



جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة كربلاء - كلية الإدارة و الاقتصاد
قسم العلوم المالية و المصرفية
الدراسات العليا

مدى توافر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية

دراسة استطلاعية لآراء عينة من مديري المصارف العراقية
العامة و الخاصة

رسالة مقدمة الى مجلس كلية الإدارة و الاقتصاد - جامعة كربلاء
كجزء من متطلبات درجة الماجستير في العلوم المالية و المصرفية

من قبل

محمد زهير عبد الأمير العزاوي

بإشراف

أ.د. حاكم محسن محمد الربيعي

2012 م

1433 هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

{ وَ عَلَّمَكَ مَا لَمْ تَكُنْ تَعْلَمُ
وَ كَانَ فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكَ
عَظِيمًا }

صدق الله العلي العظيم

سورة النساء , الآية 113

إقرار المشرف

أشهد أن إعداد رسالة الماجستير الموسومة بـ (مدى توافر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية – دراسة استطلاعية لآراء عينة من مديري المصارف العراقية العامة و الخاصة) للطالب (محمد زهير عبد الأمير العزاوي) قد جرى تحت إشرافي في جامعة كربلاء / كلية الادارة و الاقتصاد / قسم العلوم المالية و المصرفية .

إمضاء :

المشرف : أ.د. حاكم محسن محمد الربيعي

التاريخ : / /

إقرار المقوم اللغوي

أشهد أن رسالة الماجستير الموسومة بـ (مدى توافر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية – دراسة استطلاعية لآراء عينة من مديري المصارف العراقية العامة و الخاصة) للطالب (محمد زهير عبد الأمير العزاوي) قد جرى مراجعتها من الناحية اللغوية حتى غدت مؤهلة للمناقشة و لأجله أمضيت .

إمضاء :

الاسم : م. صلاح مهدي جابر

التاريخ : / /

إقرار رئيس قسم العلوم المالية و المصرفية

بناءً على التوصيات المقدمة من لدن المشرف و المقوم اللغوي , أرشح هذه الرسالة للمناقشة .

إمضاء :

الاسم : د. حيدر يونس الموسوي

التاريخ : / /

إقرار رئيس لجنة الدراسات العليا

بناءً على التوصيات المقدمة من لدن المشرف و المقوم اللغوي , أرشح هذه الرسالة للمناقشة .

إمضاء :

الاسم : أم.د. مهدي سهر غيلان

التاريخ : / /

إقرار العميد

بناءً على التوصيات المقدمة من لدن المشرف و المقوم اللغوي , أرشح هذه الرسالة للمناقشة .

إمضاء :

الاسم : أ.د. علاء فرحان طالب

التاريخ : / /

إقرار لجنة المناقشة

نشهد نحن أعضاء لجنة المناقشة أننا قد اطلعنا على رسالة الماجستير الموسومة بـ (مدى توافر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية – دراسة استطلاعية لآراء عينة من مديري المصارف العراقية العامة والخاصة) وقد ناقشنا الطالب (محمد زهير عبد الأمير العزاوي) في محتوياتها و في ما له علاقة بها , و نعتقد أنها جديرة بالقبول لنيل درجة ماجستير في العلوم المالية و المصرفية بتقدير (جيد جداً) .

أ.د. سعد علي حمود العنزي

رئيساً

2012 / /

أ.م.د. ميثم ربيع هادي الحسنوي

عضواً

2012 / /

أ.م.د. صلاح الدين محمد أمين الإمام

عضواً

2012 / /

أ.د. حاكم محسن محمد الربيعي

عضواً و مشرفاً

2012 / /

صادق مجلس كلية الإدارة و الاقتصاد / جامعة كربلاء على قرار لجنة المناقشة .

أ.د. علاء فرحان طالب

عميد كلية الإدارة و الاقتصاد / جامعة كربلاء

2012 / /

إقرار لجنة المناقشة

نشهد نحن أعضاء لجنة المناقشة أننا قد اطلعنا على رسالة الماجستير الموسومة بـ (مدى التوافق مع متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية – دراسة استطلاعية لأراء عينة من المديرين) وقد ناقشنا الطالب (محمد زهير عبد الأمير العزاوي) في محتوياتها و في ما له علاقة بها , و نعتقد أنها جديرة بالقبول لنيل درجة ماجستير في العلوم المالية و المصرفية بتقدير (جيد جداً) .

أ.د. سعد علي حمود العنزي

رئيساً

2012 / /

أ.م.د. ميثم ربيع هادي الحسناوي

عضواً

2012 / /

أ.م.د. صلاح الدين محمد أمين الإمام

عضواً

2012 / /

أ.د. حاكم محسن محمد الربيعي

عضواً و مشرفاً

2012 / /

صادق مجلس كلية الإدارة و الاقتصاد / جامعة كربلاء على قرار لجنة المناقشة .

أ.د. علاء فرحان طالب

عميد كلية الإدارة و الاقتصاد / جامعة كربلاء

2012 / /

الإهداء

إلى من خَطَّتْ معي أول خطوة ... وخطَّتْ معي أول حرف
إلى من رسمت لي أحلى ابتسامة ... حين خطت أول كلمة
وهل من كلمة أحلى من كلمة (أمي)

إلى من علمني أن حياتي مشوار ...
أبدأه باسم الله ... وأزينه بالأخلاق...
إليك ... (أبي)

إلى مقلة عيني و فلذات كبدي ... أخواتي

أهدي لكم جميعا ثمرة جهدي المتواضع

الباحث

الشكر و التقدير

الحمد لله رب العالمين حمدا كثيرا , والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء و المرسلين أبي القاسم محمد (ص) وآل بيته الطيبين الطاهرين .

و بعد :

لا بد لي في البدء أن أتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى الأستاذ الدكتور (حاكم محسن الربيعي) الذي أشرف على هذه الرسالة و أبدى الملاحظات العلمية القيمة التي كان لها أثر بالغ في ظهور الرسالة بالشكل الذي هي عليه الآن .

كما أتوجه بالشكر والتقدير إلى عميد كلية الإدارة والاقتصاد الأستاذ الدكتور (علاء فرحان طالب) و إلى رئيس قسم العلوم المالية و المصرفية الدكتور (حيدر يونس الموسوي) على متابعتهما المستمرة لي , و أشكر أساتذتي في كلية الإدارة و الاقتصاد الذين أبدوا لي النصيحة و أخص منهم بالذكر الدكتور (أكرم الياسري) و الدكتور (محسن الراجحي) و الدكتور (عواد الخالدي) و الدكتور (محمد علي جعفر) .

و أتقدم بالشكر والتقدير للسادة مقيمي استمارة الاستبيان لما قدموه من ملاحظات علمية , و كذلك أوجه شكري و امتناني لكل من راجع الرسالة لغويا و علميا و أبدى ملاحظاته القيمة .

كما أوجه شكري وتقديري إلى السادة المديرين العاملين في المصارف التي شملتها الدراسة لتعاونهم معي من خلال إجابتهم على فقرات استمارة الاستبيان .

و ختاماً أتقدم بالشكر و التقدير إلى زملائي طلبة الدراسات العليا الذين ساندوني و شجعوني دوماً و هم (أمير علي و محمد فائز و محمد مجيد و عباس فاضل) .

الباحث

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	الآية الكريمة
ب	الإهداء
ج	الشكر و التقدير
د - هـ	المستخلص
و	قائمة المحتويات
ز - ح	فهرس الجداول
ط	فهرس الأشكال
ط	فهرس الملاحق
2 - 1	المقدمة
26 - 3	الفصل الأول : بعض الدراسات السابقة و منهجية الدراسة
15 - 3	المبحث الأول : بعض الدراسات السابقة
26 - 16	المبحث الثاني : منهجية الدراسة
67 - 27	الفصل الثاني : الجانب النظري للدراسة
38 - 27	المبحث الأول : مدخل الى الصيرفة
67 - 39	المبحث الثاني : الصيرفة الالكترونية
94 - 68	الفصل الثالث : الجانب الإحصائي للدراسة
76 - 68	المبحث الأول : وصف و تشخيص عينة الدراسة
94 - 77	المبحث الثاني : تحليل اجابات أفراد عينة الدراسة و اختبار الفرضيات
99 - 95	الفصل الرابع : الاستنتاجات و التوصيات
97 - 95	المبحث الأول : الاستنتاجات
99 - 98	المبحث الثاني : التوصيات
112 - 100	المصادر
	الملاحق

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
38	الخدمات التي تقدمها المصارف العصرية	1
60	متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية	2

فهرس الملاحق

العنوان	رقم الملحق
أسماء السادة محكمي استمارة الاستبيان	1
استمارة الاستبيان	2

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
19	تركيبية استثمارة الاستبيان	1
20	عدد الاستثمارات الموزعة و المسترجعة	2
21	المصارف عينة الدراسة و عدد الاستثمارات الموزعة و المسترجعة لكل مصرف	3
31	أنواع المصارف	4
69	وصف عينة الدراسة حسب الفئة العمرية	5
70	وصف عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي	6
71	وصف عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	7
72	وصف عينة الدراسة حسب التخصص	8
73	وصف عينة الدراسة حسب العنوان الوظيفي	9
74	وصف عينة الدراسة حسب عدد سنوات الخدمة بالعنوان الوظيفي الحالي	10
75	وصف عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة بالعمل المصرفي	11
76	وصف عينة الدراسة حسب عدد الدورات التدريبية في مجال استخدام الحاسوب و الانترنت	12
79	التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف العامة على محور مجموعة المتطلبات التقنية	13
80	التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف العامة على محور مجموعة المتطلبات المعلوماتية و المعرفية	14
81	التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف العامة على محور مجموعة المتطلبات التنظيمية و الإدارية	15

82	التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف العامة على محور مجموعة المتطلبات البشرية	16
83	التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف العامة على محور مجموعة المتطلبات المالية	17
84	التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف العامة على محور مجموعة المتطلبات القانونية	18
85	التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف العامة على محور مجموعة المتطلبات الأمنية	19
86	التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف الخاصة على محور مجموعة المتطلبات التقنية	20
87	التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف الخاصة على محور مجموعة المتطلبات المعلوماتية و المعرفية	21
88	التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف الخاصة على محور مجموعة المتطلبات التنظيمية و الإدارية	22
89	التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف الخاصة على محور مجموعة المتطلبات البشرية	23
90	التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف الخاصة على محور مجموعة المتطلبات المالية	24
91	التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف الخاصة على محور مجموعة المتطلبات القانونية	25
92	التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف الخاصة على محور مجموعة المتطلبات الأمنية	26
94	مقارنة بين المصارف العامة و المصارف الخاصة عينة الدراسة من حيث الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و معاملات الاختلاف و قيمة t المحسوبة	27

الملاحق

ملحق (1)

أسماء السادة محكمي استمارة الاستبيان

ت	الاسم	التخصص	مكان العمل
1	أ.د. علاء فرحان طالب	إدارة أعمال	جامعة كربلاء / كلية الإدارة و الاقتصاد
2	أ.م.د أكرم محسن الياصري	إدارة أعمال	جامعة كربلاء / كلية الإدارة و الاقتصاد
3	أ.م.د علي كريم الخفاجي	إدارة أعمال	جامعة كربلاء / كلية الإدارة و الاقتصاد
4	أ.م. فؤاد حمودي العطار	إدارة أعمال	جامعة كربلاء / كلية الإدارة و الاقتصاد
5	م.د. حيدر يونس الموسوي	مصارف	جامعة كربلاء / كلية الإدارة و الاقتصاد
6	م. صلاح مهدي جابر	لغة عربية	جامعة كربلاء / كلية الإدارة و الاقتصاد

ملحق (2)
استمارة الاستبيان

المستخلص

تُعد هذه الدراسة محاولة بسيطة من قبل الباحث لتسليط الضوء على المفاهيم النظرية للصيرفة الالكترونية و الاطلاع على واقع تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية .

هدفت هذه الدراسة الى استطلاع آراء عينة من مديري المصارف العراقية العامة و الخاصة لبيان مدى توافر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف عينة الدراسة , و معرفة فيما إذا كانت هنالك فروق ذات دلالة إحصائية بين المصارف العامة و المصارف الخاصة في مدى توافر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية , و معرفة أيهما أكثر قدرة على تطبيق الصيرفة الالكترونية في العراق : المصارف العامة أم الخاصة .

كانت أداة الدراسة الرئيسة هي استمارة الاستبيان و التي تم تصميمها لبيان مدى توفر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية , و نظرا لكون الدراسة استطلاعية فقد تم اختيار عينة من المصارف العامة (الرافدين و الرشيد) و عينة من المصارف الخاصة (بغداد و الخليج و الشرق الأوسط و الشمال و آشور و الأهلي و الائتمان و الهدى) و تم توزيع استمارة الاستبيان على مجموعة من المديرين المفوضين و رؤساء الأقسام و الشعب في تلك المصارف .

و قد تم استخدام برنامجي (Microsoft Excel 2007) و (SPSS V 16) لغرض إجراء المعالجات الإحصائية , و توصلت الدراسة الى بعض النتائج كان أهمها :-

1- يختلف مديرو المصارف العراقية العامة و الخاصة في بيان مدى توافر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية .

2- تختلف المصارف العامة عن المصارف الخاصة في العراق في مدى توافر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية .

3- إن المصارف العراقية الخاصة هي أكثر قدرة على تطبيق الصيرفة الالكترونية من المصارف العراقية العامة .

و قد تضمنت الدراسة عدة توصيات أهمها :-

1- ينبغي على إدارات المصارف العامة في العراق أن تولي عناية و اهتمام أكبر بتوفير متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في العمل المصرفي من خلال شراء الأجهزة المختصة بالصيرفة الالكترونية و تطوير شبكات الاتصال و تحديث مواقعها على شبكة الانترنت ، و

شراء النظم و البرامج الحديثة والمتخصصة بالعمل المصرفي الالكتروني , و تدريب العاملين فيها على إدارة العمل المصرفي الالكتروني .

2- ضرورة إعادة النظر بالهيكل التنظيمية للمصارف العامة في العراق و منح المديرين العاملين فيها المزيد من الصلاحيات بما يتيح لها المرونة في اتخاذ القرارات و يسمح لهم بالابتكار و الابداع في الأداء المصرفي .

3- ينبغي على إدارات المصارف الخاصة في العراق أن تستفيد من توافر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في العمل المصرفي و تفوقها في هذا الجانب على المصارف العامة في العراق , و هذه الاستفادة لا بد من ترجمتها الى واقع ملموس من خلال التوسع في تطبيق الصيرفة الالكترونية و تقديم مجموعة من المنتجات و الخدمات المصرفية الالكترونية الجديدة و المبتكرة لأن ذلك كفيل بتحقيق الميزة التنافسية لها و تطوير واقع الصناعة المصرفية في العراق .

المقدمة

تعد المصارف عصب الحياة الاقتصادية في أي بلد و ذلك لما تؤديه من وظائف و أدوار حيوية في الاقتصاد , إذ أن المصارف هي أهم المؤسسات المالية في الاقتصاد و تأثيرها يفوق تأثير أي من المؤسسات المالية الأخرى على الاقتصاد , و لذلك يقال بأن تطور النظام المصرفي في أي بلد هو معيار للتطور الاقتصادي فيه .

وإذا نظرنا الى التغييرات التي حصلت خلال العقدين الماضيين نجد أن أجهزة الكمبيوتر وتكنولوجيا المعلومات وشبكات الأعمال قد اتحدت لتحل محل الأعمال والنشاطات التي تحتاج إلى العمل اليدوي التقليدي في المؤسسات الإنتاجية والخدمية , وبالتالي فإن التحول المفاجئ والسريع في التجارة بالتحول من الاعتماد على النشاطات ذات الكثافة الرأسمالية الى النشاطات ذات الكثافة التقنية والتي أصبحت سمة من سمات هذا العصر بعد ظهور الشبكة الدولية للمعلومات (الإنترنت) و انتشار التجارة الالكترونية قد جعل الصناعة المصرفية بوضعها الحالي لا يمكن لها أن تستمر في المنافسة مع المؤسسات المالية الأخرى , لان المصارف التي حققت ربحها في الماضي من جمع النقود وحفظها وإقراضها ستواجه وضعا لن يكون فيه نقود ملموسة تجمعها وتحافظ عليها وذلك عندما الانتقال الى المجتمع غير النقدي , حيث ستختفي النقود العادية وتحل محلها النقود الإلكترونية , ولن تحتاج المصارف الى جمع الأموال وحمايتها وبذلك ستختفي مظاهر المصارف التي تعودنا عليها من أبنية محصنة وخزائن حديدية لحفظ الأموال و سيارات مصفحة لنقل الأموال , كما إن التعامل لن يكون شخصيا و وجهها لوجه بل من خلال أجهزة الكمبيوتر من أي مكان و بأي زمان .

لقد أصبحت المنافسة على أشدها بين المصارف و المؤسسات المالية الأخرى من جهة , و المنافسة بين المصارف مع بعضها من جهة أخرى و ذلك فيما يتعلق بجذب الزبائن الجدد و التوسع في تقديم الخدمات المالية و المصرفية و زيادة الحصة السوقية , و في تحد واضح للصناعة المصرفية ذكر رجل الأعمال الأمريكي الشهير Bill Gates مؤسس و مالك شركة مايكروسوفت المتخصصة في مجال صناعة البرمجيات " إن المصارف ديناصورات تواجه الانقراض " للدلالة على الخطر الذي تواجهه المصارف بسبب تأثير التكنولوجيا على تفضيلات

الزبائن و جعلهم يفضلون التعامل مع المؤسسات المالية التي تتعامل معهم بطريقة الاتصال الالكتروني و تقدم لهم الخدمات المالية باستخدام وسائل تكنولوجيا متطورة .

و من هنا كان لزاما على المصارف أن تسعى الى تطوير عملها و تحسين أدائها لكي تستطيع الصمود و الاستمرار في ظل هذه المنافسة المتزايدة , و كان من ضمن الاستراتيجيات التي اتبعتها المصارف لتطوير عملها هو توجيهها نحو تقديم الخدمات المصرفية باستخدام وسائل الكترونية و الاستفادة من التطور التكنولوجي الهائل في مجال المعلومات و الاتصالات و هو ما يعرف بالصيرفة الالكترونية .

و قد حاولت هذه الدراسة تقديم إطار مفاهيمي لتوضيح أهمية الصيرفة الالكترونية و مزاياها , و تحديد أهم أنواع الخدمات المصرفية الالكترونية , و الوسائل و الأدوات المستخدمة في تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية ، و تسليط الضوء على أهم المتطلبات الواجب توافرها لتطبيق الصيرفة الالكترونية ، و من ثم بيان مدى توافر تلك المتطلبات في البيئة المصرفية العراقية وفقاً لآراء عينة من مديري المصارف العراقية العامة و الخاصة .

و تألفت الدراسة من أربعة فصول : تضمن الفصل الأول عرض بعض الدراسات السابقة و منهجية الدراسة الحالية , و تضمن الفصل الثاني عرض بعض المفاهيم النظرية الخاصة بالصيرفة الالكترونية , و تضمن الفصل الثالث الجانب التطبيقي للدراسة , في حين تضمن الفصل الرابع عرض أهم الاستنتاجات التي توصلت اليها الدراسة مع تقديم بعض التوصيات و المقترحات الى الجهات المستفيدة .

الفصل الأول

بعض الدراسات السابقة
و منهجية الدراسة

المبحث الأول : بعض الدراسات السابقة

المبحث الثاني : منهجية الدراسة

الفصل الأول

المبحث الأول

بعض الدراسات السابقة

أولاً- بعض الدراسات الأجنبية المتعلقة بموضوع الدراسة

1- دراسة (ISLAM , 2005)	
عنوان الدراسة	Proposed ICT Infrastructure for E-Banking in Bangladesh البنية التحتية التكنولوجية المقترحة لتطبيق الصيرفة الالكترونية في بنغلادش
هدف الدراسة	هدفت هذه الدراسة الى إيجاد حلول ممكنة لتطبيق الصيرفة الالكترونية في دولة بنغلادش و ذلك من خلال إيجاد نظام اتصالات ملائم لتطبيق الصيرفة الالكترونية , كما هدفت الى مقارنة واقع الصيرفة التقليدية مع الآفاق المستقبلية لتطبيق الصيرفة الالكترونية في بنغلادش .
أداة و عينة الدراسة	استخدمت هذه الدراسة أسلوب دراسة الحالة (case study) و إجراء المقابلات الشخصية مع بعض المديرين العاملين في المصارف في دولة بنغلادش .
نتائج الدراسة	توصلت الدراسة الى النتائج التالية : 1- هنالك إمكانية لاستخدام شبكة الاتصالات الوطنية المعتمدة على تقنية الألياف البصرية ذات السرعة العالية كشبكة اتصالات ملائمة لغرض تطبيق الصيرفة الالكترونية في بنغلادش . 2- إن تطبيق الصيرفة الالكترونية في بنغلادش من شأنه أن يؤدي الى تحقيق وفورات مالية من خلال تقليل كلفة تحويل الأموال و كلفة إصدار الاعتمادات المستندية . 3- إن تطبيق الصيرفة الالكترونية في سوف يؤدي الى تقليل الوقت اللازم لإصدار الاعتمادات المستندية وإجراء التحويل الداخلي و الخارجي للأموال من و الى بنغلادش و الذي يستغرق عادة ما بين 3 - 25 يوماً , و هذا سوف يؤدي الى تحسين فاعلية النظام المصرفي و رفع مستوى النشاط الاقتصادي في بنغلادش .

2- دراسة (PAPANDREOU, 2006)

<p align="center">Internet Banking in Greece : Development , Evaluation an Perspectives</p> <p>الصيرفة عبر الانترنت في اليونان : التطوير - التقييم - وجهات النظر</p>	<p>عنوان الدراسة</p>
<p>هدفت هذه الدراسة الى توضيح أهمية دور الصيرفة عبر الانترنت كوسيلة لتقديم الخدمات المصرفية الى الزبائن , و معرفة وجهات نظر مديري المصارف اليونانية فيما يخص واقع الصيرفة الالكترونية في اليونان و آفاق تطويرها .</p>	<p>هدف الدراسة</p>
<p>كانت استمارة الاستبيان هي الأداة الرئيسة للدراسة , و تضمنت عينة الدراسة 35 مديرا عاماً يمثلون 35 مصرفاً عاملاً في اليونان جرى توزيع استمارات الاستبيان عليهم .</p>	<p>أداة و عينة الدراسة</p>
<p>توصلت الدراسة الى النتائج التالية :</p> <p>1- إن جميع المصارف التي شملتها الدراسة تقدم مجموعة متنوعة من الخدمات المصرفية عبر موقعها الالكتروني على شبكة الانترنت .</p> <p>2- إن كلفة تقديم الخدمات المصرفية عبر الانترنت هي الأقل مقارنة بالوسائل و القنوات التوزيعية التقليدية المستخدمة لتقديم الخدمات المصرفية في اليونان .</p> <p>3- يتفق مديرو المصارف التي شملتها الدراسة على أن شبكة الانترنت هي الوسيلة الأهم لجذب الزبائن الجدد الى المصرف .</p> <p>4- يتفق مديرو المصارف التي شملتها الدراسة على أن الصيرفة عبر الانترنت هي الاستراتيجية الملائمة لمصارفهم من أجل التوسع و النمو و التطوير المستقبلي .</p>	<p>نتائج الدراسة</p>

<p align="center">3- دراسة (OKHIRIA , 2007)</p>	
<p align="center">Internet Banking in Sweden : An Exploratory Study on its Symbiotic Benefits</p> <p>الصيرفة عبر الانترنت في السويد : دراسة استطلاعية لفوائدها التكافلية</p>	<p>عنوان الدراسة</p>
<p>هدفت هذه الدراسة الى معرفة مدى تفضيل الزبائن لاستخدام الصيرفة الالكترونية عبر الانترنت في السويد ، و التأكد من مدى إمكانية تحقيق الصيرفة عبر الانترنت مزايا ملموسة لكل من المصارف و الزبائن في الوقت ذاته .</p>	<p>هدف الدراسة</p>
<p>كانت أداة الدراسة الرئيسة هي استمارة الاستبيان ، و تم توزيع 90 استمارة استبيان على عينة من زبائن المصارف السويدية الكبرى و بعض المديرين العاملين في تلك المصارف .</p>	<p>أداة و عينة الدراسة</p>

<p>نتائج الدراسة</p>	<p>توصلت الدراسة الى النتائج التالية :</p> <p>1- إن الصيرفة عبر الانترنت هي الوسيلة المفضلة لدى زبائن المصارف السويدية للحصول على الخدمات المصرفية .</p> <p>2- وجود توافق لدى أفراد عينة الدراسة على أن الصيرفة عبر الانترنت تؤدي الى خلق القيمة للزبائن و تؤدي الى تعزيز العلاقات مع الزبائن .</p> <p>3- إن أهم المزايا التي تحققت عبر الانترنت للمصارف هي : تقليل كلفة الدخول الى القطاع المصرفي ، زيادة هامش الربح ، زيادة حجم المعلومات المتدفقة الى إدارات المصارف و سهولة الانتفاع منها ، تحقيق الابتكارية في تقديم الخدمة المصرفية ، تقليل الأخطاء البشرية اثناء عملية تقديم الخدمة المصرفية .</p> <p>4- إن أهم المزايا التي تحققت عبر الانترنت للزبائن هي : تقليل كلفة الحصول على الخدمات المصرفية ، توفير الجهد المبذول في الحصول على الخدمة المصرفية ، إمكانية الحصول على الخدمات المصرفية في أي وقت من أوقات اليوم .</p>
----------------------	---

<p>4- دراسة (SALEH , 2009)</p>	
<p>عنوان الدراسة</p>	<p>The Effect of The Internet Banking on Customer Loyalty in Malaysian Banks أثر الصيرفة عبر الانترنت على ولاء الزبون في المصارف الماليزية</p>
<p>هدف الدراسة</p>	<p>هدفت هذه الدراسة الى المساعدة في فهم و إدراك مدى تأثير الصيرفة عبر الانترنت على ولاء الزبون للمصارف الماليزية .</p>
<p>أداة و عينة الدراسة</p>	<p>كانت أداة الدراسة الرئيسية هي استمارة الاستبيان ، و تم توزيع استمارة الاستبيان على عينة من زبائن المصارف الماليزية بلغ قوامها 250 زبوناً .</p>
<p>نتائج الدراسة</p>	<p>توصلت الدراسة الى النتائج التالية :</p> <p>1- إن الصيرفة عبر الانترنت لها تأثير ايجابي على جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف لزبائنهم .</p> <p>2- إن الزبائن الذين شملتهم الدراسة متفقون على أن الصيرفة عبر الانترنت هي الوسيلة المفضلة لديهم للحصول على الخدمات المصرفية و تحقق لهم الرضا .</p> <p>3- إن الزبائن الذين شملتهم الدراسة متفقون على أن الصيرفة عبر الانترنت تجعلهم يحافظون على ولائهم للمصارف التي يتعاملون معها .</p>

5- دراسة (AZOUZI , 2009)	
The Adoption of Electronic Banking in Tunisia : An Exploratory Study	عنوان الدراسة
تبني الصيرفة الالكترونية في تونس : دراسة استطلاعية	
هدفت هذه الدراسة الى التعرف على تأثير التطور التكنولوجي على القطاع المصرفي في تونس , و تحديد أهم العوامل المؤثرة في تفضيلات زبائن المصارف التونسية باختيار أسلوب الصيرفة إن كانت تقليدية أم الكترونية .	هدف الدراسة
كانت أداة الدراسة الرئيسية هي استمارة الاستبيان ، و تم توزيع استمارة الاستبيان على عينة من زبائن المصارف التونسية بلغ قوامها 82 زبوناً .	أداة و عينة الدراسة
توصلت الدراسة الى النتائج التالية : 1- على الرغم من إدراك معظم الزبائن الذين شملتهم الدراسة لمزايا و ايجابيات الصيرفة الالكترونية , إلا إنهم انقسموا الى فريقين تبني أحدهما فكرة تطبيق الصيرفة الالكترونية في تونس , بينما الفريق الآخر فضل الاستمرار على الصيرفة التقليدية . 2- إن أهم السمات الشخصية التي تؤثر في تفضيلات زبائن المصارف التونسية في اختيارهم للصيرفة الالكترونية أو التقليدية هي حسب الأهمية : العمر , النوع الاجتماعي , مستوى التعليم . 3- إن أهم الأسباب التي تجعل زبائن المصارف التونسية لا يحبذون فكرة تبني الصيرفة الالكترونية هي تخوفهم من التعرض للخسائر المالية الناجمة عن الخطأ في التعاملات المالية الالكترونية , و الخوف من التعرض للقرصنة و الاختراق الالكتروني لحساباتهم المصرفية الالكترونية .	نتائج الدراسة

6- دراسة (RAHIMUDDIN , 2010)	
E-Banking System in Pakistan نظام الصيرفة الالكترونية في باكستان	عنوان الدراسة
هدفت هذه الدراسة الى التعرف على واقع تطبيق الصيرفة الالكترونية في باكستان من وجهة نظر زبائن المصارف العاملة في باكستان .	هدف الدراسة
كانت أداة الدراسة الرئيسية هي استمارة الاستبيان ، و تم توزيع استمارة الاستبيان على عينة من زبائن المصارف الباكستانية بلغ قوامها 100 زبون و بواقع 50 استمارة استبيان لكل من مصرف المسلم التجاري MCB و المصرف الملكي الاسكتلندي RBS .	أداة و عينة الدراسة
توصلت الدراسة الى النتائج التالية : 1- إن الصيرفة بالطريقة التقليدية ما زالت هي السائدة في المصارف الباكستانية , و على الرغم من تقديم بعض المصارف العاملة في باكستان خدماتٍ مصرفية الى زبائنهم بطريقة الكترونية , إلا أن مستوى الخدمات المقدمة لم يرقَ الى طموحات الزبائن . 2- إن المصارف الباكستانية بادرت بتقديم الخدمات المصرفية الالكترونية الى زبائنهم دون أن تستكمل المتطلبات و المستلزمات اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية , و هو ما ولد انطبعا سيئا لدى زبائن المصارف في باكستان عن الصيرفة الالكترونية عند البدء بتطبيقها . 3- لا يرى الزبائن وجود أي اختلاف جوهري في أداء المصارف التي تقدم خدماتها بطريقة الكترونية عن أداء تلك المصارف التي تقدم خدماتها بالطريقة التقليدية , و لكنهم لمسوا بعض المزايا الايجابية في الخدمات المصرفية الالكترونية كالسرعة بالحصول على الخدمة و الدقة في العمل دون وجود أخطاء بشرية .	نتائج الدراسة

7- دراسة (SHAMIM , 2010)	
Electronic Banking & E-Readiness of Adoption by Commercial Banks in Pakistan الصيرفة الالكترونية و مدى الجاهزية لتطبيقها من قبل المصارف التجارية في باكستان	عنوان الدراسة
هدفت هذه الدراسة الى بيان مدى قدرة المصارف التجارية الباكستانية على تطبيق الصيرفة الالكترونية , و تحديد أهم المشاكل التي تواجه عملية التطبيق .	هدف الدراسة
استخدمت هذه الدراسة أسلوب دراسة الحالة (case study) في مصرف MCB في باكستان ، و تم اجراء المقابلات الشخصية مع بعض المديرين العاملين في هذا المصرف .	أداة و عينة الدراسة
توصلت الدراسة الى النتائج التالية : 1- إن زبائن المصارف في باكستان من فئة الأفراد يفضلون الحصول على الخدمات المصرفية بالطريقة التقليدية على الرغم من وجود بعض تطبيقات الصيرفة الالكترونية . 2- إن زبائن المصارف في باكستان من فئة منظمات الأعمال يفضلون استخدام الصيرفة الالكترونية لإجراء تعاملاتهم المالية مع المصارف . 3- إن أهم المشاكل التي تواجه تطبيق الصيرفة الالكترونية في باكستان هي ضعف الوعي و الإدراك لدى الزبائن الأفراد بالمزايا والفوائد التي توفرها الصيرفة الالكترونية , جهل الكثير من الزبائن بكيفية استخدام الحاسوب و الانترنت و الصراف الآلي , ضعف الثقة لدى الزبائن بنظام الصيرفة الالكترونية و تخوفهم من الخروق الأمنية المصاحبة للصيرفة الالكترونية .	نتائج الدراسة

8- دراسة (SUKI , 2010)		
<p>An Empirical Study of Factors Affecting the Adoption of Internet Banking Among Malaysian Consumers</p> <p>دراسة ميدانية للعوامل المؤثرة على تبني الصيرفة عبر الانترنت بين عملاء المصارف الماليزية</p>	عنوان الدراسة	
<p>هدفت هذه الدراسة الى التعرف على أهم العوامل المؤثرة في تبني الصيرفة عبر الانترنت بين زبائن المصارف في ماليزيا و مدى قوة تأثير كل منها .</p>	هدف الدراسة	
<p>كانت أداة الدراسة الرئيسية هي استمارة الاستبيان ، و تم توزيع استمارة الاستبيان على عينة من زبائن المصارف الماليزية بلغ قوامها 100 زبون .</p>	أداة و عينة الدراسة	
<p>توصلت الدراسة الى النتائج التالية :</p> <p>1- إن أهم عامل يؤثر في تبني الزبائن الماليزيين للصيرفة الالكترونية عبر الانترنت هو عامل الرغبة في الحصول على الخدمات المصرفية دون عناء الذهاب الى مقرات أو فروع المصارف .</p> <p>2- إن العامل الثاني من حيث التأثير في تبني الزبائن للصيرفة الالكترونية عبر الانترنت هو كونها تلبي احتياجات الزبائن و تحقق رضاهم .</p> <p>3- لا يوجد تأثير لإمكانية التجربة المسبقة للخدمات المصرفية عبر الانترنت قبل الحصول عليها في قرارات الزبائن بتبني الصيرفة عبر الانترنت , لأن الخدمات المصرفية عبر الانترنت في ماليزيا لا يمكن تجربتها قبل الحصول عليها .</p> <p>4- لا يوجد تأثير لدرجة المخاطرة التي تصاحب الصيرفة عبر الانترنت , إذ أن زبائن المصارف الماليزية يرون بأن المخاطرة هي إحدى الخصائص الاعتيادية للصيرفة عبر الانترنت .</p>		نتائج الدراسة

9- دراسة (BOYACIOGLO , 2010)	
An Evaluation of Internet Banking in Turkey تقييم الصيرفة الالكترونية في تركيا	عنوان الدراسة
هدفت هذه الدراسة الى بيان مدى تبني المصارف التركية للصيرفة الالكترونية عبر الانترنت , و تقييم أداء المصارف التركية فيما يتعلق بتقديمها للخدمات و المنتجات المصرفية من خلال مواقعها الالكترونية على شبكة الانترنت .	هدف الدراسة
عملت الدراسة على تقييم أداء المواقع الالكترونية للمصارف التركية و مستوى الخدمات المصرفية الالكترونية التي تقدمها من خلال استمارة استبيان أعدت لهذا الغرض ، و تم توزيع استمارة الاستبيان على عينة من زبائن المصارف التركية بلغ قوامها 630 شخصا يمثلون زبائن 22 مصرفا تركيا .	أداة و عينة الدراسة
توصلت الدراسة الى النتائج التالية : 1- إن أداء المصارف التركية يُعد جيدا جدا في مجال تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية عبر شبكة الانترنت . 2- إن أهم العوامل المؤثرة في تفضيلات زبائن المصارف التركية هي بالترتيب بحسب درجة تأثيرها : المهارة في استخدام الحاسوب و الانترنت , مستوى التعلم , مستوى الدخل . 3- إن الزبائن الذين يفضلون الحصول على الخدمات المصرفية بالطريقة الالكترونية هم من الأشخاص المتعودين على استخدام الانترنت بكثرة في حياتهم اليومية . 4- إن الزبائن الذين يفضلون الحصول على الخدمات المصرفية بالطريقة التقليدية يرون بأن هنالك صعوبة كبيرة في استخدام الصيرفة عبر الانترنت , و أن الصيرفة عبر الانترنت هي طريقة غير آمنة .	نتائج الدراسة

ثانيا- بعض الدراسات العربية المتعلقة بموضوع الدراسة

1- دراسة (الزيدي , 2004)	
عنوان الدراسة	إمكانية تطبيق الصيرفة الالكترونية في البيئة العراقية - دراسة حالة
هدف الدراسة	هدفت هذه الدراسة الى تسليط الضوء على ما يمكن للصيرفة الالكترونية أن تحققه من ايجابيات تنعكس على واقع الصناعة المصرفية في العراق , و إجراء مقارنة ما بين أداء العمليات المصرفية بالأسلوب التقليدي و أدائها بأسلوب الصيرفة الالكترونية , و تحديد المستلزمات الواجب توافرها لتطبيق الصيرفة الالكترونية بشكل ناجح و تقديم منهج عمل يسهل عملية التطبيق .
أداة و عينة الدراسة	استخدم الباحث في دراسته أسلوب المقابلات الشخصية مع بعض المديرين العاملين في البنك المركزي العراقي و مصرف الرافدين فضلاً عن الملاحظة و المعايشة الميدانية لواقع الصيرفة في البنك المركزي و مصرف الرافدين , و كان أسلوب تحليل العينة (process analysis) هو من خلال استخدام مخطط العمليات (flowcharting) .
نتائج الدراسة	توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج كان أهمها : 1- على الرغم من اهتمام المختصين في مجال الصناعة المصرفية في العراق بإدخال التقنيات الحديثة الى العمل المصرفي إلا أن هذه التقنيات ما تزال غير مستغلة بالشكل الأمثل حتى الآن . 2- يدرك المختصون في مجال الصناعة المصرفية أهمية التغيير الناجم عن إعادة هندسة العمليات المصرفية في العراق ، و لكنهم يرون أن أي تغيير لن يكون ذا جدوى ما لم يكن تحت مظلة عملية إعادة الهندسة الشاملة و الجذرية للعمليات المصرفية في العراق . 3- يرى المختصون في الصناعة المصرفية العراقية أن الجهاز المصرفي العراقي يتمتع بالمرونة التنظيمية و القدرة على التحول الى الصيغة الالكترونية في العمل المصرفي إذا ما توافرت السياسات و الممارسات الملائمة و تم سن القوانين و التشريعات الملائمة . 4- يرى المختصون في الصناعة المصرفية العراقية بأن الكوادر الإدارية و البشرية في المصارف العراقية هي غير مؤهلة لإدارة العمل المصرفي الالكتروني ، و بالتالي فأن عملية إعادة هندسة الصناعة المصرفية و التحول نحو الصيرفة الالكترونية قد تواجه مقاومة شديدة من بعض الجهات المتخوفة من عملية التغيير .

2- دراسة (الشمري و العبد اللات , 2007)	
عنوان الدراسة	الصيرفة الالكترونية في الأردن - الواقع و إمكانية التوسع
هدف الدراسة	هدفت هذه الدراسة الى معرفة الأسباب و المعوقات التي تحول دون التوسع في استخدام الصيرفة الالكترونية في الأردن , ثم وضع بعض التصورات عن مستقبل الصيرفة الالكترونية في الأردن .
أداة وعينة الدراسة	كانت استمارة الاستبيان هي الأداة الرئيسة لهذه الدراسة ، وكانت عينة الدراسة مؤلفة من 204 أشخاص من زبائن المصارف الأردنية و 54 شخصاً من الاداريين العاملين في المصارف التجارية الأردنية و 10 أشخاص من الاداريين العاملين في البنك المركزي الأردني .
نتائج الدراسة	توصلت الدراسة الى النتائج التالية : 1- وجود علاقة ارتباط بين الخصائص الديموغرافية للأشخاص الذين شملتهم الدراسة و معوقات استخدام الصيرفة الالكترونية في الأردن . 2- وجود علاقة ارتباط بين حجم رأس المال للمصارف التجارية الأردنية و قدرة هذه المصارف على التوسع في تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية . 3- وجود قصور واضح لدى المصارف الأردنية في ما يتعلق بعدد القنوات التوزيعية الالكترونية التي يتم تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية من خلالها ، فضلا عن قلة عدد الخدمات الالكترونية المقدمة عبر تلك القنوات التوزيعية الالكترونية .

3- دراسة (وادي , 2008)	
عنوان الدراسة	أهمية و مزايا البنوك الالكترونية في قطاع غزة و معوقات انتشارها
هدف الدراسة	هدفت الدراسة الى التعرف على أهمية و مزايا البنوك الالكترونية و المعوقات التي تواجه انتشارها في قطاع غزة , و مدى الدعم الذي تقدمه الإدارات العليا في المصارف باتجاه تطبيق الصيرفة الالكترونية , و معرفة فيما إذا كانت هنالك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة حول مدى إمكانية نجاح تطبيق الصيرفة الالكترونية في قطاع غزة .
أداة و عينة الدراسة	استخدمت استمارة الاستبيان كأداة رئيسة للدراسة , و كانت عينة الدراسة عشوائية مؤلفة من 60 شخصاً من العاملين في المستويات الإدارية العليا في جميع المصارف العاملة بقطاع غزة .

<p>نتائج الدراسة</p>	<p>توصلت الدراسة الى النتائج التالية :</p> <p>1- إن أهمية البنوك الالكترونية تكمن في كونها وسيلة مهمة من وسائل جذب الزبائن الجدد , و تنمية و تطوير التجارة الالكترونية في قطاع غزة .</p> <p>2- إن تأثير الصيرفة الالكترونية ينحصر في الزبائن من منظمات الأعمال و بعض الزبائن الأفراد الذين يجيدون استخدام الحاسوب و الانترنت .</p> <p>3- إن أهم مزايا البنوك الالكترونية في قطاع غزة هي تقليل كلفة تقديم الخدمات المصرفية و تحسين جودة الخدمة المقدمة و توفير الوقت و الجهد و زيادة حجم التعاملات المصرفية .</p> <p>4- إن أهم معوقات انتشار البنوك الالكترونية في قطاع غزة هي عدم إدراك معظم الزبائن لأهمية البنوك الالكترونية , و ضعف أنظمة الحماية الالكترونية , و عدم توافر الكوادر الإدارية و البشرية ذات الكفاءة و الخبرة الميدانية في مجال الصيرفة الالكترونية بالعدد الكافي .</p>
----------------------	--

<p>4- دراسة (قدومي , 2008)</p>	
<p>عنوان الدراسة</p>	<p>العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الالكترونية (دراسة تطبيقية على المصارف التجارية الأردنية)</p>
<p>هدف الدراسة</p>	<p>هدفت هذه الدراسة الى التعرف على طبيعة و أنواع الخدمات المصرفية الالكترونية التي تقدمها المصارف التجارية الأردنية , و تحديد و تحليل معوقات و مخاطر الصيرفة الالكترونية في الأردن و أبرز مزاياها و مقومات نجاحها .</p>
<p>أداة و عينة الدراسة</p>	<p>كانت استمارة الاستبيان هي الأداة الرئيسة لهذه الدراسة , و شملت عينة الدراسة 140 شخصاً من العاملين في أقسام الخدمات المصرفية الالكترونية في المصارف التجارية الأردنية .</p>
<p>نتائج الدراسة</p>	<p>توصلت الدراسة الى النتائج التالية :</p> <p>1- إن أهم المزايا التي تحققت الصيرفة الالكترونية في الأردن من وجهة نظر الزبائن هي السرعة و سهولة الحصول على الخدمة , بينما أهم مزاياها من وجهة نظر المصارف التي تقدمها هي تقليل تكاليف تقديم الخدمة .</p> <p>2- إن أهم مقومات نجاح تطبيق الصيرفة الالكترونية في الأردن هي ضرورة</p>

<p>توفير البنية التحتية الالكترونية , اعفاء الخدمات المصرفية الالكترونية من أي رسوم , القيام بتحديث و تطوير المواقع الالكترونية للمصارف الأردنية على شبكة الانترنت .</p> <p>3- إن أهم معوقات انتشار الصيرفة الالكترونية في الأردن هي عدم وجود وعي و إدراك لدى الزبائن بمفهوم و مزايا الصيرفة الالكترونية , و عدم وجود ثقة لدى الزبائن بالصيرفة الالكترونية , و ارتفاع تكلفة الاشتراك بخدمات الانترنت في الأردن .</p> <p>4- إن أبرز مخاطر الصيرفة الالكترونية في الأردن تكمن في عدم توافر القوانين و التشريعات الواضحة و التي تكفل حماية المتعاملين بالصيرفة الالكترونية .</p>	
---	--

5- دراسة (كوين , 2009)	
العوامل المؤثرة في اختيار العملاء للصيرفة الالكترونية (دراسة استطلاعية في عينة من المصارف العراقية)	عنوان الدراسة
هدفت الدراسة الى تحديد العوامل المؤثرة على قرارات الزبائن في اختيارهم لشبكة الانترنت كقناة توزيعية مفضلة للحصول علة الخدمات المصرفية , و تحليل واقع استخدام التقنيات الحديثة في العمل المصرفي بالمصارف العراقية .	هدف الدراسة
كانت استمارة الاستبيان هي الأداة الرئيسة للدراسة , و تم اختيار عينة عشوائية من عملاء المصارف العراقية بلغ قوامها 500 عميل جرى توزيع استمارة الاستبيان عليهم .	أداة و عينة الدراسة
توصلت الدراسة الى النتائج التالية : 1- إن أهم عامل يؤثر على قرارات العملاء في اختيارهم للصيرفة الالكترونية عبر الانترنت كقناة توزيعية مفضلة للحصول على الخدمات المصرفية هو المزايا الكبيرة التي توفرها كتخفيض الكلفة و توفير الوقت و الجهد . 2- عدم وجود تأثير لعوامل درجة التعقيد و التكيف و المخاطرة في قرارات الزبائن و تفضيلاتهم , و هذا عائد الى كون المصارف العراقية ما تزال في بداية طريق تحولها نحو الصيرفة الالكترونية عبر الانترنت , فضلا عن قلة عدد مستخدمي الانترنت في العراق مقارنة بدول الجوار الجغرافي . 3- إن أهم المعوقات التي تحد من انتشار الصيرفة الالكترونية في العراق هي انخفاض ثقة العملاء بالصيرفة الالكترونية و تخوفهم من التعاملات المصرفية عبر الانترنت بسبب القرصنة و الاختراق الالكتروني .	نتائج الدراسة

ثالثا - مناقشة الدراسات السابقة

بعد الإطلاع على بعض الدراسات السابقة و قراءتها بتمعن , سجل الباحث بعض الملاحظات التي تخص الدراسات السابقة , و أهم هذه الملاحظات هي :-

1- اهتم الباحثون الأجانب و العرب بموضوع الصيرفة الالكترونية كونه من المواضيع الحديثة التي تحظى باهتمام زبائن المصارف و العاملين فيها , و حاولوا تسليط الضوء على المزايا و الايجابيات التي تحققتها الصيرفة الالكترونية للمصارف و الزبائن على حدٍ سواء و التي من أبرزها تخفيض تكاليف تقديم الخدمات المصرفية و سهولة حصول الزبون على الخدمة المصرفية في أي وقت من أي مكان , و لكنهم أهملوا الجوانب السلبية المرافقة لتطبيق الصيرفة الالكترونية و التي من أبرزها الاختراقات الامنية و استخدام الصيرفة الالكترونية في تسهيل عمليات غسيل الأموال .

2- إن معظم الدراسات السابقة اهتمت بمحاولة بيان مدى توافر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في الدول النامية , و عدت الصيرفة الالكترونية وسيلة مهمة من وسائل تطوير الأنظمة المصرفية في تلك الدول و تحسن واقع الحال للمصارف فيها .

3- إن معظم الدراسات السابقة ركزت على بيان مدى قدرة المصارف على تطبيق الصيرفة الالكترونية , و لكنها أهملت بيان مدى الرغبة لدى إدارات تلك المصارف في تطبيق الصيرفة الالكترونية .

4- حاولت بعض الدراسات السابقة أن تحدد أهم المشاكل و المعوقات التي تواجه تطبيق الصيرفة الالكترونية و التي كان أبرزها : عدم توافر الكوادر الإدارية و البشرية ذات الخبرة و الكفاءة في العمل المصرفي الالكتروني بالعدد الكافي , عدم معرفة الكثير من الزبائن كيفية استخدام وسائل و أدوات الصيرفة الالكترونية , ضعف ثقة الزبائن بالصيرفة الالكترونية , عدم توافر التشريعات القانونية المناسبة و التي تضمن حماية حقوق كل طرف من أطراف التعاملات المصرفية الالكترونية .

5- إن معظم الدراسات السابقة كانت دراسات استطلاعية لأراء بعض مديري المصارف و زبائن المصارف التي تقدم الخدمات المصرفية الالكترونية , بينما لم نجد أي دراسة من الدراسات السابقة تحاول أن تبين آثار الصيرفة الالكترونية على الأداء المالي للمصارف و الذي ينعكس على ربحيتها و القيمة السوقية لأسهمها في سوق الأوراق المالية .

الفصل الأول

المبحث الثاني

منهجية الدراسة

أولاً - مشكلة الدراسة

يُمكن صياغة مشكلة الدراسة من خلال طرح التساؤلات التالية :-

- 1- هل تتوفر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية العامة و الخاصة ؟
- 2- هل تختلف المصارف العراقية العامة و الخاصة في مدى توافر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية ؟
- 3- أيهما أكثر قدرة على تطبيق الصيرفة الالكترونية : المصارف العراقية العامة أم الخاصة ؟

ثانياً - أهداف الدراسة

- 1- بيان مدى توافر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية العامة و الخاصة من خلال استطلاع آراء مجموعة من المديرين العاملين تلك المصارف .
- 2- معرفة فيما إذا كانت المصارف العراقية العامة تختلف عن المصارف العراقية الخاصة في درجة توافر متطلبات تطبيق الإدارة الالكترونية .
- 3- معرفة أيهما أكثر قدرة على تطبيق الإدارة الالكترونية : المصارف العراقية العامة أم المصارف العراقية الخاصة ؟
- 4- تقديم بعض التوصيات و المقترحات لتحسين واقع تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية العامة و الخاصة .

ثالثاً - فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية الأولى : ((لا يختلف مديرو المصارف عينة الدراسة في بيان مدى توافر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية)) .

الفرضية الرئيسية الثانية : ((لا تختلف المصارف العراقية العامة و الخاصة في قدرتها على تطبيق الصيرفة الالكترونية)) .

رابعاً - أهمية الدراسة

تتأتى أهمية هذه الدراسة من خلال الآتي :-

- 1- إن الدراسة تركز على أحد المواضيع الحديثة و هو موضوع الصيرفة الالكترونية الذي يُعد من التوجهات السائدة لدى المصارف العراقية العامة و الخاصة في الوقت الراهن .
- 2- كما تنبع أهمية الدراسة من أهمية المصارف العراقية للمواطن العراقي و ذلك لدورها الحيوي في الاقتصاد العراقي , إذ تعد المصارف مؤسسات متخصصة في تجميع الأموال من مصادرها المختلفة و تخصيصها الى القطاعات التي تحتاجها .

خامساً - منهج الدراسة

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الاستنباطي , و تم استخدام استمارة الاستبيان كأداة لقياس و تحليل مدى توافر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية عينة الدراسة .

سادساً - أدوات الدراسة

اعتمدت الدراسة على عدة وسائل لجمع البيانات و المعلومات ذات العلاقة بموضوع الدراسة و كما يلي :-

1- مصادر الجانب النظري :

حاول الباحث إغناء الجانب النظري من الدراسة بما تيسر له من إسهامات الكتاب و الباحثين و المؤلفين , و التي تم جمعها من مواقع الانترنت و الكتب و المجلات و الدوريات العلمية و المقالات و البحوث و الدراسات ذات العلاقة بموضوع الدراسة .

2- مصادر الجانب الميداني :

كان الباحث ينوي استخدام أسلوب دراسة الحالة (Case Study) لأحد المصارف العراقية , و لكن اعتذار جميع المصارف التي زارها الباحث و رفضها التعاون معه في أن تكون موضع الدراسة التفصيلية جعله مضطراً الى استخدام الاستبيان كأداة رئيسة للحصول على البيانات الضرورية , فضلاً عن القيام بإجراء المقابلات الشخصية مع مديري المصارف عينة الدراسة و التي كان لها أثر كبير في توضيح الكثير من الأمور للباحث حول مدى توافر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية .

و قد تم تصميم استمارة استبيان من قبل الباحث اعتماداً على بعض الدراسات السابقة ذات الصلة و على مصادر الجانب النظري من الدراسة الحالية لغرض صياغة الأسئلة التي تضمنتها محاور و فقرات استمارة الاستبيان , و تم عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من الخبراء لغرض أخذ آرائهم بخصوص ما تضمنته من محاور و فقرات , و تضمنت استمارة الاستبيان المحورين التاليين :-

أ- المحور الأول : و تكون من فقرتين : الفقرة الأولى تضمنت بعض المعلومات عن كل مصرف (اسم المصرف , نوع القطاع , تاريخ تأسيس المصرف , عدد فروع المصرف , عدد العاملين بالمصرف) , في حين تضمنت الفقرة الثانية معلومات خاصة بالشخص المجيب على الاستبيان (العمر , النوع الاجتماعي , المؤهل العلمي , التخصص الدراسي , العنوان الوظيفي , عدد سنوات الخدمة بالعنوان الوظيفي الحالي , إجمالي عدد سنوات الخدمة بالعمل المصرفي , و عدد الدورات التدريبية في مجال الحاسوب و الانترنت) .

ب- المحور الثاني : اختص هذا المحور بمتطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية , و تكون من سبع فقرات (المتطلبات التقنية , المتطلبات المعلوماتية و المعرفية , المتطلبات التنظيمية , المتطلبات البشرية , المتطلبات المالية , المتطلبات القانونية , و المتطلبات الأمنية) و تضمنت كل فقرة خمس أسئلة , و الجدول (1) يبين تركيبة استمارة الاستبيان .

جدول (1)

تركيبية استمارة الاستبيان

المحور	عنوان المحور	محتوى المحور	عدد الأسئلة
الأول	البيانات التعريفية	معلومات خاصة بالمصرف	5
		معلومات خاصة بالمجيب على الاستبيان	8
	مجموع الأسئلة الخاصة بالبيانات التعريفية		13
الثاني	متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية	المتطلبات التقنية	5
		المتطلبات المعلوماتية و المعرفية	5
		المتطلبات التنظيمية و الإدارية	5
		المتطلبات البشرية	5
		المتطلبات المالية	5
		المتطلبات القانونية	5
		المتطلبات الأمنية	5
		مجموع الأسئلة الخاصة بمتطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية	
المجموع الكلي لعدد الأسئلة			48

سابعا - الاختبارات الخاصة باستمارة الاستبيان

1- التحكيم و صدق الأداة : تم الاعتماد على صدق الأداة الظاهري و ذلك من خلال الأخذ

بآراء المحكمين .

فبعد إعداد استمارة الاستبيان بصيغتها الأولية تم عرضها على مجموعة من الخبراء المبينة أسمائهم في الملحق (1) لغرض معرفة آرائهم بخصوص استمارة الاستبيان , و قد قاموا ببيان آرائهم و سجلوا بعض الملاحظات على استمارة الاستبيان و قدموا للباحث بعض المقترحات و التي كان أهمها ضرورة توحيد عدد الأسئلة في كل فقرة و كذلك الاختصار و

تجنب الإطالة , و قام الباحث بإجراء التعديلات على استمارة الاستبيان في ضوء آراء و ملاحظات و مقترحات السادة الخبراء و تم عرضها عليهم من جديد بعد إجراء التعديلات اللازمة و قد نالت استحسانهم وأصبحت استمارة الاستبيان جاهزة للتوزيع بصيغتها النهائية و كما هو موضح في الملحق (2) .

2- **ثبات أداة الدراسة :** لغرض التأكد من ثبات أداة الدراسة تم احتساب معامل الثبات من خلال تطبيق معادلة الفا - كرونباخ , و قد بلغت قيمة معامل الفا لاستمارة الاستبيان 71.81% والذي يدل على نسبة ثبات أو اعتمادية مقبولة لأنها أعلى من النسبة المعتمدة و البالغة 60% .

ثامنا - توزيع استمارة الاستبيان

تم توزيع استمارات الاستبيان على مجموعة من القيادات الإدارية و بعض مديري الإدارات الوسطى للمصارف العراقية الذين تم اختيارهم ضمن عينة الدراسة . و قد تم اختيار عدد الاستمارات الموزعة على كل مصرف اعتمادا على الهيكل التنظيمي لكل فئة من المصارف العراقية ، و نظرا لاتساع الهيكل التنظيمي للمصارف العامة فقد تم توزيع (20) استمارة استبيان لكل مصرف عام و (10) استمارات استبيان لكل مصرف خاص , و بذلك يكون العدد الكلي للاستمارات الموزعة على أفراد عينة الدراسة هو (120) استمارة تم استرجاع (96) منها , و هذا يعني أن نسبة الاسترجاع قد بلغت (80%) . و يبين الجدول (2) عدد الاستمارات الموزعة و المسترجعة و نسب الاسترجاع .

جدول (2)

عدد استمارات الاستبيان الموزعة و المسترجعة

مجتمع الدراسة	حجم العينة	عدد الاستمارات الموزعة	عدد الاستمارات المسترجعة	نسبة الاسترجاع
المصارف العامة	40	40	34	85%
المصارف الخاصة	80	80	62	77.5%
المجموع	120	120	96	80%

تاسعا- عينة الدراسة

نظرا للصعوبة الكبيرة في إجراء الدراسة على جميع مفردات مجتمع الدراسة (أي جميع المصارف العراقية) تم اختيار عينة شملت عشرة مصارف تجارية عراقية و بواقع مصرفين من المصارف العامة (الرافدين و الرشيد) و ثمانية مصارف خاصة (بغداد و الشرق الأوسط و الأهلي و الائتمان و الخليج و الشمال و آشور و الهدى) .
 و قد تم اختيار مصرفي (الرافدين و الرشيد) نظرا لدورهما الكبير في الاقتصاد العراقي و الثقة الكبيرة التي يحظيان بها لدى الزبائن .
 أما مصارف (بغداد و الشرق الأوسط و الأهلي و الائتمان و الخليج و الشمال و آشور و الهدى) فتم اختيارها لعدة أسباب منها : أن هذه المصارف تحظى بالاحترام و السمعة الطيبة في العمل المصرفي في العراق , و لكونها من المصارف السبّاقة في التوجه تطبيق الصيرفة الالكترونية في العراق , و أيضا لموافقة إدارتها على التعاون مع الباحث في مجال الإجابة على استمارة الاستبيان .

جدول (3)

المصارف عينة الدراسة و عدد الاستثمارات الموزعة و المسترجعة من كل مصرف

اسم المصرف	الرافدين	الرشيد	بغداد	الشرق الأوسط	الأهلي	الائتمان	الخليج	الشمال	آشور	الهدى
عدد الاستثمارات الموزعة	20	20	10	10	10	10	10	10	10	10
عدد الاستثمارات المسترجعة	18	16	8	9	8	8	7	8	7	7
نسبة الاسترجاع	%90	%80	%80	%90	%60	%80	%70	%80	%70	%70

و فيما يلي نبذة عن كل مصرف من المصارف التي شملتها عينة الدراسة :-

1- المصارف العامة :-

أ- مصرف الرافدين :-

تم تأسيس مصرف الرافدين بموجب القانون رقم (33) لسنة 1941 وياشر أعماله في 1941/5/19 برأس مال مدفوع قدره (50) ألف دينار كأول مصرف وطني يمارس الصيرفة التجارية بين العديد من المصارف الأجنبية .

و في عام 1998 شهد المصرف تطوراً جديداً بتحويله الى شركة عامة مملوكة للدولة بالكامل طبقاً لأحكام قانون الشركات العامة رقم (22) لسنة 1997 بهدف المساهمة في دعم الاقتصاد الوطني في مجال الصيرفة التجارية واستثمار الأموال وتقديم التمويل لمختلف القطاعات وفق ما تقتضيه خطط التنمية في إطار السياسات الاقتصادية والمالية والنقدية للدولة ، إذ يقوم المصرف بقبول الودائع بأنواعها واستثمار الأموال والفوائض النقدية في مختلف أوجه الاستثمار وفق ما رسمه البنك المركزي العراقي .

يبلغ عدد فروع المصرف (147) فرعاً داخل العراق إضافة الى (8) فروع خارج العراق .

(<http://www.rafidain-bank.org/history.htm>)

ب- مصرف الرشيد :

تم تأسيس مصرف الرشيد بموجب القانون رقم (52) لسنة 1988 و أصبح شركة عامة بموجب قانون الشركات العامة رقم (22) لسنة 1997 .

يهدف مصرف الرشيد المساهمة في دعم الاقتصاد الوطني من خلال الوظائف التي يقوم بها و المتمثلة بالصيرفة التجارية و استثمار الأموال و تمويل مختلف القطاعات وفق خطط التنمية الاقتصادية , وكذلك تقديم الخدمات في مجال المعاملات المصرفية الداخلية و الخارجية و التي تشمل الحسابات الجارية وحسابات التوفير والودائع الثابتة والقروض المتنوعة و التسهيلات الائتمانية كافة .

كما يقدم المصرف بعض الخدمات المصرفية الالكترونية مثل الحوالات المصرفية الخارجية بنظام سويفت و الصكوك الممغنطة و البطاقة الذكية على نطاق ضيق .

يضم المصرف (163) فرعاً و مكتبا , منها (52) فرعاً و (21) مكتبا في بغداد , و (84) فرعاً و (6) مكاتب خارج بغداد , و تضم الإدارة العامة للمصرف ضمن تشكيلاتها (13) قسماً و (56) شعبة .

(<http://www.rasheedbank.net/pages/about.htm>)

2- المصارف الخاصة :-

أ- مصرف بغداد :

يُعد مصرف بغداد أول مصرف خاص رُخص له بالعمل المصرفي التجاري في العراق ، إذ تم تأسيس مصرف بغداد بعد تعديل المادة الخامسة من قانون بنك المركزي العراقي و بدأ بممارسة نشاطه المصرفي في سنة 1992 .

يقدم المصرف لعملائه خدمات مالية ومصرفية متنوعة تشمل حسابات الإيداع و القروض الأغراض و الآجال و التحويلات المالية الداخلية و الخارجية , و كذلك الخدمات المصرفية الالكترونية (عبر الانترنت) إذ يُعد مصرف بغداد من أوائل المصارف التجارية في العراق التي تقدم الخدمات المصرفية الالكترونية عبر موقعه على شبكة الانترنت .

و قد أدخل مصرف بغداد بعضاً من أجهزة الصراف الآلي ضمن نطاق الخدمة , ويعمل على إدخال المزيد من هذه الأجهزة فضلاً عن توسيع نطاق الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الانترنت . (<http://www.bankofbaghdad.org/arabic/ArabicContent.aspx?pageid=14>)

ب- مصرف الشرق الأوسط :

تم تأسيس مصرف الشرق الأوسط العراقي للاستثمار كشركة مساهمة برأسمال اسمي قدره (400) مليون دينار عراقي بموجب شهادة التأسيس المرقمة م/ش/5211 والمؤرخة في 1993/7/7 الصادرة عن دائرة تسجيل الشركات بموجب قانون الشركات المرقم (36) لسنة 1983 المعدل و باشر المصرف عمله وفتح الفرع الرئيسي أبوابه للزبائن في 1994/5/8 .

يقوم المصرف بالتعامل بمختلف أنواع الأنشطة المصرفية مثل فتح الحسابات الجارية وحسابات التوفير وقبول الودائع الثابتة , و تقديم التسهيلات الائتمانية و منح القروض متنوعة الأغراض و الآجال , و إجراء الحوالات الداخلية و الخارجية وإصدار خطابات الضمان و الاعتمادات المستندية .

كما يقدم المصرف بعض الخدمات المصرفية الحديثة مثل خدمة بطاقات الائتمان و بطاقات الخصم و خدمة الصراف الآلي .

يبلغ عدد فروع المصرف العاملة داخل العراق (19) فرعاً ، (8) منها داخل مدينة بغداد و (11) فرعاً في المحافظات الأخرى . (<http://www.imeib.com/paper.php?source=akbar&page=1>)

ج- المصرف الأهلي العراقي :

تم تأسيس المصرف الأهلي العراقي عام 1995 كشركة مساهمة ضمن القطاع الخاص ليعمل على تقديم حزمة واسعة من الحلول المصرفية للسوق العراقي .

يقدم المصرف الأهلي العراقي خدمات الحوالات الداخلية والحوالات الخارجية , فضلاً عن شراء وبيع الأسهم في سوق بغداد للأوراق المالية لصالح عملائه ، كما يقوم المصرف بتقديم القروض بمختلف أشكالها و آجالها .

ويحمل المصرف الأهلي العراقي رؤية تطمح إلى توسيع أعماله وتعزيز مستوى خدماته على مختلف المستويات , إذ تتركز خطته المستقبلية على الكثير من الجوانب التطويرية أهمها تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية لزيائنه باستخدام أجهزة الصراف الآلي و موقعه على شبكة الانترنت .

تنتشر فروع المصرف الأهلي العراقي في مناطق حيوية من العراق تشمل كلا من الفرع الرئيسي الكائن في شارع السعدون بمدينة بغداد إلى جانب فرعين آخرين في بغداد أيضا , و فرعي الموصل و كربلاء ، فضلاً عن فرعين قيد التأسيس في كل من البصرة و اربيل .

(<http://www.capitalbank.jo/ar/content/74>)

د- مصرف الائتمان العراقي :

تم تأسيس مصرف الائتمان العراقي في عام 1998 برأسمال قدره (200) مليون دينار عراقي بموجب إجازة التأسيس المرقمة م/ش/6615 في 1998/7/25 و حصل على إجازة ممارسة الصيرفة في 1998/10/6 و فتح أبوابه للزبائن في 1998/10/14 .

يهدف مصرف الائتمان العراقي الى المساهمة في استثمار رؤوس الأموال و تعزيز الاقتصاد الوطني عن طريق ممارسة الأعمال المصرفية , ويقدم المصرف خدمات مصرفية متنوعة تدخل تحت أحكام قانون المصارف رقم (94) لسنة 2004 , و يعمل المصرف على تطوير السلامة الأمنية و الضبط الإداري في جميع أقسامه و لمختلف أنشطته بما يتفق مع السياسات و الإجراءات و القوانين و التعليمات النافذة و الصادرة عن البنك المركزي العراقي .

كما بدأ المصرف بتقديم بعض الخدمات المصرفية الحديثة مثل البطاقة الذكية و الصراف الآلي رغبة منه بمواكبة التطور العالمي في مجال الصيرفة .

(http://www.kubba-group.net/creditbank/index_ar.htm)

هـ - مصرف الخليج :

تم تأسيس مصرف الخليج التجاري كشركة مساهمة خاصة بموجب شهادة التأسيس المرقمة م/ش/7002 المؤرخة في 1999/10/20 الصادرة عن دائرة تسجيل الشركات وفق قانون الشركات المرقم (21) لسنة 1997 المعدل برأسمال قدره (600) مليون دينار مدفوع بالكامل و باشر نشاطه الفعلي بتاريخ 2000/4/1 .

و فضلا عن قيامه بتقديم الخدمات المصرفية التقليدية , بدأ مصرف الخليج بتقديم بعض الخدمات المصرفية الالكترونية مثل خدمة الاستعلام الالكتروني عن الرصيد و التحويلات المالية الالكترونية باستخدام نظام سويفت , و قد تم العمل بهذه الخدمات الالكترونية في الإدارة العامة و الفرع الرئيسي و معظم فروع مدينة بغداد و فروع بعض المحافظات , و يجري العمل حاليا على إعداد و تهيئة الفروع الأخرى لتكون قادرة على تقديم هذه الخدمات .

يبلغ عدد فروع المصرف العاملة داخل العراق (21) فرعاً منها (7) فروع في بغداد , و (14) فرعاً في المحافظات الأخرى .

(http://www.gulfcommerbank.com/viewpage.php?page_id=1)

و - مصرف الشمال :

حصل المصرف على إجازة التأسيس الصادرة عن دائرة مسجل الشركات بموجب كتابها المرقم م/ش/ 9713 في 2003/10/7 ، و مُنح إجازة ممارسة الصيرفة من البنك المركزي العراقي بموجب كتابه المرقم 341/3/9 في 2004/3/9 ، و باشر نشاطه بتقديم الخدمات المصرفية للزبائن بتاريخ 2004/4/1 برأسمال قدره (2.5) مليار دينار عراقي .

يقدم مصرف الشمال تشكيلة واسعة من الخدمات المصرفية و منها : فتح الحسابات الجارية و قبول الودائع بمختلف أنواعها (حسابات التوفير والودائع الثابتة) , منح الائتمان النقدي بنوعيه (القروض والتسهيلات المصرفية) , إصدار خطابات الضمان الداخلية والخارجية , فتح الاعتمادات المستندية لغرض الاستيراد الخارجي قبول الحوالات الداخلية و الخارجية , إصدار السفائح والصكوك المصدقة , بيع وشراء العملات الأجنبية , إدارة المحفظة الاستثمارية للزبائن , تقديم خدمة الصراف الآلي و الخدمات المصرفية عبر الانترنت .

(http://www.northbankiq.com/default_ar.aspx)

ز- مصرف آشور الدولي :

تم تأسيس مصرف آشور في شهر نيسان من عام 2005 على أنه مصرف استثماري يقدم الخدمات المصرفية المتنوعة الى الزبائن .
يقدم مصرف آشور الدولي تشكيلة واسعة و متنوعة من الخدمات المصرفية للأفراد و الشركات , و يُعد من المصارف التي تقدم خدمات الصيرفة الشاملة .
كما يقدم مصرف آشور الدولي خدمات مصرفية عبر الإنترنت (الاستثمار اون لاين) لتلبية جميع المتطلبات المالية للزبائن الذين يستطيعون توفير الكثير من الوقت و الجهد من خلال الدخول الى موقع المصرف على شبكة الإنترنت وإنجاز معاملاتهم المصرفية بسرعة وفاعلية كبيرة .
(<http://www.ashurbank.com/IndexA.aspx>)

ح- مصرف الهدى :

تم تأسيس مصرف الهدى بموجب شهادة التأسيس المرقمة 5/ش و الصادرة عن دائرة تسجيل الشركات كشركة مساهمة خاصة بتاريخ 2007/11/6 و برأس مال قدره (25) مليار دينار عراقي , و قد حصلت موافقة البنك المركزي العراقي بموجب كتابه المرقم 9/3/136 في 2008/1/14 على منح المصرف ممارسة الصيرفة الشاملة و باشر المصرف نشاطه بتقديم الخدمات المصرفية للزبائن بتاريخ 2008/2/17 .
و على الرغم من كون مصرف الهدى من المصارف حديثة النشأة و التأسيس إلا أنه استطاع أن ينال سمعة طيبة و يحقق مكانة مرموقة بين المصارف التجارية العراقية بفضل اعتماده على الكفاءات الإدارية و الوظيفية المتخصصة و ذات الخبرة في العمل المصرفي , و كذلك بفضل اعتماده على الوسائل التكنولوجية المتطورة و الأنظمة المصرفية المتخصصة و الحديثة .
يقدم مصرف الهدى خدمات مصرفية متنوعة تشمل فتح الحسابات الجارية بالدينار العراقي والدولار الأمريكي , قبول الودائع (حسابات التوفير والودائع الثابتة) بالدينار العراقي والدولار الأمريكي , التحويلات المالية السريعة باستخدام نظام سويفت , فتح الاعتمادات المستندية لغرض الاستيراد الخارجي , إصدار خطابات الضمان الداخلية والخارجية , قبول الحوالات الخارجية , إصدار السفاتج والصكوك المصدقة وقبول الحوالات الداخلية , بيع وشراء العملات الأجنبية , و إدارة المحفظة الاستثمارية للزبائن . (<http://www.alhudabank.com/6.htm>)

الفصل الثاني

الجانب النظري للدراسة
مدخل الى الصيرفة و الصيرفة
الالكترونية

المبحث الأول : مدخل الى الصيرفة

المبحث الثاني : الصيرفة الالكترونية

الفصل الثاني

المبحث الاول

مدخل الى الصيرفة

تمهيد :-

تعد المصارف عصب الحياة الاقتصادية كونها أهم المؤسسات المالية في اقتصاد أي بلد و تأثيرها يفوق تأثير بقية المؤسسات المالية الأخرى , و لذلك يعد تطور النظام المصرفي في أي بلد هو معيار للتطور الاقتصادي فيه .

إن أهمية المصارف تنبع من الأدوار و الوظائف المتعددة التي تؤديها المصارف ابتداءً من قيامها بدور الوسيط المالي من خلال تجميع الأموال من مصادرها المختلفة و تخصيصها للقطاعات الاقتصادية المختلفة , مروراً بتسهيل تسديد أثمان السلع و الخدمات .. الخ .

أولاً - مفهوم المصرف

لغرض توضيح مفهوم المصرف بالشكل المناسب سوف يتم التطرق اليه من ثلاث نواحٍ و هي الناحية اللغوية و الناحية القانونية و الناحية الوظيفية .

1- مفهوم المصرف من الناحية اللغوية :-

إن أصل كلمة (مَصْرَف) في اللغة العربية مشتق من (الصَّرَف) أي فضل الدرهم على الدرهم و الدينار على الدينار لأن كل واحد منهما يُصْرَف عن قيمة صاحبه , و الصَّرَفُ : بيع الذهب بالفضة و هو من ذلك لأنه يُصْرَف به عن جوهرٍ الى جوهر .

(<http://www.lesanarab.com/kalima/%D8%B5%D8%B1%D9%81>)

و (مَصْرَف) هو اسم مكان على وزن (مَفْعَل) ويقصد به المكان الذي يتم فيه الصرف (عبد الله و الطراد , 2006 : 20) , وتستخدم أحيانا كلمة (بنك) كمرادف لكلمة (مصرف) مع العلم بأن كلمة (بنك) هي كلمة انجليزية (Bank) و هي أساسا مشتقة من الكلمة الإيطالية (Banco) التي تعني المنضدة أو الطاولة , إذ كان الصيارفة في إقليم لومبارديا الإيطالي يستخدمون هذه المناضد أو الطاولات أثناء قيامهم بممارسة مهنة الصيرفة (Thomson , 1965 : 45) .

2- مفهوم المصرف من الناحية القانونية :-

يختلف تعريف المصرف من الناحية القانونية باختلاف القوانين و الأنظمة التي تحكم عمل المصارف من دولة الى أخرى .

ففي العراق عرّف المشرّع العراقي المصرف على أنه " كل شخص طبيعي أو اعتباري يحمل ترخيصاً أو تصريحاً لمباشرة الأعمال المصرفية بمقتضى قانون المصارف العراقي لسنة 2004 , بما في ذلك الشركات الحكومية التي تم إنشائها وفق قانون الشركات العراقي رقم 22 لسنة 1997 المعدل " .

(<http://www.legislations.gov.iq/LoadLawBook.aspx?SP=FREE&SC=210220066455600&Year=2003&PageNum=1>)

و في الأردن عرّف المشرّع الأردني المصرف في المادة 2 من قانون المصارف رقم 28 لسنة 2000 بأنه " الشركة التي يرخص لها بممارسة الأعمال المصرفية وفق أحكام قانون البنوك بما في ذلك فرع البنك الأجنبي المرخص له بالعمل في المملكة الأردنية الهاشمية " .

(http://www.lob.gov.jo/ui/laws/search_no.jsp?year=2000&no=28)

و في مصر عرّف المشرّع المصري المصرف في المادة 32 من القانون رقم 88 لسنة 2003 بأنه " كل شخص طبيعي أو اعتباري مسجل لدى البنك المركزي و يكون عمله الرئيسي قبول الودائع من الجمهور و استثمار تلك الودائع في تقديم التمويل و التسهيلات الائتمانية " .

(<http://www.f-law.net/law/showthread.php/3371-%D9%82%D8%A7%D9%86%D9%88%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%86%D9%88%D9%83-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B5%D8%B1%D9%8A>)

و في الولايات المتحدة الأمريكية عرّف القانون الأميركي المصرف بأنه " مؤسسة حصلت على تصريح للقيام بالأعمال المصرفية سواءً أكان هذا التصريح من الحكومة المركزية أم من حكومة الولاية التي ستباشر نشاطها فيها " .

(<http://www.bankersonline.com/regs/201/201-2.html>)

3- مفهوم المصرف من الناحية الوظيفية :-

إن الوظيفة الرئيسية للمصرف هي الوساطة المالية بين وحدات الفائض و وحدات العجز , أي القيام بتجميع الأموال من المدخرين و من ثم إقراضها الى من يحتاج للاقتراض , فضلا عن قيامه بوظيفة حيوية أخرى و هي تسهيل عملية دفع أثمان السلع و الخدمات من خلال تقديمه لمجموعة من وسائل و أدوات الدفع المتنوعة .

و تأسيسا على ما سبق يمكن تعريف المصرف من الناحية الوظيفية بأنه " أي منظمة أعمال تقدم لزبائنها خدمة إيداع أموالهم لديها و يمكنهم السحب منها عند الطلب سواءً باستخدام الصكوك أو التحويل الالكتروني للأموال , وتمنح القروض ذات الطابع التجاري أو الاستثماري للأفراد و لمنظمات الأعمال " (Rose and Hudgins , 2010 : 2) .

كما تعرف المصارف وظيفيا بأنها " المؤسسات التي تقوم بصفة معتادة بقبول الودائع تحت الطلب أو لأجل محددة ، وتزاول عمليات التمويل الداخلي والخارجي وتباشر عمليات تنمية الادخار والاستثمار المالي في الداخل والخارج " (بني هاني , 2003 , 206) .

ثانيا - نشأة المصارف و تطورها التاريخي

كان الظهور التاريخي الأول لفكرة الصيرفة و العمل المصرفي في عهد الحضارة البابلية التي كانت قائمة في بلاد الرافدين (العراق القديم) للحقبة الممتدة بين القرن الثامن عاشر قبل الميلاد و القرن السادس قبل الميلاد , إذ أشارت بعض الوثائق التاريخية والأثرية إلى أن ظهور العمل المصرفي يعود إلى العهد البابلي الذي ظهرت فيه مجموعة من المؤسسات المصرفية البدائية التي تولت تنظيم عمليات التبادل التجاري , كما أشارت تلك الوثائق إلى أن أقدم مصرف في التاريخ هو مصرف (إيجيبي) و كان مقره في مدينة (سيبار) على شاطئ نهر الفرات , ولم يكن العمل المصرفي آنذاك شبيها بالعمل المصرفي المتواجد حاليا و إنما اقتصر على تجارة بعض المعادن كالذهب و النحاس و العاج و تجارة الأغذية و الرقيق (العبيد) .

ويقال إن فكرة تأسيس المصارف في بابل ترجع الى اليهود , إذ خاض الملك البابلي (حمورابي) حربا ضدهم و دخل جيشه الى مدينة القدس و قام بأسر اليهود , وأمر (حمورابي) بجلب اليهود الى بابل ليكونوا تحت سيطرته , و كان هؤلاء اليهود يتصفون بالمكر و الدهاء و البخل و لذلك أشاروا الى الملك (حمورابي) بضرورة تشريع قانون ينظم التجارة و عمليات تبادل المعادن لكي

لا تضيع عليهم أموال و لا تخسر لهم تجارة , و بالفعل حدث ذلك و تم سن قوانين تنظم التجارة و الصيرفة في مسلة حمورابي (فاضل , 2004 : 4) .

أما أول دليل مادي ملموس على نشوء العمل المصرفي القائم على تبادل النقود فيعود الى الحضارة الإغريقية القديمة للمدة (من 325-350) قبل الميلاد و تحديدا في مستعمرة ترابزوس (مدينة طرابزون في شمال تركيا حاليا) و التي كانت من أهم المدن التجارية في المنطقة لوقوعها على البحر الأسود و مرور القوافل التجارية التي تسلك طريق الحرير بها , و قد وجدت في هذه المدينة عملة معدنية مرسوم عليها طاولة و فوق الطاولة نقود معدنية , و تسمى طرابيزة (trapeza) نسبة الى مدينة طرابزون , و ما تزال هذه الكلمة مستخدمة حتى الآن في اللغة اليونانية وتعني مصرف أو طاولة . (www.en.wikipedia.org/wiki/bank#history)

غير أن التنظيم المصرفي الحديث لم يظهر إلى حيز الوجود إلا في أواخر العصور الوسطى عندما أحيأ ازدهار التجارة البحرية في المدن الإيطالية نظام المصارف وبالأخص في مدن فينيسيا (البندقية) وجنوا , إذ ترجع نشأة المصارف في مراحلها الأولى إلى نشاط الصيارفة و الصاغة والمرابين (القائمين على قبول الودائع) , فهذه المصارف باختلاف طبيعتها ونوعية الوظائف التي تؤديها لا تعدو أن تكون مؤسسات تتعامل في القرض أو الائتمان وهي نفس فكرة الاتجار في النقود التي عرفت في القرون الوسطى بل وقبل ذلك ببعيد .

و مع التوسع في التعامل بمجموعة متنوعة من النقود المعدنية واتساع النشاط التجاري وظهور الأسواق والتجار المتخصصين بدأ التجار بتحقيق أرباح نقدية كبيرة من عملياتهم التجارية المختلفة , الأمر الذي دفعهم إلى البحث عن طريقة آمنة للمحافظة على ثروتهم وتيسير معاملاتهم فاتجهوا إلى التعامل مع الصاغة والصيارفة و بعض التجار الذين كانوا يتمتعون بالسمعة الطيبة و الثقة والأمان , ولعل هذا ما يفسر الأصل التاريخي لكلمة (بنك) و التي ترجع إلى اللفظ الإيطالي (Banco) الذي يطلق على الطاولة أو المنضدة التي كان الصيارفة يزاولون أعمالهم من خلالها , و كذلك إلى الاصطلاح الفرنسي (Banque) والذي يعني في جوهره خزانة آمنة لحفظ النقائس وهو ما يعني ضمنا المكان الذي يتم فيه الاحتفاظ بكل ما هو نفيس وغال كالمجوهرات وغيرها (<http://etudiantdz.net/vb/t13354.html>) .

ثالثا - أنواع المصارف

تصنف المصارف الى أنواع متعددة طبقا لمعايير محددة , وقد أوضح كل من (عبد الله و الطراد , 2006 : 23) أهم أنواع المصارف كما هو مبين في الجدول (4) :-

جدول (4)
أنواع المصارف

ت	معيار التصنيف	الأنواع
أولا	من حيث طبيعة النشاط	1- المصارف المركزية 2- المصارف التجارية 3- المصارف الإسلامية 4- المصارف الصناعية 5- المصارف الزراعية 6- المصارف العقارية 7- مصارف التوفير و الادخار 8- المصارف التعاونية 9- المصارف الشاملة 10- المصارف الالكترونية
ثانيا	من حيث طبيعة الملكية	1- المصارف الخاصة 2- المصارف المساهمة 3- المصارف التعاونية
ثالثا	من حيث نوع القطاع	1- مصارف القطاع العام 2- مصارف القطاع الخاص 3- مصارف القطاع المختلط
رابعا	من حيث الجنسية/القومية	1- المصارف الوطنية 2- المصارف الأجنبية 3- المصارف الوطنية ذات الشراكة الأجنبية 4- المصارف الإقليمية 5- المصارف الدولية
خامسا	من حيث التفرع	1- المصارف ذات المركز الواحد 2- المصارف المتفرعة محليا 3- المصارف المتفرعة إقليميا 4- المصارف المتفرعة عالميا

المصدر : من إعداد الباحث

رابعا - دور المصارف في الاقتصاد الوطني

لقد كان دور المصارف في الاقتصاد الوطني لأي بلد ينحصر في القيام بدور الوسيط المالي بين وحدات الفائض و وحدات العجز من خلال قبول الودائع و منح القروض , و لكن تطور المصارف جعلها تقوم بأدوار متعددة في الاقتصاد الوطني , إذ تبنت المصارف العصرية أدوارا جديدة تلأم متطلبات العصر فضلا عن قيامها بدورها التقليدي , و من أهم هذه الأدوار ما يلي (8 : Rose , 2002) :-

- 1- دور الوسيط The Intermediation Role : و يتضمن هذا الدور قيام المصارف بالوساطة المالية بين وحدات الفائض المالي و وحدات العجز المالي من خلال تحويل المدخرات التي يتم إيداعها لدى المصارف الى قروض .
- 2- دور الدافع The Payments Role : ويعني قيام المصرف بتسهيل تسديد أثمان السلع و الخدمات التي يشتريها زبائنه عن طريق إصدار الصكوك , إصدار الحوالات , و إصدار بطاقات الدفع الالكترونية .
- 3- دور الضامن The Guarantor Role : ويعني تعهد المصرف بالوقوف الى جانب زبائنه في دفع ما بذمتهم من ديون عندما يتعذر عليهم ذلك عن طريق إصدار خطابات ضمان الى دائني زبائن المصرف .
- 4- دور الوكيل The Agency Role : و يتضمن هذا الدور قيام المصرف بإدارة و حماية مصالح و ممتلكات زبائنه , أو إصدار الأوراق المالية نيابة عن الزبون و العمل على إيجاد مشترين لها .
- 5- دور منفذ السياسة The Policy Role : و يقصد بهذا الدور تنفيذ السياسة المالية أو النقدية أو الاقتصادية للدولة , إذ تعمل المصارف على تنفيذ السياسات المرسومة من خلال تطبيق توصيات البنك المركزي و وزارة المالية أو الخزانة في الدولة لغرض تنظيم النمو الاقتصادي و تحقيق الأهداف المرسومة .

خامسا - الخدمات التي تقدمها المصارف

قدمت المصارف التجارية منذ نشأتها خدمات تقليدية لزبائنها , و لعل أبرز هذه الخدمات التقليدية هي (9 : 2002 , Rose) :-

1- صيرفة العملات : و تعد من أقدم الخدمات التي قدمتها المصارف التجارية لزبائنها , و تتمثل هذه الخدمة بقيام المصرف بتبديل عملة دولة معينة بعملة دولة أخرى مقابل سعر محدد يسمى سعر الصرف لهاتين العملتين .

2- خصم الأوراق التجارية و منح القروض لمنظمات الأعمال : أي قيام المصرف بشراء الأوراق التجارية من حاملها بسعر يقل عن المبلغ الذي يحصل عليه حاملها في تاريخ استحقاقها , و الفرق بين المبلغين يمثل ربح المصرف من خصم الأوراق التجارية , و بقيام المصارف بخصم الأوراق التجارية فأنها تمنح قروضاً لمنظمات الأعمال , إذ يمثل المبلغ الذي تدفعه المصارف لمنظمات الأعمال عند خصمها للأوراق التجارية أصل القرض بينما تتمثل الفائدة في الفرق بين المبلغ الذي تحصل عليه المصارف عند استحقاق الأوراق التجارية و المبلغ الذي دفعته عند الخصم .

3- خدمة ودائع التوفير : لقد وجدت المصارف أن القروض التي تمنحها لزبائنها هي المصدر الأكبر لربحيتها , ولذلك حاولت المصارف تعبئة مدخرات الأفراد من خلال عرض نسبة فائدة عالية على الودائع عند عدم السحب منها لمدة طويلة (الودائع الثابتة) أو أن تمنح عليها فائدة متراكمة (ودائع التوفير) و ذلك لكي تتمكن من منح القروض دون أن تعاني من مشاكل تتعلق بالسيولة .

4- حفظ المقتنيات الثمينة : تقدم المصارف لزبائنها خدمة حفظ مقتنياتهم الثمينة (كالمجوهرات و الوثائق المهمة) في خزائن آمنة داخل بناية المصرف , إذ توضع مقتنيات الزبون الثمينة داخل خزانة صغيرة خاصة به و يتم منحه إيصال يخوله استعادته بمقتنياته بأي وقت , و تحصل المصارف على مبالغ معينة من زبائنها مقابل تأجير الخزائن لهم .

5- دعم الأنشطة الحكومية و تقديم الائتمان للحكومة : تحتاج بعض الحكومات الى مبالغ كبيرة لتمويل نشاط أو مشروع معين في البلد ولذلك تقوم بإصدار سندات مديونية لهذا الغرض , و يقوم المصرف بشراء هذه السندات بسعر مخصص و يوفر التمويل اللازم للحكومة و يحصل هو على كامل قيمة السند بتاريخ استحقاقه .

6- تقديم خدمة الحسابات الجارية : و يقصد بها قيام المصرف بقبول الودائع التي يمكن لمودعيها أن يسحبوا منها في أي وقت دون إخطار مسبق للمصرف , و هذا السحب يكون أما لحسابهم أو لحساب الآخرين باستخدام الصكوك , و لا يمنح المصرف أي نسبة فائدة على

مثل هذا النوع من الودائع في الظروف الاعتيادية باستثناء بعض الحالات الخاصة عندما يواجه المصرف مشاكل تتعلق بالسيولة فيقوم بمنح نسبة فائدة قليلة على الحسابات الجارية للزبون الذي لا يقوم بالسحب من حسابه لمدة معينة .

7- تقديم خدمات الثقة : و يقصد بها قيام زبائن المصرف من أفراد و منظمات بتوكيل المصرف بإدارة أعمالهم بالنيابة عنهم نظرا لثقتهم فيه و لما يمتلكه من خبرات و قدرات على إدارة أعمالهم , و يحصل المصرف على أجور معينة مقابل إدارته لأعمال الزبائن .

ثم بدأت المصارف فيما بعد تتجه الى تقديم الخدمات المصرفية المتنوعة و هو ما يعرف بالصيرفة الشاملة (Universal Banking) لما تحققه هذه الاستراتيجية للمصرف من تعظيم للأرباح و تقليل للمخاطر من خلال تنويع مجالات عمل المصرف بدلا من حصرها في مجال واحد قد يتأثر بفعل عوامل معينة مما يؤثر سلبا على نشاط المصرف و ربحيته .

و تقدم المصارف العصرية (Modern Banks) تشكيلة واسعة و متنوعة من الخدمات المالية و المصرفية , و تتضمن (25 : Casu et al , 2006) :-

1- خدمات الدفع : توفر المصارف الكثير من الوسائل و التسهيلات التي تساعد في تسديد أثمان السلع و الخدمات و بدونها ستكون عملية التبادل التجاري صعبة للغاية , و يعرف نظام الدفع Payment System بأنه مجموعة من الإجراءات و الترتيبات المنظمة لنقل القيمة بين أطراف المعاملة .

و من أبرز خدمات الدفع التي تقدمها المصارف العصرية ما يلي :-

أ- الصكوك Cheques : يعرف الصك بأنه أمر من محرر الصك الى المصرف الذي يتعامل معه بدفع مبلغ محدد من المال هو المبلغ المكتوب على وجه الصك الى طرف ثالث هو المستفيد من الصك الذي حرر الصك له .

ب- التحويلات الائتمانية Credit Transfers : و فيها يطلب شخص من مصرفه أن يحول مبلغ محدد من المال من حسابه المصرفي الى الحساب المصرفي لشخص آخر هو المستفيد من التحويل .

ج- الأوامر الدائمة Standing Orders : و بموجبها يطلب شخص من مصرفه أن يدفع مبالغ مالية متساوية من حسابه المصرفي الى حساب شخص آخر في أوقات منتظمة (دفعات) , و يتحمل المصرف مسؤولية الدفع في المواعيد المحددة ما لم يرده إشعار من صاحب الحساب بعدم الدفع .

د- الحسابات المدينة المباشرة Direct Debits : و هي اتفاقية بين المصرف و عملائه و مجهزي السلع و الخدمات (المتاجر) , و بموجب هذه الاتفاقية يقوم عميل المصرف بتسديد أثمان السلع و الخدمات التي يشتريها عن طريق مصرفه بموجب الاتفاقية المبرمة بينهم .

هـ - البطاقات البلاستيكية Plastic Cards : لا تعد هذه البطاقات من الناحية التقنية أداة أو وسيلة دفع بحد ذاتها , و إنما تساعد في تحديد هوية الزبون عن طريق المعلومات التي توفرها الرقائق أو الشرائح الالكترونية التي تحملها هذه البطاقات مما يساعد في إتمام عملية الدفع الكترونيا , و تكون هذه البطاقات على أنواع و منها :-

- بطاقات الائتمان Credit Cards : و تسمح لحاملها بالحصول على ائتمان محدد يقوم باستخدامه في تسديد ثمن مشترياته , و يحصل المصرف على عمولة من المتاجر التي تباع السلع لحاملي بطاقات الائتمان .

- بطاقات السحب الآلي Debit Cards : و يصدرها المصرف لمصلحة زبائنه و تتيح لهم سحب أي مبلغ من حسابهم من خلال أجهزة الصراف الآلي ATMs .

- بطاقات ضمان الصكوك Cheques Guarantee Cards : ترفض بعض متاجر البيع بالتجزئة قبول الصكوك من الزبائن عند شرائهم لبضائعها خشية عدم وجود رصيد لهذه الصكوك لدى المصارف , و لهذا تم إصدار بطاقات ضمان الصكوك لكي تضمن وجود رصيد للزبون لدى المصرف الذي يتعامل معه يكفي لتغطية قيمة الصك .

- بطاقات السفر و الترفيه Travel and Entertainment Cards : توفر هذه البطاقات تسهيلات ائتمانية لحاملها و تتيح لهم استخدامها في تسديد الفواتير عند السفر و في مدن الملاهي و نوادي المراهقات , و هذه البطاقات تحتسب عليها نسبة فائدة معينة لصالح المصرف الذي يصدرها .

- البطاقات الذكية Smart Cards : هذا النوع من البطاقات تحتوي على رقاقة أو شريحة الكترونية تحمل العديد من المعلومات عن العميل و حسابه , و يمكن انجاز العديد من الوظائف باستخدامها مثل الإيداع الى الرصيد و السحب منه و الاستعلام عن مبلغ الرصيد المتبقي .

2- خدمات الإيداع و الإقراض : و تشمل مجموعة من الخدمات أهمها :-

أ- الحساب الجاري Current Account : و يعني قيام الشخص بإيداع مبلغ من المال لدى المصرف على أن يكون المبلغ قابلاً للسحب الفوري باستخدام الصكوك سواءً لحسابه أو

لحساب الآخرين , و لا تدفع المصارف عادة فوائد على مثل هذا النوع من الودائع و لكن هنالك بعض المصارف تدفع نسبة فائدة قليلة عند عدم السحب من الحساب لمدة عينة و ذلك لتشجيع أصحاب الحساب الجاري على عدم السحب من رصيدهم .

ب- الودائع لأجل و ودائع التوفير Time and Saving deposits : تتضمن ودائع التوفير إيداع مبالغ من المال لدى المصرف بنسبة فائدة معينة و لا يمكن السحب من هذه الودائع إلا في نهاية السنة أو عند إلغاء الحساب , أما الودائع لأجل فتتضمن إيداع مبلغ من المال لدى المصرف لا يمكن السحب منه إلا بعد انقضاء الأجل المتفق عليه مسبقا بين المصرف و صاحب الوديعة .

ج- القروض الاستهلاكية Consumer Loans : يكون هذا النوع من القروض لمدة قصيرة أو متوسطة و بمبالغ صغيرة , و تقدمها المصارف للمقترضين لأغراض استهلاكية و لا تطالبهم بضمانات كبيرة كما تفعل مع القروض الاستثمارية و التجارية .

د- الرهون العقارية Mortgages : و هي القروض التي تقدمها المصارف لرباننها الراغبين في شراء عقار و يتم رهن العقار للمصرف بعد أن يتم شرائه , و يتولى المقترض تسديد الأقساط الشهرية مع الفوائد الى المصرف و يظل العقار مرهونا للمصرف الى حين سداد كامل قيمة القرض مع فوائده و حينها يرفع الرهن عن العقار و يصبح بإمكان المقترض أن يتصرف بالعقار المشتري , و تكون الرهون العقارية عادة لأجل طويلة و تغطي نسبة معينة من قيمة العقار .

3- خدمات الاستثمار و التقاعد و التأمين :

أ- خدمات الاستثمار Investment Services : و تشمل مجموعة من الخدمات التي تقدمها المصارف لرباننها و تتيح لهم من خلالها استثمار أموالهم في الأدوات و الأوراق المالية , و من أمثلة هذه الخدمات الصناديق المشتركة mutual funds و الاستثمار في أسهم و سندات الشركات .

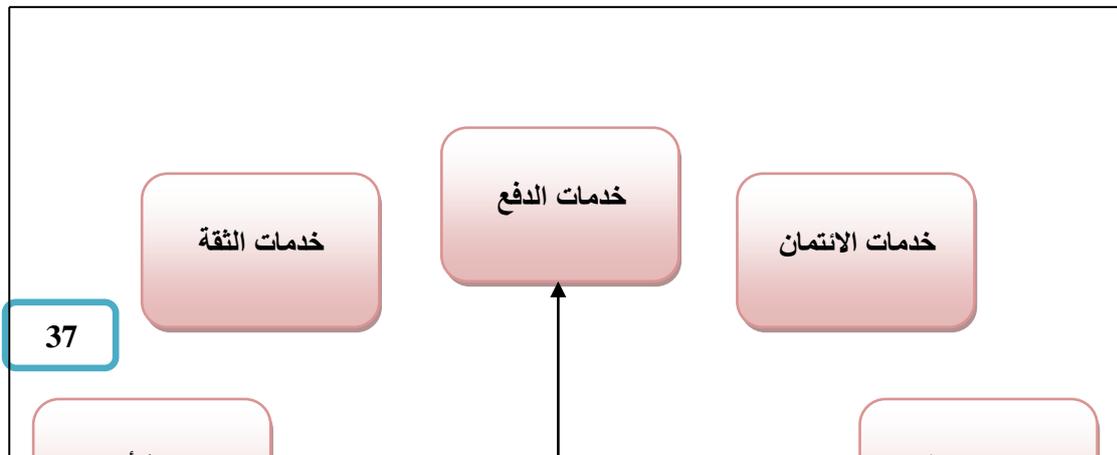
ب- خدمات التقاعد Pension Services : تعني هذه الخدمات قيام المصارف باستثمار و تشغيل الأموال التي تستقطعها المؤسسات و الشركات من موظفيها شهريا و من ثم تتولى المصارف دفع الرواتب التقاعدية للأشخاص المعنيين عند بلوغهم سن التقاعد , و عادة ما تكون الأرباح التي تحققها المصارف من استثمارها لأموال التقاعد معفاة من الضرائب تشجيعا من الحكومات للمصارف على تنمية و استثمار الأموال المخصصة للتقاعد .

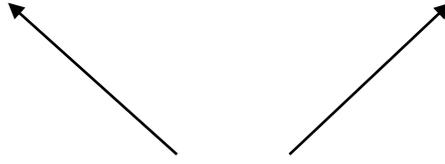
ج- خدمات التأمين Insurance Services : إن المصارف و من خلال تقديمها خدمات التأمين فأنها توفر الحماية للأفراد الذين يحملون وثائق التأمين من المخاطر الفجائية , إذ يدفع حامل وثيقة التأمين مبالغ معينة في أوقات منتظمة (أقساط التأمين) الى المصرف الذي يتعهد بدفع قيمة التأمين الى حامل الوثيقة عند وقوع الحادث أو الخطر المؤمن ضده .
و يوجد نوعان رئيسان من التأمين : النوع الأول هو التأمين على حياة حامل وثيقة التأمين و يدفع المصرف قيمة التأمين الى الورثة عند موت حامل وثيقة التأمين , أما النوع الآخر فهو التأمين ضد المخاطر و يكون حامل الوثيقة هو الشخص المستفيد من التأمين عند وقوع الحادث أو الخطر المؤمن ضده مثل التأمين على الممتلكات .

4- خدمات الصيرفة الالكترونية E-Banking :-

في السنوات القليلة الماضية تم ابتكار العديد من الخدمات المالية و المصرفية بالاستفادة من التطور التكنولوجي المتسارع و من تطور الأسواق المالية العالمية .
وتعد الصيرفة الالكترونية الآن جزءاً لا يتجزأ من إستراتيجية التوزيع الكلية المستخدمة في مصارف البيع بالتجزئة (Retail Banks) وتقدم من قبل معظم المصارف الكبرى في العالم , إذ تقدم معظم المؤسسات المالية و المصرفية الكبيرة خدمات مصرفية الكترونية مثل خدمات الصراف الآلي و الصيرفة عبر الهاتف المحمول وكذلك عبر استخدام الزبون لحاسوبه الشخصي المتصل بالانترنت .

وهناك مصارف صغيرة تعمل بدون فروع مكانية وتكتفي بالتوزيع الالكتروني عن بعد لخدماتها المصرفية , وعادة ما تكون هذه المصارف الصغيرة تابعة لمجموعة مصرفية كبيرة .
و سيتم توضيح الصيرفة الالكترونية بشكل أكثر تفصيلاً في المبحث القادم .





شكل (1)

الخدمات التي تقدمها المصارف العصرية

المصدر : (Rose , 2002 : 7)

الفصل الثاني

المبحث الثاني

الصيرفة الالكترونية

تمهيد :-

شهد عالم الوساطة المالية في السنوات الأخيرة تحولا نوعيا غير أهداف و استراتيجيات المصارف ، و كان ذلك نتيجة منطقية للثورة التكنولوجية في الاتصالات و عولمة الأسواق المالية و المصرفية وهو ما دفع المؤسسات المالية بصفة عامة و المصارف بصفة خاصة الى الاتجاه نحو تقديم نوع جديد من الخدمات المصرفية يتماشى مع ما أصبحت تتسم به سوق الصيرفة .

ففي ظل ظاهرة العولمة ازدادت حدة المنافسة بين المؤسسات المالية المختلفة و أصبحت الأسواق المالية أسواقا كونية ، وتغيرت طبيعة العمل المصرفي فأصبحت المعلومات تشكل شريان الحياة للصناعة المصرفية و ليست النقود كما كان الحال في السابق .

من هنا كان لزاما على المصارف أن تطور أدائها تماشيا مع الظروف المحيطة بما يسمح لها بالبقاء في ظل المنافسة المحتدمة مع المؤسسات المالية التي باتت تقدم خدمات مصرفية مشابهة لتلك التي تقدمها المصارف , و لذلك اتجهت المصارف الى تقديم خدمات مصرفية جديدة مستفيدة من التطور التكنولوجي في مجال الاتصالات و المعلومات .

إن التوجه الحالي للمصارف هو تقديم الخدمات المصرفية الى الزبائن باستخدام الوسائل الالكترونية و هو ما يعرف بالصيرفة الالكترونية , و في هذا المبحث سنتناول أهم الجوانب النظرية المتعلقة بموضوع الصيرفة الالكترونية .

أولا- مفهوم الصيرفة الالكترونية و المصارف الالكترونية

تطور مفهوم الخدمات المصرفية من كونها خدمات تقليدية تقدمها المصارف للزبائن في زمان ومكان محددين إلى مفهوم الخدمات المصرفية الالكترونية التي تقدمها المصارف للزبائن عبر موقعها الالكتروني على شبكة الانترنت متجاوزة بذلك حدود الزمان والمكان , ثم برزت فكرة المصارف الموجودة بشكل كامل على الشبكة العنكبوتية لانجاز التعاملات المصرفية كافة و هي التي يُطلق عليها تسمية **(المصارف الالكترونية)** و تتيح للزبون الوصول إلى حسابه والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية من خلال شبكة معلومات يرتبط بها جهاز الحاسوب الخاص به أو أية وسيلة اتصالات حديثة أخرى كالهاتف المحمول ، وفي أي وقت يشاء فيه الزبون الدخول إلى حسابه الشخصي للاستفادة من التعاملات المصرفية الالكترونية وكذلك في المكان الذي من الممكن أن يتواجد فيه الزبون دون تحديده أو تقييده بمكان محدد كما كان في التعاملات المصرفية التقليدية التي تستوجب زماناً ومكاناً محددين .

تعرف **الصيرفة الالكترونية** بأنها " التوصيل الآلي للخدمات المصرفية الحديثة و التقليدية مباشرة الى الزبائن عبر قنوات و وسائل الاتصال الالكترونية " (عرب , 2000 : 9) .
كما يقصد بالصيرفة الالكترونية " عملية تقديم المنتجات و الخدمات المصرفية عن طريق قنوات التوصيل الالكترونية مثل شبكات الانترنت و الهاتف المحمول " (سلام , 2006 : 50) .
كما تعرف الصيرفة الالكترونية بأنها " استغلال المصارف للتطور التكنولوجي بما يسمح للزبائن بإتمام تعاملاتهم المصرفية الكترونياً دون الحاجة لزيارة بناية المصرف الذي يتعاملون معه و ذلك من خلال ربط الحاسوب الشخصي للزبون بالحاسوب المركزي للمصرف من خلال شبكات الاتصال المتنوعة " (Sethi and Bhatia , 2008 : 56) .

و قبل تحديد مفهوم المصارف الالكترونية ينبغي التفريق بين ثلاثة أنواع من المصارف و هي :

- 1- المصارف التي تقدم خدماتها المصرفية الى الزبائن عبر فروعها ذات الوجود المكاني فقط , و يقتصر دور مواقعها الالكترونية على الترويج لخدماتها المصرفية التي تقدمها دون استخدام تلك المواقع الالكترونية في تقديم أية خدمات مصرفية .
- 2- المصارف التي لها فروع ذات وجود مكاني و تقدم خدماتها المصرفية عبر فروعها ذات الوجود المكاني و عبر موقعها الالكتروني على حدٍ سواء , و يُعد الموقع الالكتروني في هذه الحالة بمثابة فرع أو منفذ الكتروني للمصرف .
- 3- المصارف الالكترونية التي تكون موجودة بشكل كلي على شبكة الانترنت دون أن يكون لها فروع ذات وجود مكاني و إنما يقتصر وجودها المكاني على المقر الرئيس الذي لا يستقبل

الزبائن و إنما يكون مقرا لإدارة المصرف الالكتروني , ويطلق بعض الكتاب على هذا النوع من المصارف تسمية (المصارف الافتراضية) أو (Virtual Banks) لأنها تقوم بتقديم الخدمات المصرفية للزبائن و ممارسة عملها بالكامل على شبكة الانترنت دون أن يكون هنالك أي لقاء فعلي بين العاملين في المصرف و الزبائن (عبد الخالق , 2002 : 18) .

و قد عرف (طربية , 2001 : 127) **المصارف الالكترونية** بأنها " تلك المصارف التي تركز في عملها على تقديم خدمات الصيرفة المنزلية (Home Banking) و الصيرفة عبر الهاتف (Phone Banking) و الصيرفة عبر الانترنت (Internet Banking) و غيرها من الركائز الالكترونية المعروفة في عالم تكنولوجيا المعلومات و الاتصال " .
و عرفها (الغندور , 2003 : 81) بأنها " تلك المؤسسات التي تعتمد بشكل كلي على الركائز الالكترونية و توظيف التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصال و المعلومات لتقديم كافة الخدمات المصرفية بأمان تام" .

إن المصارف الالكترونية تعتمد بشكل كبير على موقعها الالكتروني على شبكة الانترنت كوسيلة رئيسة لتقديم خدماتها و منتجاتها المالية للزبائن , و وفقاً للدراسات العالمية وتحديداً دراسات جهات الإشراف والرقابة الأمريكية والأوروبية فأن هنالك ثلاث صور أساسية لأنواع المواقع الالكترونية للمصارف على شبكة الانترنت وهي (2 , 2003 , Yibin) :-

1- المواقع المعلوماتية (المواقع الأساسية) : و تمثل المستوى الأساسي أو البسيط لوجود المصارف على الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنت) , و هي أبسط أنواع المواقع الالكترونية و أقدمها و تكون عبارة عن مواقع الكترونية تعلن من خلالها المصارف عن خدماتها و منتجاتها التي تقدمها للزبائن , ويُعد الموقع المعلوماتي للمصرف الالكتروني وسيلة تسويقية أو ترويجية لخدمات المصرف فقط , ولا يمكن للمصرف تقديم أي نوع من الخدمات من خلاله .

2- المواقع التفاعلية (مواقع التعاملات البسيطة) : و تمثل المستوى المتوسط لوجود المصارف على شبكة الانترنت , و هذا النوع من المواقع الالكترونية يتيح لزبائن المصرف نوعاً من الاتصال المتبادل مع المصرف , إذ يستطيع الزبائن من خلال هذا النوع من المواقع القيام بتعبئة النماذج التي تتيح لهم فتح حساب مع إمكانية تعديل معلومات حسابهم من خلال الموقع و كذلك إمكانية الاستعلام عن الرصيد و الاستفسار عن تفاصيل الخدمات التي يقدمها

المصرف , كما يستلم الزبون من خلال هذا النوع من المواقع الالكترونية إشعار أو إخطار من المصرف بأي تطورات تهم الزبون مثل تغيير أسعار الفائدة أو سعر الصرف .. الخ .

3- المواقع المتطورة (مواقع التعاملات المتقدمة) : و تمثل المستوى العالي أو المتطور لوجود المصرف الالكتروني على شبكة الانترنت , و من خلال هذا النوع من المواقع الالكترونية يمكن لزبائن المصرف القيام بإدارة أرصدهم الكترونيا بما في ذلك التحويل الالكتروني للأموال من و الى أرصدهم , دفع الفواتير و تسديد ثمن السلع و الخدمات بما في ذلك العمليات التجارية الكبيرة لمنظمات الأعمال بكل سهولة و أمان حيث تكون هذه المواقع الالكترونية محصنة و آمنة ضد الاختراق و التجسس الالكتروني .

إن النوع الأول من المواقع الالكترونية للمصارف لا يعد وسيلة من وسائل الصيرفة الالكترونية و إنما وسيلة من وسائل الترويج لخدمات المصارف التقليدية , أما النوع الثاني فيعد وسيلة للاتصال المتبادل بين المصارف و زبائنهم دون أن يصل لذلك لمستوى الصيرفة الالكترونية , في حين أن النوع الثالث فقط هو ما يمكن عدّه وسيلة من وسائل الصيرفة الالكترونية و المصارف التي لديها هذا النوع من المواقع الالكترونية تسمى مصارف الكترونية .

ثانيا - التطور التاريخي للصيرفة الالكترونية

يرى بعض الكتّاب و الباحثين أن تاريخ ظهور فكرة الصيرفة الالكترونية يعود الى الحقبة الزمنية التي تلت الحرب العالمية الثانية حينما بدأت شبكات الاتصال بالانتشار و أخذت المصارف تفكر في إيجاد وسيلة آمنة و سريعة للتحويلات المالية .

(<http://www.articlesbase.com/loans-articles/emergence-of-ebanking-82416.html>)

وفي السبعينات من القرن العشرين بدأت بعض المصارف بتقديم خدماتها المصرفية الى الزبائن عبر الهاتف , فقد صار بإمكان الزبون استخدام خطه الهاتفي للإطلاع على رصيده لدى المصرف و القيام بعملية تسديد الفواتير و تحويل الأموال الى حساب أشخاص آخرين لديهم تعاملات مع المصرف ذاته (مفتاح و معارفي , 2007 : 4) .

و في عقد الثمانينات من القرن ذاته بدأت أجهزة الحاسوب الشخصية بالانتشار في المكاتب و الشركات و المنازل , و بدأت بعض المصارف بتقديم خدمات الصيرفة الى الزبائن على حواسيبهم الشخصية عبر خطوط و شبكات اتصال مخصصة لهذا الغرض (الانترنت) و بذلك

تم الانتقال مع أسلوب التعامل الصوتي الى أسلوب التعامل المرئي في التعاملات المصرفية بين المصرف و الزبائن (قابوسة , 2007 : 1) .

و في عقد التسعينات تطورت شبكة الدولية للمعلومات (الانترنت) و بدأت بعض المصارف تتجه نحو تقديم بعض الخدمات المصرفية عبر مواقعها الالكترونية على شبكة الانترنت .

ثم تطورت الصيرفة الالكترونية أكثر من ذي قبل مع مطلع الألفية الجديدة و بدأت المصارف تستخدم وسائل جديدة لتقديم خدماتها المصرفية الى زبائنها , و منها تقديم الخدمات المصرفية الى الزبائن عبر أجهزة الهاتف المحمول (الموبايل) مما سهل على الزبائن طريقة الحصول على الخدمات المصرفية (http://www.ehow.com/about_5109945_history-ebanking.html) .

و بدأت بعض المؤسسات المالية بإنشاء مصارف الكترونية تابعة لها , و هي عبارة عن مواقع الكترونية متطورة على شبكة الانترنت بحيث يقتصر وجود هذه المصارف على موقعها الالكتروني على شبكة الانترنت و مقر إدارة ذلك الموقع فقط دون أن يكون لها أي فروع مكانية و أي تعاملات مع الزبائن سوى عبر الانترنت , و هي ما أصطلح على تسميتها بالمصارف الالكترونية لأنها تقدم خدماتها بطرق و وسائل الكترونية فقط .

ثالثا- مزايا الصيرفة الالكترونية

إن الصيرفة الالكترونية توفر الكثير من المزايا الفريدة و التي لا تتوفر في الصيرفة التقليدية , و فيما يلي توضيح لأبرز مزايا الصيرفة الالكترونية :

أ- مزايا الصيرفة الالكترونية من وجهة نظر الزبون :

تحقق الصيرفة الالكترونية مزايا كبيرة لزبائن المصرف سواءً أكانوا من منظمات الأعمال أم من الأفراد و كما يلي :-

▪ مزايا الصيرفة الالكترونية من وجهة نظر الزبائن من منظمات الأعمال

تحقق الصيرفة الالكترونية عدة مزايا لزبائن المصارف الالكترونية من منظمات الأعمال و هي كما ذكر (Gurau , 2002 : 366) :-

1- تخفيض كلفة الحصول على الخدمات المصرفية .

- 2- توفير الوقت لأن الخدمات المصرفية الالكترونية تكون متاحة 24 ساعة في اليوم حتى في أيام العطل الرسمية و لا داعي للانتظار الى اليوم التالي من أجل الحصول على الخدمة المصرفية .
- 3- سهولة الحصول على الخدمة المصرفية , إذ تنتفي الحاجة لإرسال مبعوثين و معتمدين من المنظمة الى المصرف لغرض الحصول على الخدمات المصرفية .
- 4- إدارة الأموال بشكل أفضل , إذ أن الصيرفة الالكترونية تسرع عملية تدفق الأموال من و الى المنظمة من خلال عملية التحويل الالكتروني للأموال , فضلا عن إمكانية استثمار السيولة الفائضة عن حاجة منظمات الأعمال في الاستثمارات المالية قصيرة الأجل لدى المصارف الالكترونية كما هو الحال في استثمار السيولة الفائضة في الودائع لليلة واحدة لدى المصرف الالكتروني .

■ مزايا الصيرفة الالكترونية من وجهة نظر الزبائن من الأفراد

- تحقق الصيرفة الالكترونية العديد من المزايا لزبائن المصارف من الأفراد ، و هي كما ذكرت (Lustsik , 2003 : 16) :
- 1- تخفيض كلفة الحصول على الخدمات المصرفية .
 - 2- سهولة حصول الزبون على الخدمات المصرفية من أي مكان يتواجد فيه ما دامت وسيلة الاتصال المناسبة متوفرة له .
 - 3- إمكانية الحصول على الخدمة المصرفية بأي وقت و بسرعة عالية بفضل التكنولوجيا المتطورة التي تستخدمها المصارف الالكترونية .
 - 4- إدارة الأموال بشكل أفضل , إذ توفر بعض المصارف الالكترونية لزبائنهم فرصة الحصول على برامج تتيح لهم إجراء تحليل (ماذا - لو) لكي يقوموا بحساب العوائد و النفقات المترتبة على تعاملاتهم المالية مع المصرف الالكتروني .

ب- مزايا الصيرفة الالكترونية من وجهة نظر المصرف :-

إن تطبيق الصيرفة الالكترونية يحقق للمصرف الذي يطبقها الكثير من المزايا الفريدة , و قد ذكر (الشمري و العبد اللات , 2008 : 34) أن أهم المزايا التي تتحقق للمصرف عند تطبيق الصيرفة الالكترونية هي :-

- 1- انتفاء الحاجة الى استخدام الوثائق الورقية : إذ أن جميع الإجراءات و المراسلات بين طرفي الخدمة المصرفية تتم الكترونيا دون استخدام الورق .
 - 2- سرعة الاستجابة لتغير القوانين : تتيح الصيرفة الالكترونية للمصرف ميزة مهمة و هي سرعة الاستجابة للتغيرات التي قد تحدث في القوانين و القواعد الحاكمة للعمل المصرفي و التي تصدر عن الجهات المختصة مثل البنك المركزي , إذ يستطيع المصرف الذي يطبق الصيرفة الالكترونية أن يستجيب بسرعة للتغيرات التي تحصل في أسعار الفائدة و نسبة الاحتياطي القانوني على الودائع .
 - 3- فسح المجال للمصارف الصغيرة لتوسيع نشاطها : إن التطور الحاصل في شبكات الاتصال المختلفة كشبكة الانترنت و شبكات الهاتف المحمول يتيح للمصارف الصغيرة إمكانية توسيع نشاطها دون الحاجة الى فتح فروع جديدة .
 - 4- القدرة على إدارة العمليات المصرفية عن بُعد : يستطيع المصرف الذي يطبق الصيرفة الالكترونية أن يقوم بممارسة عمله من أي مكان في العالم و يختار موقعا مناسباً لإدارة العمليات المصرفية الالكترونية , و يراعي المصرف عند الاختيار مدى ملائمة القوانين و التشريعات و مدى الاستقرار الاقتصادي و الأمني و السياسي .
- أما (الجنيبيهي و الجنيبيهي , 2005 , 15) فذكرا أن أهم مزايا تطبيق الصيرفة الالكترونية من وجهة نظر المصرف الذي يقوم بتطبيقها هي :-

- 1- إمكانية الوصول إلى قاعدة واسعة من الزبائن : تسمح الصيرفة الالكترونية للمصارف بالوصول إلى قاعدة واسعة من الزبائن دون التقيد بمكان و زمان معينين , فهي تتيح للزبائن إمكانية طلب الخدمة من أي مكان و في أي وقت طوال أيام الأسبوع وهو ما يسمح للمصرف بزيادة عدد زبائنه الذين يتعامل معهم .
- 2- إمكانية تقديم خدمات مصرفية جديدة : تتيح الصيرفة الالكترونية للمصارف إمكانية تقديم العديد من الخدمات المصرفية الجديدة التي تُعد أكثر ملائمة لاحتياجات الزبائن من الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التقليدية .
- 3- تخفيض التكاليف و زيادة الربحية : من أهم ما تتميز به المصارف الالكترونية هو أن تكاليف تقديم الخدمة منخفضة مقارنة بالمصارف التقليدية مما يزيد من ربحية المصرف .
- 4- السرعة و الدقة في تقديم الخدمات المصرفية : مع اتساع شبكات الاتصال و تطورها ازدادت سرعة إنجاز الأعمال المصرفية الالكترونية و بات بإمكان المصرف الالكتروني

القيام بتنفيذ جميع الإجراءات في وقت قصير و بكفاءة عالية و دقة متناهية , و هذا يجعل المصرف الذي يقدم الخدمات المصرفية الالكترونية يتميز في أدائه عن باقي المصارف .

كما حدد (ذنون و مرهون , 2010 , 127) أهم المزايا التي توفرها الصيرفة الالكترونية للمصارف و هي :-

- 1- الدقة في انجاز العمل المصرفي بفضل استخدام نظم المعلومات المتطورة .
- 2- السرعة في تقديم الخدمات للزبائن , و كذلك سرعة تداول النقود بين المصرف و المتعاملين معه .
- 3- تعزيز أمن المعلومات و ضمان سرية التعاملات للأطراف المختلفة .
- 4- تحقيق رضا الزبائن بفضل السرعة و الدقة في تقديم الخدمة المصرفية , و تطوير ثقتهم بالمصرف بفضل الأمان و السرية التي يحققها المصرف الالكتروني لتعاملات الزبائن .
- 5- تقليل الاعتماد على الورق في عملية تقديم الخدمات المصرفية و تقليل عدد العاملين بالمصرف مما يؤدي الى تخفيض الكلفة .
- 6- تطوير أساليب الرقابة على العمل المصرفي و مراجعة عمليات إدخال و معالجة البيانات بدقة و سهولة .
- 7- تحسين المركز التنافسي للمصرف .

رابعاً- مخاطر الصيرفة الالكترونية

على الرغم من المزايا المتعددة التي توفرها الصيرفة الالكترونية إلا أنها لا تخلو من المخاطر , و من أبرز هذه المخاطر :-

- 1- المخاطر الاستراتيجية Strategic Risks : و هي المخاطر الناجمة عن عدم تبني الاستراتيجية المصرفية المناسبة , و عدم اتخاذ القرار الاستراتيجي الصحيح و المتعلق باختيار المزيج المناسب بين الخدمات المصرفية التقليدية و الخدمات المصرفية الالكترونية بما يتناسب مع طبيعة البيئة المصرفية التي يعمل بها المصرف (وادي , 2008 : 865) .

2- المخاطر التشغيلية Operational Risks : و تنشأ من عدة أسباب أهمها (الشقواوي , 2003 , 51) :

أ- عدم ملائمة تصميم النظم للأغراض التي صممت لأجلها سواءً أكان ذلك بسبب بطء هذه النظم أم بسبب وجود أخطاء في برمجتها .

ب- عدم التأمين الكافي للنظم و الذي يؤدي الى استغلال بعض الأشخاص للثغرات الأمنية و اختراقهم لنظم المعلومات في المصارف و قيامهم بسرقة المعلومات أو حذفها أو تعديل محتواها , و هذا الاختراق يمكن أن يتم من قبل أشخاص عاملين في المصرف لا يملكون صلاحية الوصول الى المعلومات التي تحويها النظم , أو أن يكون الاختراق من قبل أشخاص من خارج المصرف يعرفون بالقراصنة (Hackers) .

ج- استخدام الزبائن لحساباتهم المصرفية الالكترونية بشكل خاطئ و إهمالهم للجانب الأمني مما يؤدي الى تعرضهم للقرصنة و سرقة معلومات حساباتهم , و قد يصل الأمر الى خسارتهم لأرصدتهم النقدية الالكترونية , إذ يقوم القراصنة عادة بتحويل الأرصدة المسروقة الى حسابهم الخاص .

3- المخاطر التنظيمية Regulatory Risks : سمحت ظاهرة العولمة و تطور شبكات الاتصال للمصارف بتقديم خدماتها المصرفية من أي مكان في العالم الى زبائنها المتواجدين على شبكة الانترنت بغض النظر عن مكان تواجدهم الفعلي , و من هنا برز نوع من المخاطر يتمثل بالمخاطر التنظيمية , إذ أن هنالك جدلاً كبيراً عن مدى خضوع عمل تلك المصارف للتنظيم و الإشراف و الرقابة الحكومية , فالبعض يرى أن عمل تلك المصارف الالكترونية يخضع لقوانين الدولة التي يتواجد بها مقر إدارتها بينما يرى البعض أنها تخضع للقوانين المصرفية الدولية (عبد القادر و محمد , 2010 , 11) .

4- مخاطر السمعة Reputational Risks : و يحدث هذا النوع من المخاطر نتيجة لعدم قدرة المصرف الالكتروني على إدارة نظمه بكفاءة أو لحدوث خرق أمني لنظم المعلومات فيه , إذ تتأثر سمعة المصرف الالكتروني بشكل سلبي و تنشأ ردة فعل معاكسة من قبل الزبائن تجاه المصرف الالكتروني الذي يتعاملون معه تدفعهم الى سحب أرصدتهم منه و عدم التعامل معه مستقبلاً (بشناق , 2006 : 184) .

5- المخاطر القانونية Legal Risks : تحدث هذه المخاطر بسبب عدم التأكد من السلامة القانونية لبعض الصفقات المبرمة أو عند انتهاك القوانين و التشريعات لا سيما تلك التي تتعلق بمكافحة غسيل الأموال (الحملوي , 2003 , 252) .

6- مخاطر أخرى , و منها :-

أ- ضعف ثقة الزبائن بالمصارف ذات الوجود الالكتروني فقط مقارنة بالمصارف التي لديها منافذ و فروع مكانية .

ب- تعاني المصارف التي لها وجود الالكتروني فقط من مشكلة تتعلق بكيفية إيداع زبائنها لأموالهم لديها , و قد حاولت هذه المصارف أن تتغلب على هذه المشكلة من خلال أسلوب المراسلة مع بعض المصارف الأخرى ذات الوجود المادي الملموس و لكن ذلك يكلفها مصاريف إضافية تتعلق بكلفة تحويل الأموال المودعة لدى المصارف المراسلة إليها .

خامسا - أنواع الخدمات المصرفية الالكترونية

إن المصارف التي تطبق الصيرفة الالكترونية تقدم خدمات مصرفية الكترونية متنوعة , بعضها لا يختلف من حيث المضمون عن الخدمات المصرفية التقليدية سوى في أنها تقدم للزبائن باستخدام وسائل الاتصال الالكترونية , في حين أن البعض الآخر من الخدمات المصرفية الالكترونية هي خدمات جديدة و مبتكرة .

تُصنف الخدمات المصرفية الالكترونية بحسب طبيعتها الى ثلاثة أنواع هي :-

أ- خدمات الدفع الالكتروني .

ب- خدمات التحويل الالكتروني للأموال .

ج- خدمات المقاصة الالكترونية .

و فيما يلي توضيح لأهم الخدمات المصرفية الالكترونية .

أ- خدمات الدفع الالكتروني :-

تطورت خدمات الدفع الالكتروني مع التطور التكنولوجي في عالم الاتصالات و المعلومات و مع انتشار عمليات التجارة الالكترونية ، ويقصد بخدمات الدفع الالكتروني مجموعة الوسائل و الأدوات الالكترونية التي تصدرها المصارف و المؤسسات المالية كوسيلة دفع و تشمل : البطاقات المصرفية , النقود الالكترونية ، الصكوك الالكترونية ، و البطاقات الذكية .

1- بطاقات الدفع الالكترونية **E-Payment Cards** : وهي عبارة عن بطاقة مصنوعة من

البلاستيك أو من الورق المقوى و تحتوي على شريحة الكترونية , و يمكن لحاملها

استخدامها في تسديد ثمن مشترياته أو ثمن الحصول على بعض الخدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة من النقود و التي قد تكون معرضة لمخاطر السرقة أو الضياع أو التلف (رضوان , 1999 : 48) .

وتصنف البطاقات الائتمانية الالكترونية إلى ثلاثة أنواع هي :

أ- بطاقات الدفع المسبق Prepaid Cards : تصدرها المصارف أو شركات التمويل الدولية بناءً على وجود أرصدة فعلية لعملائها في صورة حسابات جارية تقابل المسحوبات المتوقعة له .

ب- البطاقات الائتمانية Credit Cards : وهي البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة تمكن حاملها من الشراء الفوري لاحتياجاته و الدفع الآجل لقيمتها ، مع احتساب فائدة مديونة على كشف الحساب بالقيمة التي تجاوزها العميل في نهاية كل شهر .

ج- بطاقات الائتمان الشهري Monthly Credit Cards : تختلف هذه البطاقات عن البطاقات الائتمانية في أنها تسدد بالكامل من قبل العميل للمصرف خلال الشهر الذي تم فيه السحب (أي أن الائتمان الذي تقدمه المصارف لعملائها في هذه البطاقة لا تتجاوز مدته شهرا واحدا) .

تصدر البطاقات الائتمانية الالكترونية من قبل مجموعة من المنظمات العالمية والمؤسسات المالية والتجارية الكبرى و منها :-

- فيزا انترناشيونال Visa International : تعد أكبر مؤسسة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية ، و يعود تاريخ إنشائها إلى عام 1958 عندما أصدر بنك أمريكا أول بطاقة ائتمان ورقية بقيمة محددة و هي 300 دولار .
- و في عام 1973 أصدر بنك أميركا أول نظام مصرفي الكتروني مرخص و تلاه بعد عام واحد بإصدار أول نظام للمقاصة و التسويات المالية الالكترونية و كانت هذه هي نقطة التحول نحو الصيرفة الالكترونية , في عام 1976 تم إصدار أول بطاقة فيزا كارد ذات اللون الأبيض و الموشحة باللونين الأزرق و الذهبي و التي حافظت على لونها و تسميتها حتى الوقت الحاضر , و في عام 1983 أطلقت شركة فيزا أجهزة الصراف الآلي في جميع أنحاء العالم , و في عام 1986 صارت بطاقة فيزا كارد

تصدر بإحدى و عشرين عملة عالمية , و في عام 1989 أصبحت فيزا كارد تعتمد على نظام التوقيع الالكتروني .

تصدر فيزا كارد عدة أنواع من البطاقات الائتمانية الالكترونية و بخصائص متنوعة و ذلك لتكون مناسبة للجميع و تلبي احتياجات جميع الزبائن .

(<http://corporate.visa.com/about-visa/our-business/history-of-visa.shtml>)

- ماستر كارد انترناشيونال Master Card International : و هي ثاني أكبر مؤسسة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية ، مقرها في الولايات المتحدة الأمريكية و بطاقتها مقبولة لدى أكثر من 9.4 مليون محل تجاري .

بدأت قصة ماستر كارد في عام 1966 عندما قامت مجموعة من المصارف الأمريكية بتأسيس اتحاد خاص بهم سمي ماستر كارد , و في عام 1968 توسع نشاط ماستر كارد لتصل الى المكسيك و اليابان و أوروبا مما جعلها شبكة المدفوعات الرائدة عالميا , و في عقد الثمانينات من القرن العشرين قامت ماستر كارد بتوسيع نشاطها في قارة آسيا لتصبح إحدى أكبر الشركات العالمية في مجال وسائل الدفع الالكتروني و استمرت بتحسين جودة خدماتها الائتمانية الالكترونية التي تقدمها لعملائها .

(http://www.mastercard.com/us/company/en/ourcompany/the_mastercard_story.html)

- أميريكان إكسبريس American Express : و هي من المؤسسات المالية الكبرى التي تصدر بطاقات ائتمانية بصورة مباشرة دون ترخيص إصدارها لأي مصرف ، و يبلغ عدد البطاقات التي أصدرتها أميريكان إكسبريس (88) مليون بطاقة و حققت انتشارا واسعا حول العالم و تقدم تشكيلة متنوعة من البطاقات الائتمانية التي تلبي احتياجات جميع الزبائن .

(<http://about.americanexpress.com/oc/howweare>)

- داينرز كلوب انترناشيونال Diners Club International : تعد أقدم المؤسسات المالية المتخصصة في إصدار البطاقات الائتمانية متعددة الأغراض حيث يعود تاريخ إنشائها الى العام 1950 ، و تمتلكها مجموعة (Discover Financial Services)

المعروفة اختصاراً باسم (DFS) , و تحظى داينرز كلوب انترناشيونال بسمعة عالمية طيبة و تنتشر البطاقات التي تصدرها في (185) دولة و يتم استخدامها في (400) مطارٍ في مختلف مدن العالم , و تستخدم في أكثر من مليون محل تجاري في العالم و يمكن استخدامها في (750) ألف جهاز من أجهزة الصراف الآلي .
(<http://www.dinersclubinternational.com/about-us.html>)

2- **النقود الالكترونية أو الرقمية E-Cash or Digital Cash** : إنها المكافئ الالكتروني أو الرقمي للنقود الورقية , و هي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات إلكترونية موجودة على حاسوب العميل , يقوم العميل بشراء هذه الوحدات النقدية الالكترونية من بعض المصارف التي تصدرها و يمكنه إدارتها عن طريق برنامج متخصص تمنحه المصارف للعميل و يمكن تحميله أيضا من الموقع الالكتروني لشركة (Cyber Cash) و يسجل هذا البرنامج جميع عمليات البيع و الشراء الالكتروني التي يقوم بها العميل على شبكة الانترنت باستخدام النقود الالكترونية (النجار و النجار , 2006 : 118) .

إن النقود الالكترونية تواكب التطور التكنولوجي في شبكات الانترنت و عمليات التجارة الالكترونية , وظهرت (النقود الالكترونية) أو (النقود الرقمية) لأول مرة في هولندا عندما بدأ مصرف (Marktown Bank) في سانت لويس في عام 1995 بإصدار هذا النوع من النقود بقيمة محددة بالدولار الأمريكي (رضوان , 1999 : 65) .

3- **الصكوك الالكترونية E-Cheques** : الصك الالكتروني هو عبارة عن رسالة الكترونية موثقة و مؤمنة يرسلها محرر الصك الالكتروني الى المستلم الذي يعيد إرسالها الى المصرف الالكتروني و يطلب منه صرف الصك و إضافة قيمته لحسابه المصرفي لديه .
إن الصكوك الالكترونية تعتمد على مبدأ التوقيع الرقمي على الصك , إذ يقوم المصرف الذي يشترك لديه طرفا الصك الالكتروني بفتح حساب جاري لطرفي الصك مع تحديد التوقيع الالكتروني لكل منهما وتسجيله في قاعدة البيانات لغرض المطابقة , و من المصارف التي تتبنى فكرة الصكوك الالكترونية كل من (Boston Bank) و (Citibank) .

(<http://searchdatamanagement.techtarget.com/answer/What-are-e-checks>)

4- **البطاقات الذكية Smart Cards** : تماشيا مع التطورات التكنولوجية في مجال المال و الأعمال ظهرت البطاقة الذكية (Smart Card) والتي هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية فيها خلية إلكترونية تحتوي على جميع البيانات الخاصة بحامل البطاقة , و هذه البيانات تشمل اسم و عنوان حامل البطاقة ، المصرف المصدر لها , تاريخ إصدار البطاقة ، أسلوب الصرف ، الرصيد الذي تحمله البطاقة , وسجل بجميع تعاملات العميل المصرفية التي تمت باستخدام هذه البطاقة (رضوان , 1999 : 56) .

إن هذا النوع من البطاقات يسمح للعميل باختيار طريقة التعامل سواءً أكان ائماناً أم بطريقة الدفع الفوري ، وهو ما يجعلها بطاقة عالمية تستخدم على نطاق واسع في معظم دول العالم ، ومن الأمثلة للبطاقات الذكية بطاقة الموندكس (Mondex Card) التي تم طرحها لعملاء المصارف وتوفر لهم العديد من المزايا و منها :

- يمكن استخدامها كبطاقة ائتمانية أو بطاقة خصم فوري طبقاً لرغبة العميل .
- سهولة إدارتها مصرفياً بحيث لا يمكن للعميل أن يستخدمها بقيمة أكثر من الرصيد المدون على الشريحة الالكترونية للبطاقة .
- الاستخدام الآمن لوجود ضوابط أمنية محكمة في هذا النوع من البطاقات ذات الذاكرة الالكترونية .
- يمكن للعميل السحب من رصيد حسابه الجاري بالمصرف و إضافة القيمة إلى رصيد البطاقة , و أيضاً إمكانية التحويل من رصيد بطاقة إلى رصيد بطاقة أخرى من خلال أجهزة الصراف الآلي أو الهاتف المحمول .

ب- خدمات التحويل الالكتروني للأموال :

يعرف التحويل الالكتروني للأموال بأنه عملية النقل الفوري و الآمن للأموال من حساب شخص الى حساب شخص آخر باستخدام أنظمة الكترونية متخصصة و منها :-

1. شبكة سويفت SWIFT :

إن مصطلح (SWIFT) يتكون من الحرف الأول لكل كلمة من كلمات العبارة التالية (**The Society for Wide world Interbank Financial Telecommunication**) و التي تعني مجتمع المراسلات المالية بين المصارف حول العالم , و هي عبارة عن شبكة مراسلات لتبادل الرسائل المالية بين المصارف و المؤسسات المالية المشتركة فيها لغرض تنفيذ التحويلات المالية بينهم بسرعة عالية و أمان تام (عبد الله و الطراد , 2006 : 224) .

تم تأسيس شبكة سويفت في عام 1973 و تم وضع الأسس و القواعد و الضوابط التي تنظم عملها في عام 1975 , و باشرت بالعمل و تم إرسال أول رسالة من خلالها عام 1977 .
يقع مقر سويفت في إحدى ضواحي مدينة بروكسل البلجيكية و يخضع عملها للقوانين البلجيكية , أما مراكز إدارة تبادل الرسائل فيوجد لها مقران , الأول في الولايات المتحدة و الآخر في هولندا و يعملان بشكل تكاملي بحيث يغطي أحدهما على أي خلل أو توقف أو تأخير في المركز الآخر , و يجري العمل على إنجاز المركز الثالث و الذي يقع في سويسرا و سيغطي عملية تبادل الرسائل بين جميع المصارف و المؤسسات المالية الأوروبية .
تربط شبكة سويفت بين أكثر من (9) آلاف مصرف و مؤسسة مالية منتشرة في (209) دول و يتم تبادل أكثر من (15) مليون رسالة مالية يوميا بين المؤسسات المشاركة فيه , و يوجد لكل مصرف أو مؤسسة مالية رمز أو كود خاص به أو بها , و لا تستغرق الرسالة أكثر من (10) ثوانٍ للوصول بين أي مكانين في العالم .

و من الجدير بالذكر أن شبكة سويفت لا تجري من خلالها أي عملية تسوية أو مقاصة بين الأعضاء المشاركين فيها و إنما تساعد في تبادل المراسلات فقط , و لا يتم عملية تحويل للأموال من خلالها و إنما يتم إرسال أوامر الدفع فقط بين هذه المصارف و المؤسسات المالية المشاركة في شبكة سويفت و التي توجد بينها علاقات مراسلة و تقوم بعمليات المقاصة و التسوية فيما بينها عن طريق حسابات خاصة بالمقاصة بعيدا عن سويفت .

(http://en.wikipedia.org/wiki/Society_for_Worldwide_Interbank_Financial_Telecommunication)

2. نظام التحويل المالي الالكتروني EFT :

يعبر مصطلح EFT عن اختصار للعبارة (Electronic Funds Transfer) بمعنى التحويل الالكتروني للأموال , و يتيح هذا النظام التحويل الالكتروني الآمن للأموال بين المصارف المشاركة فيه مع نقل كل المعلومات المتعلقة بعملية التحويل باستخدام الوسائل الالكترونية , و يمتاز هذا النظام بالأمان العالي و الموثوقية و سهولة الاستخدام .

تنفذ عمليات التحويل الالكتروني للأموال عن طريق دار المقاصة الآلية (ACH) (Automated Clearing House) و تعود ملكية هذا النظام الى مجموعة المصارف المشاركة فيه و يدار من قبل مؤسسة (EFT Corporation) منذ عام 1978 و التي تتولى مسؤوليته بشكل كامل (بشنق , 2006 : 54) .

ج- خدمات المقاصة الالكترونية :

تعرف المقاصة الالكترونية بأنها عملية تسوية الحسابات الدائنة و المدينة بين عدة أطراف باستخدام وسائل و شبكات الكترونية ، ومن أهم أنواع خدمات المقاصة الالكترونية ما يلي :-

1- خدمات المقاصة المؤتمتة بين المصارف BACS

يعود الفضل في ابتكار فكرة المقاصة الالكترونية عام 1968 الى (Dennis Gladwell) الذي أسس خدمات المقاصة المؤتمتة بين المصارف (Bankers Automated Clearing Services) و التي تسمى اختصاراً (BACS) لغرض تنظيم عملية المقاصة (تسوية الحسابات الدائنة و المدينة) بين المصارف البريطانية بطريقة آلية , و تم تطبيقها عام 1971 و ذلك باستخدام أشرطة مغناطيسية , ثم تم تطويرها عام 1983 ليتم استخدام خطوط الهاتف في عملية المقاصة مما دفع العديد من المصارف الى الانضمام اليها , و منذ عام 2003 تحولت خدمات المقاصة الآلية بين المصارف من أسلوب المقاصة عبر الخدمات الهاتفية الى المقاصة باستخدام الانترنت مما جعلها أسرع و أكثر أماناً و ازداد عدد المصارف التي تتعامل بها .

و قد انتشرت خدمات المقاصة الالكترونية في العديد من دول العالم , و صارت تستخدم خدمات المقاصة الالكترونية لغرض تسوية الحسابات الدائنة و المدينة بين المصارف و البنوك المركزية من جهة , و بين المصارف مع بعضها من جهة أخرى مما يوفر الكثير من الوقت و يزيد من مستوى الأمان لعمليات المقاصة (<http://en.wikipedia.org/wiki/BACS>) .

2- دار المقاصة المؤتمتة ACH

يشير مصطلح ACH اختصاراً الى عبارة Automated Clearing House أي دار المقاصة المؤتمتة , و هي عبارة عن شبكة للتسويات المالية مقرها الولايات المتحدة الأمريكية تم تأسيسها من قبل الاتحاد الوطني للمقاصة المؤتمتة في امريكا و مجلس الاحتياطي الفدرالي الأمريكي , و تنجز حجماً هائلاً من التعاملات المالية الدائنة و المدينة بشكل يومي و بصورة مستمرة .

و يستخدم كل من القطاع الحكومي و القطاع الخاص على حدٍ سواء نظام المقاصة الالكترونية , و إن المصارف أخذت تتعامل بهذا النظام بشكل متزايد للتعامل مع زبائنها من منظمات الأعمال الأخرى و الجهات الحكومية نظراً لسهولة استخدام هذا النظام و السرعة و الأمان التي يوفرها في تسوية الصكوك و الحسابات الدائنة و المدينة .

كما يُستخدم هذا النظام لغرض تسوية الصكوك بين المصارف فيما بينها دون الذهاب الى البنك المركزي (<http://www.achdirect.com/resources/glossary.asp>) .

3- نظام التسوية الاجمالية الفورية RTGS

يشير مصطلح RTGS اختصاراً الى عبارة Real Time Gross Settlement و التي تعني التسوية الاجمالية الفورية (<http://rbi.org.in/scripts/FAQView.aspx?Id=65>) . يُستخدم هذا النظام لغرض تسوية المدفوعات و الصكوك بين المصارف و البنك المركزي ، أو بين المصارف مع بعضها البعض . و يتم تسوية المدفوعات المصرفية عن طريق نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي و بشكل فوري ضمن خدمات المقاصة الالكترونية , ويتيح هذا النظام نقل و تحويل مبالغ مالية من حساب مصرفي إلى آخر بطريقة الكترونية آمنة و بسهولة تامة , إذ تتم المدفوعات في نفس الوقت دون ابطاء أو تأخير (قابوسة , 2009 : 4) .

سادسا - الوسائل التكنولوجية المستخدمة في تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية

هنالك العديد من الوسائل التكنولوجية التي تستخدمها المصارف في تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية و منها : -

1- أجهزة الصراف الآلي ATMs :

إن جهاز الصراف الآلي Automated Teller Machine هو عبارة عن جهاز الكتروني يتيح للزبائن الحصول على بعض الخدمات المالية و المصرفية في الأماكن العامة دون الحاجة الى وجود موظفين من المصرف , و يسمى أيضا آلة الصيرفة الأوتوماتيكية أو آلة النقود الأوتوماتيكية .

و كان الهدف من إنشاء أجهزة الصراف الآلي هو محاولة التغلب على مشكلة صعوبة الحصول على الأموال يومي السبت و الأحد كونهما يمثلان يومي عطلة للمصارف .

لقد كانت بداية فكرة اختراع جهاز الصراف الآلي في مدينة نيويورك الأميركية عام 1959 حين قام (Luther George Simjian) باختراع أول جهاز للصيرفة دون الحاجة الى موظفين من المصرف و سُمي (Bankograph) و كان عبارة عن جهاز لإيداع الأموال الورقية و المعدنية وتمت تجربته في مدينة نيويورك عام 1961 من قبل مصرف (Citibank) و لكن الجهاز أزيل بعد 6 أشهر فقط بسبب عدم تقبل العملاء لفكرته و ضعف ثقتهم فيه .

أما أول جهاز آلي يتيح للزبائن سحب الأموال منه آليا فكان في مدينة طوكيو اليابانية عام 1966 و كان يعمل بنظام البطاقات الائتمانية .

ثم تلت هذين الجهازين مجموعة من المحاولات لإنشاء أجهزة للصيرفة التي لا تحتاج الى تدخل موظفي المصرف و نجح بعضها كما هو الحال في بريطانيا و ذلك في عام 1967 من قبل جون ستيفرد بارون الذي صنع جهاز لصالح مصرف (Barclays) و جرى تركيبه في بلدة (Enfield) وهي بلدة تقع شمالي مدينة لندن .

و في عام 1968 قام (Donald Wetzel) أحد رؤساء الأقسام في شركة (Docutel) بمدينة دالاس الأمريكية بتصميم أول جهاز صراف آلي يرتبط بالمصرف الالكتروني عبر شبكة اتصالات , و في عام 1969 قام مصرف (Chemical Bank) بوضع ذلك الجهاز في فرع المصرف في (Rockville Centre) في نيويورك , و عُد ذلك الجهاز أول جهاز صراف آلي متكامل و مرتبط بالمصرف الالكتروني .

و انتشرت أجهزة الصراف الآلي بكثرة و تم اعتمادها من قبل الكثير من المصارف في مختلف دول العالم , و توضع أجهزة الصراف الآلي عادة في الأماكن الحيوية و المزدحمة حيث تكثر الحاجة الى الأموال لا سيما في الأسواق و المجمعات التجارية و المطاعم الكبيرة و المطارات و محطات القطارات و محطات تعبئة الوقود .

و هنالك نوعان من أجهزة الصراف الآلي :

- النوع الأول يسمى (On-premise ATM) و هو النوع الأكثر تطورا و الأعلى ثمنا و هو متعدد الوظائف و يقدم جميع الخدمات المصرفية بحيث يمكن عدّه بمثابة فرع من فروع المصرف .

- النوع الثاني و يسمى (Off-premised ATM) و هو أرخص ثمنا و يكون محدود الوظائف و يستخدم في الأماكن الأقل جذبا للزبائن من النوع السابق .

(http://en.wikipedia.org/wiki/Automated_teller_machine)

2- الصيرفة عبر الانترنت Internet Banking :

تعد المواقع الالكترونية للمصارف على شبكة الانترنت من أكثر الوسائل شيوعا و انتشارا في تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية للزبائن تزامنا مع ظاهرة التجارة الالكترونية , و قد انتشرت هذه الوسيلة مع تطور شبكة الانترنت و ازدياد عدد مستخدميها و كذلك مع انخفاض ثمن الحواسيب الشخصية و سهولة اقتنائها من قبل زبائن المصرف .

أن ما يجعل هذه الوسيلة أكثر انتشارا من غيرها هو انخفاض كلفة تقديم الخدمة المصرفية على الانترنت مقارنة بالوسائل الأخرى مثل أجهزة الصراف الآلي و هذا ما دفع المصارف الى التركيز على تطوير مواقعها على شبكة الانترنت لأن كلفة إنشاء و تطوير الموقع الالكتروني لا تقارن في أي حال من الأحوال بكلفة إنشاء فرع جديد أو بكلفة وضع أجهزة الصراف الآلي , فضلا عن أن الكثير من الزبائن يفضلون الحصول على الخدمات المصرفية و هم جالسون في أماكنهم باستخدام حواسيبهم الشخصية المتصلة بالانترنت بدلا عن الذهاب الى فروع المصرف أو الى أجهزة الصراف الآلي .

3- الصيرفة عبر الهاتف المحمول Mobile Phone Banking :

تعتبر أجهزة الهاتف المحمول (Mobile Phone) من أحدث الوسائل التكنولوجية المستخدمة في تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية , و قد استخدمت في عقد التسعينات من القرن العشرين و ازداد استخدامها منذ مطلع الألفية الجديدة مع التطور الهائل الذي حدث في مجال صناعة الهواتف المحمولة و التكنولوجيا المتقدمة التي تحملها تلك الأجهزة .

إن فكرة الصيرفة عبر الهواتف المحمولة تقضي بوجود اتفاق مسبق بين المصارف التي تقدم الخدمات المصرفية الالكترونية و مزودي الخدمة للهاتف المحمول بحيث يقوم المصرف بالتعاون مع مزود الخدمة بوضع بيانات الزبون على الشريحة الالكترونية التي يعمل عليها هاتفه المحمول , و يكون بإمكان عميل المصرف أن يستخدم الهاتف المحمول لتسديد أثمان السلع و الخدمات التي يحصل عليها و القيام بالتحويلات المالية الالكترونية باستخدام خدمة الرسائل النصية القصيرة (21 : 2003 , Lustsik) .

4- الصيرفة عبر الهاتف الثابت Phone Banking : سمح نظام التخاطب الصوتي التفاعلي Interactive Voice Response System و المسمى اختصارا (IVRS) لعملاء المصرف بإدارة حساباتهم المصرفية في أي وقت في اليوم , و صار بإمكان عملاء المصرف أن يحصلوا على المعلومات عن حسابهم و إجراء التحويلات المالية و تقديم طلبات الحصول على القروض من خلال موظفين مختصين يقومون بمساعدة العملاء و الاستجابة لهم بسرعة .

يعمل نظام (IVRS) على أساس قيام العميل بالاتصال من رقم هاتف محدد مسبقا و مثبت لدى المصرف باسم العميل الذي ينبغي عليه كذلك إعطاء بعض البيانات التعريفية الخاصة به و المتفق عليها مسبقا مع المصرف و كذلك ضرورة ذكر كلمة السر أو الرقم المتسلسل الخاص به تجنباً لحدوث عملية اختراق أمني أو قيام شخص آخر غير العميل بالاتصال بالمصرف من هاتف العميل (بشنق , 2006 : 48) .

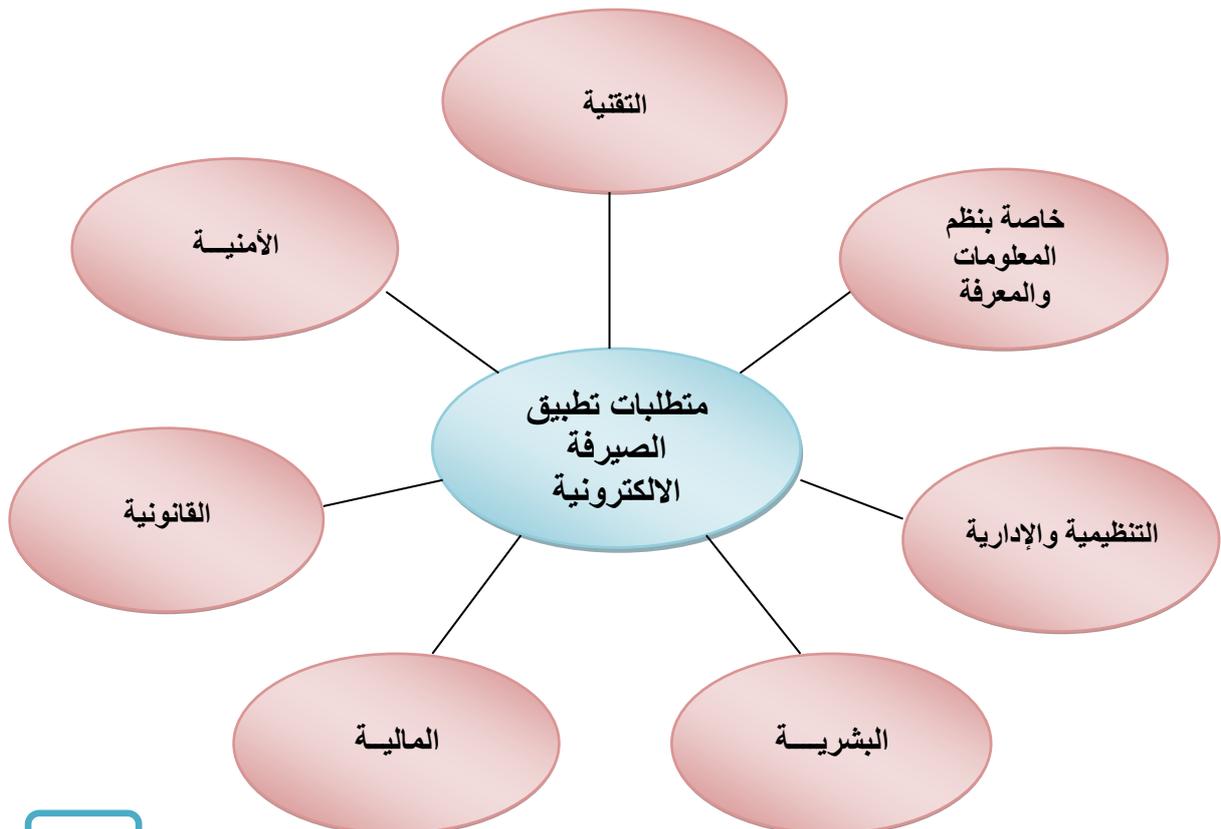
إن هذه الوسيلة تستخدمها المصارف لتقديم الخدمات المصرفية الالكترونية الى زبائنها على نطاق ضيق و إن انتشارها يعد محدودا بسبب وجود مشاكل و عقبات فنية و قانونية تحول دون التوسع في استخدامها .

5- الصيرفة عبر التلفزيون TV Banking : يُعد التلفزيون من الوسائل التسويقية الناجحة جدا في الوصول الى الزبائن , ولذلك تم تطوير نظام التلفزيون ليتيح المراسلة بين الزبائن و مقدمي الخدمات المصرفية الالكترونية وهو ما اصطلح عليه بالتلفزيون التفاعلي (Interactive TV) .

بدأ التلفزيون التفاعلي بالانتشار مؤخرا في الدول المتقدمة وبدأت العديد من المصارف باستخدامه للاتصال بزبائنها و تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية لهم من خلاله , و تقوم فكرته على قيام المصرف الالكتروني بالاتفاق مع إحدى شركات البث التلفزيوني بإرسال إشارة مشفرة عبر الألياف الضوئية أو عبر إرسالها لا سلكيا , و يمكن لزبائن المصرف استقبالها من خلال جهاز استقبال رقمي خاص بهذا الغرض (Digital Receiver) يتم توصيله بجهاز التلفزيون , و يحتوي الجهاز الاستقبال بداخله على بطاقة فيها شريحة الكترونية تحمل كل المعلومات التي تخص الزبون و التي من خلالها يستطيع إدارة حسابه الالكتروني من خلال شاشة التلفزيون (أمين , 2003 : 3) .

سابعا - متطلبات الصيرفة الالكترونية

إن تطبيق الصيرفة الالكترونية يستلزم تهيئة البيئة المناسبة و توفير الظروف المواتية من أجل تحقيق الهدف المرسوم والغاية المرجوة من تطبيق الصيرفة الالكترونية .
و هنالك مجموعة من المتطلبات اللازم توافرها لتطبيق الصيرفة الالكترونية ، و تختلف درجة توفر هذه المتطلبات من بلد إلى آخر ومن مصرف إلى آخر ، و هذه المتطلبات هي كما يوضحها الشكل (4) هي :-



شكل (2)

متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية

المصدر : من إعداد الباحث .

1- المتطلبات التقنية :

يستلزم تطبيق الصيرفة الالكترونية وجود مجموعة من المتطلبات التقنية اللازم توافرها لنجاح تطبيقها و التي يطلق عليها البنية التحتية التقنية , ويمكن تصنيف البنية التحتية التقنية إلى شطرين هما (نجم ، 2004 : 54) :-

- أ- البنية التحتية الصلبة : تتمثل بالتأسيسات و التوصيلات الأرضية و الخلوية و أجهزة الحاسوب و شبكات الاتصال و تكنولوجيا المعلومات المادية الضرورية لممارسة الأعمال وتبادل البيانات إلكترونياً .
- ب- البنية التحتية الناعمة : تتمثل في مجموعة الخدمات والمعلومات والخبرات و برامج التشغيل (Operating Programs) و برامج التطبيقات (Applications Programs) والتي يتم من خلالها إنجاز الأعمال الالكترونية .

أما أهم المتطلبات التقنية لتطبيق الصيرفة الالكترونية كما ذكر (المالك ، 2007 : 31) فتشمل كلاً مما يلي :-

- أ- الحاسوب و تجهيزاته : و تعني جهاز الحاسوب بمختلف مكوناته و هي :-
 - 1- المكونات المادية : تتمثل في أجهزة الحاسوب بمختلف أنواعها وقدراتها ، فضلا عن الأجهزة المتممة لعمل الحاسوب أو الملحقة به والتي تعد ضرورية لعمل الحاسوب مثل أجهزة الإدخال والإخراج بمختلف أنواعها .
 - 2- المكونات البرمجية : تشمل كلاً من نظم برامج التشغيل ونظم برامج التطبيقات .
 - 3- المكونات المساندة : و تشمل كلاً من المواقع المكانية والتوصيلات الكهربائية والطاولات التي توضع عليها الحواسيب .

ب- شبكات الاتصال : تعني توصيل مجموعة من الحواسيب معاً بواسطة الأسلاك أو توصيلها لاسلكياً أو عبر الأقمار الصناعية لغرض الحصول على البيانات والمعلومات وتبادلها بين الحواسيب ، وتعد هذه الشبكات بمثابة العمود الفقري لتنفيذ الأعمال الكترونياً لقيامها بمهمة نقل المعلومات وتبادلها عبر المواقع المختلفة (النفيعي و الحماد ، 2004 : 14) .

و تتكون شبكات الاتصال من عنصرين رئيسيين هما :-

1- قنوات الاتصال : تعد الوسط الناقل للمعلومات من موقع إلى آخر سواء أكانت عبر القنوات السلكية المتمثلة في الكابلات المصنوعة من النحاس و كابلات الألياف البصرية ذات السرعة العالية في نقل المعلومات ، أم عبر القنوات اللاسلكية والتي أما أن تكون قنوات أرضية لاسلكية أو قنوات الاتصال الفضائية .

2- محطات الاتصال : تعد محطات الاتصال بمثابة العنصر المتحكم بنقل المعلومات ، وتتكون من مجموعة مكونات الكترونية متواجدة بشكل كلي أو جزئي في المحطات المختلفة تبعاً لوظائف المحطة ، ومن هذه المكونات أجهزة خاصة بإرسال واستقبال المعلومات ، أجهزة الترميز والتشفير التي تعمل على جمع المعلومات من مصادر مختلفة وإرسالها عبر قناة واحدة بلغة مشفرة فضلاً عن ضمان توجيه المعلومات بأفضل الطرق بين المرسل والمستقبل .

وتصنف شبكات الاتصال إلى عدة أنواع أهمها (السميري ، 2009 : 74) :-

أ- الشبكة المحلية (Local Area Network) L.A.N : تغطي مساحة صغيرة داخل مبنى أو عدة مبانٍ متجاورة ضمن دائرة قطرها واحد كيلومتر تقريباً ، وتستخدم لربط الأقسام المختلفة داخل المنظمة مع بعضها ، وتنتم هذه الشبكة بالبساطة في التركيب والعمل .

ب- الشبكة الداخلية للمنظمة الانترانت (Intranet) : تخص منظمة معينة تسمح من خلالها للموظفين بالحصول على البيانات والمعلومات وتبادلها داخل المنظمة ، ولا يمكن للعاملين خارج المنظمة من استخدام هذه الشبكة إذ يتم حمايتها ببرامج حماية خاصة يطلق عليها الجدران النارية (firewalls) .

ج- الشبكة الخارجية للمنظمة الاكسترانت (Extranet) : تكون خاصة بالمنظمة والمتعاملين معها في بيئة الأعمال ، وتستخدم فيها تقنيات الحماية ويتطلب الولوج إليها استخدام كلمة المرور (password) كونها مخصصة لفئة معينة من الأشخاص .

د- الشبكة الواسعة (Wide Area Network) W.A.N : تغطي مساحات واسعة قد تكون دولة أو قارة أو حتى العالم بأكمله ومن أبرز الأمثلة عليها الشبكة الدولية للمعلومات والمسماة بالانترنت (internet) .

2- المتطلبات المعلوماتية والمعرفية :

إن تطبيق الصيرفة الالكترونية يتطلب توفر نظم معلومات حديثة ومتطورة تسهم في تحسين كفاءة الأداء و فاعلية اتخاذ القرار من خلال توفير وإتاحة المعلومات لمتخذي القرار بسرعة وسهولة ، وهذا لا يمكن أن يتحقق دون وجود نظم معلومات متطورة .

وتعرف نظم المعلومات الخاصة بمنظمة الأعمال بأنها " مجموعة متكاملة من العناصر المادية والبشرية التي تعمل معاً بهدف تسهيل انجاز الوظائف الإدارية وتدعيم عملية اتخاذ القرار من خلال معالجة البيانات و توفير المعلومات التي يحتاج إليها المديرون في تخطيط عمليات المنظمة والرقابة عليها " (سلام ، 2006 : 26) .

وبهذا الصدد حدد (العوامل ، 2003 : 269) مجموعة من المتطلبات الخاصة بنظم المعلومات والتي تعد ضرورية لتطبيق الصيرفة الالكترونية وهي :-

- أ- وجود نظام معلومات متطور يمكن تحديثه وفقاً للمتغيرات .
- ب- أن يتصف نظام المعلومات في المصرف بالشمولية والمرونة بحيث يمكنه التعامل مع مختلف أنواع البيانات والمعلومات .
- ج- يجب أن يوفر نظام المعلومات السرعة والسهولة في إدخال و معالجة البيانات , و خزن و استرجاع المعلومات عند الحاجة اليها .
- د- أن تتصف نظم المعلومات بالاعتمادية و الموثوقية لكي تساعد في ترشيد عملية اتخاذ القرار .

3- المتطلبات التنظيمية والإدارية :

إن تطبيق الصيرفة الالكترونية يستلزم وجود قيادات إدارية يمكنها أن تتعامل بكفاءة و فاعلية مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، مع قدرتها على الابتكار وإعادة هندسة الثقافة التنظيمية وصنع المعرفة (ياسين ، 2005 : 238) .

ويرى (العلق ، 2005 : 216) أن الصيرفة الالكترونية تستلزم تطويراً واضحاً للمكونات التقليدية لثقافة المنظمة باتجاه تجاوز التنظيم الهرمي والتوجه نحو التنظيم الشبكي ، وانتقال العلاقات من النمط العمودي إلى النمط الأفقي ومن الصلاحية المحددة إلى التمكين الإداري ، كما يتوجب على جميع الإدارات في المنظمة التخلص من الإجراءات الروتينية المملة والمعيقة للتطور والتجديد .

ويؤكد (الصيرفي ، 2006 : 72) على ضرورة تبسيط وتطوير إجراءات وخطوات العمل مما يخفف من الأعباء الإدارية الملقاة على عاتق المديرين ، كما يرى (ياسين ، 2005 : 237) أن الصيرفة الالكترونية تتطلب وجود بنية تنظيمية حديثة ومرنة ، أفقية وعمودية باتصالاتها ، وقبل ذلك لا بد من وجود بنية شبكية تستند إلى قاعدة تقنية ومعلوماتية متطورة ، وثقافة تنظيمية تتمحور حول قيمة وأهمية الابتكار والمبادرة والريادة في الأداء وانجاز الأعمال بكفاءة عالية .
وهناك مجموعة من المتطلبات التنظيمية لابد من توفرها لتطبيق الصيرفة الالكترونية كما حددها (جبر ، 2002 : 200) و هي :-

أ- إعادة هندسة الهياكل والعمليات والإجراءات الإدارية لجميع أقسام المصرف الذي يسعى لتطبيق الصيرفة الالكترونية .
ب- إعداد برامج مكثفة للتعريف بالفوائد التي يمكن تحقيقها من خلال تطبيق الصيرفة الالكترونية ، و تأسيس وعي اجتماعي تقني في هذا المجال .
كما إن نمط الإدارة السائد في المصارف يجب أن يتغير بما يتناسب مع التوجه نحو الصيرفة الالكترونية ، و تُعد الإدارة الالكترونية هي النمط الإداري الأمثل لتطبيق الصيرفة الالكترونية .
و تُعرف الإدارة الالكترونية بأنها " الإدارة التي تقوم على استخدام الإنترنت وشبكات الأعمال في انجاز وظائف الإدارة (التخطيط ، التنظيم ، القيادة ، الرقابة) و وظائف المنشأة (الإنتاج ، التسويق ، المالية ، الموارد البشرية ، البحث و التطوير) الكترونياً (نجم ، 2004 ، ص121) .
و تتسم الإدارة الالكترونية بمجموعة من الخصائص التي تجعلها نمطاً إدارياً ملائماً للتوجه نحو تطبيق الصيرفة الالكترونية ، و أهم هذه الخصائص هي (الحسن ، 2009 : 17) :-

1. السرعة و الوضوح : إن التحول الى أسلوب الإدارة الالكترونية من شأنه أن يقلل العقبات و المعوقات الإدارية التي رسخت لسنوات بسبب بعض اجراءات البيروقراطية و التي كانت تعرقل و تؤخر انجاز المعاملات .
2. عدم التقيد بالحدود المكانية و الزمنية : إن الإدارة الالكترونية من شأنها أن تؤدي الى جعل العمل الإداري غير مرتبط بحدود مكانية و زمنية ، فالمديرون بإمكانهم إدارة العمل

المصرفي الالكتروني من أي مكان و بأي زمان عبر حواسيبهم المرتبطة بشبكة الانترنت ، كما إن المراجعين لن يجدوا أنفسهم في طوابير طويلة بانتظار انجاز معاملاتهم بل يكفي أن يقوموا بالاتصال بالمؤسسة التي يريدون مراجعتها عبر شبكات الاتصال الالكترونية طيلة اليوم و لجميع أيام الأسبوع .

3. إن المعلومات تتم إدارتها بدل الاحتفاظ بها : ليس المقصود هنا هو عدم حفظ المعلومات نهائياً , بل يقصد به عدم تكديس الملفات في قسم الأرشيف و انما تبويبها بطريقة تسهل عملية الوصول لها من قبل الموظف المعني بذلك من خلال حفظ المعلومات على أجهزة الحاسوب باستخدام برامج خاصة في عملية تسمى (الأرشفة الالكترونية) .

4. المرونة : إن الإدارة الالكترونية إدارة مرنة يمكنها الاستجابة السريعة للأحداث و التفاعل معها بفضل استخدام التقنية الحديثة متخطية بذلك صعوبة الاتصال في ظل الإدارة التقليدية .

5. الرقابة المباشرة و الفعالة : تتيح الإدارة الالكترونية مراقبة مواقع العمل المختلفة عبر الشاشات و الكاميرات الرقمية المسلطة على كل مواقعها و كذلك على المنافذ و الأجهزة التي يتعامل معها الزبائن , و هكذا تتوفر للإدارة العليا أداة رقابية مضمونة و فعالة تستطيع من خلالها تقييم أنشطتها و متابعة مواقعها باطمئنان بعيداً عن أسلوب المتابعة بالمذكرات و التقارير الذي قد تتعدم فيه الشفافية و المصادقية في بعض الأحيان فضلاً عن البطء الكبير في أسلوب إعداد التقارير .

6. السرية و الخصوصية : من أبرز خصائص الإدارة الالكترونية هي السرية و الخصوصية للمعلومات المهمة و ذلك بفضل ما تمتلكه الإدارة الالكترونية من برامج حماية تحجب المعلومات و البيانات المهمة و لا تتيح الوصول اليها إلا للمخولين و لذوي الصلاحية الذين لديهم كلمة المرور اللازمة للوصول الى تلك المعلومات .

4- المتطلبات البشرية :

يُعد العنصر البشري من أهم العناصر في منظمات الأعمال عموماً و المصارف خصوصاً ، إذ بدونها لن تتمكن المصارف من تحقيق أهدافها حتى لو امتلكت أفضل الآلات و المعدات و تكنولوجيا الاتصال المتطورة ، لذلك ينبغي الاهتمام بالموارد البشرية و تطويرها و تدريبها لكي تكون قادرة على مواكبة التطور التقني الحاصل في المنظمة .

وهناك مجموعة من المتطلبات البشرية لا بد من توافرها لتطبيق الصيرفة الالكترونية وهي كما حددها (العلاق ، 2005 : 217) :-

أ- تحديد الحاجة الحالية والمستقبلية الى الأفراد المؤهلين في مجال نظم المعلومات والبرمجيات واستخدام الانترنت .

ب- العمل على استقطاب أفضل الأفراد المؤهلين في مجال نظم المعلومات والبرمجيات .

ج- تخويل الصلاحية للأفراد من اجل إتاحة الفرصة أمامهم للتعامل السريع مع المتغيرات في البيئة التكنولوجية و فسخ المجال أمامهم للابتكار و الإبداع في العمل .

د- إيجاد نظام مكافآت فعال للمحافظة على الموارد البشرية في المنظمة و تشجيع الإبداع و الريادية .

أما (السميري ، 2009 : 88) فذكرت أن أهم المتطلبات البشرية اللازم توافرها لتطبيق الصيرفة الالكترونية هي :-

أ- القيادة الإدارية الالكترونية : تتمثل بالكفاءات البشرية القادرة على الابتكار والتحديث وإعادة هندسة الثقافة التنظيمية وصنع المعرفة .

ب- التدريب وبناء القدرات : أي تدريب العاملين في المنظمة على استخدام الحاسوب ، وإدارة الشبكات وقواعد البيانات و المعلومات اللازمة للعمل على إدارة وتوجيه الصيرفة الالكترونية بشكل سليم .

ج- توفير الملاكات والكفاءات من مبرمجي ومحلي النظم , والفنيين والمتخصصين في تقنيات الاتصال وفي تشغيل الأجهزة وصيانتها .

5- المتطلبات المالية :

تُعد الصيرفة الالكترونية من المشاريع الضخمة التي تحتاج إلى موارد مالية كبيرة لضمان الاستمرار والنجاح وبلوغ الأهداف المنشودة .

وترى (السميري ، 2009 : 89) أن أهم المتطلبات المالية لتطبيق الصيرفة الالكترونية هي :-

أ- تخصيص الأموال اللازمة لإنشاء البنية التحتية للصيرفة الالكترونية ، لا سيما ما يتعلق ببناء شبكات الاتصال و شراء الأجهزة و المعدات الحديثة .

ب- الدعم المالي اللازم لتصميم المواقع الالكترونية وتطوير النظم و تحديث البرامج .

- ج- توفير التخصيصات المالية اللازمة لتدريب الملاكات البشرية لكي تتمكن المؤسسات من الاستعانة بمدرّبين مؤهلين سواءً أكانوا يعملون لحسابهم الخاص أم تابعين لشركات متخصصة في مجال التدريب , و سواءً أكانت الدورات التدريبية داخل البلد أم خارجه .
- د- توفير التخصيصات المالية اللازمة لصيانة الأجهزة والمعدات .
- هـ- ضمان الدعم المالي المستمر و اللازم لتحديث الحواسيب والبرمجيات والنظم .

6- المتطلبات القانونية والتشريعية :

إن معظم التشريعات والقوانين النافذة سُنّت لتتناسب بيئة العمل التقليدية وفقاً لمعايير العمل واللقاء المباشر بين الموظف والمستفيد من الخدمة ، لذا فإن التحول إلى أسلوب الصيرفة الالكترونية يحتاج إلى سنّ قوانين و تشريعات جديدة أو تعديل القوانين النافذة لكي تتناغم و تنسجم مع التطور التكنولوجي و تُلائم بيئة الأعمال الالكترونية (رضوان ، 2005 : 4) .

و لعل أبرز ما ينبغي الاهتمام به في هذا المجال هو موضوع الوسائل الثبوتية الالكترونية كالتوقيع الالكتروني و البصمة الالكترونية و مدى توافقها مع القوانين النافذة , إذ أن الوسائل الثبوتية الالكترونية هي من أهم المتطلبات القانونية اللازم توافرها لتطبيق الصيرفة الالكترونية و لا بد من أن تكون القوانين و التشريعات النافذة تسمح باستخدام هذا النوع من الوسائل الثبوتية .

7- المتطلبات الأمنية :

في ظل زيادة الاعتماد على استخدام شبكات الاتصال الالكترونية تفاقمت المخاطر الأمنية لا سيما ما يتعلق بعمليات القرصنة و الاختراق و التجسس الالكتروني ، و لذلك لا بد من إيجاد أساليب و إجراءات أمنية تساعد على حماية المعلومات والبيانات من التعرض للسرقة والعبث والتحريف .

وقد حدد (المالك ، 2007 : 38) أهم المتطلبات الأمنية للصيرفة الالكترونية وهي :-

- أ- وضع السياسات الأمنية المناسبة لتقنيات المعلومات بحيث تشمل جميع الخدمات التي يقدمها المصرف ، و وضع العقوبات الرادعة فيما يتعلق بالتعدي والمخالفة الأمنية على جميع المستويات .

- ب- وضع أنظمة داخلية على مستوى المنظمة تحدد صلاحيات ومسؤوليات كل موظف يعمل داخلها ، وتحديد العقوبات المناسبة لأي موظف يقوم بتسريب أي معلومات أو بيانات خاصة بالمنظمة أو بعملائها .
- ج- تطوير أدوات ومفاتيح التشفير في البرمجيات الحديثة ، لا سيما ما يتعلق بخدمات الانترنت لتمكين المستخدمين من الحفاظ على سرية تعاملاتهم .
- د- اعتماد بعض الوسائل الأمنية الالكترونية لإثبات هوية الموظفين وعملاء المنظمة كبطاقات التعريف الالكترونية والتوقيع الرقمي مما يمنع التزوير والتلاعب بالمعلومات الشخصية لأي موظف أو عميل .
- هـ- تطوير نظم الدفع الالكتروني بما يسمح باستخدام وسائل الدفع الالكترونية مثل الفيزا كارد والماستر كارد بأمان تام .

الفصل الثالث

الجانب التطبيقي للدراسة

المبحث الأول : وصف و تشخيص عينة الدراسة

المبحث الثاني : تحليل إجابات أفراد عينة
الدراسة و اختبار الفرضيات

الفصل الثالث

المبحث الأول

وصف و تشخيص عينة الدراسة

يختص هذا المبحث بوصف و توضيح السمات الشخصية و الوظيفية لأفراد عينة الدراسة من مديري المصارف العامة و الخاصة في العراق .

تم اختيار عينة الدراسة بطريقة العينة العشوائية , و شملت العينة عددا من المديرين و نوابهم و رؤساء الأقسام و مديري الشُعب و مسؤولي الوحدات في المصارف العامة و الخاصة , و فيما يلي توضيح لأهم سمات المديرين الذين شملتهم عينة الدراسة :

1- الفئة العمرية : نلاحظ من خلال الجدول (5) ما يلي :

أ- فيما يتعلق بالمصارف العامة كانت الفئة العمرية (41 - 50) هي الفئة الأكثر تكرارا في عينة الدراسة و بلغت نسبتها 50 % من عينة الدراسة , تلتها الفئة (51 - 60) بالمرتبة الثانية و بلغت نسبتها 32.35 % , و رحلت الفئة (61 سنة فأكثر) بالمرتبة الثالثة و بلغت نسبتها 8.82 % , و حلت الفئة (31 - 40) بالمرتبة الرابعة و بلغت نسبتها 5.88 % من العينة , فيما احتلت الفئة (30 سنة فأقل) المرتبة الأخيرة و بلغت نسبتها 2.94 % فقط من عينة الدراسة .

ب- أما المصارف الخاصة فكانت الفئة الأكثر تكرارا هي الفئة (51 - 60) و بلغت نسبتها 32.26 % من عينة الدراسة , و حلت الفئة (61 سنة فأكثر) بالمرتبة الثانية و بلغت نسبتها 25.81 % , في حين كانت المرتبة الثالثة من نصيب الفئة (41 - 50) و بنسبة بلغت 20.96 % من عينة الدراسة , و احتلت الفئة (31 - 40) المرتبة الرابعة بنسبة بلغت 17.74 % , فيما كانت الفئة (30 سنة فأقل) هي الفئة الأقل تكرارا و احتلت المرتبة الخامسة و بلغت نسبتها 3.22 % فقط من عينة الدراسة .

إن النتائج أعلاه تشير الى أن معظم المديرين في المصارف العامة و المصارف الخاصة ممن شملتهم الدراسة تفوق أعمارهم الأربعين عاما , مع ملاحظة أن المصارف العامة هي أكثر

اعتمادا على المديرين كبار السن مقارنة بنظيرتها المصارف الخاصة , إذ أن المديرين الذين تفوق أعمارهم الأربعين عاما يشكلون ما نسبته 91.18 % من مديري المصارف العامة الذين شملتهم عينة الدراسة , بينما يشكلون نسبة 79.04 % من مديري المصارف الخاصة الذين شملتهم عينة الدراسة .

جدول (5)

وصف عينة الدراسة حسب الفئة العمرية

الفئة العمرية	المصارف العامة		المصارف الخاصة	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
30 سنة فأقل	1	2.94 %	2	3.22 %
31-40	2	5.88 %	11	17.74 %
41-50	17	50 %	13	20.96 %
51-60	11	32.35 %	20	32.26 %
61 سنة فأكثر	3	8.82 %	16	25.81 %
المجموع	34	100 %	62	100 %

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على الحاسبة الالكترونية

2- النوع الاجتماعي : نلاحظ من خلال الجدول (6) ما يلي :

أ- إن نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور في المصارف العامة عينة الدراسة , إذ كانت نسبة الإناث 52.94 % من مديري المصارف العامة عينة الدراسة , في حين أن نسبة الذكور في المصارف العامة عينة الدراسة كانت 47.06 % .

ب- إن نسبة الذكور أكبر من نسبة الإناث في المصارف الخاصة عينة الدراسة , إذ أن نسبة الذكور بلغت 62.91 % من مديري المصارف الخاصة عينة الدراسة , بينما بلغت نسبة الإناث 37.09 % من مديري المصارف الخاصة عينة الدراسة .

مما سبق نستنتج أن المصارف العامة تفضل تولي الإناث للوظائف الإدارية فيها , بينما تفضل المصارف الخاصة اختيار الذكور لشغل الوظائف الإدارية فيها .

جدول (6)

وصف عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي

المصارف الخاصة		المصارف العامة		النوع الاجتماعي
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
62.91 %	39	47.06 %	16	ذكر
37.09 %	23	52.94 %	18	أنثى
100 %	62	100 %	34	المجموع

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على الحاسبة الالكترونية

3- المؤهل العلمي : نلاحظ من خلال الجدول (7) ما يلي :

أ- في المصارف العامة نلاحظ أن النسبة الأكبر من المديرين يحملون شهادة البكالوريوس و بلغت نسبتهم 41.18 % من عينة الدراسة , في حين أن المرتبة الثانية كانت لحاملي شهادة الدبلوم و بلغت نسبتهم 17.65 % , أما المرتبة الثالثة فكانت من نصيب حاملي شهادة الماجستير و نسبتهم 14.71 % , فيما كانت المرتبة الرابعة لحاملي شهادة الدبلوم العالي و بلغت نسبتهم 11.76 % من عينة الدراسة , و كانت المرتبة الخامسة من نصيب حاملي شهادة الدكتوراه و بنسبة 8.82 % , و حلّ حاملو شهادة الإعدادية بالمرتبة الأخيرة و بلغت نسبتهم 5.88 % من عينة الدراسة .

ب- في المصارف الخاصة نلاحظ أن النسبة الأكبر من المديرين يحملون شهادة البكالوريوس و بلغت نسبتهم 40.33 % من عينة الدراسة , و حل بالمرتبة الثانية حاملو شهادة الماجستير و بلغت نسبتهم 17.75 % من عينة الدراسة , بينما حل بالمرتبة الثالثة حاملو شهادة الدكتوراه بنسبة 16.13 % , في حين حل حاملو شهادة الدبلوم العالي بالمرتبة الرابعة بنسبة 14.52 % , و حل بالمرتبة الخامسة حاملو شهادة الدبلوم بنسبة 9.68 % , و حل بالمرتبة الأخيرة حاملو شهادة الإعدادية بنسبة 1.16 % فقط .

نستنتج مما سبق بأن المصارف الخاصة أكثر اهتماما باختيار حاملي الشهادات العليا (دبلوم عالي - ماجستير - دكتوراه) لتولي المناصب الإدارية من نظيرتها المصارف العامة , إذ بلغت نسبة حاملي الشهادات العليا (دبلوم عالي - ماجستير - دكتوراه) في المصارف الخاصة 48.4 % من عينة الدراسة مقابل 35.29 % في المصارف العامة , و كذلك نلاحظ أن عينة الدراسة قد شملت نسبة جيدة من مديري المصارف الذين يحملون شهاداتٍ عليا .

جدول (7)

وصف عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

المصارف الخاصة		المصارف العامة		المؤهل العلمي
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
% 1.61	1	% 5.88	2	إعدادية
% 9.68	6	% 17.65	6	دبلوم
% 40.33	25	% 41.18	14	بكالوريوس
% 14.52	9	% 11.76	4	دبلوم عالي
% 17.75	11	% 14.71	5	ماجستير
% 16.13	10	% 8.82	3	دكتوراه
% 100	62	% 100	34	المجموع

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على الحاسبة الإلكترونية

4- التخصص : نلاحظ من خلال الجدول (8) ما يلي :

أ- فيما يتعلق بالمصارف العامة فإن التخصص (إدارة أعمال) حل بالمرتبة الأولى و بلغت نسبته 29.42 % من عينة الدراسة , و حل بالمرتبة الثانية التخصصان (علوم مالية و مصرفية) و (محاسبة) و بلغت نسبة كل منهما 14.71 % من عينة الدراسة , و حل بالمرتبة الثالثة التخصصان (تجارة و اقتصاد) و (إحصاء) و بنسبة بلغت 11.77 % لكل منهما , ثم التخصص (حاسوب و برامجات) بالمرتبة الرابعة بنسبة 8.82 % , و حل التخصص (قانون) بالمرتبة الخامسة بنسبة 5.88 % , و حل بالمرتبة السادسة و الأخيرة (تخصصات أخرى) و بنسبة 2.92 % من عينة الدراسة .

ب- أما فيما يخص المصارف الخاصة , فكان التخصص (إدارة أعمال) بالمرتبة الأولى أيضا و بنسبة 35.48 % , ثم التخصص (علوم مالية و مصرفية) بالمرتبة الثانية و بنسبة بلغت 16.13 % , و التخصص (محاسبة) بالمرتبة الثالثة بنسبة 14.52 % من العينة , و حل التخصصان (تجارة و اقتصاد) و (حاسوب و برامجات) بالمرتبة الرابعة بنسبة بلغت 9.68 % لكل منهما , و بالمرتبة الخامسة التخصص (قانون) بنسبة 6.45 % , و بالمرتبة

السادسة التخصص (إحصاء) بنسبة 4.84 % , و أخيرا (تخصصات أخرى) بنسبة بلغت 3.22 % .

مما سبق نستنتج إن هنالك تنوعا في اختصاصات المديرين الذين شملتهم عينة الدراسة و هذا يصب في مصلحة الدراسة , لأن ذلك يعني أن الدراسة قد شملت مختلف الاختصاصات مما يجعل إجابات المديرين أكثر واقعية إذا ما فرضنا أن كثرة التخصصات التي شملتها الدراسة يعني أنها قد شملت مجالات أكثر في العمل المصرفي داخل المصارف عينة الدراسة .

جدول (8)

وصف عينة الدراسة حسب التخصص

المصارف الخاصة		المصارف العامة		التخصص
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
35.48 %	22	29.42 %	10	إدارة أعمال
9.68 %	6	11.77 %	4	تجارة و اقتصاد
16.13 %	10	14.71 %	5	علوم مالية و مصرفية
14.52 %	9	14.71 %	5	محاسبة
4.84 %	3	11.77 %	4	إحصاء
6.45 %	4	5.88 %	2	قانون
9.68 %	6	8.82 %	3	حاسوب و برامجيات
3.22 %	2	2.92 %	1	تخصصات أخرى
100 %	62	100 %	34	المجموع

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على الحاسبة الالكترونية

5- العنوان الوظيفي : من خلال الجدول (9) نلاحظ ما يلي :

أ- فيما يتعلق بالمصارف العامة جاء العنوان الوظيفي (رئيس قسم) بالمرتبة الأولى و بنسبة 35.29 % , ثم العنوان الوظيفي (مدير شعبة) بالمرتبة الثانية بنسبة 32.36 % , ثم العنوان الوظيفي (مسؤول وحدة) بالمرتبة الثالثة بنسبة 23.53 % , وبالمرتبة الرابعة العنوان الوظيفي (نائب مدير - معاون مدير) و بنسبة 5.88 % , فيما احتل المرتبة

الخامسة و الأخيرة العنوان الوظيفي (مدير عام - مفوض - تنفيذي) و بنسبة 2.94 % فقط من عينة الدراسة .

ب- أما المصارف الخاصة فلم يختلف فيها الترتيب عن المصارف العامة , إذ حل العنوان الوظيفي (رئيس قسم) بالمرتبة الأولى و بنسبة بلغت 35.48 % , و بالمرتبة الثانية حل العنوان الوظيفي (مدير شعبة) و بنسبة بلغت 32.26 % , فيما حل بالمرتبة الثالثة العنوان الوظيفي (مسؤول وحدة) بنسبة 19.36 % , أما المرتبة الرابعة فكانت من نصيب العنوان الوظيفي (نائب مدير - معاون مدير) بنسبة 8.06 % , فيما حل بالمرتبة الخامسة و الأخيرة العنوان الوظيفي (مدير عام - مفوض - تنفيذي) و بنسبة بلغت 4.84 % فقط من عينة الدراسة .

نستنتج مما سبق عدم وجود اختلاف بين المصارف العامة و المصارف الخاصة في تركيبة عينة الدراسة من حيث العنوان الوظيفي , إذ كان الترتيب هو نفسه في المصارف العامة و المصارف الخاصة رغم اختلاف النسب المئوية بينهما , و هذا التنوع في العناوين الوظيفية يجعل إجابات المديرين أكثر واقعية إذا ما فرضنا أن تنوع العناوين الوظيفية للمديرين الذين شملتهم الدراسة يعني أن الدراسة قد شملت مختلف المستويات الإدارية في المصارف عينة الدراسة .

جدول (9)

وصف عينة الدراسة حسب العنوان الوظيفي

المصارف الخاصة		المصارف العامة		العنوان الوظيفي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
4.84 %	3	2.94 %	1	مدير (عام - مفوض - تنفيذي)
8.06 %	5	5.88 %	2	نائب مدير - معاون مدير
35.48 %	22	35.29 %	12	رئيس قسم
32.26 %	20	32.36 %	11	مدير شعبة
19.36 %	12	23.53 %	8	مسؤول وحدة
100 %	62	100 %	34	المجموع

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على الحاسبة الإلكترونية

6- عدد سنوات الخدمة بالعنوان الوظيفي الحالي : نلاحظ من خلال الجدول (10) ما يلي :

أ- فيما يخص المصارف العامة احتلت الفئة (1 - 5) المرتبة الأولى بنسبة 44.12 % , ثم الفئة (6 - 10) بالمرتبة الثانية و بلغت نسبتها 29.41 % , و حلت الفئة (11 - 15) بالمرتبة الثالثة و بنسبة 14.71 % , و حلت بالمرتبة الرابعة بالتساوي الفئة (أقل من سنة) و الفئة (16 سنة فأكثر) و بلغت نسبة كل منهما 5.88 % من عينة الدراسة .

ب- أما المصارف الخاصة فكانت الفئة (1 - 5) أيضا هي الأكثر تكرارا و بنسبة 56.45 % , ثم الفئة (6 - 10) بالمرتبة الثانية و بنسبة 25.81 % , ثم الفئة (أقل من سنة) بالمرتبة الثالثة و نسبتها 9.68 % , و حلت الفئة (11 - 15) بالمرتبة الرابعة بنسبة 6.45 % , و أخيرا الفئة (16 فأكثر) بنسبة 1.61 فقط من عينة الدراسة .

نستنتج مما سبق بأن معظم المديرين في المصارف الخاصة و العامة لا يستمرون كثيرا في نفس المنصب الإداري أو العنوان الوظيفي , أي أن المصارف العامة و الخاصة تميل الى كثرة تغيير المديرين و هذا يؤثر على استقرار العمل الإداري فيها .

جدول (10)

وصف عينة الدراسة حسب عدد سنوات الخدمة بالعنوان الوظيفي الحالي

المصارف الخاصة		المصارف العامة		عدد سنوات الخدمة بالعنوان الوظيفي الحالي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
9.68 %	6	5.88 %	2	أقل من سنة
56.45 %	35	44.12 %	15	1 - 5
25.81 %	16	29.41 %	10	6 - 10
6.45 %	4	14.71 %	5	11 - 15
1.61 %	1	5.88 %	2	16 فأكثر
100 %	62	100 %	34	المجموع

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على الحاسبة الالكترونية

7- عدد سنوات الخبرة بالعمل المصرفي : من خلال الجدول (11) نلاحظ ما يلي :

أ- فيما يخص المصارف العامة احتلت الفئة (20-16) المرتبة الأولى بنسبة 23.53 % , تلتها الفئة (26 - 30) بالمرتبة الثانية بنسبة 20.59 % , و حلت الفئة (21 - 25) بالمرتبة الثالثة بنسبة 17.65 % , و الفئة (11-15) بالمرتبة الرابعة بنسبة 14.71 % , و حلت الفئة (6 - 10) بالمرتبة الخامسة و بنسبة بلغت 11.76 % , ثم الفئة (أكثر من 30 سنة) بالمرتبة السادسة بنسبة 8.82 % , و حلت الفئة (5 سنوات فأقل) بالمرتبة السابعة و الأخيرة بنسبة 2.94 % فقط من عينة الدراسة .

ب- أما فيما يتعلق بالمصارف الخاصة فاحتلت الفئة (أكثر من 30 سنة) المرتبة الأولى و بلغت نسبتها 19.35 % , تلتها بالمرتبة الثانية الفئة (26 - 30) بنسبة 17.74 % , و بالمرتبة الثالثة حلت الفئة (21 - 25) و بلغت نسبتها 16.13 % , ثم الفئة (16 - 20) بالمرتبة الرابعة و بنسبة 14.52 % , و الفئة (5 سنوات فأقل) بالمرتبة الخامسة بنسبة 12.91 % , ثم الفئة (6 - 10) بالمرتبة السادسة بنسبة 11.29 % , و أخيرا بالمرتبة السابعة حلت الفئة (11 - 15) بنسبة 8.06 % فقط .

نستنتج مما سبق أن عينة الدراسة قد شملت مديري المصارف العامة و الخاصة من ذوي الخبرة الطويلة بالعمل المصرفي , و هذا يجعل إجابات المديرين على فقرات استمارة الاستبيان أكثر مصداقية كونها تستند الى خبرتهم الطويلة بالعمل المصرفي .

جدول (11)

وصف عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة بالعمل المصرفي

المصارف الخاصة		المصارف العامة		عدد سنوات الخبرة بالعمل المصرفي
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
12.91 %	8	2.94 %	1	5 سنوات فأقل
11.29 %	7	11.76 %	4	6 - 10
8.06 %	5	14.71 %	5	11 - 15
14.52 %	9	23.53 %	8	16 - 20
16.13 %	10	17.65 %	6	21 - 25
17.74 %	11	20.59 %	7	26 - 30
19.35 %	12	8.82 %	3	أكثر من 30 سنة
100 %	62	100 %	34	المجموع

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على الحاسبة الالكترونية

8- عدد الدورات التدريبية في مجال استخدام الحاسوب و الانترنت : من خلال الجدول (12)

نلاحظ ما يلي :

أ- فيما يتعلق بالمصارف العامة احتلت الفئة (1 - 5) المرتبة الأولى بنسبة بلغت 26.47 % , و حلت الفئة (11 - 15) بالمرتبة الثانية بنسبة 23.53 % , و حلت الفئة (6 - 10) بالمرتبة الثالثة بنسبة 17.65 % , و حلت الفئة (16 - 20) بالمرتبة الرابعة بنسبة 14.71 % , و حلت بالمرتبة الخامسة الفئة (لم يخضع لأي دورة تدريبية) بنسبة 11.76 % , و حلت بالمرتبة السادسة و الأخيرة الفئة (أكثر من 20) بنسبة 5.88 % .

ب- أما في المصارف الخاصة فاحتلت الفئة (1 - 5) المرتبة الأولى بنسبة 37.1 % , تلتها الفئة (11 - 15) بالمرتبة الثانية بنسبة 29.03 % , و حلت الفئة (16 - 20) بالمرتبة الثالثة بنسبة 14.52 % , بينما حلت الفئة (أكثر من 20) بالمرتبة الرابعة بنسبة 8.06 % , و حلت الفئة (6 - 10) بالمرتبة الخامسة بنسبة 6.45 % , و حلت الفئة (لم يخضع لأي دورة تدريبية) بالمرتبة السادسة و الأخيرة بنسبة 4.84 % .

نستنتج مما سبق أن المصارف الخاصة هي أكثر اهتماما من المصارف العامة بتدريب القيادات الإدارية فيها على استخدام الحاسوب و الانترنت , إذ بلغت نسبة المديرين الذين خضعوا لدورات تدريبية في مجال استخدام الحاسوب و الانترنت (بغض النظر عن عدد الدورات) 95.16 % في المصارف الخاصة مقابل 88.24 % في المصارف العامة .

جدول (12)

وصف عينة الدراسة بحسب عدد الدورات التدريبية في مجال استخدام الحاسوب و الانترنت

المصارف الخاصة		المصارف العامة		عدد الدورات التدريبية
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
4.84 %	3	11.76 %	4	لم يخضع لأي دورة تدريبية
37.1 %	23	26.47 %	9	5 - 1
6.45 %	4	17.65 %	6	10 - 6
29.03 %	18	23.53 %	8	15 - 11
14.52 %	9	14.71 %	5	20 - 16
8.06 %	5	5.88 %	2	أكثر من 20 دورة تدريبية
100 %	62	100 %	34	المجموع

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على الحاسبة الإلكترونية

الفصل الثالث

المبحث الثاني

تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة و اختبار الفرضيات

يتناول هذا المبحث عرض بيانات استمارة الاستبيان و تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة على الأسئلة التي تضمنتها استمارة الاستبيان .

لقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لغرض تحديد آراء المديرين فيما يخص مدى توافر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في مصارفهم و كانت الخيارات كما يلي (أتفق تماما - أتفق - محايد - لا أتفق - لا أتفق تماما) و تم منح كل خيار من هذه الخيارات وزنا معيننا و هذه الأوزان بالترتيب هي (1 , 2 , 3 , 4 , 5) .

و قبل الشروع بتحليل النتائج تم تبويب إجابات أفراد عينة الدراسة في جداول تكرارية من أجل استخراج قيم الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيم t المحسوبة , و قد اعتمد الباحث الوسط الحسابي الفرضي و الذي تبلغ قيمته (3) عند استخدام مقياس ليكرت الخماسي كمييار للاختبار و المقارنة مع الوسط الحسابي الموزون لكل فقرة من فقرات الاستمارة , و يمكن إيجاد الوسط الحسابي الفرضي من خلال جمع أعلى وزن و الذي يبلغ (5) مع أقل وزن و الذي يبلغ (1) و قسمة الناتج على (1) و كما يلي :

$$\text{الوسط الحسابي الفرضي} = (\text{أعلى وزن} + \text{أدنى وزن}) \div (1 + 5) = 2 \div 6 = 3$$

و لغرض تحديد طول خلايا مقياس ليكرت الخماسي (الحدود الدنيا و العليا) , تم حساب المدى و هو الفارق بين أعلى وزن و أدنى وزن (5 - 1 = 4) و من ثم تم تقسيم المدى على عدد خلايا مقياس ليكرت (4 ÷ 5 = 0.8) و أضيفت هذه القيمة الى أدنى قيمة في المقياس و مقدارها (1) لتحديد الحد الأعلى للخلية الأولى , و هكذا يصبح طول كل خلية من الخلايا كما يلي (المالك , (101 : 2007) :-

- 1- إذا تراوحت قيمة الوسط الحسابي الموزون لدرجة موافقة أفراد العينة على أي عبارة من عبارات الاستبيان ما بين (1) و لغاية أقل من (1.8) فإن ذلك يمثل الخيار (لا أتفق تماما) .
- 2- إذا تراوحت قيمة الوسط الحسابي الموزون لدرجة موافقة أفراد العينة على أي عبارة من عبارات الاستبيان ما بين (1.8) و لغاية أقل من (2.6) فإن ذلك يمثل الخيار (لا أتفق) .
- 3- إذا تراوحت قيمة الوسط الحسابي الموزون لدرجة موافقة أفراد العينة على أي عبارة من عبارات الاستبيان ما بين (2.6) و لغاية أقل من (3.4) فإن ذلك يمثل الخيار (محايد) .
- 4- إذا تراوحت قيمة الوسط الحسابي الموزون لدرجة موافقة أفراد العينة على أي عبارة من عبارات الاستبيان ما بين (3.4) و لغاية أقل من (4.2) فإن ذلك يمثل الخيار (أتفق) .
- 5- إذا تراوحت قيمة الوسط الحسابي الموزون لدرجة موافقة أفراد العينة على أي عبارة من عبارات الاستبيان ما بين (4.2) و لغاية (5) فإن ذلك يمثل الخيار (أتفق تماما) .

و قد تم استخدام اختبار t لقياس معنوية إجابات أفراد عينة الدراسة , كما تم استخدام الانحراف المعياري لغرض قياس تشتت إجابات أفراد عينة الدراسة , إذ أن الانحراف المعياري هو مقياس يحدد مدى تباعد القيم عن وسطها الحسابي , وهو الجذر التربيعي لمجموع مربعات انحراف القيم عن وسطها الحسابي مقسوماً على عدد القيم .

و لغرض قياس مدى تركيز إجابات أفراد العينة تم استخدام شدة الإجابة و التي هي مقياس الأهمية النسبية لإجابات أفراد العينة على كل فقرة من فقرات استمارة الاستبيان , و يمكن قياس شدة الإجابة من خلال المعادلة التالية :-

$$\text{شدة الإجابة} = \frac{\text{الوسط الحسابي الموزون}}{20} \times 20\%$$

أما لقياس مدى تشتت إجابات أفراد عينة الدراسة فقد تم استخدام معامل الاختلاف , و هو حاصل قسمة الانحراف المعياري على الوسط الحسابي الموزون .

أولاً - عرض النتائج للمصارف العامة :-

فيما يلي تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف العامة على كل فقرة من فقرات استمارة الاستبيان المتعلقة بمتطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية .

1- مجموعة المتطلبات التقنية :-

من خلال الجدول (13) يُلاحظ أن الوسط الحسابي العام الموزون لإجابات أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف العامة على المحور الخاص بمجموعة المتطلبات التقنية يقع ضمن الخيار (أتفق) , إذ بلغت قيمته (3.8) و بانحراف معياري (0.94) .
و يُلاحظ بأن شدة إجابة أفراد عينة الدراسة على فقرات المحور الخاص بمجموعة المتطلبات التقنية قد بلغت (76%) مما يدل على أن أغلب أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف العامة يرون أن المتطلبات التقنية اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية في العمل المصرفي متوفرة لدى المصارف العامة , إذ لو كانت الإجابة محصورة بالخيارين (أتفق - لا أتفق) فإن (76%) من أفراد العينة ستكون إجاباتهم على فقرات هذا المحور هي (أتفق) , و ما يدعم و يؤكد ذلك هو أن قيمة t المحسوبة و البالغة (4.66) هي أكبر من قيمة t الجدولية و البالغة (2.03) .

جدول (13)

التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف العامة على محور مجموعة المتطلبات التقنية .

ت	الأسئلة	5	4	3	2	1	مجموع	الوسط الحسابي الموزون	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	شدة الإجابة	قيمة t
1	يستخدم المصرف أجهزة الحاسوب و ملحقاتها من أجهزة إدخال و إخراج في إنجاز المعاملات المصرفية .	13	18	2	1	0	34	4.2647	0.70962	0.1664	85.29%	9.7612
2	يستخدم المصرف برامج التشغيل الحديثة و برامج التطبيقات المتخصصة بالعمل المصرفي .	5	19	7	2	1	34	3.7353	0.89811	0.2404	74.71%	4.4841
3	يستخدم المصرف شبكات الاتصال الحديثة للاتصال مع الأطراف ذات العلاقة بعمله .	8	14	9	2	1	34	3.7647	0.98654	0.262	75.29%	4.2454
4	يملك المصرف عدداً من المواقع الالكترونية المتميزة على شبكة الانترنت .	6	14	10	4	0	34	3.6471	0.91725	0.2515	72.94%	3.8636
5	يستخدم المصرف مجموعة من الأجهزة الالكترونية في عمله المصرفي مثل الصراف الآلي .	7	12	10	4	1	34	3.5882	1.04787	0.292	71.76%	3.0746
	إجمالي	39	77	38	13	3	170	3.8	0.9396	0.2473	76.00%	4.6633

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Microsoft Excel 2007

2- مجموعة المتطلبات المعلوماتية و المعرفية :-

من خلال الجدول (14) نلاحظ أن الوسط الحسابي الموزون لإجابات أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف العامة على محور مجموعة المتطلبات المعلوماتية و المعرفية يقع ضمن الخيار (أتفق) , إذ بلغت قيمته (3.73) و بانحراف معياري مقداره (1.05) .

و يُلاحظ بأن شدة إجابة أفراد عينة الدراسة على فقرات محور مجموعة المتطلبات المعلوماتية و المعرفية قد بلغت (74.6%) مما يدل على أن أغلب أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف العامة يرون أن المتطلبات المعلوماتية و المعرفية اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية في العمل المصرفي متوفرة لدى المصارف العامة , إذ لو كانت الإجابة محصورة بالخيارين (أتفق - لا أتفق) فأن (74.6%) من أفراد العينة على فقرات هذا المحور ستكون إجابتهم (أتفق) , و ما يدعم و يؤكد ذلك هو أن قيمة t المحسوبة و البالغة (3.79) هي أكبر من قيمة t الجدولية البالغة (2.03) .

جدول (14)

التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف العامة على محور مجموعة المتطلبات المعلوماتية و المعرفية .

ت	الأسئلة	5	4	3	2	1	مجموع	الوسط الحسابي الموزون	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	شدة الإجابة	قيمة t
1	يمتلك المصرف نظام معلومات حديث يمكنه التعامل مع مختلف أنواع البيانات و المعلومات .	8	11	9	5	1	34	3.5882	1.1042	0.3077	71.76%	2.9177
2	يمتلك المصرف قاعدة بيانات خاصة بزيائنه مبنية على توقعاتهم و احتياجاتهم .	7	13	8	4	2	34	3.5588	1.13328	0.3184	71.18%	2.7007
3	يعتمد المصرف على مصادر متنوعة للحصول على المعلومات الضرورية لعمله .	9	12	7	6	0	34	3.7059	1.05971	0.286	74.12%	3.6483
4	يعمل المصرف على الاهتمام بالمعرفة و إدارتها بطريقة تؤدي الى تحقيق الاستفادة القصوى منها.	12	10	9	3	0	34	3.9118	0.99598	0.2546	78.24%	5.0139
5	يحرص المصرف على زيادة و تطوير المعرفة لدى ملاكاته الوظيفية.	10	14	6	4	0	34	3.8824	0.97746	0.2518	77.65%	4.9441
	إجمالي	46	60	39	22	3	170	3.7294	1.05346	0.2825	74.59%	3.7922

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Microsoft Excel 2007

3- مجموعة المتطلبات التنظيمية و الإدارية :-

من خلال الجدول (15) نلاحظ أن الوسط الحسابي الموزون لإجابات أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف العامة على محور مجموعة المتطلبات التنظيمية و الإدارية يقع ضمن الخيار (أتفق) , إذ بلغت قيمته (3.55) و بانحراف معياري (1.16) .

و يُلاحظ بأن شدة إجابة أفراد عينة الدراسة على فقرات المحور الخاص بمجموعة المتطلبات التنظيمية و الإدارية قد بلغت (71.06%) مما يدل على أن أغلب أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف العامة يرون أن المتطلبات التنظيمية و الإدارية اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية متوفرة لدى المصارف العامة , إذ لو كانت الإجابة محصورة بالخيارين (أتفق - لا أتفق) فإن (71.06%) من أفراد العينة ستكون إجاباتهم على فقرات هذا المحور هي (أتفق) , و ما يدعم ويؤكد ذلك هو أن قيمة t المحسوبة و البالغة (2.62) هي أكبر من قيمة t الجدولية البالغة (2.03) .

جدول (15)

التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف العامة على محور مجموعة المتطلبات التنظيمية و الإدارية .

ت	الأسئلة	5	4	3	2	1	مجموع	الوسط الحسابي الموزون	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	شدة الإجابة	قيمة t
1	يضم الهيكل التنظيمي للمصرف وحدة إدارية لحفظ البيانات الكترونياً (الأرشيف الالكتروني) .	7	10	7	6	4	34	3.2941	1.31494	0.3992	65.88%	1.2251
2	يتصف الهيكل التنظيمي للمصرف بالمرونة العالية و يمكن إجراء تعديلات عليه بما ينسجم مع التوجه نحو الصيرفة الالكترونية .	6	11	6	7	4	34	3.2353	1.30405	0.4031	64.71%	0.9882
3	هنالك تفهم لدى إدارة المصرف بمتطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في العراق .	8	13	7	6	0	34	3.6765	1.03633	0.2819	73.53%	3.5752
4	تعمل إدارة المصرف على توفير متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في العمل المصرفي .	9	12	7	5	1	34	3.6765	1.12062	0.3048	73.53%	3.3062
5	تؤمن إدارة المصرف بأن تطبيق الصيرفة الالكترونية يؤدي الى تقليل حالات الفساد الإداري في العمل المصرفي .	8	17	6	3	0	34	3.8824	0.87956	0.2266	77.65%	5.4944
	إجمالي	38	63	33	27	9	170	3.5529	1.15647	0.3255	71.06%	2.6187

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Microsoft Excel 2007

4- مجموعة المتطلبات البشرية :-

من خلال الجدول (16) نلاحظ أن الوسط الحسابي الموزون لإجابات أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف العامة على محور مجموعة المتطلبات البشرية يقع ضمن الخيار (أتفق) , إذ بلغت قيمته (3.69) و بانحراف معياري (0.91) .

و يُلاحظ بأن شدة إجابة أفراد عينة الدراسة على فقرات المحور الخاص بمجموعة المتطلبات البشرية قد بلغت (73.76%) مما يدل على أن أغلب أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف العامة يرون أن المتطلبات البشرية اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية متوفرة لدى المصارف العامة , إذ لو كانت الإجابة محصورة بالخيارين (أتفق - لا أتفق) فإن (73.76%) من أفراد العينة ستكون إجاباتهم على فقرات هذا المحور هي (أتفق) , و ما يدعم و يؤكد ذلك هو أن قيمة t المحسوبة و البالغة (4.13) هي أكبر من قيمة t الجدولية البالغة (2.03) .

جدول (16)

التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف العامة على محور مجموعة المتطلبات البشرية .

ت	الأسئلة	5	4	3	2	1	مجموع	الوسط الحسابي الموزون	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	شدة الإجابة	قيمة t
1	يملك العاملون في المصرف تصوراً واضحاً عن مفهوم الصيرفة الالكترونية .	5	15	7	6	1	34	3.5	1.05169	0.3005	70.00%	2.6039
2	يملك المصرف كفاءات بشرية متخصصة في العمل المصرفي .	6	22	5	1	0	34	3.9706	0.67354	0.1696	79.41%	7.8925
3	يملك المصرف كفاءات بشرية مؤهلة و متخصصة في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات .	4	23	4	3	0	34	3.8235	0.75761	0.1981	76.47%	5.9535
4	يملك المصرف كفاءات بشرية قادرة على تصميم و إدارة المواقع الالكترونية للمصرف .	4	12	9	8	1	34	3.2941	1.05971	0.3217	65.88%	1.5201
5	يعمل المصرف على تدريب العاملين فيه على استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و بناء و تعزيز قدراتهم .	6	20	5	3	0	34	3.8529	0.82139	0.2132	77.06%	5.6874
	إجمالي	25	92	30	21	2	170	3.6882	0.91171	0.2472	73.76%	4.1345

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Microsoft Excel 2007

5- مجموعة المتطلبات المالية :-

من خلال الجدول (17) نلاحظ أن الوسط الحسابي الموزون لإجابات أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف العامة على محور مجموعة المتطلبات المالية يقع ضمن الخيار (أتفق) , إذ بلغت قيمته (3.96) بانحراف معياري مقداره (0.82) .

و يُلاحظ بأن شدة إجابة أفراد عينة الدراسة على فقرات المحور الخاص بمجموعة المتطلبات المالية قد بلغت (79.18%) مما يدل على أن أغلب أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف العامة يرون أن المتطلبات المالية اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية متوفرة لدى المصارف العامة , إذ لو كانت الإجابة محصورة بالخيارين (أتفق - لا أتفق) فأن (79.18%) من أفراد العينة ستكون إجاباتهم على فقرات هذا المحور هي (أتفق) , و ما يدعم و يؤكد ذلك هو أن قيمة t المحسوبة البالغة (6.43) هي أكبر من قيمة t الجدولية البالغة (2.03) .

جدول (17)

التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف العامة على محور مجموعة المتطلبات المالية .

ت	الأسئلة	5	4	3	2	1	مجموع	الوسط الحسابي الموزون	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	شدة الإجابة	قيمة t
1	تتوفر لدى المصرف تخصيصات مالية كافية لشراء و صيانة الأجهزة و المعدات اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية .	8	20	4	1	1	34	3.9706	0.86988	0.2191	79.41%	6.1111
2	يستطيع المصرف توفير تخصيصات مالية لشراء و تحديث البرمجيات اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية .	10	18	5	1	0	34	4.0882	0.75348	0.1843	81.76%	7.9103
3	تتوفر لدى المصرف تخصيصات مالية لاستقطاب الكفاءات البشرية المتخصصة في العمل المصرفي و في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات .	6	19	6	2	1	34	3.7941	0.91385	0.2409	75.88%	4.7594
4	تتوفر لدى المصرف تخصيصات مالية لإشراك العاملين بالمصرف في دورات تدريبية في مجال استخدام تقنيات الصيرفة الالكترونية .	10	17	5	2	0	34	4.0294	0.83431	0.2071	80.59%	6.7578
5	تمتلك إدارة المصرف تصوراً واضحاً بأن تطبيق الصيرفة الالكترونية يؤدي الى تحقيق الكفاءة و الفاعلية في استخدام الموارد المالية للمصرف .	6	20	7	1	0	34	3.9118	0.71213	0.182	78.24%	7.0124
	إجمالي	40	94	27	7	2	170	3.9588	0.81666	0.2063	79.18%	6.4304

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Microsoft Excel 2007

6- مجموعة المتطلبات القانونية :-

من خلال الجدول (18) نلاحظ أن الوسط الحسابي الموزون لإجابات أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف العامة على محور مجموعة المتطلبات القانونية يقع ضمن الخيار (أتفق) وقد بلغت قيمته (3.45) بانحراف معياري (1.15) .
و يُلاحظ بأن شدة إجابة أفراد عينة الدراسة على فقرات المحور الخاص بمجموعة المتطلبات القانونية قد بلغت (70%) مما يدل على أن أغلب أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف العامة يرون أن المتطلبات القانونية اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية متوفرة لدى المصارف العامة , إذ لو كانت الإجابة محصورة بالخيارين (أتفق - لا أتفق) فإن (70%) من أفراد العينة ستكون إجاباتهم على فقرات هذا المحور هي (أتفق) , و ما يدعم ويؤكد ذلك هو أن قيمة t المحسوبة و البالغة (2.39) هي أكبر من قيمة t الجدولية البالغة (2.03) .

جدول (18)

التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف العامة على محور مجموعة المتطلبات القانونية .

ت	الأسئلة	5	4	3	2	1	مجموع	الوسط الحسابي الموزون	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	شدة الإجابة	قيمة t
1	تسمح القوانين النافذة في العراق بتطبيق الصيرفة الالكترونية .	6	18	7	2	1	34	3.7647	0.92307	0.2452	75.29%	4.5374
2	تساعد القوانين النافذة في العراق على انتشار الأعمال الالكترونية .	7	9	8	7	3	34	3.2941	1.26801	0.3849	65.88%	1.2704
3	تسمح القوانين النافذة في العراق باستخدام الوثائق الثبوتية الالكترونية .	8	6	9	7	4	34	3.2059	1.34343	0.4191	64.12%	0.8394
4	تسمح تعليمات البنك المركزي العراقي باستخدام نظام المقاصة الالكترونية بين المصارف العراقية .	7	19	5	3	0	34	3.8824	0.8444	0.2175	77.65%	5.7232
5	توفر القوانين العراقية النافذة الحماية للمصارف من مخاطر التعاملات الالكترونية .	7	8	11	6	2	34	3.3529	1.17763	0.3512	67.06%	1.6415
	إجمالي	35	60	40	25	10	170	3.5	1.14742	0.3278	70.00%	2.3867

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Microsoft Excel 2007

7- مجموعة المتطلبات الأمنية :-

من خلال الجدول (19) نلاحظ أن الوسط الحسابي الموزون لإجابات أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف العامة على محور مجموعة المتطلبات الأمنية يقع ضمن الخيار (أتفق) و قد بلغت قيمته (3.56) بانحراف معياري (1.07) .

و يُلاحظ بأن شدة إجابة أفراد عينة الدراسة على فقرات المحور الخاص بمجموعة المتطلبات الأمنية قد بلغت (71.18%) مما يدل على أن أغلب أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف العامة يرون أن المتطلبات الأمنية اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية متوفرة لدى المصارف العامة , إذ لو كانت الإجابة محصورة بالخيارين (أتفق - لا أتفق) فإن (71.18%) من أفراد العينة ستكون إجاباتهم على فقرات هذا المحور هي (أتفق) , و ما يدعم و يؤكد ذلك هو أن قيمة t المحسوبة البالغة (2.86) هي أكبر من قيمة t الجدولية البالغة (2.03) .

جدول (19)

التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف العامة على محور مجموعة المتطلبات الأمنية .

ت	الأسئلة	5	4	3	2	1	مجموع	الوسط الحسابي الموزون	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	شدة الإجابة	قيمة t
1	يوجد لدى المصرف مجموعة من الأنظمة الداخلية التي تحدد المسؤولية و العقوبات فيما يخص المخالفات الأمنية للعاملين .	8	21	4	1	0	34	4.0588	0.69375	0.1709	81.18%	8.3592
2	يستخدم المصرف وسائل أمنية حديثة لإثبات هوية الزبون مثل التوقيع الرقمي و البصمة الالكترونية .	4	7	12	8	3	34	3.0294	1.14111	0.3767	60.59%	0.1412
3	يستخدم المصرف نظام الدفع الالكتروني بشكل آمن مما يسمح باستخدام وسائل الدفع الالكترونية .	6	11	9	6	2	34	3.3824	1.15509	0.3415	67.65%	1.813
4	يملك المصرف نظاما الكترونيا للتحويلات المالية بشكل آمن و سريع .	7	11	9	5	2	34	3.4706	1.16086	0.3345	69.41%	2.2203
5	يستخدم المصرف برامج الحماية الحديثة لتجنب مخاطر التعاملات الالكترونية مثل الاختراق المعلوماتي و القرصنة و التجسس الالكتروني .	7	18	6	3	0	34	3.8529	0.85749	0.2226	77.06%	5.4479
	إجمالي	32	68	40	23	7	170	3.5588	1.07117	0.301	71.18%	2.8573

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Microsoft Excel 2007

ثانيا - عرض النتائج للمصارف الخاصة :-

فيما يلي تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف الخاصة على كل فقرة من فقرات استمارة الاستبيان المتعلقة بمتطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية .

1- مجموعة المتطلبات التقنية :-

من خلال الجدول (20) نلاحظ أن الوسط الحسابي الموزون لإجابات أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف الخاصة على محور المتطلبات التقنية يقع ضمن الخيار (أتفق تماما) و قد بلغت قيمته (4.27) بانحراف معياري (0.83) .

و يُلاحظ بأن شدة إجابة أفراد عينة الدراسة على فقرات المحور الخاص بمجموعة المتطلبات التقنية قد بلغت (85.42%) مما يدل على أن أغلب أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف الخاصة يرون أن المتطلبات التقنية اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية متوفرة تماما لدى المصارف الخاصة , إذ لو كانت الإجابة محصورة بالخيارين (أتفق - لا أتفق) فإن (85.42%) من أفراد العينة ستكون إجابتهم على فقرات هذا المحور هي (أتفق) , و ما يدعم و يؤكد ذلك هو أن قيمة t المحسوبة البالغة (8.46) هي أكبر من قيمة t الجدولية البالغة (2) .

جدول (20)

التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف الخاصة على محور مجموعة المتطلبات التقنية .

ت	الأسئلة	5	4	3	2	1	مجموع	الوسط الحسابي الموزون	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	شدة الإجابة	قيمة t
1	يستخدم المصرف أجهزة الحاسوب و ملحقاتها من أجهزة إدخال و إخراج في انجاز المعاملات المصرفية .	40	17	5	0	0	62	4.5645	0.643275	0.14093	91.29%	13.321
2	يستخدم المصرف برامج التشغيل الحديثة و برامج التطبيقات المتخصصة بالعمل المصرفي .	43	13	6	0	0	62	4.5968	0.664305	0.14452	91.94%	13.165
3	يستخدم المصرف شبكات الاتصال الحديثة للاتصال مع الأطراف ذات العلاقة بعمله .	27	30	5	0	0	62	4.3548	0.629774	0.14461	87.10%	11.783
4	يملك المصرف عدداً من المواقع الالكترونية المتميزة على شبكة الانترنت.	14	34	9	3	2	62	3.8871	0.925147	0.238	77.74%	5.2517
5	يستخدم المصرف مجموعة من الأجهزة الالكترونية في عمله المصرفي مثل الصراف الآلي .	15	37	4	4	2	62	3.9516	0.930845	0.23556	79.03%	5.5992
	إجمالي	139	131	29	7	4	310	4.271	0.82289	0.19267	85.42%	8.4593

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Microsoft Excel 2007

2- مجموعة المتطلبات المعلوماتية و المعرفية :-

من خلال الجدول (21) نلاحظ أن الوسط الحسابي الموزون لإجابات أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف الخاصة على محور مجموعة المتطلبات المعلوماتية و المعرفية يقع ضمن الخيار (أتفق) و قد بلغت قيمته (4.17) بانحراف معياري (0.72) . و يُلاحظ بأن شدة إجابة أفراد عينة الدراسة على فقرات محور مجموعة المتطلبات المعلوماتية و المعرفية قد بلغت (83.42%) مما يدل على أن أغلب أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف الخاصة يرون أن المتطلبات المعلوماتية و المعرفية اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية متوفرة لدى المصارف الخاصة , إذ لو كانت الإجابة محصورة بالخيارين (أتفق - لا أتفق) فأن (83.42%) من أفراد العينة ستكون إجابتهم على فقرات هذا المحور هي (أتفق) , و ما يدعم و يؤكد ذلك هو أن قيمة t المحسوبة البالغة (8.91) هي أكبر من قيمة t الجدولية البالغة (2) .

جدول (21)

التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف الخاصة على محور مجموعة المتطلبات المعلوماتية و المعرفية .

ت	الأسئلة	1	2	3	4	5	مجموع	الوسط الحسابي الموزون	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	شدة الإجابة	قيمة t
1	يملك المصرف نظام معلومات حديث يمكنه التعامل مع مختلف أنواع البيانات و المعلومات .	0	2	3	15	42	62	4.5645	0.738207	0.16173	91.29%	11.608
2	يملك المصرف قاعدة بيانات خاصة برزانه مبنية على توقعاتهم و احتياجاتهم .	0	0	2	45	15	62	4.2097	0.483739	0.11491	84.19%	13.696
3	يعتمد المصرف على مصادر متنوعة للحصول على المعلومات الضرورية لعمله .	0	2	15	30	15	62	3.9355	0.786588	0.19987	78.71%	6.5138
4	يعمل المصرف على الاهتمام بالمعرفة و إدارتها بطريقة تؤدي الى تحقيق الاستفادة القصوى منها .	0	0	15	30	17	62	4.0323	0.723555	0.17944	80.65%	7.8137
5	يحرص المصرف على زيادة و تطوير المعرفة لدى ملاكاته الوظيفية .	0	0	11	33	18	62	4.1129	0.68004	0.16534	82.26%	8.9633
	أجمالي	0	4	46	153	107	310	4.171	0.719445	0.17249	83.42%	8.9144

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Microsoft Excel 2007

3- مجموعة المتطلبات التنظيمية و الإدارية :-

من خلال الجدول (22) نلاحظ أن الوسط الحسابي الموزون لإجابات أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف الخاصة على محور مجموعة المتطلبات التنظيمية و الإدارية يقع ضمن الخيار (أتفق) إذ بلغت قيمته (3.92) و بانحراف معياري (0.96) .

و يُلاحظ بأن شدة إجابة أفراد عينة الدراسة على فقرات محور مجموعة المتطلبات التنظيمية و الإدارية قد بلغت (78.45%) مما يدل على أن أغلب أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف الخاصة يرون أن المتطلبات التنظيمية و الإدارية اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية متوفرة لدى المصارف الخاصة , إذ لو كانت محصورة بالخيارين (أتفق - لا أتفق) فإن (78.45%) من أفراد العينة ستكون إجاباتهم على فقرات هذا المحور هي (أتفق) , و ما يدعم و يؤكد ذلك هو أن قيمة t المحسوبة البالغة (5.25) هي أكبر من قيمة t الجدولية البالغة (2) .

جدول (22)

التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف الخاصة على محور مجموعة المتطلبات التنظيمية و الإدارية .

ت	الأسئلة	5	4	3	2	1	مجموع	الوسط الحسابي الموزون	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	شدة الإجابة	قيمة t
1	يضم الهيكل التنظيمي للمصرف وحدة إدارية لحفظ البيانات الكترونياً (الأرشيف الالكتروني) .	14	17	10	12	9	62	3.2419	1.387124	0.42787	64.84%	0.9553
2	يتصف الهيكل التنظيمي للمصرف بالمرونة العالية و يمكن إجراء تعديلات عليه بما ينسجم مع التوجه نحو الصيرفة الالكترونية .	14	45	1	2	0	62	4.1452	0.596349	0.14387	82.90%	10.517
3	هنالك تفهم لدى إدارة المصرف بمتطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في العراق .	15	35	8	4	0	62	3.9839	0.799425	0.20067	79.68%	6.7407
4	تعمل إدارة المصرف على توفير متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصرف .	19	33	7	2	1	62	4.0806	0.835648	0.20478	81.61%	7.0828
5	تؤمن إدارة المصرف بأن تطبيق الصيرفة الالكترونية يؤدي الى تقليل حالات الفساد الإداري .	19	35	7	1	0	62	4.1613	0.682175	0.16393	83.23%	9.3237
	إجمالي	81	165	33	21	10	310	3.9226	0.962302	0.24532	78.45%	5.2509

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Microsoft Excel 2007

4- مجموعة المتطلبات البشرية :-

من خلال الجدول (23) نلاحظ أن الوسط الحسابي الموزون لإجابات أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف الخاصة على محور مجموعة المتطلبات البشرية يقع ضمن الخيار (أتفق) إذ بلغت قيمته (4.03) و بانحراف معياري (0.88) .

و يُلاحظ بأن شدة إجابة أفراد عينة الدراسة على فقرات المحور الخاص بمجموعة المتطلبات البشرية قد بلغت (80.58%) مما يدل على أن أغلب أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف الخاصة يرون أن المتطلبات البشرية اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية متوفرة لدى المصارف الخاصة , إذ لو كانت الإجابة محصورة بالخيارين (أتفق - لا أتفق) فإن (80.58%) من أفراد العينة ستكون إجاباتهم على فقرات هذا المحور هي (أتفق) , و ما يدعم و يؤكد ذلك هو أن قيمة t المحسوبة البالغة (6.44) هي أكبر من قيمة t الجدولية البالغة (2) .

جدول (23)

التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف الخاصة على محور مجموعة المتطلبات البشرية .

ت	الأسئلة	5	4	3	2	1	مجموع	الوسط الحسابي الموزون	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	شدة الإجابة	قيمة t
1	يملك العاملون في المصرف تصوراً واضحاً عن مفهوم الصيرفة الالكترونية .	9	30	13	7	3	62	3.5645	1.03418	0.29013	71.29%	2.9897
2	يملك المصرف كفاءات بشرية متخصصة في العمل المصرفي .	24	35	3	0	0	62	4.3387	0.57098	0.1316	86.77%	12.841
3	يملك المصرف كفاءات بشرية مؤهلة و متخصصة في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات .	23	34	3	1	1	62	4.2419	0.76148	0.17951	84.84%	8.9327
4	يملك المصرف كفاءات بشرية قادرة على تصميم و إدارة المواقع الالكترونية للمصرف .	8	32	15	6	1	62	3.6452	0.88885	0.24384	72.90%	3.9754
5	يعمل المصرف على تدريب العاملين فيه على استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و بناء و تعزيز قدراتهم .	27	32	2	0	1	62	4.3548	0.70354	0.16155	87.10%	10.547
	إجمالي	91	163	36	14	6	310	4.029	0.87529	0.21725	80.58%	6.439

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Microsoft Excel 2007

5- مجموعة المتطلبات المالية :-

من خلال الجدول (24) نلاحظ أن الوسط الحسابي الموزون لإجابات أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف الخاصة على محور مجموعة المتطلبات المالية يقع ضمن الخيار (أتفق) إذ بلغت قيمته (4.14) و بانحراف معياري (1.04) .
و يُلاحظ بأن شدة إجابة أفراد عينة الدراسة على فقرات المحور الخاص بمجموعة المتطلبات المالية قد بلغت (82.77%) مما يدل على أن أغلب أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف الخاصة يرون أن المتطلبات المالية اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية متوفرة لدى المصارف الخاصة , إذ لو كانت الإجابة محصورة بالخيارين (أتفق - لا أتفق) فإن (82.77%) من أفراد العينة ستكون إجاباتهم على فقرات هذا المحور هي (أتفق) , و ما يدعم و يؤكد ذلك هو أن قيمة t المحسوبة البالغة (6) هي أكبر من قيمة t الجدولية البالغة (2) .

جدول (24)

التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف الخاصة على محور مجموعة المتطلبات المالية .

ت	الأسئلة	1	2	3	4	5	مجموع	الوسط الحسابي الموزون	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	شدة الإجابة	قيمة t
1	تتوفر لدى المصرف تخصيصات مالية كافية لشراء و صيانة الأجهزة و المعدات اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية .	1	1	2	22	36	62	4.4677	0.78338	0.17534	89.35%	10.262
2	يستطيع المصرف توفير تخصيصات مالية لشراء و تحديث البرمجيات اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية .	2	4	3	20	33	62	4.2581	1.03915	0.24404	85.16%	6.6308
3	تتوفر لدى المصرف تخصيصات مالية لاستقطاب الكفاءات البشرية المتخصصة في العمل المصرفي و في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات .	5	8	12	19	18	62	3.5968	1.26049	0.35045	71.94%	2.5931
4	تتوفر لدى المصرف تخصيصات مالية لإشراك العاملين بالمصرف في دورات تدريبية في مجال استخدام تقنيات الصيرفة الالكترونية .	1	1	3	25	32	62	4.3871	0.79660	0.18158	87.74%	9.5368
5	تمتلك إدارة المصرف تصوراً واضحاً بأن تطبيق الصيرفة الالكترونية يؤدي الى تحقيق الكفاءة و الفاعلية في استخدام الموارد المالية للمصرف .	2	4	8	27	21	62	3.9839	1.01613	0.25506	79.68%	5.3031
	إجمالي	11	18	28	113	140	310	4.1387	1.03816	0.25084	82.77%	6.0074

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Microsoft Excel 2007

6- مجموعة المتطلبات القانونية :-

من خلال الجدول (25) نلاحظ أن الوسط الحسابي الموزون لإجابات أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف الخاصة على محور مجموعة المتطلبات القانونية يقع ضمن الخيار (أتفق) إذ بلغت قيمته (3.56) و بانحراف معياري (1.08) .

و يُلاحظ بأن شدة إجابة أفراد عينة الدراسة على فقرات المحور الخاص بمجموعة المتطلبات القانونية قد بلغت (71.23%) مما يدل على أن أغلب أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف الخاصة يرون أن المتطلبات القانونية اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية متوفرة لدى المصارف الخاصة , إذ لو كانت الإجابة محصورة بالخيارين (أتفق - لا أتفق) فإن (71.23%) من أفراد العينة ستكون إجاباتهم على فقرات هذا المحور هي (أتفق) , و ما يدعم و يؤكد ذلك هو أن قيمة t المحسوبة البالغة (2.85) هي أكبر من قيمة t الجدولية البالغة (2) .

جدول (25)

التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف الخاصة على محور مجموعة المتطلبات القانونية .

ت	الأسئلة	1	2	3	4	5	مجموع	الوسط الحسابي الموزون	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	شدة الإجابة	قيمة t
1	تسمح القوانين النافذة في العراق بتطبيق الصيرفة الالكترونية .	1	3	10	36	12	62	3.8871	0.831842	0.214	77.74%	5.8408
2	تساعد القوانين النافذة في العراق على انتشار الأعمال الالكترونية .	5	12	18	14	13	62	3.2903	1.233243	0.37481	65.81%	1.2894
3	تسمح القوانين النافذة في العراق باستخدام الوثائق الثبوتية الالكترونية .	4	14	13	17	14	62	3.371	1.244448	0.36917	67.42%	1.6327
4	تسمح تعليمات البنك المركزي العراقي باستخدام نظام المقاصة الالكترونية بين المصارف العراقية .	0	0	3	45	14	62	4.1774	0.496684	0.1189	83.55%	12.984
5	توفر القوانين العراقية النافذة الحماية للمصارف من مخاطر التعاملات الالكترونية .	3	15	23	16	5	62	3.0806	1.013004	0.32883	61.61%	0.436
	إجمالي	13	44	67	128	58	310	3.5613	1.076876	0.30238	71.23%	2.8547

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Microsoft Excel 2007

7- مجموعة المتطلبات الأمنية :-

من خلال الجدول (26) نلاحظ أن الوسط الحسابي الموزون لإجابات أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف الخاصة على محور مجموعة المتطلبات الأمنية يقع ضمن الخيار (أتفق) إذ بلغت قيمته (4.09) و بانحراف معياري (1) .

و يُلاحظ بأن شدة إجابة أفراد عينة الدراسة على فقرات المحور الخاص بمجموعة المتطلبات الأمنية قد بلغت (81.74%) مما يدل على أن أغلب أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف الخاصة يرون أن المتطلبات الأمنية اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية في العمل المصرفي متوفرة لدى المصارف الخاصة , إذ لو كانت الإجابة محصورة بالخيارين (أتفق - لا أتفق) فإن (81.74%) من أفراد العينة ستكون إجاباتهم على فقرات هذا المحور هي (أتفق) , و ما يدعم و يؤكد ذلك هو أن قيمة t المحسوبة البالغة (5.98) هي أكبر من قيمة t الجدولية البالغة (2) .

جدول (26)

التوزيعات التكرارية و الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و شدة الإجابة و قيمة t المحسوبة لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف الخاصة على محور مجموعة المتطلبات الأمنية .

ت	الأسئلة	5	4	3	2	1	مجموع	الوسط الحسابي الموزون	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	شدة الإجابة	قيمة t
1	يوجد لدى المصرف مجموعة من الأنظمة الداخلية التي تحدد المسؤولية و العقوبات فيما يخص المخالفات الأمنية للعاملين .	20	33	5	4	0	62	4.1129	0.811896	0.1974	82.26%	7.5076
2	يستخدم المصرف وسائل أمنية حديثة لإثبات هوية الزبون مثل التوقيع الرقمي و البصمة الالكترونية .	15	17	13	11	6	62	3.3871	1.2976	0.3831	67.74%	1.6339
3	يستخدم المصرف نظام الدفع الالكتروني بشكل آمن مما يسمح باستخدام وسائل الدفع الالكترونية .	18	30	9	4	1	62	3.9677	0.922714	0.23255	79.35%	5.7443
4	يملك المصرف نظام الكتروني للتحويلات المالية بشكل آمن و سريع .	33	24	4	1	0	62	4.4355	0.69237	0.1561	88.71%	11.355
5	يستخدم المصرف برامج الحماية الحديثة لتجنب مخاطر التعاملات الالكترونية مثل الاختراق المعلوماتي و القرصنة و التجسس الالكتروني .	40	16	5	1	0	62	4.5323	0.717869	0.15839	90.65%	11.69
	إجمالي	126	120	36	21	7	310	4.0871	0.996188	0.24374	81.74%	5.9768

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Microsoft Excel 2007

ثالثاً - اختبار الفرضيات :-

كانت فرضيات الدراسة بالشكل التالي :-

الفرضية الرئيسية الأولى : ((لا يختلف المديرون عينة الدراسة في بيان مدى توافر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية)) .

الفرضية الرئيسية الثانية : ((لا تختلف المصارف العراقية العامة و الخاصة في قدرتها على تطبيق الصيرفة الالكترونية)) .

و لغرض التأكد من صحة الفرضيتين ، سنقوم باختبار كل لتحديد إمكانية قبول تلك الفرضيات أو رفضها .

1- اختبار الفرضية الرئيسية الأولى :-

من خلال متابعة الجدول (27) نلاحظ بأن قيمة معامل الاختلاف الإجمالي لجميع مجموعات متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في العمل المصرفي بالمصارف العامة يختلف عن قيمته في المصارف الخاصة ، إذ بلغت قيمته في المصارف العامة (0.2977) و هو أكبر من قيمة نظيره في المصارف الخاصة البالغة قيمته (0.2388) مما يعني أن مديري المصارف العامة يختلفون مع مديري المصارف الخاصة في بيان مدى توافر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية ، و لذلك نرفض الفرضية الرئيسية الأولى التي مفادها ((لا يختلف المديرون عينة الدراسة في بيان مدى توافر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية)) .

2- اختبار الفرضية الرئيسية الثانية :-

بما إن قيمة t المحسوبة الاجمالية لجميع متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العامة و البالغة قيمتها (2.857) هي اكبر من قيمتها الجدولية و البالغة (1.69) عند مستوى معنوية (0.05) و درجة حرية (33) ، و كذلك كانت قيمة t المحسوبة الاجمالية لجميع متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف الخاصة و البالغة قيمتها (5.977) هي

أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.67) عند مستوى معنوية (0.05) و درجة حرية (61) لذلك نرفض الفرضية الرئيسة الثانية التي مفادها ((لا تختلف المصارف العراقية العامة و الخاصة في قدرتها على تطبيق الصيرفة الالكترونية)) .

جدول (27)

مقارنة بين المصارف العامة و المصارف الخاصة عينة الدراسة من حيث الأوساط الحسابية الموزونة و الانحرافات المعيارية و معاملات الاختلاف و قيم t المحسوبة لجميع متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية .

المصارف الخاصة				المصارف العامة				نوع المتطلبات
قيمة t المحسوبة	معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي الموزون	قيمة t المحسوبة	معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي الموزون	
8.4593	0.19267	0.882	4.271	4.6633	0.2473	0.939	3.8	التقنية
8.9144	0.17249	0.719	4.171	3.7922	0.2825	1.053	3.729	المعلوماتية و المعرفية
5.2509	0.24532	0.962	3.922	2.6187	0.3255	1.156	3.553	التنظيمية و الإدارية
6.439	0.21725	0.875	4.029	4.1345	0.2472	0.911	3.688	البشرية
6.0074	0.25084	1.038	4.138	6.4304	0.2063	0.816	3.959	المالية
2.8547	0.30238	1.077	3.561	2.3867	0.3278	1.147	3.5	القانونية
5.9768	0.24374	0.996	4.087	2.8573	0.301	1.071	3.559	الأمنية
5.7433	0.23887	0.956	4.003	3.1856	0.2977	1.08	3.628	الإجمالي

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج Microsoft Excel 2007

الفصل الرابع

الاستنتاجات و التوصيات

المبحث الأول : الاستنتاجات

المبحث الثاني : التوصيات

الفصل الرابع

المبحث الأول

الاستنتاجات

في ضوء عرض و تحليل الجانبين النظري و التطبيقي للدراسة تم التوصل الى مجموعة من الاستنتاجات و هي كما يلي :

1- إن الصيرفة الالكترونية في العراق مطبقة بشكل جزئي في اجراء عمليات المقاصة بين المصارف مع بعضها من جهة و مع البنك المركزي من جهة أخرى , و كذلك في اجراء التسويات المالية بين المصارف و منظمات الأعمال ، مع وجود بعض الخدمات المصرفية الالكترونية البسيطة المقدمة للزبائن الأفراد مثل خدمة الصراف الآلي .

2- يختلف المديرون عينة الدراسة في بيان مدى توافر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية , و هذا الاختلاف ناتج من الاختلاف في السمات الوظيفية و الشخصية لمديري المصارف العراقية العامة و الخاصة المشمولة بالدراسة .

3- إن إجابات أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف العامة على فقرات استمارة الاستبيان هي أكثر تشتتاً من إجابات أفراد عينة الدراسة من مديري المصارف الخاصة , إذ بلغت قيمة الانحراف المعياري لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف العامة على جميع مجموعات متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية (1.08) , بينما بلغت قيمة الانحراف المعياري لإجابات أفراد العينة من مديري المصارف الخاصة على جميع مجموعات متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية (0.956) , كما إن قيمة معامل الاختلاف الإجمالي لجميع مجموعات متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية العامة هو اكبر من قيمته في المصارف العراقية الخاصة ، إذ بلغت قيمته في المصارف العامة (0.2977) مقابل (0.2388) في المصارف الخاصة .

4- إن المصارف العراقية الخاصة أكثر قدرة على تطبيق الصيرفة الالكترونية من المصارف العامة ، و ذلك لأن درجة توافر جميع متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية الخاصة اكبر من نظيرتها في المصارف العراقية الخاصة .

5- يرجع سبب تفوق المصارف العراقية الخاصة على نظيرتها المصارف العراقية العامة في مدى توافر المتطلبات التقنية اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية الى اعتماد المصارف الخاصة منذ تأسيسها على العمل المصرفي الآلي , و السعي الحثيث لإداراتها الى مواكبة التطورات التكنولوجية اولاً بأول و لذلك اهتمت كثيراً بالجانب التكنولوجي الذي يمثل أساس تحقيقها للميزة التنافسية على المصارف العامة التي لا يزال العمل المصرفي التقليدي أو اليدوي هو السائد فيها بشكل كبير .

6- يرجع سبب تفوق المصارف العراقية الخاصة على نظيرتها المصارف العراقية العامة في مدى توافر المتطلبات المعلوماتية و المعرفية اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية الى الاهتمام الكبير الذي توليه إدارات تلك المصارف لتطوير نظم المعلومات بشكل مستمر أكثر مما توليه إدارات نظيرتها المصارف العامة من اهتمام بالجانب المعرفي و المعلوماتي .

7- يرجع سبب تفوق المصارف العراقية الخاصة على نظيرتها المصارف العراقية العامة في مدى توافر المتطلبات التنظيمية و الادارية اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية الى المرونة الكبيرة في الهيكل التنظيمي و الاداري للمصارف الخاصة , بعكس المصارف العامة التي لا تتمتع بالمرونة التنظيمية و الإدارية الكافية و ذلك كونها تخضع بشكل كبير الى تعليمات و توجيهات البنك المركزي الذي يتدخل حتى في عملية اختيار المديرين في المصارف العامة .

8- يرجع سبب تفوق المصارف العراقية الخاصة على نظيرتها المصارف العراقية العامة في مدى توافر المتطلبات البشرية اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية الى اهتمام المصارف الخاصة بتوظيف الكوادر البشرية و الإدارية الحاصلة على مستوى عالٍ من التعلم وفقاً لما بينته نتائج تحليل السمات الوظيفية للمديرين ، بينما تفضل المصارف العامة الحفاظ على الاستقرار الوظيفي فيها و لا تفسح المجال لاستقطاب الكوادر البشرية الشابة .

9- يرجع سبب تفوق المصارف العراقية الخاصة على نظيرتها المصارف العراقية العامة في مدى توافر المتطلبات المالية اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية الى كون المصارف الخاصة تتمتع بالمرونة في تخصيص الأموال اللازمة لشراء الأجهزة و المعدات و البرامج و النظم المصرفية الحديثة و تخول صلاحية الشراء و التعاقد الى المدير المالي و اللجان المختصة بالشراء بكل سلاسة و انسيابية , بينما تحتاج المصارف العامة الى استحصال موافقة أعضاء مجلس الإدارة للقيام بخطوة مماثلة فضلاً عن خضوع المصارف العامة للرقابة الحكومية بشكل أكثر تشددا فيما يخص النفقات .

10- يرجع سبب تقارب المصارف العراقية الخاصة و العامة في مدى توافر المتطلبات القانونية اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية الى خضوعها معاً لنفس القوانين و التشريعات التي لا تشجع كثيراً على التوسع في تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية .

11- يرجع سبب تفوق المصارف العراقية الخاصة على نظيرتها المصارف العراقية العامة في مدى توافر المتطلبات الأمنية اللازمة لتطبيق الصيرفة الالكترونية الى استخدام المصارف الخاصة للتقنيات الحديثة التي تقلل من المخاطر المرافقة للصيرفة الالكترونية , و خصوصاً ما يتعلق بشراء برامج الحماية من الفيروسات و الاختراق المعلوماتي .

الفصل الرابع

المبحث الثاني

التوصيات

في ضوء عرض أهم الاستنتاجات التي تم التوصل إليها من خلال الجانبين النظري و التطبيقي من الدراسة , فيما يلي مجموعة من التوصيات المقدمة الى الجهات المستفيدة :-

1- ينبغي على إدارات المصارف العامة في العراق أن تولي عناية و اهتمام أكبر بتوفير متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في العمل المصرفي لكي تقلل الفجوة التي تفصلها عن المصارف الخاصة التي تتفوق على المصارف العامة في إمكانية تطبيق الصيرفة الالكترونية في العمل المصرفي .

2- إن العناية و الاهتمام اللذين نوصي بهما المصارف العامة يشملان كلا مما يلي :-

أ- تقليل الاعتماد على العمل المصرفي التقليدي أو اليدوي و التوجه نحو العمل المصرفي الالكتروني , و ذلك يتطلب شراء مجموعة من الأجهزة الالكترونية الحديثة التي تستخدم في تقديم الخدمات المصرفية بطريقة الكترونية مثل أجهزة الصراف الآلي و الهاتف المصرفي .

ب- تدريب الكوادر الإدارية و الوظيفية في المصارف العامة على التعامل مع وسائل و أجهزة و برامج العمل المصرفي الالكتروني و ذلك بإرسال البعض منهم في بعثات تعليمية الى الدول العربية و الأجنبية التي سبقت العراق في مجال تطبيق الصيرفة الالكترونية ، أو القيام بالتعاقد مع بعض الشركات المختصة بتطوير و تدريب الكوادر الإدارية و الوظيفية هلى التعامل مع العمل المصرفي الالكتروني .

ج- تطوير شبكات الاتصال التي تستخدمها المصارف العراقية العامة في ممارسة عملها المصرفي , و ذلك التطوير يشمل شراء أجهزة الارسال و الاستقبال الحديثة و نصب مجموعة من التقنيات الحديثة في مجال الاتصالات مثل الألياف البصرية عالية السرعة .

د- تطوير المواقع الالكترونية للمصارف العامة العراقية على شبكة الانترنت بما يسمح لها بتطبيق الصيرفة الالكترونية و تقديم الخدمات لزبائنها عبر مواقعها الالكترونية , و ذلك

- التطوير يتحقق بالتعاقد مع شركات مختصة بتصميم و إدارة المواقع الالكترونية للمصارف على شبكة الانترنت .
- ٥- توفير برامج التطبيقات و نظم المعلومات الخاصة بالعمل المصرفي و ذلك من خلال شراء حزم البرامج المصرفية الجاهزة , أو تكليف احدى الشركات المتخصصة في تصميم البرامج بتصميم برامج مخصصة للمصارف العراقية وفق ما تقضيه بيئة العمل المصرفي في العراق .
- و- إعادة النظر بالهيكل التنظيمية للمصارف العامة في العراق و منح المديرين العاملين فيها المزيد من الصلاحيات بما يتيح لها المرونة في اتخاذ القرارات و يسمح لهم بالابتكار و الابداع و الريادة في الأداء .
- 3- ينبغي على إدارات المصارف الخاصة في العراق أن تستفيد من توفر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في العمل المصرفي و تفوقها في هذا الجانب على المصارف العامة في العراق , و هذه الاستفادة لا بد من ترجمتها الى واقع ملموس من خلال التوسع في تطبيق الصيرفة الالكترونية و ذلك بتقديم مجموعة من المنتجات و الخدمات المصرفية الالكترونية الجديدة و المبتكرة لأن ذلك كفيل بتحقيق الميزة التنافسية لها .
- 4- ينبغي على الأقسام المختصة بالشؤون القانونية في المصارف العراقية العامة و الخاصة على حدٍ سواء أن تعمل على تقديم بعض الاقتراحات و الرؤى المستقبلية الى الجهات التشريعية في العراق من أجل تطوير القوانين النافذة بما يلائم بيئة الأعمال الالكترونية و يتناغم مع التوجه نحو مشروع الحكومة الالكترونية المراد تنفيذه في العراق .
- 5- ينبغي على الجامعات و الهيئات التعليمية في العراق أن تأخذ موقع الريادة في تطوير الخدمات الالكترونية في العراق و أن تولي عناية و اهتماما اكبر بعقد المؤتمرات و الندوات التعريفية و الترويجية للخدمات الالكترونية بشكل عام و الخدمات المصرفية الالكترونية بشكل خاص لما لها من أهمية بالغة في النهوض بالاقتصاد العراقي و المساهمة في عملية اعمار العراق .

المصادر

المصادر العربية

المصادر الأجنبية

المصادر العربية

أ - الكتب :-

- 1- البداينة , ذياب , " الأمن و حرب المعلومات " , الطبعة الأولى , دار الشروق للنشر و التوزيع , عمّان , الأردن , 2002 .
- 2- بشنق , زهير , " العمليات المصرفية الالكترونية " , اتحاد المصارف العربية , بيروت , لبنان , 2006 .
- 3- بني هاني , حسين , " اقتصاديات النقود و البنوك " , دار الكندي للنشر و التوزيع , عمّان , الأردن , 2003 .
- 4- الجنبهبي , منير محمد , و الجنبهبي , ممدوح محمد , " البنوك الالكترونية " , دار الفكر الجامعي للطباعة و النشر , الإسكندرية , مصر , 2005 .
- 5- الخالدي , محمد محمود , " التكنولوجيا الالكترونية " , الطبعة الأولى , دار كنوز المعرفة للنشر و التوزيع , عمّان , الأردن , 2007 .
- 6- السالمي , علاء عبد الرزاق , " الإدارة الالكترونية " , دار وائل للنشر , عمّان , الأردن , 2008 .
- 7- الشمري , ناظم محمد , و العبد اللات , عبد الفتاح زهير , " الصيرفة الالكترونية : الأدوات و التطبيقات و معوقات التوسع " , الطبعة الأولى , دار وائل للنشر , عمّان , الأردن , 2008 .
- 8- الصيرفي , محمد , " الإدارة الالكترونية " الطبعة الأولى , دار الفكر الجامعي للطباعة و النشر , الإسكندرية , مصر , 2006 .
- 9- عبد الله , خالد أمين , و الطراد , إسماعيل إبراهيم , " إدارة العمليات المصرفية المحلية و الدولية " , الطبعة الأولى , دار وائل للنشر , عمّان , الأردن , 2006 .

- 10- عبد الخالق , السيد أحمد , " الجديد من أعمال المصارف من الوجهتين القانونية و الاقتصادية , الجزء الثاني , الطبعة الأولى , منشورات الحلبي الحقوقية , بيروت , لبنان , 2002 .
- 11- العلاق , بشير عباس , " الإدارة الرقمية : المجالات و التطبيقات " , الطبعة الأولى , مركز الإمارات للدراسات و البحوث الاستراتيجية , أبو ظبي , الإمارات العربية المتحدة , 2005 .
- 12- الغندور , حافظ كامل , " محاور التحديث الفعال في المصارف العربية : فكر ما بعد الحداثة " , اتحاد المصارف العربية , بيروت , لبنان , 2003 .
- 13- غنيم , أحمد محمد , " الإدارة الالكترونية : آفاق الحاضر و تطلعات المستقبل " , المكتبة العصرية , المنصورة , مصر , 2004 .
- 14- النجار , فريد , و النجار , وليد , " وسائل المدفوعات الالكترونية : التجارة و الأعمال الالكترونية المتكاملة , الدار الجامعية , الإسكندرية , مصر , 2006 .
- 15- نجم , نجم عبود , " الإدارة الالكترونية : الاستراتيجيات و الوظائف و المشكلات " , دار المريخ للنشر , الرياض , السعودية , 2004 .
- 16- ياسين , سعد غالب , " الإدارة الالكترونية و آفاق تطبيقاتها العربية " , معهد الإدارة العامة , الرياض , السعودية , 2005 .

ب - الرسائل و الأطاريح الجامعية :-

- 1- الزيدي , حسين لازم , " إمكانية تطبيق الصيرفة الالكترونية في البيئة العراقية = دراسة حالة " , رسالة ماجستير غير منشورة , جامعة بغداد , كلية الإدارة و الاقتصاد , بغداد , 2004 .

- 2- سلام , عبد الرزاق , " أثر التطورات المالية و النقدية في نهاية القرن العشرين على اقتصاديات الدول العربية " , رسالة ماجستير غير منشورة , كلية العلوم الاقتصادية , جامعة الجزائر , الجزائر , 2006 .
- 3- السميري , مريم عبد ربه أحمد , " درجة توافر متطلبات تطبيق الإدارة الالكترونية في المدارس الثانوية بمحافظة غزة و سبل التطوير " , رسالة ماجستير غير منشورة , كلية التربية , الجامعة الإسلامية , غزة , فلسطين , 2009 .
- 4- فاضل , محمد أمين , " دور الجهاز المصرفي في تطوير الأسواق المالية العربية : دولة قطر أنموذجاً " , رسالة ماجستير غير منشورة , كلية الإدارة و الاقتصاد , جامعة بغداد , 2004 .
- 5- المالك , بدر بن محمد , " الأبعاد الإدارية و الأمنية لتطبيقات الإدارة الالكترونية في المصارف السعودية " , رسالة ماجستير غير منشورة , جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية , الرياض , السعودية , 2007 .

ج - البحوث و المقالات و الدوريات و المجلات العلمية :-

- 1- أمين , عز الدين كامل , " الصيرفة الالكترونية " , بنك السودان , السودان , 2003 .
- 2- جبر , محمد صدام , " الموجة الالكترونية القادمة : الحكومة الالكترونية " , مجلة الإداري , السنة 24 , العدد 91 , مسقط , سلطنة عمان , 2002 .
- 3- دنون , نبيل , و مرهون , مثال , " معوقات تطبيق الصيرفة الالكترونية في القطاع المصرفي العربي " , مجلة بغداد للعلوم الاقتصادية , العدد 25 , بغداد , العراق , تشرين الثاني 2010 .
- 4- رضوان , رأفت , " عالم التجارة الالكترونية " , بحوث و منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية , القاهرة , مصر , 1999 .

- 5- رضوان , رأفت , " الحكومة الالكترونية " , سلسلة مفاهيم الأسس العلمية للمعرفة , المركز الدولي للدراسات المستقبلية و الاستراتيجية , السنة الأولى , العدد 5 , القاهرة , مصر , 2005 .
- 6- السالمي , علاء عبد الرزاق , " نظم إدارة المعلومات " , المنظمة العربية للتنمية الإدارية , القاهرة , مصر , 2003 .
- 7- طربية , جوزيف , " الصيرفة الالكترونية : تطبيق التكنولوجيا للصدود و النجاح " , مجلة اتحاد المصارف العربية , المجلد 21 , العدد 224 , بيروت , لبنان , 2001 .
- 8- عبد القادر , بريش , و محمد , زيدان , " دور البنوك الالكترونية في تطوير التجارة الالكترونية " , جامعة حسيبة بو علي , الشلف , الجزائر , 2010 .
- 9- العواملة , نائل عبد الحافظ , " نوعية الإدارة و الحكومة الالكترونية في العالم الرقمي : دراسة استطلاعية " , مجلة العلوم الإدارية , المجلد 15 , العدد 2 , جامعة الملك سعود , الرياض , السعودية , 2003 .
- 10- قدومي , نائر عدنان , " العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الالكترونية - دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الأردنية " , المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية - سلسلة العلوم الانسانية , المجلد الحادي عشر , العدد الثاني , 2008 .
- 11- النفيعي , يوسف محمد , و الحماد , راشد عبد الله , " إدارة الأعمال الالكترونية : نظرة فاحصة و رؤية مستقبلية " , مركز البحوث و الدراسات الإدارية , المنامة , البحرين , 2000 .
- 12- وادي , رشدي عبد اللطيف , " أهمية و مزايا البنوك الالكترونية في قطاع غزة و معوقات انتشارها " , مجلة الجامعة الإسلامية , سلسلة الدراسات الإنسانية , المجلد 16 , العدد 12 , غزة , فلسطين , حزيران 2008 .

د - المؤتمرات و الندوات :-

- 1- الحسن , حسين بن محمد , " الإدارة الالكترونية بين النظرية و التطبيق " , المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية : نحو أداء متميز في القطاع الحكومي , معهد الإدارة العامة , الرياض , السعودية , 1 - 4 تشرين الثاني 2009 .
- 2- الحمادي , بسام بن عبد العزيز , " مفاهيم و متطلبات الحكومة الالكترونية " , ملتقى الحكومة الالكترونية , معهد الإدارة العامة الرياض , السعودية , 2002 .
- 3- الحمادي , بسام بن عبد العزيز , و الحميضي , وليد بن سليمان , " الحكومة الالكترونية : الواقع و المعوقات و سبل التطبيق في دول مجلس التعاون الخليجي " , الندوة الدورية العاشرة , معهد الإدارة العامة , الرياض , السعودية , 16 - 17 آذار 2004 .
- 4- الحماوي , صالح محمد حسني , " دراسة تحليلية لدور النقود الالكترونية في التجارة الالكترونية و العمليات المصرفية الالكترونية " , مؤتمر الأعمال المصرفية الالكترونية بين الشريعة و القانون , المجلد الأول , كلية الشريعة و القانون , جامعة الإمارات العربية المتحدة , دبي , الإمارات العربية المتحدة , 2003 .
- 5- رضوان , رأفت , " الإدارة الالكترونية " , الملتقى التربوي الثاني للجمعية السعودية للإدارة بعنوان : الإدارة و المتغيرات العالمية الجديدة , الرياض , السعودية , آذار 2004 .
- 6- الشرقاوي , محمود أحمد إبراهيم , " مفهوم الأعمال المصرفية الالكترونية وأهم تطبيقاتها " , مؤتمر الأعمال المصرفية الالكترونية بين الشريعة و القانون , المجلد الأول , كلية الشريعة و القانون , جامعة الإمارات العربية المتحدة , دبي , الإمارات العربية المتحدة , 2003 .
- 7- الشمري , ناظم محمد , و العبد اللات , عبد الفتاح زهير , " الصيرفة الالكترونية في الأردن : الواقع و امكانيات التوسع " , بحث مقدم ضمن المؤتمر العلمي الخامس لجامعة فيلادلفيا , الأردن , تموز 2007 .

- 8- عبد الغني , فتحي محمد , " إعادة هندسة الأعمال و الإدارة الالكترونية " , ندوة تأثير الانترنت على الإدارة في المؤسسات الحكومية , المنظمة العربية للتنمية الإدارية , القاهرة , مصر , تشرين الأول 2006 .
- 9- قابوسة , علي , " المصارف الالكترونية : الفرص و التحديات - حالة الجزائر " , المؤتمر العلمي المغربي الأول عن المعلوماتية و القانون , أكاديمية الدراسات العليا , طرابلس , ليبيا , 2009 .
- 10- كوين , عبد الكاظم محسن , " العوامل المؤثرة في اختيار العملاء للصيرفة الالكترونية - دراسة استطلاعية في عينة من المصارف العراقية " , بحث مقدم ضمن المؤتمر العلمي الثالث لكلية الاقتصاد و العلوم الإدارية , جامعة العلوم التطبيقية الخاصة , عمان , الأردن , 27-29 نيسان 2009 .
- 11- مفتاح , صالح , و معارفي , فريدة , " البنوك الالكترونية " , المؤتمر العلمي الخامس , كلية العلوم الإدارية و المالية , جامعة فيلادلفيا , عمان , الأردن , 2007 .
- 12- ياسين , سعد غالب , و الرفاعي , غالب عوض , " الأعمال الالكترونية في البيئة العربية : الواقع و التحديات " , المؤتمر العلمي السنوي الثالث , الجزء الأول , كلية الاقتصاد و العلوم الإدارية , جامعة الزيتونة , عمان , الأردن , 2002 .

هـ - مواقع الانترنت :-

- 1- معجم لسان العرب / تفسير كلمة (صرف) .
(<http://www.lesanarab.com/kalima/%D8%B5%D8%B1%D9%81>)
- 2- موقع مصرف الرافدين على شبكة الانترنت .
(<http://www.rafidain-bank.org/history.htm>)
- 3- موقع مصرف الرشيد على شبكة الانترنت .

(<http://www.rasheedbank.net/pages/about.htm>)

4- موقع مصرف بغداد على شبكة الانترنت .

(<http://www.bankofbaghdad.org/arabic/ArabicContent.aspx?pageid=14>)

5- موقع مصرف الخليج على شبكة الانترنت .

(<http://www.imeib.com/paper.php?source=akbar&page=1>)

6- موقع المصرف الأهلي العراقي على شبكة الانترنت .

(<http://www.capitalbank.jo/ar/content/74>)

7- موقع مصرف آشور الدولي على شبكة الانترنت .

(<http://www.ashurbank.com/IndexA.aspx>)

8- موقع مصرف الائتمان العراقي على شبكة الانترنت .

(http://www.kubba-group.net/creditbank/index_ar.htm)

9- موقع مصرف الشمال على شبكة الانترنت .

(http://www.northbankiq.com/default_ar.aspx)

10- موقع مصرف الهدى على شبكة الانترنت .

(<http://www.alhudabank.com/6.htm>)

11- شبكة طلبة الجزائر / بحث بعنوان " المصارف التجارية " / النشأة و التطور التاريخي للمصارف .

(<http://etudiantdz.net/vb/t13354.html>)

12- قاعدة التشريعات الأردنية / قانون البنوك لسنة 2000 / تعريف البنك .

(http://www.lob.gov.jo/ui/laws/search_no.jsp?year=2000&no=28)

13- قاعدة التشريعات و التنظيمات العراقية / قانون المصارف لسنة 2004 المعدل / تعريف المصرف .

(<http://www.legislations.gov.iq/LoadLawBook.aspx?SP=FREE&SC=210220066455600&Year=2003&PageNum=1>)

14- موقع جامعة المنصورة على شبكة الانترنت / كلية الحقوق / قانون البنك المركزي و الجهاز المصرفي و النقد في مصر المرقم 88 لسنة 2003 .

(<http://www.f-law.net/law/showthread.php/3371-%D9%82%D8%A7%D9%86%D9%88%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%86%D9%88%D9%83-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B5%D8%B1%D9%8A>)

Foreign References

A - Books :-

- 1- Casu , Barbara & Girardone , Claudia & Molyneux , Philip .
" Introduction To Banking " , 1st Edition , Pearson Education Limited , London , UK , 2006 .
- 2- Rose , Peter S. " Commercial Bank Management " , 4th Edition , McGraw - Hill Companies , Inc. , New York , USA , 2002 .
- 3- Rose , Peter S. & Hudgins , Sylvia C. " Bank Management and Financial Services " , 5th Edition , McGraw - Hill Companies , Inc. , New York , USA , 2010 .
- 4- Sethi , Jyotsna & Bhatia , Nishwan . " Elements of Banking and Insurance " , PHI Learning Private Limited , 2nd Edition , New Delhi , India , 2008 .

B - Thesis :-

- 1- Islam , Mohammad Manirul . " Proposed ICT Infrastructure for E-Banking in Bangladesh " . Master Thesis , Royal Institute of Technology , Department of Computer & System Science , Sweden , 2005 .

- 2- Okhiria , Solomon Akhidenor . " Internet Banking in Sweden : An Exploratory Study on Its Symbiotic Benefits " . Master's Thesis , Department of Business Administration University of Galve , Sweden , 2007 .
- 3- Papandreou , Andreas-Nicolas . " Internet Banking in Greece : Development , Evaluation and Perspectives " . Master's Thesis , School of Management , Blekinge Institute of Technology , Sweden , 2006 .
- 4- Rahimuddin , Muhammad . " E-Banking System in Pakistan " . Master Thesis , Blekinge Institute of Technology , Sweden , 2010 .
- 5- Saleh , Abdul Baset Mohamed . " The Effect of Internet Banking on Customer loyalty " . College of Business , Utara University , Malaysia , 2009 .
- 6- Shamim , Salman . " Electronic Banking & e-Readiness Adoption by Commercial Banks in Pakistan " . Master's Thesis , Linnaeus University , school of Computer Science , Sweden , 2010 .

C - Journals , Periodicals , and Articles :-

- 1- Azouzi , Dhekra . " The Adoption of Electronic Banking in Tunisia : An Empirical Study " , Journal of Internet Banking and Commerce , August 2009 , Vol.14 , No.3 .

- 2- Boyaciouglo , Melek Acar . " An Evaluation of Internet Banking in Turkey " , Journal of Internet Banking and Commerce , August 2010 , Vol.15 , No.2 .
- 3- Gurau , Catalin . " E-Banking in Transition Economies : The Case of Romania " , Journal of Financial Services Marketing , 6 , No 4 , 2002 .
- 4- Lustsik , Olga . " E-Banking In Estonia : Reasons and Benefits of The Rapid Growth " , University of Tartu , Faculty of Economics and Business Administration , Tartu , Estonia , 2003 .
- 5- Suki , Norazah Mohd . " An Empirical Study of Factors Affecting the Internet Banking Adoption Among Malaysian Consumers " , Journal of Internet Banking and Commerce , August 2010 , Vol.15 , No.2 .
- 6- Yibin , Mu . " E-Banking : Status , Trends , Challenges , and Policy Issues " , CBRC Seminar : The Developments and Supervision of E-Banking , Shanghai , China , 2003 .

D - Conferences :-

- 1- Collin , Lau & Andrew , Halkyard . " International Form of E-Commerce to E-Business Taxation " , Asia - Pacific Tax Bulletin , January 2003 .

E - Dictionaries :-

- 1- Thomson's Dictionary of Banking . 11th Edition , The New Publishing Co.ltd , London , UK , 1965 .

F- Websites :-

- 1- ACH Direct .
(<http://www.achdirect.com/resources/glossary.asp>)
- 2- American Express .
(<http://about.americanexpress.com/oc/howeare>)
- 3- Article Database / emergence of e-Banking
(<http://www.articlesbase.com/loans-articles/emergence-of-ebanking-82416.html>)
- 4- Bankers On Line / Definition of Bank .
(<http://www.bankersonline.com/regs/201/201-2.html>)
- 5- Diners Club International .
(<http://www.dinersclubinternational.com/about-us.html>)
- 6- eHow / e-Banking .
(http://www.ehow.com/about_5109945_history-ebanking.html)
- 7- Master Card International .
(http://www.mastercard.com/us/company/en/ourcompany/the_mastercard_story.html)

- 8- Reserve Bank of India / RTGS .
(<http://rbi.org.in/scripts/FAQView.aspx?Id=65>)
- 9- Search Data Management Website / E-Cheques .
(<http://searchdatamanagement.techtarget.com/answer/What-are-e-checks>)
- 10- Visa Card International .
(<http://corporate.visa.com/about-visa/our-business/history-of-visa.shtml>)
- 11- Wikipedia / Automated Teller Machines .
(http://en.wikipedia.org/wiki/Automated_teller_machine)
- 12- Wikipedia / Bankers Automated Clearing Services .
(<http://en.wikipedia.org/wiki/BACS>)
- 13- Wikipedia / E-Business .
(http://en.wikipedia.org/wiki/Electronic_business)
- 14- Wikipedia / History of Banks .
(www.en.wikipedia.org/wiki/bank#history)
- 15- Wikipedia / SWIFT .
(http://en.wikipedia.org/wiki/Society_for_Worldwide_Interbank_Financial_Telecommunication)

Abstract

This study aims to determine the ability of applying E-banking by the Iraqi banks (governmental and private banks) , and to determine if there were statistically significant differences between the governmental banks and private banks in the degree of availability of the requirements needed to apply E-banking , and to know which of them are better than the other in the availability of the requirements needed to apply the E-banking .

A questionnaire have been designed to measure the degree of availability of the requirements needed to apply E-banking in banking , and due to the fact that the study is exploratory and compared , a sample was selected from governmental banks includes two banks (Al-Raffidain Bank & Al-Rasheed Bank) , and another sample was selected from private banks includes eight banks (Bank of Baghdad , Gulf Bank , Middle East Bank , North Bank , Ashur Bank , Bank of Credit , National Bank of Iraq , and Al-Huda Bank) .

The questionnaire was distributed to a group of executive managers and heads of departments whom working at these banks .

The programs (Microsoft Excel 2007) & (SPSS V.16) were used for the purpose of statistical treatments , and the study found the following conclusions :-

- 1 - The managers of private and governmental banks in Iraq vary in their opinion about the extent of availability of requirements for applying E-banking in Iraqi banks .
- 2 - The governmental banks and the private banks in Iraq vary in the availability of the requirements needed to apply E-banking in banking .
- 3 - The private banks in Iraq have all the requirements of E-banking and they have the ability to applying E-banking rather than the governmental banks in Iraq .

The study included several recommendations containing :-

1 - The administration of governmental banks in Iraq must work hard to provide the requirements needed to apply E-banking .

2 - The organizational structures of public banks in Iraq must be restructured , and the managers must be given more permissions and flexibility to make decisions and allows them to achieve innovation and creativity in banking performance .

3 - The private banks in Iraq must benefit from the availability of requirements needed to apply E-banking and start to take practical steps towards the implementation of E-banking .

Republic of Iraq
Ministry of Higher Education
and Scientific Research
Karbala'a University
College of Administration and Economics
Department of Banking and Financial Science



The Availability of Requirements Needed to Apply E-Banking in Iraq

An Exploratory Study on
A Sample of Managers of Governmental and Private Banks In Iraq

**A Thesis Presented To
The Council of Administration and Economics College
In Karbala'a University**

As a Part of Requirements needed to Obtain Master Degree
in Banking & Financial Sciences

Presented By
Mohammad Zuhair Abd El-Ameer Al-Azzawey

Supervision of
Prof. Dr
Hakem .M .Mohammed Al-Rubae'e

2012 A.B

1433 A.H