

سلسلة محاضرات في البنوك وتكنولوجيا الاعلام والاتصال

من إعداد:
د. زيرمي نعيمة

السنة الجامعية:
2022-2021

لفائدة طلبة السنة أولى ماستر مالية وبنوك



قائمة المحتويات

الصفحة	المحتوى
	فهرس المحتويات
	قائمة الاشكال والجداول
1	المقدمة العامة
	الفصل الأول: تأثير تكنولوجيا الاعلام والاتصال على البنوك.
5	المحاضرة الأولى: مدخل الى تكنولوجيا الاعلام والاتصال، أدواتها، قنواتها
5	أولا: مفهوم تكنولوجيا الاعلام والاتصال، وأدواتها.
5	1-1 مفهومها.
8	2-1 أدوات وقنوات الاتصال.
9	المحاضرة الثانية: التكنولوجيا المصرفية، المفهوم الخصائص، الاشكال
9	أولا: مفهوم التكنولوجيا المصرفية وخصائصها، وأشكالها.
9	1-1 مفهوم التكنولوجيا المصرفية.
10	2-1 أشكال التكنولوجيا المصرفية.
12	المحاضرة الثالثة: مراحل تطور التكنولوجيا المصرفية، ابعادها.
12	أولا: أبعاد تكنولوجيا المعلومات المصرفية.
13	ثانيا: مراحل تطور التكنولوجيا في العمل المصرفي.
14	المحاضرة الرابعة: الآثار الإيجابية والسلبية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال على البنوك.
14	أولا: الآثار الإيجابية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال على البنوك.
15	ثانيا: انعكاسات ومخاطر التكنولوجيا المصرفية.
17	المحاضرة الخامسة: مبادئ وقواعد لجنة بازل لإدارة مخاطر الصيرفة الالكترونية.
17	أولا- مبادئ وقواعد مخصصة لمجلس الادارة والادارة العليا الاستشرافية.
17	ثانيا-قواعد ومبادئ إدارة الخطر المرتبطة بالسيطرة والرقابة على تأمين نشاطات الصيرفة الالكترونية.
19	ثالثا-المبادئ والقواعد المرتبطة بالمخاطر القانونية ومخاطر السمعة.
20	أنشطة الفصل.
	الفصل الثاني
22	المحاضرة السادسة: مفهوم نظام المعلومات البنكي، خصائصه، وأنواعه، معايير كفاءته.
	أولا: مفهوم نظام المعلومات البنكي.

23	1-1 مفهوم وأهمية نظام المعلومات.
24	2-1 مفهوم نظام المعلومات البنكي وخصائصه.
25	ثانيا: أنواع نظام المعلومات البنكي، ومعايير كفاءته.
25	1-2 أنواع نظام المعلومات البنكي.
27	2-2 معايير كفاءة نظام المعلومات في البنوك.
28	المحاضرة السابعة: موارد وأنشطة نظام المعلومات البنكي، تكلفته.
28	أولا: موارد وأنشطة، ومكونات نظام المعلومات البنكي.
31	ثانيا: تكلفة انظمة المعلومات المصرفية.
	المحاضرة الثامنة: حوكمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات،
32	أولا- مفهوم حوكمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، دورها، دواعي تطبيقها.
33	ثانيا- حوكمة نظام المعلومات.
34	أنشطة الفصل.
	الفصل الثالث: البنوك الالكترونية.
36	المحاضرة التاسعة: مفهوم البنوك الالكترونية، نشأتها متطلباتها
36	أولا - نشأة البنوك الالكترونية.
38	ثانيا - مفهوم البنوك الالكترونية
39	ثالثا -متطلبات البنوك الالكترونية.
40	رابعا- مهام البنوك الالكترونية.
	المحاضرة العاشرة: أصناف البنوك الالكترونية، مزاياها والتحديات التي تواجهها.
42	أولا- أصناف البنوك الالكترونية.
42	ثانيا- مزايا البنوك الالكترونية.
43	ثالثا- التحديات في حقل البنوك الالكترونية.
45	أنشطة الفصل

الفصل الرابع: التجارة الالكترونية

المحاضرة الحادية عشرة: مفهوم التجارة الالكترونية، فوائدها، أهميتها.

48	أولا-تعريف التجارة الالكترونية، وفوائدها.
50	ثانيا-أهمية التجارة الالكترونية.
51	المحاضرة الحادية عشرة: متطلبات التجارة الالكترونية، أشكالها، خصائصها.
51	أولا-متطلبات التجارة الالكترونية.
52	ثانيا-أشكال التجارة الالكترونية.
53	ثالثا-خصائص التجارة الالكترونية.
53	المحاضرة الثانية عشرة: الآثار السلبية للتجارة الالكترونية، والمبادئ الأساسية لنجاحها، والتحديات التي تواجهها.
55	أولا-الآثار السلبية للتجارة الالكترونية.
56	ثانيا-المبادئ الأساسية الحاكمة لنجاح التجارة الالكترونية.
56	ثالثا-تحديات التجارة الإلكترونية.

المحاضرة الثالثة عشرة: طرق الدخول التي التجارة الالكترونية.

58	أولا - طرق سهلة وبسيطة لدخول التجارة الإلكترونية بموارد بسيطة.
60	ثانيا - أهم المنصات الإلكترونية.
61	رابعا-مقومات وعوامل النجاح في التجارة الالكترونية.
63	خامسا-أنواع المتاجر الالكترونية.
64	المحاضرة الرابعة عشرة: أهم مصادر تعلم التجارة الإلكترونية وبعض إحصائيات وحقائق حول التجارة الإلكترونية
64	أولا-أهم مصادر تعلم التجارة الإلكترونية.
64	1-1 دورات التجارة الإلكترونية.
64	2-1 قنوات اليوتيوب المتخصصة في التجارة الإلكترونية.
64	3-1 الكتب التعليمية في التجارة الإلكترونية.
66	4-1 التمرس والخبرة.
66	5-1 ثانيا -بعض إحصائيات وحقائق حول التجارة الإلكترونية.

أنشطة الفصل.

70

71

97

الخاتمة العامة

قائمة المراجع

قائمة الاشكال والجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
(1-1)	أدوات وقنوات الاتصال.	8
(1-2)	مكونات وموارد وأنشطة نظام المعلومات البنكي.	29
(1-3)	متطلبات البنك الالكتروني	39
(1-4)	متطلبات التجارة الالكترونية.	51
(2-4)	طرق سهلة وبسيطة لدخول التجارة الإلكترونية بموارد بسيطة	58
(3-4)	أنواع المتاجر الالكترونية	63
(4-4)	أهم 5 إحصاءات للمبيعات عبر الإنترنت يجب مراعاتها في الفترة من 2021 إلى 2022.	68

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
(1-1)	أشكال التكنولوجيا المصرفية	10
(2-1)	أبعاد تكنولوجيا المعلومات المصرفية.	12
(3-1)	مراحل تطور التكنولوجيا في العمل المصرفي.	13
(1-2)	أنواع نظام المعلومات البنكي.	25
(2-2)	معايير كفاءة نظام المعلومات في البنوك	28
(3-2)	حوكمة نظام المعلومات.	33
(1-3)	نشأة البنوك الالكترونية.	38
(2-3)	أصناف البنوك الالكترونية.	42
(1-4)	أنواع التجارة الالكترونية.	52
(2-4)	مقومات وعوامل النجاح في التجارة الالكترونية.	62
(3-4)	التسوق عبر الانترنت والتجارة الالكترونية خلال الفترة 2015-2021.	66
(4-4)	سلوكيات المستهلك في التسوق عبر الانترنت.	67
(5-3)	أهم احصائيات التجارة الإلكترونية في السعودية.	69

مقدمة عامة

مقدمة عامة

يعتبر هذا المطبوع سلسلة محاضرات لمقياس البنوك وتكنولوجيا الاعلام والاتصال، قدمت لطلبة السنة الأولى ماستر تخصص مالية وبنوك بقسم العلوم المالية والمحاسبة بكلية العلوم الاقتصادية، والتجارية وعلوم التسيير؛ بجامعة طاهري محمد بشار، وذلك حسب البرنامج المحدد بأكثر من 80%.

يهتم هذا المقياس بكل ما يربط البنوك بتكنولوجيا الاعلام والاتصال، حيث يهدف الى:

- تمكين الطالب من التعرف على مفهوم تكنولوجيا الاعلام والاتصال،
 - توضيح أثر تكنولوجيا الاعلام والاتصال، على عمل البنوك سواء بالسلب أو الايجاب.
 - احاطة الطالب بنظام المعلومات البنكي.
 - دراسة البنوك الالكترونية.
 - تمكين الطالب من التجارة الالكترونية، وكيفية الولوج اليها،
- يسمح هذا المطبوع بالمساهمة في المساعدة أيضا في تكملة تكوين الطلبة في تخصصات البنوك باعتباره يسلط الضوء على جانب مهم من البنوك.
- تم تقسيم هذا العمل الى 4 فصول حسب البرنامج المحدد:
- الفصل الاول: تأثير تكنولوجيا الاعلام والاتصال على البنوك.
 - الفصل الثاني: نظام المعلومات البنكي.
 - الفصل الثالث: البنوك الالكترونية.
 - الفصل الرابع: التجارة الالكترونية.

نأمل أن يفيد هذا العمل طلبة التخصص، ويساعدهم على التعمق أكثر في مجال البنوك الذي يعتبر بحرا واسعا يحتاج المزيد من البحث، والذي نتمنى أن يكون موضوعا لأعمالنا المستقبلية في المجال.

د. زيرمي نعيمة
أستاذة محاضرة "أ" قسم العلوم المالية والمحاسبة
بشار في 05 جوان 2022
الاتصال على البريد الإلكتروني للأستاذة:
zirmi.economie@gmail.com

الفصل الأول

تأثير تكنولوجيا الاعلام والاتصال على البنوك.

الفصل الاول

المحاضرة الأولى: مدخل الى تكنولوجيا الاعلام والاتصال، أدواتها، قنواتها

أولاً: مفهوم تكنولوجيا الاعلام والاتصال، وأدواتها.

1-1 مفهومها.

2-1 أدوات وقنوات الاتصال.

المحاضرة الثانية: التكنولوجيا المصرفية، المفهوم الخصائص، الاشكال

أولاً: مفهوم التكنولوجيا المصرفية وخصائصها، وأشكالها.

1-1 مفهوم التكنولوجيا المصرفية.

2-1 أشكال التكنولوجيا المصرفية.

المحاضرة الثالثة: مراحل تطور التكنولوجيا المصرفية، ابعادها.

أولاً: أبعاد تكنولوجيا المعلومات المصرفية.

ثانياً: مراحل تطور التكنولوجيا في العمل المصرفي.

المحاضرة الرابعة: الآثار الإيجابية والسلبية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال

على البنوك.

أولاً: الآثار الإيجابية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال على البنوك.

ثانياً: انعكاسات ومخاطر التكنولوجيا المصرفية.

المحاضرة الخامسة: مبادئ وقواعد لجنة بازل لإدارة مخاطر الصيرفة

الالكترونية.

أولاً- مبادئ وقواعد مخصصة لمجلس الادارة والادارة العليا الاستشرافية.

ثانياً-قواعد ومبادئ إدارة الخطر المرتبطة بالسيطرة والرقابة على تأمين نشاطات الصيرفة الالكترونية.

ثالثاً-المبادئ والقواعد المرتبطة بالمخاطر القانونية ومخاطر السمعة.

أنشطة المحاضرة.

المحاضرة الأولى: مدخل الى تكنولوجيا الاعلام والاتصال، أدواتها، قنواتها

أولا: مفهوم تكنولوجيا الاعلام والاتصال، وأدواتها:

1-1 مفهومها:

شهد العالم خلال النصف الثاني من القرن العشرين ثورة كبيرة وتطورات متلاحقة وسريعة في عالم تكنولوجيا الاعلام والاتصال من مظاهرها ما يلي:¹

- النمو السريع في التجارة الالكترونية: حيث تعتبر هذه الاخيرة من اهل التطبيقات العملية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال،

- حدوث تطور كبير في الخدمات المصرفية الكترونيا باستخدام أحدث وسائل تكنولوجيا الاعلام وهو ما يعرف بالصيرفة الالكترونية، حيث ساهمت التكنولوجيا بشكل كبير في خفض تكاليف التشغيل في المصارف مما زاد من سرعة الاداء ومن الدقة في انجاز العمل، وظهر ما يسمى بالمصارف الإلكترونية.

- حدوث معدلات غير مسبوقة في تطور التكنولوجيا ذاتها حيث شهد العالم استخداما واسعا النطاق للعديد من الأجهزة الجديدة التي لم تكن معروفة من قبل 10 او 15 عاما، مثل الانتشار الكبير للحواسيب وتجهيزات الانترنت، والهواتف المحمولة والاجهزة المحمولة باليد مثل الحاسب المحمول او المساعدات الرقمية الشخصية والالعاب الفيديو والمستقبلات التلفزيونية والكاميرات الرقمية...

¹ جليل نور الدين، دما نوال، تكنولوجيا الاعلام والاتصال كوسيلة لعصرنة نظام الدفع في المصارف الجزائرية، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 00، ديسمبر 2009، ص79(ص 77-95).

- ظهور نماذج أعمال جديدة في قطاع الاتصال وجديدا في مجال الانترنت مع مطلع التسعينات لم تكن معروفة من قبل منها مزودو خدمة الانترنت ...
- انتشار واتساع شبكة الانترنت كوسيلة للتجارة، حيث بلغ اجمالي ايرادات التجارة العالمية عبر الانترنت منذ عام 1998 وحتى مارس 2005 نحو 540.4 مليار دولار.
- تنامي نوع جديد من انواع التجارة وهي التجارة عبر التلفون المحمول حيث تزايد في الفترة الاخيرة استخدام التلفون المحمول في اجراء المعاملات والتحويلات وقعد الصفقات التجارية على مستوى العالم.

يمكن تعريف تكنولوجيا الاعلام والاتصال كالتالي:

- هي الوسائل التي تعمل على الحصول على المعلومات الرقمية والمكتوبة واللاسلكية والصوتية ومعالجتها وتخزينها ونشرها بواسطة مجموعة من الاجهزة الالكترونية والاتصالات السلكية واللاسلكية والكمبيوتر.
- أو هي التجهيزات والوسائل التي اكتشفتها او اخترعتها البشرية لجمع، انتاج، نقل، بث، استقبال وعرض المعلومات الاتصالية بين المجتمعات والافراد¹.
- هي مجمل الادوات المادية والمعرفية المستخدمة في الجمع بين الكلمة المكتوبة والمنطوقة والصورة الساكنة والمتحركة وبين الاتصالات السلكية واللاسلكية تم تخزين المعطيات وتحليل مضامينها واتاحتها بالشكل المرغوب وفي الوقت المناسب وبالسريعة اللازمة، فهي تهدف الى جعل الاتصال أسرع وأكثر كفاءة وقل تكلفة وتوفير المعلومات الدقيقة والحديثة لدعم اتخاذ القرار².

¹ قابوش، محاضرات مقياس تكنولوجيا الاعلام والاتصال، جامعة العربي التبسي، أم البواقي، 2019-2020 ص 10.

² بن بوريش نشاط الدين، أثر تكنولوجيا الاعلام والاتصال على جودة الخدمات البنكية (دراسة بعض البنوك الجزائرية)، مجلة الاستراتيجيات والتنمية، جامعة مستغانم، المجلد 07، العدد 12، ص 60-86.

نشير الى مفهوم الفجوة الرقمية بانها مدى التباين او التفاوت في انتشار واستخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال فيما بين الدول النامية الدول النامية او بمعنى أشمل فيما بين الأغنياء والفقراء وبين المناطق الحضرية والمناطق الريفية داخل الدولة الواحدة.¹

1-2- أدوات وقنوات الاتصال:

تحتاج تكنولوجيا الاعلام والاتصال الى العديد من الأدوات والقنوات يلخصها الجدول الموالي:

الجدول (1-1): أدوات وقنوات الاتصال.

امثلة عن ادوات الاتصال	قنوات الاتصال عن بعد
- أدوات معالجة الوثائق الورقية، - ادوات الاتصال الالكترونية للملفات المكتوبة (الرسائل الالكترونية، بنوك المعطيات، ...) - أدوات الاتصال الشفوية والسمعية البصرية (الهاتف، الاجتماعات المسموعة، الاجتماعات المرئية، ...)	- الكابلات (الكابلات المزدوجة، الكابلات المحورية، كابلات الالياف الضوئية) - نظم التحويلات (المكروويف²، خطوط ADSL³) - النقل بالأقمار الصناعية.

المصدر: من إعداد الأستاذة.

¹ جليل نور الدين، دما نوال، مرجع سابق، ص 79

² موجات كهرومغناطيسية لنقل الصور و البيانات عن بعد،

³ *Asymmetric Digital Subscriber Line ADSL: est une technique de communication numérique. Elle permet d'utiliser une ligne téléphonique, une ligne spécialisée, pour transmettre et recevoir des données numériques de manière indépendante du service téléphonique conventionnel (analogique). Cette méthode de communication diffère de celle utilisée lors de l'exploitation de modems dits « analogiques », dont les signaux sont échangés dans le cadre d'une communication téléphonique (similaire au fax, c'est-à-dire sur des fréquences vocales). La technologie ADSL est mise en œuvre par les fournisseurs d'accès à Internet pour le support des accès dits « haut-débit ».*

المحاضرة الثانية: التكنولوجيا المصرفية، المفهوم الخصائص، الاشكال.

أولا: مفهوم التكنولوجيا المصرفية وخصائصها، وأشكالها:

1-1 مفهوم التكنولوجيا المصرفية:

هي رصيد المعرفة الذي يسمح بإدخال آلات ومعدات وعمليات وخدمات مصرفية جديدة ومحسنة، وعلى ذلك يضم مصطلح التكنولوجيا في الميدان المصرفي مجالين الاول هو التكنولوجيات الثقيلة، وتشمل الآلات والمعدات المصرفية والبرامج، والثاني هو التكنولوجيا الخفيفة وتشمل الدراية والادارة والمعلومات والتسويق المصرفي.¹

من خصائص التكنولوجيا المصرفية نجد:²

- هي مجموعة من المعارف والمهارات والطرق والأساليب المصرفية،
- إن هذه المعارف والمهارات والطرق والاساليب قابلة للاستفادة منها بالتطبيق العملي في المجال المصرفي،
- إن التكنولوجيا بمفاهيمها المختلفة ليست هدفا في حد ذاته بل هي وسيلة يستخدمها البنك لتحقيق أهدافه وغاياته،

¹حمو محمد، زيدان محمد، إدارة التكنولوجيا المصرفية من أجل تحسين تنافسية البنوك، مع الإشارة الى البنوك الجزائرية، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، العدد 16، جوان 2016، ص86 (85-96).

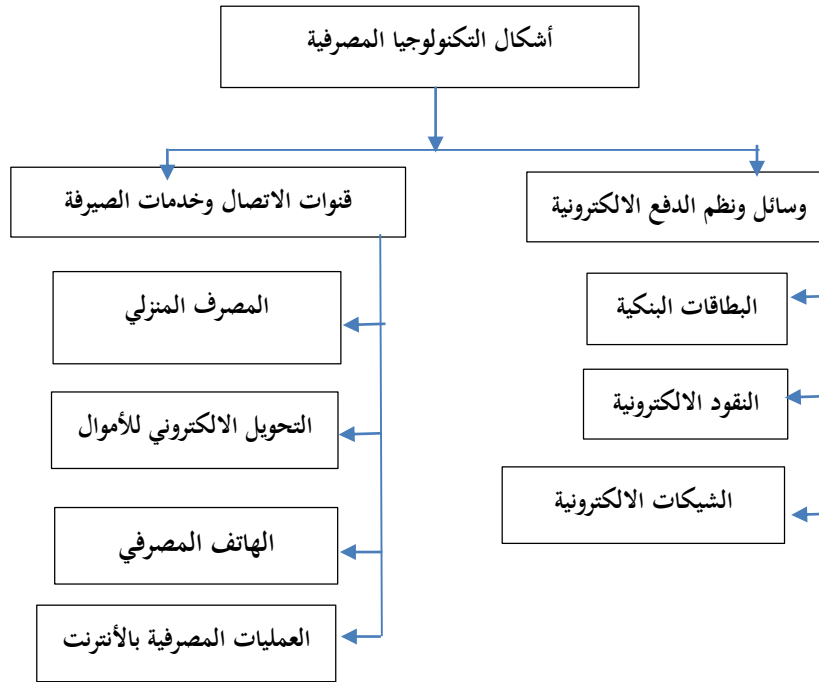
² المرجع نفسه ، ص 87 .

- إن الخدمة المصرفية هي المجال الرئيسي لتطبيق التكنولوجيا،
- لا يقتصر تطبيق التكنولوجيا على مجال اداء الخدمة المصرفية بل يمتد الى الأساليب الادارية،

2-1 أشكال التكنولوجيا المصرفية:

ظهرت عدّة اشكال للتكنولوجيا المصرفية يمكن اجمالها في الشكل الموالي:

الشكل (1-1): أشكال التكنولوجيا المصرفية.



المصدر: من إعداد الاستاذة بمساعدة المرجع حمو محمد، زيدان محمد، إدارة التكنولوجيا المصرفية من أجل تحسين تنافسية البنوك، مع الإشارة الى البنوك الجزائرية، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، العدد 16، جوان 2016،

ص 87

بالنسبة لوسائل ونظم الدفع الالكترونية نجد :

- **البطاقة البنكية:** هي وسيلة حديثة من وسائل الدفع التي ظهرت نهاية الاربعينات بالولايات المتحدة الأمريكية، مصدرها البنوك الثانوية التي تعرضها على زبائنهم سواء كانوا تجار أم عاديين. تسمح هذه البطاقة¹ سحب النقود دون استعمال أي سند ورقي².

- **النقود الالكترونية:** تعرف أيضا باسم "النقود الرقمية" حيث ظهرت بعد البطاقات البنكية، لتساير وتواكب الازدياد في التعاملات التجارية عبر الانترنت عرفتها المفوضية الأوروبية على أنها "قيمة نقدية مخزنة على دعامة الكترونية مثل البطاقة ذات الذاكرة أو على ذاكرة كمبيوتر وتكون كوسيلة دفع بواسطة افراد او مشروعات غير المؤسسة التي اصدرتها، ويتم إصدارها لكي تكون في متناول المستهلكين وتحل الكترونيا محل النقود الورقية والنقود المكتوبة وذلك لمدفوعات ذات قيمة محدودة". كما أنّ هناك من عرفها انها مجموعة البروتوكولات والتوقعات التي تتيح للرسالة الالكترونية أن تحلّ فعليا محلّ تبادل العملات التقليدية، بعبارة اخرى فإنّ النقود الالكترونية أو الرقمية هي المكافئ الالكتروني للنقود التقليدية التي أعدنا تداولها.³

- **الشبكات الالكترونية:** هو المكافئ الالكتروني للشبكات الورقية التقليدية، وهو رسالة الكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك حامل الشيك ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنت.

¹ قد تسمى "بطاقة الدفع" وتمكن صاحبها من شراء السلع والخدمات من محلات تجارية لها عقود مع بنك مصدر بطاقة الدفع بحيث تخفف على صاحبها نقل الاموال، و"بطاقة السحب" التي تستعمل في حالة السحب من الرصيد عن طريق الموزع الآلي للأوراق النقدية، دون المرور بشباك البنك باستعمال الرقم السري الخاص.

² عبد القادر بحبح، الشامل في أعمال البنوك، دار الخلدونية، الجزائر، 2013 ص 170.

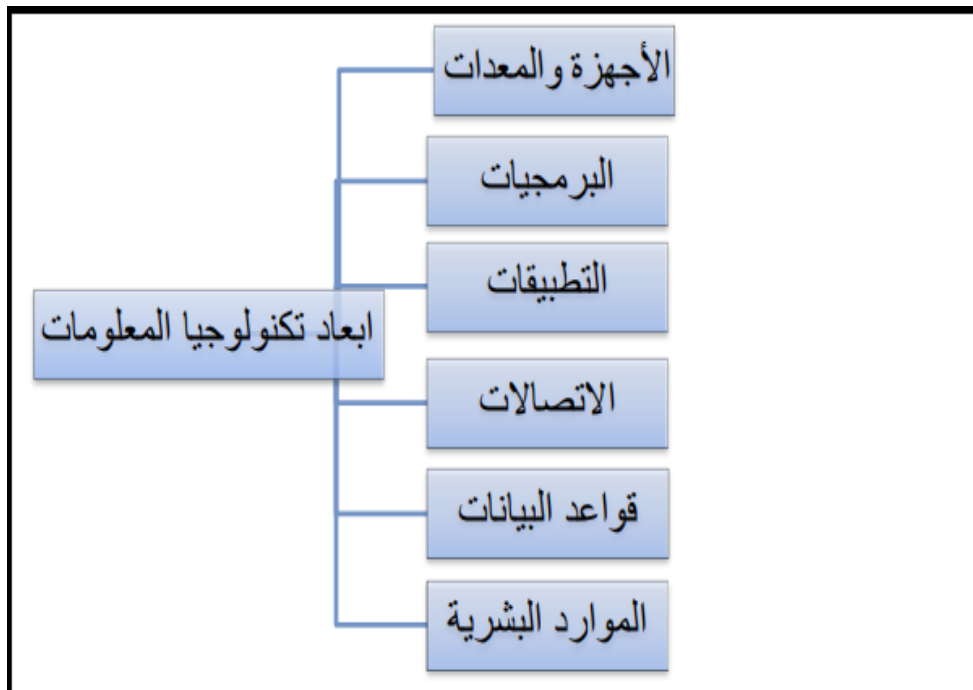
³ فارس فضيل، التقنيات البنكية محاضرات وتطبيقات، الجزء الاول، الطبعة الاولى، مطبعة الموساك، الجزائر، 2013 ص 280.

المحاضرة الثالثة: مراحل تطور التكنولوجيا المصرفية، ابعادها.

أولاً: أبعاد تكنولوجيا المعلومات المصرفية:

يشرح الشكل التالي ابعاد تكنولوجيا المعلومات المصرفية:

الشكل (1-2): أبعاد تكنولوجيا المعلومات المصرفية.



المصدر: علي سليمان محمد الحياي، دور تكنولوجيا المعلومات المصرفية في تعزيز ابعاد قيمة المصرف، جامعة كربلاء،

2020، ص30.

من خلال الشكل السابق نلاحظ ان لتكنولوجيا الاعلام والاتصال عدة أبعاد انطلاقا من الأجهزة والمعدات التي تستعملها، وانتقاء البرمجيات المناسبة لكل عملية، والتطبيقات المساعدة لها، كما أنها تعتمد على قواعد البيانات، وأجهزة الاتصالات، دون إهمال المورد البشري الذي يعتبر أهم بعد في العملية.

ثانيا: مراحل تطور التكنولوجيا في العمل المصرفي:

مرّ استعمال التكنولوجيا في البنوك بعدة مراحل حتى وصل الى ما هو عليه اليوم حسب الشكل الموالي:

الشكل (1-3): مراحل تطور التكنولوجيا في العمل المصرفي.

الدخول

المرحلة 1

- دخول التكنولوجيا الى البنوك بغرض ايجاد حلول لبعض المشاكل المصرفية كالتأخر في إعداد التقارير المالية، والمحاسبية، اين شرع الاخصائيون في التكنولوجيا في الدخول الى البنوك مما فرض عليها المزيد من الاستثمار في هذه المرحلة.

تعميم الوعي التكنولوجي

المرحلة 2

- تم البدء بتعميم الوعي بالتكنولوجيا على كافة العاملين في البنك من خلال التدريب الداخلي والخارجي من اجل التحضير لدخول اوسع للتكنولوجيا الى العمل المصرفي.

دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات الزبائن

المرحلة 3

- هي المرحلة التي بدأت فيها البنوك باستخدام التكنولوجيا في التوفير الفوري للخدمات المقدمة للزبائن، اصبحت هذه العملية ممكنة بفعل دخول صناعة الاتصالات الى العمل المصرفي، تميزت هذه المرحلة باهتمام الادارة العليا بالتكنولوجيا بالنظر الى التكاليف المتزايدة التي تتطلبها هذه المرحلة من جهة والتعقيدات التي نتجت عن سير العمل من جهة ثانية.

ضبط التكاليف

المرحلة 4

- في هذه المرحلة قامت البنوك بضبط الاستثمار في التكنولوجيا مما استدعى الاستعانة باخصائيين واستشاريين في شؤون التكنولوجيا من اجل فهمها واستكشاف طرق الاستفادة بما يتلائم مع طرق الاستثمار فيها.

اعتبار التكنولوجيا اصلا من اصول البنك

المرحلة 5

- من المراحل السابقة وما لازمها من اهتمام كبير بمختلف نواحي التكنولوجيا، قاد جميع المسؤولين في البنك الى اعتبار التكنولوجيا اصلا كباقي الاصول وعليه وجب أن ينجني هذا الاصل مردودا كباقي الاصول حيث بدأت إدارة التكنولوجيا .

اعتبار التكنولوجيا ضمن أعمال البنك

المرحلة 6

- وهي المرحلة التي بدأت فيها الادارة الاستراتيجية للتكنولوجيا داخل البنك والتي ارتكزت على تفعيل الانتاجية على الصعيد الداخلي وتحسين الضبط على الصعيد العملي وتسويق التكنولوجيا على الصعيد الخارجي . وقد عزز هذا الاتجاه عوامل كثيرة مثل: الاعتماد المتنامي للاعمال المصرفية على الوسائط الالكترونية لتلبية احتياجات الزبائن المتنامية، اصبحت التكنولوجيا اداة لضمان كفاءة وفعالية العمل على المستوى العام للبنك وتحديد نقاط القوة و الضعف لتمكين الادارة من رسم وتنفيذ السياسات الكفيلة بالتغلب على نقاط الضعف وتصويب مسار العمل، اهتمام لجنة بازل الكبير بمخاطر التشغيل وبالادارة الاستراتيجية لمخاطر التكنولوجيا المصرفية ...الخ

المحاضرة الرابعة: الآثار الإيجابية والسلبية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال

على البنوك.

أولا: الآثار الايجابية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال على البنوك:

من أثار تكنولوجيا الاعلام والاتصال على البنوك نجد:¹

- تزايد استخدام وسائل الدفع الالكترونية ومنها بطاقات الائتمان والشيكات والنقود الالكترونية،
- تزايد حجم المعاملات الالكترونية عبر الحدود بين عملاء المصارف والشركات التجارية بواسطة التجارة الالكترونية،
- انخفاض تكلفة التشغيل لاسيما التكلفة الحقيقية لعمليات المدفوعات فضلا عن تقليص استخدام النقد،
- تحرير العملاء من قيود المكان والزمان وظهور ما يعرف بالخدمات المصرفية المنزلية التي توفر الوقت والجهد لعملاء المصارف،
- أدى تطبيق التقنيات الحديثة الى تمكين المصارف من تقديم خدمات لعملائها لم تكن معروفة من قبل، مثل أجهزة الصراف الآلي ATM، وخدمات سداد الفواتير بالتلفون وظهور ما يسمى بالمصارف الالكترونية،
- تحقيق ميزة تنافسية للمصرف في السوق من خلال توفير الخدمات المرتبطة بالتقنيات الحديثة مما يجعل الخدمات أكثر جاذبية للعملاء،
- تطبيق التكنولوجيات في المجال المصرفي يؤدي الى تحديث وعصرنة تنظيم الادارة وتقليل التكاليف، وزيادة ربحية المصرف،
- تساعد التكنولوجيا المتقدمة المصرف على تسويق خدمات مصرفية جديدة ومتنوعة.

كما يمكن كذلك ان تؤثر هذه التكنولوجيا على اداء البنوك كالتالي²:

¹ جليلد نور الدين، دمد نوال، مرجع سابق، ص81.

² حمو محمد، زيدان محمد، مرجع سابق، ص89

- الربط بين فروع البنك الواحد المنتشرة واشتراكها في تقديم خدمات مصرفية مختلفة وهو ما يترتب عنه رفع الكفاءة التشغيلية للبنوك وزيادة الميزة التنافسية لها على المستوى الدولي،
- مساعدة الادارة العليا للبنك على اتخاذ القرارات المناسبة وإمدادها بمواقف يومية واسبوعية وشهرية مما يساعد على تخطيط النشاط وبرمجة التنفيذ والرقابة،
- تسهيل عملية الربط الدولي بين البنوك المختلفة وذلك في مجال تبادل المعلومات والبيانات المصرفية،
- تدويل النشاط المالي والمصرفي وتوسيع نطاق السوق المالية العالمية والمساعدة في ازالة الحواجز خاصة في ظل التحرير المالي والمصرفي في إطار جولات المنظمة العالمية للتجارة،
- تسهيل معالجة كافة البيانات التفضيلية المتعلقة بالجدارة الائتمانية¹ للمؤسسات المختلفة بما يساعد على توسيع قاعدة عملاء القروض.

ثانيا: انعكاسات ومخاطر التكنولوجيا المصرفية:

على الرغم مما حققته التكنولوجيا المصرفية من مزايا كثيرة إلا أنها اوجدت مخاطر تجسدت في الآتي:

- سهو وخطأ العاملين حيث يقترب العاملون على الانظمة الآلية اخطاء ناجمة عن عدم المعرفة او السهو، تؤدي الى إحداث أضرار بالمعلومات والأنظمة المبرمجة،

¹ يقصد بالجدارة الائتمانية اهلية وقدرة المقترض على رد القرض في الآجال المحددة وفق الشروط المتفق عليها عند ابرام العقد ويتم تحديد عناصر ومكونات الجدارة الائتمانية من طرف البنك.

- اختراق الانظمة المصرفية والمالية من قبل اشخاص خارجين غير مرخص لهم وذلك في ظل غياب انظمة أمنية لحماية النظم الآلية، بهدف العبث والسرقة او التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء مما يعرض الاجهزة للفيروسات التي تساعد على محو انظمة المعلومات الداخلية للبنوك، او وقوع البيانات الخاصة في ايدي مستخدمي الاجهزة وهو ما يؤدي الى افشاء السر المصرفي،
- للتكنولوجيا المصرفية دور فاعل في تطور الوسائل المعتمدة لعمليات غسيل الاموال، وإنجاز عمليات مصرفية غير مشروعة لا توافق البنوك على تقديمها أو تكون بحاجة الى اخذ الموافقة عليها، وهو ما يعني ان هذه التكنولوجيا ساهمت في انتشار غسيل الاموال.
- كما تجسدت بعض الانعكاسات من الجانب التنظيمي مثل زيادة الحاجة الى العمالة غير المباشرة فضلا عن ظهور الحاجة الى وظائف جديدة مثل اخصائيو البحوث والتطوير وفنيو الصيانة للتعامل مع التجهيزات الاكثر تعقيدا، إضافة الى انعكاسات على مستوى العمالة من حيث القليل من العمالة اليدوية وغير الماهرة بعد التحول الى الآلات والاكثر اوتوماتيكية، وزيادة العمالة الفنية في مجال التشغيل والصيانة.¹

¹ حمو محمد، زيدان محمد، مرجع سابق، ص89.

المحاضرة الخامسة: مبادئ وقواعد لجنة بازل لإدارة مخاطر الصيرفة الالكترونية.

أولاً: مبادئ وقواعد لجنة بازل لإدارة مخاطر الصيرفة الالكترونية:

وضعت لجنة بازل 14 مبدئاً وقاعدة في هذا الخصوص، تمّ تصنيفها لثلاث اقسام رئيسية كالتالي: ¹

1-1 مبادئ وقواعد مخصصة لمجلس الادارة والادارة العليا الاستشرافية:

حيث وجب على مجلس الادارة والادارة العليا أن تتأكد من وجود الآتي:

1. الاشراف الاداري الفعال على نشاطات الصيرفة الالكترونية واضعين في الاعتبار الطبيعة والمتطلبات

الخاصة لتلك النشاطات. فالطبيعة الخاصة للعمليات والتعاملات تفرض اتباع نشاطات ادارية تلائم

هذا النوع من الخدمات المتخصصة.

2. وضع وبناء قواعد شاملة للسيطرة على ادارة وتأمين نشاطات الصيرفة الالكترونية.

3. القيام بإشراف شامل ووضع خطط عمل تنفيذية ملائمة لإدارة العلاقة مع الاطراف الخارجية ذات

الصلة بنشاطات الصيرفة الالكترونية.

2-1 قواعد ومبادئ إدارة الخطر المرتبطة بالسيطرة والرقابة على تأمين نشاطات الصيرفة الالكترونية:

4. ضرورة التثبت من هوية العملاء الداخليين في نشاطات الصيرفة الالكترونية، ولأن العلاقة بين

المصرف والعميل تصبح علاقة عن بعد في هذه الحالة فإن هذا الامر يصبح عاملاً مهماً.

5. يجب ان يتم إثبات حدوث العمليات بشكل سليم وكامل بحيث لا يكون هناك سبيل للتوصل من

حدوثها، هذا الامر يصبح مهماً ايضاً نتيجة لطبيعة الخدمات المصرفية الالكترونية، وهناك عدد

¹¹ محمد حمد محمود، ادارة مخاطر الصيرفة الالكتروني، مجلة المال والاقتصاد، لبنك فيصل الإسلامي السوداني، السودان، العدد 85 يناير

من الاجراءات التي يمكن استخدامها للتقليل من هذه المخاطر على سبيل المثال التوقيع الالكتروني.

6. يجب إعداد نظام ملائم يضمن الفصل بين الواجبات، هذا الأمر سيكون له أثر كبير في تقليل فرص الغش والتحايل خصوصا في بيئة الصيرفة الالكترونية.

7. وضع وتحديد قواعد ملائمة لحدود سلطة التصريح بالدخول لنظام الصيرفة الالكترونية وهو مطلب جوهري، وقاعدة البيانات التي تنظم التصاريح والسلطات يجب حمايتها للمحافظة على سيطرة ورقابة فاعلة على تلك القواعد.

8. على المصرف ان يتأكد من وجود قواعد ملائمة لحماية البيانات المخزنة او المرسلة في عمليات الصيرفة الالكترونية وأنّ النظام في المصرف قد تمّ تصميمه بحيث يمنع اي محاولة للدخول غير المصرح به او غير المشروع.

9. على المصارف أن تتأكد من ان لديها قواعد واضحة للمراجعة الداخلية تغطي جميع مجالات الصيرفة الالكترونية.

10. يجب حماية المعلومات الرئيسية ذات الصلة بنشاطات الصيرفة الالكترونية وحفظها بشكل سري وبعيدا عن اي استخدام غير مصرح به.

3-1 المبادئ والقواعد المرتبطة بالمخاطر القانونية ومخاطر السمعة:

11. على المصارف ان تتأكد من وجود معلومات كافية عن هويتها والتشريعات والقواعد التي تحكم عملها واي مجالات اخرى ذات الصلة، منشورة في مواقعها الالكترونية وذلك حتى يتمكن العملاء المتوقعون من امتلاك فكرة واضحة عن البنك قبل الدخول معه في العمليات.
12. يجب المحافظة على السرية المصرفية عند التعامل مع معلومات العملاء ويجب وضع وصياغة معايير وقواعد ملائمة لهذا الغرض.
13. على البنوك ان تتأكد من ان نظام الخدمة لديها متوفرة للعملاء على نحو مستمر يلبي توقعاتهم اضافة الى التأكد بشكل منتظم ودوري من سعة نظامه ومقدرته على تنفيذ العمليات المطلوبة.
14. على المصارف إعداد خطط طوارئ لمقابلة المشكلات التي قد تنتج من اية اختلالات داخلية او خارجية غير متوقعة تقود الى انهيار وتوقف نظام الخدمة الصيرفة الالكترونية.

أنشطة المحاضرة:

سؤال المحاضرة:

- ما هي أهم التطورات التكنولوجية في أشكال البنوك والصيرفة التي تتوقعها في المستقبل؟

ابحث في المصطلحات التالية:

- البلوك تشين، الشمول المالي، التكنولوجيا المالية، إنترنت الأشياء

الفصل الثاني

نظام المعلومات البنكي.

الفصل الثاني

المحاضرة السادسة: مفهوم نظام المعلومات البنكي، خصائصه، وأنواعه، معايير كفاءته.

أولاً: مفهوم نظام المعلومات البنكي.

1-1 مفهوم وأهمية نظام المعلومات.

2-1 مفهوم نظام المعلومات البنكي وخصائصه.

ثانياً: أنواع نظام المعلومات البنكي، ومعايير كفاءته.

1-2 أنواع نظام المعلومات البنكي.

2-2 معايير كفاءة نظام المعلومات في البنوك.

المحاضرة السابعة: موارد وانشطة نظام المعلومات البنكي، تكلفته.

أولاً: موارد وأنشطة، ومكونات نظام المعلومات البنكي.

ثانياً: تكلفة انظمة المعلومات المصرفية.

المحاضرة الثامنة: حوكمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات،

أولاً- مفهوم حوكمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، دورها، دواعي تطبيقها.

ثانياً- حوكمة نظام المعلومات.

أنشطة الفصل.

المحاضرة السادسة: مفهوم نظام المعلومات البنكي، خصائصه، وأنواعه، معايير كفاءته.

اولا: مفهوم نظام المعلومات البنكي:

1-1 مفهوم واهمية نظام المعلومات: هو عبارة عن آلية واجراءات منظمة تسمح بتجميع وتصنيف وفرز البيانات ومعالجتها، ومن ثم تحويلها الى معلومات يستعملها الانسان عند الحاجة ليتمكن من إنجاز عمل واتخاذ قرار والقيام بأية وظيفة تفيد حركة المجتمع عن طريق المعرفة التي سيحصل عليها من المعلومات المسترجعة من النظام، وقد يتم استرجاع المعلومات في نظام المعلومات يدويا او ميكانيكيا او الكترونيا وهو اي هذا الاخير هو الغالب في نظام المعلومات المعاصرة.¹ تزداد اهمية نظام المعلومات في العصر الحديث للأسباب التالية:²

- ❖ تطور الاجهزة الالكترونية التي تخزن كمية كبيرة من المعلومات يسهل الوصول اليها بسرعة،
- ❖ تعدد وسائل التقنية المستخدمة ادى الى انتشار المعلومات بشكل لم يسبق له مثيل في حياة البشرية،

- ❖ الاعتماد على وسائل الاتصال الحديثة والمتطورة (الانترنت) في التسويق المصرفي،
- ❖ رغم المسافات البعيدة الا ان عملية توصيل المعلومات أصبح أسهل بسبب تطور وسائل الاتصالات الالكترونية.

2-1 مفهوم نظام المعلومات البنكي وخصائصه:

¹ ابراهيم علي كردي حمود، وآخرون، دور نظم المعلومات المصرفية في الحد من القروض المتعثرة في المصارف دراسة تحليلية في مجموعة مصارف مختارة في محافظة بغداد، مجلة الدراسات العليا، جامعة النينين، المجلد 09 العدد 33 ن 2017، ص 155.

² المرجع نفسه، ص 156.

هو عبارة عن مجموعة مترابطة من المكونات المادية والاجراءات التي تعمل بطريقة متكاملة من تجميع وتخزين ثم تحويل معالجة البيانات المصرفية المدخلة لها الى معلومات قابلة للاستخدام تفيد في عملية اتخاذ القرارات في المصارف المختلفة.¹

تتمثل خصائص نظام المعلومات في البنوك كالتالي:²

❖ **المصداقية والكمال والدقة في تقديم المعلومات:** تقديم معلومات تامة وغير متحيزة خاصة فيما

يتعلق بتزويد العملاء بالمعلومات المتعلقة بالفائدة والعمولات التي يحصل عليها البنك او تقديم معلومات خاصة للضرائب او البنوك الاخرى.

❖ **توقيت المعلومة وسهولة الحصول عليها:** تصل في الوقت المناسب للجهة الطالبة بسهولة.

❖ **سعة الانتشار:** يقصد بها تعدد الجهات والشرائح التي يمكن ان تستفيد من المعلومات التي ينتجها نظام المعلومات الادارية في البنوك.

❖ **تنوع التقارير:** من خصائص نظام المعلومات قدرته على تقديم انواع مختلفة من التقارير التي تخدم المستفيدين باختلاف انواعهم.

❖ **دورية التقارير وانتظامها:** يحترم نظام المعلومات في البنوك تقديم التقارير بالرغم من جميع الظروف الطارئة والاستثنائية قصد زيادة رضا المستخدمين منه.

¹ ابو بكر عبد الباقي محمد سعد، أثر تقنية نظم المعلومات على اداء المصارف في السودان في الفترة 1999-2003، دراسة حالة بنك الادخار والتنمية الاجتماعية، بحث تكميلي لنيل درجة البكالوريوس في الاقتصاد، جامعة النيلين، 2014، ص ص.

² بوطورة فضيلة، سمايلي نوفل، أنظمة المعلومات الوظيفية في البنوك بين تكامل التقارير وكفاءة اتخاذ القرارات، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد السادس، العدد 1 ابريل 2020، ص 141

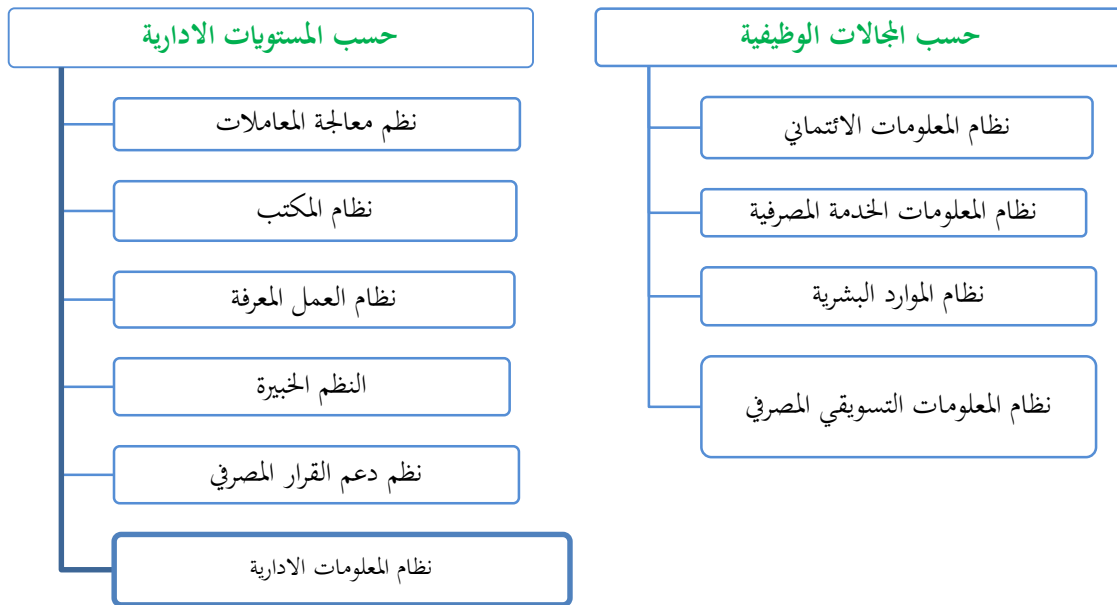
- ❖ **الحفاظ على أدنى من السرية:** على البنك الحفاظ على حد أدنى من سرية المعلومات التي ينتجها نظام المعلومات الخاص به، وبشكل خاص المعلومات المتعلقة بأسرار متعلقة بعملائه وتقديم معلومات تتسم بالعمومية دون تفاصيل وايضا عدم المبالغة في حجب المعلومات بحجة السرية.
- ❖ **وجود موقع على الانترنت:** لا تستغني البنوك اليوم عن بناء موقع لها على الانترنت لعدة فوائد قد يغنيها عن فتح فروع، ويوفر لها تكاليف كبيرة اضافة الى وصول خدماتها الى عدد كبير من العملاء.

ثانيا: أنواع نظام المعلومات البنكي، ومعايير كفاءته:

1-2 أنواع نظام المعلومات البنكي:

هناك عدّة انواع لنظام المعلومات المصرفي حسب ما يلي:

الشكل (1-2): أنواع نظام المعلومات البنكي.



المصدر: باتول بوزراع، فايضة بوزراع، أثر نظام المعلومات على جودة الخدمات المصرفية، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، جامعة عبد الحفيظ بوالصوف، ميلة، ص 28-29.

يقسم نظام المعلومات البنكي حسب المجالات الوظيفية الى:

- **نظام المعلومات الائتماني:** هو عبارة عن خدمة توفير معلومات هامة عن طالب الاقتراض المصرفي ويتم ذلك في شكل تقرير ائتماني عن عملاء المصارف والمؤسسات المالية او عملاء الاقراض الشخصي والاستهلاكي مثل شركات البيع بالتقسيط وشركات الاتصالات ويعرض معلومات شخصية لتعريف العميل مثل السجل التجاري، سجل المصدرين والمستوردين، وبيانات ائتمانية. تشمل اهميته في الحد من ظاهرة الديون المتعثرة فضلا عن توسيع قاعدة العملاء والممولين.¹
 - **نظام المعلومات الخدمة المصرفية:** ويختص بجمع المعلومات الخاصة بالبنك، كالأنشطة الخدمية، والعلاقات بينه وبين البيئة الخارجية، ومعالجتها ونقل المعلومات الى مراكز صنع القرار في الوقت المناسب، وتكون مخرجات هذا النظام على شكل تقارير ومعلومات توجه الى خدمة نظم فرعية مثل الرقابة على الجودة، الرقابة على التكاليف.
 - **نظام الموارد البشرية:** يعمل على توفير المعلومات التي يحتاجها المدراء من أجل اتخاذ القرارات الخاصة باستخدام الموارد البشرية بفعالية، لرفع مستوى الاداء.
 - **نظام المعلومات التسويقي المصرفي:** يشير هذا النظام الى كل الافراد، والتجهيزات والاجراءات والوسائل المعدة من أجل جمع كافة النشاط التسويقي في البنك وتصنيفها وتحليلها وتفسيرها ثم بعد ذلك توزيعها على الجهات المختصة، ومن ثمّ اتخاذ القرار التسويقي في الوقت المناسب.
- كما يقسم نظام المعلومات البنكي حسب المستويات الادارية الى:

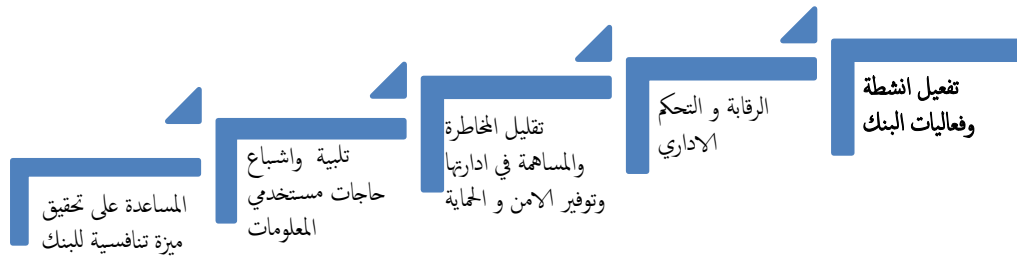
¹ الفاتح الشريف يوسف الطاهر، نور الهدى محمد، الترميز الائتماني ودوره في الحد من مخاطر الائتمان المصرفي في السودان، مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة السودان، المجلد 14 العدد 1، ص 62.

- **نظم معالجة المعاملات:** وهي تلك النظم المصممة تكنولوجيا للقيام بعملية تسجيل وتوثيق وتخزين معلومات الصفقات الضرورية اليومية والمعاملات والنشاطات الناتجة عن عمليات البنك من خلال توفير جميع المعلومات وسرعة استجابتها وعرضها بوقت وجهد وتكلفة اقل.
- **نظام المكتب:** يقصد بها استخدام الكمبيوتر والاجهزة الالكترونية مثل الهواتف، ووسائل الاتصال الاخرى، للقيام بالمهام التي تنجز في المكاتب الادارية للرفع من كفاءة وفعالية الاتصالات داخل المكتب وبيئته.
- **نظام العمل المبني على المعرفة:** في هذا النظام يستعمل مجال المعرفة للوصول الى اتخاذ قرار يتم استنتاجه من قبل خبير ذو معرفة بهذا المجال.
- **نظام المعلومات الادارية:** وهو أحد تطبيقات نظم المعلومات يعمل على توفير المعلومات لإصدار تقارير دورية لإدارة البنك للمساعدة على اتخاذ القرارات.
- **النظم الخبيرة:** وهو نظام معلومات حاسوبي مصمم لنمذجه قدرة الخبير على حل المشكلات التي يتسند على المعرفة.
- **نظم دعم القرار المصرفي:** وهو نظام مبني على الكمبيوتر لدعم المستوى الاداري في البنك ودمج بين البيانات وبين النماذج التحليلية لدعم القرارات.

2-2 معايير كفاءة نظام المعلومات في البنوك:

يشرح الشكل الموالي معايير كفاءة نظام المعلومات في البنوك كالتالي:

الشكل (2-2): معايير كفاءة نظام المعلومات في البنوك:



المصدر: بمساعدة المرجع بوطورة فضيلة، سمايلي نوفل، أنظمة المعلومات الوظيفية في البنوك بين تكامل التقارير وكفاءة اتخاذ القرارات، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد السادس، العدد 1 أبريل 2020، ص 142

من خلال الشكل السابق نلاحظ أن معايير كفاءة النظام المعلومات في البنك تنقسم الى 05 معايير بدءا بالمساعدة على تحقيق ميزة تنافسية للبنك، ثم نجد تلبية واشباع حاجات مستخدمي المعلومات، بعدها يأتي تقليل المخاطرة والمساهمة في إدارتها وتوفير الحماية والأمن، يأتي معيار الرقابة والتحكم الإداري في المرتبة ما قبل الأخيرة التي تتمثل في تفعيل أنشطة وفعاليات البنك.

المحاضرة السابعة: موارد وأنشطة نظام المعلومات البنكي، تكلفته.

أولاً: موارد وأنشطة، ومكونات نظام المعلومات البنكي:

يحاول الجدول الموالي تلخيص موارد وأنشطة ومكونات نظام المعلومات البنكي كالتالي:

الجدول (2-1): مكونات وموارد وأنشطة نظام المعلومات البنكي.

موارد نظام المعلومات البنكي	
الموارد البشرية	ويشمل المستخدمين الذين يستخدمون المعلومات التي يخرجها او ينتجها النظام او المستفيدين والمتخصصين مثل المحاسبين، وكل من له علاقة بالبنك اما المتخصصون هم الذين ينشؤون يطورون ويشغلون النظام مثل المبرمجين، الموظفين، الاداريين،
الموارد المادية	وتشمل الاجهزة والادوات والوسائل المادية المستخدمة في تشغيل المعلومات مثل اجهزة الحاسوب، الطابعات، ...
موارد البرمجيات	مثل مجموعة نظم التشغيل التي توجه المكونات المادية للحاسوب وتسيطر عليها مثل برامج تحليل الودائع، والقروض، والاجور والمستحقات.
موارد البيانات	تعتبر من اهم الموارد في البنوك لأنها المادة الخام الاساسية التي سيتم تشغيلها لإخراج المعلومات التي تساعد على اتخاذ القرار. وتنظم في شكل قواعد البيانات، وقواعد المعرفة، موارد الشبكات ¹ وسائط الاتصالات، نظم تدعيم الشبكات.
أنشطة نظام المعلومات البنكي	

¹ التي تشمل على تكنولوجيا الاتصالات و الاتصالات بعيدة المدى ومختلف انواع الشبكات مثل الانترنت، الانترنت، والاكسترنات(اكسترنات Extranet وهي شبكة خاصة تستخدم بروتوكول الإنترنت وتقنيات الاتصال عن بعد لمشاركة معلومات المنظمة وبشكل آمن مع المجهزين والبائعين والزبائن وشركاء آخرين في العمل.)، وتشمل وسائط الاتصال (الكابلات والاليف الضوئية، ونظام الأقمار الصناعية)، ونظم تدعيم الشبكات، وتشمل جميع الافراد و المعدات والبرامج وموارد البيانات التي تساهم مباشرة في تشغيل واستخدام شبكة الاتصال

تجميع البيانات	وتشمل العملية جلب البيانات الى نظام المعلومات والمصادقة عليها للتأكد من صحتها، ومن دقتها وتصنيفها الى اقسامها الرئيسية ثم نقلها من مكان الحصول عليها الى مكان تشغيلها.
تشغيل البيانات	لتحويل البيانات الى معلومات فان ذلك يحتاج الى القيام بتلخيص البيانات عن طريق تجميع كميات العمليات الفردية وفي بعض الاحيان يتم نسخ او تصوير البيانات في مستندات اخرى او وسائل حفظ اخرى، ثم تجميع البيانات في مجموعات متشابهة، وبعدها ترتيب البيانات وفقا لاسس معينة وعندما يتعلق الامر ببيانات كمية فإنه يتم القيام بعمليات الحساب لإنتاج بيانات جديدة.
ادارة البيانات	وتتمثل في التخزين والتحديث والاستدعاء.
التخزين	وتعني وضع البيانات في ملفات او قواعد بيانات اما بشكل دائم او بصورة مؤقتة في انتظار المزيد من تشغيل لهذه البيانات.
رقابة وأمن البيانات	يجب حماية البيانات من التلاعب في السجلات اثناء التشغيل والتأكد من دقتها وبالتالي دقة المعلومات.
تجميع وتوصيل المعلومات	وتتمثل هذه المرحلة في وضع المعلومات في يد المستخدمين ويتطلب ذلك انتاج التقارير والتي تحتوي على المعلومات الناتجة من التشغيل او من البيانات المخزنة او من كليهما وغالبا ما يتطلب إعداد التقارير تحليل وتفسير البيانات التي تحتويها التقارير، ثم التوصيل كخطوة موائية والتي تتكون من تقديم التقارير في صورة مفهومة ومفيدة للمستخدمين وضمان وصول التقارير للمستخدمين.
مكونات نظام المعلومات البنكي	
المدخلات	وهي المادة الخام التي يقوم عليها النظام.
المعالجات	وهي عملية التفاعل بين مكونات وعناصر النظام لتحويل المدخلات الى مخرجات مفيدة ومساعدة في تحقيق اهداف النظام المحددة.
المخرجات	بعد معالجة مدخلات النظام يتم الحصول على نتائج يطلق عليها المخرجات أي نتائج تفاعل مكونات النظام.

إن التطوير المستمر للنظام يصحح المسارات الخاصة به، يتوجب توجيه ومتابعة تقييم عمليات تنفيذ المخرجات لذا يتطلب فحص فاعلية النظام من خلال النتائج والمخرجات الخاصة به ويطلق على هذه العملية التغذية العكسية.	التغذية العكسية
---	------------------------

المصدر: بالاستعانة بالمرجع بوطورة فضيلة، سمايلي نوفل، أنظمة المعلومات الوظيفية في البنوك بين تكامل التقارير وكفاءة اتخاذ القرارات، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد السادس، العدد 1 ابريل 2020، ص 142-145.

ثانيا: تكلفة انظمة المعلومات المصرفية:

يتطلب نظام المعلومات تكلفة يمكن قياسها واخرى يصعب قياسها بشكل ملموس، فالتكاليف المقاسة على سبيل المثال تكاليف الاجهزة، الادوات والمعدات والاجهزة، البرامج، تكلفة العمال، التشغيل والتدريب. اما التكاليف التي يصعب قياسها تتمثل في عدم الولاء او عدم الرضا.¹

¹ يونس يوسف عواد، أثر تطبيق نظام المعلومات على جودة اداء الخدمة المصرفية دراسة ميدانية على المصارف الخاصة السورية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 38 العدد 2، 2016، ص 134

المحاضرة الثامنة: حوكمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

أولاً- مفهوم حوكمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، دورها، دواعي تطبيقها:

هي بناء هيكلية للعلاقات والعمليات لتوجيه ورقابة المشروع لتحقيق اهدافه خلال اضافة قيمة له مع حدوث توازن بين الخطر والعائد من تكنولوجيا المعلومات وعملياتها. أو هي القدرة التنظيمية لرقابة الصياغة والتطبيق لاستراتيجية تكنولوجيا المعلومات والتوجيه الى اتجاه مناسب من أجل تحقيق ميزات تنافسية. كما يمكن تعريفها على أنها سلسلة من العمليات التي تساعد الشركات على استخدام نظام من القرارات لنقل تكنولوجيا من مركز تكلفة الى مركز ربح. يتضمن دورها في:¹

- تطوير وإدارة نظم تكنولوجيا المعلومات،
- ضمان وسرية امن المعلومات،
- تطوير تكنولوجيا المعلومات وتحديد الوسائل والاساليب المرتبطة بها
- اما بالنسبة لدواعي تطبيقها فتتمثل في:²
- زيادة الاعتماد على المعلومات وأنظمة توصيلها،
- زيادة القابلية للتهديدات الداخلية والخارجية المتعلقة باستخدام تكنولوجيا المعلومات،
- إمكانية خلق فرص جديدة وتخفيض التكلفة للاستثمارات الحالية والمستقبلية.

¹ عديسه شهرة، علي موسى آمال، إدارة أمن المعلومات من خلال تبني حوكمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لحماية المعاملات المصرفية الإلكترونية، مداخلة في الملتقى الوطني حول المستهلك والاقتصاد الرقمي، ضرورة الانتقال وتحديات الحماية يومي 23 و 24 ابريل، 2018، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميلة، بدون صفحة.

² المرجع نفسه.

ثانيا- حوكمة نظام المعلومات:

تتمثل حوكمة نظم المعلومات حول المحاور التالية:

الشكل (2-3): حوكمة نظام المعلومات.



المصدر: بمساعدة المرجع عديسه شهرة، علي موسى آمال، إدارة أمن المعلومات من خلال تبني حوكمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لحماية المعاملات المصرفية الالكترونية، مداخلة في الملتقى الوطني حول المستهلك والاقتصاد الرقمي، ضرورة الانتقال وتحديات الحماية يومي 23 و 24 ابريل، 2018، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميلة، بدون صفحة.

أنشطة الفصل.

الأعمال الميدانية:

- تقرب من إحدى البنوك العاملة والقريبة منك، وحاول القيام بالأنشطة التالية:
- التعرف على نظام المعلومات المستعمل فيها مع شرح لإيجابيات وسلبياته.
 - شرح معايير كفاءة هذا النظام.
 - التعرف على مدى تطبيق حوكمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في هذا البنك.

الفصل الثالث

البنوك الالكترونية.

الفصل الثالث: البنوك الالكترونية.

المحاضرة التاسعة: مفهوم البنوك الالكترونية، نشأتها ومتطلباتها

أولا -نشأة البنوك الالكترونية.

ثالثا -متطلبات البنوك الالكترونية.

رابعا-مهام البنوك الالكترونية.

المحاضرة العاشرة: أصناف البنوك الالكترونية، مزاياها والتحديات التي تواجهها.

أولا-أصناف البنوك الالكترونية.

ثانيا-مزايا البنوك الالكترونية.

ثالثا-التحديات في حقل البنوك الالكترونية.

أنشطة الفصل

المحاضرة التاسعة: مفهوم البنوك الالكترونية، نشأتها ومتطلباتها

أولا - نشأة البنوك الالكترونية:

تعود نشأة المصارف الإلكترونية إلى بداية الثمانينات مع ظهور النقد الإلكتروني، أما استخدام البطاقات كان مع بداية القرن الماضي في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي، وبطاقات معدنية تستعمل على مستوى البريد في الولايات المتحدة الأمريكية. وفي عام 1958 أصدرت American Express أول بطاقة بلاستيكية لتنتشر على نطاق واسع، ثم قامت بعدها ثمانية مصارف بإصدار بطاقة "Bank Americard" عام 1968 لتتحول إلى شبكة Visa العالمية، كما تم إصدار في نفس العام البطاقة الزرقاء "Carte Bleue" من طرف ستة مصارف فرنسية. وفي عام 1986 قامت اتصالات فرنسا "France Telecom" بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئ للبطاقات الذاكرة (Cartes à mémoire) لتصبح عام 1992 كل البطاقات المصرفية بطاقات برغوثة (Cartes à puce) تحمل بيانات شخصية لحاملها.¹

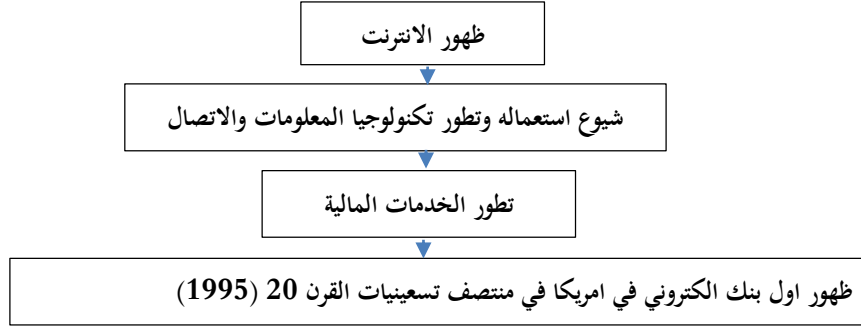
ظهر أول بنك إلكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية خلال منتصف التسعينات، حيث كان يميز بين نوعين من البنوك كلاهما يستخدم تقنية الصيرفة الإلكترونية،

- البنوك الافتراضية (بنوك الإنترنت): تحقق أرباحا تصل إلى ستة أضعاف البنك العادي.
- البنوك الأرضية: ونقصد بها البنوك التي تقدم خدمات تقليدية وخدمات الصيرفة الإلكترونية.

¹ تاريخ التصفح 2022-03-10 <https://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/156820>

يلخص الشكل الموالي نشأة البنوك الالكترونية:

الشكل (3-1): نشأة البنوك الالكترونية.



المصدر: بمساعدة المعلومات السابقة.

ثانيا - مفهوم البنوك الالكترونية:

هناك مجموعة من التعاريف الخاصة بهذا النوع من البنوك حيث نجد:¹

- يعتبر البنك الالكتروني أحد آليات الاقتصاد الرقمي في مجال البنوك. هو مؤسسة مالية شبكية تؤدي خدماتها باستخدام الاساليب الالكترونية، ويمثل الإنترنت اهم اشكالها، ويمكن الحصول على خدماته عن طريق الضغط على مجموعة ازرار في الهاتف او الكمبيوتر من اي مكان.
 - هو نظام يسمح للزبون الاطلاع على حساباته والوصول الى اية معلومة يريدتها والحصول على اية خدمة او منتجات مصرفية من خلال شبكة الانترنت.
 - ان البنك الالكتروني ليس فرعاً لبنك ما، بل موقعا ماليا تجاريا اداريا واستشاريا.
- يعود سبب انتشار هذا النوع من البنوك الى أهمية ودور الوساطة بفعل تزايد حركية التدفقات النقدية والمالية في مجال التجارة، وتطور المنظمة الاعلامية للاتصال التكنولوجي.

¹ عبد القادر خليل، الاقتصاد البنكي مدخل معاصر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017، ص 72-73.

ثالثا -متطلبات البنوك الالكترونية:

تتطلب البنوك الالكترونية مجموعة من المتطلبات على سبيل البنى التحتية التطوير، والاستمرارية، والرقابة، وكفاءة الاداء، والتفاعل والاستمرارية.

يلخص الجدول الموالي متطلبات البنوك الالكترونية:

الجدول (3-1): متطلبات البنك الالكتروني.

المتطلبات	مفهومها
البنى التحتية	وتتضمن الاتصالات وتقنية المعلومات، السياسات التسويقية والخدمية والتنظيمية، العمل بالمعايير الدولية للخدمات، وضوح وكفاءة وفعالية التنظيم القانوني لقطاع الاتصالات، مجال واولويات تدخل الدولة في دعم بعض الاستثمارات.
التطوير والاستمرارية	لا يكفي تطوير البنى التحتية بدون تطوير ذاتي لها من طرف البنك وبالتالي عليه تحيين والتقاط فرص التمييز والاتجاه نحو الريادة في اقتحام الجديد.
الرقابة	يتطلب مراقبة مواقع البنك الالكتروني باستمرار لتقييم ادائها
كفاءة الاداء	توفير خبراء ومختصين في التقنية والقانون والتسويق والنشر الالكتروني.
التفاعل والاستمرارية	تبني استراتيجية التفكير الابداعي وليس النمطي فقط والتفاعل مع الافكار الجديدة في المجال المالي والخدمي والتسويقي والتقني.

المصدر: المصدر: من إعداد الأستاذة بمساعدة المرجع عبد القادر خليل، الاقتصاد البنكي مدخل معاصر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017، ص 76.

رابعاً- مهام البنوك الالكترونية:

تتمثل مهام البنوك فيما يلي:¹

- **التحويل الالكتروني للأموال:** يهدف نظام التحويل الالكتروني للأموال الى تسهيل وتعجيل المدفوعات وتسويتها بين البنوك وهذا ما ينتج عنه تقديم خدمات أفضل للزبائن، من خلال هذه العملية المصرفية تتميز البنوك بميزة تنافسية في الاسواق العالمية من خلال العمل الالكتروني يتيح للمصارف امكانية التسوية الفورية للأموال عبر حساباتها الجارية في البنوك المركزية...الخ.
- **خدمات البطاقات:** تقدم هذه البنوك خدمات متميزة للزبائن ذوي المستوى المرموق مثل الخدمات الماسية والذهبية لفئة محددة من الزبائن على شكل بطاقات ائتمانية وبخصم خاص²، كما تشمل خدمات مجانية على مدار الساعة.
- **النظام المصرفي المباشر مع الزبون:** وذلك من خلال الحاسب الالي المتواجد في المنزل او المكتب ومن خلال هذه العملية يستطيع الزبون ان يقوم بالعمليات الروتينية مثل تحويل الاموال من حساب الى اخر.
- **الهاتف المنزلي:** انشأت هذه الخدمة مع تطور الخدمة المصرفية في العالم، حيث تؤدي الى تفادي طوابير الزبائن في الاستفسار عن بعض الخدمات المصرفية وتستمر هذه الخدمة 24 ساعة يومياً.

¹ شريف مصباح ابو كرش، المصارف والبطاقات الالكترونية الفرص والتحديات، دراسة حالة المصارف الفلسطينية، مجلة الدراسات المالية و المصرفية، العدد 3، 2014، ص 49.

² هناك بطاقات تمكن الزبون من استخدامها في أكثر من 20 مليون من أكبر الاماكن.

- **المقاصة الالكترونية¹**: تأسست عام 1960 يتم من خلالها تحويل النقود من حسابات الزبائن الى حسابات اشخاص او هيئات اخرى في اي فرع ولأي بنك في دولة اخرى كدفع الاجور الشهرية من حساب صاحب العمل الى حساب الموظفين. كما يتم تسوية المدفوعات المصرفية عن طريق نظام التسوية الاجمالية بالوقت الحقيقي ضمن خدمات المقاصة الإلكترونية ويتيح هذا النظام بطريقة الكترونية امانة نقل وتحويل مبالغ مالية من حساب الى آخر بسهولة حيث تتم المدفوعات في نفس اليوم وبنفس القيمة دون الغاء او تأخير.

¹ Banker Automated Clearing Services

المحاضرة العاشرة: أصناف البنوك الالكترونية، مزاياها والتحديات التي تواجهها.

أولا- أصناف البنوك الالكترونية:

يشار الى انه هناك ثلاثة اصناف للبنوك الالكترونية يلخصها الشكل الموالي:

الشكل (2-3): أصناف البنوك الالكترونية.



المصدر: شريف مصباح ابو كرش، المصارف والبطاقات الالكترونية الفرص والتحديات، دراسة حالة المصارف الفلسطينية، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، العدد 3، 2014، ص 48.

ثانيا-مزايا البنوك الالكترونية: للبنوك الالكترونية عدة مزايا نذكر منها:¹

- إمكانية الوصول الى قاعدة اوسع من العملاء: عبر العالم دون التقييد بمكان او زمن معين وغالبيتهم ممن يعملون بالتجارة الالكترونية.
- تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة: بعد انتشار التجارة الإلكترونية أصبح هناك عمليات مصرفية جديدة لا يمكن لأي بنك من ادائها لعملائها الا إذا كان بنكا الكترونيا لما تتميز به تلك العمليات المصرفية من سرعة الاداء.
- خفض تكاليف التشغيل: تتمثل في مصاريف التشغيل شراء الموقع وتأثيثه وتكاليف العمالة والصيانة وهذه التكاليف تعتبر معدومة بالنسبة للبنوك الالكترونية نظرا لعدم احتياجها الى ذلك.
- زيادة كفاءة أداء البنوك الالكترونية: حيث يتميز أداؤها بالسرعة في انجاز الاعمال ولا تحتاج لانتقال العميل الى موقع البنك ومقابلتها لموظفين بينما يتطلب الامر فقط ان يدخل العميل على شبكة الانترنت والمرور الى الخدمة التي يريدتها وسرعان ما تتم وتنتهي في وقت بسيط.

ونجد ايضا:²

- السرعة في انجاز الاعمال والقدرة على التواصل مع أكثر من جهة في نفس الوقت،
- غياب المعاملات الورقية،

ثالثا-التحديات في حقل البنوك الالكترونية:

تواجه البنوك الالكترونية العديد من التحديات التي تعيق عملها اليومي، مثل:³

¹ محمد صلاح المفتي، البنوك الالكترونية كيف يعمل البنك الالكتروني، مجلة المال والاقتصاد، بنك الفصيل الإسلامي السوداني، السودان، المجلد 2013، العدد 72 (31 يوليو/تموز 2013)، ص26.

² رشدي عبد اللطيف وادي، اهمية ومزايا البنوك الالكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات انتشارها، جامعة غزة الاسلامية، ص8

³ مهند مبارك العجب، تقنيات مصرفية، بنك فيصل الاسلامي السوداني، مجلة المال والاقتصاد، العدد 11، ديسمبر 2007، ص 14

- اثبات الشخصية، التوقيع الالكتروني،
- سرية المعلومات، امن المعلومات،
- مخاطر اجرام التقنية العالية،
- خصوصية العميل،
- التعاقدات المصرفية الالكترونية،
- حاجز اللغة،
- قضية العملات المختلفة،
- التغيرات التكنولوجية السريعة،
- مسائل الملكية الفكرية لبرمجيات وقواعد معلومات البنك، او المستخدمة من موقع البنك او المرتبطة بها.
- علاقات البنك مع الجهات المزودة للتقنية او المرودة لخدماتها.
- وجود فاعل على شبكة الانترنت اي الوصول الى أكبر قدر ممكن من الزبائن،
- شمولية الخدمات المقدمة وتيسير قبولها وطلبها،
- كفاءة الخدمة المقدمة للزبائن،
- قبول القانون للتعاقدات الإلكترونية،
- تحديات وسائل الدفع،
- التحديات الضريبية،

أنشطة الفصل

– أولاً: قدم تعريفا دقيقا لكل من المصطلحات التالية:

المصطلح باللغة الانجليزية	المصطلح باللغة العربية	مفهومه
Self-service banking	الخدمات المالية الذاتية	
Web banking	بنوك الويب	
Online Banking	البنك على الخط	
Home Banking	البنك المنزلي	
Electronic Banking	البنوك الالكترونية	
Internet Banking	بنوك الأنترنت	
Remote Electronic Banking	البنوك عن بعد	

– ثانيا: ابحث على أكبر 10 بنوك الكترونية في العالم وقدم طرق عملها.

الفصل الرابع التجارة الالكترونية

الفصل الرابع التجارة الالكترونية

المحاضرة الحادية عشرة: مفهوم التجارة الالكترونية، فوائدها، أهميتها.

أولاً-تعريف التجارة الالكترونية، وفوائدها.

ثانياً-أهمية التجارة الالكترونية.

المحاضرة الحادية عشرة: متطلبات التجارة الالكترونية، أشكالها، خصائصها.

أولاً-متطلبات التجارة الالكترونية.

ثانياً-أشكال التجارة الالكترونية.

ثالثاً-خصائص التجارة الالكترونية.

المحاضرة الثانية عشرة: الآثار السلبية للتجارة الالكترونية، والمبادئ الأساسية لنجاحها، والتحديات التي تواجهها.

أولاً-الآثار السلبية للتجارة الالكترونية.

ثانياً-المبادئ الأساسية الحاكمة لنجاح التجارة الالكترونية.

ثالثاً-تحديات التجارة الإلكترونية.

المحاضرة الثالثة عشرة: طرق الدخول التي التجارة الالكترونية.

أولاً - طرق سهلة وبسيطة لدخول التجارة الإلكترونية بـموارد بسيطة.

ثانياً -أهم المنصات الإلكترونية.

رابعاً-مقومات وعوامل النجاح في التجارة الالكترونية.

خامساً-أنواع المتاجر الالكترونية.

المحاضرة الرابعة عشرة: أهم مصادر تعلّم التجارة الإلكترونية وبعض إحصائيات وحقائق حول التجارة الإلكترونية

أولاً- أهم مصادر تعلم التجارة الإلكترونية.

ثانيا - بعض إحصائيات وحقائق حول التجارة الإلكترونية.

أنشطة الفصل.

المحاضرة الحادية عشرة: مفهوم التجارة الالكترونية، فوائدها، أهميتها.

أولا-تعريف التجارة الالكترونية، وفوائدها:

يمكن تعريف التجارة الالكترونية على انها عبارة عن نظام يتيح حركات بيع وشراء السلع والخدمات، والمعلومات، عبر الانترنت، كما يمكن تشبيهها بسوق الكتروني يتواصل فيه البائعون (موردون، أو شركات أو محلات) والوسطاء (السماسرة) والمشترون، وتقدم فيه السلع او الخدمات في صورة افتراضية أو رقمية. هي عملية تبادل باستخدام نظام تبادل البيانات الكترونيا عن طريق البريد الالكتروني، والنشرات الالكترونية والفاكس وتحويل الأموال بواسطة الوسائط الالكترونية، وكذلك باستخدام الوسائط الالكترونية المشابهة.¹

هناك من يعرفها أنها مجموعة من المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات ببعضها البعض، وبين المشروعات والافراد وبين المشروعات والإدارة، أو هي شكل من اشكال الاتصال،

¹ راضية مصداق، بوبدره زهرة، التحول نحو الصيرفة الالكترونية لتفعيل التجارة الالكترونية في الجزائر، مجلة المنهل الاقتصادي، المجلد 04،

العدد 03، ديسمبر 2021، ص 254-270، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الجزائر، ص253

يستهدف تسويق بصورة مباشرة او غير مباشرة لبضائع أو خدمات، أو صورة مشروع أو منظمة أو شخص مباشر نشاط تجاري أو صناعي أو حرفي أو يقوم بمهنة منظمة.¹

يمكن لأي شخص من أي مكان شراء أي شيء من أي مكان، مما أدى ذلك إلى سد المسافة بين الدول، وأصبحت الإنترنت الآن بمثابة المحور الرئيسي للسوق العالمية.

تقدم هذه التجارة العديد من الفوائد التي يمكن أن نستفيد منها كالتالي:

- **تخفيض مصاريف الشركات:** تعدّ عملية إعداد وصيانة مواقع التجارة الالكترونية أكثر اقتصادية في بناء أسواق التجزئة أو صيانة المكاتب ولا تحتاج الشركات الى إنفاق أموال في العملية الترويجية ولا تحتاج لاستخدام عدد كبير من الموظفين من اجل عمليات الجرد والاعمال الإدارية، حيث توجد قواعد بيانات على الانترنت تحتفظ بتاريخ عمليات البيع في الشركة وأسماء الزبائن، ويتيح ذلك لشخص بمفرده استرجاع المعلومات الموجودة في قاعدة البيانات من اجل فحص تواريخ عمليات البيع بسهولة.
- **تسويق أكثر فعالية:** إن اعتماد الشركات على الانترنت في التسويق يتيح لها عرض منتجاتها وخدماتها في مختلف ارجاء العالم دون انقطاع-طيلة ساعات اليوم وطيلة أيام السنة-مما يوفر لهذه لها فرصة أكبر لكسب الأرباح إضافة الى وصولها الى المزيد من الزبائن.

- **التواصل الفعال مع الشركاء والعملاء:** يوفر هذا النوع من التجارة الالكترونية طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء كما توفر فرصة جيدة للشركات من أجل الاستفادة من البضائع والخدمات المقدمة من أي الموردين، وهي ما يعرف في التجارة الالكترونية: من الشركات الى الشركات (business to business).

¹ أحمد عبد الله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الالكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، كلية الدراسات التجارية الكويت، العدد 06، 2010، ص 167.

- توفير التحويل النقدي الذي يعتبر من أول تطبيقات التجارة الالكترونية والتي تتم بين المؤسسات والشركات الكبرى.
 - اتساع الأسواق المالية والبورصات وأنظمة حجز التذاكر الخاصة بالسفر،
 - إنشاء كبريات الشركات لمواقع على الانترنت بعد توسع استعمالها مثل شركة جنرال موتورز، ... الخ
 - وإدارة المتاجر الإلكترونية، إضافة وتعديل المنتجات، تتبع سير المبيعات والأرباح، إنشاء الفواتير والحسابات، التواصل مع العملاء وغيرها.
 - الصيرفة الالكترونية، شراء الأسهم والسندات، والاعلان والتسويق الالكتروني،
 - البحث عن فرص العمل، النشر الالكتروني، التصميمات الهندسية وتقديم الخدمة للعميل.
- إضافة الى ما سبق من الفوائد الخاصة بالتجارة الالكترونية نجد:¹
- اتاحة أنواع لا نهائية من السلع والخدمات والمعلومات؛
 - اختفاء المخازن والحد من المخزون السلعي؛
 - تحسين درجة التنافسية وزيادة القدرة الإنتاجية؛
- ثانيا-أهمية التجارة الالكترونية: تشمل هذه الأهمية فيما يلي:²
- تجمع بين البائعين والمستهلكين في معارض ومراكز تجارية تسمح بتوفر المعلومات عن مختلف الأسواق مما يسمح للمستهلك حرية الاختيار والمفاضلة بين السلع المعروضة وبأسعار تنافسية والحصول عليها في مدة زمنية قصيرة.

¹ نذير طراويبا، التجارة الالكترونية كآلية لتفعيل المشاركة الاقتصادية للمرأة في الدولة العربية على ضوء الهدف الثامن من الأهداف الإنمائية للألفية، مجلة الاقتصاد وإدارة الاعمال، المجلد 1، العدد 3 (جوان، 2017)، ص ص. 27-47. جامعة أحمد درارية، أدرار، الجزائر. ص35.

² راضية مصداق، بوبدرة زهرة، مرجع سابق، ص254.

- تشكيل منظومة اقتصادية تحقق أرباح لم يكن من الممكن تحقيقها سابقا بالطرق التقليدية إذ سمحت بزيادة العائدات المالية للشركات لأنها توفر الوقت والجهد والتكلفة، إضافة الى توفير النفقات الإدارية.
- تمكّن من تحسين الأداء لسلسلة التوريد من حيث توصيل السلع للعملاء في الوقت المحدد دون تسجيل أي تأخير، وظهور ما يسمى بالتصنيع الآني: أي التصنيع حسب الطلب، والذي يؤدي الى توفير تكاليف التخزين ويمكن من الاستفادة من أفكار الزبائن حول تصميم المنتجات.
- السماح للشركات والمشروعات الصغيرة من منافسة الشركات الكبرى بمنحها ميزة تنافسية في ابتكار نماذج الاعمال الجديدة، وسهولة وصولها الى الأسواق العالمية،
- كل ما سبق يؤدي الى الانفتاح الاقتصادي مما يوفر فرص زيادة معدلات الصادرات.

المحاضرة الحادية عشرة: متطلبات التجارة الالكترونية، أشكالها،

خصائصها.

أولا-متطلبات التجارة الالكترونية:

هناك مجموعة من المتطلبات الواجب توفرها من أجل هذا النوع من التجارة، على غرار البنية التحتية، والأنظمة التشريعية، والطاقات البشرية المؤهلة، وهي موضحة في الجدول الموالي:

الجدول (4-1): متطلبات التجارة الالكترونية.

المتطلبات	مفهومها
البنية التحتية الالكترونية	من اهم مكونات التجارة الالكترونية نجد تقنية المعلومات والاتصالات والذي يتكون من شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي أجهزة الاتصال من فاكس، هواتف ثابتة ونقالة،

أجهزة حاسوب، والبرمجيات، خدمات الدعم الفني من تصميم الموقع الالكتروني، وتوفير وسائل الدفع الالكتروني،	
وهي الإطار القانوني اللازم لاعتماد التعاملات التجارية الالكترونية، والذي يضمن حقوق المتعاملين، وإدراج التعامل بالتوقيع الالكتروني من التوقيع اليدوي،	التشريعات والأنظمة
وهي تلك اليد العاملة المتخصصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ذات الصلة بالتجارة عبر الانترنت، ويكون ذلك من خلال تطوير البرامج التعليمية وفق المعارف التقنية واستخدام تقنية المعلومات والاتصالات في المعاهد والجامعات، والمؤسسات التعليمية،	الطاقات البشرية المؤهلة

المصدر: راضية مصداغ، بوبدرة زهرة، التحول نحو الصيرفة الالكترونية لتفعيل التجارة الالكترونية في الجزائر، مجلة المنهل الاقتصادي، المجلد 04، العدد 03، ديسمبر 2021، ص 254-270، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الجزائر، ص 255.

ثانيا- أشكال التجارة الالكترونية: يلخص الشكل الموالي أنواع التجارة الالكترونية:

الشكل (4-1): أنواع التجارة الالكترونية.



المصدر: <https://expandcart.com/ar/22147-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%84%D9%81-%D8%A7%D9%84%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%8A%D8%A7-2/>

التصفح 05-05-2022 تاريخ

هناك 6 أنواع رئيسية للتجارة الالكترونية كما يلي¹:

• من الاعمال الى الاعمال Buisness-TO -Business، وتختصر **B2B**، ويقصد بها ان الصفقات

التجارية الالكترونية تتم بين مؤسسات الاعمال فيما بينها، حيث تعرض طلبات الشراء للموردين

والعارضين، ويتم تسليم الفواتير وإنهاء عمليات الدفع ويعدّ هذا النمط من أقدم اشكال التجارة

الالكترونية المستخدمة تكنولوجيا المعلومات.

• من الاعمال الى المستهلك Buisness-TO -Consumer، وتختصر **B2C**، ويمثل البيع بالتجزئة

في التبادل التجاري العادي، وقد ساهم في انتشار هذا النوع من التجارة الالكترونية ظهور المراكز

التجارية الافتراضية والاسواق الالكترونية والتي توفر خدمات مختلفة وبأسعار مخفضة من جميع

أنحاء العالم.

• من المستهلك الى المستهلك Consumer -TO- Consumer، وتختصر **C2C**، تتم المبادلات

التجارية الالكترونية بين أفراد من نفس المجتمع أو بين مجتمعين مختلفين وتشمل بيع أو شراء

كل أنواع السلع، والخدمات التي يمكن أن يوفرها الأشخاص للآخرين.

• من المستهلك الى الأعمال Consumer -TO-Buisness، وتختصر **C2B**، هذا النمط يمثل الوجه

المعكس للنمط الثاني، حيث يقوم الافراد بتقديم خدمات أو معلومات أو منتجات الى شركات

¹ طروبيا نذير، مرجع سابق، ص33.

وغالبا ما يكون هؤلاء الافراد وسطاء يعرضون خدماتهم عبر مواقع شبكات الانترنت، سواءا كانت موقع خاصة، بهم او مواقع إعلانية أخرى بهدف جني الأرباح.

ثالثا- خصائص التجارة الالكترونية:

تتميز التجارة الالكترونية بمجموعة من الخصائص تتمثل في ¹:

- عدم وجود علاقة مباشرة بين البائع والمشتري، حيث يتم التعاقد بينهما عن طريق شبكة الاتصالات،
- القدرة على التواصل مع أكثر من جهة في نفس الوقت بحيث يمكن للعائد ارسال رسالة الى عدد من الجهات المختلفة،
- التغلب على الحواجز التقليدية للمسافة لاسيما في الدول النامية، فالتعامل من خلالها يتم بلا حدود من حيث الزمان والمكان،
- إمكانية توفير النفقات، فهي تعمل على تخفيض جزء كبير من رأس المال لإقامة علاقات مستمرة بين البائعين والمشتريين،
- غياب المعاملات الورقية في استخدامها،

¹ طروبيا ندير ، مرجع سابق، ص34.

المحاضرة الثانية عشرة: الآثار السلبية للتجارة الالكترونية، والمبادئ الأساسية لنجاحها، والتحديات التي تواجهها.

اولا-الآثار السلبية للتجارة الالكترونية:

تنجم عن هذا النوع مجموعة من الآثار السلبية ندرج بعضها كالتالي:

- تهديد أنشطة التجارة التقليدية: حيث أن انتشارها حوّل الأنظار عن التجارة التقليدية وما

يتصل بها كإقامة المعارض، وزيارة مقرات المؤسسات،

- زيادة ظاهرة التجسس التجاري والاقتصادي: الناجمة عن الجرائم الالكترونية، حيث تتسرب

البيانات الشخصية للأفراد والشركات، مما يجعلها أداة في ايدي المنافسين، فضلا عن سرقة

الحسابات البنكية،

- زيادة معدلات البطالة وحدوث مزيد من الازمات: حيث سيتم الاستغناء عن الأدوار التقليدية للعمال في التجارة الالكترونية.
- فقدان متعة الشراء المعروفة التي كان يتمتع بها المستهلك أثناء عملية التسوق: عن طريق التفاعل الاجتماعي المباشر بينه وبين البائع، إضافة الى الفرصة التي كان يوفرها هذا النوع من الشراء لدى بعض المستهلكين من التنزه، أو التسلية أو الترفيه... الخ.
- اندفاع البعض نحو شراء سلع قد لا يحتاجون إليها؛ وهو ما يحدث نتيجة جاذبية الإعلانات والسهولة في الشراء التي توفرها بطاقات الائتمان، مما ينجر عنه تراكم الديون الشخصية والعائلية، إضافة الى احتمالات الوقوع في الغش التجاري أو النصب واردة.

ثانيا-المبادئ الأساسية الحاكمة لنجاح التجارة الالكترونية:

تتمثل هذه المبادئ في:¹

- زيادة القطاع الخاص: عن طريق إطلاق قدرات وطاقات لمؤسسات القطاع الخاص.
- دور الحكومة دافع ومحفز: حيث تتدخل عن طريق وسائل التكنولوجيا الحديثة لإطلاق الاستثمار والتنمية.
- البيئة التشريعية والقانونية الملائمة: التي تقتضي التوازن بين المصالح المنتجين والمستهلكين، يخدم في نفس مقتضيات التجارة الالكترونية.
- إتاحة الفرص المتكافئة ودعم وتشجيع المنشآت المتوسطة والصغيرة الحجم.

¹ احمد عبد الله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الالكترونية، مجلة الاقتصاد و المجتمع، العدد 06، 2010، ص 178

- الحفاظ على مبادئ وقيم المجتمع بتحقيق السرية والخصوصية: حيث لكل مجتمع عاداته وتقاليده وجب احترامها، إضافة الى السرية في تنفيذ المعاملات التجارية وقت اللزوم.
- حماية الملكية الفكرية: نظرا للتطورات التكنولوجية المتلاحقة.
- التعاون الدولي: عن طريق التنسيق في الإجراءات، والقوانين التجارية، ووضع معايير اللازمة، وتنسيق الجهود لمكافحة الجريمة والاستخدام السيء للتجارة الالكترونية.

ثالثا-تحديات التجارة الإلكترونية:

تواجه هذه التجارة مجموعة من التحديات كالتالي:¹¹

- المنافسة القوية: توجد منافسة قوية في التجارة الإلكترونية، وذلك في ظل وجود المواقع العابرة للقارات مثل "امازون" و "علي اكسبريس"، ومن أجل التغلب على هذه المنافسة وجب التخصص، وتقديم منتجات عالية الجودة، وبذل المزيد من الجهود التسويقية.
- التعامل مع شكاوى العملاء: إنّ التسوق عبر الواقع يفرض أن يقوم المشتري بنفسه بفحص المنتج، وبعدها يتخذ قرار الشراء بقناعة، بينما في التجارة الإلكترونية فتوجد العديد من الأمور غير واضحة تماماً، مما يخلق الكثير من المشاكل، وتتطلب مزيداً من الجهد والفهم لحلها من قبل القائمين على المتجر، بالتالي يصعب على الشركات في هذا النوع من التجارة حلّ كل شكاوى الزبائن وارضائهم.

- عالم التجارة الإلكترونية عالم شديد التغير: بما انها تقوم على التكنولوجيا والتي بدورها تتميز بأنها شديدة التغير، وكل يوم هناك الجديد مما يعرض الكثير من الشركات لمشاكل كبيرة في حالة

¹¹ <https://www.alrab7on.com/what-is-ecommerce/#%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%A7%D8%AA%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9>

عدم اتخاذ التدابير اللازمة لمسايرة هذه التطورات التكنولوجية والحلول الجديدة التي من الممكن أن تصنع فارق كبير في المستقبل.

المحاضرة الثالثة عشرة: طرق الدخول التي التجارة الالكترونية.

أولا - طرق سهلة وبسيطة لدخول التجارة الإلكترونية بموارد بسيطة:

من خلال الجدول الموالي سنضع مجموعة من الطرق البسيطة للدخول في عالم التجارة الإلكترونية وبأقل الموارد الممكنة:

الجدول (4-2): طرق سهلة وبسيطة لدخول التجارة الإلكترونية بموارد بسيطة

الطريقة	شرحها
الدروب شيبينج أو Drop Shipping	هو عبارة عن نموذج يسمح لأي شخص بامتلاك متجر إلكتروني بدون امتلاك منتج أو بوابة دفع أو شركة شحن. يتم في خطوات كالتالي:

• امتلاك حساب في أحد المتاجر الإلكترونية الكبيرة التي تتيح نظام (الدروب شينج) Drop Shipping مثل (AliExpress علي اكسبريس). • تصميم متجر إلكتروني. • اختيار أحد أنواع المنتجات من المتجر الأساسي (علي اكسبريس)، ووضع روابط لها في المتجر مع تحديد سعرها بهامش ربح محدد. • البدء في الترويج للمنتجات الموضوعة بالمتجر. • يقوم العملاء بالدخول للمتجر وعند البدء في اتمام عملية الشراء، يتم الشراء من خلال المتجر الأساسي (علي اكسبريس). • يقوم (علي اكسبريس) بإرسال المنتج للعميل مباشرة، ويحتفظ بقيمة المنتج ويرسل هامش الربح لك. في هذا المجال نشير الى شركة اكسباند كارت Expandcart التي تقدم خدمات Drop Shipping لكافة التجار الراغبين في العمل بهذا النظام من خلال عقد شركات استراتيجية تدعم نظام البيع بالعمولة على رأسها منصة "قنوات" الشهيرة.	
هو عبارة عن خدمة يتيحها فيسبوك لمستخدميه، من خلالها يمكن لأي شخص عرض أي منتج للبيع، والحصول على طلبات شراء من مستخدمي فيسبوك. يتيح فيسبوك فقط ميزة إضافة منتج وعرضه للبيع في السوق، هذا سيتم بشكل احترافي من حيث إضافة صور المنتج وسعره ووصف له... الخ، كما أنه يتيح نظام خاص للتواصل بخصوص شراء وبيع المنتجات، ولكنه ليس مسئولاً عن توصيل المنتج للمشتري، وليس مسئولاً عن إدارة المدفوعات أو أي شيء من هذا القبيل، لذلك هذه الطريقة تكون ناجحة في حالة البيع في نطاق جغرافي ضيق يسمح بالاتصال بين المشتري والبائع على أرض الواقع.	متجر فيسبوك (Facebook Marketplace)

هذه الطريقة مناسبة تماماً لكل من يمتلك منتج ما، ويريد البدء في بيع هذا المنتج، ولكنه لا يريد الخوض في تفاصيل إنشاء متجر إلكتروني خاص. هناك الكثير من المتاجر الإلكترونية الكبيرة التي تسمح لأي شخص يمتلك منتج ما بوضع هذا المنتج على المتجر والبدء في بيعه، وفي المقابل يحصل المتجر على عمولة ما نتيجة كل عملية بيع ناجحة. كل ما عليك فعله في هذه الطريقة هو الذهاب لأحد المتاجر الكبيرة مثل امازون Amazon أو جوميا Jumia ، وفتح حساب بائع، وادخال تفاصيل منتجك.	عرض منتجاتك على أحد المتاجر الإلكترونية الكبيرة
الكثير من المتاجر الإلكترونية تتيح نظام لتقاسم الأرباح، فهي تسمح لأي مسوق أن يمتلك حساب خاص بالتسويق بالعمولة، ويقوم باختيار أحد المنتجات ويقوم بتسويقها، ويحصل على عمولة كلما قام أحد المشتريين بالشراء من خلاله.	التسويق بالعمولة

المصدر : بمساعدة الموقع [https://www.alrab7on.com/what-is-](https://www.alrab7on.com/what-is-ecommerce/#%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9)

[ecommerce/#%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9](https://www.alrab7on.com/what-is-ecommerce/#%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9)

ثانيا -أهم المنصات الإلكترونية:

توجد العديد من المنصات الإلكترونية المساعدة في عمل التجارة الإلكترونية كالتالي: ¹

¹¹ <https://tawasulforum.org/article/e-commerce/%d8%aa%d8%b9%d8%b1%d9%91%d9%81-%d8%b9%d9%84%d9%89-%d8%a3%d9%81%d8%b6%d9%84-%d9%85%d9%86%d8%b5%d8%a7%d8%aa-%d8%a7%d9%84%d8%aa%d8%ac%d8%a7%d8%b1%d8%a9-%d8%a7%d9%84%d8%a5%d9%84%d9%83%d8%aa%d8%b1%d9%88/>

- **Shopify** : تعتبر هذه المنصة حلاً واعداً وبسيطاً للمبتدئين في التجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى الشركات الصغيرة، حيث يتمكن المستخدم من تصميم واجهة المتجر، بالإضافة إلى تسويق المحتوى وتحليل الأداء.
- **Shopify ads** : هي نسخة متطورة من Shopify وتستهدف الشركات بشكل أساسي، لكنها تقدم مزايا وخدمات إضافية مفيدة للشركات الكبيرة. إذ إنها تتميز بتبسيط التكنولوجيا المعقدة للشركات الكبيرة، كما أنها تقدّم أعلى مستويات الدعم الفني والتأهيل، بالإضافة إلى أدوات التشغيل الآلي. حيث إنها بذلك تساعد العلامات التجارية في العمل على أوسع نطاق.
- **Bigcommerce** : تستخدم الشركات B2B بالإضافة إلى B2C هذه المنصة بهدف إنشاء متاجر جذابة وجميلة عبر الإنترنت. كما أنّ هذه المنصة مناسبة جداً للشركات المتوسطة والصغيرة، حيث توفر هيكل تسعير مختلف عن الأنظمة الأخرى، لكنها في الوقت نفسه مناسبة للبيع بالتجزئة.
- **Magento** : تعدّ من أفضل منصات التجارة الإلكترونية، حيث تناسب الشركات الصغيرة والمتوسطة أيضاً، ويعتبر نظام عملها قوياً بالفعل. لديها مكتبة تحتوي أكثر من 5000 امتداد، لكنها تتطلب وقتاً أطول من غيرها للتطوير، كما أنّ ميزانيتها أضخم مقارنة بغيرها من المنصات.
- **WooCommerce** : في الحقيقة أصبح WooCommerce أفضل منصة للتجارة الإلكترونية، وذلك للشركات الصغيرة، لكن شرط أن يكون لديها موقع على WordPress. يتميز بمرونته وامتلاكه آلاف الميزات والخصائص الإضافية، مما يجعله يلبي معظم الاحتياجات لمستخدميه.
- **Squarespace** : وهي عبارة عن شركة برمجيات توفر مواقع ويب، بالإضافة إلى متاجر التجارة الإلكترونية، وهي مناسبة للشركات الصغيرة أيضاً.

رابعاً-مقومات وعوامل النجاح في التجارة الالكترونية:

يمكن تلخيص هذه العوامل كالتالي:

الشكل (4-2): مقومات وعوامل النجاح في التجارة الالكترونية.



خامسا-أنواع المتاجر الالكترونية:

يمكن تقسيم المتاجر الالكترونية حول العالم على حسب طبيعة نشاطها وما تبعه الى ما يلي:

الجدول (3-4): أنواع المتاجر الالكترونية

متاجر بيع المنتجات الرقمية يقصد بالمنتجات الرقمية كلا من الكتب الالكترونية، والدورات اونلاين والبرامج والصور والرسومات الديجيتال. يعتبر موقع Shutterstock من أشهر هذه المواقع الذي يعرض الصور والرسومات للبيع ، وموقع Uemy أيضا من المتاجر الالكترونية الشهيرة التي تعرض دورات تدريبية اونلاين في مختلف المجالات.	متاجر بيع الخدمات من أشكال تطور التجارة الالكترونية اليوم مثل مواقع الاستشارات النفسية، أو القانونية، والمواقع التي توفر الخدمات المهنية، حيث يمكنك كصاحب اعمال مثلا الاشتراك بأحد هذه المواقع والبحث عن مبرمج ليقوم بتطوير متجرك الالكتروني.
متاجر البيع بالعمولة أو كما يشتهر اسمها الان بمتاجر الدروب شوبينغ Drop Shipping ، وهي مواقع تتيح لك البيع والربح كطرف ثالث من خلال عرض المنتجات او الخدمات على متجرك دون الخوض في أي تفاصيل تجارية وإدارية ومن تم عند شراء المستهلك أي من هذه المنتجات المعروضة تجني انت الربح او نسبة العمولة الخاصة بك.	متاجر البيع بالجملة هي المتاجر التي توفر عدد كبير من المنتجات وبأسعار مميزة مثل ما يحدث في ارض الواقع، ليقوم تجار بيع التجزئة بشراء هذه المنتجات وعرضها على متاجرهم الخاصة، كما تتيح هذه المواقع للأفراد الذين يرغبون في الربح منها من خلال التسويق لها بالعمولة بالعمل من خلالها.

المصدر: كتاب دليل المبتدئين من البداية الى الاحتراف في التجارة الالكترونية، على الموقع

<https://expandcart.com/ar/ebooks/%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9-2021>

2022-03-10 تاريخ التصفح %D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9-2021

المحاضرة الرابعة عشرة: أهم مصادر تعلم التجارة الإلكترونية

وبعض إحصائيات وحقائق حول التجارة الإلكترونية

أولاً- أهم مصادر تعلم التجارة الإلكترونية:

تحتاج التجارة الإلكترونية كأي مجال آخر لتعلم وخبرة من أجل كسب أفضل الأرباح من خلالها، حيث نجد ان هناك الكثير من المصادر على شبكة الإنترنت والتي يمكنك التعلم من خلالها، حيث نذكر منها:

6-1 دورات التجارة الإلكترونية:

تبرمج هذه الدورات اونلاين في مجال التجارة الإلكترونية من اجل تعلم أساسيات التجارة الإلكترونية، وأخرى حول إنشاء المتاجر باحترافية، وكيفية التسويق للمتجر، إلى غير ذلك. من بين الدورات التي تعلم التجارة الإلكترونية نجد:

- كورس E-Commerce Essentials من SkillShare
- كورس مقدمة في التجارة الإلكترونية من منصة المنتور
- كورس How to Create an eCommerce Store من Udemy

7-1 قنوات اليوتيوب المتخصصة في التجارة الإلكترونية:

توجد مجموعة من قنوات اليوتيوب التي يمكن من خلالها تعلم الكثير حول التجارة الإلكترونية، حيث أن أغلبها مجاني تماماً، ويمكن الانتقال من الفيديوهات البسيطة التي تقدم محتوى الأساسيات الى الفيديوهات المتقدمة في التجارة الإلكترونية، حسب المهارة المطلوبة.

توجد بعض قنوات اليوتيوب التي يمكن الاطلاع عليها في هذا المجال مثل:

- قناة Shopify
- قناة Oberlo

• قناة Jungle Scout

8-1 الكتب التعليمية في التجارة الإلكترونية:

تعد الكتب عنصراً فعالاً في تعلم العديد من المهارات والخبرات، ربما إذا رجعنا إلى قوقل

فسيعطينا القائمة التالية لسنة 2022:

– من بين أفضل 5 كتب عربية عن التجارة الإلكترونية نجد :

– كتاب التجارة الإلكترونية لسامح فهمي

– كتاب التجارة الإلكترونية، كيف. متى وأين؟!!

– كتاب العييدة.

– كتاب صائد الأرباح.

– كتاب دليل المبتدئين من البداية إلى الاحتراف في التجارة الإلكترونية.

– من بين أفضل 5 كتب أجنبية عن التجارة الإلكترونية نجد:

– كتاب The \$100 StartuP

– كتاب How to Start and Grow an E-Commerce Business

– كتاب Launch

– كتاب Ultimate Guide To E-commerce Growth

– كتاب Dotcom Secrets

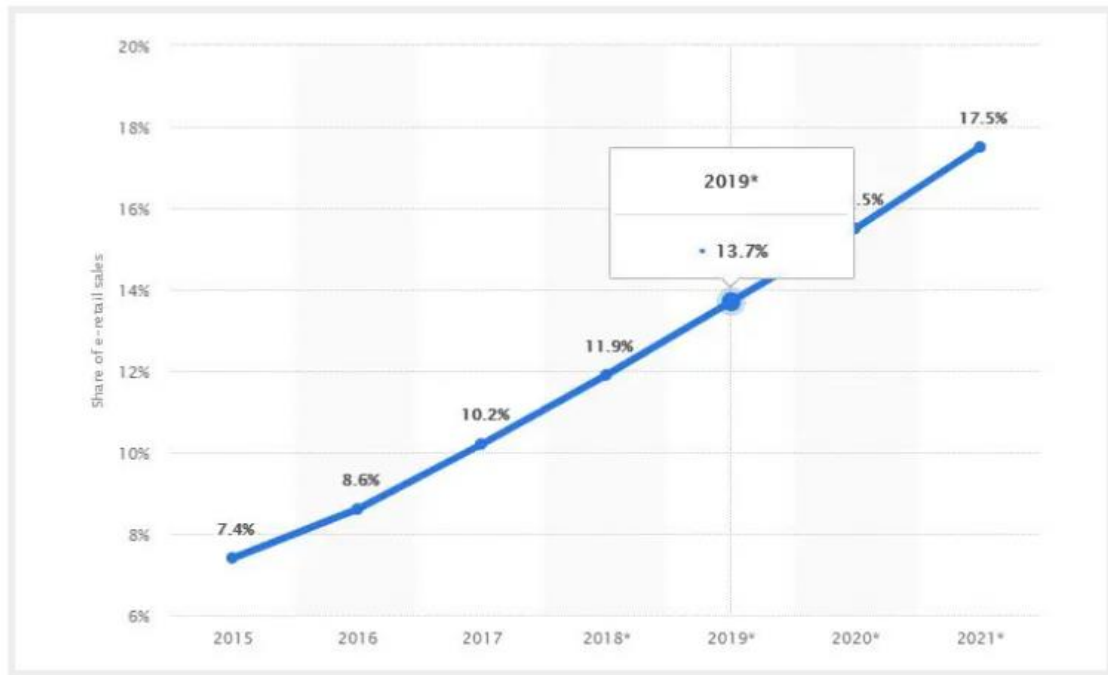
9-1 التمرس والخبرة :

يعتبر التمرس والتعلم خير معلم في مجال التجارة الإلكترونية وفي معظم المجالات المرتبطة بالتكنولوجيا، لذلك وجب على كل من يريد الولوج الى هذا العالم أن يبدأ بالخطوة الأولى، ويباشر الاعمال، ويحاول تطبيق كل ما قرأه في الكتب والفيديوهات، وما تعلمه في الدورات.

ثانياً - بعض إحصائيات وحقائق حول التجارة الإلكترونية:

يمثل الشكل الموالي تطور التسوق عبر الانترنت والتجارة الالكترونية خلال الفترة 2015-2021:

الشكل (3-4): التسوق عبر الانترنت والتجارة الالكترونية خلال الفترة 2015-2021.



المصدر : [https://www.webhostingsecretrevealed.net/ar/blog/ecommerce/online-](https://www.webhostingsecretrevealed.net/ar/blog/ecommerce/online-shopping-ecommerce-and-internet-statistics-2020-you-should-know)

[shopping-ecommerce-and-internet-statistics-2020-you-should-know](https://www.webhostingsecretrevealed.net/ar/blog/ecommerce/online-shopping-ecommerce-and-internet-statistics-2020-you-should-know) تاريخ النصف 05

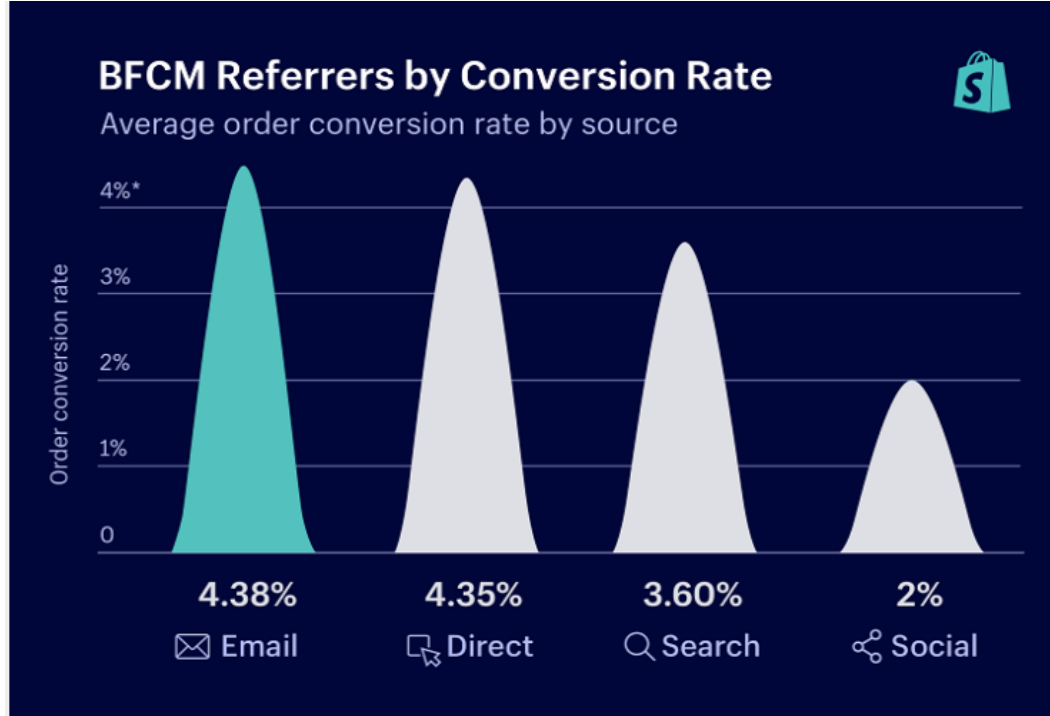
2022/05

نلاحظ من خلال الشكل السابق ارتفاع مستمر للتسوق عبر الانترنت والتجارة الالكترونية خلال الفترة

2021-2015 .

أما بالنسبة للشكل الموالي فيوضح سلوكيات المستهلك في التسوق عبر الانترنت:

الشكل (4-4): سلوكيات المستهلك في التسوق عبر الانترنت.



المصدر: [https://www.webhostingsecretrevealed.net/ar/blog/ecommerce/online-](https://www.webhostingsecretrevealed.net/ar/blog/ecommerce/online-shopping-ecommerce-and-internet-statistics-2020-you-should-know-05-05-2022)

[shopping-ecommerce-and-internet-statistics-2020-you-should-know-05-05-2022](https://www.webhostingsecretrevealed.net/ar/blog/ecommerce/online-shopping-ecommerce-and-internet-statistics-2020-you-should-know-05-05-2022)

من خلال الشكل السابق نلاحظ ان سلوك المستهلك متغير حسب الايميل، او البحث، او الشراء المباشر، أو وسائل التواصل الاجتماعي، حيث نجد اعلى نسبة تتمثل في البحث عن طريق الانترنت ثم تليها الايميل، ثم الشراء المباشر وأخيرا التواصل الاجتماعي.

فيما يلي يوضح الجدول الموالي أهم 5 إحصاءات للمبيعات عبر الإنترنت يجب مراعاتها في الفترة من 2021 إلى 2022:

الجدول (4-4): أهم 5 إحصاءات للمبيعات عبر الإنترنت يجب مراعاتها في الفترة من 2021 إلى 2022:

النشاط	النسب
توقع نمو مبيعات التجزئة عبر الإنترنت في جميع أنحاء العالم	5.4 تريليون دولار بحلول عام 2022
متوسط معدل التخلي عن سلة التسوق	69.80%
مبيعات التجارة عبر الهاتف المحمول	3.56 تريليون دولار في عام 2021
ارتفاع مبيعات التجارة الاجتماعية	سبة 34.8% لتصل إلى 36.09 مليار دولار في عام 2021
عدد المتسوقين عبر الإنترنت الذين يجرون بحثًا على Google قبل الشراء.	62%
تمو مبيعات التجزئة عبر الإنترنت في جميع أنحاء العالم	تريليون دولار بحلول عام 2022
نسبة المحافظ الرقمية والمتنقلة ما يقرب من معاملات التجارة الإلكترونية العالمية	45%
هيمنة الصين على حصة سوق التجارة الإلكترونية العالمية في عام 2021	قام ما يقرب من 782.41 مليون شخص في الصين بالتسوق عبر الإنترنت

المصدر بمساعدة الموقع - <https://www.rthaath.net/2022/02/25-ecommerce-statistics-and-how-to-capitalise-on-them-in-2022.html#:~:text=%D9%85%D9%86%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AA%D9%88%D9%82%D8%B9%20%D8%A3%D9%86%20%D8%AA%D9%86%D9%85%D9%88%20%D9%85%D8%A8%D9%8A%D8%B9%D8%A7%D8%AA,%D8%AA%D8%B1%D9%8A%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%86%20%D8%AF%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%B1%20%D9%81%D9%8A>

in-

2022.html#:~:text=%D9%85%D9%86%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AA%D9%88%D9%82%D8%B9%20%D8%A3%D9%86%20%D8%AA%D9%86%D9%85%D9%88%20%D9%85%D8%A8%D9%8A%D8%B9%D8%A7%D8%AA,%D8%AA%D8%B1%D9%8A%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%86%20%D8%AF%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%B1%20%D9%81%D9%8A

.%20%D8%B9%D8%A7%D9%85%202021

فيما يلي بعض احصائيات التجارة الالكترونية في السعودية:

الشكل (4-5): أهم احصائيات التجارة الإلكترونية في السعودية.



المصدر: <https://expandcart.com/ar/27800-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9>

تاريخ التصفح 2022-05-05

من خلال الشكل السابق نلاحظ ان السعودية من بين الدول التي بدأت تخطو خطوات لابس بها يف مجال الاتجارة الالكترونية ، حيث نجد انها تبلغ المرتبة 25 من بين الأسواق الكبرى في التجارة الالكترونية

أنشطة الفصل

النشاط الأول:

- أنشئ حساب في أحد المتاجر الإلكترونية الكبيرة التي تتيح نظام (الدروب شينج Drop)

Shipping

- قم بتصميم متجر إلكتروني.
- اختر أحد أنواع المنتجات من متجر أساسي (مثل علي اكسپريس)،
- ابدأ في الترويج للمنتجات الموضوعة بالمتجر.

النشاط الثاني:

- إنشاء صفحة فاسبوك باسم الدفعة يشترك فيها جميع الطلبة.
- كل من يملك خدمة او منتج يقوم بعرضه على الصفحة.
- تشجيع الطلبة على اقتناء المنتج أو الخدمة من أجل خلق مجال للتجارة الإلكترونية.

النشاط الثالث:

- تنظيم ورشة تطبيقية في التجارة الإلكترونية لتطبيق لفائدة الطلبة يتم فيها اكتشاف مجالات عمل الطلبة، وتطويرها وتوجيهها الى تخصص الشعبة، أي المالية والمحاسبة قدر الإمكان، مثلا كإعداد التقارير المالية، إعداد تقارير التدقيق، إعداد دراسات الجدوى وعرضها كخدمات على الانترنت.

خاتمة عامة

خاتمة عامة

في الاخير نتمنى أن يكون هذا المطبوع البيداغوجي تكملة للمطبوع البيداغوجي السابق الذي تم إعداده تحت عنوان التسيير البنكي والموجه الى طلبة السنة الثالثة مالية البنوك والتأمينات، والذين ينتقل عدد كبير منهم الى السنة أولى ماستر مالية وبنوك، في شعبة العلوم المالية والمحاسبة ليدرسوا هذا المقياس. باعتبار مجال البنوك جد واسع، حاولنا التطرق الى الجانب الذي يخص تكنولوجيا الاعلام والاتصال من خلال هذا المقياس، بطريقة واضحة وبسيطة قدر الامكان من خلال استعمال الأشكال والجداول، حتى يسهل على الطلبة الفهم والمراجعة بالتالي التحكم في هذا المقياس. حاولنا كذلك مساعدة الطلبة من خلال إدراج أسئلة بعض الامتحانات والامتحانات الاستدراكية والفحوص التي قدمت في هذا المقياس، لتعريفهم بطريقة طرح الأسئلة وتسهيل عملية المراجعة. احتوى هذا المطبوع على بعض الأنشطة التي طلبت من الطلبة لتعزيز المعارف وربط الإطار النظري بالإطار العملي، وذلك عن طريق الطلب منهم مثلاً التقرب الى البنوك القريبة منهم، ومحاولة التعرف على نظام المعلومات المطبق على مستواها. يبقى هذا المطبوع من صنع البشر، قد يشوبه الخطأ أو النسيان، أو النقص لبعض المفاهيم، أو الفصول، لذلك نرحب بكل التصويبات والاقتراحات والانتقادات في هذا المجال من طلبة أو أساتذة، أو كل متصفح لهذا العمل.

تم بحمد الله وعونه

أسئلة بعض امتحانات وفحوص المقياس

أسئلة بعض الفحوص في المقياس

السؤال الاول: حدد خصائص التكنولوجيا المصرفية.

السؤال الثاني: اشرح المبادئ والقواعد المخصصة لمجلس الإدارة والإدارة العليا الاستشرافية في إطار:

مبادئ بازل لإدارة مخاطر الصيرفة الالكترونية.

السؤال الثالث: اشرح انعكاسات ومخاطر التكنولوجيا المصرفية.

السؤال الرابع: اشرح المبادئ والقواعد المرتبطة بالمخاطر القانونية ومخاطر السمعة في إطار مبادئ بازل

لإدارة مخاطر الصيرفة الالكترونية.

السؤال الخامس: اشرح الثلاثة مراحل الأخيرة من تطور التكنولوجيا في العمل المصرفي.

السؤال السادس: هات 5 آثار لتكنولوجيا الاعلام والاتصال على البنوك.

السؤال السابع: اشرح المحاور التي تدور حولها حوكمة نظم المعلومات.

إجابات أسئلة فحوص في المقياس

الإجابة الأولى: تتمثل خصائص التكنولوجيا المصرفية نجد:

- هي مجموعة من المعارف والمهارات والطرق والأساليب المصرفية،
- إن هذه المعارف والمهارات والطرق والأساليب قابلة للاستفادة منها بالتطبيق العملي في المجال المصرفي،
- إن التكنولوجيا بمفاهيمها المختلفة ليست هدفا في حد ذاته بل هي وسيلة يستخدمها البنك لتحقيق أهدافه وغاياته،
- إن الخدمة المصرفية هي المجال الرئيسي لتطبيق التكنولوجيا،
- لا يقتصر تطبيق التكنولوجيا على مجال اداء الخدمة المصرفية بل يمتد الى الأساليب الإدارية

الإجابة الثانية: في إطار المبادئ والقواعد المخصصة لمجلس الإدارة والإدارة العليا الاستشرافية في إطار

لمبادئ بازل لإدارة مخاطر الصيرفة الالكترونية، وجب على مجلس الادارة والادارة العليا أن يتأكد من وجود

الآتي:

- الاشراف الاداري الفعال على نشاطات الصيرفة الالكترونية واضعين في الاعتبار الطبيعة والمتطلبات

الخاصة لتلك النشاطات. فالطبيعة الخاصة للعمليات والتعاملات تفرض اتباع نشاطات ادارية تلائم

هذا النوع من الخدمات المتخصصة.

- وضع وبناء قواعد شاملة للسيطرة على ادارة وتامين نشاطات الصيرفة الالكترونية.
- القيام بإشراف شامل ووضع خطط عمل تنفيذية ملائمة لإدارة العلاقة مع الاطراف الخارجية ذات الصلة بنشاطات الصيرفة الالكترونية

الإجابة الثالثة: تتمثل انعكاسات ومخاطر التكنولوجيا المصرفية في:

- سهو وخطأ العاملين حيث يقترب العاملون على الانظمة الآلية اخطاء ناجمة عن عدم المعرفة او السهو، تؤدي الى إحداث أضرار بالمعلومات والأنظمة المبرمجة،
- اختراق الانظمة المصرفية والمالية من قبل اشخاص خارجين غير مرخص لهم وذلك في ظل غياب انظمة امنية لحماية النظم الآلية، بهدف العبث والسرقة او التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء مما يعرض الاجهزة للفيروسات التي تساعد على محو انظمة المعلومات الداخلية للبنوك، او وقوع البيانات الخاصة في ايدي مستخدمي الاجهزة وهو ما يؤدي الى افشاء السر المصرفي،
- للتكنولوجيا المصرفية دور فاعل في تطور الوسائل المعتمدة لعمليات غسيل الاموال، وإنجاز عمليات مصرفية غير مشروعة لا توافق البنوك على تقديمها أو تكون بحاجة الى اخذ الموافقة عليها، وهو ما يعني ان هذه التكنولوجيا ساهمت في انتشار غسيل الاموال.
- كما تجسدت بعض الانعكاسات من الجانب التنظيمي مثل زيادة الحاجة الى العمالة غير المباشرة فضلا عن ظهور الحاجة الى وظائف جديدة مثل اخصائيو البحوث والتطوير وفتوى الصيانة للتعامل مع التجهيزات الأكثر تعقيدا، إضافة الى انعكاسات على مستوى العمالة من حيث القليل من العمالة اليدوية وغير الماهرة بعد التحول الى الآلات والأكثر أوتوماتيكية، وزيادة العمالة الفنية في مجال التشغيل والصيانة

الإجابة الرابعة: تتمثل المبادئ والقواعد المرتبطة بالمخاطر القانونية ومخاطر السمعة في إطار مبادئ بازل لإدارة مخاطر الصيرفة الالكترونية:

1. على المصارف ان تتأكد من وجود معلومات كافية عن هويتها والتشريعات والقواعد التي تحكم عملها واي مجالات اخرى ذات الصلة، منشورة في مواقعها الالكترونية وذلك حتى يتمكن العملاء المتوقعون من امتلاك فكرة واضحة عن البنك قبل الدخول معه في العمليات.
2. يجب المحافظة على السرية المصرفية عند التعامل مع معلومات العملاء ويجب وضع وصياغة معايير وقواعد ملائمة لهذا الغرض.
3. على البنوك ان تتأكد من ان نظام الخدمة لديها متوفرة للعملاء على نحو مستمر يلبي توقعاتهم اضافة الى التأكد بشكل منتظم ودوري من سعة نظامه ومقدرته على تنفيذ العمليات المطلوبة.
4. على المصارف إعداد خطط طوارئ لمقابلة المشكلات التي قد تنتج من اية اختلالات داخلية او خارجية غير متوقعة تقود الى انهيار وتوقف نظام الخدمة الصيرفة الالكترونية.

الإجابة الخامسة: شرح الثلاثة مراحل الأخيرة من تطور التكنولوجيا في العمل المصرفي.

ضبط التكاليف

المرحلة 4

- في هذه المرحلة قامت البنوك بضبط الاستثمار في التكنولوجيا مما استدعى الاستعانة باخصائيين واستشاريين في شؤون التكنولوجيا من اجل فهمها واستكشاف طرق الاستفادة بما يتلائم مع طرق الاستثمار فيها.

اعتبار التكنولوجيا اصلا من اصول البنك

المرحلة 5

- من المراحل السابقة وما لازمها من اهتمام كبير بمختلف نواحي التكنولوجيا، قاد جميع المسؤولين في البنك الى اعتبار التكنولوجيا اصلا كباقي الاصول وعليه وجب أن يبنى هذا الاصل مردودا كباقي الاصول حيث بدأت إدارة التكنولوجيا .

اعتبار التكنولوجيا ضمن أعمال البنك

المرحلة 6

- وهي المرحلة التي بدأت فيها الادارة الاستراتيجية للتكنولوجيا داخل البنك والتي ارتكزت على تفعيل الانتاجية على الصعيد الداخلي وتحسين الضبط على الصعيد العملي وتسويق التكنولوجيا على الصعيد الخارجي . وقد عزز هذا الاتجاه عوامل كثيرة مثل: الاعتماد المتنامي للاعمال المصرفية على الوسائط الالكترونية لتلبية احتياجات الزبائن المتنامية، اصبحت التكنولوجيا اداة لضمان كفاءة وفعالية العمل على المستوى العام للبنك وتحديد نقاط القوة و الضعف لتمكين الادارة من رسم وتنفيذ السياسات الكفيلة بالتغلب على نقاط الضعف وتصويب مسار العمل، اهتمام لجنة بازل الكبير بمخاطر التشغيل وبالادارة الاستراتيجية لمخاطر التكنولوجيا المصرفية ...الخ.

الاجابة السادسة: هناك مجموعة من الآثار التي تخلفها تكنولوجيا الاعلام والاتصال على البنوك نذكر

منها 5 آثار كالتالي:

- تزايد استخدام وسائل الدفع الالكترونية ومنها بطاقات الائتمان والشيكات والنقود الالكترونية،
- تزايد حجم المعاملات الالكترونية عبر الحدود بين عملاء المصارف والشركات التجارية بواسطة التجارة الالكترونية،
- انخفاض تكلفة التشغيل لاسيما التكلفة الحقيقية لعمليات المدفوعات فضلا عن تقليص استخدام النقد،
- تحرير العملاء من قيود المكان والزمان وظهور ما يعرف بالخدمات المصرفية المنزلية التي توفر الوقت والجهد لعملاء المصارف،
- أدى تطبيق التقنيات الحديثة الى تمكين المصارف من تقديم خدمات لعملائها لم تكن معروفة من قبل، مثل أجهزة الصراف الآلي ATM، وخدمات سداد الفواتير بالتلفون وظهور ما يسمى بالمصارف الالكترونية،

الاجابة السابعة: يلخص الشكل الموالي المحاور التي تدور حولها حوكمة نظم المعلومات.



أسئلة امتحانات في المقياس

أسئلة امتحان السداسي الثاني في مقياس البنوك وتكنولوجيا الاعلام والاتصال

للموسم 2021-2022

أجب عن الأسئلة التالية على نفس الورقة بشكل واضح ودقيق على ضوء ما درست

السؤال الاول: يعتبر اثبات الشخصية، والتوقيع الالكتروني، وسرية المعلومات وأمنها، ومخاطر اجرام التقنية العالية من بين التحديات التي تواجهها البنوك الالكترونية، حدد ستة (6) تحديات أخرى لهذا النوع من البنوك.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

السؤال الثاني: قارن بين خصائص التجارة الالكترونية وسليباتها من خلال ملء الجدول الموالي

سليبات التجارة الالكترونية	خصائص التجارة الالكترونية
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	

السؤال الثالث: اشرح المصطلحات التالية:

المصطلح	الشرح
التصنيع الآني	
نظام المعلومات الائتماني	
التواصل الفعال مع الشركاء والعملاء	
الدروب شيبينج Drop Shipping	

السؤال الرابع: صحح العبارة التي تحتاج الى تصحيح، أو ضع عبارة " صح " للعبارة الصحيحة:

الرقم	العبارة
01	أثرت تكنولوجيا الاعلام والاتصال على البنوك بتدويل النشاط المالي والمصرفي وتوسيع نطاق السوق المالية المحلية والمساعدة في ازالة الحواجز خاصة في ظل التحرير المالي والمصرفي في إطار جولات المنظمة العالمية للتجارة،
02	يعتبر إعداد نظام ملائم يضمن الفصل بين الواجبات، والذي سيكون له أثر كبير في تقليل فرص الغش والتحايل خصوصا في بيئة الصيرفة الالكترونية، من المبادئ والقواعد المخصصة لمجلس الادارة والادارة العليا الاستشرافية الموضوعة من قبل لجنة بازل لإدارة مخاطر الصيرفة الالكترونية.
03	يشير نظام معلومات الخدمة المصرفية الى كل الافراد، والتجهيزات والاجراءات والوسائل المصممة والمعدة للقيام بجمع كافة النشاطات التسويقية في البنك وتصنيفها وتحليلها وتفسيرها ثم توزيعها على الجهات المختصة واتخاذ القرار التسويقي في الوقت المناسب.
04	نظام المعلومات الإدارية هو نظام مبني على الكمبيوتر لدعم المستوى الاداري في البنك ويدمج بين البيانات وبين النماذج التحليلية لدعم القرارات.
5	تلبية واشباع حاجات مستخدمي المعلومات يعتبر من معايير كفاءة نظام المعلومات في البنوك.

أسئلة امتحان السداسي الثاني في مقياس البنوك وتكنولوجيات الاعلام والاتصال
للموسم 2020-2021

أجب عن الأسئلة التالية على نفس الورقة بشكل واضح ودقيق.

السؤال الاول: اشرح نظام المعلومات البنكي حسب المستويات الادارية.

This image shows a full page of primary-ruled paper. It features multiple sets of horizontal lines designed for handwriting practice. Each set consists of a solid top line, a dashed midline, and a solid bottom line. The sets are repeated down the entire page, providing ample space for practicing letter formation and alignment.

السؤال الثاني: تستخدم البنوك بناء هيكلي للعلاقات والعمليات لتوجيه ورقابة المشروع لتحقيق اهدافه من خلال اضافة قيمة له مع حدوث توازن بين الخطر والعائد من تكنولوجيا المعلومات وعملياتها. قارن بين دور هذا البناء ودواعي تطبيقه من خلال ملء الجدول الموالي:

[illegible]

السؤال الثالث: اشرح المصطلحات التالية على ضوء ما درست:

المصطلح	الشرح
تعميم الوعي التكنولوجي	
التكنولوجيا الخفيفة	
الموقع التبادلي	
تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة	

السؤال الرابع: صحح العبارة التي تحتاج الى تصحيح، أو ضع عبارة " صح " للعبارة الصحيحة:

الرقم	العبارة
01	إن التكنولوجيا بمفاهيمها المختلفة ليست هدفا في حد ذاته بل هي وسيلة يستخدمها البنك لتحقيق أهدافه وغاياته،
	
02	يجب على البنك الحفاظ على حد أعلى من سرية المعلومات التي ينتجها نظام المعلومات الخاص به، وبشكل خاص المعلومات المتعلقة بأسرار متعلقة بعملائه وتقديم معلومات تتسم بالخصوصية وايضا عدم المبالغة في حجب المعلومات بحجة السرية.
	
03	يتم جمع المعلومات المتعلقة بالبنك، من حيث الانشطة الخدمية، والعلاقات بينه وبين البيئة الخارجية، ومعالجتها ونقل المعلومات الى مراكز صنع القرار في التوقيت المناسب، تحت نظام المعلومات الائتماني.
	
04	يقتصر تطبيق التكنولوجيا في البنك على مجال اداء الخدمة المصرفية فقط.
	
05	من متطلبات البنك الالكتروني تبني استراتيجية التفكير الابداعي وليس النمطي فقط والتفاعل مع الافكار الجديدة في المجال المالي والخدمي والتسويقي والتقني.
	

**أسئلة الامتحان الاستدراكي في مقياس البنوك وتكنولوجيا الاعلام والاتصال
للموسم 2020-2021**

أجب عن الأسئلة التالية على نفس الورقة بشكل واضح ودقيق.

السؤال الاول: وضعت لجنة بازل مجموعة من المبادئ والقواعد لإدارة مخاطر الصيرفة الالكترونية، قارن بين تلك المخصصة لمجلس الادارة والادارة العليا الاستشرافية، وتلك المرتبطة بالمخاطر القانونية ومخاطر السمعة من خلال ملء الجدول الموالي:

المبادئ والقواعد المرتبطة بالمخاطر القانونية ومخاطر السمعة	مبادئ وقواعد مخصصة لمجلس الادارة والادارة العليا الاستشرافية
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	

السؤال الثاني: أ - فيما تتمثل خصائص التكنولوجيا المصرفية

.....

.....

.....

.....

.....

ب- هات مفهوم نظام المعلومات الائتماني.

.....

.....

.....

.....

.....

السؤال الثالث: عرف المصطلحات التالية على ضوء ما درست:

المصطلح	الشرح
تكلفة انظمة	
المعلومات	
المصرفية	
الشيكات	
الالكترونية	
اختراق	
الانظمة	
المصرفية	
والمالية	

السؤال الرابع: اشرح مراحل تطور التكنولوجيا في العمل المصرفي.

[illegible]

تصحيح أسئلة امتحانات في المقياس

تصحيح امتحان السداسي الثاني في مقياس البنوك وتكنولوجيا الاعلام والاتصال للموسم 2021-2022

أجب عن الأسئلة التالية على نفس الورقة بشكل واضح ودقيق على ضوء ما درست

الجواب الاول: يعتبر اثبات الشخصية، والتوقيع الالكتروني، وسرية المعلومات وأمنها، ومخاطر اجرام التقنية العالية من بين التحديات التي تواجهها البنوك الالكترونية، تحديد ستة (6) تحديات أخرى لهذا النوع من البنوك:

1. خصوصية العميل،
2. حاجز اللغة،
3. قضية العملات المختلفة،
4. التغيرات التكنولوجية السريعة،
5. علاقات البنك مع الجهات المزودة للتقنية او المزودة لخدماتها.
6. وجود فاعل على شبكة الانترنت اي الوصول الى أكبر قدر ممكن من الزبائن.

الجواب الثاني: المقارنة بين خصائص التجارة الالكترونية وسليباتها من خلال ملء الجدول الموالي:

سلبيات التجارة الالكترونية	خصائص التجارة الالكترونية
1. تهديد أنشطة التجارة التقليدية 2. زيادة ظاهرة التجسس التجاري والاقتصادي. 3. زيادة معدلات البطالة وحدوث مزيد من الازمات: 4. فقدان متعة الشراء المعروفة التي كان يجدها المستهلك في ممارسة عملية التسوق. 5. تورط البعض بالاندفاع نحو شراء سلع قد لا يحتاج إليها الفرد؛	6. عدم وجود علاقة مباشرة بين البائع والمشتري، حيث يتم التعاقد بينهما عن طريق شبكة الاتصالات، 1. القدرة على التواصل مع أكثر من جهة في نفس الوقت بحيث يمكن للعائد ارسال رسالة الى عدد من الجهات المختلفة، 2. التغلب على الحواجز التقليدية للمسافة لاسيما في الدول النامية، فالتعامل من خلالها يتم بلا حدود من حيث الزمان والمكان، 3. إمكانية توفير النفقات، فهي تعمل على تخفيض جزء كبير من رأس المال لإقامة علاقات مستمرة بين البائعين والمشتريين، 4. غياب المعاملات الورقية في استخدامها،

السؤال الثالث: شرح المصطلحات التالية على ضوء ما درست.

المصطلح	الشرح
التصنيع الأنّي	أي التصنيع حسب الطلب، والذي يؤدي الى توفير تكاليف التخزين ويمكن من الاستفادة من أفكار الزبائن حول تصميم المنتجات.
نظام المعلومات الائتماني	هو عبارة عن خدمة توفير معلومات هامة عن طالب الاقتراض المصرفي ويتم ذلك في شكل تقرير ائتماني عن عملاء المصارف والمؤسسات المالية او عملاء الاقراض الشخصي والاستهلاكي مثل شركات البيع بالتقسيط وشركات الاتصالات ويعرض معلومات شخصية لتعريف العميل مثل السجل التجاري، سجل المصددين والمستوردين، وبيانات ائتمانية. تشمل اهميته في الحد من ظاهرة الديون المتعثرة فضلا عن توسيع قاعدة العملاء والممولين.
التواصل الفعال مع الشركاء والعملاء	توفر التجارة الالكترونية طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء، كما توفر فرصة جيدة للشركات للاستفادة من البضائع والخدمات المقدمة من الشركات الأخرى (أي الموردين)، وهي ما يعرف بالتجارة الالكترونية، من الشركات الى الشركات (Business To Buisness)
الدروب شيبينج أو Drop Shipping	هو عبارة عن نموذج يسمح لأي شخص بامتلاك متجر إلكتروني بدون امتلاك منتج أو بوابة دفع أو شركة شحن. يتم في خطوات كالتالي: امتلاك حساب في أحد المتاجر الإلكترونية الكبيرة التي تتيح نظام) الدروب شيبينج Drop Shipping مثل (AliExpress علي اكسبريس)، تصميم متجر إلكتروني، اختيار أحد أنواع المنتجات من المتجر الأساسي (علي اكسبريس)، ووضع روابط لها في المتجر مع تحديد سعرها بهامش ربح محدد ، البدء في الترويج للمنتجات، يقوم العملاء بالدخول للمتجر وعند البدء في اتمام عملية الشراء، يتم الشراء من خلال المتجر الأساسي (علي اكسبريس)، الذي يقوم بإرسال المنتج للعميل مباشرة، ويحتفظ بقيمة المنتج ويرسل هامش الربح لك.

السؤال الرابع: تصحيح العبارة التي تحتاج الى تصحيح، أو ضع عبارة " عبارة صحيحة " للعبارة الصحيحة.

الرقم	العبارة
01	أثرت تكنولوجيا الاعلام والاتصال على البنوك بتدويل النشاط المالي والمصرفي وتوسيع نطاق السوق المالية المحلية والمساعدة في ازالة الحواجز خاصة في ظل التحرير المالي والمصرفي في إطار جولات المنظمة العالمية للتجارة،
	أثرت تكنولوجيا الاعلام والاتصال على البنوك بتدويل النشاط المالي والمصرفي وتوسيع نطاق السوق المالية <u>الدولية</u> والمساعدة في ازالة الحواجز خاصة في ظل التحرير المالي والمصرفي في إطار جولات المنظمة العالمية للتجارة،
02	يعتبر إعداد نظام ملائم يضمن الفصل بين الواجبات، والذي سيكون له أثر كبير في تقليل فرص الغش والتحايل خصوصا في بيئة الصيرفة الالكترونية، من <u>المبادئ والقواعد المخصصة لمجلس الادارة والادارة العليا الاستشرافية الموضوعة من قبل لجنة بازل لإدارة مخاطر الصيرفة الالكترونية.</u>
	يعتبر إعداد نظام ملائم يضمن الفصل بين الواجبات، هذا الأمر سيكون له أثر كبير في تقليل فرص الغش والتحايل خصوصا في بيئة الصيرفة الالكترونية، من <u>المبادئ والقواعد الموضوعة من قبل لجنة بازل لإدارة مخاطر الصيرفة الالكترونية لإدارة الخطر المرتبطة بالسيطرة والرقابة على تأمين</u> <u>نشاطات الصيرفة الالكترونية</u>
03	يشير نظام المعلومات الخدمة المصرفية الى كل الافراد، والتجهيزات والاجراءات والوسائل المصممة والمعدة للقيام بجمع كافة النشاط التسويقي في البنك وتصنيفها وتحليلها وتفسيرها ثم توزيعها على الجهات المختصة واتخاذ القرار التسويقي في الوقت المناسب.
	يشير نظام المعلومات الخدمة المصرفية الى كل الافراد، والتجهيزات والاجراءات والوسائل المصممة والمعدة للقيام بجمع كافة النشاط التسويقي في البنك وتصنيفها وتحليلها وتفسيرها ثم توزيعها على الجهات المختصة واتخاذ القرار التسويقي في الوقت المناسب. لا بل يختص هذا النظام بجمع المعلومات المتعلقة بالبنك، من حيث الانشطة الخدمية، والعلاقات بينه وبين البيئة الخارجية، ومعالجتها ونقل المعلومات الى مراكز صنع القرار في التوقيت المناسب، تكون مخرجاته على شكل تقارير ومعلومات توجه الى خدمة نظم فرعية مثل الرقابة على الجودة، الرقابة على التكاليف.
04	نظام المعلومات الإدارية هو نظام مبني على الكمبيوتر لدعم المستوى الاداري في البنك ويدمج بين البيانات وبين النماذج التحليلية لدعم القرارات.

نظام المعلومات الادارية: وهو أحد تطبيقات نظم المعلومات يعمل على توفير المعلومات لإصدار تقارير دورية لإدارة البنك للمساعدة على اتخاذ القرارات.	
تلبية واشباع حاجات مستخدمي المعلومات يعتبر من معايير كفاءة نظام المعلومات في البنوك.	05
عبارة صحيحة	

تصحيح امتحان السداسي الثاني في مقياس البنوك وتكنولوجيا الاعلام والاتصال للموسم 2020-2021

أجب عن الأسئلة التالية على نفس الورقة بشكل واضح ودقيق على ضوء ما درست

الجواب الاول: شرح نظام المعلومات البنكي حسب المستويات الادارية.

7. نظم معالجة المعاملات: وهي تلك النظم المصممة تكنولوجيا للقيام بعملية تسجيل وتوثيق وتخزين معلومات الصفقات الضرورية اليومية والمعاملات والنشاطات الناتجة عن عمليات البنك من خلال توفير جميع المعلومات وسرعة استجابتها وعرضها بوقت وجهد وتكلفة اقل.

8. نظام المكتب: يقصد بها استخدام الكمبيوتر والاجهزة الالكترونية مثل الهواتف، ووسائل الاتصال الاخرى، للقيام بالمهام التي تنجز في المكاتب الادارية للرفع من كفاءة وفعالية الاتصالات داخل المكتب وبيئته.

9. نظام العمل المبني على المعرفة: في هذا النظام يستعمل مجال المعرفة للوصول الى اتخاذ قرار يتم استنتاجه من قبل خبير ذو معرفة بهذا المجال.

10. نظام المعلومات الادارية: وهو أحد تطبيقات نظم المعلومات يعمل على توفير المعلومات لإصدار تقارير دورية لإدارة البنك للمساعدة على اتخاذ القرارات.

11. النظم الخبيرة: وهو نظام معلومات حاسوبي مصمم لنمذجة قدرة الخبير على حل المشكلات التي يتسند على المعرفة.

12. نظم دعم القرار المصرفي: وهو نظام مبني على الكمبيوتر لدعم المستوى الاداري في البنك ويدمج بين البيانات وبين النماذج التحليلية لدعم القرارات.

الجواب الثاني: المقارنة بين دور هذا البناء الهيكلي ودواعي تطبيقه من خلال ملء الجدول الموالي:

الدور	دواعي التطبيق
1. تطوير وإدارة نظم تكنولوجيا المعلومات، 2. ضمان وسرية امن المعلومات، 3. تطوير تكنولوجيا المعلومات وتحديد الوسائل والاساليب المرتبطة بها	1. زيادة الاعتماد على المعلومات وأنظمة توصيلها، 2. زيادة القابلية للتهديدات الداخلية والخارجية المتعلقة باستخدام تكنولوجيا المعلومات، 3. امكانية خلق فرص جديدة وتخفيض التكلفة للاستثمارات الحالية والمستقبلية.

الجواب الثالث: شرح المصطلحات التالية على ضوء ما درست:

المصطلح	الشرح
تعميم الوعي التكنولوجي	يعتبر من مراحل تطور التكنولوجيا في العمل المصرفي حيث يتم البدء بتعميم الوعي بالتكنولوجيا على كافة العاملين في البنك من خلال التدريب الداخلي والخارجي من اجل التحضير لدخول اوسع للتكنولوجيا الى العمل المصرفي
التكنولوجيا الخفيفة	وتشمل الدراية والادارة والمعلومات والتسويق المصرفي.
الموقع التبادلي	يعد من أصناف البنوك الالكترونية حيث يمكن من خلاله ان يمارس المصرف نشاطاته في بيئة الكترونية، كما يمكن للزبون القيام بمعظم معاملاته الكترونيا من سداد قيمة الفواتير وإدارة التدفقات النقدية وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية سواء داخل المصرف او خارجه.
تقديم خدمات مصرفية جديدة	وهو أحد مزايا البنوك الالكترونية حيث بعد انتشار التجارة الإلكترونية أصبح هناك عمليات مصرفية جديدة لا يمكن لأي بنك من ادائها لعملائها الا إذا كان بنكا الكترونيا لما تتميز به تلك العمليات المصرفية من سرعة الاداء.

الجواب الرابع: تصحيح العبارة التي تحتاج الى تصحيح، أو ضع عبارة " عبارة صحيحة " للعبارة الصحيحة:

الرقم	العبارة
01	إن التكنولوجيا بمفاهيمها المختلفة ليست هدفا في حد ذاته بل هي وسيلة يستخدمها البنك لتحقيق أهدافه وغاياته، عبارة صحيحة
02	يجب على البنك الحفاظ على <u>حد أعلى</u> من سرية المعلومات التي ينتجها نظام المعلومات الخاص به، وبشكل خاص المعلومات المتعلقة بأسرار متعلقة بعملائه وتقديم معلومات تتسم <u>بالخصوصية</u> وايضا عدم المبالغة في حجب المعلومات بحجة السرية.
03	يجب على البنك الحفاظ على <u>حد أدنى</u> من سرية المعلومات التي ينتجها نظام المعلومات الخاص به، وبشكل خاص المعلومات المتعلقة بأسرار متعلقة بعملائه وتقديم معلومات تتسم <u>بالعمومية</u> دون تفاصيل وايضا عدم المبالغة في حجب المعلومات بحجة السرية.
04	بجمع المعلومات المتعلقة بالبنك، من حيث الأنشطة الخدمية، والعلاقات بينه وبين البيئة الخارجية، ومعالجتها ونقل المعلومات الى مراكز صنع القرار في التوقيت المناسب، <u>تحت نظام المعلومات الائتماني</u> .
05	بجمع المعلومات المتعلقة بالبنك، من حيث الأنشطة الخدمية، والعلاقات بينه وبين البيئة الخارجية، ومعالجتها ونقل المعلومات الى مراكز صنع القرار في التوقيت المناسب، <u>تحت نظام المعلومات الخدمة المصرفية</u> .
06	يقتصر تطبيق التكنولوجيا في البنك على مجال اداء الخدمة المصرفية فقط.
07	لا يقتصر تطبيق التكنولوجيا على مجال اداء الخدمة المصرفية بل <u>يتمدد الى الأساليب الادارية</u> ، من متطلبات البنك الالكتروني تبني استراتيجية التفكير الابداعي وليس النمطي فقط والتفاعل مع الافكار الجديدة في المجال المالي والخدمي والتسويقي والتقني.
	عبارة صحيحة

تصحيح أسئلة الامتحان الاستدراكي في مقياس البنوك وتكنولوجيات الاعلام والاتصال للموسم 2020-2021

الجواب الاول: من خلال المبادئ والقواعد لإدارة مخاطر الصيرفة الالكترونية، قارن بين المبادئ والقواعد المخصصة لمجلس الادارة والادارة العليا الاستشرافية، وتلك المرتبطة بالمخاطر القانونية ومخاطر السمعة من خلال ملء الجدول الموالي:

المبادئ والقواعد المرتبطة بالمخاطر القانونية ومخاطر السمعة	مبادئ وقواعد مخصصة لمجلس الادارة والادارة العليا الاستشرافية
1. على المصارف ان تتأكد من وجود معلومات كافية عن هويتها والتشريعات والقواعد التي تحكم عملها واي مجالات اخرى ذات الصلة، منشورة في مواقعها الالكترونية وذلك حتى يتمكن العملاء المتوقعون من امتلاك فكرة واضحة عن البنك قبل الدخول معه في العمليات. 2. يجب المحافظة على السرية المصرفية عند التعامل مع معلومات العملاء ويجب وضع وصياغة معايير وقواعد ملائمة لهذا الغرض. 3. على البنوك ان تتأكد من ان نظام الخدمة لديها متوفر للعملاء على نحو مستمر يلبي توقعاتهم اضافة الى التأكد بشكل منتظم ودوري من سعة نظامه ومقدرته على تنفيذ العمليات المطلوبة. 4. على المصارف إعداد خطط طوارئ لمقابلة المشكلات التي قد تنتج من اية اختلالات	1. الاشراف الاداري الفعال على نشاطات الصيرفة الالكترونية واضعين في الاعتبار الطبيعة والمتطلبات الخاصة لتلك النشاطات. فالطبيعة الخاصة للعمليات والتعاملات تفرض اتباع نشاطات ادارية تلائم هذا النوع من الخدمات المتخصصة. 2. وضع وبناء قواعد شاملة للسيطرة على ادارة وتأمين نشاطات الصيرفة الالكترونية. 3. القيام بإشراف شامل ووضع خطط عمل تنفيذية ملائمة لإدارة العلاقة مع الاطراف الخارجية ذات الصلة بنشاطات الصيرفة الالكترونية

داخلية او خارجية غير متوقعة تقود الى انهيار وتوقف نظام الخدمة المصرفية الالكترونية.	
---	--

الجواب الثاني: أ - من خصائص التكنولوجيا المصرفية نجد:

- ان التكنولوجيا المصرفية هي مجموعة من المعارف والمهارات والطرق والأساليب المصرفية،
 - إن هذه المعارف والمهارات والطرق والأساليب قابلة للاستفادة منها بالتطبيق العملي في المجال المصرفي،
 - إن التكنولوجيا بمفاهيمها المختلفة ليست هدفا في حد ذاته بل هي وسيلة يستخدمها البنك لتحقيق أهدافه وغاياته،
 - إن الخدمة المصرفية هي المجال الرئيسي لتطبيق التكنولوجيا،
 - لا يقتصر تطبيق التكنولوجيا على مجال اداء الخدمة المصرفية بل يمتد الى الأساليب الادارية،
- ب- مفهوم نظام المعلومات الائتماني

نظام المعلومات الائتماني: هو عبارة عن خدمة توفير معلومات هامة عن طالب الاقتراض المصرفي ويتم ذلك في شكل تقرير ائتماني عن عملاء المصارف والمؤسسات المالية او عملاء الاقتراض الشخصي والاستهلاكي مثل شركات البيع بالتقسيط وشركات الاتصالات ويعرض معلومات شخصية لتعريف العميل مثل السجل التجاري، سجل المصدرين والمستوردين، وبيانات ائتمانية. تشمل اهميته في الحد من ظاهرة الديون المتعثرة فضلا عن توسيع قاعدة العملاء والممولين.

الجواب الثالث: شرح المصطلحات التالية على ضوء ما درست:

المصطلح	الشرح
تكلفة انظمة المعلومات المصرفية	يتطلب نظام المعلومات تكلفة يمكن قياسها واخرى يصعب قياسها بشكل ملموس، فالتكاليف المقاسة على سبيل المثال تكاليف الاجهزة، الادوات والمعدات والاجهزة، البرامج، تكلفة العمال، التشغيل والتدريب. اما التكاليف التي يصعب قياسها تتمثل في عدم الولاء او عدم الرضا

الشبكات الالكترونية	هو المكافئ الالكتروني للشبكات الورقية التقليدية، وهو رسالة الكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك حامل الشيك ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنت.
اختراق الانظمة المصرفية والمالية	ويتم ذلك من قبل اشخاص خارجين غير مرخص لهم وذلك في ظل غياب أنظمة أمنية لحماية النظم الآلية، بهدف العبث والسرقة او التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء مما يعرض الاجهزة للفيروسات التي تساعد على محو أنظمة المعلومات الداخلية للبنوك، او وقوع البيانات الخاصة في ايدي مستخدمي الاجهزة وهو ما يؤدي الى افشاء السر المصرفي

الجواب الرابع: شرح مراحل تطور التكنولوجيا في العمل المصرفي.

الدخول

المرحلة 1

- دخول التكنولوجيا الى البنوك بغرض إيجاد حلول لبعض المشاكل المصرفية كالتأخر في إعداد التقارير المالية، والمحاسبية، اين شرع الاخصائيون في التكنولوجيا في الدخول الى البنوك مما فرض عليها المزيد من الاستثمار في هذه المرحلة.

تعميم الوعي التكنولوجي

المرحلة 2

- تم البدء بتعميم الوعي بالتكنولوجيا على كافة العاملين في البنك من خلال التدريب الداخلي والخارجي من اجل التحضير لدخول اوسع للتكنولوجيا الى العمل المصرفي.

دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات الزبائن

المرحلة 3

- هي المرحلة التي بدأت فيها البنوك باستخدام التكنولوجيا في التوفير الفوري للخدمات المقدمة للزبائن، اصبحت هذه العملي ممكنة بفعل دخول صناعة الاتصالات الى العمل المصرفي، تميزت هذه المرحلة باهتمام الادارة العليا بالتكنولوجيا بالنظر الى التكاليف المتزايدة التي تتطلبها هذه المرحلة من جهة والتعقيدات التي نتجت عن سير العمل من جهة ثانية.

ضبط التكاليف

المرحلة 4

- في هذه المرحلة قامت البنوك بضبط الاستثمار في التكنولوجيا مما استدعى الاستعانة باخصائيين واستشاريين في شؤون التكنولوجيا من اجل فهمها واستكشاف طرق الاستفادة بما يتلائم مع طرق الاستثمار فيها.

اعتبار التكنولوجيا اصلا من اصول البنك

المرحلة 5

- من المراحل السابقة وما لازمها من اهتمام كبير بمختلف نواحي التكنولوجيا، قاد جميع المسؤولين في البنك الى اعتبار التكنولوجيا اصلا كباقي الاصول وعليه وجب أن يبنى هذا الاصل مردودا كباقي الاصول حيث بدأت إدارة التكنولوجيا .

اعتبار التكنولوجيا ضمن أعمال البنك

المرحلة 6

- وهي المرحلة التي بدأت فيها الادارة الاستراتيجية للتكنولوجيا داخل البنك والتي ارتكزت على تفعيل الانتاجية على الصعيد الداخلي وتحسين الضبط على الصعيد العملي وتسويق التكنولوجيا على الصعيد الخارجي . وقد عزز هذا الاتجاه عوامل كثيرة مثل: الاعتماد المتنامي للاعمال المصرفية على الوسائط الالكترونية لتلبية احتياجات الزبائن المتنامية، اصبحت التكنولوجيا اداة لضمان كفاءة وفعالية العمل على المستوى العام للبنك وتحديد نقاط القوة و الضعف لتمكين الادارة من رسم وتنفيذ السياسات الكفيلة بالتغلب على نقاط الضعف وتصويب مسار العمل، اهتمام لجنة بازل الكبير بمخاطر التشغيل وبالادارة الاستراتيجية لمخاطر التكنولوجيا المصرفية ... الخ

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولا - الكتب:

1. عبد القادر بحيج، الشامل في أعمال البنوك، دار الخلدونية، الجزائر، 2013 .
2. عبد القادر خليل، الاقتصاد البنكي مدخل معاصر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017.
3. فارس فضيل، التقنيات البنكية محاضرات وتطبيقات، الجزء الاول، الطبعة الاولى، مطبعة الموساك، الجزائر، 2013.

ثانيا -المقالات:

4. ابراهيم علي كردي حمود، وآخرون، دور نظم المعلومات المصرفية في الحد من القروض المتعثرة في المصارف دراسة تحليلية في مجموعة مصارف مختارة في محافظة بغداد، مجلة الدراسات العليا، جامعة النيلين، المجلد 09 ن العدد 33 ن 2017.
5. احمد عبد الله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الالكترونية، مجلة الاقتصاد و المجتمع، العدد 06، 2010.
6. أحمد عبد الله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الالكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، كلية الدراسات التجارية الكويت، العدد 06، 2010.
7. بن بوريش نشاط الدين، أثر تكنولوجيا الاعلام والاتصال على جودة الخدمات البنكية (دراسة بعض البنوك الجزائرية)، مجلة الاستراتيجيات والتنمية، جامعة مستغانم، المجلد 07، العدد 12، ص 60-86.

8. بوطورة فضيلة، سمايلي نوفل، أنظمة المعلومات الوظيفية في البنوك بين تكامل التقارير وكفاءة اتخاذ القرارات، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد السادس، العدد 1 ابريل 2020.
9. بوطورة فضيلة، سمايلي نوفل، أنظمة المعلومات الوظيفية في البنوك بين تكامل التقارير وكفاءة اتخاذ القرارات، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد السادس، العدد 1 ابريل 2020.
10. جليل نور الدين، دما نوال، تكنولوجيا الاعلام والاتصال كوسيلة لعصرنة نظام الدفع في المصارف الجزائرية، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 00، ديسمبر 2009، (ص 77-95).
11. حمو محمد، زيدان محمد، إدارة التكنولوجيا المصرفية من أجل تحسين تنافسية البنوك، مع الاشارة الى البنوك الجزائرية، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، العدد 16، جوان 2016، ص 85-96.
12. حمو محمد، زيدان محمد، إدارة التكنولوجيا المصرفية من أجل تحسين تنافسية البنوك، مع الاشارة الى البنوك الجزائرية، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، العدد 16، جوان 2016.
13. راضية مصداغ، بوبدرة زهرة، التحول نحو الصيرفة الالكترونية لتفعيل التجارة الالكترونية في الجزائر، مجلة المنهل الاقتصادي، المجلد 04، العدد 03، ديسمبر 2021، ص 254-270، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الجزائر.
14. شريف مصباح ابو كرش، المصارف والبطاقات الالكترونية الفرص والتحديات، دراسة حالة المصارف الفلسطينية، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، العدد 3، 2014.
15. شريف مصباح ابو كرش، المصارف والبطاقات الالكترونية الفرص والتحديات، دراسة حالة المصارف الفلسطينية، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، العدد 3، 2014.
16. الفاتح الشريف يوسف الطاهر، نور الهدى محمددين، الترميز الائتماني ودوره في الحد من مخاطر الائتمان المصرفي في السودان، مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة السودان، المجلد 14 العدد 1.
17. محمد حمد محمود، ادارة مخاطر الصيرفة الالكتروني، مجلة المال والاقتصاد، لبنك فيصل الإسلامي السوداني، السودان، العدد 85 يناير 2011.

18. محمد صلاح المفتي، البنوك الالكترونية كيف يعمل البنك الالكتروني، مجلة المال والاقتصاد، بنك الفيصل الإسلامي السوداني، السودان، المجلد 2013، العدد 72 (31 يوليو/تموز 2013).
19. مهند مبارك العجب، تقنيات مصرفية، بنك فيصل الاسلامي السوداني، مجلة المال والاقتصاد، العدد 11، ديسمبر 2007.
20. نذير طراويبا، التجارة الالكترونية كآلية لتفعيل المشاركة الاقتصادية للمرأة في الدولة العربية على ضوء الهدف الثامن من الأهداف الإنمائية للألفية، مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال، المجلد 1، العدد 3 (جوان، 2017)، جامعة أحمد درارية، أدرار، الجزائر. ص ص. 27-47.
21. يونس يوسف عواد، أثر تطبيق نظام المعلومات على جودة أداء الخدمة المصرفية دراسة ميدانية على المصارف الخاصة السورية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 38 العدد 2، 2016.
- 22.

ثالثا- المداخلات:

1. عديسه شهرة، علي موسى آمال، إدارة أمن المعلومات من خلال تبني حوكمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لحماية المعاملات المصرفية الالكترونية، مداخله في الملتقى الوطني حول المستهلك والاقتصاد الرقمي، ضرورة الانتقال وتحديات الحماية يومي 23 و 24 ابريل، 2018، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميله، بدون صفحة.

خامسا- اطروحات ورسائل:

2. ابو بكر عبد الباقي محمد سعد، أثر تقنية نظم المعلومات على اداء المصارف في السودان في الفترة 1999-2003، دراسة حالة بنك الادخار والتنمية الاجتماعية، بحث تكميلي لنيل درجة البكالوريوس في الاقتصاد، جامعة النيلين، 2014.
3. رشدي عبد اللطيف وادي، اهمية ومزايا البنوك الالكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات انتشارها، جامعة غزة الإسلامية.
4. علي سليمان محمد الحياي، دور تكنولوجيا المعلومات المصرفية في تعزيز ابعاد قيمة المصرف، جامعة كربلاء، 2020.

5. باتول بوزراع، فايضة بوزراع، أثر نظام المعلومات على جودة الخدمات المصرفية، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، جامعة عبد الحفيظ بوالصوف، ميلة.

رابعا- دروس ومطبوعات:

1. قابوش، محاضرات مقياس تكنولوجيا الاعلام والاتصال، جامعة العربي التبسي، أم البواقي، 2019-2020.

سادسا- المراجع عبر الانترنت:

1. https://www.alrab7on.com/what-is-ecommerce/#%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9
2. <https://expandcart.com/ar/ebooks/%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9-2021-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9-2021-03-10>
3. https://www.alrab7on.com/what-is-ecommerce/#%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9
4. <https://tawasulforum.org/article/e-commerce/%d8%aa%d8%b9%d8%b1%d9%91%d9%81-%d8%b9%d9%84%d9%89-%d8%a3%d9%81%d8%b6%d9%84-%d9%85%d9%86%d8%b5%d8%a7%d8%aa-%d8%a7%d9%84%d8%aa%d8%ac%d8%a7%d8%b1%d8%a9-%d8%a7%d9%84%d8%a5%d9%84%d9%83%d8%aa%d8%b1%d9%88/>
5. https://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/156820_
6. <https://expandcart.com/ar/22147-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%84%D9%81-%D8%A7%D9%84%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%8A%D8%A7-2/>
7. <https://www.rthaath.net/2022/02/25-ecommerce-statistics-and-how-to-capitalise-on-them-in-2022.html#:~:text=%D9%85%D9%86%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AA%D9%88%D9%82%D8%B9%20%D8%A3%D9%86%20%D8%AA%D9%86%D9%85%D9%88%20%D9%85%D8%A8%D9%8A%D8%B9%D8%A7%D8%AA,%D8%AA%D8%B1%D9%8A%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%86%20%D8%AF%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%B1%20%D9%81%D9%8A%20%D8%B9%D8%A7%D9%85%202021.>
8. https://expandcart.com/ar/27800-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%B9%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9_