



الجمهورية اليمنية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
الجامعة الإماراتية
كلية العلوم المالية والإدارية

أثر الصيرفة الإلكترونية في تحسين الاداء المصرفي دراسة حالة البنك التجاري اليمني

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

إعداد الطلبة/

احمد محمد القاسمي

نايف فهمي العريقي

غفران محمد الشرعبي

سما عبد الرزاق الطيار

نسمة سليمان الصلوي

إشراف الدكتور/

فهمي الدقاف

(٢٠٢٣ - ١٤٤٤هـ)

Republic of Yemen
Ministry of Higher Education
Emirates University
College of Financial and Banking



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 أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ
إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴾

{ ٢٩ النساء }

صفحة إقرار المشروع من الطلبة

(Students Signature Page)

اثر الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء المصرفي

نحن الطلبة الموقعين أدناه ، نُقر 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

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

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:

٢٠٢٣ - ٢٠٢٤ م

إهداء

بعد مشوار طويل في طريق مليء بالعقبات
والصعوبات والتعب وكان زادنا فيه الصبر ودعوات
والدينا وأهلنا وأحبابنا، الحمد لله ها نحن اليوم نكمل
مرحلة البكالوريوس ونسأل الله 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 معروفًا 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 والمربي الفاضل الدكتور فهمي الدقاف.

وإهداء مليء بالاحترام إلى عميد الكلية الدكتور محمد الكهالي ، 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 الكميم وإلى جميع الكادر التدريسي في كلية التجارة وكل من مدّ لنا يد العون للقيام بهذا البحث.

ملخص البحث باللغة العربية:

يهدف هذا البحث الى معرفة اثر الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء المصرفي في البنك التجاري اليمني في أمانة العاصمة صنعاء ، وشمل المتغير المستقل الأبعاد التالية (موقع البنك ، الصرافات الآلية ، الهاتف) ، وشمل المتغير التابع بُعْداً 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 قُدرت بخمسين مفرداً ، وتم جمع البيانات بواسطة الاستبانة ، كما تم تحليلها بواسطة البرنامج الاحصائي (SPSS) وتوصل الى وجود دور ذو دلالة إحصائية للصيرفة الإلكترونية 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

العنوان	رقم الصفحة
الآية 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 الملاحق	IX
الفصل الأول / الإطار العام للبحث	
١,١ المقدمة	2
٢,١ مشكلة البحث	3
٣,١ أهداف البحث	3

4	٤,١ نموذج البحث
4	٥,١ 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	1.2 تمهيد
12	٢,٢ الأداء المصرفي
12	١,٢,٢ تعريف الأداء المصرفي
12	٢,٢,٢ تعريف تحسين الأداء المصرفي
13	٣,٢,٢ أهداف الأداء المصرفي
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	4.3.2 البطاقات الإلكترونية
33	4.2 مفهوم وأنواع البنوك التجارية
36	٥,٢ الخدمات المصرفية في المصارف التجارية
43	٦,٢ أهداف البنوك التجارية
الفصل الثالث / الدراسة الميدانية	
47	١,٣ تمهيد
47	٢,٣ منهج البحث
56	٣,٣ تحليل وتفسير البيانات الأساسية لعينة البحث
66	٤,٣ اختبار فرضيات البحث
الفصل الرابع / الاستنتاجات والتوصيات	
71	١,٤ 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 لقياس ربحية البنك المركزي	(1/2)
16	مؤشرات لقياس المخاطر الرئيسية التي تواجه البنك	(2/2)
49	يوضح عدد الاستبانات الموزعة والمعادة بعد تعبئتها	(1/3)
51	معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من أبعاد المحور الأول ودرجة البعد الذي تنتمي إليه	(2/3)
53	معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من المحور الثاني التي تنتمي إليه	(3/3)
54	نتائج اختبار ثبات ومصادقية أبعاد ومحاور أداة البحث (الاستبانة)	(4/3)
55	يوضح كيفية احتساب التقدير اللفظي لأسئلة فرضيات البحث	(5/3)
57	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير الجنس	(6/3)
58	يوضح التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير المؤهل العلمي	(7/3)
59	يوضح التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير المؤهل العلمي	(8/3)
60	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير عدد سنوات الخدمة	(9/3)
61	التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير الدرجة الوظيفية	(10/3)
62	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات موقع البنك	(11/3)
63	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبُعد الهواتف	(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 (الصرافات الآلية × الاداء المصرفي).	(16/3)
69	معامل الانحدار الخطي بين (الهواتف × تحسين الاداء المصرفي)	(17/3)

قائمة الأشكال

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

الملاحق

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

المصطلحات والاختصارات والتعريفات

م	المصطلح	معناه
1.	تحسين الأداء المصرفي	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.
2.	الأداء	تنفيذ أمر أو مهام أو واجب أو أنشطة من طرف شخص أو مجموعة من الأشخاص للقيام به.
3.	الصيرفة الإلكترونية	تقديم الخدمات والمنتجات البنكية التقليدية وكذا الحديثة للعملاء من خلال التحويل الإلكتروني للأنشطة.
4.	موقع البنك	هي المنطقة الجغرافية التي يوجد فيها البنك ويقدم الخدمات المصرفية المختلفة للعملاء.
5.	الصرافات الآلية	هو جهاز إلكتروني يوفر لعملاء المؤسسات المالية إجراء المعاملات المالية في الأماكن العامة كبديل عن الحاجة إلى موظف. للقيام بأي عملية.
6.	الهواتف	هو آلة أو جهاز يستخدم لنقل الصوت بشكل فوري بين مكانين متصلين بخط هاتف ثم خلال البدالة ويوجد جهاز هاتف على كل طرف منهما.

الفصل الأول:

الإطار العام للبحث

والدراسات السابقة

١,١ المقدمة:

إن معظم المصارف تعيش اليوم في بيئات سريعة التغيير، وتتصف بمتغيرات عديدة وظواهر جديدة مثل العولمة وطلبات الزبون 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 أحداث تغييرات في أدائها المصرفي وسياساتها بما يضمن انتقالها من المستوى الحالي إلى مستوى أفضل في المستقبل، وتواجه المصارف اليوم تغييرات 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 الالكترونية والتوسع في استخدام التجارة الالكترونية وتقديم الخدمات المصرفية المتطورة، إذ لم تعد مهام المصارف ووظائفها تدور حول عمليات تقليدية مارستها منذ مئات السنين بل تعدتها إلى استخدام أساليب ابتكرتها لتلبية لرغبة عملائها وحاجاتهم كالصراف الآلي (شندي وفرحان، ٢٠١٢، ٧٢). والصيرفة الالكترونية تعمل على تقديم الخدمات عبر وسائل الكترونية من أجل تسهيل العمليات المصرفية بين مختلف الأطراف المعنية (خير وخطابي، ٢٠١٥، ٧)، والبنوك اليمنية بشكل عام والبنك التجاري اليمني بشكل خاص تعيش في بيئة متغيرة ومتطورة ومواكبة للتطور التكنولوجي لذلك وجب عليها تحسين أدائها المصرفي لمواجهة المنافسة الشديدة بين البنوك، بسبب ذلك اختبر البحث الحالي دور الصيرفة الالكترونية 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؟

وتتفرع 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؟

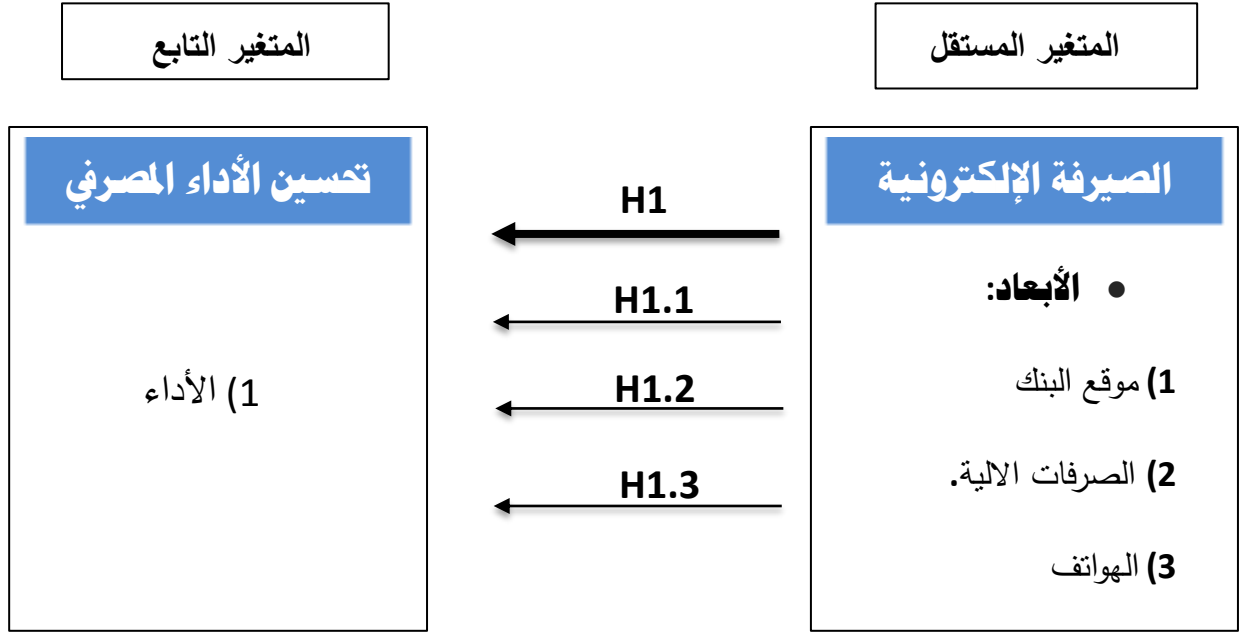
٣,١ أهداف البحث:

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

وتتفرع 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.

١ ، ٤ نموذج البحث:



الشكل (1 - 1)

١، ٥ فرضيات البحث:

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

الفرضية الرئيسية: هناك دور ذو دلالة إحصائية للصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء

المصرفي ، وتتفرع 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 للصرافات الآلية في تحسين الأداء المصرفي في البنك التجاري اليمني.

(٣) لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية للهواتف في تحسين الأداء المصرفي في 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 المصرفي".
- شحة الدراسات المتعلقة بدور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء المصرفي 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 المصرفي.

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 المصرفي ، باعتباره منهجاً مناسباً لجمع الحقائق والتعريف 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: اقتصر على البنك التجاري اليمني في أمانة العاصمة صنعاء.
٢. الحدود البشرية: اقتصر على موظفي البنك التجاري اليمني في أمانة العاصمة صنعاء.
٣. الحدود الموضوعية: اقتصر هذا البحث على تناول دور الصيرفة الإلكترونية بأبعادها (موقع البنك ، الصرافات الآلية ، الهواتف) في تحسين الأداء المصرفي ببعده (الأداء).

٩,١ الدراسات السابقة

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

٢٠١٧) دكتور بلعاش - ميادة جامعة ٢٠ اوث ١٩٥٥ سكيكدة ، دكتور زايدي حسيبة جامعة محمد

خيضر بسكرة.

هدفت هذه الدراسة الى إبراز دور الصيرفة الإلكترونية التي أصبحت ضرورة ملحة للبنوك التجارية لتقديم خدماتها بكل يسر، و بأقل جهد ووقت 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 الملحة بالصيرفة الإلكترونية و آليات تفعيلها في العالم عامة والجزائر خاصة ، وتوصلت هذه الدراسة الى عدد من النتائج أهمها أن الصيرفة الإلكترونية تساهم في بناء الاقتصاد الرقمي الذي يقوم أساسا على تقنية المعلومات الرقمية التي توفر تقنيات متطورة و شبكة اتصال كاملة تربط بين البنوك الجزائرية.

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

٢٠٢٠

تهدف هذه الدراسة إلى المساهمة في النقاشات التي تدور في الوقت الحاضر في الدول النامية حول محاولة رصد مدى التطور الذي حققته البنوك الإلكترونية 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 وزبائنه 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 تركز على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مع ضرورة وجود معايير محاسبية و تشريعات قانونية تنظم الصيرفة الإلكترونية

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

(٣) مقال بعنوان دراسة 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 المصارف ، دراسة ميدانية ٢٠٢٠ ،

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

تهدف هذه الدراسة لتحقيق الآتي :

- استعراض مفاهيم الصيرفة الإلكترونية.
- بيان مفاهيم جودة المعلومات المحاسبية.
- توضيح أثر تقدم الخدمات المصرفية الالكترونية على جودة المعلومات المحاسبية.
- بيان أثر الصيرفة الإلكترونية على جودة المعلومات المحاسبية بالمصارف العاملة بمدينة كوستي -السودان

وكانت أبرز نتائج الدراسة كالآتي:

- تقدم الخدمات المصرفية عبر الإنترنت يؤدي إلى تحقيق قيمة تنبؤية وقيمة استرجاعية بالمعلومات المحاسبية.

(٥) الصيرفة الإلكترونية كآلية لعصرنة المصارف الجزائرية وضمان جودة الخدمة المصرفية ، دراسة استطلاعية لعينة من عملاء وكالات المصارف الخاصة بمدينة المديه ، حمزه جيلالي تومي وسارة مولاي مصطفى جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة ، جامعة يحي 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 استبانة وجهت لعينة عشوائية من عملاء وكالات المصارف الخاصة العاملة بمدينة المديه (سوسيتي جنرال، بنك الخليج، بي.ن.بي باريباس، نتيكسيس)، حيث بلغت العينة ٢٠٠ عميل، وتمّ 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 ٠,٠٥، فهي أدت إلى تحسين الأنظمة المصرفية، وخفض تكاليف العمليات الخاصة بالعملاء، وساعدت المصارف على الربط والتنسيق بين فروعها المختلفة، كما سهلت على العملاء القيام بمختلف 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 الالكترونية 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 الى التعرف على 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 استبانة تتسجم وأهداف الدراسة وفرضياتها وقد وزعت على عينة الدراسة من المدربين الماليين في البنوك التجارية الأردنية وبتحليل إجابات الاستبانات 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 وتكاليف 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 بتلك الخدمات ومزاياها، في ظل ميل بعض العملاء للأسلوب التقليدي في السحب والإيداع والخدمات المصرفية، مما ينعكس بشكل أو بآخر على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية.

الفصل الثاني:

الإطار النظري لدور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء المصرفي

1.2 تمهيد

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

وتتناول أيضاً تعريف المصارف الإلكترونية وخصائص ومزايا المصارف الإلكترونية ومعوقاتهما ، بالإضافة الى ذلك فإنه يستعرض أدوات الصيرفة الإلكترونية مثل: (بنك الانترنت ، الصراف الآلي ، البنك الخليوي ، 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 المصرفي

١,٢,٢ تعريف الأداء المصرفي:

إن مصطلح الأداء مستمد من الكلمة الانجليزية (performance) التي تعني تأدية العمل ((to perform)) والتي اشتقت بدورها من اللغة اللاتينية ، حيث يمكن تعريف الأداء بأنه تأدية عمل او إنجاز نشاط أو تنفيذ مهمة ، بمعنى القيام بفعل يساعد على الوصول إلى الأهداف المحددة ومن ذلك نلاحظ أن الأداء يتجسد في القيام بالأعمال والأنشطة والمهام بما يحقق الوصول إلى الغايات والأهداف المرسومة من قبل إدارة البنك. (إبراهيم محمد حساسنه ، 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 انعكاسا لسلوك الأفراد في البنك. كما يعرف على أنه تنفيذ لنشاط البنك في ضوء الإمكانيات البشرية والمادية المتوفرة فعلاً، والظروف المحيطة بها، ويتم مقارنة الأداء الفعلي بالأداء المستهدف لتحديد الانحرافات وأسبابها واتخاذ القرارات التصحيحية في الوقت المناسب. (أحمد طرطار، الجزائر، ٢٠٠١، ص٩)

ومما سبق يمكن اقتراح التعريف التالي: الأداء يتمثل في مجموعة من الخطوات المدروسة مسبقاً لتحقيق جملة من الأهداف بواسطة مجموعة من الإمكانيات الموضوعة تحت تصرف البنك وأن الأداء البنكي لا يختلف عن معنى أداء المؤسسات الأخرى حيث يقصد به الأهداف أو المخرجات التي يسعى نظام أي بنك إلى تحقيقها باستخدام القدرات البشرية والمادية والمالية. (سليمان احمد اللوزي وآخرون ، مرجع سبق ذكره، ص ٢٠٢)

٢,٢,٢ تعريف تحسين الأداء المصرفي:

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.

٣,٢,٢ أهداف الأداء المصرفي

- الهدف الأساسي للأداء المصرفي تجسد في تطوير الأداء المالي وتحسين مستوى النشاط المصرفي ليتماشى في تطوره مع التوسع 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 بعددٍ من الخصائص أهمها شموله لفروع وأقسام النشاط المصرفي كافة.
- ارتباط تقويم الأداء بالوظائف الإدارية الأخرى كاللتنظيمية والتخطيطية، وضرورة تمتع هذه الأهداف بالواقعية والموضوعية، والقدرة العالية للقائمين عليها بتحقيق نتائج ايجابية
- تمتع هذه العملية بالمرونة والقدرة على التطور الدائم لتتماشى مع التطورات والتغيرات الحاصلة في البنية الاقتصادية عموماً والنشاط المصرفي خصوصاً.

٤,٢,٢ مؤشرات قياس الأداء:

ويمكن تقسيمها إلى أربعة مؤشرات وهي:

- (١) السيولة: ويُقصد بها مدى توافر أصول سريعة التحويل إلى نقدية ، بدون خسائر في قيمتها ، لمقابلة ديون مستحقة في مواعيدها دون تأخير وتتمثل 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 ربحية البنك الإجمالية ومقارنتها بالبنوك الأخرى بواسطة:

- العائد على حق الملكية.

- العائد على الأصول. (طارق عبدالعال حماد، مرجع سبق ذكره، ص ٨١ _ ٨٢)

وهناك مؤشرات أخرى للربحية مثل معدل العائد على رأس المال المدفوع ، ومعدل

العائد على الودائع. (سليمان احمد اللوزي، مرجع سبق ذكره ، ص ٢٠٢)

٢,٢,٥ 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 المعبرة 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 ، وتستهدف 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 لتقييم 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 السيسي ، مرجع سبق ذكره، ص ٢٤٢)

٢) مؤشرات تقييم الأداء في البنوك التجارية :

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

٦,٢,٢ نماذج تقييم الأداء:

تختلف مؤشرات قياس أداء البنوك باختلاف المستفيدين من تقارير الأداء، لذا استخدمت عدة نماذج لهذا الغرض وتتمثل النماذج الأكثر استعمالاً وحادثة نذكر منها:

١) نموذج العائد على حقوق الملكية: (ROE)

أعتبر نموذج العائد على حقوق الملكية لفترة طويلة مؤشراً متكاملًا لوصف وقياس العلاقة المتبادلة بين العائد والمخاطرة، وقد أستخدم هذا النموذج في سنة ١٩٧٢م في الولايات المتحدة الأمريكية من طرف (دافيد كول)، كإجراء لتقييم أداء البنوك 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 بفئات العائد على الأصول، والجدول التالي يبين عناصر المجموعة الأولى.

جدول (١ - ٢)

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

- 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)

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

٢) نموذج القيمة الاقتصادية المضافة (EVA):

مع التطور الذي شهده النظام المصرفي خلال العشرينيتين 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 وستارن) بأن نموذج القيمة الاقتصادية المضافة على أنه مقياس للإنجاز المالي ، وتعتبر أقرب من أي مقياس آخر لتقدير 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

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

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 وهناك زيادة في ثروة الملاك .

- إذا كان EVA يساوي الصفر: حقق البنك توازن

- إذا كان EVA أصغر من الصفر: هنالك تآكل في ثروة الملاك .

(يوسف بوخلخال، الجزائر ، ٢٠١٢، ص ٢٠٧)

٧,٢,٢ مقاييس تقييم الأداء:

هنالك العديد من المقاييس التي يجري عبرها تقييم الأداء المؤسساتي 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 والتشابه بين الأداء والأداء المصرفي:

إن جميع المصرفيين استنتجوا بأن المصارف هي مختلفة كل الاختلاف عن المشاريع غير المالية (المشاريع الصناعية) وأن معظم المفاهيم التي طورت في تحليل أداء هذه المشاريع هي مفاهيم غير صحيحة للمصارف ألا أن آخرين يقولون انه لا يوجد هناك ما يبرر هذا الاستنتاج مع أن المصارف تختلف عن الأنشطة أو المؤسسات غير المالية ألا أن معظم المفاهيم الرئيسة التي طورت الشركات الخاصة الموجهة نحو الأرباح هي مفاهيم صحيحة في تحليل أداء المصارف التجارية، وتعد المصارف من المؤسسات المالية ذات الأهمية البالغة في النشاط الاقتصادي فعن طريقها يمكن سحب السيولة النقدية الفائضة من التداول ثم إعادة ضخها على هيئة تسهيلات وقروض.

وتتهم إدارات المصارف بالأداء المالي بعدها مؤسسات مالية وسيطة تتاجر بالأموال أساساً ويعد 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-ص ٣١)

٢) نماذج الأعمال الإلكترونية:

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

(Performance)، (2003)

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 وتجاوباً أفضل مع أي تغيير من المحتمل أن يحدث في بيئة 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 والزبائن المستخدمين للويب على نطاق واسع للبحث عن الحلول للمشاكل المالية والتسويقية وكثرة المنافسة على صعيد مختلف للأسواق الداخلية والخارجية.
٢. تحسين صورة المنظمة ومكانتها الذهنية والمنتجات من خلال الحضور على الإنترنت الذي يسمح للملايين من مشاهدة ما هو معروض من سلع وخدمات والاطلاع على المعلومات المنشورة عن المنظمة ومنتجاتها، بذلك تصبح مواقع المنظمة عبارة عن وسيلة ترويجية وإعلانية واسعة الانتشار.
٣. تحسين مستوى الخدمات المقدمة للزبون التي أساس لبناء علاقة زبون جيدة.
٤. تأسيس علاقات الزبون الأكثر تفاعلية.
٥. إدارة حاجات الزبون ومحاولة تلبيتها.
٦. يسهل عملية الاتصال والتواصل مع الأطراف المختلفة وفهم الزبائن في مختلف البلدان.
٧. تقليل دور الوسطاء والموردين الذي يضيف تكاليف يتم تحميلها على سعر المنتج. والتي تنعكس على القدرة الشرائية للزبائن 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 وتسليم المنتجات الرقمية بشكل فوري.
١١. تقليل وقت التسليم وتكون صفقات تجارية بشكل مباشر وأكثر فورية واستعمال عملية الأعمال الإلكترونية والطلبات 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، خصوصا 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 وتنزانيا والصومال، حيث أصبحت الخدمات المالية عبر الهاتف المحمول خياراً حيوياً متنامياً لتقدم الخدمات المالية إلى من لا يمتلكون حسابات مصرفية.

١. مفهوم النقود الإلكترونية:

- لا يوجد تعريف موحد للنقود الإلكترونية إلا أن جميع التعاريف تجمع على أنها قيمة مخزنة في وسيلة إلكترونية وتستخدم كأداة دفع، وسنسردها هنا أهم التعريفات الواردة عن بعض المؤسسات الإقليمية والدولية:
- تعريف المفوضية الأوروبية: هي قيمة نقدية مخزنة على وسيلة إلكترونية، كبطاقة أو ذاكرة كمبيوتر ومقبولة كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين غير المؤسسة التي أصدرتها، ويتم وضعها في متناول 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 تسوية المدفوعات لوحدة 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 ائتمانية 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 .

(الساموي/ص ٤١)

٢,٣,٢ تعريف المصارف الإلكترونية:

١. مفهوم الصيرفة الإلكترونية:

تعرف الصيرفة الإلكترونية على أنها "المعاملات المالية بين المؤسسات المصرفية والمالية والأفراد، والشركات التجارية الحكومية متخذة من التكنولوجيا والابتكار أدواتها لتقديم خدمات مصرفية جديدة ومتنوعة للعمل، فتطور العمل المصرفي من أداء خدمات مالية خاصة بحسابات العميل إلى القيام بخدمات المال". تسمح الأنظمة عبر الخط (online systems) للزبائن الاستفادة من مجموعة من الخدمات المصرفية انطلاقاً من حاسوب شخصي يتم ربطه بحواسيب البنك عبر الخطوط الهاتفية، وهذا يزيد كثيراً من راحة الزبائن حيث لا توفر الصيرفة الإلكترونية عليهم التنقل فقط بل تجعل استخدام الموزع الآلي للنقود، 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. (نظار محمد منصف، ٢٠٠٢، ص ١٨٠)

وتعرف أيضاً بأنها من أحدث الوسائل في تقديم الخدمات والمنتجات البنكية، وهي تتكون من الأنظمة التي تسمح لعملاء البنك سواء 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 ينعكس إيجابياً على تسعيرتها.

- البنوك الأرضية: وهي بنوك عادية تعرض بالإضافة إلى المنتجات التقليدية خدمات الصيرفة الإلكترونية. (بلعباس-٢٠٢٠-ص١٣٢)

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 والتكامل بين المعلومات والخدمات البنكية الإلكترونية ؛ سهولة التواصل بين الداخل والخارج من خلال شبكة الاتصالات التكنولوجية المتطورة مما يسمح بتخطي العقبات الجغرافية والزمنية في انجاز 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 وتسيير أعمالها وتلبية حاجاتها ؛ تؤمن البنوك وسائل جديدة للإعلان عن خدماتها المصرفية وإمداد العملاء بالمعلومات عن أرصدهم ، وتوفير الخدمات الممكنة ، بإدارة الأرصدة وتحويل الأموال إلكترونياً ؛ 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 اللازمة لتفعيل الصيرفة الإلكترونية تتطلب ما يلي:

- ضرورة توفر شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات الصلة، وترتبط بالشبكة العالمية "الإنترنت" وفقا لأسس قياسية مؤمنة، وأن يكون التأمين جزءا 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 وفقا لأولويات تحددها خطة استراتيجية على مستوى البنك المركزي وعلى مستوى البلاد ككل. - وجود كادر بشري مؤهل ومدرب وقادر 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 والفنيين في المصارف. إيجاد كافة التشريعات والقوانين والأنظمة اللازمة والضابطة للعمل المصرفي الإلكتروني. (بالعباس - ٢٠٢٠ - ١٣٥)

٤. مزايا البنوك الإلكترونية :

تتفرد البنوك الإلكترونية في تقديم خدمات متميزة عن غيرها من البنوك التقليدية تلبي احتياجات 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 والتعاملات، 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 التأكد من أرصدتهم 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 وكفاءة 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

الماسية والذهبية المقدمة لفئة محددة من العملاء على شكل بطاقات ائتمانية ويخصم 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 وعمولات 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. (قنديلجي -٢٠١٥-ص١٧٨-١٧٩)

٥. معوقات المصارف 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 الاستخدام (مثل صعوبة اللغة أو عدم توفر النشرات الإرشادية).
- قلة الثقة في استخدام الصيرفة الإلكترونية والقناعة بالتعامل مع الفروع مباشرة.
- عدم توفر المهارات اللازمة 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 اللازمة لاستخدام القنوات الإلكترونية (مثل عدم توفر حاسوب).
- عدم المعرفة بهذه الخدمات الإلكترونية.
- زيادة الكلفة المترتبة على استخدام القنوات الإلكترونية وفيها الأعباء المالية الإضافية (مثل الاشتراك في الإنترنت، إجراء مكالمات 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، ٢٠٠٨، ١٨٥)

٢) معوقات التوسع في الصيرفة الإلكترونية بالنسبة للبنوك التجارية:

أولاً: المعوقات التنظيمية:

- ١) عدم قناعة الإدارة بالجدوى الاقتصادية لتطبيق التكنولوجيا وبالذات الصيرفة الإلكترونية.
- ٢) عدم وجود معرفة بالميزات 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 تقنية 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 توسع البنوك في الصيرفة الإلكترونية أهمها:

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

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

(٣) انخفاض الوعي المصرفي لدى العملاء وقلة الثقة.

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

(ناظم محمد نوري الشمري، ١٨٥، ٢٠٠٨)

٣,٣,٢ أدوات الصيرفة الإلكترونية:

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

(١) بنوك الإنترنت (Internet Banks):

قبل التطرق إلى موضوع بنوك الإنترنت لا بد من الإشارة إلى نشأة شبكة الإنترنت، ففي مؤتمر (لندن) عام ١٩٩٨ حول دمج التقنيات تحدث بيل غيتس) رئيس مجلس إدارة شركة (Microsoft) العالمية قائلاً: يجب النظر إلى الإنترنت على أنه أمر مسلم به وأضاف قائلاً "إن المؤسسات التي تأخذ بتقنية الإنترنت 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 الإنترنت 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 الإنترنت الحالية، وتم إنشاء شبكات خاصة لتقديم هذه الخدمات ،

ومع بداية التسعينيات انتشرت شبكة الإنترنت انتشاراً واسعاً عبر العالم. (Fuller, 2000, pp. 67-68)

وتُعرف بنوك الإنترنت وتسمى أيضاً البنوك الافتراضية (Virtual Banks): بأنها تلك البنوك التي تستخدم الإنترنت كقناة للحصول على الخدمات المصرفية مثل: فتح حسابات الإيداع، وتحويل الأموال، والحصول على الخدمات المصرفية الجديدة. ويعد الإنترنت هو جوهر عمل هذه البنوك، وتعتبر بنوك | الإنترنت 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 المغنط. (منير، ٢٠١٢، ص ١٣)

٣) البنك الخلي (Mobile Bank):

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

● 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- إنزال Profile الخاص بالبنك على الجهاز الخليوي، إما من خلال البروشور الخاص

بالخدمة أو من خلال الاتصال مع شركة الاتصالات الخلوية. (ناظم محمد نوري

الشمري، ١٨٥، ٢٠٠٨)

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 بالتالي 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 الحوالات الداخلية.

٥. إصدار وتسديد الحوالات بالعملة الأجنبية.

٦. إصدار وتسديد الحوالات السريعة Western Union.

٧. إصدار الشيكات المصرفية.

٨. إصدار الشيكات المصدقة.
 ٩. إصدار شهادة الملاءة.
 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، ١٨٥، ٢٠٠٨)

٢، ٣، ٤ 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 تمكنه من سحب المبالغ النقدية من أجهزة السحب وتقديمها كأداة وفاء للسلع والخدمات .

(٢) أنواع البطاقات الإلكترونية:

- (١) بطاقات الفيزا: وهي بطاقة تحول حاملها أجراء عمليات الشراء والسحب النقدي ضمن سقف 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 سقف 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 وبسقف محدد تخول حاملها القيام بعمليات شراء السلع والخدمات لدى التجار الذين
يمتلكون أجهزة (Epos)، وتمنح لحاملها ميزات ميسرة لسداد المبالغ المسحوبة على أقساط
شهرية بحيث يتم رفع سقف البطاقة بالمبالغ المسددة مما يتيح للعميل استغلال المبالغ
المسددة مرة أخرى . (نفس المرجع ، ص ١٠١)

□ توجد ثلاث 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 والخصم 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 بعمليات 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 تتعهد بتسديد مبالغها عند الطلب أو من أجل، كما تقدم القروض لهم. (ذهيبه بلعيد، البلدة، ٢٠٠٧/٢٠٠٨، ص ٢٢)

(٢) أنواع البنوك التجارية:

يمكن تقسيم المصارف التجارية من منظورات متعددة على النحو التالي:

- من حيث نشاطها ومدى تغطيتها للمناطق الجغرافية:

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

خارجها. وتقوم هذه المصارف بكافة الأعمال التقليدية، وتمنح 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 نسبية مثل محافظة معينة أو مدينة أو ولاية أو إقليم محدد، ويقع المركز الرئيسي للمصرف والفروع 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 الكبرى.

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، وتتعامل 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 تغطي 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 تسيير 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 للقرض، إضافة إلى تعاملها بالقروض متوسطة الأجل وكذلك طويلة الأجل ولكن بدرجة محدودة.

٢) مصارف السلاسل: وهي عبارة عن سلسلة من المصارف نشأت نتيجة لنمو حجم المصارف التجارية، وزيادة حجم نشاطها واتساع نطاق أعمالها وتتكون 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 يُترك لها تنفيذ هذه السياسات بشكل لامركزي. وتأخذ هذه المصارف طابعاً احتكاريّاً، 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 المخصوصة، 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 وتخضع 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 احتكامها للشريعة الإسلامية كما يلي:

- ١) المصارف التجارية التقليدية: وهي المصارف التي تتعامل بالفائدة أخذاً وعطاءً في تعاملاتها.
- ٢) المصارف التجارية الإسلامية: وهي مصارف لا تتعامل بالفائدة أخذاً 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)

٥,٢ 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 الادخار، والتي سيتم تفصيلها لاحقاً في مصادر واستخدامات المصارف التجارية ، ومن أهم الوظائف التقليدية للبنوك التجارية:

- تقديم الاعتمادات المستندية: 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 يتقدم به المتعامل من أجل سداد ثمن مشتريات بضائع من الخارج ، يقوم المصرف بموجبه عن طريق المراسلين بسداد القيمة بالعملية المطلوبة للسداد.

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

- الكفالات المصرفية (خطابات الضمان): وهي عبارة عن "تعهد خطي 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، وتتداخل 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 وإبراهيم 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 عدة 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 وبموجبه يلتزم المقرض 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 يحتفظون بقدر ملائم من الودائع لدى المصرف المقرض. (هندي، ١٩٩٦، ص 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 ومحكومة 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 المصارف، ويعني أن يقوم المصرف بدفع قيمة الورقة التجارية قبل استحقاقها لحاملها أو مقدمها للمصرف مقابل خصم معين كفايدة عن قيمة الورقة للمدة بين تاريخ الخصم ووقت الاستحقاق. ويقوم المصرف عادة بتحصيل القيمة في تاريخ الاستحقاق من الملتزم 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 ولأن المصرف المركزي يقوم بإعادة خصم هذه الأوراق التجارية إذا عرضت عليه من قبل المصرف المعني وعند الضرورة ضمن شروط معينة. وتجلب عادة هذه الأوراق سعراً عالياً من الفوائد لأنها تحمل مخاطر عدم السداد عند الاستحقاق خصوصاً الكمبيالات. (خالد عبدالله وإبراهيم الطراد، ٢٠٠٦، ص ٩٢)

- التعامل بالعملات الأجنبية بيعاً وشراءً: وتعد 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 الشيكات السياحية والقيام بعملية التحويل الداخلي والخارجي، إصدار السندات والأسهم.

٢. الخدمات الحديثة للمصارف التجارية:

توسع 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 بموجب 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 متفق عليها 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 ومحلات 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 الزبائن 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 الشمري، 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 إضاعتها واستعمالها من قبل الغير، وهذه حالات نادرة أيضاً، لذلك فإن المصارف تحتاط لمثل 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 يتقاضاها 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 وبتكاليف 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 بضمان 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 الشمري، 2009، ص 49-50).

٣) خدمات التأجير التمويلي:

تُعتبر 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 رأسمال 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 الاقتراض خاصة وأن المخاطرة تصبح مشتركة بين المؤجر والمستأجر.

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

٤) تقديم خدمات استشارية للمتعاملين:

أصبحت معظم المصارف تشترك 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 ضميناً 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 تحتم على إداراتها التفهم والإلمام الكامل بها فالمسئول 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 ومبتكرة للمتعاملين مع مصارفهم وذلك لكسب ثقة المشروعات المختلفة خاصة وأنه قد أصبح واضحاً أن مصلحة المشروع ومصلحة المصرف هي مصلحة مشتركة.

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

٥) ادخار المناسبات:

تشجع بعض المصارف المتعاملين 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 مجزية 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 يدخر 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 الإنترنت 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 مصرفية 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 الإنترنت، 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 مجمل 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، وبالأخص العميل غير المحترف كوسيلة سهلة ومضمونة نظراً للنصائح التي يقدمها المصرف للعميل.
- الخدمات الفنية: من أبرزها تعديل البرامج الخاصة بعملاء المصرف لتتوافق 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 أهداف البنوك التجارية:

تتمثل أهداف البنوك التجارية في النقاط التالية:

□ الأمان :

يتسم رأسمال 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 يتأتى 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 دائماً إلى تحقيق أكبر ربح ممكن لأصحاب البنك إذ أن المعيار الأساسي لمدى كفاءة الإدارة هو حجم الأرباح التي تحققها، وإذا حققت الإدارة أرباحاً أكثر فإن ذلك يعني أنها أكثر كفاءة من غيرها إلا أن الاندفاع نحو تحقيق الربحية دون أخذ بعين الاعتبار المخاطر التي تتجم عنها قد يؤدي بالبنك إلى الوقوع في الأزمات السيولة التي تهدد مركزه المالي والثقة فيه.

(احمد فريد مصطفى، ٢٠٠٠، ص ٢٥٢)

□ أبعاد الصيرفة الإلكترونية:

- تحسين الاداء المصرفي: 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.
- الأداء: تنفيذ أمر أو مهام أو واجب أو أنشطة من طرف شخص أو مجموعة من الأشخاص للقيام به.
- موقع البنك: هي المنطقة الجغرافية التي يوجد فيها البنك ويقدم الخدمات المصرفية المختلفة للعملاء.
- الصرافات الآلية: هو جهاز إلكتروني يوفر لعملاء المؤسسات المالية إجراء المعاملات المالية في الأماكن العامة كبديل عن الحاجة إلى موظف. للقيام بأي عملية.
- الهاتف: هو آلة أو جهاز يستخدم لنقل الصوت بشكل فوري بين مكانين متصلين بخط هاتف ثم خلال البدالة ويوجد جهاز هاتف على كل طرف منهما.

الفصل الثالث:

الدراسة الميدانية

تمهيد

تناول هذا المبحث الإجراءات التي اتبعها الباحثون لتطبيق أداة البحث والتحليل الوصفي للبيانات، حيث تناول عرضاً للطريقة والإجراءات التي أتبع في تنفيذ البحث ، وشمل ذلك وصفاً لمجتمع البحث وعينتها، وطريقة إعداد أدواتها، 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 (العريقي، ٢٠١٤، ١٥٦).

وقد تكوّن 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%)، وبفقد (٥) استبانات 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 الاستبانات الموزعة والمسترجعة والمفقودة كالتالي:

جدول رقم (٣/١) يوضح عدد الاستبانات الموزعة والمعاداة بعد تعبئتها.

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

□ أداة البحث

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

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 ينطبق 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 ، وتتكون الاستبانة من قسمين:
- القسم الأول: يتضمن البيانات الشخصية والتنظيمية عن أفراد العينة والتي شملت: (الجنس ، المؤهل العلمي ، سنوات الخدمة ، الدرجة الوظيفية).
- القسم الثاني: ويتضمن عبارات البحث الأساسية: وقد تضمن محورين رئيسيين ، وهما:
- المحور الأول: الصيرفة الإلكترونية: ويحتوي على (١٥) عبارة موزعة على ثلاثة أبعاد هي:
- البعد الأول: موقع البنك ، ويتكون من ٦ عبارات.

البعد الثاني: الصرافات الآلية ، ويتكون من ٤ عبارات.

البعد الثالث: الهواتف ، ويتكون من ٥ عبارات.

المحور الثاني: الأداء المصرفي ، 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 الاستمارة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية ثانية، بحيث تكون مفهومه لكل من يستخدمها".

(عبيدات وآخرون، ٢٠٠١: ١٦٠)

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

١- الصدق الظاهري (صدق المحكمين):

يعني الصدق الظاهري أن تبدو أداة القياس ظاهرياً تقيس ما وضعت فعلاً لقياسه، شكل الأداة ومظهر الفقرات يتناسب مع المقصود بها، من حيث نوع الفقرات وكيفية صياغتها، ومدى مناسبتها ووضوحها للمستجيبين، كما يشير إلى تعليمات المقياس من حيث الوضوح والموضوعية، ومدى مناسبة المقاييس للهدف الذي وضع من أجله.

(الزغبى، ١٩٩٥: ٨٧)

فبعد انتهاء الباحثون من إعداد الاستبانة وتحديد المقياس المستخدم وصياغة فقرات المحاور، تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين من ذوي الخبرة والمعرفة في مجال المالية والمصرفية والإحصاء والبحث العلمي من أجل الاستفادة من خبراتهم ومعرفتهم وقد استجاب الباحثون لآراء المحكمين وقاموا بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة وخرجت الاستبانة في صورتها النهائية (ملحق..).

٢- صدق الاتساق الداخلي:

يقصد بالصدق الداخلي للأداة: مدى ارتباط كل عبارة من عبارات البعد بالدرجة الكلية للبعد والدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه، وقد استخدم الباحثون معامل الارتباط بيرسون للتأكد من ارتباط العبارات، وكانت نتائج كما هي مبينة بالجدول التالية :

أولاً: معامل الاتساق الداخلي لأبعاد المحور الأول (الصيرفة الإلكترونية)

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

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

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

** 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 البعد الأول (موقع البنك) ذات ارتباط مع الدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه ، حيث كان معامل ارتباط العبارات مع البعد الذي تنتمي إليه بين (٠.٧٠٩** - ٠.٨٩٥**) وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١) لكافة العبارات، و كان معامل ارتباط عبارات البعد الثاني (الصرافات الآلية) مع البعد الذي تنتمي إليه بين (٠.٧٠٢** - ٠.٨٨١**) وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١) لكافة العبارات، وكان معامل ارتباط عبارات البعد الثالث (الهواتف) مع البعد الذي تنتمي إليه بين (٠.٦٨٢** - ٠.٨٩٨**) وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١) لكافة العبارات، وبهذا يكون الباحثون أكدوا من الاتساق الداخلي لعبارات المحور الأول (الصيرفة الإلكترونية).

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

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

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

** 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 المصرفي) ذات ارتباط مع الدرجة الكلية للعبارات الذي تنتمي إليه، حيث كان معامل ارتباط العبارات مع البعد الذي تنتمي إليه بين ((.٩٢٩** - .٨٢٥**)) وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١) لكافة العبارات ، وبهذا يكون الباحثون تأكدوا من الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني (الأداء المصرفي).

٣- ثبات الأداة:

لمعرفة ثبات أداة البحث يتم إجراء اختبار ألفا كرونباخ (s Alpha' Cronbac) لمعرفة ثبات عبارات الاستبانة ومصدقيتها وأسلوب ألفا كرونباخ يعتمد على مدى تقارب استجابات عينة البحث على عبارات الأداة ، فكلما تقاربت الإجابات عينة البحث ارتفعت درجة الثبات، ويتبع ذلك درجة المصادقية ، حيث أن الحد الأدنى لثبات الاستبانة هو أن تكون درجة الثبات (٠,٦٥)، وكلما اقترب الرقم من (الواحد الصحيح)، دل على اتفاق آراء العينة حول عبارات الاستبانة أي أن لهم رأياً شبه موحد فيما يتعلق بالعبرة. وللتأكد من ثبات الاستبانة بعد تطبيقها تم استخدام البرنامج الاحصائي spss لإيجاد معامل الثبات (ألفا كرونباخ) ودرجة المصادقية، وكانت النتائج كما هي مبينة بالجدول التالي:

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

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

المصدر: إعداد الباحثون بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

يتبين من الجدول (٣/٤) أن قيمة معامل أبعاد محاور الأداة تراوحت بين (٩٢ % - ٩٤ %)، كما تبين 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، ويوحى 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 والذي يتوزع من أعلى وزن له والذي أعطيت له (٥) درجات والذي يمثل في حقل الاجابة (موافق بشدة) الى أدنى وزن له والذي 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 اللفظي لمحاور البحث، وذلك باستخراج المدى كما هو معروف عن طريق حساب الفرق بين أعلى قيمة وأدنى قيمة على النحو التالي:

المدى = ٥ - ١ = ٤ ، 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 اللفظي لأسئلة فرضيات البحث

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

□ 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 Person's Correlation: 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 s Alpha' Cronbac: 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 وتفسير 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 للقيمة الواحدة داخل المتغير في شكل أرقام ونسب مئوية، وعن طريق التفرغ التي أجريت لاستمارات الاستبانة توصل الباحثون إلى المعلومات التالية:

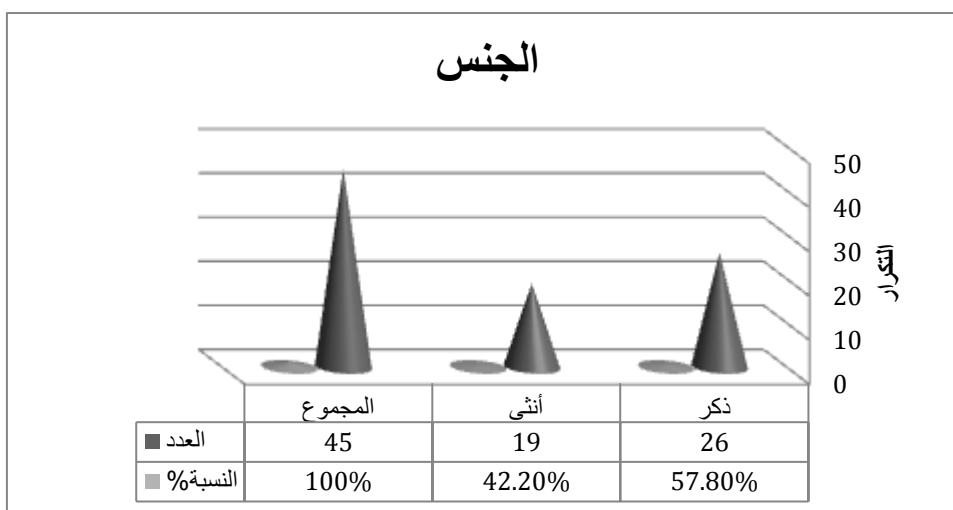
١. توزيع أفراد عينة البحث وفقاً لمتغير الجنس

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

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

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 فمثلت نسبة (42.2%)

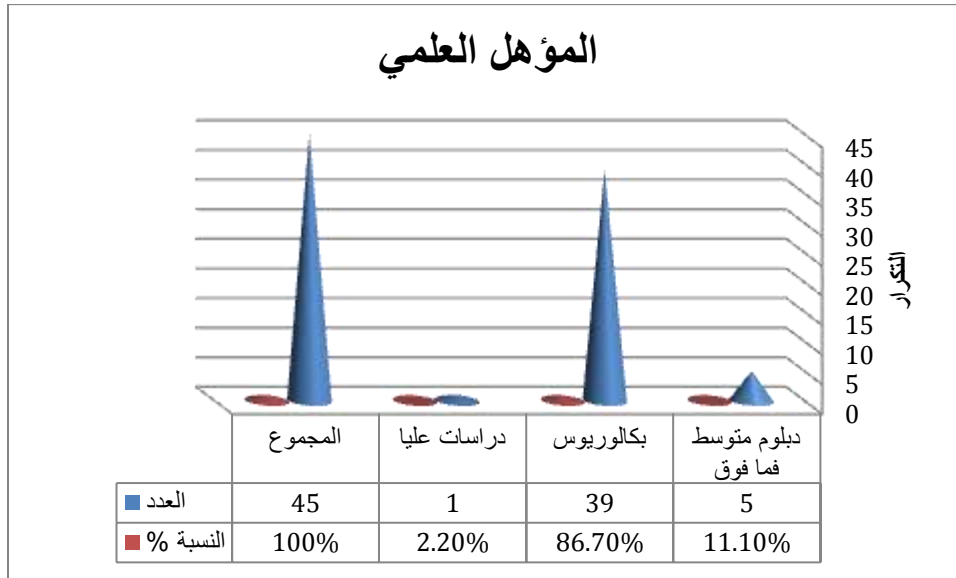
٢. توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي:

جدول رقم (٣/٧) يوضح التوزيع التكراري لأفراد 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.

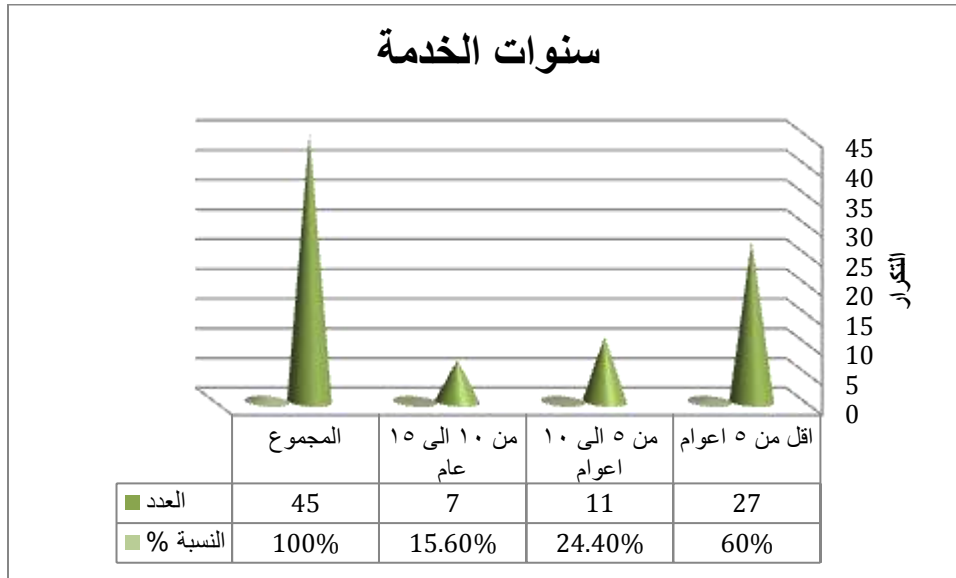
٣. توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات الخدمة:

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

سنوات الخدمة	العدد	النسبة %
أقل 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 (أقل من ٥ اعوام) بنسبة (٦٠%)، يلي ذلك من ذوي سنوات الخدمة (من ٥ الى ١٠ اعوام) بنسبة (٢٤,٤%)، وأقلهم من ذوي سنوات الخدمة (من ١٠ الى ١٥ عام) بنسبة (١٥,٦%) من حجم عينة البحث.

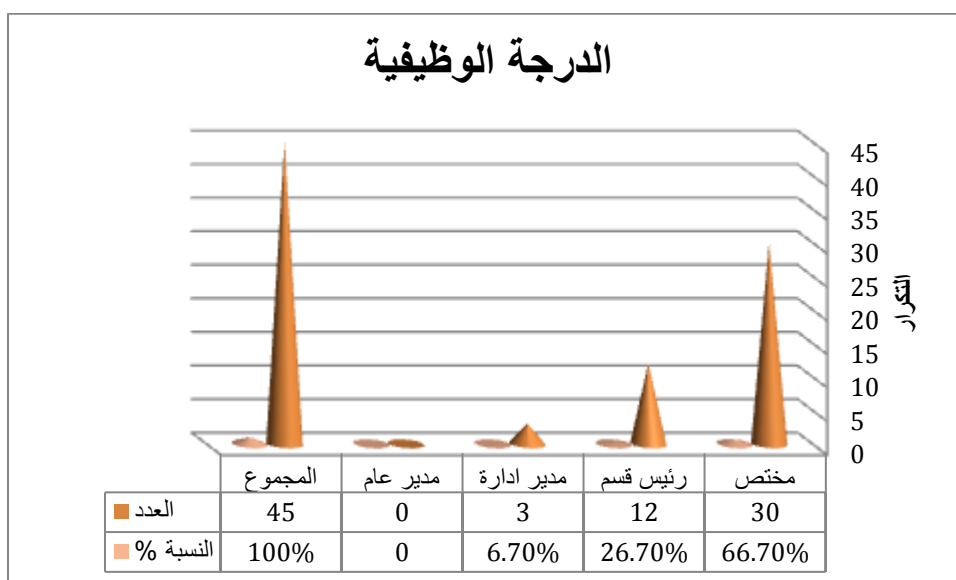
٤. توزيع أفراد العينة حسب الدرجة الوظيفية

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

الدرجة الوظيفية	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) بنسبه (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.

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

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

يتبين من خلال الجدول السابق ما يلي:

- حصلت العبارة رقم (٤)، على الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ: (٣,٧١)، وانحراف معياري بلغ: (1.51691)، وبتقدير لفظي (مرتفع)، وهذا يدل على أن أفراد مجتمع البحث يوافقون بدرجة مرتفعة.
- حصلت العبارة رقم (٦)، على الترتيب السادس والآخر بمتوسط حسابي بلغ: (٢,٦٨)، وانحراف معياري بلغ (1.36219)، 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: (1.26411)، 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 الصرافات الآلية:

جدول رقم (٣/١١) ، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لُبُعد الصرافات الآلية.

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقدير اللفظي	الرتبة
1	يقدم البنك خدمة الصراف الآلي داخل المبنى	3.8000	1.53149	مرتفع	3
2	يقدم البنك خدمة الصراف الآلي خارج مبنى البنك	3.9556	1.49173	مرتفع	2
3	يوزع البنك أجهزة الصراف الآلي في مناطق جغرافية متعددة	4.0000	1.36515	مرتفع	1
4	خدمة الصراف الآلي متكاملة من حيث الإيداع والسحب والاستعلام عن الأرصدة	2.9778	1.45366	متوسط	4
	المتوسط الإجمالي لاستجابات العينة	3.3889	1.30510	متوسط	

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

يتبين من خلال الجدول السابق ما يلي:

- حصلت العبارة رقم (٣)، على الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ: (٤,٠)، وانحراف معياري بلغ: (١,٣٦٥١٥)، وبتقدير لفظي (مرتفع)، وهذا يدل على أن أفراد مجتمع البحث يوافقون بدرجة مرتفعة.

- حصلت العبارة رقم (٤)، على الترتيب الرابع والآخر بمتوسط حسابي بلغ: (٢,٩)، وانحراف معياري بلغ: (١,٤٥٣٦٦)، وبتقدير لفظي (متوسط)، وهذا يدل على أن أفراد مجتمع البحث يوافقون بدرجة متوسطة.

والمتوسط الحسابي العام لعبارات بعد: الصرافات الآلية بلغ: (٣,٣٨)، والانحراف المعياري بلغ: (١,٣٠٥١٠)، وبتقدير لفظي (متوسط)، وهذا يدل على أن أفراد مجتمع البحث يوافقون بدرجة متوسطة على توفر هذا البعد في البنك التجاري.

٣- البُعد الثالث الهواتف:

جدول رقم (٣/١٢)، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لُبُعد الهواتف.

م	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التقدير اللفظي	الرتبة
1	يقدم البنك خدمة الصيرفة المنزلية عبر الهاتف	2.7556	1.35102	متوسط	5
2	يقدم البنك خدمة التحويل عبر الهاتف المصرفي	2.8889	1.36885	متوسط	4
3	يقدم البنك خدمة البنك الناطق	3.2544	1.41671	متوسط	1
4	يوفر البنك خدمة الاستعلام عن الأرصدة عبر الهاتف	3.0444	1.42949	متوسط	3
5	يقدم البنك خدمة الرسائل النصية عبر الهاتف المحمول	3.2444	1.52488	متوسط	2
	المتوسط الإجمالي لاستجابات العينة	3.0000	1.27029	متوسط	

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

يتبين من خلال الجدول السابق ما يلي:

- حصلت العبارة رقم (٣)، على الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ: (٣,٢٥)، وانحراف معياري بلغ: (١,٤١٦٧١)، وبتقدير لفظي (متوسط)، وهذا يدل على أن أفراد مجتمع البحث يوافقون بدرجة متوسطة.

- حصلت العبارة رقم (١)، على الترتيب الخامس والآخر 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: الهواتف 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

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

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

يتبين من خلال الجدول السابق ما يلي :

- حصل بعد (الصرافات الآلية)، على الترتيب الأول 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 بُعد (الهواتف)، على الترتيب الثالث بمتوسط حسابي بلغ (3.0) 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 ممثلةً 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

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

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

يتبين 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 والآخر بمتوسط حسابي بلغ: (3.5111)، وانحراف معياري بلغ: (1.48664)، وبتقدير لفظي (مرتفع)، وهذا يدل على أن أفراد مجتمع البحث يوافقون بدرجة مرتفع.

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

٤,٣ 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							
المتغير المستقل	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2	درجة التأثير Beta	اختبار (F) للنموذج		اختبار (T) للنموذج	
				قيمة (F)	مستوى المعنوية Sig.	قسمة (T)	مستوى المعنوية Sig.
موقع البنك	.752	.565	.814	46.60 6	.000	2.761	.000

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 $R=0.752$) وهو معامل ارتباط موجب وذو علاقة طردية عالية إحصائياً حيث كانت مستوى الدلالة (0.000) ، أما معامل التحديد $(R^2=0.565)$ الذي يوضح نسبة ما اثره المتغير المستقل على المتغير التابع ، كما بلغت درجة التأثير أو الميل $(B=0.814)$.

كما يؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة ، حيث بلغت (46.606) وبمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعنوية (0.05) . وكذلك قيمة T المحسوبة البالغة (2.761) بمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمدة (0.05) .

مما 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 أنه : 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 الآلية في تحسين الاداء المصرفي.

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

المتغير التابع : الأداء المصرفي							
المتغير المستقل	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	درجة التأثير Beta	اختبار (F) للنموذج		اختبار (T) للنموذج	
				قيمة (F)	مستوى المعنوية Sig.	قائمة (T)	مستوى المعنوية Sig.
الصرفات الآلية	.685	.470	.719	38.749	.000	2.701	.000

اعداد الباحثون بالاعتماد على برنامج spss

من خلال الجدول (٣/١٦) السابق، أظهرت نتائج التحليل للعلاقة بين المتغير المستقل (الصرفات الآلية) والمتغير التابع (الاداء المصرفي)، وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين، إذ بلغ معامل الارتباط ($R=0.685$) وهو معامل ارتباط موجب وذو علاقة طردية متوسطة إحصائياً حيث كانت مستوى الدلالة (0.000) ، أما معامل التحديد ($R^2=0.470$) الذي يوضح نسبة ما اثره المتغير المستقل على المتغير التابع ، كما بلغت درجة التأثير أو الميل ($B=0.719$).

كما يؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة، حيث بلغت (38.749) وبمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعنوية (0.05). وكذلك قيمة T المحسوبة البالغة (2.701) بمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمدة (0.05).

مما 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 أنه : لا يوجد دور الصرافات الآلية في تحسين الأداء المصرفي.

وقبول الفرضية البديلة والتي نصت على أنه : يوجد دور للصرافات الآلية في تحسين الأداء المصرفي في البنك التجاري.

٣. الفرضية الفرعية الثالثة:

لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية للهواتف في تحسين الاداء المصرفي.

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

المتغير التابع : الاداء المصرفي							
المتغير المستقل	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	درجة التأثير Beta	اختبار (F) للنموذج		اختبار (T) للنموذج	
				قيمة (F)	مستوى المعنوية Sig.	قسمة (T)	مستوى المعنوية Sig.
الهواتف	.536	.287	.577	23.676	.000	4.088	.000

اعداد الباحثون بالاعتماد على برنامج spss

من خلال الجدول (٣/١٦) السابق، أظهرت نتائج التحليل للعلاقة بين المتغير المستقل (الهواتف) والمتغير التابع (الاداء المصرفي)، وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين، إذ بلغ معامل الارتباط ($R=0.536$) وهو معامل ارتباط موجب وذو علاقة طردية متوسطة 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 (0.05). وكذلك قيمة T المحسوبة البالغة (4.088) بمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمدة (0.05).

مما 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 أنه : لا يوجد دور للهواتف في تحسين الاداء المصرفي.

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

الفصل الرابع:

الاستنتاجات والتوصيات

١,٤ تمهيد:

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

٢,٤ 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 الاداء المصرفي في البنك التجاري اليمني.
٣. يوجد دور للصرفات الآلية في تحسين الاداء المصرفي في البنك التجاري اليمني.
٤. يوجد دور للهواتف في تحسين الاداء المصرفي في البنك التجاري اليمني.

٣,٤ التوصيات:

- (١) تعزيز الخدمات الإلكترونية الحديثة مثل الإيداع عن طريق الصرافات الآلية وإدخال المحافظ الإلكترونية.
- (٢) تعزيز إرسال واستلام الحوالات عبر التطبيقات الإلكترونية حيث تقتصر 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 غيداء 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. الزغبى، احمد، (١٩٩٥) سيكولوجية الفروق الفردية وتطبيقاتها التربوية، دار الحكمة اليمنية للطباعة والنشر والإعلان، اليمن، صنعاء.
٧. (السماوي/عبدالغني) (الدبيلي/أمل) (الحداد/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 الالكترونية الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع.
١١. الصميدي، محمود جاسم، يوسف، ردينه عثمان، (٢٠١٢)، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الاردن (عمان).
١٢. الصيرفي محمد، (٢٠٠٦) إدارة البنوك، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان.
١٣. العاني، مزهر شعبان (٢٠١٦). الأعمال الالكترونية (منظور إداري -تكنولوجي)، الطبعة الأولى، دار الإحصاء 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 والتسويقية 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. بريكه، السعيد،(٢٠١٠)،تقييم المنشأة الاقتصادية مدخل القيمة الاقتصادية المضافة.
١٩. حساسنه، إبراهيم محمد ،(٢٠١٣) ، إدارة وتقييم الاداء 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.قنديلجي/ عامر (٢٠١٥) ،التجارة الإلكترونية وتطبيقها 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)، الترشيح الاقتصادي للطاقة الانتاجية للمؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص ٩ .
٢٦. عبدالحق، بوعتروس، اثر تغير سعر الصرف على الاسعار المحلية.
٢٧. عبدالله، خالد امين ، و الطراد، اسماعيل ابراهيم ،(٢٠٠٦)، إدارة العمليات المصرفية والمحلية والدولية، دار وائل للنشر، الاردن (عمان).
٢٨. _عبيدات، ذوقان واخرون ،(٢٠٠١) ، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه الطبعة السابعة ،دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، الاردن: عمان.
٢٩. قنديلجي/ عامر (٢٠١٥) ،التجارة الإلكترونية وتطبيقها 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 والوقائع 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 الجامعة، ٨(٢)، ١٤٧-١٦٨.
٢. الحساني، وعد وجاسم، ضحى (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، ١٢(٣)، ١٩٥-٢١٦.
٣. (السماوي/عبدالغني)(الدبيلي/أمل)(الحداد/صالح)(الفسيل/نلقيس) ،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، الامين للنشر والتوزيع، صنعاء.
٥. انجرو، 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. بوخلخال، يوسف، (٢٠١٢) ، أثر تطبيق نظام التقييم المصرفي الأمريكي **camels** على نظام الرقابة في البنوك التجارية-دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية- مجلة الباحث، الجزائر، العدد ١٠، ص ٢٠٧.
٧. شكرين، 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، إسرائ (٢٠١٢).الصيرفة الإلكترونية انماطها و خيارات القبول و الرفض مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والادارية، ١(٦)، 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 الصيرفة الإلكترونية وآليات تفعيلها في البنوك الجزائرية. دراسة حالة .الجزائر. جامعة الجيلالي ليايس
٢. (تومي/حمزة)(مصطفى/سارة) ، (٢٠٢١) ، الصيرفة الإلكترونية كآلية لعصرنه 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 البواقي ،الجزائر

الملاحق



الجامعة الدولية

الجامعة الإماراتية الدولية

قسم العلوم المالية والمصرفية

استبيان

الأخ - الأخت / المحترم- المحترمة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

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

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

علماً بأن المعلومات التي ستعبأ من قبلكم سوف تعامل بسرية تامة، ولن تستخدم الا لأغراض البحث العلمي.

شاكرين تعاونكم معنا،

الطلبة:

١. نايف فاهيم العريقي
٢. احمد محمد القاسمي
٣. سما عبد الرزاق الطيار
٤. غفران محمد الشرعبي
٥. نسمة سليمان الصلوي

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 أعوام- 15 عام ()
٤. الدرجة الوظيفية :
- مختص () رئيس قسم () مدير إدارة () مدير عام ()

ثانياً: المعلومات الموضوعية

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

					يوزع البنك أجهزة الصراف الآلي في مناطق جغرافية متعددة	٩-
					خدمة الصراف 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 المادية 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-

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

قائمة المحكمين

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