

■ التجارة الإلكترونية في اليابان

الفصل الثالث

تأثير التجارة الإلكترونية
على الجهاز المصرفي الياباني

obbeikandi.com

مقدمة

مع تزايد عمليات التجارة الإلكترونية أصبح الاحتياج كبيراً لنوعية جديدة من البنوك غير التقليدية تتجاوز نمط الأداء الاعتيادي ولا تتقيد بمكان معين أو وقت محدد، وكتيجة للنمو المتسارع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال جاءت البنوك الإلكترونية التي ساهمت وبشكل فعال في تقديم خدمات متنوعة، وبتكاليف منخفضة مختصرة الوقت والمكان .

فالبنوك الإلكترونية بمعناها الواسع ليست مجرد فرع لبنك قائم يقدم خدمات مالية فحسب، بل موقعاً مالياً تجارياً، وإدارياً، واستشارياً شاملاً، له وجود مستقل على الخط يتم التعاقد معه للقيام بخدمات، أو تسوية المعاملات، أو إتمام الصفقات على مواقع إلكترونية، وهو ما يمثل أهم تحدٍ في ميدان البنوك الإلكترونية، وتظهر المنافسة قوية بين البنوك التجارية والمؤسسات المالية، وبين المؤسسات الكبيرة والصغيرة ووفقاً لذلك سيقوم العملاء بالمقارنة بين خدمة البنوك واختيار الأنسب منها .

كما غيرت التجارة الإلكترونية من شكل المعاملات المصرفية وظهر في الأفق مفهوم التجارة الإلكترونية المصرفية والتي تعنى ممارسة خدمات العمليات المصرفية إلكترونياً عبر شبكة الويب من خلال اتصال العميل بموقع البنك على شبكة الإنترنت. ويقصد بالعمليات المصرفية الإلكترونية تقديم البنوك الخدمات المصرفية التقليدية أو المبتكرة من خلال شبكات اتصال إلكترونية تقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقاً لشروط العضوية التي تحددها البنوك، وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة بهدف إتاحة معلومات عن الخدمات التي يؤديها البنك كخدمات المستثمرين و حصول العملاء على خدمات معينة - يحددها البنك - كالتعرف على معاملاتهم وأرصدة حساباتهم وتحديث بياناتهم وطلب الحصول على قروض وغير ذلك، و طلب العملاء تنفيذ عمليات مصرفية مثل تحويل الأموال وسداد الفواتير .

وكان طبيعياً أن تستجيب وسائل الدفع لآليات تصلح كوسائل سداد ووسيط للتبادل الإلكتروني ، ومخزن للقيمة ، ومن هنا ظهرت وسائل الدفع الإلكتروني والتي ظهرت لتواكب التغيرات التكنولوجية في مجال العمل المصرفي ، لتلبي رغبات العملاء من حيث السرعة والأمان ، وتوفير الراحة للعميل بدلاً من حمل النقود التقليدية ، وقد جاء هذا الفصل ليوضح مدى تأثير التجارة الإلكترونية على عمل الجهاز المصرفي على المستوى العالمي بصفة عامة ، ثم على مستوى اليابان بصفة خاصة ، حيث تناول المبحث الأول من الفصل مفهوم وآليات عمل البنوك الإلكترونية ، وأهم خصائصها ومتطلباتها ، ثم جاء المبحث الثاني ليتناول وسائل الدفع الإلكتروني المختلفة كأدوات للوفاء بالتزامات الناشئة عن صفقات ومبادلات التجارة الإلكترونية ، ثم تناولت في المبحث الثالث أهم تأثيرات التجارة الإلكترونية على طبيعة عمل الجهاز المصرفي الياباني ، وأهم المتغيرات التي غيرت شكل وطبيعة عمل الجهاز المصرفي الياباني .



البنوك الإلكترونية

المطلب الأول

ماهية البنوك الإلكترونية وأنماطها

أولاً: تعريف البنوك الإلكترونية : E-Banking
يستخدم تعبير أو اصطلاح البنوك الإلكترونية (Electronic Banking) أو بنوك الإنترنت (Internet Banking) كتعبير متطور وشامل للمفاهيم التي ظهرت مع مطلع التسعينات كمفهوم الخدمات المالية عن بعد أو البنوك الإلكترونية عن بعد (Remote Electronic Banking) أو البنك المنزلي (Home Banking) أو البنك على الخط (Online Banking) أو الخدمات المالية الذاتية (Self – Service Banking) ، أو بنوك الويب (Web Banking) ، وجميعها تعبيرات تتصل بقيام الزبائن بإدارة حساباتهم وإنجاز أعمالهم المتصلة بالبنك عن طريق المنزل أو المكتب أو أى مكان آخر وفي الوقت الذى يريد الزبون، ويعبر عنه بعبارة (الخدمة المالية في كل وقت ومن أى مكان) ، وقد كان الزبون عادة يتصل بحساباته لدى البنك ويتمكن من الدخول إليها وإجراء ما تتيحه له الخدمة عن طريق خط خاص ، وتطور هذا المفهوم مع شيوع الإنترنت إذ أمكن للزبون الدخول من خلال الاشتراك العام عبر الإنترنت ، لكن بقيت فكرة الخدمة المالية عن بعد تقوم على أساس

وجود البرمجيات المناسبة داخل نظام كمبيوتر الزبون ، بمعنى أن البنك يزود جهاز العمل (الكمبيوتر الشخصي PC) بحزمة البرمجيات - إما مجاناً أو لقاء رسوم مالية - وهذه تمكنه من تنفيذ عمليات معينة عن بعد (البنك المنزلي) ، أو كان العميل يحصل على حزمة البرمجيات اللازمة عبر شرائها من الجهات المزودة ، وعرفت هذه الحزم باسم برمجيات الإدارة المالية الشخصية (Personal-Financial-management PFM) مثل حزمة (Microsoft's Money) وحزمة Ntuits Quiken وحزمة (Meca's Managing Your Money) وغيرها^(١).

والبنوك الإلكترونية بمعناها الحديث ليست مجرد فرع لبنك قائم يقدم خدمات مالية وحسب ، بل موقعاً مالياً تجارياً ادارياً إستشارياً شاملاً ، له وجود مستقل على الخط ، فإذا عجز البنك نفسه عن أداء خدمة ما من بين هذه الأطر كان الحل اللجوء إلى المواقع المرتبطة التي يتم عادة التعاقد معها للقيام بخدمات عبر نفس موقع البنك ، بل إن أحد أهم تحديات المنافسة في ميدان البنوك الإلكترونية أن مؤسسات مالية تقدم على الشبكة خدمات كانت حكراً على البنوك بمعناها التقليدي أو بمعناها المقرر في تشريعات تنظيم العمل المصرفي ، وليس غريباً أن نجد مؤسسات تجارية أو مؤسسات تسويقية تمارس أعمالاً مصرفية بحتة نتجت عن قدراتها المتميزة على إدارة موقع مالي على الشبكة ، وأصبحت بنكاً حقيقياً بالمعنى المعروف بعد أن كانت تعتمد - عبر خطوط مرتبطة بها - على البنوك القائمة ، فبعض مواقع التسوق الإلكتروني ، كمتاجر بيع الكتب ، إتمدت على بنوك تجارية قبلت ، إنفاذ عمليات الدفع النقدي وتحويل الحسابات ، ووجدت هذه الشركات نفسها بعد حين تمتلك وسائل الدفع النقدي التقنية وتستطيع إنشاء قواعد حسابات بنكية خاصة بعملائها ، وتمنحهم ضمن سياساتها التسويقية تسهيلات في الوفاء بالتزاماتهم نحوها ، ومن حيث لم تكن تريد أمست مؤسسات تمارس أعمالاً مصرفية ، فتح الحساب ، ومنح الإعتماد ، وإدارة الدفع النقدي ، ونقل الأموال ، وإصدار بطاقات الإئتمان والوفاء الخاصة بزبائنها وغيرها. هذا - ومن جهة أخرى - خلق أمام المؤسسات التشريعية القائمة تحدياً كبيراً حول

(١) نهضة أحمد تميم ، التجارة الإلكترونية ، بدون دار نشر ، القاهرة ، ٢٠٠٤ ، ص ٨٦.

التجارة الإلكترونية هي اليابان

مدى السماح للمؤسسات غير المصرفية القيام بأعمال مصرفية ، وما إذا كانت قواعد الرقابة وإجراءاتها المناطة عادة بمؤسسات الرقابة المصرفية كالبنوك المركزية ونحوها ، تنطبق على هذه المؤسسات ، إلى جانب تحدى إلزام هذه المؤسسات بمراعاة المعايير والقواعد المقررة من جهات الإشراف المصرفي ، وعليه ووفقا لما تقدم فإن البنك الإلكتروني يشير 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^(١).

وخلال منتصف التسعينيات ظهر أول بنك إلكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية يميز بين نوعين من البنوك كلاهما يستخدم تقنية الصيرفة الإلكترونية :

○ البنوك الافتراضية (بنوك الإنترنت) : تحقق أرباحاً تصل إلى ستة أضعاف البنك العادي.

○ البنوك الأراضية : وهي البنوك التي تمارس الخدمات التقليدية وخدمات الصيرفة الإلكترونية .

وعموماً يرجع ظهور وانتشار البنوك الإلكترونية إلى عاملين أساسيين :

- تنامي أهمية ودور الوساطة بفعل تزايد حركية التدفقات النقدية والجمالية إما في مجال التجارة أو مجال الاستثمار والنتيجة عن عولمة الأسواق .
- تطور المعلوماتية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، أو ما يعرف «بالصدمة التكنولوجية» والتي كانت في كثير من الأحيان استجابة للعامل الأول^(٢) .

أنماط البنوك الإلكترونية

وفقاً لدراسات عالمية أثبتت أن هناك ثلاث صور أساسية للبنوك على الإنترنت تتمثل في :

(١) http://www.dralmarri.com/show.asp?field=res_a&id=1951

(٢) رحيم حسين، هواري معراج، «الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية» ، مداخلة مقدمة إلى ملتقى المنظومة المصرفية والتحول الاقتصادي - واقع وتحديات - جامعة حية بن بوعلوي، الشلف - الجزائر، يومي ١٤/١٥ ديسمبر ٢٠٠٤، ص: ٣١٧ .

التجارة الإلكترونية في اليابان

♦ الأول: الموقع المعلوماتي **Informational**: يمثل المستوى الأساسي والحد الأدنى للنشاط الإلكتروني المصرفي، ويسمح هذا الموقع للبنك بتقديم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية .

♦ الثاني: الموقع الاتصالي **Communicative**: يتيح هذا الموقع عملية التبادل الاتصالي بين البنك والعملاء مثل البريد الإلكتروني، تعبئة طلبات أو نماذج على الخط، وتعديل معلومات القيود والحسابات، والاستفسارات .

♦ الثالث: الموقع التبادلي **Transaction**: ويمكن من خلاله أن يمارس البنك نشاطاته في بيئة إلكترونية، كما يمكن للعميل القيام بمعظم معاملاته إلكترونياً من سداد قيمة الفواتير، وإدارة التدفقات النقدية، وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية سواء داخل البنك أو خارجه⁽¹⁾.

ويمثل الجدول الآتي أحد أنماط البنوك الإلكترونية لتحسين وتفعيل العلاقة بين البنك وعملاؤه .

Banks use the Web to improve relationship customers with		
The advanced level of interactivity	Intermediary interactivity level	Basic interactivity level
More advanced technologies, such as videoconference ,	advising tools (as calculators, for example(e-mail and forms are the ways a client has to make suggestions and complains

مصدر الجدول موقع د عايض المرى للدراسات التجارية

http://www.dralmarri.com/show.asp?field=res_a&id=195



المطلب الثاني

واقع البنوك الإلكترونية وأهم مزاياها

أولاً: التعامل المالي للبنوك الإلكترونية على شبكة الإنترنت

جاء في دراسة قيمة حول البنوك الإلكترونية أجرتها مجلة إنترنت العالم العربي (وهي على جزئين نشرت على تباعد فيما بينهما) أن إحدى الدراسات المسحية التي أجرتها شركة efunds، وهي شركة لتحويل الأموال إلكترونياً تملكها مؤسسة deluxe corporation تشير « إلى أن إنجاز الأعمال المصرفية على شبكة الويب ، ما زال معقداً جداً ، وأن الكثير من العملاء ما زال متخوفاً من الناحية الأمنية ». ويقول ماثيولاو لر ، كبير المديرين التنفيذيين لشركة Online Resources ، التي توفر الخدمات المصرفية الفورية لحوالي ٤٠٠ شركة في الولايات المتحدة : « هذه مشكلة كبيرة ، ويبدو أن هناك تدمراً على نطاق واسع بين المستهلكين ، الذين يطالبون بتبسيط هذه الخدمات » واستقطبت الدراسة المسحية التي أجرتها شركة Delux ، تعليقات من ٤٠٠ شخصاً لديهم حسابات مصرفية فورية ، أو أبدو رغبة في فتح حسابات من هذا النوع . وقال ٣٦٥ شخصاً منهم (٨٣ بالمائة) : إن تعاملاتهم مع المصارف عبر الإنترنت أفضل من تعاملاتهم مع المصارف التقليدية . ومن أفضل المنافع التي يتمتع بها هؤلاء ، قدرتهم على الوصول إلى حساباتهم خلال الأربع والعشرين ساعة يومياً ، وقدرتهم على مشاهدة أرصدة حساباتهم ، واستعراض كشوف الحركات التي يجرونها على حساباتهم فورياً ، بالإضافة لتمتعهم بخدمة دفع فواتيرهم عبر الشبكة وقال ٨٨ شخصاً (٢٠ بالمائة) ، من الذين شاركوا في الدراسة : إنهم باشروا عملية التسجيل للحصول على حساب مصرفي عبر الإنترنت ، إلا أنهم لم يتموا تلك الإجراءات . وقال ٢٨ بالمائة منهم أنهم لا يتقنون بأمن التعاملات الفورية ، وأفاد ٢٦ بالمئة ممن لم يستكملوا إجراءات الحصول على حسابات عبر الإنترنت ، أن هذه العملية تتطلب طباعة العديد من النماذج ، وإرسالها بالبريد أو بالفاكس ، وقال ٢٥ بالمائة منهم : إن عملية إيداع الأموال غير

ملائمة لأنها تتطلب إيداع الشيكات الورقية . و أضافت المجلة أن « نتائج دراسة مسحية أخرى أجرتها مؤسسة pis global أظهرت أن ٧٪ من المنازل الأمريكية تستخدم الخدمات المصرفية عبر الإنترنت ، وهي زيادة تبلغ ٦٧٪ عما كان عليه الوضع عام ١٩٩٨ ، وتنبأت الدراسة أن ترتفع نسبة المنازل الأمريكية التي تستعمل الخدمات المصرفية عبر الإنترنت إلى ٢٠٪ عام ٢٠٠٢ . وعلى الرغم من أن مستقبل الخدمات المالية المتكاملة عبر الإنترنت يبشر بنجاح كبير إلا أن نتائج الدراسة تذكر أن المسائل المتعلقة بخدمة العملاء ما زالت بحاجة إلى جهود كبيرة لتحسينها^(١) .

ثانياً : أهم مزايا البنوك الإلكترونية

تفرد البنوك الإلكترونية في تقديم خدمات متميزة عن غيرها من البنوك التقليدية تلبية لاحتياجات العميل المصرفي وهو ما يحقق للبنك مزايا عديدة عن غيره من البنوك المنافسة، وفيما يلي توضيح لمجالات تميز البنوك الإلكترونية :

١ - إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء :

تميز البنوك الإلكترونية بقدرتها على الوصول إلى قاعدة عريضة من العملاء دون التقيد بمكان أو زمان معين، كما تتيح لهم إمكانية طلب الخدمة في أي وقت وعلى طول أيام الأسبوع وهو ما يوفر الراحة للعميل، إضافة إلى أن سرية المعاملات التي تميز هذه البنوك تزيد من ثقة العملاء فيها^(٢) .

٢ - تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة :

تقدم البنوك الإلكترونية كافة الخدمات المصرفية التقليدية، وإلى جانبها خدمات أكثر تطوراً عبر الإنترنت تميزها عن الأداء التقليدي مثل :

◀ شكل بسيط من أشكال النشرات الإلكترونية الإعلانية عن الخدمات المصرفية .

◀ إمداد العملاء بطريقة التأكد من أرصدتهم لدى المصرف .

(١) عبد الحليم إبراهيم محسن : مفهوم وقياس الكفاءة المالية للبنوك التجارية، دار التعاون للطبع والنشر، القاهرة، ٢٠٠١، ص ٣ .

(٢) منير جسيبي، ممدوح الجنيبي، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ٢٠٠٥، ص ١٥ .

- ◀ تقديم طريقة دفع العملاء للكمبيالات المسحوبة عليهم إلكترونياً .
 - ◀ كيفية إدارة المحافظ المالية (من أسهم و سندات) للعملاء .
 - ◀ طريقة تحويل الأموال بين حسابات العملاء المختلفة^(١) .
- ٣- خفض التكاليف :

من أهم ما يميز البنوك الإلكترونية أن تكاليف تقديم الخدمة منخفضة مقارنة بالبنوك العادية، ومن ثم فإن تقليل التكلفة وتحسين جودتها هي من عوامل جذب العميل، ففي دراسة تقديرية خاصة بتكلفة الخدمات المقدمة عبر قنوات مختلفة تبين أن تكلفة تقديم خدمة عبر فرع البنك تصل إلى ٢٩٥ وحدة، في حين تقل عنها فيما لو قدمت من خلال شبكة الإنترنت بتكلفة ٤ وحدات، وتصل إلى تكلفة واحدة من خلال الصرافات الآلية .

٤- زيادة كفاءة البنوك الإلكترونية :

مع إتساع شبكة الإنترنت بسرعة إنجاز الأعمال عن البنوك التقليدية أضحت سهلاً على العميل الاتصال بالبنك عبر الإنترنت الذي يقوم بتنفيذ الإجراءات التي تنتهي في أجزاء صغيرة من الدقيقة الواحدة بأداء صحيح وبكفاءة عالية مما لو انتقل العميل إلى مقر البنك شخصياً وقابل أحد موظفيه الذين عادة ما يكونون منشغلين عنه .

٥- خدمات البطاقات :

توفر البنوك الإلكترونية خدمات متميزة لرجال الأعمال والعملاء ذوي المستوى المرموق مثل خدمات سامبا الماسية والذهبية المقدمة لفئة محددة من العملاء على شكل بطاقات ائتمانية وبخصم خاص، ومن هذه البطاقات بطاقة سوني التي تمكن العميل من استخدامها في أكثر من ١٨ مليون من أكبر الأماكن، وتشتمل على خدمات مجانية على مدار الساعة برقم خاص، خدمة مراكز الأعمال، الإغفاء من رسوم وعمولات الخدمات البنكية، بالإضافة إلى كثير من الخدمات الخاصة الأخرى^(٢) .

(١) عبد المنعم راضي، فرج عزت، اقتصاديات النقود والبنوك، البيان للطباعة والنشر، الإسكندرية، ٢٠٠١، ص ٣٢.

(٢) نهلة أحمد قنديل، مرجع سابق، ص: ٨٨.

وعموما تتيح البنوك الإلكترونية خيارات أوسع للمتعاملين بها وحرية أكثر في اختيار الخدمات ونوعيتها، إلا أن التحدي الأكبر يتمحور حول مدى فعالية هذه الصيرفة في كسب ثقة العملاء فيها وهو ما يتطلب من المصرف توفير قاعدة من البيانات لتأدية الخدمات بكفاءة عالية .



المطلب الثالث

أهمية البنوك الإلكترونية وعوامل نجاحها

أولاً: الأهمية العلمية والاقتصادية للصيرفة الإلكترونية:

إن قيام البنوك بتسوية أنشطتها وخدماتها المالية عبر الإنترنت يحقق فوائد كثيرة من أهمها نذكر:

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

﴿ إن توجه البنوك العالمية نحو شبكة الإنترنت وما تتميز به من قدرات تنافسية يلزم البنوك الصغيرة ضرورة الارتقاء إلى مستوى هذه التحديات، ووفقاً لذلك سيقوم العملاء بالمقارنة بين خدمات البنوك لاختيار الأنسب، وبذلك تكون الإنترنت عامل منافسة قوي في جذب العملاء .

﴿ يساهم الإنترنت في التعريف بالبنوك والترويج للخدمات المصرفية بشكل إعلامي وهو ما يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة .

﴿ إن الصيرفة الإلكترونية تؤدي إلى تسهيل التعامل بين المصارف، وبناء علاقات مباشرة، وتوفير المزيد من فرص العمل والاستثمار وهو ما يساعد على النهج البقاء في السوق المصرفية .

﴿ استخدام الإنترنت يساهم في تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاستفادة من الابتكارات الجديدة التي يكون لها انعكاس على أعمال البنوك .

ثانياً: عوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية:

إن إقامة نظام للصيرفة الإلكترونية يقتضي الالتزام بقواعد للعمل الإلكتروني تتمثل في:-

- ❖ وجود شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات الصلة، وترتبط بالإنترنت وفقاً للأسس القياسية مع مراعاة التأمين في تصميم هذه الشبكة .
- ❖ وضع خطط للبدء في إدخال خدمات الصيرفة الإلكترونية، بداية من وضع إستراتيجية على مستوى البنك المركزي أو البلد أو التحالفات الدولية .
- ❖ وضع تنظيمات قياسية تسمح بالربط بين مختلف الجهات والعالم ككل .
- ❖ إعداد خطة لتدريب الموارد البشرية .
- ❖ العمل على إنشاء تنظيم إداري يعمل على التنسيق بين الأطراف المتعاقدة⁽¹⁾ .



(1) حسن شحادة الحسين، «العمليات المصرفية الإلكترونية»، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، مداخلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، ٢٠٠٢، ص ٢٠٦.

وسائل الدفع الإلكتروني

المطلب الأول

النقود الإلكترونية وأهم أشكالها وخصائصها

أولاً: تعريف النقود الإلكترونية وأهم أشكالها وخصائصها:

دأبت الأدبيات الحديثة على استخدام مصطلحات مختلفة للتعبير عن مفهوم النقود الإلكترونية، فقد استخدم البعض اصطلاح النقود الرقمية Digital Money أو العملة الرقمية Digital currency، بينما استخدم البعض الآخر مصطلح النقدية الإلكترونية (Electronic cash (e-cash)⁽¹⁾، وبغض النظر عن الاصطلاح المستخدم، فإن هذه التعبيرات المختلفة تشير إلى مفهوم واحد وهو النقود الإلكترونية Electronic Money وسوف نستخدم هذا المصطلح الأخير في دراستنا هذه وذلك لشيوع استخدامه ودلالته في نفس الوقت على مضمون ومعنى هذه النقود. وكما اختلف الفقهاء حول الاصطلاح، فقد اختلفوا أيضاً حول وضع تعريف محدد للنقود الإلكترونية. فلقد عرفتها المفوضية الأوروبية بأنها قيمة نقدية مخزونة بطريقة إلكترونية على وسيلة

(1) Berensten, Aleksander (1998), "Monetary Policy Implications of Digital Money", Kyklos, Vol. 51, n° 1, P.90

إلكترونية كبطاقة أو ذاكرة كمبيوتر، ومقبولة كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين غير المؤسسة التي أصدرتها، ويتم وضعها في متناول المستخدمين لاستعمالها كبديل عن العملات النقدية والورقية، وذلك بهدف إحداث تحويلات إلكترونية لمدفوعات ذات قيمة محددة⁽¹⁾. إلا أن هذا التعريف ليس مانعاً وتعوزه الدقة.

ونفس الشيء يقال عن تعريف (BIS) (1996) للنقود الإلكترونية حيث ذهب إلى اعتبارها «قيمة نقدية في شكل وحدات إثمانية مخزونة بشكل إلكترونية أو على أداة إلكترونية يحوزها المستهلك»⁽²⁾. ولقد توسع البعض في مفهوم النقود الإلكترونية، فعرفها بأنها نقود يتم نقلها إلكترونياً⁽³⁾. وأخيراً، فقد عرفها البنك المركزي الأوربي بأنها «مخزون إلكتروني لقيمة نقدية على وسيلة تقنية يستخدم بصورة شائعة للقيام بمدفوعات لمتعهدين غير من أصدرها، دون الحاجة إلى وجود حساب بنكي عند إجراء الصفقة وتستخدم كأداة محمولة مدفوعة مقدماً»⁽⁴⁾ ويعد هذا التعريف هو الأقرب إلى الصحة نظراً لدقته وشموله لصور النقود الإلكترونية واستبعاده للظواهر الأخرى التي يمكن أن تتشابه معها. وفي الواقع فإننا نستطيع أن نعرف النقود الإلكترونية بأنها «قيمة نقدية مخزنة على وسيلة إلكترونية مدفوعة مقدماً وغير مرتبطة بحساب بنكي، وتحظى بقبول واسع من غير من قام بإصدارها، وتستعمل كأداة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة». ويمكننا أن نحدد عناصر النقود الإلكترونية من خلال التعريف السابق، وهي:

- قيمة نقدية: أي أنها تشمل وحدات نقدية لها قيمة مالية مثل مائة جنيه أو خمسين

(1) European Commission (1998), Proposal for European Parliament and Council Directives on the taking up, the pursuit and the prudential supervision of the business of electronic money institution", Brussels, com(98), pp, w727.

(2) Bank for International, settlements (BIS), (1996) "Implication for central banks of the development of electronic money, Basle, P.13.

(3) The consumer Advisory Board of the Federal Reserve Board of the USA, (1996), "Federal Reserve Board Consumer Advisory Council Meeting", nov. 2, P. 5.

(4) European Central Bank (1998), "Report on Electronic Money", Frankfurt, Germany. August, P. 7

جنيتها. ويترتب على هذا أنه لا تعتبر بطاقات الاتصال التليفوني من قبيل النقود الإلكترونية حيث إن القيمة المخزونة على الأولى عبارة عن وحدات اتصال تليفونية وليست قيمة نقدية قادرة على شراء السلع والخدمات. وكذلك الأمر بالنسبة للبطاقات الغذائية (الكوبونات) والتي من المتصور تخزينها إلكترونياً على بطاقات، فهي لا تعد نقوداً إلكترونية؛ لأن القيمة المسجلة عليها ليست قيمة نقدية، بل هي قيمة عينية تعطى حاملها الحق في شراء وجبة غذائية أو أكثر وفقاً للقيمة المخزونة على البطاقة.

- مخزنة على وسيلة إلكترونية: وتعد هذه الصفة عنصراً مهماً في تعريف النقود الإلكترونية، حيث يتم شحن القيمة النقدية بطريقة إلكترونية على بطاقة بلاستيكية أو على القرص الصلب للكمبيوتر الشخصي للمستهلك، وهذا العنصر يميز النقود الإلكترونية عن النقود القانونية والإئتمانية التي تعد وحدات نقدية مصكورة أو مطبوعة. وفي الواقع فإنه يتم دفع ثمن هذه البطاقات مسبقاً وشرائها من المؤسسات التي أصدرتها، ولهذا، فإنه يطلق عليها البطاقات سابقة الدفع Prepaid Cards.

- غير مرتبطة بحساب بنكي: وتتضح أهمية هذا العنصر في تمييزه للنقود الإلكترونية عن وسائل الدفع الإلكترونية Electronic Means of Payment. فهذه الأخيرة عبارة عن بطاقات إلكترونية مرتبطة بحسابات بنكية للعملاء حاملي هذه البطاقات تمكنهم من القيام بدفع أثمان السلع والخدمات التي يشترونها مقابل عمولة يتم دفعها للبنك مقدم هذه الخدمة. ومن أمثلة وسائل الدفع الإلكترونية، بطاقات الخصم Debit Cards، وهي عبارة عن بطاقات يقتصر استخدامها خصماً على حسابات دائنة للعملاء يتم بموجبها تحويل قيمة نقدية من حساب إلى حساب آخر. فهي بمثابة المفتاح الذي يسمح بالنفذ إلكترونياً إلى الودائع البنكية المملوكة لحامل هذه البطاقة. وتعتبر بطاقات الائتمان Credit Cards من قبيل وسائل الدفع الإلكترونية حيث يتم استخدام هذه البطاقات خصماً على حسابات بنكية مدينة نظير فائدة يقوم بدفعها حامل أو مالك هذه البطاقة إلى المؤسسة المصرفية التي منحتة هذا الائتمان. من الواضح إذاً إن النقود الإلكترونية تتشابه مع الشيكات السياحية Travelers Checks التي هي عبارة عن استحقاق حر أو عائم على بنك خاص أو مؤسسة مالية

أخرى، وغير مرتبط بأي حساب خاص وهذا ما دعا البعض إلى اعتبار النقود الإلكترونية بمثابة تيار من المعلومات السابحة أو الطوافة.

- تحظا بقبول واسع من غير من قام بإصدارها: ويعني هذا العنصر ضرورة أن تحظا النقود الإلكترونية بقبول واسع من الأشخاص والمؤسسات غير تلك التي قامت بإصدارها. فيتعين إذاً ألا يقتصر استعمال النقود الإلكترونية على مجموعة معينة من الأفراد، أو لمدة محددة من الزمن، أو في نطاق إقليمي محدد. فالنقود، ولكي تصير نقوداً يتعين أن تحوز ثقة الأفراد وتحظا بقبولهم باعتبارها أداة صالحة للدفع ووسيطاً للتبادل. من ناحية أخرى، فإنه لا يجوز اعتبار هذه الوسائل نقوداً إلكترونية في حالة ما إذا كان مصدرها ومتلقيها هو شخص واحد. فعلى سبيل المثال، لا تعد بطاقات الاتصال التليفوني نقوداً إلكترونية نظراً لكون من أصدرها ومن يقبلها هو هيئة واحدة (أي هيئة الاتصالات التليفونية)، حيث لا يصلح العمل بهذه البطاقة إلا في أجهزة التليفون التي خصصتها تلك الهيئة لهذا الغرض.

- وسيلة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة: يجب أن تكون هذه النقود صالحة للوفاء بالتزامات كسواء السلع والخدمات، أو كدفع الضرائب... إلخ. أما إذا اقتصرَت وظيفة البطاقة على تحقيق غرض واحد فقط كسواء نوع معين من السلع دون غيره أو للاتصال التليفوني، ففي هذه الحالة لا يمكن وصفها بالنقود الإلكترونية بل يطلق عليها البطاقات الإلكترونية ذات الغرض الواحد^(١).

ثانياً : أشكال النقود الإلكترونية :

تختلف صورة النقود الإلكترونية وأشكالها تبعاً للوسيلة التي يتم من خلالها تخزين القيمة النقدية، وكذلك وفقاً لحجم القيمة النقدية المخزونة على تلك الوسيلة التكنولوجية. فهناك إذاً معياران لتمييز صور النقود الإلكترونية: معيار الوسيلة ومعيار القيمة النقدية.

أولاً: معيار الوسيلة: نستطيع أن نقسم النقود الإلكترونية وفقاً للوسيلة المستخدمة لتخزين القيمة النقدية عليها إلى البطاقات سابقة الدفع، والقرص الصلب، وأخيراً

(١) رافت رضوان: «عالم التجارة الإلكترونية»، مرجع سبق ذكره ص ص ٩٣-٩٧.

الوسيلة المختلطة.

١ - البطاقات سابقة الدفع Prepaid Cards: ويتم بموجب هذه الوسيلة تخزين القيمة النقدية على شريحة إلكترونية مثبتة على بطاقة بلاستيكية. وتأخذ هذه البطاقات صوراً متعددة. وأبسط هذه الأشكال هي البطاقات التي يسجل عليها القيمة النقدية الأصلية والمبلغ الذي تم إنفاقه، ومن أمثلتها البطاقات الذكية Smart Cards المنتشرة في الولايات المتحدة الأمريكية، وبطاقة دامونت سابقة الدفع Danmnt Prepaid Cards، والتي يتم تداولها بصورة شائعة في الدانمارك. وهناك أيضاً بعض البطاقات التي تستخدم كنفود إلكترونية وتستعمل في ذات الوقت كبطاقات خصم Debit Cards مثل بطاقات Abant Cards المنتشرة في فنلندا. وهناك أخيراً بطاقات متعددة الأغراض، أي تستخدم في ذات الوقت كبطاقة خصم، وكبطاقة تليفون وكبطاقة شخصية بالإضافة إلى كونها نفوداً إلكترونية.

٢ - القرص الصلب Hard Disk: ويتم تخزين النفود هنا على القرص الصلب للكمبيوتر الشخصي ليقوم الشخص باستخدامها متى يريد من خلال شبكة الإنترنت، ولهذا فإنه يطلق على هذا النوع من النفود أيضاً مسمى النفود الشبكية Network Money. وطبقاً لهذه الوسيلة، فإن مالك النفود الإلكترونية يقوم باستخدامها في شراء ما يرغب فيه من السلع والخدمات من خلال شبكة الإنترنت، على أن يتم خصم ثمن هذه السلع والخدمات في ذات الوقت من القيمة النقدية الإلكترونية المخزنة على ذاكرة الكمبيوتر الشخصي.

٣ - الوسيلة المختلطة: وتعد هذه الوسيلة خليطاً مركباً من الطريقتين السابقتين، حيث يتم بموجبها شحن القيمة النقدية الموجودة على بطاقة إلكترونية سابقة الدفع على ذاكرة الحاسب الآلي الذي يقوم بقراءتها وبثها عبر شبكة الإنترنت إلى الكمبيوتر الشخصي لبائع السلع والخدمات.

ثانياً: معيار القيمة النقدية: هناك تصنيف آخر للنفود الإلكترونية يرتكز على معيار حجم القيمة النقدية المخزنة على الوسيلة الإلكترونية (البطاقة البلاستيكية أو القرص الصلب). ونستطيع أن نميز هنا بين شكلين من النفود الإلكترونية:

١ - بطاقات ذات قيمة نقدية ضعيفة TinyValue Cards وهي بطاقات

صالحة للوفاء بأثمان السلع والخدمات والتي لا تتجاوز قيمتها دولاراً واحداً فقط.

٢ - بطاقات ذات قيمة متوسطة: وهي تلك التي تزيد قيمتها عن دولار ولكنها لا تتجاوز ١٠٠ دولار. من الملاحظ إذاً أن النقود الإلكترونية لم تعرف حتى هذه اللحظة فئة نقدية أكبر من المائة دولار، وإن لم يكن من المستبعد تطورها في المستقبل القريب^(١).

ثالثاً:- خصائص النقود الإلكترونية :

تميز النقود الإلكترونية بعدد من الخصائص أهمها:

أولاً: النقود الإلكترونية قيمة نقدية مخزنة إلكترونياً: فالنقود الإلكترونية وخلافاً للنقود القانونية عبارة عن بيانات مشفرة يتم وضعها على وسائل إلكترونية في شكل بطاقات بلاستيكية أو على ذاكرة الكمبيوتر الشخصي وذلك كما أوضحنا سالفاً.

ثانياً: النقود الإلكترونية ثنائية الأبعاد: إذ يتم نقلها من المستهلك إلى التاجر دون الحاجة إلى وجود طرف ثالث بينهما كمصدر هذه النقود مثلاً. فالنقود الإلكترونية صالحة لإبراء الذمة ووسيلة لدفع أثمان السلع والخدمات دون أن يقتضي ذلك قيام البائع بالتأكد من حقيقة هذه النقود أو من كفاية الحساب البنكي للمشتري كما هو الحال بالنسبة لوسائل الدفع الإلكترونية، حيث يتأكد البائع من مدى كفاية الرصيد الموجود في حساب المشتري.

ثالثاً: النقود الإلكترونية ليست متجانسة: حيث إن كل مصدر يقوم بخلق وإصدار نقود إلكترونية مختلفة. فقد تختلف هذه النقود من ناحية القيمة، وقد تختلف أيضاً بحسب عدد السلع والخدمات التي يمكن أن يشتريها الشخص بواسطة هذه النقود. فهذه النقود ليست متماثلة أو متجانسة.

رابعاً: سهولة الحمل: تتميز النقود الإلكترونية بسهولة حملها نظراً لخفة وزنها وصغر حجمها، ولهذا فهي أكثر عملية من النقود العادية. ويرجع ذلك إلى أنها تعفي الفرد من حمل نقدية كبيرة لشراء السلع والخدمات رخيصة الثمن كالصحيفة أو مشروب أو وجبة

(1) Thygesen, Christian and Kruse, Mogens (1998). "Electronic Money".
Danamarks National Bank Monetary Review. 4th Quarter, P. 3.

خفيفة.

خامساً: وجود مخاطر لوقوع أخطاء بشرية وتكنولوجية: يلاحظ أن النقود الإلكترونية هي نتيجة طبيعية للتقدم التكنولوجي. وعلى الرغم مما تقدمه هذه التكنولوجيا للبشرية من وسائل الراحة والرفاهية، فإنها تظل عرضة للأعطال مما يتسبب في وقوع مشكلات كثيرة خاصة في ظل عدم وجود كوادر مدرية وخبيرة تكون قادرة على إدارة المخاطر المترتبة على مثل هذه التقنيات الحديثة. وهذا ينطبق على النقود الإلكترونية، وبصفة خاصة تلك التي يتم التعامل بها عبر الإنترنت. وعلى النقيض من ذلك، فإن النقود العادية تتميز بالوضوح وقلة الأخطاء الناتجة عن التعامل بها. ومع هذا فمن المتوقع أن تقلل المشكلات الناتجة عن التعامل بالنقود الإلكترونية في المستقبل مع اعتياد استخدامها والتعامل بها.

سادساً: النقود الإلكترونية هي نقود خاصة: على عكس النقود القانونية التي يتم إصدارها من قبل البنك المركزي، فإن النقود الإلكترونية يتم إصدارها في غالبية الدول عن طريق شركات أو مؤسسات ائتمانية خاصة، ولهذا فإنه يطلق على هذه النقود اسم النقود الخاصة Private Money^(١).



Piffaretti, Nadia (1999), "A Theoretical Approach to Electronic Money", (١)
Faculte des Sciences Economiques et Sociales Working Papers, No302,
Universite de Fribourg, Suisse. P. 8

المطلب الثاني

البطاقات البلاستيكية

أولاً: تعريف بطاقات الدفع البلاستيكية:

- يطلق اصطلاح البطاقة البلاستيكية على تلك البطاقات التي تتم معالجتها إلكترونياً لاستخدامها في أغراض متعددة من خلال المعلومات المخزنة عليها والدخول بها على الآلات المعدة لذلك بغية تحقيق أغراض معينة ومن أهم أنواع هذه البطاقات ما يلي:

١. بطاقات الإئتمان: Credit Cards

٢. بطاقات الدفع الفوري: Debit Cards

٣. بطاقات الدفع المؤجل أو بطاقات اعتماد النفقات: Charge Cards

٤. بطاقات التحويل الإلكتروني: Eft pos Cards

٥. بطاقات ضمان الشيكات: Cheque Cards

١. بطاقات الإئتمان: La Carte De Credit

تعريفها: هي بطاقة بلاستيكية صغيرة الحجم شخصية تصدرها البنوك أو منشآت التمويل الدولية تمنح لأشخاص لهم حسابات مصرفية مستمرة وهي من أشهر الخدمات المصرفية الحديثة، وبموجب هذه البطاقات يستطيع المتعامل أن يتمتع بخدمات عديدة من محلات متفق عليها مع البنك على منح هؤلاء المتعاملين الحاملين لهذه البطاقة إئتماناً مجانياً يقومون بسداده في ٢٥ يوم من استلام الفاتورة بمختلف المشتريات التي قام بها خلال الشهر المنصرم، حيث يرسل البنك هذه الفواتير في نهاية كل شهر لكل زبون ولا يدفع المتعامل أي فوائد على هذا الإئتمان إذا قام بالسداد خلال الأجال المحددة، إلا أنه يدفع فوائد قدرها ١.٥٪ في الشهر عن الرصيد المتبقي دون سداد بعد فوات الأجال المحددة للسداد كما يتقاضى البنك التجاري عمولة من

المحلات التجارية المتعاقد معها من ٣٪ الى ٥٪ من قيمة المبيعات التي تمت بهذه البطاقة^(١).

أهم محتويات بطاقة الإئتمان:

- اسم المتعامل - عنوانه - رقم حسابه - رقم تمييزها عن البطاقات الأخرى وتكون البطاقة الإئتمانية مريحة للبنك في حالة توافر بعض الشروط منها
- أ- الاستعمال المستمر والمكثف لهذه البطاقات من طرف أصحابها.
 - ب- أن تكون صفات السلع والبضائع ومكان بيعها مناسبة لرغبة حامل البطاقة، كما يجذب أن تكون المتاجر قريبة من مراكز الإئتمان.
 - ج- توفر مختلف الأجهزة الإلكترونية ووسائل التحكم في استعمالها من طرف موظفي البنك.
 - د- تأمين حامل البطاقة بمزايا الإئتمان المجاني أو غير المجاني الذي توفره البطاقة، فإذا كان الشخص لا يثق بكفاءة البطاقة ولا يلجأ لاستعمالها ويفضل استعمال أدوات أخرى، فهو عميل غير جيد ولا داعي له بالاشتراك أو السعي للحصول على البطاقة.
 - هـ- من الأحسن ألا يسوي حامل البطاقة كل تعاملاته خلال ٢٥ يوم لكي تتاح له الفرصة لأخذ فوائد على الرصيد المتبقي.
 - و- وجوب توافر شبكة معلومات مرنة الاتصال وسهلة بين البنك والمتاجر والمتعامل (حامل البطاقة).

• طريقة عمل البطاقة الإئتمانية:

- يمكن للبطاقة البلاستيكية أن تؤدي مهامها التي أنيطت بها كما يلي:
١. يقدم المتعامل طلباً للحصول على البطاقة من البنك يملأ فيها المعاملات الضرورية، ويجب أن يكون هذا الشخص متعاملاً مع البنك أو له حساب جاري فيه لأنها لا تمنح بشكل تلقائي.

(١) عوض بدير الحداد: تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، القاهرة، ١٩٩٩، ص ٣٠.

٢. يتلقى البنك سمعة المتعامل الائتمانية ويمنحة البطاقة إذا كانت سمعته مشجعة وتحصل عليها المتعامل عن طريق الاتصال بالبنك وذلك بتقديم وثائق معينة تثبت ذلك مثلاً: الضرائب المدفوعة أو شيكات برصيد، وقد يحصل عليها عن طريق بنك المعلومات في البنك المركزي ويقدم له رقم الشفرة الخاصة به أو ما يسمى بـ:

(LE UNMERO DE CODE)

٣. عندما يتحصل المتعامل على البطاقة يستطيع استعمالها في شراء السلع والخدمات في المحلات المتفق معها، إذ يقوم البائع في كل مرة بملاً نموذج معين بقيمة البضاعة ثم يمرر المشتري البطاقة في جهاز (ADRESSE GRAPHE) ويوقع حامل البطاقة على هذا النموذج إقراراً منه بعملية الشراء ثم تأخذ البطاقة كما سبق الذكر وتوضع في الجهاز ثم يعطي الشفرة (LE CODE) ويتحصل على ثلاث نماذج من الفواتير إذا كانت البطاقة ليس بها مشاكل، يوقع العميل ويأخذ نموذج والتاجر يأخذ نموذجين يحتفظ بواحدة للبنك والأخرى له.

٤. يجمع التاجر كافة النماذج التي باع بموجبها في ذلك الشهر، ويسلمها للبنك أو لأقرب فرع له وتدفع القيمة في حساب هذا المحل وفي نفس اليوم وبعد خصم العمولة (أي ٣٠ من الشهر) يدفع الفواتير للبنك المصدر للبطاقة ويسدد المبالغ مع خصم ٥٪.٥

٥. يستعمل البنك الفواتير المقدمة له من أجل معرفة قيمة مشتريات كل عميل باستعمال الإعلام الآلي تقييد تلك المشتريات في الحسابات الجارية للمتعاملين.

- الرصيد مدين إذا كان الرصيد فيه أموال وتخصم مباشرة.

- والرصيد صفر تقييد في رصيد المدين دون حساب الفوائد.

وفي النهاية نقول أنه في نهاية كل شهر يرسل البنك إلى المتعامل (ويقارن هذا الأخير بين الفواتير التي بحوزته والوثيقة المقدمة من طرف البنك) قائمة بالفواتير الخاصة بالمشتريات يطلب منه سدادها كلياً أو جزئياً خلال ٢٥ يوم من ذلك التاريخ دون فوائد أو مصاريف وبعد هذه الفترة يبدأ البنك في حساب الفوائد بمعدل ١.٥٪^(١).

(١) مرجع سابق ص ص ٢٠١-٢٠٢.

ثانياً مزايا ومشاكل البطاقة الائتمانية:

أولاً: المزايا:

١. بالنسبة لحاملها؛ يتمتع حامل بطاقة الائتمان بتمويل مجاني يتراوح بين ٢٥ و ٥٥ يوم، كما يستفيد من سهولة الاستخدام التي تتمتع به البطاقة وتخفيض حاجة المتعامل إلى النقود وارتياحه من مخاطرها.

٢. بالنسبة للتاجر؛ ترحب المحلات التجارية باستعمال البطاقة الائتمانية لأن ذلك سيؤدي إلى زيادة مبيعاتها على الرغم من العمولة التي تدفعها، هذه المحلات للبنوك المصدرة للبطاقة إلا أن الزيادة في حجم المبيعات يغطي وبسهولة نفقات هذه العملية. كما تستطيع هذه المحلات تحقيق مزايا البيع الأجل مع الحصول على قيمة مبيعاتها فوراً خاصة إذا تمت المبيعات في آخر الشهر وذلك بمجرد تقديم ما يفيد عملية البنك إلى أقرب بنك.

وتتمكن هذه المحلات أيضاً من الاستفادة بالفرق بين أسعار العملات وأسعار الخصم إذا رغب التاجر بيع بضاعته بالتقسيط وخصم الكمبيالات فيما بعد لتحصيل قيمتها نقداً. ولا يتحمل التاجر مخاطر الائتمان في حالة البيع بالبطاقة عندما يرفض حاملها دفع ما عليهم إذ إن الذي يتحمل هذه المخاطر هو البنك.

٣. بالنسبة للبنك التجاري:

- يمثل النظام في حد ذاته إشهاراً للبنك.
- يعطي هذا النظام عائدات عالية للبنك.
- ضمان عدد كبير من حاملي البطاقات كزبائن دائمين للبنك.
- إجبار المحلات التجارية على فتح حسابات لدى البنك؛ لأن التاجر مضطر لذلك حتى تتحول الأموال لحسابه، وبالتالي تزداد سيولة البنك حيث لا تخرج الأموال منه وحتى ترجع إليه كوديعة.

ثانياً: المشاكل:

يترتب على استخدام البطاقة الائتمانية مشاكل جمة نلخصها في التالي:

١. عدم الدقة جراء بعض الأخطاء المرتكبة من قبل الموظفين في التعامل مع

الفواتير ومع تكرار الأخطاء تفقد الثقة بين البنك والعميل.

٢. سرقة البطاقات الائتمانية أو ضياعها أو استعمالها من طرف الغير.

٣. التكاليف العالية بالنسبة للبنك والخاصة بتوزيع البطاقات وطبعها ومنح قروض دون فائدة لمدة ٥٥ يوم.

٤. خطر السيولة على البنك في حالة الإفراط في استعمال البطاقة من طرف المتعاملين، فالتمادي في استعمال البطاقة مع قلة الإيداعات لدى البنك التجاري وجود صعوبة في رفع سعر الخصم من طرف البنك المركزي، يصبح الفرق الموجود في العملة غير مؤثر يؤدي ذلك إلى وقوع البنك في مشكلة السيولة خاصة في حالة عدم دفع المستحقات في وقتها.

٥. المنافسة من قبل البنوك التجارية والمؤسسات المالية لأنه في أي عمل تجاري هناك منافسة وبتعدد البنوك العارضة لخدمات البطاقة الائتمانية وتحسينها ويزداد خطر المنافسة بين البنوك التجارية.

• مقومات نجاح بطاقة الائتمان:

للبطاقات الائتمانية مقومات نجاح واستمرار يجب على البنك التجاري مراعاتها منها:

١. كثرة المتعاملين: فكلما كان عدد المتعاملين كبيراً كلما كانت فرص النجاح والاستمرار لهذا النظام أكثر ملائمة، لأن تبني هذا النظام يكون مكلفاً ويجب عليه تغطية التكاليف عن طريق زيادة أعداد المتعاملين.

٢. الدقة في اختيار المتعاملين أي التأكد من سمعة كل متعامل فكلما كانت التحريات دقيقة وحقيقية يكون القرار في منح البطاقة للمتعامل جيداً سواء بالقبول أو بالرفض.

٣. تعدد المحلات التجارية المشاركة في النظام والدقة في اختيارها، لأن عدد المتعاملين كبير جداً، وبالتالي يجب تعديد المحلات التجارية وتنويعها لا سيما المحلات ذات السمعة الجيدة وذات السلع والخدمات المتنوعة والتي لها استهلاك واسع.

٤. توفر نظام رقابة قادر على تفادي تزايد الديون المعدومة فخلال مهلة التسديد لا تكون الديون المشكوك فيها مؤثرة، ويقوم البنك بتصنيف الديون باستمرار وبالتالي

يجب على البنك امتلاك نظام رقابي ومحاسبين دقيقين.

٥. توفر درجة عالية من الوعي المصرفي يمكن من إعطاء المعلومات الخاصة باستعمال البطاقة الائتمانية.

• أهم الجهات المصدرة للبطاقات الإلكترونية:

منذ ظهور البطاقات المختلفة المستخدمة في النشاطات النقدية والمصرفية برزت مؤسسات (أو جهات متخصصة) لها اهتمام بهذا المجال الحيوي في الحياة الاقتصادية، وصفتها أنها برزت في أماكن تركز النشاط التجاري والمالي ومن أهمها ما يلي:

١. مؤسسة الفيزا العالمية: VISA INTERNATIONAL SERVICE ASSOCIATION ومركزها في مدينة "لوس أنجلوس" بولاية كاليفورنيا الأمريكية، وتصدر على ثلاثة أنواع:

- الفيزا الذهبية - بطاقة رجال الأعمال - بطاقة الفيزا العالمية.

٢. مؤسسة ماستر كارد الذهبية: MASTERCARDS INTERNATIONAL ORGANIZATION ومركزها في مدينة «سانت لويس» بنيويورك الأمريكية وتصدر في نوعين:

- بطاقة ماستر كارد لرجال الأعمال - بطاقة ماستر العادية

٣. مؤسسة أمريكان إكسبريس: AMERICAN EXPRESS وتصدر من مجموعة بنوك أمريكان إكسبريس على مستوى العالم، وهذه البطاقات متعددة الاستعمالات التجارية والمالية والنقدية.

٤. مؤسسات أخرى:

توجد العديد من المؤسسات في العالم تصدر مختلف البطاقات الائتمانية وغيرها، لكل هذه البطاقات ليست واسعة الانتشار عالمياً ومحددة النشاط الذي تقوم به مثلها: مؤسسة ريكاردو الأوربية، مؤسسة دايترز كلوب اليابانية^(١).



(١) ديان كويل، التكنولوجيا الحديثة والعمل المصرفي، صحيفة Independent العدد ٩، ٢٠٠٢.

المطلب الثالث

البطاقات الذكية

تماشياً مع التطورات التكنولوجية ظهرت البطاقات الذكية Smart Cards والتي هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية إلكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل الاسم، العنوان، المصرف المصدر، أسلوب الصرف، المبلغ المنصرف وتاريخه، وتاريخ حياة العميل المصرفية .

إن هذا النوع من البطاقات الجديدة يسمح للعميل باختيار طريقة التعامل سواء كان إثماني أم دفع فوري، وهو ما يجعلها بطاقة عالمية تستخدم على نطاق واسع في معظم الدول الأوروبية والأمريكية، ومن الأمثلة للبطاقات الذكية بطاقة المندكس « Mondex Card » التي تم طرحها لعملاء المصارف وتوفر لهم العديد من المزايا نذكر منها^(١):

- ☒ يمكن استخدامها كبطاقة ائتمانية أو بطاقة خصم فوري طبقاً لرغبة العميل .
- ☒ سهولة إدارتها مصرفياً بحيث لا يمكن للعميل أن يستخدمها بقيمة أكثر من الرصيد المدون على الشريحة الإلكترونية للبطاقة .
- ☒ أمان الاستخدام لوجود ضوابط أمنية محكمة في هذا النوع من البطاقات ذات الذاكرة الإلكترونية .

☒ إمكانية التحويل من رصيد بطاقة إلى رصيد بطاقة أخرى من خلال آلات الصرف الذاتي أو أجهزة التليفون العادي أو المحمول .

☒ يمكن للعميل السحب من رصيد حسابه الجاري بالبنك وإضافة القيمة إلى رصيد البطاقة من خلال آلات الصرف الذاتي أو أجهزة التليفون العادي أو المحمول .

ومن أهم أشكال هذه البطاقة بطاقة البرغوت والتي ظهرت بعد المشاكل التي

(١) طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية : المفاهيم - التجارب - التحديات، الدار الجامعية،

الإسكندرية، ٢٠٠٣، ص: ١٤٠.

اعترت البطاقة الائتمانية وخصوصاً السرقة، وتعرف باسم «البطاقة الذكية» التي اخترعت سنة ١٩٧٤ م وبدأ استخدامها سنة ١٩٨١ من طرف شركة فيليبس «PHILIPS» ثم انتشر استعمالها.

تعريفها: هي بطاقة تشبه بطاقة الائتمان تحتوي على برغوث صغير جداً إلكتروني أو ما يسمى «MICROPUCE» يشكل ذاكرة عديدة تسمح بالاحتفاظ بكمية كبيرة من المعلومات تهتم بالتفاصيل المتناهية عن الحالة المالية لحاملها. وهي الصورة الجديدة للبطاقة الائتمانية، شارك في تطويرها ازدهار التجارة الإلكترونية، وهي اليوم واحدة من أهم وسائل الدفع التي تحل محل النقود الكتابية أو النقود الورقية والبطاقات الائتمانية الأخرى، فالبطاقة الإلكترونية البرغوثية البلاستيكية تحتوي على برغوث إلكتروني مجاله مطوق يشبه معدناً في مساحة لا تزيد عن ١ ملمس مزودة بلمسات أو أزرار. إلا أن الواقع في الجهاز المصرفي الحالي أكثرية البطاقات الائتمانية ليست برغوثية وللبطاقات البرغوثية قدرة عجيبة في سرعة التعامل ولها القدرة في تنفيذ العمليات الأكثر تعقيداً، وتعتبر محفظة نقدية إلكترونية كما تعبر عن ناظمة معلوماتية إلكترونية صغيرة تحتفظ بكل العمليات وترصد الحساب الجاري.

استعمالها: لهذه البطاقة قدرة فائقة في العمليات النقدية حيث يشكل استعمالها محفظة نقدية إلكترونية يمكن شحنها في أي وقت سواء عن طريق الهاتف أو عن طريق فرع التذاكر، وتستخدم للدفع المباشر عن طريق الدفع بالهاتف في كل المحلات التي تقبل هذه البطاقة.

وأصبحت بطاقة البرغوث في المملكة المتحدة بعد عام ١٩٩٥ م ممثلة لمجموعة أنواع من العملات ولها جهاز أمان يمكن لصاحبها غلقها برمز خاص يمنع استعمالها من طرف الآخرين وهي مزودة بتنظيم له القدرة على معالجة الذاكرة والجهاز الأمين لها، وذاكرتها لها سعة لإعادة البرمجة بحوالي مليون مرة^(١).



المطلب الرابع

الإنترنت المصرفي والشيكات الإلكترونية

أولاً: الإنترنت المصرفي:

يعد البيع عبر الإنترنت أحد أهم مجالات التجارة الإلكترونية حيث يمثل الأسلوب الأحدث للعمل المصرفي وللتجارة الدولية في مختلف الشركات، وتتم العملية خلال شبكة الإنترنت وحسب تقديرات مجلة إكونوميست، فإن ما يعادل ١٥٠ مليار دولار من حجم المبادلات عام ١٩٩٩م قد تم عن طريق الإنترنت وحسب نفس المجلة، فإن هذا المبلغ ارتفع إلى ٣ ملايين دولار عام ٢٠٠٢م حتى نهاية شهر سبتمبر. وحيث مكنت الإشارات الإلكترونية وعبر الحاسوب من الاستغناء عن البطاقات البلاستيكية وغيرها من البطاقات النقدية.

- طريقة استخدام الإنترنت وشروطها:

قبل التعرف على طريقة البيع والشراء (الاستخدام النقدي وعملية الدفع) يستحسن معرفة شروط ذلك ومن أهم هذه الشروط.

١. وجود شبكة الاتصال الإلكترونية مرتبطة فيما بينها تمكن العاملين منها.
٢. أن يكون للمتعاملين له إشتراك على الموقع المعني.
٣. أن يكون للممول موقع على شبكة الإنترنت.
٤. الدقة المتناهية في تقديم الطلب، وإعطاء الأمر حتى يتمكن من الحصول على المطلوب.

- طريقة الاستعمال:

إذا توافرت الشروط الأساسية السابقة بالإضافة إلى شروط إضافية في بعض الحالات على مستخدم شبكة الإنترنت التقيد بالتالي:
أولاً: عملية التسجيل بالنسبة للمتعامل:

١. في الزيارة الأولى للموقع يضغط المتعامل على زر المساعدات أو يقر بالزيارة الأولى للتعرف على الموقع.
 ٢. يدفع حقوق التسجيل وغالباً ما تكون شهرية.
 ٣. يصبح المتعامل من عملاء الموقع يمكن أن يقدم أى طلب كما سنرى لاحقاً.
ثانياً: عملية تنفيذ المطلوب:
 ١. يقدم الطلب على موقع السوق.
 ٢. يقوم الموقع بالاتصال بالمولين القادرين على تلبية الطلب بشروط دفتر الأعباء عن طريق البريد الإلكتروني «E-MAIL».
 ٣. إذا بادر عدة مولين لتلبية الطلب، يقوم الوسيط بوضعهم في منافسة على الموقع حتى موعد محدد بعده يتحدد الممول الأحسن في تلبية الطلب.
 ٤. يأخذ الموقع نسبة تقدر بـ: ١٪ إلى ٥٪ على كل عملية تبادل يحصلها الممول ويستلم المتعامل طلبه بدون أي خصم أو فائدة.وهكذا تتم عملية البيع والشراء دون استخدام النقد العيني، بل تتم التسوية آلياً بين حسابات المتعاملين عبر الموقع^(١).
- مزايا ومشاكل الإنترنت المصرفي:
المزايا: الاستخدام النقدي عبر الإنترنت له فوائد ومزايا أهمها:
 - تسهيل عمليات التسجيل وبالتالي إعطاء فرصة للتعامل العالمي.
 - الحصول على عروض تجارية متعددة المواقع جغرافياً في العالم.
 - تأمين المبالغ النقدية من الضياع والسرقة.
 - سرعة تنفيذ العمليات بأقل تكلفة وأقل زمن.المشاكل: هذه الطريقة مشاكل أهمها:
 - المنافسة الشرسة بين المواقع ومشاكل الفيروسات الإلكترونية.

(١) محمود سحون للمزيد يرجى مراجعة موقع - www.arblaw.com.research

- الإفلاس التام في حالة الخطأ أو التعرف على خصوصيات الموقع قبل التنافس.
- زيادة عملية التحايل على المواقع والبطاقات الآلية^(١).

ثانياً: الشيكات الإلكترونية:

الشيك الإلكتروني عبارة عن وثيقة إلكترونية تحتوى على البيانات التالية: رقم الشيك، اسم الدافع، رقم حساب الدافع واسم البنك، اسم المستفيد، القيمة التي ستدفع، وحدة العملة المستعملة، تاريخ الصلاحية، التوقيع الإلكتروني للدافع. تستخدم هذه الشيكات لإتمام عمليات السداد الإلكترونية بين طرفين من خلال وسيط، ولا يختلف ذلك كثيراً عن نظام معالجة الشيكات الحالى فيما عدا أنه يتم تحرير الشيكات الإلكترونية وتبادلها عبر الإنترنت، وسيقوم الوسيط بالخصم من حساب العميل والإضافة إلى حساب التاجر.

إجراءات استخدام الشيك الإلكتروني :-

تتضمن دورة إجراءات استخدام الشيك الإلكتروني الخطوات الآتية :-

- ١- اشتراك المشتري لدى جهة تقوم بعملية المقاصة (في الغالب تكون بنكا) ، حيث يتم فتح حساب جارى بالرصيد الخاص بالمشتري ويتم تحديد توقيع إلكتروني للمشتري وتسجيله في قاعدة بيانات البنك .
- ٢- اشتراك البائع لدى نفس الجهة التي تقوم بعملية المقاصة ، حيث يتم أيضاً فتح حساب جارى أو الربط مع أى حساب جارى للبائع ويتم تحديد التوقيع الإلكتروني للبائع وتسجيله في قاعدة بيانات البنك (الجهة التي تقوم بعملية المقاصة) .
- ٣- يقوم المشتري باختيار السلعة التي يرغب في شرائها من البائع ، ويتم تحديد السعر الكلى والاتفاق على أسلوب الدفع .
- ٤- يقوم المشتري بتحرير شيك إلكتروني ويقوم بتوقيعه بالتوقيع الإلكتروني المشفر ، ثم يقوم بإرسال هذا الشيك بالبريد الإلكتروني المؤمن إلى البائع .
- ٥- يقوم البائع باستلام الشيك الإلكتروني الموقع من المشتري ، ويقوم بالتوقيع

(١) موقع سابق www.arblaw.com.research

التجارة الإلكترونية في اليابان

علية كمستفيد بتوقيعه الإلكتروني المشفر ويقوم بإرساله الى البنك الذي يقوم بعملية المقاصة .

٦- يقوم البنك بمراجعة الشيك والتحقق من صحة الأرصدة والتوقيعات وبناء على ذلك يقوم بخصم القيمة من حساب المشتري وإضافتها الى حساب البائع ثم إخطار كل منهما بإتمام إجراء المعاملة المالية .

أهم مزايا الشيكات الإلكترونية

١- يوفر التعامل بالشيكات الإلكترونية حوالى ٥٠٪ من رسوم التشغيل بالمقارنة ببطاقات الائتمان مما يساهم في تخفيض النفقات التى يتحملها المتعاملون بهذه الشيكات .

٢- لا يتم تحميل الشيكات المرتدة عن طريق الإنترنت بالرسوم التى يتم تحميلها على الشيكات المرتدة الورقية .

٣- يتم تسوية المدفوعات من خلال الشيكات الإلكترونية فى ٤٨ ساعة فقط بالمقارنة بالشيكات العادية التى يتم تسويتها فى وقت أطول من خلال غرف المقاصة .

٤- يتيح التعامل بالشيكات الإلكترونية القضاء على المشاكل التى تواجهها الشيكات العادية التى يتم إرسالها بالبريد مثل الضياع أو التأخير^(١) .



(١) معطى الله خير الدين، بوقوم محمد، " المعلوماتية والجهاز البنكي - حتمية تطوير الخدمات المصرفية " ، مداخلة مقدمة إلى منتقى المنظومة المصرفية والتحويلات الاقتصادية- الواقع والتحديات ، ص١٩٩ .

obbeikandi.com

أهم تأثيرات التجارة الإلكترونية على الجهاز المصرفي الياباني

المطلب الأول

الإستراتيجيات اليابانية المصرفية عبر شبكة الإنترنت

قامت هذه الإستراتيجية على وجود بنوك يابانية إلكترونية تعمل على الخط على مدار ٢٤ ساعة ، مع تقديم خدمات مصرفية مالية، بل امتدت هذه الخدمات لتشمل الاكتاب في الأوراق المالية ، والتأمين ، والاستعلام عن أسعار العملات ، وتحويل الأموال بين الأرصدة ، ودفع الفواتير ، والتوسع في الخدمات المصرفية المحلية الأخرى (ويعتبر بنك JNB (the Japan Net Bank) الياباني الأول في عالم cyberbank) والذي أنشئ في أكتوبر عام ٢٠٠٠ من قبل كونسورتيوم من بنك Sakura ، فوجيتسو المحدودة ، وشركة نيون للتأمين على الحياة ، وبنك سوميتومو الذي يعمل عبر شبكة الإنترنت ويبلغ رأسماله حوالي ١٩٨ مليون دولار أمريكي ، ويوفر بنك (JNB) حسابات التوفير والودائع ، وتحويل الأموال والقروض الاستهلاكية ، وحسابات صناديق الاستثمار المشترك ، والرهن العقاري ، وتحويل الأموال ، والتأمين . ويمكن سحب النقود من خلال أكثر من ١٠٠٠٠٠ فرع للصراف الآلي من خلال بصمة الصوت في جميع أنحاء اليابان . ويعمل من خلال الإنترنت بدون فروع مادية .

التجارة الإلكترونية هي اليابان

وفي عام ٢٠٠١ افتتح بنك سوني ثاني بنك على الخط على شبكة الإنترنت في اليابان ، والمعروف بعلامته التجارية وتقديمه للمنتجات الإلكترونية ، حيث يقدم البنك خدمات مصرفية شاملة وشخصية للعميل عبر الإنترنت ، بما فيها حسابات الودائع بالعملة الأجنبية ، وبطاقات الائتمان والرهن العقاري. كما يسهل البنك لعملائه الصرف من خلال ٧٦٠٠ جهاز صرف آلي تملكه شركة سوميتومو ميتسوي المصرفية ، كما يقدم البنك برمجيات الإنترنت ، ويمكن أصحاب الحسابات من فحص أرصدهم والتحقق منها ، ودفع الشيكات ، والحصول على القروض والمشورة في مجال الإستثمار^(١) .

ويعتبر كلاً من بنك سوني ، جى إن بى . أكبر بنكين في اليابان لتقديم الخدمات المصرفية من خلال شبكة الإنترنت ، ولكنهما يواجهان منافسة من قبل كلاً من بنك : (eBank) & (IYBank) حيث يملك البنك الأول (eBank40 شركة غير مصرفية تشمل شركة الاتصالات اليابانية ، وشركة اى تاتش ، كما يملك البنك الثانى (IYBank) كبرى شركات التجزئة في اليابان (Ito-Yokato Co.) أى تو يوكاتووالتي تمتلك من سبعة الى إحدى عشر فرعاً في اليابان . كما يواجهان منافسة في مجال الأوراق المالية والسمسرة من قبل شركات ومؤسسات أخرى غير مصرفية تدعى نيكو أون لاين، وإيه تريد (Japan and DLJdirect Nikko Online, E*Trade -) والتي كونت فريقاً مع بنك سوميتومو في اليابان، وفي الوقت الحاضر ، وعلى غرار نظرائهم الأمريكيين ، فإن جميع البنوك اليابانية على الإنترنت تواجه معارك صعبة في السعي من أجل تحقيق الإيرادات والربحية. هذا وتوقع ستاندرد أند بوررز أن الأمر سيستغرق بين سنتين وثلاث سنوات أو أربع للإنترنت لتأمين ربحية المصارف اليابانية^(٢) .

هذا بالنسبة لعام ٢٠٠١ ولكن ماحدث في الواقع أنه استطاعت هذه البنوك أن تحقق

"Japan net bank-case study" (2001) Fujitsu.com (1)

<http://crm.fujitsu.com/en/case-study/japan/japan-net.html>

(2) Kerr, Graeme (2001) "Sony goes online with net bank" Asahi News, June

12. www.asahi.com/english/asahi/061201.html

التجارة الإلكترونية هي اليابان

ربحية عالية جداً ، ويرى الكاتب أن اقتحام البنوك اليابانية هذا المجال قد أضاف الكثير لقطاع البنوك والمصارف في اليابان ، ليس هذا فحسب وإنما كان سبباً رئيسياً لتحقيق إيرادات وربحية غير مسبوقه ، خاصة في مجال الأوراق المالية ، وتكوين المحافظ الاستثمارية ، بل وتعدى الأمر حدود اليابان الجغرافية لتتعامل هذه البنوك مع الولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي وجميع دول العالم ، حيث أدت الثورة في تكنولوجيا المعلومات إلى خفض تكاليف الدخول على شبكة الإنترنت ، وزيادة المنافسة بين المصارف والمؤسسات المالية الأخرى ، وبل وشملت تقديم خدمات مصرفية حديثة لم تكن موجودة من قبل ، وحدث اندماجات كبرى بين بعض البنوك .



(المطلب الثاني)

تأثير تكنولوجيا المعلومات على الخدمات البنكية

أولاً: وجود خدمات بنكية مبتكرة

أدت التطورات المتلاحقة في تكنولوجيا المعلومات وما صاحبها من تطورات في تكنولوجيا الحواسيب والاتصالات وارتفاع الطلب العام (على الوسائل الأكثر سرعة وكفاءة وصولاً إلى الحسابات البنكية) إلى ظهور خدمات ومنتجات مبتكرة في تحويل الأموال ونظم التسليم، مما ساعد على تخفيض تكاليف المبادلات، وتخفيض تكاليف إتمام العمليات مما أدى في النهاية إلى تشجيع دخول مستخدمين جدد وزيادة إقبالهم على الخدمات البنكية الإلكترونية، حيث حدث توسع في استخدام الكروت البلاستيكية بأنواعها المختلفة مع تطور التكنولوجيا المستخدمة فيها، وظهور التحويل الإلكتروني للإيداعات عند نقاط البيع لتحويل الأموال إلكترونياً من حساب المستهلكين إلى حساب تجار التجزئة باستخدام كروت الدين (Debit Card) ووجد انتشاراً كبيراً لهذه الوسيلة في نطاق تجار التجزئة.

وتطورت ماكينات الصراف الآلي وخدماتها المتنوعة كما ارتفعت أعدادها بمعدل مرتفع جداً لدرجة وصولها إلى نقطة التشبع، وبدأ التوسع في وضع الماكينات في أماكن غير بنكية، وهي ماكينات بدون حوائط متاحة على مدار اليوم، كما تطورت خدمات ماكينات الصرف الآلي لتقديم خدمات السحب النقدي، الإيداعات، طلب القروض، التسليف، التحويل بين الحسابات، دفع الفواتير، طلبات دفاتر الشيكات والمعلومات. كما ظهرت الخدمات البنكية من المنزل والمكاتب حيث توفر مدخل للخدمات المالية من خلال اتصال الحواسيب الشخصية بالمنزل أو المكاتب بنظم الحواسيب البنكية من خلال شبكة الإنترنت كما تطورت الخدمات البنكية من خلال التلفون⁽¹⁾.

(1) Tad podlski. (1992), Innovation in retail banking, The New Palgrave .Macmillan press Ltd, London .p 10.

ثانياً: تطور الخدمات الإلكترونية البنكية الحالية :

تطورت نظم التحويل والتسويات البنكية في ظل تطور تكنولوجيا المعلومات من النظم الورقية والتي كانت تقوم على أساس الحسابات الصافية للأرقام التي سبق اعتمادها والموافقة عليها مسبقاً بواسطة التسويات اليومية في البنوك المركزية مع استغراق هذه العملية لعدة أيام ، إلى نظم التسويات الإلكترونية والتي تتم في يوم واحد ويمكن ملاحظة أثر تطور تكنولوجيا المعلومات على نظم التسوية العادية وتحويلها لتسوية إلكترونية وعلى نظم التحويلات البنكية من خلال ما يلي :

١- الفرع الأول : تطور خدمات التسوية بعيداً عن الخط

(Bankers Automated Clearing Services (BACS

وهو إحدى النظم الإلكترونية بعيداً عن الخط ووظيفته الأساسية توفير خدمة منخفضة التكاليف للتسويات الأتوماتيكية بين البنوك لتسوية المدفوعات والتحويلات من عملاء الشركات أو البنوك ، ويتم ترتيب التعاملات للبنوك المستلمة والمعلومات المعروضة للبنوك على شرائط ممغنطة وتتم بشكل أسرع مما كان من قبل .

٢- الفرع الثاني : تطور خدمات التسوية على الخط

Clearing House Automated Payment Systems (CHAPS)

وهو إحدى النظم الإلكترونية على الخط ، وهو إحدى نظم التسوية الثنائية التي تتم بين بنك وآخر ، ولا يعتبر من ضمن أنظمة التسوية المركزية التي تتم عبر البنوك المركزية ويتسم هذا النظام بالخصائص الآتية :

- إتمام التسويات في نفس اليوم
- الوصول الواسع : لعدد من المؤسسات المالية الأخرى
- المدفوعات المضمونة : حيث تنفذ كل المدفوعات بواسطة البنك المرسل لها سواء تمت هذه المدفوعات بواسطة البنك القائم بالتسويات أو بواسطة العميل ، وضرورة تسوية المدفوعات ليست شرطاً على وصول الوثائق أو غيرها من الشروط .
- ساعات العمل : جميع بنوك التسوية يجب أن تكون قابلة لإستلام المدفوعات

لمدة ٦ ساعات كل يوم عمل ، وبعد ذلك تتم تسويات المدفوعات للبنوك المختلفة من خلال حسابات البنوك لدى البنك المركزي .

٣- الفرع الثالث: تحويل الأموال إلكترونياً بين البنوك على المستوى العالمي (SWIFT)

Society For Worldwide Intebank Financeal Telecommunations
وقد تمثل الهدف الأساسي في هذا النظام في تزويد الأعضاء بشبكة لإتمام التحويلات المالية بينهم بشكل سريع وكفاء وذلك من خلال توافر بعض المتطلبات أهمها :

- التواجد الثابت من خلال إتصال العملاء على الشبكة لمدة ٧ ساعات في اليوم خلال ساعات العمل الطبيعية وفقاً للتوقيت الخاص بكل دولة
- الأمان حيث تتحمل (SWIFT) هذه المسؤولية بين نقاط الإتصال مع دوائر العملاء باستخدام تكنولوجيا تحويل الحزم من خلال خطوط الربط المارة عبر مراكز التشغيل المتصلة في بلجيكا ، هولندا ، الولايات المتحدة الأمريكية .
- توحيد المقياس (Standardization) في شكل الرسالة المحتوية على الأوامر والتفاصيل المرسله الى المشغلين بلغاتهم .
- التدقيق في كل أنشطة النظام بواسطة الأعضاء .
- القابلية في التحكم على مستويات مختلفة من المدخلات ، التدقيق والإثبات على نطاق العملاء⁽¹⁾ .

ويغطي نظام (SWIFT) عدة أنواع من الرسائل أهمها تحويلات العملاء ، والتحويلات البنكية ، وعمليات تحويل العملات ، والتجميع ، والتوثيق للإئتمان والأوراق المالية ، كما يقدم خدمات التسوية في أسواق السندات العالمية .

٤- الفرع الرابع : تحويل الأموال إلكترونياً عند نقاط البيع

IEFTPOS) Electronic Funds Transfer at Point of Sale)

ويعتبر هذا النظام أداءه إلكترونية لدفع قيم السلع والخدمات عند نقاط البيع ، حيث

(1) James Essiger (1992), Electronic Payment Systems Winning new customers. Chapman&Hall .p89.

يتم وضع طرفيات (Terminals) في المحلات التجارية تكون على إتصال بشبكة الحاسبات البنكية ويتم من خلالها سداد فواتير الشراء إلكترونياً باستخدام البطاقات الممغنطة ، وقد ظهرت خدمة نقاط البيع في وقت لاحق على ظهور أجهزة الصراف الآلي وحظت بقبول متزايد من قبل العملاء والتجار ، فالعملاء يستفيدون لأنهم لا يحتاجون لحمل كميات كبيرة من النقود للقيام بمشترياتهم ، والتجار يستفيدون نتيجة قيام العملاء بشراء سلع وخدمات أكثر كما أن حصيلة مبيعاتهم يتم إيداعها مباشرة في حساباتهم البنكية .

أهم العناصر الأساسية المكونة لهذا النظام :

- أجهزة إلكترونية توضع كأطراف (Terminals) عند تجار التجزئة .
- كروت بلاستيكية مزودة بشريط ممغنط قد تكون كروت إئتمان أو خصم ومصاحبة لرقم تعريف شخصي PIN مصدرة للعملاء من قبل البنوك أو غيرها من المؤسسات

- نظام إرسال الرسائل أوتوماتيكياً الذي يربط بين الأجهزة الطرفية لدى التجار مع أجهزة الكمبيوتر لدى البنوك ومؤسسات إصدار كروت الائتمان والمؤسسات المنشأة لحسابات العملاء والتجار .

خطوات المعاملة : يمكن تقسيم المعاملة إلى الخطوات التالية :

- عند رغبة العميل في سداد مشترياته بواسطة (IEFPOS) يتم تمرير كارت الدفع التابع إليه خلال الأجهزة الطرفية القارئة وإدخال حجم المدفوعات الراغب في خصمها .
- تشفير المعلومات الحيوية وإرسالها مع باقى المعلومات خلال شبكة البيانات إلى مصدر الكارت وإرسال نسخة إلى البنك التابع له حساب التاجر .
- يتم قبول المعاملة اذا كان حساب العميل صحيحاً .
- يدخل العميل رقم التعرف الشخصى في لوحة المفاتيح مع حماية الرقم الشخصى وسريته .
- بعد التأكد من صحة الرقم الشخصى يتم قبول المعاملة وطباعة وثيقة التأكيد

- من الطرف الآخر .
- إرسال رسالة إلى مصدر الكارت للتأكيد على إتمام وقبول المعاملة وإرسال نسخة إلى بنك التاجر .
- خصم مبلغ المشتروات من حساب العميل وإضافته إلى حساب التاجر .

الطرق المختلفة لإتمام الخصم

يوجد أربعة طرق مختلفة لإتمام الخصم Debit

- الخصم في الوقت الحقيقي أو الخصم الفوري من حساب جارى .
- الخصم الفوري في الوقت الحقيقي من حساب إئتمان .
- الخصم بعد فترة التسوية المعتادة من حساب جارى أو ادخار .
- الخصم بعد فترة التسوية من حساب إئتمان .
- أهم فوائد ((IEFTPOS) للمؤسسات المالية :
- الفرص الضخمة لتوليد عوائد العمولة .
- تخفيض الحجم الكبير للشيكات التي يجب إصدارها يومياً .
- فوائده لتجار التجزئه
- تخفيض تكاليف معاملات الشيكات
- انخفاض حجم الشيكات الغير قابلة للمصرف
- توفير وسيلة أفضل للإدارة المركزية للسيطرة على المدفوعات .

فوائده للمستهلكين

- انخفاض المشاكل الأمنية مع حمل كمية نقود أقل
- إتمام أسرع وأفضل للمعاملات
- عدم حمل شيكات وكتابتها .

٥- الفرع الخامس: الخدمات البنكية عبر التليفون Telephone Banking

تعد وسيلة التوصل الأسرع حيث يتعامل العميل مباشرة مع جهاز آلى ناطق متصل

بجهاز الكمبيوتر العائد للبنك وتستخدم هذه الخدمة بالدرجة الأولى للاستعلامات ودفع الفواتير وتحويل الأموال من حساب على حساب آخر قد ساعدت كثيراً في نقل المعاملات الروتينية إلى خارج فروع البنك . ويستطيع العميل من خلال التليفون إعطاء البنك مجموعة من التعليمات متضمنة تعليمات الدفع عبر التليفون . لذلك سعت البنوك إلى توفير مزيد من الأدوات ذات الكفاءة العالية لتوصيل الخدمات البنكية عن بعد بأفضل الطرق وأسرع السبل لراحة العميل^(١).

أهم مزايا الخدمات البنكية عبر التليفون

- توافر الخدمة على مدار ٢٤ ساعة يومياً وتشتمل على النظم الأوتوماتيكية ، الرد على التليفون ، والمكالمات الشخصية .
- عدم وجود تكاليف أولية بالنسبة للعميل وانخفاض تكاليفها بالنسبة للمؤسسات المالية .

- تقديم خدمات على نطاق واسع من الخدمات البنكية عبر التليفون .

- تعود الأفراد على استخدام التليفون كوسيلة هامة ومعتادة لوسائل الاتصال .

٦- الفرع السادس: الخدمات البنكية عبر شبكة الإنترنت

حقق انتشار الإنترنت واستخدامه للبنوك إمكانية إتاحة خدمات البنك المنزلي Home Banking ، وبذلك اتجهت البنوك نحو التوسع في إنشاء مقار لها على الإنترنت بدلاً من إنشاء مقار ومباني جديدة لها حتى يستطيع العميل أن يصل إلى الفرع الإلكتروني بطريقة سهلة . وقد بدأت تغزو الخدمات البنكية عبر الإنترنت منذ منتصف التسعينيات حيث كان بنك سيكوريتي فيرست بنك هو أول بنك أمريكي يعمل عبر الإنترنت .

أهم الخدمات البنكية المقدمة من خلال الإنترنت :

- إمداد العملاء بطرق سهلة للتأكد من أرصدهم لدى البنك .
- تقديم طريقة لدفع العملاء للكميالات المسحوبة عليهم إلكترونياً .

- إدارة المحافظ المالية من أسهم وسندات للعملاء .
- تقديم طريقة سهلة لتحويل الأموال بين الحسابات المختلفة .
- دفع فواتير العملاء .
- عرض وتقديم كشوف الحسابات للعملاء .

أهم البنوك التي تقدم هذه الخدمة

بنك JNB و بنك SONY في اليابان.

بنك أمريكا Bank of America من خلال موقع www.bankofamerica.com حيث يقدم خدمات بنكية على الخط مثل عرض كشف الحساب ، وتحويل الأموال بين الأرصدة، وتحميل بيانات الحساب ، وطلب الشيكات ، وإستلام ودفع الفواتير .

بنك رويال Royal bank من خلال موقع www.rbcroyalbank.com حيث يقدم خدمات بنكية على الخط مثل عرض كشف الحساب ن وتحويل الأموال بين الأرصدة ، وطلب الشيكات ، وإستلام ودفع الفواتير ، وتلقى شكاوى العملاء والعمل على حلها .

ناشيونال بنك في سويسرا National Bank من خلال موقع www.nationalcity.com ويقدم خدماته على الخط مثل عرض كشوف الحساب ، والإستلام عن الأرصدة ، وتحويل الأموال بين الأرصدة ، وإستلام معلومات عن أسعار العملات الأجنبية^(١) .



(١) Fujitsu.com(2001)"Japan net bank-case study "http:// crm.fuitsu.com/en/case-
study/japan|japan-net.html

المطلب الثالث

تأثير العولمة على طبيعة عمل البنوك اليابانية

شهد عقد التسعينيات من القرن الماضي عدد من المتغيرات الدولية والعالمية والتي أثرت بشكل كبير على اقتصاديات الدول وغيّرت شكل وطبيعة المعاملات الاقتصادية بين الدول ولعل أهم هذه المتغيرات الثورة التكنولوجية والمعلوماتية والتي غيرت العديد من الأنشطة الاقتصادية ولا سيما الأنشطة المالية والمصرفية، والتي ساهمت في تحول عدد كبير من البنوك إلى المعاملات الإلكترونية والتوسع في استخدام التجارة الإلكترونية وتقديم الخدمات المصرفية المتطورة، مما أحدث تغييراً جذرياً في أنماط العمل المصرفي على النحو الذي يهدد الشكل التقليدي للبنوك ويمكن تتبع العلاقة بين العولمة والتجارة الإلكترونية وتأثيرهما على الجهاز المصرفي في اليابان وفي العديد من الدول من خلال ما أحدثته وتحديثه من تغيرات عالمية وبالتالي حدوث تغيرات جوهرية على مستوى البنوك في العالم وما ينتج عن ذلك من آثار على اقتصاديات هذه البنوك، خاصة وأن بعض البنوك لم تكن بعيدة عما أسفرت عنه الأحداث والتغيرات من اضطرابات في أسعار الصرف وانحيار في قيم العملات الوطنية في عدد من البلدان، من هنا تبدو آثار العولمة على الجهاز المصرفي كثيرة ومتعددة، بحيث برز مع تصاعد العولمة وسيادتها العديد من التغيرات المصرفية التي أخذت تؤثر بقوة في الجهاز المصرفي وأدائه وسياسته وعملياته في مختلف دول العالم مع التنويه إلى أن تلك الآثار قد تكون إيجابية كما قد تكون سلبية، فظاهرة العولمة بما تحمله من حرية حركة رؤوس الأموال وتحرير التجارة الدولية قد تحمل معها إيجاباً في التوازنات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ويمكن تتبع أهم هذه الآثار من خلال النواحي الإيجابية والنواحي السلبية .

الآثار الإيجابية للعولمة على الجهاز المصرفي :

١ - تحرير التعامل في الخدمات المصرفية

إن التغيرات العالمية التي برزت في التسعينيات والتي مست إقتصاديات الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، والمتمثلة في تشابك الاقتصاديات، وتعاضم المعاملات النقدية والمالية في أسواق رأس المال العالمية، و بروز الشركات المتعددة الجنسيات، وظهور التكتلات الاقتصادية العملاقة، قد عجلت بميلاد المنظمة العالمية للتجارة في ١٥ أبريل ١٩٩٤ بعد التوقيع على الاتفاقية العامة للتجارة

GENERAL AGREEMENT ON TRADE IN SERVICES

والتعريف الجمركية ومن ثم فإن التوقيع على اتفاقية تحرير التجارة في الخدمات المالية في ١٣ ديسمبر ١٩٩٧ شكل البداية الفعلية للعولمة المالية، إن تحرير التجارة في الخدمات المالية سوف يحقق مزايا عديدة للعديد من الدول وخاصة الدول النامية، حيث سيؤدي إلى تحرير النظام المصرفي والمالي وتحديثه، وسوف يعمل على رفع كفاية المؤسسات المصرفية والمالية وفعاليتها، الأمر الذي يسمح بالدخول في بيئة مشجعة لنشاط القطاع الخاص، وجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، وبالتالي التخفيف من عبء الديون الخارجية والحد من ظاهرة نزوح رؤوس الأموال إلى الخارج وجدير بالذكر أن التأقلم الإيجابي الفاعل للدول النامية مع التطورات العالمية وظاهرة العولمة يرتبط إلى حد بعيد بدرجة سلامة القطاع المالي والمصرفي، ولذلك فإن تفعيل الإصلاحات الهيكلية الكلية يعتبر أحد العوامل لمقاومة الصدمات الخارجية الفجائية إزاء ذلك حدث تغير كبير في أعمال البنوك واتسعت دائرة أعمالها المصرفية سواء على المستوى المحلي أو الدولي^(١).

٢- تحول البنوك إلى بنوك شاملة :

حيث إن الاتجاه المتزايد للعولمة المالية، فرض على البنوك التجارية ضرورة التحول نحو نظام البنوك الشاملة لتقوم بكل الوظائف التقليدية وغير التقليدية في منظومة بنكية واحدة تقوم على تنوع كامل للوظائف، لتلبى كافة طلبات الزبون وتحل جميع مشاكله، وبذلك نجدها تجمع ما بين وظائف البنوك التجارية ووظائف البنوك

(١) عبد المطلب عبد الحميد، العولمة واقتصاديات البنوك، الدار الجامعية للنشر والطبع والتوزيع، القاهرة

٢٠٠١، ص ١٢٨.

المتخصصة وبنوك الاستثمار وغيرها، كل ذلك من أجل مواكبة أوضاع العولمة الجديدة وتحقيق التوازن بين الربحية والسيولة والأمان من المخاطر .

٣- خصخصة البنوك

تعتبر خصخصة البنوك أحد التغيرات والإنعكاسات الأساسية التي أحدثتها العولمة على الجهاز المصرفي، وتتلخص أهم دوافع خصخصة البنوك في مواجهة التحديات التي تواجه العمل المصرفي في إطار المتغيرات المصرفية العالمية والتكيف مع ما جاءت به إتفاقية الخدمات المالية في إطار اتفاقية الجات ومنظمة التجارة العالمية حيث تهدف خصخصة البنوك إلى :-

- خلق بيئة مشجعة للقطاع الخاص وإستعادة الثقة في النظام المصرفي .
- زيادة المنافسة في السوق المصرفية وتحسين الأداء الاقتصادي .
- إدارة السياسة النقدية بطرق متطورة، وترشيد الإنفاق العام .
- تنشيط سوق الأوراق المالية وتوسيع قاعدة الملكية .

٤- الاندماج المصرفي

ويقصد به اتحاد أكثر من بنك في بنك واحد، سواء أكانت البنوك المندمجة تعمل في أنشطة موحدة، أو أنشطة مختلفة، وتنوع وتختلف دوافع الاندماج المصرفي ولعل أهمها تحقيق وفورات الحجم وتحقيق النمو والتوسع وتحقيق الربحية، ومواجهة المخاطر.

ويرى الكاتب أن أهم دافع لعملية اندماج البنوك يتمثل في زيادة القدرة على المنافسة العالمية في إطار تحرير الخدمات المصرفية الدولية وتخطيها حدود الزمان والمكان، والانفتاح العالمي الذي نراه سمة أساسية من سمات عصر الإنترنت، والتقدم السريع في تكنولوجيا المعلومات .

الآثار السلبية لعولمة على الجهاز المصرفي

تتمثل أهم هذه الآثار في الآتي :-

- ١- تزايد حدوث الأزمات في البنوك

حيث شهد العالم في التسعينيات من القرن العشرين عدداً من الأزمات والتي شملت عديداً من دول العالم مثل دول جنوب شرق آسيا، وفي اليابان، والعديد من الدول العربية، وانتقال عدوى هذه الأزمات إلى أوروبا وأمريكا مما اضطر البنوك المركزية في هذه الدول خاصة اليابان وهونج كونج إلى تخفيض أسعار الفائدة تجنباً للدخول في حالة من الركود ولعل انتقال العدوى أحد الآثار السلبية لعولمة البنوك؛ لأنها تكون بمثابة فيروس تنتقل عدوته بأسرع ما يمكن.

٢- إضعاف قدرة البنوك المركزية في التحكم في السياسة النقدية

حيث عانت البنوك المركزية من العجز، وإنخفاض في قيمة عملاتها الوطنية وتدهور أسعار الصرف، مما أدى إلى إضعاف قدرة هذه البنوك في التحكم في السياسة النقدية، وذلك على الرغم من الدور الكبير هذه البنوك في تدعيم الاستقلال الاقتصادي والسياسي للدولة.

٣- إضعاف السيادة الوطنية في مجال السياسة المالية والنقدية

حيث حدوث زيادة كبيرة في التدفقات المالية عبر الحدود من شأنها أن تزيد حدة المخاطر التي تتعرض لها بعض الدول، خاصة النامية منها، ويضعف سيادتها الوطنية في مجال السياسة المالية والنقدية على حد سواء^(١).



(١) مرجع سابق ص ص ١٣١-١٣٣.

الطلب الرابع

أهم المواقع الإلكترونية للبنوك اليابانية

بنك ميزوهو :

بنك ميزوهو هو بنك ياباني تأسس في ٢٠٠٢ وذلك باندماج عدة بنوك يابانية كبرى منها بنك فوجي و البنك الصناعي الياباني . حيث شكلوا ثاني أكبر وحدة تعامل مالي في اليابان وهي مجموعة ميزوهو المالية ، وواحدة من ثلاثة مجموعات تدعى في اليابان (MegaBanks) . يقع المقر الرئيسي للبنك في تشيودا، طوكيو يتشتر لبنك ميزوهو قرابة ٥١٥ فرع وأكثر من ١١٠٠٠ صراف آلي . ويعتبر بنك ميزوهو البنك الياباني الوحيد الذي يحوي فروع في جميع محافظات اليابان والتي تخدم حوالي ٢٦ مليون نسمة. اسم البنك «ميزوهو» يعني باليابانية : العصر الذهبي للأرز الموقع الإلكتروني للبنك www.mizuhobank.co.jp .

كما يعتبر بنك JNB أول بنك ياباني يفتح خدماته على شبكة الإنترنت في اليابان ، ثم بنك سونى لتقديم الخدمات المصرفية أون لاين ، وقد نافسهما في هذا المجال كلاً من بنك (e bank) & IY bank) في تقديم هذا النوع من الخدمات المصرفية والتي تشمل تحويل الأموال بين الأرصدة ، والاستعلام عن أسعار العملات الأجنبية ، وعمل الاكتتابات ودفع الفواتير .

البنك الصناعي الياباني :

بنك ياباني ، تأسس خلال الثورة الصناعية في عام ١٩٠٢ في اليابان . وهو من أكبر المصارف بالعالم في النصف الثاني من القرن العشرين . ادمج البنك مع عدة بنوك يابانية أخرى مثل بنك فوجي وشكلوا معا مجموعة ميزوهو المالية في عام ٢٠٠٢^(١) . وموقعة الإلكتروني هو www.ibjbank.co.jp

(١) <http://www.ameinfo.com/ar-12276.html>

بنك ميزوهو كوربوريت

ميزوهو كوربوريتال هو بنك محدود (إم إتش سي بي) وعضو في مجموعة ميزوهو فاينانشيال المحدودة، وهي إحدى المؤسسات المالية البارزة في اليابان وتخدم في الأساس الشركات الكبيرة، والمؤسسات المالية ومجموعات شركاتهم، بالإضافة إلى شركات القطاع العام الحكومية القومية والشركات الخارجية بإجمالي أصول تبلغ ٥٩.٥٩٣ بليون ين ياباني (٤١٣ بليون دولار أمريكي - كما هو في ٣١ مارس ٢٠٠٣). وقد إنبثق إم إتش سي بي من بنك داي-إيتشي كانجيو المحدود، وبنك فوجي المحدود و مصرف اليابان الصناعي المحدود، وذلك من خلال عملية الانفصال التجارية وعملية الدمج التي تمت في ١ إبريل ٢٠٠٢. ويقوم إم إتش سي بي بالاستجابة للحاجات المالية المتطورة والمعقدة للعملاء وذلك باستخدام تقنيات متطورة لتوفير حلول متميزة للأعمال التجارية يذكر أن ميزوهو كوربوريت بنك المحدود يعتبر أكبر بنك في العالم (تبلغ أصوله ١.١٣٥ بليون دولار أمريكي كما هو في ٣١ مارس ٢٠٠٢)، كما أن لديه أكبر حصة في مجال التمويل التجاري في اليابان. وعلى الصعيد المحلي، فإن فروعته التي تبلغ ٦٦٤ تعمل على خدمة ما يزيد عن ٣٠ مليون حساب شخصي، و ١.٧٠٠ عميل تجاري بما في ذلك أكثر من ٧٠٪ من الشركات المسجلة في بورصة طوكيو للأسهم و ٥٠٠٠ وكالة حكومية، وبمجموع ٣٥ من أصل ٤٧ حكومة محلية^(١).

ساكسو بنك اليابان :

قام ساكسو بنك وهو البنك الرائد في مجال الاستثمارات عبر الإنترنت بافتتاح مكتب جديد له في العاصمة اليابانية طوكيو وأطلق عليه اسم ساكسو بنك اليابان كيه. كيه. حيث يعد هذا خطوة إستراتيجية من قبل مجموعة ساكسو بنك لتعزيز وتوسيع تواجدتها في منطقة آسيا والمحيط الهادى .

وتشهد السوق المالية اليابانية تحولات كبيرة حيث لا يزال اللاعبون الأساسيون في السوق يواصلون البحث عن فرص جديدة . وقد أدى هذا إلى زيادة عدد المستثمرين

<http://www.ameinfo.com/ar-12276.html>(١)

التجارة الإلكترونية في اليابان

المتمرسين تكنولوجياً والذين باتوا على دراية أكبر بكيفية إتخاذ القرارات الذاتية على صعيد التجارة عبر الإنترنت .

ويبدو حجم السوق الخاصة بالتجارة وتداول الأوراق المالية عبر الإنترنت في اليابان كبيراً . ووفقاً لبيانات لجنة السوق ببورصة طوكيو ، فإن المتعاملين في البورصة عبر الإنترنت في اليابان يستثمرون ما يقرب من ١٥ مليار دولار من التعاملات اليومية . ويأتي ٨٠ في المائة من حجم استثمارات مجموعة ساكسو بنك في مجال تعاملات البورصة عبر الإنترنت في القارة الآسيوية من اليابان . وقد جاء هذا الافتتاح بناء على رؤية مفادها أن اليابانيين تحركهم مفاهيم التكنولوجيا وزيادة الطلب على الخدمات المالية التي يوفرها ساكسو بنك . وتقوم مجموعة ساكسو بنك بخدمة عملائها في أكثر من ١٨٠ دولة من خلال أحدث تكنولوجيا عالمية أوسوف يوفر فرع طوكيو دعماً للشركاء المؤسسين لساكسو بنك اليابان وسيعمل عن قرب مع الذراع المسؤول عن العمليات الخاصة بمنطقة اليابان والمحيط الهادى وهو شركة ساكسو كابتال ماركتس بى.تى.اى . والتي تتخذ من سنغافورة مقراً لها^(١) . وهذا موقعة الإلكتروني .

http://www.saxobank.com/Site/About_Us/PressRoom/Releases/Saxo%20Bank%20Tokyo%20office_AR.pdf



(١) <http://ar.wikipedia.org/wiki> ويكيبيديا الموسوعة الحرة