

المحاضرة الثامنة: الخدمات المالية الرقمية ودورها في تحسين الأداء المالي

في ظل التطورات الاقتصادية العالمية والتي أضحت مرتكزة على ما كل هو رقمي ومرتبطة بالتكنولوجيا، أصبح لزاما على المؤسسات عامة وعلى المؤسسات المصرفية خاصة تطوير خدماتها المقدمة لمواكبة الانتقال إلى اقتصاد المعرفة، وهذا بدوره سيكون له الاثر الكبير على الاداء المالي للبنوك وتوجه بها الى تحسين مركزها المالي.

المطلب الأول: ماهية الخدمات المالية الرقمية

يعد قطاع الخدمات المالية من أكثر القطاعات تأثرا بالعمولة والتي تظهر ملامحها في التطورات والتحولات المتتالية التي شهدتها القطاع، وذلك للسعي نحو الاستمرار والنمو في السوق من أجل تقديم كل جديد.

أولا: نشأة المصارف الالكترونية

تعود نشأة المصارف الإلكترونية إلى بداية الثمانينات مع ظهور النقد الإلكتروني، أما استخدام البطاقات 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 "Express American" أول بطاقة بلاستيكية لتنتشر على نطاق واسع، ثم قامت بعدها ثمانية مصارف بإصدار بطاقة "Americard Bank" عام 1968 لتتحول إلى شبكة Visa العالمية، كما تم إصدار في نفس العام البطاقة الزرقاء "Bleue Carte" من طرف ستة مصارف فرنسية. وفي عام 1986 قامت اتصالات فرنسا "Telecom France" بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئة للبطاقات الذاكرة "Carte à Mémoire" لتصبح عام 1992 كل البطاقات المصرفية بطاقات برغوثة "puce à Cartes" تحمل بيانات شخصية لحاملها، خلال منتصف التسعينات ظهر أول مصرف إلكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية يميز بين نوعين من المصارف كلاهما يستخدم تقنية الصيرفة الإلكترونية¹:

أ. المصارف الافتراضية (مصارف الإنترنت): تحقق أرباحا تصل إلى ستة أضعاف المصرف العادي؛

ب. المصارف الأراضية: ونقصد بها المصارف التي تقدم خدمات تقليدية وخدمات الصيرفة الإلكترونية. وكان سبب انتشار المصارف الالكترونية إلى عنصرين أساسيين: تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية بين وسائل الدفع الحديثة والتقليدية².

¹. العياطي جهيدة، محمد بن عزة، تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية بين وسائل الدفع الحديثة والتقليدية «تحليل احصائي حديث لواقع وفاق تطور الصيرفة الالكترونية»، مقال مقدم مجلة البحوث المالية والمحاسبية، المجلد 02، العدد 03، ص 01-14، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ابوب بكر بالقائد تلمسان، 2017، ص 13.

². العياطي جهيدة، محمد بن عزة، تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية بين وسائل الدفع الحديثة والتقليدية «تحليل احصائي حديث لواقع وفاق تطور الصيرفة الالكترونية، المرجع السابق، ص 14.

ثانيا: تعريف الخدمات المالية الرقمية

الخدمات المالية الرقمية (DFS) هي: "خدمات مالية تعتمد على التقنيات الرقمية لتقديمها واستخدامها من قبل المستهلكين"³.

كما تعرف على أنها: "تلك الخدمات التي تنطوي على خدمات معلوماتية وخدمات غير الويب، كما تنطوي على تقديم خدمات عبر وسائل وشبكات الكترونية مثل الانترنت، تعتبر الخدمة الالكترونية أوسع من كونها مجرد خدمات تكنولوجيا المعلومات أو خدمات الويب فهي تتضمن جميع الخدمات المبنية على تكنولوجيا المعلومات المتاحة عبر الشبكات الرقمية"⁴.

وتعرف أيضا: "مجموعة من الخدمات المالية التي يتم الوصول إليها وتقديمها عبر القنوات الرقمية، بما في ذلك المدفوعات والائتمان والمدخرات والتحويلات المالية والتأمين، والقنوات الرقمية المستخدمة في هذه المعاملات المالية هي الانترنت، الهواتف المحمولة، أجهزة الصراف الآلي..."⁵.

من خلال التعاريف السابقة يمكننا أن نستنتج أن الخدمات المالية الرقمية هي: إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية، أو رقمية، سواء تعلق الأمر بالسحب أو بالائتمان أو بالتحويل أو بالتعامل في الأوراق المالية أو غير ذلك من أعمال البنوك، والتي يمكن ان تساعد في التقليل من المخاطر المختلفة، خاصة فيما يتعلق بالقروض.

ثالثا: أنواع الخدمات المالية الرقمية

1. الخدمات عبر الهاتف النقال: يعتبر الهاتف النقال من أحدث التقنيات المستعملة في تقديم الخدمات المالية والمصرفية عن بعد، حيث أنه يضيف عليها بعدا جديدا ومرونة في التعامل وهذا من خلال تحطيه حاجز المكان والزمان، ويتم التعامل مع هذه التقنية الحديثة من خلال⁶:

- الاتصال المباشر بمركز الاتصالات الهاتفية أو الخادم الصوتي (Service Vocaux)؛
- استخدام الرسائل القصيرة (SMS) للحصول على المعلومات وكذلك إمكانية إيصال هذا الأخير مع الانترنت للحصول على مختلف الخدمات، وذلك من خلال تزويد العميل برقم سري وكذا إرشادات الحصول على الخدمة. ومن خلال الخدمات التي يتحصل عليها المتعاملين من خلال الهاتف النقال ما يلي:

³ World Bank Group, **Digital Financial Services**, April 2020, P04.

⁴ عبد الله فرغلي علي موسى، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والالكتروني، الطبعة الأولى، ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2007.

⁵الاتحاد الافريقي، مشروع استراتيجية التحول الرقمي لأفريقيا (2020-2030)، 2019، اثيوبيا، ص 28.

⁶سماح ميهوب، الاتجاهات الحديثة للخدمة المصرفية، رسالة ماجستير، تخصص بنوك وتأمينات، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2005/2004، ص87.

- الاستفسار عن الحسابات الشخصية؛
- تحويل الأموال؛
- معرفة أسعار العملات؛
- تفاصيل عن أرصدة حساباتهم وحركتها؛
- الحصول على آخر العمليات التي قام بها العميل؛
- معدلات الفائدة لكل أنواع الودائع؛
- طلب دفتر الشيكات؛
- طلب الحصول على كشف الحساب المفصل؛
- الخدمات المتعلقة ببطاقات الائتمان؛
- طلب تغيير كلمة السر ورمز المستخدم في أي وقت.

2. الخدمات عبر الأنترنت:

تعتبر الأنترنت من أهم الوسائل التي تتيح الحصول على خدمات مالية سهلة وسريعة، وتتميز هذه الخدمات على أنها فورية ويمكن الحصول عليها متى شئتم وأينما كنتم، أما الخدمات المالية عبر الأنترنت يقصد بها النظام الذي يتيح للعميل الحصول على الخدمات المالية والمصرفية من خلال مواقع شبكة الأنترنت والتي تتمثل في⁷:

- عملية التحقق من أرصدة الحسابات؛
- دفع الفواتير الكترونياً؛
- تسديد فواتير بطاقات الائتمان؛
- معاملات القروض؛
- شراء وبيع الاستثمارات؛
- خدمات دفع الفواتير الشخصية؛
- خدمات الوساطة المالية؛
- خدمات الحوالات المالية الإلكترونية.

رابعاً: فوائد الخدمات المالية الرقمية

تعرف الخدمات المالية الرقمية انتشاراً واسعاً وتزايداً مستمراً في هذه الآونة وذلك للفوائد والايجابيات التي نذكر منها ما يلي⁸:

- توفير الوقت والجهد؛

⁷ نائر محمد سعدون، محمود رحمن شحادة، وعمر محمود عكاوي، دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف الخاصة، مجلة جامعة جيهان-أربيل العلمية، العدد 02، 2018، ص31.

⁸ صندوق مشاريع المرأة العربية، إنجاح التمويل الرقمي للمرأة في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا، الأردن، مصر، فلسطين، 2020، ص22.

- قليلة التكاليف؛

- سهولة اجراء العمليات؛

- سهولة نقل الأموال؛

- الدخول الى حسابك واجراء العمليات المالية في أي وقت وأي مكان؛

- القيام بالعمليات التجارية ونقل الأموال بين الحسابات بشكل أفضل وأسرع.

خامسا: قنوات ومتطلبات تقديم الخدمات المالية الرقمية

1. قنوات تقديم الخدمات المالية الرقمية⁹:

أ. الصراف الآلي (ATM): هو جهاز يعمل أوتوماتيكيا لخدمة العملاء دون تدخل العنصر البشري، ويعمل ضمن برامج معدة خصيصا لتلبية العديد من الحاجات المصرفية للعملاء وعلى مدار الساعة وذلك من خلال بطاقة الصراف الآلي، وهي بطاقة بلاستيكية بمواصفات معينة تصدر عن البنك، فيقوم العملاء باستخدام هذه البطاقة للحصول على خدمات مختلفة يقدمها جهاز الصراف الآلي منها (السحب النقدي، الإيداع، الاستفسار عن الرصيد...) ¹⁰.

ب. الصيرفة عبر الهاتف: تعتمد هذه الخدمة على وجود شبكة تربط بين أحد فروع البنك الواحد ككل، فتمكن الموظف المكلف به تقديم الخدمة الهاتفية من الوصول إلى بيانات العميل مباشرة من أي فرع من البنك، فيقوم العميل بالاتصال برقم موحد للحصول على خدمة محددة من مصرفه، ويستطيع الموظف الذي يقوم بالرد على العميل من الوصول إلى بيانات حول العميل فيبدأ بتوجيه أسئلة محددة للتأكد من هويته كالسؤال عن آخر معاملة قام بها.

ج. صيرفة الأنترنت: يعرف العمل المصرفي عبر الأنترنت بأنه العمل المصرفي الذي تكون فيه الأنترنت وسيلة الاتصال بين البنك والزبون، وبمساعدة نظم أخرى يصبح زبون المصرف قادرا على الاستفادة من الخدمات والحصول على المنتجات المصرفية التي يقدمها البنك من خلال استعمال جهاز حاسوب شخصي موجود لديه يسمى بالمضيف أو من خلال استخدام أي مضيف آخر، وكل هذا عن بعد وبدون الحاجة للاتصال المباشر بكادر المصرف البشري.

د. الصيرفة عبر الهاتف المحمول: إن الاتجاه العام في العالم يتقدم نحو انتشار استخدام الهاتف الجوال، ويتبع هذا الاتجاه تطوير استخدام الهاتف الجوال لأغراض عدة، فقد بدأ استخدامه للولوج في الشبكة العالمية (الأنترنت) واستخدامه في التطبيقات المتعلقة بها، وقد أعلن عدد من البنوك عن إتاحة الصيرفة عبر الهاتف الجوال.

إن الخدمات المالية الرقمية مهمة بالنسبة للمستثمر، وذلك لأنها تمكنه من متابعة الفرص الاستثمارية وإبرام العقود الإلكترونية وإتمام الصفقات عبر التحويلات الإلكترونية، مما جعل البنوك تتنافس في تلك الخدمات من خلال إعلاناتها المتواصلة عبر تطوير خدماتها المصرفية وإدخال تقنيات جديدة.

⁹ حسيني جازية، تعميم الخدمات المالية الرقمية لدعم الشمول المالي في الدول العربية، مجلد اقتصاديات شمال افريقيا، المجلد 16، العدد 23، جامعة الشلف، الجزائر، 2020، ص 104.

¹⁰ خالد أمين عبد الله، إسماعيل إبراهيم الطرد، إدارة العمليات المصرفية المالية والدولية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 207.

2. متطلبات تقديم الخدمات المالية الرقمية:

لتقديم الخدمات المالية يجب توفر بعض العناصر نذكر أهمها¹¹:

أ. **البنية التحتية:** إن عدم توفر بنية تحتية لفروع البنوك أو عدم ملائمة ساعات العمل أو المواقع في بلد ما، من شأنه تشجيع العملاء على إجراء مدفوعاتهم باستخدام التكنولوجيا الرقمية، وإذا كانت الفروع بعيدة جدا عن أماكن سكن العملاء أو أماكن قيامهم بأعمالهم، فهذا أيضا يدفعهم إلى استخدام وسيلة بديلة، بينما نجد في الأردن ولبنان تغطية بنكية جيدة وبشكل عام تتواجد على مسافة جغرافية صغيرة من مدينة لأخرى، نجد أنه في أماكن أخرى مثل مصر والعراق قد تم البدء في إنشاء أرضية ملائمة للخدمات المالية الرقمية.

ب. **التكلفة:** إن تكلفة المعاملات الناتجة عن ترك مشروع ما والذهاب بعيدا إلى فرع أو مكتب بريد من أجل إجراء بعض المدفوعات يؤدي إلى تضييع المال، وعلاوة على ذلك إذا انطوت عملية إرسال الأموال أو إجراء المدفوعات على رسوم كبيرة لإجراء المعاملة كنسبة مئوية من المبلغ، فإن العملاء سوف يبحثون عن خيارات أخرى بأقل تكلفة، لذلك يجب وضع طريقة لتوضيح المبالغ التي سيتم توفيرها وذلك من أجل تحفيز العملاء على استخدام المدفوعات الرقمية.

ج. **الاعتبارات الأمنية:** إن ترك المنزل والذهاب بعيدا إلى بنك أو مكتب بريد يعتبر في بعض مجتمعات الشرق الأوسط من الأمور غير الآمنة، وكذلك فإن الوقت المستغرق في التنقل يعتبر كبيرا جدا. وبالتالي فإن ظروف الأمان والسلامة غير المواتية من شأنها أن تولد رغبة لدى العملاء في السعي وراء خيارات أسهل مثل استخدام التكنولوجيا الرقمية.

د. **تعزيز تنوع المؤسسات المالية:** تضم القطاعات المالية الشاملة أنواعا كثيرة من المؤسسات المالية بخلاف البنوك التجارية، مثل البنوك البريدية ومؤسسات التمويل الأصغر والجمعيات التعاونية الائتمانية -تطبق نماذج أعمال متنوعة وتمارس نشاطها في مناطق جغرافية مختلفة بغرض خدمات قطاعات شرائح متميزة من العملاء- ومن الأهمية بمكان وجود إطار قانوني وتنظيمي يسمح بدخول المؤسسات المتنوعة ويطبق لوائح وقواعد رقابية تلائم مستويات المخاطر بكل مؤسسة، وذلك من أجل الوصول إلى العملاء الذين لا يحصلون على خدمات كاملة من جانب البنوك التجارية.

هـ. **تيسير استخدام التقنيات المبتكرة ودخول المؤسسات غير التقليدية التي تعتمد على التكنولوجيا:** لا يوجد بلد مثل الصين يوضح بشكل أفضل ما يمكن تحقيقه من النهج المبتكرة التي تعتمد على أطراف فاعلة غير تقليدية مثل منصة علي بابا (Ali Baba) للتجارة الإلكترونية وشبكة تنسنت (Tencent) للتواصل الاجتماعي، يستغل مقدمو الخدمة المبتكرون في الكثير من البلدان التكنولوجيا وشبكات العملاء القائمة بالفعل والبنية التحتية والبيانات الضخمة لخفض تكلفة المعاملات وتقديم منتجات مالية تناسب احتياجات العملاء محدودي الدخل. وكما ورد في المبادئ ريفية

¹¹ دوجلاس راندال وجنيفر شيان، البنك الدولي، النهج الرئحج رئيسية للإسراع بتعميم الخدمات المالية والشمول المالي على الموقع الإلكتروني:

المستوى لتعميم الخدمات المالية الرقمية الصادرة عن مجموعة العشرين هناك ضرورة لإطار قانوني وتنظيمي واضح يتيح الفرصة أمام التقنيات والأطراف الفاعلة الجديدة، وفي الوقت ذاته مواجهة المخاطر الناشئة عن الابتكار.

و. **حماية العملاء عن طريق إرساء قواعد للإفصاح والمعاملة العادلة:** حماية العملاء من الاستغلال المحتمل ومعاملتهم معاملة عادلة من طرف مقدمي الخدمة في غاية الأهمية، ويؤكد تقرير البنك الدولي حول الممارسات الجيدة للحماية المالية للعملاء على ضرورة أن يزود مقدمو خدمة العملاء بمعلومات واضحة حول شروط وأحكام المنتجات من خلال نموذج موحد بغرض تسهيل المقارنة عند تسويق المنتجات.

ز. **تشجيع تطوير منتجات مالية مبتكرة ومنخفضة التكلفة:** تواجه الفئات المحرومة من الخدمات معوقات فريدة ولديها احتياجات مالية فريدة، ويتبعن على صانعي السياسات العامة إرساء أطر تنظيمية تشجع على إعداد منتجات مالية ملائمة، مثل الحسابات المصرفية الأساسية والتأمين الأصغر، تلي احتياجات العملاء المحرومين من الخدمات ومحدودي الدخل، ويجب أيضا التشجيع على تصميم المنتجات التي تركز على العملاء وتتغلب على المعوقات السلوكية وتزيد من حجم المنفعة.