

1- مفهوم الصيرفة الإلكترونية

تشهد دول العالم المتقدم ثورة متتابعة في العمل المصرفي، إذ تم الانتقال من المصارف التقليدية التي لها وجود مادي في شكل فروع ومعاملات تتبادل فيها المستندات والنقود المعدنية والورقية، إلى المصارف الافتراضية التي تعتمد على الركائز أو الوسائط الإلكترونية.

وفي هذا الإطار، يمكن تعريف المصارف الإلكترونية (بنوك الإنترنت)، بأنها: "ليست مجرد فرع لبنك قائم يقدم خدمات مالية، بل هي عبارة عن مواقع إلكترونية تقدم خدمات مصرفية ومالية وتجارية وإدارية شاملة، لها وجود مستقل على الشبكة الإلكترونية، قادرة على التعاقد وتقديم الخدمات المصرفية".

ويعرف جوسروغ الصيرفة الإلكترونية بأنها: "ذلك العمل الذي يضم كل العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الوسائل الإلكترونية (مثل الهاتف والحاسب والصراف الآلي والإنترنت...)".

وتستخدم عبارة المصارف الإلكترونية تعبيراً متطوراً وشاملاً للمفاهيم التي ظهرت في مطلع التسعينيات للخدمات المالية عن بعد، أو المصرف المنزلي أو المصرف على الخط. وجميعها تعبيرات تتصل بقيام العملاء بإدارة حساباتهم، وإنجاز أعمالهم المتصلة بالمصرف من المنزل، أو المكتب، أو أي مكان آخر، وفي أي وقت يريدون.

وبناء على ما ورد في التعريفات السابقة يمكن التوصل إلى تعريف لهذه المصارف: بأنها النظام الذي يتيح للعميل الوصول إلى حساباته أو أية معلومات يريدها، وكذلك الحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية عبر شبكة معلومات يرتبط بها جهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل أو أي وسيلة أخرى.

أنواعها

ليس كل موقع لمصرف على شبكة الإنترنت يعني مصرفاً إلكترونياً، ووفقاً للدراسات العالمية وتحديدًا جهات الإشراف والرقابة الأمريكية والأوروبية، فإن هناك ثلاث صور أساسية للمصارف الإلكترونية على الإنترنت:

- الموقع المعلوماتي:

الذي يقدم معلومات تفصيلية حول عروضه وبرامجه وخدماته ومنتجاته المصرفية. وقد أنشأت أغلبية المصارف هذا النوع من المواقع بهدف التعريف والدعاية والتسويق.

- الموقع التفاعلي:

الذي يسمح للعميل بالتفاعل والتواصل مع مصرفه، كإرسال بريد إلكتروني للحصول على بعض المعلومات المصرفية، والإطلاع على حسابه المصرفي، وتعبئة طلبات بعض المعاملات: كطلب دفتر شيكات أو طلب تبادل بطاقة مصرفية أو غيرها.

- الموقع التبادلي:

الذي يسمح للمصرف والعميل بممارسة أغلبية العمليات والنشاطات المصرفية بصورة إلكترونية: كالسماح للعميل بالإطلاع على حسابه وإدارته وإجراء تحويلات مصرفية ودفع الفواتير والحصول على القروض وغيرها.

2- أهداف ودوافع تبني الصيرفة الإلكترونية

سنتطرق في هذه النقطة إلى أهداف الصيرفة الإلكترونية ودوافعها.

أهداف الصيرفة الإلكترونية

تهدف هذه الصيرفة الإلكترونية إلى تقديم العديد من الخدمات المصرفية للعملاء، عنوانها الخدمة الشاملة والأسرع والأقل كلفة، وتعدّ هذه الصيرفة فرصة في تحقيق معدلات أفضل للمنافسة والاستمرار في السوق.

ولعل من أهم أهداف هذه الصيرفة التحول إلى موقع إلكتروني لتقديم معلومات صحيحة، وتقديم الاستشارات المتخصصة في النشاطات المصرفية والمالية والتجارية، وفتح آفاق العمل والاستثمارات وإدارتها، وتقديم الخدمة السريعة بأقل كلفة وبكفاءة عالية.

واللجوء إلى الصيرفة الإلكترونية، لجوء لإحدى وسائل المنافسة ودرء مخاطر المنافسة المضادة، وهو أيضا تقديم خدمات شاملة بوقت قصير من عدد محدود من الموظفين ولقاء كلف أقل.

دوافع تبني الصيرفة الإلكترونية

يوجد مجموعة من الأسباب التي تدفع المصارف إلى إعادة تقييم ما لديها من تكنولوجيا ووضع سياسات جديدة من أجل تطوير العمل المصرفي عبر الإنترنت.

- **المنافسة:** أظهرت الدراسات بأن عامل المنافسة من أقوى العوامل التي أدت إلى تطوير الإنترنت واستخدام وسيلة اتصال بين العميل والمصرف.

- **تقليل التكاليف:** أوضحت إحدى الدراسات بأن استخدام الإنترنت يعمل على تقليل تكلفة تقديم الخدمات المصرفية.

- **التوسع الجغرافي:** حيث يمكن لبنك الإنترنت التوسع في تسويق خدماته المصرفية لعدد أكبر من العملاء عن طريق الاستفادة من الانتشار الجغرافي الذي توفره.

- **مشاكل النقل والازدحام داخل المدن الكبرى:** حيث إن هذه المشاكل من الصعب حلها على المدى القريب، لهذا يفضل كثير من الناس القيام بعملياتهم المصرفية من منازلهم أو حتى مقرات عملهم.

- **تقلص الربحية المصرفية:** تقلصت في السنوات الأخيرة ربحية المصرف، بسبب انكماش الفارق بين سعر الفائدة المدونة والدائنة نتيجة التنافس الشديد وازدياد التكاليف والنفقات العامة نظر الثقل كاهل المصارف من العمالة التي تفوق حاجاتها. وهذا سوف يعمل على التوجه نحو استعمال الإنترنت في المصارف، من أجل تقليل تكاليف العمليات والنفقات العامة.