

د. رجم نصيب
أستاذ التعليم العالي
كلية العلوم الاقتصادية و علوم
التسيير - جامعة باجي مختار - عنابة

المؤسسة المصرفية الجزائرية
و تكنولوجيا المعلومات و الاتصال
تحديات و مسؤوليات بعد عام 2000

ملخص:

في إطار الإستراتيجية التنموية و السياسة الاقتصادية و النقدية ازدادت الحاجة إلى استخدام وسائل خاصة تسمح بتحقيق الأهداف المنتظرة للمؤسسات المصرفية و تتمثل هذه الوسائل في تكنولوجيا المعلومات و الاتصال التي ستسمح بتحديث و تطوير أعمال الإدارة و خاصة في مجال التنظيمات الإدارية من جهة و بإبداع هذه الوسائل سوف تتمكن المؤسسات المصرفية من إنتاج و إنشاء منتوجات مالية جديدة تمكنها من البقاء من جهة أخرى.

كلمات المفاتيح

المؤسسات المصرفية - تكنولوجيا المعلومات - الاتصال - التنظيمات الإدارية - الخدمات و المنتوجات المالية - المنافسة السوقية.

Résumé:

Dans le cadre de la stratégie de développement économique et de la politique financière, le besoin d'utilisation des techniques et d'instruments particuliers s'est fait sentir pour la concrétisation des différents objectifs assignés aux institutions bancaires.

Ces instruments concernant plus particulièrement les technologies d'information et de communication et permet la modernisation et le développement de la gestion en particulier dans le domaine de l'organisation administrative ; d'une part ; et par la innovation de ces instruments l'entreprise bancaire peut créer de nouveaux produits financiers lui assurant sa survie; d'autre part.

Mots clés:

Institutions financières- technologies (de l'information – communication) -organisation administrative –produits et services financiers - concurrence.

المقدمة

في ظل العولمة و ما أسفرت عنه على مستوى الاقتصاديات القومية و الجهوية ازدادت قوة وحدة الحاجة لأدوات و وسائل تجعل المؤسسات المصرفية الجزائرية تحقق الأهداف المسطرة لها في إطار الاستراتيجية التنموية و السياسة الاقتصادية و النقدية المعتمدة، و تتمثل هذه الأدوات و الوسائل في " تكنولوجيا المعلومات و الاتصال" و من أهمها الكمبيوتر، و خاصة الكمبيوتر الشخصي، إضافة إلى العدد الكبير من البرامج و التطبيقات و غيرها من الأدوات التكنولوجية المتطورة.

هذه الأدوات و الوسائل تعد وسيلة أو أداة و ليس هدفا بحد ذاته، تلعب دورا كبيرا في تحديث و تطوير أعمال الإدارة، كما يدخل تغيرات على التنظيمات الإدارية و لعل أهمها ثلاث و هي:

1- نوعية العمالة: فبفضل التكنولوجيات ستتحول المؤسسات إلى مؤسسات المعرفة و العقول و ليس مؤسسات الأعمال اليدوية أو الروتينية و سيتم الاعتماد أساسا على عمالة جديدة مستتيرة و اعية و مطورة تدعى Knowledge Workers.

2- ظروف العمل: سوف تتجه المؤسسات إلى الحضارة الالكترونية بدلا من الحضارة الورقية هذه التكنولوجيات تلعب دورا كبيرا في تحديث و تطوير أعمال الإدارة، كما و يدخل تغييرات على التنظيمات الإدارية، كما تعمل على خلق الحاجة إلى أنواع من الوظائف و كذلك إدخال تغييرات إلى معظم العمليات الإدارية بالإضافة إلى تأثيرات أخرى.

3- تبعا للنقطة الأولى و الثانية السالف ذكرهما تظهر حتمية تطوير سياسات و ممارسات تنمية الموارد البشرية (كتطبيق إستراتيجية إعادة الهندسة).

إلا أن هذه التكنولوجيات غير كافية لمواجهة المنافسة الشرسة التي ستشهدتها الساحة المصرفية الجزائرية و خصوصا أنه من المتوقع زيادة درجة انفتاح الأسواق المالية الجزائرية على السوق المالية الدولية بدرجة أكبر من التي ظهرت بعد قانون 90-10 و ذلك بعد تنفيذ اتفاقية الخدمات المالية و التي تسعى أساسا إلى تحرير الخدمات المالية إنتاجا و تجارة، و الذي سيكون له اثر سلبي على استمرارية و بقاء المؤسسات المصرفية الجزائرية الغير مؤهلة لمواجهة مثل هذه المؤسسات الدولية.

من أجل ذلك لابد من تطوير التكنولوجيات المتاحة على الساحة المصرفية الوطنية و ابداعها حتى تتمكن من إنتاج و إنشاء منتوجات مالية جديدة تمكنها من البقاء، مع العلم أن المحيط يتغير و يتجه تدريجيا نحو استخدام آليات السوق في جميع القطاعات و خاصة المصرفية منه.

و لتحقيق ذلك يجب أن تأخذ الإدارة المصرفية بعين الاعتبار ثلاثة معايير أساسية لنجاح ذلك و هي على النحو التالي:

- * طبيعة الاتصال داخل المؤسسة المصرفية
- * الثقافة السائدة بالمؤسسة المصرفية و نخص بالذكر اللغة المستخدمة داخل المؤسسة،
- * حساسية المعلومات النقدية و التي غالبا ما يصعب على المختصين و الدارسين الحصول عليها و اتخاذ القرارات الملائمة بالمقارنة مع العاملين بالدائرة المصرفية.

أولا: التكنولوجيا الحديثة و مساهمتها في بحث و تطوير الخدمات و المنتوجات البنكية

1- أسباب التغيير التكنولوجي

ان التكنولوجيات الحديث لا توفر وسائل للرفع من مستوى إنتاجية و الضغط على التكاليف بل تتجاوز ذلك إلى تعويض أحيانا معدات الإنتاج و التصميم كما تحت إلى الإبداع في كل ميادين الخدمة و الى تغيير أشكال التنظيم و توزيع السلطة و تغيير الوظائف و توفير المعلومات و المعارف لاتخاذ القرارات و تنفيذها بفعالية.

و يزيد تطور الإعلام الآلي و وسائل الاتصال من سرعة جمع و معالجة و نشر المعلومات كما يزيد من فعالية تسييرها كما أن تطور قنوات الإرسال يساعد على مضاعفة وسائل الاتصال و أنواع المعلومات المنتشرة بين المتعاملين الاقتصاديين.

فالاستثمار في تكنولوجيا حديثة يطور من طاقة المؤسسة الإنتاجية و يساعدها على الحصول على معلومات أكثر حداثة و نوعية و على وضع الاستراتيجيات المناسبة و تنفيذها بأكثر فعالية مما يوفر لها إمكانية تحسين أدائها العام و اقتحام الأسواق العالمية* و يعتبر الحصول على المعلومات الاقتصادية الملائمة بالسرعة و بالشكل المناسب من بين المشاكل المهمة التي تواجه المؤسسات الاقتصادية في المحيط الحالي.

و تساند تكنولوجيا الإعلام التطور التكنولوجي و ترافقه لكنها لا تكفي وحدها لإحداث التغيير في ميدان الخدمات، بل يجب أن ترافقها تكنولوجيا أخرى مثل تلك بالنقل، الاتصال، و التخزين .

و تمكن التكنولوجيا الحديثة المؤسسات الاقتصادية من مضاعفة مواردها و تحسين نوعية منتوجاتها و خدمتها كما تمكنها من إعادة تنظيم هياكلها لتسهيل الاتصالات الداخلية و الخارجية و من تحسين أدائها الداخلي.

و يتوقف نجاح المؤسسة الاقتصادية الخدمية فأكثر على طريقتها في استغلال الإمكانيات الاستراتيجية الجديدة، الفرص الآتية من الوظائف الجديدة و المرتكزة على المعرفة و الذكاء و كذلك الفرص الآتية من إعادة هيكلتها التنظيمية.

و لمواجهة هذه التغيرات يجب أن تضع، المؤسسة المصرفية، استراتيجيات جديدة تمكنها من تحقيق أهدافها المالية، أهداف النمو و الاستمرار و من تحسين خدماتها و منتوجاتها و ذلك سواء:

-بتخفيض الوقت الضائع

-تخفيض تكاليف تقديم الخدمات و المنتوجات.

* ان التخفيض الكبير في اعتمادات الموازنة المخصصة لتكنولوجيا المعلومات يؤدي إلى تقليل تدفق المعلومات المهمة للمدراء صانعي القرارات يعني ذلك أن قراراتهم ستكون مستمدة إلى قدر أقل من المعلومات مما يحمل معه آثار سلبية على الأرباح.

-تحسين جودة الخدمات و المنتجات المقدمة
-تنويع و تطوير الخدمات المصرفية لمواجهة متطلبات العملاء.

1-2- التكنولوجيا و الخدمات و المنتجات البنكية

إن استخدام التكنولوجيا الحديثة أو المتقدمة في ميدان البنوك يخفف كثيرا من أعباء العمل اليدوي المتكرر و يؤدي إلى ربح الوقت و استغلاله في تحسين نوعية الخدمات المقدمة، خلق منتجات جديدة أو إلى خلق علاقات جديدة مع العملاء مما يزيد من فرصة مضاعفة البنك لموارده المالية.

و يستدعي ذلك من المؤسسة المصرفية إعادة تجميع المهام، تصميم النشطة الجديدة و إعادة توزيع الأعمال و الأنشطة بطريقة تتناسب مع تخصص العمال و ساعات العمل المطلوبة.

و تعود عملية إعادة تنظيم العمل و توزيعه كنتيجة لإدخال التطور التكنولوجي سواء في المصالح الإدارية أو الاستغلالية بالكثير من الفوائد على عملاء المؤسسة المصرفية:

■ تحسين جودة الاستقبال و مرونة تقديم الخدمات و معالجة العمليات.

■ يصبح العمال في المصالح الإدارية أو الاستغلالية أكثر استماع و اهتمام بمشاكل العملاء.

■ تحسين إنتاجية العمليات المقدمة مباشرة للعملاء و كذلك العمليات الداخلية التي تؤثر بطريقة غير مباشرة على الأولى.

■ الاستفادة من الوقت الإضافي في المصالح الإدارية لصالح الخدمات مباشرة للزبائن.

■ تبسيط الهياكل و الإجراءات و القرارات التنظيمية.

- المساهمة الفعالة لكل من يهمله المر في عملية التطوير و إعادة التنظيم و خلق روح الجماعة و تطبيق عمليات التطوير التكنولوجي في المصالح الإدارية: مثل الموارد البشرية أو إدارة الائتمان و القروض أو إدارة المصالح الخارجية يقلل من أعباء العمل الإداري اليدوي و يسهل علاج المعلومات و يبسط من المهام كما يقضي على العمليات المتكررة.
- و حسب الأسلوب المستعمل لإدخال التغيير، تعتمد برامج التطوير على تغيير الإنتاجية، تغيير الوظائف، أو على تغيير الهيكل التنظيمية لرفع مستوى أداء الخدمات و المنتجات المقدمة للزبائن.
- و تؤدي التكنولوجيا المتطورة، إذا ما تم تسيرها و استغلالها بطريقة جيدة، إلى الحصول على نتائج بأقل التكاليف و خدمات أكثر شخصية و ملائمة لاحتياجات الزبائن.
- و يسهل دخول الإعلام الآلي للبنك توفير المعلومات و استغلالها بشكل آلي، تبادل المعلومات بين الأنظمة الفرعية المختلفة و تحقيق التكامل فيما بينها عن طريق ربطها بمجموعات واحدة من البيانات و هذا يؤدي، باستعمال الشبكات و التقنيات الضرورية، إلى تأمين الخدمات المختلفة في الوقت و المكان المختار من العميل. و يمكن استعمال الحاسب الآلي في عمليات عديدة أخرى كتقديم الخدمات مباشرة على الشبائيك أو بواسطة الموزع الأوتوماتيكي باستعمال بطاقات السحب أو بطاقة الائتمان المختلفة مما يقلل من وقت الانتظار أمام الشبائيك.
- كما أن الكمبيوتر يمكن من تقديم المعلومات مباشرة أو نقلها عبر قنوات الكترونية إلى مكان استقبالها و حتى إلى منزل العميل و ذلك بتوفير شبكة تصل بين عدة حاسبات آلية بإمكانها القيام بهذه العمليات.

إن الخدمات المقدمة بواسطة الحاسب الآلي متعددة و متنوعة و يمكنها استعمال مصادر داخلية أو خارجية للمعلومات بواسطة الانترنت كما يمكنها نقل المعلومات التجارية بين البنوك في نفس البلد أو في بلدان مختلفة أو بين البنوك و المؤسسات و ذلك بواسطة شبكات المواصلات البنكية المختصة.

و يؤثر إدخال النظام الآلي لمعالجة المعلومات و العمليات المصرفية على مختلف مراحل العمليات الإنتاجية: من تصميم المنتج أو الخدمة إلى تسويقه كما يؤثر على الوظائف المختلفة الإدارية منها الاستغلالية و على تنظيم و هيكل البنك و على أسلوب تسيير موارده المادية و البشرية.

3-1 التكنولوجيا و العمليات المصرفية

إن إدخال التطور التكنولوجي في البنك يؤثر على طرق و أساليب العمل فيه، و هذا يؤثر بدوره على الأنظمة الفرعية و على الوظائف المختلفة و على علاقات العمل بين مختلف المتدخلين في العملية الانتاجية فاستعمال الحاسب الآلي لا يسهل تسجيل البيانات و معالجتها فقط لكنه وسيلة لوضع المخططات و مراقبتها و هو محدد لأهمية المشاريع الاستثمارية و يساعد على اختيار مصادر التمويل و على تخطيط هذه العملية، و هو في النهاية يساعد على وضع طرق جديدة للتسيير المالي.

و يمكن للتكنولوجيا أن تطبق في عدة مجالات:

* الحصول على المعلومات و توثيقها

* تحليل المعلومات

* الاتصال، بمعنى تداول المعلومات

* السيطرة على العمليات المصرفية

* الإدارة، بمعنى دعم القرار، وإدارة المعلومات

* التصنيع، بمعنى التصميم

* مشاركة الخبرة، أي النظم القائمة على الخبراء

* التوسع أكثر في العمليات الإنتاجية

فالكومبيوتر يساعد كثيرا على التحليل المالي، و قد أدخل التوسع في استعمال البرامج الحديثة المتخصصة في هذا الميدان النظرة الاقتصادية الشاملة للمشروع و يسهل عملية القرار و تنفيذ الاستثمارات. و يمكن للبنك، بفضل خبرته و تجهيزاته المتطورة و نوعية المعلومات المحصل عليها القيام بدراسات فعالة للسوق للسيطرة عليه و تحسين حصته فيها و ذلك:

■ بواسطة التعرف على رغبات و احتياجات العملاء المالية

■ اختيار فئات العملاء المناسبين لأعماله

■ بالإضافة إلى تقييم عملائه الحاليين للاستجابة أكثر لمتطلباتهم

و الحفاظ عليهم

■ تنمية المنتجات و الخدمات المصرفية في ضوء التطورات المالية

■ دراسة أساليب تطوير الخدمات الحالية و إمكانية تقديم خدمات أو

منتجات مصرفية جديدة ووقت تقديمها.

■ دراسة المنتجات و الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك

المنافسة

و توفر الدراسات التسويقية للبنك فرصة القيام بالعمليات الاستشارية

لعملائه بواسطة التعرف على المنتجات و الخدمات المطلوبة أكثر و على

المنافسة في ميدان عمله.

و قد أعطى الحاسب الآلي للعامل الذي هو في اتصال مباشر مع الزبائن أكثر حيث يوفر له المعلومات و إمكانية معالجتها بسهولة و الإجابة عن كل احتياجات العملاء بسرعة و بفعالية.

كما أن التوسع في استخدام الكمبيوتر على مستوى الوظائف المختلفة للبنك لم يعد يتطلب كثيرا التخصص في الأعمال بل عمال قادرين على فهم احتياجات الزبائن و على اقتراح الحلول المناسبة لتلبيتها.

و قد ظهرت البنوك الشاملة في ظل النظام الاقتصادي العالمي الجديد لتقوم بكل الوظائف التجارية التقليدية و غير التقليدية في منظومة بنكية واحدة تقوم على تنويع كامل للأعمال و الوظائف لتلبي كل طلبات العميل و تحل جميع مشكلاته و ظهر هذا المفهوم الجديد لجذب المزيد من أموال الودائع و المدخرات و الأموال القابلة للاستثمار و لحل كل مشاكل العميل بغية التوظيف الأمثل لموارد البنك و تعظيم الربحية و تقليل درجة المخاطر.

و من بين الطرق المستخدمة حاليا في البنوك للإجابة بصفة مطابقة على احتياجات العملاء، الدراسات الخاصة بالجودة التي تسمح بمعرفة العملاء بصفة جيدة عبر إحصائيات دورية يتم الإجابة عنها من طرفهم. و لا تهتم تقنية الجودة بتحسين الخدمات و المنتجات المقدمة للزبون فقط بل كذلك بتحسين أداء الأعمال و الأنشطة الداخلية عن طريق الحوار و حل المشاكل المختلفة و الضغط على التكاليف.

و يتطلب الاتجاه الحالي من البنوك تعظيم مرونتها خاصة بالنسبة للأعمال التي تقدم مباشرة للزبائن و يمكن تحقيق ذلك بواسطة خلق شباك وحيد يقوم بكل العمليات المالية و المصرفية لتسهيل المعاملة معهم، خلق

علاقات أكثر شخصية و الاستجابة لطلباتهم بواسطة التحليل الجيد لاحتياجاتهم الحقيقية.

حيث أصبح من الممكن تحقيق الميزة التنافسية بين البنوك بالمقارنة بين عدة مستويات: الجودة، التكاليف، الوقت و المرونة.

و بدراسة العلاقة بين مدخلات و مخرجات البنك كمنظمة مفتوحة على محيطها، أي باعتبار التقنيات المتطورة كمدخلات، صنف أحد المؤلفين نتائج التغيير إلى نوعين:

- نتائج تقنية بحثة تتطلب إعادة تنظيم البنك لتحقيقها.

- و نتائج بسيكو-اجتماعية و هي تخص التطورات السلوكية و المهنية للموارد البشرية

و أصبح نجاح المؤسسة المصرفية من الناحية المالية و تقديم خدماتها مرتبط ليس فقط بالتقنيات المستعملة لكن كذلك بمعرفتها الجيدة لمتطلبات عملاءها (عبر دراسات السوق) و بطرق تصميم و تصنيع و بيع منتجاتها و بطرق تسيير مواردها و مخزونها..إلخ

و تستطيع المؤسسة البنكية تعظيم مردودها بفضل:

* تكرار العمليات أو الخدمات المقدمة لعملائها و التي تعتبر استراتيجية و ذات قيمة مضافة.

* الاهتمام بفاعلية النظم و السياسات و الهياكل التنظيمية التي ترافق

التغيير

* نتائج منحنى الخبرة

* مراقبة التكاليف و الجودة

ثانيا: تأثير التغيرات التكنولوجية على المنافسة السوقية
يعمل التغير التكنولوجي غالبا على تكثيف القوى التنافسية في سوق
المنتجات و تتبثق قوة التكنولوجيا على إثارة المنافسة السوقية من قدرتها
على:

- 1) التأثير على القوة التنافسية بين المنافسين الأقوياء
 - 2) التأثير على إمكانية دخول المنتجين الجدد إلى الصناعة
 - 3) التأثير في القوة التنافسية للمشتريين و العملاء
 - 4) التأثير في القوة التنافسية لمنتجين و العارضين
 - 5) التأثير في قوة تهديد السوق بالمنتجات البديلة
- و سوف نتناول كل عامل بشيء من التفصيل.

2-1 التغير التكنولوجي و القوة التنافسية بين المنافسين الأقوياء

1- عندما تؤدي الابتكارات الفنية إلى تخفيض التكلفة، و تزيد الضغوط
لتخفيض الأسعار بحيث يستطيع المنتجين منخفضي التكلفة استخدام سلاح
الأسعار لجذب العملاء بعيدا عن منافسيهم و قد تحاول المنشآت مرتفعة
التكلفة الدفاع عن مساهمتها السوقية عن طريق تخفيض الأسعار، إلا أنها
تواجه مشكلة انخفاض هامش الربح، و ربما تنزلق إلى تحقيق خسائر
و بذلك فإن التكنولوجيات المخفضة للتكاليف تدعم الاستراتيجية التنافسية
التي تستهدف الانتاج بأقل تكلفة ممكنة على مستوى الصناعة بأسرها فإذا
كانت التغيرات التكنولوجية من النوع الذي يمكن الحفاظ عليه بالسرية أو
بحقوق الاختراع، فإن الطريق يصبح مسدودا أمام المنافسين للحصول
على تكنولوجيا مماثلة أو تقليدها.

2-عندما يسفر التغير التكنولوجي عن تدعيم جودة المنتجات و المزايا المرتبطة بأداء السلع فإن من يتبنى هذه التغيرات التكنولوجية يستطيع كسب العملاء من المنافسين بإتباع استراتيجية تفصيلية قائمة على جاذبية منتجاته. و كلما تبنت المنشأة التغيرات التكنولوجية مبكرا، كلما استفادة من هذه الميزة و ذلك إذا لم يستطع المنافسين أن يقوموا بالتنفيذ السريع للتغيرات التكنولوجية المناظرة.

3-كلما قامت التغيرات التكنولوجي على جرة كبيرة من التعلم من خلال أداء العمل و على الخبرة المكتسبة المبكرة من التكنولوجيا كلما مهد ذلك الطريق لتوسيع الحدود التكنولوجية إلى أبعد من ذلك فإذا كان استخدام هذه التكنولوجيا قاصرا على المنشأة، فإنها تستطيع أن تحقق بعدا تنافسيا كبيرا من مزاياها التكنولوجية، و هذا التفوق التكنولوجي في الانتاج يترجم إلى مكاسب تتمثل في زيادة مبيعاتها و ارتفاع المساهمة السوقية لها على حساب منافسيها.

2-2 التغير التكنولوجي و إمكانية الدخول المحتمل إلى السوق

هناك عدد من الطرق تستطيع التغيرات التكنولوجية من خلالها التأثير على إمكانية دخول المنشآت إلى السوق:

1-تستطيع التغيرات التكنولوجية أن تزيد حواجز الدخول إلى السوق إذا كان من الممكن الانفراد بطرق الإنتاج الابتكارية من خلال الاستحواذ على حقوق ملكية الابتكارات التكنولوجية يكون من السهل على المنشآت الجيدة الدخول إلى السوق في ذلك الجزء من الانتاج المتعلق بالابتكار التكنولوجي.

2-تستطيع التغيرات التكنولوجية في الأسلوب الفني للإنتاج أن تغير من الاحتياجات الرأسمالية اللازمة لدخول الصناعة و ذلك من خلال:

-حاجة المنشآت إلى الاستثمار بكثافة و بشكل مستمر في البحوث و التطوير حتى تستطيع أن تجاري التغيرات التكنولوجية الجديدة المندفقة.
-التأثير على الاستثمار الرأسمالي اللازم لبناء و تجهيز مرافق الإنتاج الجديدة و كلما زادت الاحتياجات الرأسمالية التي تستلزمها التغيرات التكنولوجية في الإنتاج كلما ارتفعت حواجز الدخول أمام المنشآت الخارجية

3- تستطيع التغيرات التكنولوجية:

-أن تزيد أو تقلل الحاجة إلى خدمات ما بعد البيع
-أن تجعل من السهولة أو الصعوبة التحاليل على طرق التوزيع التقليدية
-أن ترفع أو تخفض التكلفة التي يتحملها المشتريين من أجل تحويل مشترياتهم إلى بائع آخر.
-أن تجعل من الصعب أو من السهل على المنتجات الصناعية منخفضة الجودة للحاق بالمنتجات الصناعية عالية الجودة.
و اعتماد على اتجاه هذه التغيرات، فإن عوائق الدخول إلى الصناعة قد تكون أكثر ارتفاعا أو انخفاضاً.
و في الحقيقة فسواء أدي التقدم التكنولوجي الى رفع أو خفض حواجز الدخول أمام المنشآت الجديدة،فان ذلك يعتمد في الغالب على المدى الذي تستطيع عنده المنشآت المنافسة . فعندما تتولد التغيرات التكنولوجية داخل المنشآت يكون من السهل حمايتها من التقليد و الانفراد باستخدامها بواسطة براءات الاختراع، فإذا كانت هذه التكنولوجيات من

النوع الذي يخفض التكلفة أو يحسن من جودة المنتج، فإن المنشآت المبتكرة تتمتع بقمة تنافسية عالية.

2-3 تأثير التغيرات التكنولوجية على قوة المشتريين

تستطيع التغيرات التكنولوجية في بعض الأحيان أن تغير من نطاق المساومة بين المنتجين و العملاء، كما في الحالات الآتية:

1- إذا أدت التغيرات التكنولوجية إلى تنميط مجتمع معين، كلا تمكن العملاء إلى تحويل طلباتهم إلى منتجين آخرين بسهولة و بتكلفة أقل، زادت القوة التفاوضية للعملاء مع البائعين حيث يتجه العملاء إلى الموردين الذين يقدمون أفضل الشروط.

2- إذا استطاعت التغيرات التكنولوجية أن تضيف إلى السلعة بعض الخصائص التي تعتبر الأساس الذي يعتمد عليه العملاء في اختيار السلعة، فسوف يؤدي ذلك إلى خلق تفضيل قوى من جانب المشتريين مما يؤدي إلى تضيق نطاق المساومة بين المنتجين و العملاء.

2-4 تأثير التغيرات التكنولوجية على قوة المنتجين

تستطيع التغيرات التكنولوجية أن تؤثر على القوة التفاوضية للمنتجين كما في الحالات الآتية:

1- إذا كانت تكنولوجيا إنتاج المواد أو الأجزاء أو قطع الغيار متاحة أمام عدد كبير من الموردين، فإن تكلفة تحول العملاء من مورد لآخر تكون منخفضة، الأمر الذي يزيد من شدة المنافسة بين الموردين، و يضعف القوة التفاوضية للموردين أمام العملاء.

2- إذا استأثر المنتجين بتكنولوجيا معينة تتصل بأداء السلعة أو بخصائص محددة بها بحيث تستطيع أن ترغم العملاء على الشراء من هؤلاء المنتجين، فإن ذلك يضعهم في قمة المنافسة و يمنحهم قوة تفاوضية كبيرة مع عملائهم.

2-5 تأثير التغيرات التكنولوجية على قوة تهديد السوق بالمنتجات البديلة:

إن المدى الذي يستطيع عنه التغير التكنولوجي أن يحفز المنشآت على إحلال أحد المدخلات محل مدخل آخر يكون دالة لكل من الأسعار النسبية للمدخلات، و أداء المدخلات الجديدة، و تكلفة الاحلال بين المدخلات، فعلى سبيل المثال، أشعل التغير في تكنولوجيا المواد المنافسة المتزايدة بين الصلب و الألمنيوم و البلاستيك باعتبارها من المكونات في صناعة هياكل السيارات و صناعة قطع غيار السيارات كذلك فقد توغل الألمنيوم كبديل للنحاس في صناعة المنتجات الكهربائية، و دخلت الألياف الصناعية كبديل للقطن و الصوف في صناعة المنسوجات.

ثالثا : تأثير التغيرات التكنولوجية على التنظيمات الادارية

تعد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال وسيلة أو أداة و ليس هدفا بحد ذاته، تلعب دورا كبيرا في تحديث و تطوير أعمال الإدارة، كما يدخل تغيرات على التنظيمات الإدارية و من أهمها نذكر مايلي:

3-1 نوعية العمالة

و منذ أوائل الستينات من القرن العشرين بدأ الاتجاه العالمي بتغيير إلى عمالة الخدمات بدلا من العمالة العضلية. إن مثل هذه الأنشطة الخدمية أصبحت تستوعب ثلاثة أرباع مجموعة قوى العمل في بعض الدول المتقدمة*.

كما أن هذا التحول قد انعكس على الصادرات حيث أصبحت الخدمات و حقوق الملكية الفكرية تفوق قيمة ما يصدر من المنتجات الصناعية ومن ثم فقد ارتفعت الأهمية النسبة للقطاعات الخدمية على حساب القطاعات الإنتاجية مثل صناعة الالكترونيات و التأمين و التمويل و الإعلام و السياحة و النقل حيث يقل الاعتماد على الأصول المادية الثابتة و يزداد الاعتماد على أصول المعرفة المتمثلة في الخدمات الإنتاجية مثل البحوث و التطوير و التصميم و التسويق و الإعلام و التخزين و الصيانة و رقابة الجودة.

و قد ترتب على ذلك أن فرص و مجالات و مهارات العمالة أصبحت في مجالات الالكترونيات و الكمبيوتر و باقي القطاعات الخدمية فظهرت خبرات و مهارات عالية تحتاج إليها الأنشطة الجديدة في قطاع الخدمات الذي استمر في التوسع و من ثم فقد ارتفع مستوى التعليم و المعرفة للفرد العادي و خلقت تخصصات جديدة و وظائف جديدة تقوم أساسا على العلم و المعرفة و من ثم تغير الطلب على العمل فظهرت

* 75% من جميع الوظائف في الولايات المتحدة الأمريكية تعمل في صناعة الخدمات و سوف يستمر هذا

التحول في الوظائف الجديدة و تقدر عدد الوظائف في قطاعات الصناعة سنة 2000 بما يتراوح بين 12-

15 % فقط من جميع الوظائف في الولايات المتحدة الأمريكية Personne /Human Resource

Management 6Th p. 6 Mathis & Jackson

العمالة المستتيرة الواعية المطورة knowledge workers و أخذت تحل محل العمالة العادية و هي نوعية جديدة من العمالة تتميز بالخبرة و المعرفة و يستخدمون مهارتهم و قدراتهم بصفة رئيسية، قوى عمل تتكون أساسا من خبراء متخصصين تحكمهم السيطرة على أعمالهم بأنفسهم دون الرجوع للأوامر المباشرة، عمالة لديها السيطرة على العمل و تحاسب في النهاية على الإنجاز، عمالة تعمل في فرق عمل مستقلة ذات مهام محددة و تتحمل مسؤولية كبيرة في الانضباط الذاتي و المحافظة على العلاقات المتبادلة، عمالة تحتاج إلى نظم جديدة في الإدارة و التعامل معها و تحفيزها، عمالة تحتاج إلى نظم جديدة للتحفيز المعنوي و خاصة الخبراء و المتخصصين منهم، و سوف يؤدي جزء كبير من العمال بطرق مختلفة عن السابق في اشكال تنظيمية هيكلية جديدة من ناحية المستويات التنظيمية و في الأدوار و محتويات الوظيفة و المسؤوليات و العلاقات و درجة الرسمية و المشاركة و أساليب الاتصالات و خطوط السلطة هذا بجانب تخصصات جديدة تقوم أساسا على العلم و التدريب و قد ترتب على ذلك أن زاد الاحتياج إلى إنتاجية المعرفة و هي مجالات جديدة واعدة لم تطرق بعد في عالم الإنتاج و الإنتاجية.

2-3 ظروف العمل

لقد أصبح الآن و في عصر المعلومات يصعب التحكم اليدوي للعامل في عمله و إجراءاته و لم يعد بإرادته التحكم في سرعة أداءه فيتباطأ عندما يرغب و يتسارع عندما يريد لأنه أصبح يعمل في وحدة إنتاجية مجهزة بشبكة ذكية تغذي خط الإنتاج الذي يعمل بالروبوت و الذي

يوجه و يتم التحكم فيه من غرف المراقبة، هذه الشبكة الذكية هي التي تتحكم في الإنتاج، و قد صممت أصلا لتؤدي العمل بسرعة محكمة و أصبح العامل مجبرا على مسايرتها و التعامل معها لذلك فقد أصبحت المعرفة و المهارة عي التي تساعد العامل على فهم طبيعة عمله و تجعله مدركا و مسيطرا عليه و لم تصبح أعمال و إجراءات العلمية الإنتاجية حركات يدوية محددة في ايقاع متكرر.

لقد تواجدت في عصر المعلومات أداه مشتركة تلعب دورا خطيرا في انتاجية العامل في الأنشطة المختلفة و تسوى بين متطلبات أعمالهم، فالفلاح الحديث عند حسابه لمعدلات سقاية الزراعة و تغذية القطيع و بحث فترات توالد الدواجن و عامل صهر الفولاذ عند مراقبته لشعلة الأفران و شاشة جهاز الفيديو و عامل الاستعلامات في الفندق و الممرضة التي تتعامل مع الجمهور و موظف الاستثمار في البنك عند تأكده من صحة نموذج التمويل، أصبح عليهم أن يقضوا جزء كبير من وقتهم يوالون المعلومات و يجمعونها من منظومة system expert يتضمن ملايين من وحدات المعلومات و معطيات مخزونة أصبحوا جميعا و أولا يعتمدون على معارفهم و مهارتهم و قدراتهم الفكرية في المعالجة المعلوماتية كعامل رئيسي في كيفية استخدامها و حسن استخدام المنهاج و لينات أجهزة الكمبيوتر software .

لذلك أصبح من الأفضل أن تجمع العمالة الآن في مجموعات وفقا لكيفية المعالجة المعلوماتية أو العمل الفكري الذي يقومون به كجزء من أعمالهم بصرف النظر عن التسميات المختلفة التي يحملونها سواء اكان العامل مزارعا أو سائقا أو عاملا في مصنع أو موظفا في بنك.

لقد أصبحت المعلومات هي المعيار الأساسي في عمل كل هذه الفئات، فالعاملين جميعاً أصبحوا ينتمون إلى جامعة واحدة تسمى طيف العمل الذهن Mind Work Spectrum عالم يقع فيه العالم، و الباحثين و المحلل المالي و مبرمج الحاسبات و الموظف العادي و العامل العادي. و بالرغم من اختلاف الأداء و اختلاف المستوى أصبح عوامهم جميعاً هو تحريك المعلومات و نقلها و توليدها، إن مستحدثات و معدات الموجة الثالثة قد أصبحت على درجة عالية من الذكاء حيث أنها مزودة بأجهزة حساسة Sensors تمتص المعلومات من المحيط و تكشف التغيرات و تنظم عملها بنفسها، و على العامل أن يتقهم كل أعمالها و يتجاوب معها و يحصل على معلومات إضافية و يضيفها إلى معلومات المنظمة التي يعمل بها بهدف الاستفادة منها في ممارسة نشاطه و عمله. سوف يتطلب الأمر في القرن القادم افتراضات إدارية جديدة مختلفة عن مفهوم و افتراضات إنتاجية العامل اليدوي و مفهوم و افتراضات جديدة عن كيفية استشارة رغبته و كيفية تحفيز العامل ذي المعرفة المستنير بهدف تعظيم و زيادة إنتاجيته.

إن منح المزيد من الحوافز يزيد الإنتاجية و هذا أمر متفق عليه حتى مرحلة التشبع، ثم ما هي الحوافز الجديدة بعد ذلك بعد تطبيق التحفيز المادي و المعنوي بصورة مختلفة و إثراء العمل و تكبير العمل و جماعات العمل المستقلة و الراحة المدفوعة و تمكين العاملين بصورة مختلفة و تفويض السلطات و ساعات العمل المرنة و وقت العمل المرن، ما هي الحوافز التي يمكن أن تقدم بعد مرحلة التشبع و في أي صورة

و ما أشكالها و هل التماذي في منحها سوف يؤدي فعلا إلى زيادة الانتاجية، النتيجة غير واضحة حتى هذه اللحظة¹.

و نلخص مما سبق إلى النقاط الآتية:

* ستتحول المنظمات إلى منظمات المعرفة و العقول ليس منظمات الأعمال اليدوية أو الروتينية و سيتم الاعتماد أساسا على Knowledge Worker

* ان القيمة الحقيقية لشركتنا و منظمنا و هيئتنا سوف تتوقف بالدرجة الأولى على الأفكار و المعلومات الموجودة في رؤوس العاملين و المعطيات الموجودة في قاعدة المعلومات و من ثم يبدأ الكلام بعد ذلك عن الموجودات و الأصول المادية.

* ستتواجد تغيرات كبيرة في هياكل العمالة و نظم العمل بها.

* ستزداد الحاجة إلى العمالة غير المباشرة في الهياكل التنظيمية للشركات و استقطاب المهارات عالية الكفاءة (وظائف أخصائيو البحوث و التطوير و فنيو الصيانة للتعامل مع تجهيزات أكثر تعقيدا و ستزيد الحاجة لبرامج التطوير و البحوث فهي الوقود المحرك للتطور التكنولوجي و مفرزاته من منتجات جديدة و أساليب أداء جديدة في مجال العمليات الإنتاجية)

* ستقل أعداد العمالة اليدوية و الكتابية و العمالة غير الماهرة عموما

* ستخفض مستوى بعض الوظائف و سترتفع البعض الآخر، و خاصة وظائف المعرفة.

* ستظهر الحاجة إلى تزويد القيادات بمفهوم تمكين العاملين أي إتاحة الفرصة للقادرين و الراغبين بأن يقدروا الموقف ثم يتصرفوا دون الرجوع للرؤساء.

Riggs & Felix, Productivity By Objectes Prentice Hall Englewood Cliffs Us, P¹

*تظهر الحاجة الشديدة إلى إعادة تصميم الوظائف في كافة المستويات التنظيمية بهدف تقليل العمالة توكبا مع التغيرات العالمية و الأخذ بتكنولوجيا المعلومات.

كما ستؤدي التغيرات الاجتماعية و تعدد جنسيات العمالة إلى تغيير مستويات التعليم و تغيير نظم القيم و تغيير ثقافة المنظمات و تغيير برامج التدريب لتتواءم مع الجديد.

*ستتجه المنظمات إلى الحضارة الالكترونية بدلا من الحضارة الورقية، ثورة تكنولوجية في التحول من الورق إلى اسطوانات الليزر أي الأقراص المدمجة Compact disk كآلية جديدة للتسجيل و التخزين و الاسترجاع و نقل المعلومات و تداولها بين الأطراف على المستويات القطرية و العالمية و هو ما يعرف بالإدارة بدون أوراق administration paper free أي أنه ستحل اسطوانة الليزر و الذاكرة الالكترونية محل الملف التقليدي لتسهيل عملية اتخاذ القرار و زيادة سرعته و تقليل تكلفته و ستتحول مؤسساتنا بالضرورة إلى استخدام هذه التكنولوجيا الجديدة لتدارك الفجوة المعلوماتية بينها و بين الدول المتقدمة.

*سوف يتعاظم الاستثمار في البشر تعليما و تدريبا و يزيد الاهتمام بتنمية الالتزام المؤسسي و الانضباط السلوكي و العمل الجماعي على نحو يضمن توجيه طاقته إلى تحقيق الفعالية و الكفاءة الأمر الذي يترتب عليه تغيير كبير في ممارسات إدارة الموارد البشرية و أساليب تخطيط قوى العمل و طرق و مناهج التدريب و الممارسات الوظيفية و معايير الأداء و طرق التقييم لارتفاع الجودة.

3-3 تطوير سياسات و ممارسات تنمية الموارد البشرية

يتضح مما سبق أن التطور التكنولوجي قد وضع رجال الإدارة و المسؤولين عن إدارة الموارد البشرية و النقابات و الهيئات في بلادنا أمام قضايا خطيرة و هامة تتعلق بالانتقال من اقتصاد مركزي إلى اقتصاد السوق العالمية و من اقتصاد منكمفء على الذات إلى اقتصاد مفتوح على العالم يتطلب نظم و أساليب إدارية و تغييرات اجتماعية و نفسية و سلوكية و غرس قيم جديدة تتعلق بالواقعية و القدرة على الإنجاز و روح التنافس و التجويد و حفز روح المبادرة في بيئة ساد فيها ولمدة طويلة قيم تنظيمية تدعوا إلى قدر من التواكل و الاطمئنان إلى وظيفة تدون مدى الحياة و تتساوى فيها أقدار المجتهدين و المتكاسلين و تتطلب الأوضاع الجديدة تغييرا شاملا في مستويات و نوعية العمالة في مؤسستا القائمة كما سبق ذكره.

تعيين طرق آفاق جديدة لاستراتيجيات و سياسات و برمج العمل في مجال تنمية الموارد البشرية لمواكبة التغيرات في القرن القادم و منها:

□ استراتيجية و سياسة الموارد البشرية لتحقيق أهداف التوجه العالمي و يتضمن ذلك وضع نظم الأجور على المستوى العالمي و تقييم الأداء و معايير و إعادة تقييمها من المنظور العالمي.

□ استراتيجية إدارة الموارد البشرية عند دخول الأسواق العالمية أو عند اندماج الشركات الوطنية مع شركات دولية النشاط سواء انتهى الأمر إلى إدارة أجنبية مسيطرة لإدارة الشركة الوطنية كأخذ فروعها أو كانت الإدارة بالمشاركة مع الشركة الأجنبية أو كانت تدار بنمط الإدارة المستقلة.

- استراتيجية إدارة الموارد البشرية لمجابهة مشكلات التكيف الثقافي بالشركات دولية النشاط و التدريب و الإعداد لذلك.
- إن وضع استراتيجيات التنمية البشرية و سياسات التغيير لإعداد قوى العمل للتوافق أصبح أمرا لا مفر منه و أصبح البقاء للقيادات المستتيرة و الاتحاديات المتميزة و من ثم فلا مكان عالميا لغير المستوعب لمتطلبات التغيير و مهارات التأقلم مع الضغوط المحيطة و طرق توجيهاتها المستقبلية.

و في هذا السياق نذكر أحد أبرز استراتيجيات التغيير التي برزت خلال عقدي الثمانينات و التسعينات من هذا القرن ألا و هي " استراتيجية إعادة الهندسة" و الذي يتطلب تطبيقها إدارة مرنة (بمعنى إذا قررت الإدارة العليا إحداث تغيير سرعة فتجد بالمقابل اتجاهات ايجابية من العاملين) تتخذ قرارات سريعة و جذرية لإحداث التغيير المطلوب بالعمليات.

و قد اعتبر البعض أن استراتيجية إعادة الهندسة إلى جانب كونها أداة للتغيير و هي أداة مهمة من أدوات إدارة الأزمات التي تستوجب الخروج عن المألوف و ابتكار نظم و عمليات جديدة تمكن المؤسسة من مواجهة الظروف التي تسبب خطرا على الحياة المؤسسة و هذا يستوجب درجة عالية من التحكم في طاقات و الإمكانيات البشرية و المادية و توجيهها في اطار منظم يتم بدرجة عالية من الابداع و التطوير.

رابعاً: أهمية التكنولوجيا في التطبيقات المالية و المصرفية

يشهد عالمنا المعاصر اليوم تحولات جذرية في محتوى و اتجاهات

الصراع التنافس الدولي من الحروب و النزعات العسكرية إلى حلبة المنافسة الاقتصادية في أسواق مفتوحة. ففي التسعينات أو العقد الأخير من القرن العشرين برزت ثلاثة تكتلات عملاقة اقتصادية سياسية واضحة المعالم تتبارى فيما بينها و تتنافس من داخلها قطريا هي الكتلة الأوربية بزعامة ألمانيا و فرنسا و الكتلة الأمريكية بزعامة الولايات المتحدة و كتلة شرق آسيا بزعامة اليابان.

و في هذا التمحور الجديد تبرز أهمية وضع استراتيجيات مالية و مصرفية في بلادنا الذي تستشرف المستقبل الأبعد في ضوء تحليل البيئة المرتقبة بما فيها فرص و تهديدات و تحليل البنك و المؤسسات المالية من حيث نقاط القوة و الضعف و بالتالي تمهيد السبيل للتحرك لأجل مختلفة ضمن التخطيط الاستراتيجي.

تبرز أهمية التكنولوجيا في تطبيقاتها المالية و المصرفية بعد أن أدت إلى تغييرات جذرية في التنظيم المالي و المصرفي و التسويق و مصادر التمويل و اوجه استخدام الموال.

إلا أن هذه التكنولوجيات غير كافية لمواجهة المنافسة الشرسة التي ستشهد الساحة المصرفية الجزائرية على الأسواق المالية الدولية بدرجة أكبر من التي ظهرت بعد قانون 90-10 و ذلك بعد تنفيذ اتفاقيات الخدمات المالية و التي تسعى أساسا إلى تحرير الخدمات المالية إنتاجا و تجارة و الذي سيكون له أثر سلبي على استمرار و بقاء المؤسسات الدولية.

و من اجل ذلك لابد من:

- 1- تطوير التكنولوجيات المتاحة على ساحتنا المصرفية و إبداعها
- 2- لتحقيق النقطة الأولى السابق ذكرها يجب أن تأخذ الإدارة المصرفية بعين الاعتبار ثلاثة معايير أساسية لنجاح ذلك

4-1 أهم المعايير لتحقيق فعالية استخدام التكنولوجيا الحديثة

يمكن حصر هذه المعايير في ثلاثة أساسية وهي كما يأتي:

4-1-1- طبيعة الاتصال داخل المؤسسة المصرفية:

إن الاتصال لم يبقى مجرد آراء مساعدة في عمليات الإنتاج، بل صار إنتاجا من نوع متقدم، فالعالم المتطور أدرك أن تجاوز مرحلة التكنولوجيا إلى مرحلة ما بعد التقنية وصناعة الآلات، لن يكون إلا بصناعة الأفكار والاستثمار في الإبداع والمعلوماتية.

من أجل ذلك أصبح لزاما على مسيري المصارف والمؤسسات المالية الجزائرية إعادة النظر وتعميق في طرق وأساليب الإدارة والتسيير والتنظيم وذلك عبر تعديل وتعتبر السياسات الاتصالية المتبعة بشكل يمكنها من الاستمرار والتطور في ظل الكم الهائل و المتسارع من التغييرات المتواصلة وهذا حتى يتسنى لمؤسساتنا الوطنية إلغاء المعوقات التنظيمية التي تأثر سلبا على نظام الاتصال داخل المؤسسة المصرفية الجزائرية ومن هذه المعوقات نذكر:

- 1) أن أبرز انطباع يحمله أغلب الأفراد عن نوعية التنظيم، الذي تتميز به المؤسسات التي يعملون بها، هي أنها تتسم بجمود التنظيم وعدم قدرته على تلبية احتياجاتهم المعلوماتية في الوقت المناسب وكذلك البيروقراطية المعرقة لكل اتصال تنظيمي فعال.

- (2) التعاون والتفاعل بين الإدارة والعاملين لا وجود لها إلا أحيانا في المواعيد الهامة والمواقف الصعبة.
- (3) تعاني أجواء العمل من مظاهر سلبية للغاية، تشكل بؤرة جد مناسبة لنسف أي تقارب أو تفاعل بين العاملين، أبرزها تكهرب الجو بسموم الشك وغياب الثقة بين العاملين.
- (4) عدم احترام السلم التنظيمي أثناء القيام بالاتصالات التنظيمية.
- (5) وجود حالة غموض لدى غالبية العاملين حول أهداف المؤسسة، لهم لا يعرفون منها شيئا وفي أحسن الأحوال لا تتعدى معلوماتهم القدر البسيط جدا الذي يمكن حتى لرجل الشارع أن يعرفه.

4-1-2- الثقافة السائدة بالمؤسسة المصرفية ونخص بالذكر اللغة المستخدمة داخل المؤسسة:

فالثورة التكنولوجية المصرفية ملائمة للبلدان العربية عموما و لكنها ملائمة للجزائر بصفة خاصة، فبلادنا تواجه ضرورة الإسراع في زيادة مستويات الثقافة و التعليم لقواتها العاملة بالقطاع المصرفي حتى تتمكن من الاستفادة من فرص استخدام التكنولوجيات الحديثة و المتنوعة التي تتطلب التحكم باللغة المستخدمة لها.

فنحن و تبعا للإرث الاستعماري فاللغة السائدة على مستوى قطاعنا المصرفي هي اللغة الفرنسية إلا أن أحدث التكنولوجيات ببرامجها و وسائلها المختلفة تستند إلى اللغة الإنجليزية التي تجهلها القوة العاملة بقطاعنا المصرفي من جهة. و من جهة أخرى فحتى ما بين العاملين فالمستوى الثقافي غير منسجم و الذي يغلب فيه طابع عدد سنوات الخبرة و ليس المستوى التعليمي و العلمي.

و عليه فان هذه التكنولوجيا تستدعي إحداث تغيير هيكلي في نظرتنا الى الثقافة و التعليم كما أنها تتيح أدوات جديدة لازمة لإنجاز هذا التغيير.

و من الواضح أن هذه ليست مهمة الحكومات وحدها، غير أن الحكومات دورا هاما تلعبه في تسهيل هذه التطورات إذ ينبغي تنفيذ سياسات لحفز مشاركة القطاع الخاص في مجال إعادة هيكلة التعليم و التدريب كما ينبغي إطلاع العاملين على فرص التعليم الجديدة التي يتزايد توافرها.

4-1-3- طبيعة المعلومات النقدية:

فغالبا ما يصعب على المختصين والدارسين الحصول على هذه المعلومات واتخاذ القرارات الملائمة بالمقارنة مع العاملين بالدائرة المصرفية، وهذا يرجع إلى الأسباب التالية:

(1) أن المصدر الرئيسي للمعلومات التي يحصل عليها غالبية العاملين لم يكن الهيكل الرسمي للاتصال التنظيمي ولا وسائل إعلام المؤسسة بل عن طريق الاتصالات الخفية غير الرسمية من خلال الإشاعات وأثناء الأحاديث العادية اليومية مع الزملاء.

(2) يفضل أغلب الأفراد استعمال القناة الشفوية أثناء قيامهم لمختلف العمليات الاتصالية، محبذين هذا النوع السهل والمباشر والتقليدي من قنوات وأساليب الاتصال التنظيمي على غيره من القنوات.

(3) وجود معوقات تقنية لا تسمح بانتقال المعلومات ونخص بالذكر صعوبات الحصول على التلكس أو الفاكس، معانات الشبكات التليفونية من التقادم و انعدام الخطوط، بطئ البريد وضياعه.

4-2- أهم المنتجات المالية المستخدمة بعد تطوير وإبداع التكنولوجيا المتاحة بالساحة المصرفية

إن الساحة المصرفية الوطنية تتمتع بتكنولوجيا لا بأس بها، لكنها تتطلب التطوير والإبداع حتى يتمكن من إنتاج وإنشاء منتجات مالية جديدة تمكنها من البقاء ومن أهم هذه المنتجات نذكر:

(1) تلك المتعلقة بنظم توزيع المنتجات المصرفية بحسب الحجم، النوع وتشكيلة المنتجات المطروحة: ومن أهم هذه الأنواع نذكر:

(أ) الفرع المحدود: يعتبر الفرع المحدود أحد البدائل للفرع الشامل فهو يتخصص بعدد محدود من المنتجات وبالتالي يمكن الاستعاضة عن العدد الكبير من المتخصصين الذين يحملون المصرف كلفة عالية كما أن كون هذا الفرع مرتبط بفرع أكبر يمكن من الاستعاضة عن معظم مكاتبه الخلفية هذا إلى جانب الاقتصاد في المساحات المخصصة للعمليات بسبب العدد الأقل من الموظفين، مما يقلل من كلفة الإيجار أو من اهتلاك المباني.

(ب) الفرع المتخصص: مع مواكبة عملية تحرير المصارف من القيود أخذ عدد من العمليات المصرفية المتخصصة يبرز كبديل للتشكيلة الشاملة من الخدمات وتتجه الفروع هنا إلى التركيز، إما على عمليات التجزئة أو على كليهما ومن بين أهم أنواع هذه الفروع نذكر: الفرع العقاري، الفرع المتخصص بكبار العملاء الأفراد وفرع الشركات.

(ج) الفرع المؤتمت (التشغيل الذاتي): في مسعى متواصل لزيادة كفاءة الفرع وخفض المصروفات بدأ ظهور الفرع الكامل الأتمتة في عدد من أقطار العالم، ويتمثل أفضل شكل من تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في اليابان، حيث يحصل العملاء بواسطة مجموعة من المكائن على تشكيلة من الخدمات المصرفية المباشرة

تغطي العديد من المعاملات وقد يوجد في كل فرع موظفان فقط لإرشاد العملاء حول كيفية استخدام المكائن وتقديم الاستشارة فيما يخص الخدمات غير المؤتمتة مثل إدارة الاستثمارات وعلى ذلك فإن مثل هذا الفرع لا يحتاج إلا إلى مساحات قليلة.

(د) السوبرماركت المالي: لقد كان من نتائج تحرير المصارف من القيود أنه أصبح ممكنا قيامها بإنشاء سوبرماركت مالي تجمع خدمات مالية كان يمنع عليها في الماضي ممارستها تقليديا ومن بين أهم هذه الخدمات نذكر الوساطة في بيع الأسهم والسندات، خدمات التأمين خدمات التمويل العقاري والوساطة فيه، خدمات السياحة ومنح الإئتمان الاستهلاكي للأفراد.

وتأمل المصارف من خلال تقديم هذه الخدمات تحت سقف واحد توزيع كلفتها الثانية وغير المباشرة على عدد اكبر من المنتجات ولكن دون فقدان تخصص الفرع الواحد بنوع أو أكثر منها والتأكيد على توجهاته لعملاء معينين كما أن هذه المنتجات تقدم إلى جانب بعض العمليات المصرفية التقليدية ذات الصلة بها وبخاصة في الفروع التي لم تستطع جذب عدد كاف من العملاء لخدماتها المتخصصة بسبب ضرورة مضي الوقت اللازم لقبولها منهم.

(هـ) الصراف الآلي: توسع نصب مكائن الصرف الآلي بشكل سريع جدا خلال الثمانينات واستمر خلال التسعينات وبسرعة أعلى، فقد أصبح الصراف الآلي وسيلة توزيع مهمة في مجال الإيداع والسحب وإعداد الكشوفات الدورية والتحويلات بين الحسابات في مصاريف التجزئة وتشير بعض الدراسات إلى تنامي عدد مكائن الصرف الآلي بنسبة 30% في السنة في العالم، مع توجه واضح لاستعمالها خارج مواقع المصارف وإتاحتها لحملة البطاقات.

(2) إلى جانب هذه المنتوجات نجد ابتداع وسائل جديدة في الترويج مثل التسويق الهاتفي:

كان العاملون في نشاط التسويق المصرفي يعتمدون تقليدياً على مجموعة من الأساليب الترويجية تضم البريد المباشر والإعلان والترويج في نقطة البيع، غير أن هناك أسلوب رابع ومهم في التسويق المصرفي ألا وهو "التسويق الهاتفي" إذ تشير بعض الدراسات الميدانية إلى أن الهاتف يتفوق على البريد المباشر بضعفين إلى 5 أضعاف من حيث قدرته على التأثير في العميل.

الخاتمة

من خلال دراستنا هذه يمكن أن نستخلص ما يلي:

1- إن مصطلح "تكنولوجيا المعلومات" قد لا يكون مناسباً أو موفقاً في مجاب فهم إمكاناته الحقيقية من فرص ومخاطر، أي أننا يجب أن ننظر فيما وراء ما يستعمله المتخصصون في الحاسوب، فهم يفرقون بين البيانات والمعلومات باعتبارها "بيانات تمت معالجتها وأصبحت صالحة للغرض الذي عولجت من أجله" أم في عالم المال فإن الفرق بين "المعلومات" و "البيانات" ليس مهماً بذاته، إنما المهم هو دورهما معا في التعبير عن احتياجات العملاء وعن الغرض الذي يمكن التثبيت فيها والأسواق يجري التداول فيها والأدوات التي يتم تبادلها والارتباطات التي تدخل فيها المؤسسات المالية على طرفي السوق بما يحقق المنافع لها ولعملائها، إذن "المعلومات" هي مصطلح ضيق جداً أو كلمة محايدة تعبر عن مجرد ما يتحرك أو ما يتدفق خلال النظم الآلية ذات التكلفة العالية.

2- أن فكرة استخدام المصارف التكنولوجية لغرض التفوق على منافسيهم تعتبر حديثة جداً، وحتى منتصف الثمانينات كانت المصارف تنظر إلى توظيف التكنولوجيا على أساس أنه يؤدي إلى تسريع العمليات، وإعادة تخصيص الأطر الفنية من العمل الروتيني إلى أداء المهمات الأكثر أهمية وتحدياً. وعلى الرغم مما حققته التكنولوجيا من إيجابيات في هذا المجال فإن مثل هذه الإيجابيات تعتبر الآن تقليدية مقابل الإيجابيات الكبيرة التي يحققها استخدام التكنولوجيا المصرفية لدعم المركز التنافسي المصرفي من خلال تمكنه من تقديم أفضل للزبائن وبتشكيلة أوسع (وذلك كما سبق ذكره-) وبعبارة أخرى

فإن استخدام التكنولوجيا المصرفية لمجرد معالجة البيانات اليومية بشكل كفاء صار مسألة معروفة في حين أن المصارف الآن مهتمة الآن باستخدام التكنولوجيا لمتتين قدرتها التنافسية المعتمدة على النظم التي توظفها في العمليات.

ويمكن للمصارف أن تحقق مزايا تنافسية قياسا بغيرها في السوق في أي من مجالات استخدام التكنولوجيا سواء أكان ذلك على صعيد الأجهزة (الكيان المادي Hard Ward) أو البرمجيات (الكيان اللين Software) أو نظم الشبكات أو نظم الأمان أو حتى طرق اتصال المستعمل بالحاسوب.

3- يؤدي استعمال التكنولوجيا المصرفية إلى تحرير الأطر المصرفية من العمل الروتيني الممل والأعباء الإدارية وتوجيه أوقاتهم نحو العمل الخلاق، الذي يتطلب مهارات تفاعلية مما يعني تحسين ربحية المصرف كما يحرر استعمال التكنولوجيا الموظف المصرفي من المعاملات اليومية التي تتطلب وقتا طويلا لمعالجتها وبالتالي تحقيق الضغط عليه مما يحول اهتمامه نحو نوعية جودة الخدمات وهكذا فالتكنولوجيا تبدل الاتجاهات ومحتوى الوظائف وصورة المصرف لدى الجمهور.

4- يتيح استعمال التكنولوجيا في المصارف إمكانية تقديم تشكيلة واسعة من الخدمات المصرفية على مدار الساعة بدون أن يضطر العملاء إلى الاصطفاف في خطوط الانتظار لمدة طويلة، وعليه فإن المصارف التي تقدم مثل هذه الخدمات تتوقع أنها سوف تحقق لعملائها الحاليين الراحة في التعامل مع المصرف وتكتسب عملاء جدد قياسا بالمصارف التي لا تقدم مثل هذه الخدمات وذلك تبعا للوسائل التي سبق ذكرها (الصرف الآلي مثل وهذا بالإضافة إلى العمليات المصرفية بالهاتف)

قائمة المراجع

- 1- فؤاد القاضي "تحديات ومسؤوليات التي تقدمها الأحداث المتوقعة بعد عام 2000" مداخلة بالمؤتمر السنوي الحادي عشر حول استراتيجيات التغيير وتطوير المنظمات مصر 2001.
- 2- د. محمد موسى عثمان "تحديث الدولة من خلال الرؤية التكنولوجية" مداخلة بالمؤتمر السنوي الحادي عشر حول استراتيجيات التغيير وتطوير المنظمات - مصر - 2001.
- 3- جيمس اسنجر "التكنولوجيا المصرفية : سلاح في المنافسة" مجلة المعهد للدراسات المالية والمصرفية. المجلد 1- العدد 1- سنة 1993 ص 27.28
- 4- "النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية" من إعداد" إدارة البحوث والدراسات والنشر بالمعهد العربي للدراسات المالية والمصرفية 1993.
- 5- آمال عياري و د. رجم نصيب "الاستراتيجيات الحديثة للتغيير كمدخل لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الجزائرية" مداخلة بالملتقى الدولي حول "تنافسية المؤسسات الاقتصادية وتحولات المحيط" أيام 29-30 أكتوبر 2002 بكلية الحقوق والعلوم الاقتصادية قسم علوم التسيير جامعة محمد خيضر- بسكرة.
- 6- جمال سالمى "تفعيل منظومة الاتصال التنظيمي في المصارف والمؤسسات المالية في الجزائر" مداخلة بالملتقى الوطني الأول حول "النظام المصرفي الجزائري واقع وآفاق" أيام 5-6 أكتوبر 2001 بكلية العلوم الاقتصادية وعلام التسيير - جامعة قالمة.
- 7- د. وسيلة حمدواي "التكنولوجيا الحديثة أو المتطورة مساهمتها في بعث وتطوير الخدمات والمنتجات البنكية" مداخلة بالملتقى الوطني الأول حول "النظام المصرفي الجزائري: واقع وآفاق" أيام 5-6 نوفمبر 2001 بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير - جامعة قالمة.
- 8- Ed Mobedi and Edward Hecheler "Telemarketing Faster, Better Cheaper" Bank Marketing (March 1993) p 36-38.
- 9- John Welfarth "Focusing on Process Improvement" Bankers Magazine (Jan Feb 1995) p 50-52.
- 10- Albert Bressand "The Impact of Information Technologie on Financial Centers" Worls of Bank (Huly- August 1994) p 4-7.