

## انفتاح القطاع المصرفي على حرية المنافسة و أثره في بروز البنوك الإلكترونية

The opening of the banking sector to free competition and its impact on the emergence of electronic banks

هداية بوعزة<sup>1</sup>

<sup>1</sup>كلية الحقوق و العلوم السياسية جامعة وهران 2 (الجزائر)، hidayetb@ymail.com

تاريخ نشر المقال : ديسمبر/2020

تاريخ قبول المقال: 2020/11/10

تاريخ إرسال المقال: 2019/01/25

### الملخص

أدى انفتاح اقتصاديات الدول العربية على حرية المنافسة خلال العقدين الأخيرين من القرن الماضي إلى تحرير الكثير من القطاعات الاقتصادية سواء المنتجة منها أو المتعلقة بتقديم الخدمات ، و هذا ما تجلى في انفتاح القطاع المصرفي على حرية المنافسة بما ساهم بشكل كبير في ظهور العمل المصرفي الإلكتروني و بروز ما يعرف بالبنوك الإلكترونية.

لذلك فإن هذه الورقة البحثية تستهدف إلقاء الضوء على مدى إسهام انفتاح القطاع المصرفي على حرية المنافسة في بروز البنوك الإلكترونية و الخدمات المصرفية الإلكترونية بشكل عام. و إلى أي مدى أسهم العمل المصرفي الإلكتروني في الزيادة من حدة الميزة التنافسية للبنوك.

و قد حاولت هذه الورقة البحثية البحث في عدة محاور أهمها التعرف على مدى انفتاح اقتصاديات الدول على حرية المنافسة و من أهداف البحث التعرف على مفهوم الميزة التنافسية و أبعادها و كيفية تعزيزها في العمل المصرفي وكذا تحديد مفهوم و أنماط البنوك الإلكترونية ومحاولة الكشف عن مدى تأثير البنوك الإلكترونية في تعزيز الميزة التنافسية.

**الكلمات المفتاحية:** حرية المنافسة ، الميزة التنافسية ، التجارة الإلكترونية ، الصيرفة الإلكترونية .

### Abstract

"The opening of the banking sector to free competition and its impact on the emergence of electronic banks" The opening up of Arab economies to free competition in the last two decades of the last century has led to the liberalization of many economic sectors, both productive and service-related. Known as electronic banks.

This paper aims to shed light on the contribution of the opening of the banking sector to the freedom of competition in the emergence of electronic banking and electronic banking in general. And how electronic banking has helped to increase banks' competitive advantage.

This research paper has attempted to examine several areas, the most important of which is to determine the extent to which countries' economies are open to competition, the objectives being to identify the concept of competitive advantage, its dimensions and the means to to strengthen it in the banking sector. By strengthening the competitive advantage.

**Key words:** freedom of competition, competitive advantage, electronic commerce, electronic banking.

## المقدمة

شهدت الأعمال المصرفية مؤخرًا تحولًا واسعًا وملحوظًا ، و أصبح التنافس فيما بين المصارف بدرجات عالية وهو ما أفرزته العولمة المالية وتحولاتها في العالم في مختلف الميادين. إذ تحول العمل المصرفي من التقليدي إلى العمل المصرفي الإلكتروني ، و هو ما أدى بدوره إلى زيادة حدة التنافس بين المصارف من أجل تعزيز الميزة التنافسية لها .

فمع التطور المسجل في التكنولوجيا الرقمية والتدفق العالي لشبكة الانترنت اتجهت معظم البنوك إلى الاستفادة من هذه الطفرة التكنولوجية لتطوير خدماتها وابتكار خدمات جديدة. حيث أن التنافس المسجل فيما بين البنوك سواء العامة أو الخاصة جعلها تسعى إلى تطوير خدماتها البنكية وتستفيد من التكنولوجيا الرقمية . كما أن تزايد عمليات التجارة الالكترونية أصبح يتطلب نوعية جديدة من البنوك غير التقليدية تتجاوز نمط الأداء الاعتيادي ولا تتقيد بمكان معين أو وقت محدد ، وكنتيجة للنمو المتسارع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال جاءت البنوك الالكترونية التي ساهمت وبشكل فعال في تقديم خدمات متنوعة ، وبتكاليف منخفضة مختصرة الوقت والمكان ، حيث تظهر المنافسة قوية في هذا الإطار بين البنوك التجارية والمؤسسات المالية، وبين المؤسسات الكبيرة والصغيرة ، ووفقا لذلك سيقوم العملاء بالمقارنة بين خدمات البنوك واختيار الأنسب منها .

إن الإشكال الرئيسي الذي نحاول الإجابة عنه من خلال هذه الورقة البحثية هو عن مدى إسهام انفتاح القطاع المصرفي على المنافسة في بروز البنوك الالكترونية ؟ ودور هذه الأخيرة(البنوك الالكترونية) في تعزيز الميزة التنافسية للبنوك ؟.

وللإجابة عن هذه الإشكالات فقد ارتأينا تقسيم البحث إلى ثلاث مباحث بحيث نتطرق في المبحث الأول إلى انفتاح اقتصاديات الدول العربية على حرية المنافسة ، أما المبحث الثاني فنعرض فيه إلى مفهوم الميزة التنافسية و أبعادها على أن نتطرق في المبحث الأخير إلى مفهوم البنوك الالكترونية و آلية عملها ودورها في تعزيز الميزة التنافسية للبنوك.

## المبحث الأول: انفتاح اقتصاديات الدول العربية على حرية المنافسة

لقد عرفت الجزائر و كذلك بعض الدول العربية لاسيما المطلة على البحر الأبيض المتوسط ، تحولات اقتصادية غيرت من سياساتها الاقتصادية و المالية بفعل تأثرها باقتصاديات دول العالم على غرار دول الاتحاد الأوروبي و الولايات المتحدة الأمريكية و دول جنوب شرق آسيا و كذلك في إطار انضمامها إلى منظمة التجارة العالمية ، حيث تبنت سياسة الانفتاح الاقتصادي التي تركز على حرية المنافسة و تحرير الأسواق المنتجات و الخدمات<sup>1</sup> . و هذا ما سنبينه فيما يلي :

## الفرع الأول: موقف المشرع الجزائري من حرية المنافسة

عرفت الجزائر مجموعة من التحولات الاقتصادية الهامة ، خصوصا بعد سنة 1989 ، حيث تم تكريس التوجه نحو اقتصاد السوق .

و من بوادر الانفتاح الاقتصادي الجزائري إصداره لقانون المنافسة سنة 1995 بموجب الأمر 95-06 الصادر في 6 جانفي 1995. و قد ألغي بموجب الأمر 03-03 الصادر في 19 جويلية 2003 ، هذا الأخير الذي عرف تعديلين ، كان الأول سنة 2008 بموجب القانون 08-12 و الثاني سنة 2010 بموجب القانون 10-05 الصادر في 15 أوت 2010.<sup>2</sup>

**الفرع الثاني: التشريعات العربية المتعلقة بحرية المنافسة**

**أولا : تونس**

أصدر المشرع التونسي القانون رقم 42 المؤرخ في 24 أبريل 1995 الذي عدل وتم القانون 91-64 الصادر في 29 جويلية 1991 المتعلق بالمنافسة و الأسعار<sup>3</sup> .

**ثانيا : المغرب**

سن المشرع المغربي القانون 99-06 المتعلق بحرية الأسعار و المنافسة الصادر في 05 يونيو 2001.<sup>4</sup>

**ثالثا: المملكة الأردنية**

أصدر المشرع الأردني قانونا للمنافسة سنة 2004<sup>5</sup> بموجب القانون 2004-33 الذي دخل حيز التنفيذ أول سبتمبر 2004 .

**رابعا : المملكة العربية السعودية**

سنت المملكة العربية السعودية هي الأخرى ، نظاما للمنافسة بموجب المرسوم الملكي رقم م/25 بتاريخ 1425/5/1 هـ و المعدل بالمرسوم الملكي رقم م/24 في 11/04/1435 هـ<sup>6</sup>، وقد بينت من خلاله السياسة الاقتصادية المبنية على مبدأ المنافسة التي تنتهجها المملكة العربية السعودية و التطورات الكبيرة اقتصاديا ، و اتجاهها نحو تعزيز مناخ المنافسة في قطاع الأعمال ، حيث يهدف هذا النظام إلى حماية المنافسة العادلة و تشجيعها و مكافحة الممارسات الاحتكارية التي تؤثر على المنافسة المشروعة في جميع القطاعات الاقتصادية بما فيها القطاع المصرفي . كما صدرت اللائحة التنفيذية عن مجلس المنافسة السعودي حول نظام المنافسة بموجب القرار رقم 126 الصادر في 4/9/1435 هـ<sup>7</sup> .

**خامسا : مصر**

أصدر المشرع المصري قانونا لحماية المنافسة و منع الممارسات الاحتكارية سنة 2005 بموجب القانون رقم 03-2005<sup>8</sup> ، من أجل مواكبة التطورات الاقتصادية و إرساء قواعد اقتصاد السوق و منع الممارسات الاحتكارية على تعددية المنتجين و المستهلكين و حرية الدخول إلى الأسواق .

**سادسا : الكويت**

أصدر المشرع الكويتي قانونا للمنافسة و حمايتها بالكويت سنة 2007 بموجب القانون رقم 10 لسنة 2007<sup>9</sup> .

**سابعا : الإمارات**

أصدر المشرع الإماراتي القانون الاتحادي رقم 06 لسنة 2012 المتعلق بتنظيم المنافسة الذي

يهدف لتوفير بيئة محفزة للمنشآت من أجل تعزيز الفاعلية و التنافسية و مصلحة المستهلك و تحقيق تنمية مستدامة في الدولة و المحافظة على سوق تنافسية محكومة بآليات السوق بما يتفق مع مبدأ الحرية الاقتصادية من خلال حظر الاتفاقات المقيدة ، و حظر الأعمال والتصرفات التي تفضي إلى إساءة استغلال لوضع مهيمن ومراقبة عمليات التركيز الاقتصادي ، وتجنب كل ما من شأنه الإخلال بالمنافسة أو الحد منها أو منعها<sup>10</sup>.

نخلص من خلال تفحصنا للنصوص التشريعية العربية إلى أن معظم الدول العربية قد سايرت التطورات الاقتصادية الحديثة القائمة على حرية المنافسة و التجارة. كما أن هذا الانفتاح الاقتصادي قد ساهم في تحرير القطاعات المصرفية وزيادة الميزة التنافسية فيما بينها .وسنبين فيما يلي المقصود من هذه الأخيرة.

### المبحث الثاني : مفهوم الميزة التنافسية و أبعادها

تعتبر الميزة التنافسية من أهم المواضيع في جميع ميادين الأعمال المختلفة و ليس فقط العمل المصرفي، بل إنها المحرك الرئيسي للتنافس في الأسواق .وقد أصبح الصراع الاستراتيجي في الوقت الحالي ليس حول تبني الميزة التنافسية بل هو حول كيفية المحافظة على هذه الميزة . فالميزة التنافسية ترتبط بقدرة منظمات الأعمال على بناء هذه الميزة ، و لنجاحها في ذلك لا بد من الاهتمام اليوم بشكل دقيق بالميزة التنافسية ومفاهيمها(المطلب الأول) و تحديد أبعادها(المطلب الثاني).

### المطلب الأول : مفهوم الميزة التنافسية

أصبح في الوقت الحالي مفهوم الميزة التنافسية الشغل الشاغل للباحثين الاقتصاديين ولتحديد مفهوم الميزة التنافسية لا بد من البحث في عدة نقاط ذات صلة ، بحيث سنتكلم أولا عن تعريف الميزة التنافسية (الفرع الأول) ثم نحدد خصائصها(الفرع الثاني).

### الفرع الأول : تعريف الميزة التنافسية<sup>11</sup>

لا يقصد بالدخول في دائرة التنافس القضاء على المنافسين ، و إنما يعني ذلك تقديم منتجات ترضي المستهلكين تختلف عن المنافسين . وعلى أساس ذلك وجدت عدة تعاريف للميزة التنافسية : حيث يرى kotler<sup>12</sup> أن الميزة التنافسية هي التي تعني إشباع حاجات الزبائن المستهدفة بصورة تميز المنظمة عن غيرها من المنظمات الأخرى.

كما عرفت بأنها كل ما يمكن أن تتميز به المنظمة من أنشطة أو قدرات أو موارد بشرية عن بقية المنظمات المنافسة في نفس القطاع.

و عرفت أيضا بأنها الميزة التي تجتمع حول خلق قيمة للزبون و تتوقف على مدى إدراك الزبون لتلك القيمة وعلى مدى قدرة المصارف لتجعلها مستدامة والتي لا يمكن تقليدها من قبل المنافسين<sup>13</sup>.

### الفرع الثاني :خصائص الميزة التنافسية<sup>14</sup>

تختص الميزة التنافسية بمجموعة من الخصائص تتمثل أهمها فيما يلي :

- 1- تحقق الميزة التنافسية الموازنة بين رغبات الزبائن و حاجاتهم.
- 2- تحقق الميزة التنافسية التوافق الأمثل بين موارد المنظمة و الفرص البيئية على الأمد الطويل.
- 3-تمتاز الميزة التنافسية بقابليتها على التراكم وإمكانية استغلالها أو استثمارها وإعادة التجميع .
- 4- تعمل الميزة التنافسية على ابتكار مجموعة من الموارد القوية وتركيب متعدد الأبعاد ولا يمكن تقييمها تجريديا.

### المطلب الثاني: أبعاد الميزة التنافسية<sup>15</sup>

على الرغم من تناول الأدبيات المنتشرة لمفاهيم الميزة التنافسية ، وفضلا عن وجود العديد من الدراسات والأبحاث التي حاولت القيام بعمليات المراجعة والتدقيق للمزايا التنافسية ، غير أنها لم تظهر تصنيفا محددا لأبعاد الميزة التنافسية ، فهناك تصنيفات عديدة لهذه الأبعاد سنتناول أهمها فيما يلي :

#### الفرع الأول : التنافس سعري و التنافس بالجودة

من أبعاد الميزة التنافسية التنافس السعري ( الفقرة الأولى) والتنافس بالجودة (الفقرة الثانية).

##### الفقرة الأولى:التنافس السعري

يعد السعر أداة تنافسية هامة إذا ما حسن تنفيذها ، فالمنظمات لا تستطيع أن تحدد أسعارا تنافسية دون ضبط مستمر للتكاليف ، وغالبية المنظمات المتميزة تسعى إلى أن تكون قائدة في خفض التكاليف . والتنافس على الأسعار يكون وفقا للأسعار التي يحددها المنافسون وليس على الطلب والكلفة ، وقد تحدد المنظمة أسعارا أقل من أسعار المنافسين أو أعلى منها وهذا يرتبط بأنواع الزبائن وتصوراتهم.

##### الفقرة الثانية:التنافس بالجودة

للجودة مفاهيم عديدة فقد تعرف على أنها السلعة أو الخدمة التي تلبى حاجات الزبائن ، أو هي الهدف الديناميكي والمتحرك والذي يتوجب من خلاله تحسين السلع و الخدمات على مر الزمن كلما تقدم المنافسون فجودة المنتج بالأمس لا تكون له غدا .

### الفرع الثاني : التنافس بالمرونة و التنافس بالوقت<sup>16</sup>

من أبعاد الميزة التنافسية التنافس بالمرونة ( الفقرة الأولى) والتنافس بالوقت (الفقرة الثانية).

##### الفقرة الأولى:التنافس بالمرونة

يقصد بالمرونة القدرة التي تستطيع من خلالها المنظمات أن تعرض تشكيلة واسعة من المنتجات بمختلف الأنواع للزبائن. أو هي القدرة على تغيير خطوط المنتجات بسرعة في وجه الطلبات المتغيرة للزبون وتكون بإمكانها أن تستثمر تكنولوجيا جديدة و تكسب الفوائد التنافسية في السوق.

##### الفقرة الثانية:التنافس بالوقت

العنصر المهم في المرونة هو الوقت الذي تحتاجه المنظمة في تطوير منتج جديد ، كذلك يعد التسليم في الوقت المحدد من الأسبقيات التنافسية والتي تقيس قدرة المنظمة على الوفاء بالتزاماتها تجاه

الزبائن من خلال التسليم في الوقت المحدد.

ويقصد بالتنافس بالوقت المجال الذي يكون التنافس فيه من خلال اختصار أو اختزال وقت إنتاج المنتج و تقديمه و تسليمه في الوقت المتفق عليه دون تأخير. و يرتبط هذا البعد بسرعة الشحن أو التسليم لطالما أن السوق يعد محددًا مهما في قرارات الشراء ، فقدرته المنظمة في عمليات الشحن أو التسليم بشكل متناسق و سريع يسمح للمنظمة بفرض زيادات سعرية على منتجاتها.

وفي الأخير تجدر الإشارة إلى أن أهم منظمة تقوم على تعزيز الميزة التنافسية هي المنظمة المصرفية التي لا تزال تسعى وراء التنافس بالجودة في الخدمات المصرفية المقدمة والسعي على تطويرها بما يتماشى و العصر الرقمي إضافة إلى تنافسها بالمرونة و التنافس بالوقت ، كل هذه الأبعاد أصبحت تمثل أهم التحديات الراهنة التي ينبغي على البنوك مواجهتها. وسيتم الحديث فيما يلي عن نموذج من نماذج الخدمات البنكية الحديثة التي عززت من الميزة التنافسية للبنوك ألا وهي البنوك الالكترونية أو البنوك على الانترنت.

### المبحث الثالث: البنوك الالكترونية و دورها في تعزيز الميزة التنافسية للبنوك

مع ظهور الانترنت اتجهت معظم البنوك إلى التنافس في الاستفادة من هذه الطفرة التكنولوجية لتطوير خدماتها وابتكار خدمات جديدة ، و قامت بإنشاء مواقع لها على شبكة الانترنت تقدم من خلالها الخدمات التي تسمح طبيعتها بذلك ، مما أدى إلى جذب شريحة واسعة من العملاء لاستخدام الانترنت في تعاملهم مع البنوك ، وهو ما يعرف بالصيرفة الالكترونية، حيث يقصد بهذه الأخيرة إجراء العمليات المصرفية بشكل إلكتروني والتي تعد الانترنت من أهم أشكالها.

فمع تزايد عمليات التجارة الالكترونية أصبح الاحتياج كبيرا لنوعية جديدة من البنوك غير التقليدية تتجاوز الأداء الاعتيادي ولا تنقيد بزمان معين أو وقت محدد ، و كنتيجة للنمو المتسارع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال جاءت البنوك الالكترونية التي ساهمت وبشكل فعال في تقديم خدمات متنوعة وبتكاليف منخفضة مختصرة الوقت و المكان.<sup>17</sup>

تقتضي منا دراسة أحكام البنوك الالكترونية التطرق إلى عديد من النقاط تتمثل أساسا في تعريفها وأنماطها (المطلب الأول) ، آلية عملها (المطلب الثاني) ودور التكنولوجيا المالية "Fintech" في تعزيز الميزة التنافسية للبنوك (المطلب الثالث)

#### المطلب الأول : تعريف البنوك الالكترونية و أنماطها

من المهم التطرق إلى المعنى المراد من مصطلح البنوك الالكترونية (الفرع الأول) وكذا تحديد أنماطها المختلفة (الفرع الثاني).

#### الفرع الأول: تعريف البنوك الالكترونية

يستخدم تعبير أو اصطلاح البنوك الالكترونية (Electronic Banking) كتعبير متطور وشامل

للمفاهيم التي ظهرت مع مطلع التسعينات كمفهوم الخدمات المالية عن بعد أو البنوك الالكترونية عن بعد (Remote Electronique Banking) أو البنك المنزلي (Home Banking) أو البنك على الخط (Oline Banking) أو الخدمات المالية الذاتية (Self – Service Banking).

جميع تلك المصطلحات تعني أن الزبون يتاح له أن كافة أعماله الخاصة بالبنك الذي يتعامل معه عن طريق أي مكان يكون موجودا به و ذلك عن طريق خط خاص يوفره له البنك يتيح له من خلاله انجاز كافة معاملاته مع البنك من خلاله دون أن يضطر إلى الذهاب بنفسه إلى مقر البنك لانجاز تلك الأعمال.<sup>18</sup>

فمع تطور الخدمات التي يقدمها البنك لعملائه أصبحت البنوك تقوم بتقديم مجموعة البرامج اللازمة لكي يتمكن العميل من الدخول عبرها إلى الكمبيوتر الخاص بالبنك والقيام بما يرد من أعمال . تعد البنوك الالكترونية الوسيلة الالكترونية لنقل المنتجات والخدمات البنكية التقليدية و الحديثة مباشرة إلى العملاء عبر الانترنت ، وهي بذلك تمكنهم من الوصول لحساباتهم وإجراء العمليات والحصول على المعلومات دون الحاجة إلى تنقل بين فروع البنوك .

و من مزايا البنوك الالكترونية هو اختصارها للوقت والجهد والمال بالنسبة للعميل وخفض تكاليف العمل وزيادة الأرباح بالنسبة للبنك ، مما جعل البنوك تستغني عن النظام الورقي في مقابل استخدامها للنظام الالكتروني للتعامل مع زبائنها ومحاولة ابتكار وسائل جديدة للدفع تتلاءم مع التطور التكنولوجي في مجال الأعمال التجارية<sup>19</sup> .

### الفرع الثاني: أنماط البنوك الالكترونية

ليس كل موقع لبنك على شبكة الانترنت يعني بنكا الكترونيا . غير أنه ووفقا للدراسات العالمية وتحديدًا دراسات جهات الإشراف والرقابة الأمريكية و الأوروبية فان هناك ثلاثة صور أساسية للبنوك الالكترونية على الانترنت<sup>20</sup> .

حيث تتخذ المواقع التي تنشئها البنوك عبر الانترنت الأنماط التالية :

#### أولاً : الموقع المعلوماتي **informational websit** .

وهو الذي يسمح للعملاء بالوصول لمعلومات حول المؤسسة البنكية وخدماتها دون أن تعطيهام إمكانية الاستفادة من أية خدمات.<sup>21</sup>

يعد هذا الموقع المستوى الأساسي للبنوك الالكترونية أو ما يمكن تسميته بصورة الحد الأدنى من النشاط الالكتروني المصرفي ، ومن خلاله فان البنك يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.<sup>22</sup>

#### ثانياً : الموقع التفاعلي أو الاتصال **communicative website** .

يسمح هذا النوع من المواقع بفتح التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه من خلال تبادل الرسائل الالكترونية وتعبئة الطلبات أو النماذج عبر الخط أو تعديل معلومات القيد والحسابات .

**ثالثا: الموقع التبادلي transactional website**

يمكن هذا الموقع العميل من الوصول إلى حسابه و إجراء جميع العمليات التي يسمح بها الموقع مثل إجراء التحويل وإجراء الدفعات النقدية و هذا الأخير الذي يطلق عليه اسم البنك الالكتروني<sup>23</sup>. فيعد هذا الموقع هو المستوى الذي يمكن فيه القول بأن البنك يمارس خدماته وأنشطته في بيئة الكترونية حيث يتيح للزبون الوصول إلى حساباته وإجراء كافة الدفعات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية و إجراء الحوالات بين حساباته داخل البنك أو مع جهات خارجية. وما يسجل في هذا الصدد هو أن غالبية البنوك في العالم قد أنشأت بشكل أو بآخر مواقع معلوماتية تعد من قبيل المواد الدعائية ، واتجهت معظم المواقع إلى استخدام بعض وسائل الاتصال التفاعلي مع الزبون على عكس المواقع التبادلية التي لا تزال اتجاهات البنوك نحوها تخضع لاعتبارات عديدة ، فهذه المواقع تعني قدرة الزبون على التعامل مع الخدمة المصرفية عن بعد ومن خلال الانترنت، وهي ما يعد بنوكا الكترونية<sup>24</sup>.

**المطلب الثاني: آلية عمل البنك الالكتروني**

و إن اختلفت البنوك الالكترونية في تكوينها و طريقة إنشائها عن البنوك التقليدية وحتى في طريقة تقديمها للخدمات المصرفية للعملاء ، إلا أن هذا الاختلاف لا يؤثر على طبيعة العمليات المصرفية التي يمكنها من تقديمها للعملاء فاختلاف التكوين و الشكل القانوني و طريقة التعامل معها عن البنوك التقليدية لا يؤثر على كم العمليات المصرفية و نوعيتها التي تستطيع البنوك التقليدية تقديمها للعملاء . حيث أن البنوك الالكترونية تستطيع تقديم كافة أنواع العمليات المصرفية للعملاء دون أن يكون لطبيعتها الالكترونية أي أثر على الخدمات المصرفية التي تقدمها . بل على العكس عملت الطبيعة الالكترونية للبنوك الالكترونية على زيادة كفاءة العمليات المصرفية التي تقدمها للعملاء عن البنوك التقليدية على أساس سهولة التعامل و سرعة انجاز الأعمال .

كما تقوم البنوك الالكترونية بتقديم فضلا عن الخدمات المصرفية التي كانت تقدمها البنوك التقليدية خدمات مصرفية جديدة ومستحدثة لا يمكن للبنوك التقليدية أن تقدمها نظرا لما تتميز به تلك الخدمات المصرفية من سرعة ومرونة شديدة في الأداء وإلا فقدت أهميتها وهو ما تتميز به البنوك الالكترونية في عملها عن البنوك التقليدية<sup>25</sup>.

وفيما يتعلق بأوقات عمل البنوك الالكترونية ، فإن من ميزات هذه الأخيرة أنها تقدم خدماتها لعملائها طوال الوقت دون التقيد بأوقات عمل معينة كالتي تعرفها البنوك التقليدية .حيث لا توجد أي معوقات من أي نوع لأي من الخدمات التي تقدمها البنوك الالكترونية فهي تقدم كافة خدماتها في كافة أيام الأسبوع طوال ساعات اليوم.

تتلخص آلية عمل البنك الالكتروني في قيام العميل بالاتصال بالبنك من أي مكان عن طريق الانترنت فيرد عليه البنك ممثلا في جهاز للرد الآلي يستعلم من العميل عن رقمه السري المخصص له



من البنك فيدخله العميل ، وبهذا الإجراء يكون العميل قد دخل فعلا البنك الالكتروني فيكون له حينئذ أن يطلب ما يشاء من الخدمات التي يقدمها هذا البنك الالكتروني و تتم كافة الإجراءات التي يريدها في ثوان معدودة . فيجد العميل نفسه و قد أنهى ما يريد من البنك في دقائق إذ أن العميل متى أدخل الرقم السري الخاص به تظهر على شاشة الكمبيوتر أمام الموظف المختص كافة البيانات الخاصة بهذا العميل ويكون له أن يأمر بإجراء أي من تلك الخدمات التي يقدمها البنك لعملائه فنتم في لحظات .

غير أن ممارسة العمل البنك الالكتروني يتطلب توفير بعض الشروط والإمكانات ، منها الشروط المتعلقة بأهلية ممارسة العمل البنكي (الفرع الأول) و شروط أخرى يستهدف منها حماية العملاء (الفرع الثاني).

### الفرع الأول : أهلية ممارسة العمل البنكي

يثار التساؤل هنا عن مدى اعتبار البنوك الالكترونية بنوكا بالمعنى القانوني الذي قصده المشرع<sup>26</sup>

؟ والإجابة عن هذا التساؤل تقتضي منا التمييز بين حالتين :

**الحالة الأولى :** وهي الحالة التي يتواجد فيها البنك فعليا في الواقع ، و يقوم بإنشاء موقع الكتروني يقدم خدماته الالكترونية من خلاله ، ففي هذه الحالة يعتبر الموقع بمثابة فرع تابع للبنك الأصلي و ليس بنكا مستقلا بذاته<sup>27</sup> ، وبذلك تكون له الصفة للقيام بعمليات البنوك بالاعتماد على الترخيص الممنوح للبنك الأصلي مع الأخذ بعين الاعتبار الضوابط التي يضعها البنك المركزي لممارسة الأعمال البنكية الالكترونية. أي أن البنوك الالكترونية بمعناها الحديث ليست مجرد فرع لبنك قائم يقدم خدمات مالية وحسب ، بل موقعا ماليا تجاريا وإداريا استشاريا شاملا له وجود على الخط ، فإذا عجز البنك نفسه عن أداء خدمة ما من بين هذه الأطر كان الحل في اللجوء إلى المواقع المرتبطة التي يتم عادة التعاقد معها للقيام بخدمات عبر نفس موقع البنك .<sup>28</sup> في حين يرى البعض خلاف ذلك<sup>29</sup>، حيث لا يعتبرون البنك الالكتروني فرعا للبنك أي أنها لا تعامل كفرع من فروع أي بنك آخر تقليدي وإنما يعد بنكا مستقلا بذاته يقدم كامل الخدمات التي يقدمها أي بنك آخر تقليدي .

**الحالة الثانية :** و هي الحالة التي لا يتواجد فيها البنك في الواقع ، إلا أنه يتواجد على الشبكة و يقدم خدماته عبرها أي ما يطلق عليه اسم " البنك الافتراضي " ، ففي هذه الحالة يشترط لاعتبار الأعمال التي يقوم بها أعمالا قانونية ضرورة توفرها على الشروط اللازمة لممارسة العمل البنكي ، الأمر الذي يصعب التحقق منه على اعتبار أن شبكة الانترنت شبكة دولية مفتوحة. وقد لاحظت بعض البنوك كالبنك المصري ذلك ، فاشترطت في البنوك التي تود تقديم خدماتها عبر الانترنت أن تكون حاصلة على ترخيص يخولها ممارسة العمل البنكي في مصر. أما بالنسبة لباقي المؤسسات غير البنكية و التي تمارس أعمال البنوك فإنه عليها التقيد بالقوانين المنظمة لأعمالها .

وعلى العموم فإن أي موقع الكتروني يمارس أعمال البنوك يجب أن يكون مستوفيا لجميع الشروط

القانونية وحاصلا على الترخيص اللازم لممارسة تلك الأعمال وأن يطبق جميع التعليمات والتوجيهات الصادرة عن البنك المركزي وإلا اعتبرت أعماله غير قانونية .

### الفرع الثاني : الشروط المتعلقة بحماية العملاء

من مخاطر التعامل الالكتروني في العمل المصرفي والانفتاح على شبكة الانترنت أن يصبح موقع البنك وحسابات العملاء في ظل هذا الانفتاح عرضة للتلاعب والاختراق مما يؤدي إلى المساس والتعدي على الذمة المالية للعملاء . لذلك فينبغي أن يحاط التعامل بالانترنت بمجموعة من الضمانات توفر إمكانية معرفة العملاء بتلك المخاطر قبل الدخول للعمل في بيئة الانترنت من خلال إلزام البنك بإعلام عملائه عن كافة المخاطر المحيطة بالعمل البنكي الالكتروني . ويعد هذا الالتزام قبل التعاقد ضروريا من أجل اتقاء عيوب الرضا وجعل هذا الأخير أكثر تنويرا وتبصرا ، فيستلزم أن يبين الطرف القوي في العلاقة التعاقدية للطرف الضعيف عدة بيانات تسمح له بالتعاقد عن وعي وعلم كافيين بالعملية محل العقد ، حيث أن أساس هذا الالتزام هو نظرية صحة الرضا<sup>30</sup> .

فمادامت الأعمال البنكية تقوم على الاعتبار الشخصي و نظرا لثقة العملاء بالبنك فانه يتوجب على هذا الأخير إعلام عملائه بالمخاطر المترتبة عن استفادتهم من الخدمات البنكية الالكترونية حتى يكون العميل قد تعاقد بإرادة ورضا صحيحين .<sup>31</sup>

### المطلب الثالث : دور التكنولوجيا المالية "Fintech" في تعزيز الميزة التنافسية للبنوك

مع انتشار الكم الهائل من الابتكارات التكنولوجية تغيرت طريقة ممارسة الأعمال و الخدمات البنكية ، مما يشكل تحديا و مرحلة حاسمة للعاملين في قطاع الخدمات المالية والمصرفية ، إذ يعد قطاع التكنولوجيا المالية أحد أبرز القطاعات التي تتلقى الدعم من قبل صناع القرار في شتى أنحاء العالم.

لذلك سنتناول من خلال هذا المطلب أهمية الشراكة بين شركات التكنولوجيا المالية والبنوك (الفرع الأول) وكذا دور هذه الشراكة في دعم الميزة التنافسية للبنوك (الفرع الثاني).

### الفرع الأول: أهمية الشراكة بين شركات التكنولوجيا المالية "Fintech" و البنوك

لقد ازداد مؤخرا الاستثمار في التكنولوجيا المالية المستخدمة و المطبقة في قطاع الخدمات المالية فظهرت شركات الناشئة و التي عادة ما تكون صغيرة و بغاية الذكاء وقادرة على تعطيل المؤثرات الكبيرة التي هي البنوك التقليدية وتستطيع الابتكار بسرعة كبيرة.

و تجدر الإشارة إلى أن المصطلح الجديد الذي يعرف بـ "Fintech" و الذي ظهر في الفترة الأخيرة هو مصطلح متداول في مجال الخدمات المالية و المصرفية و يترجم بـ "التكنولوجيا المالية".ومما لا شك فيه هو أن هذه المنتجات و الخدمات الجديدة كان لها دور كبير ومهم في تحسين نوعية الخدمات

المالية التقليدية المعتمدة من البنوك التقليدية فيما سبق، إذ أن Fintech تتميز بالسرعة والسهولة في التعاملات والخدمات والتي تم تطويرها بواسطة شركات ناشئة تسعى لتحسين الخدمات المصرفية للأفراد والشركات بالتعاون أو المنافسة مع مقدمي الخدمات المالية القائمين.

إن النمو السريع في التكنولوجيا المالية أصبح يشكل تحدياً للبنوك أو فرصة لهم ، وذلك يعتمد على استراتيجيات الشركة الناشئة و استراتيجيات البنك.و تعد المجالات الأكثر جاذبية لشركات التكنولوجيا المالية هي المدفوعات و التجارة الإلكترونية ، لذلك فمن المهم عقد شراكات فيما بينها والبنوك. إذ يمكن لشركات التكنولوجيا المالية أن تساعد البنوك عن طريق إيجاد شراكة بينهما ، كما أنه من بين المنافع المحققة للطرفين من وراء هذه الشراكة هو تحقيق مداخيل جديدة و التخفيض من التكاليف وخلق نماذج أعمال جديدة خاصة مع ظهور بنوك التكنولوجيا المالية "Fin Tech Bank" ، كما كان من بين أهم مزايا هذا التعاون هو الوصول إلى التمويل بشكل أفضل ، كما يبقى للبنوك علاقة قوية مع العملاء لوجود ثقة أكبر.

### الفرع الثاني : دور البنوك الالكترونية وشركات التكنولوجيا المالية "Fintech" في دعم الميزة التنافسية للبنوك

سجل في العصر الحالي تنافس البنوك على استخدام الانترنت و تنافسها على إطلاق خدماتها المصرفية عن بعد . كما سجل أيضا تنافس البنوك والمؤسسات المالية في تنظيم حملات ترويجية وإشهارية بمفهوم الخدمات المصرفية الالكترونية بشكل عام ، والبنوك الالكترونية ومزاياها بشكل خاص . حيث تجدر الإشارة إلى أنه حاليا لم يعد استخدام الانترنت حكرا على البنوك الالكترونية وحدها بل إن البنوك العادية أصبحت هي الأخرى تقدم خدمات مالية الكترونية عن طريق هذه الشبكة مما أدى إلى ظهور خدمات مصرفية جديدة وتنامي المعاملات المصرفية الالكترونية.

إن انتشار البنوك الالكترونية وشركات التكنولوجيا المالية "Fintech" قد زاد من حدة أبعاد الميزة التنافسية للبنوك، خاصة ما يتعلق بالتنافس بالجودة والتنافس بالوقت و المرونة .

**فمن حيث التنافس بالجودة ،** فيمكن القول أن البنوك الالكترونية و التي تمارس عملها عبر شبكة الانترنت كانت سببا وراء تنافس البنوك في الرقي بمستوى خدماتها فتحوّلت من مجرد خدمات مصرفية عادية إلى خدمات مصرفية الكترونية ، فالبينة الالكترونية التي تتميز بها البنوك الالكترونية تتطلب ابتداء خدمات مصرفية جديدة و تستوجب التعامل بوسائل دفع الكترونية أيضا ، تتواءم والطبيعة اللامادية للبنك الالكتروني . كما أنه ومع انتشار التجارة الالكترونية أصبحت هناك عمليات مصرفية جديدة لا يمكن لأي بنك أداءها إلى عملائه إلا إذا كان الكترونيا لما تتميز به العمليات المصرفية من سرعة في الأداء وهو ما لا تستطيع البنوك التقليدية القديمة من القيام به.

كما ينبغي التنويه بالدور الذي تلعبه الشراكة بين شركات التكنولوجيا المالية "Fintech" و البنوك ،

إذ تسعى الشركات الناشئة إلى إيجاد حلول مبتكرة في مجال عمليات التمويل والإقراض ومختلف الخدمات المالية و المصرفية حتى تجذب العدد الأكبر من عملاء البنوك.<sup>32</sup> أما بالنسبة للتنافس بالمرونة و الوقت فقد زادت حدتها مع ظهور شركات التكنولوجيا المالية و البنوك الالكترونية ، وتفسير ذلك كالآتي :

- تعد التكنولوجيا المالية مجالاً متميزاً في يومنا هذا ، فهي تتمتع بقدرة حقيقية على تغيير هيكل الخدمات المالية مما يجعلها أسرع وأرخص وأكثر أمناً وأكثر شفافية وأكثر إتاحة.و بذلك أصبح التعاون بين الشركات الناشئة في التكنولوجيا المالية في القطاع المصرفي و البنوك تعاوناً ناجحاً ومثمراً ، فالتقدم الكبير لهذه الشركات الناشئة وتأثيرها في تحويل المجالات و القطاعات أدى لزيادة التعاون مع المؤسسات المالية و المصرفية في كل أنحاء العالم ، وذلك لإظهار حقيقة اعتماد التكنولوجيا المالية وكيفية الاستفادة من التوجهات الرقمية لدعم نمو هذا القطاع.<sup>33</sup>

- إن طبيعة عمل البنوك الالكترونية توفر لها السرعة في انجاز الأعمال عن البنوك التقليدية ، و هو ما يبحث عنه عملاء و زبناء البنوك عادة . فدخل العميل على موقع البنك الالكتروني أسهل كثيراً جداً من انتقاله بنفسه إلى مكان البنك و طلبه مقابلة أحد الموظفين - الذين عادة ما يكونون مشغولين - ليطلب منه انجاز ما يريد من عمليات مصرفية ؛ بينما الحال على العكس بالنسبة للبنوك الالكترونية التي لا أسهل من أن يدخل العميل إلى الموقع الخاص به على شبكة الانترنت و المرور إلى الجزء الذي يريد ومن ثم يبدأ في طلب ما يريد من إجراءات والتي سرعان ما تتم و تنتهي في أجزاء صغيرة من الدقيقة الواحدة.

وعليه فإن أهم ما يستقطب العملاء للتعامل مع البنوك الالكترونية هو سرعة الأداء فهذه البنوك توفر عليهم الذهاب لفروع البنوك التقليدية إذ أصبح بإمكان العميل الآن الذهاب إلى البنك الذي يتعامل معه بضغطة على زر جهازه وأصبح بإمكانه قضاء كافة الخدمات التي يريدتها في ثوان بعد أن كانت تتكلف الكثير من وقته .

### الخاتمة:

في ختام هذه الورقة البحثية توصلنا إلى أن البنوك الالكترونية تتيح عديداً من الإمكانيات والمزايا لم تحققها فيما مضى البنوك التقليدية ، مما زاد حدة المنافسة فيما بين البنوك وتسابقها نحو تحديث خدماتها و تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية.

كما أن تطبيق التكنولوجيا المالية في المصارف الافتراضية يتوقف نجاحه على تعزيز الأطر القانونية و الرقابية ووضوح القوانين المتعلقة بتداول المنتجات المالية الرقمية و إدارة المخاطر.

كما سجلنا النتائج التالية :

- 1- اعتراف معظم التشريعات العربية بمبدأ حرية المنافسة.
- 2- انفتاح القطاع المصرفي على حرية المنافسة كان سببا في تطوير الخدمات المصرفية للبنوك وظهور ما يعرف بالبنوك الالكترونية.
- 3- الميزة التنافسية تعمل على تحقيق التفوق للبنوك الالكترونية في أعمالها .
- 4- البنوك الالكترونية تمثل طفرة نوعية متطورة وقادرة على اختصار الوقت والجهد والتكاليف وخالقة للتنافس على ابتكار وتوفير وسائل تعمل على تلبية حاجات الزبائن بأقل جهد ووقت وتكلفة في مختلف العمليات المصرفية التي تمارسها .
- 5- بروز البنوك الالكترونية يبين أن هناك قدرة واضحة للمصارف على تبني مفاهيم الميزة التنافسية. كما نقترح التوصيات الآتية :

- 1- على البنوك الاهتمام بعمليات العمل المصرفي الالكتروني و ذلك لتعزيز الميزة التنافسية.
- 2- ينبغي مشاركة العاملين كافة في تطوير و تحسين عمليات العمل المصرفي الالكتروني لأنها تعد المعيار الوحيد لتعزيز الميزة التنافسية.
- 3- نظام البنوك الالكترونية و إن كان ذا مزايا كبيرة إلا أنه ليس ايجابيا دوما ، فهو محفوف بالمخاطر سواء فيما يخص علاقة البنك الالكتروني بعملائه فتلك العلاقة ليست إلا بيانات الكترونية يتم تبادلها بين العميل و البنك دون أن يكون هناك مجال للتحقق من صحتها أو من شخصية ذلك العميل ، أو فيما يخص الحفاظ على أموال تلك النوعية من البنوك أو على مستوى الاقتصاد القومي للبنوك ككل. لذلك فعلى البنوك التنافس فيما يخص تأمين العمل المصرفي الالكتروني حتى لا تحد تلك المخاطر من انتشار البنوك الالكترونية.

## الهوامش

- 1- سامي بن حملة ، انفتاح القطاع المصرفي على حرية المنافسة و دوره في بروز البنوك الإسلامية ، مجلة الشريعة و الاقتصاد، المجلد 5 ، العدد9 ، جامعة العلوم الإسلامية الأمير عبد القادر قسنطينة ، جوان 2016 ، ص 225 .
- 2- الأمر 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى 1424 الموافق ل 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة ، ج ر عدد43 الصادرة في 25 يوليو 2008 ، و كذلك بالقانون 10-05 الصادر في 15 أوت 2010 ، ج ر عدد10 الصادرة في 18 أوت 2010 .
- 3- القانون التونسي رقم 42 صادر في 24 أبريل 1995 عدل و تم القانون 91/64 الصادر في 29 جويلية 1991 المتعلق بالمنافسة و الأسعار [www.infocommerce.gov.tn](http://www.infocommerce.gov.tn) .
- 4- قانون المنافسة المغربي رقم 99-06 المتعلق بحرية الأسعار و المنافسة صادر في 5 يونيو 2001 الموافق ل 02 ربيع الأول 1421 [www.mhu.gov.ma](http://www.mhu.gov.ma) .
- 5- قانون المنافسة الأردني لسنة 2004 الصادر بموجب القانون 2004-33 .
- 6- المرسوم الملكي م/25 بتاريخ 1425/5/4 هـ و المعدل بالمرسوم الملكي م/24 في 1435/4/11 هـ المتعلق بتنظيم المنافسة بالمملكة العربية السعودية . <https://mci.gov.sa> .
- المادتين 4 و 5 من المرسوم الملكي م/25 بتاريخ 1425/5/4 هـ و المعدل بالمرسوم الملكي م/24 في 1435/4/11 هـ . 7
- 8- قانون حماية المنافسة و منع الممارسات الاحتكارية المصري لسنة 2005 رقم 03-2005 [www.eco.org.eg](http://www.eco.org.eg) .
- 9- قانون المنافسة الكويتي رقم 10 لسنة 2007 موقع التشريعات الكويتية.
- 10- القانون الاتحادي الإماراتي رقم 6 لسنة 2012 المتعلق بتنظيم المنافسة <http://theuaelaw.com> .
- 11- جمال هداش محمد ، المرجع السابق ، ص 184 .
- 12 - Kolter,Philip,Amstrong,Gray,2005, « marketing an introduction » 7th edition,person education,inprantic.
- 13- حيدر جليل العكيلي ، أثر استراتيجيات ادارة سلاسل التجهيز في تحقيق الميزة التنافسية ، دراسة استطلاعية من وجهة نظر عينة من المديرين في القطاع الصناعي ، رسالة ماجستير ، جامعة الموصل ، 2010 ، ص 71 .
- 14- سامي شاهر عسكر ، أثر تدريب الموارد البشرية في تحقيق الميزة التنافسية ، دراسة لآراء عينة من المتدربين في الشركة العامة لصناعة الأدوية و المستلزمات الطبية (نينوى)، رسالة ماجستير ، الموصل ، 2007 ، ص 82 .
- 15- جمال هداش محمد ، المرجع السابق ، ص 185 .
- 16- جمال هداش محمد ، المرجع السابق ، ص 186 .

- 17- يوسف حسن يوسف ، البنوك الالكترونية ، المركز القومي للإصدارات القانونية ، القاهرة ، الطبعة الأولى ، 2012 ، ص 09.
- منير محمد الجنيهي و ممدوح محمد الجنيهي ، البنوك الالكترونية ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2006، 18 ، ص 10 .
- 19- بلال عبد المطلب بدوي ، البنوك الالكترونية (ماهيتها و معاملاتها و المشاكل التي تثيرها ) ، مؤتمر الأعمال المصرفية الالكترونية بين الشريعة والقانون ، المجلد الخامس ، ص 1952 .
- 20- يوسف حسن يوسف ، المرجع السابق ، ص 42 .
- 21- محمود محمد أبو فروة، مسؤولية البنك المدنية عن عمليات التحويل الالكتروني ، دراسة مقارنة ، ط1، دار وائل ، عمان ، الأردن ، 2014 ، ص 23 . 21
- 22- يوسف حسن يوسف ، المرجع السابق ، ص 43 .
- 23- يونس عرب ، البنوك الالكترونية ، مجلة البنوك ، الجمعية المهنية للبنوك الأردنية ، العدد 3 ، المجلد 19 نيسان 2000 ، ص 11 .
- 24- يوسف حسن يوسف ، المرجع السابق ، ص 44 .
- 25- منير محمد الجنيهي ومن معه ، المرجع السابق ، ص 35 .
- 26- هناك تعريف البنك أو المصرف كان قد أورده المشرع الجزائري بموجب القانون 88-06 القانون رقم 88-06 المؤرخ في 22 جمادى الأولى عام 1408 الموافق 12 يناير سنة 1988 المعدل والمتمم لقانون رقم 86-12 المؤرخ في 19 غشت سنة 1986 المتعلق بالبنوك والقرض، بأنه مؤسسة اقتصادية تمتلك الشخصية المعنوية التجارية تتعامل مع الآخرين على أساس قواعد تجارية ، تخضع لمبدأ التنظيم و الانسجام في معاملتها مع المحيط الخارجي ، تكون محررة من كل القيود ، و لها الحرية في تمويل المشاريع ، و يشترط أن يكون المصرف مسجلا ضمن قائمة المصارف بواسطة اعتماد يصدر في الجريدة الرسمية علاوة على السجل التجاري ليصبح كمصرف مسجل وفقا للقانون 90-10 المتعلق بالنقد و القرض المؤرخ في 19 رمضان 1410هـ الموافق ل14 أبريل 1990 و المعدل و المتمم بالأمر 01-01 المؤرخ في 04 ذي الحجة 1421 الموافق ل27 فيفري 2001 ، فيكون الهدف الأساسي للمصرف هو اقتراض الأموال بمعدل فائدة معين لاقتراضها من جديد و إيداع أموالها الخاصة بعدة أشكال، أو لاستثمارها بمعدل أعلى من معدل الاقتراض كما يقوم بتقديم أنواع مختلفة من الخدمات لزبائنه مقابل فائدة أو عمولة .الطيب ياسين ، النظام المصرفي في مواجهة تحديات العولمة المالية ، مجلة الباحث ، عدد03 ، 2003 ، ص 49 .
- 27- محمود محمد أبو فروة ، المرجع السابق ، ص 30 .
- 28- يوسف حسن يوسف ، المرجع السابق ، ص 40 .
- 29- منير محمد الجنيهي و من معه ، المرجع السابق ، ص 12 ويونس عرب ، المرجع السابق ، ص 1 .
- 30- محمود محمد أبو فروة ، المرجع السابق ، ص 33 .

31- تتجه معظم البنوك المركزية إلى إجبار على البنوك إعلام زبائنها بمخاطر العمليات البنكية الالكترونية و جعله بمثابة التزام قانوني مفروض على البنك المقدم للخدمات الالكترونية و موجه لعملاء البنك الراغبين و غير الراغبين في التعاقد معه على الخدمات الالكترونية .

32 -Ross.McGill,technology Management in Financial Sevices,Palgrave Macmillian,New York,2008,p16.

33 – Jay D.Wilson , creating strategic value through financial technology, John Wiley Edition ,New York,2017,pp133-134.