

الصيرفة الالكترونية المبررات والمخاطر ومتطلبات النجاح

الدكتور

فلاح حسن ثويني*

وحيدة جبر خلف**

المستخلص

لقد أدى التطور السريع في البيئة الاقتصادية القائمة المعتمدة على اقتصاد الخدمات المالية والتحرر المالي المستند إلى الثورة التكنولوجية في المعلومات والاتصالات، أدى إلى أن تتجه المصارف نحو نمط جديد من العمل المصرفي، إلا وهو النشاط المصرفي الإلكتروني، بإشكاله المختلفة والمتنوعة في الصيرفة الهاتفية والبنك المحمول والصيرفة المنزلية وصيرفة الانترنت، ولهذا النوع من العمل المصرفي العديد من المزايا، وفي الوقت نفسه العديد من المخاطر.

ABSTRACT

The fast development of the economical environment that relates to the economics of financial services and financial independent which depend on the technological revolution of informations and communications had made banks to go forward towards new style of banking action, and that is the electronical banking activity with various types, such as phone banking, mobil bank, home banking and internet banking. This style of banking action has many significants and in the same time many risks.

المقدمة:-

مثل باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى شهد القطاع المصرفي تطورات مستمرة، املتتها عليه طبيعة التطورات في وسائل الإنتاج السلعية والخدمية في النشاط الاقتصادي عموماً، وذلك من أجل اشباع الطلب المتزايد للمستهلكين بسبب توسع وتعقد حاجاتهم، فقد بدأ النشاط المصرفي في صورته التقليدية في القرن الرابع عشر باستخدام الايصال الورقي (Receipt) الذي يستلمه الزبون مقابل الامانة (الوديعة) التي يودعها لدى التجار والصياغ "Goldsmithes".

* قسم الاقتصاد/كلية الإدارة والاقتصاد/الجامعة المستنصرية

** مدرس /قسم الاقتصاد/كلية الإدارة والاقتصاد/الجامعة المستنصرية

وتطور الامر عندما اصبحت هذه الايصالات مضمونة في التعامل من خلال الذهب او الفضة، ومن ثم تحول هذا الايصال في صورة اخرى من تطوره الى ما يعرف الان بالصكوك او الشيكات والتي تسهل عملية التبادل لمختلف صورها، واستمرت التطورات متسارعة في النشاط المصرفي في ظل ثورة المعلومات والتكنولوجيا والتي وصلت الى ذروتها في نهاية القرن العشرين وبدايات القرن الواحد والعشرين والتي تمثلت في ظهور اجيال المصارف الالكترونية واستخدام النقود الالكترونية.

فقد استطاع القطاع المصرفي ان يستفيد من التقدم العلمي الكبير في مجال التكنولوجيا وخاصة تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات، وبصفة خاصة خلال عقد التسعينات من القرن العشرين مما انعكس بصورة مباشرة على اعمال المصارف خالفا بدوره بيئة تنافسية شديدة بين المؤسسات المصرفية لجذب شرائح جديدة من الزبائن او الاحتفاظ بالزبائن الحاليين، واذا كان التصور بأن العقود الأخيرة من القرن العشرين كانت عقود الانترنت. فأن الكثيرين يرون بأن العقد الاول من القرن الواحد والعشرين هو عقد التواصل المستمر والتفاعل الدائم مع متغيرات العصر الالكتروني والتي تجلت في المصارف المحمولة "Mobile Banks". والصيرفة الالكترونية عبر الانترنت "E-Internet Banking" وذلك نظرا للاقبال الكبير على هذه الخدمات المصرفية في ظل البيئة الجديدة التي تقوم على الركائز الالكترونية، وتوسع ظاهرة الاقتصاد الرقمي (Symbolic Economic) او ما يعرف باقتصاد الخدمات المالية السريعة.

أهمية البحث:-

في ظل المتغيرات الهيكلية والجذرية التي تؤثر في بنية الصناعة المصرفية في العالم اصبح استخدام الوسائل الالكترونية في ادارة وتنفيذ الأنشطة المالية والمصرفية خيارا لا بد منه من اجل تلبية احتياجات بيئة الاعمال والاستجابة لتحديات المنافسة العالمية في هذا المضمار من اجل استثمار الفرص التي يتيحها اقتصاد المعرفة.

وتأتي الأهمية لهذا الموضوع من خلال الدور المتنامي والسريع في استخدام مخرجات التطور العلمي والتقني في مختلف النشاطات الاقتصادية ومن بينها القطاع المصرفي خاصة بعد ارتفاع تكلفة العمل المصرفي وانخفاض معدلات الربحية في ظل الاسلوب التقليدي للنشاط المصرفي.

هدف البحث:-

يهدف البحث الى:-

- 1- التعرف على ماهية المصارف الالكترونية، ومبررات التحول نحوها واهم القنوات التوزيعية لهذا النوع من الصيرفة.
- 2- تحليل للمخاطر المصرفية الالكترونية وكيفية العمل على تخفيضها.
- 3- بيان المستلزمات الواجب توفرها لنجاح الصيرفة الالكترونية.

هيكلية البحث:

في سبيل وتحقيق هدف البحث فقد قسم البحث الى المباحث التالية:

المبحث الأول:- الصيرفة الالكترونية..المفهوم والمبررات.

المبحث الثاني:- قنوات التوزيع الالكترونية.

المبحث الثالث:- مزايا ومخاطر الصيرفة الالكترونية.

المبحث الرابع:- عوامل نجاح المصارف في ظل البيئة المصرفية الالكترونية.

المبحث الأول

الصيرفة الالكترونية..المفهوم والمبررات

المطلب الأول: ماهية الصيرفة الالكترونية.

يعود إنشاء الصيرفة الالكترونية (Electronic banking) الى عام 1995 عندما ظهر أول مصرف على الشبكة والذي عرف بـ (Net Bank) (نت بانك).

يعني اصطلاح او تعبير المصارف الالكترونية او بنوك الانترنت كتعبير متطور وشامل للمفاهيم التي ظهرت مع مطلع التسعينات كمفهوم الخدمات المالية عن بعد او المصارف الالكترونية عن بعد (Remote E.B) او المصرف المنزلي او المصرف على الخط او الخدمات المالية الذاتية والتي تعد قنوات او منافذ تتعلق بقيام الزبائن بإدارة حساباتهم وإنجاز أعمالهم المتصلة بالمصرف عن طريق المنزل او المكتب او أي مكان اخر وفي الوقت الذي يرغبون فيه والذي يعبر عنه بـ (الخدمة المالية في كل وقت ومن أي مكان).

كما وتعرف المصارف الالكترونية بانها تلك المؤسسات المصرفية التي تقوم بتقديم نطاق واسع ومتزايد ومتنوع من المنتجات والخدمات المصرفية لعدد كبير من الزبائن من خلال قنوات

التوزيع الالكتروني التي تتيح للزبائن الحصول على نفس المنتجات والخدمات المصرفية التي توفرها المصارف التقليدية دون الحاجة للتواجد في الفروع المصرفية. (1)

والعمل المصرفي الالكتروني بصورة عامة هو النشاط المصرفي الذي تكون فيه الوسائل الالكترونية هي صفة العمل الرئيسية وهي الواسطة بين المصرف والزبون والتي من خلالها يستطيع الزبائن الحصول على الخدمات المصرفية على مدى 24 ساعة يوميا. (2)

ويوفر المصرف الالكتروني المال والوقت سواء للمصرف او للمستفيدين، فالنسبة للمصرف توفر نظم الاعمال الالكترونية فرص فتح فروع غير مكلفة للمصرف فضلا عن انخفاض تكلفة المعاملة المصرفية الالكترونية بالمقارنة مع تكلفتها عبر وسائل العمل التقليدي. "انظر ملحق 1 في نهاية البحث"، وتساعد النظم الالكترونية في توسيع قاعدة الزبائن وبالتالي تحقيق عائد اكبر للمصرف، اما بالنسبة للزبائن فإن الصيرفة الالكترونية توفر مزايا عديدة اهمها ضمانات الجودة والسرعة والمرونة للخدمة المصرفية المقدمة، بالإضافة الى قدرة المصارف الالكترونية على تقديم حزمة متنوعة ومتكاملة من الخدمات للزبائن.

كما تعمل المصارف الالكترونية على تحريك النشاط الاقتصادي بما توفره من بيئة تقنية وادوات لعمل التجارة الالكترونية على شبكة الانترنت من نظم للمدفوعات الالكترونية او نظم الحماية والامن من خلال ما يعرف بنظم التشفير (Encryption) للمعاملات الالكترونية والتوقيع الالكتروني (E-Signature) والشهادات الالكترونية (E-certificates) والنقد الالكتروني (E-cash) والصكوك الالكترونية (E-chegues) (3)، فضلا عن ذلك تقوم العمليات المصرفية الالكترونية على تكنولوجيا مصممة بطبيعتها لغرض توسيع المدى الجغرافي للمصارف والزبائن الذي يمكنهم من خلاله التعامل مع بعضها البعض دون الحاجة للوجود المادي لاي منهما.

ويمكن لمثل هذا التوسع الجغرافي للسوق ان يمتد ليتجاوز الحدود الوطنية الامر الذي يؤدي بدوره الى زيادة التحديات عبر الحدود بالنسبة للسلطات الاشرافية، ويعود ذلك للأسباب التالية (4):

1- السهولة والسرعة اللتان يمكنان المصرف في أي بقعة من العالم ان يمارس نشاطه من خلال صكوك الكترونية لها علاقة مع زبائن في بلدان لا يكون المصرف فيها مرخصا او خاضعا للاشراف والرقابة.

2- القدرة المتاحة للمؤسسة المصرفية او غير المصرفية لاستخدام شبكة الانترنت لتعبر الحدود الوطنية، ولتجمع بين أنشطة مصرفية تخضع بطبيعتها للاشراف والرقابة المصرفية، وأنشطة غير مصرفية قد لا تكون خاضعة للاشراف من قبل أي من سلطات الاشراف على السوق المالية.

ومن ثم فإن المصارف الالكترونية تقوم بمهمة ردم الفجوة بين المصرف والزيون عبر الوسائل الالكترونية وتجهيزه بالخدمات التي يطلبها على الفور في أي وقت ومن أي مكان في العالم، وبالتالي أصبحت المصارف الالكترونية نموذجاً للأعمال التي صنعت من تكنولوجيا المعلومات ميزة استراتيجية للمصرف وقيمة مضافة للزبائن. (5)

المطلب الثاني: مبررات التحول نحو الصيرفة الالكترونية

لقد كانت هناك اسباب عديدة ادت الى الاتجاه نحو الصيرفة الالكترونية في ظل التطورات السريعة التي شهدها النشاط المصرفي في ظل التنامي السريع للتكنولوجيا واتساع نطاق الاقتصاد الرقمي او الرمزي، ومن بين اهم هذه المبررات:

اولاً:- فقدان المصارف التجارية جزءاً غير قليل من نشاطها في ميدان الاقراض طويل الاجل لصالح سوق السندات خلال السنوات الاخيرة، بحيث ان الشركات المالية التابعة لكبرى الشركات الصناعية اخذت تتقاسم مع المصارف فرص الإقراض المتاحة في الاسواق المصرفية والمالية داخل وخارج حدود الدول. (6)

ثانياً:- شهدت المصارف التجارية انخفاضا في النسبة المرتفعة تاريخيا من حساب الودائع المصرفية، حيث تناقصت اهميتها النسبية وظهور اتجاهات جديدة في مجال تقديم المنتجات والخدمات المصرفية للزبائن مع ما يترتب على ذلك من اثار على ربحية المصارف، حيث انه وبانخفاض مقدار الودائع وبقاء معظم التكاليف ثابتة فإن تكلفة الودائع سوف ترتفع مما يؤثر سلبا في الربحية.

وفي ضوء حسابات الربحية المصرفية التي تؤكد ان 80% من الارباح تتحقق من 20% او اقل من قاعدة الزبائن فإن المصارف سوف تستطيع تخفيض تكلفة الودائع من خلال استخدام الوسائل البديلة لتقديم خدماتها، فالمصارف استطاعت الابتعاد التدريجي عن عمليات الفروع التقليدية الى القنوات البديلة للمبيعات وتقديم الخدمات مما يؤدي الى الوفاء بطلبات الزبائن وبفهم الوقت لتقليل التكاليف (7).

ثالثاً:- ان المصارف التجارية قد فقدت جزءاً كبيراً من نشاطها في حقل الاقراض قصير الاجل لصالح سوق الاوراق التجارية والمالية عموماً، فالمقترضون من مؤسسات وشركات الاعمال لا يلجأون في الوقت الحاضر بشكل كبير الى المصارف التجارية لتأمين احتياجاتهم من التمويل قصير الاجل، بل يعمدون بشكل متزايد الى الحصول على مصادر التمويل مباشرة من خلال المقرض او المستثمر والذي يعتمد في قراراته التوظيفية على نوعية التوظيف وتسعير الاوراق التجارية او المالية

من قبل وكالات التصنيف العالمية، ومن ثم فإن إلغاء الكلفة المرتفعة لأجهزة المصرف معناه كلفة أقل للتمويل بالنسبة لمصدر الورقة وايضا عائدا اعلى على التوظيف بالنسبة للمستثمر (8).

رابعا:- تناقص دور المصارف في مجال انفرادها بتقديم الخدمات المالية ، فقد تزايدت اعداد المنافسين ومنها شركات الخدمات المالية غير المصرفية حيث وجدت هذه الشركات الفرص متاحة امامها لتقديم نوع جديد بالكامل من العمليات التي يحتاجها الزبائن متوسطي الدخل الذين لم يحصلوا على الخدمات المصرفية المرغوبة في السابق والذين يرغبون في استثمارات ذات مردود اعلى الى جانب بساطة وسهولة التعامل (9).

وعليه فإن عملية تعزيز ربحية المصارف تتطلب العمل على محور خفض النفقات التشغيلية، اذ كلما توسع حجم العمليات مع التطور الطبيعي للأنشطة فإن المصاريف التشغيلية سوف تتجه نحو النمو في المقابل، لذلك يبقى محور التكنولوجيا هو المحور الحقيقي الذي ينبغي ان تعمل عليه المصارف من اجل تخفيض التكاليف التشغيلية والتكاليف العامة، وذلك من خلال الاعتماد المتزايد على الركائز الالكترونية في توفير الخدمات والمنتجات المصرفية والمالية للزبائن في الداخل والخارج على حد سواء (10).

لذلك في ظل هذه الظروف والاعتبارات فإن المصارف والمؤسسات المالية تبادر الى الاسراع في التكيف مع قطاع المعلوماتية ومخرجات الثورة التكنولوجية سعيا الى الاندماج في الاقتصاد الجديد او اقتصاد الانترنت والتجارة الالكترونية من اجل تنويع الخدمات والمنتجات وزيادة الارباح (11).

حيث اثبت بعض الدراسات في السنوات الاخيرة ان تكنولوجيا المصارف قد ادت الى جذب متواصل لزبائن جدد وخفض في تكاليف الخدمة المصرفية الى مستوى كبير فضلا عن زيادة معدلات الربحية (انظر ملحق رقم (1) في نهاية البحث).

وعليه فإن المصارف ومن اجل ان تبقى في دائرة المنافسة فإنه يتوجب عليها اتباع السياسات التي من شأنها تحقيق رغبات اكبر عدد من الزبائن فضلا عن الاحتفاظ بعلاقات مالية مع المرسلين في الداخل والخارج (12).

وعليه فإن العلاقة بين الصناعة المصرفية والتكنولوجيا الحديثة تكتسب اهمية كبيرة وتحل اولويات اهتمام القطاعات المصرفية ليس على المستوى المحلي وحسب، بل على مستوى العالم اجمع حيث تطورت نوعية الزبائن لدى المصارف افرادا ومؤسسات بشكل واضح ومؤثر خلال السنوات القليلة الماضية ويتوقع ان يشمل هذا التطور جميع شرائح الزبائن خلال السنوات المقبلة، خاصة بعد ان أصبحت الأساليب التقليدية تمثل عبئا ثقيلا على النشاط المصرفي (13).

المبحث الثاني

قنوات التوزيع الالكترونية

لقد أصبح الفرع المصرفي التقليدي كقناة لتوزيع الخدمات المصرفية أقل أهمية بالنسبة للزبائن في تعاملهم مع المصارف وايضا أكثر كلفة بالنسبة لهذه المصارف عند قيامها بالعمليات المصرفية، وفي ظل التحرر المالي فقد تزايدت قنوات توزيع الخدمات المصرفية بشكل كبير، وان هذا التزايد ترافق مع تحولات جذرية في طبيعة هذه القنوات ومن أهمها: (14)

1- الانخفاض الكبير في عدد الفروع الجغرافية (التقليدية) خلال عقد التسعينات من القرن العشرين، بالرغم من تزايد العدد لهذه الفروع خلال عقد السبعينات وثباته تقريبا في عقد الثمانينات.

2- النمو المتسارع في قنوات التوزيع التي تأخذ شكل الآلات والنظم الالكترونية.

3- وجود فرص متزايدة للمفاضلة بين القنوات البديلة سواء اكان ذلك في مجال خدمة الشركات (الجملة) او تقديم الخدمة بالتجزئة، مع التأكيد على اختزال الوقت وتنوع اساليب انجاز المعاملات المالية.

4- الاتجاه المتزايد نحو التخصص في مجموعة المنتجات او الخدمات المقدمة من قبل قنوات التوزيع والتوجه نحو شرائح او جماعات محددة من الزبائن.

وعليه فإن قنوات التوزيع في الوقت الراهن وخاصة التي تستند الى الركائز الالكترونية هي التي تستأثر بالاهتمام الكبير من قبل المصارف، فعلى سبيل المثال تشكل العمليات المصرفية التي تستند الى القواعد الالكترونية نحو ثلثي اجمالي العمليات المصرفية بالتجزئة، والثلث الباقي هو للعمليات المصرفية التي تتم عبر الفروع في الولايات المتحدة. (15)

ومن الجدير بالاشارة ان الابتكارات المرتبطة بتكنولوجيا المعلومات قد طبقت بداية في المصارف التي تقوم بتقديم الخدمات المصرفية بالتجزئة (Retail Banking) منذ منتصف القرن العشرين، وذلك عبر ثلاث مراحل اساسية مرت بها تلك المبتكرات وهي: - (16)

المرحلة الاولى: - (1945-1968): وهي المرحلة التي بدأ فيها استخدام التكنولوجيا في المصارف على نطاق محدود حيث تم في تلك المرحلة على سبيل المثال مكننة كشوف الحسابات.

المرحلة الثانية:- (1968-1980): وهي المرحلة التي شهدت البداية القوية لاستخدام تلك التكنولوجيا، حيث شهدت توسعا في مجال استخدام الـ (Hardware) والـ (software) كما شهدت نمو أنظمة المدفوعات الخارجية، وكذلك اصدار بطاقات الصراف الآلي :

المرحلة الثالثة: (1980-1998): وهي المرحلة التي تميزت بانتشار تلك الخدمات على نطاق واسع، كما شهدت العديد من الخدمات المستحدثة مثل صيرفة الأنترنت وصيرفة المحمول.

وفيما يأتي اهم قنوات التوزيع الالكترونية:

أولاً:- أجهزة الصراف الآلي. (Automated Teller Machines (ATM)

وهي خدمة تقدمها المصارف لزيائنها لتخفيض ضغط العمل وتجنب الاجراءات الادارية وتلبية حاجات الزبائن بعد اوقات العمل وخلال العطل فهي تعمل على مدار 24 ساعة حيث توضع على الجدران الخارجية للمصرف او في الاماكن العامة كالمطارات والاسواق والجامعات، ويتم استخدام هذه الاجهزة بواسطة بطاقة الكترونية يحملها الزبون ويستخدم فيها رقما سريا (17).

والصراف الآلي وسيلة تستخدم في مجالات عديدة منها: (18)

- 1- السحب النقدي والاستفسار على الرصيد.
 - 2- الايداع النقدي.
 - 3- ايداع رسائل خاصة من الزبون الى المصرف.
 - 4- التحويل ما بين الحسابات المربوطة بالبطاقة.
 - 5- الحصول على كشف حساب مختصر.
 - 6- تغيير الرقم السري الخاص بالزبون.
 - 7- اظهار رسائل للزبون من المصرف حال استخدام جهاز الصراف الآلي.
- ويوضح الجدول التالي اتجاهات النمو في استخدام اجهزة الصراف الآلي في بلدان مختلفة.

جدول (1)

أكبر عشر دول من حيث عدد وكثافة ونمو أجهزة الصراف الآلي (ATM) في السنوات الخمس الأخيرة

أكبر 10 دول من حيث عدد آلات الصراف الآلي. (عدد الآلات / لكل مليون نسمة).	أكبر 10 دول من حيث كثافة آلات الصراف الآلي (عدد الآلات / لكل مليون نسمة).	أكبر 10 دول من حيث النمو في التجهيزات الخاصة بآلات الصراف الآلي خلال المدة 2004-1999.
الولايات المتحدة	اليابان	الهند
142500	اسبانيا	بلغاريا
46500	كوريا الجنوبية	مصر
45500	كندا	بوليفيا
41500	الولايات المتحدة	الصين
38000	البرتغال	بولندا
29500	النمسا	بيرو
29000	سويسرا	روسيا
25000	تايوان	اندونيسيا
23500	بلجيكا	الفلبين

المصدر: -البنك الأهلي المصري، النشرة الاقتصادية، ع الثالث/القاهرة، 2002، ص 21.

ثانيا: -نقاط البيع الإلكترونية (Electronic point-of-Sale)

يمثل التحويل الإلكتروني للاموال في نقطة البيع اسلوبا يحقق الاستغناء عن تداول النقديّة في انجاز المدفوعات او التسويات المطلوبة من قبل المستهلكين وذلك بنفس النقطة التي يشترون فيها.

وتشهد هذه الوسيلة تزايدا في الاستعمال في معظم عمليات البيع بالتجزئة بالرغم من حدوث بعض الاشكالات المتمثلة في مسؤولية ادارة هذه النقاط.

وبالرغم من الاتجاه نحو احلال هذه الوسيلة بدلا عن الصكوك فانه لا يتوقع ان يتم الاحلال بصورة كاملة (19).

ثالثاً:-الصيرفة الهاتفية Phone Banking :-

وهي إحدى القنوات التي تستخدمها المصارف لتقديم خدماتها إلى الزبائن ويتطلب ذلك وجود شبكة اتصالات هاتفية جيدة، حيث يمكن تقديم الخدمة للزبون لمنحه حق الاتصال الهاتفي بالمصرف برقم مخصص مرتبط بالحاسوب الرئيسي للمصرف وبعد ذلك يطلب من الزبون ان يدخل رقم حسابه ثم ينفذ العملية التي يحتاجها دون الحاجة للوصول إلى المصرف. (20) ، حيث ان الهاتف يربط الزبون بمركز الاتصال الموجود لدى المصرف، حيث يتواجد موظف مدرب في مجال خدمة طلبات الزبائن يرد على قائمة كبيرة من الطلبات ويوفر حلولاً لخدمة واسعة من المشكلات التي تواجه الزبائن، كما يعمل هذا الموظف كمندوب مبيعات يحرص على بيع الزبائن المتصلين الخدمات المتنوعة المتاحة لدى المصرف، وبذلك تتيح مراكز الاتصال للمصارف فرصة تلبية مختلف الاحتياجات والمتطلبات المصرفية والمالية لزيائنها على مدار الساعة وبفاعلية اكبر وتكاليف اقل بالمقارنة مع عملية تقديم الخدمات المصرفية بواسطة الفروع التقليدية (21) .

رابعاً:-المصرف المحمول Mobil Bank :-

ان التعامل مع المصرف التقليدي في العادة يهتم بمعرفة عنوان مقر هذا المصرف او مقر الفرع الذي يتعامل معه حتى يتمكن من الذهاب اليه ليحصل على خدمات هذا المصرف، لكن مع بدايات القرن الحادي والعشرين اصبح عنوان مقر المصرف غير مهم، بل ان عنوان المصرف قد لا يكون معروفاً، ذلك ان عنوان المصرف اصبح الان عبارة عن رقم مخزن في ذاكرة الهاتف المحمول للزبون يتصل به من خلال هذا الرقم، وقد ادى هذا النوع من المصارف الى تغيير المفهوم التقليدي للمصرف ، وكذلك غير نوعية الخدمات التقليدية التي تقدمها المصارف وطريقة تقديمها. (22)

خامساً:-الصيرفة المنزلية Home Banking :-

من بين الخدمات المصرفية غير التقليدية التي تقدمها المصارف هي قناة الصيرفة المنزلية حيث يقابل ادخال المحطات الذكية في العمليات المصرفية المقدمة للشركات ادخال العمليات المصرفية المنزلية، اذ انه بالاعتماد على الحاسوب الصغير "Micro computer" او أي نوع اخر من المحطات، ومن خلال الهاتف او بالبريد فانه صار بالامكان تقديم الخدمات المصرفية المنزلية في بلدان العالم المتقدمة اقتصادياً ومصرفياً.

وبالرغم من صغر حجم العمل في هذا النوع من الصيرفة في الوقت الراهن الا ان استخدام القواعد المنزلية للحواسيب الصغيرة يتوقع ان يؤدي الى تسريع استعمالها. (24)

ويمكن تقسيم الخدمات التي تقدم من خلال الصيرفة المنزلية الى نوعين: (25)

الاول:-خدمات لا تتضمن اجراء عمليات مالية وتشمل الاستعلام عن:-

-ارصدة بطاقات الائتمان.

-اخر كشف حساب.

-كشف الحساب بالفاكس عن أي شهر في السنة.

-الخدمات المصرفية المتميزة التي يقدمها المصرف.

-اسعار صرف العملات الاجنبية.

-اسعار الفوائد على الودائع.

الثاني:-خدمات تتضمن اجراء عمليات مالية:

وتشمل توفير بعض الخدمات المالية لجميع حاملي البطاقات (الائتمان، الخصم) كالتحويلات بين حسابات الزبون ودفع فواتير بعض الخدمات.

سادسا:-صيرفة الانترنت Internet Banking:-

يعد العمل المصرفي عبر الانترنت من احدث المواضيع المصرفية التي تنال اهتمام القطاع المصرفي على الصعيد المحلي والدولي، نظرا لما يتطلبه هذا العمل من نظم وتقنيات متطورة على مستوى عال التعقيد تتواءم والتطور في مجال التجارة الالكترونية (E.commerce) والتطور التكنولوجي في مجال نظم المعلومات وتطور تكنولوجيا الحاسوب ووسائل الاتصال عبر العالم، ويعرف العمل المصرفي عبر الانترنت بأنه العمل المصرفي الذي تكون فيه الانترنت وسيلة الاتصال بين المصرف والزبون وبمساعدة نظم اخرى يصبح زبون المصرف قادرا على الاستفادة من الخدمات والحصول على المنتجات المصرفية المختلفة التي يقدمها المصرف من خلال استخدام جهاز حاسوب شخصي موجود لديه يسمى بالمضيف (Host) او من خلال استخدام أي مضيف اخر، وكل ذلك عن بعد وبدون الحاجة للاتصال المباشر بكادر المصرف البشري. (26)

وتتضمن الخدمات التي يقدمها المصرف لزبائنه عبر الانترنت على كافة الخدمات المقدمة عبر الوسائل التقليدية، الا انه رغم كل المزايا التي تنجم بها قناة الصيرفة عبر الانترنت فان هناك بعض العقبات الاساسية التي تواجه تطبيق هذا النوع من الخدمات المصرفية والتي تتمثل في متطلبات الأمان لدى المؤسسات، ولدى الزبائن فضلا عن التشريعات والقوانين (27).

المبحث الثالث

مزايها ومخاطر الصيرفة الالكترونية

المطلب الاول: مزايها الصيرفة الالكترونية

من بين العوامل التي عززت التوجه نحو الصيرفة الالكترونية هي المزايا العديدة التي تتسم بها وتختلف فيها عن الصيرفة التقليدية، واهم هذه المزايا. (28)

1-انخفاض تكلفة العمليات المصرفية في المدى الطويل:

بما ان المصارف الالكترونية لا تحتاج الى فروع فعلية، وعدد الموظفين يكون اقل بكثير من المصارف التقليدية فإن تكلفة العمليات المصرفية تكون منخفضة كثيرا في المدى الطويل، حيث اظهرت الدراسات في عام 1999، بأن معدل تكلفة تقديم الخدمة المصرفية يبلغ حوالي دولارا امريكيًا وذلك اذا ما تم تقديمها من خلال فرع المصرف القائم، ويبلغ معدل كلفة تقديمها من خلال اجهزة الصراف الآلي والاجهزة الالكترونية المشابهة الاخرى حوالي (25) سنتا، بينما لا يتجاوز معدل كلفة تقديمها باستخدام الانترنت السنت الواحد.

2-تحقيق خدمات اسرع:

يحقق استخدام الصيرفة الالكترونية ميزة اخرى تتمثل بسرعة انجاز المعاملات والخدمات المصرفية المقدمة حيث لا تحتاج الا لوقت قصير جدا، في حين يتطلب انجاز المعاملة المصرفية عن طريق الصيرفة التقليدية الذهاب الى الفرع المصرفي والانتظار لحين انتهاء المعاملة.

3-سهولة المقارنة والتحليل:

ضمن الصيرفة الالكترونية فإن كل من المعلومات المصرفية والشخصية تكون محفوظة الكترونيا لذلك فان من السهولة اعداد جداول المقارنة والتحليل واستخراجها ليا وبسرعة، كذلك يمكن ارسال المعلومات المطلوبة من الجهات الرقابية والادارية الكترونيا في وقت قصير.

4-حواجز اقل لدخول الصناعة المصرفية:

نظرا لعدم الحاجة الى وجود فروع فعلية في ظل الصيرفة الالكترونية فان الصناعة المصرفية ستكون اقل حاجة للمصروفات الرسالية الكبيرة، وبالتالي يكون امر دخول الصناعة المصرفية اسهل مما كانت عليه في ظل المصارف التقليدية كذلك فان انخفاض عدد الموظفين يقلل من المصاريف التشغيلية مما يمهّد لاستغلال جزء من راس المال لاغراض الاقراض والتسليف.

5-سهولة إعادة هيكلة الأعمال المصرفية:-

نظرا لأن نشاط المصارف الالكترونية يتطلب عددا أقل من الأيدي العاملة أو الأفراد فأن إمكانية التغيير ستكون أسهل وأقل كلفة فيما يتعلق بهيكلة العمل المصرفي.

6-القدرة على تسويق المنتجات المصرفية خارج حدود الدولة الأم:

ان العمل المصرفي الالكتروني ينتشر في ظل سيادة التحرر الاقتصادي والمالي، حيث يمكن لخدمة الانترنت من التوسع في تسويق وتقديم الخدمات المصرفية لعدد أكبر من العملاء عن طريق الاستفادة من الانتشار الجغرافي الذي توفره، ذلك ان المصارف الالكترونية تتجاوز الحدود الجغرافية ويمكن تسويق المنتجات في أي دولة أخرى.

7-خيارات أكثر بالنسبة للزبائن:

في ظل نشاط الصيرفة الالكترونية، سيكون للزبائن خيارات أكثر وذلك لإمكانية الدخول في مواقع مصارف عديدة ومن ثم بإمكانهم الاختيار والمقارنة لأسعار الفائدة بصورة أسهل مقارنة مع المصارف التقليدية.

المطلب الثاني: مخاطر الصيرفة الالكترونية

بالرغم من الفوائد والمزايا التي تقدمها التطورات في مجال تكنولوجيا المعلومات إلا أنها في نفس الوقت تخلق تحديات ومخاطر كبيرة ومتنوعة للمصارف التي تستخدم القنوات الالكترونية في ممارسة العمل المصرفي ومن بين هذه المخاطر:

أولاً:-المخاطر على صعيد الاقتصاد الكلي:

من المخاطر التي تتولد عن النشاط المصرفي الالكتروني هي ما يواجهه صانعي السياسة الاقتصادية من تحديات تنجم بفعل الصيرفة الالكترونية، خاصة عندما يتم التحرك السريع لرؤوس الأموال في ظل العولمة المالية، حيث سيكون من الصعوبة التحكم في عرض النقد وتحديد اتجاهاته.

اذ ان السياسة النقدية ستواجه صعوبة في استخدام ادواتها خاصة عندما تتمكن المصارف من التهرب من التزامات الاحتياطيات التي تحددها السلطات النقدية وكذلك عدم السيطرة على التحويلات السريعة لرؤوس الأموال التي لا تتطلب أكثر من الضغط على مفتاح الحاسبة الالكترونية.

فضلا عن الآثار المالية التي يمكن ان تترتب على انخفاض الإيرادات الضريبية وتقلص الوعاء الضريبي كنتيجة لتهريب رؤوس الأموال التي يمكن ان تحدث من خلال النشاط المصرفي الالكتروني عندما لا تتمكن السلطات المالية والنقدية من ضبط ومراقبة التدفقات المالية.

ثانياً:- المخاطر الاستراتيجية ومخاطر الاعمال:

في ضوء الطلب المتنامي على الصيرفة الالكترونية من قبل الزبائن، فأن معظم المصارف بحاجة الى تطوير استراتيجيتها لاستخدام قنوات التوزيع عبر الانترنت من اجل توفير المعلومات وتنفيذ العمليات للزبائن، خاصة في ظل ازدياد حدة المنافسة فيما بين المصارف نفسها او مع المؤسسات غير المصرفية، وهو ما قد يساعد على تعرض المصارف الى مخاطر كبيرة في حالة عدم سلامة عمليات التخطيط والتنفيذ لاستراتيجية الصيرفة الالكترونية. (29)

وتحدث المخاطر الاستراتيجية للاعمال المصرفية الالكترونية عندما تقرر الادارة المصرفية استخدام تكنولوجيا جديدة على نشاطها بأنظمة تعد فائضة عن الحاجة وبالمثل يمكن لمؤسسة اخرى ان تبالغ في التردد والحذر في الحصول على التقنيات الحديثة الى ان تجد نفسها غير قادرة على ايجاد موقع لها في السوق المصرفية. (30)

ثالثاً:- المخاطر القانونية:-

تتطوي المعاملات الالكترونية المصرفية على درجة عالية من المخاطر القانونية، وذلك لان المصارف تستطيع ان توسع النطاق الجغرافي لخدماتها عن طريق المعاملات الالكترونية بدرجة اسرع مما هو عليه الحال في المصارف التقليدية، لذا فان وفي بعض الحالات قد لا تكون لدى المصرف المعرفة الكاملة بالقوانين واللوائح المطبقة في بلد ما قبل ان تبدأ بتقديم خدماتها فيه، فقد يتم انتهاك اللوائح والقوانين المتعلقة بحماية المستهلك او الترويج، وغيرها، مما قد يعرضها الى تكاليف وخسائر من خلال الدعاوى القانونية. (31)

وبالرغم من التباين وعدم الوضوح احياناً في القوانين والقواعد والتعليمات والمعايير التي تحكم العمل المصرفي الالكتروني في عدد من بلدان العالم، الا ان المؤسسات المالية والنقدية الدولية تسعى حالياً لمواجهة هذه العقبات القانونية، وتعمل على تطوير وتعديل وتوحيد التشريعات التي من شأنها ان تتناسب والتطور التكنولوجي الذي يشهده العالم، فضلاً عن توقيع الاتفاقيات الدولية لتسهيل النشاط المصرفي الالكتروني وبما يخدم اهداف العمل المصرفي في اطار الامان والسرية المصرفية. (32)

رابعاً:- المخاطر التشغيلية:

نظراً للاعتماد الكبير على التكنولوجيا في كافة اوجه العمليات المصرفية الالكترونية فأن المخاطر التشغيلية هي بالفعل واحدة من اهم انواع المخاطر، ومن اجل مواجهة هذا النوع من المخاطر فأن المصارف تهدف الى تحديد وتقييد المخاطر التشغيلية من خلال استحداث هيكليّة موحدة

على نطاق المؤسسة المصرفية، وتوفير بنية تحتية تكنولوجية بمقدورها ان تسهل امكانية الارتباط والعمل مع أنظمة أخرى، وتضمن امن وسلامة وتوفير البيانات والمعلومات، وتوفير المساندة المطلوبة لادارة العلاقات مع الأطراف الاخرى المجهزة للخدمات، وبما ان التكنولوجيا تحدث تغيرات في هياكل الاعمال وعمليات التشغيل فان على المصارف التحقق من اجراءاتها التي يجب ان تكون كافية للضبط والتحكم وتقليل المخاطر والتي تتمثل في (33).

1- البنية التحتية التكنولوجية:-

تشكل الأهمية النسبية للاستثمارات في البنى التحتية التكنولوجية أهمية كبيرة خاصة لدى المؤسسات المصرفية الكبيرة، بهدف خلق ضوابط داخلية والارتقاء بعمليات مراقبة ادارة المخاطر، كما ان المصارف تسعى الى تحسين مرونة انظمتها وعملياتها وقابليتها للتوسع وكذلك قابليتها للربط والعمل مع أنظمة أخرى سواء ضمن مؤسساتها او مع مؤسسات أخرى.

2- الامن:

من المشاكل الرئيسية التي تواجهها عمليات المصارف الالكترونية هي المخاطر الامنية، والمتمثلة في التهديدات الخارجية مثل اختراق الشبكات الالكترونية والتجسس ومنع الخدمة وانتهاك السرية المصرفية، والفايروسات.

3- سلامة البيانات:

تعتبر سلامة البيانات من المكونات الهامة التي يتوجب على ادارات المصارف ان تعمل على تحسين قابلية الانظمة للارتباط والعمل مع أنظمة أخرى داخل المؤسسة المصرفية نفسها او مع غيرها من المصارف من اجل ان تتمكن من ادارة العلاقات مع الزبائن ومع المصارف الاخرى.

4- الضبط والتدقيق الداخلي:

ان القدرة على اكتشاف وتصحيح الاخطاء هي احد عناصر الضبط الداخلي لاي عمليات مصرفية، كما ان على المصارف ان تضع ضوابط كافية لتقاضي العمليات غير القانونية سواء من المصادر الداخلية او الخارجية، وتأمين وحماية المعلومات واصول المصرف.

5- التعاقد مع أطراف خارجية لتوفير الخدمات:-

من اجل تقليل المخاطر وزيادة تركيز المصارف على انشطتها الرئيسية، تعمل المصارف على التعاقد مع جهات أخرى لتنفيذ بعض العمليات المصرفية.

خامساً:- مخاطر السمعة:

قد تتعرض سمعة المصرف الى مخاطر كبيرة في حالة عدم توفير الخدمات المصرفية عبر الانترنت وفق المعايير الاساسية للعمل المصرفي كالسرية والدقة والامان والتوقيت والاستمرارية والاستجابة الفورية لحاجات الزبائن. (34)

كما يمكن ان تنشأ مخاطر السمعة من خلال سوء استخدام الزبائن لاحتياطات الامان او عدم معرفة الحاجة الى تلك الاحتياطات، وقد تتوسع مخاطر الامان وتؤدي الى فقدان الثقة في قنوات تقديم الخدمات الالكترونية، وتكمن المعالجات في توعية الزبائن وهي عملية يمكن ان تساعد فيها جهات التنظيم والاشراف. (35)

سادساً:- المخاطر المصرفية التقليدية الاخرى.

من خلال قنوات الخدمات المصرفية الالكترونية يمكن ان تحدث تأثيرات وتبعات بالنسبة للصيرفة التقليدية مثل مخاطر الائتمان ومخاطر السيولة ومخاطر النقد الاجنبي ومخاطر السوق.

1- المخاطر الائتمانية: والتي تتمثل باحتمال تعرض المقرض للتخلف عن اداء التزام ما باعادة دفع دين او قرض للمصرف (36) ويمكن لهذه المخاطر ان تتأثر بالخدمات المصرفية الالكترونية من خلال طرق عديدة، اذ يمكن لاستخدام قناة الارتباط عبر الانترنت ان تتيح للمصارف ان تتوسع على نحو متسارع في انشطتها الامر الذي قد يؤدي الى زيادة في مخاطر نوعية الاصول والضوابط الداخلية فضلاً عن ان الانترنت يجعل التحقق من هوية الزبون واهليته الائتمانية اكثر صعوبة، وكلاهما عناصر جوهرية للقرارات الائتمانية السليمة. (37)

2- مخاطر السوق: ان الحجم الكبير للاوراق المالية المتداولة عبر الانترنت يمكن ان يؤدي من جانب الى زيادة درجة حركية السوق، ولكن من جانب اخر يمكن ان يؤدي ايضا الى سيولة متزايدة، ويمكن ان تتعرض المصارف لزيادة في مخاطرها السوقية عند القيام باعمال السمسرة في مجال الودائع او زيادة هذه الاعمال وكذلك الحال في مجال مبيعات القروض وعمليات التوريق (التسديد) (SECuritization)، أي تحويل الدين الى اوراق مالية، وكل ذلك بفعل انشطة الصيرفة عبر الانترنت لذلك يتوجب على الادارات المصرفية والسلطات الرقابية متابعة حركة السوق. (38)

3- مخاطر السيولة: من المعروف ان المصرف بحاجة الى السيولة الكافية لمواجهة عمليات السحب للودائع وكذلك لتسهيل عمليات الاقراض والزيادات التي قد تطرأ على القروض ازاء مصادر السيولة المحتملة من بيع موجودات معينة يمتلكها المصرف او اكتساب مطلوبات

اضافية. (39) وبالتالي تظهر مخاطر السيولة عندما لا يستطيع المصرف ان يدير التغيرات الطارئة في تركيبة مصادر الاموال، فضلا عن عدم المقدرة على التأقلم مع ظروف السوق وتغيراته المؤثرة على قدرته بتسييل بعض موجوداته بأقل خسارة ممكنة، وفي ظل العمل المصرفي الالكتروني يتطلب الامر من المصارف العاملة ضمن هذا النشاط ايجاد نظام ملائم لإدارة الموجودات والمطلوبات والرقابة على وضع السيولة لديه بشكل مستمر ودائم. (40)

4- مخاطر النقد الاجنبي: تحصل المصارف على الودائع بعملات محلية واخرى اجنبية والتي قد تكون للمواطنين المحليين بعملات اجنبية او للاجانب بعملات قابلة للتحويل، وبما ان شبكة الانترنت تتيح للمصرف امكانية توسيع النطاق الجغرافي لخدماتها حتى على المستوى الدولي فانه من الراجح ان بعض المصارف ستكون لديها من خلال انشطتها المصرفية الالكترونية مخاطر نقد اجنبي اكبر من مخاطر النقد الاجنبي التي يتعرض لها من القنوات التقليدية التي يستخدمها لتقديم خدماتها. (41)

مما تقدم يتضح ان لكل اكتشاف علمي جديد مزايا وعيوب، كما هو عليه الحال في الصيرفة الالكترونية، ومن ثم فان تبني خيار هذا النوع من الصيرفة لا تحدده الرغبة فقط، بل القدرة على تنفيذ هذا الخيار، ونعتقد انه كلما كانت البيئة الاقتصادية والتكنولوجية ملائمة فان هذا الأمر يجعل الصيرفة الالكترونية أكثر ميزة وأقل كلفة رغم وجود نوع من المخاطر.

المبحث الرابع

عوامل نجاح المصارف في ظل البيئة المصرفية الالكترونية

في ظل الاقتصاد الرقمي أو الاقتصاد الرقمي، كما يطلق عليه الاقتصادي الأمريكي "دراكر" Draker الذي يقوم على اقتصاد الخدمات المالية ويستند على هيكل التحرر المالي مستخدماً تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والثورة الرقمية وسائل وأدوات، في ظل هذه البيئة تزداد الضغوط على المؤسسات المصرفية والمالية من أجل مواكبة متطلبات العمل المصرفي الحديث حتى تستطيع النجاح في ظل ازدياد عوامل التغيير سواء على مستوى المصرف أو على مستوى الزبون، لذلك على المصارف أن تسلك الاتجاهات التي تزيد أو تعزز عوامل التطور والنجاح وتتمثل هذه الاتجاهات في:

أولاً:- إعادة تنظيم الفروع القائمة والوظائف الحالية:

وذلك من خلال جعل الفروع نوافذ للمصرف ككل وليست وحدات مستقلة عن بعضها تتعامل فيما بينها كمصارف مراسلة، ويدخل في هذا الإطار التحديد للوظائف والأعمال وخلق قاعدة للبيانات والمعلومات مبنية على أساس الربط الشبكي لجميع الفروع العاملة، وتأهيل الموظفين وتطوير استعدادهم لتأدية أعمالهم وتسويق الخدمات المصرفية بصورة تجعل الزبائن أكثر تعاملًا مع المصارف. (42)، في ظل ما تقدم فإن على المصارف أن تقوم بتطوير موظفيها وإدارة مواردها البشرية بشكل يتناسب مع طبيعة عملها وتحديث أهدافها، حيث أن تواجد العناصر الكفوءة يعد أمراً هاماً وحيوياً في تطوير المنتجات الجديدة وفي تكيف الأفكار الإبداعية السائدة في العمل المصرفي الدولي لكي تطبق وتنفذ في الأسواق المحلية. (43)

كذلك فإن توافر طاقة تشغيلية إلكترونية للمعلومات يجب أن يصاحبها تركيز المصرف على تطوير منافذ التوزيع التي تتيح للزبون الحصول على الخدمات المصرفية على مدار الساعة وعلى نطاق العالم سواء من منزله أو من مكتبه كما تخفض من كلفة تنفيذ عملياته وحتى تقلل الحاجة إلى بعض فروع المصرف بحيث تكون أقدر على خدمة العدد المتزايد للزبائن. (44)

ثانياً:- اختيار الملائم من الأنظمة الالكترونية.

ويتم ذلك من خلال تطوير الأنظمة الالكترونية الموجودة من خلال جهود الفنيين والمصرفيين من داخل المصرف، أو بشرائها من المنتجين لها كسلعة جاهزة ولابد من الإشارة إلى أن مسؤولية اختيار النظام وكفاعة عامة تقع على المصرف وليس على الموظف الفني وذلك لأهمية وخطورة مثل هذا القرار. (45)

وهناك من يرى بضرورة امتلاك المصرف لبرامج جاهزة بدلا من تطويرها داخل المصرف، حيث لا يتطلب العمل المصرفي الحديث بالضرورة سعي المصارف الى تطوير برامج حاسوب داخلية، بل يمكنه الاعتماد على بيوت وشركات متخصصة في هذا المجال لتأمين احتياجاتها من تطبيقات البرامج لأغراض الاعمال الداخلية او لأغراض توزيع الخدمات المصرفية. (46)

ثالثا:- اختيار الآلات التي يتم بواسطتها تنفيذ النظام.

فضلا عن اختيار التطبيقات الملائمة للبرامج فإن على المصرف اختيار الاجهزة والآلات المناسبة التي تتيح الفرصة للاختيار بين الشركات المجهزة لهذه الآلات بحيث لا يتم اخضاع عملية التجهيز الى احتكار جهاز واحد ولمدة غير قصيرة، بل يجب خضوع عملية الاختيار للجهاز من خلال المنافسة بين اكبر عدد من المجهزين لما فيه مصلحة المصرف على مستوى السعر ونوعية الخدمة وحدثة التكنولوجيا المستخدمة كذلك فان امكانية توسيع الانظمة وتطويرها يجب ان يكون على اساس دوري من اجل ان تواكب متطلبات العمل المتزايد بدون الحاجة الى الانخراط في مهمة اعادة كتابة البرامج القائمة المستهلكة للوقت والجهد سواء من الداخل او من قبل مزودي البرامج الخارجيين، هذه الاهداف يمكن تحقيقها من خلال تبني معايير الربط بين الانظمة المفتوحة وليس من خلال البديل الاخر المكلف. (47)

رابعا:- ايجاد الاطر التنظيمية والقانونية للصيرفة الالكترونية.

في ظل التراكم المعرفي الالكتروني الذي استفادت منه المصارف في تقديم الخدمات المصرفية وادارة العمل المصرفي والتي تمثلت في جزءا مهما من انظمة الدفع الالكتروني وادارة الحسابات عن بعد وظهور فكرة التعاقد الالكتروني والتبادل الالكتروني للاوراق المالية. (48) ، ولكل ما تقدم يتطلب استحداث التشريعات القانونية التي تساهم بحفظ الحقوق للمساهمين او للزبائن وتقليل او منع حدوث الازمات.

حيث يلاحظ ان التشريعات القائمة حاليا لم تعد تواكب التطورات السريعة للعمليات المصرفية الالكترونية والتي تتطلب التحديث التشريعي والقانوني الذي يقلل من القيود الادارية ويسهل من عمليات المراقبة والضبط. (49)

وبالتالي فان الامر يتطلب وجود ادارة حكومية قادرة على اشاعة الشعور بالاطمئنان لدى المستثمرين المحليين والاجانب وكذلك وجود الاستقرار الاقتصادي والسياسي الذي يوفر مناخ استثماري وضرائبي مناسب، وتبني نظام قضائي ذي اجهزة متخصصة اقتصاديا وماليا ومصرفيا وقادرة على تطبيق القانون والمحافظة على الحقوق وتشجيع الافراد والشركات على استخدام القنوات الالكترونية في العمليات المصرفية من اجل تخفيض التكاليف وتقديم خدمات افضل واسرع للزبائن.

الخلاصة:-

ان المقصود بالمصرف الالكتروني هو النظام الذي يمكن للزبون من خلاله الوصول الى حساباته المصرفية او اية معلومات يرغب الحصول عليها وكذلك الحصول على الخدمات والمنتجات المصرفية المختلفة، وذلك من خلال شبكة معلومات يرتبط بها جهاز الحاسوب الخاص بالزبون او بآية وسيلة اخرى.

وقد فرضت البيئة الاقتصادية القائمة على اقتصاد الخدمات المالية والتحرر المالي المستند على الثورة التكنولوجية في المعلومات والاتصالات فضلا عن فقدان المصارف بصورتها التقليدية العديد من المقومات الاساسية في النشاط الاقراضي والايداعي وظهور المنافسة من المؤسسات المالية غير المصرفية كل ذلك كان مبررا لان تتجه المصارف نحو نمط جديد من العمل المصرفي الا وهو النشاط المصرفي الالكتروني الذي اتخذ اشكالا مختلفة تمثلت في اجهزة الصراف الآلي ونقاط البيع الالكترونية والصيرفة الهاتفية والبنك المحمول والصيرفة المنزلية وصيرفة الانترنت..

ولكن مع ما تحققه الصيرفة الالكترونية من مزايا على صعيد تذنية التكاليف وتقديم افضل واسرع الخدمات المصرفية للزبائن فإن لها من المخاطر التي تفرض على المصارف تحديثات يتطلب مواجهتها باجراءات قانونية وتنظيمية تعزز الدور الايجابي للخدمات والمنتجات التي تقدمها المصارف الالكترونية، خاصة اذا علمنا ان كلفة الخدمة المصرفية في ظل الصيرفة الالكترونية هي 15% وان ايراداتها هي 85% مقارنة مع الصيرفة التقليدية التي تبلغ نسبة تكاليف الخدمة المصرفية فيها 50% والايادات 50%.

ملحق (1)
النشاط الإلكتروني بالأرقام

الرقم	النشاط
50%	تكاليف الخدمة المصرفية في ظل العمل المصرفي التقليدي.
50%	إيرادات الخدمة المصرفية في ظل العمل المصرفي التقليدي
15%	تكاليف الخدمة المصرفية في ظل العمل المصرفي من خلال الانترنت.
85%	إيرادات الخدمة المصرفية في ظل العمل المصرفي من خلال الانترنت
1.08 دولار	كلفة المعاملة المصرفية الواحدة في حال تقديمها من خلال الفرع المصرفي
0.54 دولار	كلفة المعاملة المصرفية الواحدة في حال تقديمها من خلال الهاتف
0.28 دولار	كلفة المعاملة المصرفية الواحدة في حال تقديمها من خلال الحاسب الآلي
0.13 دولار	كلفة المعاملة المصرفية الواحدة في حال تقديمها من خلال الانترنت
أكثر من 3 مليار	عدد المعاملات التجارية من خلال الانترنت تمت عام 2002
1.700 مليار دولار	حجم الاستثمار في سوق المعلوماتية العالمي
1000 مليون	عدد مستخدمي الانترنت في العالم في نهاية عام 2004
9.57%	نسبة مستخدمي الانترنت الى عدد سكان العالم في عام 2002.
23.09%	نسبة مستخدمي الانترنت في دولة الامارات العربية الى اجمالي المستخدمين في الوطن العربي
15.39%	نسبة مستخدمي الانترنت في مصر الى اجمالي المستخدمين في الوطن العربي
10.26%	نسبة مستخدمي الانترنت في تونس والمغرب الى اجمالي المستخدمين في الوطن العربي
7.7%	نسبة مستخدمي الانترنت في السعودية ولبنان الى اجمالي المستخدمين في الوطن العربي
5.44% و 15.13%	نسبة مستخدمي الانترنت في الاردن والكويت على التوالي الى اجمالي المستخدمين في الوطن العربي
3.60% و 3.03%	نسبة مستخدمي الانترنت في البحرين وعمان على التوالي الى اجمالي المستخدمين في الوطن العربي
من 1.03% الى 1.54%	نسبة مستخدمي الانترنت في كل من الجزائر-فلسطين-سوريا-السودان-قطر الى اجمالي المستخدمين في الوطن العربي.
من 0.44% الى 0.51%	نسبة مستخدمي الانترنت في اليمن-العراق-ليبيا
15.3 مليار دولار	اتفاق المصارف على التكنولوجيا في اميركا عام 1993
3.1 مليون	عدد الزبائن الذين يستخدمون نظام البنك المحمول عبر الانترنت في التعامل مع بنك (باركليز) في بريطانيا عام 2000.

من المصارف في النمسا وكوريا والبلدان الاسكندنافية وسنغافورة واسبانيا وسويسرا تقدم المعاملات المصرفية الالكترونية	اكثر من 75%
عدد المصارف الافتراضية (مصارف الانترنت فقط) الموجودة في الولايات المتحدة الامريكية قبل عام 2000	30 مصرف
مقدار الارباح التي يحققها المصرف المحمول مقارنة مع المصرف التقليدي	6 اضعاف
مقدار تجارة الانترنت في الولايات المتحدة عام 2004	3189 مليار دولار
مقدار تجارة الانترنت في اليابان عام 2004	880.3 مليار دولار
مقدار تجارة الانترنت في ألمانيا عام 2004	386.5 مليار دولار
مصرفيا تم اغلاقها في بريطانيا عام 2000 بسبب زيادة استخدام الزبائن لنظام المصرف المحمول.	171 فرعا

المصادر:-

- 1- اتحاد المصارف العربية، العدد 281، نيسان. 2004. ص77.
- 2- المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، العدد، 3، 2003، ص108.
- 3- التمويل والتنمية، IMF، نيسان، 2002، ص49.

المصادر والهوامش :

- 1- البنك الأهلي المصري، النشرة الاقتصادية، العدد 3، القاهرة، 2002، ص 11.
- 2-H.H.Binhammer and peter. S.S., money-Banking and the canadian financial system, ITP, London, 1998, P. 240.
- 3-د. غالب عوض الرفاعي، د. سعد غالب ياسين، الأعمال الالكترونية في المصارف (حالة الاردن)، مجلة الزيتونة للدراسات والبحوث العلمية، جامعة الزيتونة الاردن، العدد 2، 2002، ص 78-79.
- 4-سيف الدين السمانى، العمليات المصرفية الالكترونية والاطار الاشرافي، مجلة اتحاد المصارف العربية، العدد 278، 2004، ص 67.
- 5-د. غالب عوض الرفاعي، مصدر سابق، ص 79.
- 6-د. جوزيف طربية، الصيرفة الالكترونية-تطبيق التكنولوجيا للصمود، والنجاح في الاقتصاد، مجلة اتحاد المصارف العربية، العدد 244، 2001، ص 128.
- 7-مجلة الدراسات المالية والمصرفية، التسويق المصرفي - توافق الاتجاهات يشير بتغيرات حيوية في الافق المصرفي، العدد 3، 1996، ص 61.
- 8-جوزيف طربية، مصدر سابق، ص 128.
- 9-مجلة الدراسات المالية والمصرفية، من الذي سيحرس بوابات صناعة الخدمات المالية؟ العدد 2، 1995، ص 31.
- 10-د. جوزيف طربية، مصدر سابق، ص 129.
- 11-د. احمد سفر، التطبيقات العملية للعمل المصرفي الالكتروني، مجلة اتحاد المصارف العربية، العدد 265، 2002، ص 44.
- 12-كاظم محمد، تكنولوجيا المصارف، مجلة الرشيد المصرفي، العدد الاول، 2000، ص 36.
- 13-عدنان الهندي، الاستثمار في التكنولوجيا خيار استراتيجي امام المصارف، مجلة اتحاد المصارف العربية، العدد 198، 1997، ص 5.
- 14-مجلة الدراسات المالية والمصرفية، النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية العدد 2، 1993، ص 26.
- 15-د. جوزيف طربية، مصدر سابق، ص 127.
- 16-البنك الأهلي المصري، مصدر سابق، ص 13.

- 17- محمد عبد الوهاب، تطور الخدمة المصرفية وقدرتها على مواجهة نقود القرن 21، مجلة الرشيد المصرفي، مصرف الرشيد، العدد 3، 2001، بغداد، ص 10.
- 18- بنك الاسكان للتجارة والتمويل، ريادة فسي السوق المصرفية الالكترونية. WWW.e-nbtfc.com/arbic/services
- 19- انظر في ذلك:
- مجلة الدراسات المالية والمصرفية، مصدر سابق، العدد 2، ص 25.
- Free consumer Information, Electronic banking Bassies, WWW. Ifg-inc.com/ cows-Reports-Ele . shtm l. P1.
- 20- محمد عبد الوهاب، مصدر سابق، ص 15.
- 21- جوزيف طرية، مصدر سابق، ص 130.
- 22- المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، كلية الادارة والاقتصاد الجامعة المستنصرية، العدد 3، 2003، ص 107.
- 23- بنك الاسكان للتجارة والتمويل، مصدر سابق، ص 4.
- 24- مجلة الدراسات المالية والمصرفية، مصدر سابق العدد 2، ص 25.
- 25- البنك الاهلي المصري، مصدر سابق، ص 23.
- 26- انظر في ذلك:
- نادر الفرد قاحوش، العمل المصرفي عبر الانترنت، الدار العربية للعلوم، عمان، 2000، ص 32.
- Robert J. Blair, Electronic Banking systems and the Internet, WWW, ts: Jpmorgan. Com/cm/cs.ps.
- 27- اتحاد المصارف العربية، مصارف الغد، 2001 عمان، ص 346.
- 28- انظر في ذلك:
- سيف الدين السمائي، مصدر سابق، ص 67.
- نادر الفرد قاحوش، مصدر سابق، ص 34-35.
- 29- مجلة الرشيد المصرفي، الصيرفة الالكترونية، العدد 5، 2002، ص 29.
- 30- سيف الدين السمائي، مصدر سابق، ص 70.
- 31- صالح نصولي، ازرياشا بختر، تحديات المعاملات المصرفية الالكترونية، مجلة التمويل والتنمية IMF ، ايلول، 2002، ص 50.

- 32- نادر الفرد قاحوش، مصدر سابق، ص 118.
- 33- سيف الدين السماني، مصدر سابق، ص 71.
- 34- مجلة الرشيد المصرفي، مصدر سابق، العدد 5، ص 31.
- 35- صالح نصولي واندياشا بختر، مصدر سابق، ص 50.
- 36-Credit Derivatives: New financial Instruments for controlling credit Risk.
- مجلة اتحاد المصارف العربية، العدد 242، 2001، ص 82.
- 37- سيف الدين السماني، مصدر سابق، ص 73.
- 38- مجلة الرشيد المصرفي، مصدر سابق، العدد 5، ص 31.
- 39-George H.Hemple & Donald G. simonson, Bank management text and Gases, John wley, Inc. new york-1999. P66.
- 40- نادر الفرد قاحوش، مصدر سابق، ص 116.
- 41- سيف الدين السماني، مصدر سابق، ص 73.
- 42- كاظم محمد، مصدر سابق، ص 37.
- 43- مجلة اتحاد المصارف العربية، العدد 211، 1998، ص 27.
- 44- جوزيف طربية، مصدر سابق، ص 130.
- 45- كاظم محمد، مصدر سابق، ص 37.
- 46- د. فؤاد شاكر، الصمود في العصر الإلكتروني، مجلة المصارف العربية، العدد 244، 2001، ص 5.
- 47- د. جوزيف طربية، مصدر سابق، ص 131.
- 48- يونس عريس، التشريعات والقوانين المتعلقة بالانترنت في الدول العربية، مجلة المصارف العربية، العدد 265، 2002، ص 48.
- 49- سليمان محمد الهبوب، تحديث القطاع المصرفي وتحديات القرن الحادي والعشرين. WWW. 2 t. sptember.com /page p. asp.