

## إمكانيات التحول نحو الصيرفة الإلكترونية

### في البلدان العربية

الدكتور

نصر حمود مزنان فهد

#### المقدمة

يعد التقدم التكنولوجي من أهم العناصر التي ساهمت في تغيير ملامح الخريطة المصرفية الدولية ، حيث ساهم في تحول عدد كبير من المصارف الى المعاملات الإلكترونية والتوسع في استخدام التجارة الإلكترونية وتقديم الخدمات المصرفية المتطورة مما أحدث تغييرا جذريا في أنماط العمل المصرفي على النحو الذي بات يهدد الشكل التقليدي للمصارف .

لذا فقد أضحى لزاما على المصارف العربية مواجهة تلك التحديات باتخاذ الخطوات الملائمة التي تساعد على الانخراط في الاقتصاد العالمي والوقوف على قدم المساواة مع المصارف العالمية من خلال إعادة صياغة استراتيجياتها وانتهاج سياسات أكثر تطورا وشمولا للتحول نحو الصيرفة الإلكترونية ، بهدف ملاحقة الاتجاهات الابداعية في العمل المصرفي الدولي وتطوير جودة الخدمة المصرفية ورفع كفاءة الأداء مما يعزز من قدراتها التنافسية على الساحتين المحلية والدولية .

اهمية البحث :

ان التطورات السريعة التي شهدتها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، والتوسع في أدوات الصيرفة الإلكترونية لتسويق المنتجات المصرفية والذي انعكس

بدوره إيجاباً في تحسين نوعية وكمية الخدمات المصرفية ، وزيادة حدة المنافسة بين المصارف ، يتطلب من المصارف في البلدان العربية اخذ زمام المبادرة في إدخال الخدمات والمنتجات المصرفية الحديثة ، من خلال التوجه نحو الصيرفة الالكترونية.

### هدف البحث :

إن الهدف الأساس الذي يسعى إليه البحث هو بيان إمكانية التحول بالمصارف العربية من النمط التقليدي للعمل الى النمط الحديث القائم على فكرة الصيرفة الالكترونية ، من خلال التعرف على واقع المصارف في البلدان العربية ومدى توفر المتطلبات الاساسية للتحول نحو الصيرفة الالكترونية .

### مشكلة البحث :

إن التطور العلمي والتكنولوجي الذي تشهده الساحة المصرفية ، وما ترتب عليه من استخدام واسع للأدوات والقنوات المصرفية الإلكترونية والتحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان المتقدمة جعل من الضروري على البلدان النامية ومنها العربية ان تعمل وبشكل جاد للتحول نحو الصيرفة الالكترونية اذا ما ارادت الابقاء على حضورها في المنافسة والاستمرار .

### فرضية البحث :

ينطلق البحث من فرضية مفادها " إن امكانات التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية لا زالت تعاني من معوقات يفرضها واقعها المصرفي الحالي " .

ولتحقيق اهداف البحث ، وفي ضوء الفرضية الموضوعة ، فقد

تم تضمين البحث الفقرات الآتية :

- أولاً : مفهوم الصيرفة الالكترونية وأنماطها .
- ثانياً : مزايا الصيرفة الالكترونية .
- ثالثاً : متطلبات الصيرفة الالكترونية .
- رابعاً : مخاطر الصيرفة الالكترونية .
- خامساً : واقع المصارف العربية وإمكانات التحول نحو الصيرفة الالكترونية .

### أولاً : مفهوم الصيرفة الالكترونية وأنماطها .

يتحدد مفهوم الصيرفة الإلكترونية بأنها " كافة العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها من قبل المصارف والمؤسسات المالية بواسطة الوسائل الإلكترونية أو الضوئية مثل : الهاتف ، والحاسب ، والصراف الآلي ، والإنترنت، والتلفزيون الرقمي وغيرها ، وإلى جانب العمليات التي يقوم بها مصدرو البطاقات الإلكترونية ، وكافة المؤسسات التي تتعامل بالتحويلات النقدية إلكترونياً <sup>(١)</sup> . وجاء في مفهوم الصيرفة الالكترونية بأنها " استخدام التقنيات الحديثة كقناة لتقديم الخدمات المصرفية <sup>(٢)</sup> ، ويرى البعض مفهوم الصيرفة الالكترونية بأنها " العمليات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الوسائل الالكترونية " <sup>(٣)</sup> . فيما يرى البعض الآخر مفهوم الصيرفة الالكترونية بأنها " تقديم الخدمات المصرفية التقليدية أو المبتكرة من خلال استخدام وسائط الاتصال الإلكترونية المفتوحة ، بهدف تعزيز حصتها في السوق المصرفي أو لخفض التكاليف أو كوسيلة لتوسيع نشاطاتها داخل وخارج الحدود الوطنية <sup>(٤)</sup> . وجاء ايضا في مفهوم الصيرفة الالكترونية بأنها " إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية ، أي باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة ، سواء تعلق الأمر بالسحب أو بالدفع أو بالائتمان أو بالتحويل أو بالتعامل في الأوراق المالية أو غير ذلك من أعمال المصارف . وفي ظل هذا النمط من الصيرفة لا يكون الزبون

مضطرا للتنقل إلى المصرف ، إذ يمكنه القيام ببعض العمليات مع مصرفه وهو في منزله أو في مكتبه وهو ما يعني تجاوز بعدي المكان والزمان<sup>(٥)</sup>.

وكانت الصور الأولى لإعمال الصيرفة الالكترونية تجري من خلال آلات الصرف الأوتوماتيكية والمعاملات التليفونية ، ثم انتقلت هذه العمليات إلى شبكة الانترنت لتقديم الخدمات المصرفية التي تحقق مزايا لكل من الزبائن والمصارف ، إضافة إلى كونها سريعة ومريحة ومتاحة على مدار اليوم أيا كان مكان الزبون ، وتتنوع انماط الصيرفة الالكترونية لتشمل الخدمات الآتية<sup>(٦)</sup> :

١ - خدمات إدارة الحساب عبر الهاتف : تتيح هذه الخدمات للزبون أن يتصل من خلال هاتف أرضي أو خليوي ان يقوم بعمليات الإدارة الخاصة بحساباته ومن هذه الخدمات : الاستعلام عن الأرصدة للحسابات الشخصية ، التحويل ما بين الحسابات الشخصية ، التحويل من حساب الزبون إلى حساب عميل آخر ، وإضافة لباقة من الخدمات الأخرى التي تنفرد بها مصارف عن أخرى .

٢ - خدمات التحويل من مصرف الى اخر : تمكن هذه الخدمات الزبون من نقل او دفع او سحب الارصدة ما بين المصارف عبر شبكات الاتصال المختلفة .

٣ - خدمات كشف الحساب الالكتروني : يستطيع الزبون من خلال هذه الخدمات الحصول على كشف حساب في الوقت الذي يرغب به لرصد التحركات اليومية او الشهرية او الاسبوعية او السنوية من خلال البريد الالكتروني الخاص به .

٤ - خدمات رسائل الجوال : تسمح هذه الخدمات للزبون من مراجعة المصرف وإدارة حسابه من خلال رسائل الجوال بارسال رسائل الى رقم يحدده المصرف الخاص بالزبون ، ويكون على نوعين ، رسائل الجوال Push التي تمكن المستخدم من معرفة الرصيد والحساب بشكل عام ، ورسائل الجوال Pull والتي تستخدم للتحويل بين الحسابات ، وإيقاف صرف الشيكات .

٥ - خدمات الصراف الآلي : يتيح الصراف الآلي للزبائن خدمة سحب الاموال طوال اليوم ، اذ يقوم بربط الزبون بقاعدة بيانات المصرف ، ويتيح القدرة على

سحب الاموال المودعة وذلك عن طريق بطاقة خاصة يتم ادخالها في الصراف الالي ، ويعد الصراف الآلي من اهم انماط الصيرفة الالكترونية ، اذ انه يتيح العديد من الخدمات المصرفية التي يعد من اهمها سحب النقود ومراقبة الارصدة (٧).

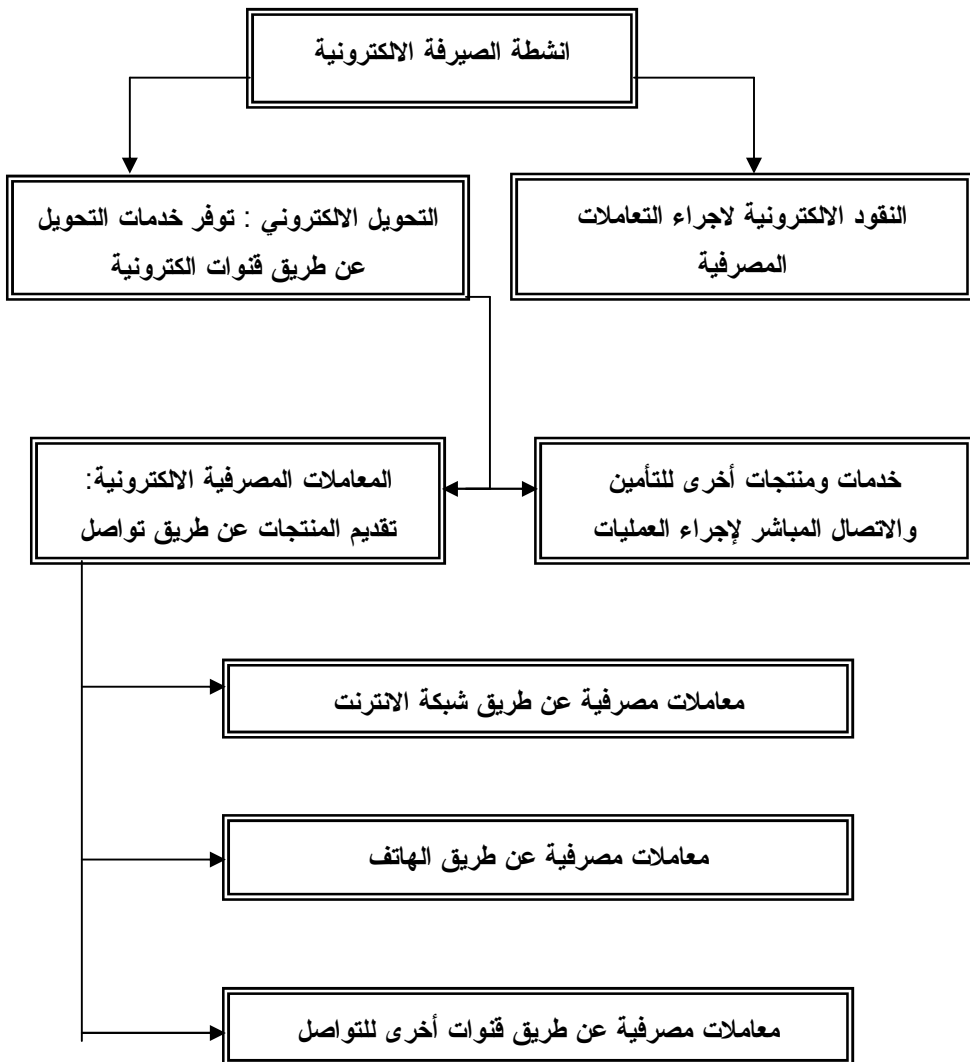
٦- خدمات الكمبيوتر الشخصي : تسمح هذه الخدمة للزبون التعامل مع العديد من المعاملات المصرفية عبر جهاز الكمبيوتر الشخصي ، اذ يمكن عرض الرصيد ، والتحويل ما بين الحسابات ، ودفع قوائم الخدمات الحكومية وغيرها .

٧. خدمات بطاقات الخصم : تمكن خدمات بطاقات الخصم من شراء البضائع وإعداد الصفقات اذ يتم خصم ثمن الصفقة أو البضاعة من رصيد هذه البطاقات ، وهي تستخدم في المتاجر والمحلات وعلى الانترنت أو عن طريق الهاتف (٨) .

٨- خدمات نقاط البيع : تتوفر هذه النقاط عن طريق الآلات التي تنتشر لدى المؤسسات التجارية والخدمية بمختلف أنواعها وأنشطتها ، ويمكن للزبون استخدام بطاقات بلاستيكية أو بطاقات ذكية للقيام بأداء مدفوعات من خلال الخصم على حسابه إلكترونياً .

والشكل (١) يبين الأنماط الأساسية للصيرفة الالكترونية .

شكل (١)  
الأنماط الأساسية للصيرفة الالكترونية



المصدر: د. مفتاح صالح ، البنوك الالكترونية ، بحث مقدم الى المؤتمر العلمي الخامس في جامعة فيلادلفيا للفترة ٤-٥ تموز ٢٠٠٧ ، عمان ، ص ١٤ .

### ثانيا : مزايا الصيرفة الإلكترونية .

تتميز الصيرفة الالكترونية بتقديم خدمات متميزة عن خدمات الصيرفة التقليدية تلبيبة لاحتياجات الزبون وهو ما يحقق مزايا عديدة من اهمها <sup>(٩)</sup> :

١- إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من الزبائن .

تتميز الصيرفة الإلكترونية بقدرتها على الوصول إلى قاعدة عريضة من الزبائن دون التقيد بمكان أو زمان معين ، كما تتيح لهم إمكانية طلب الخدمة في أي وقت وعلى طوال أيام الأسبوع وهو ما يوفر الراحة للزبون ، إضافة إلى أن سرية المعاملات والتي تزيد من ثقة الزبائن .

٢ - تقديم خدمات مصرفية متكاملة وجديدة .

تتضمن الصيرفة الإلكترونية كافة الخدمات المصرفية التقليدية ، وإلى جانبها خدمات أكثر تطورا عبر الوسائل الحديثة تميزها عن الأداء التقليدي مثل <sup>(١٠)</sup> :

أ : اصدار النشرات الإلكترونية الإعلانية عن الخدمات المصرفية .

ب : إمداد الزبائن بطريقة التأكد من أرصدهم لدى المصرف .

ج : تقديم طريقة دفع الزبائن للكمبيالات المسحوبة عليهم إلكترونيا .

د : كيفية إدارة المحافظ المالية ( من أسهم و سندات ) للزبائن .

هـ : طريقة تحويل الأموال بين حسابات الزبائن المختلفة .

٣ - خفض التكاليف .

من أهم ما يميز الصيرفة الالكترونية هو أن تكاليف تقديم الخدمة منخفضة مقارنة باعمال الصيرفة التقليدية ، ومن ثم فإن تقليل التكلفة وتحسين جودتها هي من عوامل جذب الزبون ، فتبين نتائج المقارنة بين العمل المصرفي الالكتروني والتقليدي بان تكلفة تقديم الخدمات في القنوات الالكترونية تقل بنحو

سته مرات عنها في القنوات التقليدية للعمل المصرفي ، وان نسبة التوفير في التعاملات المصرفية الالكترونية تقدر بنحو ( ٨٩ % ) للمعاملات المصرفية عبر الانترنت عنها في الأنماط التقليدية <sup>(١١)</sup> .

#### ٤ - سرعة انجاز الأعمال المصرفية :

مع اتساع وسائل التقنية الحديثة وما أحدثته من سرعة في إنجاز الأعمال عن المصرفية ، أضحت سهلا على الزبون الاتصال بالمصرف وان يقوم بتنفيذ الإجراءات التي تنتهي في أجزاء صغيرة من الدقيقة الواحدة بأداء صحيح وبكفاءة عالية مما لو انتقل الزبون إلى مقر المصرف شخصا لاداء نشاطه المطلوب .

#### ٥ - خدمات البطاقات .

توفر الصيرفة الالكترونية خدمات متميزة لرجال الأعمال والزبائن ذوي المستوى المرموق مثل خدمات سامبا الماسية والذهبية المقدمة لفئة محددة من العملاء على شكل بطاقات ائتمانية وبخصم خاص ، ومن هذه البطاقات بطاقة سوني التي تمكن الزبون من استخدامها في أكثر من ١٨ مليون من أكبر الأماكن ، وتشتمل على خدمات مجانية على مدار الساعة برقم خاص ، خدمة مراكز الأعمال ، والإعفاء من رسوم وعمولات الخدمات المصرفية ، بالإضافة إلى كثير من الخدمات الخاصة الأخرى <sup>(١٢)</sup> .

وعموما تتيح الصيرفة الالكترونية خيارات أوسع للمتعاملين بها وحرية أكثر في اختيار الخدمات ونوعيتها، إلا أن التحدي الأكبر يتمحور حول مدى فعالية هذه الصيرفة في كسب ثقة العملاء فيها وهو ما يتطلب من المصرف توفير قاعدة من البيانات لتأدية الخدمات بكفاءة عالية .

#### ثالثا : متطلبات الصيرفة الالكترونية .

هناك عدة متطلبات أساسية يجب توافرها لعمل الصيرفة الالكترونية ،

تتمثل بالاتي <sup>(١٣)</sup> :

## ١ : البنية التحتية التقنية .

تعد البنية التحتية التقنية في مقدمة متطلبات الصيرفة الالكترونية وبالعوم اية مشروعات تقنية ، والبنى التحتية التقنية للصيرفة الالكترونية ليست ولا يمكن ان تكون معزولة عن بنى الاتصالات وتقنية المعلومات التحتية لاي للبلد ، ذلك ان الصيرفة الالكترونية تحيي في بيئة الاعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية ، والمتطلب الرئيس لضمان اعمال الكترونية ناجحة وضمان دخول آمن وسلس لعصر المعلومات ، يتمثل بالاتصالات ، وبقدر كفاءة البنى التحتية ، وسلامة سياسات السوق الاتصالي ، وتحديد السياسات السعرية لمقابل خدمات الربط بالانترنت ، فلا تحيا الشبكة واعمالها دون تزايد اعداد المشتركين الذي يعوقهم كلفة الاتصالات وهذه المسألة ربما تمثل اهم تحد امام اعمال الصيرفة الالكترونية . كما ان فعالية وسلامة بنى الاتصالات تقوم على سلامة التنظيم الاستثماري ، ودقة المعايير وتوافرها الدولي ، وكفاءة وفعالية التنظيم القانوني لقطاع الاتصالات ، وبقدر ما تسود معايير التعامل السليم مع هذه العناصر يتحقق توفير اهم دعامة للتجارة الالكترونية ، بل وللبناء القوي للتعامل مع عصر المعلومات .

والعنصر الثاني للبناء التحتي يتمثل بتقنية المعلومات ، من حيث الاجهزة والبرمجيات والحوال والكفاءات البشرية المدربة والوظائف الاحترافية ، وهذه دعامة الوجود والاستمرارية والمنافسة ، ولم يعد المال وحده المتطلب الرئيس ، بل استراتيجيات التواءم مع المتطلبات وسلامة البرامج والنظم المطبقة لضمان تعميم التقنية بصورة منظمة وفاعلة وضمان الاستخدام الامثل والسليم لوسائل التقنية<sup>(٤)</sup> .

اما عن عناصر استراتيجية البناء التحتي في حقل الاتصالات وتقنية المعلومات فانها تتمثل بتحديد اولويات واغراض تطوير سوق الاتصالات في الدولة ، ومواءمة هدف الدخول للأسواق العالمية مع احتياجات التطوير التقنية للشركات الخاصة ، والسياسات التسويقية والخدمية والتنظيمية المتعين اعتمادها لضمان المنافسة في سوق الاتصالات ولضمان جذب الاستثمارات في هذا القطاع

، وتنظيم الالتزامات لمقدمي الخدمات مع تحديد معايير ومواصفات الخدمة المميزة ، وفي مقدمتها معايير امن وسلامة تبادل المعلومات وسريتها وخصوصية المشتركين ، وتوفير الاطار القانوني الواضح الذي يحدد الالتزامات على اطراف العلاقة ، واخيرا تحديد نطاق التدخل الحكومي وتحديد اولويات الدعم وما يتعين ان يكون محلا للتنشجيع الاستثماري من قبل الدولة<sup>(١٥)</sup> .

٢ : الكوادر البشرية الكفوءة .

اذ ان توفر الكوادر البشرية المؤهلة والقادرة على اداء الانماط الجديدة من العمل القائم على التقنية الحديثة ، يعد من المتطلبات الضرورية لضمان التحول نحو الصيرفة الالكترونية ، وذلك الامر يتطلب التواصل التاهيلي والتدريبي للكوادر في مختلف الوظائف الفنية والمالية والتسويقية والاستشارية والادارية .

٣ : التفاعل مع المستجدات التقنية .

ان مواكبة التطورات التقنية الحديثة يعد من المتطلبات الهامة لبناء الصيرفة الالكترونية وتميزها ، فالجمود وانتظار الآخرين لا يتفق مع التقاط فرص التميز ، ويلاحظ ان المصارف العربية لا تتجه دائما نحو الريادية في اقتحام الجديد ، انها تنتظر اداء الآخرين ، وربما يكون المبرر الخشية على اموال المساهمين واجتياز المخاطر ، وهو امر هام وضروري ، لكنه ليس مانعا من الريادية ، وبنفس القدر لا تعني الريادية في اقتحام الجديد التسرع في التعامل مع المستجدات ، لكنها حتما تتطلب السرعة في انجاز ذلك<sup>(١٦)</sup> .

٤ : التقييم المستمر .

تتطلب الاستمرارية في اداء الصيرفة الالكترونية التقييم الموضوعي والمستمر لفاعلية أداء أدواتها الالكترونية ، بالاستعانة بالجهات والكوادر المتخصصة ، لمعرفة سلامة أداؤها والوقوف على الصعوبات التي تواجه عملها ، واتخاذ القرارات والإجراءات المناسبة للحد منها .

#### رابعاً : مخاطر الصيرفة الالكترونية .

أدى النمو الكبير فى أنشطة الصيرفة الالكترونية الى خلق تحديات جديدة أمام المصارف والجهات الرقابية فى ضوء افتقار الإدارة والعاملين بالمصارف الى الخبرة الكافية لملاحقة التطورات المتسارعة فى تكنولوجيا الاتصالات ، هذا بالإضافة الى تصاعد امكانيات الاحتيال والغش على الشبكات المفتوحة مثل الإنترنت ، نتيجة لغياب الممارسات التقليدية والتي كان يتم من خلالها التأكد من هوية العميل وشرعيته ، لهذا فقد أشارت لجنة بازل للرقابة المصرفية الى أهمية قيام المصارف بوضع السياسات والاجراءات التى تتيح إدارة مخاطر العمل المصرفى الالكترونى من خلال تقييمها والرقابة عليها ومتابعتها .

ومن أهم المخاطر التى قد تنشأ عن اعمال الصيرفة الالكترونية الاتي<sup>(١٧)</sup>

:

#### ١ : المخاطر الاستراتيجية Strategic Risk .

وهى تلك المخاطر الناجمة عن عدم تبنى الاستراتيجيات المناسبة التى تأخذ فى اعتبارها كيفية تحقيق المزيج المناسب بين كل من الخدمات المصرفية التقليدية والخدمات المصرفية الالكترونية ، وبما لايعرض المصرف لمزيد من المخاطر، ولايؤثر على مركزه التنافسى . وتأتى أهمية هذه النوعية من المخاطر من حيث تأثيرها الكبير على مستقبل المصرف ، ومن حيث العناصر العديدة المكونة لها والتى يحتاج كل منها لضوابط رقابية تتوافق مع ظروف كل مصرف .

#### ٢ : المخاطر التشغيلية Operational Risk .

يمكن أن تتعرض انظمة الصيرفة الالكترونية الى أخطاء أثناء التشغيل فى حالة ما اذا كانت تلك الانظمة غير متكاملة بالشكل المطلوب وذلك على النحو الاتي<sup>(١٨)</sup> :-

أ – عدم التأمين الكافى للنظم System Security بحيث يمكن اختراق نظم حاسبات المصرف Unauthorized Access بهدف التعرف على المعلومات الخاصة بالزبائن واستغلالها ، سواء تم ذلك من خارج المصرف أو من العاملين به ، بما يستلزم توافر اجراءات كافية لكشف وإعاقه ذلك الاختراق .

ب – عدم ملائمة تصميم النظم System Design أو إنجاز العمل Implementation أو أعمال الصيانة Maintenance ، والتي تنشأ عن عدم كفاءة النظم لمواجهة متطلبات المستخدمين وعدم السرعة فى حل هذه المشكلة وصيانة النظم ، خاصة إذا ما زاد الاعتماد على جهات خارج المصرف لتقديم الدعم الفنى فى مجال البنية الأساسية للتكنولوجيا .

ج – إساءة الاستخدام من قبل الزبائن Customer Misuse of Services ويحدث ذلك نتيجة عدم احاطة الزبائن باجراءات التأمين الوقائية Security Precautions أو القيام بعمليات غسيل أموال باستخدام بياناتهم الشخصية أو عدم اتباعهم إجراءات التأمين الواجبة .

### ٣ : مخاطر السمعة Reputation Risk .

وتنشأ مخاطر السمعة فى حالة توافر رأى عام سلبى تجاه المصرف نتيجة عدم قدرته على تقديم خدماته المصرفية الالكترونية وفق معايير الأمان والسرية والدقة مع الاستمرارية والاستجابة الفورية لاحتياجات ومتطلبات الزبائن ، وهو أمر لا يمكن تجنبه سوى بتكثيف اهتمام المصرف بتطوير ورقابة ومتابعة معايير الأداء بالنسبة لنشاطات الصيرفة الالكترونية .

### ٤ : المخاطر القانونية Legal Risk .

وهى تلك المخاطر الناجمة عن عدم التحديد الواضح للحقوق والالتزامات القانونية الناتجة عن العمليات المصرفية الالكترونية ، لاسيما وان العديد من وسائل أداء تلك العمليات المصرفية لازالت فى طور التطوير مثل السجلات والتوقيعات والعقود الالكترونية وقواعد ارسال وتلقى السجلات

الالكترونية ، والاعتراف بسلطات وقواعد التصديق الالكتروني ، واحكام السرية والافصاح ، كذلك انتهاك القوانين أو القواعد أو الضوابط المقررة خاصة تلك المتعلقة بمكافحة غسيل الأموال<sup>(١٩)</sup> .

٥ : المخاطر التي تؤثر على العمليات المصرفية التقليدية .

إن لقنوات توزيع الصيرفة الالكترونية انعكاسات بالنسبة للمخاطر المصرفية التقليدية ، إذ انه في ظل التحول الالكتروني للعمل المصرفي قد تزداد حدة المخاطر التقليدية ومنها مخاطر الائتمان والسيولة وسعر العائد ومخاطر السوق ، فعلى سبيل المثال نجد ان استخدام الانترنت في منح الائتمان في الداخل والخارج قد يزيد من احتمالات اخفاق بعض الزبائن في سداد التزاماتهم ومن ثم زيادة المخاطر الائتمانية ، كذلك فإن أى معلومات سلبية أو غير صحيحة عن المصرف يمكن أن تنتقل بسرعة عبر الانترنت وتحمل زبائنه على سحب ودائعهم بسرعة وهو ما يعرض المصرف لزيادة مخاطر السيولة<sup>(٢٠)</sup> ، كما أن الصيرفة الالكترونية تعمل على زيادة حرية حركة الودائع ، ومن هنا تظهر أهمية مراقبة المصرف لحجم سيولته لرصد التغيرات التي تطرأ على ودائعه وقروضه بشكل مستمر ودقيق .

**خامسا : واقع المصارف العربية وإمكانيات التحول نحو الصيرفة الالكترونية .**

يتكون القطاع المصرفي في البلدان العربية حتى عام ٢٠٠٨ من نحو ٥٠٠ مصرف ومؤسسة مالية ، وتشكل كل من المصارف التجارية التقليدية والمصارف الاسلامية والمصارف المتخصصة الاخرى المكونات الاساسية للقطاع المصرفي العربي . وفي هذا السياق نجد ان العدد الاكبر من المصارف العربية يتواجد في لبنان بواقع ٦٣ مصرفا ، ومن ثم الامارات بنحو ٥٢ مصرفا ، والعراق بواقع ٣٥ مصرفا ، ومصر بحوالي ٣٩ مصرفا والبحرين بنحو ٢٧ مصرفا<sup>(٢١)</sup> .

ولا تزال المصارف التجارية التقليدية تهيمن على الجزء الاكبر من اجمالي الموجودات للقطاع المصرفي في البلدان العربية ، ويمكن ملاحظة ذلك بمتابعة البيانات الواردة في الجدول ( ١ ) الذي يبين هيكل القطاع المصرفي في البلدان العربية .

### جدول ( ١ )

#### هيكل القطاع المصرفي في البلدان العربية

| نسبة التغير (%) |         | ٢٠٠٨   | ٢٠٠٣  | ٢٠٠٠  |                                   |
|-----------------|---------|--------|-------|-------|-----------------------------------|
| (٢٠٠٣-)         | (٢٠٠٠-) |        |       |       |                                   |
| (٢٠٠٨)          | (٢٠٠٨)  |        |       |       |                                   |
| ١٩٧.٨           | ٢١.٧    | ١٩٦٠.٨ | ٦٥٨.٥ | ٥٤١.١ | اجمالي الموجودات<br>(مليار دولار) |
| -٨.٣            | ١.٦     | ٨١.٥   | ٨٨.٩  | ٨٧.٥  | نسبة المصارف<br>التجارية (%)      |
| ١٦٤.٤           | ٤.٧     | ١١.٩   | ٤.٥   | ٤.٣   | نسبة المصارف<br>الاسلامية (%)     |
| -١.٥            | -١٩.٥   | ٦.٥    | ٦.٦   | ٨.٢   | نسبة المصارف<br>الاخرى (%)        |

المصدر : د. جمال الدين زروق وآخرون ، اوضاع القطاع المصرفي في البلدان العربية وتحديات الازمة العالمية ، ط ١ ، صندوق النقد العربي ، ابو ظبي ، ٢٠٠٩ ، ص ١٣ .

ولا تزال غالبية المصارف العربية تعاني من عدد كبير من المعوقات تمنعها من مجابهة البيئة الاقتصادية المتغيرة والتي تشهد تحولات متسارعة نتيجة للعولمة والاتجاه الواسع نحو اعادة هيكلة الاقتصادات ضمن برامج واسعة اطلق عليها التكيف الهيكلي ، ويمكن تحديد الملامح الاساسية لواقع المصارف العربية بالنقاط الآتية :

#### ١ : صغر احجامها .

تعاني معظم المصارف العربية من صغر احجامها مقارنة مع المصارف في البلدان المتقدمة او الناشئة ، وبمطالعة البيانات الواردة في الجدول ( ٢ ) يمكن تاشير الملاحظات الآتية :-

أ : شهدت قيمة اجمالي موجودات المصارف العربية ارتفاعا ملحوظا خلال المدة ( ١٩٩٨-٢٠٠٨ ) ، اذ ارتفعت من ٤٨٤.٧ مليار دولار في عام ١٩٩٨ حتى بلغت بلغت خلال عام ٢٠٠٨ ما يقارب ١٩٦٠.٨ مليار دولار ، الا ان هذه الموجودات ( مجتمعة ) تقل عن موجودات واحده من المصارف الكبيرة في العالم ، فتشير البيانات الواردة عن اكبر ( ١٠٠٠ ) مصرف في العالم لعام ٢٠٠٨ من حيث اصولها ورؤوس اموالها الى ان عدد المصارف العربية ضمن هذه القائمة هو ( ٨١ ) مصرفا ، وشكلت موجودات هذه المصارف نحو ١.٢ % من مجموع موجودات اكبر الف مصرف في العالم ، وكان موقع افضل مصرف عربي ( البنك الاهلي التجاري السعودي ) ضمن هذه القائمة هو ( ١١٠ ) ، وتشير البيانات الى ان موجودات المصارف العربية مجتمعة شكلت نحو ٥٩١.٢٧٣ مليار دولار وهي تقل بكثير عن موجودات مصرف واحد من المصارف الكبرى في العالم ، فمثلا ان موجودات المصرف الاكبر في العالم ( بنك امريكا الامريكي ) بلغت نحو ١٨٨٢.٥٥٤ مليار دولار ، وهي تفوق بكثير

## جدول ( ٢ )

المؤشرات الأساسية للمصارف العربية

للمدة (١٩٩٨ — ٢٠٠٨)

(مليار دولار )

| السنوات | إجمالي الموجودات | إجمالي الودائع | ودائع القطاع الخاص | إجمالي الودائع إلى GDP | إجمالي الائتمان |
|---------|------------------|----------------|--------------------|------------------------|-----------------|
| ١٩٩٨    | ٤٨٤.٧            | ٢٩١.٥          | ٢٧٢.٢              | ٥٧.٤                   | ٣٢١.٤           |
| ١٩٩٩    | ٥٠٥.١            | ٣٠٤.٩          | ٢٧٨.٩              | ٥٦.٤                   | ٣٣٨.٨           |
| ٢٠٠٠    | ٥٤١.١            | ٣٣٤.٩          | ٣٠٨.٩              | ٤٦.٠                   | ٣٥١.١           |
| ٢٠٠١    | ٥٦٥.١            | ٣٥٥.١          | ٣٢٨.٩              | ٤٩.٩                   | ٣٦١.٣           |
| ٢٠٠٢    | ٦٠٨.٠            | ٣٩٧.٣          | ٣٦٥.٤              | ٦٢.٥                   | ٣٩٢.٥           |
| ٢٠٠٣    | ٦٥٨.٥            | ٤٣٧.٥          | ٣٩٧.٩              | ٦٠.٥                   | ٤٢٣.٤           |
| ٢٠٠٤    | ٨٨٢.٦            | ٥١٨.٠          | ٤٧٤.٢              | ٥٩.٩                   | ٤٨٦.٨           |
| ٢٠٠٥    | ١٠٤٣.٠           | ٦٠٠.٩          | ٥٤٨.٨              | ٥٦.٣                   | ٥٧٥.٧           |
| ٢٠٠٦    | ١٢٦٢.١           | ٧٢٣.٩          | ٦٥٧.٨              | ٦٦.٥                   | ٦٧٧.٧           |
| ٢٠٠٧    | ١٦٧٤.٤           | ٩١٩.٧          | ٨٣٦.٩              | ٦١.١                   | ٨٥٨.٣           |
| ٢٠٠٨    | ١٩٦٠.٨           | ١١٠٤.٢         | ٩٧٨.٩              | ٥٨.٢                   | ١٠٩٣.٩          |

المصدر : صندوق النقد العربي ، التقرير الاقتصادي العربي الموحد ، ابو ظبي ،

اعداد مختلفة .

- موجودات المصارف العربية مجتمعة ، والجدول ( ٣ ) يبين موقع افضل ( ٢٥ ) مصرف عربي ضمن قائمة افضل ( ١٠٠٠ ) مصرف في العالم لعام ٢٠٠٨ .
- ب : ارتفعت اجمالي الودائع لدى المصارف العربية من ٢٩١.٥ مليار دولار في عام ١٩٩٨ حتى بلغت ١١٠٤.٢ مليار دولار عند عام ٢٠٠٨ . وقد شكلت ودائع القطاع الخاص الجانب الاكبر من تلك الودائع اذ كانت تمثل مائسبته ٩٣ % و ٨٩ % خلال العامين ١٩٩٨ و ٢٠٠٨ على التوالي . في حين شكلت اجمالي الودائع الى الناتج المحلي الاجمالي نسبة تراوحت بين ٥٧.٤ % و ٥٨.٢ % خلال نفس العامين على التوالي .
- ج : ارتفعت قيمة اجمالي الائتمان المقدم من قبل المصارف العربية من نحو ٣٢١.٤ مليار دولار في عام ١٩٩٨ حتى وصل الى نحو ١٠٩٣.٩ مليار دولار عند عام ٢٠٠٨ ، وعلى الرغم من الارتفاع الواضح في حجم الائتمان المقدم الا ان هذا الحجم من الائتمان يعد منخفضا قياسا بحجم البلدان العربية. والشكل البياني (٢) يعزز الرؤية عن واقع المصارف العربية للمدة ( ١٩٩٨ - ٢٠٠٨ ) .

## جدول ( ٣ )

ترتيب اكبر ٢٥ مصرف عربي ضمن قائمة اكبر ١٠٠٠ مصرف في العالم  
بالقوة الراسمالية لعام ٢٠٠٨

| الترتيب | عربيا | عالميا | اسم المصرف                  | الجنسية  | راس المال<br>(مليون<br>دولار) | الموجودات<br>(مليون<br>دولار ) |
|---------|-------|--------|-----------------------------|----------|-------------------------------|--------------------------------|
|         |       |        |                             |          |                               |                                |
| ١       | ١١٠   |        | البنك الاهلي التجاري        | السعودية | ٦٤٠٨                          | ٤١٥٧٧                          |
| ٢       | ١٥٤   |        | مجموعة سامبا المالية        | السعودية | ٤٠٨٥                          | ٣٣١١٥                          |
| ٣       | ١٦٩   |        | مؤسسة الراجحي<br>المصرفية   | السعودية | ٣٥٩٧                          | ٢٥٣٧٧                          |
| ٤       | ١٨٠   |        | البنك الاهلي المتحد         | البحرين  | ٣٢٢٤                          | ٥٥٣١٦                          |
| ٥       | ١٨٢   |        | بنك الرياض                  | السعودية | ٣٢٠٢                          | ٢٥١٠٤                          |
| ٦       | ١٨٧   |        | بنك الكويت الوطني           | الكويت   | ٣١٠٨                          | ٢٧٣٢٠                          |
| ٧       | ١٩٤   |        | بنك ابو ظبي التجاري         | الامارات | ٢٩٠٢                          | ٢٢٠٨٠                          |
| ٨       | ٢٠٩   |        | البنك العربي                | الاردن   | ٢٦٣٠                          | ٢٧٤٨٤                          |
| ٩       | ٢١١   |        | بيت التمويل الكويتي         | الكويت   | ٢٦٠٠                          | ٢١٨٣٩                          |
| ١٠      | ٢١٨   |        | البنك السعودي الفرنسي       | السعودية | ٢٥١١                          | ٢١٢٥٠                          |
| ١١      | ٢١٩   |        | البنك السعودي البريطاني     | السعودية | ٢٥١١                          | ٢٠٦١١                          |
| ١٢      | ٢٢٠   |        | بنك ابو ظبي الوطني          | الامارات | ٢٥٠٩                          | ٢٧٤٩٢                          |
| ١٣      | ٢٢٣   |        | بنك الامارات الدولي         | الامارات | ٢٤١٧                          | ٢٥٨٢٩                          |
| ١٤      | ٢٢٤   |        | بنك دبي الاسلامي            | الامارات | ٢٤٠٣                          | ١٧٥٤٥                          |
| ١٥      | ٢٤٤   |        | بنك الخليج الاول            | الامارات | ٢١٨٣                          | ١٣٠٠٥                          |
| ١٦      | ١٤٧   |        | البنك العربي الوطني         | السعودية | ٢١٣١                          | ٢٠٨٣٧                          |
| ١٧      | ٢٥٤   |        | بنك المشرق                  | الامارات | ٢١٠٣                          | ١٥١٣٦                          |
| ١٨      | ٢٧٠   |        | المؤسسة العربية<br>المصرفية | البحرين  | ١٩٠١                          | ٢٢٤٠٢                          |

|       |      |          |                         |     |    |
|-------|------|----------|-------------------------|-----|----|
| ١٩٦٨٨ | ١٨٠٣ | قطر      | بنك قطر الوطني          | ٢٨٠ | ١٩ |
| ٢٤٧٨٧ | ١٧٦٧ | البحرين  | بنك الخليج الدولي       | ٢٨٥ | ٢٠ |
| ١٠٩٠٦ | ١٦٠٢ | السعودية | البنك السعودي للاستثمار | ٣٠٥ | ٢١ |
| ١٨٨٦٣ | ١٥٠٤ | الامارات | بنك دبي الوطني          | ٣٢٥ | ٢٢ |
| ٩٥١٢  | ١٤٢٥ | الامارات | بنك الاتحاد الوطني      | ٣٣٨ | ٢٣ |
| ٣٤١٠٧ | ١١٧٩ | مصر      | البنك الاهلي المصري     | ٣٧٤ | ٢٤ |
| ١٠٠٩١ | ١١٧٧ | الكويت   | بنك الكويت التجاري      | ٣٧٥ | ٢٥ |

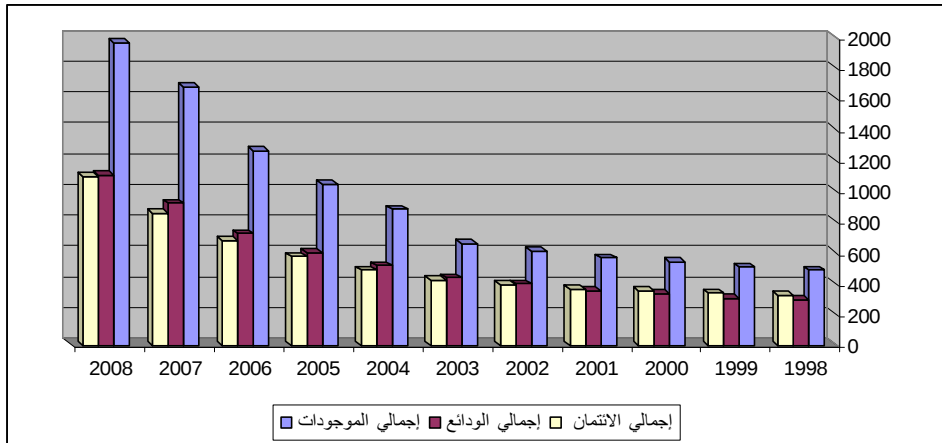
المصدر : The Banker Magazine – Global Financial Intelligence

.WWW.the banker.com

## شكل ( ٢ )

تطور مؤشرات المصارف العربية

للمدة ( ١٩٩٨ - ٢٠٠٨ )



## ٢ : اختلال هيكل ملكيتها .

على الرغم من الجهود الحثيثة التي تبذلها البلدان العربية في مجال خصخصة مختلف قطاعات الاقتصاد ، ومنها القطاع المصرفي ، الا ان هيكلية ملكية المصارف في عدد كبير من البلدان العربية يتسم بالمساهمة الكبيرة للقطاع العام ، وسيطرة شبة كاملة لهذا القطاع على ادارة العمليات المصرفية ، مما سينعكس سلبا على استراتيجية النظام المصرفي بشكل عام ، فعلى سبيل المثال ، ان اكبر مصرفين في اليمن ( البنك الاهلي اليمني و البنك اليمني للانشاء والتعمير ) تعود ملكيتهما للقطاع العام ، وان اكبر اربعة مصارف في مصر تعود ملكيتها للقطاع العام ايضا ، وكذا الحال في عدد كبير من البلدان العربية الاخرى<sup>(٢٢)</sup> .

## ٣ : ضعف الرقابة والإفصاح .

تفتقر المصارف في غالبية البلدان العربية الى الحد الأدنى المطلوب للإفصاح والشفافية ، ومحدودية نشر البيانات والمعلومات<sup>(٢٣)</sup> ، مما يضعف من ثقة المستثمرين بها ، لذلك اذا ما أرادت المصارف العربية مواجهة المنافسة على الصعيد الدولي فينبغي عليها استخدام المعايير الدولية الخاصة بالمحاسبة والتدقيق والإفصاح.

## ٤ : الكثافة المصرفية .

جاءت هذه السمة من خلال إنتشار المصارف الصغيرة في مناطق واسعة جغرافياً وهو ما يكسب الجهاز المصرفي العربي ظاهرة الكثافة المصرفية over banking ويعود ذلك إلى استمرار النمط المصرفي التقليدي ، ويكمل هذه السمة عدم التناسب بين الكثافة المصرفية وعدد السكان ففي لبنان مثلاً يوجد ٦٣ مصرفاً في حين أن عدد السكان لا يزيد عن ٣.٥ مليون نسمة في حين يوجد في مصر ٣٩ مصرفاً وعدد سكانها نحو ٦٥ مليون نسمة ، وترتب على ذلك

ضعف الخدمات المصرفية التي تقاس على أساس فرع لكل مليون نسمة، فالمؤشر بالنسبة للدول العربية يبلغ ٢٣.٨ ألف نسمة لكل فرع ، ( انظر الجدول ٤ ) .

٥ : ضعف استخدام التكنولوجيا .

يعد التقدم التكنولوجي من أهم المتغيرات التي ساهمت في إحداث تحول جذري في أنماط العمل المصرفي في عصر العولمة ، حيث اهتمت المصارف اهتماماً كبيراً بتكثيف الاستفادة من أحدث تقنيات المعلومات والاتصالات والحاسب الآلية وتطويعها بكفاءة عالية بغية ابتكار خدمات مصرفية مستحدثة وتطوير أساليب تقديمها بما يكفل انسياب الخدمات المصرفية الى الزبائن بدقة وسهولة ويسر ، الأمر الذي يتلائم مع المتطلبات المعاصرة والمتزايدة لمختلف شرائح الزبائن من ناحية ويحقق للمصرف نمواً مطرداً في حجم عملياته وأرباحه من ناحية أخرى .

إلا إن أهم ما يميز المصارف العربية انها لا زالت تعمل في ظل أنظمة عمل تقليدية ، اذ تفتقر المصارف العربية الى استخدام التكنولوجيا المصرفية الحديثة وتطبيق الأنظمة والبرامج العصرية لتكون قادرة على المنافسة على الصعيدين الداخلي والخارجي<sup>(٢٤)</sup> ، وضعف استخدام التكنولوجيا يعني انحسار التنوع في الخدمات المصرفية المقدمة وبالتالي انخفاض كفاءة الاداء فيها . فتشير البيانات الواردة في الجدول ( ٤ ) الى الانخفاض ، بل الافتقار في بعض البلدان ، في اعداد الصرافات الآلية والتي بلغت في افضل الاحيان الى ٧٥٣٤ صراف الي في السعودية والى ١٠٧١ صراف آلي ليبيا والى ٨٨٤ صراف آلي في الكويت .

## الكثافة والتقنية المصرفية في البلدان العربية

| البلد     | عدد المصارف |      | عدد الفروع |       | الكثافة المصرفية<br>(الف نسمة<br>لكل فرع) |       | عدد اجهزة الصراف<br>الآلي |      |
|-----------|-------------|------|------------|-------|-------------------------------------------|-------|---------------------------|------|
|           | ٢٠٠٨        | ٢٠٠٠ | ٢٠٠٨       | ٢٠٠٠  | ٢٠٠٨                                      | ٢٠٠٠  | ٢٠٠٨                      | ٢٠٠٠ |
| الاردن    | ٢١          | ٢٧   | ٤٦٢        | ٥٩٧   | ١٠.٥                                      | ٩.٦   | ٢٧٤                       | ٦٤٣  |
| الإمارات  | ٤٦          | ٥٢   | ٣٨٣        | ٦٣٨   | ٧.٨                                       | ٧.١   | ٥١٢                       | ٥٧٦  |
| البحرين   | ٢١          | ٢٧   | ١٠٧        | ١٣١   | ٦.٤                                       | ٥.٨   | ١٥٤                       | ٢٤٩  |
| تونس      | ٢٠          | ٢٠   | ٨١١        | ١٠٥١  | ١١.٨                                      | ٩.٧   | ٢٤٩                       | ٧٢٩  |
| الجزائر   | ١٩          | ٢٥   | ١٠٧١       | ١٣٣٨  | ٢٨.٤                                      | ٢٥.٥  | -                         | -    |
| السعودية  | ١١          | ١٧   | ١١٩٩       | ١٣٥٣  | ١٧.٠                                      | ١٧.٩  | ٢٢٣٤                      | ٧٥٣٤ |
| السودان   | ٢٤          | ٣٢   | ٦١٧        | ٥٥٧   | ٥٠.٤                                      | ٦٦.٨  | -                         | -    |
| سورية     | ٦           | ١٥   | ٢٧٠        | ٣٤٨   | ٦٠.٤                                      | ٥٤.٩  | -                         | -    |
| العراق    | ٢١          | ٣٥   | ٤٩٢        | ٥٨٦   | ٤٨.٩                                      | ٥٢.١  | -                         | -    |
| عمان      | ٢٠          | ١٩   | ٣٥٨        | ٣٨٦   | ٦.٧                                       | ٧.١   | -                         | ٦٦٦  |
| فلسطين    | ٢٢          | ٢٢   | ١١٥        | ١٢٦   | ٢٧.٩                                      | ٣٢.٤  | -                         | -    |
| قطر       | ٨           | ١٧   | ٦٥         | ١٥٧   | ٩.٥                                       | ٥.٦   | ١٦٩                       | ٣١٦  |
| الكويت    | ١٠          | ١٦   | ١٥٣        | ٢٧٥   | ١٤.٦                                      | ١٢.١  | -                         | ٨٨٤  |
| لبنان     | ٧٦          | ٦٣   | ٧٧٣        | ٨٦٤   | ٤.٩                                       | ٤.٦   | ٤٣٣                       | ٦٣٢  |
| ليبيا     | ١٠          | ١٥   | ٣٧٨        | ٤٤١   | ١٤.٩                                      | ١٦.٠  | ١٦                        | ١٠٧١ |
| مصر       | ٦٢          | ٣٩   | ١٣٤٦       | ١٨٠٩  | ٤٧.٠                                      | ٤٠.٢  | -                         | -    |
| المغرب    | ٢١          | ١٥   | ١٧٠٣       | ٢٧٤٧  | ١٦.٩                                      | ١١.٧  | -                         | -    |
| موريتانيا | ٧           | ٩    | ٣٢         | ٦٦    | ٨٢.٧                                      | ٤٧.٤  | -                         | -    |
| اليمن     | ١٥          | ١٧   | ١٦٩        | ١٥٧   | ١٠.٨.٣                                    | ١٤٩.٥ | -                         | -    |
| المجموع   | ٣٩٥         | ٤٨٥  | ١٠٠١٢      | ١٣٤١٩ | ٢٤.٧                                      | ٢٣.٨  | -                         | -    |

المصدر : الجدول من اعداد الباحث بالاعتماد على :

\* د. جمال الدين زروق واخرون ، اوضاع القطاع المصرفي في البلدان العربية وتحديات الازمة العالمية ، ط ١ ، صندوق النقد العربي ، ابو ظبي ، ٢٠٠٩ ، ص ٩٩ .

\* البنك المركزي العراقي ، المديرية العامة للإحصاء والابحاث ، النشرة السنوية ، ٢٠٠٨ ، ص ٨٦ .

٥: التركيز في نصيب المصارف .

يتمثل التركيز في نصيب المصارف العربية في ارتفاع نصيب عدد قليل من المصارف في مجمل الاصول المصرفية ، مما يعني هيمنة تلك المصارف على السوق بشكل عام ، الامر الذي يحد من المنافسة المطلوبة للارتفاع بالعمل وتقديم افضل الخدمات المصرفية ومواكبة التطورات الحديثة التي تشهدها ساحة العمل المصرفي . فحصة أول مئة مصرف عربي من الأصول تصل إلى ٩٣.٥ %<sup>(٢٥)</sup> . أما على مستوى البلدان العربية منفردة فتكون هذه الظاهرة أكثر وضوحاً، فعلى سبيل المثال تسيطر في تونس خمسة مصارف على النظام المصرفي الذي يضم ١٣ مصرفاً تجارياً من خلال امتلاكها نحو ثلثي أجمالي الأصول فضلاً عن كافة التسهيلات التي يقدمها القطاع المصرفي، كما تمتلك خمسة مصارف في الأردن نسباً مماثلة، وهناك مصارف منفردة تمتلك نسبة كبيرة من تلك الأصول في الدولة الواحدة مثل بنك قطر ٤٥.٢ % وبنك الكويت ٣٠ % ، وتبرز هذه الظاهرة بشكل واضح في الجزائر ومصر، ففي الأولى تمتلك المصارف الستة المملوكة للدولة أكثر من ٩٥ % من إجمالي الأصول المصرفية وفي مصر تبلغ حصة المصارف الأربعة التجارية الحكومية ٧٠ % من إجمالي المصارف التجارية العاملة في مصر<sup>(٢٦)</sup> .

والسؤال الذي يطرح هنا هو ، ما هي امكانات تحديث المصارف العربية والتحول بها من النمط التقليدي للعمل المصرفي الى النمط الحديث القائم على الصيرفة الالكترونية ؟

وللاجابة عن هذا السؤال نقول ، ان دوافع تحديث العمل المصرفي العربي تجد تبريرات واسعة بوصفها الشرط المسبق لتحديث وتطوير الاقتصاد بشكل عام . كما ان القطاع المصرفي يعد في مقدمة القطاعات الخدمية التي تتأثر باتجاهات الاقتصاد العالمي في مجال الثورة المعلوماتية والاتصالات بحكم طبيعة فعالياته وأنشطته ، ونعني بتحديث القطاع المصرفي التحول نحو الصيرفة الالكترونية وتقديم الخدمات المصرفية عن طريق الانترنت ووسائل الاتصال الحديثة ، فضلا عن تحديث الأطر المؤسسية التي تدعم وتمكن من التحول إلى الصيرفة الشاملة ومواصلة تقديم أحدث الخدمات المبتكرة .

وعلى الرغم من بدء عدد من المصارف في عدد من البلدان العربية ، خاصة البلدان الخليجية ولبنان والاردن ، في ارتياد العديد من مجالات الصيرفة الالكترونية ، إيماناً منها بأهمية تفعيل خدماتها الإلكترونية أسوة بالمصارف العالمية ، كما حرصت السلطات المختصة من جانبها على اتخاذ خطوات عديدة للمساهمة في تدعيم هذا القطاع الواعد ، الا ان تلك الجهود لا تزال دون الحد الذي يسمح بالتحول المطلوب ، فعملية التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية تواجه معوقات عدة من اهمها :

١ - ضعف البنى التقنية الاساسية ، فلا تزال متطلبات التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية تصطدم بضعف الامكانات التقنية اللازمة لعمل المصارف الالكترونية ، ويتمثل هذا الضعف في محدودية وسائل الاتصال الحديثة وشبكات الانترنت ولأجهزة الالكترونية المطلوبة والبنى الاساسية لها ، فتشير البيانات المتاحة الى ان الغالبية العظمى من البلدان العربية لم يحتضن

بالشكل والدرجة اللازمة الثورة الالكترونية عموماً ، ومن ثم اقتصاد المعلومات ، ففي مجال استخدام الانترنت ، فعلى الرغم من تحقق نمو في استخدام الانترنت في البلدان العربية ، الا ان نسبة استخدام الانترنت في البلدان العربية ما يزال بحدود متدنية تصل الى ١٠.٦ % من اجمالي السكان في عام ٢٠٠٧ عندما بلغ عدد مستخدمي الانترنت في البلدان العربية نحو ( ٢٤.٣٠٠ ) مليون مستخدم ، وهذه النسبة تعتبر متدنية جداً ، علماً ان استخدامات الانترنت لأغراض المعاملات الاقتصادية لا يتجاوز ما نسبته ١٩ % من اجمالي الاستخدامات ، فكانت النسبة الكبرى للاستخدامات لأغراض البريد الالكتروني والتصفح ، والجدول ( ٥ ) يبين تطور استخدام الانترنت في البلدان العربية .

٢- ضعف الكفاءة الإدارية المصرفية والرغبة في التحول نحو الصيرفة الالكترونية ، نتيجة لمحدودية الموارد المتاحة والمخصصة لأنشطة البحث والتطوير ، فلا تزال نسب الإنفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات Information Technology ، وأنشطة البحث والابتكار متدنية جداً في المصارف العربية في حين ان المصارف العالمية الكبرى يتزايد إنفاقها على تقنيات المعلومات الحديثة وأنشطة البحث العلمي بشكل متزايد ، اذ تشكل ثاني أكبر بند في إنفاق المصارف بعد تكلفة الأجور والمرتبات<sup>(٢٧)</sup> .

٣- انخفاض الامكانيات المعرفية للزبائن والمتعاملين مع المصارف في غالبية البلدان العربية مما سينعكس سلباً في إدارة معاملاتهم المالية وفق النمط الحديث للتعامل ، وجاء ذلك نتيجة لارتفاع مستويات الامية في البلدان العربية بشكل كبير وفي مختلف الفئات الاجتماعية ، فتشير البيانات

الى ان نسبة الامية في البلدان العربية وصلت في عام ٢٠٠٨ الى اكثر من ٢٢ % من اجمالي عدد السكان ، وعلى مستوى البلدان العربية فرادى فقد سجلت

غالبية البلدان العربية معدلات اعلى من المعدل العام تراوحت بين ٤٥.٣ % في المغرب ، و ٤٤.٨ في موريتانيا ، و ٤٢.٧ % في اليمن ، و ٣٦.٩ % في السودان ، و ١٤.٩ % في السعودية<sup>(٢٨)</sup> . وهذه المعدلات المرتفعة والتي تعد الاعلى في العالم ، تعد عقبة اساسية تقف امام الرغبة في التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية اذا ما علمنا بان الجزء الاكبر للعمل المصرفي الالكتروني يعتمد

## جدول ( ٥ )

عدد مستخدمي الانترنت في البلدان العربية ونسبتهم الى عدد السكان  
للعامين ( ٢٠٠٠ - ٢٠٠٧ )

| البلد    | عدد المستخدمين<br>( الف نسمة ) |      | البلد     | النسبة الى<br>عدد السكان<br>في عام<br>٢٠٠٧ | عدد المستخدمين<br>( الف نسمة ) |      | البلد |
|----------|--------------------------------|------|-----------|--------------------------------------------|--------------------------------|------|-------|
|          | ٢٠٠٧                           | ٢٠٠٠ |           |                                            | ٢٠٠٧                           | ٢٠٠٠ |       |
| مصر      | ٤٥٠,٠٠٠                        | ٥٥٠٠ | اليمن     | ٦.٩                                        | ١٥,٠٠٠                         | ٣٣٠  | ١     |
| المغرب   | ١٠٠,٠٠٠                        | ٤٦٠٠ | عمان      | ١٥.١                                       | ٩٠,٠٠٠                         | ٢٨٥  | ١٠    |
| السودان  | ٣٠,٠٠٠                         | ٢٨٠٠ | فلسطين    | ٧.٦                                        | ٣٥,٠٠٠                         | ٢٤٣  | ٧.٩   |
| السعودية | ٢٠٠,٠٠٠                        | ٢٥٤٠ | قطر       | ١٠.٦                                       | ٣٠,٠٠٠                         | ٢١٩  | ٢٦.٦  |
| الجزائر  | ٥٠,٠٠٠                         | ١٩٢٠ | ليبيا     | ٥.٧                                        | ١٠,٠٠٠                         | ٢٠٥  | ٣.٣   |
| الامارات | ٧٣٥,٠٠٠                        | ١٣٩٧ | البحرين   | ٣٥.١                                       | ٤٠,٠٠٠                         | ١٥٥  | ٢٠.٧  |
| سوريا    | ٣٠,٠٠٠                         | ١١٠٠ | الصومال   | ٥.٦                                        | ٠                              | ٩٠   | ٠.٧   |
| تونس     | ١٠٠,٠٠٠                        | ٩٥٣  | العراق    | ٩.٢                                        | ٠                              | ٣    | ٠.١   |
| الكويت   | ١٥٠,٠٠٠                        | ٧٠٠  | موريتانيا | ٢٥.٦                                       | ٠                              | ٢٠   | ٠.٥   |
| الاردن   | ١٢٧,٣٠٠                        | ٦٣٠  | جيبوتي    | ١١.٧                                       | ٠                              | ١٠   | ١.١   |
| لبنان    | ٣٠٠,٠٠٠                        | ٦٠٠  |           | ١٥.٤                                       |                                |      |       |

المصدر : د. إبراهيم علوش ، ثورة الإنترنت في الوطن العربي

( <http://www.freearabvoice.org> )

على المهارات العلمية التي يجب ان يمتلكها الزبون كي يتمكن من ادارة عملياته  
المصرفية وفقا للوسائل الحديثة بصورة كفوءة .

٤ - تركز الثروة لدى كبار السن في البلدان العربية الذين يضعف لديهم الحافز للدخول في الانماط الالكترونية في التعاملات المصرفية ، خوفا من المخاطر التي يعتقدون انهم سيواجهونها ، واقتناعهم بالانماط التقليدية للعمل المصرفي<sup>(٢٩)</sup> ، ونتيجة لذلك فان الحافز لدى المصارف العربية سيكون ضعيفا للتحول نحو العمل المصرفي الالكتروني ، كون الشريحة الاكبر للزبائن تفضل النمط التقليدي للعمل المصرفي .

٥ - ارتفاع تكلفة التحول نحو الصيرفة الالكترونية ، اذ ان عملية السير باتجاه الصيرفة الالكترونية تتطلب الاستثمار بشكل موسع في مجالات التقنيات الحديثة وتكنولوجيا المعلومات ووسائل الاتصال المتطورة ، وهذا التوجه يتطلب بالتأكيد انفاق اموال باهضة قد لا تتوافر لدى غالبية المصارف في البلدان العربية والتي يتصف غالبيتها ( كما مر سابقا ) بصغر احجامها ومحدودية رؤوس اموالها .

٦ - ضعف الاطر التشريعية والقانونية والتنظيمية في البلدان العربية التي تسمح بالتحول نحو تحديث وتحرير التعاملات المصرفية على الصعيدين الداخلي والخارجي ، فلا تزال غالبية البلدان العربية لا تسمح بتحرير تعاملاتها المصرفية او السماح بمستويات معينة من الشفافية والافصاح المحاسبي ، مما يعني مزيدا من العقبات تجاه عملية التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية .

وبذلك فان نجاح المصارف العربية في تنفيذ استراتيجيات التحول نحو الصيرفة الالكترونية بكافة محاورها بكفاءة وفاعلية هو أمر مرهون بتوفير كوادر بشرية عالية التأهيل معززة بتقنيات مصرفية معاصرة ، وهو ما يتطلب تبني عدد من السياسات المتكاملة للوصول الى النموذج " المصرفي الفعال " وذلك يتطلب ايضا ، ضرورة قيام المصارف بتخصيص نسبة محددة من أرباحها للاستثمار في الموارد البشرية باعتباره استثمار للمستقبل ، والاستمرار في تدريب الكوادر المصرفية على استخدام التكنولوجيا الحديثة ، وترسيخ المفاهيم المتطورة لديهم والتي تتعلق باهمية الابتكار والابداع ومواكبة التكنولوجيا الحديثة .

### الاستنتاجات

- توصل الباحث بعد الانتهاء من الدراسة الى مجموعة من الاستنتاجات اهمها :
- ١ - اسهم التقدم التكنولوجي فى تغيير ملامح الخريطة المصرفية الدولية ، اذ ادى الى تحول عدد كبير من المصارف الى المعاملات الإلكترونية والتوسع فى استخدام التجارة الإلكترونية وتقديم الخدمات المصرفية المتطورة الى أحدث تغييرا جذريا فى أنماط العمل المصرفى على النحو الذى بات يهدد الشكل التقليدى للصيرفة .
  - ٢ - لا تزال غالبية المصارف العربية تعمل في ظل انظمة عمل تقليدية ، ورغم الجهود التي تبذل للمساهمة فى تدعيم هذا القطاع الواعد ، الا ان تلك الجهود لا تزال دون المستوى المطلوب ، اذ تتصف المصارف في البلدان العربية بصغر احجامها ، واختلال هيكل ملكيتها ، وضعف الرقابة والافصاح ، وضعف استخدام التكنولوجيا الحديثة والمتطورة ، والتركز في نصيبها ، مما يحد من قدرتها على المنافسة والاستمرار .
  - ٣ - ان امكانات التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية لا تزال تعاني من عدة معوقات اساسية ياتي في مقدمتها ، ضعف البنية التحتية التقنية الحديثة والمتطورة ، ومحدودية الكوادر الادارية والفنية والمؤهلة القادرة على اداء اعمال الصيرفة الالكترونية بكفاءة عالية ، والتفاعل المستمر مع المستجدات التي تفرزها المعطيات التكنولوجية لتقديم افضل الخدمات واحداثها ، وكذلك انخفاض الامكانات المعرفية والعلمية للزبائن والمتعاملين مع المصارف في غالبية البلدان العربية نتيجة لارتفاع معدلات الامية ، وتركز الثروة لدى كبار السن الذين يضعف لديهم الحافز للدخول في الانماط الحديثة للتعاملات المصرفية ، اضافة الى ارتفاع تكلفة التحول نحو الصيرفة الالكترونية و ضعف الاطر التشريعية والقانونية والتنظيمية في البلدان العربية التي تسمح بالتحول نحو الصيرفة الالكترونية .

## التوصيات

بناءً على الاستنتاجات التي تم التوصل اليها يمكن تحديد عدد من التوصيات التي نعتقد بانها ستساهم في دفع عملية التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية نحو الامام ، ومن تلك التوصيات الاتي :

١ - تشجيع استخدام التكنولوجيا الحديثة ، وتطبيق الانظمة والبرامج المتطورة ، وتنويع الخدمات المصرفية المقدمة ، والنظر الى هذا الامر كونه حجر الزاوية لأية عملية تحول باتجاه الصيرفة الالكترونية .

٢ - العمل على انشاء البنية التحتية التقنية الملائمة لتطبيق البرامج المتعلقة باعمال الصيرفة الالكترونية من حيث توفير وسائل التواصل الحديثة والبرمجيات والمعدات الملائمة .

٣ - اعادة النظر في تقويم العوامل المرتبطة باداء المصارف العربية ، ومدى فاعلية الأنماط التقليدية المستخدمة في تقديم الخدمات المصرفية ومدى ملائمتها مع التحديات الحديثة ، والتوجه الجاد نحو الانماط المصرفية الحديثة القائمة الصيرفة الالكترونية .

٤ - الانفتاح على العالم الخارجي ، وإزالة المعوقات التشريعية والتنظيمية التي تحول دون ذلك ، وترسيخ فكرة الشفافية والافصاح العالين لدعم ثقة الزبائن ، وبالتالي الحصول على دعمهم باتجاه الاخذ بالاساليب الحديثة لتقديم الخدمات المصرفية .

٥ - إعادة هيكلة المصارف العربية ، عن طريق تحريرها من القيود المفروضة عليها ، والحد من سيطرة الدولة ، وتعزيز عمليات الاندماج على الصعيدين الداخلي والخارجي . لتكوين وحدات مصرفية كبيرة الحجم قادرة على مواكبة التطورات المستمرة في مجال تقديم الخدمات المصرفية الحديثة .

٦ - ضرورة التدريب والتأهيل المستمر للكوادر الادارية في المصارف العربية فنياً وتقنياً لمواكبة التطور في مجال الأعمال المصرفية الحديثة ، والاستعداد التام على كافة المستويات للخوض في ميادين الخدمات المصرفية المبتكرة القائمة على الصيرفة الالكترونية ، وبما يضمن التفاعل المستمر مع كافة المستجدات على الساحة المصرفية ، لتعزيز قدرتها على المنافسة .

### الهوامش

(١) د. حافظ كامل الغندور ، محاور التحديث الفعال في المصارف العربية : فكر ما بعد الحداثة ، اتحاد المصارف العربية ، بيروت ، ٢٠٠٣ ، ص ٨٤ .

(٢) د. مدحت صادق ، أدوات وتقنيات مصرفية ، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة ، ٢٠٠١ ، ص ٦٧ .

(٣) د. يوسف احمد ابوفارة ، التسويق الالكتروني ، ط٢ ، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠٠٧ ، ص ١٧٤ .

(٤) Balachan Gurarun and Bala Shanmug . An evaluation of internet banking sits in Islamic countries. Journal of internet banking and commerce.Vol . ١. N٠. ٢ .٢٠٠٣.P.٩٧ .

(٥) د. ناظم الشمري ، ود. عبد الفتاح العبدالات ، الصيرفة الالكترونية في الاردن ، بحث مقدم الى المؤتمر العلمي الخامس في جامعة فيلادلفيا للفترة ٤ - ٥ تموز ، ٢٠٠٧ ، عمان ، ص ٧ .

(٦) لمزيد من التفاصيل انظر :

\* د. جوزيف طربية ، الصيرفة الالكترونية : تطبيق التكنولوجيا للنجاح فى الاقتصاد الجديد ، مجلة اتحاد المصارف العربية ، العدد ٢٤٤ ، المجلد ٢١ ، بيروت ، ٢٠٠١ ، ص ١٨٣ .

\* د. حافظ كامل الغندور ، مصدر سابق ، ص ص ٨٦ - ٨٩ .

(٧) د. رعد حسن الصرن ، عولمة جودة الخدمات المصرفية ، ط ١ ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠٠٧ ، ص ٣١٤ .

(٨) احمد محمد غنيم ، التسويق والتجارة الالكترونية، المكتبة العصرية ، عمان ، ٢٠٠٨ ، ص ٩٤ .

(٩) لمزيد من التفاصيل انظر :

\* Fathi Calasir . Internet banking via other banking channel .young consumer view . International Journal of Information Management . Vol ٢٨ . N٠.٢ . ٢٠٠٨ . P.١٦٦

\* د. حافظ كامل الغندور ، مصدر سابق ، ص ص ٨٦ - ٨٩ .

(١٠) د. رعد حسن الصرن ، مصدر سابق ، ص ٣١٥ .

(١١) صلاح الدين حسن السيسى ، الحسابات والخدمات المصرفية الحديثة ، دار الوسام للطباعة والنشر ، بيروت ، ١٩٩٨ ، ص ١٦٤ .

(١٢) د. مدحت صادق ، مصدر سابق ، ص ٧٢ .

(١٣) Weihua Shi . The adoption of internet banking . Journal of Financial Services Marketing -Vol ١٢ -٢٠٠٨. p.١٨٦.

(١٤) د. جوزيف طربية ، مصدر سابق ، ص ١٩٠ .

(١٥) د. عبد المطلب عبد الحميد ، العولمة واقتصاديات البنوك ، ط ١ ، الدار الجامعية ، الاسكندرية ، ٢٠٠١ ، ص ٢٣١ .

(١٦) أ. هناء الخفاجي ، الصناعة المصرفية العربية في ظل التحديات العالمية ، بحوث ومناقشات المؤتمر العلمي الثالث لقسم الدراسات الاقتصادية بعنوان : الاقتصاد العراقي ومتغيرات البيئة العربية والدولية ، تحرير : د. هناء عبد الغفار السامرائي و د. عماد عبد اللطيف سالم ، بيت الحكمة ، بغداد ، ٢٠٠٢ ، ص ٢٢٣.

(١٧) نادر الفرد قاقوش ، العمل المصرفي عبر الانترنت ، ط١ ، الدار العربية للعلوم ، بيروت ، ٢٠٠١ ، ص ٨٤.

(١٨) جو سروع ، العمل الالكتروني في المصارف بين الضروريات والمحاذير ، مجلة اتحاد المصارف العربية ، العدد ٢٣٨ ، المجلد ٢٠ ، بيروت ، ٢٠٠٠ ، ص ١٤٨.

(١٩) منير الجنبهي و ممدوح الجنبهي ، البنوك الالكترونية ، ط١ ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، ٢٠٠٥ ، ص ١٦٣ .

(٢٠) فؤاد شاكر ، الصيرفة الالكترونية : القضايا المتعلقة بإدارة المخاطر بالنسبة للسلطات المصرفية الرقابية ، اتحاد المصارف العربية ، بيروت ، ٢٠٠١ .

(٢١) صندوق النقد العربي ، التقرير الاقتصادي العربي الموحد ، ابو ظبي ، ٢٠٠٩ ، ص ١٢٦ .

(٢٢) د. جمال الدين زروق واخرون ، اوضاع القطاع المصرفي في البلدان العربية وتحديات الازمة العالمية ، ط١ ، صندوق النقد العربي ، ابو ظبي ، ٢٠٠٩ ، ص ٢١ .

(٢٣) احمد سفر ، التعاون المصرفي العربي : التوسع والتكامل ، ط١ ، المؤسسة الحديثة للكتاب ، طرابلس ، ٢٠٠٨ ، ص ١٠٤ .

(٢٤) د. عماد صالح سلام ، البنوك العربية والكفاءة الاستثمارية ، ط١ ، اتحاد المصارف العربية ، بيروت ، ٢٠٠٤ ، ص ٧١ .

(٢٥) The Banker Magazine – Global Financial Intelligence

.WWW.the banker.com .(٢٦) د. عبد الكريم جابر شنجار ، قراءة في

اتجاهات القطاع المصرفي العربي نحو الاندماج والتكتل بالاشارة الى تجارب

عربية مختارة ، بحث مقدم الى المؤتمر العلمي الخامس بعنوان : نحو مناخ

استثماري واعمال مصرفية الكترونية ، كلية العلوم الادارية والمالية - جامعة

فيلادلفيا عمان ، ٢٠٠٧ ، ص ٨

(٢٧) د. عماد صالح سلام ، مصدر سابق ، ص ١٩١ .

(٢٨) صندوق النقد العربي ، مصدر سابق ، ص ٢٨٠ .

(٢٩) Balachan Gurarun and Bala Shanmug . An evaluation of internet banking sits in Islamic countries.Journal of internet banking and commerce.Vol ١. N٠. ٢ .٢٠٠٣.P.١٨٣.