

الصيرفة الالكترونية والمصارف الالكترونية

د . نور الدين جليد و أ . أمينة بركان *

الملخص :

لقد أتاحت الصيرفة الالكترونية للمصارف خدمات متطورة استطاعة من خلالها تخفيض التكلفة وزيادة حجم السوق المستهدف من خلال الخدمة المصرفية عن بعد بمختلف أنواعها ، كما أثر ذلك على عملاء المصارف من خلال تخفيض تكلفة الخدمة المصرفية والسرعة والفعالية ، وبدون الانتقال إلى المصرف ، كما أثر ذلك على جميع القطاعات خاصة القطاع التجاري ، من خلال زيادة رقم أعماله وإرتفاع عدد متعامليه.

و تطورت الصيرفة الالكترونية إلى أن أصبح هناك مصارف تعمل عن بعد أو ما يسمى بالمصارف الالكترونية ، هذا الكيان الافتراض المصرفي الجديد الذي فتح فرص جديدة للمتعاملين ، حيث يعمل البنك الالكتروني عبر الشبكات الاتصال ، ويختلف المصرف العادي على الالكتروني ، فمن حيث الخدمة فهناك خدمات مصرفية عن بعد ، أما المقر فهناك مقر على شبكات الاتصال والتي أبرزها الانترنت.

مقدمة :

أدت ثورة الاتصالات والمعلومات في هذا العصر ، عصر التطورات المتلاحقة إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي ، ونظرا ولأن القطاع سريع التأثر والاستجابة للمتغيرات الخارجية أدى إلى وجود كيانات مصرفية عملاقة ، فكان لا بد من إعادة النظر في الدور التقليدي للمصارف الذي يقوم على قبول الودائع وضمان الائتمان ، والتطلع إلى تقديم خدمات مصرفية متطورة ومتنوعة ، وذلك بالاعتماد على ما أنتجه التكنولوجيا وثورة المعلومات من وسائل حديثة متطورة والتي أدت إلى الاستغناء عن بعض الخدمات التقليدية بخدمات إلكترونية اعتمد في تقديمها على تقنية المعلومات والاتصال.

* المركز الجامعي بخميس مليانة.

وقد فرض دخول الانترنت على النشاط التجاري وبروزه ظاهرة التجارة الالكترونية والنمو المتسارع للاقتصاد العالمي على المصارف أن تستغل هذه الفرص لتقديم خدمات الصيرفة الالكترونية.

و لقد أدى تطور الخدمة المصرفية الالكترونية والخدمة عن بعد وفي ظل اقتصاد يتسم بالرقمية أو ما يسمى بالاقتصاد الرقمي إلى ظهور المصارف الالكترونية هذا الكيان الجديد الافتراضي في السوق المصرفي.

و سيتم من خلال هذا البحث محاولة إبراز مفهوم الصيرفة الالكترونية ومختلف المواضيع المتعلقة بها ، والتي يمكن معالجتها من خلال ثلاثة عناصر .

- **أولاً :** إعطاء مفهوم الصيرفة الالكترونية ، وذلك بإبراز الخدمة المصرفية الالكترونية وتعريف الصيرفة الالكترونية ، بالإضافة إلى متطلبات إيجاد هذه الأخيرة.

- **ثانياً :** سوف نتطرق فيه إلى خدمات الصيرفة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية.

- **ثالثاً :** نتناول الشكل الكامل للصيرفة الالكترونية وهي المصارف الالكترونية من خلال إبراز تطور مفهومها ، المزايا والمخاطر ، بالإضافة إلى المتطلبات إنشائها والتحديات التي تواجهها.

أولاً : مفهوم الصيرفة الالكترونية وخدماتها :

أ. مفهوم الصيرفة الالكترونية :

الصيرفة الالكترونية هي تقديم الخدمات المصرفية باستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، أي من خلال الانترنت والموزعات الآلية والشبكات الخاصة والهاتف النقال والثابت والحاسب الشخص ، فهي تتيح الخدمة المصرفية عن بعد وخلال 24 ساعة وكل أيام الأسبوع وبسرعة فائقة وبتكلفة اقل وبدون التقاء مكاني بين العميل والمصرف.

ب. قنوات الصيرفة الالكترونية :

يقدر العاملون في القطاع المصرفي أن تكلفة تقديم الخدمة من خلال القنوات التقليدية يكلف ما لا يقل عن ستة أضعاف تقديمها من خلال القنوات الالكترونية الحديثة ، وبالتالي فإن أهداف العمل المصرفي هي تقليل التكلفة وتقديم الخدمات المصرفية للزبائن ويوضح الجدول أدناه بعض التقديرات

للخدمات المصرفية التي تقدم عبر قنوات مختلفة.

تقدير التكلفة (بدون التكلفة الإنشائية)	قناة الخدمة
295 وحدة	خدمة عبر فرع المصرف
56 وحدة	خدمات من خلال الهاتف مراكز الاتصال
4 وحدات	خدمة من خلال شبكة الانترنت
1 وحدة	خدمة من خلال الصرافات الآلية

المصدر : عز الدين كامل أمين مصطفى ، الصيرفة الالكترونية ، مجلة المصرف ، العدد 26 ، بنك السودان 2001 ، ص 02.

وبالتالي يهدف المصرف من خلال إدخال تكنولوجيا الاتصالات في تقديم الخدمة المصرفية إلى العملاء إلى تخفيض التكاليف وزيادة العوائد وتقديم خدمة بأكثر نوعية وأعلى جودة ، وتتخذ الصيرفة الالكترونية عدة قنوات ولعل أهمها :

أ. الصرافات الآلية (ATM) :

تعتمد خدمات الصرافات الآلية على وجود شبكة من الاتصالات تربط أفرع المصرف الواحد أو أفرع المصارف كلها ، في هذه الحالة تقوم ماكينة الصرف الآلي بخدمة أي عميل من أي مصرف مشترك ، والتي تتطلب الوصول إلى بيانات حسابات العملاء فوراً.

و تطور عمل الصرافات الآلية لتقوم بدفع الفواتير للمؤسسات الخدمية وتسديد الرسوم غير انه مع ظهور البطاقات الذكية فقد فتح المجال واسع لتنوع خدمات الصرافات الآلية.

ب. الصيرفة عبر الهاتف :

تعتمد هذه الخدمة أيضاً على وجود ترابط بين فروع المصرف الواحد ككل وتمكن الموظف المنوط به تقديم الخدمة الهاتفية من خلال الوصول لبيانات العميل مباشرة من أي فرع من المصرف ، حيث يقوم العميل بالاتصال برقم موحد للحصول على خدمة محددة من مصرفه ، حيث هناك موظف خاص يقوم بالرد على العميل للوصول إلى بيانات حول العميل ويبدأ بتوجيه أسئلة محددة لتأكد من هويته.

آخر التطورات التي تتم الآن هي استخدام هذه المراكز للإجابة على رسائل البريد الالكتروني والذي أصبح أداة فعالة بين المصرف والعميل ، كما مكن اتجاه

المصارف نحو الاندماج والمشاركة في الإدارة وإنشاء المؤسسات من وضع مراكز هاتفية موحدة وذلك لتقليل التكلفة وتوحيد الجهود المبذولة.

ج - الصيرفة عبر شبكة الانترنت :

يندرج في هذه القناة مجموعة الخدمات التي يطلها عليها الخدمة المصرفية الفورية (BANKING ONLINE) أو الخدمات المصرفية من المنزل (HOME BANKING)، ولقد ساهم انتشار الانترنت واستخدامه في العمل المصرفي إمكانية تقديم هذه الخدمة ومن ثم اتجهت المصارف نحو التوسع في إنشاء مواقع لها على شبكة الانترنت بدلا من إنشاء مقرات جديدة لها، حتى يستطيع العميل أن يتصل بالفرع الإلكتروني بطريقة أسهل، ويوفر المصرف على الانترنت الخدمات أهمها ما يلي :

- شكل بسيط من أشكال النشرات الإعلامية عن الخدمات المصرفية؛

- الاطلاع على وضعية الحساب وأرصدها؛

- مساعدة العميل في إدارة المحفظة المالية له؛

- إجراء مختلف التحويلات للأموال بين حسابات العملاء المختلفة؛

و تتميز الخدمة المصرفية عبر الانترنت بأهم عاملين يعملان على نشر الخدمة، أما الأول فيمثل أن هذه الخدمات في متناول اليد ومريحة ومتوفرة طول اليوم وجميع أيام الأسبوع، والعامل الثاني هو تكلفتها المنخفضة بالنسبة للمصرف، كما يمكن للمصارف من خلال نظم الانترنت توفير الخدمات لكافة المستخدمين بتقديم خدمات متنوعة والتسويق الجيد لخدماته المالية للعملاء حتى في المناطق التي لا توجد بها مقرات هذه المصارف.

د. الصيرفة عبر الهاتف النقال :

و هناك من يسمها بالمصارف الخلوية وتقوم هذه القناة على تزويد الزبون بالخدمة المصرفية في أي مكان وفي أي وقت، وتشتمل الخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال الخدمات المعلوماتية، كالاستعلام عن الأرصدة والاطلاع على عروض المصارف وأسعار العملات والفوائد ومعدلاتها والاستشارات والنصائح بشأن القروض والتسهيلات وموقع المصارف الفعلية ودوائرها وغير ذلك من الخدمات الاستعلامية. كما تشمل الخدمات المالية كتحويل الأرصدة من حساب إلى حساب وخدمات الدفع النقدي وفتح الحسابات وغلقها، وغيرها من الأعمال والخدمات المصرفية.

منذ انطلاق فكرة الخدمات المصرفية بواسطة الهواتف الخلوية وتوظيف البطاقات الذكية لهذه الغاية ، جرى تطور مذهب في حقل توظيف وسائط وبروتوكولات الاتصال وتبادل المعلومات في بيئة مصرف الهواتف الخلوية ترافق ذلك مع تطور مذهب في حقل البطاقات الذكية ، وهي بطاقات أشبه ما تكون بالبطاقة البلاستيكية تحتوي على معالجات أو شرائح رقمية تتيح التخزين وتنفيذ التطبيقات ، وتحتوي على ذاكرة رقمية للاحتفاظ ببرامج التطبيقات ، وتمكن البطاقة الذكية من الدخول إلى قواعد البيانات والتفاعل معها ، كما أنها وفي الوقت الراهن مدمجة بأنظمة عالية من الأمن تتيح سلامة محتوى البيانات المتبادلة وموثوقية الأطراف محل التفاعل.

و تتشابه هذه الخدمات التي تقدم عبر الهاتف الثابت ، ولكنها تمتاز عنها بأنها يمكن أن تكون عبر بيانات ونص مكتوب ، فيمكن الاستعلام من المصرف عن رصيد أو معرفة وضع تسوية شيك أو غيرها من الخدمات.

هـ - الصيرفة عبر التلفزيون :

ظل التلفزيون منذ أكثر من عقد من الوسائل الناجحة للإعلام الجماهيري وقد تم تطوير نظام التلفزيون ليتيح التراسل من المشترك لمقدمي خدمة الإرسال وأصبح ما يطلق عليه بالتلفزيون التفاعلي (INTERACTIVE TV) أو (I.T.V).

بدأ التلفزيون التفاعلي في احتلال موقعه في الدول المتقدمة وبدأت العديد من الشركات في التحول لتقديم هذه الخدمة بالمشاركة مع مؤسسات مالية لتوصيل الخدمة للمشتركين ، وأصبح جذاباً حيث أن السعة التي يتيحها التلفزيون لنقل المعلومات عبر الصورة تفوق تلك التي يمكن نقلها عبر تراسل البيانات التقليدي بحوالي ستة أضعاف.

و أصبحت خدمة الانترنت يتم تقديمها عبر شبكة التلفزيون التفاعلي خاصة وأن التلفزيون احتل مكانته في المنازل ، ومن أمثلة ذلك ، في بريطانيا احتل مصرف (H.S.B.C) الريادة في استخدام التقنيات في المصرفية ، باستثماره لمبلغ 600 مليون دولار في شركة أويين التلفزيونية خلال عام 2001.

جـ - مزايا الصيرفة الالكترونية :

تتميز الصيرفة الالكترونية بعدة صفات منها ما يلي :

- أنها خدمات تتم عن بعد وبدون اتصال مباشر بين أطراف الخدمة المصرفية؛

- أنها خدمات تقوم على التعاقد بدون مستندات ورقية وهذا ما طرح عدد من المسائل القانونية المتعلقة بأداة الإثبات؛

- أنها خدمات عبر الحدود ولا تعرف قيودا جغرافية؛

و يمكن للمصرف الذي يرغب في ممارسة الصيرفة الالكترونية أن يحصل على ترخيص من السلطات المختصة بعد التأكيد من الأمور التالية :

*السياسة العامة في تأدية الخدمات المصرفية والمالية والالكترونية؛

*الخيارات التقنية والسياسة الرقابية؛

*المشاكل القانونية المتعلقة بتقديم هذه الخدمة؛

د. البنية التحتية اللازمة للصيرفة الالكترونية :

يتطلب إرساء الصيرفة الالكترونية والتجارة الالكترونية بصفة عامة إلى إيجاد بنية تحتية معتمدة على قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة ، بالإضافة إلى متطلبات قانونية وتشريعية تنظم التعاملات الالكترونية طبعا مع بيئة ثقافية واجتماعية مناسبة.

هـ - واقع الصيرفة الالكترونية :

لقد ظهرت الصيرفة الالكترونية بظهور النقد الالكتروني ، حيث تزوج النقد الالكتروني بتقنيات المعلومات ، غير أن استخدام البطاقات بدل النقد الائتماني في الواقع ظهر بفرنسا ، فمثلا تم استخدام بطاقة كرتونية في الهاتف وفي الولايات المتحدة الامركية تم استخدام البطاقة المعدنية ، فهي تستعمل في تعريف الزبون على مستوى البريد ، مع ذلك كان لابد من الانتظار حتى الخمسينات حتى يشهد العالم تحولا في هذه البطاقات ، حيث طرحت شركة (AMERICAN EXPRESS) في عام 1958 بطاقة بلاستيكية ، والتي انتشرت على نطاق دولي في الستينات.

و في سنة 1968 أصدرت مجموعة شركات تتكون من ثمانية مصارف كبيرة بطاقة (BANK AMERICARD) و التي تحولت فيما بعد إلى شركة (VISA) المشهورة عالميا ، وتم إصدار بطاقة الزرقاء (CARTE BLEU) في فرنسا من قبل ستة مصارف فرنسية ، وبفضل ثورة الإلكترونيك ، ثم تزويد البطاقات بمسارات مغناطيسية في البلدان المتقدمة ، حيث أصبحت البطاقة تحوي على ذاكرة ويمكن تجزئة القيمة المخزنة فيها لإجراء عمليات الدفع.

ومع الانفجار الذي حدث مع ثورة الانترنت وتطور التجارة الالكترونية ، أدت إلى تحول كبيرة لمجالات الصيرفة الالكترونية وظهرت الخدمات المصرفية عبر شبكة الانترنت وظهرت وسائل الدفع الالكترونية منها الشيك الالكتروني والنقود الالكترونية .

لقد تطورت الصناعة المصرفية خلال السنوات الأخيرة بشكل لم يسبق له مثيل؛ ويرجع ذلك إلى عاملين أساسيين هما :

- تنامي أهمية ودور الوساطة بفعل تزايد حركية التدفقات النقدية والمالية ، سواء في مجال التجارة أو في الاستثمار والنتيجة عن عولمة الأسواق.

- تطور المعلوماتية وتكنولوجيات المعلومات والاتصالات ، وأما يعرف بالصدمة التكنولوجية ، والتي كانت في كثير من الأحيان استجابة للعامل الأول.

فعلى المستوى العالمي ارتفع عدد المصارف واتحادات الائتمان التي تقدم خدماتها على الخط وعبر شبكة الانترنت من 1200 مؤسسة ومصرف في سنة 1998 وهو ما كان يمثل نحو 6% من السوق المصرفية العالمية ، إلى 12000 في سنة 2000 أي (10)مرات وإلي 15845 في سنة 2003 ، أي نحو 75% من السوق ، كذلك ارتفع عدد المتعاملين مع الانترنت المصرفي من 18% من سنة 1999 إلى 51.3% في سنة 2004 في العالم.

وفيما يلي أرقام تبين تزايد عدد المتعاملين عبر قنوات الصيرفة الالكترونية في بعض البلدان الأوروبية.

الجدول رقم 05 : تطور عدد المتعاملين عبر قنوات الصيرفة الالكترونية في بعض الدول الأوروبية. (الوحدة : مليون متعامل)

السنة	بريطانيا	ألمانيا	اسبانيا	فرنسا	السويد	إيطاليا	سويسرا
1999	1.0	0.9	0.7	0.2	1.0	0.1	0.2
2000	2.0	1.6	1.3	0.4	1.3	0.3	0.4
2001	3.1	2.5	1.8	0.8	1.5	0.5	0.6
2002	3.9	3.5	2.1	1.1	1.7	0.8	0.6
2003	4.9	4.3	2.5	1.8	1.9	1.3	0.7
2004	5.4	4.9	2.7	2.1	2.0	1.7	0.8

المصدر : رحيم حسين ، هوارى معراج ، الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية ، أعمال الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي

- **الواقع والتحديات - جامعة شلف يوم 14 و 15 ديسمبر 2004 ، الجزائر ، ص 317.**
 أما في الولايات المتحدة الأمريكية فقد بلغت نسبة العائلات المتعاملة عن طريق الصيرفة الالكترونية على الخط (العمليات المصرفية والدفع على الخط) 50% في سنة 2005 و 57% من عدد المتعاملين في سنة 2004 ، ويتوقع أن تصل هذه النسبة إلى 85% في سنة 2008.

أما من حيث وسائل الدفع الالكترونية ، فتأتي البطاقة المصرفية وهي الأكثر تداولاً من الشيكات في البلدان المتقدمة ، حيث بلغ حجم بطاقات الذكية المتداول عبر العالم 1.1 مليار بطاقة في سنة 2002 بارتفاع قدره 5.8% مقارنة بالنسبة لعام 2001 ، كما بلغ عدد بطاقات المعالجة 701 مليون بطاقة في نفس السنة بمعدل 17% عن 2001. كما تجدر الإشارة أن أوروبا تتقدم باقي مناطق العالم في هذا المجال ، حيث تحتل نحو 70% من السوق العالمي للبطاقات البرغوثية ، في حين لا تستحوذ القارة الأمريكية سوى على 11% من السوق العالمي من هذا النوع من البطاقات ، وعلى 8% فقط من البطاقات المعالجة عالمياً.

و بين الجدول التالي توزيع البطاقات حسب الفروع وحسب المناطق الجغرافية كما يلي :

جدول رقم (06) : توزيع استعمال البطاقات الذكية والمعالجة على المناطق الجغرافية عبر العام في سنة 2002 (الوحدة : مليون بطاقة)

المجموع	النسبة %	بطاقة معالجة	النسبة %	بطاقة الذكية	المنطقة
805	59%	414	26%	391	أوروبا الشرقية والغربية ، إفريقيا
600	33%	231	34%	369	آسيا ، جنوب الباسفيك ، الصين
381	8%	56	30%	325	أمريكا
1786	100%	701	100%	1085	المجموع

المصدر : رحيم حسين ، هوارى معراج ، مرجع سبق ذكره ، ص 318.
 كما يمكن الإشارة أن استخدام البطاقات بمختلف أنواعها ، يختلف من قطاع إلى قطاع ، ويمكن حصر هذه القطاعات الأساسية فيما يلي : القطاع المالي والمصرفي في التعاملات المالية الالكترونية ، قطاع الإدارة والصحة؛ قطاع النقل بمختلف أنواعه ، قطاع السياحة والسفر من خلال الفنادق والمراكز التجارية ،

قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مثل الاشتراك في خدمات الانترنت وبرامج التلفزيون... الخ؛

كما يختلف توزيع استعمال البطاقات من دولة إلى دولة ومن منطقة جغرافية إلى منطقة أخرى.

أما بالنسبة للهاتف المحمول فقد قدر حجم المتعاملين به في السوق العالمي بـ 1.1 مليار مستعمل سنة 2002 ، وحقق نمواً معدله 15.3% بالمقارنة مع سنة 2001 و 30% بالمقارنة مع سنة 2000 ، ويشهد الإنفاق في هذا المجال نمواً متزايداً عبر السنوات في البلدان المتقدمة قد بلغ على سبيل المثال ، حجم الإنفاق على الصيرفة الالكترونية ما يقارب 344 مليون دولار في العالم سنة 2003.

و. مخاطر الصيرفة الالكترونية :

إن الصيرفة الالكترونية رغم ما يمكن أن توفره من مزايا للاقتصاد العالمي عامة ، تظل محاطة بمجموعة من المخاطر لا يمكن مواجهتها دون وضع إطار قانوني وتقني وتطوره مع كل المستجدات ولعل أهم هذه المخاطر ما يلي :
المخاطر التنظيمية ، المخاطر القانونية ، مخاطر العمليات ومخاطر السمعة.

وقصد مواجهة أخطار وتحديات الصيرفة الالكترونية هناك عدة أدوات تنظيمية هي : التطويع ، التقنين ، التنسيق والتكامل.

ز. خدمات الصيرفة الالكترونية :

من أهم نتائج التطورات الأخيرة في مجالات الاتصالات ظهور الشبكات الالكترونية والتي استخدمت في التجارة الالكترونية بشكل عام والعمليات المصرفية بشكل خاص ، وأصبحت الصيرفة الالكترونية والنقود الالكترونية من سمات تقدم أو تخلف النظام المصرفي في أي بلد ، وسنحاول إبراز ذلك من ذكر أهم الخدمات المصرفية الالكترونية والتي أهم شيء فيها وجود نظام الدفع الالكتروني.

ثانيا : خدمات الصيرفة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية

أ - خدمات الصيرفة الالكترونية :

تنوعت خدمات الصيرفة الالكترونية (BANKING SERVICES ELECTRONIC) ، في المصارف التجارية ، ويرجع ذلك إلى تطور نظم الاتصالات وتقديم التقنيات مما أتاح للجمهور المتعامل مع المصارف إلى الاستفادة النوعية من هذه الخدمات ، وتشمل الخدمات ما يلي :

- أوامر الدفع المصرفية الالكترونية وخدمات المقاصة الالكترونية؛
- الانترنت المصرفي؛
- خدمات أجهزة الصرافات الآلية؛
- بطاقة الخصم المستخدمة في موقع البيع؛
- السحب الآلي المباشر (المدفوعات الالكترونية)؛
- خدمة الفواتير بالهاتف (BAY – BY – PHONE)؛
- خطوط المعلومات الخاصة بالحسابات؛
- الخدمات المصرفية المنزلية والمكتبية؛
- البطاقة البلاستيكية؛

ب. وسائل الدفع الالكترونية :

إن أبرز شيء تقدمه الصيرفة الالكترونية لمختلف الأعوان الاقتصاديين هو إتاحة وسائل دفع الكترونية من خلال نظام الدفع الالكتروني الذي يشير عموما إلى الشبكات الاتصالات بمختلف أنواعها التي تضمن تبادل مختلف وسائل الدفع الالكترونية لأداء مختلف الصفقات والعمليات التجارية ، وسنحاول فيما يأتي التركيز على بطاقة الائتمان والنقود الالكترونية باعتبارهما أهم وسيلتين الأكثر استعمال وانتشارا.

.بطاقة الائتمان :

هي بطاقة بلاستيكية صغيرة الحجم شخصية ، تصدرها المصارف أو منشآت التمويل الدولية تمنح للأشخاص لهم حسابات مصرفية وهي من أشهر الخدمات المصرفية الحديثة ، وبموجب هذه البطاقة يستطيع المتعامل الحاملين لهذه البطاقة الحصول على ائتمانا مجانيا متفق عليها مع المصرف ، يقومون سداده بعد مدة ، ويطلق لفظ بطاقة الائتمان ، والتي تعبر عن لفظ ائتمان واعتماد ، وهذه البطاقة فضلا عن كونها أداة للوفاء أو الدفع مثل بطاقة ضمان الشيك ، فإنها تمنح

حاملها ائتمان مصرفيا قصيرا الأجل ، ولهذا عليها يطلق عليها مصطلح بطاقات الائتمان.

و لعل ابرز تعريف للبطاقة هو ما عرفه مركز البطاقات بالبنك الأوربي بأنها أداة مصرفية للوفاء بالالتزامات مقبولة على نطاق واسع محليا ودوليا لدى الأفراد والتجار والمصارف كبديل للنقد لدفع قيمة السلع والخدمات المقدمة لحامل البطاقة مقابل توقيعه على إيصال بقيمة التزامه الناشئ عن شرائه للسلعة أو الحصول على الخدمة على أن يقوم التاجر بتحصيل القيمة من المصرف المصدر للبطاقة عن طريق المصرف الذي صرحه له بقبول البطاقة كوسيلة دفع ، ويطلق على عملية التسوية بين المصارف الأطراف فيها اسم نظام الدفع الالكتروني.

.أطراف التعامل في بطاقة الائتمان :

أطراف التعامل في بطاقة الائتمان هم بشكل عام على التوالي : المركز العالمي للبطاقة ، مصدر البطاقة ، حملة البطاقات ، التاجر.

.أنواع بطاقات الائتمان :

و هناك عدة أنواع للبطاقة الائتمان يمكن ذكر منها ما يلي :

- أنواع البطاقات بحسب المزايا التي تمنح لحاملها : ويوجد نوعان : البطاقة العادية أو الفضية ، البطاقة الذهبية.

- أنواع البطاقة بحسب الاستخدام : ويوجد منها نوعان هما : بطاقة الائتمان العادية ، بطاقة السحب النقدي الالكتروني.

.الدفع الالكتروني باستعمال بطاقة الائتمان عبر شبكة الانترنت :

قبل أن تتحول معظم بطاقات الائتمان العالمية المعروفة اليوم ، إلى وسيلة دفع إلكترونية فعلية عن بعد يمنح حاملها رقم سريا يستخدمه في التوقيع الالكتروني على عمليات الدفع ، تجدر الإشارة إلى أن نظام استخدام بطاقة الائتمان اقتصر طويلا على طريقتين هما : إما أن يصدر التاجر إيصالا رقميا يوقعه الزبون حامل البطاقة وإما أن يكتفي التاجر بتسجيل رقم البطاقة الظاهر وتاريخ صلاحيتها من دون الحصول على توقيع الزبون.

ففي ظهور شبكة الانترنت وتطور التجارة الالكترونية عليها أدى إلى إيجاد صيغة جديدة للدفع الالكتروني عبر شبكة الانترنت باستعمال بطاقة الائتمان ، حيث يمنح حامل البطاقة رقما أو رمزا سريا يستخدمه في عملية الدفع أو التحويل أو في سحب النقود أو غير ذلك من الخدمات التي تحصل جميعها عن

بعد ؛ إما عبر شبكات الاتصال الالكترونية المصرفية أو عبر شبكات العالمية ومنها على الخصوص شبكة الانترنت.

يسمى استخدام الرمز السري للدفع بالبطاقة بالتوقيع الالكتروني ، وعلى هذا الأساس يسير الدفع بواسطة البطاقة الائتمانية في إطار شبكة الانترنت. و تطرح هذه العملية عدة مخاطر ، منها مخاطر متصلة بقضية القرصنة المعلوماتية المحتملة للأرقام السرية التي تتجول بداخله واحتمال تعرض هذه الأرقام لاعتداءات ذات طابع احتيالي ، بما قد يهدد الأرقام امن الصفقات الحاصلة عبر الشبكة برمتها لذلك لا بد من وجود نظام دفع الكتروني آمن يعتمد على الآليات والوسائل الشائعة اليوم في مجال التشفير ، بالإضافة إلى ذلك لا بد من تقنين هذه العمليات سواء على مستوى الوطني أو الدولي ، مما يضمن حقوق كل الأطراف في حالة وقوع هذه الأخطار.

النقود الالكترونية :

- تعريف النقود الالكترونية : يشمل مصطلح النقود الالكترونية (E - MONEY) مجموعة متنوعة من المنتجات المصممة لتزويد المستهلكين ببدائل لطرق الدفع التقليدية وإزاء تنوع هذه المنتجات والتطور المتلاحق فيها ، فانه من الصعب التوصل إلى تعريف جامع ومانع يتضمن كافة نظم النقود الالكترونية على نحو يميزها بدقة من النواحي القانونية والتقنية والاقتصادية ، حيث يكاد يتفق الخبراء على عدم جدوى تقديم تعريف دقيق للنقود الالكترونية في المرحلة الحالية ، ورغم ذلك فان لا يوجد خلاف بين هؤلاء الخبراء على أن مصطلح النقود الالكترونية يشمل على وجه الخصوص على صورتين هما :

الصورة الأولى : هي البطاقات السابقة الدفع المعدة للاستخدام في أغراض متعددة ويطلق عليها أيضا تعبير البطاقات مخزنة القيمة أو محفظة النقود الالكترونية.

الصورة الثانية : هي آليات الدفع مخزنة القيمة أو سابقة الدفع التي تمكن من إجراء مدفوعات من خلال استخدام شبكات الحساب الآلي المفتوحة خاصة الانترنت ؛ والتي يطلق عليها أحيانا نقود الشبكة أو نقود السائلة الرقمية (DIGITAL CASH).

مما سبق ذكره يتبين أن تعبير النقود الالكترونية يستخدم أساسا للإشارة إلى مجموعة متنوعة من آليات وطرق الدفع محدودة القيمة تتميز بأنها قد سبق تسديد

قيمتها أو تختزن قيمتها بداخلها.

- كيفية عمل النقد الالكتروني : للحصول على النقد الالكتروني^(*) يذهب العميل شخصيا لفتح حساب في المصرف ، مع الادلال ببعض التعاريف لإثبات شخصيته ، وعندما يريد العميل أن يسحب النقود الالكترونية للقيام بعملية شراء ، فإنه يدخل إلى المصرف من خلال شبكة الانترنت أو شبكة الاتصالات اللاسلكية ويقدم دليل شخصيته والتي تكون عادة شهادة رقمية **التوقيع الالكتروني** تصدرها سلطة الاعتماد وبعد تحقق المصرف من شخصية العميل فإنه يصدر المبلغ الخاص للعميل من النقد الالكتروني ويخصم نفس المبلغ من حسابه ، كذلك قد يحمل المصرف العميل مبالغ عمولات ورسوم الجهاز على العملية ويقوم العميل بتخزين النقد الالكتروني في محفظة على ديسك جهاز الحاسوب الخاص به أو على جهاز بطاقة الالكترونية الخاصة تسمى البطاقة الذكية.

— الحافظة الالكترونية : الحافظة الالكترونية (ELECTRONIC

WALLETS) عبارة عن أدوات أجزاء صلبة أو برامج قيمة مختزنة ، ويمكن تحميلها بقيمة محددة. فإذا الحوافز الالكترونية يمكن أن تكون في شكل حاسب آلي صغير محمول بمصدر تغذية داخلي ، أو في شكل بطاقة ذكية ويمكن تحميل النقود الالكترونية داخل الحوافز المركزية وتستعمل للدفع عند أطراف نقط البيع..

إذا تتخذ المحفظة الالكترونية عدة أشكال ، فقد تكون عبارة عن بطاقة بلاستيكية أو قرص مرنا يمكن إدخاله في فتحة القرن المرن في جهاز الحاسوب الشخصي ، ويمكن استخدام المحفظة الالكترونية للدفع عبر الأسواق الالكترونية ، أو عبر شبكة الانترنت وحتى في الأسواق التقليدية والتي تستعمل طبعاً لأنظمة الدفع الالكتروني.

و بذلك فإن المحافظة الالكترونية في خدماتها شبه الوظيفية المماثلة للمحافظة المادية التي يحتفظ فيها ببطاقات الائتمان والنقد الالكتروني والهوية الشخصية ومعلومات اتصال المالك ، وتقدم هذه المعلومات على موقع فحص التجارة الالكترونية. كما تخزن المحفظة الالكترونية معلومات الشحن والفواتير الشاملة ، أسماء المستهلكين... الخ. والمحافظة الالكترونية مفيدة بصفة عامة ، فهي توفير قدراً كبير من الوقت كما توفر إمكانيات تسويق عمليات تجارية بأكبر قدر وتمنح إمكانية التسوق الالكترونية ، زيادة على جعل البطاقات المختلفة الدفع في بطاقة واحدة على الأقل ما يوفر الجهد والمال.

- الشيك الإلكتروني : تحاول المؤسسات المصرفية تطوير كافة وسائل الدفع المصرفية لتناسب مع مقتضيات التجارة الإلكترونية ، وفي هذا المجال تم تطوير استخدام الشيكات الورقية إلى نظام الشيكات الإلكترونية وذلك بفضل الدراسات التي تمت في الولايات المتحدة الأمريكية والتي أوضحت أن المصارف تستخدم سنويا أكثر من **500 مليون** شيك ورقي تكلف إجراءات تشغيلها حوالي **79 سنتا** لكل شيك ؛ وتزداد تكلفة إعداد الشيكات بنسبة **3%** سنويا وعندما أجريت دراسة عن إمكانية استخدام الشيكات الإلكترونية اتضح أن تكلفة التشغيل للشيك يمكن أن ينخفض إلى **25 سنتا** بدلا من **79 سنتا** وهو ما يحقق وفرا يزيد عن **250 مليون دولار** سنويا في الولايات المتحدة الأمريكية فقط.

و 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 إلكترونيا عبر الانترنت ، فبعد أن يستلم المستفيد الشيك يرسله إلى المصرف ليتم تحويل المبلغ لفائدته ، ثم يعيده إلى المستفيد مؤكدا له عملية التحويل ، كما يمكن النظر إلى الشيك على أنه مكافئ للشيكات التقليدية فهو عبارة عن وثيقة الكترونية تحتوي البيانات التالية : رقم الشيك ، اسم الدافع ، رقم حساب الدافع ، اسم المصرف ، اسم المستفيد ، القيمة التي ستدفع ، وحدة العملة المستعملة ، تاريخ الصلاحية ، التوقيع الإلكتروني للدافع ، التظهير الإلكتروني للشيك المستفيد.

إن الشيك الإلكتروني هو رسالة الكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله) ليعتمده ويقدمه للمصرف الذي يعمل عبر الانترنت أو شبكات الاتصال الأخرى ، ليقوم المصرف أولا بتحويل قيمة الشيك النقدية إلى حساب الشيك وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك أو إعادته إلكترونيا إلى مستلم الشيك ليكون دليلا على أنه قد تم صرف الشيك فعلا ، كما يمكن لمستلم الشيك أن يتأكد إلكترونيا من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه.

و قد تبنت عدة مصارف فكرة بناء مواصفات قياسية للشيكات الرقمية من أهمها **سي تي بنك ، بنك بوسطن** ، وذلك لأهميته هذا النوع من الشيكات للعمل في المستقبل.

ثالثا : واقع المصارف الالكترونية وتحدياتها

فبعد أن تطورت الخدمة المصرفية من التقليدية إلى الالكترونية ، أصبح هناك مصارف افتراضية تعمل عند بعد ، من خلال شبكات الاتصال المختلفة ، لتطرح بعد ذلك المصارف الالكترونية متطلبات وتحديات.

أ - نشأة المصارف الالكترونية وتطورها

يستخدم اصطلاح المصارف الالكترونية (ELECTRONIC BANKING) أو مصارف الانترنت (INTERNET BANKING) كتعبير متطور وشامل للمفاهيم ظهرت مطلع التسعينيات كمفهوم الخدمات المالية عن بعد أو المصارف عن بعد (REMOTE ELECTRONIC BANKING) وتطور هذا المفهوم مع ظهور وتطور الانترنت إذا أمكن إنشاء المصارف الالكترونية عبر هذه الشبكة.

. ظهور المصارف الالكترونية :

يرجع تاريخ ظهور المصارف الالكترونية أو مصارف الانترنت إلى عام 1995 الذي شهد ولادة أول مصرف على الشبكة وهو نت بنك (NET BANK) ومنذ ذلك بدأت المصارف الالكترونية تنشأ خاصة في الدول المتقدمة حيث يوجد بالولايات المتحدة الأمريكية أكثر من 30 مصرف إلكتروني عام 2001 و 20 مصرف إلكتروني في الاتحاد الأوروبي عام 2001 ، أما آسيا ففيها مصرفان بدأ العمل منذ 2001 ، وهذه المصارف تعمل ككيانات منفصلة مرخصة لها أو كمؤسسة تابعة أو كفروع للمصرف الأجنبي أو كمصرف الكترونية.

. تعريف المصارف الالكترونية

المصارف الالكترونية بمعناها الحديث ليست مجرد فرع لمصرف قائم يقدم خدمات مالية وحسب بل موقعا ماليا تجاريا إداريا استشاريا شاملا ، له وجود مستقل على الخط.

و يمكن إعطاء تعريف عام للمصاريف الالكترونية ، فيشر المصرف الالكتروني إلى النظام الذي يتيح للزبون الوصول إلى حساباته ، أو أية معلومات يريدتها والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية من خلال شبكة معلومات يرتبط بها جهاز الحاسوب الخاص به أو أية وسيلة أخرى ، رغم ذلك يظل معيار تحديد مفهوم المصارف الالكترونية مثار لتساؤل ، ووفقا للدراسات العالمية وتحديدًا جهات الإشراف والرقابة الأمريكية والأوروبية ، فإن هناك ثلاثة

صور أساسية للمصارف الالكترونية على شبكة الانترنت :

.الموقع المعلومات (INFORMATIONAL) :

و هو المستوى الأساسي للمصارف الالكترونية أو ما يمكن تسميته بصورة الحد الأدنى من النشاط الالكتروني المصرفي ، ومن خلاله فان المصرف يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.

.الموقع التفاعلي أو الاتصالي (COMMUNICATION) :

بحيث يسمح الموقع بنوع من التبادل الاتصالي بين المصرف وعملائه ، كالبريد الالكتروني وتعبئة طلبات أو نماذج على الخط أو تعديل معلومات القيود والحسابات.

.الموقع التبادلي (TRANSACTIONAL) :

وهذا هو المستوى الذي يمكن القول أن المصرف فيه يمارس خدماته وأنشطته في بيئة إلكترونية ، حيث تسمح هذه الصورة السماح للزبون بالوصول إلى حساباته وإدارتها وإجراء الدفعات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية وإجراء الحوالات بين حساباته داخل المصرف أو مع الجهات الخارجية ، وهي التي تمثل المصارف الالكترونية.

و تجدر الإشارة أن المصارف الالكترونية ليست حكرا على المؤسسات المصرفية بل ربما لا يكون لها الريادة بل للمؤسسات أخرى ، حيث تدخلت جهات غير مصرفية لتلبية احتياجات التسويق الالكتروني التي تمارسها عبر مواقعها ، فهناك قطاعات غير مصرفية قد دخلت بقوة سوق الاستثمار في المصارف الالكترونية وذلك عبر مختلف الطرق التالية :

- الاستثمار المباشر : فمثلا قامت شركة سوني بإنشاء مصرف الكتروني يقدم خدمات الاقتراض والائتمان ، بالإضافة إلى شركات أخرى مثل سونت بنك ونيون كريك بنك ...الخ.

- توفير منصات خدمات للتعاملات المصرفية : مثل أمريكا اولاين التي أقامت مصرف الكتروني منذ 1996 وانظم إليها مجموعة من المصارف مثل بنك أوف أمريكا ، يونيون بانك أوف كاليفورنيا ، وستي بنك ..

- تقديم خدمات مصرفية بالنيابة : مثل شركة بيع وتأجير السيارات تقدم خدمة الإيجار والتمويل وخدمات أخرى نيابة عن المصرف وذلك عن بعد.

ب - أهمية مواقع المصارف الالكترونية :

تعتبر المصارف الالكترونية الوسيلة المناسبة لتحقيق معدلات أفضل لمنافسة والبقاء في السوق ، في ظل التنافس القوي في السوق المصرفي والذي عنوانه الخدمة الشاملة والأسرع الأقل تكلفة ، فهي تفتح آفاق وفرص جديدة للاستثمار ومكان لتقديم الخدمة المالية السريعة بأقل كلفة ومكان للإدارة المتميزة لاحتياجات الزبون ، كما أن تطور أنظمة الدفع الالكترونية وظهور النقود الالكترونية المصاحب لتطور الأعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية ، يقدم مبرر لوجود المصارف الالكترونية.

وحسب الدراسات التي أجريت على مواقع المصارف الالكترونية إضافة إلى الدراسات البحثية الصادرة عن مؤسسات الأبحاث المختلفة والتي تظهر ما يلي :

- غالبية مواقع المصارف على الانترنت مواقع تعريفية معلوماتية وليست مواقع خدمات مصرفية على الخط.

- أن الكثير من مواقع البحثية توفر مدخل شامل لكافة مواقع المصارف على شبكة الانترنت ، ومن هنا فإن أهم إستراتيجية في واقع المصارف على شبكة الانترنت هي أن يدرك القارئون عليها أنه لا بد من نشر موقع المصرف في مختلف محركات البحث.

- غالبية المواقع تقدم مواقع تعريفية ومعلوماتية ، لكن لن يمضي وقت على تحولها إلى مواقع خدمية تقيم علاقات تفاعل مباشرة مع الزبون إذا ما بين 1997 و 2000 ارتفعت نسبة الاتجاه إلى المواقع التفاعلية ما يقارب (80%).

- لا تزال الولايات المتحدة الأمريكية في مقدمة الدول في حقل أتمتة العمل المصرفي.

- ظهور المصارف الإسلامية الالكترونية حيث أعلن في مارس 2001 في مدينة دبي للانترنت بالإمارات العربية المتحدة عن استضافة المدينة لعدد من المصارف الإسلامية الالكترونية التي تمارس أعمالها من خلال مكاتب لها داخل المدينة ، وأن هذه المصارف ستمارس كافة أعمالها باعتماد كامل على بيئة الانترنت ، حيث سيتم إجراء كافة المعاملات بطريقة الكترونية ونشاطها الرئيسي لتقديم الخدمات المصرفية والمعاملات المصرفية الالكترونية الإسلامية.

ج - مزايا المصارف الالكترونية ومخاطرها وتحدياتها :

إن ظهور المصارف الالكترونية كانت استجابة لمتطلبات البيئة الجديدة في ظل الاقتصاد الرقمي واشتداد المنافسة ما بين المصارف ، غير انه طرح عدة مخاطر مختلفة ومتنوعة مما فرض عدة تحديات للمصارف الالكترونية.

- مزايا المصارف الالكترونية :

لأشك أن هذه المصارف التي تعتمد على التكنولوجيا العالية لها مزايا كثيرة ، سواء للمصرف كمصرف أو للعميل وتتخلص أهم هذه المزايا فيما يلي :

- المزايا التي تحقق للمصرف : أهم مزايا المصرف الالكتروني هو تخفيض التكاليف عن عاتق المصرف أو المؤسسة المنشأة له ، حيث يتخلص المصرف من أعباء فتح فروع جديدة في أماكن مختلفة داخل أو خارج الدولة ، وذلك لأن نظام المصرف الالكتروني ينقل المصرف وخدماته المتنوعة إلى كل عميل حيث ما كان ، وقد اثبت التجارب الدولية أن الدول التي انتشرت فيها هذه النوعية من المصارف قد قامت مصارفها الكبرى بإغلاق معظم فروعها بسبب إنشاء المصرف الجديد.

- المزايا التي تحقق للفرد : تحقق المصارف الالكترونية للفرد درجة عالية من الراحة حيث توفر عليه الذهاب إلى مقر المصرف والوقوف في طابور حتى يتحصل على الخدمة ، كما توفر له الوقت وتتيح له خدمات جيدة ، كسداد فواتير السلع والخدمات التي يحصل عليها دون عناء والخدمات الجديدة الأخرى ، التي قد تتناسب مع طلباتها الأخرى كوثيقة التأمين أو التعليم وغيرها من الخدمات ، كما أن هذا النظام من المصارف يحقق سرية الحسابات والمعاملات التي يقوم بها العميل.

بالإضافة إلى ذلك يحقق المصرف الالكتروني عدة مزايا خاصة في ظل وجود اقتصاد رقمي ، بل تعتبر ركيزة الاقتصاد الرقمي والتجارة الالكترونية وكل ذلك ينعكس على القطاعات الاقتصادية بمختلف أنواعها ومستوياتها.

- مخاطر المصرف الالكتروني :

رغم كل مزايا المذكورة سابقا ، فإن المصرف الالكتروني بما فيها من تكنولوجيا له مخاطر شأنه في ذلك شأن أي تكنولوجيا جديدة لابد أن يكون لها بعض مخاطر ، ومنها : المخاطر الناجم عن اتساع الهوة بين المصرف والعميل ، ومما يمكن أن يترتب عليها من عمليات اقتراس بدون ضمانات كافية ، وتعرض

المصارف لعمليات النصب ، حيث أن الخدمة المصرفية عبر الانترنت يكون من الصعب مراقبتها بصورة دقيقة ، وإلى جانب هذا المخاطر التي تأثر على المصرف والفرد ، فان هناك خطر اكبر يمكن أن يؤثر على الاقتصاد القومي ككل ويأتي أساسا من جانب حجم السيولة في الاقتصاد ، فهذه المصارف الالكترونية تتيح للعميل أن يقوم بتحويل أمواله وبأي مبالغ بضغطة على زر الحاسوب أو الهاتف خارج حدود الدولة إلى دولة أخرى أو العكس ، وفي هذه الحالة يجعل الدولة عرضة للتأثير بأزمات السيولة بزيادة أو نقصان.

و رغم هذه المخاطر وتحذيرات بعض الخبراء إلا أن هذا النوع من المصارف اخذ في الانتشار في معظم دول العالم ، لاسيما في الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد الأوروبي واستراليا...الخ ، وكذلك بدأ عمل به في بعض الدول العربية وفي مقدمتها الإمارات العربية المتحدة والأردن والكويت ، نظر لان هذه الدولة العربية تتوفر نسبيا على بنية تحتية أساسية جيدة من حيث شبكة الاتصالات والتجهيزات الفنية في المصارف ، ولكن يبقى أمر في غاية الأهمية يجب التنبيه عليه وهو انه ينبغي تقبل الدول العربية ومصارفها هذا التحدي التكنولوجي الجديد وما يترتب عليه من آثار ايجابية وأن تتعامل معه بفعالية إذا أرادت أن تدخل تيار الثورة المعلوماتية .

- التحديات التي تواجهها المصارف الالكترونية :

يفرض المصرف الالكتروني عدة تحديا سواء كانت قانونية أو تقنية أو متعلقة بأمن التعاملات المالية ، ولابد له من مواجهة هذه التحديات حتى يستطيع المصرف الالكتروني القيام بدوره كما ينبغي ، ويمكن حصر هذه التحديات في العناصر التالية :

- تحديات القانونية؛
- تحديات الأعمال المرتبطة والمعايير الإشرافية؛
- أمن المعاملات والمعلومات المصرفية الالكترونية؛
- تحديات وسائل الدفع الالكترونية؛
- تحديات الأنظمة الضريبية؛

- متطلبات إنشاء المصارف الالكترونية :

يطرح إنشاء المصارف الالكترونية عدة متطلبات سواء متعلقة بالاقتصاد ككل أو تتعلق بالمصرف نفسه ، رغم ذلك يمكن التأكيد أن البيئة المناسبة جدا

للمصارف الالكترونية ونشاطها هي بيئة الاقتصاد رقمي والحكومة الكترونية ،
وسنبرز ذلك من خلال العناصر المحددة التالية :

- البنية التحتية التقنية؛
- الكفاءة الأدائية المتفوقة مع عنصر التقنية؛
- التطوير والاستمرارية والتفاعلية مع المستجدات؛
- التفاعل مع المتغيرات والوسائل والاستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية؛
- الرقابة التقنية الحيادية؛

خاتمة :

نتج عن النمو المتسارع لوسائل الدفع الحديثة وتكنولوجيات المعلومات والاتصالات آثار كبيرة على المصارف وذلك من ناحية أشكال هذه المصارف وتسويق خدماتها ، فلقد أتاحَت الصيرفة الالكترونية للمصارف خدمات متطورة استطاعة من خلالها تخفيض التكلفة وزيادة حجم السوق المستهدف من خلال الخدمة المصرفية عن بعد بمختلف أنواعها ، كما أثر ذلك على عملاء المصارف ، من خلال تخفيض تكلفة الخدمة المصرفية والسرعة والفعالية ، وبدون الانتقال إلى المصرف ، كما أثر ذلك على جميع القطاعات خاصة القطاع التجاري ، من خلال زيادة رقم أعمالها وارتفاع عدد متعاملها.

و لقد تطورت الصيرفة الالكترونية إلى أن أصبح هناك مصارف تعمل عن بعد أو ما يسمى بالمصارف الالكترونية ، هذا الكيان الافتراضي المصرفي ، مما فتح فرص جديدة للمتعاملين ، حيث يعمل البنك الالكتروني عبر الشبكات الاتصال وبدون مقر ، ويختلف المصرف العادي على الالكتروني ، فمن حيث الخدمة فهناك خدمات مصرفية عن بعد ، أما المقر فهناك مقر على شبكات الاتصال والتي أبرزها الانترنت .

يعمل البنك الالكتروني في ظل بيئة تجارية الكترونية واقتصاد يعتمد على تكنولوجيات الاتصالات والمعلومات أي الاقتصاد الرقمي وقد طرح هذا الموضوع وموضوع الصيرفة الالكترونية عدة قضايا ، ومنها الإطار القانوني وأمن المعلومات المالية والمصرفية ، ورغم كل الجهود المبذولة في معالجة هذه القضايا ، لكن غير كافية ، وذلك لحدثة هذه التقنيات وتطورها بسرعة ولعل أهم مشكل يتمثل في حجية الإثبات العقود الالكترونية ، ولكن هذه القضايا مطروحة عالميا وخصوصا في الدول المتقدمة وتبقى الدول المختلفة بعيدة عنها ، ومنها الجزائر .

قائمة المراجع :

- 01 - ناجي معلا ، أصول التسويق المصرفي ، الأردن : الجامعة الأردنية 1994.
- 02 - عبد العال حماد ، التطورات العالمية وانعكاساتها على أعمال البنوك ، سلسلة البنوك التجارية قضايا معاصرة ، الإسكندرية : الدار الجامعية 2004 .
- 03 - طارق عبد العال حماد ، التجارة الالكترونية ، الإسكندرية الدار الجامعية ، 2004/2003.
- 04 - مدحت صادق ، أدوات وتقنيات مصرفية ، القاهرة : دار غريب لطباعة والنشر والتوزيع 2001.
- 05 - حسين شحادة الحسين ، الصيرفة الالكترونية ، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية ، أعمال المؤتمر العلمي السنوي لكية الحقوق جامعة بيروت العربية ، الجزء الثاني ، الجديد في التمويل المصرفي ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت 2002.
- 06 - محمد منصف تطار ، النظام المصرفي الجزائري والصيرفة الالكترونية ، جامعة بسكرة : مجلة العلوم الإنسانية ، العدد رقم 02 ، جوان 2002 ، الجزائر.
- 07 - رحيم حسين ، هوارى معراج ، الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية ، أعمال الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي - الواقع والتحديات - جامعة شلف يوم 14 و15 ديسمبر 2004 ، الجزائر.
- 08 - صالح نصرلي ، اندريا ضايختر ، تحديات المعاملات المصرفية الالكترونية ، مجلة التمويل والتنمية ، القاهرة : المجلد 39 ، العدد 3 ، سبتمبر 2002.
- 09 - عز الدين كامل أمين مصطفى ، الصيرفة الالكترونية ، مجلة المصرفي ، العدد 26 ، بنك السودان 2001.
- 10 - عبد الهادي النجار ، بطاقات الائتمان والعمليات المصرفية الالكترونية ، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية ، أعمال المؤتمر العلمي السنوي ، لكلية الحقوق ، جامعة بيروت العربية ، الجزء الأول ، الجديد في التمويل المصرفي ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت 2002.
- 11 - حسين شحادة الحسين ، العمليات المصرفية الالكترونية ، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية ، أعمال المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق ، جامعة بيروت العربية ، الجزء الثاني ، الجديد في التقنيات المصرفية ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت 2002.
- 12 - يونس عرب ، حجية الإثبات بالمستخرجات الالكترونية في القضايا المعرفية :
ww.arablaw.org/bawload/E - vidence - aride.doc 11/02/2006 .
- 13 - يونس عرب ، حجية الإثبات بالمستخرجات الإلكترونية في القضايا المصرفية ، الموقع :
www.arablaw.org/Download/E - Evidence_Article.doc (13/05/2006
- 14 - مغاوري شلبي ، البنك المحمول والنقود الإلكترونية ، الموقع :
http : //www.islam - online.net/iol - arabic/dowalia/murajaat.asp(2006/03/12).
- 15 - MASTAFA Hashem, sherif, la monnaie électronique, édition roolles, Paris 2000.
- 16 - Moniyue Zollinger ,Eric la marque ,Marketing et stratégie de la banque,dunod. Paris.1999
- 17 - JAEN - Pierre ptatat, monnaie , système,Financier et politique monétaire, Paris, Ed.economica. 2002
- 18 - BANK FOR INTERNATIONAL SETTLEMENTS, Basel committee on banking superirision, management and superision of cross border electronic banking activities, july 2003.