

■ تقارير علمية ■

تكنولوجيا المعلومات والتصدير فى مصر

القاهرة : ١٠ ابريل ٢٠٠٠

عرض: مجدى خليفة*



تم عقد هذه الندوة بمركز بحوث ودراسات التجارة الخارجية بجامعة حلوان وذلك لمناقشة أهمية تكنولوجيا المعلومات لصناعة التصدير فى مصر من منطلق حقائق ثلاث :

- أهمية النهضة التكنولوجية لأى تقدم وتنمية .
- الربط بين التكنولوجيا والمعلومات أصبح لغة العصر .
- كون تكنولوجيا المعلومات أصبحت من المقومات الأساسية للإنتاج من أجل التصدير .

وقد تضمنت الندوة ثلاث جلسات رئيسية بالإضافة إلى الجلسة الافتتاحية وتم عرض ثمان أوراق عمل جاءت كالتالى : -

الورقة الأولى : بعنوان آثار تكنولوجيا المعلومات على الأداء التنافسى للمصادر فى الدول

النامية ، أعدها حسن أمين محمد محمود وتناول فيها تحليل دراسات كل من Porat & Machlup فى قطاع المعلومات والتفرقة بينهما، وانتهى هذا الجزء من الدراسة إلى أن Machlup قسم صناعة المعلومات إلى خمسة قطاعات هى التعليم ، والبحوث والتنمية، والاتصالات، وآلات المعلومات وخدمات المعلومات. فى حين قسم Porat صناعة المعلومات إلى قطاع المعلومات الأولية وقطاع المعلومات الثانوية. وأشارت الدراسة إلى الفرق بينهما واستعرضت بعض المشاكل التى تثار حول تحليل كل منهما .

* أ.د. مجدى خليفة ، مستشار بمركز العلاقات الاقتصادية الدولية .

وقالت الدراسة إنه وفقا للضغوط الاقتصادية والمنافسة الاقتصادية الواقعة على وحدات الأعمال فإنه لكي تحقق هذه الوحدات أهدافها التنموية بنجاح فهي تحتاج إلى توفير معلومات سريعة وأن هذه المعلومات تمثل أحد المعايير الجوهرية لنجاح أنشطة هذه الوحدات، ولهذا فإن أنظمة المعلومات وتكنولوجيتها يجب ربطها باستراتيجية الأعمال بهدف تعظيم أداؤها التنافسي في ظل الفرص المتاحة.

ولتحقيق ذلك استدلّت الدراسة بما عرضه Norton من أن العائد على الاستثمار يزداد تدريجيا نتيجة للاتصال الجيد من خلال الابتكارات الفنية الحديثة وتجميع الموارد البشرية والمتطابقة للاستثمار في أنظمة المعلومات. وتتطابق أهداف الاستثمار في أنظمة المعلومات بشكل يمكنها من إحداث التأثير الأكبر على أهداف وحدة الأعمال .

وتناولت الدراسة تحليل آثار تكنولوجيا المعلومات على الأداء التنافسي من خلال التأكيد على أهمية تكنولوجيا المعلومات في تحسين الأداء التنافسي واحتفاظ وحدات الأعمال بالقيادة خاصة الوحدات التي تستخدم فيها التطبيق المباشر ل IS/IT في دعم الأعمال. واستدلّت الدراسة بآراء كل من Rumble , Heigns, Cowan عن أهمية التكنولوجيا في دعم الأعمال وقيادتها للأنشطة الاقتصادية .

وفي هذا الصدد تناولت الدراسة الكيفية التي تمكن ل IS/IT من خلق ميزة تنافسية في الأسواق الدولية من خلال قيام التقدم التكنولوجي فتغيير هيكل الصناعة بالاضافة إلى أنها تزيد من حجم الصناعة، وبالتالي من القدرة التنافسية إلى جانب تركيزها على الأعمال الجديدة . كما أكدت الدراسة على ان أسباب زيادة القدرة التنافسية للمؤسسة تأتي من خلال الاتصال المباشر بالعميل والذي يخلقه التقدم في استخدام أنظمة المعلومات .

الورقة الثانية: مقدمة من عمر سلمان وناقش فيها المعلومات المتعلقة بالأنشطة التجارية ودورها في تحقيق كفاءة التجارة الدولية ، وقد أوضح في دراسته مفهوم كفاءة التجارة وعناصرها من خلال أهميتها في زيادة المعرفة على نطاق دولي والتطبيق الأكثر فعالية لتكنولوجيا المعلومات، كما قدم عرضا للنتائج التي توصلت لها مجموعة عمل الأونكتاد عام ١٩٩٥ فيما أوصته من أن على الدول النامية أن تسعى لاستغلال الفرص التجارية، وتقلع عن وضع العقبات أمام الأنشطة الاقتصادية، خاصة في مجال قصور المعلومات المرتبطة بها وذلك سعيا لتحقيق تجارة ناجحة.

كما أوضحت الورقة العلاقة الوثيقة بين المعلومات التجارية والتسويق الدولي والتنافسية من خلال اعتبار المعلومات أهم عنصر من عناصر الكفاءة التجارية وأن عدم توفر البيانات والمعلومات فى الوقت المناسب وبالكمية المطلوبة يعتبر من أهم العقبات أمام التجارة الخارجية . ومن هذا المنطلق أفردت الدراسة أربعة محاور أساسية .

المحور الأول ناقش العلاقة بين التسويق الدولي والتنافسية فى التجارة الدولية من خلال أهمية المعلومات وتكنولوجيا المعلومات ومساعدتها فى خلق وتوليد القيمة المضافة فى التجارة الدولية . وأشار المحور الثانى إلى المعلومات التجارية كأحد المدخلات الهامة فى التسويق الدولي ، باعتبار أن المعلومات أحد العناصر الهامة فى تحقيق التنافسية فى التسويق الدولي حيث يركز هذا المحور على توضيح أهمية البيانات الأولية ، بجانب ما يطلق عليه ذكاء السوق والذي يساعد على عمليات التحول من المنهج السلبي إلى المنهج الايجابي أو الاستراتيجى فى التسويق الدولي . أيضا أشار هذا المحور إلى مبدأ الذكاء التنافسى فى عالم الأعمال والذي يركز على المعلومات التجارية فى دعم القدرات التنافسية للشركات .

أما المحور الثالث من الورقة فقد ركز على سوق المعلومات التجارية بشقيه ، الشق الأول ويتناول الطلب على المعلومات التجارية، حيث أوضح هيكل الطلب على سوق المعلومات وكيفية تحديد تفضيلاته المستخدمة فى مجال أساليب الوصول وأشكال عرض البيانات وأنواع البيانات المطلوبة، مع عرض لهيكل البيانات والمعلومات المستخدمة لزيادة كفاءة عملية التصدير . أيضا أشارت الورقة لأساليب عرض المعلومات التجارية ومصادرها من خلال المؤسسات الدولية المختلفة.

وتناول المحور الرابع المعلومات التجارية المطلوبة للتجارة الخارجية حيث ركز على أهم أنواع المعلومات وكانت أهمها معلومات عن البيئة الاقتصادية ودراسات السوق والبيانات الاحصائية ومعلومات عن السعر وعن التنظيمات التجارية فى السوق والشركاء التجاريين والفرص التجارية، ايضا اهتم هذا المحور بآخر التطورات فى مجال توفير المعلومات التجارية خاصة الانترنت ونقاط التجارة العالمية وأهمية هذا التطور فى رفع كفاءة التجارة وسهولة الاتصال بين المصدر والمستورد .

وانتهت الورقة باستعراض لموقف المعلومات المتعلقة بالأنشطة التجارية فى مصر حيث كان أهم

مصدر للمعلومات هو المؤسسات الحكومية ثم يأتي القطاع الخاص مع قصور لدى المؤسسات والأفراد المتعاملين فى التصدير فى بناء خطط تسويقية واستراتيجية خاصة بالتصدير، فى حين أنه بعد التحولات الاقتصادية الأخيرة فى عام ١٩٩١ تم استخلاص الآتى :

- الاهتمام بما يسمى بالطفرة التصديرية .
- وجود أدوات فاعلة فى دعم سياسة التصدير.
- وجود عقبات فى إحداث هذه الطفرة كانت كالآتى :
- عجز الميزان التجارى
- الخلل فى هيكل الواردات المصرية حيث تمثل الواردات الوسيطة والاستثمارية نحو ٣,٨٨٪ من جملة الواردات السلعية .
- عدم وجود بيانات دقيقة ومكتملة للتجارة الخارجية .
- مورد خدمة البيانات هو نفسه مستخدمها .
- أهمية مشروع نقطة التجارة الدولية الذى أنشئ عام ١٩٩٤ وهو يعتبر أحد الوسائل الحديثة فى تحسين بيانات التجارة الخارجية حيث يمكن تجميع البيانات من خلال ١٤٢ نقطة تجارة دولية على الشبكة الدولية، أيضا أشارت الدراسة إلى أهمية البنك المصرى لتنمية الصادرات كمصدر للبيانات واتحاد الغرف التجارية واتحاد الصناعات المصرية .

وقدم الورقة الثالثة عادل المهدي عن أهمية المعلومات للتصدير كمحاولة لإثارة بعض القضايا الهامة ، والتي أوردتها الورقة فى شكل عدة تساؤلات كان أولها هل هى تنمية صادرات أم تنمية إنتاج محلى؟ وماذا حدث خلال ربع القرن الماضى؟ عقد برامج - ندوات - مؤتمرات - مناقشات ودراسات . ولماذا ؟ لتنمية وتشجيع الصادرات؟ والنتيجة ؟ استمرار تزايد عجز الميزان التجارى - تباطؤ الميل للتصدير وضعف الصادرات ، وذلك بسبب غياب الوعى بفهم طبيعة وميكانيزم السوق وعدم الربط بين المتغيرات الكلية والمتغيرات الجزئية .

واستعرضت الورقة ميكانيزم الأسواق فى ظل العولمة ، وذلك من خلال مناقشة داخلية وخارجية ومصادر المنافسة وما إذا كان لدينا إنتاج محلى للتصدير .

ثم انتقلت الورقة إلى شرح أهمية المعلومات لخدمة التصدير، وضرورة توحيد وتنسيق الجهود مع الجهات ذات العلاقة بتكنولوجيا المعلومات، وإنشاء بنك معلومات لخدمة التصدير .

كما تعرضت الورقة للمعلومات المطلوبة حيث قسمت المعلومات إلى معلومات داخلية ومعلومات خارجية .

المعلومات الداخلية عبارة عن الانتاج المحلى - اجراءات التصدير وخطواته والمستندات والأوراق الخاصة بالتصدير والتدريب المتوفر لدراسة الأسواق الخارجية - بينما ركزت المعلومات الخارجية على أربع مجموعات :

- المجموعة الأولى معلومات حول الأسواق الخارجية .
- المجموعة الثانية معلومات عن طبيعة المنتجات .
- المجموعة الثالثة معلومات ترتبط بالاقتصاد والقانون والسياسة .
- المجموعة الرابعة معلومات عن البيئة الخارجية .

بعد ذلك انتقلت الدراسة إلى مناقشة علاقة متغيرات الماكرو والميكرو الاقتصادية ، حيث تعرضت إلى دور الدولة ودور المستثمر ، وانتهت إلى أن القضية ليست قضية تصدير ، ولكنها قضية تطوير الانتاج وتنميته كما وكيف لرفع المقدرة الذاتية على مواجهة المنافسة القادمة من الخارج دون دعم أو حماية ثم تأتي بعد ذلك قضية التصدير .

أما الورقة الرابعة فقدمها عبد السلام سيد سلطان بعنوان مصادر ونظم المعلومات فى مجال التجارة الدولية ، حيث استهلها بالإشارة إلى أهداف ثلاثة لنظام المعلومات هى انسياب المعلومات والبيانات سواء فى داخل المنشأة أو بينها وبين المنشآت الأخرى، وتبادل المعلومات بين المستويات المختلفة داخل المنظمة، ثم تسهيل تحليل البيانات للوصول إلى صياغة للمعلومات وتقديم البدائل اللازمة للمعاونة فى اتخاذ القرار .

ثم قامت الورقة بتقسيم المعلومات من حيث طبيعتها إلى أربعة أقسام هى :

- ١- معلومات وصفية .
- ٢- معلومات توضيحية .
- ٣- معلومات تقويمية .
- ٤- معلومات منشطة .

وحاولت الورقة التفرقة بين نظم المعلومات والحاسبات الآلية، حيث تشمل نظم المعلومات قاعدة البيانات وأسلوب تحليلها، أو التطبيقات، وبواسطة الجانبيين يمكن استخلاص القرار الإدارى المتصل بالتسويق ثم تناولت الورقة موضوع نظم المعلومات من خلال جوانب خمسة هى:

- حاجة الادارة للمعلومات .
- أثر طبيعة القرار على احتياجات المعلومات .
- مصادر تنمية المعلومات .
- مستويات صناعة القرار واحتياجها للمعلومات .
- علاقة نظم المعلومات بالوظائف المختلفة .

أولا : حاجة الادارة للمعلومات وفى هذا الشأن أوضحت الورقة مدى أهمية المعلومات فى اتخاذ القرارات وأن البيانات والمعلومات الجيدة يتم ترجمتها إلى قرارات جيدة .

ثانيا : أثر طبيعة القرار على احتياجات المعلومات حيث يتطلب القرار الاستراتيجى معلومات أكثر وأدق عن البيئة المحلية والخارجية بعكس قرارات التشغيل والتي تتطلب بيانات داخلية فقط. وهكذا .. وحاولت الورقة الربط بين نظام المعلومات التسويقية وصانعى القرار التسويقي .

ثالثا : مصادر تنمية المعلومات وحددت الورقة مصادر اربعة للمعلومات والبيانات التجارية:

- المعلومات الداخلية فى الشركة .
- المخابرات التسويقية .
- بحوث التسويق .
- المخابرات التجارية .

رابعا : مستويات صناعة القرار واحتياجها للمعلومات حيث ربطت الورقة بين مستوى اتخاذ القرار والمعلومات المطلوبة من خلال ثلاثة مستويات - المستوى الاستراتيجى والمستوى التكتيكي والمستوى التنفيذى .

خامسا: علاقة نظم المعلومات بالوظائف المختلفة داخل المنشأة وفى هذا الصدد أوضحت الدراسة وجود ارتباط قوى بين نظم المعلومات والوظائف المختلفة داخل المنشأة التى يتم فيها تصميم نظام معلومات خاص لكل وظيفة ليخدمها ويدعمها ويساعدها على اتخاذ القرار الخاص بها. وجميع أنظمة المعلومات لمختلف الوظائف تتفاعل مع بعضها للوصول فى النهاية إلى تحقيق أهداف المنشأة بأكبر قدر من الكفاءة . وقامت الدراسة بتحديد الأطراف المنوط بها جمع وتحليل البيانات سواء من

داخل الشركة أو من خارجها أو مستخدمى المعلومات .

وكان موضوع الورقة الخامسة شبكة الانترنت كأحد الأساليب التسويقية ، وقدمها احمد العدوى وتناول فيها أهمية شبكة الانترنت كأحد الأساليب الحديثة للاعلان والاتصال بين الشركة والعميل . وقال إنه باستخدام شبكة الانترنت يمكن الاتصال بأعداد كبيرة فى وقت واحد ، ومن الممكن أن يتم من خلال الشبكة التوفير فى الوقت وفى نفقات الإعلان، وأيضا من خلال شبكة الانترنت يمكن تقديم خدمات فعالة للمستهلك . وأكدت الدراسة على أن استخدام شبكة الانترنت يساعد على التوسع فى الأعمال ، وتحقيق قيمة مضافة للمستهلك وللشركة نفسها . أيضا أكدت الدراسة على أهمية شبكة الانترنت فى جذب مستثمرين من خلال سرعة توصيل المعلومة الكاملة عن احتياجات الشركة ومكانها دون الحاجة للذهاب للموقع والاحتكاك الشخصى ، ومساعدة الفرد على الاحتكاك الدولى بسهولة ويسر، وهى تساعد وتسهل الحصول على المعلومات وتوزيع المعلومات .

وتحدثت الورقة السادسة : والتي قدمها حامد محمود عن دور تكنولوجيا المعلومات فى دعم استخدام التجارة الالكترونية لخدمة الصادرات المصرية ، وقد ناقشت أهمية تكنولوجيا المعلومات فى تطوير التجارة الالكترونية من خلال تأكيد الدراسة على أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات فى رفع كفاءة الصادرات. واستدل على ذلك بما حققته الدول المتقدمة وحديثة العهد بالتصنيع من زيادة فى الصادرات .

ثم تناولت الدراسة تعريف التجارة الالكترونية ومجالاتها ومتطلباتها من حيث الخدمات المصرفية الالكترونية والخدمات الاستشارية والمحاسبية وخدمات النقل وخدمات الاتصالات، وأكدت على أهمية التجارة الالكترونية خاصة فى ظل التطورات الحديثة والسريعة مما يجعل ويؤكد أن التجارة الالكترونية ستؤدى إلى توسيع التسوق لكى يغطى العالم بأسره من خلال شبكة الانترنت خاصة فى التجارة الخدمية .

وحول دور القطاع المصرفى فى تطبيق التجارة الالكترونية أكدت الدراسة على أهمية توافر شبكة مصرفية الكترونية بين البنوك تساعد على تطوير استخدام تكنولوجيا المعلومات فى التجارة الالكترونية وهذا يحتاج لتطوير الأطر التشريعية والإدارية والتنظيمية والقانونية والمصرفية للتجارة الالكترونية، ولهذا فإن الشبكة المصرفية يجب أن يتوفر بها الآتى : القيام بالتسجيل المركزى

الالكترونى المصرفى ، الترابط بين المؤسسات العالمية والاعتراف الدولى بالمعاملات الالكترونية، الاعتراف بالهاتف المصرفى وأوراق الدفع الالكترونية، والانترنت المصرفى والنقود الذكية، ولهذا فإن الربط بين التجارة الالكترونية والقطاع المصرفى يعتبر من أهم الوسائل لتطوير التجارة والمعلومات التجارية .

وقامت الدراسة بالربط بين التسويق الالكترونى وتجارة الخدمات والذى يعتبر أحد الوسائل الهامة لتسويق تجارة الخدمات، ولهذا فإنه لا بد من تطوير الإطار القانونى للتجارة الالكترونية من خلال مرجعية اتفاقية الجات أو منظمة التجارة العالمية ، أيضا اتفاقية الملكية الفكرية وذلك لحماية العلامات التجارية والحقوق المتعلقة بها، ولهذا اعتمدت لجنة الأمم المتحدة قانون التجارة الدولى لنموذج قانون بشأن التجارة الالكترونية فى يونيو ١٩٩٦ لدعم حاجات التجارة للعقود الدولية فى مجال التجارة الالكترونية . وتناولت الدراسة العقبات التى تواجه التجارة الالكترونية ومن أهمها: وجود أسواق دولية مغلقة وصعوبة تحديد قيمة الخدمات المتاحة وصعوبة حماية سرية البيانات الشخصية وكيفية حماية المستهلك ، ومدى الثقة فى العقل الالكترونى والمعاملة الضريبية وغيرها .

وكانت أهم الفوائد من استخدام التجارة الالكترونية بالنسبة لمصر الآتى :

- فتح العديد من الأسواق .
- تدارك احتياجات الأسواق الخارجية .
- سرعة انتقال التجارة .
- إضافة عنصر السرعة والدقة لتسويق المنتجات .
- خلق فرص عمالة متعددة.
- تقديم فرص تصدير لصغار رجال الأعمال .

وتستخدم التجارة الالكترونية فى مصر على نطاق واسع خاصة فى نظام شركاء التجارة، وأضافت الدراسة احصائية عن حجم المتعاملين فى شبكة الانترنت دوليا، حيث بلغ عددهم ١٢٢ مليون مستخدم من خلال ٤ مليون حاسب متصل بالشبكة الرئيسية و ١٠ آلاف شبكة فرعية تغطى ١٥٩ دولة فى العالم. وأكدت الدراسة على أهمية التجارة الالكترونية كمستقبل للتبادل الدولى.

وعرضت الورقة السابعة والمقدمة من أحمد عبد العليم موضوع التكنولوجيا التطبيقية وآثارها

على أداء الصادرات الصناعية للدول النامية ، مع تناول تحليل آثار التكنولوجيا على أداء الصادرات من خلال محورين أساسيين :

المحور الأول : يستعرض القيود الفنية على التجارة وقد أوضحت الدراسة أن حوالى ٥٦,٢٪ من صادرات الدول النامية تخضع للقيود النسبية على التجارة ، والتي منها معايير الجودة البيئية وهو ما يفرض على هذه الدول الالتزام بهذه المعايير ، والتي منها ضرورة تطبيق التكنولوجيا النظيفة ومراعاة المعايير البيئية فى مدخلات العملية الانتاجية .

أما بالنسبة لجانبى العرض والطلب فأوضحت الدراسة أن إذعان الدول النامية لمعايير الجودة البيئية للتغلب على القيود الفنية فى التجارة يؤثر على نفقات الانتاج النسبية بالزيادة بحوالى ١٠-١٥٪ وهو ما يتعكس بدوره على أسعار صادرات الدول النامية ويحول دون نفاذها للأسواق بنفس كفاءة صادرات الدول الصناعية .

أيضا تناول هذا المحور تحليل معايير الجودة البيئية وتأثيرها على تجارة الدول النامية، وبالرغم من أهمية هذه المعايير وانها تهدف إلى حماية صحة الانسان ومكافحة التلوث، إلا انها تصطدم بالقواعد العامة لمنظمة التجارة العالمية، وتناولت الدراسة ثلاثة معايير أساسية منها ISO 14000 ومعايير الانتاج والعمليات والمعايير البيئية .

المحور الثانى : يتعلق بالتكنولوجيا النظيفة بيئيا حيث تم استخدام التكنولوجيا كعنصر من عناصر الانتاج ، ولقد اهتمت نظريات التجارة الخارجية بالفن التكنولوجى باعتباره أحد محددات التنافسية فى المنتجات المصنعة، أيضا تم الاهتمام بالتكنولوجيا البيئية لتحويل الموارد إلى سلع دون أن يترتب عليها أى تلوث بيئى سواء أثناء الانتاج أو الاستهلاك للمنتج، وتشتمل على انتاج سلع تتمتع بمواصفات مقبولة عالميا مع استغلال كفاء للموارد الاقتصادية .

وقدم الورقة الثامنة والأخيرة حسن محمد على حسنين وكان عنوانها تكنولوجيا المعلومات وتطوير الخدمة المصرفية فى مصر ، والتي أكد فيها على أهمية البنوك فى الحياة الاقتصادية ودورها التمويلى والتنموى، وما يتطلبه ذلك من تطوير قاعدة المعلومات فى البنوك والأخذ بأبحاث السوق وخلق مجالات عمل جديدة وأهمية ذلك فى مجال التجارة الالكترونية .

وقال إن البنوك تلعب دورا بارزا فى تسهيل وتنشيط الصادرات بواسطة الخدمات المصرفية

التي تقدمها لعقد الصفقات من خلال المستندات البنكية ، ومنح ائتمان ، وضمان الصادرات فى بعض الأحيان ، أيضا تؤدى البنوك خدمات لعملاء مقيمين وغير مقيمين ، ولهذا فإن المحاور الأربعة التالية على درجة كبيرة من الأهمية لتطوير دور الجهاز المصرفى .

وتناول المحور الأول للورقة تطوير قاعدة المعلومات فى البنوك وأهميتها لرفع كفاءة أداء البنوك. ولهذا فإن بناء قاعدة بيانات لدى البنوك يساعد على أداء القطاع المصرفى بكفاءة عالية نظرا لمساعدته فى سرعة اتخاذ القرار .

المحور الثانى : وهو الأخذ بأبحاث السوق وقد أكدت الدراسة على أهمية تفهم العاملين بالجهاز المصرفى للسوق ومتطلباته وأن الغلبة تكون للمصرف الذى يفهم اتجاهات السوق الحالية والمستقبلية، وتطرت الدراسة الى أن البنوك المصرية أكثر تفهما للأسواق عن البنوك الغربية .

أما المحور الثالث : فقد استعرض طرق ومجالات عمل جديدة من خلال تطوير البنوك لأجهزته والتقنية والأساليب المطبقة وتطوير نشاط العملاء والقيام بدور نشط فى هذا المجال واستخدام سياسات أذرع النشاط لتوسيع نشاط البنك وتكامل نوعياته ، وهنا تقترح الدراسة اندماج البنوك تحت اسم بنك كبير ليعمل كشركة قابضة تضم العديد من الشركات من بينها بنوك صغيرة حيث إن البنوك الصغيرة تحتاج الى كيانات كبيرة لكي تمنحها الحماية فى النشاط الاقتصادى .

وعرض المحور الرابع : دور البنوك والتجارة الالكترونية وأكد على الدور الكبير والفعال الذى تلعبه البنوك فى مجال التجارة الالكترونية وذلك من خلال تقديم وبيع الخدمات والمنتجات البنكية للعملاء الحاليين والمحتملين عبر شبكة الانترنت وضمان تسوية المدفوعات بين العملاء والمتعاملين عبر الشبكة الدولية وتوفير شبكات اتصال لعملاء البنك الصغار والمتوسطين .

وتأتى تقديم الخدمات الالكترونية بين البنك وعملائه عبر شبكات خاصة كما توفرها البنوك الأوروبية، بل أصبحت شبكة البنك تتسع لتنفيذ طلبات العملاء فى التعامل فى الأوراق المالية بيعاً وشراءً وفى بعض القروض الشخصية فى عدة دول ، أو تقديم المشورة بشأن أسعار العملات أو تنفيذ الاعتمادات وأوامر الدفع كما يحدث فى بعض البنوك الفرنسية .