وزارة التعليـــم العـــالي والبحث العلـمي

جـــامعة محمد الصـديق بن يحي – جيـــجل–

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم الإقتصادية

العنـــوان

أثر التكنولوجيا الحديثة على النشاط البنكي

دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية المجمع الجهوي للإستغلال – جيجل 018

مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإقتصادية

تخصص : إقتصاد نقدي وبنكي

إعداد الطلبة:

بوالعام أحمد

دليلش رضا

تحت إشراف الأستاذ:

د/ عليوة علي

أمام لجنة التقييم المُكوّنة من:

الأستاذ/ خير الدين بوزرب	جامعة جيجل	رئيساً
الأستاذ/ خير الدين بومحروق	جامعة جيجل	ممتحنا
الأستاذ/ عليوة علي	جامعة جيجل	مشرفاً ومقرراً

السنة الجامعية: 2022/2021

وزارة التعليـــم العـــالي والبحث العلـمي

جـــامعة محمد الصـديق بن يحي – جيـــجل–

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم الإقتصادية

العنـــوان

أثر التكنولوجيا الحديثة على النشاط البنكي

دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية المجمع الجهوي للإستغلال– جيجل 018

مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإقتصادية

تخصص : إقتصاد نقدي وبنكي

إعداد الطلبة:

بوالعام أحمد

دليلش رضا

تحت إشراف الأستاذ:

د/ عليوة علي

أمام لجنة التقييم المُكوّنة من:

الأستاذ/ خير الدين بوزرب	جامعة جيجل	رئيساً
الأستاذ/ خير الدين بومحروق	جامعة جيجل	ممتحنا
الأستاذ/ عليوة علي	جامعة جيجل	مشرفاً ومقرراً

السنة الجامعية: 2022/2021

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وعرفان

الحمد لله الذي أعاننا على إتمام هذا العمل فما كان لشيء

أن يجري في ملكه إلا بمشيئته

لنا الشرف أن نتقدم بخالص الشكر إلى أستاذنا الكريم،

الأستاذ الدكتور

" عليوة علي "، امتناننا وعرفانا له بكل المجهودات التي بذلها من

أجل مساعدتنا لإنجاز هذا العمل، والذي لم يقصر في تقديم

نصائحه و إرشاداته.

كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى موظفي بنك الفلاحة والتنمية

الريفية و إلى كل من ساعدنا في إنجاز هذا العمل.

إهداء

أفضل ما أستهل به الحمد لله وخير شكر نتوجه به قبل العباد إلى العابد بفضله وعونه سبحانه وتعالى تتم صالحات الأعمال

فالحمد لله الذي كافأني بثمرة جهد سنوات من نهل العلم والبحث فيه وصلت إلى تحقيق أمل وحلم أعز الناس.

...إلى الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما

...إلى إخوتي وجميع أفراد عائلتي

...إلى كافة الأهل والأقارب

...إلى الأصدقاء والأحباء.

إلى هؤلاء جميعا أهدي حصاد جهدي وثمرة عملي.

أحمد

إهداء

بسم الله الرحمان الرحيم

{ ربي أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلي والدي
وأن أعمل صالحا ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين }

(النمل:19)

أهدي هذا العمل:

...إلى أمي حفظها الله

...إلى إخوتي

...إلى كل عائلتي

...إلى الأصدقاء والأحباب.

رضا

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلي تبيان أثر استخدام التكنولوجيا الحديثة على النشاط البنكي، حيث يظهر هذا الأثر جليا من خلال تغير شكل وكيفية تقديم الخدمة المصرفية من شكلها التقليدي إلى الشكل الإلكتروني، بما يساعد على تقليل التكاليف وتقديم خدمات مصرفية ذات جودة عالية، والوصول إلى شريحة أكبر من العملاء، وبالتالي تحسين الإنتاجية والتنافسية، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم استخدام المنهج الوصفي في الجانب النظري والمنهج التحليلي في الجانب التطبيقي.

وقد بينت الدراسة الميدانية أثر التكنولوجيا الحديثة على نشاط بنك الفلاحة والتنمية الريفية، من خلال الدور الذي تلعبه في تقديم الخدمة المصرفية، وخلق خدمات جديدة بما يتناسب مع متطلبات العملاء، وتحقيق الكفاءة والفعالية في الأداء.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا مصرفية، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، بنك الفلاحة والتنمية الريفية – جيجل 018.

Abstract :

This study aimed to explain the effect of using the modern technology at the banking activity, this effect appears indeed through changing the form and the way of presenting the banking service from its traditional form to the electronic form, which reduces costs, offering high quality banking services, and reaching a larger segment of customers, thus improving productivity and competitiveness, to acheive the objectives of the study we used the analyzing and discribing method, the describing methed used in the theoretical part and the analyzing method in the field study.

Cipation of the field study showed the impact of modern technology on the part of the Bank of Agriculture and Rural Development, through the role it plays in providing banking service and creating new services in proportion to the requirement of customers, and acvheiving efficiency and effectivness in performance.

Key words : banking technology, information and communication technology, bank of agriculture and rural development-jijel 018.

فهرس المحتويات

المحتويات	الصفحة
شكر وعرفان	**I**
إهداء	**II**
الملخص	**IV**
الفهرس	**VII**
قائمة الجداول	**XI**
قائمة الأشكال	**XIII**
مقدمة عامة	أ
الفصل الأول: التكنولوجيا الحديثة في البنوك	
تمهيد	**7**
المبحث الأول: عموميات حول البنوك التجارية	**8**
المطلب الأول: مفهوم البنوك التجارية	**8**
المطلب الثاني: أهداف البنوك التجارية	**9**
المطلب الثالث: وظائف البنوك التجارية	**10**
المبحث الثاني: ماهية التكنولوجيا المصرفية	**12**
المطلب الأول: مفهوم التكنولوجيا المصرفية	**12**
المطلب الثاني: أشكال التكنولوجيا المصرفية	**15**
المطلب الثالث: عوامل استخدام التكنولوجيا في البنوك	**16**
المبحث الثالث: انعكاسات وإدارة التكنولوجيا المصرفية	**16**
المطلب الأول: انعكاسات التطور التكنولوجي المصرفي	**16**
المطلب الثاني: الإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا المصرفية	**17**
المبحث الرابع: آثار ومخاطر استخدام التكنولوجيا المصرفية على أنشطة البنوك	**19**
المطلب الأول: آثار استخدام التكنولوجيا المصرفية على الأنشطة البنكية	**19**
المطلب الثاني: مخاطر التكنولوجيا المصرفية	**21**
خلاصة الفصل	**23**

الفصل الثاني: تطبيقات التكنولوجيا في البنوك الجزائرية	
تمهيد	**25**
المبحث الأول: تطور أدوات الدفع في البنوك الجزائرية	**26**
المطلب الأول: المفاهيم العامة لأدوات الدفع	**26**
المطلب الثاني: أدوات الدفع الالكترونية	**30**
المطلب الثالث: مراحل تطبيق الدفع الالكتروني وتطور بطاقة الدفع في الجزائر	**32**
المبحث الثاني: البنوك التجارية الجزائرية ومتطلبات التجارة الالكترونية	**34**
المطلب الأول: ماهية التجارة الالكترونية ومتطلبات إنشائها	**34**
المطلب الثاني: متطلبات التجارة الالكترونية	**39**
المبحث الثالث: البنوك الجزائرية والتسويق الالكتروني	**41**
المطلب الأول: ماهية التسويق الالكتروني	**42**
المطلب الثاني: تحديات التسويق المصرفي في ظل التكنولوجيا	**45**
خلاصة الفصل	**48**
الفصل الثالث: أثر التكنولوجيا الحديثة على النشاط البنكي- دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية المجمع الجهوي للإستغلال – جيجل 018	
تمهيد	**50**
المبحث الأول: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية	**51**
المطلب الأول: نظرة عامة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية	**51**
المطلب الثاني: مبادئي وأهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية	**53**
المطلب الثالث: لمحة عن المجمع الجهوي للاستغلال لبنك الفلاحة والتنمية الريفية – جيجل 018	**55**
المبحث الثاني: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على بنك الفلاحة والتنمية الريفية المجمع الجهوي للإستغلال – جيجل 018	**59**
المطلب الأول: واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنك	**59**

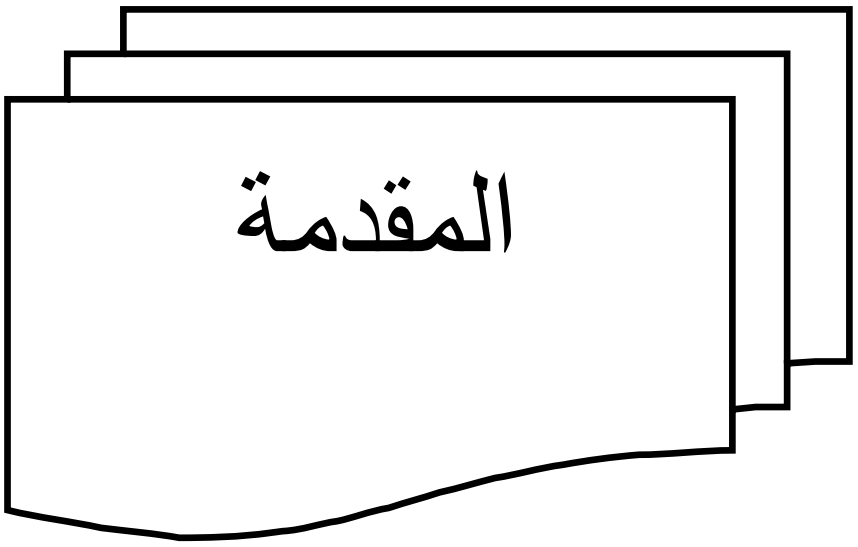
المطلب الثاني: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على نشاط البنك	**61**
المطلب الثالث: البرامج ووسائل الاتصال المستخدمة من طرف البنك	**62**
المبحث الثالث: مكانة التكنولوجيا الحديثة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية المجمع الجهوي للإستغلال – جيجل 018	**63**
المطلب الأول: الخدمات المقدمة عبر شبكة الانترنت	**63**
المطلب الثاني: وسائل الدفع الالكترونية	**65**
المطلب الثالث: عدد البطاقات المطلوبة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية خلال الفترة (2019– 2021)	**66**
المبحث الرابع: تشخيص بيانات وأدوات التكنولوجيا الحديثة على مستوي بنك الفلاحة والتنمية الريفية المجمع الجهوي للإستغلال – جيجل 018 خلال الفترة (2019– 2021)	**68**
المطلب الأول: تطور فتح الحسابات البنكية في البنك	**68**
المطلب الثاني: تطور غلق الحسابات البنكية في البنك	**69**
المطلب الثالث: وضعية الحسابات الدائنة والمدينة في البنك	**71**
خلاصة الفصل	**72**
الخاتمة	**74**
قائمة المراجع	**78**
الملاحق	**83**

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	عدد البطاقات المصدرة من طرف البنك خلال الفترة (2019- 2021)	67
02	تطور عدد فتح الحسابات البنكية في البنك خلال الفترة (2019- 2021)	68
03	تطور عدد غلق الحسابات البنكية في البنك خلال الفترة (2019- 2021)	69
04	وضعية إجمالي الحسابات البنكية في بنك BADR خلال الفترة (2019- 2021)	71

قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	الهيكل التنظيمي للمجمع الجهوي للاستغلال – جيجل 018	57
02	الصفحة الرئيسية لخدمة البنك الالكتروني لبنك BADR	63
03	عدد البطاقات المصدرة من طرف البنك خلال الفترة (2019– 2021)	67
04	تطور عدد فتح الحسابات البنكية في البنك خلال الفترة (2019– 2021)	69
05	تطور عدد غلق الحسابات البنكية في البنك خلال ا الفترة (2019– 2021)	70
06	وضعية إجمالي الحسابات البنكية في بنك BADR خلال الفترة (2019– 2021)	71


المقدمة

المقدمة:

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

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

تعد التطورات التكنولوجية السريعة من التغيرات الرئيسية والحاسمة في التأثير على النشاط الاقتصادي، حيث عرفت السنوات الأخيرة نموا كبيرا لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، وبتزايد أهميتها أصبح استخدامها منتشرا في كافة المجالات والقطاعات الاقتصادية، والتي من بينها القطاع المصرفي، حيث تلعب تكنولوجيا الإعلام والاتصال دورا هاما في زيادة القدرات التنافسية للبنوك، وأن اعتمادها لم يعد أمرا اختياريا، بل أصبح ضرورة تمليها الظروف والمستجدات التي يشهدها الاقتصاد العالمي.

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

1- إشكالية البحث

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

ما هو تأثير التكنولوجيا الحديثة على نشاط بنك الفلاحة والتنمية الريفية للمجمع الجهوي للاستغلال – جيجل 018؟

وتندرج تحت هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

- ماذا يقصد بالوسائل التكنولوجية المصرفية الحديثة؟
- هل تمكن الوسائل التكنولوجية الحديثة في تحسين النشاط البنكي؟
- ما هو الأثر الذي أخذته أنظمة الدفع الآلية الحديثة كبديل لنظم الدفع التقليدية؟
- ما هو تأثير التكنولوجيا الحديثة على بنك الفلاحة والتنمية الريفية؟

2- فرضيات البحث:

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

- تساهم التكنولوجيا المصرفية في تحسين النشاط المصرفي في البنوك التجارية.
- تلعب التكنولوجيا المصرفية الحديثة دورا بالغا في زيادة فعالية النشاط البنكي.
- يعتمد بنك الفلاحة والتنمية الريفية على الوسائل التكنولوجية في تطور أداء نشاطه البنكي.

3- أهمية الدراسة:

- المساهمة ولو بالقليل في إثراء الموضوع.
- محاولة توضيح أدق لتكنولوجيا المصرفية الحديثة.
- إظهار أهمية التكنولوجيا الحديثة في المجال المصرفي.
- تبيان التطبيقات التكنولوجية في البنوك الجزائرية.
- محاولة معرفة أثر التكنولوجيا المصرفية الحديثة على النشاط البنكي في الجزائر.

4- أهداف الدراسة:

كان السعي من خلال هذه الدراسة تحقيق جملة من الأهداف المتجلية فيما يلي:

- إبراز دور التكنولوجيا الحديثة على النشاط المصرفي.
- إبراز دور التكنولوجيا المصرفية في زيادة فعالية النشاط البنكي.

- إبراز مدى فعالية أنظمة الدفع الآلية الحديثة وذلك تبعا لمستوى أدائها.
- تسليط الضوء على بنك الفلاحة والتنمية الريفية الجزائر كبنك يطبق التكنولوجيا الحديثة في نشاطه المصرفي.
- معرفة أثر التكنولوجيا على النشاط المصرفي في الجزائر.

5- منهج الدراسة:

قصد الإحاطة بالموضوع ونظرا لأهميته تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري الذي يعتبر الأنسب لعرض المفاهيم المتعلقة بمفهوم البنوك التجارية، وماهية التكنولوجيا المصرفية، وتطبيقاتها في النشاط المصرفي الجزائري. كما تم الاعتماد على منهج دراسة حالة (دراسة ميدانية) في الجانب التطبيقي لدراسة مدى تأثير تطبيق التكنولوجيا الحديثة على النشاط المصرفي ببنك الفلاحة والتنمية الريفية – جيجل 018.

6- تقسيمات الدراسة:

للإحاطة بالإشكالية المطروحة قمنا بتقسيم دراستنا إلى جانب نظري وأخر تطبيقي، ولتطبيق المنهجية الصحيحة تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول، تطرقنا في الفصل الأول إلى عموميات حول التكنولوجيا الحديثة في البنوك، وتناولنا في الفصل الثاني تطبيقات التكنولوجيا الحديثة في البنوك الجزائرية، أما في الفصل الثالث فتناولنا أثر التكنولوجيا الحديثة على النشاط البنكي لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية – مجمع جيجل 018.

7- الدراسات السابقة:

من خلال بحثنا في مواقع الإنترنت والمكتبات، لاحظنا أن هناك دراسات سابقة لها علاقة ببعض من جوانب موضوعنا، حيث تتقاطع معه في بعض النقاط، غير أنها لا لم تتناوله من نفس الجانب الذي تناولناه، ومن أهم هذه الدراسات نذكر:

- **الدراسات باللغة العربية:**

01- دراسة حلمي فتح الله يزيد سنة بعنوان: واقع البنوك التجارية وتحدياتها لمواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة –دراسة ميدانية في مجموعة من البنوك الجزائرية– مذكرة ماستر أكاديمي في علوم التسيير، جامعة أم البواقي،–الجزائر– 2016:

هدف الباحث إلى إبراز الواقع الذي تعرفه البنوك التجارية وأهم تحدياتها لمواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة، ولقد توصل الباحث أن التكنولوجيا الحديثة كأداة أثبتت فعالياتها في تمكين البنوك لمواكبة التطورات التكنولوجية وذلك من خلال إدماجها واستخدامها بالطرق السلمية واستغلالها في زيادة القدرة التنافسية للبنك، حيث اعتمد الباحث على المنهج التحليلي الوصفي من أجل وصف الظاهرة وتحليل معالمها، كما اعتمد على

دراسة ميدانية في مجموعة من الوكالات البنكية الجزائرية، وتنظيم مجموعة من الأسئلة في شكل استمارة، تم توزيعها على أفراد العينة المدروسة التي بلغ عددها 33 موظف، كما استعان كذلك بإجراء مقابلات شخصية مع بعض موظفي الوكالات محل الدراسة.

02- دراسة ميهوب سماح بعنوان: أثر التكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء التجاري و المالي للمصارف الفرنسية-حالة نشاط البنك عن بعد- أطروحة دكتوراه، جامعة قسنطينة 2 سنة 2014:

كان هدف هذه الباحثة مدى تأثير استخدام التكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتمثلة في النشاط المصرفي عن بعد على أدائها التجاري والمالي، ولقد توصلت الباحثة إلى أن وجود التقنيات الحديثة يساعد المصارف على تطوير أدائها التجاري من خلال تحسين جودة الخدمة المصرفية، التحكم في التكاليف وجعل الخدمات منافسة، ومنه فتحسين هذا الأخير يهدف إلى تحقيق أداء مالي جيد ينعكس هو الأخر على ربحية وثروة مالكيه، حيث اعتمدت الباحثة على المقياس الكيفي للتعرف على اثر استخدام المصارف لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري، حيث تم استخدام الاستبيان كأداة قياس تخص وجهات نظر وآراء عمال المصارف الفرنسية المدروسة، والمقياس الكمي للتعرف على اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء المالي، بجمع الإحصائيات السنوية المرتبطة بمؤشرات الدراسة المستقلة والتابعة في المصارف الفرنسية المدروسة من سنة 2002 إلى 2012، حيث اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي في الفصول النظرية عند وصف العناصر المرتبطة بالموضوع، والمنهج الاستقرائي في دراسة عينة من المصارف الفرنسية بهدف معرفة اثر النشاط المصرفي عن بعد على أدائها التجاري والمالي، من خلال استخدام الاستبيان والإحصائيات السنوية لمتغيرات الدراسة، بهدف تحليل الإجابات المتوصل إليها وتعميمها على جميع المصارف التي لها نفس نمط السياسة المصرفية المتبعة في المجال، واستخدام في ذلك المنهج الوصفي الاستدلالي.

03- دراسة معاوي عماد الذين بعنوان: التسويق المصرفي وتحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصال – دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة خراطة -360-:

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على النشاط التسويقي في البنوك، وبالتحديد في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة خراطة-360-، وقد بينت نتائج الدراسة العلاقة التفاعلية الكبيرة بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتسويق المصرفي، من خلال قيام البنك بتطوير الجانب التقني والجانب البشري له عن طريق إدخال استخدام هذه التكنولوجيات في تنفيذ العمليات المصرفية وغيرها من الخدمات الأخرى التي يوفرها المصرف لزبائنه، حيث اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي من خلال وصف وتحليل التسويق المصرفي وتحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بالإضافة إلى المقابلة خلال الزيارة الميدانية للبنك محل الدراسة، وتقنية الاستبيان وتحليله بواسطة برنامج SPSS لغرض تحديد مدى الارتباط بين متغيرات الدراسة.

- **الدراسات باللغة الأجنبية:**

01- دراسة BRAHIMI Thiziri, BOUMGHAR Lynda بعنوان: **L'impact des nouvelles technologies sur l'activité bancaire en Algérie : Cas de la BEA (agence-034- de Tizi-Ouzou), En vue de l'obtention d un diplôme de Master Académique En Sciences Economiques, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou ; 2016 :**

هدفت هذه الدراسة تأثير التقنيات الجديدة على النشاط المصرفي، حيث اعتمدا الباحثان على الدراسة الكمية والنوعية على حد سواء، هو تسليط الضوء على الأبعاد التي تسمح بتحليل أنماط سلوك العملاء في مواجهة الخدمات المصرفية الناتجة عن التقنيات الحديثة وتقيم أثرها الأحدث في البنك، حيث اعتمدا على النهج المزدوج نهج قائم على البحث البيليوغرافي لتحديد المفاهيم النظرية المتعلقة بجانب الشركة المصرفية وأنشطتها وعلى الجانب الأخر للتقنيات الحديثة للمعلومات والاتصال، ونهج تجريبي وضع فيه استبيانين أحدهم موجه لعملاء البنك BEA والأخر موجه لموظفي البنوك، ولقد توصلت الدراسة إلى الحاجة إلى استخدام التكنولوجيا المعلومات والاتصالات أمرا بديهيا في القطاع المصرفي، كوسيلة لتحسين التنافسية والإنتاجية وكوسيلة جذب العملاء والاحتفاظ بهم.

02- دراسة ALIMRINA THIZIRI, AGHOUILES FARIAL بعنوان: **L'impact des nouvelles technologies sur l'activité bancaire cas la banque BADR Sidi Aich, En vue l'obtention du diplôme de Master En Sciences Economiques, Université Abderrahmane Mira de bejaia,2021 :**

هدفت هذه الدراسة إلى إظهار أهمية وتأثير التقنيات الجديدة المعلومات والاتصالات NTIC في القطاع المصرفي، حيث اعتمدا الباحثان على التحليل النظري والتجريبي لتحديد المفاهيم النظرية المرتبطة من جهة بالعمل المصرفي وأنشطتها وعلى الجانب الأخر NTIC، والمنهج التحليلي بتحليل الإحصائية المتكونة من دفاتر الشيكات الموزعة في البنك وعدد الشيكات المستخدمة، وقد توصلت الدراسة أن تكنولوجيات المعلومات والاتصالات تأثر على سلوكيات وتوقعات العملاء وكذلك على تنظيم العمل، وتطوير المهن المصرفية، حيث تضاعف حجم مبيعات البنوك واتخاذ قراراتهم على توقعات العملاء وتوصيل معلوماتهم عبر الانترنت، وضمان مراقبة العمليات عن بعد.

الفصل الأول: التكنولوجيا الحديثة في البنوك

- ✓ المبحث الأول: عموميات حول البنوك التجارية.
- ✓ المبحث الثاني: ماهية التكنولوجيا المصرفية.
- ✓ المبحث الثالث: انعكاسات وإدارة التكنولوجيا المصرفية.
- ✓ المبحث الرابع: أثار ومخاطر التكنولوجيا المصرفية على نشاط البنوك

تمهيد:

يعد التقدم التكنولوجي من أهم التغيرات التي ساهمت بشكل واسع في إحداث تغيرات تحويل جدري في نمط العمل البنكي، حيث أصبح الاهتمام أكثر بالاستفادة من أحدث التقنيات التكنولوجية المعلومات والاتصال والحواسيب الآلية وكذا تطويرها بكفاءة عالية بهدف ابتكار خدمات بنكية وتطوير أساليب تقديمها مما يجعل انسيابها من البنوك إلى العميل بطريقة جد سهلة ويسيرة، الأمر الذي يتلاءم مع المتطلبات المعاصرة والمتزايدة لمختلف العملاء من جهة، وتحقيق نمو عالي في حجم عمليات وأرباح البنوك التجارية من جهة أخري.

المبحث الأول: عموميات حول البنوك التجارية:

تعتبر البنوك التجارية من أهم المنشئات المالية المكونة للنظام المالي، ويرجع ذلك إلى أهمية الخدمات البنكية التي تقدمها والتي تمثل أهم الوسائل لإتمام الأنشطة في أي دولة بصرف النظر عن نظامها الاقتصادي، حيث أنها لم تعد ذلك الوسط الذي يقوم بنقل الأموال من أصحاب الفائض إلى أصحاب العجز بل ابتعدت عن ذلك المفهوم التقليدي إلى تقديم أحدث الخدمات تماشيا مع التطورات الحادثة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

المطلب الأول: مفهوم البنوك التجارية:

توجد تعاريف متعددة للبنوك التجارية، يمكن عرض أهمها في ما يلي:

يعتبر البنك التجاري مؤسسة مالية تلعب دور وسيط بين المودعين والمقرضين، وأهم ما يميز البنوك التجارية عن غيرها من المؤسسات الأخرى هو تقديم نوعين من الخدمات تتمثل في تقبل الودائع ومنح القروض لمنشأة الأعمال والأفراد وغيرهم[1].

هي تلك البنوك التي رخص لها بتعاطي الأعمال المصرفية والتي تشمل تقديم خدمات مصرفية لاسيما قبول الودائع بأنواعها المختلفة (تحت الطلب، توفير لأجل، وخاضعة لإشعار) واستعمالها مع الموارد الأخرى للبنك في الاستثمار كليا وجزئيا بالاقتراض أو بطريقة أخرى يسمح بها القانون[2].

ويعرف المصرف بأنه مؤسسة نقدية تقبل الودائع وتمنح القروض وتقدم خدمات مصرفية متنوعة للعملاء، وبهذا المعنى فإن المصرف يتولى مهمة تعبئة المدخرات من الأفراد والوحدات الاقتصادية المختلفة التي تمثل جهات الفائض وتقديم القروض للوحدات الاقتصادية من أفراد وشركات وحكومة التي تمثل وحدات العجز، وبنفس الوقت تقدم البنوك التجارية خدمات حديثة ومتنوعة لعملائها تتمثل في تحويل العملات وتقدم استشارات للعملاء ودفع أجور الماء والكهرباء وإدارة المحفظة المالية نيابة عن العملاء ومنح البطاقة الائتمانية وتأجير الخزانات الحديدية وخصم الأوراق التجارية كالسندات والكمبيالات وتحصيل مستحقات العميل ودفع الديون المترتبة عليه[3].

---

[1] الطاهر لطرش، **تقنيات البنوك**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001، ص12.

[2] خالد أمين عبد الله، **العمليات المصرفية الطرق المحاسبية الحديثة**، دار وائل للنشر، الأردن، 1998، ص35.

[3] هيل عجمي جميل الجنابي، رمزي ياسين يسع أرسلان، **النقود والمصارف والنظرية النقدية**، الطبعة الأولى، دار وائل لنشر، 2009، ص106.

المطلب الثاني: أهداف البنوك التجارية:

يسعى أي بنك تجاري لتحقيق ثلاث أهداف رئيسية هي:

أولا: الربحية: يسعى البنك لتحقيق هدف زيادة قيمة ثروة مالكيه عن طريق تحقيق أرباح ملائمة أي لا تقل عن تلك التي تحققها المشاريع الأخرى التي تتعرض لنفس الدرجة من المخاطر، وتوزيعها عليهم بعد الاحتفاظ بجزء منها على شكل احتياطات إجبارية واختيارية ومخصصات متنوعة وأرباح غير معدة للتوزيع.

ولكي يحقق البنك هذه الأرباح فعليه أن يوظف الأموال التي حصل عليها من المصادر المختلفة وأن يخفض نفقاته لأن الأرباح هي الفرق بين الإيرادات الإجمالية والنفقات الإجمالية بحيث أن الإيرادات الإجمالية للبنك تتكون من نتائج عمليات الاقتراض والاستثمار التي يقوم بها البنك بالإضافة إلى الأرباح الرأسمالية التي تنتج عن ارتفاع القيمة السوقية لبعض أصوله، أما نفقات البنك فتتمثل في نفقات إدارية تشغيلية، والفوائد التي يدفعها الأفراد لديه بالإضافة إلى الخسائر الرأسمالية التي قد تنشأ عن انخفاض القيمة السوقية لبعض أصوله والقروض التي يعجز عن استردادها وتتركز المصلحة الاقتصادية في تحقيق أكبر فائض ممكن بين إيراداته الإجمالية ونفقاته المختلفة ويسعى البنك إلى تحقيق هذا الهدف عن طريق تقليل نفقاته من ناحية وعن طريق تحقيق أكبر إيراد إجمالي ممكن من ناحية أخري[1].

ثانيا: السيولة:[2]وهي تمثل مقدرة البنك على الاحتفاظ في أي وقت بتوازن بين المبالغ المودعة والمبالغ المسحوبة، بمعنى أنه يكون على استعداد لتلبية طلب السحب في أي لحظة، باعتبار أن الجانب الأكبر من موارده تتمثل في ودائع تستحق عند الطلب، فنقص السيولة سوف يؤدي إلى الدخول في وضعية الخطر، وعدم القدرة على تلبية طلبات السحب تعني الإفلاس، لهدا يستوجب عليه عدم تأجيل سداد المستحقات، فمجرد إشاعة عن عدم توفير السيولة تكفي لزعزعة ثقة عملائه، مما قد يدفعهم لسحب ودائعهم وهو ما يعرضه للإفلاس، لهذا على البنك أن يؤمن نفسه من خطر السيولة وأن لا يغامر بتوظيف كل أمواله لتحقيق الربح فقط، وإنما عليه ترك جزء منها لمواجهة طلبات السحب المفاجئة.

ثالثا: الأمان: يتسم رأس مال البنوك التقليدية بالصغر إذ لا تزيد نسبته إلى صافي الأصول عن عشرة بالمائة وهذا يعني صغر حافة الأمان بالنسبة للمودعين الذين يعتمد البنك على أموالهم كمصدر للاستثمار ولا يستطيع أن يستوعب خسائر تزيد عن قيمة رأس المال، فإذا زادت الخسائر عن ذلك فقد تستهلك جزء من أموال المودعين والنتيجة إعلان إفلاس البنك.

---

[1] رضوان روانة، نبيل فيزة، **مدى تطبيق الاتجاهات الحديثة للتسويق المصرفي في البنوك التجارية (دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية فرع جيجل)**، مذكرة ماستر، علوم تجارية، تخصص تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسير، جامعة جيجل، 2015، ص ص 29، 30.

[2] مصطفى رشدي سيحة، **الوجيز في الاقتصاد النقدي والمصرفي**، الدار الجامعية الجديدة للنشر، الإسكندرية، 1998 ص139.

إن ما نستخلصه من الأهداف الثلاثة هو وجود تعارض واضح بينهما فتحقيق هدف السيولة معناه الاحتفاظ بجزء أكبر من الموارد المالية في شكل نقدي، وبالتالي التراجع عن التوسع في الاستثمار وزيادة منح القروض، وبالتالي عدم تحقيق معدلات أعلى من الربحية، وهو أثر سلبي على هدف البنك والعكس صحيح، إذا أراد البنك التوسع في عملية الاستثمار ومنح القروض فهذا سيؤدي إلى التأثير على هدف السيولة، وبالتالي فإنه هناك تعارض بين أهداف البنوك التقليدية.

ولإحداث التوازن والتوافق بين الأهداف لابد أن تتقيد البنوك التقليدية بتوجيهات وقرارات البنك المركزي، خصوصا في جانب توفير السيولة لمواجهة طلبات المودعين.

وبالتالي يمكننا القول إن الربحية هو الهدف الرئيسي للبنوك التقليدية، بينما السيولة والأمان هما شرطان أو عاملان لتحقيق هدف الربحية[1].

المطلب الثالث: وظائف البنوك التجارية:

لقد تغيرت وظائف البنوك التجارية، فبعدان كانت مجرد محل تجمع فيه الأموال وتقرض إلى الغير، إلى محل متعدد الوظائف والخدمات، وهذا راجع إلى التطور الذي عرفه الاقتصاد، مما جعل البنوك تعتمد على عدة تقنيات وأدوات لمواكبة هذا التطور وضمانا لبقائها في جو المنافسة والتصدي لمختلف المخاطر التي تحدق بها، فهي بذلك تسعى إلى استعمال وسائل شتى لمحاولة إغراء متعامليها وعملائها وهذا بتقديم خدمات نفعهم وتزيد في ثقتهم ببنكهم، وتعود هذه الخدمات على البنك بفوائد مما يتقاضاه هذا الأخير من عمولة وأجر من جراءها، ومنه يمكن تقيم وظائف البنك إلى وظائف كلاسيكية وأخرى حديثة.

أولا: الوظائف الكلاسيكية:

وتتمثل الوظائف الكلاسيكية للبنوك التجارية أساسا فيما يلي:

- **قبول الودائع:** حيث تعتبر من أهم الوظائف التي تؤديها وتقوم بها البنوك التجارية وأهم مورد بالنسبة لها، وهي كل ما يتلقاه البنك من الأفراد، الهيئات من الأموال وبصفة مؤقتة والودائع أنواع عديدة نذكر منها:

1- الودائع الجارية (ودائع تحت الطلب): هي حسابات تفتح للعملاء والقصد منها أن تستوعب عملياتها اليومية من القبض ودفع وغير ذلك ولكثرة هذا النوع من الودائع فهي تمثل نسبة هامة من مجموع ودائع البنوك ومن ميزانيتها، ويمكن للعميل السحب والإيداع فيها متى شاء العمل ودون قيد أو شرط[2].

[1] بوعتروس عبد الحق، **الوجيز في البنوك التجارية**، بهاء الدين للنشر والتوزيع، 2000 م، قسنطينة، الجزائر، ص15.

[2] نفس المرجع، ص ص 29، 30.

2- الودائع لأجل: يمكن لأي شخص لديه أموال أن يوظفها لدي البنك بفتحه حسابا بالأجل ومن ميزاته ألا يمكن السحب منه إلا بعد انقضاء المدة المتفق عليها بين العميل والبنك ومدة التوظيف في حساب الأجل تتراوح بين شهر كحد أذني و50 سنة كحد أقصى، معدل الفائدة يتوقف على مبلغ الوديعة وفترة الإيداع[1].

3- ودائع التوفير (حسابات التوفير): هذا الحساب يفتح عدة للأفراد لتشجيعهم على الادخار مقابل فائدة معينة تدفع للمودع وفي أوقات معينة متفق عليها مسبقا، تكون هذه الفوائد وسطا بين الفوائد المدفوعة إلى بعض الحسابات تحت الطلب والفائدة المدفوعة على حسابات لودائع لأجل، وتحسب شهريا وتضاف إلى الرصيد في نهاية كل ستة أشهر أو سنة.

4- ودائع بإخطار: العميل له الحق في سحب وديعته بإشعار مسبق موجه إلى البنك وقد تكون مدته أسبوعا أو أسبوعين أو حتى أكثر، وتدفع البنوك فائدة على هذا النوع من الودائع بمعدل أقل من الودائع لأجل[2].

- منح الائتمان: إن أهم الأنشطة المدرجة التي تمارسها البنوك التجارية هي منح الائتمان والمعني لكلمة الائتمان معناه "منح الثقة" أما المعني الاقتصادي فيقصد به "منح المدين أجلا لدفع الدين". فبعدما تقوم البنوك التجارية بجمع الأموال عن طريق قبول الودائع فإنها تسعى إلى استخدامها وتشغيلها مع مراعاة مبدأ التوفيق بين السيولة والربحية[3].

ثانيا: الوظائف الحديثة:

تقوم البنوك التجارية بمجموعة من النشاطات الحديثة أهمها:

- تقديم خدمات استثمارية للمتعاملين: تقوم البنوك التجارية بدراسة الأوضاع المالية المطلوبة لملف قرض، وتحدد المثل منه للتمويل المطلوب وكذلك طريقة السداد، وتصل للمتعاملين عمليات الاستيراد والتصدير للسلع والأجهزة والمشاركة في إعداد التشريعات الجمركية والضريبة[4].

- إصدار البطاقات الائتمانية: من أشهر الخدمات للبنوك التجارية، فهي تمنحهم بطاقة بلاستكية تحتوي معلومات تستعمل في اقتناء حاجياته اليومية من محلات متفقة مع البنك، ويتقاضى المصرف عمولة من المحل أو المعامل ما لم يسدده.

- الاعتماد السندي: تكليف المستورد لبنك لبلده بعمل ترتيبات لاعتماد مبلغا معينا للمصدر يوضع تحت تصرفه مقابل تقديمه مستندات شحن بضاعة متفق عليها خلال مدة[5].

---

[1] صلاح الدين عبد الباقي، **الاتجاهات الحديثة للبنوك**، الدار الجامعية للنشر، مصر، ص 324.

[2] بوعتروس عبد الحق، مرجع سابق، ص 40.

[3] نفس المرجع، ص 45.

[4] عبد الحميد عبد المطلب، **البنوك الشاملة**، ط1، الإسكندرية؛ 2000، ص 112.

[5] محمد الرفق عبد السلام، **الأقسام المختلفة للبنوك التجارية**، 1998، ص 9.

بالإضافة إلى هذه الوظائف الحديثة تضاف إليها وظائف أخري مثلا:

– **وظيفة التوزيع:** يقوم المصرف التجاري دون غيره من المؤسسات الأخرى في المجتمعات ذات الاقتصاد الموجه، بتوزيع كافة الأموال اللازمة للإنتاج أو إعادة الإنتاج.

– **وظيفة الإشراف والرقابة:** يقوم المصرف التجاري كذلك بتوجيه الأموال المتداولة إلى الاستخدام المناسب، مع مراقبتها للتأكد من أنها حققت الهدف المرجو منها[1].

المبحث الثاني: ماهية التكنولوجيا المصرفية:

يعتبر مصطلح التكنولوجيا المصرفية من أكثر المفاهيم الاقتصادية والاجتماعية استخداما في الدارسات المعاصرة كأحد العوامل المؤثرة على منضمات الأعمال بصفة عامة وعلى البنوك بصفة خاصة، ويتم استخدام لفظ تكنولوجيا للتعبير عن معان متعددة.

المطلب الأول: مفهوم التكنولوجيا المصرفية:

لقد تعددت تعاريف التكنولوجيا في المجال المصرفي، ويمكن ذكر أهم التعاريف ما يلي:

أولا: تعريف التكنولوجيا المصرفية:

التكنولوجيا المصرفية هي رصيد المعرفة الذي يسمح بإدخال آلات ومعدات وعمليات وخدمات مصرفية جديدة ومحسنة، وعلى دلك يضم مصطلح التكنولوجيا في الميدان المصرفي مجالين الأول هو تكنولوجيا الثقيلة وتشمل الآلات والمعدات المصرفية والبرامج، وثاني هو التكنولوجيا الخفيفة وتشمل الدراية والإدارة والمعلومات والتسويق المصرفي[2].

وتتضمن التكنولوجيا استخدام الطرق والوسائل اللازمة لتقديم الخدمة المصرفية بالاعتماد على المعارف والمهارات والخبرات المتاحة والتي يمكن استيرادها من الخارج.

وتهتم التكنولوجيا في المجال المصرفي بالاستفادة من الحقائق العلمية ووضعها موضوع التنفيذ العلمي بحيث تساهم في[3]:

1- تطوير الخدمات المصرفية الحالية.

---

[1] خالد أمين عبد الله، **العمليات المصرفية**، ط1، عمان، 2000، ص 37.

[2] أ.حمو محمد ,أ.زيدان محمد: **إدارة التكنولوجيا المصرفية من أجل تحسين تنافسية البنوك, مع الإشارة إلى البنوك الجزائرية**, مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية ، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية جوان 2016, ص 86.

[3] الدكتور توبين علي،**دور التكنولوجيا المصرفية في ظل تحرير الخدمات المصرفية**، مجلة الاقتصاد الجديد, العدد 6 ماي 2012 ص 250.

2- تقديم خدمات مصرفية جديدة.

ثانيا: خصائص التكنولوجيا المصرفية:

من خلال التعريف التكنولوجيا في المجال المصرفي يمكن تحديد أهم خصائصها فيما يلي

- إن التكنولوجيا المصرفية هي مجموعة من المعارف والمهارات والطرق والأساليب المصرفية.

- أن هذه المعارف والمهارات والطرق والأساليب قابلة للاستفادة منها بالتطبيق العلمي في المجال المصرفي.

- إن التكنولوجيا بمفاهيمها المختلفة ليس هدفا في حد ذاته بل هي وسيلة يستخدمها البنك لتحقيق أهدافه وغاياته.

- إن الخدمة المصرفية هي المجال الرئيسي لتطبيق التكنولوجيا.

- لا يقتصر تطبيق التكنولوجيا على المجال المصرفي أداء المصرفية بل يمتد إلى الأساليب الإدارية[1].

ثالثا: مراحل تطور التكنولوجيا المصرفية:

مر استعمال التكنولوجيا في البنوك بست مراحل حتى وصلت إلى ما هي عليه اليوم في العالم المصرفي الحديث وهي:

1- **مرحلة الدخول:** وهي المرحلة التي دخلت فيها التكنولوجيا إلى أعمال البنوك، بغرض إيجاد حلول لبعض المشاكل المصرفية كتأخير في إعداد التقارير المالية والمحاسبية، وهنا بدأ الأخصائيون في شؤون التكنولوجيا في الدخول إلى البنوك لإيجاد حلول لهذه المشاكل، وهو ما فرض على البنوك المزيد من الاستثمار.

2- **مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا:** وهي المرحلة التي تم خلالها البدء بتعميم الوعي بالتكنولوجيا على كافة العاملين في البنك، وذلك من خلال التدريب الداخلي والخارجي، وكان الهدف من هده المرحلة التحضير لدخول أوسع للتكنولوجيا إلى العمل المصرفي[2].

3- **مرحلة الدخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات الزبائن:** وهي المرحلة التي بدأت فيها البنوك باستخدام التكنولوجيا في التوفير الفوري للخدمات المقدمة لزبائنها، وأصبحت هذه العملية ممكنة بفعل دخول صناعة الاتصالات إلى العمل المصرفي، وتميزت هذه المرحلة ببدء اهتمام الإدارة العليا بالتكنولوجيا نظرا للتكاليف المتزايدة التي تتطلبها هذه المرحلة من جهة والتعقيدات التي نتجت عن سير العمل من جهة ثانية.

---

[1] بونايرة راضية، صادو أسامة، **دور تقنيات الدفع الالكتروني في تفعيل نشاط البنك التجاري دراسة حالة البنك الوطني الجزائري _وكالة جيجل 671_** مذكرة ماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، ص 60، 61.

[2] جو سروع، **الإدارة الاستراتيجية للتكنولوجيا المصرفية**، مجلة اتحاد المصارف العربية، ديسمبر2003، ص 20.

4- **مرحلة ضبط التكاليف:** وهي المرحلة التي بدأت البنوك فيها عملية ضبط الاستثمار في التكنولوجيا الأمر الذي استدعى الاستعانة بأخصائيين واستشاريين في شؤون التكنولوجيا من أجل المساعدة على فهم هذه التكنولوجيا، وبتالي اكتشاف طرق الاستفادة منها بشكل يتلاءم والاستثمار فيها.

5- **مرحلة اعتبار التكنولوجيا أصلا من أصول البنك:** إن المرحلة السابقة وما لازمها من اهتمام كبير بمختلف نواحي التكنولوجيا ومن قبل جميع المسئولين في البنك قد قاد إلى هده المرحلة باعتبار التكنولوجيا أصلا كباقي أصول البنك، وعليه يجب أن يجني هذا الأصل مردودا كباقي الأصول، وهنا بدأت إدارة التكنولوجيا[1].

6- **مرحلة اعتبار التكنولوجيا عملا ضمن أعمال البنك:** وهي المرحلة التي بدأت فيها الإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا داخل البنك، والتي ارتكزت على تفعيل الإنتاجية على الصعيد الداخلي وتحسين الضبط على الصعيد العلمي وتسويق التكنولوجيا على الصعيد الخارجي، وما عزز هدا الاتجاه العوامل التالية:

- إن التكنولوجيا لم يقتصر استخدامها كما في السابق على قطاع الأعمال الخلفية بل أنها تقدمت بسرعة إلى الأعمال الأساسية للبنوك وعلى تنوعها.
- تصاعد أهمية الخدمات المصرفية بالتجزئة كميدان أساسي ضمن أعمال البنوك والتي تعتمد بشكل أساسي على التكنولوجيا المتقدمة.
- الاعتماد المتنامي للأعمال المصرفية على الوسائط الالكترونية لتلبية احتياجات الزبائن المتنامية.
- البحث المستمر من قبل البنوك عن الطرق الكفيلة بتحسين دخلها وربحيتها الإجمالية، حيث أصبح واضحا أن استخدام التكنولوجيا المتقدمة على النحو رشيد يساهم في رفع الكفاءة التشغيلية للبنوك ويعزز فعالية إدارتها والرقابة على أعمالها.
- أن التكنولوجيا باتت أداة لإدارة البنك من اجل الاطلاع ومراقبة حسن سير الأعمال على النحو المنشود، ومن اجل إعداد التقارير المناسبة الخاصة بدلك.
- إن التكنولوجيا أصبحت أداة لضمان كفاءة وفعالية العمل على المستوى العام للبنك وتحديد نقاط القوة والضعف، لتمكين الإدارة من رسم وتنفيذ السياسات الكفيلة بالتغلب على نقاط الضعف وتصويب مسار العمل[2].
- الاهتمام الكبير للجنة بازل بمخاطر التشغيل وبالإدارة الإستراتيجية لمخاطر التكنولوجيا المصرفية للحيلولة دون فشل أو تعطيل الأنظمة التكنولوجيا، لما لذلك من انعكاسات سلبية على عمل البنك[3].

---

[1] وسيم محمد الحداد وآخرون، **الخدمات المصرفية الالكترونية**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 58.

[2] أ.حمو محمد ,أ.زيدان محمد: **إدارة التكنولوجيا المصرفية من أجل تحسين تنافسية البنوك**، مرجع سابق الذكر، ص 87.

[3] محمد حمو, **أثر اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المالية والمصرفية على الصناعة المصرفية بالبنوك الجزائرية**, مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف, ص 33، 34، 35.

المطلب الثاني: أشكال التكنولوجيا المصرفية:

لقد ظهرت أشكال عديدة للتكنولوجيا برزت من خلالها صور مختلفة لاستخدامات التكنولوجيا المصرفية والتي يمكن إجمالها في اتجاهين هما[1]:

أولا: وسائل ونظم الدفع الالكترونية: توجد عدة تطورات في أساليب تقديم الخدمات المصرفية من خلال وسائل ونظم الدفع الالكترونية المختلفة وخاصة بعد انتشار عمليات التجارة الالكترونية وتطورها على الصعيد العالمي والتي من أهمها:

1- البطاقات البلاستكية: هي أداة مالية تسويقية تتفوق بفعاليتها على الأدوات التقليدية في التعامل المالي، فهي تعد منافس قوي لصك، ومن أهم أنواع البطاقات البلاستكية: بطاقات الائتمان المصرفية، بطاقة الدفع الفوري، بطاقة السفر، البطاقة الذكية.

ويحقق التعامل بالبطاقات البلاستكية العديد من المنافع منها:

- الأمان: أنها أكثر أمانا من حمل النقود أو الدفتر الشيكات.
- المرونة: يستطيع حاملها أن يسحب مبالغ نقدية من أي بنك.
- الربحية: تعتبر البطاقات البلاستكية مصدرا رئيسيا من مصادر ربحية البنك.

2- النقود الرقمية (الالكترونية): وهي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات إلكترونية وتخزن في مكان آمن جدا على جهاز الكومبيوتر الخاص بالزبون والذي يعرف باسم المحفظة الالكترونية.

3- الشيكات الالكترونية:[2]يعرف الشيك الالكتروني على انه المكافئ للشيكات الورقية التقليدية التي اعتدنا التعامل بها والشيك الإلكتروني هو رسالة الكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله) ليعتده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنت، ليقوم البنك أولا بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك، وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادته إلكترونيا إلى مستلم الشيك(حامله) ليكون دليلا على أنه قدتم صرف الشيك فعلا، ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد إلكترونيا من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه.

ثانيا: قنوات الاتصال وخدمات الصيرفة الإلكترونية[3]:

إن التطورات التكنولوجية أثرت على وسائل الاتصالات بين المصرف والزبون أيضا، حيث سرعت عملية الاتصال بين الطرفين، كما أنه أصبح بالإمكان إبقاء الإدارة على اتصال حتى مع ابعد الوحدات ومن بين أهم قنوات الاتصال والخدمات المصرفية الالكترونية التي تقدم من خلالها ما يلي:

---

[1] أ. حمو محمد ، أ د.زيدان محمد ، **إدارة التكنولوجيا المصرفية من اجل تحسين تنافسية البنوك** ، مرجع سبق ذكره، ص 87، 88.

[2] بريش عبد القادر، **التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمة المصرفية وزيادة القدرات التنافسية للبنوك الجزائري**، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، فرع نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2006، ص 145.

[3] أ. حمو محمد، أ د.زيدان محمد، **إدارة التكنولوجيا المصرفية من اجل تحسين تنافسية البنوك**، مرجع سبق ذكره، ص88.

- المصرف المنزلي.
- التحويل الالكتروني للأموال.
- العمليات المصرفية بواسطة الانترنت.
- الهاتف المصرفي.

المطلب الثالث: عوامل استخدام التكنولوجيا في البنوك:

تختلف قدرة البنوك على استخدام التكنولوجيا الحديثة والجديدة أو نقل تكنولوجيا متطورة مستخدمة في أماكن أخرى وذلك لعوامل عديدة أهمها[1]:

- مدى القدرة المالية للبنك والتي تحدد مدى توافر المخصصات المالية لتمويل برامج التطوير أو شراء تكنولوجيا جديدة.
- المستوى المعرفي لكافة العاملين بالبنك على اختلاف خصائصهم ومستوياتهم.
- تأثر القطاع المصرفي بمجموعة من نتائج القوى التكنولوجية المتاحة والتي كان من نتائجها تحسين وتعزيز مستوى تقديم الخدمات المصرفية للعملاء.
- العلاقة الوثيقة بين التقدم التكنولوجي ومعدل النمو الاقتصادي في أي دولة، حيث قوى التكنولوجية هي دعامة الاقتصاد، وكلما تطورت زاد الاقتصاد قوة.

المبحث الثالث: انعكاسات وإدارة التكنولوجيا المصرفية:

لقد ازدادت وتعقدت التكنولوجيا وانعكست إدارتها على مختلف أنشطة منظمات الأعمال بصفة عامة والمالية والمصرفية بصفة خاصة، هذه الأخيرة تركت انعكاسات على القطاع المالي والمصرفي، وعلى أداء البنوك، وبالتالي فإن لهذه التكنولوجيا مخاطر.

المطلب الأول: انعكاسات التطور التكنولوجي المصرفي:

كان للتطور التكنولوجي المصرفي انعكاسات على العديد من المتغيرات كتنظيم البنوك وإدارتها، والعمالة وما يتطلبه ذلك من بحوث التطوير نوردها فيما يلي:

[1] محمد حمو، **أثر اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المالية والمصرفية على الصناعة المصرفية بالبنوك الجزائرية** مرجع سابق الذكر، ص 29.

أولا: من الجانب التنظيمي: أدى التطور التكنولوجي المصرفي إلى[1].

- ازدياد الحاجة للعمالة غير المباشرة، فضلا عن ظهور الحاجة إلى وظائف جديدة مثل أخصائيو البحوث والتطوير وفنيو الصناعة للتعامل مع التجهيزات الأكثر تعقيدا.
- ظهور الحاجة إلى إعادة تصميم الوظائف، ومن ثم إعادة تحليلها ووصفها.
- ظهور الحاجة إلى تغيير الأداء بالوظائف الجديدة، حيث إن إدخال الآلات الأكثر أوتوماتيكية من شانه إن يساهم في زيادة التكلفة الرأسمالية أو تكلفة الاستثمار في الآلات وزيادة مخصصات الامتلاك.
- قد يؤذي التطور التكنولوجي إلى خفض وقت أداء عملة معينة، وهو ما يتطلب إعادة تصميم أو تحديد معايير أداء الخدمة.

ثانيا: انعكاسات التطور التكنولوجي على العمالة المصرفية: فمن الطبيعي إن يؤذي التغير في التجهيزات إلى تغيير في هيكل العمالة، حيث إن التحول إلى الآلات الأكثر أوتوماتيكية سيقلل من إعداد العمالة اليدوية وغير الماهرة عموما، لكنه سيزيد من العمالة الفنية في مجال التشغيل والصيانة[2].

ثالثا: برامج البحث والتطوير: أدى التطور التكنولوجي لازدياد الحاجة إلى برامج البحوث والتطوير، حيث اقترنت التطورات التكنولوجية بالإنفاق على هذه البرامج وما يتطلب ذلك من إنشاء وتطوير وحدات للبحث والتطوير من خلال مزيج متكامل من التكنولوجيا التعليم والتدريب المصرفي[3].

المطلب الثاني: الإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا المصرفية:

تعمل البنوك بطبيعة نشاطها في بيئة حادة التنافس، خاصة مع إدخال التكنولوجيا المتقدمة في هذا المجال، الأمر الذي استدعى حزمة من الاستراتيجيات والعمل على إدارتها، كان من بينها الإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا المصرفية لما لهذه الأخيرة من تكلفة تتطلب مردود يتناسب مع هذه التكلفة.

أولا: مفهوم الإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا في البنوك:

في البداية من الأهمية الإشارة إلى مفهوم الإدارة الإستراتيجية، حيث تعرف هذه الأخيرة على أنها مجموعة من القرارات والنظم الإدارية التي تحدد رؤية ورسالة المنظمة في الأجل الطويل في ضوء ميزتها التنافسية وتسعى إلى تنفيذها من خلال دراسة ومتابعة وتقييم الفرص والتهديدات البيئة وعلاقتها بالقوة والضعف التنظيمي وتحقيق التوازن بين مصالح الأطراف المختلفة.

---

[1] محمد حمو، **أثر اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المالية والمصرفية على الصناعة المصرفية بالبنوك الجزائرية**، مرجع سبق ذكره، ص-ص 31-32.

[2] أ. حمو محمد، أ د.زيدان محمد، **إدارة التكنولوجيا المصرفية من اجل تحسين تنافسية البنوك**، مرجع سبق ذكره، ص89.

[3] نفس المرجع، ص 89.

ويقصد بالإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا المصرفية إيجاد طرق وسبل تكفل إعطاء مردود للتكنولوجيا شأنها شأن أي أصل أخر من أصول البنك[1].

ثانيا: آليات الإدارة الإستراتجية للتكنولوجيا في البنوك:

هناك مجموعة من الآليات تمكن البنوك من إدارة التكنولوجيا المتقدمة، على البنوك الالتزام بها للتقليل من الانعكاسات السلبية والمخاطر الناجمة على استخدام هده التكنولوجيا في مجال عملها ومن مخاطر الآليات نذكر ما يلي[2]:

– تحديد البنك إستراتيجية تجاه الصيرفة الالكترونية أو تقديم الخدمات المصرفية عبر فروعه، وبتالي طريقة ارتباط بالزبون، هل من خلال الركائز والوسائط الالكترونية، أومن خلال الفروع المصرفية، أو من خلالهما معا، والعمل المصرفي الإلكتروني يجب أن ينظر إليه على انه يوجب إعادة هندسة للبنك وعمله، مع تأكد البنك من الحفاظ على زبائنه لضمان التواصل بينه وبينهم، مع التوضيح لهؤلاء الزبائن أن استخدام البنك للركائز والوسائط الالكترونية هو بغرض تسهيل أعمالهم وتلبية متطلباتهم وليس كقناة لمنع الاحتكاك الدائم بينهم وبين البنك، أي إن العمل المصرفي الالكتروني يجب أن يكون أداة مساعدة وليس أداة طاردة.

– ضرورة الاختيار بين امتلاك برامج جاهزة أو تطويرها داخل البنك، فالعمل المصرفي لا يتطلب بالضرورة سعي البنوك إلى تطوير برامج معلوماتية داخلية، بل يمكنها الاعتماد على الشركات المتخصصة في الميدان التكنولوجي لتأمين احتياجاتها من برامج، وتؤكد التجارب العالمية أن شراء البرامج الجاهزة هو الطريقة الأكثر فعالية لامتلاك البرامج سواء من زاوية تخصيص الموارد أو فترة التسليم أو التكلفة، كما أن عملية شراء البرامج الجاهزة تمكن البنوك من التطوير الدائم لبرمجها لتساير متطلبات واحتياجات العصر.

– ضرورة امتلاك القدرة لاختيار أكبر مجموعة من الأنظمة ذات الهندسة المتنوعة، فبالإضافة إلى اختيار البرامج الجاهزة على البنك اختيار الأجهزة المناسبة على أساس الاعتبارين التاليين:

1– إتاحة الفرصة أمام البنك لاختيار بين الشركات المصنعة للأجهزة، بحث لا يبقى البنك رهبن شركة واحدة، كما أن الاختيار يعني المنافسة بين الشركات المصنعة للأجهزة ولما فيه من مصلحة للبنك فما يتعلق بسعر ونوعية الخدمة وحداثة التكنولوجيا المستعملة.

2– إمكانية توسيع الأنظمة وتطويرها لتساير العمل المصرفي.

– ضرورة مراعاة الاختلاف بين رجال البنوك ورجال التكنولوجيا، فالبنك ليس قاعة عرض للتطورات التكنولوجية، وأن التكنولوجيا ليست هدفا في حد ذاته، بل عنصرا واحد لتمكين البنوك من تنفيذ أعمالها بكل كفاءة وفعالية وتعزيز ربحيتها الإجمالية، فمسؤولية اختيار التكنولوجيا الملائمة للبنك تقع على عاتق الرئيس

[1] جو سروع، **الإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا المصرفية**، مرجع سبق ذكره؛ ص 20.

[2] أ. حمو محمد، أ د. زيدان محمد، المرجع سبق ذكره، ص 90.

التنفيذي للبنك، فلا ينبغي عليه اختيار أحدث الأجهزة والبرامج، ولهدا لابد من وجود جسر للتحاور ما بين مدراء عمل البنوك وأخصائي التكنولوجيا بما يخدم المصلحة العامة لهذه البنوك، وان تطلب الأمر إنشاء إدارة متخصصة في اقتناء التكنولوجيا والأجهزة والبرامج التي من شأنها تساعد على استثمار تكنولوجي مصرفي له عائد مرغوب فيه[1].

– الأخذ بعين الاعتبار مدى استعداد العملاء لمواكبة التغيير الحاصل في العمل المصرفي لتكنولوجيا المتجددة، إذ أن العمل المصرفي الحديث يتطلب تغيير ثقافة ألموظفي البنك في خدمة الزبائن، وقبول هؤلاء لهذا التغيير يشكل شرطا أساسيا لنجاح استثمار البنك في التكنولوجيا المتطورة يعتمد على المراقبة الدقيقة والمتابعة المتواصلة لهده العملية، الأمر الذي يدفع البنك إلى القيام بالمراجعة دورية للنشاط الإحصائي الخاص بالمنتجات والخدمات التي قدمها ببدائل التوزيع الجديدة لحين تأكده من أن عدد العمليات المقدمة من طرف الموظفين في البنك هي في تراجع مستمر ولصالح قنوات التوزيع الالكترونية.

– التحوط ضد المخاطر، كما سبق وأن أشرنا إن استخدام التكنولوجيا في الميدان المصرفي ليخلو من بعض المخاطر والمحاذير تكبدت البنوك والمؤسسات المالية من جرائها خسائر تع بالمليارات الدولارات في كل سنة، ولهدا يجب على البنك أ، يحرص على تأمين تقنيات فعالة لتوفير الحماية والأمن والسلامة المصرفية والمالية للتقليل من هذه المخاطر ومجابهتها[2].

المبحث الرابع: آثار ومخاطر استخدام التكنولوجيا المصرفية على أنشطة البنوك:

تحدث التكنولوجيا مجموعة من الآثار على النشاط البنكي العالمي، وقد ساهمت في تحقيق مكاسب كبيرة للقطاع البنكي حيث اشتدت المنافسة بين البنوك لتقديم الخدمات ذات جودة عالية وسرعة فائقة وتكلفة بسيطة، كما كان للابتكارات التكنولوجية الحديثة أثر كبير على سهولة تسويق المنتجات البنكية وتحسين صورتها بالإضافة إلى القدرة على إيصال الخدمة والمعلومة بشكل أسرع للعملاء في أي مكان للعالم، مما ساعد في تفاعلية الشبكات المعلوماتية وعلى نطاق أوسع بطريقة لم يسبق لها مثيل، حيث تختلف تأثيرات التكنولوجيا حسب نشاط البنك وهي متعددة.

المطلب الأول: اثار استخدام التكنولوجيا المصرفية على الأنشطة البنكية

أولا: تأثير التكنولوجيا المصرفية على الأنشطة التنظيمية: تتمثل أهم تأثيرات التكنولوجيا المصرفية على الأنشطة التنظيمية فيما يلي:

[1] السيد إسماعيل، **الاستثمار المصرفي التكنولوجي، التكنولوجيا المصرفية تكلفة وعائد وليست وجاهة**، مجلة البنوك، القاهرة، العدد الواحد والأربعين، أوت 2004، ص 23.

[2] أ. حمو محمد، أ د. زيدان محمد ، المرجع سبق ذكره، ص ص 90، 91.

– يؤدي استخدام الكمبيوتر إلى تحقيق درجة أعلى من التكامل وترابط بين الأنشطة التنظيمية المختلفة كالربط بين الإنتاج والتسويق، المالية والمحاسبة.
– يمكن استخدام الكمبيوتر من إحداث تغيرات في مجال الأنشطة المكتبية والكتابية وتدفق العمليات الروتينية ونوعيات النماذج والسجلات المستخدمة، فهده الأنشطة تتصف عادة بضخامة حجمها وانتشارها في كل أركان التنظيم، ومن ثم تزايد عدد الأفراد العاملين بها والوقت المستغرق فيها ومن أمثلة هده الأنشطة إمساك الحسابات، حسابات الأجور والعملاء.

وقد يترتب عن استخدام التكنولوجيا المصرفية أثار بارزة على التنظيم:

– انخفاض عدد الأفراد العاملين في تلك النشطات؛
– تعزيز في نوعيات المهارات اللازمة للعاملين؛
– سرعة انجاز العمليات ومن ثم تخفيض التكاليف؛
– زيادة إنشاء نظم متكاملة تعتمد على بنوك المعطيات وترشيد عمليات اتخاذ القرار في البنك

ثانيا: تأثير التكنولوجيا المصرفية على الأنشطة التسويقية: أدى إدخال التكنولوجيا في البنوك إلى التأثير على المجلات التسويقية من خلال ما يلي[1]:

– المزيج التسويقي: ويشمل عدة جوانب، الأول يتعلق بالمنتج ويقوم على إدخال خدمات ومنتجات جديدة حسب رغبة العميل، الثاني يتعلق بالسعر من خلال تقديم أسعار خاصة، مسائل قانونية وضريبية، تحليل سلوك المشتري الترويج عن طريق دعائم إشهارية جديدة، تغطية كاملة، إشهار تفاعلي، البريد المباشر والمكان بالوساطة، مكان بيع افتراضي، قوى بيع مرتكزة على الكمبيوتر، اتصال دائم بالزبون وقنوات توزيع جديدة؛
– إغراء العملاء بشراء خدمات بنكية جديدة مما يؤدي إلى خلق طلب جديد على أسواق جديدة وعملاء جدد مع إمكانية الوفاء باحتياجاتهم المصرفية الحديثة؛
– ترشيد الإنفاق والمعلومات المقدمة للعملاء.

ثالثا: تأثير التكنولوجيا المصرفية على عمليات الخدمة البنكية: تبدو تأثيرات التكنولوجيا المصرفية على عمليات والأنشطة البنكية واضحة للزبون، وهناك تأثير نشاط غير واضح بدء من المكاتب الخلفية حيث تسمح هذه التكنولوجيا بتحسين الخدمات البنكية المقدمة للعملاء من خلال ما يلي[2]:

[1] مريم هاني، **تأثير التكنولوجيا المعلومات والاتصال على أنشطة البنوك التجارية الجزائرية**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر،2013، ص ص 5، 6.
[2] نفس المرجع، ص 8.

– مساندة التطور التكنولوجي من أجل أحداث تغيير في مجال الخدمات البنكية، فالتكنولوجيا تساعد البنك على مضاعفة موارده وتحسين نوعية منتجاته وخدماته؛

– التكنولوجيا تمكن البنك من إعادة تنظيم هيكله لتسهيل الاتصال الداخلي والخارجي وتحسين الأداء الداخلي من خلال تغيير الأنشطة والعمليات التي تؤدي أثناء عرض وتقديم الخدمة المصرفية في ظروف ملائمة للعميل المصرفي؛

– تسمح التكنولوجيا بتحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة للعملاء من خلال المكاتب الخلفية.

رابعا: تأثير التكنولوجيا المصرفية على وضيفة الإنتاج بالبنك: سهل إدخال التكنولوجيا للبنك من توفير وتبادل واستخدام المعلومات بشكل إلى وبين الأنظمة الفرعية المختلفة، وتحقيق التكامل فيما بينها مما يؤثر على العملية الإنتاجية من خلال[1]:

– تخفيض تكاليف الإنتاج؛

– الانتقال من التسيير التقليدي للمخزون إلى تسيير النفقات، أي إدماج العمليات شيئا فشيئا والمعاجلة المستمرة؛

– التصميم لمجمل العمليات، أي تصميم الأنشطة الجديدة وتوزيعها بطريقة تتناسب مع تخصص العمال وسعات العمل المطلوبة، مع تخفيض الوقت الضائع الذي يؤدي إلى ربح الوقت واستغلاله في تحسين نوعية الخدمات مما يزيد من مضاعفة الموارد المالية للبنك.

المطلب الثاني: مخاطر التكنولوجيا المصرفية:

على الرغم مما تحققه التكنولوجيا المصرفية من مزايا متعددة خدمت القطاع المالي والمصرفي بشكل كبير إلا أنها بالمقابل وجدت مخاطر مصاحبة لاستخدام هذه التكنولوجيا من قبل المؤسسات المالية والبنوك، وقد تجسدت هذه المخاطر فيما يلي[2]:

– سهو وخطأ العاملين، حيث يقترف العاملون على الأنظمة الآلية أخطاء ناجمة عن عدم المعرفة أو السهو، تؤدي إلى إحداث أضرار بالمعلومات والأنظمة المبرمجة.

– الخيانة من قبل العاملين على الأجهزة الإلكترونية وهذا في غياب أنظمة أمنية لحماية النظم الآلية،

– وهو ما يوفر مجالات عديدة لاختراق هذه الأنظمة التكنولوجية من قبل القراصنة.

– اختراق الأنظمة المصرفية من قبل أشخاص خارجيين غير مرخص لهم، بهدف العبث والسرقة أو التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء.

[1] بونايرة راضية, صادو أسامة, **دور تقنيات الدفع الالكتروني في تفعيل نشاط البنك التجاري**، مرجع سابق الذكر، ص 70.

[2] محمد حمو, **أثر اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المالية والمصرفية على الصناعة المصرفية بالبنوك الجزائرية** مرجع سابق الذكر، ص 32.

– كما للتكنولوجيا المصرفية دور فاعل في تطوير الوسائل المتعددة لعمليات غسيل الأموال، وإنجاز
– عمليات مصرفية غير شرعية لا توافق البنوك على تقديمها أو تكون بحاجة إلى أخذ الموافقة عليها، وهو ما يعني أن هذه التكنولوجيا ساهمت في انتشار ظاهرة غسيل الأموال.
– ارتفاع مخاطر الاحتيال على البنوك في السنوات القليلة الماضية نتيجة للابتكارات والتطورات المتسارعة التي تسهل اختراق قواعد البيانات وقنوات التوزيع بما في ذلك أجهزة الصراف الآلي والانترنت، لذلك يجب العمل على تقوية إدارة المخاطر لدي القطاع المصرفي[1].

ولقد تم تقديم تصنيف أكثر شمولية للمخاطر التي تتعرض لها البنوك نتيجة استخدام التكنولوجيا المصرفية وتقديمها لخدمات وعمليات مصرفية إلكترونية وتتمثل في الآتي:

– **مخاطر التشغيل:** تتمثل مخاطر التشغيل في:

– عدم التأمين الكافي للنظم نتيجة إمكانية الاختراق غير المرخص لهم لنظم حسابات البنك بهدف التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء واستغلالها سواء تم ذلك من خارج البنك أو من العاملين فيه.
– عدم ملائمة تصميم النظم أو إنجاز العمل أو الصيانة.
– إساءة الاستخدام من قبل العملاء وينشأ نتيجة عدم إحاطة العملاء بإجراءات التأمين الوقائية أو بسماحهم لعناصر إجرامية بالدخول إلى حسابات عملاء آخرين والقيام بعمليات غسيل الأموال باستخدام معلوماتهم الشخصية[2].

– **مخاطر السمعة:** وتنشأ هذه المخاطر في حالة توافر رأي عام سلبي تجاه البنك، الأمر الذي قد يؤثر على البنوك الأخرى، نتيجة عدم مقدرة البنك على إدارة نظمه بكفاءة أو حدوث اختراق مؤثر عليها[3].

تعتبر وسائل الدفع الإلكترونية نتاج التكنولوجيا المصرفية التي شهدها القطاع المصرفي في السنوات الأخيرة، إضافة إلى أنظمة الدفع الآلية الحديثة، ولقد كان لهذه التكنولوجيا المصرفية أثر كبير على أنشطة البنوك التجارية بما تحمله من مزايا ومخاطر.

[1] بونايرة راضية, صادو أسامة, **دور تقنيات الدفع الالكتروني في تفعيل نشاط البنك التجاري**، مرجع سابق الذكر، ص71.
[2] مصطفي يوسف كافي، **النقود والبنوك الالكترونية في ظل التقنيات الحديثة**، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2011؛ ص 316.
[3] جلال عايد الشورة، **وسائل الدفع الالكتروني**، دار الثقافة، عمان، الطبعة الأولى، 2008، ص96.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تطرقنا إليه في الفصل الأول توصلنا إلى أن التكنولوجيا الحديثة من أهم الموارد التي تلعب دورا هاما في النشاط البنكي، حيث تلعب دورا كبيرا في تحقيق التكامل بين المتغيرات في البيئة الخارجية وبين احتياجات البنك، وهنا ظهرت ضرورة تبني هذه التكنولوجيا.

فقد أصبح من الممكن وبفضل التكنولوجيا الحديثة تخزين واسترجاع المعلومات بكل سهولة ويسر، كما وقد عززت التكنولوجيا من القيمة التنافسية للبنوك من خلال تطبيقاتها المختلفة التي أدت إلى تغير الوظائف وعلاقات العمل داخل البنك وخارجه، كما يسمح تطبيق التكنولوجيا في إحداث تغيرات أساسية في الإدارة حيث تساعد في شكل خاص في اتخاذ القرار المناسب المبني على المعلومات والحقائق، وإحداث تحولا تدريجيا في طبيعة المعاملات التي ينتقل بها من الأسلوب التقليدي إلى أسلوب يتسم بالحركية والديناميكية.

الفصل الثاني: تطبيقات التكنولوجيا الحديثة في البنوك الجزائرية

- ✓ المبحث الأول: تطور أدوات الدفع في البنوك الجزائرية
- ✓ المبحث الثاني: البنوك التجارية الجزائرية ومتطلبات التجارة الإلكترونية
- ✓ المبحث الثالث: البنوك الجزائرية والتسويق الإلكتروني

تمهيد:

مع انفتاح الجزائر على اقتصاد السوق واشتداد المنافسة في السوق العالمية، وجدت نفسها مجبرة على بذل المزيد من الجهود للنهوض بقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات باعتباره أهم معالم التنمية الاقتصادية الحديثة، خاصة مع ميلاد التجارة الإلكترونية كنمط حديث للمبادلات التجارية الذي تخطى كل الحدود ومعدلاته على الساحة الاقتصادية العالمية، هده التغيرات تقتضي ضرورة توفير بنية تحتية متطورة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحقيق أهداف التنمية المنشودة.

المبحث الأول: تطور أدوات الدفع في البنوك الجزائرية:

عرف النشاط الاقتصادي عدة وسائل للدفع، تمكن من إجراء الصفقات بسهولة حظيت بالقبول الاجتماعي لها، فبالإضافة إلى النقود وسيلة الدفع الوحيدة التامة السيولة، عرف الإنسان عدة وسائل أخري كالشيك بأنواعه، السند لأمر، السفتجة وغيرها، وكل هذه الوسائل يمكن تداولها واستخدامها في تسوية الصفقات.

المطلب الأول: المفاهيم العامة لأدوات الدفع:

إن للنقود حضور دائم في تعاملاتنا من خلال تغيير أشكالها أو أسمائها من النقود إلى الكتل النقدية أو الأوراق المالية، إلى النقود الائتمانية أو التعاقدية وغيرها.

ومع مرور الزمن والتطور الحاصل في المجالات المعيشية أصبحت هناك ضرورة ملحة لتطوير طرق التعامل بين الأفراد، وهو ما دفع في كل مرحلة إلى اللجوء لوسائل بديلة أكثر تطورا من سابقاتها، حيث أنه تطورت من المقايضة إلى النقود السلعية إلى النقود المعدنية ثم الورقية، منها للنقود التعاقدية ثم النقود الإلكترونية والافتراضية، وكل هذا بغرض تسهيل التعاملات.

ونظرا للتطور السريع الذي أصبح يتطلب التعامل بكتل نقدية كبيرة لا يمكن تداولها دون وجود وسائط وكذا الخوف من السرقة والضياع كان لازما إنشاء مؤسسات مرخصة ومتخصصة في هذه التعاملات، مما سهل ظهور بدائل للنقود المعدنية وعلى مراحل لتتخذ أشكالا معروفة أصبحت تعرف الآن بوسائل الدفع التقليدية.

أولا: تعريف أدوات الدفع[1]:

تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل الأموال مهما يكن السند والأسلوب التقني المستعمل.

أما M.Zollinger فعرف وسائل الدفع على أنها الوسائل التي تسهل المبادلات من السلع والخدمات مع الاستجابة لمتطلبات معينة.

عرف قانون النقد والقرض 90-10 وسائل الدفع في المادة113 منه كما يلي: "تعتبر وسائل الدفع جميع الوسائل التي تمكن من تحويل الأموال مهما كان الشكل أو الأسلوب التقني المستعمل".

ويمكن النظر إلى وسائل الدفع من ثلاث زوايا أساسية، فهي أداة دفع مهمتها تسهيل التداول وتمكين إجراء الصفقات بسهولة، وهذا ينطبق بالأساس على النقود في شكلها المعاصر، وبصفة أقل على الأوراق

[1] حلمي فتح الله يزيد، **واقع البنوك وتحدياتها لمواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة، دراسة ميدانية في مجموعة من البنوك التجارية الجزائرية**، مذكرة ماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، 2016، ص 54.

التجارية عندما تكون محل التداول بين فئة التجار، ومن جهة أخري، تمثل أدوات للدفع العاجل، وهذا الأمر ينطبق خاصة على النقود والشيكات بدرجة أقل، وأخيرا هي أدوات تمكن من نقل الإنفاق في الزمن، حيث أن امتلاكها يسمح للأفراد إما بإنفاقها حاليا أو انتظار فرص أفضل في المستقبل، وانطلاقا من هذا المبدأ، فإن وسيلة الدفع إنما تمثل وسيلة قرض حيث تسمح بتحويل قوة شرائية حاليا وإعادة استرجاعها في المستقبل.

وعلى العموم، فإن اختيار وسيلة الدفع، يجب أن يستجيب إلى بعض الشروط، وأول هذه الشروط ضرورة القبول العام لها، ويمكن أن يؤدي رفض المجتمع لها إلى فشلها في أداء دورها كوسيلة الدفع، وتحدد عادة الأنظمة النقدية ماهية الوسائل التي يمكن اعتبارها كوسيلة دفع[1].

ثانيا: أدوات الدفع التقليدية:

وسائل الدفع التقليدية وتسمي أيضا وسائل الدفع القيدية، تعتبر أكثر فعالية بالنسبة للعمليات التجارية التي يتم فيها الدفع عن بعد، حيث تعتبر أكثر فعالية بالنسبة للعمليات التجارية التي يتم فيها الدفع عن بعد، حيث يتم من خلالها تسديد أموال المعاملات التي تتم عن طريق إرسال الفواتير للزبائن، تسديد الأجور، شركات التأمين وتحويل الأموال بين الحسابات من الأفراد للمؤسسات أو العكس.

وقد تمت الإشارة لهذه العمليات في الجزائر من خلال المرسوم التنفيذي رقم 05/442 الصادر بتاريخ 2005/11/04، حيث تم تحديد المستويات التطبيقية للقيم التي يتم التعامل بها عن طريق هذه الوسائل " وسائل الدفع القيدية " من خلال النظام المصرفي والبنكي وسنقوم بذكر أهم هذه الوسائل[2].

1- الشيك: هو وثيقة كتابية من خلالها يكون بإمكان الشخص سواء أكان مادي أو معنوي مالكا لحساب مصرفي يسمي الساحب إصدار أمر لشخص أخر يسمي المسحوب منه ويكون مصرفا أو مؤسسة مالية، بدفع مبلغ معين لشخص ثالث يسمي المستفيد وهذا مقابل مشتريات أو تسديد ديون، وللشيك مدة صلاحية كوسيلة دفع، حيث أنها تدوم سنة واحدة بعد نهاية مهلة تقديم الشيك التي هي 08 أيام أي مدة صلاحية الشيك هي عام وثمانية أيام من تاريخ إصداره[3].

2- التحويلات: هي نوع من الخدمات التي يقدمها المصرف، وهي عملية يقيد المصرف بمقتضاها مبلغا معينا في الجانب المدين من حساب الزبون، ويتم تقيد نفس المبلغ في الجانب الدائن لحساب الزبون آخر في حالة

[1] ابن مبارك يمينة، نبو يمينة، داده فتيحة، **دراسة لأنظمة الدفع الحديثة؛ حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة أدرار**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2015، ص 20.

[2] حلمي فتح الله يزيد، مرجع سابق الذكر، ص 55.

[3] عليان الشريف وآخرون، **القانون التجاري مبادئ ومفاهيم**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2000، ص ص 181، 182.

زبائن لنفس المصرف، وتتم العملية عن طريق إرسال إشعار من المصرف المحول إلى المصرف المحول إليه في حالة اختلاف المصارف[1].

3- الاقتطاعات: الاقتطاعات هي وسيلة دفع ملائمة لعمليات الدفع المتكررة وتتم بين المدين وبنكه من خلال التصريح أو السماح بالاقتطاع من الحساب البنكي، ثم بين المدين والدائن من خلال طلب الاقتطاع من الحساب البنكي يقدمه الدائن[2].

4- السندات التجارية: تعرف أنها وسيلة دفع في شكل ورقة تتضمن تعهد محررها بدفع مبلغ معين لإذن شخص آخر هو المستفيد بمجرد الاطلاع، أو في ميعاد معين أو قابل للتعيين وتتم العملية بإصدار الساحب أمرا للمسحوب عليه بدفع مبلغ معين في تاريخ محدد[3].

ثالثا: العوامل المؤدية إلى تطور وسائل الدفع المصرفية:

هناك العديد من العوامل التي أدت إلى تطور وسائل الدفع وتحولها من الشكل التقليدي إلى أشكال أخري تؤدي نفس الوظيفة لكن بطرق مختلفة أكثر تطورا، يمكن تلخيص أهم هذه العوامل فيما يلي:

1- تراجع فعالية وسائل الدفع التقليدية:

قضى ظهور وسائل الدفع التقليدية على الكثير من المشاكل الناجمة عن حمل النقود، كالسرقة والضياع وثقل وعبئ حملها أن كانت بمبالغ كبيرة، فأصبحت بذلك بديلة عن النقود، وبالتالي سهلت الكثير من العمليات خاصة منها التجارية.

ولذلك أصبح الإحساس بالأمان الذي ولدته وسائل الدفع التقليدية بمرور الوقت، مرتفع جدا، إلا أن لهذه الوسائل مشاكل كثيرة ومنها[4]:

- **انعدام الملائمة:** فالحاجة إلى الوجود الشخصي سواء شخصيا أو عبر التلفون، لكلا الطرفين يقيد الحرية المعاملاتية، وبالنسبة للعملاء يترجم هذا إلى تأخير في اقتناء المنتج عنه تكلفة أعلى، وبالنسبة للبائع يعني ذلك خسارة في الإيرادات نتيجة لانخفاض المبيعات أو فقدها.
- **عدم إجراء المدفوعات في الوقت الحقيقي:** لا تتم المدفوعات التقليدية في الوقت الحقيقي ويتوقف التأخير في التحقق الفعلي على نوعية السداد، فالمدفوعات بالشيكات تستغرق ما يصل إلى أسبوع وتستغرق مدفوعات بطاقات الائتمان أسبوعين.

---

[1] نائل عبد الرحمان وآخرون، **الأعمال المصرفية والجرائم الواقعة عليها**، دار وائل للنشر والطباعة، الأردن، 2000، ص 30.

[2] حلمي فتح الله يزيد، **واقع البنوك التجارية وتحدياتها لمواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة**، مرجع سبق ذكره، ص 56.

[3] نفس المرجع السابق ص 56.

[4] طارق حماد عبد العال، **التجارة الالكترونية، الدار الجامعية**، الإسكندرية، 2003، ص ص 145، 146.

– **انعدام الأمن:** فالتوقيعات يمكن أن تزور وأرقام الائتمان يمكن أن تسرق أو التجار يمكن أن يرتكبوا الغش والاحتيال.

– **ارتفاع تكلفة المدفوعات:** إن كل معاملة تكلف مبلغا ثابتا من المال، وبالنسبة للمدفوعات الأصغر تغطي هذه التكاليف المصروفات بالكاد[1]، فسجلت في فرنسا على سبيل المثال 5.8 مليون حالة في 1996 [2]بالإضافة إلى ذلك فان استعمال الشيك له سلبيات التي قد تعوق الحركة السريعة للمبادلات مثل احتمالات سرقة أو ضياع الشيك نقدا لعدم وجود رصيد للحساب أو لعدم اكتمال بيانات الشيك أو لعدم وضوح التوقيع السائل المطلوب، وقد يحضر المستفيد إلى الانتظار عدة أيام بحيث صرف بعائد أمواله عن هذه الفترة الضائعة وهذه جريمة في حقه[3].

2- استخدام الأنترنت في المجال المصرفي:

لم يكد يمضي أكثر من عقد من الزمن على ظهورها حتى أضحت الأنترنت عماد الثورة المعلوماتية واقتصاد المعرفة، وبظهور تكنولوجيا الشبكة العالمية (World Wide Web) حدث ما يشبه الميلاد الجديد للانترنت حيث أمكن توحيد الشكل الخارجي لجميع التطبيقات والمواقع على الأنترنت مما أتاح للمستخدم أو المبرمج البسيط في أي مكان بالعالم أن يقوم بتطوير موقع إلكتروني يكتسب قيمته من قيمة المحتوي الذي يتضمنه، وهكذا استقرت الأنترنت في شكلها الحالي كشبكة عالمية تربط شبكات العالم[4].

أتاح انتشار استخدامات الأنترنت للبنوك التعامل مع العملاء من خلال خدمات المصرف المنزلي(Home Banking) حيث تم إنشاء مقر لها على الأنترنت بدلا من المقر العقاري، ومن ثم يسهل على العميل التعامل مع البنك عبر الأنترنت وهو في منزله، ويمكنه محاورة موظف البنك على شاشة الكمبيوتر، ويتم إجراء كافة العمليات المصرفية[5].

3- التوجه نحو التجارة الإلكترونية:

مند تسعينات القرن الماضي تمت الاستفادة من الإمكانيات الهائلة لاستعمال شبكة الأنترنت في التسويق والمعاملات التجارية على نطاق واسع، وهو ما أطلق عليه اصطلاحا بالتجارة الإلكترونية، حيث أصبحت شبكة

[1] نفس المرجع السابق، ص 146.

[2] أسامة محمد الفولي، زينب عوض الله، **اقتصاديات العقود والتمويل**، دار الجامعة الجديدة، الازاريطة، 2005، ص 50.

[3] الجنبهي منير، الجنبهي ممدوح، **التبادل الالكتروني بالبيانات**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2004، ص ص: 291، 292.

[4] إيمان شرقي، **تطور وسائل الدفع وآثارها على تمويل التجارة الخارجية، دراسة حالة بنك التنمية المحلية (وكالة بسكرة)**، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جامعة محمد حيضر، بسكرة، 2016، ص 15.

[5] محمود حسين منصور، **المسؤولية الالكترونية**، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2003، ص 128.

الأنترنت سوقا مفتوحا للبيع والشراء، فيمكن للتاجر الإعلان عن سلعته بالصوت والصورة ولديه الفرصة لإجراء مقارنة بين كل السلع المتاحة في كل أنحاء العالم، وللمشتري أن يختار ما يريده وتصله السلعة إلى منزله.

وإن كانت العلاقة التجارية التقليدية قامت مند فجر النشاط التجاري على أساس الإيجاب والقبول بخصوص أي تعاقد، وهي أساس إلتزام البائع مثلا بتسليم المبيع بشكل مادي، وأن يقوم المشتري بالوفاء بالثمن إما نقدا أو باستخدام أدوات الدفع البديل وهي وسائل الدفع التقليدية.

تعبر التجارة الإلكترونية عن تبادل السلع والخدمات والمعلومات ما بين أطراف متباعدة مكانيا عبر شبكة الأنترنت، استوجبت تطوير طرق وسائل الدفع وقد كان ظهور وسائل الدفع الإلكترونية من العوامل المباشرة المساعدة في نمو التجارة الإلكترونية، وتقوم التجارة الإلكترونية على أربعة عناصر: بائعون، مشترون، شبكة الأنترنت، ووسائل الدفع الإلكترونية[1].

المطلب الثاني: أدوات الدفع الإلكترونية:

أدى التطور التكنولوجي الحالي المتمثل في ظهور وسائل اتصال سريعة وأكثر تطورا، وكذا إمكانية نقل المعلومات بسرعة، ووجود شبكات مصرفية مؤمنة إلى تطور وسائل الدفع وظهور ما يعرف بوسائل الدفع الإلكترونية، وبالتالي فإن ظهور النقد الإلكتروني وتعميم التعامل به في العالم الغربي بدأت نتائجه تظهر جليا من خلال تراجع التعاملات بواسطة أدوات الدفع التقليدية، والتطور السريع لهذه الوسيلة في باقي دول العالم.

إن وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة عبارة عن قيمة نقدية مخزنة إلكترونيا على حامل إلكتروني مثل بطاقة ذات رقاقة أو ذاكرة حاسوب، تصدر مقابل إيداع مبلغ مالي قيمته لا تقل عن القيمة النقدية الصادرة، يتم قبولها كوسيلة دفع من قبل كل المؤسسات مع تلك المصدرة لها، وتكون تحت مصرف مستعمليها كبديل إلكتروني للقطع والأوراق النقدية.

أولا: البطاقات البنكية:

عرفها المشرع الفرنسي كالتالي: " هي كل بطاقة تسمح لحاملها بسحب أو بنقل الأموال، ولا يمكن أن تصدر إلا من طرف هيئة قرض أو مؤسسة مالية أو مصلحة مرخصة لها بوضع أو إصدار البطاقات كالمصارف، الخزينة العامة، مصالح البريد "[2].

[1] إيمان شرقي، **تطور وسائل الدفع وآثارها على تمويل التجارة الخارجية**، مرجع سابق الذكر، ص 15.

[2] حلمي فتح الله يزيد، **واقع البنوك التجارية وتحدياتها لمواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة**، مرجع سبق ذكره، ص 70.

كما تعرف أنها بطاقة بلاستكية ومغناطيسية يصدرها البنك لصالح عملائه بدلا من حمل النقود وهي بطاقة مستطيلة الشكل تحمل اسم المؤسسة المصدرة لها، شعارها، توقيع حاملها، بارز رقمها، اسم حاملها وتاريخ نهاية صلاحيتها.

لقد تم وضع مواصفات معتمدة دوليا للبطاقات البنكية، تتمثل في كونها بطاقة بلاستكية مستطيلة الشكل ذات مقاييس محددة وفقا لمعيار Iso 7810 وهي بطول يقدر ب 85,6 ملم وعرض 53,98 ملم وسمكها 0,76 ملم [1].

وتحتوي هذه البطاقة على شريط مغناطيسي يستعمل في عمليات السحب من النقدي من آلات السحب الآلي GAB أو DAB، أو كذلك في عمليات شراء السلع والحصول على خدمات، حيث تعطي لحاملها قدرا كبيرا من مرونة السداد، وقدر أكبر من الأمان وتكلفة أقل في إتمام العمليات وبسرعة أكبر في التسويات المالية[2].

ثانيا: أنواع أدوات الدفع الإلكترونية:

يمكن ذكر أهم أنواع أدوات الدفع الإلكترونية في ما يلي:

1- **البطاقات البنكية:** أو البطاقات البلاستكية، وهي عبارة عن بطاقة مغناطيسية يستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة قد تتعرض لمخاطر السرقة أو الإتلاف، وتوجد البطاقات المعتمدة من طرف البنوك الجزائرية في أشكال مختلفة يمكن إيجازها فيما يلي:

أ- **البطاقات المحلية:** تسمح بالقيام بعمليات السحب والدفع، وهي موجهة لكل عملاء البنك، وتقدر مدة صلاحيتها بسنتين ابتداء من تاريخ تفعيلها، كما أنها تتجدد تلقائيا إلا إذا رغب حاملها في العكس ولذلك عليه إعلام البنك بمدة شهرين قبل انتهاء صلاحيتها، ويمكن أن نميز بين من هذه البطاقات المحلية:

- **البطاقة العادية Classique:** تمنح لفئة العملاء الذين يكون دخلهم أكبر أو يساوي 10.000 دج.
- **البطاقة الذهبية Gold:** وتوجه لفئة معينة حيث يكون دخلهم أكبر أو يساوي 45.000 دج.
- **بطاقة بنكية تصدر لصالح المؤسسات والشركات:** وتمنح لفائدة المؤسسات والشركات التي يفوق دخلها الشهري 200.000 دج.

[1] بورزق إبراهيم فوزي،**دراسة تحليلية حوا التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي البيبنكي**، ملخص مذكرة شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2008، ص 62.

[2] حلمي فتح الله يزيد، **واقع البنوك التجارية وتحدياتها لمواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة**، مرجع سبق ذكره، ص 58.

ب- البطاقة الدولية: هي بطاقة تستخدم خارج الوطن في عمليات السحب والدفع، موجهة لعملاء البنك الذين لديهم حسابات مفتوحة بالعملة الصعبة، ويمكن أن نميز منها:

- **البطاقة العادية Visa Classique:** تمنح للعملاء الذين لديهم رصيد من العملة الصعبة أكبر أو يساوي 1500 أورو، حيث يقدر سقف السحب 500 أورو في اليوم على أن لا يتعدى أربع عمليات في اليوم.

- **البطاقة الذهبية Visa Gold:** تمنح للعملاء الذين لديهم رصيد من العملة الصعبة أكبر أو يساوي 5000 أورو، حيث يقدر سقف السحب 550 أورو في اليوم على أن لا يتعدى سبع عمليات في اليوم، كما يقدر سقف الدفع 5460 أورو في اليوم بمعدل 15 عملية في اليوم الواحد[1].

2- النقود الإلكترونية: بعد ظهور البطاقات المصرفية ظهرت " النقود الإلكترونية " أو " النقود الرقمية " والتي هي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات إلكترونية تخزن في مكان آمن على القرص الصلب لجهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل يعرف باسم المحفظة الإلكترونية، ويمكن للعميل استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات البيع أو الشراء أو التحويل.

3- الشيكات الإلكترونية: وهو مثل الشيك التقليدي حيث تعتمد فكرة الشيك الإلكتروني على وجود وسيط لإتمام عملية التخليص والمتمثل في جهة التخليص (البنك) الذي يشترك لديه البائع والمشتري من خلال فتح حساب جاري بالرصيد الخاص بهما مع تحديد التوقيع الإلكتروني لكل منهما وتسجيله في قاعدة البيانات لدي المصرف الإلكتروني.

4- البطاقات الذكية: تماشيا مع التطورات التكنولوجية ظهرت البطاقات الذكية Smart Cards والتي هي عبارة عن بطاقة بلاستكية تحتوي على خلية إلكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل الاسم، العنوان، البنك المصدر، أسلوب الصرف، .... الخ، حيث يسمح هذا النوع من البطاقات الجديدة باختيار طريقة التعامل سواء كان ائتماني أو دفع فوري، وهو ما يجعلها بطاقة عالمية تستخدم على نطاق واسع في معظم الدول الأوروبية والأمريكية[2].

المطلب الثالث: مراحل تطبيق الدفع الإلكتروني وتطور بطاقة الدفع في الجزائر:

شرعت الجزائر في تبني مشاريع جديدة تسمح لها بمواكبة التطورات التكنولوجية بإدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النشاط المالي والبنكي، من أجل عصرنة أنظمة الدفع والسحب والتحويلات المالية وتم ذلك خلال مراحل.

---

[1] ميهوب سماح، **أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية، حالة نشاط البنك عن بعد**، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة 2، 2014، ص 115.

[2] حلمي فتح الله يزيد، **واقع البنوك التجارية وتحدياتها لمواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة**، مرجع سبق ذكره، ص ص 59، 60.

أولا: مراحل تطبيق الدفع الإلكتروني في الجزائر:

تعتبر أول تجربة للبنوك الجزائرية في مجال استخدام أدوات الدفع، استعمال بطاقات السحب الخاصة بالشباك الآلي البنكي GAB والموزع الآلي DAB وتم ذلك على مراحل[1]:

– **المرحلة الأولى:** كانت تستعمل بطاقة السحب إلا في الشباك الآلي البنكي والموزع الخاص بالبنك المصدر للبطاقة بمعني لا يستطيع حامل البطاقة السحب من جهاز بنك آخر.

– **المرحلة الثانية:** خلال هذه المرحلة تم ربط الشبكة البنكية الجزائرية من خلال استعمال شبكة SATIM التي تسمح بإمكانية السحب من أي موزع آلي للنقود سواء كان تابع لمصدر البطاقة أو لبنك آخر، وبذلك حولت SATIM بطاقة السحب العادية إلي بطاقة سحب ما بين البنوك CIB وعملها يشبه المقاصة بالبنك المركزي في تسوية المعاملات المالية بين البنوك.

ولقد عملت على استثمار 3.6 مليون أورو في سنة 2003 لأجل تقليص دوران النقود السائلة وتعميم استعمال البطاقة البنكية في الجزائر، حيث عملت علي زيادة عدد الموزع الآلي للنقود، وكذا **إقامة** طرفيات دفع عند التجار (Terminaux de paiement) ولأجل نفس الغرض تم عقد اتفاقية في شهر أفريل 2003 مع مؤسسات فرنسية مختصة في صنع طرفيات البطاقة و SATIM بمبلغ 400.000 أورو، ولقد مول هذا العقد من طرف البنوك المساهمة في SATIM وهي الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي)(CNMA وبنك البركة ولقد تم ربط كل الموزعات الآلية للنقود الموجودة في الجزائر سنة 2003.

ثانيا: تطور بطاقة الدفع في الجزائر:

مرت بطاقات الدفع بعدة مراحل وهي كالتالي:

– بداية فكرة الانطلاق لنظام السحب ما بين البنوك كانت سنة **1998.**

– **2002:** الانطلاق الرسمي لمشروع التسديد الإلكتروني interbancaire (le système de paiement)، حيث أعطي دور الإشراف والريادة والتنسيق ما بين البنوك لشركة SATIM، التي تجمع مختلف البنوك الوطنية والخاصة لتبادل المعلومات والتنسيق في عمليات السحب والدفع للموزع الآلي.

– **2004:** تم اختيار النظام الدفع بالبطاقة المطابق لموصفات EMV.

– **2005:** إنشاء جمعية(COMI: comite monétique interbancaire) .

[1] بارش آسيا، **وسائل الدفع الالكترونية ومدي تطبيقها في الجزائر**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2013، ص 102.

- **2006:** البداية الأولي لأول بطاقة سحب في الجزائر، حيث وزعت على مختلف مستخدمي البنوك للتجريب ومعرفة النقائص.
- **2007:** تعميم بطاقة CIB عبر كامل التراب الوطني في البريد والمواصلات والبنوك.
- **2008/2007:** أكد وزير المالية أنه ستعمم ماكينات الصرف الآلي عبر كبريات المتاجر في الجزائر والمناطق الآهلة بالسكان، وكذلك تعميم استخدام بطاقة الدفع لدي المواطنين[1].

المبحث الثاني: البنوك التجارية الجزائرية ومتطلبات التجارة الإلكترونية:

إن أبرز ما نتج عن اندماج وتلاصق اقتصاد المعرفة بتكنولوجيا هو التجارة الإلكترونية التي تعتمد على اقتصاد المعارف في صلب عملها وتغير مستوى الاهتمام وترتيب أهمية السلع المتاجر بها، حيث كانت تعطي أكبر أهمية للسلع المادية الملموسة وذات الأحجام الكبيرة ثم آلت إلى السلع الرقمية والمتاجرة بالمعلومات وخدمة مجال الخدمات اللاملموسة.

ويعود ظهور التجارة الإلكترونية إلى ثلاثة عقود مضت من القرن الماضي حيث تعتمد هذه التجارة على نضام معلوماتي أدواته كلها إلكترونية تتمثل في الحاسب الآلي وملحقاته كشبكة الأنترنت، الهاتف الفاكس وغيرها من التقنيات التي تلعب دورا مؤثرا في نشاط التجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: ماهية التجارة الإلكترونية ومتطلبات إنشائها:

لقد شهدت شبكة الأنترنت انتشارا هائلا، مما جعل مفهوم التجارة الإلكترونية يشيع ويتوسع ليشمل عمليات أوسع من البيع والشراء، حيث أن الأفاق التي تفتحها التجارة الإلكترونية أمام الشركات والمؤسسات والأفراد لا تتوقف عند حد معين والسبب من وراء ازدهارها هو اعتماد تلك المؤسسات على تكنولوجية متطورة.

وهناك عدة تعريفات لتجارة الإلكترونية منها:

أولا: مفهوم وآثار التجارة الإلكترونية:

هي "تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الأنترنت، والشبكات التجارية المعلوماتية الأخرى." حسب التعريف فإن التجارة الإلكترونية ميدان واسع يشمل كل نشاط له علاقة بالبيع أو الشراء يتم إنجازه على شبكة الأنترنت والشبكات الأخرى.

[1] بارش آسيا، **وسائل الدفع الالكترونية ومدي تطبيقها في الجزائر**، المرجع السابق ص 105.

– وبالنسبة للجنة الأوروبية (CE)، التجارة الإلكترونية هي: "بيع وشراء السلع والخدمات سواء بين المؤسسات أو بينها وبين العائلات، أو الأفراد أو المنظمات من حلال عمليات إلكترونية عبر الأنترنت أو عبر شبكات معلوماتية أخرى[1].

– وقد عرفتها منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OCDE "أنها المعاملات والصفقات التجارية التي يدخل فيها الأشخاص والمؤسسات وترتكز على تحويل وتحليل المعطيات الإلكترونية على اختلاف أشكالها، حيث ترتكز هذه الصفقات كقاعدة على مختلف الشبكات المفتوحة كالأنترنت أو شبكات مغلقة[2].

ثانيا: آثار التجارة الإلكترونية: للتجارة الإلكترونية عدة منافع كما لها عدة عيوب أيضا، ويمكن تلخيصها فيما يلي[3]:

1- منافع التجارة الإلكترونية: تتمتع التجارة الإلكترونية بفوائد جمة على كل من الأفراد والشركات والمجتمع ككل ويمكن تلخيصها في النقاط التالية:

أ- بالنسبة للمستهلكين:

– تمكن المستهلك من إنهاء معاملاته على مدار 24 ساعة وفي أي يوم وفي كل مكان.

– سرعة وسهولة إلى المنتجات والشركات.

– تساهم في الحصول على أسعار متميزة.

– تسمح بالاشتراك في المزادات الافتراضية.

– تمكن المستهلك من حرية اختيار البضائع والمنتجات المعروضة على المواقع الإلكترونية والمقارنة بينها.

– تسمح للزبائن بتبادل الخبرات والآراء بخصوص المنتجات وتقييمها.

ب- بالنسبة للمؤسسات والشركات:

– تسوق أكثر فعالية، وتحقيق أكبر الأرباح.

– تخفيض المصاريف التي تصرفها الشركات والمؤسسات على خدمات الزبائن وتحصيل الأموال.

– تمكن من التواصل الفعال بين الشركاء والعملاء ونيل رضا المستخدم.

– تساهم في توسيع نطاق السوق إلى نطاق دولي وعالمي.

---

[1] نورالدين شارف، **التجارة الالكترونية**، الطبعة الأولى، دار النشر آلفا للوثائق، عمان، الأردن، ص 48.

[2]– سعاد دعبوز، كريمة فرحي، **التجارة الإلكترونية واستعمال الدفع الإلكتروني في الجزائر**، مجلة المعارف، المجلد 16/ال عدد1(جوان2016)، ص314، 315.

[3] حلمي فتح الله يزيد، **واقع البنوك التجارية وتحدياتها لمواكبة التطورات التكنولوجية**، مرجع سابق الذكر، ص 69.

ج- بالنسبة للمجتمع:

- الحصول على منتجات عامة.
- تساهم في تطوير الخدمات العامة مثل الصحة والتعليم والخدمات الاجتماعية بسعر منخفض وبكفاءة أعلى مما يساهم في تطوير اقتصاد البلد.
- تسمح لبعض من البضائع أن تباع بأسعار زهيدة مما يؤدي إلى رفع مستوى المعيشة للمجتمع.
- التقليل من الازدحام من خلال التسوق إلكترونيا عن بعد.

2- عيوب التجارة الإلكترونية: مثلما لتجارة الإلكترونية منافع للأطراف المتعاملة فيها، فإن لها سلبيات لا يمكن التغافل عليها ويمكن عرضها فيما يلي[1]:

- عدم القدرة على رؤية وفحص المنتج، والذي تسبب في ابتعاد الكثير من المستهلكين عنها.
- انتهاك الخصوصية إذا ما قامت المواقع بإنشاء أسوار العملاء.
- عدم التحقق من شخصية المتعاقدين والذي يؤدي إلى الوقوع في شراك المحتالين.
- السهولة في تزييف وتغيير البيانات في ظل انعدام الأمن على الشبكة.
- مخالفة القانون كالتعاقد على سلع يحظر بيعها في الأسواق المحلية وخصوصا ما يتم تسليمه على الشبكة.
- الاحتراق من قبل المتطرفين.
- سرقة أرقام بطاقات العملاء.

ثالثا: أدوات وأنواع التعامل بالتجارة الإلكترونية:

أ: أدوات الدخول في التجارة الإلكترونية:

يجب توفر عدة أدوات لدخول التجارة الإلكترونية للمؤسسة نذكر منها[2]:

- استخدام الأنترنت التي توفر كميات هائلة من المعلومات ومن مصادر مختلفة كالمكتبات، المراجع، مصادر حكومية، مؤسسات منظمات وغيرها.
- إنشاء وتصميم موقع إلكتروني (مجموعة من الصفحات أو مواقع معلومات) حيث يستخدم من اجل الدعاية والإعلان وتعريف العملاء بالمؤسسة وإنتاجها وخدماتها ومكانها وسياستها العامة وأنشطتها.
- استضافة الموقع من خلال اللجوء إلى شركات استضافة المواقع التي توفر للموقع المساحة الكافية حسب متطلبات وأهداف ومكونات الموقع، وهي مرحلة التواجد الفعلي على شبكة الأنترنت، وعلى مصمم الموقع الحرص على توفر العناصر التالية:

[1] حلمي فتح الله يزيد، **واقع البنوك التجارية وتحدياتها لمواكبة التطورات التكنولوجية**، مرجع سابق الذكر، ص ص 69، 70.

[2] نفس المرجع، ص ص 70، 71.

* الشكل الجذاب للموقع، اسمه وعنوانه على الشبكة.
* توفير طرق السداد الإلكتروني.
* اختيار الموقع.
- الترويج للموقع مثل تسجيله على محركات البحث (Google ,Yahoo,...).
- استخدام البريد الإلكتروني EMAIL بكثافة لتبادل المراسلات.
- إنشاء متجر إلكتروني داخل الموقع يحق إمكانية إجراء كافة العمليات التجارية بين المؤسسة وعملائها يتضمن معلومات حول المنتجات أو الخدمات، قوائم الأصناف والأسعار....الخ.
- ربط الموقع بالنظام الداخلي للمؤسسة، حيث يتحقق التكامل للتجارة الإلكترونية بربط الموقع على الأنترنت بالنظم الداخلية للمؤسسة، وهذا يتطلب توفير أعلى درجات التأمين وتقنيات تخزين الملفات المؤسسة.
- التحقق من صلاحية السلعة أو الخدمة للتعامل إلكترونيا.
- مدى صلاحية التسوق الإلكتروني لترويج السلعة.
- توفير جهاز خدمة تتوفر فيه عناصر الأمن السرية ووسائل السداد الإلكتروني.

ب: أنواع التعامل بالتجارة الإلكترونية: تعمل التجارة الإلكترونية خلافا للتجارة التقليدية في القضاء السوقي وليس في المكان السوقي، وهي بذلك تغطي أنواعا عديدة من الصفحات التجارية، التي تعقدت بالنقرات على الموقع وصفحات الويب تتمثل هذه الأنواع فيما يلي[1]:

1- بين مؤسسات الأعمال (Business to Business _ B2B): هي عمليات البيع والشراء ما بين الشركات، وأغلب المعاملات التجارية الإلكترونية التي تتطلب هذا القسم هي عمليات الاستيراد والتصدير أو تبادل السلع إلكترونيا مثال على ذلك تعاملات شركات السيارات مع وكلائها أو شركات الأجهزة الإلكترونية مع وكلائها.

2- بين مؤسسات الأعمال والمستهلك (Business to Consumer _ B2c): هي عمليات بيع المنتجات وتقديم الخدمات من الشركات للأفراد، وتعتبر تعاملاتها من خلال بيع التجزئة للمستهلك، مثل حجز تذاكر إلكترونيا، حجز غرف الفنادق إلكترونيا، دفع فاتورة الهاتف إلكترونيا.... الخ.

3- بين مؤسسات الأعمال والهيئات الحكومية(Business to Government _ B2G) : تتمثل في جميع المعاملات التجارية الإلكترونية التي تتم ما بين الهيئات الحكومية والشركات مثال على ذلك تعاملات الهيئات الحكومية مع شركات عالمية.

[1] كماش محمد ياسين، خلادي محمد الأمين، **التجارة الالكترونية، دراسة حالة الجزائر**، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، ص 6.

4- بين الهيئات الحكومية والأفراد(Government to Consumer _ G2C) : تضم تقديم الخدمات والمعاملات من قبل الهيئات للمواطنين والأفراد من خلال شبكة الأنترنت، مثال على ذلك تقديم الخدمات الحكومية من قبل وزارت الدولة إلى المواطنين على سبيل المثال تجديد السجل التجاري إلكترونيا، دفع فواتير الكهرباء والماء إلكترونيا، دفع المخالفات المرورية إلكترونيا، حجز مواعيد الفحص الطبي ...الخ.

5- التعامل بين مستهلك ومستهلك آخر(Consumer to consumer _ C2C) :

حيث يساعد هذا النوع من التجارة الإلكترونية الأفراد بان يبيعوا لبعضهم البعض، وذلك من خلال المزادات التي تبنى في شبكة الأنترنت.

رابعا: خصائص التجارة الإلكترونية:

إن التجارة الإلكترونية تختص بمجموعة من الخصائص يمكن إبرازها فيما يلي:

1- الطابع العالمي لتجارة الإلكترونية:

إن أنشطة التجارة الإلكترونية تتميز بطابع عالمي فهي لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية، فأي نشاط تجاري يقدم سلعا أو خدمات على الأنترنت لا يعني بالضرورة الانتقال إلى منطقة جغرافية بعينها فإنشاء موقع تجاري على الأنترنت يمكن صاحب الشركة حتى ولو كانت صغيرة، بإمكانية التغلغل إلى أسواق ومستخدمي شبكة الأنترنت عبر العالم كله لكن ما يعيب هذه الخاصية انه في حالة السلع أو الخدمات التي تسلم على الخط، (السلع غير المادية) فإنه يصعب فرض الضرائب الجمركية عليها.

2- الطابع المتداخل في التجارة الإلكترونية:

إن الفوارق في توزيع الوسائل المادية بين المؤسسات سواء كانت هذه المؤسسات كبيرة أو صغيرة أصبحت في التجارة الإلكترونية أقل وضوحا وحدة، فأصبح بالإمكان تسليم السلع والخدمات بالطريقتين التقليدية أو بالطريقة الإلكترونية مباشرة على الأنترنت مثل الأقراص المد بلجة وأفلام الفيديو والأقراص التي تحتوي على برامج كمبيوتر أو دروس ...الخ وهدا ما يخلق صعوبة فرض الضريبة على المنتج إذا ما كان سلعة أو خدمة. هده الخاصية تلزم المؤسسات على إعادة هيكلة نفسها لمواجهة التغيرات الطارئة التي تفرضها ممارسة التجارة الإلكترونية.

3- غياب التعامل الورقي في المعاملات التجارة الإلكترونية:

إن إتمام صفقة تجارية كاملة، بدأ من التفاوض على الشراء والتعاقد ودفع قيمة البضاعة واستلامها إلكترونيا يتم دون تبادل مستندات ورقية على الإطلاق (في حالة السلع القابلة للترقيم)، وهذا ما يدعم هدف التجارة الإلكترونية وهو خلق مجتمع اللاورقية.

ومن هنا تظهر مشاكل في إثبات التعاملات والعقود وتوثيق الحقوق والالتزامات، واثبات صحة التوقيعات والحفاظ على حقوق الملكية، لذلك شرعت منظمات دولية وحكومات متعددة في وضع قانون خاص بالتجارة الإلكترونية يسبغ الصفة القانونية على المحررات والعقود إلكترونية والتوقيعات الإلكترونية[1].

4- عدم الكشف على هوية المتعاملين:

إن تعاملات التجارة الإلكترونية تتم بين أطراف قد يفصل بينهما آلاف الأميال كما قد يختلف التوقيت الزمني بينهم، وبتالي غياب المعلومات الكافية عن المتعاملين بين بعضهم البعض قد يخلق سلبيات كتقديم المعلومات زائفة أو تقديم بطاقات ائتمان مسروقة أو إساءة استخدام المعلومات أثناء التعامل وهذا ما يثير مسألة الخصوصية وسرية المعلومات، لكن ما تشهده التكنولوجيا الحديثة من تقدم ستوفر حتما الأمان والموثوقية والنزاهة والصدق في التعاملات التجارية عبر الأنترنت.

5- سرعة تغيير المفاهيم والأنشطة في التجارة الإلكترونية:

إن اتساع حجم نطاق التجارة الإلكترونية والتغيرات المتسارعة التي تتعرض لها أنشطتها ونظرا لارتباط أنشطتها بوسائل الاتصال الإلكتروني ومجالات الاتصالات والمعلومات تعرف هي الأخرى تغيرات متسارعة يعرض التجارة الإلكترونية هي الأخرى للتغير المتسارع[2].

المطلب الثاني: متطلبات التجارة الإلكترونية:

يرتبط تطبيق التجارة الإلكترونية بمدى توفر مجموعة من المتطلبات في عدة مجالات تنظيمية، تشريعية وتقنية، والأخذ بالعديد من الاعتبارات الاجتماعية والسياسية، وهذا ما سوف نحاول توضيحه في ما يلي:

أولا: البنية التحتية:

تشمل البنى التحتية المكونات الداعمة للتجارة الإلكترونية وعقد التعاملات التجارية عبر شبكة الأنترنت ومن ابرز مكونات هده البنية قطاع تقنية المعلومات والاتصالات، وتشمل شبكات الاتصال السلكي ولا سلكي وأجهزة الاتصالات من الفاكس وهواتف وكذلك الحواسيب الآلية وبرامج التطبيقات والتشغيل، خدمات الدعم الفنية ورأس المال البشري المستخدم في الأعمال وتجارة الإلكترونية، إضافة إلي توفر القطاعات المنتجة لتقنية

[1] صراع كريمة، **واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر**، مذكرة مقدمة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية جامعة وهران، ص ص 20، 21.

[2] إبراهيم العيسوي، **التجارة الالكترونية**، الطبعة الأولى، المكتبة الأكاديمية القاهرة،2003 ص 34.

المعلومات، فهذه المكونات توفر البيئة التحتية الإلكترونية التي تساعد على انتشار استخدام الأنترنت وتهيئ البيئة المناسبة للتجارة الإلكترونية[1].

ثانيا: الخصوصية وحماية البيانات:

وذلك بتأكيد البيانات والمعلومات الشخصية وتحقيق التوازن بين خصوصية المعاملات التجارية وتدفق المعلومات، واستخدام التكنولوجيا المتطورة لمواجهة المشاكل المتعلقة بالخصوص، أما فيما يخص حماية البيانات فذلك بتشفير البيانات ذات الطبيعة الخاصة والموائمة بين متطلبات تشفير البيانات ومتطلبات التصدي للجرائم وسوء الاستخدام وحماية مبادئ وتقاليد المجتمع[2].

ثالثا: تكنولوجيا الاتصالات الإلكترونية:

شهدت السنوات الماضية ثورة في تكنولوجيا الاتصالات الإلكترونية، فالتطور السريع للتبادل الإلكتروني للبيانات من خلال البريد الإلكتروني، وشبكة المعلومات والاتصالات الدولية، تؤثر جميعها تأثيرا جذريا على الطريقة التي تتم بها المعاملات الصفقات التجارية، إذ يحل التبادل الإلكتروني للبيانات هو ووسائل الإبلاغ الإلكترونية الأخرى، محل المستندات الورقية على نحو متزايد بصورة مطردة.

وكانت التجارة الإلكترونية تقتصر حتى عهد قريب على النشاط المتبادل بين جهة أعمال، وجهة أعمال أخرى على شبكات مغلقة محمية بحقوق الملكية، ولكنها تتسع الآن بسرعة في صورة شبكة معقدة من الأنشطة التجارية التي تتم إبرامها على نطاق عالمي بين عدد متزايد، وباطراد من المشاركين من الشركات والأفراد والمعروفين وغير المعروفين على الشبكات مفتوحة عالمية مثل شبكة الأنترنت،

ووسائل الإبلاغ الإلكترونية التي تتيح فرصا أوسع للاتصال كما تتيح تحديات جديدة في مجال الأعمال، وأن استيعاب التجارة الإلكترونية التي تتحرك بسرعة، من حيث الهياكل القانونية والتكنولوجية على سواء، إنما يشكل تحديا لجميع المعنيين، ومن أجل تمكين التجارة من الاستفادة إلى أقصى حد من الفرص التي تتيحها التجارة الإلكترونية، فثمة حاجة إلى إيجاد أساس قانوني ملائم[3].

---

[1] ياسمين فوضلي، **دور النظام البنكي في تعميم استخدام التجارة الالكترونية في الجزائر، دراسة حالة وكالة القرض الشعبي الجزائري** أم البواقي، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، ص 38.

[2] سراج الدين محمد، **التجارة الالكترونية**، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة مصر، الطبعة الأولى، 2009، ص 255.

[3] خيري مصطفى كتانة، **التجارة الالكترونية**، دار الميسرة للنشر والتوزيع وطباعة، عمان الأردن، الطبعة الأولى، 2009، ص 251.

رابعا: توفر الكوادر البشرية[1]:

وفرة الكوادر البشرة الملائمة أحد المقومات نجاح التجارة الإلكترونية في أي مجتمع، وتشمل هذه الكوادر البشرية المتخصصين في قطاع تقنية المعلومات وشبكات الاتصال والأنترنت والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة الإلكترونية. ومن ناحية أخرى تتطلب هذه الأخيرة ما يسمى بالاستعداد الإلكتروني أي المجتمع القادر، والذي لديه الرغبة في استخدام وممارسة التجارة عبر شبكة الأنترنت، ويرتفع معدل الاستعداد الإلكتروني لأي مجتمع من خلال تطوير نوعية الأنظمة التعليمية وتوسيع دائرة الفرص لأفراد المجتمع للاستفادة منها، ليصبح مجتمع ذات معرفة وثقافة تقنية، بالإضافة إلى توفير الفرص للمؤسسات والمعاهد التعليمية والمدارس لاستخدام تقنية المعلومات والاتصالات وتكييف المناهج التعليمية مع المعارف التقنية.

خامسا: المجالات التشريعية:

وتشمل تطوير القوانين التجارية للقوائم مع المتطلبات الإلكترونية، والاعتراف بالوثائق الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني، وتقصير التقاضي، وسرعة تنفيذ الأحكام، وضمان حماية حقوق المستهلكين، وتوفير نظم عالمية لقوانين عامة موحدة.

سادسا: اتفاقيات التبادل الإلكتروني:

في ظل عدم وجود أطر تنظيمي محدد يحكم المعاملات القائمة على التبادل الإلكتروني للبيانات، جرة استحداث اتفاقيات التبادل الإلكتروني، أو اتفاقيات الشركاء التجاريين بغية التغلب على أوجه عدم اليقين الناشئة عن استخدام القوانين والتشريعات القائمة بخصوص استخدام التبادل الإلكتروني للبيانات. واتفاقيات التبادل الإلكتروني هي ترتيبات تعاقدية تهدف إلى تناول عدد من القضايا القانونية والتقنية المرتبطة باستخدام التبادل الإلكتروني للبيانات بين الشركاء التجاريين بما في ذلك دور ومسؤوليات الأطراف المعنية.

المبحث الثالث: البنوك الجزائرية والتسويق الإلكتروني:

لقد استطاعت تكنولوجيا الإعلام والاتصال أن تحقق اقتصادا للمعلومات يختلف عن الاقتصاد الصناعي المطور، فقد تجلت الثورة التكنولوجية عن طاقات جديدة من الإمكانيات في استخدام تقنيات في مجال التخطيط والسيطرة العملياتية، كما خلقت قدرة غير محددة على امتلاك كل العناصر التقنية الضرورية لمعالجة البيانات وتوزيعها واسترجاع المعلومات والسيطرة عليها وخزنها وتحديثها، ثم الاستفادة منها كمورد من الموارد المنظمة.

[1] ياسمين فوضلي، **دور النظام البنكي في تعميم استخدام التجارة الالكترونية في الجزائر**، مرجع سبق ذكره، ص 39_40.

ومما لا شك فيه أن أهم ما يميز العمل المصرفي في عصر العولمة هو تعاظم دور التكنولوجيا الحديثة، ومنه العمل على تحقيق الاستفادة القصوى من ثمارها، بغية تطوير نظم ووسائل تقديم الخدمة المصرفية بما يتواءم مع الإيقاع المسارع للصناعة المصرفية، فلقد أصبح من المستلزم على المصارف أن تسعى بخطوات متسارعة نحو تطوير خدماتها المقدمة، حتى تستطيع الارتقاء إلى مستوى التحديات المتباينة التي تواجه العمل المصرفي في ظل التطورات الحاصلة على الساحة المصرفية.

المطلب الأول: ماهية التسويق الإلكتروني:

ظهر مفهوم التسويق الإلكتروني مع التطور الكبير الذي شهدته تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومحاولة المؤسسات تسخير هذه التكنولوجيا لأداء الأنشطة التجارية والتسويقية عبر الخط، إلا أن ظهور شبكة الأنترنت وتطورها والزيادة المستمرة لعدد مستخدميها كان له الأثر الأكبر على نشاطي التجارة والتسويق.

أولا: مفهوم التسويق الإلكتروني وعلاقته بالتجارة الإلكترونية:

تتكامل العلاقة بين التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية، وذلك من ناحية أن التسويق يعتبرا جزء لا يتجزأ عن التجارة الإلكترونية، وهنا سنتناول مفهوم التسويق الإلكتروني، وعلاقته بالتجارة الإلكترونية:

1- مفهوم التسويق الإلكتروني:

تعددت تعاريف التسويق الإلكتروني نذكر أهمها في ما يلي:

التسويق الإلكتروني هو استخدام واحدة أو أكثر من التقنيات الحديثة كالأنترنت والأقراص المدمجة والهاتف والتلفاز التفاعلي في تأدية الأعمال التسويقية لتحقيق الأهداف التسويقية للمصرف، حيث تستخدم الأطراف المشاركة الاتصالات والبرمجيات المتعددة المراحل المختلفة للعمليات التسويقية[1].

يعرف Badoc وزملاءه التسويق الإلكتروني على أنه: " استعمال جميع التكنولوجيات المتاحة لرفع ربح المؤسسة عن طريق العمل من أجل إرضاء الرغبات الشخصية لكل عميل وبصفة إجمالية، دائمة، تفاعلية، وفي إطار أكبر قدر ممكن من الجوارية ".

حسب هذا التعريف فإن التسويق الإلكتروني يقتضي باستغلال كل التكنولوجيات المتاحة من أجل رفع ربح المؤسسة وذلك بتوفير خدمات تلبي الرغبات الشخصية لكل زبون، وتوفير مناخ للتفاعلية والجوارية بين المؤسسة وزبائنها[2].

[1] سماح عبد المطلب عامر وعلاء محمد سيد قنديل، **التسويق الإلكتروني**، دار الفكر، عمان، الأردن، الطبعة الأولي، 2012، ص 57.

[2] نور الدين شارف، **التجارة الإلكترونية**، دار النشر ألفا للوثائق، الطبعة الأولي، عمان، الأردن، 2020، ص 122.

2- العلاقة بين التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية:

تعتبر التجارة الإلكترونية نمط من أنماط التجارة التي تتم عبر الأنترنت وعلى غيره من الوسائط الإلكترونية، المختلفة مثل التلفون ولأن الهدف الأساس من التجارة تحقيق الربح، فيمكن القول أن التجارة الإلكترونية هي عملية تشمل جميع التدفقات النقدية التي تتم على الأنترنت وما يرتبط بها من نماذج تجارية وتصميم مواقع وتسويق لها.

أما التسويق الإلكتروني فهو جزء من التجارة الإلكترونية، ففي الوقت الذي تشمل فيه التجارة الإلكترونية موضوعات عدة مثل طرق إضافة دفع بالبطاقات الائتمانية للمواقع وطرق تصميم الإعلانات على الأنترنت بشكل جاذب للانتباه وطرق إقناع العملاء بالشراء لمنتج أو السلعة يركز التسويق الإلكتروني على سبل إشهار المواقع والترويج لها، فالعلاقة بين التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني هي علاقة الكل بالجزء.

فالتجارة الإلكترونية نوع من أنواع التجارة التي تتم عبر الأنترنت عن وعبر غيره من الوسائل الإلكترونية الأخرى، وتتم من خلالها عمليات بيع وشراء الخدمات والبضائع والمعلومات عبر الأنترنت ويشمل ذلك الإعلانات والمعلومات عن المنتجات وتبادل البيانات الإلكترونية.

أما التسويق الإلكتروني فهو جزء من التجارة الإلكترونية، عبارة عن التسويق للأسواق الإلكترونية ويشمل تحديد للاحتياجات والرغبات في السوق المستهدف، والحصول على رضا مرغوب فيه بكفاءة وفعالية أكثر من المنافسين، وإذا تم إضافة صفة إلكتروني لكلمة تسويق فسوف نتحدث عن أدوات وبيئة يجمع بينها الأنترنت بكل ما توصل إليه من تقدم للتواصل بين البشر، ومن طرق ووسائل التسويق مواقع البحث، التسويق عبر الايميلات الشخصية، التسويق من خلال المدونات، وعبر برامج المشاركة وغيرها، وباختصار فإن التسويق الإلكتروني هو إشهار للسلعة أو الخدمة التي يريدها العميل، أما التجارة الإلكترونية هي عملية بيع وشراء المنتجات عبر الأنترنت[1].

ثانيا: خصائص ومميزات التسويق الإلكتروني:

يتميز التسويق الإلكتروني بمجموعة من الخصائص والمميزات نذكر منها:

1- خصائص التسويق الإلكتروني:

يتميز التسويق الإلكتروني بعدة خصائص أهمها[2]:

[1] حلمي فتح الله يزيد، **واقع البنوك التجارية وتحدياتها لمواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة**، مرجع سبق ذكره، ص 92.

[2] امجدل أحمد عبد الحفيظ، **مبادئ التسويق الالكتروني**، الطبعة الأولي، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 13، 15.

- الخدمة الواسعة (Mass Service).
- عالمية التسويق الإلكتروني حيث إن الوسائط المستخدمة لا تعرف حدودا جغرافية.
- سرعة تغير المفاهيم لأنه يتميز بسرعة تغير المفاهيم والقوانين والوسائل المرتبطة به.
- الخداع والشركات الوهمية، لأنه من السهل نشر معلومات مغلوطة سواء عن الشركة أو المتعامل.
- تضيق المسافة بين الشركات العملاقة والصغيرة.
- تقبل وسائل الترويج عبر الشبكة، بحيث يمكن لأمة ما تقبل الوسائل الترويجية وأخري تنبذها.
- غياب المستندات الورقية خصوصا في المنتجات التي تقبل الترقيم.

2- مميزات التسويق الإلكتروني:

من أهم مميزات التسويق الإلكتروني نذكر ما يلي[1]:

- تكلفة أقل حيث يمكنك أن تقوم بإيصال رسائلك الإلكترونية في إلى شريحة أكبر بأقل الأسعار.

- وصول أسرع من حيث إمكانية إيصال رسائلك الإلكترونية في وقت قصير.

- وصول في أي وقت حيث لا تحتاج لا تحتاج إلى استهداف وقت معين فرسالتك الإعلانية سوف تنتظر العميل للاطلاع عليها في الوقت المناسب.

بالإضافة إلى أن[2]:

- التسويق الإلكتروني يزيد الفوائد (صناعة ضخمة حسب طلب الزبائن، الإقناع، اخدم نفسك بنفسك، التسويق بتوقف واحد، كل ما تريده موجود في مكان واحد).

- التسويق الإلكتروني يقلل التكاليف (توزيع الرسائل بتكلفة قليلة، قنوات توزيع قليلة التكاليف للمنتجات الرقمية، تكاليف أقل لمعالجة العمليات، تكاليف أقل للحصول على المعلومة، فعالية أكبر في سلسلة التوزيع).

ثالثا: أهداف التسويق الإلكتروني:

إن الأهداف التي تصبو إليها أي مؤسسة مصرفية عند تسويقها للمنتجات المصرفية تكمن في ما يلي[3]:

- تحسين الصورة الذهنية للمنظمات أو المؤسسات المصرفية للمنتجات المعروضة.

---

[1] ناصر خليل، **التجارة التسويق الالكتروني**، الطبعة الأولي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 19.

[2] نصير محمد طاهر، **التسويق الالكتروني**، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004، ص 63.

[3] معاوي عماد الدين، **التسويق المصرفي وتحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصال-دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة خراطة – 360-**، مذكرة شهادة ماستر في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2021، ص 59.

- تقديم الخدمات المصرفية وتحسين العناية بالزبائن.
- وفاء العملاء الحالين.
- البحث والحصول على عملاء جدد وزيادة معدل الوصول للعملاء.
- استحالة مواجهة وتحقيق ما يتوقع أو يأمل العملاء به من سلع وخدمات مصرفية.
- تخفيض التكاليف وتحقيق السرعة في أداء الأعمال.
- تقديم قيمة جديدة وفائدة حقيقية للعملاء.
- خلق فرص تسويقية جديدة وتحقيق ميزة تنافسية.
- إدارة علاقة العميل.

ويمكن تحقيق هذه الأهداف التسويقية بتوظيف ترسانة التجارة الإلكترونية لتحقيق نتائج يصعب تحقيقها من خلال الأساليب التسويقية التقليدية، بهدف نهائي لزيادة الأعمال والهوامش للمنظمات والمؤسسات المصرفية.

المطلب الثاني: تحديات التسويق المصرفي في ظل التكنولوجيا:

إن عملية تبني التكنولوجيا الحديثة غالبا ما تكون محفوظة بالصعوبات والمشاكل، ومن هذا المنطلق نحاول تشخيص العديد من التحديات التي يتأثر بها النشاط المصرفي نذكر منها ما يلي:

أولا: تحديات المنافسة السوقية من قبل المصارف والمؤسسات المالية المشابهة:

وهي تحديات الاندماج والتحالف وكذا التعاون والتملك، إذ أصبحت ظاهرة الاندماج بين المصارف الكبرى عملا ميدانيا يهدف إلى دخول مجال المنافسة الدولية، ومواكبة التطورات والتحديث في مجال العمل نفسه وعولمة الأعمال، فضلا عن تحسين عمليات البحث والتطوير وتخفيض الكلفة وتنمية الموارد البشرية، وتقوم الاتفاقيات بين المؤسسات المصرفية لبناء كيانات كبيرة وتبادل الخبرات والتكنولوجيا والتحول من دائرة الصراع والمنافسة إلى التكامل والتعاون، وتحقيق عديد المزايا كالقدرة على تغطية تكاليف التكنولوجيا المصرفية الحالية والمستقبلية، ومواجهة تحديات السرعة[1].

[1] معاوي عماد الدين، **التسويق المصرفي وتحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصال**، المرجع سابق الذكر، ص 74-75.

ثانيا: تحديات التطورات التكنولوجية:

من غير الممكن تجاهل مؤشرات الثورة التكنولوجية الحاصلة في القطاع المصرفي، والتي كانت في مراحلها الأولى ترتكز على العناصر المادية للتكنولوجيا كالبرمجيات ومكونات الحاسوب والمعايير الفنية، وتجاهلت هذه القوة مكون مهم هو تسويق الخدمات الإلكترونية لزبائن المصرف الذين أصبحوا أكثر تطورا ومطالبة بهذه الخدمات، لذا بدأت المصارف تكتشف بأن نجاح استخدام الخدمات والمنتجات الإلكترونية والتكنولوجية يتطلب بالضرورة تحريك الجهود التسويقية.

وتجدر الإشارة إلى أن بعض المصارف فشلت فشلا ذريعا في محاولتها إدخال منتج العمليات المصرفية الإلكترونية وذلك ما يستدعي الأخذ بعين الاعتبار الملاحظات التالية:

– طرق التسويق التقليدية المستخدمة في الخدمات التقليدية، لا تكون فاعلة بالنسبة للمنتجات والخدمات المصرفية الإلكترونية.

– لقد تغيرت العوامل الديمغرافية للزبائن تغيرا كبيرا في الوقت الذي أصبح فيه المستهلكون أكثر للزبائن تغيرا كبيرا في الوقت الذي أصبح فيه المستهلكون أكثر إلماما بالتكنولوجيا، مما يجعل من المصرف يتعامل مع سوق مستهدفة محملة بأوسع المنتجات والخدمات الإلكترونية مقارنة بالماضي القريب.

– تمثل العمليات المصرفية الإلكترونية عنصرا فاعلا لتوسيع قاعدة زبائن المصرف إلى أبعد من حدودها الجغرافية التقليدية، أي يمكن للجهود التسويقية التوجه أكثر نحو الزبائن المحتملين.

هذا وتستمر المصارف في استخدام مجموعة من أساليب التسويق الهادف، وذلك خارج قاعدة الزبائن الحالين وباتجاه الزبائن المحتملين، وتسمح أساليب الاتصال الإلكتروني للمصارف بتوسيع هدفها ليشمل مستهلكين خارج أسواقها الجغرافية التقليدية، بينما يزداد التنافس في السوق تحذو المصارف حذو صناعات أخرى وتتبع المزيد من الأساليب التسويقية غير التقليدية وكمثال على ذلك:

– إدراج برامج مصرفية للحواسب الشخصية وتقديم عروض في نقاط البيع للمستخدمين المحتملين للمنتجات المصرفية المسند استعمالها للحواسيب الشخصية.

– إذاعة برامج إعلانات تجارية تلفزية موسعة للترويج للخدمات الإلكترونية وتعتبر وسيلة فعالة ولكنها عالية التكاليف نسبيا.

واستنادا إلى ما تقدم يمكن تبويب التحديات التي تواجهها المصارف في تطبيق ثمار التكنولوجيا لتقوية مركزها التنافسي إلى:

- مشكلة المحافظة على الزبائن الحاليين وكسب الزبائن الجدد عن طريق:

– تقديم الخدمات المصرفية الجديدة (البطاقات الذكية)

– تقديم خدمات الدفع، كاستعمال بطاقات التمويل الإلكتروني في نقاط البيع.

- مشكلة تقديم تشكيلة أوسع من الخدمات إلى الزبائن الحالين والمرتقبين وذلك عن طريق:

– تحديد الأطر المصرفية في العمل والأعباء الإدارية.

– استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمات القائمة مثل منح القروض[1].

[1] معاوي عماد الدين، **التسويق المصرفي وتحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصال**، المرجع سابق الذكر، ص 75-76.

خلاصة الفصل:

من خلال ما سبق يعتبر التطور في المجال المصرفي نتيجة للتكنولوجيا التي عرفها العالم في السنوات الأخيرة، فأصبحت البيئة المصرفية في تغير مستمر واتسمت بعدد من التوجهات التي أفرزتها العولمة، مما أدي بدوره إلى تطور إلى تطور العمل المصرفي ليواكب هذه التغيرات من خلال استحداث عمليات مصرفية إلكترونية متطورة من أجل تسهيل معاملات التجارة الإلكترونية والخارجية، وبالتالي أصبح للبنوك التجارية توجهات إستراتيجية تهدف من خلالها إلى تطوير مختلف الخدمات المقدمة من طرف هذه البنوك.

الفصل الثالث: أثر التكنولوجيا الحديثة على النشاط البنكي– دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية المجمع الجهوي للإستغلال – جيجل 018.

- ✓ المبحث الأول: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية.
- ✓ المبحث الثاني: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على بنك الفلاحة والتنمية الريفية المجمع الجهوي للإستغلال – جيجل 018.
- ✓ المبحث الثالث: مكانة التكنولوجيا الحديثة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية المجمع الجهوي للإستغلال – جيجل 018.
- ✓ المبحث الرابع: تشخيص بيانات أدوات التكنولوجيا الجديثة على مستوي بنك الفلاحة والتنمية الريفية المجمع الجهوي للإستغلال – جيجل 018.

تمهيد:

بعدما تمت الدراسة النظرية من خلال عرض مفاهيم والأساسيات المرتبطة بموضوع البحث في الفصلين السابقين، سيتم تخصيص هذا الفصل للوقوف على واقع وأثر التكنولوجيا في بنك الفلاحة والتنمية الريفية جيجل، وذلك من خلال إجراء تربص ميداني على مستوي المجمع الاستغلالي 018، وكذا التطرق إلى مكانة التكنولوجيا الحديثة في البنك، وتشخيص بيانات وأدوات التكنولوجيا الحديثة على مستوي بنك الفلاحة والتنمية الريفية للمجمع الجهوي للاستغلال – جيجل 018.

المبحث الأول: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك التجارية التي تلعب دورا فعالا في نجاح التنمية الاقتصادية، فهو يحتل مكانة هامة ضمن الجهاز البنكي في الجزائر، ولهذا تم اختيار وكالة جيجل للقيام بهذه الدراسة الميدانية.

المطلب الأول: نظرة عامة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

سوف يتم التطرق في هذا المطلب إلى نشأة ومراحل تطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية والمبادئ التي يتبناها.

أولا: نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

بنك الفلاحة والتنمية الريفية مؤسسة مالية وطنية تنتمي إلى القطاع العمومي، صنف من طرف مجلس قاموس البنك، حيث احتل المركز الأول سنة 2004 في ترتيب البنوك التجارية ويحتل البنك كذلك المركز 668 في الترتيب العالمي ما بين 4100 بنك مصنف، وقد أنشئ بموجب المرسوم رقم 82/ 206 بتاريخ 13 مارس 1982، وكان ذلك تبعا لإعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري BNA، وذلك بهدف المساهمة في تنمية القطاع الفلاحي وترقيته ودعم نشاطات الحرفية للصناعات التقليدية والحرفية، مزارع الدولة والمجموعات التعاونية وكذلك المشتركين الفرديين للثورة الزراعية، مزارع القطاع الخاص، تعاونيات الخدمات، والدواوين الفلاحية والمؤسسات الفلاحية الصناعية إلى جانب قطاع الصيد البحري.

ومع بداية الإصلاحات الاقتصادية سنة 1988، تحول بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى شركة ذات أسهم برأس مال قدره 22 مليار دينار جزائري مقسم إلى 2200 سهم بقيمة 1.000.000 دج للسهم الواحد، ليرتفع في بداية سنة 2000 إلى 33 مليار دينار جزائري موزع على 33000 سهم مكتتبة من طرف الدولة.

وبعد صدور قانون النقد والقرض في 1990/04/14 الذي منح استقلالية أكبر للبنوك وألغي نظام التخصيص، أصبح بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك يباشر جميع الوظائف التي تقوم بها البنوك التجارية، ولتحقيق أهدافه وضع استراتيجية شاملة من خلال التغطية الجغرافية عبر كامل التراب الوطني.

أصبح اليوم بنك الفلاحة والتنمية الريفية الذي يتواجد مقره الرئيسي بالجزائر العاصمة 17 شارع العقيد عميروش، شركة مساهمة برأس مال اجتماعي 33 مليار دينار جزائري، يتكون من 25 مديرية و326 وكالة موزعة على المستوى الوطني، ويشتغل حوالي 7000 مستخدم في مختلف المستويات المركزية الجهوية

والمحلية، حيث أن كل مجموعة من الوكالات تقع تحت تصرف مديرية وظيفتها التنظيم الإداري فقط للوكالات ولا تتدخل في الأعمال المصرفية[1].

ثانيا: مراحل تطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

مر بنك الفلاحة والتنمية الريفية بعدة مراحل أساسية وهي كالتالي:

1. المرحلة من 1982-1990: حيث اهتم البنك في هذه المرحلة بفرض وجوده في السوق المصرفي ضمن المجال الريفي من خلال تكثيف فتح العديد من الوكالات في المناطق ذات النشاط الريفي، طبقا لآلية الاقتصاد المخطط الذي اقتضى تخصص كل بنك في تمويل قطاعات محددة، حيث اكتسب البنك سمعة طيبة وتجربة كبيرة في مجال تمويل القطاع الفلاحي والصناعات الغذائية إلى جانب الصناعة الميكانيكية.

2. المرحلة من 1991-1999: بموجب صدور قانون النقد والقرض الذي ألغى نظام التخصص القطاعي المطبق من قبل، توسع نشاط بنك الفلاحة والتنمية الريفية ليشمل مختلف قطاعات الاقتصاد الوطني، خاصة قطاع الصناعات الصغيرة والمتوسطة مع بقائه الشريك الأفضل في تدعيم وتمويل القطاع الفلاحي.

وقد شهدت هذه المرحلة إدخال وتعميم الإعلام الآلي عبر مختلف وكالات البنك، كما شهدت هذه المرحلة العديد من الإجراءات تمثلت في:

- الانخراط في نظام سويفت (SWIFT) لسنة 1991 لتسهيل معالجة وتنفيذ عمليات التجارة الخارجية.
- في سنة 1992 وضع نظام (SYBU) الذي يربط الوكالات البنكية بالمديرية العامة، مما دعم سرعة أداء العمليات المصرفية من خلال ما يسمى (TELETRAITEMENT)
- سنة 1993 عرفت الانتهاء من إدخال الإعلام الآلي في جميع العمليات المصرفية على مستوي كل شبكات البنك.
- سنة 1994 بدء العمل بمنتج جديد يتمثل في بطاقات السحب بدر.
- إدخال نظام المعالجة عن بعد لجميع العمليات المصرفية في وقت حقيقي سنة 1996.
- سنة 1998 بدأ العمل ببطاقة السحب ما بين البنوك (CIB)

3. المرحلة من 2000-2004: وقد عرفت رفع مستوى مردودية البنك بما يساير قواعد اقتصاد السوق وفي الصدد رفع بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى حد كبير من القروض لفائدة المؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة إضافة إلى رفعه لمستوي مساعداته للقطاع الفلاحي وفروعه المختلفة.

[1] الوثائق الداخلية للمجمع الجهوي للاستغلال – 018- لبنك الفلاحة والتنمية الريفية.

4.المرحلة من 2005-2007: في إطار سعيه لتطبيق التكنولوجيا الحديثة قام بنك البدر بتطبيق مفهوم البنك الالكتروني للسماح لعملائه بالاطلاع على رصيد حساباتهم إلى جانب ذلك ابتكار قرض جديد قصير الأجل يسمى (A.I.G) والذي يكون مضمونا بسلع عقارية أو أوراق مالية.

- سنة 2006 قام البنك بإصدار بطاقات (CBR) التي عممت على وكالات البنك في شهر جوان من نفس السنة.

- سنة 2007 تم السماح للبنوك بفتح شبابيك خاصة بصيرفة التأمين، فقد قام البنك بفتح شبابيك خاصة لهذه الخدمة وتعميمها على مستوي وكالاته.

5.مرحلة سنة 2008: حيث قام البنك خلال هذه السنة بإضافة خدمات ومنتجات جديدة، مثل منح القروض الجارية حيث يدفع الزبون قيمة القرض كإيجار بعد السنة الثانية من الإقراض، ومنح قروض بدون فوائد وهي قروض استغلال من تأمين المستثمرات الصغيرة والمتوسطة وكذا تأمين ضد المخاطر الفلاحية والتأمين ضد مخاطر السكن.

6.المرحلة من 2009-2015: يمكن حصر أهم التطورات التي مست بنك الفلاحة والتنمية الريفية في هذه المرحلة كما يلي:

- تم البدء في استعمال البطاقات الممغنطة وهي بطاقة تسمح لمالكيها بتسديد فواتيره من خلال خصم قيمة هذه الفواتير من رصيده.

- القيام بتقديم خدمات مصرفية الكترونية كمعرفة العميل لرصيده وحركة حسابه البنكي، بالإضافة إلى تحميل كشوف الحسابات عن طريق فتحه لحساب في موقع تابع للموقع الرسمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية[1].

المطلب الثاني: مبادئ وأهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

في ظل التغيرات والتطورات المتسارعة للأنشطة المصرفية محليا وعالميا، أصبح على القائمين على بنك الفلاحة والتنمية الريفية وضع استراتيجية فعالة لواجهة التحديات التي تفرضها البيئة المصرفية من اجل تدعيم مركزه التنافسي.

[1] الوثائق الداخلية للمجمع الجهوي للاستغلال – 018- لبنك الفلاحة والتنمية الريفية.

أولا: مبادئ بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

يعتمد بنك الفلاحة والتنمية الريفية على مبادئ عديدة في ممارسة نشاطه ومن بينها ما يلي

- **مبدأ حسن المعاملة:** حيث يحرص البنك على توفير المعاملة الحسنة القائمة على الاحترام المتبادل بغرض إشعار المتعاملين بالاطمئنان وكذا تبسيط وتسهيل المعاملات كالإيداع، السحب والإقراض، طلب معلومات.

- **مبدأ الشفافية:** يعمل البنك جاهدا على توفير المعلومات الدقيقة والصحيحة للعميل حتى يكون على علم بالتغيرات ذات التأثير المباشر على الخدمة المعينة.

- **مبدأ الضمان:** يضمن البنك لعملائه حقوقهم وخاصة المودعين منهم، وذلك لأن البنك يستعمل هذه الودائع ضمن نشاطه الإقراضي مما يوجب حرصه على استعادة ما تم اقتراضه وذلك ليتأثر إلا من خلال قبض رهن عيني وآخر كتابي يمكن البنك من استعادة أمواله.

- **مبدأ مواجهة خطر السيولة:** يحتفظ البنك دائما بسيولة نقدية تمكنه من تخطي كل العواقب التي تعترضه ومواجهة طلبيات السحب بكل أنواعها وكذا عدم تفويت الفرص التي قد تظهر في السوق وكسب زبائن جدد.

- **مبدأ الثقة:** إن تقديم المفترض للضمانات المطلوبة يخلق نوعا من الثقة لدى البنك بأن أمواله سوف تعود إليه كما أن المودعين إذا اطمأنوا على ودائعهم كان ذلك عاملا أساسيا في كسب ثقتهم مما يساهم في إبقاء ودائعهم لدى البنك.

- **مبدأ تسيير الخزينة:** حيث يقوم البنك بالسهر على حسن تسيير خزينته، من خلال الإبقاء على نسبة معينة لتغطية حسابات المتعاملين، فيما يعمل البنك على إرسال الفائض إلى خزينة البنك المركزي، وذلك من باب الحفاظ على الأموال.

ثانيا: أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

من بين الأهداف التي سطرها بنك الفلاحة والتنمية الريفية نذكر ما يلي:

- توسيع وتنويع تدخل البنك كمؤسسة بنكية شاملة.

- تحسن نوعية وجودة الخدمات.

- تطوير العمل البنكي قصد تحقيق أقصى قدر من الربحية.

- تحسن العلاقات مع العملاء.

- الحصول على أكبر حصة من السوق.

- إشراك الزراعة وتطوير حصتها في الاقتصاد الوطني.

ولتحقيق هذه الأهداف ونتيجة للانفتاح السوق البنكية أمام البنوك الخاصة المحلية والأجنبية، عمد البنك إلى تهيئة شروط الانطلاق في مرحلة جديدة تتميز بتحويلات هامة، حيث قام البنك بتوفير شبكات جديدة ووضع وسائل تقنية حديثة وأجهزة وأنظمة متطورة، كما بدل القائمون مجهودات كبيرة لتأهيل موارده البشرية وترقية الاتصال داخل وخارج البنك مع إدخال تعديلات على التنظيمات والهياكل الداخلية بما يتناسب مع المحيط البنكي الوطني واحتياجات السوق.

كما عمل البنك إلى التقرب أكثر إلى العملاء وهذا بتوفير مصالح تتكفل بمطالبهم وانشغالهم والحصول على أكبر قدر من المعلومات الخاصة باحتياجاتهم وذلك عن طريق:

- رفع حجم الموارد بأقل التكاليف.
- توسيع نشاط البنك فيما يخص التعاملات[1].
- تسيير صارم لخزينة البنك بالدينار والعملة الصعبة.

المطلب الثالث: لمحة عن المجمع الجهوي للاستغلال (GRE) لبنك الفلاحة والتنمية الريفية –جيجل 018:

في هذا المطلب سوف نتعرف على المجمع الجهوي للاستغلال لبنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية جيجل، وهيكله التنظيمي:

أولا: التعريف بالمجمع الجهوي للاستغلال لبنك الفلاحة والتنمية الريفية –جيجل 018:

هو مديرية تابعة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية، الموزعة على التراب الوطني (41 مجمع) يشرف على ستة وكالات هي:

- وكالة جيجل تحت رقم 676.
- وكالة الطاهير تحت رقم 675.
- وكالة الميلية تحت رقم 674.
- وكالة العوانة تحت رقم 678.
- وكالة تاكسنة تحت رقم 677.
- وكالة العنصر تحت قم 679.

[1] الوثائق الداخلية للمجمع الجهوي للاستغلال – 018– لبنك الفلاحة والتنمية الريفية.

تهدف إلى ترقية القطاع الفلاحي والصناعي والحرفي بتقديم التسهيلات في مجال الاستثمار الوطني، خاصة في المجال الفلاحي، وذلك عن طريق تقديم قروض بنسب فوائد منخفضة، من أجل تحسين نوعية المنتوج وزيادته وهذا وفقا لبرامج ومخططات تنموية مسطرة مسبقا.

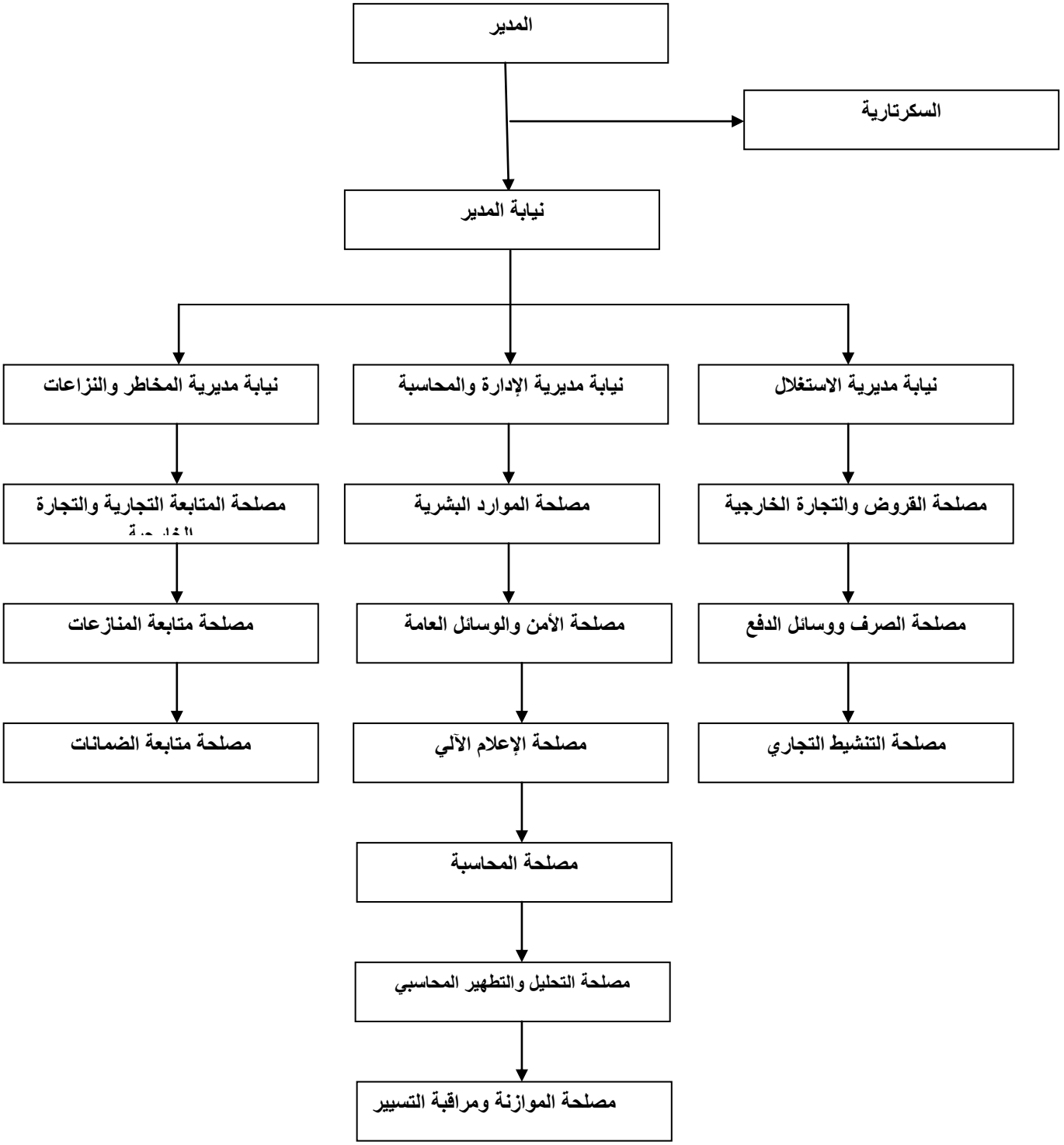
ويمكن تلخيص مهامه فيما يلي:

- تنمية القطاعات الفلاحية.
- تمويل العمليات الفلاحية والزراعية والصيد البحري والموارد البحرية.
- تقديم المساعدات لكل المؤسسات التي تساهم في تنمية العالم الريفي.

ثانيا: الهيكل التنظيمي للمجمع الجهوي للاستغلال – جيجل 018 لبنك الفلاحة والتنمية الريفية:

ويمكن تمثيل الهيكل التنظيمي للمجمع الجهوي للاستغلال – جيجل 018 كالتالي:

الشكل رقم (01): الهيكل التنظيمي للمجمع الجهوي للاستغلال – جيجل 018:



المصدر: وثائق مقدمة من طرف البنك

وتبرز أهم المديريات بالمجمع الجهوي للاستغلال (GRE) –جيجل 018:

1- المدير للمجمع الجهوي للاستغلال: وهو المسؤول الأول جهويا على السير الحسن لكل المصالح في المديرية الجهوية وفي الوكالات المحلية للاستغلال التابعة لها إقليميا.

2- السكريتارية: وهي أمانة المدير.

3- نيابة المدير: يتكون المجمع الجهوي للاستغلال لولاية جيجل من ثلاث نيابات للمدير بالإضافة إلى خلية الشؤون القانونية وهي:

أ- نيابة مديرية الاستغلال: مسؤولة عن تطبيق التوجيهات والتعليمات فيها يخص عملية الاستغلال لمنح القروض، وتتكون من ثلاثة مصالح وهي:

- **مصلحة القروض والتجارة الخارجية:** مهمتها متابعة عملية التجارة ودراسة ملفات القروض.

- **مصلحة الصرف ووسائل الدفع:** وهي المسؤولة عن عمليات الصرف للعملات ووسائل الدفع.

- **مصلحة التنشيط التجاري:** ومهمتها هي التعريف بمنتجات البنك في مجال القروض ووسائل الدفع الإلكترونية.

ب- نيابة مديرية المخاطر والمنازعات: وتتكون من ثلاث مصالح وهي:

- **مصلحة المتابعة التجارية والتجارة الخارجية:** يكمن دورها الأساسي في متابعة عن قرب كل المشاريع التجارية التي تم تمويلها، بالإضافة إلى متابعة عمليات التجارة الخارجية.

- **مصلحة متابعة المنازعات:** حيث تتكلف بمتابعة كل المشاريع التي هي في نزاع مع الزبائن.

- **مصلحة متابعة الضمانات:** وتهتم بمتابعة الضمانات الممنوحة من الزبائن لقاء تلقيهم القروض.

ج- نيابة مديرية: الإدارة والمحاسبة: وتتكون من:

- **مصلحة الموارد البشرية:** تتكفل بعمال البنك وملفاتهم.

- **مصلحة الأمن والوسائل العامة:** تتكفل بشراء المعدات والأمن.

- **مصلحة الإعلام الآلي.**

- **مصلحة المحاسبة.**

- **مصلحة التحليل والتطهير المحاسبي.**

- **مصلحة الموازنة ومراقبة التسيير.**

المبحث الثاني: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على بنك الفلاحة والتنمية الريفية المجمع الجهوي للإستغلال – جيجل 018:

في هذا المبحث سنقوم بالتحدث عن تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي يحوزها بنك الفلاحة والتنمية الريفية لجيجل، وأثرها على البنك.

المطلب الأول: واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنك:

تحظي تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأهمية كبيرة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية، حيث يستعمل موظفوه مجموعة من وسائل المعلومات والاتصال نذكر منها:

أولا: تكنولوجيا المعلومات والاتصال لدى البنك:

إن إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع المصرفي يعتبر ضرورة حتمية، خاصة لأولئك الذين يرغبون في الحصول على ميزة تنافسية، حيت تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال محرك أعمال اليوم، ولهذا الغرض تستخدم البنوك بشكل متزايد تقنيات المعلومات والاتصال الجديدة مثل الأجهزة والبرمجيات نتيجة التغيرات والتطورات التي أحدثها التقدم التكنولوجي في المجال المصرفي.

حيث يتوفر بنك الفلاحة والتنمية الريفية لجيجل على مجموعة من الأجهزة على مجموعة من الأجهزة المتطورة ذات التكنولوجيا العالية تساهم بشكل كبير في تنشيط الأداء المصرفي تضفي عليها نوعا من التميز في بيئتها المصرفية.

خلال فترة تربصنا، حاولنا تحديد تقنيات المعلومات والاتصال التي يستخدمها بنك بدر – جيجل018[1]:

- مختلف معدات الكمبيوتر والخوادم والأجهزة.
- الالكترونيات ومكوناتها.
- الوسائط الالكترونية.
- التقنيات السمعية والبصرية.
- التجارة الالكترونية.
- خدمات وبرامج الحاسب الآلي.

[1] مقابلة مع نوال دكار مكلفة بالتنشيط التجاري للمجمع الجهوي – جيجل 018.

- Out look.
- Sisco.

ثانيا: أسباب استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنك:

تعود أسباب استخدام تقنيات المعلومات والاتصال في بنك الفلاحة والتنمية الريفية لجيجل إلى:

- سعي البنك إلي مواكبة شتى التطورات التي تحدث في العالم الحالي من استخدامات لتكنولوجيا المعلومات والاتصال بكل أنواعها وأدواتها الأمر الذي يكفل له البقاء والمنافسة ويؤثر على مركزه وحصته السوقية.
- تحقيق الانسجام والتفاعل الايجابي بين أفراد البنك من جهة وبين البنك ومختلف المتعاملين من جهة أخري.
- تعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحسين الأداء وتقديم خدمات للعملاء بأحسن وأنسب طريقة من حيث السرعة والسهولة.
- تكنولوجيا المعلومات والاتصال لها دور راجح ومكاسب في التكلفة والوقت.
- تزود التكنولوجيا البنوك بأدوات قوية بشكل متزايد مما يسمح من بتحسين قدرتها التنافسية، ومن ناحية أخرى تعزيز الربحية والإنتاجية.
- تقليل الوقوع في الأخطاء.
- نشر كل المعلومات التي تخص البنك، والتي يريد الزبون معرفتها من خدمات ومنتجات وكل ميزاتها الايجابية التي تكون متاحة لهم دون الذهاب إلى البنك، وبالتالي جدب المزيد من العملاء.

ثالثا: مخاطر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على البنك[1]:

رغم الدور الكبير الذي تلعبه تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلا أن المخاطر متأصلة بكل منتج وكل خدمة، ويرتبط مستواها بهيكل وبيئة البنك ونوع الخدمات المقدمة، ومدي تعقيد الإجراءات للمعاملات المصرفية.

- فعلى الجانب الداخلي ينشأ خطر انعدام الأمن بشكل أساسي، بعد الاستخدام الاحتيالي لنظام الكمبيوتر من قبل الموظف في البنك باستغلال منصبه داخل البنك يمكنه التلاعب بالمعلومات وإجراء معاملات مشبوهة على حسابات مختلفة، ولعلاج ذلك يستخدم بنك البدر للمصادقة في كل مرحلة مع اسم مستخدم خاص للموظف، حيث كل عملية تتم من قبل موظف يكون معرفه موجودا.

- أفعال الموظفين غير المقصودة تكون في الغالب نتيجة ضغط شديد في العمل أو ضعف في القدرات الذاتية في الانضباط والاهتمام لدي المستخدمين.

[1] مقابلة مع نوال دكار مكلفة بالتنشيط التجاري للمجمع الجهوي – جيجل 018.

– وعلى الجانب الخارجي يكون البنك ضحية لعملية القرصنة والتي تتمثل في سرقة المعلومات السرية للعملاء وحساباتهم ثم استخدامها لأغراض احتيالية من ناحية، ومن ناحية أخرى قد يتعرض البنك نفسه لتهديدات من فيروسات الكمبيوتر التي يمكنها من مهاجمة نظامه وشبكته

إن أمن نظام المعلومات هو عمل الجميع وفي جميع المجالات يتطلب نهجا تنظيميا يتراوح من تحليل المخاطر إلى إنشاء وسائل وإجراءات لضمان سرية المعلومات وسلامتها وتوفرها والحماية من الفيروسات.

المطلب الثاني: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على نشاط البنك:

يمكن تلخيص أثر استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في بنك الفلاحة والتنمية الريفية – جيجل 018 نذكر منها:

أولا: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء العمل:

- تحسين الأداء وتزويد العملاء بمعالجة سريعة.
- التحسين في جودة الخدمات والمنتجات.
- زيادة إنتاجية العمل من أجل جمع المعلومات وإعادة استخدامها.
- موثوقية وسرعة معالجة المعاملات.
- تخفيض التكاليف.
- إدارة أفضل للموارد البشرية.
- ظهور المنتجات الجديدة.

ثانيا: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الموظفين:

- تسهيل العمل على الموظفين.
- العمل في بيئة إنتاجية.
- كفاءة العمل (المزيد من العمل في وقت أقل)
- التقليل من عبئ العمل.
- إزالة المهام المتكررة.
- الحد من الأخطاء.
- السرعة والدقة في معالجة العمليات.

المطلب الثالث: البرامج ووسائل الاتصال المستخدمة من طرف البنك:

يستخدم بنك الفلاحة والتنمية الريفية للمجمع الجهوي للاستغلال – جيجل 018 مجموعة من البرامج ووسائل الاتصال في ممارسة نشاطه، نذكرها في ما يلي:

أولا: البرامج المستخدمة:

– Oracle: وهو نظام مصرفي علمي يعزز الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك لعملائه، فهو يزود موظفي البنك بمميزات عديدة، وتسهيل عليهم القيام بأعمالهم وبالتالي تحسين الأداء المصرفي.

– Sisco: يستخدم في نقل أي بيانات من خلال التليفون لإرسال واستقبال الملفات من جهاز الكمبيوتر إلي كمبيوتر لآخر، إذ يتكفل بالمعاملات التي تتم بين الوكالات وبين المراكز، ويعمل أيضا على حماية العمليات والبرامج التي والبرامج التي تعالج المعاملات بين الوكالات.

ثانيا: وسائل الاتصال:

وتتمثل أهم وسائل الاتصال في بنك الفلاحة والتنمية الريفية – جيجل 018 في:

1- وسائل الاتصال بين الموظفين:

– الهاتف الثابت أو الفاكس: حيث يتوفر كل قسم على واحد لتواصل بين الموظفين أو تلقي مكلمات بين موظفي البنك، أو تلقي مكلمات من العملاء.

– البريد الالكتروني.

– Out look: هو نظام برنامج إدارة المعلومات الشخصية من مايكروسوفت، على الرغم من كونه عميل بريد الكتروني في المقام الأول، إلا أنه يتضمن أيضا وظائف مثل التقويم وإدارة المهام وجهات الاتصال وتدوين الملاحظات وتسجيل دفتر اليومية وتصفح الويب، حيث يستخدمه البنك لتواصل بين الموظفين وإرسال البريد الالكتروني،والملفات والمستندات.

2- بين البنك والبنوك الأخرى:

– نظام سويفت (SWIFT): هو عبارة عن شبكة اتصالات متطورة ومتقدمة تعمل على ربط البنوك بعضها البعض عبر شبكة اتصالات منظمة، تستعمل عامة لعمليات التجارة الخارجية.

– نظام المقاصة الالكترونية: نظام المقاصة فيما بين البنوك والمؤسسات المالية بموجب صور الكترونية للشيكات ودون أن يتم تبادل الشيكات فعليا بين الوكالات، وذلك بالاعتماد على شبكات الإعلام الآلي التي تربط بين الوكالات بالبنك المركزي التي تتولى الإشراف على هذه العملية[1].

المبحث الثالث: مكانة التكنولوجيا الحديثة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية المجمع الجهوي للإستغلال – جيجل 018:

سعى بنك الفلاحة والتنمية الريفية– جيجل018 لمواكبة التطورات التكنولوجية وتقديم مجموعة من الخدمات المصرفية إلكترونية متميزة، ومن أهم هذه الخدمات نذكر ما يلي:

المطلب الأول: الخدمات المقدمة عبر شبكة الانترنت:

يقوم بنك الفلاحة والتنمية الريفية بعرض مجموعة من الخدمات عن طريق شبكة الانترنت عبر موقعه الالكتروني (http://www.badrbank.dz)، وبمجرد الولوج إلى الصفحة الرئيسية للموقع يتم عرض مختلف الخدمات.

أولا: خدمة البنك الالكتروني بدر نت:

وللحصول على هذه الخدمة يجب أن يمتلك الزبون حساب بنكي لدي البنك ومن تم التسجيل في الخدمة عند أحد فروعه على أن يتم الاستفادة من الخدمة بعد أيام من عملية التسجيل.

الشكل رقم (02): الصفحة الرئيسية لخدمة البنك الالكتروني الخاص ببنك BADR

المصدر: موقع البنك http://www.badrbank.dz

يمكن لأي عميل مسجل في هذه الخدمة أن يستفيد من الخدمات التالية:

[1] مقابلة مع نوال دكار مكلفة بالتنشيط التجاري للمجمع الجهوي –جيجل 018–

– يمكن العميل من فحص حسابه خلال 7/7 أيام و24/24 ساعة، سواء كانت أرصدة الحسابات الخاصة به أو تفاصيل عن صفقات خلال 30 يوم الماضية.

– القيام بتحويل أو نقل الأموال من حساب لأخر.

– يسمح بعرض كافة عمليات التحويلات والكشوفات التي يقوم بها الزبون في حاسوبه الشخصي أو عبر الهاتف على شكل ملف.

– يعرض مختلف أسعار العملات الدولية مقابل العملة الصعبة.

– يسمح بعرض كافة الوكالات المتواجدة عبر الوطن التابعة لبنك البدر.

– القيام بعمليات طلب الشيكات عبر مختلف الوكالات التي يعرضها الموقع .

– تمكن العميل من الاتصال هاتفيا بالبنك لعرض انشغالاته.

– كما تعرض خدمة صندوق الرسائل التي يتم فيها إرسال الإشعارات الخاصة بعمليات وطلبات العميل التي تمت لحسابه.

1– الاطلاع على الحساب: بعد إدخال العميل لكلمة المرور ورقم الاشتراك الخاص به، يعرض المصرف الالكتروني مباشرة كشف الحساب الخاص به.

2– خدمة بدر اتصال: يملك بنك بدر مركز اتصال يضعه تحت تصرف العملاء عن طريق الاتصال برقم خاص، حيث تتيح هذه الخدمة لعملاء البنك فرصة طرح انشغالاتهم واقتراحاتهم ليتم الرد عليها من طرف البنك.

ثانيا: خدمة التحول إلى عميل للبنك: يكفي مجرد الدخول إلى موقع بنك بدر من فتح حساب بالبنك وذلك من خلال ملء استمارة إلكترونية على الموقع وإرسالها ليقوم البنك بعد ذلك بتحديد موعد للعميل على مستوى البنك، كما يسمح الموقع من تحميل وطباعة استمارة فتح الحساب للعميل ليملئها قبل التوجه للبنك.

ثالثا: خدمة الدفع الالكتروني عبر الانترنت: تسمح هذه الخدمة من تسوية الفواتير والخدمات عبر الانترنت (تسديد فواتير الكهرباء، الماء، فواتير الهاتف النقال...إلخ)، باستخدام البطاقات البنكية وذلك 24/24 ساعة طول أيام الأسبوع[1].

[1] مقابلة مع نوال دكار مكلفة بالتنشيط التجاري للمجمع الجهوي –جيجل 018–

المطلب الثاني: وسائل الدفع الالكترونية:

نظرا للتطور التكنولوجي في المجال المصرفي بشكل عام، يسعى بنك الفلاحة والتنمية الريفية جاهدا توفير بطاقات الدفع الالكترونية المتواجدة في السوق من أبرزها:

أولا: البطاقات البنكية: توفر هذه البطاقات لزبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية إمكانية سحب النقود من آليات الصرف وهناك عدة بطاقات يضعها البنك تحت تصرف عملائه، ويمكن تصنيفها إلى:

1- **بطاقة ما بين البنوك (CIB):** وتصنف إلى:

1.1.البطاقة الكلاسيكية: وهي بطاقة دفع وسحب في آن واحد، تمكن حاملها من تسديد فواتير المشتريات من السلع والخدمات في مختلف المحلات التي تشترك في خدمة بنك بدر، وهي أيضا بطاقة يمكن استعمالها في جميع الموزعات الآلية على المستوى الوطن سواء كانت بنكية أو بريدية.

2.1.البطاقة البنكية: وهي بطاقة للسحب والدفع تكون موجهة للاستخدام العام تمكن حاملها من سحب النقود عن طريق جميع الموزعات الآلية سواء كانت بنكية أو غير بنكية.

3.1. البطاقة الذهبية: وهي بطاقة للسحب والدفع تكون توجه عادة للتجار والزبائن ذوي الدخل المرتفع لأنها ذات سقف عالي للسحب يبلغ 10 مليون دينار جزائري.

ومن مميزات بطاقة CIB ما يلي: (أنظر الملحق 5 و الملحق 7)

- دفع مضمون.
- تحويل سهل وسريع.
- معاملة آمنة.
- تساعد هذه الوسيلة الجديدة في الدفع على كسب زبائن جدد بمنحهم أحسن خدمة.

2- البطاقات الدولية: هي بطاقات جديدة تم إصدارها في 2020، وهي موجهة لاستعمال خارج البلاد بالعملة الصعبة مدة صلاحيتها سنتين قابلة للتجديد وهي نوعين:

1.2. بطاقة ماستر كارد الكلاسيكية: هي للسحب والدفع في أي مكان من العالم وفي أي وقت بواسطة موزعات وشبابيك الصراف الآلي التي تحمل شعار ماستر كارد والدفع عبر الانترنت، سقف استعمالها هو 800 أورو في الأسبوع بالنسبة للسحب، و 2500 أورو في الأسبوع بالنسبة للدفع.

2.2. بطاقة ماستر كارد تيتانيوم: تحمل نفس مميزات بطاقة ماستر كارد الكلاسيكية، وسقف للاستعمال قدره 1000 أورو في الأسبوع بالنسبة للسحب، و 5000 أورو في الأسبوع بالنسبة للدفع، إضافة إلى مميزات أخري تتمثل في الاستفادة من خصومات على المشتريات عبر المواقع الالكترونية.

ومن مميزات هذه البطاقات ما يلي:[1]

- قبول عالمي.
- تغطية واسعة لأجهزة الصراف الآلي عبر كافة أنحاء العالم.
- الانفتاح على التجارة الالكترونية، عبر الانترنت أو من خلال أحد التطبيقات.
- ولوج دائم وآمن إلى أموالكم في الخارج على مدار 24/24 ساعة وخلال 7/7 أيام.
- يؤمن بروتوكول الدفع الآمن (3D Secure) عمليات الدفع الالكتروني الخاصة عبر الانترنت.

3- الصراف الآلي للأوراق النقدية: هو آلة أوتوماتيكية تسمح للزبون صاحب البطاقة الالكترونية سحب مبلغ من المال دون اللجوء إلى الوكالة البنكية بحيث يمكن سحب هذا المبلغ من أي جهاز موجود على مستوي القطر الوطني، وأغلب البنوك تمتلك أجهزة التوزيع الآلي للأوراق النقدية كما تمتلك موزع آلي وحيد موجود على مستوى الوكالة، ويعتبر الموزع الآلي جزءا أساسيا من استراتيجيات خدمة العملاء في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وذلك لضمان أقصى قدر من التنفيذ السريع في إدخال منتجات جديدة مما يزيد في الكفاءة.

4- محطة الدفع الالكتروني (TPE): هي عبارة عن آلات صغيرة الحجم مرتبطة بالنظام البنكي يتم وضعها في نقاط البيع لدي الفضاءات التجارية (أنظر الملحق 03)، حيث تسمح للعميل باستخدام البطاقات، حيث توفر للتجار والمؤسسات ورجال الأعمال مجموعة من المميزات تتمثل في:

- توفير مستوى أمن عالي.
- تشغيل سهل.
- استلام آلي للمستحقات.
- وسيلة دفع عصرية ومعتبرة.
- يقبل جميع بطاقات CIB الصادر عن البنوك.

المطلب الثالث: عدد البطاقات المطلوبة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية خلال الفترة (2019- 2021):

قمنا في الدراسة التطبيقية بجمع إحصائيات حول عدد البطاقات المصدرة ببنك الفلاحة والتنمية الريفية – جيجل 018 قصد التعرف على مستخدمي هذه البطاقات.

[1] الموقع الالكتروني للبنك الفلاحة والتنمية الريفية، http://www.badrbank.dz، يوم 2022/06/11، على الساعة، 15: 20.

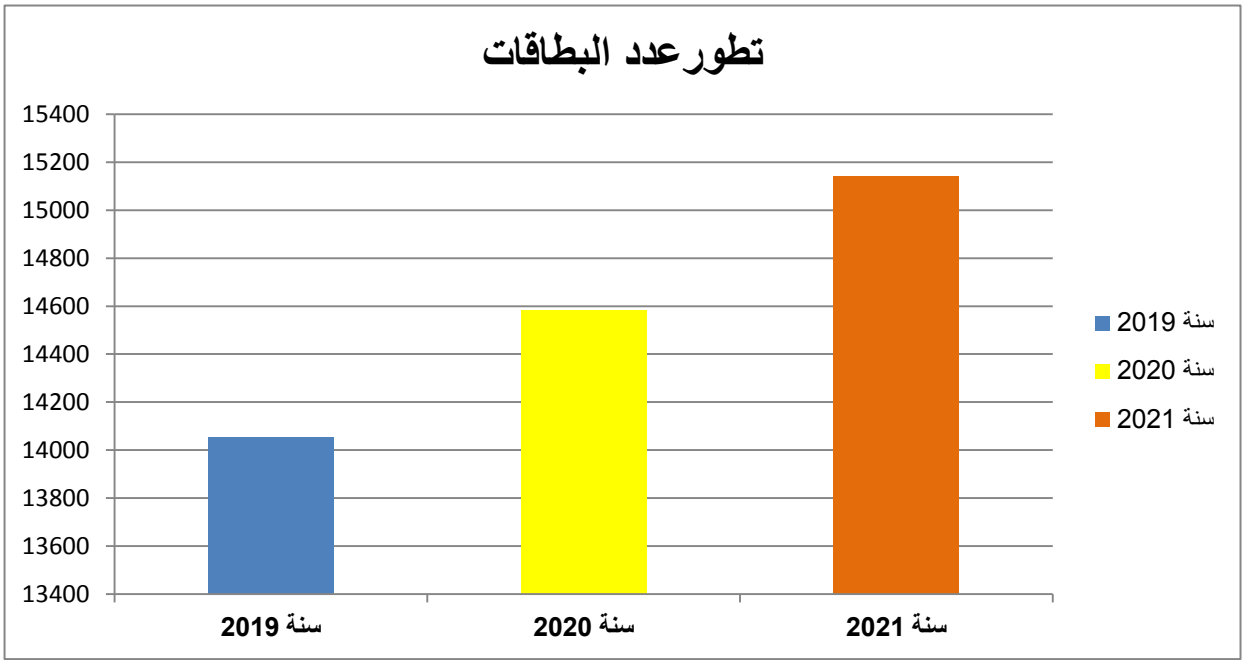
الجدول رقم(01):عدد البطاقات البنكية المصدرة في بنك BADR خلال الفترة (2019- 2021):

السنة	عدد البطاقات البنكية
2019	14051
2020	14582
2021	15142
المجموع	43775

المصدر: مقابلة مع نوال دكار مكلفة بالتنشيط التجاري للمجمع الجهوي -جيجل 018-

ويمكن تمثيل معطيات الجدول أعلاه من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم (03): عدد البطاقات الصادرة من طرف البنك خلال الفترة (2019- 2021):



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على الجدول السابق

نلاحظ من خلال الشكل أعلاه أن عدد البطاقات الصادرة في ارتفاع مستمر خلال الفترة (2019 - 2021) حيث بلغت نسبة التغير بين سنة 2019 بمقدار 7.76% مقارنة مع سنة 2021، ويمكن تفسير هذا الارتفاع بالوضع الصحي الذي شهده العالم، حيث سرع فيروس كورونا خطة الرقمنة في الجزائر نظرا للقواعد الصحية التي فرضتها الدولة، مما دفع العديد من المواطنين في إجراء المعاملات عبر الانترنت لتلبية حجاتهم.

المبحث الرابع: تشخيص بيانات وأدوات التكنولوجيا الحديثة على مستوي بنك الفلاحة والتنمية الريفية المجمع الجهوي للإستغلال – جيجل 018 خلال الفترة (2019- 2021):

يتضمن هذا المبحث تحليل بعض الإحصائيات المتعلقة بحسابات الدفاتر البنكية وفتح وغلق هذه الحسابات ووضعيتها على مستوي بنك الفلاحة والتنمية الرفية لولاية جيجل.

المطلب الأول: تطور فتح الحسابات البنكية في البنك:

من خلال هذا العنصر سيتم عرض عدد الدفاتر المفتوحة للعملاء على مستوي البنك خلال الفترة الممتدة من 2019 إلى غاية 2021 من خلال الجدول الموالي:

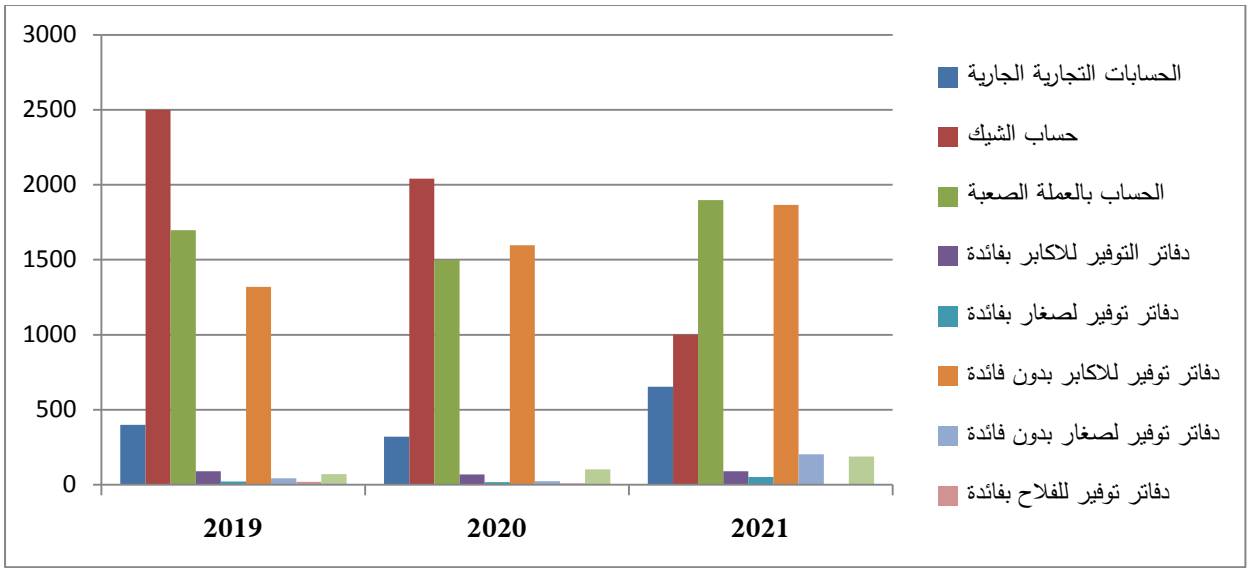
جدول رقم (02):تطور عدد فتح الحسابات البنكية في البنك خلال الفترة (2019- 2021):

نوع الحسابات البنكية	سنة 2019	سنة 2020	سنة 2021
حساب تجاري جاري	400	320	654
حساب الشيك	2500	2041	1001
حساب العملة الصعبة	1698	1498	1898
دفاتر التوفير للأكابر بفائدة	90	69	90
دفاتر التوفير للصغار بفائدة	21	17	51
دفاتر التوفير للأكابر بدون فائدة	1320	1596	1865
دفاتر التوفير للصغار بدون فائدة	42	23	203
دفاتر توفير الفلاح بفائدة	20	8	0
دفاتر توفير الفلاح بدون فائدة	70	102	187
المجموع	6161	5674	5949

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على إحصائيات المقدمة من البنك

ويمكن تمثيل معطيات الجدول أعلاه من خلال الشكل الموالي:

الشكل (04): تطور عدد فتح الحسابات البنكية في البنك خلال الفترة (2019- 2021):



المصدر:من اعداد الطالبين بالإعتماد على الجدول السابق

نلاحظ من الشكل السابق إنخفاض نسبة الطلب على فتح حسابات الدفاتر البنكية في بنك BADR خلال الفترة (2019-2021)، حيث إنخفضت من 6161 سنة 2019 إلى 5674 سنة 2020، وشهدت ارتفاعا طفيفا سنة 2021 لتبلغ 5949 مقارنة مع سنة 2020 ويعود ذلك للأوضاع الاقتصادية التي مرت بها البلاد بسب فيروس كورونا.

ويقوم البنك بفتح حسابات الدفاتر البنكية بمختلف أنواعها، والملاحظ إرتفاع الطلب على فتح حسابات الشيك وحسابات العملة الصعبة ودفاتر التوفير للأكابر مقارنة مع الحسابات الأخري.

المطلب الثاني: تطور غلق الحسابات البنكية في البنك:

من خلال هذا العنصر سيتم عرض عدد الدفاتر المغلوقة للعملاء على مستوي البنك خلال الفترة الممتدة من (2019 إلى غاية 2021) من خلال الجدول الموالي:

جدول رقم (03): تطور عدد غلق الحسابات البنكية في البنك خلال الفترة (2019- 2021):

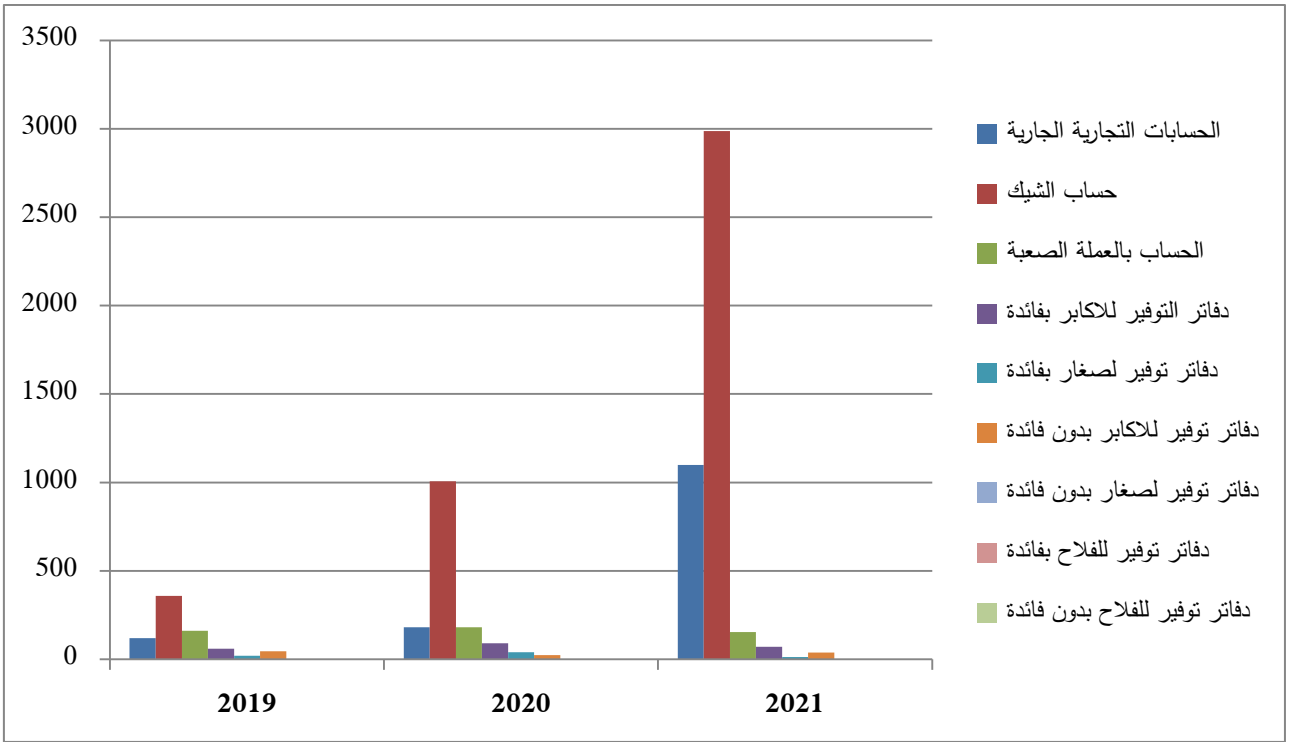
نوع الحسابات البنكية	سنة 2019	سنة 2020	سنة 2021
حساب تجاري جاري	120	180	1098
حساب الشيك	359	1007	2987
حساب العملة الصعبة	160	180	153
دفاتر التوفير للأكابر بفائدة	59	90	70
دفاتر التوفير للصغار بفائدة	20	40	12
دفاتر التوفير للأكابر بدون فائدة	45	23	38

دفاتر التوفير للصغار بدون فائدة	0	0	0
دفاتر توفير الفلاح بفائدة	0	0	0
دفاتر توفير الفلاح بدون فائدة	0	0	0
المجموع	763	1520	4358

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على إحصائيات المقدمة من البنك

ويمكن تمثيل معطيات الجدول أعلاه من خلال الشكل الموالي:

الشكل (05): تطور عدد غلق الحسابات البنكية في البنك خلال الفترة (2019- 2021):



المصدر:من اعداد الطالبين بالإعتماد على الجدول السابق

نلاحظ من الشكل السابق إرتفاع الطلب علي غلق حسابات الدفاتر البنكية في بنك BADR خلال الفترة (2019-2020)، وقد إرتفع الطلب على غلق الحسابات من 763 سنة 2019 إلى 4358 سنة 2021

والملاحظ إرتفاع الطلب على غلق حسابات الشيك والحساب التجاري الجاري مقارنة مع الحسابات الأخري

المطلب الثالث: وضعية الحسابات المدينة والدائنة في بنك BADR:

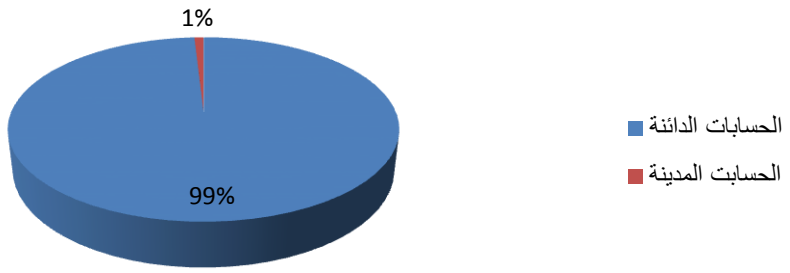
الجدول رقم(04): وضعية إجمالي الحسابات في بنك BADR خلال الفترة (2019-2021)

وضعية الحسابات	إجمالي الحسابات
الحسابات الدائنة	357520
الحسابات المدينة	3312
المجموع	360832

المصدر: مقابلة مع نوال دكار مكلفة بالتنشيط التجاري للمجمع الجهوي -جيجل 018-

ويمكن تمثيل معطيات الجدول أعلاه من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم(06): وضعية إجمالي الحسابات في بنك BADR خلال الفترة 2019-2021

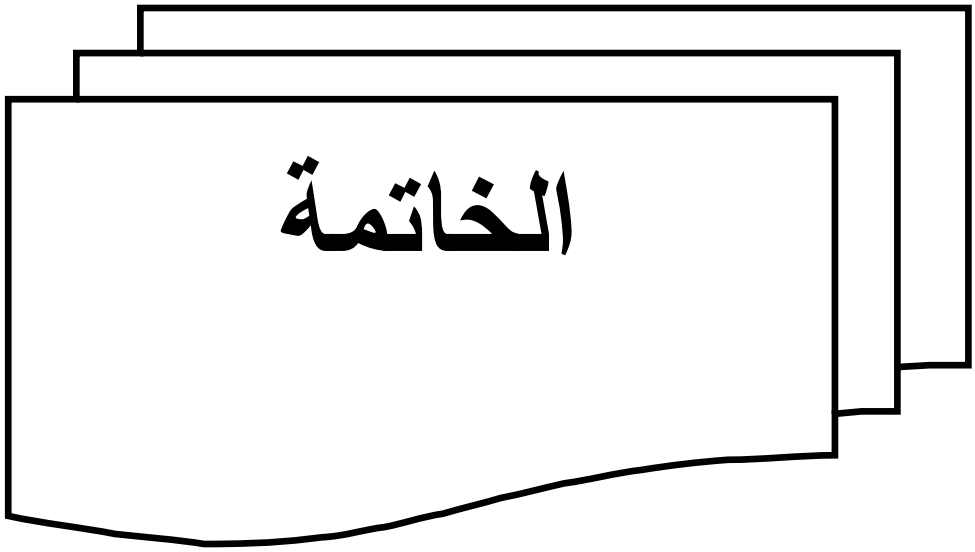


المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على الجدول السابق

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ تسجيل نسبة 99% والتي تمثل نسبة الحسابات الدائنة كما سجلنا 1% كنسبة للحسابات المدينة، وهذا يفسر كون بنك الفلاحة والتنمية الريفية في حالة جيدة.

خلاصة الفصل:

من خلال التربص الميداني الذي قمنا به على مستوى بنك الفلاحة وتنمية الريفية BADR المجمع الجهوي لولاية جيجل وبعد دراسة وتحليل الإحصائيات التي قدمت لنا من طرف البنك، إلى انخفاض استخدام حسابات الدفاتر البنكية في البنك وهذا يعود إلى استخدام وسائل الدفع الالكترونية، وتمكنا من معرفة تأثير التكنولوجيا الحديثة على نشاط البنك، حيث أنه وبفضل هذه التكنولوجيا تمكن البنك من التحول إلى العمل الالكتروني وبتالي استغلال كل المزايا التي توفرها هذه التكنولوجيا من توفير المرونة والسرعة في المعاملات والدقة في الأداء المصرفي، كما ساهمت هذه التكنولوجيا في تحسين وتطوير جودة الخدمات المصرفية نتيجة البرامج المستحدثة والتقديم الخدمات الالكترونية التي توفر الدقة والسرعة والأمان حيث يمكن الاعتماد عليها في أي مكان وأي وقت.


الخاتمة

الخاتمة:

يعتبر مجال التكنولوجيا الحديثة من أهم الحقول التي نالت أهمية كبيرة في الآونة الأخيرة، والتي أملتها الظروف الاقتصادية المعاشة والمنافسة الحادة التي يشهدها عالم الأعمال في وقتنا هذا نتيجة التطورات التكنولوجية، والتي اقتحمت كافة الأنشطة بدون استثناء، ومن اجل مواكبة هذه التغيرات والتطورات التكنولوجية اهتمت المصارف بالعمل على تدعيم قدراتها التكنولوجية من أجل تحسين أدائها وتطوير خدماتها، من خلال التوسع في استخدام التقنيات المستحدثة وانتهاج استراتيجية التطوير المبنية على التجديد والابتكار التي من شأنها المساهمة وبشكل فعال في تحسين جودة الخدمات المصرفية وأساليب تقديمها، كما أنها تعمل على تحسين الصورة الذهنية للمصرف لدي العملاء الحالين واستقطاب عملاء جدد، وبالتالي تعزيز القدرة التنافسية للمصرف وموقعه ضمن السوق المصرفي.

وفي هذا السياق فقد أدركت المصارف الجزائرية ضرورة التوجه نحو الصيرفة الالكترونية نتيجة التطورات التكنولوجية، وبهذا تسعي جاهدة للارتقاء من العمل المصرفي التقليدي إلى العمل المصرف الالكتروني عن طريق عرض خدمات جديدة باستخدام التقنيات الكترونية مستحدثة في المجال المصرفي.

وقد هدفت هذه الدراسة للتعرف على أثر التكنولوجيا الحديثة على النشاط المصرفي من خلال قسمها النظري والتطبيقي، حيث تم اختيار بنك الفلاحة والتنمية الريفية المثل في المجمع الجهوي لجيجل لتجسيد الواقع النظري ميدانيا، وقد أثارت الدراسة عدة تساؤلات وقدمنا عدة فرضيات تتعلق بطبيعة العلاقة بين المتغيرين، وقد تم التوصل إلى عدة نتائج تسهم في حل إشكالية الدراسة والإجابة عن التساؤلات والفرضيات.

أولا: نتائج الدراسة:

من خلال هذه الدراسة توصلنا إلى جملة من النتائج وتتمثل في:

- **النتائج النظرية للدراسة:**

✓ تتمثل أشكال التكنولوجيا المصرفية في وسائل ونظم الدفع الالكترونية وقنوات الاتصال وخدمات الصيرفة الالكترونية.

✓ ساهمت التطورات التكنولوجية في إعطاء تصور جديد لنظام المصرفي مبني على الكترونية الخدمات المصرفية، في ظل ظهور أشكال وأنظمة جديدة ساهمت في تطوير الأداء المصرفي والخدمة المصرفية.

✓ يوجد اهتمام متزايد لدي البنوك الجزائرية نحو تطوير الخدمات المصرفية وتحسين جودتها وأدائها وذلك بزيادة الإنفاق للحصول على التقنيات التكنولوجية، والاهتمام بالعنصر البشري وتأهيله وتدريبه لمواكبة هذه التطورات.

✓ سعي البنوك الجزائرية في تهيئة بيئة العمل المصرفي الالكتروني اتجاه الصيرفة والخدمات الالكترونية.

✓ رغم ما توفره التقنيات الحديثة من مزايا إلا أنها لا تخلو من المخاطر.

✓ تسعي البنوك جاهدة لترقية خدماتها المصرفية عن طريق توفير خدمات الكترونية سريعة تعتمد على تكنولوجيا متطورة.

- **النتائج التطبيقية للدراسية:**

✓ يعمل بنك الفلاحة والتنمية الريفية –جيجل–(محل الدراسة) باستمرار على مواكبة التطورات التكنولوجية التي يشهدها النشاط المصرفي.

✓ يهتم بنك الفلاحة والتنمية الريفية –جيجل–باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال مسايرته للتطورات التكنولوجية بتوفره للأجهزة والمعدات وكذلك التقنيات التي تسهل إجراء العمل والهدف هو تحقيق جودة عالية للخدمة المصرفية، وتحسين الأداء وكسب ولاء العملاء، وكذلك زيادة ربحية البنك.

✓ يدرك بنك الفلاحة والتنمية الريفية –جيجل–أثر استخدام التكنولوجيا الحديثة في تطوير نشاط البنك، وتحسين جودة الخدمات المصرفية.

✓ على الرغم من الخدمات المصرفية الكترونية المقدمة من طرف البنك إلا أنها تبقى محدودة، إذ ما تم مقارنتها بما تشهدها الساحة المصرفية العالمية.

- **ثانيا: اختبار الفرضيات:**

✓ **الفرضية الأولى:** والتي نصت على ما يلي: " تساهم التكنولوجيا في تحسين النشاط المصرفي في البنوك التجارية"، وقد تم تأكيد صحية هذه الفرضية من خلال القسم النظري الذي شمل المبحث الرابع من الفصل الأول، آثار ومخاطر التكنولوجيا المصرفية على نشاط البنوك، ومن خلال الجانب التطبيقي الذي شمل المبحث الثاني أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على بنك الفلاحة والتنمية الريفية – جيجل 018– ومما ما توفره من مميزات تنعكس على تحسين نشاط وكفاءة الأداء للبنوك وتحسين جودة خدماتها المقدمة.

✓ **الفرضية الثانية:** والتي نصت على ما يلي: " تلعب التكنولوجيا المصرفية دورا بالغا في زيادة فعالية النشاط البنكي"، وقد تم تأكيد صحة الفرضية من خلال القسم التطبيقي أثر التكنولوجيا المصرفية على بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وذلك من خلال تزويد العملاء بمعالجة سريعة وتخفيض التكاليف وتحسين الأداء.

✓ **الفرضية الثالثة:** والتي نصت على ما يلي: " يعتمد بنك الفلاحة والتنمية الريفية على الوسائل التكنولوجية في تطوير نشاطه البنكي"، حيث تم تأكيد صحة هذه الفرضية من خلال القسم التطبيقي الذي شمل المبحث الثاني أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على بنك الفلاحة والتنمية الريفية –جيجل 018– تم إبراز التقنيات المتوفرة في البنك وما توفره من مميزات تساهم في زيادة إنتاجية العمل وتحسين أداء وجودة الخدمات والمنتجات المقدمة من طرف البنك.

➢ **التوصيات والاقتراحات:**

وبناءا على ما تقدم عرضه في الجانب النظري والتطبيقي لهذه الدراسة، يمكن صياغة الاقتراحات والتوصيات التالية:

✓ ضرورة مواكبة التطورات التكنولوجية المصرفية الحديثة في كافة الأنشطة المصرفية، من خلال امتلاك أحدث الأنظمة والبرمجيات الالكترونية الذي يتماشى مع الساحة المصرفية العالمية، من أجل تخفيض التكاليف ورفع الأداء المصرفي.

✓ الاهتمام بمختلف الخدمات الالكترونية التي أفرزتها تطبيق التكنولوجيا الحديثة في النشاط المصرفي.

✓ تشجيع التعامل بوسائل الدفع الالكترونية، والقيام بحملات تحفيزية من أجل الإقبال عليها والتعامل بها.

✓ زيادة توعية العملاء بأهمية الخدمات المصرفية الالكترونية.

✓ الاهتمام بجودة تدفق الانترنت مما يسهل عملية الاتصال سواء بالبنوك الأخرى أو الزبائن.

➢ **آفاق الدارسة:**

يعتبر مجال استخدام التكنولوجيا الحديثة في النشاط المصرفي مجال واسع، فبرغم من محاولتنا الإلمام بكافة جوانب الموضوع، إلا أن الآفاق تبقى مفتوحة، ولذا يمكن اقتراح بعض المواضيع ذات الصلة بموضع البحث والتي يمكن أن تكون عناوين لبحوث مستقبلية وهي:

✓ أثر الخدمات الالكترونية في تفعيل النشاط المصرفي.

✓ أثر العولمة المالية على النشاط المصرفي.

✓ أثر التكنولوجيا المالية في تفعيل النشاط البنكي.

✓ تقيم الخدمات الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولا: الكتب:

1- امجدل أحمد عبد الحفيظ، **مبادئ التسويق الالكتروني**، الطبعة الأولي، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.

2- أسامة محمد الفولي، زينب عوض الله، **اقتصاديات العقود والتمويل**، دار الجامعة الجديدة، الازاريطة، 2005.

3- الجنبهي منير، الجنبهي ممدوح، **التبادل الالكتروني بالبيانات**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2004.

4- إبراهيم العيسوي، **التجارة الالكترونية**، الطبعة الأولى، المكتبة الأكاديمية القاهرة،2003.

5- الطاهر لطرش، **تقنيات البنوك**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001.

6- بوعتروس عبد الحق، **الوجيز في البنوك التجارية**، بهاء الدين للنشر والتوزيع، 2000 م، قسنطينة، الجزائر.

7- جلال عايد الشورة، **وسائل الدفع الالكتروني**، دار الثقافة، عمان، الطبعة الأولى، 2008.

8- خالد أمين عبد الله، **العمليات المصرفية**، ط1، عمان، 2000.

9- خالد أمين عبد الله، **العمليات المصرفية الطرق المحاسبية الحديثة**، دار وائل للنشر، الأردن، 1998.

10- خيري مصطفى كتانة، **التجارة الالكترونية**، دار الميسرة للنشر والتوزيع وطباعة، عمان الأردن، الطبعة الأولى، 2009.

11- سراج الدين محمد، **التجارة الالكترونية**، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة مصر، الطبعة الأولى، 2009.

12- سماح عبد المطلب عامر وعلاء محمد سيد قنديل، **التسويق الإلكتروني**، دار الفكر، عمان، الأردن، الطبعة الأولي، 2012.

13- صلاح الدين عبد الباقي، **الاتجاهات الحديثة للبنوك**، الدار الجامعية للنشر، مصر.

14- عبد الحميد عبد المطلب، **البنوك الشاملة**، ط1، الإسكندرية؛ 2000.

15- عليان الشريف وآخرون، **القانون التجاري مبادئ ومفاهيم**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2000.

16- محمد الرفق عبد السلام، **الأقسام المختلفة للبنوك التجارية**، 1998.

17- محمود حسين منصور، **المسؤولية الالكترونية**، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2003.

18- مصطفى رشدي سيحة، **الوجيز في الاقتصاد النقدي والمصرفي**، الدار الجامعية الجديدة للنشر، الإسكندرية، 1998.

19- مصطفي يوسف كافي، **النقود والبنوك الالكترونية في ظل التقنيات الحديثة**، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2011.

20- نور الدين شارف، **التجارة الإلكترونية**، دار النشر ألفا للوثائق، الطبعة الأولي، عمان، الأردن، 2020.

21- نورالدين شارف، **التجارة الالكترونية**، الطبعة الأولى، دار النشر آلفا للوثائق، عمان، الأردن.

22- ناصر خليل، **التجارة التسويق الالكتروني**، الطبعة الأولي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

23- نائل عبد الرحمان وآخرون، **الأعمال المصرفية والجرائم الواقعة عليها**، دار وائل للنشر والطباعة، الأردن، 2000.

24- نصير محمد طاهر، **التسويق الالكتروني**، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004.

25- وسيم محمد الحداد وآخرون، **الخدمات المصرفية الالكترونية**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.

26- هيل عجمي جميل الجنابي، رمزي ياسين يسع أرسلان، **النقود والمصارف والنظرية النقدية**، الطبعة الأولى، دار وائل لنشر، 2009.

ثانيا: الرسائل الجامعية:

27- ابن مبارك يمينة، نبو يمينة، داده فتيحة، **دراسة لأنظمة الدفع الحديثة؛حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة أدرار**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2015.

28- إيمان شرقي، **تطور وسائل الدفع وآثارها على تمويل التجارة الخارجية، دراسة حالة بنك التنمية المحلية (وكالة بسكرة)**، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016.

29- بورزق إبراهيم فوزي،**دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي البيبنكي**، ملخص مذكرة شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2008.

30- بارش آسيا، **وسائل الدفع الالكترونية ومدي تطبيقها في الجزائر**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2013.

31- بونايرة راضية، صادو أسامة، **دور تقنيات الدفع الالكتروني في تفعيل نشاط البنك التجاري دراسة حالة البنك الوطني الجزائري _وكالة جيجل 671_** مذكرة ماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيجل،2017.

32- بريش عبد القادر، **التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمة المصرفية وزيادة القدرات التنافسية للبنوك الجزائري**، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، فرع نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2006.

33- حلمي فتح الله يزيد، **واقع البنوك وتحدياتها لمواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة، دراسة ميدانية في مجموعة من البنوك التجارية الجزائرية**، مذكرة ماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، 2016.

34- رضوان روانة، نبيل فيزة، **مدى تطبيق الاتجاهات الحديثة للتسويق المصرفي في البنوك التجارية (دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية فرع جيجل)**، مذكرة ماستر، علوم تجارية، تخصص تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسير، جامعة جيجل، 2015.

35- صراع كريمة، **واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر**، مذكرة مقدمة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية جامعة وهران،2014.

36- كماش محمد ياسين، خلادي محمد الأمين، **التجارة الالكترونية، دراسة حالة الجزائر**، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2016.

37- محمد حمو,**أثر اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المالية والمصرفية على الصناعة المصرفية بالبنوك الجزائرية**, مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 2009.

38- معاوي عماد الدين، **التسويق المصرفي وتحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصال-دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة خراطة – 360-**، مذكرة شهادة ماستر في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2021.

39- ميهوب سماح، **أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية، حالة نشاط البنك عن بعد**، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة 2، 2014.

40- ياسمين فوضلي، **دور النظام البنكي في تعميم استخدام التجارة الالكترونية في الجزائر، دراسة حالة وكالة القرض الشعبي الجزائري** أم البواقي، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،2013.

ثالثا: المجلات:

41- أ.حمومحمد ،أ.زيدان محمد: **إدارة التكنولوجيا المصرفية من أجل تحسين تنافسية البنوك, مع الإشارة إلى البنوك الجزائرية**, مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية /قسم العلوم الاقتصادية والقانونية جوان 2016.

42- السيد إسماعيل، **الاستثمار المصرفي التكنولوجي، التكنولوجيا المصرفية تكلفة وعائد وليست وجاهة،** مجلة البنوك، القاهرة، العدد الواحد والأربعين، أوت 2004.

43- الدكتور توبين علي، **دور التكنولوجيا المصرفية في ظل تحرير الخدمات المصرفية**، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 6 ماي 2012.

44- جو سروع، **الإدارة الاستراتيجية للتكنولوجيا المصرفية**، مجلة اتحاد المصارف العربية، ديسمبر 2003.

45- سعاد دعبور، كريمة فرحي، **التجارة الالكترونية واستعمال الدفع الالكتروني في الجزائر**، مجلة المعارف، المجلد 16/ العدد1 (جوان2016).

رابعا: المواقع الالكترونية:

46- **ar.m.wikipedia.org**.

47- http://www.badrbank.dz.

الملاحق

الملحق 01:

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

السنة الجامعية 2022_2021

الموضوع: طلب السماح بإجراء تربص

يشرفنا سيدي أن نتقدم إلى سيادتكم راجين منكم السماح للطلبة الآتية أسماؤهم:

1/...بوالحارم..أحمد.....
2/.....دليلش..رضا.....
3/.....
4/.....

بإجراء تربص ميداني على مستوى مؤسستكم قصد تحضير مذكرة يدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر أكاديمي تحت عنوان.....أثر المكون لوجيا الحديثة على النشاط البنكي.....

وذلك لمدة ..... ابتداء من تاريخ..... إلى غاية تاريخ .....

أملنا كبير في أن يحظى طلبنا بالموافقة، تقبلوا منا سيدي خالص التقدير والاحترام.

رئيس القسم

رأي المؤسسة المستقبلة

Directeur du GRE
MAKHBOUCHE Fethy

الملحق 02:

بنك الفلاحة و التنمية الريفية
BANQUE DE L'AGRICULTURE ET DU DEVELOPPEMENT RURAL
Banque de l'Agriculture et du Développement Rural
EPARGNANTS TITULAIRES DE LEB
Parce que votre temps est précieux
Demandez votre Carte BADR
tawfir
Carte BADR
VIREMENTS
RETRAITS
www.badr-bank.dz
Entreprises, Commerçants !
Optez pour un terminal de paiement (TPE)...
... la solution de paiement idéale.
TERMINAL DE PAIEMENT ELECTRONIQUE
Un terminal de paiement électronique, appelé communément TPE, est un appareil électronique installé sur votre point de vente.
C'est un ATOUT COMMERCIAL qui vous permet d'accepter et de traiter de manière SÉCURISÉE LES PAIEMENTS.
www.badr-bank.dz
بطاقة التوفير بدر
أيها الموفرون
أصحاب دفاتر التوفير "بدر"
لأن وقتكم ثمين
أطلبوا بطاقة التوفير بدر
• التحويلات
• عمليات السحب
TERMINAL DE PAIEMENT ELECTRONIQUE
Un atout commercial
Les avantages
• Le paiement par carte CIB vous permet d'augmenter votre chiffre d'affaires.
• Le paiement par carte CIB est garanti par la banque.
• Le paiement par carte CIB vous évite les impayés et les fausses monnaies.
• Le paiement par carte CIB vous assure plus de sécurité (moins d'argent liquide chez soi, moins de paiements par chèque : les paiements sont créditées directement sur votre compte bancaire)
• Le paiement par carte CIB vous fait gagner du temps (plus question de prendre de l'argent et de rendre la monnaie).
• Le paiement par carte CIB, c'est un gain d'image et de notoriété pour votre enseigne.
• Le paiement par carte CIB, c'est, enfin, l'acquisition de nouveaux clients (Actuellement, plusieurs centaines de milliers de personnes sont porteurs de carte CIB au niveau national)
Pourquoi le TPE ?
• Le TPE reflète une image moderne de la gestion de vos paiements.
• C'est la voie la plus courte entre votre entreprise et votre banque pour gagner encore en efficacité.
• Vous disposez d'un outil indispensable pour gagner du temps.
Pour qui ?
• Entreprise commerciale quelle qu'en soit la taille.
• Commerçants.
• Prestataires de services.
Les préalables
• Un compte commercial BADR.
• Une ligne téléphonique

الملحق 03:

كيفية القيام بعملية الدفع على جهاز TPE ؟
1. أدخل البطاقة في الجهاز باتجاه السهم الواضح على البطاقة
2. يدخل التاجر قيمة المعاملة على جهاز TPE
3. يدخل حامل البطاقة رقمه السري ويثبته
4. يقدم التاجر نسخة من الوصل للزبون
5. يحتفظ التاجر بالنسخة الأخرى للوصل
في حالة حدوث خلل تقني أو للمزيد من المعلومات يرجى الاتصال بمركز الاتصال على الرقم المجاني 3021
بطاقة CIB
البطاقة ألي تسهلي حياتي
التاجر
للمزيد من المعلومات تصفحوا موقع
www.bitakati.dz
أو إتصلوا مجانا بالرقم 3021
البطاقة ألي تسهلي حياتي
مزايا بطاقة CIB
• دفع مضمون
• تحويل سهل وسريع
• معاملة آمنة
• تساعدك هذه الوسيلة الجديدة في الدفع على كسب زبائن جدد بمنحهم أحسن خدمة.
للاستفادة من خدمة الدفع ببطاقة CIB عن قرب أو عبر الانترنت، اتصل ببنكك، سيذلك على طريقة الانخراط وتوفير جهاز TPE.
ما هو جهاز الدفع الإلكتروني TPE ؟
جهاز الدفع الإلكتروني TPE هو جهاز يضمن معالجة آمنة وسريعة لعمليات الدفع.
مزايا جهاز الدفع الإلكتروني TPE ؟
• مستوى أمن عالي
• تشغيل سهل
• إستلام آلي للمستحقات
• وسيلة دفع عصرية ومعتبرة
• يقبل جميع بطاقات CIB الصادرة عن البنوك
خدمات مرتبطة بجهاز TPE :
• تنصيب جهاز TPE
• المساعدة التقنية (مركز الاتصال على الرقم المجاني 3021)
• توفر لفات الورق للطباعة
• صيانة جهاز TPE
نصائح الاستخدام
بالنسبة للدفع على جهاز TPE
• يجب ترك بطاقة الزبون على جهاز TPE حتى تكتمل عملية الدفع، وإلا سيتم إلغاء العملية.
• تأكد من وجود آلة الدفع في المكان الذي يسمح للزبون بإدخال رقمه السري بعيدا عن الأنظار
• احتفظ بنسخ التاجر لإيصالات الدفع في مكان آمن، قد يطالب بها البنك في حالة احتجاج أحد الزبائن.
• تحسيس الموظفين الدائمي الاتصال بالزبائن وتذكيرهم بانتظام الرقابات التي يجب القيام بها على البطاقة البنكية.
• لا تسمح باستخدام جهاز TPE إلا للموظفين المسموح لهم
• أحرص على دوام اتصال جهاز TPE للسماح بالتحصيل عن بعد لكل عمليات الدفع المسجلة في الجهاز
بالنسبة للدفع عبر الانترنت
• تأكد من توفر خدمة الدفع في أي وقت
• تأكد من صلاحية شهادة (SSL)
• قم باسترجاع وتخزين تفاصيل المعاملات المعالجة على أرضية الدفع.
كيف يتم التعرف عليك
عليك بتثبيت ملصقة CIB التي يمنحها لك البنك داخل محلك و خارجه في أماكن مرئية
الدفع ببطاقة CIB متوفر هنا

الملحق 04:

بنك الفلاحة و التنمية الريفية
Banque de l'agriculture et du développement rural
le plus grand réseau bancaire en Algérie
ENTREPRISES, COMMERCANTS & GRANDS FACTURIERS
Optez pour un Terminal de paiement électronique TPE
Un ATOUT COMMERCIAL qui vous permet d'accepter et de traiter, de manière sécurisée, les paiements de vos clients par cartes CB &
021 989 323
contact@badr.dz
www.badrbanque.dz
BADR ... plus qu'une banque
LES AVANTAGES
du paiement par carte CB & via TPE
Avoir de nouveaux clients et accroitre votre chiffre d'affaires
Vous assurez plus de sécurité (les paiements sont crédités directement sur votre compte bancaire);
Outil fiable et pratique, le TPE vous fait gagner du temps (plus question de prendre de l'argent et de rendre la monnaie);
C'est un gain d'image et de notoriété pour votre enseigne;
Le TPE vous évite les impayés et la fausse monnaie;
Les transactions via le TPE sont garanties par la banque;
Le TPE est garanti par la banque.
Les préalables :
Un compte commercial BADR
Suivez en permanence votre compte à partir de BADRSMS et d'Internet BADRnet.
Pour tout renseignement
Visitez notre site web ou rendez vous dans nos agences

الملحق05:

PARTICULIERS
Carte Interbancaire Cib
Mon argent à portée de main
بنك الفلاحة و التنمية الريفية
Banque de l'Agriculture et du Développement Rural
www.badr-bank.dz
Pour que votre argent soit à portée de main
Demandez votre
Carte Interbancaire Cib
Avantages
Sécurité et Confidentialité ... Grâce à votre code secret personnel.
Pratique
Vous pouvez effectuer des retraits et des paiements 7j/7 et 24h/24, y compris pendant les jours fériés et effectuer vos paiement auprès de magasins dotés de Terminaux de Paiement Electroniques (TPE) du réseau CB.
Facile à utiliser
Un simple code vous permet de retirer votre argent mais également à régler vos achats.
Gain de temps
N'attendez plus au guichet pour retirer votre argent.
Utilisation de la carte
Votre carte a deux fonctions : celle de retrait et celle de paiement.
Effectuer des retraits sur tous les Distributeurs Automatiques de Billets (DAB).
Régler des achats et services sur les Terminaux de Paiement Electroniques (TPE) auprès des magasins portant sur leur devanture la mention CB.
Validité de la carte CIB
2 ans à compter de la date de création de la carte. Et renouvelable automatiquement, sauf en cas d'annulation par vos soins ou par votre banque.
Remplacement de la carte
Votre carte sera remplacée en cas de vol, de perte ou de détérioration.
En cas de perte ou d'oubli, le code confidentiel d'une carte peut être réédité.
Pour plus d'informations, nos chargés de clientèle sont à votre entière disposition.
بنك الفلاحة و التنمية الريفية
Banque de l'Agriculture et du Développement Rural

الملحق 06:

بنك الفلاحة و التنمية الريفية
BANQUE DE L'AGRICULTURE
ET DU DEVELOPPEMENT RURAL
PARTICULIERS, PROFESSIONNELS...
...Profitez des nouvelles conditions d'ouverture de compte
Venez
ouvrir un compte à la BADR
& bénéficier de nos produits
et services
E-mail : reclamation_clientele@badr-bank.dz
www.badr-bank.dz
OUVERTURE D'UN COMPTE
POUR LES PARTICULIERS
Présentation d'une pièce d'identité en cours de validité
Document officiel établissant la preuve de l'adresse
POUR LES PROFESSIONNELS
Présentation d'une pièce d'identité en cours de validité du gérant et cogérant
Document officiel établissant la preuve de l'adresse
Copie des statuts de l'entreprise, du registre de commerce et/ou agrément
Justificatif des numéros d'identification fiscale et statistique
Venez
ouvrir un compte à la BADR
& bénéficier de nos produits
et services

الملحق 07:

بنك الفلاحة و التنمية الريفية
Banque de l'agriculture et du développement rural
le plus grand réseau bancaire en Algérie
Choisissez la carte qui vous convient
GRATUIT
Carte BADR
Interbancaire GOLD
0123 4567 8901 2345
Carte BADR
Interbancaire
0123 4567 8901 2345
TOUT SIMPLEMENT MEILLEURE, LE RETRAIT ET PAIEMENT ELECTRONIQUE AVEC LA BADR
contact@badr.dz
www.badrbanque.dz
021 989 323
BADR ... plus qu'une banque
La Carte interbancaire CB BADR est adossée à votre Compte ouvert auprès de l'une de nos agences, elle vous offre l'avantage de RETIRER votre argent et de PAYER vos factures en toute sécurité et rapidité.
Fonctionalités de la carte :
Le Carte CB BADR Classique / Gold vous permet 7j/7 et 24h/24 de :
Effectuer des retraits sur tous les guichets automatiques DAB et GAB y compris les jours fériés;
Régler vos factures sur internet;
Effectuer des paiements auprés des commerçants dotés d'un terminal de paiement électronique (TPE).
Des services supplémentaires à travers notre réseau de GAB/DAB :
La consultation de votre solde;
Virement de compte à compte;
Commande de chéquier;
Edition du RIB.
Validité de la carte CB :
La validité de la carte CB BADR est de 02 ans, renouvelable automatiquement.
Sécurité :
Grâce à votre code confidentiel, personnel et au 3D secure, vous êtes sécurisés de tout danger.
En cas de vol ou de perte vous devez signaler à votre banque l'incident immédiatement pour opposition de la carte.
Votre carte sera remplacée en cas de vol, de perte ou de détérioration.
En cas de perte ou d'oubli du code confidentiel PIN ce dernier vous sera réédité.
- PAIEMENT SUR INTERNET
- PAIEMENT VIA TPE
- RETRAIT VIA GAB
24h/7J
Pour tout renseignement
Visitez notre site web ou rendez vous dans nos agences

الملحق 08:

بنك الفلاحة و التنمية الريفية
Banque de l'Agriculture et du Développement Rural
Entreprises, Commerçants !
Optez pour un terminal de paiement (TPE)...
... la solution de paiement idéale.
CB
TERMINAL DE PAIEMENT ELECTRONIQUE
Un terminal de paiement électronique, appelé communément TPE, est un appareil électronique installé sur votre point de vente.
C'est un ATOUT COMMERCIAL qui vous permet d'accepter et de traiter de manière SÉCURISÉE LES PAIEMENTS.
www.badr-bank.dz
TERMINAL DE PAIEMENT ELECTRONIQUE
Un atout commercial
Les avantages
• Le paiement par carte CIB vous permet d'augmenter votre chiffre d'affaires.
• Le paiement par carte CIB est garanti par la banque.
• Le paiement par carte CIB vous évite les impayés et les fausses monnaies.
• Le paiement par carte CIB vous assure plus de sécurité (moins d'argent liquide chez soi, moins de paiements par chèque : les paiements sont crédités directement sur votre compte bancaire).
• Le paiement par carte CIB vous fait gagner du temps (plus question de prendre de l'argent et de rendre la monnaie).
• Le paiement par carte CIB, c'est un gain d'image et de notoriété pour votre enseigne.
• Le paiement par carte CIB, c'est, enfin, l'acquisition de nouveaux clients (Actuellement, plusieurs centaines de milliers de personnes sont porteurs de carte CIB au niveau national).
Pourquoi le TPE ?
• Le TPE reflète une image moderne de la gestion de vos paiements.
• C'est la voie la plus courte entre votre entreprise et votre banque pour gagner encore en efficacité.
• Vous disposez d'un outil indispensable pour gagner du temps.
Pour qui ?
• Entreprise commerciale quelle qu'en soit la taille.
• Commerçants.
• Prestataires de services.
Les préalables
• Un compte commercial BADR.