

تكنولوجيا المعلومات كمدخل لتعزيز تنافسية المصارف

عبد الرزاق حميدي*

الملخص :

يرتبط نجاح وتفوق أي مصرف ، بل وأي مؤسسة اقتصادية في القرن الحادي والعشرين بمدى استخدام تكنولوجيا المعلومات ، حيث تحولت إلى حتمية تفرضها المتغيرات الاقتصادية المعاصرة ، فمع تنوع وسرعة المعلومات المتوفرة أصبح من الضروري توفر وسائل دقيقة لدراسة وتحليل وتصنيف المعلومات التي من خلالها يتم التوصل إلى نتائج مهمة ، تمكن من اتخاذ قرارات مصيرية صائبة في الوقت المناسب بما يؤدي إلى نجاح المؤسسة وتطوير تنافسياتها. وبناء على هذا تأتي هذه الدراسة لتسلط الضوء على الأهمية المتزايدة لتكنولوجيا المعلومات واقتصاد المعرفة في ظل المتغيرات المعاصرة ومساهمتها في النهوض بالمصرف وتطوير تنافسيته.

الإشكالية : كيف يمكن تعزيز تنافسية المصارف بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات ؟

الكلمات الدالة : التنافسية ، المنافسة ، المصارف ، تكنولوجيا المعلومات ، المعرفة ، الاقتصاد الرقمي.

Abstract :

From this study we want to clarify how the information technology can serve in the financial companies and banks especially in a digital economy characterized by the competitive superiority. therefore, it seems imperative to guide efforts in the rehabilitation and training to create a good generation capable to upgrade the process of institutionnel development and improve the productivity of the financial enterprises ,through a focus on knowledge of informatics.

According to the results of this study ; a vital question imposes itself as the following : How it is possible to consolidate the banks' compitivity relying on the information technology?

The key words : the competitiveness , the information technology ,the digital economy ,the banks...

* كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة أكلي محند أولحاج بالبوية . HAMIDI.ABDO@YAHOO.FR

مقدمة :

يعيش العالم المتقدم ما يسمى بالانفجار المعرفي والثورة الرقمية الممثلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، تلك الثورة التي وضعت المستقبل في يد الدول والمؤسسات المالكة لوسائل التكنولوجيا الحديثة وجعلت هذا الجزء من العالم يفكر في عشرات بل مئات السنين نحو المستقبل ، في حين يبعد العالم الثالث بحكوماته ومؤسساته وثقافته عن ذلك المجتمع الذي يدعى بمجتمع المعرفة مسافة طويلة وتفصله عنه فجوة عميقة نحتاج لمأها عملا جادا ودعوبا وإرادة فذة ، وسواعد وعقول كافة أفراد المجتمع بجميع مستوياتها . ففي هذا الوقت الذي أصبحت المعلومة تمثل مجال تنافس المؤسسات المالية والمصرفية لتحقيق المزايا والقدرات التنافسية أصبح لزاما على المصارف أن تدرك أن المعرفة تمثل الركيزة الأساسية لتحقيق التفوق التنافسي والمفتاح الذي يفتح لها أبواب النمو والازدهار والنجاح والتقدم .

ومما سبق يتبادر لنا السؤال الجوهرى التالي : « كيف يمكن تعزيز تنافسية المصارف بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات؟ ».

أهمية الدراسة :

تتمثل أهمية هذه الدراسة في المتغيرات المستجدة والمتسارعة ، ما نتج عنها بيئة تنافسية تتميز بوجود منافسة شرسة خاصة في ظل تشابه الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف والمؤسسات المالية ، ما يفرض على المصارف توفير السبل الكفيلة بتحقيق التفوق والتميز على منافسيها وهو ما يمكن أن تجده من خلال الاستخدام الصحيح والمناسب لتكنولوجيا المعلومات بما يؤدي لتعزيز تنافسيته والارتقاء بها إلى مصاف المصارف الكبرى .

أهداف الدراسة :

- التعرف على ماهية تكنولوجيا المعلومات .
- تحديد متطلبات تطبيق التكنولوجيا بالمصارف .
- معرفة معوقات الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات بالمصارف .
- تحديد كيفية تعزيز تنافسية المصارف من خلال تكنولوجيا المعلومات .

تقسيمات الدراسة

من أجل الإلمام بكافة حيثيات هذا الموضوع قسمنا هذه الدراسة إلى :

- مفاهيم أساسية حول تكنولوجيا المعلومات .
- عوائق ومتطلبات تطبيق التكنولوجيا المصرفية .
- دور تكنولوجيا المعلومات في تعزيز تنافسية المصارف .

الإطار النظري للدراسة :

المحور الأول - مفاهيم أساسية حول تكنولوجيا المعلومات :

أولاً - مفهوم تكنولوجيا المعلومات :

يعتبر مصطلح التكنولوجيا من أكثر الألفاظ شيوعاً في عصرنا الحالي ، حيث تعرف على أنها مجموعة المعارف والخيارات المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية ، الإدارية التي يستخدمها الإنسان في أداء عمل ما أو وظيفة ما في مجال حياته اليومية لإشباع الحاجات المادية والمعنوية سواء على مستوى الفرد أو المجتمع (1).

ويعود أصل مصطلح التكنولوجيا (Technology) إلى الكلمة اللاتينية التي تعني «علم المهارة الفنية» وهي كلمة تتكون من شقين (Techno 2) مهارة فنية ، (Logy) علم . أما تكنولوجيا المعلومات فقد تعددت التعاريف التي تناولتها نظراً لأهميتها ، وسرعة التغيرات التي تحدث في مجال المعرفة والمعلومات « الانفجار الرقمي والمعرفي » ومن أهم التعاريف نذكر :

تكنولوجيا المعلومات حسب فهمي حيدر «تتمثل في جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في نقل وتشغيل وتخزين المعلومات في شكل الكتروني ، وتشمل تكنولوجيا الحاسبات الآلية ، ووسائل الاتصال وشبكات الربط ، (3) وغيرها من الوسائل التي تعطي للمؤسسة دفعا قويا في ظل المنافسة المحتملة» .

وحسب سعد غالب ياسين فتعرف على أنها «امتلاك قدرات عالية من المكونات والعناصر المختلفة التي تسمح بخزن البيانات وتوزيع المعلومات واسترجاعها ، إضافة لتوفير المعرفة المطلوب ، والتي تمثل نتاجاً لمزيج النظم

(1) محمود علم الدين ، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري (مصر : العربي للنشر والتوزيع ، 1990) ص15.

(2) عامر قنديل ، معجم تكنولوجيا المعلومات (عمان : دار أسامة ، 2003) 53.

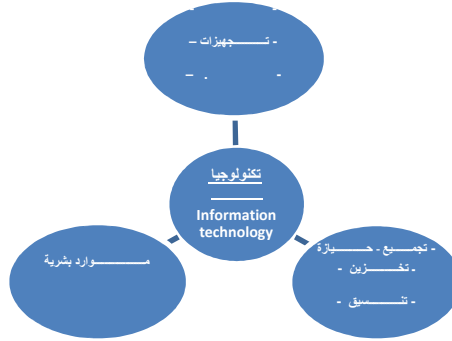
(3) معالي فهمي حيدر ، نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية (الإسكندرية : الدار الجامعية ، 2002) ص253.

المحاسبية وشبكات الاتصالات والمعرفة التكنولوجية (1).

أما نبيل مرسي فيعتبرها : « مجموعة متداخلة من المكونات التي تعمل على تجميع ، تشغيل ، ونشر المعلومات وذلك بغية مساندة عملية صنع القرار داخل المؤسسة » (2).

وبصفة عامة يمكن القول أن « تكنولوجيا المعلومات هي تركيبة من التجهيزات والوسائل والمعارف التطبيقية وهذه المعارف منها ما هو مرتبط بالعلم وتطبيقاته في الصناعة والاستعمال ومنها ما هو مرتبط برأس المال البشري (معرفة كيفية العمل والإنتاج) (3) ، والتي يمكن بواسطتها توسيع آفاق العمل المادية والعقلية وتوجيهها لاكتشاف معرفة جديدة (4) ، لإنتاج سلع وخدمات جديدة تحقق سبقا تنافسيا للمؤسسة » والشكل الموالي رقم 01 يظهر أهم عناصر تكنولوجيا المعلومات.

الشكل رقم (01) تكنولوجيا المعلومات



المصدر : من إعداد الباحث اعتمادا على عدة مراجع

ثانيا . الخصائص المميزة لمجتمع المعرفة والمعلوماتية :

لمجتمع المعرفة الكثير من المميزات والخصائص نذكر منها (5) :

- الاستخدام الكثيف للمعرفة العلمية والمعرفة العملية وبالذات المتطورة منها عالية المستوى في علم الاقتصاد وفي أداء نشاطاته وتوسعه ونموه .

(1) سعد غالب ياسين ، أساسيات نظم المعلومات الإدارية (عمان : دار المناهج ، 2005) بتصرف ، ص 20 .

(2) نبيل مرسي ، التقنيات الحديثة للمعلومات (الإسكندرية : دار الجامعة الجديدة ، 2005) ص 17

(3) www.palmoon.net/5/topic_7686_108.htm consulté le 14_04_2009

(4) J . Heizer, production and operations (NEW YORK : prentic . hall, 2001) p280

(5) بداوي مصطفى ، غردي محمد ، الإستراتيجية التسموية للكفاءات البشرية في المؤسسات المصرفية في

ظل اقتصاد المعرفة ، عن الموقع الإلكتروني :

: www.jpsdir.com/Forum/forum_posts.asp?TID1894 consulté le 23/05/2010 ;

- الموارد الضخمة والإمكانات الكبيرة التي يتم استخدامها في المجالات المعرفية العلمية منها سواء تلك المتصلة بالبحوث العلمية والتطوير التكنولوجي ، والذي تقوم به المشروعات الاقتصادية وبالذات في الدول المتقدمة .

- إن النشاطات التي تؤدي في إطار اقتصاد المعرفة تحقق قيمة مرتفعة ، خاصة وأن مدخلات هذه النشاطات وبالذات المادية تكاد تختفي وتقتصر على المدخلات المعرفية ، كنشاطات البحث التي تستهدف تطوير البرمجيات الحاسوبية خضوع اقتصاد المعرفة لقانون تزايد العوائد ، أي تناقص التكاليف حيث أن إنتاج معرفة جديدة يقود إلى إمكانات لإنتاج معرفة جديدة أخرى ، وهكذا تستمر عملية إنتاج المعرفة بشكل متزايد ومتسارع .

وقد انعكست آثار الثورة العلمية والتكنولوجية في النمو المتسارع للتجارة الالكترونية والتي تتميز بعدة خصائص أهمها(1) :

- سرعة الاتصالات وسهولتها ، وإمكانية إبرام الصفقات بين الإطارات المتعددة في مجالات التجارة والخدمات والمعاملات المالية والنقدية ما يوفر الوقت والتكلفة .

- تمتاز بقدر كبير من الشفافية التي يتمكن من خلالها أرباب الأعمال من الحصول على معلومات وافية عن عملائهم وشركائهم المنافسين لهم . كما يتعرف المستهلكون على الأسواق بصور أكثر شمولية كعدم فرصة حصولهم على سلع ذات جودة عالية بثمن اقل .

- سهولة الحصول على المعلومات اللازمة لتنفيذ إلى الأسواق ومن شأن ذلك تشجيع المنشآت على جذب العملاء من خلال التركيز على الجودة .

- تتخذ التجارة الالكترونية من الانترنت وسيلة لعرض منتجاتها وتسويقها ومن ثم فإن التجارة الالكترونية تتم من خلال وسيلة تميزها عن التجارة التقليدية .

ثالثا . وظائف تكنولوجيا المعلومات :

تؤدي تكنولوجيا المعلومات من خلال أدواتها المختلفة عددا من الوظائف لمستخدميها بزمن قياسي وبكلف اقل ، والجدول التالي يوضح الوظائف المختلفة التي تنجز عبر وسائل تكنولوجيا المعلومات المختلفة .

الجدول رقم 01 : الأدوات المستخدمة في القيام بوظائف تكنولوجيا المعلومات

(1) أحمد شعبان محمد علي ، انعكاسات المتغيرات المعاصرة على القطاع المصرفي ودور البنوك المركزية (الإسكندرية : الدار الجامعية ، 2007 ، ص 57.

الوظيفة	المور	أدوات تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في إنجاز الوظائف
الاتقاط	الحصول على معلومات بشكل يسمح لها لأن تكون قابلة للبحث أو التخزين	لوح المفاتيح ، ناسخ الشفرة ، (Scanner Code Bar) ، ناسخ الوثيقة ، مسجل الصوت ، آلة التصوير .
الإرسال	نقل المعلومات من مكان لآخر	المدافع ، التلفاز ، كيبيل الألياف الضوئية ، عن طريقة الكوابل ، والأقمار الاصطناعية ، شبكات الاتصال ، وشبكات بث البيانات ، آلة الفاكس ، البريد الإلكتروني ، البريد الضوئي والانترنت .
التخزين والاكتشاف	نقل المعلومات لمكان محدد من أجل استرجاعه فيما بعد وإيجاد المعلومات المحددة ذات الحاجة الحالية	الورق ، سواقة القرص المرن (disk Floppy) ، القرص الصلب (Hard disk) ، الأقراص الضوئية (disk Optical) ، وقرص قارئ الذاكرة (Rom CD) ، الذاكرة الوضعية (Flash Memory)
المعالجة	إيجاد معلومات جديدة على أساس المعلومات الموجودة أصلاً من خلال تلخيص وتخزين وإعادة الترتيب والتصميم	الحاسبة بالإضافة إلى البرمجيات
الإظهار	إظهار المعلومات للمستخدم أو المستفيد	الطابعة ، الشاشة

المصدر : فالج عبد القادر الحوري ، استراتيجيات تكنولوجيا المعلومات ودورها في الميزة التنافسية ، أطروحة دكتوراه غير منشورة (عمان : جامعة عمان العربية للدراسات العليا ، كلية الدراسات الإدارية والمالية العليا ، 2004) ص 25.

يلاحظ من الجدول (01) أن هناك ست وظائف تؤديها تكنولوجيا المعلومات ، حيث تنجز كل وظيفة عبر أدوات تكنولوجيا المعلومات المختلفة ، وتجدر الإشارة إلى أن الوظائف الست قد تطور نطاق عملها بحيث أصبحت أكثر تقدماً في إنجاز الوظائف سواء كان ذلك في تخزين المعلومات أو تناقلها ، فعلى سبيل المثال زادت سعة التخزين في الأقراص الصلبة بالنسبة للحواسيب الشخصية بحيث أصبحت أكثر قدرة على تخزين كمية كبيرة من الملفات ، ويمكن إيجاز التقدم الذي حصل في تكنولوجيا المعلومات من خلال الأمثلة التالية :

- القدرة على تصغير أحجام الأدوات المختلفة لتكنولوجيا المعلومات بحيث أصبحت أكثر قدرة على حملها مثل الهواتف النقالة ، الحواسيب المحمولة مما أدى إلى تغيير نمط أداء الأعمال من خلال إنجاز بعض أعمال ميدانية دون الرجوع إلى المركز .
- الهواتف النقالة جعلت كثير من حاملها في بعض الدول يستخدمونها في إنجاز الأعمال التجارية بما يعرف بالتجارة عبر الهاتف النقال M - Commerce مثل استخدام الهاتف النقال في دفع الفواتير أو الشراء أو البيع .
- زيادة سعة تخزين المعلومات في الأقراص الصلبة بحيث تسمح لمستخدميها بأن يخزنوا ملفات ذات أحجام كبيرة فعلى سبيل المثال ما يعرف بأقراص القراءة فقط C - D أصبحت ذات سعة كبيرة يمكن تشغيلها لفترة طويلة دون انقطاع .

المحور الثاني - عوائق ومتطلبات تطبيق التكنولوجيا المصرفية :

في ظل عصر المعرفة والاستخدام المكثف لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، كان لزاما على المصارف تحقيق الاستفادة القصوى من التكنولوجيا الحديثة من خلال توفير نظم وتطبيقات وأساليب جديدة لتقديم وصناعة الخدمات المصرفية ، فما هي مختلف أشكال التكنولوجيا المصرفية؟ وما هي مختلف عوائق ومتطلبات تطبيقها بالمصارف؟ .

أولا - أشكال التكنولوجيا المصرفية :

يتجلى استخدام تكنولوجيا المعلومات في صور عديدة تتمثل في التكنولوجيا المصرفية والتي يكن إجمالها في الاتجاهين التاليين :

الاتجاه الأول : وسائل ونظم الدفع الحديثة يلتمس الأفراد وقطاعات المجتمع كافة وجود تطورات متسارعة في أساليب تقديم الخدمات المصرفية من خلال وسائل ونظم الدفع الالكترونية المختلفة⁽¹⁾ ، وخاصة بعد انتشار عمليات التجارة الالكترونية وتطورها على الصعيد العالمي والتي من أهمها :

أ . البطاقات البلاستيكية Plastic cards : وهي أداة بلاستيكية انتشرت بشكل سريع في مختلف أنحاء العالم من خلال آلات الصرف الآلي الذاتي ATM التي تتعامل في البطاقات البلاستيكية والتي يحقق التعامل بها عدة مزايا نذكر منها⁽²⁾.

- إمكانية سحب مبالغ مالية في أي بنك من العالم⁽³⁾.

- سهولة التعامل بها وتجنب إجراءات التفتيش بالمطارات فيما يتعلق بحمل العملة الصعبة .

- أكثر أمانا من حمل النقود ما يعرض حاملها للسرقة أو غيرها من الجرائم .

- تحفيز حاملها على الحصول على سلع وخدمات مما يزيد من إيرادات المحلات التجارية التي يتعامل معها حامل البطاقة البلاستيكية .

- الاستفادة من فارق سعر الصرف في حالة السداد بعملة أجنبية .

ب . النقود الذكية Smart cards : وهي أحدث جيل من وسائل الدفع الالكترونية تتميز بأنها تحمل في طياتها كل بيانات العميل ورصيده دون الحاجة

(1) رافعة ابراهيم الحمداني ، أثر استخدام التكنولوجيا المصرفية في ظاهرة غسل الأموال والجهود الدولية لمكافحةها المؤتمر العلمي : الريادة والإبداع : استراتيجيات الأعمال في مواجهة تحديات العولمة (الاردن : جامعة فيلاديلفيا ، كلية العلوم الإدارية والتطبيقية ، 15 - 16 مارس 2005) ص 4 .
(2) النشرة الاقتصادية (الاسكندرية : بنك الإسكندرية ، مجلد 34 ، 2002) بتصرف ، ص 34 .
(3) فروع ووحدات المصارف الأخرى .

لتسجيلها بالحاسب الرئيسي التابع له الفرع مصدر البطاقة ، كما تستخدم هذه البطاقات استخدامات جديدة ، متطورة ومتنوعة (1).

ج . النقود الالكترونية Electronic cash : مع ازدياد حركة المعاملات بين الأفراد والمؤسسات المالية واتساعها ، وتشعبها ، وعدم قدرة أي وسيلة دفع عن ملاحقة هذه التطورات ، وبخاصة مع ظهور ما يسمى بالتجارة الالكترونية تم ابتكار النقود الالكترونية (2). وهي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صور وحدات إلكترونية تخزن في مكان آمن على « الهارد ديسك » بجهاز الحاسوب الخاص بالعميل يسمى بالمحفظة الالكترونية ، حيث يمكن استخدامها في عمليات البيع أو الشراء أو التحويل (3).

د . الشيكات الالكترونية Electronic check : الشيك الإلكتروني هو رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يحمل توقيعاً رقمياً ، يمكن التأكد من صحته إلكترونياً ، وهو يختلف عن التوقيع العادي المكتوب باليد حيث يتضمن ملفاً إلكترونياً آمناً يحتوي على معلومات خاصة بمحرر الشيك ووجهة صرف هذا الشيك ، تاريخ صرف الشيك ، المستفيد منه ، ورقم الحساب المحول إليه (4).

الاتجاه الثاني : قنوات الاتصال وخدمات الصيرفة الالكترونية : إن التطورات التكنولوجية أثرت على وسائل الاتصالات بين المصرف والعميل أيضاً ، حيث تم فسح المجال لظهور قنوات اتصال مصرفية جديدة يمكن إجمالها فيما يلي :

أ - الصيرفة المنزلية Home banking : وهي عملية وصل العميل بمصرفه عن طريق الربط بين حاسوب المصرف والحاسوب الشخصي للعميل ، وهو ما يسمح لعملاء المصرف الذين يتمتعون بهذا الربط بالقيام بالعمليات المناسبة دون الوجه للمصرف - من خلال كلمة السر .

ب - الهاتف المصرفي Mobile phone banking : تقدم معظم المصارف لعملائها خدمة الوصول إلى حساباتهم والتحكم بها عبر الهاتف الثابت أو الجوال وتقدم من خلالها العديد من الخدمات ، حيث يتم توفير هذه الخدمات عبر أنظمة يطلق عليها أنظمة الرد الصوتي ، والتي تكون بدورها مربوطة مع النظام الرئيسي

(1) رايح عرابية ، دور الصيرفة الشاملة في تطوير البنوك في الدول النامية ، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا (الشفاف : مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا ، العدد 06 ، 2009) ص 214.

(2) نفس المرجع السابق ، ص 214.

(3) رأفت رضوان ، عالم التجارة الإلكترونية (مصر : المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، 2002) ص 63.

(4) إبراهيم بختي ، التجارة الالكترونية : مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة (الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية ، ط 2 ، 2008) ص 73.

للمصرف لتكون وسيطا بين العميل وحسابه بالمصرف . وعلى عكس الأنظمة الأخرى التي تمكن العملاء من الإطلاع على حساباتهم ، كالويب والصراف الآلي فإن قناة الهاتف المصرفي يمكن من خلالها التحدث مع موظفي المصرف مباشرة والحصول على بعض الخدمات الخاصة عن طريقهم أو الرد على الاستفسارات ، ويوجد نوعان من هذه الخدمة ، النوع الأول هو الذي يعتمد على الاختيار من قائمة بواسطة الضغط على الأزرار ، أما النوع الثاني فيستقبل أوامر العملاء صوتيا للدخول أو اختيار الخدمات المطلوبة (1).

ج - الصيرفة عبر التلفزيون التخطيبي Interactive Tv banking وهي تقديم الخدمات المصرفية عبر الأقمار الصناعية التي تربط بين جهاز التلفاز لدى العملاء وبين حاسوب المصرف ويمكن التفاعل من خلال هذه القناة عن طريق كلمة السر(2).

د - التحويل المالي الإلكتروني(3) : يقصد بنظام التحويلات المالية الإلكترونية (TFE) مجموعة القواعد والإجراءات المعتمدة في تحويل الأموال عبر مصارف إلكترونية أو مصارف إنترنت مرخص لها للقيام بهذه العملية . ويتم إصدار أمر التحويل عن طريق الكمبيوتر أو الهاتف المحمول . وبفضل تعزيز أنظمة الأمن أصبحت التحويلات المالية الإلكترونية تحظى أكثر فأكثر بالمصداقية والأمان لدى المتعاملين . هذا فضلا عما يتيح هذا النظام من اختصار للزمن ووفر في الجهد والتكلفة ويسر في التعامل .

هـ - العمليات المصرفية بواسطة الانترنت Internet banking : في عام 1990 قام بنك ويلس فارجو(4) الذي يقع مقره في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية- بتقديم الخدمات المصرفية لعملائه عبر الانترنت لأول مرة على مستوى العالم ، واستمرت التجربة بلا مشارك تقريبا حتى عام 1997 حين أطلقت منظمة وايد بيلدينج(5) خدمة مماثلة ، وتوالت بعد ذلك العديد من المؤسسات المالية والمصرفية بتقديم خدماتها عبر الانترنت . وتعرف الخدمة المصرفية عبر الانترنت على أنها ذلك النشاط المصرفي الذي يتم بين المصرف وعملائه حيث تكون الشبكة المعلوماتية وسيلة الاتصال بمساعدة نظم أخرى ما يسمح للعميل بالتعامل

(1) علي محمد شلهوب ، شؤون النقود وأعمال البنوك (حلب : شعاع للنشر والعلوم ، 2007) ص 337.

(2) من أكثر الدول التي شهدت رواجاً كبيراً لهذه التقنية السويد وإنجلترا .

(3) رحيم حسين ، هواري معراج ، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية ، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي - واقع وتحديات (الشلف : جامعة حسيبة بن بوعلي 14-15 ديسمبر 2004) ص322.

(4) WELLS FARGO BANK.

(5) NATIONWIDE BUILDING SOCIETY.

مع المصرف دون الحاجة للاتصال المباشر به⁽¹⁾.

ثانياً - عوائق تطبيق التكنولوجيا بالمصارف :

من المعوقات التي تحد من نجاح المصارف في تطبيق التكنولوجيا المصرفية عدة حواجز قانونية ، تقنية ، اقتصادية وغيرها نذكر منها :

المعوقات القانونية : عدم مرونة أو وجود القوانين واللوائح المنظمة للنشاطات التجارية والمالية بما يناسب استخدام التكنولوجيات الحديثة ، فتعديل القوانين يرتبط أساساً بإرادة الدولة في عزمها لتبني حلول باستخدام تكنولوجيا المعلومات⁽²⁾.

المعوقات التقنية : أي ضعف البنية التحتية للاتصالات في الدولة وعدم قدرتها على مواكبة متطلبات تقنيات المعلومات التي تشتمل على الاتصالات وما يرتبط بها من تجهيزات وبرامج وأنظمة سوف يحد من أمن الشبكة ويعيق سرعة نقل البيانات في الشبكة التجارية والمالية والمصرفية وبالتالي الفشل في إقامة التجارة الإلكترونية واستخدام تكنولوجيا المعلومات⁽³⁾.

المعوقات الاقتصادية : وتتمثل في النقاط التالية⁽⁴⁾ :

- انخفاض مستوى الدخل لدى شريحة كبيرة من المجتمعات مما يحول دون قدرة الأفراد على امتلاك واقتناء تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستعمالها في حياتهم اليومية .

- تدني مفاهيم العمل الاقتصادي وقواعده ، حيث مازلنا نفتقد إلى مفاهيم الجودة وعناصر المنتج المطابق للمواصفات العالمية وغيرها .

- معظم المؤسسات العاملة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لا تزال صغيرة ، ولا تتجه للاندماج والشراكة لكي تنمو وتزدهر .

عدم توافر الثقة : هناك العديد من الناس حول العالم لا يثقون في أي نوع من التعاملات المالية الإلكترونية عدا بطاقة الصراف الآلي ، وذلك يرجع لسبب الخوف من ضياع أموالهم خصوصاً لو ارتكبوا خطأ أثناء دخولهم لحساباتهم ، وفي هذا الصدد سأل الباحث علي محمد شهبوب أحد عملاء المصارف عن سبب

(1) نادر قاحوش ، العمل المصرفي عبر الإنترنت (بيروت : الدار العربية ، 2001) بتصرف ، ص 32.

(2) إبراهيم بختي ، مرجع سبق ذكره ، بتصرف ، ص 57.

(3) نفس المرجع السابق ، ص 57.

(4) إبراهيم إسماعيل الحديد ، إستراتيجية الحل للمشكلة التكنولوجية والمعلوماتية في الوطن العربي في ظل ضعف الاهتمامات السياسية العربية ، دورية دراسات إستراتيجية (الجزائر : مركز البصيرة ، العدد 11 ، جوان 2010) ص 37 .

عدم ثقتهم في استخدام مختلف أشكال التكنولوجيا المصرفية فرد عليه قائلا : من هو المسؤول في حالة ضغطي على زر خاطئ وتحول المال إلى شخص آخر وقام بسحب المبلغ وهرب دون أثر؟(1) ، كما يتخوف العملاء من بعض المخاطر الناتجة عن استخدام التكنولوجيا المصرفية مثل سهو العاملين ، الخيانة من قبل موظفي المصرف الاخرق من قبل أشخاص خارجيين وغيرها من المخاطر(2) ، وهو ما يجعلهم يترددون كثيرا قبل الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة في معاملاتهم المصرفية .

تعقيد عملية الاشتراك : تعتبر عملية الاشتراك بخدمات الانترنت كابوسا حقيقيا لدى بعض المصارف ، حيث يتطلب ذلك القيام بالعديد من الإجراءات المصحوبة بتوقيع العديد من التعهدات ، وطبعاً هذا عدا عملية التأخير التي قد تحدث لحين تأسيس الطلب . بينما في أحيان أخرى قد يكون الأمر خارجا عن نطاق سيطرة المصرف كحالات الوكالات مثلا . لذا يتوجب على المصارف أن تتخذ كل الإجراءات التي يمكن أن تجعل اشتراك العميل بأسهل طريقة وأقصر وقت (3).

صعوبة حماية خصوصية العملاء : من بين أعقد المشكلات كيفية حماية خصوصية « Privacy » العميل ، والتصدي للجريمة مثل استعمال « النداءات الخاصة » (ups - Private Dial) وتجزئة المعاملات في حزم صغيرة أو استعمال البيانات المرمزة « Coded Data » حتى يواجه مجرمي الانترنت وسارقي المعلومات صعوبات جمة إذا حاولو السرقة (4).

مأزق منحنى التعلم : قد يمثل الإبحار في الانترنت صعوبة كبيرة لبعض الناس ، وحتى لبعض المتعلمين منهم ، خصوصا الكبار منهم حيث تتوقف لديهم المقدرة على اكتساب علوم ومهارات جديدة ، وهو ما يعرف بمأزق التعلم فحتى لو اقتنع هؤلاء بأهمية وفائدة استخدام الانترنت لإنجاز العمليات المالية ، فإنهم قد يقفون عاجزين عن تعلم التنقل بثقة بين صفحات الانترنت . وهنا يجب على المصارف تبسيط تصميم مواقعها قدر الإمكان لمساعدة هذه الفئة من العملاء (5).

تحدي اللغة : ما زالت اللغة الانجليزية اللغة الأكثر استعمالا ، ومن

(1) علي محمد شلهوب ، مرجع سبق ذكره ، ص 336.

(2) رافعة إبراهيم الحمداني ، مرجع سبق ذكره ، ص 06.

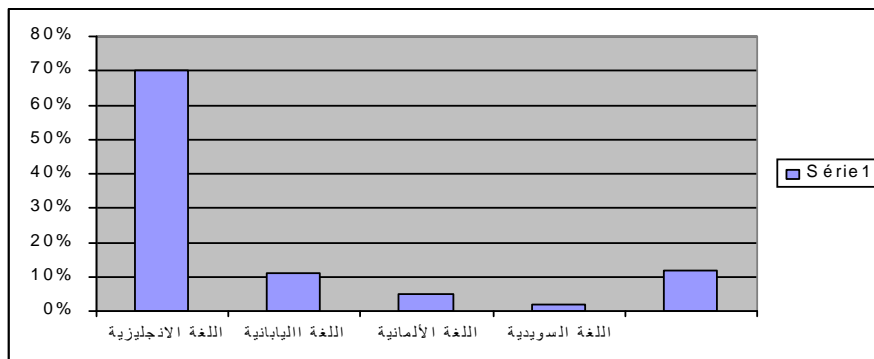
(3) علي محمد شلهوب ، مرجع سبق ذكره ، ص 336.

(4) خليل محمد حسن الشماع ، تأسيس وإدارة منافذ توزيع الخدمات المصرفية ، مجلة الدراسات المالية والمصرفية (عمان : الأكاديمية العربية للعلوم الإدارية والمصرفية ، المجلد 15 ، العدد 04 ، ديسمبر 2007) ص 55.

(5) علي محمد شلهوب ، مرجع سبق ذكره ، ص 337.

الضروري الإلمام بها من أجل الإفادة المثلى من تكنولوجيا المعلومات (1)، فقد كان للغة دور مهم في تطوير شبكات المعلومات فقد بدأت شبكة الانترنت باللغة الانجليزية أولا، وحققت في ذلك التوجه نجاحا باهرا تمثل في زيادة عدد الجمهور المستخدم للغة الانجليزية المشترك مع الانترنت أو المتعامل معها، كما كان نجاح استخدام شبكة الانترنت المبكر في الدول الإسكندنافية يرجع إلى إتقان اللغة الانجليزية، وبالرغم من ذلك استطاعت بعض الشركات المنتجة للتكنولوجيا أن تنتج تقنيات مختلفة بلغات محلية مثل برامج الحاسوب، والهواتف المحمولة، ثم بدأ استعمال هذه الشبكة وتطويرها من طرف ناطقين بلغات أخرى أهمها اليابانية والألمانية وغيرها. . والشكل التالي يوضح مدى توزيع مستخدمي الانترنت بواسطة اللغة في دول منظمة التعاون الاقتصادي الأوربي .

الشكل رقم (02) توزيع مستخدمي الانترنت باللغة في دول منظمة التعاون الاقتصادي الأوربية OECD



لمصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على محمد محمد الهادي، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات (مصر: المكتبة الأكاديمية، 2001) ص 34

ثالثا . المتطلبات الأساسية لتطبيق تكنولوجيا المعلومات بالمصارف :

حتى يكون من الممكن استخدام التكنولوجيا المصرفية لا بد من توافر بعض المتطلبات التي تعد شرطا أساسية لإمكانية نجاح هذه العملية والاستفادة منها بشكل فعال، وهذا يعني تطوير مجموعة من العناصر تتمثل في :

تطوير البنية التحتية اللازمة: البنية التحتية للاتصالات في أي بلد هي العمود الفقري الذي يمكن من خلاله الاستفادة من التطبيقات المتعددة والواسعة لثورة الاتصالات، وخاصة الاستفادة من خدمات الوسائط المتعددة multimedia service فالخطوط الهاتفية والروابط الاتصالية التي تمكن من الاتصال بين حاسوب وآخر،

(1) إبراهيم إسماعيل الحديد، مرجع سبق ذكره، ص 34.

في أي مجتمع هي مفتاح المشاركة في المجتمع المعلوماتي العالمي والأسواق العالمية ومهمة للغاية في أي تنمية مستقبلية . فالبنية التحتية للاتصالات telecommunications infrastructure هي الخطوط الهاتفية ، والكابلات التلفزيونية ، والأقمار الصناعية ، والألياف الضوئية ، وأجهزة الحاسوب وملحقاتها الاتصالية كلها تتداخل وتتكامل في منظومة واحدة تمثل البنية التحتية للاتصالات وهي تمثل أساس البنية التحتية للمعلومات في أي دولة (1).

تطوير التقنيات (2) : أي استعمال مجموعة من الآلات ، المعدات والتجهيزات ، الإجراءات والطرق ، والعمليات التي تمكن المصرف من تحويل موارده المختلفة (المدخلات) إلى منتجات وخدمات ذات جودة . كما أن إدخال التقنيات الحديثة يمكن المصرف من الحصول على المعلومات بسرعة ومعالجتها بعمق في مختلف مراحلها ابتداء من مرحلة التصميم إلى غاية عمليات التنفيذ ، ويمكن التمييز بين ثلاث أنظمة فرعية مترابطة هي :

النظام التكنولوجي : وهو المسؤول على تحويل ومعالجة الموارد الإستراتيجية ، ويشتمل على مجموعة المعارف النظرية والتطبيقية ، والخبرات والمهارات المتحصل عليها في مختلف الميادين المصرفية .

نظام المعلومات : وهو المسؤول عن جمع الموارد المادية والبشرية للحصول على المعلومات ، معالجتها ، الحفاظ عليها واستعمالها في عمليات التحويل والتسيير .

نظام القرارات : ويعتمد على نظام المعلومات لتوجيه عمل النظام التكنولوجي .

الحماية الجزائية والقانونية لأنظمة المعلومات : تعتبر القوانين من الركائز الأساسية لمنع الأشخاص الذين يقومون بالقرصنة ، وأغلب الدول تعمل حالياً على إصدار القوانين و سن العقوبات لمنع جرائم الحاسوب باعتبارها جرائم دولية ، فقد اتخذت الأمم المتحدة قراراً عام 1990 حثت فيه الدول على وضع الإجراءات اللازمة للحد من جرائم الحواسيب ، وتحديث القوانين الدولية باعتبار التشريعات القانونية لبنة أساسية في حماية المعلومات ، وكانت تونس أول دولة عربية تصدر قانون التجارة والمبادلات الالكترونية عام 2000 وصدر بعدها قانون التجارة الالكترونية في دبي في نفس السنة (2000) ، والحماية الجزائية والتشريعية

(1) أحمد محمد صالح ، الانترنت والمعلومات بين الأغنياء والفقراء (مصؤ : مركز البحوث العربية والإفريقية ، 2000) ص 22 - 23.

(2) حمداوي وسيلة ، الجودة ميزة تنافسية في البنوك التجارية (قالمة : مديرية النشر لجامعة قالمة ، 2009) ص 125-126.

تعتبر الوسيلة الرئيسية للحد والقضاء على جرائم المعلومات ومنع الاعتداء على نظام المعلومات والاحتيايل على المؤسسات والمصارف ويعتبر أمن المعلومات المصرفية أهم الأركان في الحكومة الالكترونية(1).

تطوير الموارد البشرية يفرض التطور التكنولوجي نوعا جديدا من الموارد البشرية ، فاستعمال التقنيات الحديثة يتطلب استعمال كفاءات وخبرات ومهارات جديدة لم تكن متوفرة في المصرف من قبل . وهذا ما يستدعي الاستثمار في التكوين والتطوير والبحث لتحقيق أهداف الجودة . ويعتبر الأخصائي «مايكل بورتير» التطور التكنولوجي وتطور الموارد البشرية من بين أهم العناصر في تطوير تنافسية المؤسسات الاقتصادية . وإدخال التكنولوجيات الحديثة يجب أن يكون مرفقا بتطوير الإمكانيات البشرية أي الكفاءات والقدرات الإبداعية (2).

المحور الثالث- دور تكنولوجيا المعلومات في تعزيز تنافسية المصارف :

ما من شك أن تكنولوجيا المعلومات أعادت تشكيل أساسيات الأعمال المصرفية ، إذ أصبح عرض الخدمات تسويقها ترويجها ، تسعيرها وتوزيعها ، خدمة للزبائن ، لكن قبل الحديث عن دور تكنولوجيا المعلومات في تعزيز تنافسية المصارف لابد من التعرف عن المقصود بالتنافسية .

أولا. مفاهيم متعلقة بالتنافسية :

تعريف التنافسية :

من خلال الاطلاع على مختلف الدراسات التي تناولت في طياتها موضوع التنافسية تبين لي انه مفهوم متشعب ويختلف من مفكر لآخر إلا أنني اکتفي بذكر مجموعة من التعاريف مسلطا الضوء على أدقها واشملها .

أ - يعرف فليب كوتلر التنافسية على أنها « قدرة المؤسسة على القيام بأنشطتها من خلال الأساليب التي تجعلها رائدة أمام المؤسسات الأخرى في الأمد القريب أو المستقبل»(3).

ب - في حين يعتبر علي السلمي التنافسية أنها « قدرة المؤسسة على إنتاج قيم ومنافع للعملاء بطريقة تمكنها من التفوق على منافسيها من وجهة نظر العملاء»(4).

(1) عبده نعمان محمد صالح محمد الشريف ، الحكومة الالكترونية كإستراتيجية وطرق الإثبات والحماية لمعاملاتها ، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة (جامعة الجزائر : كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير العدد 18 ، 2008) ص124.

(2) حمداوي وسيلة ، مرجع سبق ذكره ، ص 127.

(3) P . Kotler est Autres, le marketing management (PARIS : Pearson éducation, 2004) p265

(4) علي السلمي ، إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية(القاهرة : دار غريب ، 2001) ص104

ج - ويعرفها المجلس الأمريكي للتنافسية بأنها «القدرة على إنتاج سلع وخدمات تنافس في الأسواق العالمية كما تعرف على أنها» القدرة على إنتاج السلع والخدمات بالتنوع الجيدة وبالسعر المناسب وفي الوقت المناسب وهذا يعني تلبية حاجات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة من المؤسسات الأخرى». (1)

د - أما المجلس الأوروبي فقد عرف تنافسية البلد على أنه «إمكانية التحسين الدائم لمستوى المعيشة وتوفير مستوى تشغيل عالي مع تحقيق الاستقرار باستمرار في كل القطاعات» (2).

وعلى العموم يمكن القول أن التنافسية هي «القدرة على الاستغلال الأمثل للإمكانات والموارد الفنية والمادية والمالية والتنظيمية بالإضافة إلى الخبرات والكفاءات والمعرفة التي تتمتع بها المؤسسة والتي تمكنها من تصميم وتطبيق استراتيجياتها التنافسية بما يسمح لها يسمح بتقديم منتجات سلع وخدمات - ومنافع يدرك المستهلك قيمتها ويرضى بها ما يؤدي إلى نجاحها وتفوقها على منافسيها» .

أسباب التنافسية :

برزت التنافسية باعتبارها العامل الحاسم في تحديد ما يمكن للمؤسسة أن تحصل عليه من السوق الذي تتعامل - أو تريد أن تتعامل - فيه ، ومن الأهمية أن تستند المؤسسة التي تريد البقاء إلى القدرات التنافسية التي تستطيع بواسطتها إلى تحقيق أعلى المنافع للعملاء وغيرهم من أصحاب المصلحة stakeholders ، وبالتالي تنجح في الحصول على موقع متميز في السوق تستمر في التمتع به طالما حافظت على رصيدها من القيم والأساليب المتجددة التي تتناسب وتتعاين بكفاءة مع الظروف الجديدة والمتغيرة باستمرار (3) ، وبصفة عامة من أهم أسباب التنافسية نذكر (4) :

- ضخامة وتعدد الفرص في السوق العالمي بعد أن انفتحت الأسواق أمام حركة تحرير التجارة الدولية نتيجة اتفاقيات الجات ومنظمة التجارة العالمية .
- وفرة المعلومات عن الأسواق العالمية والسهولة النسبية في متابعة وملاحقة

(1) شعيب بغداد وآخرون ، تنمية الموارد البشرية وسيلة لتحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية ، الملتقى الوطني : استراتيجيات التدريب في ظل إدارة الجودة الشاملة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية (سعيبة : جامعة مولاي الطاهر ، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير ، 10-11 نوفمبر 2009) ص 5.

(2) نفس المرجع السابق ، ص 5.

(3) بن عزة محمد أمين ، الميزة التنافسية كآلية في إحداث إدارة التغيير الإستراتيجي في المؤسسة الاقتصادية ، مجلة الاقتصاد المعاصر (المركز الجامعي بخميس مليانة : معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، العدد 01 ، أبريل 2007) ص 298 .

(4) محمد سمير أحمد ، الجودة الشاملة لتحقيق الرقابة في البنوك التجارية (عمان : دار المسيرة للنشر والتوزيع ، 2009) ص 140.

المتغيرات نتيجة تقنيات المعلومات والاتصالات ، وتطوير أساليب بحوث السوق والشفافية النسبية التي تتعامل بها المؤسسات الحديثة في المعلومات المتصلة بالسوق وغيرها من المعلومات ذات الدلالة على مراكزها التنافسية .

ويمكن إضافة أسباب أخرى للتنافسية وهي (1).

- سهولة الاتصالات وتبادل المعلومات بين المؤسسات المختلفة وفيما بين وحدات وفروع المؤسسة الواحدة بفضل شبكة الإنترنت و غيرها من آليات الاتصالات الحديثة وتطبيقات المعلوماتية المتجددة .

- تدفق نتائج البحوث والتطورات التقنية وتسارع عمليات الإبداع والابتكار بفضل الاستثمارات الضخمة في عمليات البحث والتطوير ونتيجة لتحالفات بين المؤسسات الكبرى في هذا المجال .

- مع زيادة الطاقة الإنتاجية وارتفاع مستويات الجودة والسهولة النسبية في دخول منافسين جدد في الصناعات كثيفة الأسواق تحول السوق إلى سوق مشتري تتركز القوة الحقيقية فيه للعملاء الذين انفتحت أمامهم فرص الاختيار والمفاضلة بين بدائل متعددة لإشباع رغباتهم بأقل تكلفة وبأيسر الشروط ومن ثم تصبح التنافسية هي الوسيلة الوحيدة للتعامل في السوق من خلال العمل على اكتساب وتنمية القدرات التنافسية .

- نتيجة للأسباب السابقة يتمتع المستهلكون والمشترون عموماً سواء من الأفراد والمؤسسات بميزة تعدد البدائل وانفتاح الفرص أمامهم للمفاضلة والاختيار من بين المنتجات والخدمات المتنافسة مما يضع المتنافسين في موقف صعب يتطلب بذل الجهد الأكبر أي المزيد من التنافس لإرضاء العملاء والاستحواذ عليهم أو اقتناصهم من المنافسين .

- كذلك يتمتع المنافسون في مختلف قطاعات الإنتاج في معظم دول العالم بوفرة المعلومات العلمية ونتائج التطويرات التقنية نتيجة كثافة عمليات البحث العلمي والتطوير التقني التي تتولاها مؤسسات عديدة في الجامعات ومراكز ومعاهد التطوير التقني سواء الحكومية أو التابعة للقطاع الخاص وكذا مكاتب الاستشارات والبحوث المتخصصة في جميع مجالات الإنتاج والأعمال . والنتيجة أن هذا التدفق لنتائج البحوث والتطورات التقنية يتيح للمؤسسات المعاصرة الدخول في مشروعات مهمة لتطوير منتجاتها دون أن تضطر إلى تكوين إمكانيات خاصة بها للبحث والتطوير . ومن ثم

(1) بن عنتر عبد الرحمان ، نحو تحسين الإنتاجية وتدعيم القدرة التنافسية للمنتجات الصناعية ، أطروحة دكتوراه (الجزائر : جامعة الجزائر ، كلية الاقتصاد وعلوم التسيير ، 2004) ص 152 - 153

توفر الاستثمارات الطائلة والتي قد لا تكون متاحة لها فضلاً عن اختصار الوقت والجهود، كل ذلك يصب في اتجاه مزيد من القدرات والجهود التنافسية والمحصلة النهائية لجميع تلك الأسباب أن تحول السوق في معظم دول العالم وبالنسبة لأغلب السلع والخدمات إلى سوق مشتريين Buyers market يكون القرار فيه نظرياً للمشتريين⁽¹⁾ الذي يتمتع بفرص بديلة ويتنافس المنتجون على إرضاءه ومن ثم تصبح التنافسية هي الوسيلة الوحيدة للتعامل من خلال محاولة كل مؤسسة اكتساب المزيد من القدرات التنافسية .

ثانياً - الأسباب التنافسية ومتطلبات تعزيز التنافسية باستخدام تكنولوجيا المعلومات :
الأسبقيات التنافسية : يقصد بالأسبقيات التنافسية الأبعاد التي تختارها المؤسسة وتركز عليها في تقديم المنتجات وتلبية طلبات السوق ، وتستطيع عن طريق إحداها أو أكثر أن تحصل على مزايا مقابل المنافسة ، وتصنف هذه الأسبقيات إلى خمسة مجموعات هي (2) :

الجودة Quality : تتمثل في المواصفات والأداء الجيد للمنتج والوظيفة التي تقدمها المؤسسة للحصول على جودة عالية لعمليات الإنتاج والتصميم .
التسليم Delivery : أي توفير المنتج أو الخدمة في الزمان والمكان المطلوب من خلال التأكيد على ثلاثة أمور أساسية هي :

- وقت تسليم أسرع .

- التسليم في الوقت المحدد .

- السرعة في التهيئة والإعداد .

المرونة Flexibility : تعني التكيف مع الطلب وقدرة الاستجابة له وتشمل نوعين أساسيين هما :

- القدرة على تلبية حاجات الزبائن وتصاميم المنتج الدائمة التغيير .

- مرونة الحجم ، وتتمثل بإمكانية تعجيل أو إبطاء معدل الإنتاج لمواجهة التقلبات التي يمكن أن تحدث في الطلب ، أو مقدار الوقت الذي تستغرقه عملية

(1) تشير إلى أنّ سلطة المشتري في السوق هي سلطة افتراضية ونظرية وذلك نتيجة تأثير الإعلان ووسائل الترويج وتنشيط المبيعات التي تسحب تلك السلطة من المشتري عملياً وتعيده مرة أخرى تحت سيطرة البائعين المتمرسين . ويكون الفوز بهؤلاء المشتريين للبايعين الأقوى ذوي القدرات التنافسية الأكبر .
(2) قاسم داود غسان ، تحديد الميزة التكنولوجية في المنظمات الصناعية ، المؤتمر العلمي : الريادة والإبداع : استراتيجيات الأعمال في مواجهة تحديات العولمة (الأردن : جامعة فيلاديلفيا ، كلية العلوم الإدارية والتطبيقية ، 15 - 16 مارس 2005) ص 9 .

الانتقال من مستوى إنتاج إلى آخر .

الكلفة Cost : تتمثل في إنتاج وتقديم المنتجات والخدمات بأقل تكلفة ممكنة وتتضمن كلفة العمل ، والمواد ، المصاريف المباشرة ، وتظهر في ثلاثة مجالات هي :

- تقديم منتجات وخدمات ذات أسعار واطئة عما يقدمه المنافسون .
- انتاج منتجات متشابهة وبسعر واطئ .
- القدرة على مواجهة أسعار المنافسين .

الابداع Innovation : تعد الأسبقية الخامسة التي أشارت إليها الأدبيات المعاصرة وتعنى بتحقيق تطور وعمل خلاق بما يحقق الإبداع في الإنتاج والتكنولوجيا المستعملة ، أو إيجاد طرائق جديدة لإنتاج وتوزيع المنتجات بشكل يختلف عما هو قائم في ميادين العمل .

متطلبات تعزيز تنافسية باستخدام تكنولوجيا المعلومات

حتى تساهم تكنولوجيا المعلومات بصفة إيجابية في تعزيز تنافسية المصارف لابد من توافر مجموعة من المتطلبات منها(1) :

- التأكيد على الانترنت والتجارة الالكترونية كقوى أساسية في الاقتصاد المعاصر لأنها مبنية على أساس تكنولوجيا المعلومات ، حيث أصبحت الأصول الثابتة تتمثل في المعلومات إلى جانب المنتجات والخدمات .

- تلعب تكنولوجيا المعلومات دورا مهما في عملية الاتصال ، إضافة للعاملين داخل المصرف وفروعه وشبكة الموردين والزبائن والمنظمات الأخرى .

- التأكيد على مركزية الزبائن Centricity Customer حيث تتمتع تكنولوجيا المعلومات بالدور الذي يسهم في إيجاد الفرصة البديلة الهادفة وتحسين عملية الاتصال بالزبائن ، كبناء مراكز الاتصال التي تقوم على تأمين المعلومات والخدمات للزبائن على مدار الساعة بكل سهولة ويسر بالإضافة إلى إدارة علاقات مع الزبائن بما يساعد المصرف في التعرف على احتياجاته وتلبيتها بالسرعة الكافية ، مما يسهم في دعم تنافسية المصرف .

- التأكيد على دور تكنولوجيا المعلومات في تمكين المصرف من الاستعانة

(1) عبد القادر فالح الحوري ، استراتيجيات تكنولوجيا المعلومات ودورها في تعزيز الميزة التنافسية ، أطروحة دكتوراه (عمان : جامعة عمان العربية للدراسات العليا ، كلية الدراسات الإدارية والمالية العليا ، 2004) بتصرف ، ص 70 - 71 .

- بالجهات الخارجية بحثا عن مهارات أو خبرات معينة غير متوفرة في البيئة الداخلية .
- التأكيد على البنية التحتية قبل البدء في بناء التحالفات والاندماجات وتكامل الوظائف التنظيمية كتوافر الحواسيب ، والبرمجيات المتطورة ، إضافة إلى عناصر البنية التحتية التقليدية ، وتوافر شبكة الاتصالات الفاعلة كاستخدام الانترنت والشبكات المحلية والدولية ، مع توفير الأمان في البنى التحتية المختلفة .
- التأكيد على إدارة المعرفة وخاصة المعرفة الضمنية المخزنة في أدمغة المديرين والمفكرين الاستراتيجيين ، والعمل على تحويل هذه المعلومات إلى معرفة حقيقية وتوزيعها ونشرها .
- التأكيد على علاقة تكنولوجيا المعلومات بالتنظيم الكامل للمصرف حتى يكون هناك اتصال مفتوح ما بين الأفراد من جهة وبين الفئات الإدارية المختلفة من جهة أخرى .
- التأكيد على المواءمة بين إستراتيجية تكنولوجيا المعلومات وإستراتيجية الأعمال ، والتأكيد على العمل كفريق واحد داخل التنظيم لتحقيق النجاح والاستمرار .
- التأكيد على الاستفادة من كفاءات المؤسسات التعليمية ، وتكثيف العمل في البرامج المشتركة وتدريب العاملين في مجالات تكنولوجيا المعلومات بالإضافة إلى العاملين بالمجالات الأخرى .

ثالثا . انعكاس تكنولوجيا المعلومات على تعزيز تنافسية المصارف

توجد العديد من الفرص والمزايا التي يتيحها استخدام المعلومات والتكنولوجيا المصرفية والتي تعود بالإيجاب على كفاءة المصارف وتعزيز تنافسيته ، وذلك من خلال :

التعزيز بواسطة حاجات السوق : في الوقت الحاضر صار يتوافر للمصارف فرص جوهرية لكي تبني مواقع تقنية ، بما يمكنها من تحليل ومتابعة أداء ومزاوات هؤلاء العملاء ، وبالتالي إمكانية اكتشاف مدى واسع من فرص التسويق أمامها من خلال اكتساب المعارف عن حاجات ورغبات العملاء . ورغم وجود جدل واسع بين المفكرين والباحثين حول ما إذا كان الابتكار نابعا من السوق أو من تطبيق التكنولوجيا المتقدمة ، إلا أننا نلاحظ أن كلا من السوق والتكنولوجيا يشكلان عاملا مشتركا يمكن من اكتشاف أو خلق حاجات للعملاء ، فعلى سبيل المثال طورت الهواتف المحمولة استجابة للحاجة لإرسال المكالمات الهاتفية واستقبالها في أي مكان وأي وقت ، ويتم استخدام التكنولوجيا في هذه الحالة

لتحقيق حاجات ظاهرة ومعلن عنها ، كما توجد مداخل أخرى لتطوير الخدمات والمنتجات التي لا يتوقعها المستهلكون أو ليس بمقدورهم التعبير عنها بشكل واضح(1) ، وبهذا تطوي التكنولوجيا المسافات وتعبر الحدود مما يوفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء ، كما توفر فرصة جيدة للتعرف على خدمات المصارف المنافسة(2).

تعزيز جودة الخدمة المصرفية : تشير الجودة إلى قدرة المؤسسة أو البنك على توفير منتج يحقق إشباع تام لاحتياجات العميل أما إدارة الجودة الكلية فهي إحدى المداخل الإدارية الشاملة للعولمة التي تهدف إلى تحقيق التحسين المستمر في أنشطة المصرف بغرض تقديم منتج أو خدمة مرتفعة الجودة للعملاء ومساعدة الإدارة على التعامل مع البيئة التنافسية العالمية . لذا فإن نظام المعلومات يساهم في متابعة ومراقبة أداء العاملين على نحو مؤثر في تحسين إدارة الجودة الكلية ، حيث يمكن الكشف على أي انحرافات قد تظهر بين الأداء الفعلي والمخطط ومن ثم يمكن اتخاذ الإجراء التصحيحي المناسب(3). وهناك الكثير من الأمثلة الدالة على تحسين الجودة الناجمة عن استثمارات تكنولوجيا المعلومات في العديد من القطاعات المختلفة ، كالاتصالات والمحلات الجارية ومكاتب السياحة والمصارف ، فعلى سبيل المثال يستخدم مزودو بطاقة الائتمان Credit card ، بيوت أجهزة البيانات Data ware housing وتكنولوجيا التتقيب عن البيانات في البحث عن البيانات الشخصية للزبون ليتم من خلالها تطوير منتجات على أساس تلك الخصائص للعميل(4).

آثار تكنولوجيا المعلومات على تخفيض التكاليف وزيادة الكفاءة التشغيلية : طورت تكنولوجيا المعلومات بصفة عامة ، وتكاليف المعلومات بصفة خاصة ، وتبين الدراسات المختلفة الآثار الناجمة عن دور تكنولوجيا المعلومات في خفض التكاليف . حيث بدأ ذلك التخفيض ينعكس على عدد أعضاء القيادة الإدارية من المديرين الوسطيين إلى العمال حيث أخذت تكنولوجيا المعلومات تلعب أدوارهم وتعوض وجودهم المادي والإجرائي ، إذ مكنت التكنولوجيا المؤسسات من تقليص حجمها بسبب حلولها محل بعض الأفراد وتخفيض مراحل العمليات

(1) محمد محمد الهادي ، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات(مصر : المكتبة الأكاديمية ، 2001) بتصرف ، ص 29 .

(2) ابراهيم بختي ، التجارة الالكترونية ، مرجع سبق ذكره ، ص 69.

(3) كوثر الأبيجي ، إستراتيجية التطوير في القطاع المصرفي العربي في مواجهة تحديات العولمة المؤتمر العلمي : الريادة والإبداع : استراتيجيات الأعمال في مواجهة تحديات العولمة(الأردن : جامعة فيلاديلفيا ، كلية العلوم الإدارية والتطبيقية ، 15 - 16 مارس 2005) ص 7.

(4) عبد القادر فالج الحوري ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 76 - 77.

للحد الأدنى من الخطوات وبالتالي تخفيض تكاليف المعاملات (الصفقات) (1).
إن قطاع المصارف يتم فيه ربط العمليات والإجراءات اليومية بتكنولوجيا المعلومات ، سواء العمليات الداخلية أو الخارجية مع العملاء والمصارف الأخرى فتزداد صحة المعلومات ودقتها واختصار الوقت في استعمالها . وبالتالي تخفيض التكاليف واستغلال أفضل لموارد المصرف ومن ثم إيجاد المعلومات المحددة ذات الحاجة الحالية تحقيق الكفاءة التشغيلية على النحو التالي (2) :

زيادة كفاءة المصرف لاستغلال موارده المختلفة من المخرجات المطلوبة بأقل تكلفة ممكنة ، كما تعمل على تقليل تكاليف قيامه بالأنشطة المختلفة ، الإدارية التسويقية ، وغيرها ... أتممة عمليا المصرف من خلال تطبيق نظم الحاسب في تنفيذ العمليات المالية والتجارية ، مثل الصراف الآلي ونقاط البيع الإلكتروني .

تعزيز ربحية وإنتاجية المصرف : لم يعد خافيا التأثير الحاسم الذي تحمله التكنولوجيا والأعمال الالكترونية ، والذي يكمن في الزيادة الملحوظة في حجم إنتاجية الفرد لكل ساعة عمل نتيجة للدور الفاعل الذي تقوم به الحواسيب بسرعتها الهائلة . ووجود شبكات اتصال تمتد أذرعها إلى جميع مسالك ومساحات المنظومة المصرفية والاقتصادية الشاملة (3).

خلاصة :

يفرض العمل في ظل بيئة متطورة باستمرار مليئة بالقوى والعوامل المؤثرة على المؤسسات والمصارف أن تكون لديها إمكانيات وقدرات تنافسية تجعلها أفضل وأقدر على المنافسة ، إذ لم تعد صناعة المزايا التنافسية خيارا من بين عدة بدائل يستطيع المصرف المفاضلة بينها . بل أصبحت الدرب الذي يجب أن يسير فيه كل مصرف يود الاستمرار والبقاء في عالم يموج بالتنافسية ، ومن بين الحقائق التي تظهر بشكل جلي الدور الكبير الذي أصبحت تلعبه تكنولوجيا المعلومات في ظل الاقتصاد والانفجار الرقمي الذي يميز العصر الذي نعيش فيه ، لكن استفادة المصارف من تكنولوجيا المعلومات بشكل سليم والتغلب على العقبات التي تواجه أو تصعب من تطبيق هذه التكنولوجيا بالمصارف يتطلب اتخاذ العديد من الإجراءات والتدابير منها :

- (1) مزهر شعبان ، شوقي ناجي ، العملية الإدارية وتكنولوجيا المعلومات (الشارقة : مكتبة الجامعة ، 2008 ، ص 280-281.
- (2) عبد القادر فالج الحوري ، مرجع سبق ذكره ، ص 74.
- (3) حسن مظفر الرزو ، مقومات الاقتصاد الرقمي ومدخل إلى اقتصاديات الانترنت (الرياض : معهد الإدارة العامة ، 2006) ص ص 142 - 143.

- بناء بنك للمعلومات خاص بالبنك تجمع فيه المعلومات بكفاءة عالية وبدقة كبيرة وفي الوقت المناسب حول بيئتها ومحيطها الداخلي والخارجي وخاصة فيما يتعلق بالمستهلك وما يرغب فيه وبالمنافسة وما تحضر له .
- الحرص على امتلاك القدرة لصنع مزايا تنافسية من خلال التعليم والتدريب وتأهيل الموارد البشرية بالمصرف ما يجعلهم قادرين على التعامل بكفاءة وفعالية مع التطورات الحديثة خاصة في مجال المعرفة تكنولوجيا المعلومات .
- تنمية وتطوير الوعي المصرفي لدى كافة موظفي المصرف بأهمية وحتمية الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات .
- الاهتمام بالتطوير الدائم والمستمر للتنافسية ، فالتقدم في حد ذاته متعدد الأبعاد والجوانب فمنه ما هو آني قليل الآثار والفوائد ومنه ما هو مستقبلي عظيم الآثار والفوائد .
- تنمية الرقابة الذاتية التي تتبع من الذات أي من عمق النفس البشرية وهي رقابة الضمير وتمثل رقابة وقائية عالية الفعالية .
- بذل الوقت والمال للوصول إلى ابتكار منتجات ، خدمات ، أفكار مصرفية جديدة ومبتكرة وهذا من خلال تمويل مراكز الدراسات والبحوث .
- وأخيرا نقول إن الموارد البشرية سر الارتقاء بالمصارف وتفوقها في جميع المجالات فالإنسان هو الذي يرتقي بأي مؤسسة إلى التميز والنجاح والتطور بل هناك من يقول أن كسب موارد بشرية مؤهلة لها القدرة والإرادة على العمل يعد كافيا وحده لتمييز أي مؤسسة تمتلك هذه الميزة .

قائمة المراجع :

الكتب :

- 1- إبراهيم بختي ، التجارة الالكترونية : مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة (الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية ، ط2 ، 2008)
- 2 - أحمد شعبان محمد علي ، انعكاسات المتغيرات المعاصرة على القطاع المصرفي ودور البنوك المركزية (الإسكندرية : الدار الجامعية ، 2007)
- 3 - أحمد محمد صالح ، الأترنوت والمعلومات بين الأغنياء والفقراء (مصر : مركز البحوث العربية والإفريقية ، 2000)
- 4 - حسن مظفر الرزو ، مقومات الاقتصاد الرقمي ومدخل إلى اقتصاديات الأترنوت (الرياض : معهد الإدارة العامة ، 2006)
- 5 - حملواي وسيلة ، الجودة ميزة تنافسية في البنوك التجارية (قالمة ، مديرية النشر لجامعة قالمة ، 2009)
- 6 - رأفت رضوان ، عالم التجارة الإلكترونية (مصر : المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، 2002)
- 7 - سعد غالب ياسين ، أساسيات نظم المعلومات الإدارية (عمان : دار المناهج ، 2005)
- 8 - عامر قنديل ، معجم تكنولوجيا المعلومات (عمان : دار أسامة ، 2003)
- 9 - علي السلمي ، إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية (القاهرة : دار غريب ، 2001)
- 10 - علي محمد شهبوب ، شؤون النقود وأعمال البنوك (حلب : شعاع للنشر والعلوم ، 2007)

- 11- محمد سمير أحمد ، الجودة الشاملة لتحقيق الرقابة في البنوك التجارية(عمان : دار المسيرة للنشر والتوزيع ، 2009)
- 12- محمد محمد الهادي ، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات (مصر : المكتبة الأكاديمية ، 2001)
- 13- محمود علم الدين ، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري (مصر : العربي للنشر والتوزيع ، 1990).
- 14 - معالي فهمي حيدر ، نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية للأعمال (الاسكندرية : الدار الجامعية ، 2002)
- 15- نادر قاحوش ، العمل المصرفي عبر الأنترنت (بيروت : الدار العربية ، 2001)
- 16- نبيل مرسي ، التقنيات الحديثة للمعلومات (الاسكندرية : دار الجامعة الجديدة ، 2005)
- 17- J. Heizer, production and operations (NEW YORK : prentice. hall, 2001)
- 18- PH. Kotler est Autres, le marketing management(PARIS : Pearson éducation, 2004)

المدخلات ، المجالات والرسائل :

- 1- إبراهيم اسماعيل الحديد ، استراتيجية الحل للمشكلة التكنولوجية والمعلوماتية في الوطن العربي في ظل ضعف الاهتمامات السياسية العربية ، دورية دراسات استراتيجية(الجزائر : مركز البصيرة ، العدد 11 ، جوان 2010)
- 2- بن عزة محمد أمين ، الميزة التنافسية كآلية في إحداث إدارة التغيير الإستراتيجي في المؤسسة الاقتصادية ، مجلة الاقتصاد المعاصر (المركز الجامعي بخميس مليانة : معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، العدد 01 ، أبريل 2007)
- 3- بن عنتر عبد الرحمان ، نحو تحسين الإنتاجية وتدعيم القدرة التنافسية للمنتجات الصناعية ، أطروحة دكتوراه(الجزائر : جامعة الجزائر ، كلية الاقتصاد وعلوم التسيير ، 2004)
- 4- خليل محمد حسن الشماع ، تأسيس وإدارة منافذ توزيع الخدمات المصرفية ، مجلة الدراسات المالية والمصرفية(عمان : الأكاديمية العربية للعلوم الإدارية والمصرفية ، المجلد 15 ، العدد 04 ، ديسمبر 2007)
- 5- رابع عرابة ، دور الصيرفة الشاملة في تطوير البنوك في الدول النامية ، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا(الشلف : مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا ، العدد 06 ، 2009)
- 6- رحيم حسين ، هواري معراج ، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية ، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي - واقع وتحديات(الشلف : جامعة حسيبة بن بوعلي 14 - 15 ديسمبر 2004)
- 7- رافعة ابراهيم الحمداني ، أثر استخدام التكنولوجيا المصرفية في ظاهرة غسل الأموال والجهود الدولية لمكافحة المؤتمر العلمي : الريادة والإبداع : استراتيجيات الأعمال في مواجهة تحديات العولمة(الأردن : جامعة فيلاديلفيا ، كلية العلوم الإدارية والتطبيقية ، 15 - 16 مارس 2005)
- 8- شعيب بغداد وآخرون ، تنمية الموارد البشرية وسيلة لتحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية ، الملتقى الوطني : استراتيجيات التدريب في ظل إدارة الجودة الشاملة كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية(سعيدة : جامعة مولاي الطاهر ، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير ، 10-11 نوفمبر 2009)
- 9- عبد القادر فالج الحوري ، استراتيجيات تكنولوجيا المعلومات ودورها في تعزيز الميزة التنافسية ، أطروحة دكتوراه(عمان : جامعة عمان العربية للدراسات العليا ، كلية الدراسات الإدارية والمالية ، 2004) ،
- 10- عبده نعمان محمد صالح محمد الشريف ، الحكومة الإلكترونية كاستراتيجية وطرق الإثبات والحماية لمعاملاتها ، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة(جامعة الجزائر : كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، العدد 18 ، 2008)
- 11- قاسم داود غسان ، تحديد الميزة التكنولوجية في المنظمات الصناعية ، المؤتمر العلمي : الريادة والإبداع : استراتيجيات الأعمال في مواجهة تحديات العولمة(الأردن : جامعة فيلاديلفيا ، كلية العلوم الإدارية والتطبيقية ، 15 - 16 مارس 2005)
- 12- كوثر الأبيجي ، إستراتيجية التطوير في القطاع المصرفي العربي في مواجهة تحديات العولمة المؤتمر العلمي : الريادة والإبداع : استراتيجيات الأعمال في مواجهة تحديات العولمة(الأردن : جامعة فيلاديلفيا ، كلية العلوم الإدارية والتطبيقية ، 15 - 16 مارس 2005)
- 13- النشرة الاقتصادية (الاسكندرية : بنك الاسكندرية ، مجلد 34 ، 2002)
- 14- بداوي مصطفى ، غردى محمد ، الإستراتيجية التنموية للكفاءات البشرية في المؤسسات المصرفية في

ظل اقتصاد المعرفة ، عن الموقع الإلكتروني :
[www . jpsdir . com/Forum/forum_posts . asp?TID_1894](http://www.jpsdir.com/Forum/forum_posts.asp?TID_1894) consulté le 23/05/2010
– [www . palmoon . net/5/topic_7686_108 . htm](http://www.palmoon.net/5/topic_7686_108.htm) consulté le 14_ 04_ 2009