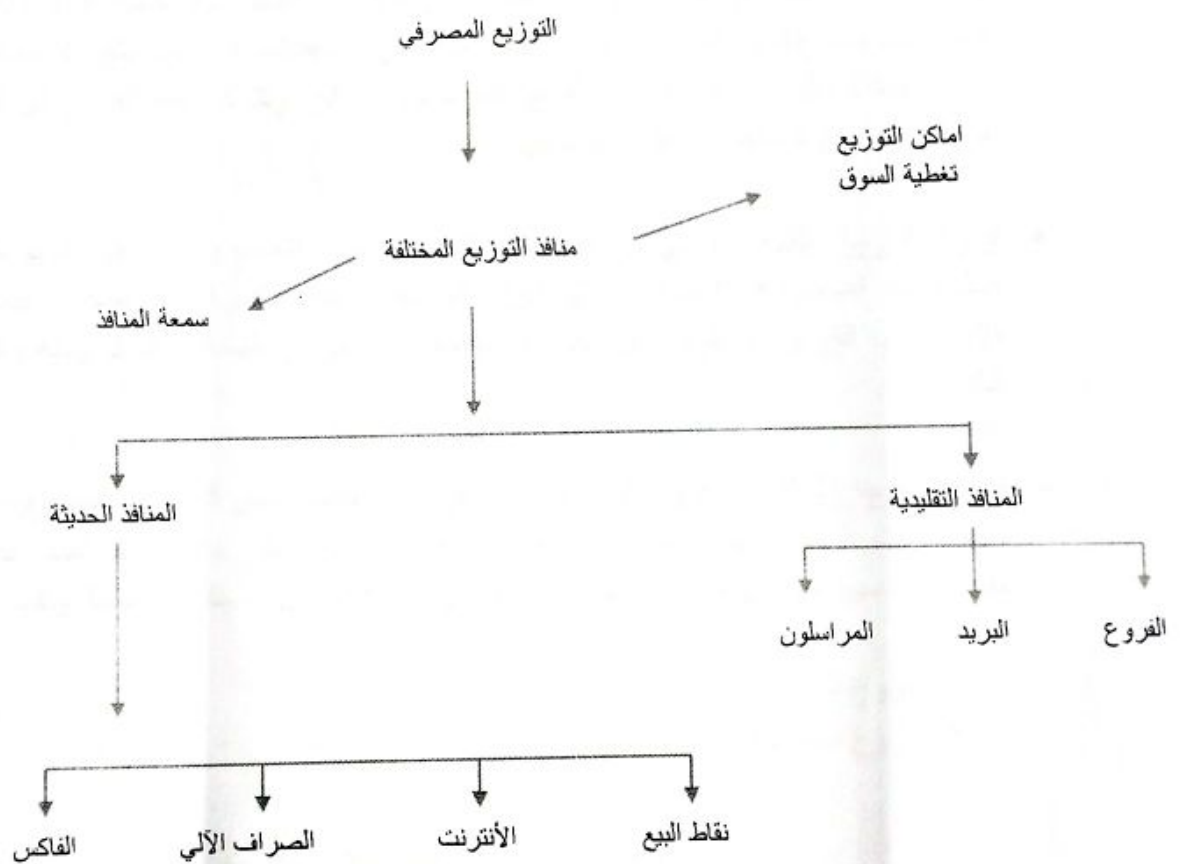


ثانياً : - منافذ توزيع الخدمة المصرفية :

تستخدم المصارف عدة قنوات أو طرق لتوصيل خدماتها إلى العملاء لكي تفي بحاجاتهم، تعرف بمنافذ التوزيع، وفي الحياة العملية نجد الفروع كأحد أهم وأقدم المنافذ، أجهزة الصراف الآلي، نقاط البيع، الهاتف، الفاكس، الإنترنت وغيرها.

❖ الشكل الآتي يوضح منافذ التوزيع المصرفي :



A. قنوات التوزيع التقليدية :

(١) فروع المصرف :

وهي أهم قناة من قنوات التوزيع بالنسبة للمصرف ويتم من خلالها تقديم كافة الخدمات المصرفية التي يطلبها العملاء والمنطقة وخدمتهم بالشكل المناسب.

❖ وسيتم تقسيم فروع المصرف إلى ثلاثة أنواع رئيسية :

- فروع الدرجة الأولى : وهي الفروع الرئيسية التي تمارس كافة الخدمات المصرفية على نطاق شامل، ويعمل في هذه الفروع العاملون ذوي الكفاءات المصرفية العالية عادة، وتزاول كافة النشاطات لتقديم كامل الخدمات المصرفية، من إستقطاب الودائع، فتح الإعتمادات، إدارة محفظة الاوراق المالية والعلاقة مع المراسلين ... الخ. وتتركز هذه الفروع في المدن الرئيسية من حيث حجم النشاط الإقتصادي.

- فروع الدرجة الثانية : وتأتي في الدرجة الثانية من حيث الحجم وتقوم على تقديم معظم النشاطات المصرفية الأساسية مثل قبول الودائع ومنح التسهيلات واصدار بطاقات الإئتمان... الخ. وهذه الفروع هي الفروع الموجودة في مراكز المحافظات الرئيسية والمدن الكبيرة.

- فروع الدرجة الثالثة : إن فروع الدرجة الثالثة تقوم على تقديم بعض الخدمات المصرفية وفقاً للصلاحيات المعطاة لها، وتوجد هذه الفروع في المناطق التي يكون فيها عدد السكان منخفض نسبياً ويكون مستوى النشاط التجاري والإقتصادي منخفض نسبياً وتقسّم إلى نوعين:

١. فروع ثابتة.

٢. فروع متحركة.

B. قنوات التوزيع الحديثة :**(١) وحدات الصراف الآلي :**

تقوم هذه الوحدات مزاولة الأعمال الروتينية مثل السحب والإيداع وطلب الكشوف او البيانات على مدى أربع وعشرين ساعة، والهدف من ذلك توفير الجهد والوقت على العملاء وعلى موظفي المصرف في الوقت نفسه.

(٢) تقديم الخدمة عبر الحاسب الآلي (منزل/مكتب) :

تقوم هذه الخدمة على أساس ربط جهاز الحاسب الآلي سواء في المنزل او مكان العمل مع الحاسب الآلي للمصرف، ويقوم هذا الحاسب بتسوية الحسابات مع حاسب المصرف وكما يلي:

١. دفع الفواتير التجارية من خلال تحويل الأموال من حساب العميل في المصرف إلى حساب المستفيد.
٢. حساب ضريبة الدخل وتسديدها.
٣. تخطيط أوجه الإنفاق من خلال إعداد كشوفات بمصروفات الاسرة او المكتب.

(٣) نقاط البيع الإلكترونية :

إن سعي المصارف لتلبية حاجات ورغبات العملاء وتنامي وعي هؤلاء وإدراكهم لأهمية الوقت و الاستفادة من مزايا النقد الإلكتروني ساهم في إنتشار نقاط البيع وتمثل هذه النقاط مرحلة متطورة من إستخدام تكنولوجيا الإتصالات والمعلومات لتسديد قيم المشتريات بإستخدام البطاقات المختلفة، وقد ساهمت هذه المنافذ بتوفير الخدمة على مدار ٢٤ ساعة وعلى مدار الاسبوع وبذلك تسهم في تحقيق درجة عالية من الرضا للعملاء.

(٤) الهاتف، الفاكس :

حيث يتم إجراء بعض العمليات المصرفية من عملية الإتصال بإستخدام أرقام سرية تعطى للعميل حيث يتم تحويل الأموال والحسابات بين المصارف والأفراد. او بين المشتري والبائع. ومع تطوير شبكات الإتصال الخلوية تم تطوير هذه العمليات من خلال الرسائل الإلكترونية التي تسهم في تحويل الأموال وتسديد الفواتير والإستعلام عن العمليات المصرفية.

(٥) الإنترنت :

إن تطور شبكات المعلومات الدولية وتطور عمليات التجارة الإلكترونية ساهم في تطور عمليات المبادلات عبر الشبكة المذكورة حيث يتم نشر معلومات تفصيلية عن المصرف وخدماته وشروط التعامل معه وآلية فتح الحسابات وتحويل الأموال وكيفية إستخدام البطاقات.

ثالثاً : - سياسة تغطية الأسواق :(١) التوزيع المكثف :

عندما يقوم المصرف بتقديم منتجاته لشريحة واسعة من العملاء فلا بد من أن يتناغم ذلك مع الأسواق المستهدفة، فإذا كان ذلك بهدف تغطية جوانب واسعة من السوق فلا بد من أن تراعي سياسة التوزيع وجود منافذ للبيع في معظم المناطق الجغرافية، ومن الجدير بالذكر هنا أن يراعي المصرف دقة انتشار الفروع والمنافذ بحيث يتم إيصال الخدمة إلى العملاء، فالأمر لا يتوقف على الزيادة في عدد الفروع بقدر ما يتوقف على فعاليتها في تغطية السوق فقد يكون لدى مصرف منافس عدد أقل من المنافذ ولكنه يحسن انتشارها. بالإضافة إلى قدرة المصرف على الإستغلال الأمثل لشبكة الإتصالات (طرق، هاتف و شبكة المعلومات).

(٢) التوزيع الإنتقائي :

عندما تستهدف سياسة المصرف شرائح معينة من العملاء تضع سياسة التوزيع المناسبة لذلك. فالمصرف لا يرغب هنا بتغطية جميع الأماكن الجغرافية وإنما يقوم بالتركيز على المدن الرئيسية (أحياء معينة) او المدن الصناعية بحيث يضمن توجه العملاء المستهدفون إلى منافذ التوزيع المناسبة.