول التالي يوضح لنا المعاملات المالية من خلال هذا النظام.

¹ - الانترنت، الموقع الرسمي للمصرف الإماراتي الإسلامي، (2017/03/10، 15:00)، [على الخط]،

<https://www.emiratesislamic.ae>

² - الانترنت، الموقع الرسمي لوزارة العمل الإماراتية، (2016/12/15، 11:15)، [على الخط]، <http://www.mol.gov.ae>

³ - الانترنت، الموقع الرسمي لبنك الإمارات العربية المتحدة المركزي، (2016/12/27، 12:15)، [على الخط]،

www.Central.bank.ae

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

الجدول(03-11): المعاملات المالية من خلال نظام المقاصة الالكترونية في الإمارات خلال

الفترة 2009 – 2016.

السنوات	عدد العمليات	النسبة %	المبلغ	النسبة %
2009	28.938.639	-	1.035.500.000.000.00	-
2010	27.990.056	-3.28	1.026.957.291.130.71	-0.82
2011	28.499.858	1.82	1.219.003.518.373.00	18.70
2012	29.016.032	1.81	1.169.155.032.338.00	-4.08
2013	30.724.395	5.89	1.382.301.980.050.00	18.23
2014	32.139.569	4.61	1.608.412.375.616.80	16.36
2015	32.570.228	1.34	1.649.654.223.557.00	2.56
2016	31.365.414	-3.71	1.555.463.919.197.00	-5.71
فيفري 2017	5.042.307	-	250.826.573.657.00	-

source: Internet, IMAGE CHEQUE CLEARING SYSTEM (ICCS) REPOR, site officiel The United Arab Emirates, (consultée le 29/03/2017), [en ling], http://www.centralbank.ae/pdf/dataroom/ICCSData_2016-2015-2014-2013-2012-2011-2010-2009-12.pdf

يبين لنا الجدول السابق أن هناك تطورا في استخدام هذا النظام، إذ نلاحظ أن عدد العمليات في تطو مستمر منذ سنة 2011 إلى غاية سنة 2015، إلا أن هذا النظام سجل تراجع من حيث الحجم والقيمة سنة 2016 يقدر بـ 31.6 مليون عملية دفع مقابل 32.5 مليون عملية دفع في سنة 2015، وهذا بمبلغ كلي يساوي 1.55 مليار درهم مقابل 1.64 مليار درهم سنة 2015، وهو ما يعادل انخفاض بنسبة 3.71% من حيث الحجم و 5.71% من حيث القيمة.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية.

المبحث الثالث: المصارف الجزائرية والخدمات المصرفية الإلكترونية ومقارنتها بالدول الأخرى.

في إطار مسعى الجزائر نحو الاستمرار في تنفيذ المزيد من الإصلاحات المصرفية، قامت بتحديث وعصرنة أنظمة المعلومات والدفع والمعاملات المالية والمصرفية، وطرق معالجة المعلومات، وذلك لأجل التماشي مع التحديات التي تشهدها الساحة المصرفية العالمية، ومسايرة التطور في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتقديم خدمات مصرفية عبر قنوات حديثة تتفق مع رغبات المستهلكين في الوقت والمكان المناسبين.

المطلب الأول: وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر.

من أهم مظاهر التكنولوجيا الحديثة في العمل المصرفي استعمال وسائل الدفع الإلكتروني، وتبعا لحرص الجزائر على مواكبة الأحداث والتطورات التكنولوجية في العمل المصرفي خاصة في مجال الصناعة المصرفية وسعيها نحو الصيرفة الإلكترونية، شرعت في تقديم بعض وسائل الدفع.

أولا: البطاقات المحلية المتداولة في الجزائر.

تمثل البطاقات المحلية المتداولة في النظام النقدي الجزائري في البطاقات البنكية وبطاقات البريد وهي كالتالي:

1- البطاقة البنكية المشتركة CIB *: بدأ العمل بها سنة 1997 وهي تستعمل خاصة للسحب من أجهزة الصراف الآلي، لتصبح سنة 2005 كأداة سحب ودفع وهي تسمح بالقيام بعملية السحب والدفع على المستوى المحلي فقط، وهي موجهة لكل عملاء المصرف، تقدر مدة صلاحيتها بستين ابتداء من تاريخ صنعها، كما تتجدد تلقائيا، إلا إذا رغب حاملها في عدم التجديد وذلك بإعلام المصرف بشهرين قبل انتهاء صلاحيتها.¹ ويمكن تمييز نوعين أساسيين هما:

● **البطاقة الكلاسيكية**: وهي بطاقة توفر خدمات الدفع والسحب المصرفي، تقدم لزبائن المصارف وفقا لشروط يحددها المصرف، كمدخل الزبائن أو أهميتهم أو مواصفات أخرى، وللحصول على هذه البطاقة يتم إبرام عقد بين المصرف والعميل.

* - CIB: Carte Interbancaire.

¹ - سليمان ناصر، النظام المصرفي الجزائري وتحديات العولمة، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، العدد الأول، جانفي 2008، ص - ص: 14-

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

● **البطاقة الذهبية:** مقترحة أيضا من قبل المصارف للزبائن، يتم اختيارها وفقا لشروط محددة، لكن بالإضافة إلى خدمات الدفع والسحب فإن هذه البطاقات توفر خدمات إضافية مع سقف سحب ودفع مرتفعا نسبيا، وتمنح للأشخاص المهنيين ورجال الأعمال أصحاب الدخول المرتفعة وسقف هذه البطاقة يفوق 50 ألف دينار جزائري ومدة صلاحيتها عامين.¹

أطلق بريد الجزائر البطاقة الذهبية للدفع الالكتروني، لتسهيل وإجراء جميع المعاملات المالية عن طريق الانترنت ضمن خطط الحكومة الجزائرية لتحديث الخدمات الالكترونية، وتم الإعلان رسميا عن إطلاق البطاقة الذهبية من بريد الجزائر يوم 7 ديسمبر 2016 وهذه البطاقة واحدة من التحديثات التي ترمي نحو تزويد حوالي 20 مليون من أصحاب المعاشات لتسهيل الخدمات المصرفية. كما أوضحت وزيرة البريد وتكنولوجيا المعلومات، أن مؤسسة بريد الجزائر ستؤلى إصدار 5 مليون بطاقة ذهبية بطاقات الدفع الالكترونية كحصة أولى، حيث تمت عملية الإصدار بداية من شهر ديسمبر، وذلك حتى يتم تحقيق الهدف المنشود بتوفير البطاقات الذهبية لحوالي 20 مليون مواطن ممن لهم حسابات بريدية وسارية المفعول.²

كشف المدير العام لمؤسسة بريد الجزائر أن مصالحه ستستخرج 15 مليون بطاقة الكترونية مابين البنوك، قبل نهاية 2017، مؤكدا بأن عملية استخراج هذه البطاقات ستتماشى مع الطلبات التي يودعها الزبائن على مستوى مكاتب بريد الجزائر، والتي وصلت في الوقت الحالي إلى 20 ألف بطاقة يوميا. حيث سيصل عدد البطاقات المستخرجة إلى 5 ملايين بطاقة شهر مارس، لتصل إلى حدود 15 مليون بطاقة نهاية سنة 2017. هذه البطاقة ستمكن من إجراء جميع عمليات السحب والدفع والتحويل والشراء والدفع عبر شبكة الانترنت. واستخدام هذه البطاقة سيكلف الزبون 350 دينار جزائري كل سنتين، بالإضافة إلى 30 دينارا عن كل عملية سحب، في حين أن عمليات الدفع والشراء الالكتروني ستكون مجانية.³

2- بطاقة CCP*: تحتل مكانة هامة نظرا لأهمية عدد البطاقات التي تصدرها مؤسسة بريد الجزائر، وهي تسمح لصاحبها بإجراء عمليات السحب والإطلاع على الرصيد من الشبايك الآلية، وتكون مجانية

¹ - سماح سعبور، مصباح مرابطي، وسائل الدفع الالكتروني غي الجزائر-واقع وتحديات- دراسة استطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات البنكية لولاية تبسة، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تمويل مصرفي، جامعة العربي التبسي، تبسة، غير منشورة)، الجزائر، 2016/2015، ص 73.

² - الانترنت، (2017/03/28، 15:00)، [على الخط]، www.thaqfny.com

³ - الانترنت، الموقع الرسمي لنهار، (2017/03/28، 15:15)، [على الخط]، <http://www.ennharonline.com>

* - CCP: Compte Courant Postal.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

في عامها الأول فقط، موجهة لكل زبون لديه حساب بريدي كما تسمح بالاشتراك والتحميل الإلكتروني للخط الهاتفي المسبق موبيليس من خلال الحساب البريدي الجاري من GAB لبريد الجزائر.¹

3- تطور البطاقات المحلية في الجزائر: يقتصر استخدام الجزائريين للبطاقة الإلكترونية على عملية سحب الأموال من شبائيك البريد والبنوك فحسب، حيث أن استعمالها يمكن أن يتعدى ذلك بكثير كدفع فاتورة الماء أو الغاز، تسديد تكلفة العشاء في مطعم أو حتى شراء قميص على الانترنت. خدمة الدفع الإلكتروني هو ما تحضر الحكومة لإطلاقه وتعميمه في الجزائر نهاية سنة 2016 في إطار الإصلاح المالي الشامل ورقمنة الاقتصاد، من خلال تحديث وعصرنة وسائل الدفع في بلادنا لمواكبة التطور التكنولوجي الحاصل، فيصبح لكل جزائري بطاقة دفع إلكتروني خاصة بداية من السنة 2017. وبعد فرض التعامل بالسنك البنكية على كل المعاملات المالية التي تفوق قيمتها 100 مليون سنتيم مؤخرًا، يجوز ملف تحديث وسائل الدفع في الجزائر وتعميم خدمة الدفع الإلكتروني على حصة الأسد من الاهتمام على مستوى وزارة المالية، كونه يأتي للحد من مستوى تداول النقود خارج النظام المصرفي، فالبطاقات المصرفية لا تستخدم لحد الآن إلا لسحب النقود من الموزعات البنكية والبريدية في بلادنا، ما يجعلها غير فعّالة بالشكل الكافي. وحسب مصدر حسن الاطلاع من الوزارة، فقد تم برمجة جملة من الاجتماعات واللقاءات مع مختلف البنوك والهيئات المصرفية لمناقشة ملف توسيع عملية الدفع بالبطاقة الإلكترونية في الجزائر، التي ستدخل حيز التنفيذ منتصف 2016، وحسب أرقام الوزارة فستصل عدد بطاقات الدفع الإلكتروني التي يرتقب توزيعها في المرحلة الأولى حوالي 15 مليون بطاقة. ويبدو أن البطاقة الإلكترونية ستواجه ندا قويا لطالما لازم جيوب الجزائريين وسيصعب عليها إزاحته من معاملاتهم التجارية اليومية بسهولة، ألا وهي النقود، فحسب آخر أرقام وزارة المالية تمثل المعاملات التجارية الإلكترونية 1% فحسب من التعاملات التجارية للجزائريين، والتي تنحصر في سحب النقود من الموزعات الأوتوماتيكية، ما يستدعي التفكير جديا في الموضوع، فالجزائريون عازفون تماما على استغلال بطاقات الدفع الإلكتروني كونهم تعودوا على التعاملات النقدية، ما يعيق تغيير الذهنيات فضلا عن عدم ثقة المواطنين تجاه هذا النوع من التعامل الآلي، كونه جديدا وحديث النشأة في بلادنا، بالإضافة إلى غياب الاتصال والتحسيس والتوعية بأهمية استغلال الدفع والسحب الآلي. وهنا يكمن تحدي الهيئات المالية والمصرفية لتغيير سلوك الجزائريين ومصالحتهم مع آليات الدفع والسحب

¹ - حموش كاتية، واقع وتحديات استراتيجية تحديث أنظمة الدفع دراسة مقارنة (الجزائر، فرنسا، المغرب، تونس)، مرجع سبق ذكره، ص 101.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

الإلكتروني. وتم الكشف عن تفاصيل برنامج توسيع الدفع الإلكتروني في الجزائر، الذي يستهدف أكبر عدد من القطاعات الخدمية والتجارية في آفاق سنة 2016، فلن نقضي السنة المقبلة حتى يكون في جيب كل مواطن جزائري بطاقته الإلكترونية، خاصة أن البرنامج في مضمونه يتضمن شقين رئيسيين:

● الشق الأول: يتعلق بإطلاق نظام الدفع الآلي عن طريق البطاقة الإلكترونية أو كما تسمى ببطاقة الائتمان أو البطاقة المصرفية، والتي تخص المعاملات اليومية المباشرة تجارية كانت أو خدمية؛

● الشق الثاني: يتعلق بخدمة الدفع عن طريق الانترنت والتي تمت مباشرة تطبيقها منذ فترة، مؤكداً أن تعميمها يسير بوتيرة جيدة والتي ستنتقل بشكل رسمي قبل نهاية سنة 2016، والتي ستشمل في مرحلتها الأولى القطاعات الخدمية، على غرار تعميم عملية الدفع عن طريق الانترنت لكبرى الشركات الوطنية، كالمؤسسة الوطنية لتوزيع المياه "سيال"، وكذا شركة توزيع الكهرباء والغاز "سونلغاز"، إضافة إلى مؤسسات النقل المختلفة، شراء التذاكر وغيرها. وكل القطاعات المعنية بخدمة الدفع الإلكتروني، إذ لا يوجد تمييز بينها، كما أن لكل مواطن الحق في الحصول على بطاقته الخاصة، مع الطموح إلى توحيد عملية الدفع الإلكتروني في بطاقة واحدة تستعمل سواء للسحب أو التسديد. وكل الآليات جاهزة لاعتماد نظام الدفع الآلي بشكل رسمي في الجزائر وتم إعدادها بطريقة تسمح بالشروع في اعتماد هذه الخدمة بشكل رسمي ودون مواجهة أية مشاكل، مع توضيح أن التنسيق يتم مع شركة ساتيم للنقد الآلي والعلاقات التلقائية مع البنوك، وأن العملية ستكون بطريقة تلقائية لامتناهات السيولة المالية خارج المصارف ولن تشهد أية مغامرة مالية أو مخاطرة، خاصة أن الحكومة أعدت الملف بطريقة تسهل على الزبون وتجعله بعيداً عن الاختلاسات والسرقات. مشدداً على أنه تم اتخاذ كافة الإجراءات اللازمة وتوفير معايير الأمن والسلامة لمنع أية تجاوزات أو اختراق للعملية.¹

ثانياً: البطاقة الدولية في الجزائر.

دخلت البطاقات العالمية إلى السوق المصرفية الجزائرية من خلال القرض الشعبي الجزائري حين تعاقد مع شركة فيزا العالمية على إصدار هذا النوع من البطاقات ومنحها لزيائته في الجزائر، ليقوم بنك الجزائر الخارجي بعد ذلك بنفس الترتيبات ويصبح بذلك ثاني بنك يقدم خدمة البطاقات العالمية في الجزائر. ومن أجل تطوير هذا النوع من البطاقات في الجزائر، قام القرض الشعبي الجزائري بوضع جهاز صراف آلي الأول من نوعه في الجزائر في باحة مطار هواري بومدين في العاصمة، وأصبح في خدمة

¹ - الإنترنت، الموقع الرسمي لجريدة الفجر، (2017/03/30، 14:30)، [على الخط]، <http://www.al.fadjr.com>

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

الزبائن منذ تاريخ 8 جويلية 2007، يستجيب هذا الجهاز لجميع البطاقات العالمية ، كما أنه يسمح للزوار الأجانب بسحب النقود بالعملة المحلية.¹

البطاقة العالمية موجه لزبائن ذوي حسابات مفتوحة بالعملة الصعبة أو لموكلهم، وهي تعمل للسحب والدفع وهي نوعان:

● **بطاقة فيزا الكلاسيكية:** تمنح للعملاء الذين لديهم رصيد من العملة الصعبة أكبر أو يساوي 1500 أورو، ويقدر سقف السحب لهذه البطاقة 500 أورو في اليوم، على أن لا يتعدى أربعة عمليات في اليوم؛

بطاقة فيزا الذهبية : تمنح للعملاء الذين لديهم رصيد من العملة الصعبة أكبر أو يساوي 5000 أورو، حيث يقدر سقف السحب بـ550 أورو في اليوم على 7 عمليات في نفس اليوم، أما سقف الدفع 5460 أورو في اليوم على 15 عملية، ويقدر اشتراكها السنوي بـ60 أورو.² والجدول التالي يبين تطور عدد البطاقات في الجزائر.

¹ - طالب قادة سفیان، المنظومة المصرفية الجزائرية وتحدياتها في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 67.

² - سماح سعبور، مصباح مرابطي، وسائل الدفع الالكتروني غي الجزائر-واقع وتحديات- دراسة استطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات البنكية لولاية تبسة، مرجع سبق ذكره، ص 74.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

الجدول رقم (03-12): تطور عدد البطاقات المتداولة في الجزائر خلال الفترة 2009-2015.

السنوات	عدد البطاقات البنكية	نسبة التطور %	عدد بطاقات البريد	نسبة التطور %	المجموع
2009	569558	-	-	-	-
2010	783311	37.58	5837955	-	6621266
2011	550008	8.51	5899388	1.05	6749396
2012	1178243	38.61	6050338	2.55	7228581
2013	1287330	9.25	6369446	5.27	7656776
2014	1500000	16.52	7043699	10.58	8545699
2015	1000.000	-33.33	7642718	8.50	8642718

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على:

- حمطوش كاتية، واقع وتحديات إستراتيجية تحديث أنظمة الدفع - دراسة مقارنة (الجزائر، فرنسا، المغرب، تونس)، مرجع سبق ذكره، ص 115.

-Internet, Site officiel du Ministère de la Poste et des Technologies de l' Information et de la Communication, (page consultée le 14/04/2017), [linge en], [https:// www.mptic.dz /fr/content/ indicateurs-postaux](https://www.mptic.dz/fr/content/indicateurs-postaux).

- M. KHEDIM Mohammed Mehdi, **L'adoption des systèmes d'information L'utilisation de l'e-banking dans le contexte Algérien**, (Mémoire Présentée pour l'obtention d'un diplôme de Magister en sciences de gestion Option - système d'information et communication dans Les entreprises-, université abou bakr belkaid, non publié), Algérien, 2015/2016, p113.

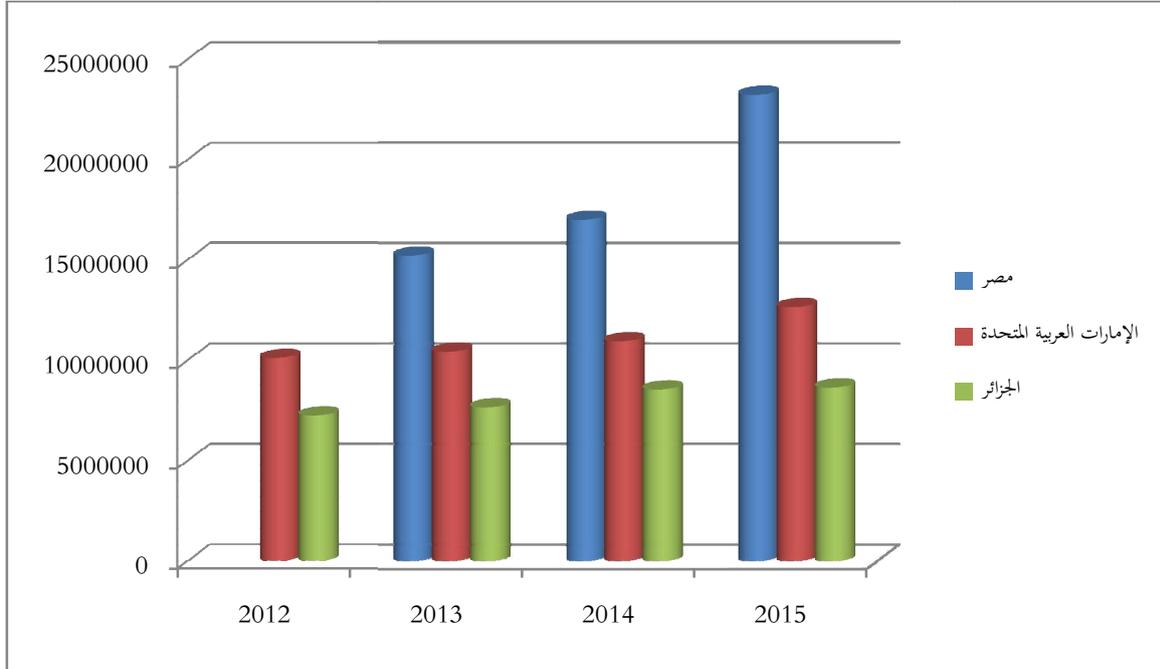
نلاحظ من خلال هذا الجدول أن بريد الجزائر لديها أكبر عدد من البطاقات الصادرة باختلاف أنواعها وهي في تزايد مستمر منذ سنة 2010 إلى غاية 2015، حيث بلغت 4271876 بطاقة سنة 2015 مقابل 7043699 بطاقة سنة 2014 أي زيادة بنسبة 8.50%. وبالنسبة للبطاقة المصرفية في الجزائر شهدت بداية واعدة قطعت في ذلك شوطا كبيرا بعد عدة سنوات من الشروع في التعامل بها، حيث بلغت 783311 بطاقة مقابل 569558 بطاقة سنة 2009، بينما عرفت هذه البطاقات تراجع بنسبة

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

33.33% سنة 2015، حيث بلغت 1.000.000 بطاقة مقابل 1500000 بطاقة سنة 2014.

والشكل التالي يوضح لنا الفرق بين حجم البطاقة المتداولة في كل بلد.

الشكل رقم (03-01): تمثيل بياني يوضح الفرق بين حجم البطاقات المتداولة في كل من مصر*، الإمارات العربية المتحدة والجزائر خلال الفترة 2012-2015.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على المعطيات السابقة.

من الشكل أعلاه يتضح لنا أن الجزائر تحتل مرتبة لا بأس بها خلال السنوات الأربعة من حيث التحكم في عملية إصدار البطاقات مقارنة بالإمارات العربية المتحدة، إلا أنها تبقى ضعيفة مقارنة بمصر من حيث عملية إصدار البطاقات.

فإذا أخذنا على سبيل المثال سنة 2015 نرى أن عدد البطاقات الإلكترونية في مصر أكثر من 23.1 مليون بطاقة حيث يتجاوز عدد البطاقات في الجزائر 8.6 مليون، وفي نفس العام البطاقات الالكترونية في الإمارات العربية المتحدة 14.3 مليون بطاقة.

لكن ما نلاحظ من خلال دراستنا أن المصارف الجزائرية ما زالت بعيدة عن التطورات التكنولوجية في الميدان المصرفي مقارنة بمصر والإمارات التي تتبنى تكنولوجيا الدفع الحديثة على عكس الجزائر التي لم

* - عدم توفر إحصائيات سنة 2012.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

تدخل هذه التكنولوجيا في عملياتها، فيمكن القول أن اعتماد البطاقات الالكترونية في المصارف الجزائرية مازات في بدايتها وذلك رغم العدد الهائل من البرامج والمشاريع المعدة التي تسعى الجزائر لتطبيقها وتنفيذها.

المطلب الثاني: قنوات التوزيع الالكترونية المستعملة في الجزائر.

من أجل تسهيل المعاملات المالية بين المتعاملين والمؤسسات المصرفية كان لابد من تبني وإدخال قنوات توزيع إلكترونية تجعل من هذه الأخيرة سهلة وفورية، وفي هذا المطلب سيتم شرح هذه القنوات بالتفصيل.

أولاً: أجهزة الصراف الآلي في الجزائر.

توفرت في الجزائر منذ بداية سنة 1997 الموزعات الآلية للأوراق والشبايك الآلية للبنوك ونهائيات الدفع الالكتروني والتي تقوم شركة SATIM بتوزيعها.

1- الموزعات الآلية للنقود DAB: تعتبر من بين أهم التقنيات التي وفرتها المصارف الجزائرية لدعم توجهها نحو الصيرفة الالكترونية، وتثبت خارج المصرف الذي يمولها بالعملة الوطنية، أما مسؤولية صيانة هذه الأجهزة وتسييرها فتتكفل بها SATIM. وقد قامت البنوك الجزائرية مؤخراً بتطوير كبير لشبكات السحب الالكتروني، من خلال DAB في كافة التراب الوطني.¹ وهي صورة بسيطة للماكينة في القطاع المصرفي، فهي آلات أوتوماتيكية تستخدم عن طريق بطاقة إلكترونية تسمح للمستهلك بسحب مبلغ من المال بدون اللجوء إلى الفرع، وهكذا فالمهمة الرئيسية للموزع الآلي للأوراق هي تقديم الخدمة الأكثر ضرورة للمستهلك؛²

2- الشبايك الأوتوماتيكية للأوراق GAB: الشبايك الأوتوماتيكية للأوراق متصلة مباشرة بالحاسوب الرئيسي للمصرف وهي تمثل في الوقت الحاضر أحد المنتجات المصرفية الالكترونية الأساسية للنظام المصرفي، ودورها مهم على مستوى التسويق لأنها أصبحت تمثل وسيلة للحوار مع المستهلك؛³

¹ بن عمارة بديعة، سافر مليكة، التكنولوجيا الالكترونية البنكية وأثرها على المنظومة المصرفية الجزائرية، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2013/2014، ص 99.

² عبد الوهاب نعمون، النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية و استراتيجيات البنوك، الملتقى الأول حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، يومي 14-15 ديسمبر 2004، ص 273.

³ سماح سعور، مصباح مرابطي، وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر- واقع وتحديات- دراسة استطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات البنكية لولاية تبسة، مرجع سبق ذكره، ص 74.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

3- النهائيات الدفع الالكتروني TPE: هناك نوعان من نهائيات الدفع الالكتروني في الجزائر نهائيات

الدفع الثابتة ونهائيات الدفع من النوع المحمول، وتمر هذه العملية بثلاث مراحل أساسية وهي:

أ- المرحلة الأولى: القيام بعملية الدفع بالبطاقة من خلال تمريرها عبر الجهاز المتواجد لدى التاجر حيث مطالب هذا الأخير بالتحقق من صحة البطاقة واتخاذ الإجراءات اللازمة، يتم بعدها آليا إرسال طلب التصريح بالعملية لمركز التصريح لدى ساتيم (satim)؛

ب- المرحلة الثانية: بعد الموافقة الآلية على إنجاز العملية، تتم عملية إرسال المعلومات عن العملية عبر الربط الآلي بين جهاز نهائي الدفع الالكتروني ومركز المعلومات بعدها مباشرة تتم عملية معالجة المعلومات؛

ت- المرحلة الثالثة: بعد إتمام المعالجة تتم عملية إرسال المعلومات وفق حالتين:

- المصرف في حال هو نفسه مصرف التاجر ومصرف صاحب البطاقة، وعند ذلك يقوم المصرف بتحويل مبلغ العملية من حساب صاحب البطاقة إلى حساب التاجر؛
- في حال تبين أن مصرف صاحب البطاقة ليس نفسه مصرف التاجر، ففي هذه الحالة توجه المعلومات إلى مركز المكلف بإجراء المقاصة بين المصارف.¹

¹ - زميت مجّد، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تفعيل الخدمات المصرفية-دراسة حالة عينة من المصارف الجزائري-، مرجع سبق ذكره، ص-ص: 445-461.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

الجدول رقم (03-13): تطور عدد أجهزة الصراف الآلي في الجزائر خلال الفترة 2009-2015.

2015.

السنوات	عدد أجهزة DAB	نسبة التطور %	عدد أجهزة TPE	نسبة التطور %	عدد أجهزة GAB	نسبة التطور %	المجموع
2009	572	-	2639	-	-	-	3211
2010	636	9.44	2946	11.63	674	-	4256
2011	647	1.72	3047	3.42	684	1.48	4378
2012	543	-16.07	2965	-2.69	686	0.29	4191
2013	534	-1.65	2904	-2.05	694	1.16	4132
2014	600	12.35	2980	2.61	898	29.59	4478
2015	1400	133.33	2120	-22.86	1079	20.16	4599

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على:

- حمطوش كاتية، واقع وتحديات إستراتيجية تحديث أنظمة الدفع - دراسة مقارنة (الجزائر، فرنسا، المغرب، تونس)، مرجع سبق ذكره، ص 117.
- Internet, Site officiel du Ministère de la Poste et des Technologies de l' Information et de la Communication, op.cit.

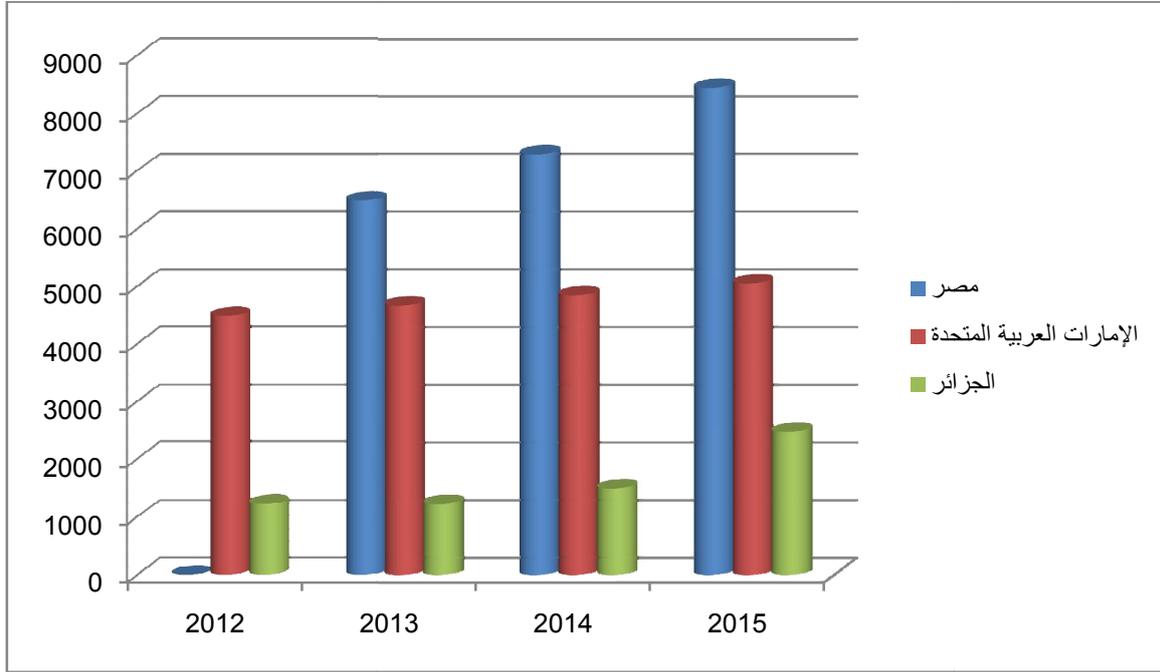
- M. KHEDIM Mohammed Mehdi, L'adoption des systèmes d'information L'utilisation de l'e-banking dans le contexte Algérien, op.cit, p113.

الجدول السابق يبين لنا التطور الذي عرفته أجهزة الصراف الآلي في الجزائر إذ نلاحظ أن سنة 2009 بلغ 572 جهاز ليصل إلى 647 جهاز سنة 2011، كما عرف تراجع سنتين 2012 و2013 بنسبة 16.07%، 1.65% على التوالي، بينما عرفت سنة 2015 ارتفاعا بـ 1400 جهاز مقارنة بسنة 2014، أي زيادة بنسبة وهذا ما يبين أن الجزائر تبذل جهود في السنوات الأخيرة في هذه التقنيات الحديثة. والشكل التالي يبين لنا الفرق بين أجهزة الصراف الآلي بين مختلف الدول.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

الشكل رقم (02-03): مقارنة أجهزة الصراف الآلي بين مختلف الدول خلال الفترة

2015-2012.



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على المعطيات السابقة.

من خلال الشكل يتبين لنا أن رغم التطور الذي عرفته الجزائر لعدد أجهزة الصراف الآلي خلال الفترة 2012 - 2015، إلا أنه يبقى ضعيفا مقارنة بالإمارات التي خاضت شوطا واسعا في هذا المجال. أما فيما يخص مصر فالجزائر لا تزال بعيدة كل البعد عن التحكم في هذه الأجهزة الحديثة والمعاملات من خلالها، فإذا أخذنا على سبيل المثال سنة 2015 نجد أن عدد أجهزة الصراف الآلي المركبة في مصر 8443 جهاز أي اختلاف 5964 مع الجزائر، وفي نفس السنة قامت الإمارات بتجهيز 5052 جهاز باختلاف 2573 جهاز مع الجزائر. وهذا ما بين أن هناك تراجع واضح في هذه الأجهزة المثبتة مقارنة بمصر والإمارات. لذا لا دعي لتوسيع الطاقة الاستيعابية لأجهزة الموزعات الآلية، لتنفيذ أضعاف العمليات مادام عددها قليل على مستو القطر الجزائري. فعلى المصارف الجزائرية أن تضاعف جهودها مع مجموعة المنفعة الاقتصادية للنقد الآلي وشركة ساتيم لتطوير هذه الأجهزة.

ثانيا: الصيرفة عبر الانترنت في الجزائر.

كانت أول تجربة للجزائر في هذا المجال هي إنشاء البنك الجزائري للخدمات الالكترونية، حي قامت بإنشاء شركة جزائرية سنة 2004 ونجد موقعه على شبكة الانترنت من خلال العنوان التالي/ <http://www.aebs-tech-com> ويهدف هذا الموقع إلى تحقيق الصيرفة عن بعد وتأمين

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

تبادل البيانات المالية، كما أنه يعرض خدماته على جميع المصارف والمؤسسات المالية، بغض النظر عن شريحة من عملائه الأفراد والمهنيين والتجار والشركات الصغيرة، المتوسطة والكبيرة، ويقدم خدمات الصيرفة عبر الانترنت لعدد من المصارف الجزائرية وهي: PARIBAS, BEA, BADR CPA - BNP.

كما يعرض خدمة التبادل الالكتروني للبيانات، وكانت أول تجربة له مع هذه المصارف سنة 2005، حيث عملت على عرض عدد من خدماتها من خلال مواقعها،¹ هذه الخدمات متاحة 24/24 سا و 7/7 أيام كخدمة:

- طلب دفتر الشيكات؛
 - طلب كشف للعمليات المصرفية؛
 - سعر صرف للعملاء؛
 - التحويل: وهو أمر يعطيه عميل المصرف من أجل اقتطاع قيمة محدودة من حسابه لكي يتم نقلها الكترونيا ودفعها في حساب المستفيد المسير من طرف مصرف لآخر؛
 - شحن بطاقة الهاتف النقال؛
 - عرض جميع المعاملات الخاصة بالعميل لمدة 30 يوم؛
 - النظام الآلي لتحويل الأجر: أطلق BNA في 13 جانفي 2010 النظام الآلي لتحويل الأجر ويعتبر هذا أول مراحل المصرف الالكتروني والتعاملات الالكترونية عن بعد، وقد تم إطلاق العملية من خلال إلغاء التعامل الورقي تماما في مجال تحويلات الأجر والتعاقد مع المؤسسات، وسيتبع هذه العملية إتاحة المجال للتعامل المصرفي عن بعد سواء السحب المالي أو الدفع أو معاينة الرصيد وطلب دفتر الشيكات عن بعد، مع العلم أن هذا النظام ستعمل به جميع المصارف الجزائرية.²
- ثالثا: الصيرفة عبر الهاتف في الجزائر.

تزايد الاهتمام بهذه القناة في الكثير من الدول خاصة في السنوات الأخيرة مع التطور الذي تشهده الهواتف النقالة، إلا أن الجزائر لا تزال تعتمد هذه القنوات في عرض خدمات محدودة جدا، وكانت أول

¹ - ميهوب سماح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية - حالة نشاط البنك عن بعد -، مرجع سبق ذكره، ص 118.

² - زميت مجّد، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تفعيل الخدمات المصرفية -دراسة حالة عينة من المصارف الجزائري-، مرجع سبق ذكره، ص 447.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

بداية لإستخدام هذه القناة في مجال الدفع المصرفي كان من خلال مشروع وصل إلى مرحلة متطورة بين شركة اتصالات الجزائر وشركة الهاتف Anima خلال إدماج شريحة متطورة في النقال لأصحاب الحسابات البريدية، تعمل كبطاقة دفع يمكن قراءتها من خلال هاتف نقال مزود بشريحة قارئة على مستوى مكاتب بريد الجزائر وكذا مختلف المؤسسات والمحالات التي ستعتمد هذه الطريقة، حيث اتفق على تعميمها في نهاية 2013، إذ أشار مدير الشركة أنه سيتم اعتمادها كمرحلة أولى في الاستعلام عن الرصيد وإجراء معاملات مالية بسيطة، ثم عمليات الدفع والتحويل كمرحلة متطورة من هذه الخدمة.¹

كل المصارف الإماراتية تعتمد على الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، والخدمات عبر الهاتف بصورة واسعة ومتطورة مقارنة بمصر والجزائر.

المطلب الثالث: أنظمة الدفع المطبقة في الجزائر.

تعتبر أنظمة الدفع من العمليات التي تقوم في تفعيل أداء المصارف ورغم التطورات الحديثة التي طرأت على النظام المصرفي عامة، كان لابد من تحسين أداء المصارف لذا تم التحديث في أنظمة الدفع الالكتروني، ومن خلال هذا التحديث تمت الاستجابة إلى التعامل بنظام التسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة ونظام المقاصة الالكترونية ونظام سويفت.

أولاً: نظام الجزائري للتسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة ARTS* .

باعتبار الجزائر قد دخلت نظام جديد للدفع بين البنوك ويستوجب للمعايير الدولية تم إصدار نظام خاص بالتسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة والدفع المستعجل .

1- تعريف نظام التسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة ARTS: هو نظام مركزي الكتروني يعمل على أساس فوري إجمالي نهائي ومستمر لتنفيذ أوامر التحويل الدائنة ويوفر نقطة تسوية لأنظمة التصفية العاملة في بلد الجزائر من خلال الحسابات المركزية للمصارف.² حيث أنه يمكننا من تسوية المبالغ الإجمالية في وقت حقيقي ويتم فيه تنفيذ التحويلات بصفة مستمرة وعلى الفور بدون أي تأجيل أو تأخير على أساس إجمالي، وقد جاء تطبيق نظام ARTS طبقاً للأمر رقم 05/40 المؤرخ في 13 أكتوبر 2005

¹ - زين العابدين جبارة، مشروع لتطوير الدفع الالكتروني باستعمال الهواتف النقالة، جريدة الشروق، الجزائر، العدد 12، 21/02/2011. ص 19.

* - ARTS: Algeria Real Time Settlement.

² - ايت زيان كمال، ايت زيان حورية، الصيرفة الالكترونية في الجزائر، المؤتمر العلمي الخامس نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية الكترونية، جامعة فيلادلفيا، عمان، الأردن، 4-5/07/2007، ص 22.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

والمتعلق بنظام التسويات العامة في الوقت الحقيقي للمبالغ الكبيرة والتسديدات المستعجلة. حيث يتم العمل بهذا النظام بداية من الساعة الثامنة صباحا إلى غاية الخامسة مساء وكل يوم وهنا تجدر الإشارة إلى أن هذا النظام دخل حيز التنفيذ وبدأ العمل به في أواخر ديسمبر من سنة 2006. حيث أنه يحق لكل من المؤسسات المالية المشاركة في هذا النظام وفقا لشروط من بينها امتلاك حساب التسوية لدى بنك الجزائر، ووجود عمليات دفع معينة ما بين المؤسسات المالية، ويعتبر بنك الجزائر المشرف الأول والرئيسي على هذا النظام، هذا الأخير سيتمكن عن طريقه من مراقبة جيدة وحثيثة لحركات التحويلات المالية وإمكانية التأكد من قانونياتها، وخلوها من عمليات تبييض الأموال.¹ ومن المهم أن نسجل أن نظام ARTS هو أول نظام للدفع للمبالغ الضخمة في إطار العمليات في شمال إفريقيا.² ويهدف هذا النظام كذلك إلى:

- تلبية مختلف احتياجات المستعملين باستخدام نظام الدفع الالكتروني؛
- تخفيض التكلفة الإجمالية للمدفوعات؛
- تشجيع إقامة المصارف الأجنبية؛
- جعل نظام الدفع الجزائري يتمتع بالمقاييس الدولية في تسيير مخاطر السيولة؛³
- تحسين وتفعيل خزانة كل بنك مشارك؛
- فعالية أحسن وأفضل في تسيير السياسة النقدية من طرف بنك الجزائر والتي تؤدي إلى استعمال فعال للمواد في الاقتصاد.⁴

2- عمليات نظام ARTS: يوجد في نظام ARTS عمليتين يجب الاعتماد عليهما وهما:

أ- **عمليات السحب:** وفق هذا النظام تتم عمليات السحب وفق الخطوات التالية:

- يقوم المشتركون بالنظام بتحويل احتياجاتهم المتوقعة من النقود الائتمانية إلى البنك المركزي؛

¹ - اشر سميرة، أفاق المؤسسات المالية والمصرفية في ظل تبني إستراتيجية الجزائر الكترونية، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2016، ص 92.

² - حمطوش كاتية، واقع وتحديات استراتيجية تحديث أنظمة الدفع مقارنة (الجزائر، فرنسا، المغرب، تونس)، مرجع سبق ذكره، ص 104.

³ - خليفة منية، الصيرفة الالكترونية كمدخل لتأهيل وعصرنة البنوك الجزائرية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 26-27 أفريل 2011، ص 14.

⁴ - عايدة عبر بلعبيدي، واقع تحديث أنظمة الدفع في الجزائر وأثره على المنظومة المصرفية، الجزائرية، مجلة الاقتصاديات المالية البنكية وإدارة الأعمال، جامعة محمد خيضر، العدد الافتتاحي، بسكرة، الجزائر، 2014، ص 320.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

- يقوم البنك المركزي بجمع الاحتياجات الخاصة على مستوى كل ولاية لمختلف المقرات؛
- يقوم نظام **ARTS** بإقرار عملية الحجز مع إشعار يجعل الحساب مدين، يحتوي هذا الإشعار على قيمة المبلغ وكذا رقم التصريح؛
- يتحمل المشاركون بالنظام مسؤولية إبلاغ رقم التصريح والمبالغ أيضا لفروعها المختلفة؛
- تتقدم فروع البنوك المشتركة بالنظام إلى الشبايك بمقرات بنك الجزائر مع رقم التصريح والمبلغ الذي سيتم سحبه؛
- يحوز أمين الصندوق في بنك الجزائر الوثائق عند المراقبة الأولية، ثم يقوم بإدخال رقم التصريح، اسم البنك رقم العملية الائتمانية، وذلك للتأكد من تطابقها مع الحجز.
- **ب- عملية الإيداع:** في نظام التسوية الإجمالية الفورية تتم عملية الإيداع وفق الخطوات التالية:
- يقوم الأطراف المشاركون بنظام التسوية الإجمالية الفورية بإجراء عملية إيداع الأموال، لدى شبك بمقر بنك الجزائر؛
- يقوم أمين صندوق بنك الجزائر بفحص الوثائق ثم إدخال رقم العملية، اسم البنك وقيمة المبلغ المودع؛
- كما يقوم نظام **ARTS** بإبلاغ المشاركين بإشعارات الحسابات الدائنة الخاصة بكل عملية إيداع والقيام مباشرة بجعل الحسابات دائنة بقيمة المبالغ المودعة.¹

¹ - زغداد أحمد، مليكة كلتوم، تقييم أداء نظام الجزائري للتسوية الفورية، مجلة البحوث والدراسات العلمية، جامعة المدية، الجزائر، الجزء 2، ديسمبر، 2015، ص 8.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

الجدول رقم (03-14): تقييم أداء نشاط نظام ARTS خلال الفترة 2009-2015 ومقارنته بالجدول الأخرى.

المتوسط الشهري	عدد العمليات	نسبة التطور %	قيمة العمليات المنجزة بالمليار الدينار	نسبة التطور %	عدد العمليات	نسبة تداول النظام %	السنة
54145	17145	-	649740	-	205736	99.56	2009
48956	17630	-9.8	587475	2.83	211561	99.93	2010
56676	19776	15.7	680123	12.2	237311	99.77	2011
44603	22463	-21.3	535234	13.6	269557	99.77	2012
29835	24202	-33.1	358026	7.7	290418	99.99	2013
31033	26196	4	372394	8.2	314357	99.99	2014
22095	27896	-28.8	265141	6.5	334749	100	2015

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على تقارير بنك الجزائر 2009-2015.

سجلت سنة 2015 وهي السنة العاشرة من العمل بنظام ARTS، توافر هذا النظام بنسبة 100% بتشغيلية الفعلي 8 ساعات لكل يوم عمل لـ 255 يوم عمل في 2015. سجل هذا النظام 334749 عملية تسوية مسجلة في دفاتر المحاسبة لبنك الجزائر في 2015 مقابل (314357 عملية في 2014)، بمبلغ إجمالي قدره 265141 مليار دينار مقابل 372394 مليار دينار في 2014، وهو ما يمثل متوسط حجم شهري يقدر 278960 عملية ما يوافق مبلغ متوسط قدره 220950 مليار دينار، مقارنة بسنة 2014، عرف هذا النظام زيادة بـ 6.5% في عدد العمليات وانخفاض في القيمة بـ 28.8%، ويرجع هذا الانخفاض في القيمة على حد سواء لعمليات السياسة النقدية وعمليات المشاركين.

يتميز هيكل معاملات الدفع المعالجة في نظام ARTS بهيمنة التحويلات لصالح زبائن المصارف 71.6% (مقابل 69.70% في 2014) في حين تمثل العمليات ما بين المصارف 28.60% مقابل 30.90% في 2014، من حيث القيمة تمثل عمليات التمويل لصالح الزبائن 4.0% مقابل 2.5% في 2014 من إجمالي المعاملات مقابل 96% للعمليات بين المصارف.

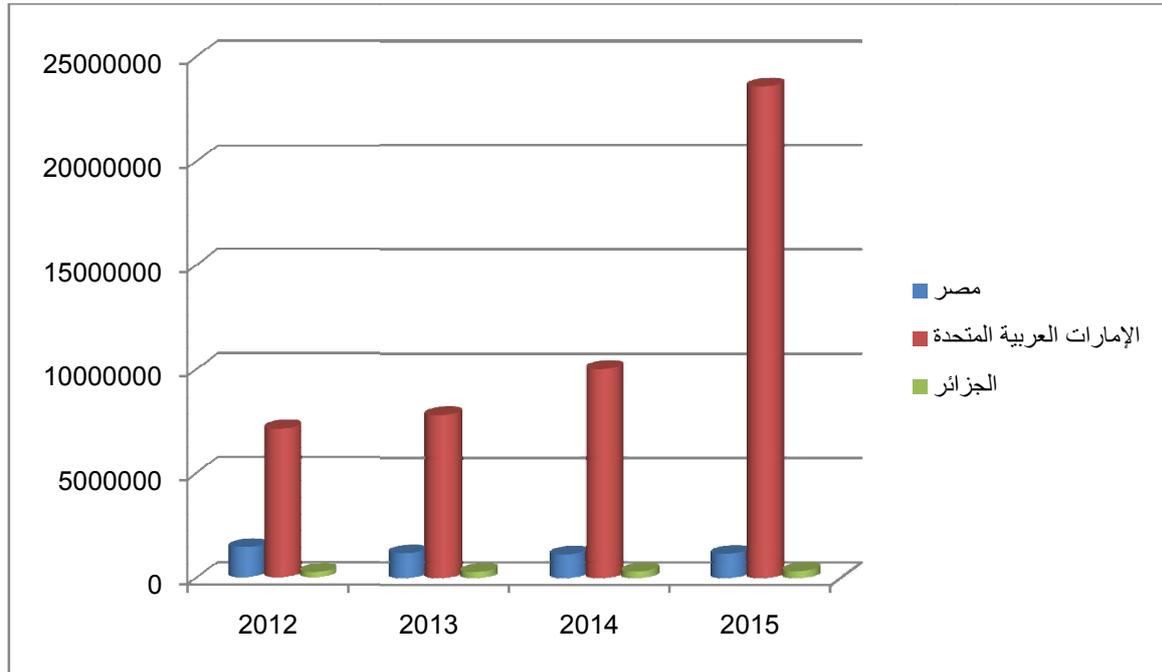
الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

بلغت عمليات بنك الجزائر والمصارف (بما فيها مراكز الصكوك البريدية والخزينة العمومية)، من حيث القيمة، معدلات قدرها 41.5% و 54.6%، على التوالي، مقابل 3% فقط لصافي الأرصدة متعددة الأطراف للأنظمة الخارجية (المقاصة الإلكترونية والعمليات على السندات). يشير هيكل المعاملات المتأتية من الأنظمة الخارجية (المقاصة الإلكترونية و العمليات على السندات)، التي تمت لتسوية الأرصدة متعددة الأطراف، إلى نشاط معتبر للمقاصة الإلكترونية في مجمل المدفوعات بالفعل خلال سنة 2015 لا يمثل حجم معاملات الأنظمة الخارجية إلا 1.8% من الحجم الكلي للمعاملات، مقارنة بالحجم الكلي للأنظمة الخارجية، تمثل تسوية الأرصدة الصافية متعددة الأطراف للمقاصة الإلكترونية 95.7% مقابل 4.3% فقط فيما يخص العمليات على السندات.¹

وفيما يلي مقارنة نظام التسوية الإجمالية بين كل من مصر والجزائر من ناحية حجم النشاط الذي حققه كل نظام من 2012-2015.

الشكل رقم (03-03): مقارنة نظام التسوية الإجمالية بين الدول خلال الفترة 2012-

2015.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الإحصائيات السابقة.

¹- Banque d' Algérie, évolution économique et monétaire en Algérie, rapport annel 2015, Novembre 2016, p-p:111-112.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

رغم التطور الذي عرفه استخدام نظام التسوية الفورية في الجزائر، إلا أنه لا يزال استخدامه ضيق نوعا ما مقارنة بدرجة استخدام الأنظمة المماثلة في الدول العربية كمصر والإمارات العربية المتحدة كما هو مبين في الشكل أعلاه، على الرغم من الجهود المبذولة في مجال تطوير هذا النظام.

من خلال دراستنا نجد أن الجزائر قامت بإدخال نظام التسوية اللحظية منذ سنة 2006 مقارنة بمصر التي قامت بإدخاله سنة 2009 ومن المؤشرات السابقة نجد أن نظام الجزائر لتسوية الفورية لا يمثل إلا 28.9% من نسبة أداء النظام المصري لتسوية اللحظية سنة 2015.

كما نجد أن نظام الجزائر للتسوية الفورية هو نظام حديث النشأة والنشاط في المعاملات الداخلية للمصارف، مقارنة بالتجربة الإماراتية لنظام التحويلات المالية الذي بدأ العمل به منذ سنة 2001، ومن خلال المؤشرات السابقة نستنتج أن نظام التسوية الفورية الإجمالية يمثل إلا 0.14% من نسبة أداء نظام الإمارات التحويلات المالية سنة 2015، هذه النسبة تبقى ضعيفة جدا مقارنة بالإمارات العربية المتحدة التي خاضت شوطا واسعا في هذا المجال.

ثانيا: النظام الجزائري للمقاصة الالكترونية ATCI* .

يعتمد نظام المقاصة الالكترونية على المعالجة عن بعد أو الآلية لتسوية المعاملات فيما بين المصارف والمؤسسات المالية التي تتم عن طريق الشيكات، الأوراق التجارية، التحويلات، الاقتطاعات الآلية، وعمليات السحب والدفع بالبطاقة المصرفية، وذلك باستعمال وسائل متطورة مثل المساحات الضوئية والبرمجيات المختلفة، ويعرف هذا النظام أيضا بنظام الدفع الشامل للمبالغ المالية التي تقل عن مليون دج حيث تتم عملية المقاصة بصورة آلية بين المصارف بالاعتماد على الربط الشبكي فيما بينها وهذا تحت إشراف وإدارة البنك المركزي، كما يمثل هذا النظام القسم الثاني من أنظمة الدفع المتطورة، ووفق المعايير الدولية، الهدف منه هو التحسين النهائي للخدمات المصرفية المقدمة للزبائن، حيث شرع العمل به بتاريخ 15 ماي 2006،¹ بمشاركة ثمانية عشر (18) مصرفا وبنك الجزائر،² وكان أول يوم للتبادلات، وكانت البداية بمعالجة الشيكات وتطورت العملية لتشمل باقي وسائل الدفع في نهاية 2006.

* - ATCI: Algérie Télé Compensation Interbancaire.

¹ - بلعاش ميادة، بن إسماعيل حياة، مشروع الصيرفة الالكترونية في الجزائر، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، جامعة بسكرة، العدد السادس، الجزائر، ديسمبر 2014، ص 88.

² - زميت مجّد، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تفعيل الخدمات المصرفية-دراسة حالة عينة من المصارف الجزائري-، مرجع سبق ذكره، ص 445.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

ودخل حيز التنفيذ باشتراك بنك الجزائر، اتصالات الجزائر، شركة SATIM، جمعية المصارف والمؤسسات المالية (ABEF) مع كل فروعها ومكاتبها عبر كامل التراب الوطني، كل المصارف، ويعتمد هذا النظام على نظام تبادل المعلوماتي للبيانات الرقمية والصور. ونشير إلى أن النظامين ARTS و ATCI لهما اتصال بينهما لتأمين تسوية الأرصدة المتعددة للمشاركين.

وتجدر الإشارة إلى أن بنك الجزائر، وفي إطار تحديث نظام الدفع للقيم الصغيرة قام بإنشاء مركز ما قبل المقاصة بين المصارف CPI* في أوت 2004، ويهدف إلى ضمان انجاز نظام المقاصة الالكترونية، والمساهمين في هذا النظام هم: بنك الجزائر والمصارف التجارية والخزينة العمومية و بريد الجزائر، ويتولى هذا النظام الوظائف التالية:

- تسيير المقاصة الالكترونية وأرشفة البيانات؛
- تسيير حساب الأرصدة المتعددة للمشاركين المختلفين لنظام ARTS ؛
- ضمان سرية المعلومات المتبادلة.¹

ومن الشروط المسبقة التي كانت يجب أن تتوفر لتشغيل نظام معلوماتي في الجهاز المصرفي الجزائري ما يلي:

- تعيين لجنة القيادة تعمل على إنشاء هيئة مستقبلية للمقاصة الالكترونية وتشرف على جميع مشاريع العصرنة المهيكلة للقطاع المصرفي والمالي؛
- أوكلت لجنة القيادة إلى بنك الجزائر وأنشئت لها فروع؛
- يتم إنشاء شركة مصرفية جديدة للخدمات تقوم بتسيير النظام.² والجدول التالي يمثل تطور المعاملات المالية ATCI لنظام خلال الفترة 2009-2015.

* - CPI : Centre Précompensation Interbancaire.

¹ - بنك الجزائر، التطور الاقتصادي والنقدي للجزائر، التقرير السنوي، الجزائر، 2011، ص-ص: 136-137.

² - نوال شيشة، زيني فريدة، الصيرفة الالكترونية كمدخل لتأهيل وعصرنة البنوك الجزائرية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 26-27 أفريل 2011، ص 18.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

الجدول رقم (03-15): المعاملات المالية من خلال نظام ATCI خلال الفترة 2009-

2015.

السنة	عدد العمليات بالمليون	نسبة التطور %	قيمة العمليات بمليار الدينار	نسبة التطور %
2009	11.139	-	8.534.729	-
2010	13.818	24.05	8.878.137	4.02
2011	17.062	23.47	10581.6	19.18
2012	17.387	33.43	11766.1	11.19
2013	19.470	11.98	12661.6	7.61
2014	20.750	6.6	13989.0	10.48
2015	20.756	0.03	15892.0	13.60

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على تقارير بنك الجزائر 2009-2015.

يبين لنا الجدول السابق التطور الذي عرفه نظام ATCI، إذ نلاحظ أن حجم وقيمة العمليات في تطور مستمر منذ سنة 2009 إلى غاية سنة 2015، حيث تميز هذا النظام ATCI خلال سنة 2015 باستقرار عدد العمليات المعالجة، إذ سجل 20.756 مليون عملية دفع، ما يقارب نفس حجم التعاملات في سنة 2014 (20750 مليون عملية). من حيث القيمة، وهذا بمبلغ كلي يساوي 15892 مليار دينار، مقابل 13989.0 مليار دينار سنة 2014، أي ما يعادل زيادة قدرها 0.03% من حيث الحجم و13.7% من حيث القيمة. ومن أجل تقييم حصة وحجم أدوات الدفع التي تمت مقاصتها من خلال هذا النظام قمنا بإعداد الجدول التالي.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

الجدول رقم (03-16): توزيع القيم المقدمة عبر نظام ATCI بحساب الحجم بالمليون.

السنوات	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
صرة الشيك	7.023	7.252	7.667	8.034	8.210	12.915	14.695
نسبة الشيك من الحجم الكلي للعمليات %	63	52.5	44.9	46.2	42.2	40.9	41.82
التحويلات الآلية	2.101	3.687	4.406	5.227	6.479	7.468	8.748
نسبة التحويلات من الحجم الكلي %	18.9	26.7	25.8	30.1	32.2	36	42.15
البطاقة الالكترونية	1.915	3.758	4.848	3.953	4.570	4.562	3.089
نسبة البطاقات من الحجم الكلي للعمليات %	17.2	20	28.4	22.7	23.5	22	14.9
أوراق تجارية	0.100	0.1105	0.1536	0.17	0.21	0.2283	-
نسبة الأوراق التجارية من الحجم الكلي للعمليات %	0.9	0.8	0.9	1	1.1	1.1	1.1

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على تقارير بنك الجزائر 2009-2015.

من حيث أدوات الدفع، واصلت الشيكات هيمنتها في النظام وبحجم بلغ 14.695 شيك تمت مقاصته سنة 2015 مقابل 12.915 مليون شيك تمت مقاصته سنة 2014، تمثل أداة الدفع هذه نسبة 41.82% من الحجم الكلي للعمليات التي تمت مقاصتها سنة 2015.

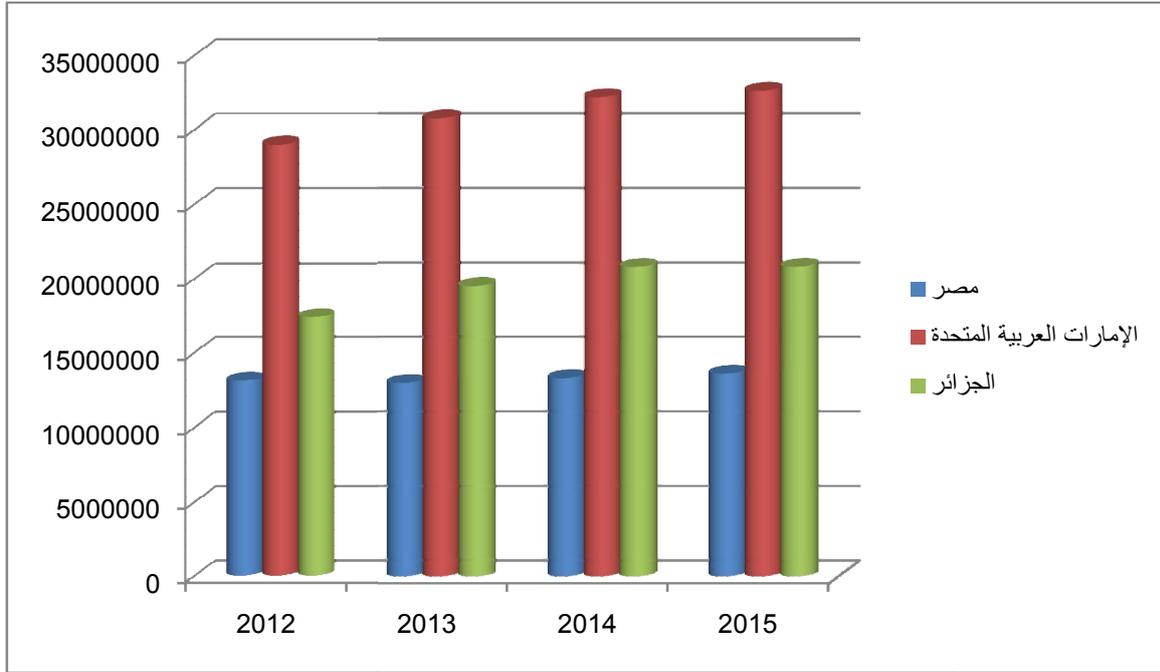
أما بالنسبة لعملية تحويل الأموال من خلال هذا النظام هي الأخرى عرفت ارتفاع محسوس سنة 2015 حيث انتقل عددها من 7.468 إلى 8.748 مليون عملية، أي بزيادة قدرها 17.1%. يبقى حجم العمليات عن طريق البطاقة المصرفية ضعيفا جدا وفي انخفاض قوي في سنة 2015 بنسبة (32.3%-) مقارنة بالانخفاض الطفيف جدا في سنة 2014 (0.2%-)، أي 3.089 مليون عملية مقابل 4.562 مليون عملية سنة 2014، وهو ما يمثل 14.9% من المجموع الكلي لعمليات الدفع، مقابل 22% في 2014. في حين سجلت عمليات السحب عن طريق البطاقة، والتي يقوم بها العملاء على مستوى أجهزة الصراف الآلي التابعة للمصارف وبنك الجزائر، والتي لا تمر عن طريق النظام حجما أكبر.

فيما يخص حجم الأوراق التجارية (الكيميالات والسندات لأمر)، فإنها لا تمثل في سنة 2015 إلا 1.1% من الحجم الكلي لوسائل الدفع المتبادلة في النظام.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

أما من حيث القيمة شهدت كل وسائل الدفع التي تمت مقاصتها في النظام ارتفاعا، خصوصا تحويل الأموال (18.6%) والصكوك (13.8%) والأوراق المالية (6.0%). بلغ الانخفاض في قيمة المعاملات بالبطاقة المصرفية 27.5%¹.

الشكل (03-04): مقارنة أداء أنظمة المقاصة الالكترونية لمختلف الدول خلال الفترة 2015-2012.



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على معلومات سابقة.

من خلال الشكل يتبين لنا أن نظام الجزائر للمقاصة الالكترونية حقق تطور ملحوظا في معاملاته خلال السنوات الأربعة الأخيرة مقارنة بالنظام المصري للمقاصة الالكترونية الذي كان دون المستوى، ومن خلال المؤشرات السابقة نستنتج أن نظام المقاصة الالكترونية المصري يمثل نسبة 65.45% من حجم النشاط الذي حققه نظام الجزائر للمقاصة الالكترونية خلال السنوات الأربعة، وهذا يدل على مدى استجابته لدى المصارف الجزائرية. ورغم التطور الذي عرفه استخدام ATCI في الجزائر مقارنة بمصر، إلا أنه لا يزال استخدامه ضيقا مقارنة بنظام المقاصة الالكتروني في الإمارات الذي شهد تطورا متسارعا

¹- Banque d' Algérie, **Intermédiation et infrastructure bancaire Algérie**, Rapport annuel, 2014/2015, p-p:112-113.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

خلال السنوات الأربعة، حيث يمثل نظام الجزائر للمقاصة الالكترونية نسبة 63.73 % من حجم النشاط الذي حققه النظام الإماراتي للمقاصة الالكترونية.

على الرغم من الجهود المبذولة في تطوير هذا النظام وحسب آخر تقرير عن مصرف الجزائر، فإنه هذا ينجم خصوصا كون المصارف العمومية الجزائرية تضم شبكات وكالات كبيرة، بحيث يفوق حجم المدفوعات داخل المصارف خمسة أضعاف حجم المدفوعات بين المصارف،¹ ويرجع ذلك أيضا إلى قلة استخدام وسائل الدفع الغير النقدية (الشيك، البطاقات، الأوراق التجارية والتحويلات الآلية) في الجزائر مقارنة بالدول الأخرى، ويمكن القول أن النظام المصرفي الجزائري لا يزال بعيدا كل البعد في هذا المجال عن مستويات الأداء العالمية.

ثالثا: نظام WESTERN UNION ونظام SWIFT.

تهدف خدمات الدفع في المصارف الجزائرية إلى ضمان الدفع الفوري والسريع والسير الحسن للتحويلات المالية، ومن الوسائل التي تحقق ذلك نجد نظام "ويسترن يونيون" ونظام "سويفت".

1- نظام WESTERN UNION: يستخدم هذا النظام للزيادة في سرعة تحويل الأموال على المستوى الدولي والذي تم تطبيقه في العديد من مؤسسات البريد الوطنية ابتداء من 2001/05/19. حيث أن شركات Western Union في الجزائر تستقبل فقط المال من الخارج وغير مسموح لها بإرساله إلى الخارج وهذا يرجع للقوانين الجزائرية التي تفرض تحويل الأموال من الداخل إلى الخارج، ولديها وسطاء خارج الجزائر يقومون بالتحويل. وتسلم الأموال في الحالة العامة نقدا، ولكن في بعض الحالات قد تتم الدفعة بشكل شيك تحويل الأموال أو بطاقة دفع.

تتميز هذه الخدمة بالبساطة في التنفيذ، الأمان والسرعة، ولكن لكي تكون فعالة وترقى إلى المستوى الذي يطمح إليه العملاء يجب أن يتدعم بمجموعة أخرى من الخدمات الثانوية بالإضافة إلى مراعاة العملاء لبعض الأمور وهي:

- الحصول على الأموال المحولة بالعملة الصعبة يستوجب فتح حساب بنكي لدى أحد البنوك التجارية؛
- عند تحويل الأموال إلى الخارج، يجب مراعاة الفوارق في أسعار صرف العملات التي قد تؤثر على قيمة المبالغ المحولة؛
- لا تسلم المبالغ أو الأموال إلا شخصيا.

تتعاون Western Union في الجزائر مع موفري الخدمات المالية التالية أسمائهم:

¹- Banque d'Algérie, Intermédiation et infrastructure bancaire, op - cit, p 90.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

• الشركة العامة؛

• بريد الجزائر؛

• بنك بي أن باريباس الجزائر.¹

2- نظام SWIFT: إن أغلب البنوك الجزائرية تعمل بنظام سويفت لتحويل الرسائل الالكترونية الخاصة بالمعاملات الخارجية، حيث انظم البنك الخارجي الجزائري إلى نظام سويفت سنة 1988 وبدأ العمل به في سنة 1991 كما عمل القرض الشعبي الجزائري وبنك البركة على إدخاله في تسوية معاملاته الخارجية، وعمل بنك البدر منذ سنة 2000 في إطار إعادة التأهيل ليتكيف مع المقاييس العالمية على إدخاله، وخاصة أنه يملك أكبر عدد من من خطط القرض الدولية بالجزائر.²

ويمكن توضيح آلية عمل نظام سويفت من خلال المثال التالي:

شخص ما في الجزائر يخبر بنكه المحلي بأنه يريد تحويل مبلغ 1000 أورو إلى قريب له في ألمانيا عبر سويفت. البنك يحول الطلب إلى صيغة سويفت وتدعى "رسالة سويفت" تتضمن خصم مبلغ 1000 أورو من حساب الشخص في الجزائر، ثم يرسلها عبر نظام السويفت العالمي إلى بنك الشخص المتواجد في ألمانيا مخبرا إياه أن حوالة بقيمة 1000 أورو في طريقها إلى صاحب هذا الحساب وبذلك عليه إيداع المبلغ في حساب الزبون.

بدأت المصارف الجزائرية العمل بنظام السويفت في سنة 1991 بينما المصارف المصرية بدأت تطبقه بداية من النصف الثاني من عام 1994 وهذا يعني أن الجزائر سارعت إلى إدخال نظام السويفت للاستفادة منه قبل المصارف المصرية، أما بالنسبة لإمارات فلا تتوفر فيها هذا النظام.

¹ - قيدوم نور الهدى، مسري نذير، المنظومة المصرفية الجزائرية وواقعها من التحديات المالية والمصرفية للألفية الثالثة، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون-تيارت-، غير منشورة)، الجزائر، 2013/2014، ص-ص: 96-97.

² - حمطوش كاتية، واقع وتحديات استراتيجية تحديث أنظمة الدفع دراسة مقارنة (الجزائر، فرنسا، المغرب، تونس)، مرجع سبق ذكره، ص 113.

الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

خلاصة الفصل:

استطاعت الخدمات المصرفية المتوفرة عن طريق الشبكة العالمية للمعلومات أن تقدم فرصا هائلة للمصارف الإماراتية والمصرية، فهي توفر لهذه المصارف فرص تنافسية كبيرة في أسواقها، كما أتاحت لها خفض تكلفة العمليات الخاصة بالعملاء، ومواكبة التطورات الحاصلة في هذا المجال عالميا، لما لديها من إمكانيات لازمة للنجاح والمنافسة، ذلك أن القطاع المصرفي في هذه الدول يمتلك الإمكانيات البشرية والوسائل التكنولوجية الحديثة والمناخ الاقتصادي والاستثماري والتشريعي الذي يبدو في بعضه ملائما. كما أن القدرات المالية تمكن من مواكبة التطورات الحاصلة في هذا المجال. وبالتالي الفرصة موجودة أمام المصارف لبناء فضاء جديد للعمل المصرفي والحصول على مساحة في السوق عبر الانترنت الذي يمكنهم من رفع أداء مصارفهم.

ورغم هذه التطورات إلا أن المصارف الجزائرية بقيت بعيدة نوعا ما عن هذه المستجدات مقارنة بالدول الأخرى، رغم الجهود المبذولة في النهوض بالمصارف الجزائرية في هذا المجال إلا أن هناك فجوة كبيرة بين ما هو مخطط وما هو موجود فعلا على أرض الواقع، مما يبين ضعف السيطرة والتسيير لمختلف الإستراتيجيات في هذا المجال.

خاتمة

خاتمة

قد أحدثت ثورة التكنولوجيات الحديثة خاصة منها المعتمدة على أنظمة الإعلام والاتصال تطورات عميقة في كافة الميادين العلمية، الخدمية والصناعية. فالتطورات الحاصلة في مجال المعلوماتية والاتصالات السلكية واللاسلكية سمحت بدخول قدرات وإمكانيات جديدة هائلة لدعم نشاطات وفعاليات عديدة في الصناعات الخدمية ونجاح التكنولوجيات المعاصرة في منظمات الأعمال الاقتصادية بصفة عامة مرهون بنوعية هذه التكنولوجيات، بطريقة إدخالها وبكيفية إدارتها واستعمالها. وتلعب بيئة العمل المباشرة، التي تعمل فيها هذه التكنولوجيات، كثقافة المنظمة وأساليب التسيير والتأطير والنظم الاجتماعية، دورا أساسيا في تحديد آثار التطور التكنولوجي وفعالته في المنظمات. كما تعتبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال المحرك الرئيسي في صياغة وإدارة المصرف، حيث توفر التكنولوجيات الأدوات الجديدة التي أحدثت تحولا كبيرا في دور العملاء وتنمية الكفاءات ليصبحوا أكثر فاعلية من دورهم التقليدي باستخدام المهارات الحاسوبية ومواجهة المستجدات على مهنتهم بكفاءة واقتدار، مما ينعكس على نجاح أعمال المصارف وتبادل المعرفة وإدارتها. وبما أن المصارف هي المحرك الأساسي لاقتصاد الدول فقد نالت حصة من تطورات تكنولوجيا الإعلام والاتصال وهو ما أدى إلى زيادة الجودة في الخدمة المصرفية والقدرة على الدخول إلى الأسواق المنافسة. لذا أصبح العميل أكثر إلما بتكنولوجيا الإعلام والاتصال التي أحدثت تغيير في حجم تطلعاته للخدمات التي يقدمها له المصرف، مما أدى إلى اهتمامه المتزايد بالخدمات الإلكترونية. فالعميل يرغب في الحصول على الخدمات في المكان والزمان اللذين يريد هما وعن طريق الوسائل التي يختارها، مما أوجب على المصارف إدماج تكنولوجيا الإعلام والاتصال في أعماله اليومية، حيث ساعدها هذا في الاستفادة منها وتطويرها ليس فقد للرفع من جودة الخدمات المصرفية التقليدية وإنما كمصدر لكثير من الخدمات المصرفية الجديدة، ولهذا اتجهت المصارف إلى ابتكار خدمات مصرفية إلكترونية بما تلائم احتياجات وطلبات عملاءه من جهة وتحقيق الربح للمصرف من ناحية أخرى.

فبالنظر إلى تجارب بعض الدول العربية كالإمارات العربية المتحدة والتي تعتبر من بين الدول العربية الرائدة في تحديث وتطوير المنظومة المصرفية، نجد أنه توجه اهتماما كبيرا ومتواصلا للخدمات المصرفية الإلكترونية، والتي يعد فيها الدرهم الإلكتروني من أهم وسائل الدفع الإلكترونية، وهذا راجع لما تتمتع به المنظومة المصرفية الإماراتية من بنية تحتية قوية لإدخال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وإلى وجود ثقافة مصرفية قوية لدى جمهورها، الأمر الذي ساعد كثيرا في نجاح وانتشار وسائل وأنظمة ووسائل الدفع الإلكترونية فيها. فهي بذلك قد قطعت شوطا في مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية وأصبحت مثلا يقتدي به.

وكذلك بالنسبة لمصر التي أدركت جيدا عوامة أنظمة الدفع المصرفية، وسارعت إلى دمج تكنولوجيا الإعلام والاتصال بخطوات سريعة وسليمة، والتي تعد البطاقات في أولها والبنك المحمول في آخرها، مما

خاتمة

مكنها من احتلال مراتب لا بأس بها في هذا المجال. ولمواكبة هذه التطورات الحاصلة في مجال التقنية المصرفية وما تقدمه للاقتصاد العالمي حاولت الجزائر النهوض باقتصادها من حالة الركود بتطوير نظامها المصرفي، من خلال إدخال بعض الخدمات المصرفية الالكترونية وانتهاجها لنظم مصرفية آلية لتقديم خدماتها للزبائن عبر الأجهزة الالكترونية الحديثة، كالبطاقة الالكترونية، نظام التسوية الفورية، الصيرفة عبر الانترنت، وذلك لتحقيق الوفرة التمويلية للنظام المصرفي وكذلك لزيادة القدرة على الادخار للمجتمع. ومن أجل تحقيق ذلك قامت الجزائر بإصلاحات عديدة من خلال برمجة عدة مشاريع تتعلق بتطوير البنية التحتية لقطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصالات، والتوجه نحو الاقتصاد الرقمي واعتماد الخدمات المصرفية الالكترونية، تساعد المصارف العاملة على شبكة الإنترنت في الجزائر من تقديم منتجاتها.

إذ تعتبر تجربة الجزائر مع الخدمات الإلكترونية، تجربة فنية ولازالت في مراحلها الأولى بسبب التأخر في إنجاز مشاريع البنى التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وتحديث قطاع خدمات المصارف وأنظمة الدفع إذ لا حظنا أن إقبال المواطنين على هذا النوع يعرف تحسناً مستمراً حتى لو كان بوتيرة بطيئة، لأن التعامل وفق هذا النمط الجديد يتطلب تغيير في ذهنيات الأفراد وتوجيه سلوكهم نحوها، وهذا من أصعب الأمور في مجتمع مازال الفرد فيه يتخوف من التعامل مع المصارف بالأساليب الحديثة، ويفضل المعاملات التقليدية، وهذا لانعدام ثقة الزبائن اتجاه هذا النظام الحديث.

1- اختبار الإشكالية: تنص إشكالية البحث على: ما مدى تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على جودة الخدمات المصرفية في الدول العربية؟

يمكن القول من خلال ما استخلصناه من هذه الدراسة أن الجزائر قامت بإدخال تكنولوجيا الحديثة في نظامها المصرفي بتبني مشاريع التحديث والعصرنة ومحاولة مواكبة كل التطورات في هذا المجال، من خلال تطبيق مختلف وسائل ووسائل ووسائل وبعض أنظمة الدفع الالكترونية على مستوى مؤسساتها المالية والمصرفية، إلا أن أهم ما يميز المصارف الجزائرية أنها لاتزال تعمل في ظل الخدمات المصرفية التقليدية مقارنة بمصر والإمارات العربية المتحدة، وتعتبر الجودة من أساسيات العمل المصرفي، لذا أصبحت المصارف تركز بصفة أساسية على تحقيق جودة في خدماتها محاولة بذلك كسب رضا العملاء وزيادة معاملاتها، ويمكن القول أن تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على جودة الخدمات المصرفية له أثر إيجابي.

2- نتائج اختبار الفرضيات: بعد دراسة موضوع هذا البحث ومحاولة الإحاطة ببعض جوانبه، يمكننا إجراء اختبار الفرضيات فيما يلي:

خاتمة

● الفرضية الأولى: والتي نصت على أن "تكنولوجيا الإعلام والاتصال سلاح ذو حدين وواقع فرض نفسه لا نستطيع الهروب منه"، هذه الفرضية تحققت لأن التقدم التكنولوجي ساهم في استحداث المعدات والأجهزة وكذا البرمجيات وإقبالا من جميع دول العالم فهي واقع فرض نفسه فيه؛

● الفرضية الثانية: والتي نصت على "استعمال نتائج ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العمل المصرفي أدى إلى انتشار الصيرفة الالكترونية وتطور وسائل الدفع الالكترونية مما أثر إيجابيا على عمل المصارف"، فقد تم التأكد من صحة الفرضية بحيث تم استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العمل المصرفي كان له آثار إيجابية على تطوير الخدمة المصرفية سواء للمصارف من خلال خفض التكلفة والوقت، أو لصالح الزبائن من خلال الاستفادة من المنتجات المتطورة للمصارف، إمكانية إجراء معاملات مصرفية من منزله وفي أي وقت؛

● الفرضية الثالثة: والتي نصت على "تحديث الخدمات المصرفية الالكترونية في الجزائر مرهون بتغيير وتحديث الثقافة المصرفية لدى الجمهور لمسايرتها للتطورات التكنولوجية الحديثة"، هذه الفرضية تحققت حيث أن نشر ثقافة الخدمات الالكترونية لدى المنظومة المصرفية لا يزال في بدايته إذ أن شعبه عازف تماما على استغلال الخدمات الالكترونية كونهم تعودوا على التعاملات النقدية، ما يعيق تغيير الذهنيات فضلا عن عدم ثقة المواطنين تجاه هذا النوع من التعامل الآلي، كونه جديدا وحديث النشأة، بالإضافة إلى غياب الاتصال والتحسيس والتوعية بأهمية استغلال الخدمات الالكترونية.

3- نتائج البحث: من خلال الدراسة التفصيلية لمختلف الفصول وأجزاء الموضوع تم التوصل إلى جملة من النتائج نوجزها فيما يلي:

● إن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تحدث قفزات كبيرة في شتى المجالات، وبالأخص المجال المصرفي؛
● أصبح من الضروري التطلع على تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومجالات استعمالها لأنها ضرورة حتمية تفرض نفسها في حياتنا اليومية؛
● يمكن اعتبار تكنولوجيا الإعلام والاتصال السبب الرئيسي وراء استحداث التعاملات المصرفية الالكترونية؛

● كل التعاملات الالكترونية تستلزم شبكات المعلومات والاتصال، خاصة شبكة الانترنت؛
● أدى التطور التكنولوجي إلى ظهور المصارف الالكترونية التي تقدم خدمات مصرفية الكترونية متنوعة بآلية جديدة من أجل جلب عملاء جدد؛

● الصيرفة الالكترونية هي استعمال أو تقديم الخدمات المالية عن طريق الوسائل والقنوات الالكترونية؛

خاتمة

- التكنولوجيا الالكترونية المصرفية لها تأثير واضح على المصارف وتعتبر من أهم مظاهرها في هذا المجال نذكر البنوك الإلكترونية والنقود الإلكترونية؛
 - الصيرفة الالكترونية ليس لها وجود في المنظومة المصرفية الجزائرية بشكل كبير؛
 - لقد ظهرت أنظمة الدفع الالكترونية كمظهر من مظاهر التطور التكنولوجي في مجال الصناعة المصرفية؛
 - أسهم التقدم التكنولوجي في تغيير ملامح الخريطة المصرفية الدولية، إذ أدى تحول عدد كبير من المصارف إلى تغيير نمط عملها والتوسع في استخدام التجارة الالكترونية وتقديم الخدمات المصرفية المتطورة إلى أحدث تغييرا جذريا في أنماط العمل المصرفي على النحو الذي بات يهدد الشكل التقليدي للصيرفة؛
 - إن تطبيقات الخدمات الحديثة في المصارف سيكون له الأثر الإيجابي الكبير على عملها كما سيكون له الأثر الأكبر على النشاط الاقتصادي، لكن التوجه نحو الخدمات الحديثة يجب أن يتم بعقلانية، لأن هذه الخدمات كما لها إيجابيات فلها سلبيات؛
 - عرفت المصارف المصرية والإماراتية نجاحا في تنفيذ استراتيجيات التحول نحو الصيرفة الالكترونية وتبني خدمات الكترونية بكفاءة وفعالية للوصول إلى النموذج المصرفي الفعال مقارنة بالجزائر؛
 - إن الخدمات الالكترونية من المواضيع الحديثة في العالم بالرغم من هذا أصبحت ممارستها أمر طبيعي في الدول المتقدمة وهي تعرف تقدما تلو الآخر في مدى استعمالها، أما الجزائر فهي ضعيفة مقارنة بالدول الأخرى كمصر والإمارات العربية المتحدة وجد ضعيفة مقارنة بدول العالم؛
 - تشهد الجزائر تقدم ملحوظ في مجال الاهتمام بتطوير تكنولوجيا الإعلام والاتصال مقارنة بالسنوات السابقة، فرغم التطور الذي عرفته الجزائر في مجال الانترنت وازدياد عدد مستخدميها لم يزامن تطور ملحوظ في تطبيقات الخدمات الالكترونية؛
 - أظهرت الدراسة أن النظام المصرفي المصري والإماراتي يعتمدون على أنظمة الدفع الالكترونية بصورة متطورة وواسعة جدا؛
 - أنظمة التسوية المطبقة فعلا في المصارف العاملة في الجزائر تعتبر ضعيفة مقارنة بما هو متعارف عليه دوليا، وذلك يرجع إلى عدم وجود الكفاءات المتخصصة في المجال التجارة الالكترونية ونظم الدفع.
- 4- الاقتراحات:** في ضوء النتائج المتوصل إليها وجدنا أن المصارف الجزائرية تعاني من نقص في الخدمات المصرفية الالكترونية لذا قمنا بمجموعة من الاقتراحات يمكن إيجاز أهمها فيما يلي:
- نشر الوعي بأهمية الخدمات الإلكترونية من خلال إبراز مآلها من فوائد ومزايا وتعزيز الثقة من أجل استخدام وسائل الدفع الالكترونية وذلك من خلال تكثيف الحملات التحسيسية؛

خاتمة

- إن تبني تكنولوجيا الإعلام والاتصالات داخليا بين مختلف أقسام المصرف تستطيع لفت انتباه الزبون وإقناعه بأهمية العمل بها والمزايا التي تقدمها؛
 - تأكيد على أهمية جودة المعلومات المصرفية، ولذلك يجب وضع نموذج لجودة الخدمات المقدمة من خلال شبكة الانترنت، بما يحقق كفاءة وفعالية الخدمة المصرفية من وجهة نظر الزبائن؛
 - خلق كيان مصرفي جزائري قادر على المنافسة في ظل العولمة المالية والمصرفية لا يكون إلا بتبني استراتيجيات مدروسة ومناسبة، وتأخذ بعين الاعتبار التكنولوجيا الحديثة في الإدارة والتسيير؛
 - على المصارف الجزائرية أن تستفيد من تجارب الدول الأخرى الأكثر تقدما في هذا المجال، ومتابعة وإطلاع المصارف على التطورات الحاصلة في ميدان الخدمات المصرفية الإلكترونية، خاصة في ظل انفتاح الأسواق ودخول مستثمرين أجانب إلى الجزائر؛
 - على المصارف الجزائرية دراسة تطور الثقافة التكنولوجية الموجودة عند زبائنه وتفهم مدى قبول هؤلاء للخدمات الإلكترونية ومساعدته على التأقلم والتجاوب مع البنية الإلكترونية الجديدة باستعمال برامج ملائمة؛
 - تكوير نظام المدفوعات اللازمة بالقيام بالعمليات المصرفية لإتمام التعاملات الإلكترونية بسرعة وأمان من خلال الوسائل الإلكترونية؛
 - إن النية الحسنة لا يمكنها أن تعطينا ثمرة طيبة ما لم تكن مدعومة بعمل جاد، فحقيقة الاقتصاد الجزائري مازال يعاني وسيظل يعاني مادام النظام المصرفي بعيد عن الاهتمام الحاد وبعيد أكثر عن كل ما هو متصور ما لم تعطى له أهمية ودوره في هذا الاقتصاد.
- 5- آفاق البحث:** يبقى موضوع بحثنا موضوعا كبيرا ومتشعبا لذلك حاولنا بقدر الإمكان الإلمام ببعض الجوانب في هذا الموضوع، لكن تبقى الكثير من المواضيع المطروحة في هذا المجال من بينها نقترح:
- مقومات العمل المصرفي الإلكتروني كأداة لتعزيز وتطوير نظم الدفع والتجارة الإلكترونية؛
 - الخدمات الإلكترونية ومدى تقبلها من قبل الزبون الجزائري؛
 - أنظمة السداد ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية؛
 - دور المصارف الجزائرية في تعزيز خدمات الحكومة الإلكترونية.
- وفي الأخير نأمل أن نكون قد وفقنا في إنجاز هذا العمل المتواضع، لأننا على معرفة بأنه ليس بالكامل التام، لأن الكمال لله عز وجل.

تمت بحمد الله.

فهرس

المحتويات

الفهرس

الصفحة	العنوان
أ	البسمة
ب	التشكر
ت	الملخص
02	مقدمة
08	الفصل الأول: مفاهيم وأسس حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
10	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
10	المطلب الأول: ماهية التكنولوجيا.
13	المطلب الثاني: ماهية الإعلام.
17	المطلب الثالث: ماهية الاتصال.
21	المبحث الثاني: مدخل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.
21	المطلب الأول: تعريف وخصائص وأهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
24	المطلب الثاني: البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.
26	المطلب الثالث: وظائف ومميزات وآثار التكنولوجيا الإعلام والاتصال.
29	المبحث الثالث: شبكات المعلومات.
29	المطلب الأول: تعريف وأهمية وأهداف شبكات المعلومات.
31	المطلب الثاني: أنواع الشبكات من حيث الاستخدام داخل المؤسسة.
37	المطلب الثالث: أنواع الشبكات من حيث التغطية الجغرافية ومن حيث الشكل ومن حيث الربط والمعالجة.
42	الفصل الثاني: الخدمة المصرفية وجودتها في ظل أهم التطورات التكنولوجية.
44	المبحث الأول: عموميات حول الخدمة المصرفية وجودتها.

الفهرس

44	المطلب الأول: تعريف وخصائص الخدمة المصرفية.
47	المطلب الثاني: أنواع الخدمات المصرفية.
49	المطلب الثالث: جودة الخدمة المصرفية.
55	المبحث الثاني: دور التكنولوجيا في تطوير الخدمات المصرفية.
55	المطلب الأول: مراحل التطور التكنولوجي في العمل المصرفي.
57	المطلب الثاني: الخدمات المصرفية الإلكترونية.
61	المطلب الثالث: الصيرفة الإلكترونية.
67	المبحث الثالث: نتائج التطور التكنولوجي في العمل المصرفي.
67	المطلب الأول: وسائل الدفع الإلكترونية.
71	المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني.
74	المطلب الثالث: أنظمة الدفع الإلكترونية.
83	الفصل الثالث: تجربة الدول العربية في مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية.
85	المبحث الأول: المصارف المصرية والخدمات المصرفية الإلكترونية.
85	المطلب الأول: وسائل الدفع الإلكترونية.
89	المطلب الثاني: قنوات التوزيع الإلكتروني في السوق المصري.
93	المطلب الثالث: أنظمة الدفع والتسوية المتاحة في المصارف المصرية.
100	المبحث الثاني: المصارف الإماراتية العربية المتحدة والخدمات المصرفية الإلكترونية.
100	المطلب الأول: وسائل الدفع الإلكترونية.
103	المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية.
106	المطلب الثالث: أنظمة الدفع الإلكترونية.

الفهرس

111	المبحث الثالث: الجزائر والخدمات المصرفية الالكترونية ومقارنتها بالدول الأخرى.
111	المطلب الأول: وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر.
118	المطلب الثاني: قنوات التوزيع الالكترونية المستعملة في الجزائر.
123	المطلب الثالث: أنظمة الدفع المطبقة في الجزائر.
136	الخاتمة
142	فهرس المحتويات
146	قائمة الأشكال
148	قائمة الجداول
151	قائمة المختصرات
153	قائمة المراجع

قائمة

الأشكال

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان	رقم
26	الوظائف الأساسية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال	01-01
38	الشبكة الحلقية	02-01
39	الشبكة النجمية	03-01
39	الشبكة الخطية	04-01
117	تمثيل بياني يوضح الفرق بين حجم البطاقات المتداولة في كل من مصر، الإمارات العربية المتحدة والجزائر خلال الفترة 2015-2012	01-03
121	مقارنة أجهزة الصراف الآلي بين مختلف الدول خلال الفترة 2015-2012	02-03
127	مقارنة نظام التسوية الإجمالية بين الدول خلال الفترة 2015-2012	03-03
132	مقارنة أداء أنظمة المقاصة الالكترونية لمختلف الدول خلال الفترة 2015-2012	04-03

قائمة

الجدول

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان	رقم
28	آثار تكنولوجيا الإعلام والاتصال	01-01
87	حدود الاستخدام الخارجي لجميع أنواع البطاقات الائتمانية	01-03
89	تطور عدد البطاقات المتداولة في مصر خلال الفترة 2013-2016	02-03
91	تطور أجهزة الصراف الآلي خلال الفترة 2013-2016	03-03
92	تطور نقاط البيع خلال الفترة 2013-2016 .	04-03
96	المعاملات المالية لنظام التسوية اللحظية خلال الفترة 2009-2017 فيفري 2017	05-03
98	المعاملات المالية من خلال نظام المقاصة الالكترونية خلال الفترة 2009-2016	06-03
103	تطور البطاقات المصرفية في الإمارات العربية المتحدة خلال الفترة 2009-2015	07-03
104	تطور أجهزة الصراف الآلي خلال الفترة 2009-2016	08-03
105	تطور نمائيات نقاط البيع في الإمارات خلال الفترة 2009-2014	09-03
107	المعاملات المالية من خلال نظام الإمارات للتحويلات المالية خلال الفترة 2009-2016	10-03

قائمة الجداول

110	المعاملات المالية من خلال نظام المقاصة الالكترونية في الإمارات خلال الفترة 2009-2016	11-03
116	تطور عدد البطاقات المتداولة في الجزائر خلال الفترة 2009-2015	12-03
119	تطور عدد أجهزة الصراف الآلي في الجزائر خلال الفترة 2009-2015	13-03
126	تقييم أداء نشاط نظام ARTS خلال الفترة 2009-2015 ومقارنته بالدول الأخرى	14-03
130	المعاملات المالية من خلال نظام ATCI خلال الفترة 2009-2015	15-03
131	توزيع القيم المقدمة عبر نظام ATCI بحسب الحجم بالمليون	16-03

قائمة

المختصرات

قائمة المختصرات

الاختصار	أصل الاختصار
ARTS	A lgeria R eal T ime S ettlement
ATCI	A lgérie T élé C ompensation I nterbancaire
ATM	A utomated T eller M achine
CIB	C arte I nter b ancaire
CPI	C entre P récompensation I nterbancaire
CCP	C ompte C ourant P ostal
DAB	D istributeur A utomatique de B illets
EFT	E lectronic F unds T ransfer
FTP	F ile T ransfer P rotocol
SWIFT	S ociety For W orld wid I nterbank F inancial T élécommunication
GAB	G uichet A utomatique B ancaire
L.C.R.M	L ettre de C hange R elevé M agnétique
L.C.R.P	L ettre de C hange R elevé P apier
LAN	L ocal A rea N etworks
MAN	M étropolitain A rea N etworks
NS	N etteing S ystem
RTGS	R eal T ime G ross S ettlement
SFNB	S ecurity F irst N ational b ank
TPE	T erminaux de P ayment E lectronique
WAN	W ide A rea N etworks

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً- المراجع باللغة العربية:

I. الكتب:

- 01- أحمد ماهر، الإدارة (المبادئ والمهارات)، بدون طبعة، الدار الجامعية، القاهرة، مصر، 2006.
- 02- أحمد مُجّد غنيم، التسويق والتجارة الإلكترونية، ط1، المكتبة العصرية، القاهرة، مصر، 2008.
- 03- أمون نديم عكروش، سمير نديم عكروش، تطوير المنتجات الجديدة، ط1، دار وائل، عمان، الأردن، 2004.
- 04- إيمان فاضل السامرائي، هشام مُجّد الزعبي، نظم المعلومات الإدارية، ط1، دار الصفاء، عمان، الأردن، 2004.
- 05- إيهاب صبيح مُجّد زريق، إدارة العمليات واتخاذ القرارات السليمة، بدون طبعة، دار الكتب العلمية، عمان، الأردن، 2001.
- 06- بدون اسم، إدارة الأعمال الحديثة، الموسوعة التجارية، Edit Creps، بدون سنة.
- 07- بشير عباس العلاق، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقالة، بدون طبعة، ديوان الوطني للمطبوعات، القاهرة، مصر، 2007.
- 08- بشير عباس العلاق، علي مُجّد ربابعة، الترويج والإعلان التجاري، بدون طبعة، دار اليازوردي، عمان، الأردن، 2007.
- 09- تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، ط1، دار الحامد، عمان، الأردن، 2005.
- 10- ثابت عبد الرحمن إدريس، نظم المعلومات الإدارية في المنظمات المعاصرة، الدار الجامعية، مصر، القاهرة، 2007.
- 11- جودت شاکر محمود، الاتصال في علم النفس، ط1، دار الصفاء، عمان، الأردن، 2013.
- 12- حازم مُجّد حافظ، تنمية المهارات الإدارية السلوكية للعاملين الجدد، ط1، المكتب العربي للمعارف، عمان، الأردن، 2011.
- 13- حسين مُجّد محمود، مهارات الاتصال في عالم الاقتصاد وإدارة الأعمال، ط1، عمان، الأردن، 2012.
- 14- حميد الطائي، محمود الصميدعي، بشير العلاق، إيهاب علي القزم، الأسس العلمية للتسويق الحديث، الطبعة العربية، دار اليازوردي، عمان، الأردن، 2010.

قائمة المراجع

- 15- حسين محمود حريم، مصطفى نجيب شاويش، المراسلات التجارية، ط1، الشركة العربية المتحدة، مصر، القاهرة، 2013.
- 16- خالد أمين عبد الله، إسماعيل إبراهيم الطراد ، إدارة العمليات المصرفية، المحلية والدولية، ط2، دار وائل، عمان، الأردن، 2011.
- 17- خالد وهيب الراوي، العمليات المصرفية الخارجية، بدون طبعة، دار المناهج، عمان، الأردن، 2010.
- 18- خضر مصباح الطيطي، التجارة الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري، ط1، دار حامد، عمان، الأردن، 2008.
- 19- ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود، الاتصال و العلاقات العامة، ط1، دار صفاء، عمان، الأردن، 2005.
- 20- رحمن حسن الموسوي، الاقتصاد الزراعي، ط1، دار أسامة، عمان، الأردن، 2013.
- 21- ردينة عثمان يوسف، محمود جاسم الصميدعي، التسويق المصرفي - مدخل استراتيجي/كمي/تحليلي، ط1، دار المناهج، عمان، الأردن، 2001.
- 22- ردينة عثمان يوسف، محمود جاسم الصميدعي، تكنولوجيا التسويق، ط1، دار المناهج، عمان، الأردن، 2003.
- 23- رشا فؤاد عبد الرحمن، إعادة هيكلة وتطوير الجهاز المصرفي المصري وتأثير على الأداء البنكي - 2011/2005، بدون طبعة، القاهرة، مصر، 2011، ص: 25-27.
- 24- الرومي مُجد أمين، التعاقد الالكتروني عبر الانترنت، ط1، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2004.
- 25- زهير بشنق، العمليات المالية المصرفية الإلكترونية، بدون طبعة، اتحاد المصارف العربية، مصر، 2006.
- 26- سحنون محمود، دروس في الاقتصاد النقدي والمصرفي، بدون طبعة، دار الحامد، عمان، الأردن، 2004/2003.
- 27- سعادة راغب الخطيب، مبادئ العلاقات العامة، ط1، دار البداية، عمان، الأردن، 2010.
- 28- سعد غالب ياسين، تحليل وتصميم نظم المعلومات، ط1، دار المناهج، عمان، الأردن، 2011.
- 29- سليمان مصطفى الدلاهمة، أساسيات نظم المعلومات، ط1، الوراق لنشر، عمان، الأردن، 2008.

قائمة المراجع

- 30- شافي مarder عبد العزيز، المصارف والنقود الإلكترونية، ط1، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان، 2007.
- 31- شعبان فرج، العمليات المصرفية وإدارة المخاطر، تخصص النقود المالية، جامعة البويرة، 2014/2013.
- 32- الشمري ناظم مُجّد نوري، العبدللات عبد الفتاح زهير، الصيرفة الإلكترونية- الأدوات التطبيقات ومعيقات التوسع، ط1، دار الوائل، عمان، الأردن، 2008.
- 33- صلاح الدين حسن السيسى، الموسوعة المصرفية العلمية والعلمية، الجزء الأول، ط1، مجموعة النيل العربية، مصر، 2011.
- 34- طارق طه، نظم دعم القرار في بيئة العوامة والانترنت، بدون طبعة، دار المكتب، مصر، القاهرة، 2007.
- 35- طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية، بدون طبعة، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2004/2003.
- 36- عادل رزق، مبادئ وأسس إدارة التحديات في عصر العوامة، بدون طبعة، اتحاد المصارف العربية، بيروت، لبنان، 2007.
- 37- عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2015.
- 38- عامر إبراهيم قنديلجي، علاء عبد القادر الجنابي، نظم المعلومات الإدارية، ط2، عمان، الأردن، 2007.
- 39- علاء فرحان طالب، فؤادي حمودي العطار، حسام حسين شيع، المزيح التسويقي المصرفي وأثره في الصورة المدركة للزبائن، ط1، دار صفاء، عمان، الأردن، 2010.
- 40- علي فلاح الزعبي، إدريس عبد الجواد الحبوني، إدارة الترويج والإعلان التجاري مدخل معاصر، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2015.
- 41- عنبر إبراهيم شلاش، إدارة الترويج والاتصالات، ط1، دار الثقافة، عمان، الأردن، 2011.
- 42- فاروق السيد حسين، التجارة الإلكترونية وتأمينها، بدون طبعة، دار هلا، الجيزة، مصر، 2001.
- 43- فايز جمعة صالح النجار، نظم المعلومات الإدارية، ط2، دار الحامد، الأردن، عمان، 2007.
- 44- فليح حسن خلف، المدخل إلى الاقتصاد، ط1، عالم الكتب الحديث، عمان، الأردن، 2015.
- 45- مُجّد أبو سمرة، الإعلام والسلطات الثلاث، بدون طبعة، دار الراية، عمان، الأردن، 2012.

قائمة المراجع

- 46- مُجَّد الطائي، صيانة وإدامة نظم المعلومات الإدارية، بدون طبعة، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2007.
- 47- مُجَّد خليل برعي، مبادئ الاقتصاد، بدون طبعة، دار زهران، القاهرة، مصر، 1996.
- 48- مُجَّد دباس الحميد، ماركو إبراهيم نينو، حماية أنظمة المعلومات، ط1، دار الحامد، عمان، الأردن، 2007.
- 49- مُجَّد رسلان الجيوسي، حليلة جاد الله، الإدارة علم وتطبيق، ط3، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2008.
- 50- مُجَّد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2012.
- 51- مُجَّد صالح المؤذن، مبادئ التسويق، ط1، دار الثقافة، عمان، الأردن، 2008.
- 52- مُجَّد عبد الحسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، ط1، دار الثقافة، عمان، الأردن، 2010.
- 53- مُجَّد عبد الخالق، الإدارة المالية والمصرفية، ط1، دار أسامة، عمان، الأردن، 2010.
- 54- مُجَّد محمود خطيب، الأداء المالي وأثره على عوائد أسهم الشركات، ط1، دار حامد، عمان، الأردن، 2009.
- 55- مُجَّد نور برهان، عز الدين خطاب، التجارة الإلكترونية، ط4، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريد، القاهرة، مصر، 2015.
- 56- مُجَّد يوسف القاني، السلوك التنظيمي، ط1، الأكاديميون لنشر، عمان، الأردن، 2015.
- 57- محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي، ط1، دار المناهج، عمان، الأردن، 2015.
- 58- محمود جاسم الصميدعي، ردينه عثمان يوسف، تسويق الخدمات، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2010.
- 59- محمود حسين الوادي، عبد الله إبراهيم نزال، إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية، ط1، دار الصفاء، عمان، الأردن، 2010.
- 60- مرتضى مُجَّد عبد اللطيف، دور قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التنمية الاقتصادية، ط1، المكتب العربي للمعارف، عمان، الأردن، 2013.

قائمة المراجع

- 61- مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، بدون طبعة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007.
- 62- مصطفى يوسف كافي، ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام، الإعلام والإرهاب الإلكتروني، ط1، دار الإعصار العلمي، عمان، الأردن، 2014.
- 63- معن محمود عياصرة، مروان مُجدّ بني أحمد، القيادة والرقابة والاتصال الإداري، ط1، دار حامد، عمان، الأردن، 2008.
- 64- موسى قاسم القريوبي، علي خضر مبارك، أساسيات الإدارة الحديثة، ط3، دار تسنيم، عمان، الأردن، 2007.
- 65- مؤيد سعيد السالم، نظرية المنظمة "الهيكل والتصميم"، ط2، دار وائل، عمان، الأردن، 2005.
- 66- ناجي ذيب معلا، الأصول العلمية للتسويق المصرفي، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2015.
- 67- ناصر خليل، التجارة والتسويق الإلكتروني، ط1، دار أسامة، عمان، الأردن، 2009.
- 68- نبيل مُجدّ مرسي، نظم المعلومات الإدارية، بدون طبعة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2006.
- II. الأطروحات والمذكرات:**
- 69- اشرف سميرة، أفاق المؤسسات المالية والمصرفية في ظل تبني إستراتيجية الجزائر الإلكترونية، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التجارية، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2016.
- 70- برحيل شريفة، بلعربي ياسين، تكنولوجيا الإعلام والاتصال وأثرها على فعالية تسيير البنوك - دراسة حالة وكالات-، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2014/2015.
- 71- بركان أمينة، الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي - حالة الجزائر-، (أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر، غير منشورة)، الجزائر، 2013/2014.
- 72- بريش عبد القادر، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمة المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، (أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر، غير منشورة)، الجزائر، 2006/2007.

قائمة المراجع

- 73- بن براهيم مسعودة، سهلى رابحة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في شركات التأمين-دراسة بعض النماذج-، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون، تيارت، منشورة)، الجزائر، 2016/2015.
- 74- بن سعيد لخضر، التطور التكنولوجي وأثره على التنمية الاقتصادية - دراسة حالة الجزائر-، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، تخصص اقتصاد وتنمية، جامعة ابن خلدون، تيارت، منشورة)، الجزائر، 2011/2010.
- 75- بن عمارة بديعة، سافر مليكة، التكنولوجيا الالكترونية البنكية وأثرها على المنظومة المصرفية الجزائرية، (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص مالية، جامعة تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2014/2013.
- 76- بن عمارة بديعة، سافر مليكة، التكنولوجيا الالكترونية البنكية وأثرها على المنظومة المصرفية الجزائرية، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2014/2013.
- 77- بوباح عالية، دور الإنترنت في مجال تسويق الخدمات-دراسة حالة قطاع الاتصالات-، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة منتوري، قسنطينة، غير منشورة)، الجزائر، 2011/2010.
- 78- بوهكة فتيحة، عوار حنان، التجارة الإلكترونية وتحديات اعتمادها في اقتصاديات الدول - دراسة مقارنة-، (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2016/2015.
- 79- حدو علي، انعكاسات الاتفاقية العامة لتجارة الخدمات المالية على تأهيل المنظومة المصرفية الجزائرية، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية، جامعة الجزائر-3، غير منشورة)، الجزائر، 2012/2011.
- 80- حمطوش كاتية، واقع وتحديات إستراتيجية تحديث أنظمة الدفع - دراسة مقارنة (الجزائر، فرنسا، المغرب وتونس)-، (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2016/2015.
- 81- حميد رقاى، مدى تأثير التسويق المصرفي على سلوك المستهلك الجزائري مع الإشارة إلى بنك القرض الشعبي الجزائري - وكالة سعيدة-، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، علوم التسيير، تخصص تسويق الخدمات، جامعة أبوبكر بلقايد، تلمسان، غير منشورة)، الجزائر، 2010/2009.

قائمة المراجع

- 82- حوالف عبد الصمد، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، بدون تخصص، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، غير منشورة)، الجزائر، 2015/2014.
- 83- حورية بولعوي، إستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية- دراسة ميدانية بمؤسسة سونغاز فرع تسيير شبكة نقل الغاز بالشرق-قسنطينة-، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، تخصص علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، غير منشورة)، الجزائر، 2008/2007.
- 84- رباعي أمينة، التجارة الإلكترونية وأفاق تطورها في البلدان مغربية، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التسيير، جامعة الجزائر، غير منشورة)، الجزائر، 2005/2004.
- 85- زلماط مريم، دور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في إدارة المعرفة داخل المؤسسة الجزائرية - دراسة حالة بسوناطراك فرع STH -، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص تسيير الموارد البشرية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، غير منشورة)، الجزائر، 2010/2009.
- 86- زميت محمد، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تفعيل الخدمات المصرفية- دراسة حالة عينة من المصارف الجزائري-، (أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص تخطيط، جامعة الجزائر-3، غير منشورة)، الجزائر، 2015/2014.
- 87- سالم مريم، أساليب تسويق وسائل الدفع الحديثة لرفع القدرة التنافسية للبنوك في الجزائر - دراسة حالة بنك الخليج الجزائر-، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، غير منشورة)، الجزائر، 2014/2013.
- 88- سماح سعبور، مصباح مرابطي، وسائل الدفع الالكتروني غي الجزائر-واقع وتحديات- دراسة استطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات البنكية لولاية تبسة، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم التجارية، تخصص تمويل مصرفي، جامعة العربي التبسي، تبسة، غير منشورة)، الجزائر، 2016/2015.
- 89- سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر، (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل واستشراف اقتصادي، جامعة منتوري، قسنطينة، غير منشورة)، الجزائر، 2011.
- 90- سميرة ربح، دور الصيرفة الالكترونية في تعزيز القدرات التنافسية للبنوك التجارية، دراسة مقارنة بين بنك الفلاحة والتنمية الريفية- تقرت- وبنك القرض الشعبي الجزائري- وكالة الوادي-، خلال

قائمة المراجع

- الفترة الممتدة ما بين 2008-2014، (مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في ميدان العلوم الاقتصادية، تخصص علوم اقتصاد، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، غير منشورة)، الجزائر، 2015/2014.
- 91- شيروف فضيلة، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، (مذكرة تدخل ضمن نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تسويق، جامعة منتوري، قسنطينة، غير منشورة)، الجزائر، 2010/2009.
- 92- طالب قادة سفيان، المنظومة المصرفية الجزائرية وتحدياتها في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم التسيير، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2013/2012.
- 93- عبد الرحيم ليلي، أهمية التسويق في تأهيل وتحسين القدرة التنافسية للمؤسسة المصرفية -حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسيير واقتصاد المؤسسة، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2007/2006.
- 94- عبد الرزاق تومي، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التنمية الوطنية -دراسة ميدانية بولاية أم البواقي-، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم المكتبات والمعلومات، تخصص علم المكتبات والمعلومات، جامعة قسنطينة، غير منشورة)، الجزائر، 2006/2005.
- 95- علاوي مالك، أثر استعمال التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال على تسيير الموارد البشرية في القطاع العمومي - دراسة حالة الوكالة الوطنية لتنمية البحث الجامعي (ANDRU)-، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، تخصص تسيير عمومي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، غير منشورة)، الجزائر، 2006/2005.
- 96- علي مؤيد سعيد، التحويل الإلكتروني للأموال - دراسة مقارنة-، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في القانون العام، تخصص حقوق، جامعة الموصل، غير منشورة)، العراق، 2013.
- 97- عمارة كهينة، أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين أداء المورد البشري داخل المؤسسة الاقتصادية- دراسة المؤسسة الوطنية للمنظفات ومواد الصيانة بوحدة الأخرزية، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية، جامعة العقيد أكلي محند أولحاج، البويرة، غير منشورة)، الجزائر، 2015/2014.

قائمة المراجع

- 98- فيروز قطاف، تقييم جودة الخدمات المصرفية ودراسة أثرها على رضا العميل البنكي-دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - لولاية بسكرة، (أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، غير منشورة)، الجزائر، 2010/2011.
- 99- قادي محمد، تأثير تكنولوجيا المعلومات على مهنة المدقق الداخلي- دراسة ميدانية-، (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص محاسبة، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2014/2015.
- 100- قماير هاجر، عباس مختارية، تحديات المنظومات المصرفية في ظل التكنولوجيات الحديثة - دراسة مقارنة للدول المغربية -، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2014/2015.
- 101- قيوم نور الهدى، مسري نذير، المنظومة المصرفية الجزائرية وواقعها من التحديات المالية والمصرفية للألفية الثالثة، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2013/2014.
- 102- كرغلي أسماء، اليقظة التكنولوجية كأداة لزيادة القدرة التنافسية للبنوك - دراسة مرجعية مقارنة للبنوك العامة بمقر ولاية البويرة-، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، غير منشورة)، الجزائر، 2013/2014.
- 103- لمين علوطي، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتأثيرها على تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال، جامعة الجزائر، غير منشورة)، الجزائر، 2003/2004.
- 104- لوصيف عمار، إستراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص التحليل والاستشراف الإقتصادي، جامعة منتوري، قسنطينة، غير منشورة)، الجزائر، 2008/2009.
- 105- مرابط مراد، أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية-دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية- وكالة ميله-، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، غير منشورة)، الجزائر، 2014/2015.
- 106- مناعة موزة، أنظمة الدفع والتسوية الحديثة كآلية لتطوير الخدمات البنكية - دراسة حالة الجزائر-، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2014/2015.

قائمة المراجع

- 107- ميهوب سماح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية- حالة نشاط البنك عن بعد-**، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك وتأمينات، جامعة قسنطينة - 2-، غير منشورة)، الجزائر، 2014/2013.
- 108- ميهوب سماح، الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية**، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك وتأمينات، جامعة منتوري، قسنطينة، غير منشورة)، الجزائر، 2005/2004.
- 109- نادية عبد الرحيم، تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الإقتصادي-دراسة حالة الجزائر-**، (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود وبنوك، جامعة الجزائر-3-، غير منشورة)، الجزائر، 2011/2010.
- 110- نسرين عياشي عمر، دور جودة الخدمات المصرفية في زيادة القدرة التنافسية للبنوك- دراسة حالة وكالة بنك البركة وبنك التنمية المحلية بالوادي-**، (مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص مالية ونقود، جامعة محمد خيضر، بسكر، غير منشورة)، الجزائر، 2014/2013.
- 111- نوار أمال، بريد الجزائر وتحدياته في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال بطاقات المعاملات المالية نموذجاً**، (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2012/2011.

III. الملتقيات والمؤتمرات:

- 112- إبراهيم بختي، صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعلاقتها بتنمية وتطوير الأداء، المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، 09/08 مارس، 2005.**
- 113- آيت زيان كمال، آيت زيان حورية، الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، الملتقى الوطني حول الصيرفة الإلكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية-**، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أبريل 2006.
- 114- آيت زيان كمال، آيت زيان حورية، الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، المؤتمر العلمي الخامس نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية إلكترونية، جامعة فيلادلفيا، عمان، الأردن، 4-2007/07/5.**

قائمة المراجع

- 115- خليفة منية، الصيرفة الالكترونية كمدخل لتأهيل وعصرنة البنوك الجزائرية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 26-27 أبريل 2011.
- 116- عبد الوهاب نعمون، النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية و استراتيجية البنوك، الملتقى الأول حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، يومي 14-15 ديسمبر 2004.
- 117- حسين مصطفى هلاي، نظم المعلومات سويفت ودوره في تنشيط حركة التعامل المصرفي، ندوة الخدمات البنكية الالكترونية الشاملة (رؤية مستقبلية)، القاهرة، مصر، 25-29 نوفمبر 2007.
- 118- نوال شيشة، زينتي فريدة، الصيرفة الالكترونية كمدخل لتأهيل وعصرنة البنوك الجزائرية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 26-27 أبريل 2011.
- IV. المجلات:
- 119- أحمد ابراهيم، المقاصة الالكترونية بين البنوك المصرية لتعظيم العائد على إدارة السيولة، مجلة الرياض الإقتصادي، مكتب الرياض، العدد 14928، القاهرة، مصر، 8 مايو 2009.
- 120- أحمد السيد النجار، الخدمات المصرفية الإلكترونية، المفاهيم والنشأة والأنواع ملفات المصرف الالكتروني - لغة العصر-، مجلة الأهرام للكمبيوتر والانترنت والاتصالات، 5 ديسمبر 2016.
- 121- أحمد يعقوب، وقف استخدام بطاقات الخصم والكروت المدفوعة خارج مصر، مجلة التحقيقات والملفات، 2016/07/29.
- 122- أديب قاسم شندي، الصيرفة الالكترونية أنماطها وخياراتها القبول والرفض، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، جامعة واسط، العدد السابع والعشرون، فلسطين، 2010.
- 123- إسماعيل شاكر تركي، التسويق المصرفي الإلكتروني والميزة التنافسية للمصارف الأردنية - دراسة ميدانية على البنوك الأردنية-، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة فيلادلفيا، السنة السابعة، العدد 45، عمان، الأردن، 2010.
- 124- بريش عبد القادر، زيدان مجّد، جودة الخدمات كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي، عدد 3، الشلف، بدون سنة.

قائمة المراجع

- 125- بلعاش ميادة، بن إسماعيل حياة، مشروع الصيرفة الالكترونية في الجزائر، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، جامعة بسكرة، العدد السادس، الجزائر، ديسمبر 2014.
- 126- بن بركة عبد الوهاب، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دفع العجلة التنموية، مجلة الباحث، العدد 07، بسكرة، 2010/2009.
- 127- تطار مُجّد منصف، النظام المصرفي الجزائري والصيرفة الالكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة مُجّد خيضر، العدد الثاني، بسكرة، جوان 2002.
- 128- زغداد أحمد، مليكة كلتوم، تقييم أداء نظام الجزائري للتسوية الفورية، مجلة البحوث والدراسات العلمية، جامعة المدية، الجزائر، الجزء 2، ديسمبر، 2015.
- 129- سليمان ناصر، النظام المصرفي الجزائري وتحديات العولمة، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، العدد الأول، جانفي 2008.
- 130- عايدة عبير بلعبيدي، واقع تحديث أنظمة الدفع في الجزائر وأثره على المنظومة المصرفية، الجزائرية، مجلة الاقتصاديات المالية البنكية وإدارة الأعمال، جامعة مُجّد خيضر، العدد الافتتاحي، بسكرة، الجزائر، 2014.
- 131- عرابة رابح، دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية في عصنة الجهاز المصرفي الجزائري، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 8، الشلف، 2012.
- 132- علي عبد الله شاهين، نظم الدفع الإلكتروني ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الأزهر، العدد 1، غزة، فلسطين، المجلد 12، 2010.
- 133- فؤاد الحربي، الخدمات المالية المصرفية، مجلة إضاءات مالية ومصرفية، معهد الدراسات المصرفية، سلسلة 5، العدد 12، الكويت، جويلية 2013.

V. نشرات وجرائد:

- 134- زين العابدين جبارة، مشروع لتطوير الدفع الالكتروني باستعمال الهواتف النقالة، جريدة الشروق، العدد 12، الجزائر، 21/02/2011.
- 135- مُجّد كفاقي، بنك القاهرة يحصد جائزة "تدويشه" لتمييز في مجال المدفوعات الصادرة بنظام سويفت، نشرة بنك القاهرة الدورية، بنك القاهرة، مصر، 2011.:

VI. التقارير:

- 136- بنك الجزائر، التطور الاقتصادي والنقدي للجزائر، التقرير السنوي، الجزائر، 2011.

قائمة المراجع

VII . مواقع الانترنت:

137- الموقع الرسمي لبنك الإمارات العربية المتحدة المركزي [www. Central bank.ae](http://www.Centralbank.ae)

138- الموقع الرسمي لبنك مصر . www.banquemisr.com

139- الموقع الرسمي لجامعة تلمسان، <http://www.neevia.com>

140- الموقع الرسمي لجريدة الفجر، <http://www.al.fadjr.com>

141- الموقع الرسمي لخدمات المصرفية عبر الانترنت www.jdib.jo/ar

142- الموقع الرسمي لشركة مصر للمقاصة والإيداع والقيود المركزي

<http://www.macsd.com.eg>

143- الموقع الرسمي لغرفة التجارة والصناعة <http://www.rakchamber.ae>

144- الموقع الرسمي للبنك الأهلي المصري <http://www.nbe.com.eg>

145- الموقع الرسمي للبنك التجاري الدولي www.cibeg.com

146- الموقع الرسمي للبنك المحمول المصري www.idbe.egypt

147- الموقع الرسمي للبنك المركزي المصري www.cbe.org.eg

148- الموقع الرسمي للدرهم الالكتروني <https://www.edirham.gov.ae>

149- الموقع الرسمي للمصرف الإماراتي الإسلامي <https://www.emiratesislamic.ae>

150- الموقع الرسمي لنهار <http://www.ennharonline.com>

151- الموقع الرسمي لوزارة العمل الإماراتية <http://www.mol.gov.ae>

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

I. Mémoire:

152- KHEDIM Mohammed Mehdi, L'adoption des systèmes d'information L'utilisation de l'e-banking dans le contexte Algérien, (Mémoire Présentée pour l'obtention d'un diplôme de Magister en sciences de gestion Option -Système d'Information Et Communication Dans Les Entreprises-, UNIVERSITE ABOU BAKR BELKAID, Algérien, non publié), Algérien, 2015/2016.

II. Les rapports:

153– Banque d' Algérie, évolution économique et monétaire en Algérie , rapport annuel, Algérie, novembre 2016.

154– Banque d'Algérie, Intermédiation et infrastructure bancaire, Rapport annuel, Algérie, 2014/2015.

III. Les sites internet:

156– site officiel The United Arab Emirates, <http://www.centralbank.ae>

157– site officiel de wikipedia, <https://ar.m.wikipedia.org>

158– Site officiel du Ministère de la Poste et des Technologies de l' Information et de la Communication [https:// www.mptic.dz](https://www.mptic.dz)