

جامعة خميس مليانة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم المالية والمحاسبة

السنة الأولى ماستر تخصص مالية البنوك والتأمينات

مقياس: التسيير البنكي

ملخص البحث رقم 04:

الصيرفة الإلكترونية



المحاور الرئيسية للبحث:

- 1- مفهوم الصيرفة الإلكترونية
- 2- دوافع ظهور الصيرفة الإلكترونية
- 3- خدمات الصيرفة الإلكترونية
- 4- أنواع البنوك الإلكترونية
- 5- وسائل الصيرفة الإلكترونية
- 6- أهمية الصيرفة الإلكترونية



1- مفهوم الصيرفة الإلكترونية:

هناك عدة تعريفات من أهمها :

هو إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية أي باستخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة سواء تعلق الأمر بالسحب أو بالدفع أو الائتمان أو بالتحويل أو بالتعامل في الأوراق المالية أو غير ذلك من أعمال المصرف. وقد ترتب على استخدام البنوك للوسائل الإلكترونية في تقديم عملياتها المصرفية إلى ظهور مصطلح العمليات المصرفية الإلكترونية التي تتم عن بعد والتي عرفها المجلس الأمريكي للرقابة على المؤسسات المالية الفدرالية بأنها : « عبارة عن تقديم الخدمات المصرفية الجديدة والتقليدية بصورة مباشرة للعملاء من خلال قنوات التسليم الإلكترونية التفاعلية وذلك على نحو يمكن العملاء سواء كانوا أفراد أم شركات من دخول للحساب والحصول على معلومات خاصة بالخدمات التي يقدمها البنك عبر الشبكات الخاصة أو العامة، بما في ذلك شبكة الإنترنت».

كما يوجد تعريف آخر للصيرفة 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، الحاسب الصراف الآلي، الإنترنت، الهاتف الرقمي وغيرها».

2- دوافع ظهور الصيرفة الإلكترونية:

ان ظهور الصيرفة الإلكترونية كان نتيجة تفاعل عدة عناصر منها:

أولاً: ثورة الاتصالات والمعلومات التي أدت إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي والمالي ومنه التطلع إلى تقديم خدمات مصرفية ومالية متطورة ومتنوعة اعتماداً على ما أنتجته التكنولوجيا وثورة المعلومات.

ثانياً: التجارة الإلكترونية التي تتم باستخدام الوسائل الإلكترونية وخاصة الإنترنت والتي أصبحت تتميز بخصائص عديدة تميزها عن التجارة التقليدية التي اعتادت هذه المؤسسات المالية التعامل في ظلها ومعها مما جعل التطوير الواعي لاستراتيجيات وأساليب عمل البنوك ضرورة خدمية وليس ترفاً أو هداراً للأموال.

ثالثاً: وجود منافسة شديدة بين البنوك بعضها البعض ومع غيرها من المؤسسات المالية، هذه المنافسة التي أصبحت لا تقتصر على الاقتصاديات الوطنية بل اكتسبت أبعاداً دولية في ظل تحرير التجارة العالمية.

رابعاً: تزايد دخول العديد من المؤسسات المالية غير المصرفية مثل شركات التأمين وشركات الأوراق المالية ومنافستها للبنوك، حيث أصبح العديد من هذه المؤسسات يقدم مجموعة الخدمات وثيقة الصلة بعمل البنوك.

خامساً: وجوب تطوير الأداء بصفة مستمرة سواء للبنوك وغيرها من المؤسسات المالية لرفع مستوى الكفاءة التشغيلية لتقديم أفضل خدمة لعملائها، وخاصة أن الكثير من العملاء أصبحوا يطلبون خدمة رفيعة المستوى بتكلفة تنافسية، مستفيدين من المنافسة المتزايدة من المؤسسات.

سادساً: دخول العديد من المؤسسات التجارية والاقتصاديات سوق الأعمال المصرفية ومن أهم الأمثلة في ذلك قيام بعض المحلات الكبيرة بتقديم خدمة لعملائها في صورة كوبون يستخدم عند التسوق فيها وبالتالي تقل الحاجة للتعامل مع البنوك.

وبالتالي نستنتج أن تغير الظروف والأحوال (العوامل السابقة) يتبعه تغير الأدوات والوسائل التي تستخدم للتعامل معها، إذ لا يجوز استخدام وسائل تقليدية للتعامل مع ظروف ومستجدات لم تكن قائمة مثلما هو الحال فيما شهده العمل المصرفي خاصة والمالي عامة من تحولات وتغيرات لعل أهمها الصيرفة الإلكترونية.

3- خدمات الصيرفة الإلكترونية:

نجد من الخدمات، أو وسائل الدفع عبر الصيرفة الإلكترونية ما يلي:

- الصيرفة الالكترونية من خلال الصرافات الالكترونية (ATM):

تعتبر الصرافة الآلية آلية لإتمام العمل المصرفي، فهي تعتمد على وجود قنوات (شبكات) للاتصال، تربط فرع البنك بعدة فروع في حالة قيام بخدمة أي عمل من أي بنك، وقد تطور عمل الصرافات الآلية من قيامها بالوصول إلى بيانات حسابات العملاء فوراً، إلى تقديم الخدمات المتقدمة النقدية، وعمليات صرف المبالغ النقدية، فأصبحت تقوم بدفع الفواتير للمؤسسات الخدمية وتسديد الرسوم الحكومية، وهذا بواسطة نظام التبادل الإلكتروني للبيانات (EDI). وبظهور البطاقة الذكية، أصبح العميل بإمكانه شحن تلك البطاقة واستخدامها في دفع التزاماته في نقاط دفع محددة.

- خدمات الصيرفة الالكترونية عبر الهاتف (PHONE):

تقدم هذه الخدمة بالاعتماد على شبكة أيضاً تربط فروع البنك الواحد، بحيث يقوم العميل بالاتصال برقم موحد للحصول على خدمة محددة من المصرف، يتكفل العميل من الوصول إلى البيانات، ويتكفل البنك بالتأكد من صحة شخصية العميل، وذلك بتوجيه أسئلة له للتأكد من هويته، كسؤال عن حجم العملية التي قام بها أو المبلغ الذي قام بإيداعه... الخ .
وآخر التطورات التي وصلت إليها الصيرفة جعلت هذه العملية من أقدم العمليات حيث تحول الهاتف إلى انترنت وهي الخدمة الموائية التي تقدمها الصيرفة .

- الصيرفة عبر الانترنت:

يطلق على هذا النوع من الخدمات مجموعة من المصطلحات، التي تصب في معنى واحد وهي خدمة الزبون ومن بين هذه المصطلحات الخدمة المصرفية من المنزل (Ban King home)، والخدمات المصرفية عن بعد (Ban King remonte)، والخدمات المصرفية الفورية (On-line Ban King)، والخدمات المصرفية الذاتية (Self-service Ban King)، وأسماء أخرى عديدة حيث الهدف من استعمال الانترنت في المصارف هو إقامة مصرف كامل، يقدم خدماته للعملاء بأقل تكلفة، وهو ما ساعد على تدرج تقبله عند العملاء للوصول إلى البنوك الكترونياً، ولذلك يقوم البنك بتقديم هذا النوع من الخدمة إلى شبكة عريضة من الاتصالات (Wideröe remet world) داخل البلاد وربطها بالشبكة العالمية، وكما يمثل عامل الأمن الهاجس الأكبر لانتشار هذه الخدمة.

- الصيرفة عبر الهاتف الجوال (Phone mobile):

من المنتظر أن يصل عدد الهاتف الجوال إلى 1.2 بليون خط، بينما يصل عدد المشتركين في الانترنت عبر الشبكة الثابتة (Fixed Internet) إلى 750 مليون مستخدم لفترة 2005، وسوف يستعمل ويتيح استعمال الهاتف الجوال لإغراض متعددة كاستخدام للدخول إلى الشبكة العالمية، واستخدامه في التطبيقات المتعلقة بها كقراءة البريد الإلكتروني وتصفح المنتجات المعروضة والمروج لها، من ثم يمكن استخدامه في تقديم خدمات الصيرفة.

- الصيرفة عبر التلفزيون:

لقد تم تطوير نظام التلفزيون ليصبح المراسلة بين المشترك ومقدمي خدمات الإرسال، وهو ما يطلق عليه بالتلفزيون التفاعلي (INTERACTIVE TV)، بدأ هذا النوع بالانتشار في الدول المتقدمة، وبدأت العديد من المؤسسات في التحول لتقديم خدماتها بالمشاركة مع المؤسسات المالية.
ونظر للسعة التي يتيحها التلفزيون لنقل المعلومات والصور، والتي تكون سرعة المنقولات أكبر بـ 6 مرات من التراسل التقليدية، وكمثال ذلك قام البنك البريطاني (H S B C) باستخدام تقنيات الصيرفة عبر التلفزيون باستثماره مبلغ 100 مليون دولار في شبكة أوين التلفزيونية.

كما يمكن اعتبار الشاشات الضخمة التي تضعها البنوك المتطورة في عدة مناطق من الدول الكبيرة للترويج بخدماتها من وسائل الصيرفة عبر التلفزيون .

زيادة على الخدمات المصرفية التقليدية التي تقدمها البنوك، فإن الصيرفة الالكترونية قد أتاحت لقنواتها الجديدة إضافات منها:

- زيادة خدمات دفع أكثر تشخيص لشبكات العملاء، بتصميم يزيد في شعورهم بخصوصيتهم لدى المصارف، كما أن رفع الالتزامات وإجراء التحويلات المباشرة للعميل بسهولة ويسر زاد من الراحة النفسية للعميل.
- تتيح هذه الخدمة للعميل بيانات على حساباته، مباشرة من المصرف وإجراء تسوياتها دون الحاجة إلى إعادة إدخالها مرة أخرى في نظامه الحاسوبي، مما تتيح سهولة الرجوع لطلب القيود(العمليات) السابقة تلقائياً.
- تتيح للعميل الحصول على تصديقات مباشرة من المصرف، للحصول على تمويل أو استئانة دون الحاجة للوصول بشخصه إلى المصرف، حيث أن المصرف يجمع كم هائل من البيانات حول تعاملات العميل والتي من خلالها يقيم مركزه المالي.
- كما تتيح هذه الخدمات تداول الأخبار بين العملاء في المصرف الواحد، حيث يتم تداول الأخبار الخاصة والتجارية عبر موقع المصرف.
- كما لا ننسى الاستفادة الهامة التي تقدمها هذه الخدمات، وهي الوصول السريع ودون العناء للبورصات والمؤشرات العالمية، والدخول في السوق المالي انطلاقاً من موقع المصرف الذي تتعامل معه.

4- أنواع البنوك الالكترونية

- **الموقع المعلوماتي:** يعبر عن الحد الأدنى للنشاط الإلكتروني والمصرفي ومن خلاله يقدر البنك معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.
- **الموقع الاتصالي:** وينتج هذا الموقع عملية التبادل الاتصالي بين البنك والعميل مثل البريد الإلكتروني، تعبئة طلبات أو نماذج على الخط وتعديل معلومات القيود والحسابات والاستفسارات.
- **الموقع التبادلي:** ويمكن من خلاله أن يمارس البنك نشاطاته في بيئة الكترونية، كما يمكن للعميل القيام بمعظم معاملاته الالكترونية من سداد قيمة الفواتير وإدارة التدفقات النقدية وإجراء كافة الخدمات الاستعمالية داخل البنك أو خارجه.

5- وسائل الصيرفة الالكترونية

-**البطاقات البنكية:** أو البطاقات البلاستيكية، وهي عبارة عن بطاقة مغناطيسية يستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة قد تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو الإتلاف .

وتنقسم البطاقات الالكترونية إلى ثلاث أنواع هي:

👉 **بطاقات الدفع:** تصدرها البنوك أو شركات التمويل الدولية بناء على وجود أرصدة فعلية للعميل في صورة حسابات جارية تقابل المسحوبات المتوقعة له.

👉 **البطاقات الائتمانية:** وهي البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة، تمكن حاملها من الشراء الفوري لاحتياجاته مع دفع أجل لقيمتها، مع احتساب فائدة مدينة على كشف الحساب بالقيمة التي تجاوزها العميل نهاية كل شهر.

📌 **بطاقات الصرف الشهري:** تختلف هذه البطاقات عن البطاقات الائتمانية كونها تسدد بالكامل من قبل العميل للبنك خلال الشهر الذي تم فيه السحب (أي أن الائتمان في هذه البطاقة لا يتجاوز شهر).

تصدر البطاقات البنكية من طرف مجموعة من المنظمات العالمية والمؤسسات المالية والتجارية نذكر منها:

- فيزا Visa internationale : تعد أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية، يعود تاريخ إنشائها إلى عام 1958 عندما أصدر بنك أمريكا البطاقات الزرقاء والبيضاء والذهبية .

- ماستر كارد Master card internationale : هي ثاني أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية، مقرها في الولايات المتحدة الأمريكية، بطاقتها مقبولة لدى أكثر من 9,4 مليون محل تجاري، استخدمت لتسوية معاملات بلغت أكثر من 200 مليون دولار .

- أمريكيان إكسبرس American Express : هي من المؤسسات المالية الكبرى التي تصدر بطاقات ائتمانية مباشرة دون ترخيص إصدارها لأي مصرف، وأهم البطاقات الصادرة عنها:

- إكسبرس الخضراء: تمنح للعملاء ذوي الملاءة المالية العالية .

- إكسبرس الذهبية: تمتاز بتسهيلات غير محددة السقف الائتماني، تمنح للعملاء ذوي الملاءة المالية العالية .

- إكسبرس الماسية: تصدر لحاملها بعد التأكد من الملاءة المالية، وليس بالضرورة أن يفتح حاملها حساب لديها .

- ديتر كلوب Diter Club : من مؤسسات البطاقات الائتمانية الرائدة عالمياً، رغم صغر عدد حملة بطاقتها إلا أنها حققت أرباح وصلت إلى 16 مليون دولار، تصدر بطاقات متنوعة مثل :

- بطاقات الصرف البنكي لكافة العملاء .

- بطاقات الأعمال التجارية لرجال الأعمال .

- بطاقات التعاون مع الشركات الكبرى مثل شركات الطيران .

- **النقود الإلكترونية:** بعد ظهور البطاقات البنكية ظهرت " النقود الإلكترونية " أو "النقود الرقمية " والتي هي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات إلكترونية تخزن في مكان آمن على الهارد ديسك لجهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل يعرف باسم المحفظة الإلكترونية، ويمكن للعميل استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات البيع أو الشراء أو التحويل .

وعلى ذلك يمكن تجسيد النقد الإلكتروني في صورتين:

- حامل النقد الإلكتروني Le porte- monnaie électronique : يحتوي على احتياطي نقدي مخزن في البطاقة يسمح بإجراء الدفع للمشتريات الصغيرة .

- النقد الافتراضي La monnaie virtuelle : عبارة عن برنامج يسمح بإجراء الدفع عبر شبكات الانترنت .

- **الشيكات الإلكترونية:** وهو مثل الشيك التقليدي تعتمد فكرة الشيك الإلكتروني على وجود وسيط لإتمام عملية التخليص والمتمثل في جهة التخليص (البنك) الذي يشترك لديه البائع والمشتري من خلال فتح حساب جاري بالرصيد الخاص بهما مع تحديد التوقيع الإلكتروني لكل منهما وتسجيله في قاعدة البيانات لدى البنك الإلكتروني، من البنوك التي تتبنى فكرة الشيكات الإلكترونية بنك بوسطن، سيتي بنك .

- **البطاقات الذكية:** تماشياً مع التطورات التكنولوجية ظهرت البطاقات الذكية Smart Cards والتي هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية إلكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل

الاسم، العنوان، المصرف المصدر، أسلوب الصرف، المبلغ المنصرف وتاريخه، وتاريخ حياة العميل المصرفية.

إن هذا النوع من البطاقات الجديدة يسمح للعميل باختيار طريقة التعامل سواء كان انتماني أو دفع فوري، وهو ما يجعلها بطاقة عالمية تستخدم على نطاق واسع في معظم الدول الأوروبية والأمريكية، ومن الأمثلة للبطاقات الذكية بطاقة المنديكس "Mondex Card" التي تم طرحها لعملاء المصارف وتوفر لهم العديد من المزايا نذكر منها:

- يمكن استخدامها كبطاقة ائتمانية أو بطاقة خصم فوري طبقاً لرغبة العميل
- سهولة إدارتها مصرفياً بحيث لا يمكن للعميل أن يستخدمها بقيمة أكثر من الرصيد المدون على الشريحة الإلكترونية للبطاقة .
- أمان الاستخدام لوجود ضوابط أمنية محكمة في هذا النوع من البطاقات ذات الذاكرة الإلكترونية
- إمكانية التحويل من رصيد بطاقة إلى رصيد بطاقة أخرى من خلال آلات الصرف الذاتي أو أجهزة التليفون العادي أو المحمول.
- يمكن للعميل السحب من رصيد حسابه الجاري بالبنك وإضافة القيمة إلى رصيد البطاقة من خلال آلات الصرف الذاتي أو أجهزة التليفون العادي أو المحمول .

5- أهمية الصيرفة الإلكترونية

نلاحظ أن توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصارف كان له دور فعال في تحسين الخدمة المصرفية من خلال التوجه نحو الصيرفة الإلكترونية، فمن خلال تتبع أسس هذه الأخيرة من خصائص و قنوات نجد أنها تحمل في طياتها العديد من المزايا التي تساهم في تحسين الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن ويمكن توضيح ذلك من خلال العناصر التالية .

- السرعة: تعتبر سمة السرعة في تقديم الخدمة عنصر مهم جداً بالنسبة للمتعاملين ويساعد على الحفاظ عليهم، فالخدمات المصرفية عن بعد ساعدت بصورة واسعة في تحقيق ذلك من خلال تعدد قنوات عرض الخدمة ، فالعميل أصبح بإمكانه معرفة كل العمليات التي جرت على رصيده في دقائق معدودة ومن مكانه ، كذلك عملية التحويل الإلكتروني للأموال من حساب إلى حساب آخر أصبحت تتم في ظرف ثواني.
- القضاء على زمن الانتظار وضياع الوقت: يتيح استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من قبل المصرف والزبائن إلى خلق التفاعل بطريقة مباشرة، وبالتالي كسب الوقت من خلال تلبية المصرف لرغبات عدد كبير من الزبائن في وقت واحد من جهة، ومن جهة أخرى تجنب الزبون مشقة الانتقال من مكان إلى آخر، وبالتالي ربح الوقت والقضاء على زمن الانتظار.
- تقديم الخدمات الحرة: بواسطة تكنولوجيا المعلومات والاتصال يستطيع الزبون تنفيذ الخدمة بنفسه مباشرة دون اللجوء إلى المكان المادي للمصرف، وعلى سبيل المثال اللجوء إلى الأنترنت والدخول إلى موقع المصرف والبحث عن استفسارات، أو طلب خدمة معينة.
- تعزيز العلاقة مع العملاء : لقد أثبتت الدراسات أن غالبية المؤسسات المشاركة في التجارة الإلكترونية قد استخدمت لتعزيز علاقتها مع العملاء المحتملين ، أو لزيادة رضا العملاء الحاليين، لهذا نرى أن اعتماد المعاملات المصرفية عبر شبكة الأنترنت يسمح للمؤسسات المالية بتعزيز علاقتها مع عملائها من خلال استخدام قنوات اتصال متعددة ومتكاملة ومتاحة في جميع الأوقات.

- تطوير خدمات الاستعلام عن بعد للزبائن: بفضل الوسائل الرقمية يمكن للمصرف متابعة زبائنه عن بعد من أجل معرفة آراءهم حول خدماته ، وهذا يكون عن طريق إرسال رسائل عبر البريد الإلكتروني، أو عبر الهاتف إلخ ، وكل هذا لتشعر الزبون أنه محل اهتمامها ، وبالتالي كسب رضاه عنها .
- تخفيض التكلفة أهم ما يميز الصيرفة الإلكترونية أن تكاليف تقديم الخدمة الإلكترونية منخفضة مقارنة بتقديم الخدمات التقليدية : من كما يقدر العاملون في القطاع المصرفي أن تكلفة تقديم الخدمة من خلال القنوات التقليدية يكلف مالا يقل عن ستة أضعاف تقديمها من خلال القنوات الإلكترونية الحديثة ، وبالتالي فإن أهداف العمل المصرفي هي تقليل التكلفة، تقديم الخدمات المصرفية للزبائن بنوعية أفضل، وجودة.

