



تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية ودورها في تنشيط التجارة المصرية

إعداد

د. محمد صلاح محمد غريب الكردي

مدرس الاقتصاد، كلية التجارة "بنين" جامعة الأزهر

pr.kordy@azhar.edu.eg

pr.kordy@gmail.com

المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية

كلية التجارة – جامعة دمياط

المجلد الرابع - العدد الأول – الجزء الرابع - يناير ٢٠٢٣

التوثيق المقترح وفقاً لنظام APA:

الكردي، محمد صلاح محمد غريب (٢٠٢٣). تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية ودورها في تنشيط التجارة المصرية. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة دمياط، ٤(١)، ١-٢٦.

رابط المجلة: <https://cfdj.journals.ekb.eg/>

تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية ودورها في تنشيط التجارة المصرية

د. محمد صلاح محمد غريب الكردي

ملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في ونمو التجارة في مصر، ومحاولة التعرف على أداء القطاع المصرفي في ظل المتغيرات المتلاحقة التي أحدثتها ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في العالم.

وقد شهد القطاع المصرفي في مختلف دول العالم تطورات مهمة في العقود الثلاث الأخيرة، وتمثلت هذه التطورات في صورة خدمات مصرفية إلكترونية تواكب عصر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث يقدم هذا القطاع خدمات مصرفية تلعب دورا مهما ومميزا في اقتصاديات الدول.

وجاءت مصر في طليعة الدول العربية التي عملت على إحداث تطورات مهمة وسريعة في القطاع المصرفي. وقد ساهم في ذلك قدرة القطاع المصرفي في استقطاب الموارد الاقتصادية وتوزيعها بكفاءة لتمويل التنمية الاقتصادية، بالإضافة إلى تسارع وتيرة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العقدين السابقين. ففي عام ١٩٩٩ أولت الحكومة المصرية اهتماما بالغا بتطوير الخدمات المصرفية من خلال تحويلها من خدمات تقليدية إلى خدمات إلكترونية تتماشى مع الثورة التكنولوجية المتسارعة في ظل العولمة.

وقد توصلت الدراسة الحالية إلى أن تطور أداء القطاع المصرفي المصري خلال العقدين السابقين، والتمثل في الخدمات المصرفية الإلكترونية، بما تمتلكه من أدوات ووسائل، أدى إلى تسريع وتسهيل ونمو التجارة المصرية، لاسيما التجارة الإلكترونية منها التي زادت بنحو ٣٠٪ خلال العام ٢٠٢٠، محققة عائدا يصل إلى ٤ مليارات دولار.

الكلمات المفتاحية: القطاع المصرفي – الخدمات المصرفية الإلكترونية – حركة التجارة.

١ - المقدمة:

يؤدي النظام المصرفي دوراً محورياً في الأنظمة الاقتصادية والمالية؛ لما له من تأثير إيجابي على التنمية الاقتصادية من خلال جذب المدخرات الكافية، وقدرة ذلك النظام على توزيع هذه المدخرات توزيعاً كفاً على الاستثمارات المختلفة. وقد عزز من ذلك توجه العالم المتزايد نحو العولمة بكافة أشكالها في العقود السابقة، مما عمل على حدوث تغييرات كبيرة في انتقال رؤوس الأموال وتنامي الاستثمارات لزوال الحواجز والقيود العالمية، كما ساعد على تسهيل التبادل التجاري نتيجة للاتفاقيات الاقتصادية، الأمر الذي ساهم في تنامي المنافسة في القطاع المصرفي كأحد قطاعات الخدمات.

وتعد الخدمات المصرفية أحد السمات المميزة للقرن الحادي والعشرين، حيث تلعب هذه الخدمات دوراً مهماً ومميزاً في اقتصاديات الدول، والتي تسعى المصارف من خلالها لتحقيق رضا العملاء الذين يمكنهم البقاء في السوق والوقوف في وجه المنافسة في ظل الخدمات التي تقدمها لهم تلك المصارف. وقد زادت أهمية الخدمات المصرفية مع بداية الانتقال إلى عصر المعرفة، كذلك ظهور التجارة الإلكترونية في ظل التوسع في استخدام تكنولوجيا المعلومات.

لم تكن مصر بعيدة عن تلك التغييرات، فقد نال قطاع الخدمات المصرفية حظاً وفيراً من الاهتمام، ومحاولات التحسين والتطوير لمواكبة كل جديد في النظام المصرفي، وذلك من خلال صدور بعض القرارات الوزارية؛ فمع بداية الألفية الجديدة ساهم القطاع المصرفي المصري في زيادة جذب التدفقات المالية، ومن ثم إعادة توزيعها لتمويل التنمية الاقتصادية، التي تحوذ اهتمامات المسؤولين والمحليلين في مصر.

من ثم يمكن القول إن البنك المركزي المصري أدرك أهمية دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير ورفع كفاءة ومنافسة القطاع المصرفي، فعمل على تطوير نظام الدفع وتكنولوجيا المعلومات في هذا القطاع بهدف تعزيز وسلامة واستقرار النظام المالي، والحد من المخاطر الائتمانية، وتحقيق عمليات مصرفية تواكب التقدم التكنولوجي. نتيجة لذلك أصبحت المعاملات التجارية تسير بصورة أكثر تلقائية وتنمو بمعدلات أكثر سرعة، من ثم تلبية رغبات الشركات والمستهلكين والمدراء في خفض تكلفة الخدمة، ورفع من كفاءتها والعمل على تسريع إيصال الخدمة.

أ - إشكالية الدراسة:

إن تسارع معدلات النمو السكاني وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي بين البشر على مستوى العالم يخلق المزيد من الحاجة إلى خدمات مصرفية تعتمد على وسائل تكنولوجية حديثة من شأنها تيسير ودفع حركة التجارة بأقصى قوة، بالتالي تكمن الإشكالية في معرفة مدى قدرة التطورات المتلاحقة في تكنولوجيا الاتصالات على تقديم حلول وخدمات مصرفية تزيد من تيسير وتسهيل وتنمية الأنشطة التجارية المتنوعة.

وبناء عليه تتركز إشكالية هذه الدراسة في محاولة الإجابة على التساؤل التالي:

"ما مدى تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية في مصر؟ وكيف ساهمت في وتنمية

التجارة فيها؟"

ويتفرع عن هذا التساؤل تساولين فرعيين؛ هما:

- (١) ما طبيعة العلاقة بين تطور الخدمات المصرفية والقطاع التجاري؟
 - (٢) ما مدى تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية في حركة التجارة في مصر؟
- ب- أهمية الدراسة:

بات من الضروري تحليل وتقييم الدور يؤديه النظام المصرفي في ظل التطورات المتلاحقة على مستوى أنماط الاستهلاك وطرق التبادل التجاري التي أصبحت تعتمد بشكل أساسي على الوسائل التكنولوجية الإلكترونية، وإبراز قدرة النظام المصرفي المصري على استغلال تلك الوسائل في أداء دوره المحوري في عملية التبادل التجاري.

ج- فرضية الدراسة:

تهدف الدراسة إلى اختبار الفرضية التالية:

" توجد علاقة إيجابية بين تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية ومعدل ونمو التجارة في مصر "

د- أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:

أولاً: التعرف على أداء الجهاز المصرفي المصري، إبان ما لحق به من تطورات وإعادة هيكلة ناتجة عن الاحتذاء بما يشهده العالم من تطور متلاحق في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

ثانياً: التعرف على دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تنشي ونمو التجارة التقليدية في مصر خلال فترات الأزمات.

هـ- الدراسات السابقة:

(١) دراسة (جهيدة، وبن عزة، ٢٠١٧)، تهدف الدراسة إلى معالجة موضوع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر من خلال إبراز سعي الدولة إلى تطوير الخدمات، وآليات عمل البنوك، من أجل مواكبة هذه التطورات الحاصلة، بما يتوافق وسلم التطور العالمي بدءاً من البنية التحتية لمنظومات شبكات الربط الواسعة، وصولاً إلى أرقى النظم المصرفية، وتوفير أفضل الخدمات للعملاء، من أجل تحقيق منافسة قوية وتحسين نوعية الخدمات.

(٢) دراسة (صيفي، ٢٠١٤)، هدفت هذه الدراسة إلى إبراز مدى مساهمة تطوير الخدمات المصرفية في زيادة القدرة التنافسية لدى البنوك، حيث حاولت هذه الدراسة توضيح مختلف الجوانب المتعلقة بالخدمات المصرفية، وأهميتها بالنسبة للاقتصاد، كما استعرضت الآليات التي تساعد على تطوير الخدمات المصرفية، ثم تطرقت إلى مناقشة القدرة التنافسية في البنوك، وأهم أنواعها ومصادرها وعواملها، ثم تبعت ذلك تناول مفهوم التنافسية وأنواعها وأهدافها، وأسباب التنافس، والاستراتيجيات التي يمكن للبنوك أن تتبناها.

(٣) دراسة (قاسيمي، ٢٠١٤)، هدفت الدراسة إلى التعرف على استفادة البنوك الجزائرية من الفرص التي تتيحها العولمة المالية وتجنب المخاطر التي ستنج عنها، وذلك من خلال تقييم قدرتها على مواجهة متطلبات العولمة المالية وتحدياتها، واقتراح التوجهات الملائمة التي تمكن البنوك من احتضانها. كما تهدف هذه الدراسة إلى توضيح أهم المدخلات لتحسين القدرة

التنافسية للبنوك الجزائرية. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: أن للعولمة المالية دور كبير في تحديث النظم المالية بالرغم من أثارها السلبية، الحث على إعادة هيكلة النظام المصرفي الجزائري وفق مراحل مدروسة بما تقتضيه الاتفاقيات الدولية، لاسيما اتفاقية بازل. كذلك تؤثر توجهات العملاء على تطوير الخدمات المصرفية من خلال شكل ونمط تقديم الخدمة.

٤) دراسة (مأمون، ٢٠١٢)، تهدف هذه الدراسة إلى تقديم تحليلاً لمفهوم التجارة الإلكترونية ومدى أهميتها، مع الإطلاع على كيفية الاعتماد بمخرجات الحاسب الآلي في مجال التعامل الإلكتروني، مثل: استخدام بطاقات الائتمان، والشيكات الإلكترونية.

٥) دراسة (عبد الرحمن، ٢٠١١: ٢)، هدفت الدراسة إلى معرفة طرق استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجهاز المصرفي المصري خلال الفترة (٢٠٠٥-٢٠١١) في ظل تطوير الجهاز المصرفي، وإعادة هيكلته، وقد تم اختيار عام ٢٠٠٥، حيث يعد هذا العام بداية لتنفيذ خطة البنك المركزي المصري لتطوير الجهاز المصرفي، وإعادة هيكلته وينتهي بدراسة تأثير تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على أداء البنوك في الجهاز المصرفي المصري. ولقد خلصت هذه الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها: أن لتطور الجهاز المصرفي النابع من تطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أثراً إيجابياً على تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية، ومن ثم على أداء البنوك في الجهاز المصرفي المصري.

٦) دراسة (العبدلي، ٢٠٠٥)، تهدف الدراسة إلى معرفة مدى أهمية ظاهرة التجارة الإلكترونية، وتقنية المعلومات والاتصالات على نواحي الحياة المعاصرة، لاسيما الجوانب الاقتصادية منها، مع التركيز على تحليل واقع الدول الإسلامية، أعضاء منظمة المؤتمر الإسلامي. ولقد ناقشت الدراسة أبرز التحديات والمعوقات التي تواجه هذه الدول في تطبيق تلك التقنيات، كما استعرضت أهم المجالات التي سوف تستفيد منها البلدان الإسلامية حال تطبيقها للتجارة الإلكترونية. هذا وقد أظهرت الدراسة الأهمية البالغة للثورة المعلوماتية وتطورها السريع، وأثارها المستقبلية المحتملة على إعادة تشكيل الهياكل الاقتصادية التقليدية. كما أشارت البيانات والإحصاءات الواردة في الدراسة إلى مدى تأخر الدول الإسلامية في جانب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وذلك من خلال استعراض المؤشرات ذات العلاقة بتقنية المعلومات والتجارة الإلكترونية عند مقارنة البلدان الإسلامية مع نظيراتها من الدول النامية، وكذا عند مقارنتها بالمعايير الدولية.

و- التعقيب على الدراسات السابقة، وتحديد الفجوة البحثية:

يرى الباحث أن معظم الدراسات السابقة ركزت على البحث في قدرة الأجهزة المصرفية على استيعاب وتطبيق الحلول التي أتاحتها التكنولوجيا الحديثة في مجال الاتصالات وشبكة الإنترنت في نطاق البلدان التي تمت فيها تلك البحوث، كما تطرقت بعض الدراسات إلى البحث في الآثار الاجتماعية الناتجة عن الاعتماد على التجارة الإلكترونية ووسائل الاتصال الحديثة؛ إلا أن جميع تلك الدراسات لم تغطي الفجوة البحثية؛ وهي البحث في كيف أن الاعتماد على الحلول والخدمات المصرفية الإلكترونية يمكن أن يؤثر على سرعة وتيسير العمليات التجارية من جهة، وزيادة حجم التبادل التجاري من جهة أخرى؟.

ز- خطة الدراسة:

تتكون هذه الدراسة من أربعة أقسام رئيسية؛ تمثل المقدمة القسم الأول، أما القسم الثاني فقد تم تخصيصه لعرض المدخل النظري لدور الخدمات المصرفية الإلكترونية في نمو القطاع التجاري، والذي يناقش فيه الباحث طبيعة العلاقة بين تطور الخدمات المصرفية في صورة خدمات مصرفية إلكترونية وبين القطاع التجاري بصفة عامة، حيث سيتناول الباحث تلك العلاقة من خلال نظرية تكلفة الفرصة البديلة ونظرية التنمية الاقتصادية. ويوضح القسم الثالث دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في حركة التجارة، وفيه يستعرض الباحث أهم هذه الخدمات التي ساعدت في وتنمية التجارة بصفة عامة. ويناقش الباحث في القسم الرابع أثر تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية في حركة التجارة المصرفية بصفة، والتجارة الإلكترونية بصفة خاصة حيث يتناول فيه الجهود المبذولة من قبل الدولة المصرية لتطوير النظام المصرفي نتيجة للتغيرات المتلاحقة في المجتمع المحيط، ثم يتناول أثر هذا التطور في الخدمات الإلكترونية على تنشيط وتنمية التجارة المصرية، لاسيما التجارة الإلكترونية منها. وفي النهاية تأتي نتائج التي توصلت إليها الدراسة ثم الخاتمة.

٢- المدخل النظري لدور الخدمات المصرفية الإلكترونية في نمو القطاع التجاري:

هناك علاقة خطية بين تطور الخدمات المصرفية في صورة خدمات مصرفية إلكترونية وبين القطاع التجاري؛ في كون الأولى تعتبر أحد عوامل الدفع الرئيس في وتنمية الثانية. ويظهر ذلك الوثلك التنمية في التجارة من خلال تقليل فترة رأس المال، ودخول سلع وخدمات متعددة في ذلك الميدان، الأمر الذي ساعد على إعطاء تكلفة لفرصة بديلة في الاستثمار داخل القطاع التجاري، دون الاستثمار في الودائع المصرفية. بالتالي تحقق هذه الخطوة نموًا في المؤسسة التجارية، ومن ثم زيادة عدد الدورات الرأسمالية. وفيما يتعلق بالتجارة الخارجية، نجد أن البنوك تدخل بخدماتها المصرفية سواء العادية أو الإلكترونية في تسريع وزيادة حجم الصادرات والواردات، من خلال ضمان المستثمر لدى الشركات التجارية عبر بنوكها، من ثم يساعد البنك في هذه العمليات، وفي نفس الوقت تنمية تجارة المستثمر المحلي في إعطاء فرص متعددة في الحصول على صفقات تجارية أخرى في المدى القريب. بناء على ذلك يوجد أساسين نظريين يتعلقان بموضوع الدراسة وهما: تكلفة الفرصة البديلة والتنمية الاقتصادية، وستتناولهما على النحو التالي:

أولاً: تكلفة الفرصة البديلة:

تحمل الحياة الإنسانية عدة خيارات سواء كانت معنوية أو مادية، إذ يختار الفرد ما يريد. فهل يتمسك بما هو متاح، أو يختار بديلاً عما هو متوافر؟ يقصد بتكلفة الفرصة البديلة: "مقدار تكلفة ترك المتاح مقابل التمسك بالبدائل الأخرى، بحيث يحقق هذا البديل أو تلك البدائل وفرة في التكلفة عند القيام بتنفيذها، إذ تعتبر عملية الاختيار في حد ذاتها عملية نسبية ونظرية" فعند استبدال قرار بقرار آخر منافس له أثناء التخطيط للمستقبل، يتم فقدان منافع القرار المضحي به نتيجة هذا القرار، ومن ثم تخسر المنشأة الفرصة التي يحققها ذلك البديل (العمار ٢٠١٦: ٢٢١-٢٢٢).

هذا ويزخر الأدب الاقتصادي بعدد من التعريفات لمفهوم التكلفة البديلة، وسوف نحاول في هذا المضمون استعراض أحدث هذه التعريفات كالتالي:

تعرف تكلفة الفرصة البديلة على أنها: "التضحية بالموارد الاقتصادي مقابل مورد اقتصادي آخر يحقق أفضل النتائج المستقبلية محققاً تنمية ذات صفة شمولية اجتماعية اقتصادية سياسية بشرية"

ويعتبر التعريف السابق هو أقرب التعريفات التي تعتمد عليها الدراسة الحالية في محاولة فهم طبيعة العلاقة بين تطور الخدمات المصرفية والقطاع التجاري. كذلك يعرف مفهوم تكلفة الفرصة البديلة أيضاً على أنه:

"اتخاذ القرار الأنسب باستخدام تكاليف تاريخية لا يفي بالغرض بشكل دقيق إلا عندما يعزز ذلك بمعلومات عن التكاليف المستقبلية"

كما يمكن تعريفها على أنها:

"القيمة النقدية لأحسن الفرص لتحقيق هدف معين وإنفاق مبلغ من النقود لتحقيق هذا الهدف"

من ثم يحقق مفهوم تكلفة الفرصة البديلة العلاقة بين الخدمات المصرفية الإلكترونية والقطاع التجاري من خلال عاملين أساسيين (Horngren et al, 2012 : 424):

العامل الأول: حماية المنشأة من تآكل القوة الشرائية للنقود من خلال استخدام التعاملات اللحظية التي توفرها الخدمات المصرفية الإلكترونية: إذ تعطي الخدمات المصرفية الإلكترونية المنشأة فرصة بديلة في تسريع عملياتها التجارية، بحيث يتم تحويل النقود بصورة لحظية، عوضاً عن صرف الشيك الذي يحتاج ٧ أيام في صرفه، وخلال هذه الفترة تتآكل القوة الشرائية لهذه النقود بفعل عوامل التضخم. بالتالي يتحقق تسريع في العمليات التجارية بصورة مباشرة من خلال توفير الوقت اللازم في تحصيل نقود البيع والشراء، أما الجانب غير المباشر فيتمثل في نمو المنشأة التجارية من خلال زيادة عدد دورات العمليات التجارية.

العامل الثاني: توفير السيولة للمنشأة التجارية في أسرع وقت: حيث توفر الخدمات المصرفية الإلكترونية فرصة بديلة للمنشأة في تحصيل وفرة في السيولة ناتجة عن تسريع عمليات البيع والشراء (Ahuja 2008 :477). فبمجرد كبسة زر يتم تحويل ثمن البضائع والخدمات من حساب المشتري إلى حساب المنشأة البائعة. بالتالي تتمكن هذه المنشأة في توفير السيولة التي تجعلها قادرة على تنفيذ عدد أكبر من الدورات الرأسمالية، ومن ثم ينتج عن هذا التسريع اللحظي للعمليات المصرفية نمواً في أرباح الشركة نتيجة لزيادة عدد الدورات المالية.

ثانياً: التنمية الاقتصادية والخدمات المصرفية:

هناك العديد من الدراسات التي تؤكد على أهمية دور النظام المالي المتطور في التنمية الاقتصادية (خلف، ص ١٨٢ - ١٨٣)، والأساس النظري لهذه العلاقة يعود إلى الاقتصادي "شومبيتر" (Schumpeter, 1911)، الذي يرى أن الخدمات التي تقدم من قبل مؤسسات الوساطة المالية؛ والتي تتلخص في جذب المدخرات وتوجيهها إلى الاستثمارات الإنتاجية وإلى إقامة المشروعات، وإدارة المخاطر، ومراقبة المديرين، وتسهيل عملية التبادل، ما هي إلا خدمات مهمة لتشجيع التنمية الاقتصادية.

بالمثل أوضح "باتريك" (Patrick, 1966:174- 189) بأن هناك علاقة تبادلية بين التطور المالي والنمو الاقتصادي، وأن هذه العلاقة تتغير عبر الزمن نتيجة لمرحلة التطور الاقتصادي للدولة. فالنمو الاقتصادي يحث على التوسع في النظام المالي، لهذا فإن ضعف هذا النظام ما هو إلا انعكاس لقلة الطلب على الخدمات المالية، ولكن عندما يتطور الجانب الحقيقي من الاقتصاد فسوف يزيد الطلب على الخدمات المالية المختلفة، التي يتم توفيرها من جانب المؤسسات المالية الوسيطة. نتيجة لذلك يلاحظ أن النمو الاقتصادي هو الحافز على التطور المالي، من ثم فإن التوسع في النظام المالي يدفع في اتجاه الطلب على الخدمات المالية، لاسيما الخدمات المصرفية. بمعنى آخر، أنه في المراحل اللاحقة من التطور الاقتصادي فإن النظام المالي هو الذي يحفز النمو الاقتصادي عندما تكون الخدمات المالية متوفرة بصورة واسعة نسبياً في الاقتصاد، لاسيما الخدمات المصرفية منها.

هذا ولقد كشف "جولدسميث" (Goldsmith, 1969) عن وجود علاقة موجبة بين التطور المالي ومستوى نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي، وأوضح ذلك في أن الهيكل المالي في الاقتصاد يسرع من وتيرة نمو الاقتصاد، ويحسن من الكفاءة الاقتصادية إلى المدى الذي يسهل هجرة الأموال إلى خزائن المستخدمين، أي أن الأموال تعطي أعلى عائد اجتماعي.

ولقد أشار كلا من "ماكينون" و"شاو" (Mackinnon & Shaw, 1973) إلى آلية تأثير التطور المالي في النمو الاقتصادي، من خلال تدخل الحكومة في النظام المالي، هذا التدخل يساعد بدوره على ما يسمى الكبح المالي Financial Repression، أي: أن التدخل الحكومي في هذا النظام يساعد على تثبيط النمو الاقتصادي، حيث تنخفض أسعار الفائدة الحقيقية. كما أن سقوط أسعار الفائدة، ونسب الاحتياطي القانوني المرتفعة، وبرامج الائتمان الموجهة ما هي إلا مصادر للكبح المالي، مما يعزز من خفض المدخرات، من ثم خفض الائتمان ومنه إلى انخفاض الاستثمار، مما يؤدي إلى تحقيق معدلات نمو اقتصادية منخفضة. وبناء على ذلك فقد أكد كلا من "ماكينون" و"شاو" على أهمية التحرير المالي Financial Liberalization في الاقتصادات التي تعاني من الكبح المالي، من أجل تحقيق تنمية في الإدخارات والاستثمارات العالية، من ثم تسريع عجلة التنمية الاقتصادية.

كذلك أشارت نتائج كلا من "كينج" و"ليفين" (King & Levine, 1993) إلى أن الأنظمة المالية المتطورة تحسن من احتمالية نجاح الابتكار وتسريع النمو الاقتصادي. علاوة على أن تدهور هذه الأنظمة يقلل من معدل النمو الاقتصادي عن طريق تقليل معدل الابتكار، بالتالي فإن الأنظمة المالية المتطورة ذات شأن عظيم في الإنتاجية والنمو والتنمية الاقتصادية.

وقد توصل كلا من "راجان" و"زنجاليز" (Rajan & Zingales, 1998) إلى أن النظام المالي المتطور يخفض من تكلفة التمويل الخارجي للشركات، كما أن لهذا التطور تأثيراً قوياً على معدل النمو الاقتصادي. بالإضافة إلى ذلك فقد وجد أن القطاعات الصناعية – والتي تحتاج إلى تمويل خارجي- تنمو بشكل غير متكافئ، وبوتيرة أسرع في الاقتصادات التي تعتمد على أنظمة مالية متطورة.

٣- دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تنمية التجارة:

ساهمت التكنولوجيا بما فيها الإعلام الآلي، والاتصال، والبرامجيات التي سادت خلال سبعينيات القرن الماضي في تطوير اندماج الأسواق الدولية وتسارع حركة التجارة فيما بينها، حيث شوهد انخفاضا ملحوظا في تكلفة النقل والاتصالات. وقد ساعد ذلك على تسريع وتسهيل حركة التجارة، حيث تمكنت مليارات العملات أن تتجاوز الحدود في دقائق معدودة بفضل ذلك التطور التكنولوجي، الذي زاد من سيولة جميع الأسواق التجارية وسهولة تدفق رؤوس الأموال (قاسيمي، ٢٠١٥: ٣٥). ومما لا شك فيه أن ما يشهده العالم اليوم من تقدم في العلوم المختلفة ومن اكتشافات معرفية لاسيما فيما حدث (ويحدث) من تقدم في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يعد بالفعل تقدما عمليا، وإنجازا حضاريا يحسب في تاريخ الإنسانية. حيث أصبح العالم الفسيح المترامي الأطراف قرية كونية صغيرة تتناقل فيها المعلومات بسرعة فائقة عبر شبكة الإنترنت من خلال وسائلها عبر الكمبيوتر والهواتف المحمولة فائقة الذكاء، مما ساعد في تنشيط ونمو حجم التبادل التجاري محليا ودوليا، وأضحى العالم والأفراد في سوق إلكترونية تنافسية واسعة من مختلف السلع والخدمات، وأصبحت مجالا خصبا أمام الدول للإفادة منها، ليس فقط كوسيلة حديثة، بل كوسيلة من وسائل الدفع والتنشيط لحجم تجارتها الداخلية والخارجية، وتحقيق معدلات نمو أعلى في اقتصادياتها.

لقد أصبحت التجارة الإلكترونية بالنسبة لدول العالم ضرورة ملحة، ومطلبا تنمويا لزيادة إسهاماتها في التجارة المحلية والدولية على حد سواء، كما تساهم في تطوير قطاعها الإنتاجية المحلية والتسويقية وتوفر فرص واسعة لرفع النمو الاقتصادي في هذه الدول. وتعتبر الخدمات المصرفية الإلكترونية من أهم وسائل الدفع التي تساهم في تنشيط مثل هذه التجارة الإلكترونية. فهي (أي: الخدمات المصرفية الإلكترونية) تعمل على تذليل العقبات التي تواجه استخدام تكنولوجيا المعلومات، وتعتبر المصرفية الإلكترونية هي أحد المتطلبات الضرورية من البنى التكنولوجية التحتية، يليها التنظيمات والتشريعات المتعلقة بتطبيق التجارة الإلكترونية المحلية والدولية (العبدلي، ٢٠٠٥: ٥-٧).

لقد أكدت العديد من الدراسات على أن الأفراد يفضلون الخدمات المصرفية الإلكترونية عن الذهاب لفروع البنك. وتم التأكد من ذلك في دراسة سوقية عام ١٩٩٠ في الولايات المتحدة الأمريكية تقول أن ٣٧٪ من الأفراد والشركات يستخدمون ماكينات الصراف الآلي ليحصلوا على النقود بدلا من الذهاب لفروع البنوك للقيام بالسحب. كما وجد أن حوالي ٤٠٪ من الأفراد يشكون من طول الطوابير الموجودة داخل البنوك، وحوالي ٤٠٪ وجدوا أنه ليس من المجدي الذهاب إلى البنك بسبب قصر ساعات العمل، وأن حوالي ٢٧٪ تمنوا ارتفاع الخدمات التي يمكن اتمامها من خلال الهاتف. لذلك وجب على البنوك في كافة أنحاء العالم توفير مزيد من العلاقات المباشرة مع العملاء، الأمر الذي انعكس بالضرورة في تسريع وتنشيط التجارة بصورة أكبر (عبد الرحمن، ٢٠٠٦، ٢٠١١). وفيما يلي عدد من الخدمات المصرفية الإلكترونية التي ساهمت في تنشيط وتنمية حركة التجارة:

أ- الخدمات المصرفية عبر المحمول Mobile Banking:

في عام ١٩٨٠ تم تطبيق نظام الخدمات المصرفية عبر التليفون Phone Banking لأول مرة بواسطة بنك "United America" بولاية "تينيسي" الأمريكية. وهي إحدى الخدمات المصرفية الحديثة التي تقدمها المؤسسات المالية لتزويد عملاءها بخدمات مصرفية أوتوماتيكية عبر الهواتف. وكانت هذه الخدمة، في ذلك الوقت، من أسرع الطرق للاتصال وتوصيل الخدمات، حيث يمكن للفرد أو المنشأة التجارية أن تتعامل مباشرة مع جهاز آلي لدى البنك. وكانت هذه الخدمة تستخدم في الاستعلامات، ودفع الفواتير وتحويل الأموال من حساب لآخر، كما ساعدت كثيرا في نقل المعاملات الروتينية إلى خارج فروع البنك. وامتازت هذه الخدمة بأنها كانت متاحة على مدار ٢٤ ساعة يوميا. كما امتازت هذه الخدمة بتخفيض تكاليف الذهاب للبنك، مع عدم وجود تكاليف إضافية، كذلك انخفاض تكاليفها بالنسبة للمؤسسات المالية (طه، ٢٠٠٣).

مع انتشار وتوسع الأفراد في استخدام الهاتف المحمول، وذلك في ظل تطوره المستمر ليصبح هاتفا يملك قدرات الكمبيوتر من حيث وجود برامج وتطبيقات إلكترونية تستطيع تنفيذ خدمات لحظية، لم يعد هناك حاجة لاستخدام التليفون العادي في الخدمات التجارية، إذ اقتصر استخدامه في حالات عادية استثنائية للغاية، أو ربما لم يعد يستخدم بصورة نهائية في الكثير من المؤسسات والمنشآت التجارية. ولقد كانت الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول تعمل جنبا إلى جنب مع الخدمات المصرفية عبر التليفون العادي، وتعتمد الخدمة المصرفية عبر الهواتف الذكية على إقامة قناة اتصال مباشرة بين البنك والعميل، كما تسمح للعميل الإتصال بحسابه المصرفي وإجراء المعاملات المصرفية المختلفة مثل: دفع الفواتير، وشراء ومعرفة أسعار الأسهم والسندات، والتأكد من الأرصدة المصرفية، وتحويل الأموال، ومعرفة أسعار العملات الأجنبية، وإرسال تحذيرات وإخطارات مهمة للعملاء. وقد لحقت بهذه الخدمة المصرفية تطورات كبيرة في الآونة الأخيرة، تتمثل في إنشاء محفظة إلكترونية عبر الهاتف Phone Wallet، يتمكن الفرد من خلالها أن يسوي مدفوعاته، أو شراء بضاعته أو بيعها واستلام ثمنها بصورة لحظية في أي مكان أو زمان. وتعتمد هذه الخدمة على أن يكون العميل يمتلك حسابا مصرفيا داخل البنك، الذي يقوم بربط تلك الخدمة بهذا الحساب. وهناك بعض البنوك التي تقدم خدمة محفظة الهاتف النقال عبر شركات الاتصالات الخاصة، بحيث تصبح الخدمة أسرع وأقل تكلفة لجميع الأفراد، خصوصا أولئك الذين لا يملكون حسابات مصرفية داخل البنوك، كما هو الحال مع خدمة "Vodafone Cash" و "Orange Cash" في مصر. فقيما يتعلق بشركة فودافون، يقوم بنك الإسكندرية بتوفير هذه الخدمة عبر شركة فودافون، والتي يشترك فيها عدد ضخم من عملاء الشركة. كما توفر المحفظة الإلكترونية حاليا خدمة الإيداع على محفظة الهاتف عن طريق بطاقة مصرفية مجانية، يتم توفرها على التطبيقات الإلكترونية لدى البنوك أو عبر شركات الاتصالات الخاصة التي تقوم بهذه الخدمة نيابة عن البنك.

ب- الخدمات المصرفية عبر شبكة الإنترنت Internet Banking :

لقد اتاح انتشار الإنترنت خدمات مصرفية منزلية Home Banking، وبذلك اتجهت البنوك نحو التوسع في إنشاء مقر لها على الإنترنت، بدلا من إنشاء مقرات ومباني جديدة، حتى يستطيع

العميل أن يصل إلى الفرع الإلكتروني بطريقة أسهل. وتعد الولايات المتحدة الأمريكية رائدة في مجالات استخدام الإنترنت، وقد بدأت تغزو الخدمات المصرفية عبر الإنترنت منذ منتصف التسعينيات. ويعتبر بنك "سيكيوريتي فيرست نتورك"، أول بنك أمريكي في عام ١٩٥٥ يعمل عبر الإنترنت. في هذا الصدد فإن الخدمات المصرفية المقدمة من خلال الإنترنت تشتمل على ما يلي (النشرة الاقتصادية لبنك الاسكندرية، ٢٠٠١):

- ١) دفع العملاء للكمبيالات إلكترونياً.
- ٢) كيفية إدارة المحافظ المالية من أسهم وسندات للعملاء.
- ٣) وسيلة تحويل الأموال بين الحسابات المختلفة.
- ٤) دفع الفواتير.
- ٥) عرض كشوف الحسابات.
- ٦) مقابلة العملاء لموظفي البنك من خلال منصات توفرها المواقع الإلكترونية لدى البنوك.

ج- تحويل الأموال الإلكتروني Electronic Funds Transfer :

تعتبر صناعة تحويل الأموال صناعة معقدة إلى حد كبير، حيث تضم مجموعة كبيرة من الجهات الفاعلة الرسمية وغير الرسمية، والتي تستخدم تكنولوجيا وبنية أساسية مؤسسية تتغير سريعاً للتأثير على المعاملات لمختلف العملاء. فبالإضافة إلى التحويلات المرسله من شخص إلى آخر، يمكن أن تشغل الجهات المقدمة للخدمات المالية أنواعاً أخرى لتحويلات الأموال. وتشمل المعاملات التي تتم بين مؤسسات الأعمال، مثل: دفع الفواتير، وتدفقات الأموال من مؤسسات الأعمال إلى الأشخاص، مثل: دفع الرواتب، وتحويلات الأموال من الحكومة إلى الأفراد، مثل: مدفوعات المعاشات التقاعدية والإعانات الاجتماعية. وتسيطر شركات تحويل الأموال الكبيرة والمتخصصة على السوق الضخمة لتحويلات الأموال من شخص إلى شخص آخر، ومن بين هذه الشركات: "ويسترن يونيون Western Union"، و"مانيجرام ManeyGram"، ومؤسسة "Vigo". وينقسم باقي سوق تحويلات الأموال الرسمي بين البنوك التجارية، ومكاتب البريد، ومكاتب النقد الأجنبي، والإتحادات الائتمانية، والشركات البارزة في مجال تحويل الأموال، بالإضافة لجهات فاعلة مختلفة تهيمن على أسواق معينة (إيسرن وآخرون، ٢٠٠٥).

وهناك تحويلات إلكترونية للأموال عند نقاط البيع، وهو عبارة عن خدمة يتم من خلالها دفع قيم السلع والخدمات عند نقاط البيع، حيث يتم وضع طرفيات Terminals في المحلات التجارية تكون على اتصال بشبكة البنوك، ويتم من خلالها سداد فواتير الشراء إلكترونياً باستخدام كروت الدفع. وقد ظهرت خدمة نقاط البيع في وقت لاحق على ظهور أجهزة الصراف الآلي، وتلقت مزيداً من القبول من قبل الزبائن والتجار. وتتمثل فوائد "EFTPOS" للمؤسسات المالية في الفرص الضخمة لتوليد عوائد العمولة، كما ساعد الانتشار الواسع لهذه التكنولوجيا في خفض كمية الشيكات، التي يجب على المؤسسات أن تصدرها بصورة يومية، كما يستفيد منها تجار التجزئة، نتيجة لتخفيض تكاليف معاملات الشيكات، وانخفاض كمية الشيكات غير القابلة للصراف، وتوفير وسيلة أفضل للإدارة المركزية للسيطرة على المدفوعات وزيادة إنتاجيتها. كذلك تقدم هذه الخدمة فوائد للمستهلكين تتمثل في: انخفاض المشاكل الأمنية من حمل كمية نقود أقل، مع إتمام أسرع وأفضل للمعاملات، وإمكانية مراقبة المستهلك لحسابه مع كل عملية يقوم بها (طه، ٢٠٠٣).

د- أدوات الدفع الإلكترونية: Electronic Tools of Payment

في خمسينيات القرن الماضي، ظهرت البطاقة المصرفية في صورة صفحات مزدوجة، حيث يبقى الزبون نسخة لدى التاجر، وتحتفظ النسخة الأخرى داخل البنك. وقد تم اعتمادها من قبل المشاريع التجارية الكبرى؛ مثل: شركات النفط في الولايات المتحدة الأمريكية، بهدف جذب العملاء، وذلك بمنحهم تسهيلات في الدفع لدى شرائهم السلعة. وكان استعمال البطاقات محصوراً على فروع مؤسسة الإصدار. في عام ١٩٤٩، اعتمدت المؤسسات المالية الأمريكية "Diners Club"، وكذا "American Express" في عام ١٩٥٨، إصدار بطاقات خدمية خاصة من أجل الدفع بواسطتها في الفنادق ووسائل النقل، وبعض المرافق الأخرى، ثم بدأت البنوك بإصدار كروت الدفع في أمريكا في عام ١٩٥٩، ويعتبر "Bank Of America" الأعرق في هذا المجال. ثم ظهرت بعد ذلك البطاقة المصرفية في فرنسا عام ١٩٦٧، وقد لاقت رواجاً كبيراً في فرنسا، ثم باقي الدول الأوروبية، ومنها لباقي دول العالم. ومن أشهر المؤسسات العالمية لإصدار كروت الدفع اليوم هي مؤسسة "فيزا Visa" العالمية، و"ماستر كارد Master Card"، و"إكسبريس Express". ويمكن حصر أهم أنواع البطاقات المصرفية كما يلي (القضمانى، ٢٠٠٢):

(١) بطاقات الائتمان: لقد شهد العالم من أوائل السبعينات دخول العديد من البطاقات البلاستيكية إلى النشاط المصرفي، وزاد من أهميتها وتعدادها بتطور التجارة الدولية، وتطور وسائل الدفع الإلكترونية، ونمو حجم التجارة الإلكترونية. وبطاقة الائتمان عبارة عن بطاقة بلاستيكية شخصية صغيرة الحجم، تصدرها البنوك أو منشآت التمويل الدولية تمنح للأشخاص ذوي حسابات مصرفية، والتي بموجبها يستطيع المتعاملين الحاملين لها الحصول على ائتمان أو ائتمانات مجانية متفق عليها مع البنك، بحيث يقوم هؤلاء العملاء بسدادها بعد فترة. ويطلق لفظ بطاقة ائتمان واعتماد على هكذا بطاقات. وهذه البطاقة فضلاً عن كونها أداة للوفاء أو الدفع مثل: بطاقة ضمان الشيك، إلا أنها تمنح حاملها ائتماناً مصرفياً قصيراً الأجل، ولهذا يطلق عليها مصطلح "بطاقة الائتمان". وهناك عدة أنواع للبطاقة الائتمانية؛ فمن هذه الأنواع ما يكون بحسب المزايا التي تمنح لحاملها، وهي نوعان: البطاقة العادية أو الفضية، وهي ذات حدود ائتمانية منخفضة نسبياً، وتمنح لأغلب العملاء، بحيث تلبى جميع أنواع الخدمات المقدمة كالشراء من التجار والسحب النقدي من المصارف وأجهزة السحب الآلي. والبطاقة الذهبية، والتي تتمكن من تنفيذ عمليات ائتمانية عالية لدى بعض المنظمات راعية البطاقة مثل: (Visa)، أو ائتماناً غير محدود بسقف معين لدى البعض مثل: "أميركا إكسبريس America Express"، وتصدر للعملاء ذوي القدرة المالية العالية، علاوة على أن حاملها يتمتع ببعض المزايا الإضافية المجانية مثل: التأمين ضد الحوادث، والحصول على استشارات طبية وقانونية، وتوصيل الرسائل إلى جميع أنحاء العالم، وأسبقية الحجز في الفنادق وشركات الطيران. أما أنواع البطاقات بحسب الاستخدام، فيوجد نوعان؛ يتمثل النوع الأول منها في بطاقات الائتمان العادية، وهي النوع الأغلب، ويستخدم في الشراء من التجار، والحصول على الخدمات، والسحب النقدي من أجهزة السحب الآلي أو من المصارف المشتركة في عضوية البطاقة. أما النوع الثاني؛ فيتمثل في: بطاقة السحب النقدي الإلكتروني، وتستخدم فقط في عملية سحب النقود إما من أجهزة الصرف الآلي الدولية، أو في الأجهزة القارئة للشريط المغناطيسي المزود بها المصارف المشتركة في عضوية البطاقة. وإلى جانب ذلك هناك، وعلى نطاق مستقبلي، البطاقة المحلية؛ والتي يقتصر استخدامها داخل حدود الوطن في

- البنك المصدر للبطاقة وبالعملة المحلية، أما النوع الآخر، وهو الأكثر انتشاراً، يستخدم في جميع أنحاء العالم وبكل العملات. وهناك بطاقات تصدر بحسب الجهة المصدرة لها، إذ تختص البنوك في هذا النوع من البطاقات في إصدار بطاقة ضمان الشيك، وهي بطاقات تصدرها البنوك لعملائها، من أجل تقديمها عند دفع مستحقاتهم بشيكات مسحوبة على البنك، لتأكيد أن الشيك ستصرف قيمته عند تقديمه للبنك (وسائل الدفع الإلكتروني).
- (٢) البطاقة الذكية: وهي بطاقة بلاستيكية تضم شريحة إلكترونية ذات سعة تخزينية للبيانات أكبر بكثير من تلك التي تستوعبها البطاقات ذات الشرائط المغنطة، حيث يتم بواسطتها تخزين جميع البيانات الخاصة بالعميل. ويتميز هذا النوع من البطاقات بعدة عناصر للحماية ضد عمليات التزوير، وسوء الاستخدام من جانب الغير في حالة سرقتها، أو محاولة تقليدها. ومن أهم هذه العناصر نوع اللدائن المستخدمة، والشريط المغنط، والصور الفوتوغرافية للعميل، والرقم السري، وعدم القدرة على فتح الغطاء الخارجي لها. تستخدم البطاقة الذكية في أجهزة الصراف الآلي ونقاط البيع، حيث يمكن لحاملها استخدامها في تحويل الأرصدة، وسداد الفواتير، وشراء المنتجات والسحب النقدي، كما تستخدم البطاقة الذكية في تأمين إجراء التحويلات المالية عبر الإنترنت.
- (٣) النقود الإلكترونية: لم يستطع الاقتصاديون التوصل لتعريف محدد للنقود الإلكترونية، غير أنهم اتفقوا على خصائصها المتمثلة في صورتين؛ تظهر الصورة الأولى في البطاقات السابقة الدفع المعدة للاستخدام في أغراض متعددة، ويطلق عليها أيضاً تعبير "البطاقات مخترنة القيمة" أو "محفظة النقود الإلكترونية". أما الصورة الثانية؛ فتتمثل في آليات الدفع مخترنة القيمة أو سابقة الدفع، التي تمكن من إجراء مدفوعات، من خلال استخدام الحساب الآلي المفتوح خاصة بالإنترنت، والتي يطلق عليها أحياناً نقود الشبكة أو نقود السائلة الرقمية (Digital Cash). وللحصول على النقد الإلكتروني يذهب العميل شخصياً لفتح حساب في البنك، مع الإدلاء ببعض البيانات الشخصية. وعندما يريد العميل أن يسحب النقود الإلكترونية للقيام بعملية شراء، فإنه يدخل إلى البنك من خلال شبكة الإنترنت، أو شبكة الاتصالات اللاسلكية، ويقدم دليل شخصيته، والتي تكون عادة شهادة رقمية (التوقيع الإلكتروني) التي تصدرها سلطات الاعتماد، وبعد تحقق البنك من شخصية العميل، يقوم البنك بإصدار المبلغ الخاص للعميل من النقد الإلكتروني، ويخصم نفس المبلغ من حسابه (عبد الرحمن، ٢٠٠٦، ٥-٦).
- (٤) المحفظة الإلكترونية Electronic Wallets: هي عبارة عن أدوات وأجزاء صلبة، أو برامج قيمة مخترنة، يمكن تحميلها بقيمة محددة. والمحفظة الإلكترونية تتخذ في خدماتها نفس خصائص المحفظة المادية الشخصية لدى الأفراد، حيث تتخذ المحفظة الإلكترونية عدة أشكال؛ فقد تكون عبارة عن: بطاقة بلاستيكية أو قرصاً مرناً، يمكن إدخاله في فتحة القرن المرن في جهاز الكمبيوتر الشخصي. ويمكن استخدامها للدفع عبر الأسواق الإلكترونية، أو عبر شبكة الإنترنت وحتى في الأسواق التقليدية، والتي تستعمل طبقاً لأنظمة الدفع الإلكتروني. كما تخزن المحفظة الإلكترونية معلومات الشحن والفواتير الشاملة، وأسماء المستهلكين... إلخ. والمحافظ الإلكترونية مفيدة بصفة عامة، فهي توفر قدراً كبيراً من الوقت، كما توفر إمكانيات تسويق العمليات التجارية بأكبر قدر، وتمنح إمكانية التسويق الإلكتروني، بالإضافة إلى أنه يمكن إجراء أكثر من عملية دفع ببطاقة إلكترونية واحدة مما يساعد على توفير الجهد والمال.

- (٥) الشيك الإلكتروني: الشيك الإلكتروني مثل الشيك التقليدي؛ فهو أمر بالدفع من الساحب إلى المسحوب عليه لدفع مبلغ إلى المستفيد أو حامله، غير أنه يختلف عنه في أنه يرسل إلكترونياً عبر الإنترنت. فبعد أن يستلم المستفيد الشيك يرسله إلى البنك ليتم تحويل المبلغ لفائدته، ثم يعيده إلى المستفيد، مؤكداً له عملية التحويل. والشيك الإلكتروني عبارة عن رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة، يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله)، ليعتمده للبنك الذي يعمل عبر الإنترنت أو شبكات الاتصال الأخرى، حيث يقوم البنك أولاً بتحويل قيمة الشيك النقدية إلى حساب الشيك، وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك أو إعادته إلكترونياً إلى مستلم الشيك، ليكون دليلاً على أنه قد تم صرف الشيك بالفعل. كما يمكن لمستلم الشيك أن يتأكد إلكترونياً من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه. وقد تبنت عدة بنوك فكرة بناء مواصفات قياسية للشبكات الرقمية من أهمها: "سيتي بنك City Bank"، و"بنك بوسطن Boston Bank"، وذلك لأهمية هذا النوع من الشيكات في تيسير العمل وتسريع وتنشيط حركة التجارة (وسائل الدفع الإلكتروني).
- (٦) ماكينات الصراف الآلي ATM: ظهرت ماكينات الصراف الآلي في الولايات المتحدة الأمريكية في أواخر الستينيات، ويرجع الفضل في ظهورها إلى شركات "تكساس دوكتيل Texas Corporation Docutel" المكون الأساسي لماكينات التعريف والتمييز. ولقد انتهت ريادة ماكينات "دوكتيل" في السوق عام ١٩٧٦، حيث انتقلت تلك الريادة في إنتاج الماكينات إلى "Diebold" و"IBM"، مما جعل ماكينات "دوكتيل" في المستوى الثالث في السوق بدلاً من الريادة (J. Essinger, 1992). هذا ولقد أصبحت الريادة في وقتنا الحالي في إنتاج ماكينات الصراف الآلي لدى مؤسسة "NCR" التي بدأت في إنتاجها من عام ١٩٧٠. وتتولى آلات الصراف الآلي (ATM) بتنفيذ العديد من المهام مثل: توفير معلومات الحساب، وقبول الإيداعات، وسحب القروض التي تمت الموافقة عليها من قبل، فضلاً عن تحويل الأموال. ويزيح استخدام آلات الصراف الآلي عن كاهل الموظفين المسؤولين عن القروض عناء الاهتمام بالخدمات الشخصية، وفي نفس الوقت يمكن لهذه الماكينات تقديم مجموعة واسعة النطاق من الخدمات. وتعتبر آلات الصراف الآلي أكثر فعالية بالنسبة لمؤسسات التمويل صغير الحجم، والتي تقبل المدخرات، وتنشر خدمة العملاء في عدة أماكن و/أو أثناء الساعات خارج دوام العمل. لكن نظراً لتكلفة الآلة الواحدة (والتي قد تصل إلى ٣٥ ألف دولار أمريكي حالياً)، وفضلاً عن ضرورة وجود شبكات اتصالات وكهرباء يمكن الاعتماد عليها، لذلك قد لا تكون تقنية ماكينات الصراف الآلي هي الخيار الأمثل بالنسبة لكافة مؤسسات التمويل الصغيرة (المجموعة الاستشارية لمساعدة الفقراء).

٤- أثر تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية في حركة التجارة المصرية:

أ- تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية في مصر:

اهتمت الدولة المصرية بتطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والذي تبلور منذ عام ١٩٩٩ في إنشاء وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، والتي سرعان ما قامت بوضع خطة قومية للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات. وأسست مشروعات ومبادرات لتطوير البنية التحتية للاتصالات، وانتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتصل لجميع المواطنين، وتقديم برامج تدريبية لتنمية القدرات والكفاءات التكنولوجية، للوصول لمزيد من الابتكارات. كما قامت الحكومة

بإصدار قوانين لتنظيم العمليات الإلكترونية وإضفاء الشرعية القانونية عليها لتشجيع المواطنين على استخدامها؛ مثل: قانون التوقيع الإلكتروني، وحماية الملكية الفكرية، ومشروع قانون التجارة الإلكترونية.

وقد أدرك البنك المركزي المصري أهمية دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير ورفع كفاءة وتنافسية القطاع المصرفي، فعمل على تطوير نظم الدفع وتكنولوجيا المعلومات، بهدف تعزيز سلامة واستقرار النظام المالي، والحد من المخاطر الائتمانية، وزيادة السرعة في تحقيق المصداقية والسرية في تسويات المدفوعات. كما شجع البنك المركزي على تطوير وتقديم العمليات المصرفية الإلكترونية بما يواكب التقدم التكنولوجي، والتي تشمل على تقديم الخدمات التقليدية أو المبتكرة من خلال شبكات الإتصال الإلكترونية. وأقر البنك المركزي عام ٢٠٠٢ الضوابط التي تنظم الخدمات المصرفية عن طريق الهاتف المحمول، ويقوم البنك المركزي بتحديث الضوابط الخاصة بالخدمات عبر الإنترنت للحد من المخاطر التي قد تتعرض لها البنوك (عبد الرحمن ٢٠١١، ص ٢-٤).

وحتى يستطيع البنك المركزي المصري تحقيق هدف مواكبة العالم في الخدمات المصرفية الإلكترونية، قام بوضع خطة لتطوير الجهاز المصرفي في ٢٠٠٤ تنتهي بحلول عام ٢٠٠٨؛ تتكون من أربعة محاور أساسية تتمثل في: الإدماجات والخصخصة في القطاع المصرفي، وإعادة هيكلة البنوك العامة ماليا وإداريا، وحل مشكلة الديون المتعثرة، وتطوير قطاع الرقابة والإشراف بالبنك المركزي.

وفيما يتعلق بالمحور الأول فقد قام البنك بعمليات دمج طوعي وجبري بين عدد من البنوك أدت إلى انخفاض عدد البنوك العاملة في مصر من ٥٧ بنكا في نهاية ديسمبر ٢٠٠٤ إلى ٣٩ بنكا في نهاية ديسمبر ٢٠٠٨. وفي إطار المحور الثاني؛ فقد تم إعادة هيكلة البنوك العامة بتنفيذ خطة شاملة محددة التواريخ لتطوير كافة الإدارات والنظم التكنولوجية، واستحداث إدارات جديدة، خاصة بإدارة المخاطر والنظم التكنولوجية والموارد البشرية (التقارير السنوية للبنك المركزي المصري، عامي ٢٠٠٢-٢٠٠٤).

وبالنسبة للمحور الثالث والخاص بمعالجة الديون المتعثرة؛ فقد تم عمل تسويات لأكثر من ٩٠٪ منها، عن طريق استحداث أساليب وطرق جديدة. كما تم إنشاء وإدارة قاعدة بيانات للعملاء المتعثرين بالقطاع العام والخاص بالجهاز المصرفي. وتقوم وحدة الديون المتعثرة بتحديث وتحليل البيانات شهريا. أما في مجال تطوير قطاع الرقابة والإشراف، فقد تم وضع برنامج استهدف رفع كفاءة القطاع من خلال الاستفادة من أفضل الممارسات العالمية، وتطبيق مفهوم الرقابة بالمخاطر، لضمان قوة وسلامة القطاع المصرفي. كما تم رفع كفاءة الكوادر البشرية والارتقاء بمستوى نظم إدارة المعلومات للحصول على معلومات دقيقة بالسرعة المطلوبة.

وبعد نجاح المرحلة الأولى وضع البنك المركزي مرحلة ثانية من برنامج التطوير تمتد من ٢٠٠٩ إلى ٢٠١١ تهدف إلى رفع كفاءة إدارة وضمان سلامة الجهاز المصرفي وزيادة تنافسيته، ومقدرته على إدارة المخاطر لخدمة الاقتصاد والإسهام في التنمية. وقد عزز من ذلك العمل بنظام التسوية اللحظية (RTGS). حيث تم مراجعة القواعد الخاصة بخدمة الخصم المباشر بغرفة المقاصة الإلكترونية بين البنوك مع شركة بنوك مصر. وقد بدأ تشغيل الخدمة بالفعل بشكل

تجريبي في أكتوبر ٢٠١٢. وتساعد هذه الخدمة في توسيع قاعدة عمليات الدفع الإلكتروني (تقارير سنوية للبنك المركزي المصري من ٢٠٠٩-٢٠١٩).

وفي عام ٢٠١٨ قام البنك المركزي بتحديث النسخة الحالية من برنامج نظام التسوية اللحظية بالجنيه المصري RTGSK، ليشمل بذلك التكامل مع النظام الإلكتروني للإيداع والقيود المركزي للأوراق المالية الحكومية (CSD)، وإدارة الضمانات (CMS)، حيث تم الإنتهاء من جميع أعمال التنصيب للإصدار الجديد (6.3.1) على البنية الفعلية للنظام والتكامل مع البرنامج الجديد للسويقت SWIFT Alliance والأنظمة المحدثة ذات الصلة بنظام التسوية اللحظية والعمل من خلالها مع البنوك لبرنامج التسوية اللحظية. وقد بدأ التجهيز من خلال هذه الخدمة للاشتراك في غرفة المقاصة الإلكترونية لدول الكوميسا، ويستهدف المشروع دعم التبادل التجاري مع تلك الدول لما تمثله من بعد للأمن القومي المصري. ويعتمد هذا المشروع على إنشاء منصة موحدة لربط الدول الإفريقية الأعضاء في الكوميسا كبديل متطور عن الطرق التقليدية، حيث يقلل النظام الجديد من الرسوم المصرفية الخارجية للبنوك، ويقلص الفترة الزمنية للتسوية، بالإضافة إلى زيادة الثقة بين المتعاملين، نتيجة لمشاركة البنوك المركزية بالنظام، وذلك من خلال إنشاء غرفة مقاصة لدول الكوميسا، تتم من خلالها كل عمليات الدفع بين البنوك التجارية بالمنطقة. وتشارك كل دولة في النظام عن طريق بنوكها المركزي الذي يقوم بدور المشارك المباشر في النظام، حيث يقوم بتنفيذ عمليات الدفع واستلام التحويلات المالية التي تخص البنوك التجارية في دولته، والتي تتم مع بنوك تجارية أخرى بأي من دول الكوميسا المشتركة بالنظام. وقد تم الإنتهاء من هذا المشروع في العام ٢٠١٦، حيث أطلق البنك المركزي نظام الربط الإلكتروني للبنوك المصرية مع النظام الإقليمي للمقاصة وتسوية المدفوعات لدول الكوميسا المعروف باسم REPSS، والذي يتيح تنفيذ المعاملات مع البنوك التجارية الإفريقية في الدول الأعضاء في الكوميسا. ويشرف على نظام ال REPSS غرفة مقاصة دول الكوميسا (تقارير سنوية للبنك المركزي المصري، ٢٠١٢، ٢٠١٦، ٢٠١٨).

وفي العام ٢٠١٢ - ٢٠١٣، أصبح للبنك المركزي نظام دفع قومي قوي، حيث تم اتخاذ بعض الإجراءات المهمة في هذا المجال، أهمها: دفع العمل في مشروع صرف مرتبات العاملين بالدولة عن طريق البطاقات الإلكترونية، وتشغيل خدمة الخصم المباشر بغرفة المقاصة الإلكترونية بين البنوك مع شركة بنوك مصر، وتعزيز العمل بالمحول القومي من خلال شركة بنوك مصر، وزيادة إصدار البطاقات البنكية والإقبال على التعامل بها عن طريق زيادة عدد ماكينات الصرف الآلي ونقاط البيع، وذلك تماشياً مع سياسات البنك المركزي في هذا الشأن. حيث شهد السوق زيادة سنوية في أعداد البطاقات خلال هذه الفترة. كما شهد عدد ماكينات الصراف الآلي ونقاط البيع البنكية زيادة بمعدل ١٤٪ - ١٥٪. ومن بين هذه الإجراءات إطلاق خدمة الدفع عن طريق الهاتف المحمول من قبل البنك الأهلي المصري وبنك التعمير الإسكان، وهي خدمات تهدف لتعزيز الاشتغال المالي وزيادة الخدمات المصرفية لغير القادرين. كما قامت وزارة المالية بتحويل المدفوعات الحكومية إلى مدفوعات إلكترونية، تتم عن طريق البنوك من خلال غرفة المقاصة الإلكترونية بدلاً من الشيكات الورقية، ويهدف ذلك إلى تحسين كفاءة الإجراءات الحكومية، والمزيد من الرقابة والضبط لعمليات الدفع الحكومية (تقارير سنوية للبنك المركزي المصري، ٢٠١٢ و ٢٠١٣).

وفي عام ٢٠١٥ عمل البنك المركزي على زيادة وتطوير بعض الخدمات البسيطة التي من شأنها زيادة في حركة التجارة المحلية وذلك من خلال تطوير خدمة تحويل الأموال من خلال الهاتف المحمول، حيث تجاوز عدد المشتركين فيها ثلاث ملايين عميل، ووصل في خمسة ملايين ونصف عميل في عام ٢٠١٦، ثم توالى زيادة عدد المشتركين بعد ذلك في الأعوام اللاحقة. وفي إطار العمل على تحقيق المزيد من الشمول المالي، قام البنك المركزي باستخدام خدمة محفظة الهاتف المحمول في عام ٢٠١٧، والتي تجاوز عدد المشتركين فيها ما يربو عن ستة ملايين عميل في ذلك التوقيت (تقارير سنوية للبنك المركزي المصري، ٢٠١٥-٢٠١٧).

وفيما يتعلق بالأداء المصرفي الإلكتروني إذاً العمليات الخاصة بالتجارة الدولية، انتهى البنك المركزي المصري في عام ٢٠١٨ من تغيير البرنامج الخاص بالسويقت من نظام التربو (Turbo) إلى نظام إيلانس (Alliance)، حيث تم الانتهاء من جميع أعمال الإصدار الجديد لبرنامج السويقت حينئذ (التقرير السنوي للبنك المركزي المصري، ٢٠١٨).

وفي عام ٢٠١٩ تم إصدار بطاقات الدفع الوطنية "ميزة"، إذ يهدف هذا المشروع إلى إنشاء وإدارة نظام بطاقات الدفع ذات علامة تجارية وطنية National Payment أو Scheme "NPS"، وذلك باستخدام أحدث التقنيات والمعايير المستخدمة عالمياً بأنظمة بطاقات الدفع ونقاط البيع والصرافات الآلية (التقرير السنوي للبنك المركزي المصري، ٢٠١٩). وكان يقتصر دور هذه البطاقات على فقط المدفوعات الحكومية من قبل المواطنين، ولكن مع مرور الوقت أصبحت تشمل المدفوعات الحكومية وغير الحكومية، ولاسيما التجارية المحلية منها، سواء المؤسسات التي تحتوي أفرع بيع لمنتجاتها أو خدماتها أو الأسواق التجارية الكبيرة أو المحال الصغيرة.

ب- أثر تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية على التجارة في مصر:

تشهد عمليات البيع والشراء عبر الإنترنت نمواً بمعدلات متزايدة السرعة مما أتاح المجال لفرص لا سابق لها. ويستعمل الأفراد وأصحاب المشاريع والحكومات في العالم هذه الثورة التكنولوجية لإجراء صفقاتهم التجارية (اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا، ٢٠٠٣). هذا ولقد أصبحت شبكة الإنترنت فضاء تجارياً إلكترونياً منافساً للأسواق والمتاجر القائمة في العالم المادي، حيث يمكن لمستخدمي الإنترنت تلبية احتياجاتهم الاستهلاكية عن بعد دون عناء التنقل من متجر لآخر، إذ غالباً ما يقوم العديد من المحترفين بعرض منتجاتهم على متاجر إلكترونية مما يمكن المستهلك من اختيار المنتج الذي يتطابق مع ذوقه ويتوافق مع رغباته الاستهلاكية وفقاً لمفهوم التجارة الإلكترونية، الذي أحدث تغييراً في القواعد الاقتصادية والقانونية السائدة (أكسوم، ٢٠١٨: ٢).

لقد كان نشاط التجارة الإلكترونية قائماً أساساً فيما بين بلدان منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، وفي مقدمتها الولايات المتحدة الأمريكية، إلا أنه تم ابتكار برامج وتطبيقات وبروتوكولات جديدة، واعتماد إجراءات أمنية وقانونية، الأمر الذي ساهم في نمو حجم التجارة

الإلكترونية. هذا ولقد انتشرت التجارة عبر الإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية، يليها في ذلك الاتحاد الأوروبي (UNCTAD, 2000: 7). إذ توسعت هذه البلدان في التجارة الإلكترونية إلى درجة أنه بلغ حجمها ما بين ١٠ - ٢٥ % من التجارة العالمية بحلول عام ٢٠٠٣، حيث أصبحت بذلك عنصرا رئيسا في تدفقات التجارة عبر الحدود. وهذا يشير إلى أهمية التجارة الإلكترونية في إدارة التجارة بكفاءة، وتخفيض تكاليف المعاملات المتصلة بها بشكل هائل في الوقت ذاته.

وهناك العديد من التعريفات التي تناولت التجارة الإلكترونية (سميث وآخرون، ٢٠٠٠)، ولا يوجد تعريف موحد عالميا بهذا الشأن، إذ تعرفها منظمة التجارة العالمية بأنها: "مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات الإلكترونية". بينما تعرفها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية على أنها: "نشاط تجاري يشمل توزيع وتسويق وبيع أو تسليم السلع والخدمات باستخدام الوسائل الإلكترونية الحديثة". كما تعرف أيضا بأنها: "استخدام وسائل إلكترونية لتمكين عمليات التبادل، بما في ذلك بيع وشراء المنتجات والخدمات، التي تتطلب النقل في صورة رقمية أو مادية من مكان إلى آخر". ويرى البعض الآخر أن التجارة الإلكترونية عبارة عن: "تنفيذ بعض أو كل العمليات التجارية في السلع والخدمات عبر شبكة الإنترنت والشبكات التجارية العالمية الأخرى، أي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهي وسيلة سهلة وسريعة لإبرام الصفقات التجارية الإلكترونية سواء كانت التجارة في السلع والخدمات أو برامج الكمبيوتر".

مما سبق يمكن القول بأن التجارة الإلكترونية عبارة عن بيع وشراء باستخدام الوسائط الإلكترونية Digital Media، فهي تختلف بذلك عن التجارة التقليدية من حيث تنفيذ فعاليات التجارة التي تشمل: التسويق، والمبيعات، ووسائل الدفع، وتلبية الطلبات، وخدمة العميل. من ثم تعتبر التجارة الإلكترونية أسلوبا غير تقليديا في الوصول إلى المستهلكين في كافة أنحاء العالم، أي أنها تحقق عائدات ضخمة يقابلها انخفاض كبير في التكاليف مقارنة بالتجارة التقليدية، كما يمكن للشركات من خلال التجارة الإلكترونية القيام بإدارة أفضل لعمليات الشراء والتوريد، والبيع، والنقل، والتأمين، والعمليات المحاسبية، ومراقبة المخزون. كذلك يمكن من خلال التجارة الإلكترونية توفير معلومات يومية عن العملاء، الأمر الذي يؤدي إلى خفض تكلفة المعاملات التجارية لأنها تلغي دور الوسطاء بين البائع والمشتري (مأمون، ٢٠١٢).

خلال الثلاث عقود السابقة شهدت مصر تطورا كبيرا اقتصاديا واجتماعيا كان له أثر إيجابي في نمو حجم التجارة الإلكترونية، حيث أولت الحكومة المصرية اهتماما جديا وفوريا بتعزيز الوسائل لتطوير مثل هذه التجارة، وذلك لأنها وسيلة للتجارة الخارجية وحافزا للتصدير، بالتالي انعكس ذلك بصورة غير مباشرة على الاقتصاد المحلي في الوقت الذي تمكنت فيه مصر من تجربة اقتصاد أكثر انفتاحا يرفع من ميزتها التنافسية في سائر أنحاء العالم.

وقد أدى ظهور الإنترنت والتجارة الإلكترونية إلى تقليص تكلفة الإلتجار (أي السفر والتسويق والإعلان) وإلى تقليص الوقت والمساحة اللازمين للقيام بالصفقات. ويمكن القيام بالصفقات فيما بين الشركات وبين الشركة والمستهلك عن بعد دون الاضطرار إلى الإلتصال المباشر بالزبائن. كما استفادت العديد من النشاطات من التجارة الإلكترونية ساعدت على جلب عائدات إضافية بتكلفة استثمارية مدنية، بالإضافة إلى أن التجارة الإلكترونية فتحت الطريق أمام العديد من الصناعات التكنولوجية الرفيعة. ومن بين النشاطات التي أفادت من التجارة الإلكترونية: الخدمات المالية (التأمين، والأعمال المصرفية، والسمسرة، وتبادل العملات)، والسفر وإصدار التذاكر، والترفيه والموسيقى، والإعلان والتسويق، وخدمات المعلومات (جمع المعلومات ونشرها)، والتعليم والتدريب، ووسائل الإعلام (الكتب الإلكترونية والصحف، والجرائد، والخدمات الإخبارية)، وبيع مجموعة كبيرة من السلع، وخدمات أخرى سواء كانت طبية، أم عقارية، أم قانونية، أو هندسية (اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا، ٢٠٠٣).

وقد انطوت التجارة الإلكترونية على آثار اجتماعية واقتصادية قوية على المواطن المصري، حيث استطاع الأفراد الذين يحصلون على التكنولوجيا إنجاز صفقات في العالم بأسره، والإلتجار بالمنتجات عبر الحدود الوطنية، بما يساهم في رفع مستوى معيشتهم، بالإضافة إلى أن التجارة الإلكترونية توفر فرصاً لنمو الصادرات المصرية.

نتائج التحليل:

يمكن للباحث أن يسوق بعض الأدلة لإثبات صحة الفرضية البحثية؛ " أنه كلما زاد تطور الخدمات المصرفية عبر الوسائل الإلكترونية الحديثة يزداد حجم التجارة في مصر. " وذلك على النحو التالي:

- أولاً: أدت الخدمات المصرفية دوراً رئيسياً في تنشيط ونمو التجارة الإلكترونية في مصر، نتيجة لما توفره من وسائل دفع متقدمة تساعد على تسريع وتنمية هذه التجارة وتجعلها قادرة على تخطي العقبات التي واجهتها في السابق. حيث جاء على إثر إعادة هيكلة القطاع المصرفي المصري خلال العقدين السابقين توطيئ بنية تحتية إلكترونية توفر خدمات للمدفوعات مثل: إنتشار ماكينات الدفع الآلي التي يتم التعامل معها من خلال بطاقات الائتمان المصرفية.
- ثانياً: تعود نشأة منظومة الدفع الإلكتروني إلى بداية الثمانينات تزامناً مع ظهور النقد الإلكتروني بما أطلق عليه اصطلاحاً باللغة الفرنسية (monétique)، أي: تزواج النقد بالتكنولوجيا الإلكترونية. وقد بدأ استخدام بطاقات الائتمان عام ١٩٥١ عندما أصدر بنك "فرانكلين الوطني" بطاقة تسمى (National Card)، وفي عام ١٩٥٨ أصدر البنك الأمريكي بطاقة (American Card)، وكانت عبارة عن دفتر ذي صفحات مزدوجة، حيث يبقى العميل نسخة لدى التاجر، ويحتفظ بالنسخة الثانية لديه (القضائي، ٢٠٠٢). ثم ظهرت

بطاقة بلاستيكية لشركة أمريكان إكسبريس تحت اسم (American Express Card)، والتي تمكن حاملها من الحصول على السلع والخدمات من الفنادق والشركات، على أن تحصل من عملائها ما يضمن استرداد ما دفعه لحساب فواتيرهم (منصف، ٢٠٠٤: ١٩٠). وقد أنجزت شركة (Netscape) الأمريكية لاحقاً برنامجاً يسمح بدخول مواقع الويب (-Internet browser) فأصبحت تقنية البنوك عبر الخطوط الحقيقية ممكنة، وظهر أول بنك افتراضي في أمريكا (security first national bank) في عام ١٩٩٥. وقد استوحى المصارف الأمريكية فكرة بطاقات الائتمان من شركات النفط الأمريكية عام ١٩١٤، إذ كانت تصدر بطاقات معدنية لعملائها، يحصلون من خلالها على البنزين وزيوت السيارات من محطاتها دون دفع قيمتها في الحال، وإنما بشيك يصرف في نهاية الشهر إلى المركز الرئيسي للشركة (عبد الرحمن، ٢٠١١: ٥). كما استخدمتها في البداية الفنادق والمتاجر الكبرى وشركات السياحة، إذ كانت تصدرها لعملائها من أجل استمرار تعاملهم معها، مقابل ما تقدمه لهم من تسهيلات في السداد. ثم ظهرت البطاقة المصرفية في فرنسا عام ١٩٦٧، وقد لاقت رواجاً في فرنسا ثم باقي أوروبا، ومنها لباقي العالم (بنكي جيت).

- ثالثاً: بدأت تجربة البنوك مع بطاقات الائتمان في مصر متأخرة نسبياً؛ حيث بدأ "بنك مصر" بإصدار بطاقة (فيزا بنك مصر) عام ١٩٩٠، ثم اشترك أيضاً في عضوية بطاقة ماستر كارد بإصدار بطاقة (ماستر كارد بنك مصر)، بثلاث فئات مرتبة تنازلياً حسب الحد الأقصى للبطاقة إلى (جولد كارد، بيزنس كارد، استار كارد). كما أصدر "البنك الأهلي المصري" (بطاقة ضمان الشيك)، ثم بطاقة (فيزا البنك الأهلي المصري)، وبطاقة (ماستر كارد الأهلي المصري)، وبنهاية عام ١٩٩٦ بدأ "بنك القاهرة" في إصدار أول بطاقة ائتمان للبنك. وقد بلغ عدد بطاقات الائتمان بالجهاز المصرفي المصري، الصادرة عن ٣٨ بنكاً نحو ٣,٤ مليون بطاقة بنهاية ديسمبر ٢٠١٩، مقارنة بـ ٣,٢ مليون بطاقة بنهاية ديسمبر ٢٠١٨، بارتفاع قدره نحو ٢٠٠ ألف بطاقة خلال عام. أيضاً في عام ٢٠١٩، تم إصدار بطاقات الدفع الوطنية "ميزة"، حيث تم إصدار نحو ٤ ملايين بطاقة "ميزة".

- رابعاً: في عام ٢٠١٨ بلغ عدد مستخدمي الصراف الآلي في مصر، من خلال التعامل مع هذه الماكينات بكافة أنواع البطاقات الإلكترونية نحو ١٣,٤ مليون شخص. في مارس عام ٢٠٢٠ حقق المعروض النقدي MI (يشمل النقود المتداولة بين الجمهور والودائع الجارية بالعملة المحلية لدى البنوك المصرية) أعلى وتيرة نمو في عامين تقريباً بنسبة تصل إلى ١٩,٧٪. ويرجع السبب في ذلك، كما يرى بعض المحققين، إلى إقبال المواطنين والشركات على الاحتفاظ بالسيولة النقدية أو وضعها داخل البنوك في حسابات جارية لتمويل شراء وتخزين السلع الاستهلاكية والمواد الخام، خوفاً من تداعيات الحظر والتباعد الاجتماعي التي فرضها إنتشار فيروس كورونا (كوفيد ١٩) (تقارير البنك المركزي المصري ٢٠١٩-٢٠٢٠). ولعل ذلك كان سبباً أيضاً في زيادة إصدار البطاقات الائتمانية، بحيث تكون بمعزل

عن أيدي الآخرين، دون الحاجة إلى النقود التي يمكن ان يتلقفها ويتعامل بها جميع الناس، وربما ينتقل فيروس كورونا من خلالها.

- خامسا: انعكس ما تقدمه الخدمات المصرفية الإلكترونية من إصدار مكثف للبطاقات الائتمانية في مصر على وتنمية التجارة المصرية، فوفقا للجنة الاتصالات بالجمعية المصرية لشباب الأعمال، فقد نما حجم التجارة الإلكترونية في مصر بشكل كبير، حيث بلغ ما بين ٢٥ و ٣٠٪ من حجم التجارة في البلاد، حيث يمثل من يقومون بالشراء عبر الإنترنت نحو ٨٪ فقط من إجمالي عدد مستخدمي الإنترنت والذي يتجاوز ٤٨ مليون شخص، إلا أن تفضي «كورونا» دفع الملايين للاتجاه نحو التسوق عبر الإنترنت. بالإضافة إلى أن التخفيضات والعروض الكبيرة التي تقدمها مواقع التجارة الإلكترونية هي التي تجذب المستهلكين للشراء (جريدة الشرق الأوسط). الأمر الذي جعل مصر تحتل المرتبة ٤٨ في قائمة أكبر أسواق التجارة الإلكترونية في العالم، حيث بلغت إيراداتها ٤ مليارات دولار أمريكي في عام ٢٠٢٠، وقد جعلها متقدمة في هذا السوق على سنغافورا، وخلفا لبيرو. وقد ساهمت التجارة الإلكترونية المصرية بزيادة قدرها نحو ٧٩٪ في معدل النمو العالمي البالغ ٢٩٪ (EconomerceDB). وفي عام ٢٠٢١، بلغ حجم التجارة الإلكترونية في مصر نحو ٨٠ مليار جنيه وفقا لجهاز تنمية التجارة الداخلية، وهي عبارة عن تقديرات تعكس حركة البيع والشراء التي تتم عن طريق المحافظ البنكية وكروت الدفع والائتمان المصرفية فقط وليس حجم السوق ككل، إذ لا تزال الأرقام حول حجم معاملات التجارة الإلكترونية في مصر غير دقيق، حيث تقع أغلبها ضمن السوق السوداء. هذا وتشهد سوق التجارة الإلكترونية في مصر مؤخرا إقبالا من الشركات الكبرى. فشركة "أمازون" افتتحت حديثا مستودعها اللوجستي على مساحة ٢٨ ألف م باستثمارات تتخطى المليار جنيه. وبحسب خبراء يعطى دخول "أمازون" إلى السوق المصرية ثقل لسوق التجارة الإلكترونية في مصر، كما يدعم بحسب آخرون المنافسة سواء بجذب العملاء أو العارضين ناهيك عن توافر السلع المختلفة (CNBC).

الخاتمة:

من خلال ما سبق، نجد أن هذه الدراسة قد جاءت في ثلاث أقسام رئيسية؛ حيث ركز القسم الثاني منها على المدخل النظري لدور الخدمات المصرفية الإلكترونية في نمو القطاع التجاري.

وفي القسم الثالث من الدراسة، تناول الباحث دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في حركة التجارة بصورة عامة، حيث وجد أن التجارة الإلكترونية أصبحت بالنسبة، لدول العالم ضرورة ملحة، ومطلبا تنمويا لزيادة إسهاماتها في التجارة المحلية والدولية على حد سواء. علاوة على أنها كما تساهم في تطوير قطاعاتها الإنتاجية المحلية والتسويقية وتوفر فرصا واسعة لرفع النمو الاقتصادي في هذه الدول، كما تعتبر الخدمات المصرفية الإلكترونية من أهم وسائل الدفع التي تساهم في مثل هذه التجارة الإلكترونية.

أما في القسم الرابع، فقد تناول الباحث مؤشرات تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية في حركة التجارة المصرية، حيث عمل البنك المركزي المصري على تطوير ورفع كفاءة ومنافسة القطاع المصرفي، من خلال تطويره في صورة خدمات مصرفية إلكترونية، وقد عزز ذلك باقرار البنك المركزي عام ٢٠٠٢ الضوابط التي تستخدم فيها الخدمات المصرفية المختلفة بما يواكب التقدم التكنولوجي.

و عليه يمكن النظر إلى علاقة الخدمات المصرفية الإلكترونية بالنسبة لحركة التجارة في مصر في أربعة أمور:

الأمر الأول: وجود علاقة إيجابية بين تطور الخدمات المصرفية في صورة خدمات مصرفية إلكترونية وبين القطاع التجاري في كون الأولى تعتبر أحد عوامل الدفع الرئيس في الثانية. حيث توفر الخدمات المصرفية للقطاع التجاري تكلفة لفرصة بديلة تتجلى في سرعته وتنشيطه من خلال دورات رأسمالية متسارعة، علاوة على أن الخدمات المصرفية الإلكترونية إحدى النظم المالية المتطورة التي يخفض من تكلفة التمويل الخارجي للشركات كما أن لها تأثير قوي على معدل النمو الاقتصادي.

الأمر الثاني: أكدت العديد من الدراسات على ضرورة تطوير النظام المالي لما له من تأثير إيجابي كبير في التنمية الاقتصادية، ويظهر ذلك في تنشيط وتنمية التجارة.

الأمر الثالث: تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في زيادة الاكتشافات المعرفية، لاسيما توفير الخدمات المصرفية الإلكترونية، والتي ساعدت بصورة كبيرة نسبيا في حجم التبادل التجاري محليا ودوليا، وأضحى العالم والأفراد في سوق إلكترونية تنافسية واسعة لمختلف السلع والخدمات، وأصبحت مجالا خصبا أمام الدول للإفادة منها ليس فقط كوسيلة حديثة، بل كوسيلة من وسائل الدفع واللحجم تجاريتها الداخلية والخارجية، وتحقيق معدلات نمو أعلى في اقتصادياتها.

الأمر الرابع: لقد لعبت الخدمات المصرفية الإلكترونية دورا رئيسا في تنمية القطاع التجاري في مصر وقت الأزمات، وقد ظهر ذلك في الفترة التي انتشرت فيها جائحة كورونا (Covid-19) من خلال ما تقدمه الخدمات المصرفية من بطاقات ائتمانية ساعدت بصورة كبيرة نسبيا في تسيير وتنشيط حركة التجارة الإلكترونية في مصر أثناء فترات الحظر، مما ساعد على نمو حجم التجارة الإلكترونية لتصل إلى ٢٥ إلى ٣٠٪ من حجم التجارة المصرية في عام ٢٠٢٠.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- أكسوم، رشيدة عيلا م (٢٠١٨): المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة معمرى – تيزي وزو- الجزائر.
- آلات الصراف الآلي: سلسلة ابتكارات تكنولوجيا المعلومات، المجموعة الاستشارية لمساعدة الفقراء، متوافر على الرابط التالي <https://books-library.net/free-144844793-download>.
- إيسرن، جينيفر وآخرون (٢٠٠٥): دراسة عرضية: إعداد استراتيجيات لتحويل الأموال: إرشادات موجهة للجهات المقدمة للخدمات المالية التي تراعى صالح الفقراء، عدد ٣٣٤٨٠، رقم ١٠، مجموعة مقالات البنك الدولي. متوافر على الرابط: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/132551468330042579/pdf/334800ARABIC0OccasionalPaper1101ar.pdf>
- التقارير السنوية للبنك المركزي المصري، سنوات مختلفة (من عام ٢٠٠٢ إلى ٢٠١٩).
- جريدة الشرق الأوسط متوافر على الرابط: <https://aawsat.com/home/article/2799841/30> -من-التجارة-في-مصر-«اللكترونية»
- خلف، عمار حمد (بدون تاريخ): قياس تأثير تطور الجهاز المصرفي على النمو الاقتصادي في العراق، البحث مستهل من أطروحة دكتوراه بعنوان (Study of Commercial Banking in Iraq: Past and Present)، منشورة في جامعة بونا، الهند، منشور على مجلة جامعة بغداد. متوافر على الرابط: [د. عمار حمد \(iasj.net\).doc](http://www.iasj.net/doc)
- سماح، ميهوب (٢٠٠٥): الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية، رسالة ماجستير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر.
- سميث، روب، وسبيكر، وتومسون، مارك (٢٠٠٠): مرشد الأذكاء الكاملة للتجارة الإلكترونية، ترجمة وطباعة دار الفاروق للنشر والتوزيع، القاهرة.
- صيفي، جهاد (٢٠١٤): تطوير الخدمات المصرفية كمدخل لدعم القدرة التنافسية في البنوك: دراسة حالة بنك الخليج الجزائر- وكالة بسكرة، شهادة ماجستير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.
- طه، طارق (٢٠٠٣): البنوك الإلكترونية، المعهد المصرفي، البنك المركزي المصري.
- عبد الرحمن، رشا فؤاد (٢٠٠٦): تأثير تكنولوجيا المعلومات على تطوير الخدمات البنكية الإلكترونية في الجهاز المصرفي المصري، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة.
- عبد الرحمن، رشا فؤاد (٢٠١١): إعادة هيكلة وتطوير الجهاز المصرفي وتأثيره على الأداء البنكي (٢٠٠٥-٢٠١١)، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، الجيزة.

- العبدلي، عابد (٢٠٠٥): التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية: الواقع – التحديات – الآمال، المؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي، جامعة أم القرى، مكة المكرمة.
- العمار، حنان عبد الله حسن (٢٠١٦): دور تكلفة الفرصة البديلة في التنمية الاقتصادية الشاملة: دراسة تطبيقية في الشركة العامة للصناعات الجلدية، ع ٣٤٤ مج ١١ مجلة دراسات محاسبية ومالية، جامعة بغداد، متوافر على الرابط: [معايينة دور تكلفة الفرصة البديلة في التنمية الاقتصادية الشاملة \(uobaghdad.edu.iq\)](http://uobaghdad.edu.iq)
- قاسمي، آسيا (٢٠١٥): أثر العولمة المالية على تطوير الخدمات المصرفية وتحسين القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، رسالة دكتوراه منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، الجزائر.
- القضماني، حسين (٢٠٠٢): البطاقة المصرفية والإنترنت: دراسة حول الوضعيتين النقدية والقانونية، اتحاد المصارف العربية.
- اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا (٢٠٠٣): تسهيل التجارة والتجارة الإلكترونية في منطقة الإسكوا: تعزيز المشاركة الفعالة في التجارة الإلكترونية، حالات مصر والأردن ولبنان والإمارات العربية المتحدة، نيويورك.
- مأمون، إسلام مأمون حسين (٢٠١٢): المعوقات التي تحد من نجاح التجارة الإلكترونية في مصر، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، المملكة المتحدة. كذلك حاولت الدراسة كشف النقاب عن النقاط التي تحد من انتشار التجارة الإلكترونية في مصر.
- موقع قناة (CNBC) الاقتصادية على الرابط:
<https://www.cnbc.com/news/view/88326/80>-مليار-جنيه-الحجم-
[الرسمي-المقدر-للتجارة-الإلكترونية-في-مصر.html](http://www.cnbc.com/news/view/88326/80)
- النشرة الاقتصادية لبنك الإسكندرية، ٢٠٠١.
- وسائل الدفع الإلكتروني: بحث منشور على الرابط [بحث كامل حول وسائل الدفع الإلكتروني - تدوينة \(tadwiina.com\)](http://www.tadwiina.com)

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Ahuja, H. L. (2008), Advanced Economic, Theory Morco Economic, Analaysis, Ram Nagar, New Delhi, 19th Edition.
- Athkinson, Anthony A., Roperts, Kaplan, Ella, M.A. E, Matsumura S., Mark Young, Abhikkr Mukheree (2012), Manage Accounting, Boston Columb us Indianapolis, New York, San Francisco, 6th edition.
- Charles. T. Horngren, Srikant M., Datar George, Foster Madhav., V. Rajan, Chrisofher Ltther (2009) , Cost Accounting, 13th edition, Pearson Prentic Hall.

-
-
- EconmerceDB available at:
<https://ecommercedb.com/en/markets/eg/all>
 - Essinger J. (1992), Electronic Payment Systems Winning New Customers, Chapman & Hall, Washington.
 - Goldsmith, R.W. (1969), Financial Structure and Development, Yale University, Press, New Haven.
 - Horngren, Charles. T., Srikant M., Datar George, Foster Madhav., V. Rajan, Chrisofher Ltther (2012), Cost Accounting, 14th edition, Pearson Prentic Hall.
 - King, R.G. and Levine, R. (1993), Finance And Growth: Shumpeter Might Be Righ, The quarterly Journal Of Economics, No. 3, Vol. 108.
 - King, R.G. and Levine, R. (1993), Finance, Entrepreneurship, and Growth: Theory and Evidence, Journal of Monetary Economics, Issue3, Vol. 23.
 - MacKinnon, R. I., Money and Capital In Economic Development, Brooking Institution, Washington DC, 1973.
 - Patrick, H. T. (1966), Financial Development & Economic Growth in Underdeveloped Countries, Economic Development and Cultured, No. 2. Change, Vol. 14
 - Rajan, Raghuram and Zingales, Luigi, Financial Development and Growth, The American Economic Review, No. 3, Bol. 88, 1998.
 - Shaw, Edward S. (1973), Financial Deepening In Economic Development, Oxford University Press, New York.
 - Shumpeter, J. (1911), The Theory of Economic Development, Harvard University Press.
 - United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2000), Building Confidence: Electronic Commerece and Development, Geneva.

Development of Electronic Banking Services and Their Role for Activating Egyptian Trade

Dr. Mohamed Salah Al-Kordy

Abstract:

The study aimed to identify the contribution of electronic banking services to stimulating the movement of trade in Egypt, and to try to reveal the performance of the Egyptian banking sector due to successive changes brought by the communications and information technology revolution in the world.

In the last three decades, the banking sector in various world countries has witnessed important developments that are represented in the form of electronic banking services keeping pace with the era of information and communication technology, as this sector provides banking services that play an important and distinguished role in the economies of countries.

Egypt was one of the first Arabic countries that worked to bring about important and rapid developments in the banking sector due to its ability to attract and distribute economic resources efficiently to finance economic development, in addition to the acceleration of information and communication technology in the past two decades. In 1999, the Egyptian government paid great attention to the development of banking services by converting them from traditional services to electronic ones in line with the accelerating technological revolution in light of globalization.

From this point, this study attempts to find out the extent of development in electronic banking services, and verifies their contribution to advancing the facilitation and acceleration of trade movement in Egypt.

The current study found that the performance development of Egyptian banking sector during the past two decades, represented in electronic banking services with its tools and means, led to accelerate, facilitate and grow acceleration Egyptian trade, especially e-commerce, which increased by about 30% in 2020 achieving a return up to \$4 billion.

Key Words: Banking Sector – Electronic Banking Services – Trade Movement