



الجمهورية اليمنية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الإمارات
كلية العلوم المالية والإدارية

اثر الصيرفة الإلكترونية في تحسين الاداء المصرفية دراسة حالة البنك التجاري اليمني

قدم هذا المشروع لاستكمال متطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في تخصص
العلوم المالية والمصرفية

إعداد الطلبة /

احمد محمد القاسمي

نایف فهیم العریقی

خفران محمد الشرعبي

سما عبد الرزاق الطيار

نسمة سليمان الصلوي

إشراف الدكتور /

فهمي الدقاف

(٢٠٢٣ - هـ ١٤٤٤)



The Impact of Electronic Banking in Enhancing Banking Performance

Case Study Of Yemen Commercial Ban

This project was submitted to complete the requirements for obtaining a bachelor's degree in financial and banking sciences

Done by\

Naif Fahim Al-Ariqi

Ahmed Mohammed Al-Qasimi

Sama Abdulrazaq Al-Tayar

Ghofran Mohammed Al-Sharabi

Nesma Suliman Al-Selwy

The supervision of /

Dr. Fahmy Al-Daqqaf

(2023 – 1444)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ
إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴾

{ النساء ٢٩}

صفحة إقرار المشروع من الطلبة

(Students Signature Page)

اثر الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء المصرفى

نحن الطلبة الموقعين أدناه ، نقر انه تم إنجاز هذا المشروع من قبلنا ، وبجهد ذاتي منا ، وبمساعدة المشرف.

والمقدم لاستكمال متطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في تخصص علوم المالية والمصرفية
كلية العلوم الإدارية والمالية.

الجامعة الإماراتية الدولية

التوقيع	اسم الطالب	م
	نايف فهيم محمد العريقي	.1
	احمد محمد مهدي القاسمي	2.
	سما عبدالرزاق محمد الطيار	3.
	غفران محمد عبد الرحمن الشرعي	.4
	نسمة سليمان عبده الصلوي	5.

٢٠٢٣ - ٢٠٢٤ م

صفحة إقرار المشروع من المشرف

(Supervisor Signature Page)

اثر الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء المصرفي

تم الإشراف على هذا المشروع من قبلنا، والمقدم لاستكمال متطلبات الحصول على درجة
البكالوريوس في تخصص علوم مالية ومصرفية

كلية العلوم الإدارية والمالية

الجامعة الإماراتية الدولية

أسم المشرف: د/ فهمي الدقاف

التوقيع:

إهداء

بعد مشوار طويل في طريق مليء بالعقبات والصعوبات والتعب وكان زادنا فيه الصبر ودعوات والدينا وأهلهنا وأحبابنا، الحمد لله ها نحناليوم نكمل مرحلة البكالوريوس ونسأله العظيم أن ينفعنا بما علمنا ويعلمنا الذي ينفعنا وان يزيد في علمنا وان ينفع بنا الإسلام والمسلمين.

وفي الأخير نهدي البحث إلى الوالدين الغاليين والإخوان والأخوات وإلى الأهل والأصدقاء وإلى كل من ساندنا في إتمام هذا البحث.

"من صنع اليكم معروفا فكافئوه فإن لم تجدوا ما تكافئوه فادعوا له حتى تروا أنكم قد كافأتموه".

الشكر والتقدير

بكل معاني الشكر والتقدير والاحترام إلى من كان له
الفضل في إنجاح المشروع بعد الله سبحانه وتعالى إلى
الأب والمربى الفاضل الدكتور فهمي الدقاقي.

وإهداه مليء بالاحترام إلى عميد الكلية الدكتور محمد
الكھالی ، على ما قدموا لنا من نصائح وإرشادات وفوائد
قيمة خلال دراستنا الجامعية ، ولا ننسى أن نقدم الشكر
الخاص إلى جامعتنا الحبيبة والممثلة بالدكتور الفاضل
رئيس الجامعة نجيب الكنمی والمعلم بالدكتور التدريسي
في كلية التجارة وكل من مدّ لنا يد العون للقيام بهذا
البحث.

ملخص البحث باللغة العربية:

يهدف هذا البحث الى معرفة اثر الصيرفة الالكترونية في تحسين الأداء المصرفي في البنك التجاري اليمني في أمانة العاصمة صنعاء ، وشمل المتغير المستقل الأبعاد التالية (موقع البنك ، الصرافات الآلية ، الهواتف) ، وشمل المتغير التابع بُعداً واحداً وهو (الأداء) ، وتم اتباع المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهداف البحث ، وشمل مجتمع البحث الموظفين في البنك التجاري اليمني في أمانة العاصمة صنعاء ، وتم اختيار عينة عشوائية بسيطة قدرت بخمسين مفرداً ، وتم جمع البيانات بواسطة الاستبانة ، كما تم تحليلها بواسطة البرنامج الاحصائي (SPSS) وتوصل الى وجود دور ذو دلالة إحصائية للصيرفة الالكترونية في تحسين الأداء المصرفي في البنك التجاري اليمني وأوصى البحث بالاهتمام بالخدمات الالكترونية.

ملخص البحث باللغة الإنجليزية:

The purpose of this research is to investigate The Impact of electronic banking in improving the banking performance at 'Yemen Commercial Bank' in Sanaa, Yemen. The independent variable includes the following dimensions: (bank location, ATMs, and phones). The dependent variable includes one dimension, which is (performance). The descriptive analytical approach was followed to achieve the research objectives. The research community includes the employees of the Yemen Commercial Bank in Sanaa, Yemen. A simple random sample of 50 individuals was selected. The data was collected through a questionnaire and analyzed using the SPSS statistical program. The results of the research showed that there is a statistically significant role of electronic banking in improving the banking performance at the Yemen Commercial Bank. The research also recommended the importance of electronic services.

قائمة المحتويات

رقم الصفحة	العنوان
IX	الأية الكريمة
IX	صفحة إقرار المشروع من الطلبة
IX	صفحة إقرار المشروع من المشرف
IX	إهداء
IX	الشكر والتقدير
IX	ملخص البحث باللغة العربية
IX	ملخص البحث باللغة الإنجليزية
IX	قائمة المحتويات
IX	قائمة الجداول
IX	قائمة الأشكال
IX	جدول الملحق
الفصل الأول / الإطار العام للبحث	
2	١,١ المقدمة
3	٢,١ مشكلة البحث
3	٣,١ أهداف البحث

4	٤،٤ نموذج البحث
4	٤،٥ فرضيات البحث
5	٦،١ أهمية البحث
5	٧،١ منهج البحث
6	٨،١ حدود البحث
6	٩،١ الدراسات السابقة
الفصل الثاني / الإطار النظري للبحث	
11	١.٢ تمهيد
12	٢،٢ الأداء المصرفـي
12	١،٢،٢ تعريف الأداء المصرفـي
12	٢،٢،٢ تعريف تحسين الأداء المصرفـي
13	٣،٢،٢ أهداف الأداء المصرفـي
13	٤،٢،٢ مؤشرات قياس الأداء
14	٥،٢،٢ خطوات قياس الأداء
15	٦،٢،٢ نماذج تقييم الأداء
18	٧،٢،٢ مقاييس تقييم الأداء
19	٣،٢ الصيرفة الإلكترونية

19	١,٣,٢ مفهوم وأنواع الأعمال الإلكترونية
22	٢,٣,٢ تعريف المصارف الإلكترونية
28	٣,٣,٢ أدوات الصيرفة الإلكترونية
31	٤.٣.٢ البطاقات الإلكترونية
33	٤.٢ مفهوم وأنواع البنوك التجارية
36	٥,٢ الخدمات المصرفية في المصارف التجارية
43	٦,٢ اهداف البنوك التجارية
الفصل الثالث / الدراسة الميدانية	
47	١,٣ تمهيد
47	٢,٣ منهج البحث
56	٣,٣ تحليل وتقسيم البيانات الأساسية لعينة البحث
66	٤,٣ اختبار فرضيات البحث
الفصل الرابع / الاستنتاجات والتوصيات	
71	٤ تمهيد
71	٢,٤ الاستنتاجات
71	٣,٤ التوصيات
72	قائمة المراجع
77	الاستبيان
81	قائمة المحكمين

قائمة الجداول

رقم الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
16	أهم مؤشرات قياس ربحية البنك المركزي	(1/2)
16	مؤشرات لقياس المخاطر الرئيسية التي تواجه البنك	(2/2)
49	يوضح عدد الاستبيانات الموزعة والمعادة بعد تعبيتها	(1/3)
51	معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من أبعاد المحور الأول ودرجة البعد الذي تتنمي إليه	(2/3)
53	معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من المحور الثاني التي تتنمي إليه	(3/3)
54	نتائج اختبار ثبات ومصداقية أبعاد ومحاور أداة البحث (الاستبانة)	(4/3)
55	يوضح كيفية احتساب التقدير اللغطي لأسئلة فرضيات البحث	(5/3)
57	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير الجنس	(6/3)
58	يوضح التوزيع التكراري لإفراد العينة وفق متغير المؤهل العلمي	(7/3)
59	يوضح التوزيع التكراري لإفراد العينة وفق متغير المؤهل العلمي	(8/3)
60	التوزيع التكراري لإفراد العينة وفق متغير عدد سنوات الخدمة	(9/3)
61	التوزيع التكراري لإفراد العينة وفق متغير الدرجة الوظيفية	(10/3)
62	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات موقع البنك	(11/3)
63	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعد الهاتف	(12/3)
64	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد مجتمع البحث حول أبعاد المحور الأول / الصيرفة الإلكترونية	(13/3)
65	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد مجتمع البحث	(14/3)
67	معامل الانحدار الخطي بين (موقع البنك × الاداء المصرفي).	(15/3)
68	معامل الانحدار الخطي بين (الصرفات الالية × الاداء المصرفي).	(16/3)
69	معامل الانحدار الخطي بين (الهاتف × تحسين الاداء المصرفي)	(17/3)

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	اسم الشكل	رقم الشكل
5	نموذج البحث	(1/1)
57	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق الجنس	(1/3)
58	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق المؤهل العلمي	(2/3)
59	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق عدد سنوات الخدمة	(3/3)
60	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق الدرجة الوظيفية	(4/3)

الملاحق

رقم الصفحة	اسم الملحق	رقم الملحق
77	الاستبيان	1
81	قائمة المحكمين	2

المصطلحات والاختصارات والتعرifات

المصطلح	معناه	م
تحسين الأداء المصرفـي	ويشمل تحسين الأداء المالي وذلك بزيادة الربحية وخفض التكاليف وإدارة السيولة وتقليل المخاطر، بالإضافة إلى تحسين كفاءة العمليات الداخلية من خلال خفض الجهد والسرعة في إنجاز العمليات والاستجابة لمتطلبات العملاء.	1.
الأداء	تنفيذ أمر أو مهام أو واجب أو أنشطة من طرف شخص أو مجموعة من الأشخاص للقيام به.	2.
الصـيرفة الإلكتروـنية	تقديم الخدمات والمنتجات البنكـية التقليـدية وكذا الحديثـة للعملـاء من خلال التحـويل الإلـكتـروـني لأنـشـطة.	3.
موقع البنك	هي المنطقة الجغرافية التي يوجد فيها البنك ويقدم الخدمات المصرفـية المختلفة للعملـاء.	4.
الصرافـات الآلـية	هو جهاز الكتروـني يوفر لعملـاء المؤسـسـات المـالـية إجرـاء المعـاملـات المـالـية في الأماـكن العـامـة كـبـدـيل عنـ الـحـاجـة إلىـ موـظـف. للـقـيـام بـأـيـ عمـلـية.	5.
الهـوـاـنـف	هو آلة أو جهاز يستخدم لنقل الصوت بشكل فوري بين مـكانـين متصلـين بـخط هـاتـف ثمـ خـالـ الـبـدـالـة ويـوجـد جـهاـز هـاتـف علىـ كل طـرفـ مـنـهـما.	6.

الفصل الأول:

الإطار العام للبحث والدراسات السابقة

١،١ المقدمة:

إن معظم المصارف تعيش اليوم في بيئة سريعة التغيير، وتتصف بمتغيرات عديدة وظواهر جديدة مثل العولمة وطلبات الزيون المتغيرة، والمنافسة المتزايدة وإن الهدف الرئيسي من إدارة أي مصرف هو الحرص على البقاء والنمو في ظل المتغيرات المحلية والعالمية (غزاي وأحمد، ٢٠١٦، ١٨٤). فالمصارف تسعى بصورة عامة إلى احداث تغييرات في أدائها المصرفي وسياساتها بما يضمن انتقالها من المستوى الحالي إلى مستوى أفضل في المستقبل، وتواجه المصارف اليوم تغيرات سريعة في الموارد والمتطلبات مما أدى إلى قيام تلك المصارف بتطوير تقنياتها لمواجهة التغيرات ولتحقيق هذه التطورات ظهرت أهمية تحسين الأداء المصرفي (الحساني وجاسم، ٢٠٢٢، ١٩٧).

وقد شهد القطاع المصرفي تسارعاً ملحوظاً في السنوات الأخيرة في مجال تطبيق تكنولوجيا المعلومات الحديثة التي أدت إلى تحول جذري في العمل، فقد شهدت الصناعة المصرفية ظهور طرائق حديثة لتقديم الخدمات المصرفية، ساهمت في إنشاء بيئة افتراضية صالحة لاستيعاب معظم الأنشطة وممارستها عن بعد (الجبوري، ٢٠١٦، ١٥٠). فقد ساهم التقدم التكنولوجي في تحول عدد كبير من المصارف إلى المعاملات الإلكترونية والتوجه في استخدام التجارة الإلكترونية وتقديم الخدمات المصرفية المتطرفة، إذ لم تعد مهام المصارف ووظائفها تدور حول عمليات تقليدية مارستها منذ مئات السنين بل تعدتها إلى استخدام أساليب ابتكرتها تلبية لرغبة عملائها وحاجاتهم كالصراف الآلي (شendi وفرحان، ٢٠١٢، ٧٢). والصيরفة الإلكترونية تعمل على تقديم الخدمات عبر وسائل الكترونية من أجل تسهيل العمليات المصرفية بين مختلف الأطراف المعنية (خثير وخطابي، ٢٠١٥، ٧)، والبنوك اليمنية بشكل عام والبنك التجاري اليمني بشكل خاص تعيش في بيئة متغيرة ومتطرفة ومواكبة للتطور التكنولوجي لذلك وجب عليها تحسين أدائها المصرفي لمواجهة المنافسة الشديدة بين البنوك، بسبب ذلك اختبر البحث الحالي دور الصيরفة الإلكترونية في تحسين الأداء المصرفي " دراسة حالة البنك التجاري اليمني في أمانة العاصمة صنعاء".

٢،١ مشكلة البحث:

تبرز مشكلة البحث في الإجابة عن السؤال الرئيسي الآتي:

ما دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء المصرفي في البنك التجاري اليمني؟

وتترافق منه الأسئلة الآتية:

- ١ ما دور موقع البنك في تحسين الأداء المصرفي في البنك التجاري اليمني؟
- ٢ ما دور الصرافات الآلية في تحسين الأداء المصرفي في البنك التجاري اليمني؟
- ٣ ما دور الهواتف في تحسين الأداء المصرفي في البنك التجاري اليمني؟

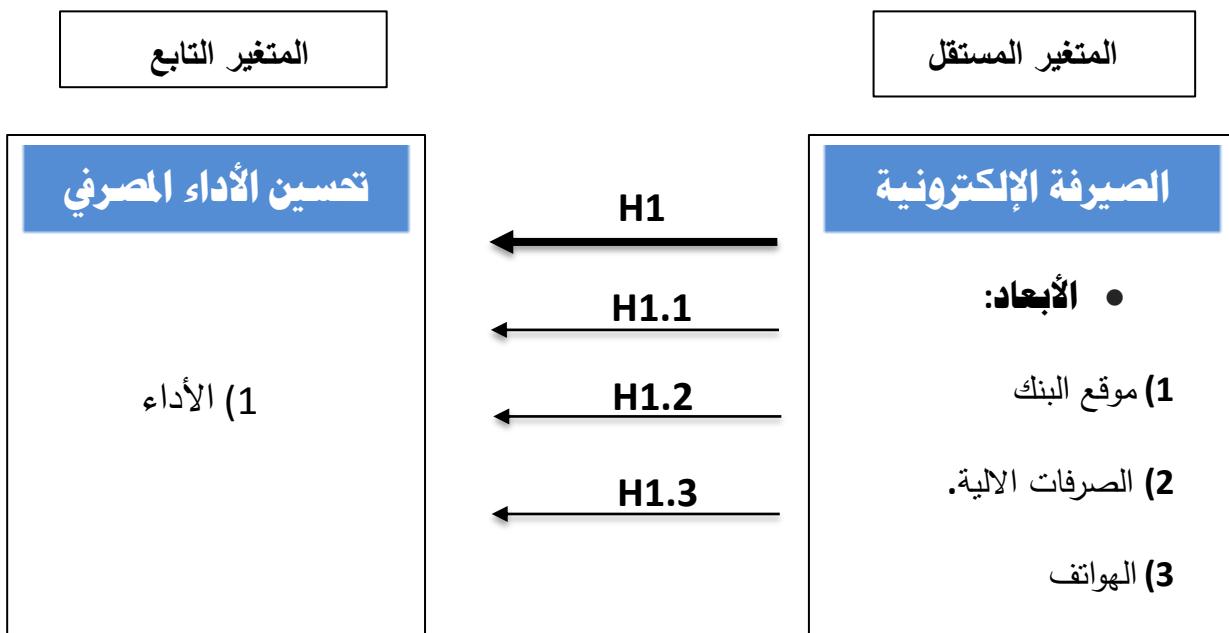
٣،١ أهداف البحث:

□ الهدف الرئيسي من البحث معرفة دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء المصرفي.

وتترافق منه أهداف فرعية وهي :

- (١) معرفة مدى توظيف الموقع الإلكتروني في تحسين الأداء المصرفي في البنك التجاري اليمني.
- (٢) معرفة مدى توظيف الصرافات الآلية في تحسين الأداء المصرفي في البنك التجاري اليمني.
- (٣) معرفة مدى توظيف الهواتف في تحسين الأداء المصرفي في البنك التجاري اليمني.

٤، نموذج البحث:



الشكل (١ - ١)

٥، فرضيات البحث:

يشكل نموذج البحث معرفة وتوضيحاً للمتغير المستقل والتابع الخاص بالبحث: (الصيরفة الإلكترونية، والأداء المصرفي)، وبناءً على ذلك تم اختيار مجموعة من الأبعاد الخاصة للصيরفة الإلكترونية في تحسين الأداء المصرفي بواسطة الدراسات السابقة في هذا الجانب وهي: (موقع البنك، الصرفات الآلية، الهواتف) وقد تمتناول المتغير التابع (تحسين الأداء المصرفي) بصفة عامة.

الفرضية الرئيسية: هناك دور ذو دلالة إحصائية للصيরفة الإلكترونية في تحسين الأداء المصرفي ، وتنقعر منها الفرضيات التالية:

- (١) لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية لموقع البنك في تحسين الأداء المصرفي في البنك التجاري اليمني.
- (٢) لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية للصرفات الآلية في تحسين الأداء المصرفي البنك التجاري اليمني.
- (٣) لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية للهواتف في تحسين الأداء المصرفي البنك التجاري اليمني.

٦،١ أهمية البحث:

إن الأهمية في هذا البحث تكمن في إثبات أهمية دور الصيرفة الإلكترونية والتطوير الذي تحدثه في العمليات المصرفية.

أولاً: أهمية البحث العلمية:

- إثراء المكتبات والباحثين بموضوع "دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء المالي".
- شحة الدراسات المتعلقة بدور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء المالي في الجمهورية اليمنية.

ثانياً: أهمية البحث العملية:

- تلبية احتياجات ورغبات العملاء من خلال الخدمات المقدمة وتقليل وقت الانتظار.
- التركيز من قبل البنك على وضع أبعاد الدراسة في عين الاعتبار كونها قد تعمل على تحسين الأداء المالي.

٧،١ منهج البحث:

نظراً لطبيعة البحث التي تقتضي التعامل مع عدة مناهج علمية بطريقة متكاملة ومتوازنة وذلك للإلمام بجميع محاور البحث وتحقيق الأهداف المرجوة فإنه قد تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي في تحديد الجوانب النظرية التي بواسطتها تم التطرق لمفاهيم حول الصيرفة الإلكترونية والأداء المالي ، باعتباره منهجاً مناسباً لجمع الحقائق والتعریف بمختلف المفاهيم ذات صلة بالموضوع ، بينما تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي فيما يخص الجانب التطبيقي التي بواسطة تحليل بعض المعطيات المتعلقة بالبحث على مستوى البنوك التجارية محل الدراسة.

٨،١ حدود البحث:

- .١. الحدود المكانية: اقتصرت على البنك التجاري اليمني في أمانة العاصمة صنعاء.
- .٢. الحدود البشرية: اقتصرت على موظفي البنك التجاري اليمني في أمانة العاصمة صنعاء.
- .٣. الحدود الموضوعية: اقتصرت هذا البحث على تناول دور الصيرفة الإلكترونية بأبعادها (موقع البنك ، الصرفات الآلية ، الهواتف) في تحسين الأداء المالي ببعده (الأداء).

٩. الدراسات السابقة

(١) واقع تطبيق الصيرفة الإلكترونية وآليات تفعيلها في البنوك الجزائرية دراسة حالة الجزائر (٢٠٠٢) -

(٢) دكتور بلعايش - ميادة جامعة ٢٠ اوث ١٩٥٥ سكيكدة ، دكتور زايدى حسيبة جامعة محمد حيضر بسكرة.

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز دور الصيرفة الإلكترونية التي أصبحت ضرورة ملحة للبنوك التجارية لتقديم خدماتها بكل يسر، و بأقل جهد وقت إبراز أهم آليات الصيرفة الإلكترونية المستخدمة. معرفة أهم العوامل المساعدة على تبني البنوك التجارية الجزائرية للصيرفة الإلكترونية. معرفة واقع تطبيق عمليات الصيرفة الإلكترونية في المنظومة البنكية الجزائرية.

وبعد دراستنا لكل الجوانب الملمة بالصيرفة الإلكترونية و آليات تفعيلها في العالم عامة والجزائر خاصة ، وتوصلت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن الصيرفة الإلكترونية تساهم في بناء الاقتصاد الرقمي الذي يقوم أساسا على تقنية المعلومات الرقمية التي توفر تقنيات متقدمة و شبكة اتصال كاملة تربط بين البنوك الجزائرية.

(٣) اسم الدراسة : دور الصيرفة في تحسين جودة الخدمات البنكية ، إعداد الطالبة: فاطمة الزهراء -٢٠١٩

٢٠٢٠

تهدف هذه الدراسة إلى المساهمة في النقاشات التي تدور في الوقت الحاضر في الدول النامية حول محاولة رصد مدى التطور الذي حققه البنك الإلكتروني في الاقتصاد، بالإضافة إلى ضرورة تفعيل دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية في التنمية الاقتصادية ، من خلال دراسة مختلف الخدمات البنكية التي تقدمها البنوك في منطقة بسكرة ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة.

● تعتبر الصيرفة الإلكترونية وسيلة جديدة من وسائل المعاملات البنكية بين البنك و زبائنه كنتيجة حتمية للتطور التكنولوجي والاقتصاد الرقمي .

● إن تبني البنوك للصيرفة الإلكترونية يعني نقل كافة آليات الإدارة على الشبكة بما يحقق سرعة في الأداء وحسن إستغلال إمكانيات البنك وبما يوافق الوقت والجهد والنفقات على العملاء .

● يتطلب تبني الصيرفة الإلكترونية وجود بيئة إلكترونية ترتكز على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مع ضرورة وجود معايير محاسبية و تشريعات قانونية تنظم الصيرفة الإلكترونية

- لاتزال البنية التقنية التحتية للصيরفة الإلكترونية بالبنوك الجزائرية غير مهيأة وكما ينبغي وتحتاج إلى بناء شبكة أنترنت و تأمين خدمة اتصالات تضمن خدمة الزيائن على أكمل وجه .
 - فيما يخص وسائل الدفع الإلكترونية هناك جهود من قبل السلطات الجزائرية تتمثل في إصدار بعض البطاقات البنكية الإلكترونية وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلا أنها دون التطبيقات.

٣) مقال بعنوان دارسة واقع الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة في المصارف الخاصة في محافظة

اللاذقية من وجهة نظر العاملين فيها غير منشور للحارث أسعد ، اللاذقية ، سوريا ، ٢٠١٥ .

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة في المصارف الخاصة في محافظة اللاذقية، ومعرفة مستوى رضى العاملين في المصارف الخاصة على الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة في المصارف الخاصة

٤) أثر الصيرفة الالكترونية على جودة المعلومات المحاسبية في المصادر ، دراسة ميدانية ، ٢٠٢٠

دا موسى عيسى بايكر ، دا محمد يوسف ، جامعة السودان.

تهدف هذه الدراسة لتحقيق الآتي :

- استعراض مفاهيم الصيرفة الإلكترونية.

- بيان مفاهيم جودة المعلومات المحاسبية.

- توضيح أثر تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية على جودة المعلومات المحاسبية.

- بيان أثر الصيرفة الإلكترونية على جودة المعلومات المحاسبية بالمصارف العاملة بمدينة كوستي

السودان

وكانت أبرز نتائج الدراسة كالتالي:

- تقدم الخدمات المصرفية عبر الإنترنٌت يؤدي إلى تحقيق قيمة تنبؤية وقيمة استرجاعية بالمعلومات المحاسبة.

٥) الصيرفة الإلكترونية كآلية لعصرنة المصارف الجزائرية وضمان جودة الخدمة المصرفية ، دراسة استطلاعية لعينة من عملاء وكالات المصارف الخاصة بمدينة المدية ، حمزة جيلالي تومي وسارة مولاي مصطفى جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة ، جامعة يحيى فارس ، ٢٠٢١.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة الصيرفة الإلكترونية في عصرنة القطاع المصرفي الجزائري وضمان جودة الخدمة المصرفية، ومن أجل الوصول إلى هذا الهدف تم استخدام استبيان وجهت لعينة عشوائية من عملاء وكالات المصارف الخاصة العاملة بمدينة المدية (سوسيتي جنرال، بنك الخليج، بي.بي باريباس، نتنيكس)، حيث بلغت العينة ٢٠٠ عميل، وتم اعتماد مقياس ليكارت في ذلك، كما استعمل برنامج Spss لقياس آراء العملاء.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لتطبيق الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية من منظور العملاء في وكالات المصارف الخاصة عند مستوى دلالة ٠٥، فهي أدت إلى تحسين الأنظمة المصرفية، وخفض تكاليف العمليات الخاصة بالعملاء، وساعدت المصارف على الربط والتسيق بين فروعها المختلفة، كما سهلت على العملاء القيام ب مختلف الأعمال المصرفية بالطريقة التي توفر لهم الراحة والأمان، هذا ما أدى إلى رفع كفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية وتحسين جودتها، إلا أنها مازالت بطيئة وغير متنوعة، ولم تصل لحد الآن إلى المستوى المطلوب لمنافسة المصارف الرائدة في هذا المجال، ليتم فيما بعد تقديم بعض التوصيات إلى إدارة المصارف التي يمكن من خلالها تطوير الصيرفة الإلكترونية.

٦) كفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية ، د. أحمد زكريا صيام أ. محمود عادل أبو النادي ، أستاذ مشارك/ قسم العلوم المالية والمصرفية/ كلية عمان الجامعية للعلوم المالية والإدارية/ جامعة البلقاء التطبيقية/ الأردن ، ماجستير إدارة أعمال/ كلية عمان الجامعية للعلوم المالية والإدارية/ جامعة البلقاء التطبيقية/ الأردن ، ٢٠١٤.

تهدف هذه الدراسة إلى تأثير كفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية، وذلك بإجراء دراسة ميدانية تطبيقية لمعرفة الأداء المالي الذي يتحقق جراء تعزيز كفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة للعملاء.

ولتحقيق أهداف الدراسة صمم الباحثان استبياناً تتسم بأهداف الدراسة وفرضياتها وقد وزعت على عينة الدراسة من المدربين الماليين في البنوك التجارية الأردنية وبتحليل إجابات الاستبيانات تم

التوصل الى العديد من النتائج، منها: أن الأداء المالي للبنوك التجارية يتأثر بكفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية، شريطة توفير الوقت والجهد وحجم الأعمال الروتينية اليومية، وبالتالي خفض النفقات وتكليف العاملين ، كما أظهرت نتائج التحليل أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بني البنوك التجارية الأردنية من حيث تأثير كفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية على أدائها المالي.

وأوصت الدراسة بأهمية التغلب على المعوقات التي مازالت تحول دون التطبيق الفاعل والفهم الدقيق لماهية الخدمات المصرفية الإلكترونية، وبالتالي ضرورة التعريف بـ تلك الخدمات ومزاياها ، في ظل ميل بعض العملاء للأسلوب التقليدي في السحب والإيداع والخدمات المصرفية، مما ينعكس بشكل أو باخر على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية.

الفصل الثاني:
الإطار النظري لدور
الصيغة الإلكترونية
في تدسين الأداء
المصرفي

1.2 تمهيد

تناول هذا الفصل الإطار النظري والتعريف بمتغيرات البحث المختلفة حيث تطرق الى مفاهيم عامة في الأداء والخطوات الالزمة لقياس الأداء ومؤشرات قياس الأداء ونماذج تقييم الأداء المصرفي ، كما يبين مفهوم وأنواع الأعمال الإلكترونية ونماذج الأعمال الإلكترونية والنقود الإلكترونية.

وتناول أيضاً تعريف المصارف الإلكترونية وخصائص ومزايا المصارف الإلكترونية ومعوقاتها ، بالإضافة الى ذلك فإنه يستعرض أدوات الصيرفة الإلكترونية مثل: (بنك الانترنت ، الصراف الآلي ، البنك الخلوي ، البنك الفوري) ، كما استعرض هذا الفصل نبذة عن البطاقات الإلكترونية.

علاوة على ذلك فقد تم توضيح بعض المفاهيم الهامة مثل: مفهوم البنك التجاري وأنواعه ، وظائف البنوك التجارية وأهدافها .

٢،٢ الأداء المصرفـي

١،٢،٢ تعريف الأداء المصرفـي:

إن مصطلح الأداء مستمد من الكلمة الانجليزية (performance) التي تعني تأدية العمل (to perform) والتي اشقت بدورها من اللغة اللاتينية ، حيث يمكن تعريف الأداء بأنه تأدية عمل أو إنجاز نشاط أو تنفيذ مهمة ، بمعنى القيام بفعل يساعد على الوصول إلى الأهداف المحددة ومن ذلك نلاحظ أن الأداء يتجسد في القيام بالأعمال والأنشطة والمهامات بما يحقق الوصول إلى الغايات والأهداف المرسومة من قبل إدارة البنك. (إبراهيم محمد حسانه ، الاردن ، ٢٠١٣ ، ص ١٠٤)

نقصد بالأداء " الانعكاس للطريقة التي يتم فيها استخدام المؤسسة لمواردها البشرية والمادية بالشكل الذي يجعلها قادرة على تحقيق أهدافها، أي أنه يعتبر انعكاساً لسلوك الأفراد في البنك. كما يعرف على أنه تنفيذ نشاط البنك في ضوء الإمكانيات البشرية والمادية المتوفـرة فعلاً، والظروف المحيطة بها، ويتم مقارنة الأداء الفعلي بالأداء المستهدف لتحديد الانحرافات وأسبابها واتخاذ القرارات التصحيحـية في الوقت المناسب. (أحمد طرطار، الجزائر، ٢٠٠١، ص ٩)

ومما سبق يمكن اقتراح التعريف التالي: الأداء يتمثل في مجموعة من الخطوات المدروـسة مسبقاً لتحقيق جملة من الأهداف بواسطة مجموعة من الإمكانيات الموضوعـة تحت تصرف البنك وأن الأداء البنكي لا يختلف عن معنى أداء المؤسسـات الأخرى حيث يقصد به الأهداف أو المخرجـات التي يسعى نظام أي بنـك إلى تحقيقـها باستخدام القدرات البشرية والمادية والمالية. (سليمان احمد اللوزي وأخـرون ، مرجع سبق ذكره، ص ٢٠٢)

٢،٢،٢ تعريف تحسين الأداء المصرفـي:

ويشمل تحسين الأداء المالي وذلك بزيادة الربحـية وخفض التكاليف وإدارة السيولة وتقليل المخاطـر، بالإضافة إلى تحسين كفاءة العمليـات الداخلية من خلال خفض الجهد والسرعة في إنجاز العمليـات والاستجابة لمتطلبات العملاء.

٣،٢،٢ أهداف الأداء المصرفية

- الهدف الأساسي للأداء المصرفية تجسّد في تطوير الأداء المالي وتحسين مستوى النشاط المصرفي ليتماشى في تطوره مع التوسيع والتقدم الاقتصادي للبلد.
- تحقيق عدد من الأهداف النوعية المتعلقة أساساً بإمداد الوظيفة التخطيطية والإشرافية بالمعلومات والبيانات التي تمكنهم من حسن أدائهم لمهامهم.
- لتحقيق الهدف الأساسي لتقويم الأداء وأهدافه الفرعية المكملة له يجب أن يتميز بعده من الخصائص أهمها شموله لفروع وأقسام النشاط المصرفية كافة.
- ارتباط تقويم الأداء بالوظائف الإدارية الأخرى كالتنظيمية والتخطيطية، وضرورة تتمتع هذه الأهداف بالواقعية والموضوعية، والقدرة العالية للقائمين عليها بتحقيق نتائج إيجابية
- تتمتع هذه العملية بالمرنة والقدرة على التطور الدائم لتنماشى مع التطورات والتغييرات الحاصلة في البنية الاقتصادية عموماً والنشاط المصرفى خصوصاً.

٤،٢،٢ مؤشرات قياس الأداء:

ويمكن تقسيمها إلى أربعة مؤشرات وهي:

١) السيولة: ويقصد بها مدى توافر أصول سريعة التحويل إلى نقدية ، بدون خسائر في قيمتها ، مقابلة ديون مستحقة في مواعيدها دون تأخير وتمثل أهم مقاييس السيولة فيما يلي:

- المعيار النقدي.

- نسبة الاحتياطي القانوني.

- نسبة السيولة.

٢) توظيف الأموال: من أهم مقاييس توظيف الأموال في البنك التجاري:

- معدل إقراض الموارد المالية المتاحة.

- معدل إقراض الودائع.

- معدل استثمار الموارد المالية المتاحة.

- معدل توظيف المواد المالية المتاحة.

- معدل توظيف الودائع. (محمد سويلم، القاهرة، ١٩٩٨ ، ص ٢٠٤)
- (٣) معدلات ملائمة رأس المال:
 - معيار قدرة البنك على رد الودائع.
 - معدل الأصول الخطرة.
 - هامش الأمان في مقابلة مخاطرة الاستثمار.
 - معيار مخاطر التوظيف.
- (٤) الربحية:

يتم قياس رحية البنك الإجمالية ومقارنتها بالبنوك الأخرى بواسطة :

- العائد على حق الملكية.
 - العائد على الأصول. (طارق عبدالعال حماد، مرجع سابق ذكره، ص ٨١ - ٨٢)
- وهنالك مؤشرات أخرى للربحية مثل معدل العائد على رأس المال المدفوع ، ومعدل العائد على الودائع. (سليمان احمد اللوزي، مرجع سابق ذكره ، ص ٢٠٢)

٥،٢،٢ خطوات قياس الأداء:

تختلف مستويات عملية تقييم الأداء حسب الهدف من العملية ، كما أن هناك مؤشرات على أساسها تتم العملية.

- (١) مستويات تقييم الأداء في البنوك التجارية :

من الطبيعي أن يختلف الحكم على مدى كفاءة المصارف التجارية في إنجاز أعمالها، باختلاف المستوى الذي يتم عنده تقييم أدائها ، و وجهة النظر المعتبرة عن كل مستوى ، و تتمثل هذه المستويات أساسا في :

- المستوى الوطني: ويضم البنوك ودورها في توفير الموارد التمويلية اللازمة لقطاعات الاقتصاد الوطني ، باعتبارها عصب الحياة الاقتصادية في المجتمع .

- المستوى القطاعي: أي على مستوى الجهاز المصرفي ، وعلى رأسه البنك المركزي ، و تستهدف قياس الكفاءة من ناحية اتساق قرارات القائمين على أمور البنك التجاري ، مع السياسات النقدية و الائتمانية المستهدفة لتحقيق الاستقرار النقدي .

- على مستوى البنك التجاري ذاته : وذلك يوضع مجموعة من المؤشرات المالية تكون صالحة لتقدير أداء البنوك التجارية من وجهة نظر واحدة ، رغم صعوبة تحقيق ذلك ، وتمكن في نفس الوقت من التعبير إلى حد كبير عن وجهات النظر الثلاث السابقة.

(صلاح الدين حسن السيسى ، مرجع سبق ذكره، ص ٢٤٢)

٢) مؤشرات تقييم الأداء في البنوك التجارية :

يعتبر استخدام النسب المالية من الأدوات المستخدمة في تقييم نشاط البنك ، إذ تمكننا من دراسة و قياس التغيير الزمني في النشاط ، و كذا العلاقات بين العناصر المختلفة للنشاط .

٦.٢.٢ نماذج تقييم الأداء:

تختلف مؤشرات قياس اداء البنوك باختلاف المستفيدين من تقارير الأداء، لذا استخدمت عدة نماذج لهذا الغرض وتتمثل النماذج الأكثر استعمالاً وحداثة ذكر منها:

١) نموذج العائد على حقوق الملكية (ROE):

أعتبر نموذج العائد على حقوق الملكية لفترة الطويلة مؤسراً متكاملاً لوصف وقياس العلاقة المتبادلة بين العائد والمخاطر، وقد أستخدم هذا النموذج في سنة ١٩٧٢م في الولايات المتحدة الأمريكية من طرف (دافيد كول)، كإجراء لتقدير أداء البنك وذلك بواسطة تحليل مجموعة من النسب يتم تلخيصها في عدة أشكال تمكن المحلل من تقييم مصدر وحجم أرباح البنك الخاصة بالمخاطر تم اختيارها، ويمكن تلخيص مؤشرات هذا النموذج في مجموعتين من النسب، مجموعة تتعلق بقياس العائد والربحية ومجموعة أخرى تقيس المخاطر المختارة .

(راشدي سماح، ٢٠١٠/٢٠١١، ص ٩٥)

- المجموعة الأولى:

توضح أهم مؤشرات قياس ربحية البنك المركزي، حيث يتم قياس ربحية البنك من خلال العائد على حقوق الملكية من أكثر المقاييس أهمية لأنه يتأثر بأداء البنك فيما يتعلق بعائد العائد على الأصول، والجدول التالي يبين عناصر المجموعة الأولى.

جدول (١ - ٢)

المدلول	العلاقة	المؤشر
يوضح هذا المؤشر قيمة العائد التي يحصل عليها البنك من خلال إستثماره لوحدة واحدة من حقوق الملكية	صافي الدخل/إجمالي حقوق الملكية	العائد على حق الملكية ROE
يقيس صافي الدخل الناتج عن استثمار الأصول المملوكة	صافي الدخل/إجمالي الأصول	العائد على الأصول ROA
وفيه تتم عملية مقارنة الأصول بحقوق الملكية، كما يعتبر مقياس للربح والمخاطرة	إجمالي الأصول/إجمالي حقوق الملكية	الرافعة المالية EM
تنقيس هذه النسبة صافي الدخل المحقق من كل وحدة من إجمالي الإيرادات كما تبين قدرة البنك على الرقابة والسيطرة على النفقات وتخفيض الضرائب	صافي الدخل/إجمالي الإيرادات	هامش الربح PM
تعبر عن نسبة إجمالي الإيرادات لوحدة واحدة من الأصول	إجمالي الإيرادات /إجمالي الأصول	منفعة الأصول AU

- المجموعة الثانية:

تمثل مؤشرات لقياس المخاطر الرئيسية التي تواجه البنك ويمكن التعبير عن هذه المؤشرات بنسبة واحدة أو عدة نسب، وذلك حسب العناصر المكونة أو المرتبطة بمخاطر معينة، ويمكن تلخيصها في الجدول التالي والذي يبين لنا مختلف المخاطر والتي تتمثل في: مخاطر الائتمان، مخاطر السيولة، مخاطر سعر الفائدة، مخاطر رأس المال، مخاطر التشغيل التي تتعلق بنشاط البنك وكيفية حسابها ومدلولها بالنسبة إلى البنك وتأثيرها عليه.

جدول (٢ - ٢)

المدلول	العلاقة	المخاطر
توضح المخاطر الناجمة عن فقدان كل أو جزء من الفوائد المستحقة أو أصل الدين أو هما معاً.	مخصصات خسائر القروض/إجمالي القروض	مخاطر الائتمان
يشير المقياس إلى مقارنة نسب السيولة النقدية المطلوبة لمقابلة المسحوبات من الودائع والزيادة في القروض.	الودائع الأساسية/ إجمالي الأصول	مخاطر السيولة
يبين مدى حساسية التدفقات النقدية التي تطرأ على مستوى معدلات الفائدة.	الأصول الحساسة للفائدة/ إجمالي الأصول الخصوم الحساسة للفائدة/ إجمالي الأصول	مخاطر سعر الفائدة
تشير إلى الدرجة التي يمكن بها انخفاض قيمة الأصول قبل أن يلحق الضرر بالدائنين والمودعين، أي درجة تغطية حقوق الملكية للأصول ذات المخاطرة.	الأموال الخاصة (حقوق الملكية)/الأصول الخطرة (إجمالي حقوق الملكية/إجمالي الأصول)	مخاطر رأس المال
تشير إلى كفاءة عند الأداء الأنشطة في البنك.	إجمالي المصارييف/عدد العمال	مخاطر التشغيل

٢) نموذج القيمة الاقتصادية المضافة (EVA):

مع التطور الذي شهده النظام المصرفي خلال العشرين الأخيرتين، أصبح نموذج العائد على حقوق الملكية (ROE) لا يفي بغرض تقييم الأداء لكثير من البنوك خاصة الأمريكية، حيث ظهرت مفاهيم جديدة تتعلق بإدارة المخاطر والربحية منها تحليل المدة ومحاسبة التكاليف المسندة لنشاط، وتخصيص رأس المال إسناداً إلى أسلوب القيمة المعرضة للمخاطر وعائد رأس المال المعدل بالخاطرة وغيرها من المفاهيم المالية والمحاسبية، وعلى هذا قد تم اعتماد نموذج جديد يعرف بنموذج القيمة الاقتصادية المضافة EVA الذي يعرف بأسلوب البدء من القمة إلى القاعدة في إدارة المخاطرة. (محمد جموعي، مرجع سابق، ص ٩٣)

كما عرفه (ستيوارت وستانر) بأن نموذج القيمة الاقتصادية المضافة على أنه مقياس للإنجاز المالي ، وتعتبر أقرب من أي مقياس آخر لنقدير الربح الحقيقي والذي يعبر عنه رياضياً أنه صافي الربح التشغيلي بعد الضرائب مطروحاً منه حاصل ضرب رأس المال بكلفة رأس المال، ويمكن تلخيص المعادلة التي يتم من خلالها قياس القيمة الاقتصادية المضافة كالتالي:

$$WACC * EVA = NOPAT - C$$

حيث: EVA القيمة الاقتصادية المضافة

(الأرباح التشغيلية بعد الضريبة) VOPAT: offer operational profile after tax

(C : capital) رأس المال

WACC: weighted average Cost of capital

(التكلفة المتوسطة المرجحة لرأس المال)

وهي تتمثل في المتوسط المرجح لتكلفة الأموال المستخدمة والمشكلة من حقوق الملكية وتكلفة الديون.

- إذا كان EVA أكبر من الصفر: معناه بنك ناجح وهنالك زيادة في ثروة المالك .
- إذا كان EVA يساوي الصفر: حق البنك توازن
- إذا كان EVA أصغر من الصفر: هنالك تآكل في ثروة المالك .

(يوسف بوخلال، الجزائر ، ٢٠١٢ ، ص ٢٠٧)

٧، ٢، ٢ مقاييس تقييم الأداء:

هناك العديد من المقاييس التي يجري عبرها تقييم الأداء المؤسسي للمنشآت المختلفة ويمكن تلخيص

أهم تلك المؤشرات عبر ما يأتي:

- المقاييس المالية -

- مقاييس ملكية حملة الأسهم.

- المقاييس التسويقية.

- مقياس القيمة الاقتصادية المضافة.

- مقاييس الأفراد (العاملين).

أوجه الاختلاف والتباين بين الأداء والأداء المصرفى: □

وتهتم إدارات المصارف بالأداء المالي بعدها مؤسسات مالية وسيطة تتاجر بالأموال أساساً وبعد القاسم المشترك في الدراسات النظرية والتطبيقية وفي عمليات تقييم الأداء ضمن الواقع العملي لمختلف منظمات الأعمال والأداء المالي سيبقى القياس المحدد لمدى نجاح المنظمات.

٣،٢ الصيرفة الإلكترونية

١،٣،٢ مفهوم وأنواع الأعمال الإلكترونية:

١) مفهوم الأعمال الإلكترونية (E-Business Concept)

لقد تعرفنا على مفهوم التجارة الإلكترونية وسوف نستعرض مفهوم الأعمال الإلكترونية ونبدأ ذلك من تعريف شركة IBM والذي يمثل بتحويل عمليات الأعمال بواسطة استخدام تقنيات الأنترنت. وان تعريف IBM يتضمن العمليات التنظيمية والتي تشمل البحث والتطوير والتسويق والتصنيع على النطاق الداخلي والخارجي للمنظمة. وان الصفقات الإلكترونية لجانب البيع للزبائن بالأماكن كذلك اعتبارها كعمليات أعمال.

(العاني-٢٠١٦-ص٣١)

٢) نماذج الأعمال الإلكترونية:

الأعمال الإلكترونية: تمثل الأعمال الإلكترونية ظاهرة تتضمن تغيراً مهماً في هيكلة الأعمال وكذلك في الظروف الاجتماعية والحضارية والاقتصادية والثقافية وتقاعلات السوق وذلك لأن الأفراد والأعمال التجارية أحدهما يكمل الثاني وهو أسلوب جديد ألا وهو الأعمال الإلكترونية.

2003..(Performance

إن الأعمال الإلكترونية تمثل مجموعة من العمليات والنظم والوسائل والتقنيات الرقمية التي تسمح للمنظمات بأن تحدد وتدير علاقاتها في البيئة الداخلية والخارجية المحيطة بها بما يضمن لها تكيفاً وتجاوياً أفضل مع أي تغيير من المحتمل أن يحدث في بيئه الأعمال، وكذلك تسمح في زيادة قدرتها على تحليل الفرص والتهديدات المحتملة وكيفية مواجهتها بالشكل الذي يقلل من تأثيرها على تنفيذ الأعمال. (الصميدعي، ردينة، ٢٠١٢)

وفي الوقت الحاضر تتنافس المنظمات نحو تبني الأعمال الإلكترونية لتحقيق عوائد مالية ومزايا تنافسية في السوق وكسب زبائن جدد والاحتفاظ بهم، وان هذه المزايا تمثل أهداف مثالية لمنظمات الأعمال من وراء تبني الأعمال الإلكترونية.

□ وتصنف نماذج الأعمال الى:

١. الوصول إلى الأسواق الجديدة والزيائن المستخدمين للويب على نطاق واسع للبحث عن الحلول للمشاكل المالية والتسويقية وكثرة المنافسة على صعيد مختلف لأسواق الداخلية والخارجية.
٢. تحسين صورة المنظمة ومكانتها الذهنية والمنتجات من خلال الحضور على الإنترنط الذي يسمح للملايين من مشاهدة ما هو معرض من سلع وخدمات والاطلاع على المعلومات المنشورة عن المنظمة ومنتجاتها، بذلك تصبح موقع المنظمة عبارة عن وسيلة ترويجية وإعلانية واسعة الانتشار.
٣. تحسين مستوى الخدمات المقدمة للزيون التي أساس لبناء علاقة زيون جيدة.
٤. تأسيس علاقات الزيون الأكثر تفاعلية.
٥. إدارة حاجات الزيون ومحاولة تلبيتها.
٦. يسهل عملية الاتصال والتواصل مع الأطراف المختلفة وفهم الزيائن في مختلف البلدان.
٧. تقليل دور الوسطاء والموردين الذي يضيف تكاليف يتم تحديدها على سعر المنتج. والتي تنعكس على القدرة الشرائية للزيائن مما يجعلها عامل جذب لهم.
٨. إدارة الطلب وتسهيل عملية التعامل والتفاوض.
٩. تقليل تكاليف العروض وصفقات التبادل التجاري، ومعالجة الأعمال الإلكترونية. بشكل مباشر بين الأطراف المختلفة من خلال الوصلة الآلية.
١٠. بيع وتسلیم المنتجات الرقمية بشكل فوري.
١١. تقليل وقت التسليم وتكون صفقات تجارية بشكل مباشر وأكثر فورية واستعمال عملية الأعمال الإلكترونية والطلبيات المختلفة وبشكل تفاعلي.

٣) النقود الإلكترونية:

تعتبر خدمات النقود الإلكترونية من أهم الطرق المبتكرة لحل مشاكل النقد وإيصال الخدمات المالية إلى الكثير من الفئات المحرومة منها، إضافة إلى ما تقدمه من قيمة مضافة في تقديم خدمات أفضل بأسعار أقل وفي وقت أسرع، خصوصاً مع الانتشار الواسع للهاتف

المحمول الذي يمكن من خلاله تقديم خدمات النقود الإلكترونية. وقد حققت خدمات النقود الإلكترونية انتشاراً واسعاً في كثير من الدول الفقيرة في أفريقيا وخصوصاً كينيا وأوغندا وتanzania والصومال، حيث أصبحت الخدمات المالية عبر الهاتف المحمول خياراً حيوياً متنامياً لتقديم الخدمات المالية إلى من لا يمتلكون حسابات مصرافية.

١. مفهوم النقود الإلكترونية:

- لا يوجد تعريف موحد للنقود الإلكترونية إلا أن جميع التعريفات تجمع على أنها قيمة مخزنة في وسيلة إلكترونية وتستخدم كأداة دفع، وسنسرد هنا أهم التعريفات الواردة عن بعض المؤسسات الإقليمية والدولية:
 - تعريف المفوضية الأوروبية: هي قيمة نقدية مخزنة على وسيلة إلكترونية، بطاقة أو ذكرة كمبيوتر ومقبولة كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين غير المؤسسة التي أصدرتها، ويتم وضعها في متداول المستخدمين لاستعمالها كبديل عن العملات النقدية وذلك بهدف إحداث تحويلات إلكترونية لمدفوعات ذات قيمة محددة.
 - تعريف البنك المركزي الأوروبي: هي مخزون إلكتروني لقيمة نقدية على وسيلة إلكترونية مثل بطاقة بلاستيكية قد تستخدم في السحب النقدي أو تسويه المدفوعات لوحدات اقتصادية أخرى غير تلك التي أصدرت البطاقة دون الحاجة إلى وجود حساب بنكي عند إجراء الدفع وتستخدم كأداة محمولة مدفوعة مقدماً.
 - تعريف بنك التسويات الدولية: هي قيمة نقدية في شكل وحدات ائتمانيه مخزنة بشكل إلكتروني أو على أداة إلكترونية يحوزها المستهلك.

٢. تعريف النقود الإلكترونية:

الوارد في المنشور رقم ١١ لسنة ٢٠١٤م الخاص بالقواعد التنظيمية لخدمة النقود الإلكترونية عبر الهاتف المحمول بأنها قيم النقود المخزنة إلكترونياً لدى مقدم الخدمة ويتم تبادلها إلكترونياً وتتصف بما يلي:

- تم إصدارها مقابل استلام مبالغ بنفس قيمتها بالعملة المحلية.

- مقبولة كوسيلة دفع بين الأطراف المتعاملة بها.
- قيمتها قابلة للتحويل بين الأطراف المختلفة المتعاملة بها ويمكن إعادة تحويلها إلى نقد بنفس القيمة .

(السماوي/ص ٤١)

٢،٣،٢ تعریف المصارف الإلكترونية:

١. مفهوم الصيرفة الإلكترونية:

تعرف الصيرفة الإلكترونية على أنها "المعاملات المالية بين المؤسسات المصرفية والمالية والأفراد، والشركات التجارية الحكومية متذكرة من التكنولوجيا والابتكار أدواتها لتقديم خدمات مصرفية جديدة ومتعددة للعمل، فتطور العمل المصرفي من أداء خدمات مالية خاصة بحسابات العميل إلى القيام بخدمات المال". تسمح الأنظمة عبر الخط ((online systems)) للزيائين الاستفادة من مجموعة من الخدمات المصرفية انطلاقاً من حاسوب شخصي يتم ربطه بحواسيب البنك عبر الخطوط الهاتفية، وهذا يزيد كثيراً من راحة الزيائين حيث لا توفر الصيرفة الإلكترونية عليهم التقليل فقط بل يجعل استخدام الموزع الآلي للنقد، الصيرفة الهاتفية، والصيرفة بالمراسلة في أغلب الحالات كحالات عمليات غير ضرورية، وتمكن أيضاً من إجراء العمليات ليس فقط على مستوى محلي بل على مستوى عالمي دون انقطاع. (طار محمد منصف، ٢٠٠٢، ص ١٨٠)

وتعمل أيضاً بأنها من أحدث الوسائل في تقديم الخدمات والمنتجات البنكية، وهي تتكون من الأنظمة التي تسمح لعملاء البنك سواءً الأفراد أو المؤسسات بالوصول إلى حساباتهم البنكية، وتنفيذ المعاملات المالية والحصول على المعلومات المتعلقة بالخدمات، والمنتجات البنكية عبر شبكة عامة أو خاصة ومن ضمنها شبكة الإنترنت. (السعيد بريكة، ٢٠١٠، ص ٦٤)

□ كما يجب التمييز بين نوعين من البنوك التي تمارس الصيرفة الإلكترونية :

- البنوك التي ليست لها بيانات.
- البنوك الافتراضية أو بنوك الإنترنت، وهذا النوع من البنوك يوفر مصاريف العقارات والإطارات المصرفية ذات الكفاءات العالية مما يعكس إيجابياً على تسعيرتها.

- البنوك الأرضية: وهي بنوك عادية تعرض بالإضافة إلى المنتجات التقليدية خدمات

الصيرفة الإلكترونية. (لعياس-٢٠٢٠-ص ١٣٢)

٢. خصائص الصيرفة الإلكترونية:

تتميز الصيرفة الإلكترونية بالخصائص التالية :

المساهمة في زيادة حدة التنافس في تقديم الخدمات البنكية الإلكترونية خاصة في ظل الارتفاع المتزايد لحجم ونوعية تلك الخدمات المساهمة في نجاح التطور المتسارع في تكنولوجيا الاتصالات والبرامج المعلوماتية ؛ تتميز عملياتها بالمرونة والسهولة والسرعة ، مما يتيح توسيع دائرة التعامل بها داخل المؤسسات المصرفية ومما يؤمن الحماية والتكميل بين المعلومات والخدمات البنكية الإلكترونية ؛ سهولة التواصل بين الداخل والخارج من خلال شبكة الاتصالات التكنولوجية المتطرفة مما يسمح بتخطي العقبات الجغرافية والزمنية في إنجاز الصفقات المصرفية والاستفادة من المعلومات المجمعة والمخزنة على شبكة الإنترنت العالمية مما يؤدي إلى توسيع الاستثمارات في الداخل والخارج على حد سواء ، دون وجود شخصي مباشر بين أطراف العلاقة البنكية كونها خدمات عبر الحدود لا تعرف قيود جغرافية ؛ تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية بالمقارنة مع الوسائل الأخرى مما يساعد على انتعاش التجارة الإلكترونية وزيادة فرص إنشاء العلاقات التجارية الدولية دون الحاجة لفتح أسواق جديدة وترويج الخدمات المصرفية واستقطاب العملاء وتسخير أعمالها وتلبية حاجاتها ؛ تؤمن البنوك وسائل جديدة للإعلان عن خدماتها المصرفية وإمداد العملاء بالمعلومات عن أرصدقهم ، وتوفير الخدمات الممكنة ، بإدارة الأرصدة وتحويل الأموال إلكترونيا ؛ تخفيض نفقات البنوك لإجراء بعض العمليات البنكية ، مما يوفر تكلفة إنشاء فروع جديدة للبنك في المناطق البعيدة، إذ إن تكلفة إنشاء موقع للبنك على الإنترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد للبنك وما يحتاجه هذا الفرع من أجهزة وعنصر بشري مختص وغيرها ؛ توفير المزيد من فرص الاستثمار وبالتالي زيادة فرص العمل ؛ تسهيل الأبحاث والدراسات ، ووضع خطط جديدة ، وكشف العقبات ومعالجة المشاكل.

(عبد العزيز شافي ، ٢٠٠٧ ، ص ١٥٥)

٣. مستلزمات ومتطلبات قيام الصيرفة الإلكترونية:

متطلبات البنية الأساسية للعمل المصرفي الإلكتروني

إن البنية التحتية الالزمة لتفعيل الصيرفة الإلكترونية تتطلب ما يلي:

- ضرورة توفر شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات الصلة، وترتبط بالشبكة العالمية "الإنترنت" وفقاً لأسس قياسية مؤمنة، وأن يكون التأمين جزءاً لا يتجزأ من تصميم الشبكة وليس إضافة لها في مراحل لاحقة مما قد يزيد من التكلفة زيادة كبيرة. (عامر سعد، ٢٠٠٦، ص ٤٧)

- وضع النظم القياسية التي تتيح الربط وتبادل البيانات بين الجهات المشتركة، ويوجد العديد من هذه النظم التي تحدد قوالب الرسائل المالية، ونظم التأمين القياسية المقترحة للقطاع المالي لتبنيها، وبالتالي إتاحة إمكانية الربط وتبادل البيانات على مستوى العالم ككل. (أحمد صبيح عطية، ٢٠١٥، ص ٤٧)

- وضع خطة متدرجة للبدء في إدخال خدمات صيرفة إلكترونية وفقاً لأولويات تحدها خطة استراتيجية على مستوى البنك المركزي وعلى مستوى البلاد ككل. - وجود كادر بشري مؤهل ومدرب وقدر على إدارة هذه الخدمات بالإضافة إلى إنشاء الهيكل الإداري الذي يتولى التنسيق بين الأطراف المعنية على كافة المستويات. (حبيب محمود، الحارث أسعد، ٢٠١٥، ص ٢٣٥)

- تطوير التطبيقات المصرفية في المصارف ، وتوحيدها للاستفادة من الخبرات المتراكمة بين المصرفيين والفنين في المصارف. إيجاد كافة التشريعات والقوانين والأنظمة الالزمة والضابطة للعمل المصرفي الإلكتروني . (بالعباس-٢٠٢٠-١٣٥)

٤. مزايا البنوك الإلكترونية :

تنفرد 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 عدد أكبر وقاعدة أوسع من العملاء، وفي أي وقت وأي مكان. حيث تتميز البنوك الإلكترونية بقدرتها على الوصول إلى قاعدة عريضة من الزبائن والعملاء، ومن دون التقيد بمكان أو زمان معينين. ومن جانب مهم آخر فإن البنوك الإلكترونية تتيح

لهم إمكانية طلب الخدمة في أي وقت من اليوم الواحد، وعلى طول أيام الأسبوع وهو ما يوفر الراحة للعميل.

-٢ سرية المعاملات والمعاملات، والتي تميز هذا النوع من البنوك، والتي تزيد من ثقة جمهور الزبائن والعملاء فيها.

-٣ تقديم مختلف أنواع الخدمات المصرفية، الكاملة، والمتميزة، والجديدة: حيث 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 التأكيد من أرصادتهم لدى المصرف.
- تقديم طريقة دفع العملاء للكمبيالات المسحوبة عليهم إلكترونياً.
- كيفية إدارة المحافظ المالية من أسهم وسندات للعملاء (طريقة تحويل الأموال لحسابات العملاء المختلفة).

-٤ خفض الثمن: كذلك فإنه من أهم ما يميز البنوك الإلكترونية أن ثمن تقديم الخدمة منخفضة مقارنة بالبنوك العادية ومن ثم 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.

-٥ زيادة كفاءة البنوك الإلكترونية: حيث إنه ومع اتساع شبكة الإنترنت وسرعة إنجاز الأعمال عن البنوك التقليدية أضحت سهلاً على العميل الاتصال بالبنك عبر الإنترنت الذي يعمل على تنفيذ 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 عادةً ما يكونون منشغلين عنه.

-٦ تقديم خدمات متميزة، تحت مسمى خدمات البطاقة: حيث توفر البنوك الإلكترونية خدمات متميزة لرجال الأعمال، والعملاء ذوي المستوى المرموق، مثل خدمات ما يسمى سامبا

الماضية 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، وتشمل على خدمات مجانية على مدار الساعة برقم خاص، مثل خدمة مراكز الأعمال والإعفاء من رسوم عمولات الخدمات البنكية، بالإضافة إلى كثير من الخدمات الخاصة الأخرى. وعموماً 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. (قديجي -٢٠١٥- ص ١٧٨-١٧٩)

٥. معوقات المصادر الإلكترونية:

١) معوقات استخدام الصيرفة الإلكترونية:

من أهم المعوقات التي تحول دون استخدام الصيرفة الإلكترونية من قبل العملاء التالي:

- عدم توفر الأمان والسرية على استخدام القنوات الإلكترونية.
- صعوبة استخدام (مثل صعوبة اللغة أو عدم توفر النشرات الإرشادية).
- قلة الثقة في استخدام الصيرفة الإلكترونية والقناعة بالتعامل مع الفروع مباشرة.
- عدم توفر المهارات الالزمة لاستخدام الخدمة (مثل عدم المعرفة باستخدام الإنترنت).
- استخدام الصيرفة الإلكترونية ينطوي على تلاعب من قبل البنوك (مثل: فرض عمولات أو رسوم إضافية).
- عدم توفر الأجهزة الالزمة لاستخدام القنوات الإلكترونية (مثل عدم توفر حاسوب).
- عدم المعرفة بهذه الخدمات الإلكترونية.
- زيادة الكلفة المرتبطة على استخدام القنوات الإلكترونية وفيها الأعباء المالية الإضافية (مثل الاشتراك في الإنترنت، إجراء مكالمة هاتفية).
- وجود أعطال فنية تحول دون استخدام الصيرفة الإلكترونية وقت الحاجة.
- عدم المعرفة بفوائد القنوات الإلكترونية.

- وجود قيود على الخدمة (مثل تحديد سقف أعلى للسحب النقدي).
- ضعف تسويق الخدمات المصرفية من قبل البنك.
- وجود خدمات مصرفية لا يمكن تقديمها بواسطة القنوات الإلكترونية (مثل الاعتماد المستندي، الكفالة، تحصيل البوالص) . (ناظم محمد نوري الشمري، ١٨٥، ٢٠٠٨)

(٢) معوقات التوسع في الصيرفة الإلكترونية بالنسبة للبنوك التجارية:

أولاً: المعوقات التنظيمية:

- ١) عدم قناعة الإدارة بالجذوى الاقتصادي لتطبيق التكنولوجيا وبالذات الصيرفة الإلكترونية.
- ٢) عدم وجود معرفة بالمميزات والفوائد.
- ٣) عدم توفر روح الإبداع.
- ٤) عدم التوافق والانسجام بينها وبين أنظمة العمل الموجودة بالبنك.
- ٥) عدم توفر سياسة متعلقة بالأمان والسرية.
- ٦) عدم توفر كادر بشري مدرب.
- ٧) عدم امتلاك بنية تكنولوجية تحتية.

ثانياً: المعوقات المالية:

- ١) ارتفاع ثمن الاستثمار المالي مثل ارتفاع شراء الأجهزة والصيانة والتدريب وغيرها.
- ٢) ارتفاع الثمن الإدارية مثل إنشاء وحدة إدارية متخصصة.
- ٣) عدم تخصيص البنك مبلغ دوري لتجديد وتطوير الصيرفة الإلكترونية.

ثالثاً: هناك العديد من المعوقات الأخرى الذي تحول دون توسيع البنوك في الصيرفة الإلكترونية أهمها:

(١) وجود مقاومة للتغيير من قبل العاملين بالبنوك نتيجة التغير في أداء العمل والخوف من فقدان الوظيفة.

(٢) عدم وجود عدد كافي من العملاء للتعامل مع هذه التطبيقات.

(٣) انخفاض الوعي المصرفية لدى العملاء وقلة الثقة.

(٤) عدم وجود قوانين تشجع البنوك على تبني الصيرفة الإلكترونية.

(ناظم محمد نوري الشمري، ٢٠٠٨، ١٨٥)

٣,٣,٢ أدوات الصيرفة الإلكترونية:

أدوات الصيرفة الإلكترونية هي خدمات مصرفية عبر الإنترن特 تمكن العملاء من إجراء مجموعة من العمليات المصرفية عبر شبكة الإنترن特، مثل تحويل الأموال، ودفع الفواتير، والاستعلام عن حساباتهم، وغيرها من الخدمات. يمكن للعملاء استخدام هذه الخدمات من أي مكان في العالم، وفي أي وقت يرونونه مناسباً، ونوجز هذه الأدوات فيما يلي:

١) بنوك الإنترن特 (Internet Banks)

قبل التطرق إلى موضوع بنوك الإنترن特 لا بد من الإشارة إلى نشأة شبكة الإنترن特، ففي مؤتمر (لندن) عام ١٩٩٨ حول دمج التقنيات تحدث بيل غيتس (رئيس مجلس إدارة شركة Microsoft) العالمية قائلاً: يجب النظر إلى الإنترن特 على أنه أمر مسلم به وأضاف قائلاً إن المؤسسات التي تأخذ بتقنية الإنترن特 هي التي سيكتب لها البقاء، والمؤسسات التي لا تواكب التغيير ستبقى في المؤخرة من هذه العبارة تظهر أهمية استخدام التقنيات الإلكترونية في العمل المصرفي وخصوصاً على صعيد المنافسة المصرفية محلية أو عالمية.

وتعود نشأة الإنترنط إلى عام ١٩٥٧ في أثناء الحرب الباردة بين الولايات المتحدة والاتحاد السوفيتي سابقاً ، وكانت تسمى (Arpanet) نسبة إلى وكالة المشاريع البحثية المتقدمة الأمريكية (Projects Agency)، وسميت بعد ذلك بال (Arpanet) نسبة إلى وكالة المشاريع البحثية المتقدمة لدائرة الدفاع الأمريكية (Advanced Research) ، وقد تطورت تلك الشبكات في عام ١٩٦٩ ، وأنشأت مؤسسة العلوم الوطنية الأمريكية لخدمة الباحثين والعلماء ، وتعد العمود الفقري لشبكة الإنترنط الحالية، وتم إنشاء شبكات خاصة لتقديم هذه الخدمات ،

و مع بداية التسعينيات انتشرت شبكة الإنترت انتشاراً واسعاً عبر العالم. (2000, Fuller pp. 67-، 68)

و تُعرف بنوك الإنترت وتسمى أيضاً البنوك الافتراضية (Virtual Banks): بأنها تلك البنوك التي تستخدم الإنترت كقناة للحصول على الخدمات المصرفية مثل: فتح حسابات الإيداع، و تحويل الأموال، والحصول على الخدمات المصرفية الجديدة. وبعد الإنترت هو جوهر عمل هذه البنوك، و تعتبر بنوك | الإنترت مجال التنافس الرئيسي بين البنوك. (الشريف ، ٢٠٠٠).

٢) جهاز الصراف الآلي:

هي أجهزة اتصال محوسبة تمكن عملاء المؤسسات المالية من الوصول للخدمات المقدمة من قبل تلك المؤسسات، بحيث يتم التعرف على العميل بمجرد إدخال البطاقة البلاستيكية ذات الشريط المغнط. (منير، ٢٠١٢، ص ١٣)

٣) البنك الخلوي (Mobile Bank):

التعريف والخدمات التي يقدمها البنك تعريف الخدمة: يمكن تعريف البنك الخلوي بأنه تقديم مجموعة من الخدمات المصرفية الإلكترونية للعميل عبر هاتفه الخلوي.

● الخدمات التي يقدمها:

١- الاستفسار عن رصيد الحساب.

٢- الاستعلام عن آخر (١٠) حركات على الحساب.

٣- التحويل من حساب إلى حساب داخلي.

٤- طلب كشف حساب.

٥- طلب دفتر شيكات.

٦- ملخص أرصدة الحساب.

٧- تغيير الرقم السري.

٨- وقف بطاقة الفيزا إلكترون.

٩- تسديد فواتير الفاست لينك.

١٠- أسعار العملات الرئيسية.

١١ - أسعار الفوائد على الدينار والعملات الأجنبية.

١٢ - تغيير الرقم السري.

● متطلبات وشروط الخدمة:

١- هاتف خلوي.

٢- اشتراك العميل بخط Data Line بواسطة شركة الاتصالات الخلوية.

٣- بطاقة فيزا إلكترون ورقم سري للدخول على الخدمة.

٤- إدخال Profile الخاص بالبنك على الجهاز الخلوي، إما من خلال البروشور الخاص بالخدمة أو من خلال الاتصال مع شركة الاتصالات الخلوية. (نظم محمد نوري

الشمري، ٢٠٠٨، ١٨٥)

٤) البنك الفوري أو تسمى مركز خدمة العملاء:

التعريف والخدمات التي يقدمها البنك تعريف الخدمة:

هي القناة الإلكترونية التي يستطيع العميل إنجاز معاملاته بواسطة استخدام الهاتف وبالتالي الحصول على العديد من الخدمات ، وللاستفادة من خدمات البنك الفوري يجب أن يكون للعميل حساب لدى البنك وحاصل على بطاقة فيزا إلكترون ورقمها السري أو أن يكون العميل حاصل على الرقم السري الخاص بالبنك الناطق.

● الخدمات التي يقدمها البنك:

١. التحويل الفوري من حساب إلى حساب.

٢. إدخال التحويلات الدورية.

٣. طلب كشف حساب يرسل على جهاز الفاكس.

٤. إصدار الحالات الداخلية.

٥. إصدار وتسييد الحالات بالعملة الأجنبية.

٦. إصدار وتسييد الحالات السريعة Western Union

٧. إصدار الشيكات المصرفية.

٨. إصدار الشيكات المصدقة.
 ٩. إصدار شهادة الملاعة.
 ١٠. طلب دفتر شيكات.
 ١١. الاستفسار عن أرصدة حساباتك الودائع والقروض.
 ١٢. إيقاف صرف شيك.
 ١٣. إلغاء إيقاف صرف شيك.
 ١٤. تجميد ووقف بطاقة الفيزا.
 ١٥. إيداع شيكات مودعة برسم التحصيل قبل استحقاقها في الحساب.
 ١٦. طلب الاشتراك في خدمة البنك الناطق.
 ١٧. الاستفسار عن أسعار الفوائد على الودائع بالعملة المحلية والأجنبية.
- (ناظم محمد نوري الشمري، ٢٠٠٨، ١٨٥)

٤، ٣، ٢ البطاقات الإلكترونية:

١) تعريف البطاقات الإلكترونية:

هي بطاقات بلاستيكية يصدرها البنك لمصلحة عملائه بدلاً من حمل النقود ولها شكل مستطيل وتحمل اسم المؤسسة المصدرة لها وشعارها وتاريخ انتهاء صلاحيتها بشكل بارز على وجه البطاقة ورقمها واسم حاملها ورقم حسابه وتوقيعه ، حيث تمكّنه من سحب المبالغ النقدية من أجهزة السحب وتقديمها كأداة وفاء للسلع والخدمات .

٢) أنواع البطاقات الإلكترونية:

١) بطاقات الفيزا: وهي بطاقة تحول حاملها لإجراء عمليات الشراء والسحب النقدي ضمن

قف البطاقة المحدد لكل عميل، ويوجد نوعين من بطاقات الفيزا:

- بطاقات الفيزا الوفائية وتسمى **CHARGE CARD** وهي بطاقات الفيزا التي

يتم خصم قيمة المطالبات المستحقة على العميل في نهاية كل دورة (مطالبة

شهرية) ويتم اشعار العميل بعد أن يتم خصم قيمة المطالبة من حسابه وتزويده بكشف حساب يظهر التفاصيل المبالغ المقيدة عليه .

- بطاقات الفيزا الائتمانية أو تسمى أيضاً (Credit CARD) وهي بطاقات فيزا تصدر ضمن سقوف محددة ويتم دفع قيمة المبالغ المحسوبة على أقساط شهرية قد تكون مثلاً ٥ % من المبلغ المحسوب ، ويتقاضى البنك فائدة على المبلغ المستغل عادة يبلغ ١,٨ % ، بالإضافة لعمولة السحب النقدي الذي تبلغ عادة ٤ % ، وهذا النوع من البطاقات تتميز بوجود مدة سماح بدون فوائد تكون في العادة ٢٥ يوماً من تاريخ انتهاء الدورة المالية.

(٢) بطاقات الماستركارد الائتمانية: وهي بطاقات ائتمان تصدر لعملاء البنك ضمن شروط معينة ويسقى محدد تخول حامليها القيام بعمليات شراء السلع والخدمات لدى التجار الذين يمتلكون أجهزة (Epos)، وتحمّل حامليها ميزات ميسرة لسداد المبالغ المحسوبة على أقساط شهرية بحيث يتم رفع سقف البطاقة بالمبالغ المسددة مما يتيح للعميل استغلال المبالغ المسددة مرة أخرى . (نفس المرجع ، ص ١٠١)

□ توجد ثلاثة أنواع من الماستركارد (محلية، فضية، وذهبية)

وهي تختلف حسب قيمة السقف المالي وقيمة القسط الشهري وكذا سعر الفائدة على المبالغ المستغلة، ومن مزايا هذه البطاقة:

- قدرة شرائية في أكثر من ١٧ مليون مؤسسة في العالم.

- تسهيلات ائتمانية بدون فوائد على المشتريات والسحب النقدي لمدة ٢٥ يوم من تاريخ إغلاق الدورة المالية إذا تم تسديد المبالغ المالية المطلوبة بحلول هذه المدة.

- تمكن من الحصول على نقد فوري بواسطة آلاف البنوك الأعضاء حول العالم.

- خدمات قانونية وطبية في الحالات الطارئة حول العالم.

- تأمين مجاني لحوادث السفر يصل لغاية مليون دولار أمريكي.

(ناظم محمد نوري الشمري وعبد الفتاح زهير عبداللات ، مرجع سابق ، ص ٧٨ - ٧٩)

٤،٢ مفهوم وانواع البنوك التجارية:

١) مفهوم البنك التجاري:

تعرف البنوك التجارية على أنها إحدى أهم المؤسسات الوسيطة وأقدمها، والمحركة الأساسية للتنمية الاقتصادية ، وظيفتها الأساسية قبول الودائع الجارية وودائع التوفير ، ولأجل من الأفراد والمشروعات والإدارات العامة ، وإعادة استخدامها لحسابه الخاص ، في منح الائتمان والخاص وبقية العمليات المالية للوحدات الاقتصادية غير البنكية. (الدليمي، العراق ١٩٩٠، ص ١١٧)

وفقاً للمفهوم التقليدي للبنوك التجارية على أنها مؤسسات ائتمانية غير متخصصة تتولى قبول الودائع من الأفراد وتلتزم بدفعها عند الطلب، أو بعد أجل قصير متفق عليه، كما تمنح القروض قصيرة الأجل الذي تزيد مدتها على سنة قابلة للتجديد ويطلق عليها كذلك بنوك الودائع .

أما المفهوم الحديث للبنوك التجارية فلم يقتصر فيه الأمر على قيامها عمليات الائتمان طويلة الأجل عن طريق تمويل المشروعات الصناعية، والهيئات العامة برؤوس الأموال الثابتة وشراء السندات الحكومية والمشاركة في الكثير من الأحيان في المشروعات الصناعية ولقد تطور دور البنوك التجارية في منح الائتمان فلم يعد يقتصر الأمر على منح الائتمان ولكن تجاوز الأمر إلى خلق وسائل جديدة وهي نقود الودائع. (سوزي عادل ناشد، لبنان، ٢٠٠٥، ص ٢١٠).

كما تعرف على أنها مؤسسات تمارس عمليات الائتمان "الإقراض والاقتراض" إذ تستقبل ودائع الزبائن، مع فتح حسابات لكل عميل تتبعه بتسديد مبالغها عند الطلب أو من أجل، كما تقدم القروض لهم. (ذهبيه بلعيد ، اليابنة، ٢٠٠٨/٢٠٠٧، ص ٢٢)

٢) أنواع البنوك التجارية:

يمكن تقسيم المصادر التجارية من منظورات متعددة على النحو التالي:

- من حيث نشاطها ومدى تغطيتها للمناطق الجغرافية:

١- المصادر التجارية العامة: ويقصد بها تلك المصادر التي يقع مركزها الرئيسي في العاصمة أو إحدى المدن الكبرى وتبادر نشاطها من خلال فروع أو مكاتب على مستوى الدولة أو

خارجها. وتقوم هذه المصارف بكافة الأعمال التقليدية، وتنمح الائتمان القصير والمتوسط الأجل، إضافة إلى أنها تباشر كافة مجالات الصرف الأجنبي وتمويل التجارة الخارجية.

٢- المصارف التجارية المحلية: ويقصد بها تلك المصارف التي يقتصر نشاطها على منطقة جغرافية محدودة نسبياً مثل محافظة معينة أو مدينة أو ولاية أو إقليم محدد، ويعق المركز الرئيسي للمصرف والفرع في هذه المنطقة المحددة. وتتميز هذه المصارف بصغر الحجم.

- من حيث حجم النشاط:

١- مصارف الجملة: ويقصد بها المصارف التي تتعامل مع كبار العملاء والمنشآت الكبيرة.

٢- مصارف التجزئة: وهي عكس النوع السابق حيث تتعامل مع صغار العملاء، والمنشآت الصغرى لكنها تسعى لاجتذاب أكبر عدد منهم، وتتميز هذه المصارف بما تتميز به متاجر التجزئة فهي منتشرة جغرافياً، وتعامل بأصغر الوحدات المالية قيمة من خلال خلق المنافع الزمنية والمكانية، ومنفعة التملك، والتعامل للأفراد، وبذلك فإن التجزئة تسعى إلى توزيع خدمات المصرف من خلال المستهلك النهائي.

- من حيث عدد الفروع:

(١) المصارف متعددة الفروع: وهي مصارف تتخذ في الغالب شكل الشركات المساهمة من حيث الشكل القانوني ولها فروع متعددة تعطي أغلب أنحاء الدولة، وتتبع اللامركزية في تسيير أمورها حيث يترك للفرع القيام بأعماله وكأنه مركز رئيسي، ولا يرجع للمركز الرئيسي للمصرف إلا فيما يتعلق بالأمور الهامة التي ينص عليها في لائحة المصرف، وبطبيعة الأمر فإن المركز الرئيسي يضع السياسة العامة التي تسير الفروع، وتخضع للقوانين العامة للدولة وليس لقوانين المحافظات التي يقع الفرع في نطاقها الجغرافي، وتميل هذه المصارف إلى التعامل في القروض قصيرة الأجل وذلك لتمويل رأس المال لضمان سرعة استردادها للفرض، إضافة إلى تعاملها بالقروض متوسطة الأجل وكذلك طويلة الأجل ولكن بدرجة محدودة.

(٢) مصارف السلسل: وهي عبارة عن سلسلة من المصارف نشأت نتيجة لنمو حجم المصارف التجارية، وزيادة حجم نشاطها واتساع نطاق أعمالها وتكون السلسلة من عدة فروع منفصلة عن بعضها إدارياً، ولكن يشرف عليها مركز رئيسي واحد يقوم برسم السياسات العامة التي تلتزم بها مختلف وحدات السلسلة، وينسق بين مختلف الوحدات.

(٣) مصارف المجموعات: وتأخذ شكل شركة قابضة تدير مجموعة من الشركات التابعة التي تعمل في النشاط المصرفي، حيث تقوم الشركة القابضة بالإشراف على الشركات التابعة وتضع لها السياسات العامة بينما يترك لها تنفيذ هذه السياسات بشكل لامركزي. وتأخذ هذه المصارف طابعاً احتكارياً، انتشرت هذه المصارف في أوروبا الغربية والولايات المتحدة الأمريكية.

(٤) المصارف الفردية: تقوم هذه المصارف على ما يتمتع به أصحابها من ثقة، وبطبيعة الحال فإنها منشأة فردية تكون محدودة رأس المال وتقتصر معاملاتها في المجالات قصيرة الأجل، ثم توظيف الأموال في الأوراق المالية والأوراق التجارية المخصومة، وغير ذلك من الأصول عالية السيولة والتي يمكن تحويلها إلى نقود بسرعة وبدون خسائر.

(٥) المصارف المحلية: وهي مصارف تغطي منطقة جغرافية محددة كمدينة أو محافظة أو ولاية وتتعرض هذه المصارف للقوانين الخاصة التي تعمل بها، كذلك فهي تتعامل مع البيئة التي توجد بها وتعمل على تقديم الخدمات المصرفية التي تناسبها.

- ويمكن إضافة تقسيم آخر للمصارف التجارية بحسب احتمالها للشريعة الإسلامية كما يلي:

- ١) المصارف التجارية التقليدية: وهي المصارف التي تتعامل بالفائدة أخذًا وعطاءً في تعاملاتها.
- ٢) المصارف التجارية الإسلامية: وهي مصارف لا تتعامل بالفائدة أخذًا وعطاءً في تعاملاتها وإنما تعمل على أساس شريك عامل عن طريق إعادة الاستثمار في شكل مربحة أو مضاربة وغيرها من الصيغ الاستثمارية الإسلامية. (محمد الصيرفي، 2005، ص 32-35)

٥. الخدمات المصرفية في المصارف التجارية:

تقوم المصارف التجارية بتقديم خدمات متعددة يمكن تقسيمها إلى خدمات كلاسيكية وأخرى حديثة كما يلي:

١. الخدمات الكلاسيكية للمصارف التجارية:

وتتمثل أهم الخدمات القديمة للمصارف التجارية فيما يلي:

١) الوظائف التقليدية للبنوك التجارية:

وهي عبارة عن قرض مستحق على المصرف للمودعين وتنقسم إلى عدة أقسام مثل الودائع الجارية والودائع الآجلة وودائع الأدخار، والتي سيتم تفصيلها لاحقاً في مصادر واستخدامات المصارف التجارية ، ومن أهم الوظائف التقليدية للبنوك التجارية:

- تقديم الاعتمادات المستدبة: ويعتبر من أهم الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية حيث يُعد أساس الحركة التجارية (الاستيراد - التصدير) في كافة أنحاء العالم والتي تُنفذ من خلال شبكة المراسلين للمصارف حول العالم.

ويُعرف بأنه "طلب يقدم به المتعامل من أجل سداد ثمن مشتريات بضائع من الخارج ، يقوم المصرف بموجبه عن طريق المراسلين بسداد القيمة بالعملة المطلوبة للسداد.

وتنفذ الاعتمادات المستدبة من خلال أسلوبين: الأول اعتماد مستندي بالاطلاع ويفتح هذا النوع من الاعتمادات مقابل تأمين نقدi ويدفعه العميل مقدماً وتحدد قيمته حسب درجة الثقة بالعميل وبأوضاعه المادية ، والثاني يُعرف بالاعتماد المستندي المؤجل الدفع ، ويتم الدفع بموجبه في وقت آجل بعد شحن البضاعة وتقديم المستندات.

- الكفالات المصرفية (خطابات الضمان): وهي عبارة عن "تعهد خطى مكتوب يصدر عن المصرف بناءً على طلب العميل بدفع مبلغ مُحدد يمثل قيمة الكفالة لأمر المستفيد خلال مدة سريانها.

وعلى المصرف في حالة منح الكفالة للعميل التحقق من قدرته على تنفيذ الأعمال التي حددت الكفالة من أجلها، وتتدخل في بعض الأحيان التسهيلات المباشرة مع غير المباشرة كما يحدث عندما يتحول الالتزام العرضي في الاعتماد أو خطاب الضمان إلى التزام مباشر على المصرف تجاه الجهة المستفيدة.

وأخيراً فإن الكفالات المصرفية تُعد من الخدمات المصرفية الهامة، حيث تعتبر أداة للتعامل الاقتصادي الداخلي والخارجي على حد سواء وبالأخص في مجال التعاقدات والمقاولات.

(خالد عبدالله وابراهيم الطراد، ٢٠٠٦، ص ١٧٢)

- منح القروض والسلفيات المختلفة: وتعتبر هذه الخدمة من أكثر الاستثمارات جاذبية بالنسبة للمصارف التجارية، نظراً لارتفاع معدل العائد المتولد عنها بالمقارنة مع العائد المتولد من الاستثمارات الأخرى. وتصنف القروض إلى أشكال عده من أهمها: تاريخ الاستحقاق، وتوقيت دفع الفوائد، ووجود رهن من عدمه. فمن حيث تاريخ الاستحقاق تقسم إلى قروض طويلة ومتوسطة وقصيرة الأجل، كما أن هناك القروض التي تُسدد على أقساط دورية، أما من حيث توقيت دفع الفوائد فهناك القروض التي تدفع عنها الفوائد مع قيمة القرض في تاريخ الاستحقاق، والقروض التي تخصم منها قيمة الفوائد مقدماً، على أن يلتزم العميل بسداد قيمة القرض بالكامل عندما يحين أجله، ومن حيث الرهن فهناك القروض برهن و بموجبه يلتزم المقترض بتقديم أحد الأصول كرهن لضمان سداد قيمة القرض، ومن ثم ينبغي أن تكون القيمة السوقية للأصل المرهون أكبر من قيمة القرض. أما القرض بدون رهن فعادة ما يقدم للمقترضين المعروفين بجديتهم في التعامل والتزامهم بمقتضيات الاتفاق، وعادة ما تكون مراكزهم المالية قوية ومن العملاء الدائمين الذين يحتظون بقدر ملائم من الودائع لدى المصرف المُقرض. (مثير هندي، ١٩٩٦، ص ٢١٠-٢١١)

- تحصيل الأوراق التجارية وخصمها: وهي عبارة عن سندات مالية تجارية تتضمن تعهد بدفع مبلغ من النقود في تاريخ استحقاق معين وقابلة للتداول عن طريق التظهير الناقل للملكية ومحكمة بقوانين التجارة في الدولة، ومنها السندات الإذنية (الكمبيالات) وسندات السحب.

وقد يكون بعض هذه الأوراق مقبولة الدفع من أحد المصارف خصوصاً سندات السحب التي تمول عن طريق التجارة العالمية في الاستيراد والتصدير، وهي وسيلة متعارف عليها عالمياً لتسوية الديون وتأتي أهميتها من سهولة تحويلها إلى نقود عن طريق خصمها لدى المصرف، ويعني أن يقوم المصرف بدفع قيمة الورقة التجارية قبل استحقاقها لحامليها أو مقدمها للمصرف مقابل خصم معين كفائدة عن قيمة الورقة لمدة بين تاريخ الخصم ووقت الاستحقاق. ويقوم المصرف عادة بتحصيل القيمة في تاريخ الاستحقاق من الملتم بالدفع أو الساحب، وهذا النوع من عناصر

الموجودات يمتاز كذلك بدرجة عالية من السيولة لأن استحقاقاتها تكون من شهر إلى (١٢) شهر، أي بمعدل ستة أشهر من الاستحقاق وأن المصرف المركزي يقوم بإعادة خصم هذه الأوراق التجارية إذا عرضت عليه من قبل المصرف المعنى وعند الضرورة ضمن شروط معينة. وتجلب عادة هذه الأوراق سعراً عالياً من الفوائد لأنها تحمل مخاطر عدم السداد عند الاستحقاق خصوصاً الكمباليات. (خالد عبدالله وابراهيم الطراد، ٢٠٠٦، ص ٩٢)

- التعامل بالعملات الأجنبية بيعاً وشراءً: و تعد هذه العملية من الخدمات المصرفية الهامة وخاصة في مجال الاعتمادات المستندية وتسديد الالتزامات المالية بالعملات المختلفة للمصارف الخارجية وتحصل المصارف مقابل هذه العملية على مقابل تحويل العملات للخارج ، بالإضافة إلى خدمات عديدة مثل إصدار الشيكولات السياحية والقيام بعملية التحويل الداخلي والخارجي، إصدار السندات والأسهم.

٢. الخدمات الحديثة للمصارف التجارية:

توسيع نطاق عمل ونشاط المصارف التجارية لتدخل خدمات حديثة بجانب الخدمات الكلاسيكية منها ما ينطوي على ائتمان ومنها لا ينطوي على ائتمان وأبرز هذه الخدمات ما يلي:

١) تقديم خدمة البطاقات الائتمانية:

تعتبر هذه الخدمة من أشهر أنواع الخدمات المبتكرة في المصارف التجارية، حيث تتلخص في منح العميل بطاقة بلاستيكية تحتوي على معلومات تتضمن اسم العميل ورقم حسابه، وبإمكان العميل وبموجب هذه البطاقة أن يستفيد أو يتعامل بالعديد من الخدمات التي يحتاجها من المحلات التجارية والمتفقة مع المصارف على قبولها منح الائتمان أو التسهيل لحامل البطاقة، كما يتطلب منه أن يسدد قيمة هذه الخدمات إلى المصرف خلال مدة متقدّمة على أنها من تاريخ استلامه قائمة عن المشتريات التي قام بها خلال الفترة الماضية، وتحقق المصارف مزايا عديدة من هذه الخدمة أهمها ما يلي :

- المردود الذي تحصل عليه المصارف من خلال هذه الخدمة كونها تتقاضى عمولة بيع من المحلات التجارية و محلات الخدمات من قيمة المبيعات التي تمت بواسطة هذه البطاقة.

- تعمل المصارف على استثمار أموالها إلى حدود كبيرة بما تسمح به الموارد المخصصة للاستثمار.
- تضمن المصارف جزءاً كبيراً من الرزائين المستفيدين من هذه الخدمة كمتعاملين دائمين لها.
- يقوم أصحاب المحلات المشتركين بالنظام بفتح حسابات مختلفة مع هذه المصارف من أجل تسهيل أعمالها.
- يعتبر هذا الإجراء جزءاً من تسويق الخدمة المصرفية.

(صادق الشمرى، ٢٠٠٩ ص ٤٧-٤٨)

غير أنه تواجه هذه البطاقة عدة مشاكل من أبرزها ما يلي:

- احتمال عدم الدقة بالرغم من أن حوادث عدم الدقة ضئيلة جداً، ولكنها سرعان ما تنتشر أخبارها وبالتالي التأثير على سمعة المصرف.
- السرقة ويتمثل في سرقة البطاقات أو إصاعتتها واستعمالها من قبل الغير، وهذه حالات نادرة أيضاً، لذلك فإن المصارف تحاط لمنع هذا الأمر حيث يتطلب من أصحاب البطاقة التبليغ عن سرقة أو ضياع بطاقتهم بأسرع ما يمكن وعبر الهاتف للمصرف لوقف التعامل بها.
- في حالة التعامل بالبطاقة من قبل مصارف متعددة، فإن التكاليف تكون عالية بالنسبة للمصرف عندما يتحقق عنصر المنافسة بين المصارف، أو إنها تؤثر سلباً على أسعار العمولة التي يتلقاها المصرف من العميل، بالإضافة إلى تكاليف توزيع البطاقات التي لا يستعملها أصحابها، وإلى الخسائر الناجمة عن عدم الأمانة في استعمال البطاقات.
- الخطر على سيولة المصرف نظراً لكبر حجم التعامل، حيث أن كبر حجم القروض المجانية من حملة هذه البطاقات يدعو المصرف إلى تخفيض استثماراته في المجالات الأخرى.
- المنافسة من قبل المصارف الأخرى والمؤسسات التي قد تصدر بطاقات خاصة بها كمحطات البنزين وشركات الطيران، مما قد يقلل من حجم المتعاملين مع المصرف.

٢) إدارة صناديق الاستثمار:

وهي من الخدمات الهامة التي تعتمد عليها المصارف التجارية حالياً، والصناديق الاستثمارية عبارة عن "وحدات مالية تجمع نقود الاستثمار من المستثمرين وتستخدم الأموال لتكوين محفظة

متنوعة من الأوراق المالية للصناديق الاستثمارية، كما أنها تعتبر من الأدوات والوسائل لجذب الودائع أو مدخرات الجمهور وبالأخص منهم صغار المستثمرين" وتعتبر صناديق الاستثمار في الوقت الحالي أداة مهمة في نقل وتجميع المدخرات وقد بدأت بأعداد متزايدة وكبيرة، حيث أنها تعمل على توفير ميزة السيولة العالية وتكليف متدنية للمستثمرين لا يمكن الحصول عليها من خلال الاستثمار المباشر. ولها ميزة هي مسألة اقتراض الصندوق للأموال لرفع قدرته على الاستثمار حيث يمكن لصندوق الاستثمار في الأسهم أن يقترض من المصارف بضم الأسهم ثم يشتري أسهماً أخرى على اعتبار أن سعر الفائدة على القرض هو أقل دوماً من العائد على الاستثمار في هذه الأسهم ليتمكن الصندوق من تحقيق أرباح عالية للمستثمرين. (صادق الشمرى، 2009، ص 49-50).

(٣) خدمات التأجير التمويلي:

تعبر هذه الخدمة عن علاقة تعاقدية طويلة الأجل بين المؤجر والمستأجر، حيث تقوم على فكرة تمويل استعمال المعدات خلال معظم أو كل العمر الإنتاجي للأصل المؤجر، مقابل قيمة إيجارية محددة وعادة ما يبلغ إجمالي القيمة الإيجارية المدفوعة خلال مدة العقد معظم أو كامل تكلفة الأصل محل الإيجار بالإضافة إلى هامش ربح مناسب للمؤجر.

يُشار إلى أن هذه الخدمة تعتبر من الخدمات المبتكرة في معظم دول العالم المتقدمة ومن خصائص هذه الخدمة ما يلي:

- تمكين المصرف من حيازة الأصول الرأسمالية اللازمة لنشاطه دون أن يضطر إلى تجميد جزء كبير من أمواله إذا ما قام بشرائها، مما يوفر للمشروع مستوى أكبر من السيولة.
- يعتبر الوسيلة الوحيدة للمصرف للحصول على حق استعمال موجودات أساسية لآجال طويلة دون زيادة قاعدة رأس المال المنشأة.
- تُمكن المصرف من عمليات الإحلال والتجديد، ومواكبة التطور التكنولوجي مما يسهم في زيادة القدرة التنافسية للمنتجات.
- يمكن للمستأجر سداد إيجار الأصل من العائد المتحقق من هذا الأصل وهو في حالة التشغيل الكامل وبالتالي يقل ما يتحمله المصرف من أعباء مالية.

- الاستفادة من المزايا الضريبية لعملية التأجير حيث أن قيمة إيجار المعدات يتم استقطاعها من الوعاء الضريبي للمشروع (المستأجر) باعتبارها تكاليف لازمة للحصول على الدخل الخاضع للضريبة.

- يُعتبر شرط التأجير أكثر يسراً وملائمة من الاقراض خاصة وأن المخاطرة تصبح مشتركة بين المؤجر والمستأجر.

- حماية المصرف المستأجر من آثار التضخم في المدى القصير وذلك بالنسبة للأصول الرأسمالية المستأجرة. (خالد عبدالله وإبراهيم الطراد، ٢٠٠٦، ص ٣٧٥-٣٧٦).

٤) تقديم خدمات استشارية للمتعاملين:

أصبحت معظم المصارف تشتراك في إعداد الدراسات المالية المطلوبة للمتعاملين معها لدى إنشائهم للمشروعات، حيث يتم على ضوء هذه الدراسات تحديد الحجم الأمثل للتمويل المطلوب، وكذلك طريقة السداد ومدى اتفاقها مع سياسة المشروع في الشراء والإنتاج والبيع والتحصيل، على أساس أن الفلسفة المصرفية السليمة تعتبر مصلحة المصرف ومصلحة المشروع مصالح مشتركة، حيث أنه كلما ارتفعت كفاءة المشروع كلما كان ذلك أفضل للمصرف الذي يموله باعتباره ضمنياً لتسديد الالتزامات المترتبة عليه في الوقت المتفق عليه. وقد يلاحظ أن تقديم هذه الاستشارات ليس له علاقة مباشرة بطبيعة نشاط المصرف لكن التجارب العملية التي مرت بها المصارف تتحتم على إدارتها التفهم والإلمام الكامل بها فالمسؤول في المصرف كثيراً ما يجد نفسه في مركز المستشار المالي للمشروع الذي يتوقع منه أن يدعمه في جميع الظروف التي يمر بها وأن يكون مستعداً لإبداء الرأي السليم لأصحاب المشروعات، وكثيراً ما نرى التنافس بين المصارف يعتمد أساساً على كفاءة الإدارة فيها واستعدادها لتقديم خدمات جيدة ومبكرة للمتعاملين مع مصارفهم وذلك لكسب ثقة المشروعات المختلفة خاصة وأنه قد أصبح واضحاً أن مصلحة المشروع ومصلحة المصرف هي مصلحة مشتركة.

(فلاح الحسيني ومؤيد الدوري، ٢٠٠٦، ص ٣٦-٣٧).

٥) ادخار المناسبات:

تشجع بعض المصارف للمتعاملين معها أن يقوموا بالادخار لمواجهة مناسبات معينة مثل مواجهة نفقات مواسم الاصطياف، أو الزواج أو تحمل نفقات تدريس الطلبة في الجامعات أو شراء الهدايا

حيث تعطيهم فوائد مجانية على هذه المدخرات وتمنحهم تسهيلات ائتمانية خاصة تتناسب مع حجم مدخراتهم، وتمنحهم الحق في الاقتراض بشروط سهلة كالحصول على مبالغ توازي ضعف المبلغ المدخر مثلاً عند حلول المناسبة المدخر من أجلها.

وهذا النوع من الخدمات المصرفية يؤدي إلى زيادة موارد المصرف نتيجة تراكم مدخرات المتعاملين على فترات دورية حتى حلول موعد المناسبة التي يدخل من أجلها ذلك العميل.

(فلاح الحسيني ومؤيد الدوري، ٢٠٠٦، ص ٣٧)

٦) خدمات مالية إلكترونية عديدة مثل :

- مراجعة الحساب المصرفي للعميل: تتيح المصارف التجارية للعميل مراجعة حسابه في أي وقت وكذلك مراجعة آخر التعاملات التي تمت، كما يمكن أيضاً فتح حساب لدى المصرف من خلال استخدام بطاقة الائتمان.
- تحويل المدخلات: تقوم المصارف التجارية بتقديم خدمة تحويل الأموال من حساب إلى آخر، وبعض المصارف تقوم بهذه العملية فور طلب العميل لها والبعض الآخر يأخذ بعض الوقت.
- دفع الفواتير: يمكن لعملاء المصرف التجاري دفع أي فواتير خاصة به من خلال موقع المصرف على الإنترنط مقابل رسوم معينة وبعض المصارف تقدم هذه الخدمة مجاناً والبعض الآخر يقدم هذه الخدمة مجاناً في حدود معينة لمبلغ الفاتورة.
- تحديد المواصفات الخاصة بالعميل: بعض المصارف تسمح للعميل بتحديد مواصفات الصفحة الخاصة به مثل تغيير استخدامات بعض الأزرار حيث تقوم بسؤال العميل عدداً من الأسئلة لتصميم عروض تتناسب مع إمكانياته ورغباته.
- توفير أسواق جديدة للمستهلك: يُقدم المصرف التجاري عروض خاصة لمنتجات غير مصرافية من خلال توضيح عناوين هذه الأماكن على الصفحة الخاصة بالمصرف مع إعطاء تخفيضات إذا تم الشراء من هذه المواقع.
- فتح حساب جار بفوائد: حيث يتم فتح حساب جار بفوائد كوسيلة لجذب العملاء وتشجيعهم على استخدام الإنترنط، حيث تضع بعض المصارف آلة حاسبة للقيام بالعمليات الحسابية.

- إعادة جزء من رسوم ماكينات الدفع الآلي: بعض مصارف الإنترنت لا تمتلك ماكينات دفع خاصة بها وبالتالي تعرض للعميل إمكانية استخدام ماكينة مصرف آخر مع إعادة رسوم استخدام هذه الماكينة للعميل.
- شراء شهادات الادخار: تعرض المصارف التجارية معدلات فائدة أعلى على هذه الشهادات إذا تم الشراء عن طريق الإنترنت نظراً لشدة المنافسة بين المصارف فيما يتعلق بمعدلات الفائدة.
- الحصول على القروض: حيث يمكن الحصول على القروض من خلال موقع المصرف على الإنترنت فوراً كما يمكن مقارنة أسعار الفائدة التي تقدمها المصارف الأخرى وذلك من خلال موقعها الخاص.
- خدمات التخطيط المالي: مع زيادة درجة التعقد في الأسواق تقوم المصارف بمساعدة العملاء في إدارة أموالهم حيث يمكن للعميل أن يستخدم موقع المصرف على الإنترنت بإدخال مجلد العمليات المقترحة فيقوم المصرف بتحديد أيها أعلى فائدة وأقل مخاطرة قبل إعطاء الأمر بالقيام بالعملية.
- تقديم خدمات تأمينية: حيث تسمح بعض المصارف للعميل بمعرفة عروض التأمينات المتاحة بكل أنواعها والمقارنة فيما بينها لاختيار أفضل العروض التأمينية.
- خدمات السمسرة: تقدم بعض المصارف التجارية خدمات السمسرة وذلك لمساعدة العملاء على شراء أفضل الأسهم عن طريق موقع المصرف على الإنترنت، وبالاخص العميل غير المحترف كوسيلة سهلة ومضمونة نظراً للنصائح التي يقدمها المصرف للعميل.
- الخدمات الفنية: من أبرزها تعديل البرامج الخاصة بعملاء المصرف لتنتوافق مع البرامج الخاصة بالمصرف وذلك فيما يتعلق ببرامج إدارة الأموال.
- الخدمات الضريبية: ويتم من خلال مساعدة العميل في الحصول على معلومات عن حجم الضرائب المطلوب دفعها بعد مراجعة الأرباح والمصروفات الخاصة بالعميل.

(محمد الصيرفي، 2006، ص ص 69-72).

٦،٢ اهداف البنوك التجارية:

تكمّن أهداف البنوك التجارية في النقاط التالية:

□ **الأمان :**

يتسم رأس المال البنك التجاري بالصغر، وهذا يعني صغر حافة الأمان بالنسبة للمودعين الذين يعتمد البنك على أموالهم كمصدر للاستثمار، فالبنك لا يستطيع أن يستوعب خسائر تزيد عن قيمة رأس المال فإذا زادت الخسائر عن ذلك فقد تلتهم جزء من أموال المودعين والنتيجة تكون إعلان إفلاس البنك، لذلك يتّأثر عنصر الأمان من مدى ثقة إدارة البنك بأن التسهيلات المصرفية التي تمنحها لعملائها سيتم تسديدها في الوقت المحدد، ويستدعي التوصل إلى التوصل إلى قرار بشأن مدى توفر الأمان للقرض ما يلي:

- ١- أهلية المقترض للتعاقد على الاقتراض.
- ٢- السمعة التجارية للمقترض ومدى انتظامه في الوفاء بالتزاماته.
- ٣- مدى نجاح المنشآت في أعمالها ومكانتها في السوق.
- ٤- مدة القرض، فكلما قصرت المدة كلما ساعد ذلك في التقدير الأدق للمخاطر المحيطة بالقرض.

□ **السيولة:**

فيعتبر هدف السيولة من أهم أهداف البنك التجاري، وذلك من خلال احتفاظ البنك بالقدر المناسب من السيولة من العوامل الرئيسية في زيادة مقدرة البنك في الحصول على ودائع إضافية من العملاء واستقطاب مزيد من المدخرات.

□ **الربحية:**

تسعى إدارة البنك دائمًا إلى تحقيق أكبر ربح ممكن لأصحاب البنك إذ أن المعيار الأساسي لمدى كفاءة الإدارة هو حجم الأرباح التي تتحقق، وإذا حققت الإدارة أرباحاً أكثر فإن ذلك يعني أنها أكثر كفاءة من غيرها إلا أن الاندفاع نحو تحقيق الربحية دونأخذ بعين الاعتبار المخاطر التي تترجم عنها قد يؤدي بالبنك إلى الورق في الأزمات السيولة التي تهدد مركزه المالي والثقة فيه.

(أحمد فريد مصطفى، ٢٠٠٠، ص ٢٥٢)

□ أبعاد الصيرفة الإلكترونية:

- تحسين الأداء المصرفـي: ويـشمل تحسـين الأداء المـالي وـذلك بـزيـادة الـربحـية وـخفـض التـكـالـيف وـإـدارـة السـيـولـة وـتـقـليل المـخـاطـر، بـالـإـضـافـة إـلـى تـحـسـين كـفـاعـة الـعـمـلـيـات الدـاخـلـية من خـلـل خـفـض الجـهـد وـالـسـرـعة فـي إـنجـاز الـعـمـلـيـات وـالـاسـتـجـابـة لـمـتـطلـبـات العـمـلـاء.
- الأداء: تـفـيـذ أمر أو مـهـام أو وـاجـب أو أـنـشـطـة من طـرف شخص أو مـجمـوعـة من الأـشـخاص للـقـيـام بـه.
- موقع البنك: هي المـنـطـقة الجـغرـافـية التي يـوجـد فـيهـا الـبـنـك وـيـقـدم الخـدـمـات المـصـرـفـية المـخـتـلـفة لـلـعـمـلـاء.
- الـصـرـفـات الـآلـية: هو جـهاـز الـكـتـرـوـنـي يـوـفـر لـعـلـاءـيـات المـؤـسـسـات المـالـيـة إـجـراء الـعـمـالـات المـالـيـة فـي الـأـماـكـن الـعـامـة كـبـدـيل عنـ الـحـاجـة إـلـى موـظـفـ. للـقـيـام بـأـي عـمـلـية.
- الـهـاـفـ: هو آـلـة أو جـهاـز يـسـتـخدـم لـنـقـل الصـوت بشـكـل فـورـي بـيـن مـكـانـيـن متـصلـيـن بـخـطـ هـاـفـ ثـم خـلـل الـبـدـالـة وـيـوـجـد جـهاـز هـاـفـ عـلـى كلـ طـرف مـنـهـما.

الفصل الثالث:

الدراسة الميدانية

تمهيد

تناول هذا المبحث الإجراءات التي اتبعها الباحثون لتطبيق أداة البحث والتحليل الوصفي للبيانات، حيث تناول عرضاً للطريقة والإجراءات التي أتبعت في تنفيذ البحث ، وشمل ذلك وصفاً لمجتمع البحث وعينتها، وطريقة إعداد أداتها، والإجراءات التي اتخذت للتأكد من صدقها وثباتها، والطريقة التي اتبعت لتطبيقها، والمعالجات الإحصائية التي تم بموجبها تحليل البيانات الأساسية، والتوزيع التكراري والإحصاء الوصفي لبيانات البحث ، وقد تناول الباحثون ذلك بشيء من التفصيل كما يأتي:

مجتمع البحث □

يعرف مجتمع البحث بأنه: جميع الوحدات (الأفراد، أو الأحداث، أو الأشياء ...الخ) التي يتم اختيار وسحب العينة منها بالفعل" ، وبذلك فإن مجتمع البحث هو جميع العناصر التي يمكن تعميم النتائج عليه (العريفي، ٢٠١٤، ١٥٦).

وقد تكون مجتمع البحث الأصلي من موظفي البنك التجاري.

عينة البحث □

تم اختيار (٥٠) فرداً من مجتمع البحث بطريقة عشوائية لتمثل عينة البحث، حيث قام الباحثون بتوزيع عدد (٥٠) استبيان على المستهدفين، وتم استرجاع عدد (٤٥) استبيان بنسبة بلغت (٩٠%)، وبفارق (٥) استبيانات بنسبة (١٠%) ، وتم تحليل (٤٥) استبيان، وللخروج بنتائج دقيقة قدر الإمكان حرص الباحثون على تنوع عينة البحث من حيث شمولها على الخصائص الديموغرافية للعينة وهي:(الجنس ، المؤهل العلمي ، سنوات الخدمة ،الدرجة الوظيفية)، والجدول التالي يوضح عدد الاستبيانات الموزعة والمسترجعة والمفقودة كالتالي:

جدول رقم (٣/١) يوضح عدد الاستبيانات الموزعة والمعاددة بعد تعبئتها.

الصالحة	المستبعدة	المفقودة	المسترجعة	الموزعة	
45	0	5	45	50	
90%	0.00%	10%	90%	100%	

أداة البحث عبارة عن الوسيلة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات الازمة عن الظاهرة موضوع البحث، وهناك العديد من الأدوات المستخدمة في مجال البحث العلمي للحصول على المعلومات والبيانات، وقد اعتمد هذا البحث على وسليه الاستبانة كأداة رئيسية للحصول على البيانات والمعلومات الازمة.

وتعرف الاستبانة بأنها:

(أداة من أدوات البحث تتألف من مجموعة من المفردات مصحوبةً بجميع الإجابات الممكنة عنها، أو بفراغ للإجابة عندما تتطلب إجابة مكتوبة، وعلى الفرد أن يحدد ما يراه أو ينطق عليه فيها، أو يعتقد أنه الإجابة الصحيحة على كل مفردة من المفردات، أو أن يكتب في الفراغ المحدد ما يعتقد أو يراه أو يشعر به تجاه ما تقيسه هذه المفردات). (خطاب، ٢٠٠٨: ٣٩٩).

هذا وجاء اعتماد البحث على الاستبانة لمزاياها المتعددة المتمثلة في الآتي: (الرافعي، ١٩٩٩: ١٩٢)

١. إمكانية تطبيقها للحصول على معلومات عن عدد من الأفراد.
 ٢. قلة تكلفتها وسهولة تطبيقها.
 ٣. سهولة وضع الأسئلة وترسي ألفاظها وعباراتها.
 ٤. توفر وقت المستجيب وتعطيه فرصة التفكير.
 ٥. يشعر المجيبون عنها بالحرية في التعبير عن آراء يخشون عدم موافقة الآخرين عليها.
- وتحقيقاً لهذا الهدف تم تصميم استبانة بهدف معرفة رأي أفراد العينة حول موضوع البحث دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء المصرفي ، وتم تعريضها للتحكيم من قبل ثلاثة أكاديميين ، وت تكون الاستبانة من قسمين:

القسم الأول: يتضمن البيانات الشخصية والتظيمية عن أفراد العينة والتي شملت: (الجنس ، المؤهل العلمي ، سنوات الخدمة ، الدرجة الوظيفية).

- القسم الثاني: ويتضمن عبارات البحث الأساسية: وقد تضمن محوريين رئيسين ، وهما:
- المحور الأول: الصيرفة الإلكترونية: ويحتوي على (١٥) عبارة موزعة على ثلاثة أبعاد هي:
- البعد الأول: موقع البنك ، ويكون من ٦ عبارات.

البعد الثاني: الصرفات الآلية ، ويكون من ٤ عبارات.

البعد الثالث: الهواتف ، ويكون من ٥ عبارات.

المحور الثاني: الأداء المصرفـي ، ويحتوي على (١٢) عبارة.

□ اختبار صدق وثبات الأداة:

يُعرف صدق أداة البحث بأنه: "مدى تمكن أداة جمع المعلومات أو إجراءات القياس من قياس ما صممت من أجل قياسه ، كما يقصد بالصدق "شمول الاستمارـة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية ثانية، بحيث تكون مفهومـه لكل من يستخدمها".

(عيادات وآخرون، ٢٠٠١: ٢٦٠)

وقد قام الباحثون بالتأكد من صدق أداة جمع المعلومات بثلاث طرق:

- ١- الصدق الظاهري (صدق المحكمـين):

يعني الصدق الظاهري أن تبدو أدلة القياس ظاهريـاً تقيـس ما وضعـت فعلاً لقياسـه، شـكل الأداة ومظهر الفـقرات يتناسب مع المقصود بها، من حيث نوع الفـقرات وكيفـية صياغتها، ومدى مناسبتها ووضوحـها للمـستجيبـين، كما يـشير إلى تعليمـات المـقياس من حيث الوضـوح والمـوضوعـية، ومدى مناسبـة المـقاييس للـهدف الذي وضعـ من أجلـه.

فـبعد انتهاء البـاحثـون من إعداد الاستـبانـة وتحـديد المـقياس المستـخدم وصياغـة فـقرـات المـحاورـ، تم عـرض الاستـبانـة على مـجمـوعـة من المحـكمـين من ذـوي الخبرـة والمـعـرـفة في مجال المـالـيـة والمـصرـفـيـة والإـحـصـاء والـبـحـثـ العلمـي من أجل الاستـفادـة من خـبرـاتـهم وعـرفـتهم وقد استـجابـ البـاحـثـون لـآراءـ المحـكمـين وقامـوا بإـجـراءـ ما يـلزمـ من حـذـفـ وتعديلـ في ضـوءـ المقـرـحـاتـ المـقدمـةـ وخرجـتـ الاستـبانـةـ في صـورـتهاـ النـهـائـيةـ (ملـحقـ..).

- ٢- صدق الاتـسـاقـ الدـاخـليـ:

يـقصدـ بالـصدقـ الدـاخـليـ للأداـةـ: مـدىـ اـرـتـباطـ كلـ عـبـارـاتـ الـبعـدـ بالـدـرـجـةـ الـكـلـيـةـ للـبعـدـ والـدـرـجـةـ الـكـلـيـةـ لـلـمـجاـلـ الـذـيـ تـنـتمـيـ إـلـيـهـ، وقدـ استـخدـمـ البـاحـثـونـ معـاملـ الـارـتـباطـ بـيرـسـونـ لـلتـأـكـدـ منـ اـرـتـباطـ العـبـارـاتـ، وـكانـتـ نـتـائـجـ كـماـ هيـ مـبـيـنةـ بـالـجـداولـ التـالـيـةـ :

أولاًـ: معـاملـ الـاتـسـاقـ الدـاخـليـ لأـبعـادـ المـحـورـ الأولـ (الـصـيـرـفـةـ الـإـلـكـتـرـوـنـيـةـ)

جدول رقم (٣/٢) معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من أبعاد المحور الأول ودرجة البعد الذي

تنتمي إليه:

معامل الارتباط	مستوى الدلالة	العبارة	م
		بعد الاول / موقع البنك	
.871**	.000	يقدم البنك خدمة الصرافة عبر الانترنت	1
.709**	.000	يقدم البنك خدمة نقاط الدفع الالكترونية	2
.745**	.000	يقدم البنك خدمة الاستعلام عن خدماته عبر الموقع	3
.805**	.000	يروج البنك لخدماته عبر الموقع الإلكتروني	4
.793**	.000	يعمل الموقع الالكتروني للبنك على تقديم العروض المصرفية على مدار ٢٤ ساعة	5
.895**	.000	يتم الرد على استفسارات العملاء عبر الموقع الإلكتروني	6

البعد الثاني / الصرافات الآلية		
.881**	.000	يقدم البنك خدمة الصرف الآلي داخل المبني
.704**	.000	يقدم البنك خدمة الصرف الآلي خارج مبني البنك
.702**	.000	يوفر البنك أجهزة الصرف الآلي في مناطق جغرافية متعددة
.867**	.000	خدمة الصرف الآلي متكاملة من حيث الإيداع والسحب والاستعلام عن الأرصدة
البعد الثالث / الهواتف		
.867**	.000	يقدم البنك خدمة الصيرفة المنزلية عبر الهاتف
.712**	.000	يقدم البنك خدمة التحويل عبر الهاتف المصرفي
.789**	.000	يقدم البنك خدمة البنك الناطق
.682**	.000	يوفر البنك خدمة الاستعلام عن الأرصدة عبر الهاتف
.898**	.000	يقدم البنك خدمة الرسائل النصية عبر الهاتف المحمول

* دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠٠١). ** دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠٠٥).

المصدر/ من إعداد الباحثون (نتائج التحليل)

تبين من الجدول السابق أن كافة عبارات بعد الأول(موقع البنك) ذات ارتباط مع الدرجة الكلية للبعد الذي تنتهي إليه ، حيث كان معامل ارتباط العبارات مع بعد الذي تنتهي إليه بين (٧٠٩. - ٨٩٥.**) وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة(٠٠١) لكافة العبارات، و كان معامل ارتباط عبارات بعد الثاني(الصرافات الآلية) مع بعد الذي تنتهي إليه بين (٧٠٢. - ٨٨١.**) وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة(٠٠١) لكافة العبارات، وكان معامل ارتباط عبارات بعد الثالث(الهواتف) مع بعد الذي تنتهي إليه بين (٦٨٢. - ٨٩٨.**) وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة(٠٠١) لكافة العبارات، وبهذا يكون الباحثون تأكداً من الاتساق الداخلي لعبارات المحور الأول (الصيغة الإلكترونية).

ثانياً: معامل الاتساق الداخلي لأبعاد المحور الثاني(الأداء المصرفي)

جدول رقم (٣/٣) معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من المحور الثاني التي تنتهي إليه :

معامل الارتباط	مستوى الدلالة	العبارة	م
		الأداء المصرفى	
.929**	.000	تساهم الصيرفة الإلكترونية في الاستجابة السريعة لطلبات العملاء	1
.904**	.000	استخدام الصيرفة الإلكترونية تحقق كفاءة عالية في إنجاز المعاملات المصرفية	2
.919**	.000	استخدام الصيرفة الإلكترونية رفع مستوى الرضا عن العملاء	3
.889**	.000	استخدام الصيرفة الإلكترونية يؤدي إلى زيادة عدد المتعاملين مع البنك	4
.904**	.000	استخدام الصيرفة الإلكترونية ساعد ترشيد الموارد المادية لدى البنك	5
.909**	.000	استخدام الصيرفة الإلكترونية أدى إلى تعزيز الوصول إلى الفئات التي يستهدفها البنك	6
.880**	.000	استخدام الصيرفة الإلكترونية أدى إلى زيادة أرباح البنك	7
.915**	.000	استخدام الصيرفة الإلكترونية أدى إلى تعزيز الميزة التنافسية للبنك	8
.825**	.000	استخدام الصيرفة الإلكترونية عزز من مواكبة التطورات التكنولوجية المتتسارعة في البيئة المصرفية	9
.883**	.000	استخدام الصيرفة الإلكترونية أدى إلى تقليل فترة انتظار العميل عند تقديم الخدمة	10
.910**	.000	استخدام الصيرفة الإلكترونية يحقق الاستجابة السريعة لاحتاجات العملاء	11
.927**	.000	استخدام الصيرفة الإلكترونية ساعد في تحسين أداء العاملين	12

* دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (٠,٠١). * دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (٠,٠٥)

المصدر / من إعداد الباحثون (نتائج التحليل)

تبين من الجدول السابق أن كافة عبارات المحور (الأداء المصرفى) ذات ارتباط مع الدرجة الكلية للعبارات الذي تنتهي إليه، حيث كان معامل ارتباط العبارات مع البعد الذي تنتهي إليه بين ((٩٢٩.- *٨٢٥.- **)) وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١) لكافة العبارات ، وبهذا يكون الباحثون تأكروا من الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني (الأداء المصرفى).

- ٣ ثبات الأداة:

لمعرفة ثبات أداة البحث يتم إجراء اختبار الفا كرونباخ (α Cronbach's) لمعرفة ثبات عبارات الاستبانة ومصدقتيها وأسلوب ألفا كرونباخ يعتمد على مدى تقارب استجابات عينة البحث على عبارات الأداة ، فكلما تقاربت الإجابات عينة البحث ارتفعت درجة الثبات، ويتبع ذلك درجة المصداقية ، حيث أن الحد الأدنى لثبات الاستبانة هو أن تكون درجة الثبات (0.65)، وكلما اقترب الرقم من (الواحد الصحيح)، دل على اتفاق آراء العينة حول عبارات الاستبانة أي أن لهم رأياً شبه موحد فيما يتعلق بالعبارة. وللتتأكد من ثبات الاستبانة بعد تطبيقها تم استخدام البرنامج الاحصائي spss لإيجاد معامل الثبات (الфа كرونباخ) ودرجة المصداقية، وكانت النتائج كما هي مبينة بالجدول التالي:

جدول رقم (٣/٤) نتائج اختبار ثبات ومصدقية أبعاد ومحاور أداة البحث (الاستبانة)

معامل الثبات	الأبعاد	المحور
% 94	موقع البنك	
% 92	الصرافات الآلية	الصيرفة
% 92	الهواطف	الإلكترونية
% 95	الإجمالي	
% 99		الأداء المصرفي

المصدر: إعداد الباحثون بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

يتبيّن من الجدول (٣/٤) أن قيمة معامل أبعاد محاور الأداة تراوحت بين (٩٢% - ٩٤%)، كما تبيّن أن معامل ثبات المحور الأول (الصيرفة الإلكترونية) كان (٩٥%)، بينما معامل ثبات المحور الثاني (الأداء المصرفي) كان (٩٩%)، وهذا يعني أن الاستبانة تتمتع بثبات عالٍ جداً، ويعود هذا إلى أن العينة متجانسة في الاستجابة على الاستبانة ويمكن الاعتماد على النتائج في تعميمها على مجتمع البحث بدرجة كبيرة.

□ مقياس البحث :

تم قياس درجة الاستجابات المحتملة على الفقرات إلى تدرج خماسي حسب مقياس ليكرت الخماسي (Likart Scale)، في توزيع اوزان اجابات أفراد العينة والذى يتوزع من أعلى وزن له والذى أعطى له (٥) درجات والذى يمثل في حقل الاجابة (موافق بشدة) الى أدنى وزن له والذى اعطى له (١) درجة واحدة وتمثل في حقل الاجابة (غير موافق بشدة) وبينهما ثلاثة اوزان . وقد كان الغرض من ذلك هو اتاحة المجال أمام أفراد العينة لاختيار الإجابة الدقيقة حسب تقدير أفراد العينة.

ويمكن توضيح كيفية احتساب التقدير اللغطي لمحاور البحث، وذلك باستخراج المدى كما هو معروف عن طريق حساب الفرق بين أعلى قيمة وأدنى قيمة على النحو التالي:

المدى = $1 - 5 = 4$ ، ويتم تحديد طول الفئة بقسمة المدى على عدد القيم على النحو التالي: طول الفئة = $4 \div 5 = 0.8$ ، وبالتالي يتم تحديد فئات المقياس وفقاً للجدول التالي:

جدول (٣/٥) يوضح كيفية احتساب التقدير اللغطي لأسئلة فرضيات البحث

درجة التطبيق	كيفية احتساب التقدير اللغطي		
ضعيفة جداً	غير موافق بشدة	%٣٦	أقل من ١,٨٠
ضعيفة	غير موافق	٥٢٪ - أقل من ٢,٥٩	من ١,٨٠ - أقل من ٢,٥٩
متوسطة	محايد	٥٢٪ - أقل من ٣,٣٩	من ٢,٦٠ - أقل من ٣,٣٩
عالية	موافق	٦٨٪ - أقل من ٤,١٩	من ٣,٤٠ - أقل من ٤,١٩
عالية جداً	موافق بشدة	٨٤٪ - ١٠٠٪	من ٤,٢٠ - ٥

□ أساليب التحليل الإحصائي:

اعتمد الباحثون على برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية ("spss" Statistical Package for Social Sciences) في عملية تحليل البيانات واختبار الفرضيات وقد استخدم الباحثون الوسائل الإحصائية التالية:

١- معامل ارتباط بيرسون 'Correlation Person' s: لمعرفة مدى وجود علاقة من نوع الارتباط بين محاور البحث وفقراتها، وقد استخدم البحث لقياس الاتساق الداخلي لعبارات الاستبانة والصدق البنائي.

- ٢- اختبار ألفا كرونباخ Alpha' Cronbac's: للتأكد من ثبات أداة البحث ومدى مصداقية آراء العينة.
- ٣- التكرارات والنسب المئوية: لوصف المتغيرات الديموغرافية لعينة البحث، واستجابات أفراد عينة البحث على عبارات الاستبانة.
- ٤- اختبار الانحدار الخطي البسيط لدراسة العلاقة بين محاور المتغير المستقل (والمتغير التابع).

٣،٣ تحليل وتقدير البيانات الأساسية لعينة البحث

يهدف تحليل البيانات الأساسية لعينة البحث، لمعرفة مدى تمثيل إجابات الوحدات المبحوثة لمجتمع البحث، ومن ثم تقديم إحصائيات وصفية للبيانات الشخصية، وقد تم تلخيص هذه البيانات في جداول وأشكال توضح قيم كل متغير لتوضيح عدد المشاهدات لقيمة الواحدة داخل المتغير في شكل أرقام ونسب مئوية، وعن طريق التفريغ التي أجريت لاستمرارات الاستبانة توصل الباحثون إلى المعلومات التالية:

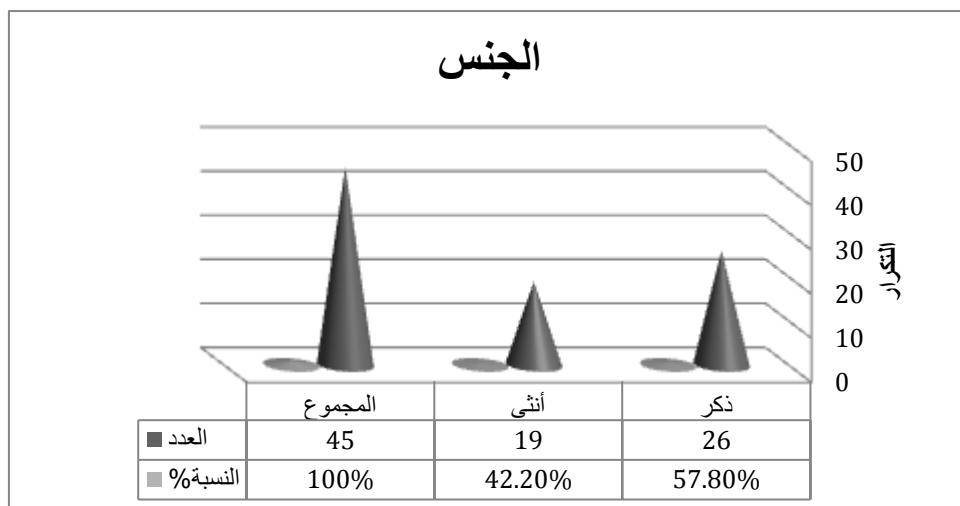
١. توزيع أفراد عينة البحث وفقاً لمتغير الجنس

جدول رقم (٣/٦) التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير الجنس

النسبة%	العدد	الجنس
57.8 %	26	ذكر
42.2 %	19	أنثى
100 %	45	المجموع

المصدر: إعداد الباحثون من نتائج البحث الميدانية.

شكل رقم (٣/١) التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق الجنس



يتضح من الجدول (٣/٦) والشكل رقم (٣/١) أن:

معظم أفراد عينة البحث من الذكور وبنسبة(57.8%) من حجم عينة البحث، بينما الإناث فمثنت نسبة (42.2%)

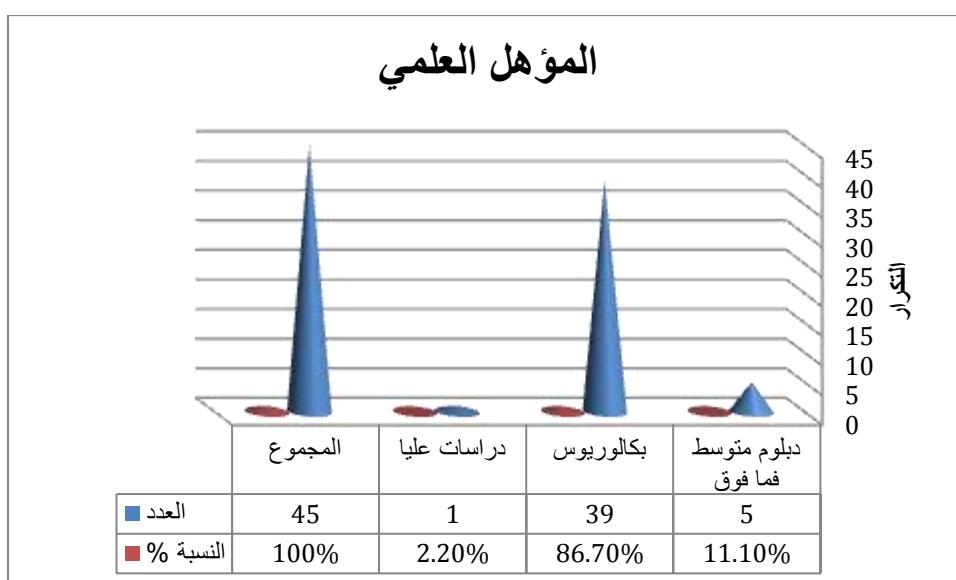
٢. توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي:

جدول رقم (٣/٧) يوضح التوزيع التكراري لإفراد العينة وفق متغير المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	العدد	النسبة %
دبلوم متوسط فما فوق	5	11.1 %
بكالوريوس	39	86.7 %
دراسات عليا	1	2.2 %
المجموع	45	100 %

المصدر: إعداد الباحثون من نتائج البحث الميدانية.

شكل رقم (٣/٢) التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق المؤهل العلمي



يتضح من الجدول رقم (٣/٨) والشكل رقم (٣/٣) أن:

معظم أفراد العينة من الذين مؤهلاتهم (بكالوريوس) حيث بلغت نسبتهم (86.7 %)، ثم الذين مؤهلاتهم (دبلوم متوسط فما فوق) حيث بلغت نسبتهم (11.1 %)، وأقلهم الذين مؤهلاتهم (دراسات عليا) حيث بلغت نسبتهم (2.2 %) من حجم عينة البحث.

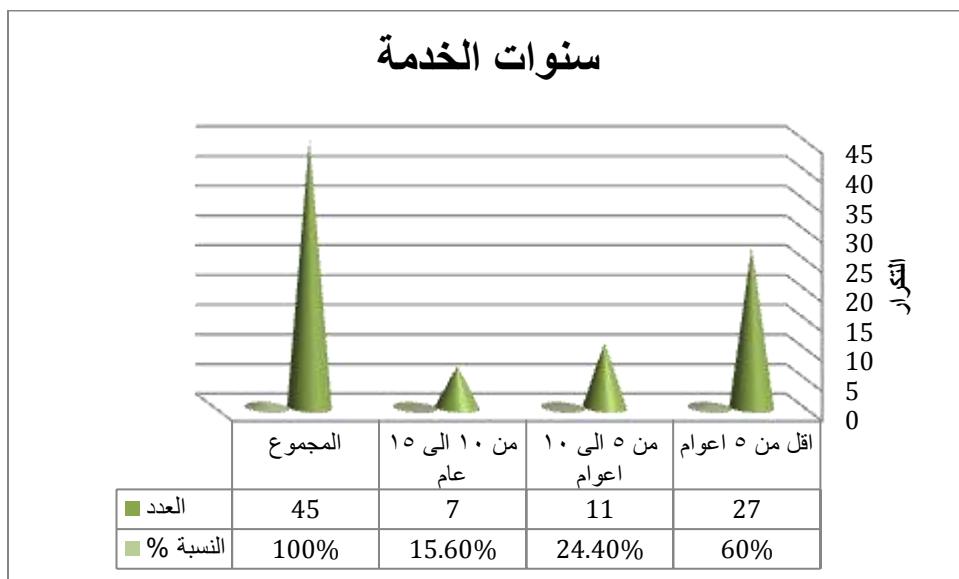
٣. توزيع إفراد العينة حسب عدد سنوات الخدمة:

جدول رقم (٣/٨) يوضح التوزيع التكراري لإفراد العينة وفق متغير عدد سنوات الخدمة

سنوات الخدمة	العدد	النسبة %
اقل من ٥ اعوام	27	60 %
من ٥ الى ١٠ اعوام	11	24.4 %
من ١٠ الى ١٥ عام	7	15.6 %
المجموع	45	100 %

المصدر: إعداد الباحثون من نتائج البحث الميدانية.

شكل رقم (٣/٣) التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق عدد سنوات الخدمة



يتضح من الجدول رقم (٣/١٠) والشكل رقم (٣/٥) أن: معظم أفراد العينة كانوا من ذوي سنوات الخدمة (اقل من ٥ اعوام) بنسبة (٦٠٪)، يلي ذلك من ذوي سنوات الخدمة (من ٥ الى ١٠ اعوام) بنسبة (٤٪٢٤)، وأقلهم من ذوي سنوات الخدمة (من ١٠ الى ١٥ عام) بنسبة (٦٪١٥) من حجم عينة البحث.

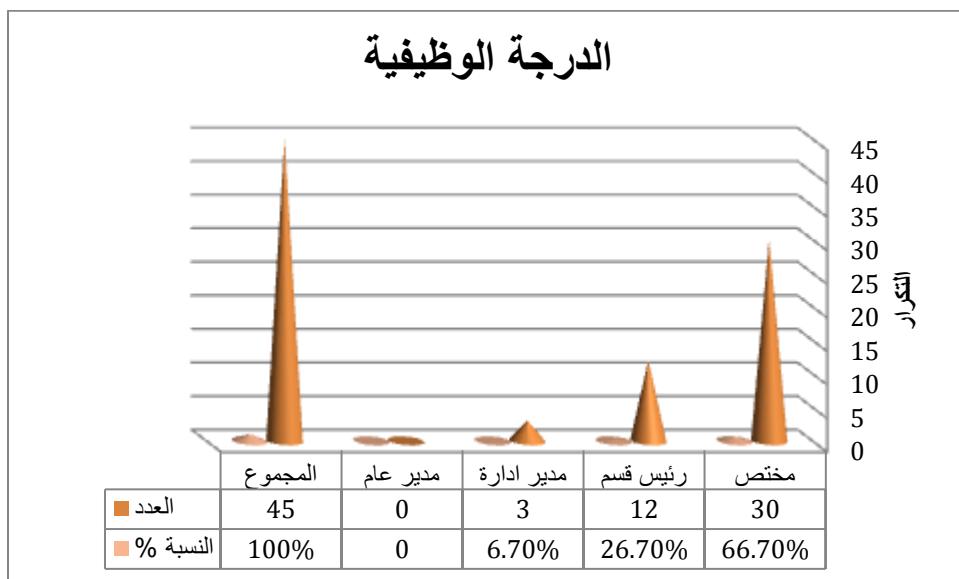
٤. توزيع إفراد العينة حسب الدرجة الوظيفية

جدول رقم (٣/٩) يوضح التوزيع التكراري لإفراد العينة وفق متغير الدرجة الوظيفية

الدرجة الوظيفية	المجموع	العدد	النسبة %
مختص	30	66.7 %	
رئيس قسم	12	26.7 %	
مدير ادارة	3	6.7 %	
مدير عام	0	0	
المجموع		45	100%

المصدر: إعداد الباحثون من نتائج البحث الميدانية.

شكل رقم (٣/٤) التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق الدرجة الوظيفية



يتضح من الجدول رقم (٣/٩) والشكل رقم (٣/٤) :

أن معظم أفراد العينة من الدرجة الوظيفية(مختص) بنسبة (٦٦,٧%)، يلي ذلك من الدرجة الوظيفية(رئيس قسم) بنسبة (٢٦,٧%)، يلي ذلك من الدرجة الوظيفية(مدير ادارة) بنسبة (٦,٧%)، ونلاحظ أنه لم نستطع الوصول الى أفراد من الدرجة الوظيفية (مدير عام) كما هو موضح من حجم العينة.

□ التحليل الوصفي لاستجابات أفراد عينة البحث على أبعاد المتغير المستقل والتابع

التحليل الوصفي لأبعاد المتغير المستقل لمعرفة مستوى توظيف موقع البنك:

١- البعد الأول موقع البنك:

جدول رقم (٣/١٠) ، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات موقع البنك.

الرتبة	التقدير اللفظي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة	م
6	متوسط	1.36219	2.6889	يقدم البنك خدمة الصرافة عبر الانترنت	1
5	متوسط	1.49848	3.0667	يقدم البنك خدمة نقاط الدفع الالكترونية	2
3	مرتفع	1.47024	3.5556	يقدم البنك خدمة الاستعلام عن خدماته عبر الموقع	3
1	مرتفع	1.51691	3.7111	يروج البنك لخدماته عبر الموقع الالكتروني	4
4	مرتفع	1.37547	3.5111	يعمل الموقع الالكتروني للبنك على تقديم العروض المصرفية على مدار ٢٤ ساعة	5
2	مرتفع	1.49848	3.6000	يتم الرد على استفسارات العملاء عبر الموقع الالكتروني	6
	متوسط	1.26411	3.1444	المتوسط الإجمالي لاستجابات العينة	

المصدر: من إعداد الباحثون بالاستفادة من مخرجات البرنامج الإحصائي (Spss)

يتبيّن من خلال الجدول السابق ما يلي:

- حصلت العبارة رقم (٤)، على الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ: (٣,٧١)، وانحراف معياري بلغ: (١.٥١٦٩١)، وبتقدير لفظي(مرتفع)، وهذا يدل على أن أفراد مجتمع البحث يوافقون بدرجة مرتفعة.
- حصلت العبارة رقم (٦)، على الترتيب السادس والأخير بمتوسط حسابي بلغ: (٢,٦٨)، وانحراف معياري بلغ (١.٣٦٢١٩)، وبتقدير لفظي(متوسط)، وهذا يدل على أن أفراد مجتمع البحث يوافقون بدرجة متوسط.

والمتوسط الحسابي العام لعبارات بعد: موقع البنك بلغ: (٣,١٤)، والانحراف المعياري بلغ: (١.٢٦٤١١)، وبتقدير لفظي(متوسط)، وهذا يدل على أن أفراد مجتمع البحث يوافقون بدرجة متوسطة على توفر هذا البعد في البنك التجاري.

مما سبق توصلنا الى معرفة مدى تحقق الهدف الأول من البحث والذي ينص على مدى توظيف موقع البنك وتوصلنا الى أن موقع البنك تم توظيفه بدرجة متوسطة.

٢- البعد الثاني الصرفات الآلية:

جدول رقم (٣/١١) ، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعد الصرفات الآلية.

الرتبة	التقدير اللغطي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة	م
٣	مرتفع	1.53149	3.8000	يقدم البنك خدمة الصرف الآلي داخل المبنى	١
٢	مرتفع	1.49173	3.9556	يقدم البنك خدمة الصرف الآلي خارج مبني البنك	٢
١	مرتفع	1.36515	4.0000	يوزع البنك أجهزة الصرف الآلي في مناطق جغرافية متعددة	٣
٤	متوسط	1.45366	2.9778	خدمة الصرف الآلي متكاملة من حيث الإيداع والسحب والاستعلام عن الأرصدة	٤
	متوسط	1.30510	3.3889	المتوسط الإجمالي لاستجابات العينة	

المصدر: من إعداد الباحثون بالاستفادة من مخرجات البرنامج الإحصائي (Spss).

يتبيّن من خلال الجدول السابق ما يلي:

- حصلت العبارة رقم (٣)، على الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ:(٤,٠)، وانحراف معياري

بلغ:(١,٣٦٥١٥)، وبتقدير لغطي(مرتفع)، وهذا يدل على أن أفراد مجتمع البحث يوافقون بدرجة مرتفعة.

- حصلت العبارة رقم (٤)، على الترتيب الرابع والأخير بمتوسط حسابي بلغ:(٢,٩)، وانحراف

معياري بلغ(١,٤٥٣٦٦)، وبتقدير لغطي(متوسط)، وهذا يدل على أن أفراد مجتمع البحث يوافقون بدرجة متوسطة.

والمتوسط الحسابي العام لعبارات بعد: الصرفات الآلية بلغ:(٣,٣٨)، والانحراف المعياري

بلغ:(١,٣٠٥١٠)، وبتقدير لغطي(متوسط)، وهذا يدل على أن أفراد مجتمع البحث يوافقون بدرجة متوسطة على توفر هذا البعد في البنك التجاري.

٣- البُعد الثالث الهواتف:

جدول رقم (١٢)، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعد الهواتف.

الرتبة	التقدير اللفظي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة	M
5	متوسط	1.35102	2.7556	يقدم البنك خدمة الصيرفة المنزلية عبر الهاتف	1
4	متوسط	1.36885	2.8889	يقدم البنك خدمة التحويل عبر الهاتف المصرفي	2
1	متوسط	1.41671	3.2544	يقدم البنك خدمة البنك الناطق	3
3	متوسط	1.42949	3.0444	يوفر البنك خدمة الاستعلام عن الأرصدة عبر الهاتف	4
2	متوسط	1.52488	3.2444	يقدم البنك خدمة الرسائل النصية عبر الهاتف المحمول	5
المتوسط الإجمالي لاستجابات العينة					

المصدر: من إعداد الباحثون بالاستفادة من مخرجات البرنامج الإحصائي (Spss).

يتبيّن من خلال الجدول السابق ما يلي:

- حصلت العبارة رقم (٣)، على الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ:(٣,٢٥)، وانحراف معياري بلغ: (١,٤٦٧١)، وبتقدير لفظي (متوسط)، وهذا يدل على أن أفراد مجتمع البحث يوافقون بدرجة متوسطة.

- حصلت العبارة رقم (١)، على الترتيب الخامس والأخير بمتوسط حسابي بلغ:(٢,٧)، وانحراف معياري بلغ(١,٣٥١٠٢)، وبتقدير لفظي(متوسط)، وهذا يدل على أن أفراد مجتمع البحث يوافقون بدرجة متوسطة.

والمتوسط الحسابي العام لعبارات بعد: الهاتف بلغ:(٣,٠)، والانحراف المعياري بلغ: (١,٢٧٠٢٩)، وبتقدير لفظي(متوسط)، وهذا يدل على أن أفراد مجتمع البحث يوافقون بدرجة متوسطة على توفر هذا البعد في البنك التجاري.

نتائج التحليل الإحصائي لأبعاد المحور الأول: الصيرفة الإلكترونية

جدول رقم:(٣/١٣)، يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد مجتمع البحث حول أبعاد المحور الأول / الصيرفة الإلكترونية

الرتبة	التقدير اللغطي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأبعاد	م
2	متوسط	1.26411	3.1444	موقع البنك	1
1	متوسط	1.30510	3.3889	الصرافات الآلية	2
3	متوسط	1.27029	3.0000	الهواتف	3
المتوسط الإجمالي لاستجابات العينة					
1.28098					2.9667

المصدر: من إعداد الباحثون بالاستفادة من مخرجات البرنامج الإحصائي.(Spss)

يتبيّن من خلال الجدول السابق ما يلي :

- حصل بعد (الصرافات الآلية)، على الترتيب الاول بمتوسط حسابي بلغ(٣,٣)، وانحراف معياري بلغ(1.30510)، وبتقدير لفظي(متوسط) ، وهذا يدل على أن أفراد مجتمع البحث يوافقون بدرجة متوسطة على توفر هذا البعد في البنك التجاري.
- حصل بعد (موقع البنك)، على الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ (٣,١)، وانحراف معياري بلغ(1.26411)، وبتقدير لفظي (متوسط)، وهذا يدل على أن أفراد مجتمع البحث يوافقون بدرجة متوسطة على توفر هذا البعد في البنك التجاري.
- حصل بعده(الهواتف)، على الترتيب الثالث بمتوسط حسابي بلغ(٣,٠) وانحراف معياري بلغ(1.27029)، وبتقدير لفظي(متوسط)، وهذا يدل على أن أفراد مجتمع البحث يوافقون بدرجة متوسطة على توفر هذا البعد في البنك التجاري.

والمتوسط الحسابي العام للمحور الأول: الصيرفة الإلكترونية بلغ(٢,٩)، والانحراف المعياري بلغ(1.28098)، وبتقدير لفظي(متوسط)، وهذا يدل على أن أفراد مجتمع البحث يوافقون بدرجة متوسطة على توفر الصيرفة الإلكترونية ممثلاً بأبعادها:(موقع البنك ، الصرافات الآلية ، الهواتف).

التحليل الإحصائي للمتغير التابع (الأداء المصرفي)

جدول رقم (٣/١٤) ، يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد مجتمع البحث حول المحور الثاني / الأداء المصرفي

الرتبة	التقدير اللفظي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة	م
12	مرتفع	1.48664	3.5111	تساهم الصيرفة الإلكترونية في الاستجابة السريعة لطلبات العملاء	1
7	مرتفع	1.58529	3.6222	استخدام الصيرفة الإلكترونية تحقق كفاءة عالية في إنجاز المعاملات المصرفية	2
4	مرتفع	1.56412	3.6889	استخدام الصيرفة الإلكترونية رفع مستوى الرضا عن العملاء	3
2	مرتفع	1.48324	3.7333	استخدام الصيرفة الإلكترونية يؤدي إلى زيادة عدد المتعاملين مع البنك	4
10	مرتفع	1.47024	3.5556	استخدام الصيرفة الإلكترونية ساعد ترشيد الموارد المالية لدى البنك	5
8	مرتفع	1.46784	3.6000	استخدام الصيرفة الإلكترونية أدى إلى تعزيز الوصول إلى الفئات التي يستهدفها البنك	6
11	مرتفع	1.45540	3.5333	استخدام الصيرفة الإلكترونية أدى إلى زيادة أرباح البنك	7
6	مرتفع	1.50990	3.6444	استخدام الصيرفة الإلكترونية أدى إلى تعزيز الميزة التنافسية للبنك	8
1	مرتفع	1.46784	3.7433	استخدام الصيرفة الإلكترونية عزز من مواكبة التطورات التكنولوجية المتشارعة في البيئة المصرفية	9
9	مرتفع	1.48460	3.5778	استخدام الصيرفة الإلكترونية أدى إلى تقليل فترة انتظار العميل عند تقديم الخدمة	10
3	مرتفع	1.48664	3.7111	استخدام الصيرفة الإلكترونية يحقق الاستجابة السريعة لاحتاجات العملاء	11
5	مرتفع	1.46405	3.6544	استخدام الصيرفة الإلكترونية ساعد في تحسين أداء العاملين	12
	مرتفع	1.36912	3.5778	المتوسط الإجمالي لاستجابات العينة	

المصدر: من إعداد الباحثون بالاستناد إلى مخرجات البرنامج الإحصائي (Spss).

يتبيّن من خلال الجدول السابق ما يلي:

- حصلت العبارة رقم (٩)، على الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ:(3.7433)، وانحراف معياري بلغ:(1.46784) وبتقدير لفظي(مرتفع)، وهذا يدل على أن أفراد مجتمع البحث يوافقون بدرجة مرتفعة.

- حصلت العبارة رقم (١)، على الترتيب الثاني عشر والأخير بمتوسط حسابي بلغ: (3.5111)، وانحراف معياري بلغ: (1.48664)، وبتقدير لفظي(مرتفع)، وهذا يدل على أن أفراد مجتمع البحث يوافقون بدرجة مرتفعة.

والمتوسط الحسابي العام لعبارات المحور الثاني: الأداء المصرفـي بلـغ: (3.5778) ، والانحراف المعياري بلـغ: ((1.36912)، وبتقدير لفظي(مرتفع)، وهذا يدل على أن أفراد مجتمع البحث يوافقون بدرجة مرتفعة على توفر هذا المحور في البنك التجاري.

٤، اختبار فرضيات البحث

الفرضية الرئيسية الاولى: معرفة دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء المصرفي. وسوف يتم مناقشة تفاصيل ذلك من خلال مناقشة نتائج الفرضيات الفرعية لهذه الفرضية وعلى النحو التالي:

١. الفرضية الفرعية الاولى:

لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية لموقع البنك في تحسين الاداء المصرفي.

جدول رقم (٣/١٥) يوضح معامل الانحدار الخطي بين (موقع البنك × الاداء المصرفي).

المتغير التابع: الاداء المصرفي							
اختبار (T) للنموذج		اختبار (F) للنموذج		درجة التأثير Beta	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	المتغير المستقل
مستوى المعنوية	قسمة (T)	مستوى المعنوية	قيمة (F)				
.000.	2.761	.000	46.60 6	.814	.565	.752	موقع البنك

اعداد الباحثون بالاعتماد على برنامج spss

من خلال الجدول(٣/١٦) السابق، أظهرت نتائج التحليل للعلاقة بين المتغير المستقل (موقع البنك) والمتغير التابع(الاداء المصرفي)، وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين، إذ بلغ معامل الارتباط $R = .752$ وهو معامل ارتباط موجب وذو علاقه طردية عالية إحصائياً حيث كانت مستوى الدلالة($.0000$) ، أما معامل التحديد ($R^2 = .565$) الذي يوضح نسبة ما اثره المتغير المستقل على المتغير التابع ، كما بلغت درجة التأثير أو الميل ($B = .814$).

كما يؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة ، حيث بلغت (46.606) وبمستوى دلالة ($.0000$) وهي أقل من مستوى الدلالة المعنوية($.0005$). وكذلك قيمة T المحسوبة البالغة (2.761) بمستوى دلالة($.0000$) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمدة($.0005$).

ما سبق ومن خلال معامل الارتباط بين المتغيرين (R)، ومعامل التحديد (R^2)، وقيمة (F) و (T) ومستوى الدلالة، وبناءً عليه يتم رفض الفرضية والتي نصت على انه : لا يوجد دور لموقع البنك في تحسين الاداء المصرفي.

وقبول الفرضية البديلة والتي نصت على أنه : يوجد دور لموقع البنك في تحسين الاداء المصرفي في البنك التجاري.

٢. الفرضية الفرعية الثانية:

لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية للصرفات الالية في تحسين الاداء المصرفي.

جدول رقم (٣/١٦) يوضح معامل الانحدار الخطي بين (الصرفات الالية × الاداء المصرفي).

المتغير التابع : الأداء المصرفي							
اختبار (T) للنموذج		اختبار (F) للنموذج		درجة التأثير	معامل التحديد	معامل الارتباط	المتغير المستقل
مستوى المعنوية	قسمة (T)	مستوى المعنوية	قيمة (F)	Beta	R2	R	
Sig.		Sig.					
.000	2.701	.000	38.749	.719	.470	.685	الصرفات الالية

اعداد الباحثون بالاعتماد على برنامج spss

من خلال الجدول (٣/١٦) السابق، أظهرت نتائج التحليل للعلاقة بين المتغير المستقل (الصرفات الالية) والمتغير التابع (الاداء المصرفي)، وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين، إذ بلغ معامل الارتباط $R = .685$ وهو معامل ارتباط موجب ذو علاقة طردية متوسطة إحصائياً حيث كانت مستوى الدلالة (.٠٠٠٠)، أما معامل التحديد $R^2 = .470$ الذي يوضح نسبة ما اثره المتغير المستقل على المتغير التابع ، كما بلغت درجة التأثير أو الميل $(B = .719)$.

كما يؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة، حيث بلغت (٣٨,٧٤٩) وي مستوى دلالة (.٠٠٠٠) وهي أقل من مستوى الدلالة المعنوية (.٠٠٥). وكذلك قيمة T المحسوبة بالبالغة (٢,٧٠١) بمستوى دلالة (.٠٠٠٠) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمدة (.٠٠٥).

ما سبق ومن خلال معامل الارتباط بين المتغيرين (R)، ومعامل التحديد (R^2)، وقيمة (F) و (T) ومستوى الدلالة، وبناءً عليه يتم رفض الفرضية والتي نصت على انه : لا يوجد دور الصرفات الالية في تحسين الأداء المصرفية.

وقبول الفرضية البديلة والتي نصت على أنه : يوجد دور للصرفات الالية في تحسين الأداء المصرفية في البنك التجاري.

٣. الفرضية الفرعية الثالثة:

لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية للهاتف في تحسين الاداء المصرفية.

جدول رقم (٣/١٧) يوضح معامل الانحدار الخطي العلاقة بين (الهاتف × تحسين الاداء المصرفية).

المتغير التابع : الاداء المصرفية							
اختبار (T) للنموذج		اختبار (F) للنموذج		درجة التأثير	معامل التحديد	معامل الارتباط	المتغير المستقل
مستوى المعنوية	قسمة (T)	مستوى المعنوية	قيمة (F)	Beta	R2	R	
Sig.		Sig.					
.000	4.088	.000	23.676	.577	.287	.536	الهاتف

اعداد الباحثون بالاعتماد على برنامج spss

من خلال الجدول (٣/١٦) السابق، أظهرت نتائج التحليل للعلاقة بين المتغير المستقل (الهاتف) والمتغير التابع(الاداء المصرفية)، وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين، إذ بلغ معامل الارتباط $R=0.536$ وهو معامل ارتباط موجب ذو علاقه طردية متطرفة إحصائياً حيث كانت مستوى الدلالة(0.000) ، أما معامل التحديد $R^2=0.287$ الذي يوضح نسبة ما اثره المتغير المستقل على المتغير التابع ، كما بلغت درجة التأثير أو الميل ($B=0.577$).

كما يؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة، حيث بلغت (23.676) وبمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعنوية(0.005). وكذلك قيمة T المحسوبة البالغة(4.088) بمستوى دلالة(0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمدة(0.005).

ما سبق ومن خلال معامل الارتباط بين المتغيرين (R)، ومعامل التحديد (R^2)، وقيمة (F) ومستوى الدلالة، وبناءً عليه يتم رفض الفرضية والتي نصت على انه : لا يوجد دور للهاتف في تحسين الاداء المصرفى.

وقبول الفرضية البديلة والتي نصت على أنه: يوجد دور للهاتف في تحسين الاداء المصرفى في البنك التجارى.

الفصل الرابع:

اللستناتجات والتوصيات

٤ تمهيد:

يحتوي هذا الفصل على أهم الاستنتاجات التي خلص إليها البحث من خلال التحليل الوصفي ، وأيضاً أهم التوصيات التي نوصي البنك بأخذها بعين الاعتبار وتنفيذها لتطوير قطاع الصيرفة الإلكترونية في البنك.

٤ الاستنتاجات:

توصل البحث إلى مجموعة من النتائج من خلال تحليل البيانات وتتمثل في الآتي:

١. يوجد دور للصيرفة في تحسين الأداء المصرفي في البنك التجاري اليمني.
٢. يوجد دور لموقع البنك في تحسين الأداء المصرفي في البنك التجاري اليمني.
٣. يوجد دور للصرفات الآلية في تحسين الأداء المصرفي في البنك التجاري اليمني.
٤. يوجد دور للهواتف في تحسين الأداء المصرفي في البنك التجاري اليمني.

٣,٤ التوصيات:

- (١) تعزيز الخدمات الإلكترونية الحديثة مثل الإيداع عن طريق الصرافات الآلية وإدخال المحفظة الإلكترونية.
- (٢) تعزيز إرسال واستلام الحالات عبر التطبيقات الإلكترونية حيث نقتصر تطبيقات البنك على الاستعلام عن الخدمات فقط.
- (٣) الاهتمام بالخدمات الإلكترونية الحالية بشكل أكبر ومواكبة التطور التكنولوجي في مجال تقديم الخدمات الإلكترونية.

قائمة المراجع

الكتب:

١. ابراهيم، هندي منير ،(١٩٩٦)، إدارة البنوك التجارية، مدخل اتخاذ القرارات، المكتب العربي الحديث، الطبعة الثالثة، الإسكندرية.
٢. الباقي/إسماعيل، (٢٠١٥) ، إدارة البنوك التجارية، دار غيادة للنشر والتوزيع ،عمان.
٣. الحسيني ، فلاح حسن ،و الدوري مؤيد عبدالرحمن،(٢٠٠٦) إدارة البنوك مدخل كمي واستراتيجي معاصر ، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.
٤. الدليمي ، عوض فاضل اسماعيل،(١٩٩٠) ، النقود والبنوك ،دار الحكمة للطباعة
٥. الرافعي، حمد حسين ،(١٩٩٩)، مناهج البحث العلمي، دار وائل للنشر ، عمان.
٦. الزغبي ، احمد ، (١٩٩٥) سيكولوجية الفروق الفردية وتطبيقاتها التربوية، دار الحكمة اليمانية للطباعة والنشر والإعلان ، اليمن ، صنعاء.
٧. (السماوي/عبدالغني) (الدبلي/أمل) (الحدا/صالح) (الفسيل/بلقيس) ، خدمات الدفع الإلكترونية في اليمن، معهد الدراسات المصرفية بدون تاريخ نشر ،اليمن.
٨. السيسي، صلاح الدين حسن(٢٠١٣) ، تخطيط وتنمية الموارد البشرية ، دار الكتاب الحديث ، القاهرة ، ص ٢٤.
٩. الشمري، صادق راشد، (٢٠٠٩) إدارة البنوك الواقع والتطبيقات العملية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان
١٠. الشمري، ناظم محمد نوري ،(٢٠٠٧)، الصيرفة الإلكترونية الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع.
١١. الصميمي، محمود جاسم، يوسف ، ردينه عثمان،(٢٠١٢)،دار المسيرة للنشر والتوزيع،الأردن (عمان).
١٢. الصيرفي محمد،(٢٠٠٦) إدارة البنوك، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان.
١٣. العاني، مزهر شعبان(٢٠١٦). الأعمال الإلكترونية (منظور إداري -تكنولوجي)، الطبعة الأولى ، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان.
١٤. العصار، رشاد ، الحلبي، رياض ،(٢٠٠٠)، النقود والبنوك ، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، ص ٧٠ .
١٥. العريقي، منصور محمد اسماعيل(٢٠١٤). طرق البحث في العلوم الإدارية والتسويفية والمالية والمصرفية ، الطبعة الرابعة ،الامين للنشر والتوزيع، صنعاء .
١٦. اللوزي، سليمان احمد وآخرون ، ادارة البنوك، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، ص ٢٠٢

١٧. أمين، عبدالله خالد، و ابراهيم، الطراد إسماعيل ،(٢٠٠٦) إدارة العمليات المصرفية المحلية والدولية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.
١٨. بريكة، السعيد،(٢٠١٠)،تقييم المنشأة الاقتصادية مدخل القيمة الاقتصادية المضافة.
١٩. حساسه، إبراهيم محمد ،(٢٠١٣) ، إدارة وتقدير الأداء الوظيفي بين النظرية والتطبيق، الطبعة الاولى، دار جرير للنشر والتوزيع ، الاردن ،ص ١٠ .
٢٠. حماد، طارق عبد العال ، (١٩٩٩)، تقييم اداء البنوك التجارية، ص ٨١_٨١.
٢١. د.قندلنجي/ عامر (٢٠١٥) ،التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها دار المسيرة ، عمان.
٢٢. رمضان، زياد سليم، وجوده ،محفوظ أحمد (١٩٩٦) إدارة البنوك، در المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ص ١١ .
٢٣. سويلم، محمد، (١٩٩٨) ، إدارة البنوك وصناديق الاستثمار وبورصات الأوراق المالية ، مؤسسة الأهرام للنشر والتوزيع القاهرة ، ص ٢٠٤ .
٢٤. شافي، عبد العزيز ، (٢٠٠٧) ، نظرات في القانون ،ص ١٥ .
٢٥. طرطار ،احمد،(٢٠٠١)، الترشيد الاقتصادي للطاقة الانتاجية للمؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص ٩ .
٢٦. عبدالحق، بوعتروس، اثر تغير سعر الصرف على الاسعار المحلية.
٢٧. عبدالله، خالد أمين ، و الطراد، اسماعيل ابراهيم ،(٢٠٠٦)، إدارة العمليات المصرفية المحلية والدولية، دار وائل للنشر، الاردن (عمان).
٢٨. عبيادات، ذوقان وآخرون ،(٢٠٠١) ، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه الطبعة السابعة ،دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، الاردن: عمان.
٢٩. قندلنجي/ عامر (٢٠١٥) ،التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها دار المسيرة ، عمان.
٣٠. لطرش، الطاهر ، (٢٠٠١)، تقنيات البنوك ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، ص ١٣ .
٣١. مصطفى، احمد فريد ،وحسن، سهير محمد السيد ،(٢٠٠٠)، تطور الفكر والواقع الاقتصادية، مؤسسة شباب الجامعة للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية مصر
٣٢. ناشد، سوزي عادل (٢٠٠٥)، الاتجار في البشر بين الاقتصاد الخفي والاقتصاد الرسمي.

الرسائل العلمية:

١. الجبوري، إحسان (٢٠١٦). دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين الأداء المصرفي بحث في عينة من المصارف الخاصة العراقية، مجلة كلية مدينة العلم الجامعية، ١٤٧-١٦٨(٨).
٢. الحساني، وعد وجاسم، ضحي (٢٠٢٢). دور استخدام المعايير الدولية المصرفية في تحسين الاداء المصرفي بحث تطبيقي على عينة من المصارف التجارية المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية، مجلة المثنى للعلوم الادارية والاقتصادية، ١٩٥-٢١٦(٣).
٣. (السماوي/عبدالغنى)(الدبلي/أمل)(الحدا/صالح)(الفسيل/بلقيس) ،خدمات الدفع الإلكترونية في اليمن، معهد الدراسات المصرفية. بدون تاريخ نشر ،اليمن.
٤. العريقي، منصور محمد اسماعيل (٢٠١٤). طرق البحث في العلوم الإدارية والتسويقية والمالية والمصرفية ،الطبعة الرابعة، الأمين للنشر والتوزيع، صنعاء.
٥. انجدرو، إيمان ،(٢٠٠٦_٢٠٠٧) ، التحليل الائتماني ودوره في ترشيد عمليات الإقراض ، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير ، تخصص محاسبة ، جامعة تشرين ، سوريا ، ص ٢٤ _ ٢٧
٦. بوخلال، يوسف ،(٢٠١٢) ، أثر تطبيق نظام التقييم المصرفي الامريكي **camels** على نظام الرقابة في البنوك التجارية-دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية- مجلة الباحث، الجزائر، العدد ١٠ ، ص ٢٠٧
٧. شكري، محمد ،(٢٠٠٥_٢٠٠٦)، بطاقة الائتمان في الجزائر ، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير ، العلوم الاقتصادية ، جامعة يوسف بن خدة ، الجزائر ، ص ٦ .
٨. شندي، أديب وفرحان، إسراء (٢٠١٢).الصيরفة الإلكترونية انماطها و خيارات القبول و الرفض مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، ٦(١)، ٧٢ - ٩٩.
٩. عطيه، احمد صبيح، (٢٠١٥)، دور الشمول المالي في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة مع الاشارة الى تجربة الامارات العربية، جامعة واسط / كلية الادارة والاقتصاد / قسم الاقتصاد.

دراسة حالة

١. بلعباس /سيدي ،(٢٠٢٠) واقع تطبيق الصيরفة الإلكترونية وأليات تفعيلها في البنوك الجزائرية. دراسة حالة .الجزائر. جامعة الجيلالي ليابس
٢. (تومي/حمزة)(مصطفى/سارة) ،(٢٠٢١) ، الصيরفة الإلكترونية كآلية لعصرنـه المصارف الجزائرية وضمان جودة الخدمات المصرفية. دراسة استطلاعية. الجزائر .

٣. خيثر، أمنة وخطابي، أسماء (٢٠١٥). دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية - دراسة قياسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (رسالة ماجستير غير منشورة). كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.
٤. سماح، راشدي ، (٢٠١٠_٢٠١١) ،آلية رقابة البنك المركزي على أداء أعمال البنوك في ظل المعايير الدولية (دراسة حالة الجزائر) ،مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر ٣، ص ٩٥ .
٥. قريشي، محمد جموعي(١٩٩٤_٢٠٠٠)، تقييم اداء المؤسسات، دراسة حالة لمجموعة من البنوك الجزائرية
٦. منصف/نزار.(٢٠١٥_٢٠١٦) دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الاداء في البنوك التجارية، دراسة ميدانية،جامعة البوادي ،الجزائر .

الملاحق



الْمَفْوِرَةُ الْحَيَّةُ

الجامعة الإمارتية الدولية

قسم العلوم المالية والمصرفية

استیبان

الأخ - الأخت / .. المحترم- المحترمة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

يقوم الطلبة بإجراء بحث بعنوان "دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء المصرفية": دراسة ميدانية على البنك التجاري، كمتطلب للحصول على شهادة البكالوريوس في العلوم المالية والمصرافية من الجامعة الإماراتية الدولية

وتم إعداد هذا الاستبيان لأغراض استكمال البحث، من خلال إجاباتكم على كل فقرة من فقرات الاستبيان

علماءً بأن المعلومات التي ستعباً من قبلكم سوف تعامل بسرية تامة، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

شاكرين تعاونكم معنا،

الطلبة:

١. نايف فهيم العريقي
 ٢. احمد محمد القاسمي
 ٣. سما عبد الرزاق الطيار
 ٤. غفران محمد الشرعي
 ٥. نسمة سليمان الصلوى

ملاحظة:

- ١- يرجى الإجابة على جميع العبارات دون ترك أي منها.

٢- الرجاء وضع علامة (✓) في الحقل الذي يمثل قناعتك.

أولاً / البيانات الشخصية:

يرجى وضع إشارة (□) أمام الاجابة المناسبة:

١. العمر الجنس: ذكر () أنثى ()
٢. المؤهل العلمي: دبلوم متوسط فما فوق () بكالوريوس () دراسات عليا ()
٣. سنوات الخدمة: أقل من 5 أعوام () - من 5 - 10 أعوام () - من 10 - 15 عام ()
٤. الدرجة الوظيفية : مختص () رئيس قسم () مدير إدارة () مدير عام ()

ثانياً: المعلومات الموضوعية

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	الفقرة	M
المotor الأول: الصيرفة الإلكترونية						
أولاً: موقع البنك						
					يقدم البنك خدمة الصرافة عبر الانترنت	-١
					يقدم البنك خدمة نقاط الدفع الإلكترونية	-٢
					يقدم البنك خدمة الإستعلام عن خدماته عبر الموقع	-٣
					يروج البنك لخدماته عبر الموقع الإلكتروني	-٤
					يعمل الموقع الإلكتروني للبنك على تقديم العروض المصرفية على مدار ٢٤ ساعة	-٥
					يتم الرد على استفسارات العملاء عبر الموقع الإلكتروني	-٦
ثانياً: الصرافات الآلية:						
					يقدم البنك خدمة الصرف الآلي داخل المبني	-٧
					يقدم البنك خدمة الصرف الآلي خارج مبني البنك	-٨

					يوزع البنك أجهزة الصرف الآلي في مناطق جغرافية متعددة	-٩
					خدمة الصرف الآلي متكاملة من حيث الإيداع والسحب والاستعلام عن الأرصدة	-١٠
					يقدم البنك خدمة الصيرفة المنزلية عبر الهاتف	-١١
					يقدم البنك خدمة التحويل عبر الهاتف المصرفي	-١٢
					يقدم البنك خدمة البنك الناطق	-١٣
					يوفر البنك خدمة الاستعلام عن الأرصدة عبر الهاتف	-١٤
					يقدم البنك خدمة الرسائل النصية عبر الهاتف المحمول	-١٥
					تساهم الصيرفة الإلكترونية في الاستجابة السريعة لطلبات العملاء	-١٦
					استخدام الصيرفة الإلكترونية تحقق كفاءة عالية في إنجاز المعاملات المصرفية	-١٧
					استخدام الصيرفة الإلكترونية رفع مستوى الرضا عن العملاء	-١٨
					استخدام الصيرفة الإلكترونية يؤدي إلى زيادة عدد المتعاملين مع البنك	-١٩
					استخدام الصيرفة الإلكترونية ساعد ترشيد الموارد المالية لدى البنك	-٢٠
					استخدام الصيرفة الإلكترونية أدى إلى تعزيز الوصول إلى الفئات التي يستهدفها البنك	-٢١
					استخدام الصيرفة الإلكترونية أدى إلى زيادة أرباح البنك	-٢٢

					استخدام الصيرفة الإلكترونية أدى إلى تعزيز الميزة التافسية للبنك	-٢٣
					استخدام الصيرفة الإلكترونية عزز من مواكبة التطورات التكنولوجية المتسرعة في البيئة المصرفية	-٢٤
					استخدام الصيرفة الإلكترونية أدى إلى تقليل فترة انتظار العميل عند تقديم الخدمة	-٢٥
					استخدام الصيرفة الإلكترونية يحقق الاستجابة السريعة لاحتياجات العملاء	-٢٦
					استخدام الصيرفة الإلكترونية ساعد في تحسين أداء العاملين	-٢٧

قائمة المحكمين

م	اسم المحكم	الصفة	مكان العمل
1.	منال الأصبهي	أستاذ مساعد / إدارة أعمال	جامعة الإماراتية
2.	محمد الكهالي	أستاذ مساعد / إدارة أعمال	جامعة الإماراتية