



المصارف والبطاقات الالكترونية: الفرص والتحديات دراسة حالة المصارف الفلسطينية

د. شريف مصباح أبو كرش*

* عميد كلية العلوم الادارية والمالية، الجامعة العربية الامريكية - جنين.

الخلاصة:

ومن أهم أشكالها المصارف الافتراضية، التي تولدت لها مواقع الكترونية على الشبكة من أجل تقديم خدمات نفس خدمات المصرف لكي يقوم بالعمليات المصرفية العادية مثل السحب والدفع والتحويل دون انتقال الزبون إليها.

2. التطور التاريخي: تعود نشأة المصارف الإلكترونية إلى بداية الثمانينات مع ظهور النقد الإلكتروني، أما استخدام البطاقات الالكترونية كان مع بداية القرن الماضي في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي، وبطاقات معدنية تستعمل على مستوى البريد في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي عام 1958 أصدرت American Express أول بطاقة بلاستيكية لتنتشر على نطاق واسع، ثم قامت بعدها ثمانية مصارف بإصدار بطاقة "Bank Ameracard" عام 1968 لتنتقل إلى شبكة Visa العالمية، كما تم إصدار في نفس العام البطاقة الزرقاء "Carte Bleue" من طرف ستة مصارف فرنسية، وفي عام 1986 قامت اتصالات فرنسا "France Telecom" بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئة للبطاقات الذاكرة (Cartes à mémoire) لتصبح عام 1992 كل البطاقات المصرفية بطاقات برغوثة (Cartes à puce) تحمل بيانات شخصية لحاملها (2). خلال منتصف التسعينات ظهر أول مصرف إلكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية يميز بين نوعين من المصارف كلاهما يستخدم تقنية الصيرفة الإلكترونية:

المصارف الأرضية	المصارف الافتراضية (مصارف الإنترنت)
ويقصد بها المصارف التي تقدم خدمات تقليدية وخدمات الصيرفة الإلكترونية.	تحقق أرباحاً تصل إلى ستة أضعاف المصرف العادي.

ويعود سبب انتشار المصارف الالكترونية إلى عنصرين أساسيين(2):
 0 أهمية ودور الوساطة بفعل تزايد حركية التدفقات النقدية والمالية في مجال التجارة.
 0 تطور المنظمة الإعلامية للاتصال التكنولوجي.

ثانياً: أصناف المصارف الإلكترونية

أشارت عدة دراسات أن هناك ثلاثة أصناف أساسية للمصارف على الشبكة العنكبوتية تتمثل في:

1. الموقع المعلوماتي: يمثل المستوى الأساسي والحد الأدنى للنشاط الإلكتروني المصرفي، ويسمح هذا الموقع للمصرف بتقديم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.

يعتبر التقدم التكنولوجي من العوامل المساعدة في تطوير تقنيات المعلومات والاتصالات بما يكفل انسياب الخدمات المصرفية بكفاءة عالية، والعمل على تحسين استغلال التقنية الإلكترونية هي من عوامل عصر المنظومة المصرفية الحديث لمواجهة تحديات العصر، ومواجهة ضغط منافسة المصارف الأجنبية الموجهة أساساً لجذب الزبائن. فالعمل المصرفي الإلكتروني يتجاوز الوظائف التقليدية ويهدف إلى تطوير وسائل تقديم الخدمات المصرفية، ورفع كفاءة أدائها بما يتماشى والتكنولوجيات الحديثة وعلى هذا الأساس سعت الدول المتقدمة إلى تخفيض تكاليف العمليات المصرفية التي تتم عبر القنوات الالكترونية لتدعيم العلاقات وزيادة ارتباط الزبائن بهذا المصرف وهو ما يعزز من المكانة التنافسية له في سياق الأعمال التجارية الالكترونية. وحتى تؤدي المصارف الالكترونية دورها بفعالية فإنه يجب العمل على التحكم في تقنيات الاتصال، وحماية شبكة الانترنت من الاحتيال، وضمان سرية جميع العمليات المصرفية، وتأمين أكثر حماية بخلق إطار فني مهني متخصص، وإطار تنظيمي محكم ذو شفافية في العمل المصرفي وإقامة رقابة صارمة ضابطة لهذه التعاملات وإلا فإن مساق الرهان يتحول من الرغبة في تعظيم المكاسب إلى وجوب تقليل الخسائر.

مقدمة

شهد العالم ثورة مصرفية حقيقية تمثلت في التوسع الهائل في ميدان التكنولوجيا المصرفية، نتج عن التوسع مظاهر انتشار المصارف الالكترونية التي تعتبر حديثة مقارنة بالمصارف التقليدية لما تحققة من مزايا عديدة.

أولاً: المصارف الالكترونية

1. مفهوم المصارف الالكترونية: تختلف التسميات حول مفهوم المصارف الالكترونية ولكنها تصب في مفهوم واحد هو المصارف التي تعمل عن طريق الشبكة العنكبوتية (الانترنت)، ويطلق عليها عدة مسميات مثل المصارف الالكترونية، مصارف الانترنت، المصارف الالكترونية عن بعد، المصرف المنزلي، مصارف الخدمة الذاتية أو مصارف الويب، وعلى اختلاف المسميات فجميعها تشير إلى قيام العميل بإدارة حساباته أو انجاز أعماله المتصلة بالمصرف عبر شبكة الانترنت سواء كان في المنزل أو المكتب وفي أي مكان وفي أي وقت يرغبه ويعبر عنها "بالخدمة المالية عن بعد". وبالتالي يمكن للزبون أن يتصل بالمصرف مباشرة بالاشتراك العام، عبر الشبكة العنكبوتية وإجرائه لمختلف المعاملات على أساس أن يزود المصرف جهاز الحاسوب الشخصي للزبون بحزمة البرمجيات الشخصية(1). إذا عمليات المصارف الالكترونية هي إجراءات الكترونية تتم عبر شبكة العنكبوتية

4. الهاتف المنزلي: أنشأت هذه الخدمة مع تطور الخدمات المصرفية في العالم وخدمة الهاتف المصرفي يؤدي إلى تفادي طوابير الزبائن في الاستفسار عن بعض الخدمات المصرفية وتستمر هذه الخدمة 24 ساعة يوميا. وهناك أشكال لخدمة الهاتف المصرفي ظهرت في بعض الدول:

الولايات المتحدة الأمريكية	المملكة المتحدة
بدأت هذه الخدمة مع ميدلاند المصرف الذي يقوم بتوفير الخدمة تحت اسم الحساب الأول المباشر، يتم الاتصال بالمصرف عن طريق رقم سري خاص يمكن الزبون من تحويل الأموال أو الأمر بالدفع لصالح دائنيه.	دخلت هذه الخدمة عام 1985 وكانت تعمل بواسطة شاشة متوفرة لدى العميل في المنزل يتصل مباشرة مع المصرف، تمكنه من معرفة كل المعلومات التي هو في حاجة إليها. وفي عام 1987 تمت إضافة خدمة الصوت أي محادثة بين الزبون والمصرف مباشرة من خلال الحاسب الآلي الخاص بالزبون (6).

ويلاحظ أن تكلفة العمل المصرفي على الانترنت منخفضة بنسبة كبيرة مقارنة بال قنوات التقليدية الحديثة، ويوضح الجدول التالي أهمية التكنولوجيا والصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمات المصرفية.

جدول رقم (1):

تقدير تكلفة الخدمات عبر قنوات مختلفة

تقدير التكلفة	قناة تقديم الخدمة
295 + وحدة	خدمة عبر فرع المصرف
56 + وحدة	خدمة من خلال مراكز الاتصال الهاتفي
4 + وحدة	خدمة من خلال الانترنت
1 + وحدة	خدمة من خلال الصرافات الآلية

المصدر: عز الدين كامل أمين مصطفى، "الصيرفة الإلكترونية"، مقال منشور على الإنترنت على الموقع: www.bank.org/arabic/period

وعموما تتيح المصارف الالكترونية مجال أوسع للمتعاملين في اختيار الخدمة المصرفية الالكترونية، مقارنة بالمصارف التقليدية ومن ثم فإن تقليل التكلفة وتحسين جودتها هي عوامل جذب الزبون، وأشارت دراسة أن تكلفة الخدمة المقدمة عبر قنوات مختلفة تبين أن تكلفة تقديم هذه الخدمة عبر فرع المصرف تصل إلى 295 وحدة في حين تقل عنها إذا قدمت خلال الشبكة العنكبوتية بأربعة وحدات.

5. المقاصة الالكترونية: تأسست خدمات المقاصة الالكترونية عام 1960 "Banker Automated Clearing Services" ويتم من خلالها تحويل النقود من حسابات الزبائن إلى حسابات أشخاص أو هيئات أخرى في أي فرع ولأي مصرف في دولة أخرى كدفع المرتبات الشهرية من حساب صاحب العمل إلى حساب الموظفين، أو دفع المعاشات الشهرية من حساب هيئات القاعد والمعاشات إلى المستفيدين، أو دفع التزامات دورية من حساب الزبون إلى لصالح شركات الكهرباء، (8) كما يتم تسوية المدفوعات المصرفية عن طريق نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي (RTGS) Real Time Settlement System ضمن خدمات المقاصة الالكترونية ويتيح هذا النظام بطريقة الكترونية آمنة نقل وتحويل مبالغ مالية من حساب بنكي إلى آخر بسهولة حيث تتم المدفوعات في نفس اليوم وبنفس قيمة اليوم دون إلغاء أو تأخير.

خامسا: فوائد المصارف الالكترونية

إن قيام المصارف بتسوية أنشطتها وخدماتها المالية عبر الشبكة العنكبوتية يحقق فوائد كثيرة من منها : (7)

2. الموقع الاتصالي: يتيح هذا الموقع عملية التبادل الاتصالي بين المصرف والزبائن مثل البريد الإلكتروني، تعبئة الطلبات أو النماذج على الخط، وتعديل معلومات القيود والحسابات، الاستفسارات.

3. الموقع التبادلي: ويمكن من خلاله أن يمارس المصرف نشاطاته في بيئة إلكترونية، كما يمكن للزبون القيام بمعاملاته إلكترونيا من سداد قيمة الفواتير، وإدارة التدفقات النقدية، وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية سواء داخل المصرف أو خارجه.

ثالثاً: فوائد المصارف الإلكترونية

تتميز المصارف الالكترونية عن المصارف التقليدية في تقديم خدمات للزبون لتلبية احتياجاته ويكمن هذا التميز في (3):

1. إمكانية استقطاب شريحة أوسع من الزبائن: تنفرد المصارف الالكترونية بقدرتها على الوصول إلى شريحة أوسع من الزبائن دون التقيد بمكان أو زمان معين، كما تتيح لهم إمكانية طلب الخدمة في أي وقت وعلى طول أيام الأسبوع وهو ما يوفر الراحة للزبون، إضافة إلى أن سرية المعاملات التي تميز هذه المصارف من ثقة العملاء فيها.

2. تقديم خدمات مصرفية جديدة: تعمل المصارف الالكترونية على تقديم جميع الخدمات المصرفية التقليدية، مع تقديم خدمات جديدة عن طريق الشبكة العنكبوتية (الانترنت) مثل (4):

إرسال نشرات إعلانية عن الخدمات المصرفية.	معرفة كيفية إدارة المحفظة الاستثمارية.
تبلغ الزبائن بأرصدهم.	معرفة تحويل الأموال بين الحسابات المختلفة.
كيفية التعامل مع الكمبيالات الالكترونية.	

رابعا: مهام المصارف الالكترونية

1. التحويل الإلكتروني للأموال: تعمل المصارف الالكترونية داخل الشبكة العنكبوتية عن طريق المشاركة في شبكة حواسيب تتولى التداول الإلكتروني لمجموعة من القيود المحاسبية التي تتم بين الدائن والمدين في مختلف المصارف ويهدف نظام التحويل الإلكتروني للأموال من أجل تسهيل وتعجيل المدفوعات وتسويتها بين المصارف وهذا ما ينتج عنه تقديم خدمات أفضل للزبائن، من خلال هذه العملية المصرفية تتميز المصارف بميزة تنافسية في الأسواق العالمية من خلال العمل الإلكتروني يتيح للمصارف إمكانية التسوية الفورية للأموال عبر حساباتها الجارية في المصارف المركزية... الخ.

2. خدمة البطاقات: تقدم المصارف الالكترونية خدمات متميزة للزبائن ذوي المستوى المرموق مثل الخدمات الماسية والذهبية المقدمة لفئة محددة من الزبائن على شكل بطاقات ائتمانية وبخصم خاص، ومن هذه البطاقات بطاقة سوني التي تمكن العميل من استخدامها في أكثر من 20 مليون من أكبر الأماكن، وتشتمل على خدمات مجانية على مدار الساعة برقم خاص (5).

3. النظام المصرفي المباشر مع الزبون: بدأت مجموعة من المصارف العالمية الكبرى في تطبيق النظم المصرفية المباشرة مع الزبائن من الحاسب الآلي المتواجد في المنزل أو المكتب، ومن خلال هذه الخدمة يستطيع الزبون أن يتمكن من القيام بالعمليات الروتينية مثل تحويل الأموال من حساب إلى آخر.

وتصدر البطاقات المصرفية من طرف مجموعة من المؤسسات المالية والتجارية العالمية نذكر منها:

o بطاقة فيزا الدولية **visa carte internationale**: تعد أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية، يعود تاريخ إنشائها إلى عام 1958 عندما أصدر مصرف أمريكا البطاقات الزرقاء والبيضاء والذهبية.

o ماستر كارد **Master carte 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.

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

إكسبريس الماسية	إكسبريس الذهبية	إكسبريس الخضراء
تصدر لحاملها بعد التأكد من الملاءة المالية، وليس بالضرورة أن يفتح حاملها حساب لديها.	تمتاز بتسهيلات غير محددة السقف الائتماني، تمنح للزبائن ذوي الملاءة المالية العالية.	تمنح للزبائن ذوي الملاءة المالية العالية.

o مؤسسة ديتير كلوب **Diter Club**: من مؤسسات البطاقات الائتمانية الرائدة عالميا، رغم صغر عدد حملة بطاقتها إلا أنها حققت أرباح وصلت إلى 16 مليون دولار، تصدر بطاقات متنوعة مثل: بطاقات الصرف المصرفي لكافة الزبائن، وبطاقات الأعمال التجارية لرجال الأعمال، وبطاقات التعاون مع الشركات الكبرى مثل شركات الطيران.

2. النقود الالكترونية:

بعد ظهور البطاقات المصرفية ظهرت "النقود الالكترونية" أو "النقود الرقمية" والتي هي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات إلكترونية تخزن في مكان آمن على الهارد ديسك لجهاز الكمبيوتر الخاص بالزبون يعرف باسم المحفظة الالكترونية، ويمكن للزبون استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات البيع أو الشراء أو التحويل (8). وعلى ذلك يمكن تجسيد النقد الإلكتروني في صورتين:

النقد الافتراضي La monnaie virtuelle	حامل النقد الإلكتروني Le porte-monnaie électronique
عبارة عن برنامج يسمح بإجراء الدفع عبر شبكات الانترنت.	يحتوي على احتياطي نقدي مخزن في البطاقة يسمح بإجراء الدفع للمشتريات الصغيرة.

3. الشيكات الالكترونية:

وهو مثل الشيك التقليدي تعتمد فكرة الشيك الإلكتروني على وجود وسيط لإتمام عملية التخليص والتمثيل في جهة التخليص (المصرف) الذي يشترك لديه البائع والمشتري من خلال فتح حساب جاري بالربيد الخاص بهما مع تحديد التوقيع الإلكتروني لكل منهما وتسجيله في قاعدة البيانات لدى المصرف الإلكتروني، من المصارف التي تتبنى فكرة الشيكات الالكترونية بنك بوسطن، سيتي بنك.

1. تخفيض النفقات التي يتحملها المصرف يجعل تكلفة إنشاء موقع للمصرف عبر الشبكة العنكبوتية لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد للمصرف وما يتطلبه من مباني وأجهزة وكفاءة إدارية، إضافة إلى أن تسويق المصرف لخدماته من موقعه على الشبكة العنكبوتية يساعده على امتلاك ميزة تنافسية تعزز من مكانته التنافسية وتؤهله إلى مستوى المعاملات التجارية العالمية.

2. إن توجه المصارف العالمية نحو الشبكة العنكبوتية وما تتميز به من قدرات تنافسية يلزم المصارف الصغيرة ضرورة الارتقاء إلى مستوى هذه التحديات، ووفقا لذلك سيقوم الزبائن بالمقارنة بين خدمات المصارف لاختيار الأنسب، وبذلك تكون الشبكة العنكبوتية عامل منافسة قوي في جذب الزبائن.

3. تساهم شبكة المعلومات الدولية في التعريف بالمصارف والترويج للخدمات المصرفية بشكل إعلامي وهو ما يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة.

4. إن الصيرفة الإلكترونية تؤدي إلى تسيير التعامل بين المصارف، وبناء علاقات مباشرة، وتوفير المزيد من فرص العمل والاستثمار وهو ما يساعد على النجاح والبقاء في السوق المصرفية.

5. استخدام الشبكة العنكبوتية تساهم في تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاستفادة من الابتكارات الجديدة التي يكون لها انعكاس على أعمال المصارف.

ولنجاح الصيرفة الإلكترونية لابد من وضع تنظيمات قياسية تسمح بالربط بين مختلف الجهات والعالم ككل. ووضع إستراتيجية علي مستوي المصرف المركزي ثم اعد خطة لتدريب الموارد البشرية التي تعمل على التنظيم الإداري بين الأطراف المتعاقدة.

سادسا: البطاقات الالكترونية

تعتبر البطاقات الالكترونية احد وسائل الدفع الإلكتروني التي انتشرت مع انتشار عمليات التجارة الالكترونية، وهي ضمن مجموعة من الأدوات والتحويلات الالكترونية التي تصدرها المصارف كوسيلة دفع وتمثل في: البطاقات المصرفية والنقود الالكترونية والشيكات الالكترونية والبطاقات الذكية.

1. البطاقات المصرفية أو البطاقات البلاستيكية:

وهي عبارة عن بطاقة مغنطة 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	البطاقات الائتمانية	بطاقات الصرف الشهري
تصدرها المصارف أو شركات التمويل الدولية بناء على وجود أرصدة فعليه للزبون في صورة حسابات جارية تقابل المسحوبات المتوقعة له	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 الزبون نهاية كل شهر.	تختلف هذه البطاقات عن البطاقات الائتمانية كونها تسدد بالكامل من قبل الزبون للمصرف خلال الشهر الذي تم فيه السحب (أي أن الائتمان في هذه البطاقة لا يتجاوز شهرا).



2. عيوبها: وتتمثل فيما يلي:

بالنسبة لمصدرها	بالنسبة للتاجر	بالنسبة لحاملها
أهم خطر يواجه مصدرها هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم وكذلك تحمل المصرف المصدر نفقات ضياعها.	إن مجرد حدوث بعض المخالفات من جانبه أو عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه ويضع اسمه في القائمة السوداء وهو ما يعني تكبد التاجر صعوبات جمة في نشاطه التجاري (16).	من المخاطر الناجمة عن استخدام هذه الوسائل زيادة الاقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية، وعدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء.

ثامناً: مخاطر المصارف الالكترونية

إن التطور التقني في الصناعة المصرفية من ناحية، والتطور في استخدام الوسائل الإلكترونية والأموال الإلكترونية من ناحية أخرى، أدى إلى زيادة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل المصارف، وزيادة تعقيد العمليات المصرفية في سوق سمته المنافسة الشديدة. وللمقابلة هذا التطور والمخاطر المرتبطة به أصبح من الضروري مراقبة مستوى المخاطر التي تحيط بالعمل ووضع الإجراءات الرقابية اللازمة للسيطرة على الآثار السلبية لهذه المخاطر وإدارتها بطريقة سليمة. ففي ممارسة المصارف لأعمالها الإلكترونية تواجه مخاطر يترتب عنها خسائر مالية، ومن هذه المخاطر يمكن تصنيفها ضمن مجموعات مختلفة تتمثل فيما يلي (17):

مخاطر قانونية	مخاطر فجائية	مخاطر فجائية	مخاطر سوء عمل النظام الإلكتروني	مخاطر الاحتيال	المخاطر التقنية
تحدث المخاطر القانونية عندما لا يحترم المصرف القواعد القانونية والتشريعات المنصوص عليها، أو عندما لا تكون هناك نظم قانونية واضحة ودقيقة بخصوص عمليات مصرفية جديدة، وتبرز أهم التحديات القانونية متمثلة في تحدي قبول القانون للتعاقدات الإلكترونية، جديتها في الإثبات، أمن المعلومات، وسائل الدفع، التحديات الضريبية، إثبات الشخصية، التوقيع الإلكتروني، أنظمة الدفع النقدي، المال الرقمي أو الإلكتروني، سرية المعلومات، أمن المعلومات من مخاطر إجرام التقنية العالية، خصوصية الزبون، المسؤولية عن الأخطاء والمخاطر، حجية المراسلات الإلكترونية، التعاقدات المصرفية الإلكترونية، مسائل الملكية الفكرية لبرمجيات وقواعد معلومات المصرف أو المستخدمة من موقع المصرف أو المرتبطة بها، علاقات وتعاقبات المصرف مع الجهات المرزودة للتقنية أو المورد لخدماتها أو مع المواقع الحليفة مشاريع الاندماج والمشاركة والتعاون المعلوماتية (18).	مثل هذه المخاطر تؤدي إلى مشاكل في السيولة وفي سياسة القروض المصرفية، حيث أن فشل المشاركين في نظام نقل الأموال الإلكترونية أوفى سوق الأوراق المالية بشكل عام في تنفيذ التزاماتهم - الدفع و التسديد - يؤدي غالباً إلى توتر قدرة مشارك أو مشاركين آخرين للقيام بدورهم في تنفيذ التزاماتهم في موعدها، وهذا ما يؤدي إلى توتر العلاقات وزعزعت الاستقرار المالي في السوق	قد ينشأ الخطر من سوء استخدام هذا النظام، أو سوء مراقبة البرامج في حد ذاتها.	وتتمثل في تقليد برامج الحواسيب الإلكترونية أو تزوير معلومات مطابقة للبرامج الإلكترونية، أو تعديل بعض المعلومات بخصوص الأموال الإلكترونية.	تحدث هذه المخاطر من احتمال الخسارة الناتجة عن خلل في شمولية النظام أو من أخطاء الزبائن، أو من برنامج إلكتروني غير ملائم للصيرفة والأموال الإلكترونية.	

4. 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 ائتماني أو دفع فوري، وهو ما يجعلها بطاقة عالمية تستخدم على نطاق واسع في معظم الدول الأوروبية والأمريكية، ومن الأمثلة للبطاقات الذكية بطاقة المنكس "Mondex Card" التي تم طرحها لزبائن المصارف وتوفر لهم العديد من المزايا نذكر منها:

- يمكن استخدامها كبطاقة ائتمانية أو بطاقة خصم فوري طبقاً لرغبة الزبون.
- إدارتها مصرفياً بحيث لا يمكن للزبون 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 بطاقة أخرى من خلال الصرف الذاتي أو الهاتف العادي أو المحمول.
- يمكن للزبون السحب من رصيده وإضافة لرصيد البطاقة من خلال الصرف الذاتي أو الهاتف العادي أو المحمول.

سابعاً: وسائل الدفع الإلكتروني

1. مزاياها: وتتمثل فيما يلي:

بالنسبة لمصدرها	بالنسبة للتاجر	بالنسبة لحاملها
تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات المالية، فقد حقق City Bank أرباح من حملة البطاقات الائتمانية عام 1991 بلغت 1 بليون دولار (15).	تعد أقوى ضمان لحقوق البائع، تساهم في زيادة المبيعات كما أنها أزاحت عبء متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق البنك والشركات المصدرة.	تحقق وسائل الدفع الإلكتروني لحاملها مزايا عديدة أهمها سهولة ويسر الاستخدام، كما تمنحه الأمان بدل حمل النقود الورقية وتقلد السرقة والضياع، كما أن لحاملها فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترة محددة، كذلك يمكنه من تمام صفقاته فوراً بمجرد ذكر رقم البطاقة.

ناسعاً: البيئة المصرفية الالكترونية

وهي تتمثل في عدة عناصر منها (10):

التطورات في مجال الخدمات المصرفية بما يحقق تحسين مستوى تقديم الخدمة المصرفية وتحقيق أفضل استخدام للموارد البشرية في المصارف الجزائرية، ويتطلب الارتقاء بالعنصر البشري تبني العديد من الاستراتيجيات نذكر منها:

- o الاستعانة ببيوت الخبرة ومكاتب الاستشارة الدولية في تدريب الإطارات المصرفية على استخدام أحدث النظم المصرفية.
- o وضع نموذج لتقييم أداء العنصر البشري، من خلال عدة معايير تأخذ في اعتبارها أداء الوحدة ودوره في تحقيق هذه النتائج:
- الرفع من مستوى كفاءة العاملين بإعطاء الأولوية في التوظيف لخريجي الجامعات.
- إنشاء المعاهد المتخصصة وتطوير البحث العلمي في ميدان الخدمة المصرفية.

2. مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية في العمل المصرفي:

لعل ما يميز العمل المصرفي في عصر العولمة المالية هو تفاقم دور التكنولوجيا المصرفية والسعي الحثيث وراء تحقيق الاستفادة القصوى من فوائد تكنولوجيا الإعلام والاتصال من أجل ترقية وتطوير وسائل تقديم الخدمة المصرفية بما يتوافق والإيقاع المتسارع للصناعة المصرفية في القرن الواحد والعشرين، وسعيها منها لمواكبة التطورات عملت المصارف الفلسطينية على نقل العديد من التقنيات المصرفية إلى السوق الفلسطيني، لاسيما منذ سنة 1997 حيث شرعت في إدخال آلات السحب الآلي، إذ بلغ عددها في مطلع عام 2014 حوالي 22 مصرف. لكن بالرغم من هذه الجهود المبذولة إلا أن الفجوة التكنولوجية بين المصارف الفلسطينية ونظائرها من المصارف العربية والاجنبية، لا تزال كبيرة نظرا للعديد من المعوقات نوجزها في:

- غياب الثقافة المصرفية في المجتمع.
- ضعف الإقبال على استخدام وسائل الدفع الالكترونية.
- عدم وضوح البيئة القانونية والتشريعية المتعلقة بالتجارة بتنظيم التجارة الالكترونية.
- تعدد المخاطر المتعلقة بتقديم الخدمات المصرفية الالكترونية.
- ارتفاع تكلفة إنشاء وصيانة الشبكات الخاصة بالعمليات المصرفية.

وفي ظل هذه المتغيرات الجديدة وجدت المصارف العاملة في فلسطين نفسها في وضع بالغ الحساسية، لاسيما مع تطبيق اتفاقيات تحرير التجارة في الخدمات المالية، إذ أصبحت ملزمة بتدعيم قدراتها التنافسية لمواجهة هذه التحديات المرهونة بمدى نجاحها في تحقيق مكاسب تقنية المعلومات، ولعل أهم المحاور التي يجب أخذها بعين الاعتبار لتعظيم الاستفادة القصوى من ثورة العلم والتكنولوجيا في العمل المصرفي تتمثل في:

- زيادة الإنفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات.
- التوسع في استخدام الانترنت لتقديم تشكيلة متنوعة من الخدمات المصرفية للزبائن بكفاءة أعلى وتكلفة أقل.
- العمل على خلق شبكة مصرفية تعمل كحلقة وصل بين المصارف من جهة وبين الشركات والزبائن من جهة أخرى.
- تفعيل دور شبكة الاتصال بين المركز الرئيسي لكل مصرف وبين باقي فروعه بما يحقق السرعة في تداول المعلومات الخاصة بالزبائن وإجراء التسويات اللازمة عليها، بالإضافة إلى الارتباط بالشبكات الإلكترونية الخاصة بالمصارف والمؤسسات المالية الأخرى.
- تنوع الخدمات المصرفية في ضوء التحديات الجديدة التي أصبحت تواجه المصارف الفلسطينية، ليس فقط من المصارف الأجنبية بل وحتى من المؤسسات المالية غير المصرفية، والمؤسسات التجارية الأخرى.

1. البيئة المعلوماتية: تواجه المصارف الالكترونية متطلبات كثيرة في مجال البيئة التقنية للمصارف ولا يمكن أن تكون معزولة عن الاتصالات وتقنية المعلومات الدولية في مختلف القطاعات ذلك أن المصارف الالكترونية تحيي في بيئة الأعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية والمطلب الرئيسي لضمان نجاح المصارف الالكترونية هو ضمان نظام فعال للمعلومات ويتمثل في الاتصالات هذا يؤدي إلى توفير خدمة الربط بشبكة المعلومات الدولية ، وهذا التحدي أمام بناء المصارف الالكترونية يتطلب تدخلا جماعيا في رفع كل القيود التي تمس البيئة المعلوماتية والتي تتمثل في الأجهزة والبرامج والحلول المعدة لهذه العمليات التي تجعل العمل المصرفي قادر على بناء إستراتيجية في حقل الاتصالات وتقنية المعلومات في سوق الاتصالات الدولية لضمان جذب الاستثمارات في هذا القطاع.

2. الكفاءات المتفقة مع العنصر التقني: تعتبر الكفاءة القائمة على فهم احتياجات الأداء والتواصل ألتأهيلي والتدريبي من احتياجات العمل المصرفي الالكتروني ، وذلك أن تعتمد كفاءة الأداء كافة الوظائف الفنية ،المالية، القانونية، التسويقية و الإدارية.

3. التطوير والمتابعة: يتقدم عنصر التطوير والمتابعة على العديد من عناصر متطلبات بناء المصارف الالكترونية وعليه يعتبر التطوير والأداء في هذا المجال امراً مهما من اجل العمل المصرفي الالكتروني القادر على اقتحام الأسلوب الجديد في نظام المعلومات الالكترونية الذي يرتكز على التخطيط، التنظيم ، التوجيه ، التنسيق والرقابة.

4. التفاعل مع المتغيرات الخارجية في الميدان: يعتبر التعامل مع المحيط الخارجي أمراً ضروريا وهذا لا يتوقف على الجديد فقط في مجال التقنية وإنما مع أفكار ونظريات حديثة في حقل تكنولوجيا المعلومات التي تساعد على التفكير في نظريات الأداء الفني ، التسويقي، المالي والخدمي للرفع من مستوى أداء المصارف الالكترونية.

5. الرقابة: إن التقييم الموضوعي في مجال المصارف الالكترونية هو عنصر نجاح القائمين على هذا المجال في معالجة فهم الأداء الصحيح الذي يتماشى مع التطورات التكنولوجية في مجال المصارف الالكترونية، ومن هنا قامت أغلبية مواقع المصارف الالكترونية لتقييم فاعلية أداء مواقعها.

عاشراً: المصارف الفلسطينية والمتغيرات المستجدة

بقي الجواز المصرفي الفلسطيني بعيدا عن التطورات الدولية المعروفة اليوم، ومنها ظاهرة المصارف الالكترونية. اندماج المصارف وظاهرة اندماج الأسواق المالية الدولية نتيجة إزالة القيود على حركة رؤوس الأموال، وتوريد الخدمات المالية والمصرفية.

ومن جهة أخرى توجهت فلسطين نحو الدخول في الاقتصاد الدولي، فرض على المصارف الفلسطينية مواجهة هذه التغيرات المستجدة، حيث ما يميز العمل المصرفي في عصر العولمة المالية هو تفاقم دور التكنولوجيا المصرفي، فإنتقال المصارف الفلسطينية إلى عصر المعلوماتية أوجب عليها ضرورة التكيف مع تغيرات وتطورات المحيط الجديد، هذا التكيف يقتضي اتخاذ عدة إجراءات تعتمد أساسا على ما يلي (11):

1. الارتقاء بالموارد البشرية:

يعد العنصر البشري من الركائز الأساسية للارتقاء بالأداء المصرفي على اعتبار أن الكفاءة في الأداء هي الفاصل ما بين المصارف، فمهما تنوعت مصادر الكفاءة يظل العامل البشري وراءها، ومن أجل مسايرة أحدث ما وصل إليه العلم في مجال التكنولوجيا المصرفية ينبغي تطوير إمكانيات العاملين وقدراتهم لاستيعاب

أما المصارف الفلسطينية لا تصل حتى إلى مستوى الخدمات المصرفية المقدمة في الدول النامية، حيث تقدر في فلسطين بـ 30 خدمة مصرفية، مما تقلل من قدرتها التنافسية وتنمية رأس مالها، ويعود ذلك:

- ثقل الإجراءات البيروقراطية ما يعوق التنسيق الداخلي.
- استخدام قليل لتكنولوجيا المعلومات داخل المصارف الفلسطينية.
- ضعف كفاءة أداء العنصر البشري، خاصة أن هناك مؤسسة متخصصة وطنية وغير كافية.
- ثقل الإجراءات البيروقراطية والتعقيدات في المعاملات المصرفية.
- الفجوة الجغرافية بين شقي الوطن مما يعوق التنسيق الداخلي وتبادل المعلومات بين مختلف الهياكل الإدارية للمصرف.

من خلال هذه السمات التي تتسم بها الخدمات المصرفية في فلسطين، يتضح أن الإصلاحات التي قامت بها سلطة النقد الفلسطينية لا تزال غير كافية، هذا ما كان من أسباب عدم تدفق الاستثمارات الأجنبية الى فلسطين، وضعف أداء قطاع السياحة في فلسطين وما يلعبه الجهاز المصرفي الفلسطيني في تقديم تسهيلات لقطاع السياحة من تأمين السيولة النقدية وتوفير أدوات الدفع المختلفة، ومن خلال ذلك تستطيع المصارف تمويل النشاط الاقتصادي بمختلف قطاعاته، وتمكين سلطة النقد من ممارسة رقابة فعلية على الائتمان والنقود في الاقتصاد، لذا وجب على المصارف الفلسطينية زيادة عنايتها بجودة ما تقدمه من خدمات.

المراجع:

- (1) صالح مفتاح، البنوك الالكترونية والتجارة الالكترونية، المؤتمر العلمي الخامس، جامعة فيلادلفيا، الأردن.
- (2) منير الجنيهي، ممدوح الجنيهي، البنوك الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005، ص: 15.
- (3) عبد المنعم راضي، فرج عزت، اقتصاديات النقود والبنوك، البيان للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2001، ص: 32.
- (4) نهلة أحمد قنديل، التجارة الالكترونية، بلا دار نشر، القاهرة، 2004، ص: 86.
- (5) حسن شحادة الحسين، "العمليات المصرفية الالكترونية"، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، مداخلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، 2002، ص: 206.
- (6) رأفت رضوان، عالم التجارة الالكترونية، المنظمة العربية للتنمية، القاهرة، 1999، ص: 77.
- (7) فريد النجار، وليد النجار وآخرون، وسائل المدفوعات الالكترونية، التجارة والأعمال الالكترونية المتكاملة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص: 118.
- (8) طارق عبد العال حماد، التجارة الالكترونية: المفاهيم، التجارب، التحديات، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص: 140.
- (9) موسى خليل مشري، "القواعد الناظمة للصيرفة الالكترونية"، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، مداخلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، مرجع سابق، ص: 260.
- (10) دور تكنولوجية، المعلومات في تطوير الخدمات المصرفية، أوراق مصر البحثية، مصرف، العدد الرابع، 1998، ص: 15.
- (11) محمد كبرياج، البنوك الالكترونية، دار النهضة العربية، بيروت، 2000. مواقع الشبكة العنكبوتية التي تم الاطلاع عليها:

www.ityarabic.org/e-businers; www.bank.org/arabic/period ; www.Bank.Of.cd.com; www.pex.ps

إزاء هذه التطورات ينبغي على المصارف الفلسطينية تدعيم قدراتها التنافسية من خلال تقديم حزمة متنوعة من الخدمات المصرفية تجمع ما بين التنوع والتطور، من خلال مفهوم المصارف الشاملة، ومنها على سبيل المثال لا الحصر:

- الاهتمام بالقروض الاستهلاكية الموجهة لتمويل الاحتياجات الشخصية والعائلية.
- الاهتمام بتمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر.
- استخدام أسلوب الائتمان الإيجاري والقروض المشتركة.
- تقديم خدمات الاستشارة وخدمات الحيلة من مخاطر تقلب أسعار الفائدة، وأسعار الصرف.

3. تطوير التسويق المصرفي:

يعد تبني مفهوم التسويق الحديث أمراً في غاية الأهمية في ظل التحويلات العميقة التي تشهدها الساحة المصرفية، ويبدو جلياً أن التسويق المصرفي كعلم وفن لن يجد بدأ من الولوج في عصر جديد تحيط به التغيير والاختلاف، إذ لا بد من التذكير أن التسويق الحديث يرتكز في الأساس على توجهات الزبائن، حيث يتأثر التسويق المصرفي بما يريدون الزملاء وبما يدور في خواتمهم ومن أهم وظائف التسويق الحديث التي ينبغي التركيز عليها نذكر ما يلي:

- خلق أو صناعة الزبون بالسعي نحو الزبون المرتقب.
- العمل على اكتشاف الفرص الاقتصادية ودراستها وتحديد المشروعات الجيدة.
- تصميم مزيج الخدمات المصرفية بما يحقق حاجات ورغبات الزبائن ورضاهم.
- تصميم مزيج الخدمات المصرفية بالشكل الذي يتلاءم وحاجات وقدرات الزبائن المالية وذلك باستخدام الأساليب الحديثة، سواء من حيث النوعية أو سبل تقديم الخدمة.
- متابعة ومراقبة السوق المصرفي والوقوف على انطباعات الزبائن حول مزيج الخدمات المصرفية المقدمة لهم.
- تدعيم وسائل الاتصال الشخصي وتكثيف وسائل الحوار المتبادل مع الزبائن.

4. مواكبة المعايير الدولية:

يجب على المصارف الفلسطينية أن تواكب المعايير الدولية المتطورة وأن تستجيب لكفاية رأس المال، وتطور السياسات الائتمانية وأن تهتم بإدارة المخاطر المصرفية، كما يجب تفعيل دور الدولة وسلطة النقد الفلسطينية في تطوير النظام ومراقبته والتدخل في وقت الحاجة لتفعيل وتنشيط السوق المصرفية، والمساهمة في عمليات تحديث الخدمة المصرفية.

واقع الخدمة المصرفية في الجهاز المصرفي الفلسطيني:

نتيجة الجهود التي بذلتها سلطة النقد الفلسطينية لإصلاح وتطوير وتحديث الجهاز المصرفي، عرف هذا الأخير تطوراً ملحوظاً في السنوات الأخيرة، لكن نتائج هذه الجهود كانت غير كافية ولا تتناسب مع الوضع الداخلي والخارجي، لذلك لا بد من المزيد من التحديث والتطوير.

سمات الخدمة المصرفية في الجهاز المصرفي الفلسطيني:

يمكن أن نوجز أهم سمات الخدمة المصرفية في الجهاز المصرفي الفلسطيني فيما يلي:

- نقص أو غياب التسويق المصرفي، الشيء الذي يقف كعائق أمام هذه المصارف في تسويق خدماتها.
- لا تستجيب الخدمات المقدمة لأبسط التطور الحاصل في المجتمع فلا تزال تقليدية، حيث نجد المصارف في العالم تقوم بتقديم أكثر من 360 خدمة لزيائنها