

دور الابتكار والإبداع في تطوير أداء الموانئ وشركات النقل البحري

د. هشام بوريش

جامعة باجي مختار، عنابة الجزائر

bourichehichem@yahoo.fr

ملخص

تهدف هذه الورقة البحثية إلى الخوض في إحدى الوظائف الهامة في منظمات الأعمال، وهي وظيفة البحث والتطوير، وذلك بإبراز دور الابتكار والإبداع في قطاع النقل البحري، و يستمد هذا الموضوع أهميته من خلال أهمية النقل البحري في نقل معظم المبادلات التجارية الدولية، وأن التخفيض في تكلفته، هو تخفيض لمستوى الأسعار العالمية. ومن أجل الإجابة على إشكالية الموضوع، فقد تم الاستعانة بالمنهج الوصفي والتاريخي، حيث خلصت الورقة البحثية إلى جملة من النتائج لعل أهمها هو تأكيد أهمية الابتكار والإبداع في تطوير قطاع النقل البحري خلال نصف قرن من الزمن، كما أوصت الورقة بضرورة تفعيل دور الابتكار والإبداع في إطار عناصر المنافسة الحديثة بين الفاعلين في نشاط النقل البحري والموانئ.

Résumé :

Cette étude a pour but d'explorer l'une des plus importantes fonctions des entreprises qui est la recherche et le développement. Afin de prouver le rôle de la créativité et l'innovation dans le secteur du transport maritime. Ce sujet dérive son importance de l'intérêt du transport maritime dans l'échange de la majorité des transactions du commerce international et que la baisse des coûts favorise la réduction du niveau des prix mondiaux.

Et pour répondre à cette problématique nous avons opté pour la méthode descriptive et historique pour cerner les différentes parties du sujet.

L'étude a abouti à un nombre de finalités que nous soulignons l'une des plus apparente qui est l'importance de l'innovation et la créativité dans le secteur maritime tout au long d'un demi siècle, comme elle a pu démontré la nécessité d'actualiser le rôle de l'innovation et la créativité dans le cadre de la moderne concurrence entre les parties de l'activité de transport et les ports maritimes.

مقدمة:

يستمد هذا الموضوع وجوده من جذور حياتنا اليومية المبنية على تقبل والتكيف مع الأفكار الجديدة التي تبرز في ميادين مختلفة تميز مختلف نشاطاتنا اليومية، ولعل النداءات العديدة على المستوى الدولي، بضرورة وضع الابتكارات والإبداعات التكنولوجية الحديثة موضع استخدام شامل لجميع فئات المجتمع دون تمييز، فإن البعض الآخر من هذه الابتكارات والإبداعات سيشمل الجميع إما عاجلا أو عاجلا ، وبطريقة مباشرة أو غير مباشرة، ومن بين القطاعات الاقتصادية المحظوظة بالتطورات الحديثة لمنظومتها هو قطاع النقل البحري، والذي عرف خلال نصف قرن الماضي، تغيرات مذهلة في أساليب عمله، وهياكل بنيته الأساسية، مما جعل البعض يتحدث عن عصر للثورات التكنولوجية والإبداعية المتعاقبة، والتي غيرت حتى في أسلوب عيش المجتمعات البحرية، والمناطق الداخلية المحيطة بالموانئ البحرية، والتي تعرف باسم ظهور الميناء.

مشكلة البحث: تعددت الخدمات المقدمة في محيط الميناء بين تلك التي تخص البضائع، وتلك التي تخص السفن في حد ذاتها، وقد عرفت مختلف الأنواع من السفن تطورات عديدة في تصميمها وحجمها، غير أن ظهور الحاوية كوعاء للشحن، وسفن الحاويات كوسيلة جديدة لنقل البضائع، قد أحدث ثورة في صناعة النقل البحري، خاصة بعد تعاقب تحطيم الأرقام القياسية العديدة، سواء تعلق الأمر بالسفن المستخدمة، أو في أساليب المناولة في محيط الميناء، وخارجه، حيث أوضحت الحاوية الأسلوب المفضل لنقل البضاعة لجميع الخطوط الملاحية عبر العالم، ومن خلال هذه الورقة البحثية، سنبحث في تطور صناعة النقل البحري، عبر التركيز على النقل بالحاويات، وذلك من خلال طرح التساؤل الرئيسي

التالي: ما مدى الاعتماد على الإبداع والابتكار التكنولوجي في تحسين أداء مكونات نشاط قطاع النقل البحري؟، وهل بالإمكان تحقيق مزايا تنافسية لا تعتمد على العناصر التقليدية للمنافسة في ظل سيادة نظام المؤتمرات الملاحية؟

أهداف الدراسة: جاءت هذه الدراسة في إطار التأكيد على دور الإبداع التكنولوجي والابتكار عامل أساسي في نجاح نشاط شركات النقل البحري والموانئ في إطار عولمة الاقتصاد، والصراع السائد بين مختلف الخطوط الملاحية لجذب التجارة العالمية نحوها، وإعادة توزيعها من خلال موانئ محورية موجود هنا وهناك، بالإضافة إلى إبراز أهمية النقل بالحاويات في إطار الاندماج في منظومة النقل بالخطوط النظامية، السعي وراء تحقيق وفورات مالية مرتبطة بإنتاجية الرصيف، والزيادة في دورة السفينة.

فرضية الدراسة: أدى الاعتماد على الإبداع التكنولوجي في نشاط النقل البحري إلى تحسين أداء الموانئ البحرية وشركات النقل البحري في العديد من الدول التي طبقت ذلك.

أهمية الدراسة: تستمد هذه الورقة البحثية أهميتها من أهمية نشاط النقل البحري ضمن قطاع التجارة الخارجية، والمبادلات السلعية المادية بين مختلف أقطار العالم، فتكلفة التجارة العالمية وأمانها من نجاح تطبيق مختلف الإبداعات والمساهمات الابتكارية في مجال النقل البحري والموانئ،

محددات الدراسة: اقتصرَت الدراسة على تحليل تلك التغيرات الحاصلة في نشاط النقل بالحاويات، باعتبارها ثورة انتقالية في أساليب معالجة البضاعة المشحونة بحراً، وقد أهملت أساليب نقل البضاعة السائلة والصبية، لعلها تكون مجالاً للدراسة والتحليل من خلال أبحاث مستقبلية، كما تم الاهتمام بتلك الابتكارات التكنولوجية التي ساهمت في الارتقاء بالنقل بالحاويات إلى ما هي عليه اليوم، واستشراف بعد الملامح المستقبلية لهذه التجارة.

منهجية الدراسة: تم الاعتماد على المنهج الوصفي والتاريخي في العديد من جوانب هذه الدراسة، حيث جاءت الابتكارات المتعاقبة كرد فعل للتطورات والمتطلبات التي عرفها قطاع النقل البحري خلال نصف قرن من الزمن.

الدراسات السابقة: تم الاعتماد على الدراسات التالية:

دراسة (2005) **Antoine FREMONT**: تناولت بالدراسة والتحليل لظاهرة الحاويات وانتشارها في العالم، وذلك من خلال شبكة من الخطوط النظامية التي تمتد إلى غاية نقاط الوصول في المراكز البرية، كما اهتمت الدراسة بتنافس الشركات البحرية، غير أنها أهملت دور الإبداع والابتكار في تطور صناعة النقل البحري.

دراسة عزة صلاح خليل (2010): حيث تم تحليل البيئة الداخلية والخارجية لمخطة حاويات الميناء قيد الدراسة، حيث تم اعتماد نموذج SWOT، وذلك بتحديد نقاط القوة والضعف وتحديات الفرص والتهديدات المحتملة.

دراسة عبد الرؤوف حجاج و مسعود صديقي (2013): حيث تم الاهتمام بالإبداع التكنولوجي من أجل تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية.

وجاءت الورقة البحثية الحالية للربط بين الإبداع التكنولوجي والابتكار، ونشاطات قطاع النقل البحري، مع التركيز على محطات الحاويات كنموذج ناجح لتطبيق سياسات الإبداع والابتكار المختلفة.

1. مدخل نظري للإبداع والابتكار:

1.1 نظريات الإبداع: اهتم العديد من المفكرين بخصائص الإبداع و أساليب تحقيقه المختلفة، وسنورد في ما سيأتي بعض أهم النظريات بشكل متسلسل تاريخياً:⁽¹⁾

نظرية March & simon : ركز المفكران على الفجوة التي يمكن أن تحصل بين ما تقوم به و ما يفترض أن تقوم به، حيث يمكن ارجاع تلك الفجوة الأدائية إلى عوامل خارجية وأخرى داخلية.

نظرية Burns & Stalker 1961: حيث يتفاعل الابداع مع الهياكل التنظيمية للمنظمة، حيث يناسب النمط الآلي البيئة المستقرة، بينما يناسب النمط العضوي بيئة العمل المتغيرة.

نظرية Wilson 1966: يمر الإبداع بالنسبة له عبر ثلاثة مراحل هي: ادراك ما يجب أن يتغير، ثم اقتراح التغير، وفي الأخير يتم تطبيق هذا التغير، ويرى أن الحوافز لها تأثير إيجابي لتحفيز إعفاء المنظمة على الابتكار.

نظرية Horvey & Mill 1970: حيث فرقوا بين تلك الحلول الروتينية التي يتم التصدي لها عبر خبرات سابقة أو الحلول الإبداعية، والتي تتأثر أكثر فأكثر بعوامل معينة مثل حجم المنظمة، عمرها، درجة المنافسة، التغير التكنولوجي، ...

نظرية Hogen & Aiken 1970: هي نظرية شمولية، اهتمت بجميع مراحل عملية الإبداع، حيث يعتبر الإبداع تغير حاصل في برامج المنظمة، وينتج عنه خدمات إضافية، وتتمثل مراحلها في التقييم، الإعداد، التطبيق.

نظرية Zaltman 1973 و آخرون: اختصرت هذه النظرية الإبداع في مرحلتين: مرحلة البدء ومرحلة التطبيق، أما المراحل الأخرى فهي مراحل فرعية ضمن إحدى المرحلتين الرئيسيتين، وقد أضافت هذه النظرية على التي سبقتها متغيرات أخرى تمثلت في العلاقات الشخصية، أسلوب التعامل مع الصراع، وذلك في سبيل شرحهم للعملية الإبداعية.

2.1 أنواع الإبداع والابتكار: يمكن تصنيف الإبداع الإداري إلى:⁽²⁾

الإبداع الجزئي: يتم ذلك بشكل جزئي في طبيعة التكنولوجيا المستخدمة، ويكون هناك اهتمام قليل في الأسواق.

الإبداع الجديد الداخلي: يتم الإبداع ضمن خصائص التكنولوجيا المتوفرة حالياً، ويزداد الاهتمام بذلك في الأسواق.

الإبداع التخصصي: يتم استخدام تكنولوجيا جديدة، مع اهتمام قليل في الأسواق.

الإبداع العالمي الجديد: يتم استخدام أساليب وتكنولوجيا جديدة، مع وجود اهتمام عال في الأسواق.

أما بالنسب للابتكارات فيمكن تصنيفها كما يلي:⁽³⁾

الاختراع الجديد: وهو استخدام المنطق وربط الأفكار لحل مشكلة معينة، وذلك عبر تقديم منتج جديد أو أفكار جديدة من شأنها أن تؤسس لنظرية جديدة تختلف اختلافا جذريا عن سابقتها، وعادة ما يواجه أصحاب الاختراعات صعوبات مبدئية في تقبل ما تم التوصل إليه.

ربط الأفكار من أجل إنتاج شيء جديد: حيث يتم الاستعانة بأكثر من فكرة أو قاعدة علمي موجودة في أدبيات أكثر من علم، وذلك لاستخدامها في إطار حل إشكالية أو ظاهرة اقتصادية أو إدارية، حيث لم يكن بالإمكان التوصل للحل لولا الاستعانة والتنسيق بين مختلف الأفكار.

امتداد أو توسيع اختراع موجود: حيث يتم تطوير اختراع هو في الأصل موجود، لكن تضاف عليه بعض المكملات أو التغيرات بما يناسب البيئة أو مجال توظيفه الجديد، فالفكرة الأساسية موجودة من زمان، لكن في كل مرة نرى زجها جديدا، وقد يستخدم لأغراض أخرى.

الازدواج: قد تسعى بعض الشركات إلى تطبيق بعض الأفكار أو الاختراعات الجديدة مع إحداث بعض التغير أو التطوير بما يناسب أهدافها الإدارية والإنتاجية، بحيث يساعد ذلك على القفز عدة مراحل طويلة ومكلفة، وقد انتهجت هذا الأسلوب الشركات اليابانية الكبيرة، ما يجعلها تحتل الريادة.

1.3 مراحل العملية الابتكارية: (4) رغم الاختلاف في وجود أو عدم وجود مراحل تميز عملية الابتكار، إلا أنه يمكن

إجمال أربعة مراحل يمكن أن تتصف بها العملية الابتكارية، وهي:

المرحلة الأولى: يتم فيها اكتشاف المشكلة، حيث يرى المبتكر الفوضى، فيما يراه البعض نظاما، ويتم إدراك الخطأ أو النقص في المعرفة المتاحة لنا.

المرحلة الثانية: تتميز هذه المرحلة بجمع البيانات والمعلومات الخاصة بالمشكلة والربط فيما بينها، من خلال علاقات منطقية، حيث يتطلب ذلك جهدا عقليا متميزا من طرف المبتكر.

المرحلة الثالثة: تتسم هذه المرحلة بصياغة الفروض أو المقترحات، أو الأفكار التي يقدمها المبتكر، حيث تلعب الذاكرة دورا هاما بالاحتفاظ بالبيانات التي تخرج بصورة تلقائية، ومتابعة في سبيل إيجاد حلول للمشكلة المطروحة.

المرحلة الرابعة: يتم من خلالها اختبار الأفكار والحلول المبتكرة للمشكلة قيد الدراسة، حيث يتم التأكد من صحتها باستخدام العديد من الطرق العلمية، المنطقية والإحصائية.

1.4 أساليب وتكنولوجيا الابتكار: (5) من أجل تنمية القدرات الفنية للأفراد، وتدريبهم على التفكير الابتكاري، يوجد العديد من الأساليب نذكر أهمها فيما يلي:

أ. العصف الذهني أو الانطلاق الفكري: من خلال هذا الأسلوب يتم توليد الأفكار الجديدة عبر جلسات الاستماع، يقوم من خلالها القائد أو مدير الجلسة بالاستماع إلى جميع الحاضرين في جو يسوده التفاعل والانسجام، حيث يكون الهدف الرئيسي هو الحصول على أكبر عدد من الأفكار دون الخوض في الملاحظات الجانبية أو الاستهزاء من أفكار الغير.

ب. استخدام القوائم المفتوحة من الأسئلة: من أجل توجيه أسلوب التفكير في إطار البحث عن حلول للمشكلة المطروحة، تقوم المنشأة بطرح قائمة تتكون من العديد من الأسئلة التي تتم الإجابة عليها بالطريقة التي تحلو للفرد المبتكر معالجتها.

ج. أسلوب تنظيم الذهن: وذلك عبر جمع المعلومات ومحاولة تبويبها وتخزينها باستخدام الأساليب التحليلية والرسوم التوضيحية التي تبين العلاقات المنطقية بين عناصر المشكلة. إن استخدام مثل هذا الأسلوب سيسهل مهمة استرجاع مختلف العناصر المتعلقة بالمشكلة، وإيجاد حلول أو توليد أفكار مبتكرة بشكل سريع.

د. أسلوب الملاحظة أو المشاهدة: حيث يتم التركيز في طرح المشكلة على الملاحظة من عدة زوايا بالشكل الذي يؤدي إلى اقتراح العديد من البدائل، والتي تكون محل تنمية أفكار ابتكارية.

1.5 الآثار الاقتصادية للإبداعات التكنولوجية: (6) ترتبط هذه الآثار خاصة بالتنمية الاقتصادية، حيث يمكن إجمالها في ثلاثة عناصر أساسية:

أ. التكلفة النهائية: يمكن التمييز بين حالتين، ارتفاع في عدد الوحدات المباعة، أو انخفاض في التكلفة الأصلية لإنتاج الوحدة.

وعادة ما يتم إدخال أساليب جديدة للإنتاج من أجل الرفع في وتيرة الإنتاج اليومية أو الأسبوعية أو الشهرية، حيث تساهم هذه التقنيات الجديدة في تسريع وتيرة الإنتاج ضمن وحدة زمنية معينة، وبالتالي فإن ارتفاع عدد الوحدات المنتجة،

سيؤدي إلى الرفع في الإنتاجية، وهو المطلوب. وإما أن يكون الهدف من خلال عملية الإبداع التكنولوجي هو تخفيض التكلفة العامة للإنتاج أو تكلفة إنتاج الوحدة الواحدة، حي يتم البحث هنا عن الرشادة.

ب. الاستهلاك والاستعمال: يتعلق الأمر هنا بالمنتجات أكثر منه بأساليب الإنتاج، حيث يدور الاهتمام حول جودة المنتجات، وما مدى مقدرتها على تلبية احتياجات ذوق المستهلك النهائي بكل أمان ودون أخطار، حيث يتم البحث عن أساليب توحيد المواصفات المطلوبة الخالية من العيوب والنقائص.

ج. التصدير: ينطوي هذا المقياس على ضرورة وضع معايير كفيلة بالرفع من قدرة تصدير مختلف السلع والخدمات، حيث يهتم بالكمية المصدرة، والقيمة المتحصل هليها من العملة الصعبة، وأحسن المنتجات المصدرة هي تلك الأقل وزنا والأكبر قيمة، لأن الهدف هو الحصول على عملة صعبة تغطي تكاليف البحث والتطوير، وتساهم في دعمومة هذه الأبحاث المكلفة في المنظمة.

2. نظام الحاويات:

1.2 الابتكارات المرتبطة بالحاوية وسفن الحاويات: كانت الفكرة الأساسية وراء ابتكار نظام الحاويات هو كيفية نقل البضائع من أماكن الإنتاج إلى وجهتها النهائية بأمان، وسرعة، وباستخدام وعاء واحد تحمل فيه جميع الطرود، حيث سمح بنقل مركبات الشحن المحملة بالبضائع على ظهر السفينة، ثم السماح لها بإكمال رحلتها البرية عند وصولها إلى الميناء المستهدف في خط الرحلة.

وقد تبني هذه الفكرة المبتكر Malcom Mclean من خلال تطبيقها في نقل البضائع لمدة عشرون سنة عبر شركته للنقل البحري. وبسبب مشاكل فنية متعلقة أساسا بالكيفية المثلى لتثبيت هذه المركبات، اقتصر في الأخير على نقل الوعاء لوحده، وبعد تجارب عديدة، شوهد في عام 1957 إبحار أول سفينة ناقلة للحاويات مسجلة في التاريخ تحمل اسم: Gate way city⁽⁷⁾

وفي ما يلي مختلف أبعاد الحاويات⁽⁸⁾ المعترف بها دوليا في مختلف أنواع النقل:

جدول (1): الأبعاد والأوزان القصوى لصناديق الحاويات حسب معايير ISO

الأبعاد	أقصى وزن مسموح به
5×8×8 قدم	5
7×8×8 قدم	7
10×8×8 قدم	10
20×8×8 قدم	20
30×8×8 قدم	25
40×8×8 قدم	30

المصدر: إسلام محمود إبراهيم، هندسة الموانئ، مكتبة المجتمع العربي، عمان، 2004 ص ص (59 – 60)

وخلال الثلاثين سنة اللاحقة عرفت سفن الحاويات تطورا مذهلا من حيث الابتكارات الفنية التي ساهمت في تحسين إنتاجيتها ضمن دورة حياتها الإنتاجية⁽⁹⁾، ويوضح الجدول (2) الأجيال المتعاقبة لسفن الحاويات :

جدول (2): أجيال سفن الحاويات

الجيل	سنة البناء	الطول (متر)	السعة (TEU)	السرعة (عقدة)
الجيل الأول	1968	171	700	20,6
الجيل الثاني	1969	227	1500	21,5
الجيل الثالث	1972	290	3000	36
الجيل الرابع	1984	289,5	4218	18
الجيل الخامس	1987	386,5	6800	16,5
الجيل السادس	1993 - 1991	365	4000	23,1

المصدر: د. شريف ماهر، إدارة النقل البحري (التجارة الخطية)، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص 113.

يتميز الجيل السادس عن الأجيال السابقة بظهور لأول مرة فكرة سفن الحاويات بدون غطاء لفتحة العنبر، حيث ساهمت هذه الفكرة في تقليص عدد طاقم السفينة إلى سبعة أشخاص فقط، وهو رقم قياسي في حد ذاته، وقد بدأت سفن الحاويات بسفينة شركة "Sea land" التي تحمل 58 حاوية، ويظهر إسم شركة المبتكر Mclean مدى التركيز في بداية الأمر على الظروف الآمنة لانتقال البضائع بين البر والبحر، لتتطور فيما بعد إلى إمكانيات توسيع النقل وسرعة السفينة، لتصل أفكار الإبداع الأخيرة إلى تخفيض التكاليف التشغيلية على ظهر السفينة من خلال خفض عدد أفراد الطاقم.

2.2 محطات الحاويات: أدت فكرة ابتكار الحاويات إلى إنشاء مناطق لتخزينها، وأرصفة لاستقبال سفن الحاويات، هذه الأماكن تدعى بمحطات الحاويات، وعلى الرغم من أن الشكل العام لنظام تشغيل محطات الحاويات هو نفسه منذ خمسين سنة، إلا أنه حدثت العديد من الابتكارات والتغيرات التكنولوجية التي ساهمت في تحسين الأداء من خلال الاتجاهات الرئيسية الآتية:

أ تداول الحاويات على الأرصفة: حيث تم التركيز على زيادة إنتاجية الرصيف، وتغير تصميم الروافع الحسرية بالشكل الذي يؤدي إلى استخدام أكبر عدد من هذه الروافع حتى يتم خدمة السفينة من جميع جوانبها، ومن الناحية الميدانية يمكن إتباع أحد الطريقتين التاليتين في مناولة السفن وهي:

طريقة الرفع (Lo - Lo) (Lift - on Lift - off): وهي الأكثر شيوعا، حيث يتم رفع الحاوية من على أسطح السفينة إلى الرصيف مباشرة، أو العكس.

طريقة الجر المباشر أو الدحرجة (Ro - Ro) (Roll - on/ Roll- off): حيث يتم سحب المقطورات أو حمل الحاويات بواسطة روافع التفاج Straddle وإدخالها بشكل أفقي خلف السفينة المفتوح بابها، ولا تحتاج هذه الطريقة إلى معدات الرفع على أرصفة الميناء.

ب مساحات التخزين: حيث يتم استخدام التكنولوجيا من أجل رفع كفاءة مساحات التخزين، وذلك بالتركيز على عدد مستويات التكديس، وتصميم أماكن الرص، وسهولة الانتقال للروافع ومختلف المعدات وسكك الحديد.

وقد ارتفعت إنتاجية محطات الحاويات، والموانئ بصفة عامة منذ إدخال الأساليب الحديثة في مناولة البضاعة، حيث عرفت أهم الموانئ العالمية المختصة في مناولة الحاويات أرقاما قياسية، لم يكن بالإمكان الوصول إليها، لولا الابتكارات والتغيرات المستحدثة في تكنولوجيا إدارة محطات الحاويات وبناء السفن الضخمة، وفيما يلي استعراض لتطور الإنتاجية خلال السنوات الأخيرة

جدول (3): أهم موانئ العالم حسب الإنتاجية

(حركة الحاويات للسفينة في الساعة على متن جميع أحجام السفن)

الميناء	البلد	2012	2013	2014	%Δ 2013/2012	%Δ 2014/2013
Jebel Ali	الإمارات العربية	81	119	138	47	16
Tianjin	الصين	86	130	125	51	-4
Qingdao	الصين	96	126	125	31	-1
Nansha	الصين	73	104	119	42	14
Yantian	الصين	78	106	117	36	10
Khor al Fakkan	الإمارات العربية	74	119	108	61	-9
Ningbo	الصين	88	120	107	36	-11
Yokohama	اليابان	85	108	105	27	-3
Busan	جمهورية كوريا	80	105	102	31	-3
Xiamen	الصين	76	106	90	39	-15

المصدر: Review of maritime transport 2015, UNCTAD, p71

استطاع ميناء جبل علي ، ومحطته للحاويات المدارة من طرف شركة موانئ دبي العالمية من تخطي عتبة جميع المنافسين العالميين خلال سنة 2014، حيث احتل الريادة في أداء الموانئ البحرية فيما يخص حركة الحاويات، والإنتاجية المتاحة لخدمة سفن الحاويات، حيث استطاع ان يصل إلى رقم قياسي يتمثل في قدرته على مناولة 138 حاوية في المتوسط، لكل سفينة ترسو على ميناءه، وذلك خلال فترة لا تتجاوز الساعة، ومع ذلك تبقى هيمنة الموانئ الصينية على قائمة أحسن الموانئ العالمية أداء، حيث من بين العشر الأوائل توجد ستة موانئ صينية.⁽¹⁰⁾

ج النقل داخل المحطة: تم استخدام ناقلات آلية Automatic gantry vehicles ، والقاطرات لسحب الحاوية من الباب الجانبي للسفينة، كما يستخدم نظام السيور الناقلة Conveyors system of monorails، كأساليب ذات تكنولوجيا عالية لنقل ومراقبة دقيقة لحركة الحاويات داخل المحطة.⁽¹¹⁾

3.2 الموانئ الجافة: من الأفكار الجديدة التي أحدثت ثورة في مفهوم الموانئ البحرية هو إنشاء ما يعرف بالموانئ الجافة، تلك المناطق البعيدة عن البحر، و التي تحمل نفس الموصفات العامة لمناطق التخزين بمحطات الحاويات. وتقوم الموانئ الجافة الموجودة اصلا في ظهر الميناء البحري بعدة وظائف تدرج ضمن خطة استكمال سلسلة النقل متعدد الوسائط، بالإضافة إلى تلك الأعمال المرتبطة باللوجستيات، كتجميع المواد الخام، السلع تامة الصنع، وتوزيع المنتجات

على الأسواق. ولنجاح عملها لا بد من توافر بنية أساسية كاملة ومتطورة، ومزودة بأحدث التجهيزات لتدعيم الاتصال الجيد بين جميع الأطراف الفاعلة.⁽¹²⁾

3. النقل متعدد الوسائط:

1.3 مكونات النقل متعدد الوسائط:

يرتكز النقل متعدد الوسائط على النقاط الثلاثة التالي:⁽¹³⁾

أ. **مقدمي خدمات النقل متعدد الوسائط:** يتطلب نجاح الخدمة توافر جهات مختصة لديها الخبرة والمعرفة والقدرة على التفكير الإبداعي يمكنها من اختيار التوليفة المناسبة من بين وسائط النقل انطلاقاً من بلد المنشأ وإلى غاية وصولها إلى المستهلك النهائي، و في بيئتنا العربية لا بد من البحث عن شريك أجنبي له الخبرة الكافية من أجل ضمان المرحلة الأولى في بلد المنشأ، إن كانت العملية هي استيراد، وهي الغالب.

ب. **الموانئ المحورية:** تبحث الشركات الملاحية عن أكبر عائد باستغلال اقتصاديات الحجم، وذلك ببناء سفن أكبر حجماً لا يمكنها دخول إلا عدد محدود من الموانئ ذات غاطس المياه الكبير والإمكانيات التكنولوجية العالية في مناولة الحاويات بالدرجة الأولى، وأصبح التنافس بين الموانئ المحورية لاجتذاب التجارة العالمية يقوم على أساس التفوق التكنولوجي، والقدرة على رفع إنتاجية الرصيف، وتقليل تكاليف المناولة عبر تقليل فترة بقاء السفينة في الميناء.

ج. **نظام التبادل الإلكتروني للمعلومات والبيانات:**⁽¹⁴⁾ أدى استخدام التكنولوجيا العالية، والبرامج الحاسوبية إلى تسهيل تدفق البضائع وتبعتها بصفة دقيقة، وذلك عبر شبكة من المعلومات التي تربط جميع الأطراف من هيئات رسمية وعملاء وموردين، حيث يتطلب ذلك إنشاء مواقع الكترونية بما قاعدة بيانات شاملة على إمكانيات الميناء الطبيعية، من تفاصيل حول الأعماق المختلفة في أرصفة الميناء، إمكانيات التخزين، معدات وأجهزة المناولة المتاحة، ساعات العمل الاعتيادية للهيئات الرسمية لسلطات الميناء والجمارك، شبكة الطرق البرية والحمولات المسموح بها عليها.

2.3 الابتكارات التكنولوجية الحديثة في خدمة سلسلة النقل متعدد الوسائط:

ينطوي استخدام التكنولوجيا في مناولة الحاويات على جانبين أساسيين هما: تكديس الحاويات على أرصفة الميناء، وشحن الحاويات أو تفريغها على السفن بطريقة تبقى على اتزان السفينة.

ومنذ سنة 2003، عرفت جميع موانئ عبور البضائع نحو المناطق الداخلية بدء تطبيق الأنظمة الآلية لمرور الحاويات، غير انه من المشاهد تخلف النقل البري وسكك الحديد عن ما هو موجود عليه في الموانئ البحرية. وكمثال على ذلك، فقد استخدمت الأردن هذه النظم لأغراض أمن النقل العابر باتجاه سوريا والعراق، كما يستخدم هذا النظام كذلك لتتبع المركبات الناقلة للحاويات، وترصد حركتها عبر جهاز تتبع يثبت في الشاحنة.⁽¹⁵⁾، أما فيما يخص أمن سلسلة النقل العابر، فقد بلغت فيه التكنولوجيا المستخدمة خطوات كبيرة ف جميع مراحل سلسلة التجارة الدولية، بدءاً من الميناء، أين يتم التبادل الإلكتروني للمعلومات المتعلقة بالسفن وعمليات الشحن والتفريغ، إلى حدود الميناء وتنسيق العمل مع الأنظمة الآلية للجمارك وأجهزة المسح الضوئي.

ومنذ سنة 2005، قامت المنظمة العالمية للجمارك باعتماد إجراءات خاصة بتأمين سلامة التجارة الدولية وابتكار عدة حلول ميدانية في العديد من مناطق العالم كالأختام الإلكترونية على الحاويات، أنظمة الملاحة الساتلية للشاحنات، وتحديد الترددات اللاسلكية للبضائع، وبالإضافة إلى هذه الأنظمة التي تعتمد على رصد الحركة عبر الأقمار الصناعية،

أصبح من الواضح اتساع استخدام أجهزة المراقبة البصرية في العديد من الموانئ الهامة، وذلك عن طريق كاميرات الفيديو، وأجهزة المسح الضوئي⁽¹⁶⁾

وتذهب الأفكار الابتكارية في هذا الخصوص إلى أبعد من ذلك، حيث يتم نقل خطط متابعة الحاويات إلى بلد المنشأ مباشرة، وتوسيع ذلك إلى جميع سلسلة النقل متعدد الوسائط من بلد المنشأ مباشرة وتوسيع ذلك إلى جميع سلسلة النقل متعدد الوسائط من بلد المنشأ إلى بلد المقصد، ولا يقتصر هذا النظام اليقظ لتأمين سلسلة الإمداد العالمية من جميع الأخطار المحدقة به، وإنما أيضا البحث في جميع السبل الكفيلة باستخدام أمثل للموارد المتاحة من أطراف سلسلة النقل، وتخفيض التكلفة إلى أدنى حد ممكن.

خاتمة:

تناولت هذه الورقة البحثية كيفية ظهور الحاويات، والتي تحولت إلى نظام متكامل لنقل البحري، وكيف أدى هذا الابتكار الجديد إلى تعاقب الابتكارات التكنولوجية في صناعة السفن والموانئ البحرية، وتأثير ذلك على نظام النقل متعدد الوسائط، بانتعاش نظام التبادل الإلكتروني للمعلومات، وتعقب أثر الحاويات عبر الأقمار الصناعية، إن مثل هذه الابتكارات لا شك أن لها تأثير ملاحظ على أداء جميع مكونات سلسلة النقل البحري، وبالأخص الموانئ البحرية وشركات النقل البحري، وقد خلص هذا البحث إلى جملة من النتائج يمكن إجمالها من خلال النقاط الآتية:

- إن الإبداع والابتكار ضرورة ملحة لشركات النقل البحري والموانئ، باعتبار اعتماده يمثل مؤشرا على مدى صلاحية الهيكل التنظيمي وديمومة المنظمة في ظل ظروف تتميز بالمنافسة الشديدة، والمعتمدة على التكنولوجيا العالية.
- يساهم الاهتمام بالإبداع والابتكار لشركات النقل البحري بتحقيق الأهداف الإستراتيجية، والاعتماد على المزايا التنافسية بصفة مستمرة.
- تختلف أساليب الابتكار وتنوع بحسب طبيعة المنظمات، ويمكن اعتماد مختلف هذه الأساليب في إطار نشاط شركات النقل البحري والموانئ.
- في ظل سيادة نظام المؤتمرات البحرية، وتحديد أسعار النقل البحري من طرف كبار الشركات البحرية العالمية، أصبح من الصعب على الدول النامية الدخول إلى السوق الملاحى باعتبار عناصر المنافسة التقليدية المعتمدة على الجودة، تخفيض التكاليف، والإنتاجية العالية، بل أصبح من الضروري الاعتماد على أساليب إبداعية جديدة ومستحدثة لخدمة الأساطيل البحرية.
- إن البحث عن تأمين التجارة الدولية، وربط حلقات النقل متعدد الوسائط، يعتبر من بين أهم الدوافع وراء الابتكارات التي حدثت في منظومة النقل البحري منذ نصف قرن، كما أن اعتماد اقتصاد المعرفة والبحث عن تقنيات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات يعتبر الميدان الخصب للابتكارات التكنولوجية الحديثة في نشاط النقل الدولي للبضائع من خلال التبادل الإلكتروني للمعلومات وتحركات الحاويات عبر منظومة الأقمار الصناعية.
- تلعب وظيفة البحث والتطوير دورا محددًا في تحسين أساليب الإبداع والابتكار في شركات النقل البحري، حيث يؤدي الاعتماد على خصائص الموانئ الطبيعية و المجتمع المستهدف، والبضاعة المنقولة في إحداث ابتكارات جديدة من العوامل الرئيسية لنجاح هذه الوظيفة.

وفي ما يلي بعض التوصيات التي يمكن إدراجها باعتبار النتائج المتحصل عليها:

- إعطاء الأولوية للإبداع والابتكار في نشاط النقل البحري، خاصة إذا علمنا أن عوامل المنافسة الأخرى تسيطر عليها مؤتمرات ملاحية تكاد تكون مغلقة، وتعمل ككارتل يسيطر على خدمات الملاحة العالمية.
- تعتمد وظيفة البحث والتطوير على تخصيص موارد مالية كبيرة من أجل نتائج طويلة المدى، لذا لا بد من ضمان الاستمرارية، وعدم تغيير الأهداف لأن ذلك له انعكاسات سلبية على نشاط الإبداع والابتكار الذي يعتمد على نوع من الاستقرار في منهجيته.
- تعزيز العلاقات الثنائية مع مراكز البحث الأكاديمية والجامعات في سبيل تطوير أساليب موجودة، واستحداث ابتكارات جديدة سواء تعلق الأمر بصناعة النقل البحري وبناء العمارات البحرية ذات التصميمات المبتكرة، أو من خلال ابتكار أساليب إدارية جديدة.
- ضرورة الاهتمام بالموارد البشرية الموجودة على مستوى شركات النقل البحري والموانئ، والعمل على الاستثمار في أفكارهم من خلال فتح المجال أمام توليد الأفكار من أبسط المستويات في القاعدة، والتنسيق مع جميع الأطراف لحصر الاحتياجات، وتحقيق الأهداف.
- الاهتمام بنظام الحوافز المالية، المعنوية والمادية، في تطبيق أهداف الإبداع والابتكار في المنظمة، إضافة إلى اختيار الأفراد ممن تتوفر فيهم سمات الإبداع والابتكار المتصل بمختلف النشاطات البحرية داخل الميناء وخارجه.

المراجع و الإحالات:

1. حسين أحمد الطراونة وآخرين، نظرية المنظمة، دار الحامد، عمان، الطبعة الأولى، 2012، ص ص (265 - 267).
2. بلال خلف السكارنة ، الإبداع الإداري، دار المسيرة، عمان، الطبعة الأولى، 2011 ص ص (23 - 34)
3. أ.د. علاء الدين عبد الغني محمود، إدارة المنظمات، دار صفاء، عمان، الطبعة الأولى، 2011، ص ص (209 - 210)
4. بلال خلف، مرجع سابق، ص ص (160 - 161)
5. د. علاء محمد سيد قنديل، القيادة الإدارية وإدارة الابتكار، دار الفكر ، عمان، الطبعة الأولى، 2010، ص ص (130 - 133)
6. د. م. السعيد أوكيل، اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص ص (37 - 40)
7. هارون أحمد عثمان، الاقتصاد البحري، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1984، ص ص (257 - 258)
8. أنظر في الأنواع المختلفة للحاويات:
- Eric Ting , The Containerships and Containers, National Taiwan Ocean University, Department of Transportation and Navigation Science, pp (5 - 7)
- إسلام محمود إبراهيم، هندسة الموانئ، مكتبة المجتمع العربي، عمان، 2004 ص ص (59 - 60)
9. ابتداءاً من نهاية سنوات الثمانينات، تم مشاهدة سفن متعددة لبعاد قناة بنما، وذلك في اتجاه صريح نحو كسب المزيد من مزايا اقتصاديات الحجم، أنظر في ذلك:
- Antoine Fremont, Les réseaux maritimes conteneurisés, INRETS , Saint-Dié , 2005, p 3.
- Review of maritime transport 2015, UNCTAD, pp(71- 72).10
11. شريف محمد ماهر، مرجع سابق، ص 123
12. د. سامي زكي عوض، الموانئ الحافة (تخطيط وإدارة)، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004، ص ص (86 - 89).
13. النقل متعدد الوسائط ودوره في دعم تكامل النقل العربي والتجارة البينية، ورقة مقدمة من الشركة المصرية لأعمال النقل البحري، www.Pdffactory.com
14. الشركة المصرية لأعمال النقل البحري، المرجع السابق ، ص 3.
15. مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، لجنة التجارة والتنمية، الابتكار في مجال النقل واللوجستيات تمهيدا لاستعراض برنامج ألماني في عام 2014، جنيف 22 - 24 أكتوبر 2013، ص 17.
16. مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، المرجع السابق، ص 19.

الاتجاهات الحديثة في استراتيجيات وأعمال المصارف في ظل الإبداع والابتكار المصرفي "مع الإشارة إلى حالة الجزائر"

د. بلال شنيخي.

جامعة أمحمد بوقرة. بومرداس. الجزائر

ملخص

عرفت المنظومة المصرفية العالمية تطورات عديدة في ظل الإبداع والابتكار المصرفي، نجم عنها اعتماد استراتيجيات وأعمال مصرفية متقدمة ساهمت في الارتقاء بمكانة وجودة الخدمة المصرفية. لذا سيتم في هذه الورقة البحثية التعرض إلى أهم التوجهات الحديثة في استراتيجيات وأعمال المصارف من خلال التعريف بها، أهميتها في المجال المصرفي ومتطلبات تجسيدها ونجاحها على أرض الواقع. مع الإشارة إلى تجربة المصارف الجزائرية في هذا المجال. **الكلمات الدالة:** الإبداع والابتكار المصرفي، الاندماج المصرفي، المصارف الشاملة، الصيرفة الإلكترونية، وسائل الدفع الحديثة.

Résumé

Le système bancaire mondial a connu une évolution énorme surtout avec la créativité et l'innovation bancaire, ce qui a abouti à l'adoption d'une stratégie et activités bancaires de pointe et a contribué à l'amélioration de la qualité des services bancaires.

Donc, cette communication a pour tendances les plus récentes dans les stratégies et les services bancaires aux entreprises par le biais de sa définition, son importance dans le secteur bancaire et les exigences incorporées et son succès sur le terrain. En se référant à l'expérience bancaire algérienne dans ce domaine.

Mots clés: Créativité et innovation bancaire, intégration bancaire, banque universelles, banque électronique, les méthodes de paiement moderne.

مقدمة

ساهمت التطورات الكبيرة والمتسارعة التي يعرفها مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إحداث تغيير جوهري وديناميكي في طبيعة ودور الخدمة المصرفية في ظل العولمة المالية وما ارتبط بها من تحرير للمعاملات المالية واتساع حجم التجارة الإلكترونية، الأمر الذي دفع إلى الاهتمام بما يعرف بالإبداع والابتكار المصرفي بغية استحداث وابتكار خدمات مصرفية متطورة تسمح بانسياب الخدمات المصرفية من المصارف إلى العملاء بدقة وسهولة ويسر، ما يرفع القدرة التنافسية لهذه المصارف محليا ودوليا.

وعليه، كان للإبداع والابتكار المالي في المجال المصرفي الأثر في ظهور توجهات حديثة للمصارف سواء من حيث تعدد أنشطتها واعتماد أنشطة جديدة، أو في ظهور تكتلات مصرفية، أو في اعتماد تكنولوجيا إعلام واتصال متطورة في تقديم خدماتها.

1. إشكالية البحث

وبناء على ما سبق جاءت إشكالية هذا البحث على النحو الموالي: ما هي التوجهات الحديثة للمصارف في ظل الإبداع والابتكار المصرفي؟

2. أهداف البحث

ويهدف هذا البحث إلى ما يلي:

- التعريف بالإبداع والابتكار المصرفي.
- التعريف بالاستراتيجيات الحديثة للمصارف.
- التعريف بالصيرفة الالكترونية وأهميتها في تطوير الخدمة المصرفية.
- استخلاص متطلبات اعتماد التوجهات الحديثة في المصارف العربية بصفة عامة وفي المصارف الجزائرية بصفة خاصة.

3.. أهمية البحث

جاءت هذه الورقة البحثية. لإظهار دور الإبداع والابتكار المصرفي في إيجاد استراتيجيات وتقنيات مصرفية حديثة تساهم في الارتقاء بالجهاز المصرفي وبمستوى الخدمة المصرفية المقدمة، بما يعكس على الاقتصاد ككل، نظرا للدور الذي تلعبه المصارف في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

4.. خطة البحث

وبناء على ما سبق، تم تقسيم الورقة البحثية إلى المحاور الموالية:

أولاً: ماهية الإبداع والابتكار المصرفي.

ثانياً: الاستراتيجيات المصرفية المعاصرة.

ثالثاً: التوجهات الحديثة للمصارف.

رابعاً: واقع التوجهات الحديثة للمصارف الجزائرية بين المعوقات والمتطلبات

أولاً: ماهية الإبداع والابتكار المصرفي

يقصد بالإبداع والابتكار المالي العمل على تطوير أو إيجاد منتجات مالية أو خدمات مالية متطورة تسمح للمنظمة بالاستمرار والتقدم وتحقيق ميزة تنافسية.

1.. مفهوم الإبداع أو الابتكار المصرفي: ويتمثل الإبداع والابتكار المصرفي في قدرة المصارف على إبتكار

منتجات أو خدمات جديدة أو تطوير منتجات أو خدمات موجودة أصلا باستخدام التكنولوجيا الحديثة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال. ^{xxx}

كما يشير الإبداع والابتكار المالي إلى مجموعة الأنشطة التي تتضمن عمليات التصميم، التطوير، التنفيذ لأدوات مالية وخدمات مصرفية مبتكرة وصياغة الحلول الإبداعية لمشاكل التمويل والإقراض، بما يسمح بإشباع حاجات الزبائن من جهة وتحقيق مصلحة المصارف من جهة أخرى.

ويهدف الإبداع والابتكار المصرفي إلى تعزيز تنافسية المصارف وزيادة ربحيتها على المدى الطويل من خلال المحافظة على زبائنها أو جلب زبائن جدد.

2.. العوامل المؤثرة على الإبداع والابتكار المصرفي: تتأثر عملية الإبداع والابتكار في المصارف بجملة من

العوامل، يمكن تحديدها في ثلاثة أنواع، هي: ^{xxxi}

1.2 العوامل الداخلية: وتتعلق بالقدرات المادية والبشرية للمصرف، حجمه وتعدد فروعه وتنوع أنشطته، مدى دعم الإدارة العليا للمصرف للإبداع والابتكار.

2.2 العوامل الخارجية: وتمثل في الظروف الاقتصادية، المالية، الاجتماعية، التشريعية والثقافية السائدة في الدولة، بالإضافة إلى درجة التنافسية بين المصارف.

3.2 العوامل الخاصة: تتمثل في العوامل الشخصية، الإدارية والسلوكية الخاصة بالمدراء والمسؤولين في المصرف وكذا

الموظفين، والتي تشكل الثقافة التنظيمية للمصرف، والتي لها آثار على عملية الإبداع والابتكار.

3. خطوات الإبداع والابتكار المصرفي: ويمكن الإشارة إلى أهم هذه الخطوات فيما يلي:

- توليد الأفكار الجديدة، سواء من مصادر داخلية أو خارجية.
- غريزة الأفكار واستخلاص أفضلها وفق ما يتلاءم مع إمكانيات المصرف.
- التقييم الاقتصادي للأفكار من نواحي: تكلفتها، الطلب المتوقع عليها، القدرة الإنتاجية والتوزيعية الخ.
- تجربة الخدمة أو المنتج من خلال طرحه في السوق تتبع ردود أفعال الزبائن.
- الاعتماد النهائي للخدمة أو المنتج بعد التأكد من نجاحه.

ثانيا: الاستراتيجيات المصرفية المعاصرة

يعتبر الإبداع والابتكار المصرفي من أهم المجالات التي تهتم بها إدارات المصارف الناجحة، بحيث يجعل كل من الإبداع والابتكار المصرف متواجدا بشكل فعال وكفؤ في السوق المصرفية، لما فيه من تجديد لمنتجاته المالية لتلبية الاحتياجات التمويلية المعاصرة، لكن الأهم من ذلك أن تكون لدى المصارف استراتيجيات واضحة وهادفة بهذا الخصوص، لأن هذه الاستراتيجيات تضبط عملية الابتكار المالي. وتتمثل أهم هذه الاستراتيجيات باختصار فيما يلي:

1. إعادة هيكلة صناعة الخدمات المصرفية: إن التغير والتطور الكبير في أعمال المصارف واتساع نطاق أعمالها

جعل من المصارف تتجه نحو أداء خدمات مصرفية ومالية لم تكن تقوم بها من قبل، ما انعكس بوضوح على ميزات هذه المصارف، إذ تبين أحدث التقارير على أن المصدر الرئيسي لأكثر المصارف يتحقق من أصول و أعمال أخرى غير الائتمان والإقراض المصرفي، كما تبين أيضا زيادة نسبية الخصوم القابلة للمتاجرة من إجمالي خصوم المصارف مقارنة بنسبة الودائع.

xxxii

كما أتاح إعادة هيكلة صناعة الخدمات المصرفية الفرصة أمام دخول مؤسسات غير مالية مجال الخدمات التمويلية كشركات التأمين وصناديق الاستثمار، والتي أصبحت تشكل منافسا للمصارف لاسيما في مجال الوساطة المالية. وهو ما يدعو إلى ضرورة توجه المصارف إلى اعتماد أنشطة وأعمال غير الأنشطة والأعمال التقليدية.

2. تنويع النشاط المصرفي والاتجاه إلى التعامل في المشتقات المالية: يعد تنويع النشاط المصرفي من

الاستراتيجيات الحديثة للمصارف الناجحة الذي يسمح بتحقيق استقرار حركة الودائع، انخفاض مخاطر الاستثمار والموازنة بين السيولة والربحية ودرجة المخاطر المصرفية. والذي يعني بتنوع مصادر التمويل والتوظيف، حيث شمل هذا التنوع إصدار شهادات الإيداع القابلة للتداول والاتجاه إلى الاقتراض الطويل الأجل من خارج القطاع المصرفي، كما تم الاتجاه إلى تنويع القروض الممنوحة وإنشاء الشركات القابضة المصرفية، إضافة إلى ظهور التوريق والمتمثل في تحويل المديونيات المصرفية إلى مساهمات في شكل أوراق مالية قابلة للتداول.

كما أدى التنويع المصرفي إلى تعميق نشاط إصدار الأوراق المالية للمصارف، من خلال تعاملها بالمشتقات المالية من خلال

xxxiii

العقود المستقبلية.

3. ضرورة الالتزام بمعيار كفاية رأس مال كمعيار لقياس مخاطر السوق كما جاء بمقررات لجنة بازل: فمع

تزايد العولمة المالية أصبح العمل المصرفي يتعرض للعديد من المخاطر المصرفية، مما يلزم المصارف بأن تحتاط لها بعدة وسائل

منها تدعيم رأس المال والاحتياطات، حيث اتخذت هذا المعيار أهمية متزايدة منذ أن أقرته لجنة بازل عام 1988، إذ أصبحت البنوك ملزمة بأن تصل نسبة رأس مالها إلى مجموع أصولها الخطرة بعد ترجيحها بأوزان المخاطرة الائتمانية إلى 8% كحد أدنى مع نهاية 1992.^{xxxiv}

4. **اشتداد المنافسة في السوق المصرفية:** وهذا بعد تحرير الخدمات المالية والمصرفية التي وردت ضمن الاتفاقية العالمية للتجارة في الخدمات " الجات"، سنة 1994، ما أدى إلى ظهور منافسة في ثلاثة اتجاهات، هي:

- المنافسة بين المصارف التجارية فيما بينها.

- المنافسة بين المصارف والمؤسسات المالية الأخرى.

- المنافسة بين المصارف والمؤسسات غير المالية على تقديم الخدمات المصرفية.

5. **تطور تكنولوجيا العمل المصرفي:** يجسد الإبداع التكنولوجي فرصة حقيقية للمصارف برفع كفاءة خدماتها، مما يسمح لها باكتساب عملاء جدد واختراق الأسواق النقدية والمالية العالمية في ظل ما يعرف بالتجارة الإلكترونية. لذلك أصبحت العمليات المصرفية والمالية تعتمد على الركيزة الإلكترونية، كما أسهم التطور التكنولوجي في تنوع وسائل الدفع الحديثة التي تعتمد عليها المصارف في أداء خدماتها.

ثالثا: التوجهات الحديثة للمصارف

كان لتنامي ظاهرة العولمة المالية وتحرير الخدمات المالية والمصرفية وتقدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال الدور الكبير في تطور الأنظمة المصرفية، التي توجهت نحو اعتماد استراتيجيات وأعمال مستحدثة تركز على بدرجة كبيرة على الإبداع والابتكار المالي حتى تستطيع الارتقاء إلى مستوى التحديات المتباعدة التي تواجه العمل المصرفي.

1. **التوجه نحو الخصوصية (خصوصية المصارف):** تعد خصوصية المصارف من التوجهات الحديثة التي اعتمدها المصارف، والتي تختلف كثيرا عن خصوصية المؤسسات الاقتصادية، نظرا لتأثر الاقتصاد بكل متغيراته بأداء المصارف العامة.

1.1 **مفهوم خصوصية المصارف:** والتي تعرف على أنها ^{xxxv} "توسيع قاعدة الملكية من خلال طرح جزء من رأس مال المصرف أو كله للبيع وللتداول في البورصة بالتدرج، بمعنى أن تحتفظ الحكومة بملكية جزء كبير من رأس مال المصرف كمرحلة أولى ثم تزداد نسبة البيع إلى القطاع الخاص تدريجيا".

2.1 **أهداف خصوصية المصارف:** وتنحصر أهداف خصوصية المصارف في النقاط الموالية: ^{xxxvi}

- **زيادة المنافسة في السوق المصرفي والارتقاء بالعمل المصرفي:** حيث تؤدي المنافسة في السوق المصرفية إلى

تخفيض هامش الوساطة المالية، وتدفع المصارف إلى توجيه القروض نحو المشروعات الأكثر إنتاجية والأكثر ربحية، كما أن الخدمات الناتجة عن الابتكار والتحديث تكون بجودة عالية وبأقل التكاليف وفي أسرع وقت ممكن.

- **تنشيط سوق الأوراق المالية:** فطرح الأسهم في سوق الأوراق المالية من طرف المصارف العامة والخاصة سيزيد من من المعروض من الأوراق المالية المتداولة ومن ثم زيادة حجم السوق.

- **تحديث الإدارة:** تؤدي الخصوصية في المصارف إلى تخفيض درجة التدخل الحكومي في العمل المصرفي مما يساهم في نقل الإدارة من البيروقراطية إلى حملة الاسهم، كما تتيح خصوصية المصارف حرية الإدارة في اتخاذ القرارات المتعلقة بمجال الاستثمار وأداء الخدمات المصرفية.
- **ترشيد الإنفاق العام:** يؤدي تخفيض التدخل الحكومي في العمل المصرفي إلى ترشيد الإنفاق العام، فمثلا المصارف الخاسرة تتحمل خسائرها بدون الرجوع إلى الدولة، وبالتالي توفير عائد مالي لها.
- **تشجيع الاستثمار الأجنبي:** إن طرح أسهم المصارف العامة في السوق المالي سيشجع المصارف الأجنبية على شراء هذه الاسهم، مما يسمح بنقل التكنولوجيا والتقنيات المتطورة، ما يساهم في الاندماج والانفتاح على الاقتصاد العالمي.
- 1.3 شروط وضوابط نجاح خصوصية المصارف:** حتى يتم التمكن من تحقيق الأهداف المتوخاة من خصوصية المصارف، لابد من توافر بعض الشروط والمتطلبات لعملية الخصوصية، من أهمها: ^{xxxvii}
- القيام بإعادة هيكلة شاملة للمصارف محل الخصوصية، وهذا للتعرف على المشاكل المالية والإدارية والتي تواجهها والعمل على تهيئتها للخصوصية.
- اختيار الأسلوب الأمثل لخصوصية المصارف، وهذا بمراعاة مسألة الملكية وجنس الملاك.
- تأكيد استقلالية المصرف المركزي وفاعلية دوره بما لا يخل بضروريات الرقابة على المؤسسات المصرفية والمالية، كما يتعين احتفاظ المصرف المركزي باحتياطات مرتفعة من النقد الأجنبي، تسمح له بتلبية احتياجات المصارف ومواجهة صدمات أو أزمات سعر الصرف.
- تكييف البيئة التشريعية مع خصوصية المصارف، ودعمها بالقوانين اللازمة خاصة ما يتعلق بدعم المنافسة ومنع الاحتكار.
- تفعيل نظام التأمين على الودائع مما يزيد من قدرة المصارف على المنافسة وتحقيق الأرباح ومواجهة المخاطر، وكذا زيادة ثقة المودعين في الجهاز المصرفي.
- تطوير الجهاز المصرفي وجعله أكثر تكيفا مع متطلبات العولمة، وهذا بإدخال الطرق الحديثة في أداء الأعمال ودعم أنشطته بإحداثيات التكنولوجيا، وبالتالي لابد أن يسير برنامج خصوصية المصارف مع إعداد رؤية موحدة للجهاز المصرفي للتطور التكنولوجي مع التأكيد دائما على الدور الهام للمصرف المركزي في وضع هذه الرؤية محل التنفيذ.
- التوجه نحو الاندماج المصرفي:** يعتبر التوسع في الاندماج المصرفي وتكوين مصارف عملاقة من أهم السمات المعاصرة للعمل المصرفي في ظل العولمة المالية. حيث يعرف التوجه نحو الاندماج المصرفي اهتماما متزايدا باعتباره ضرورة حتمية لرفع القدرات التنافسية للمصارف وترسيخ مبدأ التواجد والاستمرارية في السوق المصرفية
- 1.2 مفهوم الاندماج المصرفي:** ويقصد به تلك العملية التي تؤدي إلى الاستحواذ على مصرف أو أكثر بواسطة مؤسسة مالية أو مصرفية أخرى، بحيث يتخلى المصرف المندمج عادة عن استقلالته ويدخل في المصرف الدامج ويصبح مصرفا واحدا ذو كيان جديد، يتخذ اسم المؤسسة الدامجة أو إسم مشترك بينهما. ^{xxxviii}

2.2 أسباب الاندماج المصرفي: يعد الاندماج المصرفي نوع من التعاون والتكامل في سبيل خلق كيان أكثر قدرة على تحقيق أهداف كانت تبدو صعبة التحقيق قبل إتمام عملية الإندماج، وبالتالي يمكن حصر أهم أسباب التوجه نحو الاندماج المصرفي فيما يلي: ^{xxxix}

1.2.2 الحصول على اقتصاديات أفضل: سواء في مجال الإنتاج أو التسويق أو التمويل أو الموارد البشرية على المستوى الكلي للمصارف المندمجة، بما يؤدي إلى زياد الإنتاج للمصرف المندمج واكتساب مزايا تنافسية تؤهله لأوضاع أفضل في السوق المصرفية دوليا ومحليا فضلا عن اكتساب قدرة على:

- تحقيق الانتشار الجغرافي محليا، إقليميا ودوليا.
- تنويع النشاط التمويلي وزيادة أنواع الخدمات المصرفية.
- الدخول إلى مجالات جديدة سواء كانت مصرفية أو غير مصرفية.
- تحقيق نصيب أكبر وحصة أفضل في السوق المصرفي المحلي والدولي.
- اكتساب قدرة أعلى على مواجهة المتغيرات والمستجدات والتكيف السريع معها واستيعاب تأثيرها وآثارها بسهولة ويسر.

- تنمية قاعدة رأسمالية وتحقيق كفاية رأس مال أكبر تساعد المصرف على مواجهة أي مواقف مستقبلية صعبة.
- تنمية القدرة على استيعاب مخاطر نظامية وغير نظامية كان يصعب تحملها قبل الاندماج ومن ثم يصبح المصرف قادرا على تحمل مزيد من المخاطر مع تقليل خسائرها إن حدثت.

2.2.2 معالجة كافة أنواع القصور: خاصة التي تنجم عنها فائض السيولة غير المستغل أو موارد مهددة الخ، وبالتالي معالجة كافة مجالات الإسراف بما يؤدي إلى تخفيض التكاليف وزيادة العائد وهو ما يجعل المصارف المندمجة قادرة على تحسين أوضاعها التنافسية خاصة وأن الفائض في أي من المصارف سيتم استغلاله في المصرف الأخرى، وبالتالي فيتوقع من الاندماج حدوث زيادة مضطردة في قدرات المصارف المندمجة في المستقبل.

3.2.2 إطلاق قوى إبداع أكبر وأفضل للتعامل مع واقع جديد: استخدام الابتكار والإبداع لزيادة قدرة المصرف على الاستمرار وعلى التوسع وعلى النمو، وذلك للحصول على مراكز القيادة في السوق المصرفية، وأيضا للحصول على تجاوب العملاء والمتعاملين والاحتفاظ بولائهم وانتمائهم للمصارف المندمجة والقدرة على إشباع احتياجاتهم وأيضا الحصول على تخفيض معدل دوران العمالة والمحافظة على زيادة الإنتاج.

كما كان وراء التوجه نحو الاندماج المصرفي الدافع التنظيمي لدى السلطات النقدية بغرض تنظيم الجهاز المصرفي وتطوير واستحداث أساليب وأدوات مصرفية جديدة في ظل الإبداع والابتكار المصرفي.

3.2 أنواع الاندماج المصرفي: تتعدد أنواع الاندماج المصرفي وفقا لمعايير معينة منها: ^{xl}

1.3.2 من حيث طبيعة نشاط المصارف المندمجة: إذ يميز بين:

- **الاندماج المصرفي الأفقي:** وفيه يتم الاندماج بين مصرفين أو أكثر يعملان في نفس النشاط أو الأنشطة المترابطة فيما بينها مثل المصارف التجارية، بنوك الاستثمار، المصارف المتخصصة.

- الاندماج المصرفي الرأسي: ويتم بين المصارف الصغيرة في المناطق المختلفة مع المصرف الرئيسي في المدن الكبرى.

- الاندماج المختلط: ويتم بين مصرفين أو أكثر يعملان في أنشطة مختلفة وغير مترابطة كالدمج بين المصارف التجارية والمصارف المتخصصة.

2.3.2 من حيث العلاقة بين أطراف الاندماج: ويميز بين:

- الدمج الطوعي: والذي يتم بموافقة كل من المصرفين (الدامج والمندمج)، حيث يقوم المصرف الداكج بتقديم عرض شراء المصرف المندمج، ومن ثم تقوم إدارة كل من المصرفين بتقديم خطاب إلى مساهمي مصرفهم توصي بالموافقة على عملية الدمج عن طريق شراء أسهم المصرف المندمج.

- الدمج العدائي: وهو الدمج الذي تعارضه إدارة المصرف المندمج نظرا لتدني قيمة السعر المعروض أو للمحافظة على استقلاليتها، عندئذ يقوم المصرف الداكج بتقديم عروض إلى مساهمي المصرف المندمج مباشرة دون موافقة إدارتهم، أو يقوم بجمع هذه الأسهم وشراؤها عن طريق البورصة.

- الدمج القسري: وهو الدمج الذي تلجأ إليه السلطات النقدية في آخر مطاف لتنقية الجهاز المصرفي من المصارف المتعثرة أو التي على وشك الإفلاس، وهذا من خلال قانون يشجع المصارف على الاندماج لقاء إعفاءات ضريبية أو أية حوافز أخرى.

4.2 آثار الاندماج المصرفي على النظام المصرفي: ينتج عن الاندماج المصرفي آثار على النظام المصرفي، تتمثل في:

- انتقال الذمة المالية من المصارف المندججة إلى المصارف الداكجة، مما يجنب المصارف المتعثرة أو التي تواجه صعوبات مالية مخاطر التصفية.

- زيادة القاعدة الرأسمالية للمصارف المندججة، مما يؤدي إلى كفاية ومتانة المركز المالي لها، ما يسمح لها بتحمل مخاطر مالية أكبر وإدارة المشروعات والأعمال بنجاح.

- تحسين التكنولوجيا والإطارات والخدمات المصرفية.

- إعادة هيكلة المصارف المندججة.

- تعظيم ربحية المصارف وزيادة قدرتها التنافسية.

- زيادة قدرة المصارف بعد الاندماج على الانفاق على البحوث والدراسات وإجراء عمليات التطوير والتحديث والتحسين وإدخال التكنولوجيا المصرفية المتطورة واستخدام الحاسبات الالكترونية والارتقاء بالمهارات والقدرات البشرية، بما يؤدي إلى تحقيق مستويات مرتفعة في الخدمات المصرفية.^{xli}

- ارتفاع القيم السوقية لأسهم المصارف المندججة، الأمر الذي يعظم من قيمة استثمارات المساهمين فيها من خلال تحقيق أرباح رأسمالية لهم من جراء الاندماج بين المصارف التي يساهمون فيها.

5.2 متطلبات الاندماج المصرفي: لتحقيق الأهداف المتوخاة من الاندماج المصرفي، يتوجب مراعاة المتطلبات المالية:^{xlii}

- أن يسبق الاندماج المصرفي عملية إعادة الهيكلة المالية والإدارية للمصارف الداكجة في عملية الاندماج.

- تقديم دراسة كاملة عن النتائج المتوقعة من الاندماج المصرفي والجدوى الاقتصادية له.
 - توافر كل المعلومات اللازمة وتعميق مبدأ الشفافية في عملية التحول نحو مصرف جديد.
 - توافر مجموعة من الحوافز المشجعة على الاندماج المصرفي مثل الإعفاءات الضريبية.
- وأخيرا لنجاح عملية الاندماج ينبغي على المصرف الجديد أن يتصف بالشمولية وذلك حتى يتمكن من مساهمة التغيرات والتطورات في مجال تقديم الخدمات المصرفية التقليدية وغير التقليدية.

2. التوجه نحو نظام المصارف الشاملة:

يعتبر نظام المصارف الشاملة من التوجهات الحديثة المعتمدة لإصلاح الأنظمة المصرفية وتطويرها وجعلها تتكيف مع المتغيرات الاقتصادية.

1.3 مفهوم المصارف الشاملة: وتعرف على أنها ^{xliii} الكيانات المصرفية التي تسعى دائما وراء تنوع مصادر التمويل وتعبئة أكبر قدر ممكن من المدخرات من كافة القطاعات وتوظيف مواردها وتنمى الائتمان المصرفي لجميع القطاعات، كما تعمل على تقديم كافة الخدمات المتنوعة والمستجدة التي قد لا تستند إلى رصيد مصرفي، بحيث نجد أنه تجمع ما بين وظائف المصارف التجارية التقليدية ووظائف المصارف المتخصصة وبنوك الاستثمار والأعمال."

2.3 العوامل المساعدة على ظهور المصارف الشاملة: تضافرت مجموعة من العوامل والتي ساعدت على ظهور المصارف الشاملة، يذكر منها: ^{xliv}

- تزايد حدة المنافسة من المؤسسات المصرفية وغير المصرفية.
 - تزايد أهمية الزبائن وضرورة تلبية حاجاتهم على أساس المفهوم الحديث للتسويق.
 - تقدم الاتصالات والتطور التكنولوجي.
 - الحاجة إلى تنوع خدمات المصارف وتعزيز دورها في اقتصاديات الدول.
 - المؤثرات الدولية مثل اتفاقية تحرير التجارة العالمية ومقرارات لجنة بازل.
 - زيادة أهمية إدارة الجودة الشاملة كفلسفة في قطاع الخدمات ومن ضمنها قطاع المصارف.
 - الانطلاق باتجاه المنظمات المصرفية الكبيرة وتزايد عمليات الاندماج المصرفي.
- 3.3 أنشطة المصارف الشاملة وفوائدها:** تقوم المصارف الشاملة بالوظائف التقليدية للمصارف إضافة إلى وظائف غير تقليدية وأعمال استثمارية، تتمثل فيما يلي: ^{xlv}

- الترويج للمشروعات الجديدة وإتاحة الفرص الاستثمارية الجديدة.
- تقديم مجموعة من الخدمات الاستشارية للعملاء من بينها دراسات الجدوى، المعلومات المعاصرة عن التطورات الاقتصادية الكلية والقطاعية الخ.
- الاسناد، وهي وظيفة تحمل مخاطرة شراء الأوراق المالية المصدرة حديثا من الشركات المصدرة لها وبيعها على حساب مخاطرة مصرف الاستثمار، وهو بذلك يؤمن للشركة المصدرة للأسهم الحصول على المال المطلوب فورا، ويتحمل بدلا منها مخاطرة التسويق في السوق المالية. بحيث تسمح هذه الوظيفة بتأمين الأموال اللازمة للشركات الجديدة.

- التسويق والتوزيع، أي بذل الجهود البيعية الفعالة لصالح الشركة المصدرة للأوراق المالية، بما يقلل من تكلفة، مدة وصعوبة استيعاب الإصدارات في السوق، ويتقاضى المصرف الشامل مقابل هذه الخدمات على شكل عمولة للتوزيع من الشركة المصدرة لهذه الأوراق المالية.
- المساهمة المباشرة في الشركات من خلال الإسهام في الشركات الجديدة التي يعمل على تأسيسها والوفاء بمستلزمات تشغيلها.
- تكوين المحافظ المالية الاستثمارية للغير.
- تقديم القروض والائتمان لتدعيم القدرات الإنتاجية، ما يسمح بإتاحة فرص عمل جديدة وتحسين المواقف المالية للشركات، بما يرفع من جدارتها في السوق وبما يمكن الإدارات من زيادة الطاقة الإنتاجية وتحسين نوعية المنتجات وإدخال التجديد والابتكارات المتنوعة.
- التنوع في النشاط المالي والاستثماري من خلال الدمج بين محفظتي الإقراض والاستثمار المباشر للمصرف الشامل مع تقديم القروض المصرفية للوسطاء والمتعاملين في السوق المالية.
- التسديد، وتتضمن هذه الوظيفة تحويل قروض المصرف إلى سندات وبيعها في الأسواق المالية مثل قروض الإسكان.
- التعامل بالمشتقات، وهي من الأدوات المالية الحديثة التي شاع استخدامها مؤخراً من أجل الحيلة من المخاطر.
- التأجير التمويلي.
- تقديم القروض إلى كافة القطاعات وكذا منح القروض الاستهلاكية للأفراد والعائلات.

4.3 متطلبات التوجه نحو نظام المصارف الشاملة: وهناك متطلبات تتعلق بالمصرف ذاته ومتطلبات أخرى تتعلق بسياسات الدول. ^{xlvi}

1.4.3 متطلبات متعلقة بالمصارف: وتتمثل فيما يلي:

- ضخامة الموارد المالية من رأس مال واحتياطات وفقاً لمقررات لجنة بازل المحددة لكفاية رأس المال.
 - خبرات متخصصة للقيام بعمليات الإشراف والرقابة على مستوى المصرف، حيث يضمن ذلك نوعاً من الأداء السليم والرقابة الوقائية التي تجنب المصرف في الوقوع في أخطاء.
 - الوعي بصفة عامة لفهم وإدراك أهمية المصارف الشاملة.
 - تحديد المسؤوليات والصلاحيات لكل نوع من الأعمال لتجنب التعارض والإزدواجية في الأعمال.
- #### 2.4.3 متطلبات متعلقة بسياسات الدول: وتتمثل فيما يلي:

- إصدار تشريعات حديثة وتطور وتعديل التشريعات القائمة، بما يسمح للمصارف بتقديم الخدمات على أحسن وجه.
- اقتناع الأجهزة الرسمية والسلطات التنفيذية في الدولة بفكرة المصارف الشاملة وفوائدها وتوفير الدعم والمساندة لها.
- مساعدة الدولة لهذا النوع من المصارف في مراحلها الأولى من الناحية المالية، البشرية والتنظيمية.
- رفع مستوى فعالية وكفاءة المصرف المركزي، ومساعدته لها في أداء غايتها والمتمثلة في المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية.

- إعلام مكثف للترويج لمفهوم المصارف الشاملة وفوائدها.

3.. التوجه نحو الصيرفة الالكترونية ووسائل الدفع الحديثة

تعتبر الصيرفة الالكترونية من أحدث التوجهات التي عرفتتها المصارف في ظل الإبداع والابتكار المالي والمصرفي، بحيث تحقق عدة مزايا.

1.4 مفهوم الصيرفة الالكترونية: ويقصد بالصيرفة الالكترونية إجراء العمليات المصرفية باستخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة، سواء تعلق الأمر بالسحب أو بالدفع أو بالإئتمان أو بالتحويل أو بالتعامل في الأوراق المالية أو غير ذلك من أعمال المصارف، وفي ظل هذا النمط من الصيرفة لا يكون العميل مضطرا للتنقل إلى البنك، إذ يمكنه القيام ببعض العمليات مع مصرفه وهو في منزله أو في مكتبه، وهو ما يعني تجاوز بعدي المكان والزمان.^{xlvi}

فالصيرفة الالكترونية هي نظام يسمح للعميل بالتعامل مع حساباته من أي مكان في العالم من خلال التعامل مع المصارف المصممة على شبكات الأنترنت، التي تمثل وسيلة الاتصال بين المصرف والعميل بمساعدة نظم وبرامج، حيث يصبح العميل قادرا على الاستفادة من الخدمات والحصول على المنتجات المصرفية المختلفة عن بعد.

2.4 مزايا الصيرفة الالكترونية: تتعدد مزايا وفوائد الصيرفة الالكترونية سواء بالنسبة للمصرف والعميل، وذلك كما يلي:^{xlvi}

1.2.4 مزايا الصيرفة الالكترونية بالنسبة للمصارف: تنحصر أهم هذه المزايا فيما يلي:

- زيادة التنافسية بين المصارف، ما يدفعها إلى التغلغل في أسواق جديدة وزيادة انتشارها الجغرافي.
- إيجاد الولاء المصرفي للعملاء الحاليين للحفاظ عليهم من جهة وجذب عملاء محتملين من جهة أخرى.
- تقليص التكاليف الإجرائية كاستخدام الورق، الوقت والجهد الخ.
- الميزات التنافسية التي يحاول كل مصرف ناجح التميز بها في خدماته من خلال تحقيق الجودة الشاملة لهذه الخدمات من ناحية الوقت والتكلفة والجهد.

2.2.4 مزايا الصيرفة الالكترونية بالنسبة للعملاء: تنحصر أهم هذه المزايا فيما يلي:

- منح العملاء قدرة أكبر لاختبار الخدمة المصرفية الأكثر ملائمة لهم وهذه الميزة التي توفرها الأنترنت تعتبر نقلة نوعية في علاقة المصارف مع عملائها، أي إذا كانت الخدمة المطلوبة غير متوفرة لدى المصرف المختار على الأنترنت أو أن سعرها غير تنافسي فإن العميل سيتحول إلى مصرف آخر له موقع على الأنترنت.
- تقدم الخدمات المصرفية طوال أيام الأسبوع وعلى مدار 24 س/24سا، بمعنى خدمة متواصلة 365 يوم في السنة بما فيها العطل والأعياد ودعم الالتزام بمواعيد عمل البنك الرسمية.
- تمكين العملاء من الاطلاع على الحساب بإضافة إلى معرفة أسعار الفائدة، أسعار الصرف، مواعيد استحقاق أقساط القروض الخ.
- سهولة إجراء التحويلات المالية من حساب لآخر.
- إمكانية الاتصال بالمصرف من أي مكان في العالم، المكتب، المنزل، المقهى الخ.
- إمكانية الحصول على خدمات مصرفية سريعة في الوقت والمكان المطلوبين وبدرجة عالية من الدقة والأمان وبتكاليف منخفضة.

3.4 متطلبات عمل الصيرفة الالكترونية: الخوض في التعامل عبر الانترنت مع المصارف يتطلب كسب ثقة جمهور

العملاء في الجهاز المصرفي والمعاملات المصرفية، وهو ما يستلزم توافر عدد من العناصر أهمها: ^{xlix}

- البنية التحتية للاتصالات للدولة ومختلف القطاعات: تعمل المصارف الالكترونية في بيئة التجارة الالكترونية والتي يتمثل العامل الرئيسي لنجاحها في توفر بيئة اتصالات قوية كفؤة وسلامة سياسات السوق الاتصالي.

- تقنية المعلومات: وتشتمل في الأجهزة والبرمجيات والكفاءات البشرية والوظائف الاحترافية، كما يجب أن تتوفر استراتيجيات التلاؤم مع المتطلبات وسلامة البرامج، النظم المطبقة لضمان تعميم التقنية بصورة فعالة ومنظمة وضمان الاستخدام الأمثل لوسائل التقنية.

- توفر الأمان: يتعين للمصرف المتعامل بالصيرفة الالكترونية العمل على حماية شبكة وأنظمة المصرف الداخلية من عمليات الهجوم الالكتروني باستخدام تقنيات وأساليب متعددة لتوفير عنصر الأمان.

4.4 خدمات الصيرفة الالكترونية ووسائل الدفع الحديثة: تسمح توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال بإحداث تغيير جذري في طبيعة ونوع الخدمة المصرفية المقدمة وفي كيفية تقديمها وعرضها بما يتماشى ومتطلبات الصيرفة الالكترونية.

1.4.4 خدمات الصيرفة الالكترونية: وتشتمل اهم هذه الخدمات فيما يلي:

- خدمة الصراف الآلي: ويتم الدخول إلى هذه الأجهزة بواسطة بطاقة الكترونية يحملها عميل المصرف ويستخدم رقمه السري للدخول إلى حساباته. ¹

- خدمة البنك الهاتفية: حيث تمنح المصارف عملائها حق الاتصال الهاتفي بها من خلال رقم مخصص مرتبط بالحاسوب المركزي للمصرف، بعدها يطلب من العميل أن يدخل رقمه السري على جهاز الهاتف ويطلب العملية التي يريد. ^{li}

- مراكز الاتصال: وهي مراكز خدمة مصرفية هاتفية خاصة تقدمها المصارف لعملائها على مدار 24 ساعة وطيلة أيام الأسبوع من خلال تواجد موظفيهم لتقديم المساعدة على الهاتف في كافة أنواع الخدمات المصرفية والاستفسارات العامة لدى العملاء، وقد حددت المصارف أرقام هاتفية مخصصة لهذه المراكز ويتم الحصول على الخدمة المطلوبة بعد إدخال رقم الحساب والرقم السري للتحدث مع الموظف المسؤول.

- خدمة الرسائل القصيرة: تسمح هذه الخدمة للعميل بمتابعة كافة عملياته المصرفية التي تمت على حساباته الشخصية أولاً بأول من خلال استلامه رسالة نصية من المصرف هلى هاتفه المحمول.

- خدمات نقاط البيع: تمنح هذه الخدمات عملاء المصارف مرونة كبيرة في تسديد قيمة دفعاتهم إلكترونياً كبديل للنقود الورقية أو الشيكات، خاصة إذا كانت المبالغ المطلوبة كبيرة.

- الخدمة المصرفية عبر شبكة الانترنت: تسمح هذه الخدمة للعملاء بالقيام بالمعاملات المصرفية من خلال الدخول إلى الصفحة الالكترونية التي يشغلها المصرف عبر الانترنت.

2.4.4 وسائل الدفع الحديثة: تتضمن خدمات الدفع الحديثة الالكترونية مجموعة من الأدوات التي تقوم على خدمات الكترونية، تمثل أهمها فيما يلي:

- **خدمة الشيك الالكتروني:** ويمثل رسالة الكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك ليعتمده ويقدمه إلى المصرف الذي يعمل عبر الأنترنت، ليقوم المصرف أولاً بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك، وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادة إلكترونيته إلى حامل الشيك.
 - **التحويل المالي الالكتروني:** ويقصد بنظام التحويلات المالية الالكترونية مجموعة القواعد والإجراءات المرخصة المعتمدة في تحويل الأموال عبر المصارف الكترونياً أو من خلال الأنترنت وتتم عملية لإصدار أمر التحويل عن طريق الهاتف المحمول أو الكمبيوتر.
 - **البطاقات البنكية:** وهي عبارة عن بطاقات مغناطيسية يستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة قد تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو الاتلاف.
 - **بطاقات الدفع:** وتصدرها المصارف أو شركات التمويل الدولية على أساس وجود أرصدة فعلية للعميل في صورة حسابات جارية تقابل المسحوبات المتوقعة له.
 - **البطاقات الائتمانية:** وهي البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة، تمكن حاملها من الشراء الفوري لاحتياجاته مع دفع أجل لقيمتها واحتساب فائدة مدينة على كشف الحساب بالقيمة التي تجاوزها العميل عند نهاية الشهر.
 - **النقود الالكترونية:** أو النقود الرقمية والتي تمثل نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات الكترونية تخزن في مكان آمن على الهارد ديسك لجهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل يعرف باسم المحفظة الالكترونية، ويمكن للعميل استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات البيع، الشراء أو التحويل.
 - **البطاقات الذكية:** وهي عبارة عن بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية الكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل الاسم، العنوان، المصرف المصدر، أسلوب الصرف، المبلغ المصرف بتاريخه، تاريخ حياة العميل المصرفية، حيث يمكن استخدام هذه البطاقة كبطاقة ائتمانية أو بطاقة خصم فوري تبعاً لرغبة العميل.
- رابعا: واقع التوجهات الحديثة للمصارف الجزائرية بين المعوقات والمتطلبات**
- يواجه النظام المصرفي الجزائري عدة مشاكل تتعلق بالكفاءة والسرعة في الأداء تظهر أثناء تقديمه للخدمات، حيث يقف عائقا أمام تطوره، وذلك في ظل غياب شيكات محلية تربط بين مختلف الهيئات المالية، وهو ما فرض ضرورة العمل على التوجه نحو اعتماد استراتيجيات وأعمال مصرفية حديثة تتوافق والتغيرات في البيئة الاقتصادية الدولية والمحلية. ولهذا بادرت الجزائر كغيرها من نظيراتها من الدول نحو العمل على نقل بعض التقنيات المصرفية إلى السوق المصرفية الوطنية وتفعيل بعض الآليات في ظل الابداع والابتكار المصرفي.
- 1/. تحديثات المصارف الجزائرية في ظل الابداع والابتكار المصرفي:** بالرغم من الجهود المبذولة من قبل السلطات الجزائرية لتطوير المنظومة المصرفية وتأهيلها لمستوى التوجهات الحديثة للمصارف، لا تزال الجهود المبذولة في هذا المجال بعيدة عن تحقيق هذا التأهيل.
- وتتمثل أهم الاجتهادات في هذا المجال في كل من:

1.1 إنشاء شركة ما بين المصارف: حيث تم سنة 1995 م إنشاء شركة ما بين المصارف الثمانية البنك الوطني الجزائري BNA، بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR، البنك الخارجي الجزائري BEA، الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP، القرض الشعبي الجزائري CPA، بنك التنمية المحلية BDL، الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي، بنك البركة الجزائري، حيث قدر رأس مالها بـ 267 مليون دينار جزائري. من أجل:

- تحديث وسائل الدفع للنظام المصرفي الجزائري.
 - تطوير وتسيير التعاملات النقدية ما بين المصارف.
 - تحسين الخدمة المصرفية وزيادة حجم تداول النقود.
 - وضع الموزعات الآلية في المصارف والتي تشرف عليها الشركة.
- كماى تقوم هذه الشركة بصنع بطاقات السحب المصرفية حسب المقياس المعمول به دوليا وطبع إشارات السرية، وتنشأ هذه الخدمة عن طريق عقد يبرمه المصرف مع شركة (Société algérienne d'automatisation) SATIM (des transactions interbancaires et monétique) الذي يحدد التزام الطرفين خاصة فيما يتعلق بأجال وإجراءات التسليم بالإضافة إلى عملية الربط بين الموزعات الآلية ومصالح شركة SATIM بواسطة شبكة اتصالات بالإضافة إلى وجود سجل متصل ببيئة المقاصة لتصفية الحسابات ما بين المصارف.
- ويعد بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR من رواد المؤسسات المصرفية في الجزائر، والذي قطع شوطا لا بأس به على مستوى نظام الاتصالات فهو يمتلك شبكة اتصالات تهم معظم مناطق القطر الجزائري.

1.2 الشبكة النقدية ما بين المصارف: أعدت شركة SATIM عام 1996 م مشروعا لإيجاد حل للنقد بين المصارف وأول مرحلة لهذا المشروع بدأت سنة 1997 م وتمثلت في إعداد شبكة نقدية إلكترونية بين المصارف الجزائرية، هذه الشبكة لا تغطي إلا الخدمات المتعلقة بإصدار البطاقات المصرفية الخاصة بالسحب من الموزع الآلي محليا، وبالتالي يمكن للمصارف الوطنية والأجنبية الخاصة والعامة أن يقدموا إلى كل زبائنهم خدمة الأموال بواسطة الموزع الآلي.

وقد تجسدت عملية تحديث الهياكل القاعدية والتقنية والمادية للمصارف وتعزيزها منذ عام 2006م بوضع نظام للتسوية الاجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة والدفع المستعجل (RTGS) وكذا نظام داخلي للإعلام والمقاصة الالكترونية (ATCI).

1.2.1 نظام للتسوية الاجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة والدفع المستعجل (RTGS): حدد بمقتضى النظام رقم 04-05 الصادر في 13 أكتوبر 2005، وهو نظام دفع ما بين المصارف للمبالغ الكبيرة والمستعجلة التي تفوق قيمتها عشرة ملايين دينار، ويسمح هذا النظام بتنفيذ أوامر التحويل في الوقت الحقيقي، ويهدف هذا النظام إلى تحقيق ما يلي:

- تسوية عمليات البطاقة المصرفية في وقت حقيقي وكل وسائل الدفع الأخرى.
- تلبية مختلف احتياجات المستعملين باستخدام نظام الدفع الالكتروني.
- تخفيض التكلفة الاجمالية للمدفوعات.
- تخفيض آجال التسوية وتشجيع استعمال النقود الكتائبية.
- جعل نظام الدفع الجزائري يتمتع بالمقاييس الدولية في تسيير مخاطر السيولة.
- تقوية العلاقات بين المصارف.

- تشجيع إقامة المصارف الأجنبية.

2.2.1 نظام المقاصة الالكترونية (ATCI): والذي حدد بمقتضى النظام رقم 05-06 الصادر في ديسمبر 2005 نظام المقاصة ما بين المصارف، ويهدف إلى تسوية المعاملات ومعالجتها عن بعد ما بين المصارف والمؤسسات المالية بصورة الكترونية تحت إشراف المصرف المركزي، ووفقا لهذا النظام فقد تم استحداث شيكات جديدة " Les chèque normalisés".

3.2.1 إنشاء مركز معالجة النقدية ما بين المصارف: والذي تشرف عليه شركة SATIM، وتعمل على ربط مراكز التوزيع مع مختلف المؤسسات المشاركة لوظيفة السحب، حيث يتولى هذا المركز ربط الموزع الآلي بمقدمة الخدمة بواسطة خطوط عبر الشبكة الوطنية ومركز للإعتراض على البطاقات الضائعة أو المازورة.

4.2.1 خلق الموزعات الآلية للنقد ووسائل الدفع الالكتروني: حيث نص المشرع الجزائري من خلال المادة 69 من قانون النقد والقرض رقم 90/10 المؤرخ في 16-04-1990 على " تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن من تحويل أموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل" وبالتالي لم يحدد هذه الأدوات، بما يعني إمكانية اعتماد أي أداة مصرفية جديدة وأي جديد يطرأ على تقنيات الدفع. وبالتالي نجد أن المصارف الجزائرية اعتمدت العديد من هذه التقنيات الجديدة كبطاقة الدفع المسبق، بطاقة فيزا الدولية الذهبية الخ.

5.2.1 تحقيق الدعم التشريعي والقانوني لنظام المصارف الشاملة: حيث يلاحظ ظهور النواة الأولى لنظام المصارف الشاملة في الجزائر من خلال قانون النقد والقرض رقم 90/10 ، والذي مثل دعما تشريعيا وقانونيا لعماد تنظيم جديد يهدف إلى استبدال الممارسات التقليدية للمصارف للتمويل بالوساطة باستراتيجيات مصرفية تهدف إلى تحسين الوظيفة المالية واقتحام سلسلة من النشاطات بالإضافة إلى النشاطات الأساسية، وبذلك فإن هذا القانون يفتح آفاق جديدة للمصارف الجزائرية. ومن أهم النشاطات التي عرفت المصارف الجزائرية في هذا المجال التوجه نحو التأمين المصرفي والذي يمثل توزيع منتجات التأمين من خلال قنوات التوزيع المتوفرة لدى المصرف.

حيث مثلت سنة 2008 نقلة نوعية في قطاع التأمين الجزائري من خلال دعم الاتفاق الجزائري الفرنسي في قطاع التأمين، والذي سمح لشركات التأمين الفرنسية بالدخول إلى السوق الجزائرية بهدف الترويج للتأمين المصرفي، وفيما يلي أهم الاتفاقيات الموقعة بين المصارف الجزائرية وشركات التأمين:^{lii}

- اتفاقية الشراكة بين الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP وشركة كارديف الجزائر في 25 مارس 2008.
- اتفاقية الشركة الوطنية للتأمين SAA وبنك التنمية المحلية BDL في 19 أبريل 2008.
- اتفاقية الشركة الوطنية للتأمين SAA مع بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR في 20 أبريل 2008.
- اتفاقية الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR مع البنك الوطني الجزائري BNA، والتي أطلقت أول تجربة نموذجية في 04 أكتوبر 2010.
- اتفاقية الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR مع القرض الشعبي الجزائري CPA في ماي 2008.

- اتفاقية الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR والشركة الجزائرية للتأمين الشامل CAAT وبنك الجزائر الخارجي BEA في 11 ماي 2008.

- اتفاقية بنك البركة مع شركة السلامة للتأمينات في 4 أكتوبر 2011.

كما قامت بعض المصارف الجزائرية في مجال تنويع الخدمات المصرفية بتقديم القروض المشتركة، حيث منحت مجموعة من المصارف العمومية بقيادة البنك الخارجي الجزائري BEA قرضا لمجموعة سوناطراك وأوراسكوم للإنشاء المصرفية لتمويل مشروع إقامة مصنع بتروكيماويات بمدينة أرزيو قرب وهران بقيمة 101 مليار أورو، ما يمثل نسبة 70% من التكلفة الإجمالية للمشروع.

فالرغم من أهمية التوجهات المذكورة سابقا لأي نظام مصرفي لا تزال المصارف الجزائرية بعيدة عن هذه التوجهات مقارنة بالدول الغربية المتقدمة وحتى العربية منها، فنجد غياب تام للإندماج المصرفي وعدم حمل أي مصرف جزائري لصفة المصرف الشامل لحد الآن إلى جانب وجود بعض أوجه للصيرفة الالكترونية والتي بالرغم من الجهود المبذولة للسلطات الجزائرية لتطوير أنظمة الدفع الالكترونية وإقامة شبكات وتكنولوجيا رقمية على المستوى المصرفي، لم تلقى هذه التجربة النجاح الكبير، وكل هذا راجع لأسباب عديدة على رأسها غياب سوق مصرفي حقيقي وفاعل في ظل اقتصاد رسمي ومنظم، تحكمه قواعد المنافسة والشفافية والمساءلة، تمر فيه مختلف المعاملات المالية عبر القنوات الرسمية.

2. **متطلبات تفعيل تقنيات الابداع والابتكار المصرفي في المصارف الجزائرية:** ويمكن حصر أهم هذه المتطلبات فيما يلي:

- مواصلة الإصلاحات المصرفية: ويتم ذلك عن طريق عملية إعادة هيكلة المصارف من خلال جملة من الإجراءات التي تهدف إلى تصحيح الهياكل الفنية والإدارية والمالية بغرض تحسين كفاءتها وتمكينها من اعتماد التوجهات المصرفية الحديثة.

- ضرورة مواكبة التكنولوجيا الحديثة في المجال المصرفي: الاستفادة من التطبيقات التكنولوجية الحديثة في العمل المصرفي، تتطلب ما يلي:

- زيادة الإنفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات.

- الإسراع في تنفيذ شبكة الاتصال بين المركز الرئيسي لكل مصرف وباقي فروعها بما يضمن سرعة تداول البيانات الخاصة بالعملاء وإجراء التسويات اللازمة.

- إصدار القوانين والتشريعات التي تضبط العمليات المصرفية الالكترونية.

- نشر الوعي لدى الأفراد بأهمية التعامل المصرفي الالكتروني.

- **تنويع الخدمات المصرفية:** فالمصارف الجزائرية مطالبة بتقديم خدمة متكاملة من الخدمات المصرفية حتى تتمكن من مواجهة المنافسة كون المنتجات والخدمات الحالية غير كافية مقارنة بالاحتياجات المتزايدة للعملاء.

- **تبني استراتيجية التسويق المصرفي:** والتي تعني دراسة كل من السوق المصرفية والزبون عن طريق تحديد رغباته واحتياجاته والعمل على إشباع هذه الرغبة بدرجة أكبر من درجة الإشباع التي يحققها المنافسون.

- تنمية المهارات والكفاءات البشرية: وذلك بتطوير إمكانيات العاملين وقدراتهم اللازمة لاستيعاب التطورات المتلاحقة في مجال الخدمات المصرفية.
- التكيف مع المعايير المصرفية الجديدة: وذلك من خلال تدعيم القواعد الرأسمالية، وضع آلية للإنذار المبكر وتقييم الدور التوجيهي والرقابي للمصرف المركزي.
- الاهتمام بتطوير سوق الأوراق المالية الجزائرية.

خاتمة

أبرزت المستجدات والتطورات العالمية المعاصرة التي شهدتها البيئة المصرفية الحديثة تحديات كبيرة، والتي أجبرت المصارف على تبني استراتيجيات مصرفية جديدة، أسفرت عن ظهور جملة من التوجهات الحديثة في مجال العمل المصرفي إلى جانب ابتكار أساليب وأدوات مصرفية على درجة عالية من التطور تعتمد على تقنيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتي تميزت بإحداث تغييرات في مجال الخدمات المصرفية المقدمة سواء من حيث التنوع، الجودة، الوقت و التكلفة.

وبالرغم من هذا التقدم الذي أحرزته الأنظمة المصرفية الدولية لا تزال الأنظمة العربية وعلى وجه التحديد النظام المصرفي الجزائري يواجه العديد من التحديات التي تشكل عقبات أمام أدائه، ورغم ذلك فقد بدأت تظهر بعض الدلائل التي تشير إلى وجود توجهات إيجابية نحو اعتماد المصارف الجزائرية للاستراتيجيات والتقنيات المصرفية المستحدثة في مجال الصيرفة الشاملة والصيرفة الالكترونية.

وعليه وفي سبيل ترقية العمل المصرفي من أجل التكيف بفعالية وكفاءة مع هذه التحديات ومن أجل إعادة تنظيم القطاع المصرفي الجزائري وتطوير أداء خدماته وزيادة قدرته التنافسية لابد من تكثيف كل الجهود وعلى كل المستويات سواء المالية، البشرية، المعرفية أو التشريعية من أجل توفير بيئة مصرفية تمكن من مواكبة التحولات المصرفية العالمية والتأقلم مع الواقع الدولي الجديد .