

إدارة التكنولوجيا المصرفية من أجل تحسين تنافسية البنوك، مع الإشارة إلى البنوك الجزائرية

Banking Technology Management in Order to Improve the Competitiveness of Banks, “ the Algerian Banks”

(¹) أ.حمو محمد، (²) أ.د. زيدان محمد

(¹) أستاذ مساعد قسم «أ»، وعضو بمخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف hamhou1405@gmail.com

(²) أستاذ التعليم العالي - جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف

ملخص

تُركز صناعة الخدمات المالية والمصرفية جزء كبير من جهودها على التكنولوجيا، أي بناء واستخدام نظم مصرفية ومالية متقدمة جدا تسير التطورات التكنولوجية في القرن الواحد والعشرين، حيث يرتبط نجاح المؤسسات المالية والكيانات المصرفية بمدى قدرتها على إتباع نظم عمل حديثة وتبني التكنولوجيا المصرفية، والعمل على إدارتها بالشكل الذي يعمل على تحسين تنافسياتها في ظل جملة من المتغيرات (التحرير المصرفي، الاندماجات المصرفية، عدم استقرار الحصص السوقية).

هذا ولقد أولت البنوك الجزائرية أهمية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وعملت على توفير كل المتطلبات لإرساء المدخل التكنولوجي ضمن نشاطها، ووضع إستراتيجية لإدارة عنصر تكنولوجيا الصناعة المصرفية بما يعظم مردودية هذا الأخير، ويزيد من درجة تنافسية البنوك الجزائرية والتكيف مع محيطها.

الكلمات الدالة: إدارة التكنولوجيا، التنافسية، البنوك، الصيرفة الالكترونية.

Abstract

The industry of banking and financial services focused in a large part of its efforts on technology in which the developed and use an advanced banking and financial systems accompanied with technological developments in the twenty-first century, where the success of financial institutions and banking entities associated with the extent of its ability to adopt banking technology systems and work on the form of management in which it works to improve competitiveness under the number of variables (the banking liberalization, banking mergers, the instability of market parts).

The Algerian banks take an importance to information and communication technologie, working to provide all the requirements for establish technological approach in their activities and make a strategy for the banking industry technologie management, in order to maximize the benefits of that, and to increase the level of competitiveness of Algerian banks.

Keywords: Technology Management, Competitiveness, Banks, Electronic Banking.

مقدمة

ضحما من الإنجازات التكنولوجية، وقد تكاثفت التكنولوجيا مع المنافسة والابتكارات المالية لتنجب عصرا جديدا بأساليب وأدوات لم تعرف من قبل، كما أن عمليات التحرير المالي وإزالة القيود والمنافسة الحادة أدت مجتمعاً إلى التعجيل بنشر التكنولوجيا في الأعمال المصرفية مع تحقيق مردود لها يتناسب وتكلفتها.

أولاً التكنولوجيا المصرفية المفهوم والخصائص: يعتبر مصطلح التكنولوجيا المصرفية من أكثر المفاهيم الاقتصادية والاجتماعية استخداماً في الدراسات المعاصرة كأحد العوامل المؤثرة على منظمات الأعمال بصفة عامة وعلى البنوك بصفة خاصة، ويتم استخدام لفظ تكنولوجيا للتعبير عن معانٍ متعددة، وفيما يلي نورد بعض المفاهيم المتعلقة بالتكنولوجيا والتكنولوجيا المصرفية.

1- مفهوم التكنولوجيا: تم استخدام التكنولوجيا لأول مرة في أواخر القرن الثامن عشر، حيث كانت تشير إلى عملية تجهيز المواد الخام لتصبح صالحة للاستخدام المتعدد للحرفيين في ذلك الوقت، ثم حدث تطور لهذا المفهوم منذ الثورة الصناعية وحتى الآن⁽¹⁾.

إن كلمة تكنولوجيا تتكون لغويًا من شقين⁽²⁾:

- **تكنو:** وهو لفظ يوناني قديم يعني فن الصناعة أو التشغيل.
- **لوجيا:** وهو لفظ مشتق من اللغة اليونانية القديمة أيضاً، ويعني علم أو منهج.

أي أن التكنولوجيا في معناها اللغوي الدقيق تعني التطبيق العلمي لفن الصناعة.

هذا وتعددت الرؤى التي تناولت موضوع التكنولوجيا حيث عرفت على أنها⁽³⁾:

1-1 المكنائ والمعدات والانتشار التكنولوجي، وهو تعريف ركز على الجانب المادي للتكنولوجيا.

1-2 هي استخدام المعرفة المتوفرة لإنتاج السلع والخدمات، وهو التعريف الذي شمل المعرفة في مفهوم التكنولوجيا.

إلا أن مفهوم التكنولوجيا يتضمن جوانب أكثر من العناصر المادية أو المعرفية، حيث تعرف على أنها⁽⁴⁾:

الأدوات والأساليب والإجراءات والمعرفة المستخدمة لخلق منتج أو خدمة.

2- تعريف التكنولوجيا في المجال المصرفي: التكنولوجيا المصرفية هي رصيد المعرفة الذي يسمح بإدخال آلات ومعدات وعمليات وخدمات مصرفية جديدة ومحسنة، وعلى ذلك يضم مصطلح التكنولوجيا في الميدان المصرفي مجالين الأول هو التكنولوجيا الثقيلة وتشمل الآلات والمعدات المصرفية والبرامج، والثاني هو التكنولوجيا الخفيفة وتشمل الدراية والإدارة والمعلومات والتسويق المصرفي⁽⁵⁾.

شهد العقد الأخير من القرن العشرين وبدايات القرن الواحد والعشرين، وفي ظل موجة التحرير وإزالة القيود تقدمها هائلاً في مجال التكنولوجيا، كما ظهر اتجاه آخر تمثل في احتدام المنافسة في المجال المصرفي، وعلى نحو زاد من إمكانية تعرض البنوك المحلية للمنافسة من جانب البنوك العالمية.

كما يعد التقدم التكنولوجي من أهم المتغيرات التي ساهمت في نجاح ونمو الصناعة المصرفية، حيث استوعب النشاط المصرفي حجماً متزايداً من تلك المنجزات التكنولوجية، وحدث تغير في شكل العمل المصرفي، بالاعتماد المباشر على الميكنة في تقديم الخدمات المصرفية، وتطويرها بكفاءة عالية بغية ابتكار خدمات مصرفية مستحدثة، وتطور أساليب تقديمها بما يكفل انسياب الخدمات المصرفية من البنوك إلى العميل بدقة وسهولة ويسر، فضلاً عن تحسين مستوى أداء البنوك.

ومما لا شك فيه أن التقدم التكنولوجي قد أسهم في إحداث العديد من التغيرات والتطورات في مجال الأعمال المصرفية، هذا ويعتمد الأثر الاقتصادي للتكنولوجيا الجديدة على معدل تزايد تلك التكنولوجيا، ومدى قدرة البنوك على توظيف التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وإدارتها، بالشكل الذي يدعم موقفها التنافسي ويحسنه، ومن ثم زيادة كفاءة نظم وأساليب معالجة البيانات واتخاذ القرارات من جهة وزيادة الضغوط التنافسية من جهة أخرى.

إشكالية البحث: نحاول من خلال هذه الدراسة الإجابة على السؤال الرئيس: كيف يمكن تحسين تنافسية البنوك الجزائرية عن طريق إدارة التكنولوجيا المصرفية؟

أهمية البحث: يكتسي هذا البحث أهميته من خلال الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات في مجال الصناعة المصرفية وضرورة امتلاك وتطوير القدرة التنافسية في ظل التحديات التنافسية، الأمر الذي يستدعي من البنوك والمؤسسات المالية إدارة عنصر التكنولوجيا، باعتباره مدخلاً هاماً لتعزيز وتحسين تنافسية البنوك في حقل العمل المصرفي الإلكتروني.

معاور البحث: قصد الإجابة على إشكالية البحث سيتم دراسة المحاور الأربعة الآتية:

المحور الأول: التكنولوجيا المصرفية وآثارها في البنوك

المحور الثاني: الإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا المصرفية

المحور الثالث: المنافسة والتنافسية في مجال الصناعة المصرفية
المحور الرابع: إدارة التكنولوجيا المصرفية لتعزيز تنافسية البنوك الجزائرية

المحور الأول: التكنولوجيا المصرفية وآثارها في البنوك

أدى التقدم التكنولوجي إلى ظهور العديد من التطورات في الأنشطة المصرفية، حيث استوعب النشاط المصرفي قدراً

5.4 مرحلة اعتبار التكنولوجيا أصلا من أصول البنك: إن المرحلة السابقة وما لازمها من اهتمام كبير بمختلف نواحي التكنولوجيا ومن قبل جميع المسؤولين في البنك قد قاد إلى هذه المرحلة باعتبار التكنولوجيا أصلا كباقي أصول البنك، وعليه يجب أن يجني هذا الأصل مردودا كباقي الأصول، وهنا بدأت إدارة التكنولوجيا.

6.4 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 العملي وتسويق التكنولوجيا على الصعيد الخارجي، وما عزز هذا الاتجاه العوامل التالية:

- أن 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 الإلكترونية لتلبية احتياجات الزبائن المتنامية؛

- البحث المستمر من قبل البنوك عن الطرق الكفيلة بتحسين دخلها وربحياتها الإجمالية، حيث أصبح واضحا أن استخدام التكنولوجيا المتقدمة على نحو رشيد يساهم في رفع الكفاءة التشغيلية للبنوك ويعزز فعالية إدارتها والرقابة على أعمالها؛

- أن التكنولوجيا باتت أداة لإدارة البنك من أجل الاطلاع ومراقبة حسن سير الأعمال على نحو المنشود، ومن أجل إعداد التقارير المناسبة الخاصة بذلك؛

- أن 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؛

- الاهتمام الكبير للجنة بازل بمخاطر التشغيل وبالإدارة الإستراتيجية لمخاطر التكنولوجيا المصرفية للحيلولة دون فشل أو تعطيل الأنظمة التكنولوجية، لما لذلك من انعكاسات سلبية على عمل البنوك.

ثانيا- أشكال التكنولوجيا المصرفية: لقد ظهرت أشكال عديدة للتكنولوجيا برزت من خلالها صور مختلفة لاستخدامات التكنولوجيا المصرفية والتي يمكن إجمالها في اتجاهين هما⁽⁸⁾:

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

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

3- خصائص التكنولوجيا المصرفية: من خلال دراسة مفهوم التكنولوجيا في المجال المصرفي يمكن تحديد أهم خصائصها في ما يلي⁽⁶⁾:

- أن التكنولوجيا المصرفية هي مجموعة من المعارف والمهارات والطرق والأساليب المصرفية؛

- أن هذه المعارف والمهارات والطرق والأساليب قابلة للاستفادة منها بالتطبيق العملي في المجال المصرفي؛

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

- أن الخدمة المصرفية هي المجال الرئيسي لتطبيق التكنولوجيا؛

- لا يقتصر تطبيق التكنولوجيا على مجال أداء الخدمة المصرفية بل يمتد إلى الأساليب الإدارية.

4- مراحل تطور التكنولوجيا في العمل المصرفي: مر استعمال التكنولوجيا في البنوك بست مراحل حتى وصلت إلى ما هي عليه اليوم في العالم المصرفي الحديث وهي⁽⁷⁾:

1.4 مرحلة الدخول: وهي المرحلة التي دخلت فيها التكنولوجيا إلى أعمال البنوك، بغرض إيجاد حلول لبعض المشاكل المصرفية كالتأخر 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 في هذه المرحلة.

2.4 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 هذه المرحلة التحضير لدخول أوسع للتكنولوجيا إلى العمل المصرفي.

3.4 مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات الزبائن: وهي المرحلة التي بدأت فيها البنوك باستخدام التكنولوجيا في التوفير الفوري للخدمات المقدمة لزيائنها، وأصبحت هذه العملية ممكنة بفضل 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.

4.4 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، وبالتالي اكتشاف طرق الاستفادة منها بشكل يتلاءم والاستثمار فيها.

2- المستوى المعرفي لكافة العاملين بالبنك على اختلاف تخصصاتهم ومستوياتهم.

3- تأثر القطاع المصرفي بمجموعة من نتائج القوى التكنولوجية المتاحة والتي كان من نتائجها تحسين وتعزيز مستوى تقديم الخدمات المصرفية للعملاء.

4- العلاقة الوثيقة بين التقدم التكنولوجي ومعدل النمو الاقتصادي في أي دولة، حيث أن قوى التكنولوجيا هي دعامة الاقتصاد، وكلما تطورت زاد الاقتصاد قوة.

رابعاً: أثار التكنولوجيا المصرفية على عمل البنوك: لقد ازدادت وتعقدت التكنولوجيا وتوسعت آثارها على مختلف أنشطة منظمات الأعمال بصفة عامة والمالية والمصرفية بصفة خاصة، والأمر نفسه ينطبق على التكنولوجيا المصرفية، هذه الأخيرة تركت آثار إيجابية وتمييزة على القطاع المالي والمصرفي، وعلى أداء البنوك، وبالمقابل فإن لهذه التكنولوجيا مخاطر.

1. الآثار الإيجابية للتقدم التكنولوجي والثورة المعلوماتية على النشاط المصرفي: لقد ساعدت ثورة المعلومات والاتصالات في القطاع المصرفي على مايلي⁽¹²⁾:

- تعزيز قدرة البنوك في استخدام الفرص المالية في ظل مناخ التحرير المالي وتغير أنماط ومنهجية الإدارة وربحية البنوك ورفع الكفاءة التشغيلية وزيادة الميزة التنافسية لها على المستوى الدولي؛

- ساعد التقدم التكنولوجي في عملية الربط بين البنوك وتبادل المعلومات والبيانات المصرفية وإلى استحداث العديد من المنتجات التمويلية الحديثة مثل بطاقات الائتمان.

- أسهم التقدم التكنولوجي في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في زيادة القيمة المضافة(*) لدى البنوك نتيجة ممارستها للحداثة المصرفية بما تتطلبه من نظم إبتكارية عالية التكلفة.

- مكنت الثورة التكنولوجية في مجال الحواسيب الآلية وتطبيقاتها في المجال المصرفي البنوك من التوسع في أنشطتها وبناء شبكات واسعة من الفروع دون الاعتماد على أعداد كبيرة من العاملين، مما يمكن البنك من تنويع خدماته وتوسيع قطاعات الزبائن التي يتعامل معها.

- تحرير الأعمال المصرفية من الروتين والأعباء الإدارية مما يخفف الضغط على موظفي البنك ويساعدهم على زيادة الاهتمام بجودة الخدمة من خلال توجيه الوقت نحو العمل الخلاق مما يساعد على تحسين ربحية البنك؛

كما أن الإمكانيات التكنولوجية تحقق للبنك العديد من المزايا من أهمها⁽¹³⁾:

- تحقيق ميزة تنافسية للبنك في السوق المصرفي من خلال توفير الخدمات المرتبطة بالتقنيات الحديثة، حيث تلعب التكنولوجيا

1.1 البطاقات البلاستيكية: وهي أداة مالية تسويقية تتفوق بفعاليتها على الأدوات التقليدية في التعامل المالي، فهي تعد منافس قوي للبنك، ومن أهم أنواع البطاقات البلاستيكية: بطاقة الائتمان المصرفية، بطاقة الدفع الفوري، بطاقة السفر، البطاقة الذكية.

ويحقق التعامل بالبطاقات البلاستيكية العديد من المنافع منها⁽⁹⁾:

- الأمان: أنها أكثر أماناً من حمل النقود أو دفتر الشيكات.

- المرونة: يستطيع حاملها أن يسحب مبالغ نقدية من أي بنك.

- الربحية: تعتبر البطاقة البلاستيكية مصدراً رئيسياً من مصادر ربحية البنك.

2.1 النقود الرقمية (الإلكترونية): وهي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات إلكترونية وتخزن في مكان آمن جداً على جهاز الكمبيوتر الخاص بالزبون والذي يعرف باسم المحفظة الإلكترونية.

3.1 الشيكات الإلكترونية⁽¹⁰⁾: يعرف الشيك الإلكتروني على أنه المكافئ الإلكتروني للشيكات الورقية التقليدية التي اعتدنا التعامل بها والشيك الإلكتروني هو رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله) ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنت، ليقوم البنك أولاً بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك، وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادته إلكترونياً إلى مستلم الشيك (حامله) ليكون دليلاً على أنه قد تم صرف الشيك فعلاً، ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد إلكترونياً من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه.

2. قنوات الاتصال وخدمات الصيرفة الإلكترونية: إن التطورات التكنولوجية أثرت على وسائل الاتصالات بين المصرف والزبون أيضاً، حيث يسرت عملية الاتصال بين الطرفين، كما أنه أصبح بالإمكان إبقاء الإدارة على اتصال حتى مع أبعد الوحدات ومن بين أهم قنوات الاتصال والخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدم من خلالها ما يلي:

- المصرف المنزلي.

- التحويل الإلكتروني للأموال.

- العمليات المصرفية بواسطة الانترنت.

- الهاتف المصرفي.

ثالثاً: 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⁽¹¹⁾:

1- مدى القدرة المالية للبنك والتي تحدد مدى توافر المخصصات المالية لتمويل برامج التطوير أو شراء تكنولوجيا جديدة.

دورا أساسيا في جعل الخدمات أكثر جاذبية للعملاء؛

- يؤدي تطبيق التكنولوجيا في العمليات المصرفية إلى تقليل التكاليف وزيادة الربحية⁽¹⁴⁾.

- تساعد التكنولوجيا المتقدمة البنك في تسويق وتقديم خدمات مصرفية جديدة ومتنوعة، مما يساعد العملاء على سرعة اتخاذ قرارات التعامل في خدمات البنك المقدمة لهم؛

- الرفع من ربحية البنوك، حيث تستفيد هذه الأخيرة عند إصدارها للأدوات والمنتجات الإلكترونية من رسوم عديدة، مثل رسوم الإصدار ورسوم الاشتراك⁽¹⁵⁾.

2. أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على أداء البنوك: ساعدت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تغيير أنماط العمل ومنهجية الإدارة وأثرت على ربحية البنوك، وأتاحت لها إمكانيات ضخمة للتوسع على النحو التالي⁽¹⁶⁾:

1- إتمام آلاف العمليات في بضع ثوان بصرف النظر عن حجمها أو المدى المكاني الذي تتم فيه؛

2- الربط بين فروع البنك الواحد المنتشرة واشتركاها في تقديم خدمات مصرفية مختلفة وهو ما يترتب عليه رفع الكفاءة التشغيلية للبنوك وزيادة الميزة التنافسية لها على المستوى الدولي؛

3- مساعدة الإدارة العليا للبنك على اتخاذ القرارات المناسبة وإمدادها بمواقف يومية وأسبوعية وشهرية، مما يساعد على تخطيط النشاط وبرمجة التنفيذ والرقابة؛

4- زيادة القيمة المضافة لدى البنوك من خلال توسعها في أنشطتها التي تتوقف على توافر المعلومات والبيانات وإمكانية تفسيرها وتخزينها وتبادلها، خاصة مع تزايد الاتجاه إلى نظام الصيرفة الشاملة التي تتميز بتوفير الخدمات التي تعتمد على كثافة المعلومات والبيانات؛

5- تسهيل عملية الربط الدولي بين البنوك المختلفة، وذلك في مجال تبادل المعلومات والبيانات المصرفية؛

6- تدويل النشاط المالي والمصرفي وتوسيع نطاق السوق المالية العالمية، والمساعدة في إزالة الحواجز، خاصة في ظل تحرير المالي والمصرفي في إطار جولات المنظمة العالمية للتجارة (الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات)؛

7- تسهيل تسنيد أنشطة الأسواق المالية الدولية، بحيث تقل الحاجة إلى وجود علاقة مباشرة بين المقرض والمقترض، ويتحول دور البنوك إلى إدارة الإصدارات المالية والترويج لها (أنشطة الصيرفة الاستثمارية)؛

8- تسهيل معالجة كافة البيانات التفصيلية المتعلقة بالجدارة الائتمانية للمؤسسات المختلفة بما يساعد على توسع قاعدة عملاء القروض.

خامسا. 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⁽¹⁷⁾:

1- من الجانب التنظيمي: أدى التطور التكنولوجي المصرفي إلى:

- ازدياد الحاجة إلى العمالة غير المباشرة، فضلا عن ظهور الحاجة إلى وظائف جديدة مثل أخصائيو البحوث والتطوير وفنيو الصيانة للتعامل مع تجهيزات أكثر تعقيدا؛

- ظهور الحاجة إلى إعادة تصميم الوظائف، ومن ثم إعادة تحليلها ووصفها؛

- ظهور الحاجة إلى تغيير الأداء بالوظائف الجديدة، حيث أن إدخال الآلات الأكثر أوتوماتيكية من شأنه أن يساهم في زيادة التكلفة الرأسمالية أو تكلفة الاستثمار في الآلات وزيادة مخصصات الاهتلاك؛

- قد يؤدي التطور التكنولوجي إلى خفض وقت أداء عملية معينة، وهو ما يتطلب إعادة تصميم أو تحديد معايير أداء الخدمة.

2. انعكاسات التطور التكنولوجي على العمالة المصرفية: من الطبيعي أن يؤدي التغيير في التجهيزات إلى تغيير في هيكل العمالة، حيث أن التحول إلى الآلات الأكثر أوتوماتيكية سيققل من أعداد العمالة اليدوية وغير الماهرة عموما، لكنه سيزيد من العمالة الفنية في مجال التشغيل والصيانة.

3. ارتفاع النفقات على برامج البحث والتطوير: أدى التطور التكنولوجي إلى ازدياد الحاجة لبرامج البحوث والتطوير، حيث اقترنت التطورات التكنولوجية بالإنفاق على هذه البرامج وما يتطلب ذلك من إنشاء وتطوير وحدات للبحث والتطوير من خلال مزيج متكامل من تكنولوجيا التعليم والتدريب المصرفي، مما أدى إلى ارتفاع الإنفاق على تكنولوجيا المعلومات خاصة في ظل التغييرات التنظيمية التي عرفتها الصناعة المصرفية، والتهديدات الأمنية في بيئة الأنترنت⁽¹⁸⁾.

سادسا. مخاطر التكنولوجيا المصرفية: على الرغم مما تحققه التكنولوجيا المصرفية من مزايا متعددة خدمت القطاع المالي والمصرفي بشكل كبير إلا أنها وبالمقابل وجدت مخاطر مصاحبة لاستخدام هذه التكنولوجيا من قبل البنوك والمؤسسات المالية، وقد تجسدت هذه المخاطر في الآتي⁽¹⁹⁾:

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

2- اختراق الأنظمة المصرفية والمالية من قبل أشخاص خارجيين غير مرخص لهم، وذلك في ظل غياب أنظمة أمنية لحماية النظم الآلية، بهدف العبث والسرقة أو التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء، مما يعرض الأجهزة للفيروسات

الشركات المتخصصة في الميدان التكنولوجي لتأمين احتياجاتها من البرامج، وتؤكد التجارب العالمية أن شراء البرامج الجاهزة هو الطريقة الأكثر فاعلية لامتلاك البرامج سواء من زاوية تخصيص الموارد أو فترة التسليم أو التكلفة، كما أن عملية شراء البرامج الجاهزة تمكن البنوك من التطوير الدائم لبرامجها لتساير متطلبات واحتياجات العصر.

3- 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:

- إتاحة الفرصة أمام البنك للاختيار بين الشركات المصنعة للأجهزة، بحيث لا يبقى البنك رهين شركة واحدة، كما أن الاختيار يعني المنافسة بين الشركات المصنعة للأجهزة ولما فيه من مصلحة للبنك فيما يتعلق بسعر ونوعية الخدمة وحداثة التكنولوجيا المستعملة؛

- إمكانية توسيع الأنظمة وتطويرها لتساير العمل المصرفي.

4- ضرورة مراعاة الاختلاف بين رجال البنوك ورجال التكنولوجيا، فالبنك ليس قاعة عرض للتطورات التكنولوجية، وأن التكنولوجيا ليست هدفا في حد ذاته، بل عنصرا واحدا لتمكين البنوك من تنفيذ أعمالها بكل كفاءة وفاعلية وتعزيز ربحيتها الإجمالية، فمسؤولية اختيار التكنولوجيا الملائمة للبنك تقع على عاتق الرئيس التنفيذي للبنك، فلا ينبغي عليه اختيار أحدث الأجهزة والبرامج، وأكثرها سرعة، بل عليه أن يراعي تكلفة هذه الأجهزة والبرامج، ولهذا لابد من وجود جسر للتداول ما بين مدراء عمل البنوك وأخصائي التكنولوجيا بما يخدم المصلحة العامة لهذه البنوك، وإن تطلب الأمر إنشاء إدارة متخصصة في اقتناء التكنولوجيا والأجهزة والبرامج التي من شأنها تساعد على استثمار تكنولوجي مصري له عائد مرغوب فيه⁽²³⁾.

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

6- التحوط ضد المخاطر، كما سبق وأن أشرنا أن استخدام التكنولوجيا في الميدان المصرفي لا يخلو من بعض المخاطر والمحاذير تكبدت البنوك والمؤسسات المالية من جرائها خسائر تعد بمليارات الدولارات في كل سنة، ولهذا يجب على

التي تساعد على محو أنظمة المعلومات الداخلية للبنوك، أو وقوع البيانات الخاصة في أيدي غير مستخدمى الأجهزة، وهو ما يؤدي إلى إفشاء السر المصرفي؛

3- كما أن للتكنولوجيا المصرفية دور فاعل في تطور الوسائل المعتمدة لعمليات غسيل الأموال، وإنجاز عمليات مصرفية غير مشروعة لا توافق البنوك على تقديمها أو تكون بحاجة إلى أخذ الموافقة عليها، وهو ما يعني أن هذه التكنولوجيا ساهمت في انتشار غسيل الأموال (**).

المحور 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 الإستراتيجيات والعمل على إدارتها، كان من بينها الإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا المصرفية لما لهذه الأخيرة من تكلفة تتطلب مردود يتناسب مع هذه التكلفة.

أولاً. مفهوم الإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا: في البداية من الأهمية الإشارة إلى مفهوم الإدارة الإستراتيجية، حيث تعرف هذه الأخيرة على أنها مجموعة من القرارات والنظم الإدارية التي تحدد الرؤية ورسالة المنظمة في الأجل الطويل في ضوء ميزتها التنافسية وتسعى إلى تنفيذها من خلال دراسة ومتابعة وتقييم الفرص والتهديدات البيئية وعلاقتها بالقوة والضعف التنظيمي وتحقيق التوازن بين مصالح الأطراف المختلفة⁽²⁰⁾.

ويقصد بالإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا المصرفية إيجاد طرق وسبل تكفل إعطاء مردود للتكنولوجيا شأنها شأن أي أصل آخر من أصول البنك⁽²¹⁾.

ثانياً. آليات الإدارة الإستراتيجية 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 هذه التكنولوجيا في مجال عملها ومن هذه الآليات نذكر ما يلي⁽²²⁾:

1- تحديد البنك إستراتيجية تجاه الصيرفة الالكترونية أو تقديم الخدمات المصرفية عبر فروعه، وبالتالي طريقة الارتباط بالزبون، هل من خلال الركائز والوسائط الالكترونية، أو من خلال الفروع المصرفية، أو من خلالهما معا، والعمل المصرفي الالكتروني يجب أن ينظر إليه على أنه يوجب إعادة هندسة للبنك وعمله، مع تأكيد 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 أن العمل المصرفي الالكتروني يجب أن يكون أداة مساعدة وليس أداة طاردة.

2- 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

ومنه فالقدرة التنافسية هي عملية ديناميكية تتغير باستمرار بتغير مكوناتها الذاتية والتي تشمل الموارد التقنية والبشرية والنظم والنتائج، ويمكن اعتبار البنك قادر على المنافسة إذا أستطاع المحافظة على حصته في السوق أو زيادتها عبر الزمن⁽²⁸⁾.

يقصد بالقدرة التنافسية للبنك الوضع الذي يتيح له التعامل مع مختلف الأسواق المصرفية ومع عناصر البيئة المحيطة به بصورة أفضل من منافسيه، بمعنى أن الميزة التنافسية تعبر مدى قدرة البنك على الأداء بطريقة يعجز منافسيه عن القيام بمثلها⁽²⁹⁾.

أما (جيفري ساكس) فيعتبر أن التنافسية تمثل قدرات البنك على إنتاج خدمات مصرفية بأقل تكلفة مقارنة بالمنافسين، وتسويقها على أن يؤدي إنتاج و تسويق هذه الخدمات زيادة في ربحية البنك⁽³⁰⁾.

كما يعرف آخرون القدرة التنافسية على أنها تمثل قدرة البنك على اكتساح السوق المصرفية من خلال التحكم في التكاليف وأسعار عرض الخدمات مع المحافظة على جودة الخدمات المقدمة⁽³¹⁾.

فالقدرة التنافسية عملية ديناميكية تتغير باستمرار بتغير مكوناتها الذاتية، والتي تشمل الموارد البشرية والتقنية والنظم والنتائج، ويعتبر البنك قادرا على المنافسة إذا أستطاع المحافظة على حصته في السوق أو زيادتها عبر الزمن، إن بناء القدرة التنافسية للبنك يتجاوز النظر إلى المظاهر المنفردة لبعض ما قد يتميز به البنك من قدرة في مجالات محددة.

يمثل امتلاك وتطوير القدرة التنافسية هدفا استراتيجيا تسعى البنوك لتحقيقه في ظل التحديات التنافسية جراء تحرير الخدمات المصرفية، إذ ينظر للقدرة التنافسية على أنها قدرة البنك على تحقيق حاجات العميل المصرفي في الوقت والمكان المناسبين وبالسعر المناسب، أو القيمة التي يتمنى الحصول عليها من الخدمة، مثل الجودة العالية⁽³²⁾، وبالتالي فهي استثمار لمجموعة الأصول المالية و البشرية والتكنولوجية.

ثالثا. العوامل المؤثر على المنافسة في الصناعة المصرفية: تعيش الأنظمة المصرفية تحت تأثير ثلاث قوى رئيسية هي: العملاء، المنافسة، والتغيير⁽³³⁾:

1- العملاء: أصبح العملاء برغباتهم واحتياجاتهم محور اهتمام البنوك، والتي بدورها كرس لهم كل مواردها مستعينة بتكنولوجيا الاتصالات على إحداث تحول جذري في طريقة ومكان وزمان تقديم الخدمة المصرفية، وأضحى العميل هو المرتكز الرئيسي في الصناعة المصرفية وتصدر الأجندة الإستراتيجية لنشاط البنك، وأصبح جزءا من عائلة البنك الكبرى⁽³⁴⁾، الأمر الذي تطلب من البنوك انتهاز استراتيجيات متطورة تساعدها في فهم واستيعاب توجهات وتحركات العملاء.

البنك أن يحرص على تأمين تقنيات فعالة لتوفير الحماية والأمن والسلامة المصرفية والمالية للتقليل من هذه المخاطر ومجابهتها.

المحور الثالث: المنافسة والتنافسية في مجال الصناعة المصرفية

تعمل البنوك في بيئة مصرفية أشدتها فيها المنافسة واحتدمت، خاصة مع التقدم في مجال تكنولوجيا المعلومات، مما دفع بالبنوك إلى البحث عن سبل جذب عملاء وتوسيع حصتها السوقية.

أولا. التنافسية ومحدداتها: إن استمرارية نشاط أي منظمة مرهون بقدرتها على التنافس وسط البيئة التي تنشط فيها، ومواكبة التطور الذي يحدث في هذه البيئة.

1- مفهوم التنافسية والمصطلحات ذات الصلة: ظهر مفهوم التنافسية في منتصف الثمانينات من القرن الماضي على يد مدرسة الأعمال التي استهدفت تطبيق أدوات التحليل الجزئي في تفسير التخصص والتبادل التجاري.

هذا ولقد تعددت تعريفات التنافسية لأن مفهومها يختلف باختلاف محل الحديث فيما إذا كانت مؤسسة أو قطاع أو دولة.

فتنافسية المؤسسة (المنظمة) تتمحور حول قدرتها على تلبية رغبات الزبائن المختلفة⁽²⁴⁾، كما تعرف التنافسية على أنها الأهلية أو القدرة على الصمود ضد المنافسة بصفة مستمرة نسبيا، وتشير كذلك إلى خاصية أو مجموعة من الخصائص تتوفر عليها المؤسسة والتي تسمح لها بالحصول على حصة في السوق تمكنها مستقبلا من النمو⁽²⁵⁾.

2- محددات التنافسية: تشمل مصادر القدرة التنافسية للمنشأة ثلاثة مصادر هي⁽²⁶⁾:

- ضرورة تحديد المنشأة (المنظمة) لأهدافها في نطاق صناعيتها، بتبني استراتيجيات من أجل تحقيق ميزتها التنافسية وضمان استمراريتها.

- ضرورة تحديد المنظمة للمجال الذي تسعى إلى التنافس فيه.

- أهمية أن تتعامل المنظمة مع كافة الأنشطة التي تقوم بها على أساس أن هذه الأنشطة حلقات في سلسلة واحدة.

ثانيا. المنافسة البنكية (المصرفية): المنافسة البنكية تنحصر في السلوك الذي تتبعه البنوك للاستحواذ على الأسواق، ويكون التنافس في هذه المنظمات من خلال المنتجات الجديدة والأسعار والتسويق واستخدام التكنولوجيا.

1- القدرة التنافسية للبنوك: القدرة التنافسية هي مجموعة من المهارات والتكنولوجيا والمواد والإمكانات التي تستطيع الإدارة تنسيقها واستثمارها لتحقيق مطلبين أساسيين⁽²⁷⁾:

- إنتاج قيم ومنافع للعملاء أعلى مما يحققه لهم المنافسون.

- تأكيد حالة من التميز والاختلاف عن بقية المنافسين.

2. المنافسة: لقد عرفت المؤسسات المصرفية منافسة شديدة من داخل وخارج القطاع المصرفي، الأمر الذي دفعها إلى تطوير خدماتها القائمة وابتكار خدمات أخرى إلى جانب تقديم المنتجات المصرفية التقليدية، ويعود تزايد التحديات التي تواجه الصناعة المصرفية إلى التطورات التي تشهدها أسواق المال وقدرتها غير العادية على خلق الوسائل والأدوات اللازمة لتوفير التمويل، الأمر الذي زاد من أهمية سوق رأس المال ونجاحها في تطوير أدوات مالية بديلة لما تقدمه البنوك بكلفة أقل وكفاءة أعلى، مما أدى إلى بروز تهديد للدور التقليدي للبنوك في الوساطة المالية، ووضعها أمام الحاجة الملحة لأن تكون قادرة على المنافسة بفعالية في سوق الوساطة المالية ورأس المال.

كما أن التراجع الذي شهدته الصناعة المصرفية في حصصها السوقية لصالح مؤسسات الوساطة المالية الأخرى أدى إلى فقدان البنوك لميزاتها عن باقي المؤسسات الأخرى، الأمر الذي قلص من دور البنوك في مجال الإقراض قصير الأجل.

ونظرا لهذه التطورات بدأت البنوك بإعادة النظر في طرق المنافسة التقليدية وقامت بإعادة صياغة إستراتيجياتها وإصلاح نظمها الإدارية، كما شهدت موجة شديدة من التحالفات والاندماجات المصرفية بهدف خلق وحدات مصرفية عملاقة قادرة على التغلب على منافسيها.

3. التغيير⁽³⁵⁾: إن الثورة الهائلة في عمليات الاتصالات والمعلومات والتطور التكنولوجي المتسارع وتطور وسائل الإعلام والتجديد المستمر في الخدمات لكي تواكب متطلبات واحتياجات العملاء ألقت على البنوك مهمة تغيير وتطوير الفكر الإداري والاقتصادي المصرفي وتكيف بيئة العمل المصرفي لتتلاءم مع هذه التغييرات، الأمر الذي يلقي على عاتق البنوك التحرك باتجاهات عدة لكي تبقى حية وتعمل في السوق.

لكن تبقى رغبة العملاء واحتياجاتهم هي التي تفرض نفسها على المؤسسات المصرفية وحتى المؤسسات المالية الأخرى.

المحور الرابع: إدارة التكنولوجيا المصرفية لتعزيز تنافسية البنوك الجزائرية

تؤدي تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك (تكنولوجيا الصناعة المصرفية) العديد من الأدوار، حيث تعزز من الوضع التنافسي للبنوك وتضع حواجز أمام دخول المنافسين الجدد للصناعة المصرفية وتقلل من تكاليف تقديم الخدمة المصرفية، مما حدا بالبنوك الجزائرية إلى تبني تكنولوجيا المعلومات والعمل على إدارتها بالشكل الذي يعظم من مردودية التكنولوجيا

أولا. تشخيص واقع الصناعة المصرفية في الجزائر: لم يعرف النظام المصرفي الجزائري تحولا كبيرا، حيث تغلب عليه البنوك العمومية، ونشاط البنوك الخاصة يبقى محدود برأس مال انطلق ما بين 3 و20 مليون دولار في نشاطات محدودة، وهو

ثالثا. إدارة التكنولوجيا في البنوك الجزائرية لتحسين التنافسية

1- إستراتيجية البنوك الجزائرية تجاه الصيرفة الالكترونية: تعد الجزائر ضمن البلدان التي أحرزت تقدما في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث يشير التقرير الصادر عن الاتحاد الدولي للاتصالات السلكية واللاسلكية لعام 2013 أن الجزائر من ضمن البلدان العربية السبعة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وفي سياق التحديث والعصرنة أستوجب الأمر العمل على تجهيز بنية تحتية، وركزت الجزائر في ذلك على القطاع المصرفي، فهو الأكثر استفادة من تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث أن شبكة الانترنت وانتشار شبكة الهاتف النقال في الجزائر عمل على تعزيز بنية تحتية للبنوك، كما تدعم ذلك باستحداث منظومة تشريعية في هذا المجال، وما زاد من هذا الاتجاه هو إستراتيجية الحكومة الالكترونية في الجزائر؛ فمؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر تشير إلى تحسن في البنية التحتية للمؤسسات المالية والمصرفية (مؤشر الجدوى الرقمية، مؤشر النفاذ الرقمي، مؤشر التحضير الالكتروني، مؤشر نشر تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومؤشر الحكومة الالكترونية).

فضلا عن ذلك استحدثت الجزائر هياكل داعمة للبنوك، من شأنها أن تعمل على تسيير المعاملات الالكترونية، حيث تم إنشاء شركة تأليه الصفقات المصرفية والنقدية «ساتيم» (société d'automatisation des transactions interbancaires et monétiques) في 25 مارس 1995⁽³⁸⁾، تتمثل مهمة هذه الشركة في: تحديث التقنيات المصرفية، عصرنة وسائل الدفع، تطوير تسيير النقد ما بين البنوك، كما أسندت لهذه الشركة مهمة صناعة البطاقات البنكية (السحب والدفع) والتي تعتبر عنصر هام ضمن منظومة التكنولوجيا المصرفية.

وفي عام 1997 تم إطلاق شبكة نقدية ما بين البنوك من طرف شركة (ساتيم)، هذه الشبكة تعمل على ضمان حسن سير عملية السحب عن طريق البطاقات البنكية، وتكامل الموزعات البنكية مع عدد من البنوك.

2. البرامج وأنظمة المعلومات في البنوك الجزائرية: تمتلك البنوك الجزائرية برامج وأنظمة معلومات تعمل على تسهيل المعاملات المصرفية عن طريق قنوات التوزيع الالكترونية المختلفة، فالموزعات الالكترونية تمنح للعملاء المرونة والسهولة لإتمام المعاملات المصرفية في راحة وبسر، حيث تتوفر الخدمة المصرفية في هذه الموزعات على مدار 24/24 سا، وهذا من شأنها أن يزيد من الحصص السوقية ويوسع شريحة العملاء للبنوك مما يدعم قدرتها التنافسية.

3. مدى استعداد عملاء البنوك الجزائرية لمستجدات العمل المصرفي والتكنولوجيا المصرفية: بالرغم من الوعي المصرفي المتواضع لدى عملاء البنوك إلا أن هؤلاء العملاء لهم جاهزية تكنولوجية للتعامل مع البنوك، والحصول على الخدمة عن بُعد، بالنظر

نصيبها في تقديم القروض الاستهلاكية للأسر بنسبة قاربت 90%⁽³⁷⁾، وهذا بعد أن توقفت البنوك العمومية الجزائرية عن تقديم هذا النوع من القروض نظرا لافتقارها لمركزية المخاطر التي تمكن من مراقبة مديونية الأسر وقدرتها على التسديد، ونظرا للاتجاه التصاعدي لحجم القروض الاستهلاكية المقدمة من طرف البنوك الأجنبية على حساب قروض الاستثمار فإن مصالح بنك الجزائر مستعدة لإنشاء مركزية المخاطر قبل نهاية عام 2008، لمراقبة هذا النوع من القروض والحد من آثاره السلبية.

ثانيا. تنافسية البنوك الجزائرية: في ظل الظروف والتحويلات التي عرفتها البيئة المصرفية المحلية والدولية استوجب على البنوك الجزائرية أن تحافظ على استمراريتها وبقائها، وهذا باكتساب مزايا تنافسية وتحافظ عليها.

وبالنظر إلى هيكل ملكية البنوك في الجزائر نجد أن القطاع المصرفي يتسم بالمساهمة الكبيرة للقطاع العمومي بالرغم من الجهود المبذولة لفتح المجال أمام القطاع الخاص المحلي أو الأجنبي، الأمر الذي جعل هذه البنوك تعاني من ضعف في كفاءة أنظمة المدفوعات وضعف استخدام التكنولوجيا، ضف إلى ذلك إشكالية القروض المتعثرة في محافظها.

وبالتالي فإن واقع المنافسة في القطاع المصرفي الجزائري يتسم بـ:

- تقديم خدمات مصرفية تقليدية لا تستجيب للمتطلبات الحالية؛
- غياب التسويق البنكي (التسويق المصرفي الحديث)؛
- ضعف الادخار مما يؤثر سلبا على موارد البنوك؛
- ثقل الإجراءات والتعقيدات في المعاملات البنكية؛
- ضعف كفاءة أداء العنصر البشري؛
- ضعف الوسائل وضعف استخدام التكنولوجيا والانترنيت.

وفي ظل هذه الظروف يخشى على البنوك الجزائرية من فقدان مكانتها في السوق المصرفية، خاصة بدخول بنوك أجنبية.

لتنظيم المنافسة ما بين البنوك ألغى قانون النقد والقروض الاحتكار في النشاط البنكي وفتح القطاع المصرفي الجزائري للمنافسة، فحسب تعديل قانون الاستثمار في الجهاز المصرفي لعام 1994 رخص للمساهمين الخارجيين في رأس مال البنوك التجارية بسقف أعلى بـ 49%، وهناك خمسة بنوك كبرى الأفضلية فيها للدولة وهي: البنك الخارجي الجزائري، البنك الوطني الجزائري، القرض الشعبي الجزائري، بنك الفلاحة والتنمية الريفية، بنك التنمية المحلية، مع انطلاق حوصصة هذا الأخير ومؤسساتين متخصصتين هما: بنك التنمية الجزائري (BAD) وصندوق التوفير والاحتياط بنك.

الاقتصادية بصفة عامة ومنها المؤسسات المالية والمصرفية لدعم وتطوير صناعتها، وذلك في سياق الإصلاحات التي يعرفها القطاع المصرفي والمالي الجزائري، حيث أولت البنوك الجزائرية أهمية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وعملت على توفير كل المتطلبات التي من شأنها أن تعمل على إرساء المدخل التكنولوجي ضمن نشاطها، وهذا بما يمكنها من وضع إستراتيجية تتفق والخدمات المؤداة من طرف هذه المؤسسات بصورة إلكترونية.

وما زاد من أهمية تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الحقل المالي والمصرفي الجزائري هو دخول فروع مؤسسات مالية ومصرفية أجنبية، هذه الفروع تبنت في بداية عملها المدخل التكنولوجي في مزاولة أنشطتها، مما جعلها منافس قوي لنظيرتها في الجزائر، الأمر الذي حدا بهذه الأخيرة أن تقتحم هذا المجال بالرغم من التحديات التي واجهتها في البداية كضعف تأهيل المورد البشري، انخفاض الوعي المالي والمصرفي، إلا أن البنوك الجزائرية وباقي المؤسسات المالية الأخرى وبفضل تبنيها لسياسة رشيدة ماضية في التغلب على هذه التحديات عن طريق الإدارة الجيدة لعنصر التكنولوجيا المصرفية.

النتائج

- التكنولوجيا في المجال المصرفي استخدام الطرق والوسائل اللازمة لتقديم الخدمة المصرفية بالاعتماد على المعارف والمهارات والخبرات المتاحة؛

- تتمثل أشكال التكنولوجيا المصرفية في وسائل ونظم الدفع الإلكترونية وقنوات الاتصال وخدمات الصيرفة الإلكترونية؛

- تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على المؤسسات المالية والمصرفية بشكل أفضل إذا ما أحسن استغلالها بما يسمح بتحقيق الكثير من الايجابيات؛

- الإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا المصرفية إيجاد طرق وسبل تكفل إعطاء مردود للتكنولوجيا شأنها شأن أي أصل آخر من أصول البنك؛

- التنافسية تمثل قدرات البنك على إنتاج خدمات مصرفية بأقل تكلفة مقارنة بالمنافسين، وتسويقها على أن يؤدي إنتاج و تسويق هذه الخدمات زيادة في ربحية البنك؛

- يوجد اهتمام متزايد لدى البنوك الجزائرية والمؤسسات المالية الأخرى نحو تطوير الخدمات وتحسين جودتها وذلك بزيادة الإنفاق للحصول على تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والاهتمام بتدريب وتأهيل العنصر البشري ليستوعب هذه التطورات؛

- ما زاد من اهتمام البنوك بتكنولوجيا المعلومات والاتصال هو ظهور موجة من التنافسية بعد أن ولجت بنوك (فروع) أجنبية إلى السوق المصرفية الجزائرية، الأمر الذي أستوجب على البنوك الجزائرية البحث عن أفضل السبل والمداخل لتعزيز

إلى درجة الوعي المصرفي لدى عملاء البنوك الجزائرية (العمر، المستوى التعليمي، ثقافة الأفراد) إلا أن قبول العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من طرف البنوك الجزائرية يعتمد على رضا هؤلاء العملاء عن تلك الخدمات والخصائص التي يرغبونها في هذه الخدمات، وفي سياق ذلك استحدثت البنوك الجزائرية مجموعة متكاملة من الخدمات لعملائها (تسديد فواتير الكهرباء، الهاتف...) عن بعد دون الانتقال إلى تلك المؤسسات، مما زاد من قناعات العملاء وتحولهم على الحصول على الخدمة المصرفية إلكترونياً.

4. التحوط ضد المخاطر ومواجهتها في ظل تكنولوجيا المعلومات: إستراتيجية أمن المعلومات المصرفية وحمايتها في بيئة الأنترنت تستوجب على البنوك الجزائرية اتخاذ إجراءات مشددة من الحيطة والحذر والمراقبة لرفع مستوى الحماية للخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها، والالتزام التام بالضوابط الأمنية المحددة للأنظمة الإلكترونية المصرفية، وبالنظر إلى المخاطر التي تواجه البنوك في مجال العمل المصرفي الإلكتروني تسعى البنوك الجزائرية إلى تحقيق متطلبات امن المعلومات المصرفية، حيث تم إنشاء شركة الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية (Algeria E-Banking Services) عام 2004، وذلك لما لها من دوره في تطوير الصناعة المصرفية والمالية في الجزائر، جاءت هذه الشركة نتاج الشراكة بين المجموعة الفرنسية (Diagram-Edi) الرائدة في مجال البرمجيات المتعلقة بالصيرفة الإلكترونية وأمن تبادل البيانات المالية، وثلاث مؤسسات جزائرية هي: (CERIST, ENGINEERING, MULTIMEDIA MAGACT SOFT)³⁹، على هذه الشراكة أنشئت شركة الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية، هذه الأخيرة عملت على تبسيط وتأمين المبادلات الإلكترونية، حيث تقدم هذه الشركة الخدمات المتعلقة بالبنوك الإلكترونية، وتسيير وأمن تبادل المعلومات والبيانات المالية فيما بين للبنوك والمؤسسات المالية على اختلاف عملاتها، من خلال تشكيلة من الخدمات التي توفر درجة عالية من الأمن والسلامة المصرفية، وهذا من شأنه أن يقلل من المخاطر التي تواجه البنوك الجزائرية في بيئة العمل المصرفي الإلكتروني.

الخاتمة

التطور التكنولوجي من بين المواضيع الهامة التي تطرح نفسها بقوة داخل المؤسسات المالية والمصرفية، حيث أصبحت ترتكز صناعة الخدمات المالية والمصرفية في جزء كبير من جهودها على تكنولوجيا المعلومات والوسائط الإلكترونية، أي بناء واستخدام نظم مصرفية متقدمة جدا تساير التطورات التكنولوجية في القرن الواحد والعشرين لتقديم خدمات تتفق مع رغبات المستهلكين في الوقت والمكان المناسبين كعامل حاسم للبقاء في سوق تتميز بالاتساع واللامحدودية.

هذا وقد اتجهت الجزائر إلى الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، للاستفادة من تطبيقاتها على مستوى المؤسسات

الهوامش

- 1- محمد بهاء الدين بديع القاضي، دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية ودعم الاستراتيجيات العامة للمنظمة، مجلة الدراسات المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة القاهرة، العدد الثاني، جويلية 2002، ص 06.
- 2- محمد بهاء الدين بديع القاضي، مرجع سبق ذكره، ص 06.
- 3- رافعة إبراهيم الحمداني، أثر استخدام التكنولوجيا المصرفية في ظاهرة غسل الأموال والجهود الدولية لمكافحةها، مداخلة قدمت في المؤتمر العلمي الرابع حول الريادة والإبداع، استراتيجيات الأعمال في مواجهة تحديات العولمة، المنظم بكلية العلوم الإدارية والمالية، جامعة فيلاديفيا، يومي 15 و16 مارس 2005، ص 03.
- 4- رافعة إبراهيم الحمداني، مرجع سبق ذكره، ص 03.
- 5- سامي أحمد محمد مراد، دور اتفاقية تحرير تجارة الخدمات الدولية «الجاتس» في رفع كفاءة أداء الخدمة المصرفية ببنوك القطاع العام في مصر (بالنظر على بنك القاهرة)، رسالة دكتوراه، في العلوم الإدارية، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، مصر، 2002، مرجع سبق ذكره، ص 132.
- 6- البنك الأهلي المصري، النشرة الاقتصادية، العدد الثاني، المجلد الرابع والخمسون، 2001، ص 138.
- 7- جو سرور، الإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا المصرفية، مجلة اتخاذ المصارف العربية، ديسمبر 2003، ص ص 21-20.
- 8- رافعة إبراهيم الحمداني، مرجع سبق ذكره، ص ص 6-4.
- 9- محمد زيدان، دور التسويق المصرفي في القطاع المصرفي، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، فرع التخطيط، جامعة الجزائر، 2005، ص 73.
- 10- عبد القادر بريش، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرات التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، فرع نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2006، ص 145.
- 11- نهلة محمد عبد العظيم المنشاوي، تطوير الخدمات المصرفية في البنوك التجارية المصرية بتطبيق مواصفات الإيزو العالمية، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية التجارة، جامعة المنصورة، مصر، 2002، ص ص 46-45.
- 12- محمد محمود مكاي، مستقبل البنوك الإسلامية في ظل التطورات الاقتصادية العالمية، رسالة دكتوراه في الاقتصاد، جامعة القاهرة، 2003، ص ص 57-63.
- *- القيمة المضافة في العمل المصرفي هي القيمة التي تحققها البنوك على مستوى الاقتصاد الكلي وتمثل في تعبئة المدخرات، وتخصيصها للاستثمار، وكذلك القيمة المضافة التي تولدها في الناتج القومي، وفرص العمالة التي توفرها وكفاءة تشغيل عناصر الإنتاج المتاحة (رأس المال والعمل).
- 13- سامي أحمد محمد مراد، دور اتفاقية تحرير تجارة الخدمات الدولية «الجاتس» في رفع كفاءة أداء الخدمة المصرفية ببنوك القطاع العام في مصر (بالنظر على بنك القاهرة)، مرجع سبق ذكره، ص 134.
- 14- عبد القادر بريش، مرجع سبق ذكره، ص 140.
- 15- بن علي بلعوز، عبد الرزاق حبار، مظاهر ومخاطر الاقتصاد الرقمي على أعمال البنوك مع إشارة خاصة لحالة الجزائر، مداخلة قدمت في ملتقى الدولي الثاني حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية في البلدان العربية، المنظم بجامعة الشلف، يومي 27-28 نوفمبر 2007، ص 11.
- 16- عبد المطلب عبد الحميد، العولمة واقتصاديات البنوك، الدار الجامعية للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2002، ص 146.
- 17- أحمد سيد مصطفى، تحديات العولمة والتخطيط الاستراتيجي، بنها، كلية التجارة، مصر، 2000، ص ص 180-181.
- 18- أمن المعلومات البنكية يزيد من الإنفاق العربي على التكنولوجيا، من على الموقع الإلكتروني: <http://www.sci-magazine.com/reports/2833K>، أطلع عليه بتاريخ: 2012/12/20

قدرتها التنافسية والحفاظ على عملائها الحاليين وجذب عملاء محتملين؛

- إستراتيجية البنوك الجزائرية تجاه الصيرفة الالكترونية تتمثل في تهيئة البيئة للعمل المصرفي الالكتروني وكذا الهياكل الداعمة لهذا التوجه، فضلا عن البرامج ونظم المعلومات المستحدثة؛

- يوجد استعداد لدى عملاء البنوك الجزائرية للتعامل مع مستجدات العمل المصرفي والتكنولوجيا المصرفية، وذلك بالنظر إلى الجاهزية التكنولوجية لهؤلاء العملاء؛

- إدارة التكنولوجيا المصرفية يستوجب على البنوك الجزائرية توفير درجة من الحماية وأمن المعلومات المصرفية لرفع مستوى الحماية للخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها، وفي هذا السياق توجد أرضية قانونية بشأن أمن نظم الدفع تؤسس لبيئة داعمة لتطبيق التسويق الالكتروني في البنوك الجزائرية.

التوصيات

من أجل توظيف التكنولوجيا المصرفية في البنوك وإدارتها لتحسين تنافسية هذه الأخيرة، نقترح ما يأتي:

- الاستفادة من تجارب البنوك الرائدة في مجال توظيف تكنولوجيا المعلومات وإدارتها، بما يحسن من تنافسية البنوك الجزائرية؛

- تعزيز الوعي لدى العملاء، قصد الرفع من الجاهزية التكنولوجية لهؤلاء العملاء لاستخدام وسائل الدفع الالكترونية؛

- العمل على إثراء وتحسين المواقع الالكترونية للبنوك، لكونها تعتبر المنطلق التكنولوجي للعمل المصرفي، فضلا عن إرشاد العملاء وتوعيتهم بالاستخدام الآمن لتلك المواقع؛

- العمل على تحديث وتطوير البرامج وأنظمة معلومات بما يعمل على تسهيل المعاملات المصرفية لدى العملاء، باعتبارهم مرتكز العمل المصرفي؛

- قيام البنوك الجزائرية بالترويج لكافة الوسائل التكنولوجية، بما يضمن تحسين العملية التسويقية ونجاحها؛

- ضرورة توفير الحماية الكافية لنظم المعلومات من المخاطر التي قد تصاحب استخدام التكنولوجيا المصرفية في البنوك الجزائرية؛

- ضرورة التعاون والتنسيق بين الشركات والمؤسسات الداعمة للصيرفة الالكترونية في الجزائر على غرار شركة ساتيم وشركة الجزائر لخدمات الصيرفة الالكترونية، لما لهذه الشركات من دور منتظر في تطوير وإرساء التكنولوجيا المصرفية الآمنة في البنوك الجزائرية.

- 19- رافعة إبراهيم الحمداني، مرجع سبق ذكره، ص6.
- 38- أمينة بركان ، الصيرفة الالكترونية كحتمية لتنفيذ أداء الجهاز المصرفي، حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه العلوم في علوم التسيير، تخصص: نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2014، ص222.
- 39- رجال السعدي & نجاح بولدان، الخدمات الالكترونية البنكية في الجزائر، مشاكل وحلول، ورقة بحثية قدمت إلى المؤتمر العلمي الدولي الثامن حول: الأعمال الالكترونية والتحول في اقتصاديات الأعمال، المنظم بكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزرقاء، خلال الفترة 15-17 مارس 2011، الأردن، ص09.
- 19- رافعة إبراهيم الحمداني، مرجع سبق ذكره، ص6.
- **- يتم استخدام الوسائل الحديثة كالبطاقات الذكية وأجهزة الكمبيوتر ومن خلال الإنترنت عبر منظومة حماية وتشفير لضمان سرية عمليات الإيداع، ليتم فيما بعد توظيفها عبر سلسلة من العمليات المعقدة والسريعة والمتعاقبة التي يمكن معها فصلها عن مصادرها غير المشروعة.
- 20- الإدارة الإستراتيجية من الموقع: www.4lead.net/blog/?p=45، أطلع عليه بتاريخ 2008/10/18.
- 21- جو سروع، مرجع سبق ذكره، ص20.
- 22- جو سروع، مرجع سبق ذكره، ص ص20-21.
- 23- سيد إسماعيل، الاستثمار المصرفي التكنولوجي، التكنولوجيا المصرفية تكلفة وعائد وليست وجهة، مجلة البنوك، القاهرة، العدد الواحد والأربعين، أوت2004، ص23.
- 24- عمار بوشناف، الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية، مصادرها، تنميتها وتطويرها، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2003، ص51.
- 25- نجاة بن حمو، التوجه بالزبون كمدخل استراتيجي لرفع تنافسية المؤسسة، مذكرة ماجستير غير منشورة، إدارة الأعمال، المركز الجامعي ببيشار، الجزائر، 2008، ص72.
- 26- منى طعيمة الجرف، مفهوم القدرة التنافسية ومحدداتها، مسح مرجعي ، أوراق اقتصادية، العدد 19، أكتوبر2002، مركز البحوث والدراسات الاقتصادية والمالية، مصر، 2002، ص ص22-23.
- 27- عبد القادر بريش، مرجع سبق ذكره، ص 271.
- 28- أحمد سيد مصطفى، التنافسية في القرن الحادي والعشرين، دار الكتب، القاهرة، 2003، ص12.
- 29- طارق طه، إدارة البنوك والمعلومات المصرفية، دار الكتب للنشر، القاهرة، 2000، ص117.
- 30- Bullet. S. La compétitivité. Dunod, Paris, 1990, P12.
- 31- أمال عياري، الاستراتيجيات الحديثة للتغيير كمدخل لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الجزائرية، ورقة بحث مقدمة في الملتقى الدولي حول تنافسية المؤسسات الاقتصادية وتحولات المحيط، المنظم بكلية الحقوق والعلوم الاقتصادية جامعة بسكرة، خلال يومي: 29-30 أكتوبر 2002، ص11.
- 32- Porter. M. L'avantage concurrentiel. Dunod, Paris, 2000, P8
- 33- مفلح محمد عقل، تنافسية القطاع المصرفي في الأردن، ورقة عمل قدمت في المؤتمر الثاني لرجال الأعمال والمستثمرين الأردنيين، المنظم أيام 13-15 أوت 2001 بالأردن، ص2، والمنشورة على الموقع الإلكتروني: www.muflehakel.com/not%20clasifed/bankscomptvnss.htm أطلع عليه بتاريخ: 2008/05/28.
- 34- ياسر مصطفى، المهارات المطلوبة لمصرفي القرن الواحد والعشرين، مجلة اتحاد المصارف العربية، فيفري 2002، ص55.
- 35- صلاح عبد الرحمن مصطفى الطالب، اتجاهات إدارات البنوك التجارية الأردنية نحو تاصيل العلاقة مع العميل (دراسة تحليلية ميدانية)، ورقة بحثية قدمت في الملتقى الأول حول التسويق في الوطن العربي، الواقع وأفاق التطوير، المنظم بالشارقة، الإمارات العربية المتحدة، خلال يومي 15 و16 أكتوبر 2002، ص 120.
- ***- التوأمة المصرفية: هي عملية تعني تولي بنك أجنبي تقديم مساعدة فنية وتقنية ومالية وفي إطار الشراكة ما بين مجموعة من الدول.
- 36- حفيظ صوابيلي، شبكة البنوك الأجنبية تتوسع بوتيرة متسارعة، جريدة الخبر اليومي، العدد 5396، الصادر في 2008/08/11، ص4.
- 37- سليم بن عبد الرحمان، البنوك الفرنسية تأخذ حصص الأسد من قروض الاستهلاك، جريدة الخبر اليومي، العدد 5396، الصادر في 2008/08/11، ص4.