

واقع إدارة الخدمات المصرفية الإلكترونية والتحديات التي تواجهها في إقليم كردستان العراق*

دراسة استطلاعية لآراء عينة من موظفي مجموعة من المصارف العاملة في محافظة السليمانية

المدرس

كاوه محمد روستم

كلية التقنية الإدارية

الجامعة التقنية/السليمانية

kawa.Rostam@uhd.edu.iq

المدرس المساعد

إبراهيم مهدي عارف

كلية الادارة والاقتصاد

جامعة التنمية البشرية

ibrahim.arif@uhd.edu.iq

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على واقع تطبيق الخدمات المصرفية الإلكترونية لدى لبنوك العاملة في محافظة السليمانية، وذلك من كيفية إدارة هذه الخدمات والصعوبات التي تواجه هذه البنوك في تطبيقها، وقد قام الباحثان باستخدام المنهج الوصفي التحليلي في البحث، حيث تمثلت عينة الدراسة عدد من البنوك العاملة في محافظة السليمانية والمتمثلة في (بنك هولير، بنك كردستان الدولي، بنك دجلة والفرات، بنك الشمال، بنك الموصل) والتي بدأت بتطبيق هذه الخدمات لزبائنها في محافظة السليمانية، وذلك من خلال توزيع استمارة الاستبيان لهذا الغرض على الموظفين في الإدارات العليا والوسطى والدنيا متمثلة في (المدراء، ومسؤولي الشعب والوحدات والموظفين)، واستخدم الباحثان طريقة العينة العشوائية بتوزيع (٦٥) استبانة، وكانت نسبة الاستزاد منها (٥٩) استبانة بنسبة (٩٠,٧٦٪).

وقد خلصت الدراسة إلى أن هناك بدايات لتطبيق الخدمات الإلكترونية لدى البنوك العاملة في محافظة السليمانية.

المقدمة:

تعتبر الخدمات المصرفية من أحد أهم الأنشطة الاقتصادية، بحيث تدل درجة الطلب عليها على درجة التقدم الاقتصادي للبلد الذي يعمل فيه البنك، كما أن من أهم الأغراض من عرض هذه الخدمات من قبل البنوك هي من أجل تحقيق رفاهية المجتمع، الأمر الذي جعل الصناعة المصرفية في عالمنا اليوم تشهد تطوراً ملحوظاً، بحيث تسعى البنوك في كافة الدول إلى خلق بيئة مصرفية تتجاوز تقليديتها، وذلك بالاستفادة من الثورة التكنولوجية والنظم المتطورة، ولعل من أبرز الأمور التي تريد البنوك اثباتها هي الخروج من بيئتها التقليدية واستخدام وتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية لعملائها بغية رفع المستوى الخدمي المصرفي وارتقائه من جهة، والحصول على رضا وتوسيع دائرة المتعاملين معها وزيادة القدرة التنافسية من جهة ثانية.

وأن على البنوك مواجهة هذه التطورات السريعة التي فرضتها التغييرات الاقتصادية المختلفة خاصة العولمة والتطورات التكنولوجية في مجال الاعلام والاتصال، إلا أنه وعلى الرغم من وجود التطور الهائل في الخدمات المصرفية الإلكترونية على الصعيد العالمي إلا أن استخدام هذه الخدمات في البنوك العاملة في العراق بشكل عام محدودة وضيئلة، ويأتي هذا البحث للوقوف على استخدام الخدمات الإلكترونية في إقليم كردستان العراق، وبيان أهم التحديات التي تقف في وجه إدارة وتطبيق هذه الخدمات الإلكترونية من خلال دراسة على مجموعة من البنوك العاملة في محافظة السليمانية.

ويتكون هذا البحث من ثلاث محاور رئيسية، يناقش المحور الأول تحديد مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية وأهميتها وأنواعها، والمحور الثاني إدارة الخدمات المصرفية الإلكترونية والتحديات التي تواجهها، والمحور الأخير هو الجانب العملي الذي يبحث واقع تطبيق هذه الخدمات في المصارف العاملة وبيان أهم التحديات التي تقف أمام إدارة وتطبيق هذه الخدمات الإلكترونية، بالتطبيق على مجموعة من البنوك في محافظة السليمانية.

وينتهي البحث بمجموعة من النتائج والوصايا التي تطرح فيه أهم سبل معالجة التحديات الموجودة.

أولاً: مشكلة البحث:

على الرغم من التطور الكبير في مجال تقديم الخدمات المصرفية عالمياً، إلا أن هناك قصوراً واضحاً في استخدام هذه الخدمات في البنوك العاملة في الإقليم، فعند زيارات الباحثين الميدانية ولقائهما بعدد من الزبائن والمتعاملين والموظفين تبين لهما بأن غالبية البنوك لا تعتمد الخدمات الإلكترونية في إنجاز الخدمة المصرفية، وأن استخدام هذه الخدمات في البنوك محل الدراسة تعتمد آليات وأشكال بسيطة في الخدمة الإلكترونية.

إزاء ذلك تكمن مشكلة البحث في بيان أهم الصعوبات والتحديات التي تقف أمام تطبيق هذه الخدمات في البنوك العاملة في الإقليم وخاصة في محافظة السليمانية.

ثانياً: أهمية البحث:

تأتي أهمية البحث في وجود التطورات الهائلة التي شهدتها القطاع المصرفي على الصعيد العالمي في استخدام التكنولوجيا لتقديم وتوسيع الخدمات المصرفية والذي انعكس دوراً إيجابياً في تحسين الخدمات المصرفية كماً ونوعاً، والذي يتطلب من المصارف العاملة في الإقليم ادخال هذه الخدمات المصرفية من خلال التوجه نحو الصيرفة الإلكترونية. وعليه جاء هذا البحث للوقوف على أهمية تطبيق الخدمات الإلكترونية المصرفية في محافظة السلیمانية وبيان أهم طرق إدارتها والتحديات التي تقف في وجهها بغية تقديم الحلول الواقعية والممكنة لتجاوز هذه التحديات من أجل تطبيق هذه الخدمات التي أصبحت اليوم ضرورية من قبل البنوك العاملة.

ثالثاً: أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى:

التعرف على مفهوم الخدمات الإلكترونية المصرفية وبيان أهميتها وأنواعها.
معرفة واقع مستوى الخدمات المصرفية الإلكترونية في الإقليم.
تحديد أهم الصعوبات والتحديات التي تحد من إمكانية تطبيق الخدمات الإلكترونية في البنوك العاملة في الإقليم، وطرح الحلول الممكنة لها.

رابعاً: فرضية البحث:

للإجابة على مشكلة البحث وقصد تسهيل الإجابة على مشكلته، نعتمد فرضيتين أساسيتين:

١- الفرضية الرئيسية الأولى :

أ. فرضية الفرض والذي نصه (توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين إدارة الخدمات الإلكترونية ومعوقات تطبيقها).

ب. فرضية البديل والذي نصه (لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين إدارة الخدمات الإلكترونية ومعوقات تطبيقها).

٢- الفرضية الرئيسية الثانية :

أ. فرضية الفرض والذي نصه (توجد علاقة وأثر ذات دلالة معنوية بين إدارة الخدمات الإلكترونية ومعوقات تطبيقها).

ب. فرضية البديل والذي نصه (لا توجد علاقة وأثر ذات دلالة معنوية بين إدارة الخدمات الإلكترونية ومعوقات تطبيقها).

المحور الأول: الخدمات المصرفية مفهومها أنواعها أهميتها

أولاً: مفهوم الخدمة المصرفية:

لقد اعطيت مفهوم الخدمة المصرفية تعاريف متعددة، والتي إن اختلفت فإنها تشترك أحياناً في معنى أو أكثر، حيث نجد أنها عرفت: بأنها مجموعة من المنافع المشتركة الموجودة في عقول المشتريين المحتملين ومن المؤمل شراؤهم للخدمة. (العجارمة، ١٠٦، ٢٠٠٥).

كما عرفت بأنها " كافة الأنشطة والعمليات التي يبرز فيها الجانب غير الملموس بشكل أوضح من الجانب الملموس والتي يتولد عنها منافع وإشباع يمكن بيعها" (معلا وتوفيث، ٢٠٠٥، ١٦٠) أو هي " العمليات التي لا ترتب على المصرف أي التزام بل هي خدمات يقدمها المصرف إلى زبائنه لقاء أجر يتقاضاه أو ودائع يقبلها من المدخرين ويعيد توظيفها بفائدة تفوق الفائدة التي يدفعها لأصحاب الودائع" (زيود وآخرون، ٢٠٠٥، ٦٥)

والذي يبينها التعريفات السابقة هي أن الخدمة المصرفية مجموعة من العمليات التي يقوم بها البنك بتقديمها لعملائه، وهي نشاط أو مجموعة من الأنشطة التي يكون جوهرها غير ملموسة والتي يكون الهدف منها تحقيق رضا الزبون، وقد ترتبط عملية إنتاجها بمنتج مادي أو لا ترتبط، ولا توجد فيها انتقال للملكية.

وبهذا فقد اشتمل مفهوم الخدمة المصرفية بعدين اساسيين هما:

البعد الفني والبعد الوظيفي: فالبعد الفني مجموعة من المنافع التي يسعى العميل إلى تحقيقها من استخدامه للخدمة المصرفية، ففي الخدمات الإلكترونية الحديثة كاستخدام الصراف الآلي (ATM) مثلاً يبحث الزبون عن الجودة الخدمية في دقة وسرعة وكفاءة الصراف الآلي وانعدام الانعطال فيه، أما في البعد الوظيفي الذي يتمثل في مجموعة الخصائص التي تتصف بها الخدمة المصرفية، ففي حالة إيداع مبلغ من المال في المصرف يبحث الزبون عن تعامل وسلوك العاملين والموظفين في المصرف وطريقة تعاملهم مع الزبون. (أوسو، بطرس، ٢٠٠٨، ١٧)

ثانياً: أهمية الخدمة المصرفية:

إن الخدمات المصرفية الإلكترونية في المصارف بصفة عامة هي الواجهة الرئيسية للمتعاملين مع المصرف ووسيلة هامة لجذب المتعاملين الجدد والحفاظ على المتعاملين الحاليين، فهي بوابة العبور للتعامل في أنشطة المصرف المختلفة، هذا فضلاً عن إيراداتها وإنخفاض خطورتها للبنك.

كما أن الخدمات التي تقدمها المصارف لزبائنها تمثل أحد الأنشطة الاقتصادية الهامة في أي دولة، وذلك لأنها كنشاط اقتصادي تنتطوي على خصائص متعددة منها: (حنفي وأبو قحف، ٣٣٩، ٢٠٠٠)

١- الخدمات المصرفية تعمل في مجالات متعددة ومختلفة، بحيث مرتبطة بجميع الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية الأخرى للدولة.

٢- إن مستوى الطلب على الخدمات المصرفية دالة في درجة التقدم الاقتصادي للدولة، إذ أن الخدمة المصرفية نشاط انتاجي ذا طبيعة خاصة ويرتبط بقضايا التنمية بمجالاتها المتعددة.

٣- إن الطلب على الكثير من الخدمات المصرفية يتصف بصفة التكرار، هذا فضلاً عن أن هذه الخدمات تعتبر صناعة حيث يتوافر فيها كل متطلبات وعناصر أي نشاط إنتاجي آخر.
وأن توافر هذه الخصائص يعني ضرورة مواكبة النشاط المصرفي لمتطلبات التطور في جميع أوجه النشاط الإقتصادي والاجتماعي في أي دولة بغض النظر عن طبيعة نظامها الإقتصادي أو فلسفتها السياسية.

ثالثاً: أنواع الخدمات المصرفية

تنقسم الخدمات المصرفية إلى قسمين أساسيين:

١: الخدمات المصرفية التقليدية:

يقصد بالخدمات المصرفية التقليدية الخدمات التي تقدمها المصارف لزبائنها داخل المصرف، أي لا يستطيع الزبون الاستفادة من هذه الخدمة من بعيد بل يجب عليه الحضور للمصرف للاستفادة منها، وظهر مصطلح التقليدية بعد ظهور واستخدام التكنولوجيا بشكل واسع في الخدمات المصرفية، ونستطيع أن نلخص الخدمات المصرفية التقليدية كالآتي:

- أ- فتح الحسابات المختلفة للعملاء (الحساب الجاري - حساب التوفير - الحساب لأجل).
- ب- تقديم القروض للعملاء، حيث تعد هذه الوظيفة الاستثمار الرئيس للبنوك التجارية.
- ت- اصدار خطابات الضمان والاعتمادات المستندية لتسهيل العمليات الجارية، خصوصاً الخارجية منها.
- ث- بيع وشراء الأوراق المالية وتحصيل الأوراق التجارية لصالح العملاء، وتقديم الخدمات الاستشارية للزبائن المتعلقة بمشاريعهم التنموية، هذا فضلاً عن الاحتفاظ بالمتلكات الثمينة لهم كالذهب والمستندات. (العصار وحليبي، ١٧، ٢٠٠٠)

٢- الخدمات المصرفية الإلكترونية:

قد مرت الخدمات المصرفية كغيرها من النشاطات الإقتصادية بالعديد من مراحل التطور، وأن تطور المجتمعات وتغير حاجات العملاء لزممت البنوك على أن تواكب هذا التغير وتقدم خدمات تتماشى مع متطلبات الواقع، حيث أدت التطورات الحاصلة في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات التي شهدها العصر إلى ظهور تغيرات جوهرية في عمل المصارف، فقد تحول نشاط البنوك من مجرد القيام بدور الوسيط بين المودعين والمقرضين وما يرتبط بها من أنشطة مصرفية إلى تنوع وتعدد الخدمات والأنشطة الحديثة معتمدة في ذلك على مختلف الأنظمة والاستراتيجيات في المجال الإلكتروني من أجل الحفاظ على مكانته المصرفية واستقراره في ظل التغيرات الحاصلة في كل المجالات، فضلاً عن وقوفه في وجه المنافسين.

نستطيع أن نشير إلى أهم الخدمات الإلكترونية كالآتي:

- أ- أجهزة الصراف الآلي: هي من أكثر الخدمات الإلكترونية انتشاراً، توفرها البنوك في الأماكن العامة بهدف تخفيض ضغط العمل وتجنب الاجراءات الإدارية وتلبية حاجات العملاء المالية بعد أوقات العمل، وتعمل خلال العطل وعلى مدار ٢٤ ساعة، وتعمل بواسطة بطاقة الكترونية يحملها العميل يدخلها برقم سري، وهي وسيلة تستخدم في العديد من العمليات المصرفية التقليدية وغير التقليدية. (ثويني وخلف، ٨، ٢٠٠٥)

- ب- خدمة البنك الهاتفية: هذه الخدمة تمنح العملاء من دخول حساباتهم البنكية من خلال هواتفهم المحمولة والتحكم بحساباتهم واجراء العمليات التي يريد أن يقوم بها العميل من الدفع وتحويل الأموال من دون الحضور إلى البنك، هذا بالإضافة إلى إعادة شحن رصيد الهواتف ودفع الفواتير المطلوبة عى العملاء. (سفر، ٢٠٠٦، ١٥٥)
- ج- الخدمة المصرفية عبر الإنترنت: في هذه الخدمة تكون الإنترنت وسيلة للاتصال بين البنك والعميل، وذلك من خلال الدخول إلى الصفحة الإلكترونية للبنك، حيث تسمح هذه الخدمة للعملاء الذين لديهم بطاقات السحب الآلي من الدخول لمعلوماتهم المصرفية من أي مكان وعلى مدار الساعة للتحكم بحساباتهم واجراء العمليات. (الجنبيهي، منير وممدوح، ٢٠٠٥، ٢٢٤).
- د- البطاقات البلاستيكية المغنطة: وهي البطاقات المدفوعة مسبقا، تكون القيمة المالية مخزنة فيها، ويمكن استخدام هذه البطاقات للدفع عبر الإنترنت وغيرها من الشبكات، كما يمكن استخدامها للدفع في نقاط البيع التقليدية (Point of Sales). (سفر، ٢٠٠٦، ١٥٥)

المحور الثاني: إدارة الخدمات الإلكترونية المصرفية والتحديات التي تواجهها

أولاً: إدارة الخدمات المصرفية الإلكترونية

تحتاج الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى عدة متطلبات أساسية تجب توافرها لإدارتها، ويهيئ البيئة المناسبة والمؤاتية لطبيعة هذه الخدمات وبالتالي يحقق النجاح والتفوق، وهذه المتطلبات تتمثل بالآتي: (الحداد وآخرون، ٧١، ٢٠١٢، ٧٢-٧٣) (يوسف، ٦٨، ٢٠١٢-٦٩) (مزنان، ٢٠١١، ١٠)

١- البنية التحتية: الإدارة الإلكترونية تتطلب وجود مستوى مناسب وعال من البنية التحتية التي تتضمن سير الخدمات في ظلها بشكل سلس، والتي تتضمن شبكة حديثة للاتصالات والبيانات وبنية تحتية متطورة للاتصالات تكون قادرة على تأمين التواصل ونقل المعلومات بين المؤسسات الإدارية نفسها من جهة وبين المؤسسات والمواطن من جهة أخرى، فمهما كانت البنية التحتية متقدمة تتأثر إيجاباً في نجاح الخدمات الإلكترونية، حيث أن توافر الوسائل الإلكترونية اللازمة وغيرها من الأجهزة التي تمكننا من الاتصال بالشبكة العالمية أو الداخلية في البلد وبأسعار معقولة تتيح لمعظم المواطنين الحصول على هذه الخدمات الإلكترونية وتسهيل إدارتها.

٢- عنصر الأمان: وهي تتمثل باستخدام تقنيات وأساليب متعددة لتوفير عنصر الأمان من أجل حماية شبكة وأنظمة البنك الداخلية من عمليات الهجوم الإلكتروني، حيث أن توفير الأمن الإلكتروني والسرية الإلكترونية على مستوى عال لحماية المعلومات العملاء ولصون الأرشيف الإلكتروني من أي عبث والتأكيد على هذه النقطة لها من أهمية خاصة في إدارة هذه الخدمات.

٣- الكوادر البشرية الكفوءة: إن من مستلزمات تطبيق الخدمات الإلكترونية وجود وتوفر كوادر بشرية مؤهلة القادرة على أداء الأنماط الجديدة من العمل القائم على التقنيات الحديثة، وهذا يتطلب تواصل التأهيل والتدريب للكوادر في

مختلف الوظائف الفنية والمالية والتسويقية والاستشارية والإدارية، كما أنه يجب نشر ثقافة استخدام هذه الخدمات وطرق ووسائل استخدامها للمواطنين أيضاً.

٤- التقييم المستمر: من متطلبات استمرارية تطبيق الخدمات المصرفية التقييم الموضوعي والمستمر لفاعلية أداء أدواتها الإلكترونية، وذلك بالاستعانة بالجهات والكوادر المتخصصة من أجل معرفة سلامة ادائها والوقوف على الصعوبات التي تواجه عملها، واتخاذ القرارات والإجراءات المناسبة للحد منها.

٥- توافر خدمة الانترنت بين المواطنين بشكل واسع وبأسعار معقولة قدر الإمكان، فإن ذلك يسهل فتح المجال لأكثر عدد ممكن من المواطنين للتفاعل مع الإدارة الإلكترونية في أقل جهد وأقصر وقت وأقل كلفة ممكنة.

٦- وجود التشريعات و النصوص القانونية التي تسهل عمل الإدارة الإلكترونية وتضفي عليها المشروعية و المصدقية وكافة النتائج القانونية المترتبة عليها.

ثانياً: التحديات التي تواجه الخدمات المصرفية الإلكترونية

بالرغم من وجود الأهمية الهائلة للخدمات الإلكترونية المصرفية إلا أن هناك بعض معوقات ومخاطر تواجه تطبيق العمل الإلكتروني المصرفي، ونستطيع أن نقسم هذه العوائق والتحديات ضمن المحاور الآتية: (عبدالله، ٢٠١٣، ١٨٥) (يوسف، ٢٠١٢، ٧٦-٧٧) (الجنيبي، ١٩، ٢٠٠٦-٢٠) (عبدالعاس، ٧٤، ٢٠١٣)

١- التحديات الإدارية والتنظيمية: إن من أهم التحديات التي تقف في وجه إدارة وتطبيق الخدمات الإلكترونية المصرفية هي التحديات الإدارية والتنظيمية داخل البنك، حيث هناك في كثير من البنوك ضعف في إعادة هندسة العمل المصرفي وتكيفه مع الأسلوب الإلكتروني الجديد، هذا ناهيك عن مقاومة الموظفين المصرفيين لاعتماد الأسلوب الإلكتروني في تسويق الخدمة المصرفية بالجودة المناسبة ورغبتهم باعتماد الأسلوب التقليدي في التسويق المصرفي. وهذا ينشئ أحياناً من خلال عدم وجود المعرفة الإلكترونية الجيدة في التعامل مع الأجهزة والمعدات، مما قد يسبب أحياناً إلى توقف النظام وأخطاء المعالجة وخلل في البرمجيات وأخطاء التشغيل وتعطل النظام وضعف في المراقبة وقصور في الحماية ويعرض البنك للهجمات الإلكترونية والاختراقات وعملية الاحتيال، وفي الأخير عدم القدرة الملائمة على التعافي.

٢- التحديات الأمنية: تنشأ هذه التحديات نتيجة الاختراق الأمني للشبكة وامكانية سرقة اموال العملاء من قبل الآخرين، أو إساءة الاستخدام من قبل العملاء، بالإضافة إلى وجود احتيالات الكترونية وتزوير العناوين التي تتطلب إفشاء معلومات تتعلق بأمن العملاء، الأمر الذي يضر بسمعة البنك وينشيء الرأي السلبي للجمهور، ويسبب بطريقة أو بأخرى من نفور العملاء.

٣- التحديات التقنية وضعف استخدامها: وهي متعلقة بصعوبة الحصول على الأجهزة الحاسوبية المتقدمة وضعف شبكات الاتصال والتغطية الإلكترونية من قبل العملاء، بالإضافة إلى صعوبة استخدام هذه التقنيات وضعف المعرفة الإلكترونية من قبل الجماهير والعملاء والانتشار النسبي بينهم. بالإضافة إلى تردد العملاء من التعامل مع هذا الأسلوب إلى جانب عدم ثقتهم به للحصول على الخدمات المصرفية المطلوبة.

- ٤- **التحديات القانونية والتشريعية:** وهي التي ترتبط بضعف الأنظمة والقوانين والتشريعات التي تحد من التجاوز على الشبكة والمحافظة على حقوق الآخرين لتوفير الأمن للعملاء والمتعاملين. (الشمري، مقال على الرابط: <http://fcds.com>) عادل شمران الشمري.
- ٥- **التحديات التمويلية:** بما أن الخدمات الإلكترونية تعتمد على أجهزة متطورة وتقنيات حديثة إلى جانب برامج ودورات تدريبية مستمرة لتطوير المنتسبين، فإن هذا يحتاج إلى تمويل وتخصيصات مالية جيدة ودائمة، الأمر الذي كثير من البنوك لا يستطيع ادايمته.
- ٦- **التحديات التنافسية:** حيث وفر شبكات الانترنت فرصة كبيرة للتنافس من خلال خلق خدمة واسعة من الخدمات التي أصبح بالإمكان تقديمها، وهذا الوضع يعرض البنوك الموجودة المحلية في عالمنا المتخلف إلى مخاطر حتمية، إذ تجد هذه البنوك المحلية نفسها في منافسة غير متكافئة مع البنوك العالمية التي تنوعها بشكل كبير.

المحور الثالث : الجانب الميداني للبحث

أولاً: وصف مجتمع البحث وعينته

تناول الإطار الميداني للبحث مجموعة من البنوك التي كانت تضطلع بتقديم خدمة أو بعض الخدمات المصرفية الإلكترونية منها (بنك الشمال، بنك دجلة والفرات، بنك هولير، بنك موصل) حيث تم اختيارها كمجتمع للبحث ضمن الحدود الجغرافية لمحافظة السليمانية. وقد تم توزيع استمارة الاستبيان على المدراء ورؤساء الأقسام وموظفين في البنوك المبحوثة، وتم استخدام اسلوب العينة العشوائية عند توزيع الاستبانة، حيث تم توزيع (٦٥) استمارة وكانت عدد الاستثمارات المستردة والصالحة للتحليل الإحصائي (٥٩) استمارة ويمكن ملاحظة الرموز والعبارات الواردة في الاستبيان كما هي في (الملحق رقم ١)، وقد تم تفرغ البيانات ومعالجتها باستخدام البرمجية الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS-16.0

ثانياً: اختبار الثبات:

لغرض التأكد من ثبات المقياس المستخدم تم استخدام معامل (Cronbach Alpha) للوقوف على دقة إجابات افراد مجتمع الدراسة، وتعد قيم معامل (Cronbach Alpha) مقبولة احصائياً عندما تكون هذه القيم مساوية او اكبر من ٠.٦٠ على وجه التحديد في البحوث الادارية. وان قيمة (Cronbach Alpha) تساوي (٠,٦٨٧) على مستوى الاجمالي للمتغيرات.

ثالثاً: وصف بيانات الشخصية لعينة الافراد المستجيبين في البنوك المبحوثة:

لمعالجة مشكلة الدراسة وانسجاما مع أهدافها فقد تم تصميم استمارة الاستبيان لتوضيح و طرح عدد من الفقرات، وكانت الفقرة الأولى تتضمن مفردات البيانات الشخصية لعينة الدراسة كـ(الجنس، العمر، عنوان الوظيفي، عدد سنوات الخدمة، الشهادات) وكانت التكرارات والنسب المئوية لبيانات الشخصية في البنوك المبحوثة كما هو مبين في الجدول رقم (١) ادناه.

الجدول رقم (١)

التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الشخصية لعينة الدراسة في المصارف المبحوثة

العبارة (المتغيرات الوصفية بعينة الدراسة)	التكرار	%
الجنس	ذكر	٤٠,٧
	انثى	٥٩,٣
العمر	٢٩ - ١٨	١٦,٩
	٣٩ - ٢٩	٣٩
	٤٩ - ٣٩	٣٢,٢
	٤٩ فأكثر	١١,٩
عنوان الوظيفي	مدير	٦,٨
	مسؤول شعبة	٣٣,٩
	مسؤول وحدة	٣٣,٩
	موظف	٢٥,٤
عدد سنوات الخدمة	اقل من ٥	١٥,٣
	١٠ - ٦	٣٣,٩
	١٥ - ١١	٣٥,٦
	١٥ فأكثر	١٥,٣
الشهادات	دون الثانوية	١,٧
	ثانوية	٢٠,٣
	دبلوم	٣٩
	بكالوريوس	٣٩

الجدول من اعداد الباحثين

يتبين من الجدول أن عدد المستجيبين من الذكور يشكل (٤٠,٧٪) من إجمالي عينة البحث، ونسبة الإناث (٥٩,٣٪)، مما يشير إلى ان نسبة الاناث تفوق الذكور بنسبة (١٩٪) في عينة البحث في المصارف المبحوثة.

وفيما يخص العمر يتبين من أن الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين (٢٩ - ٣٩) هم أكبر فئة العمرية، حيث بلغت نسبتها (٣٩٪)، ويليه الفئة العمرية (٤٩ - ٣٩) في المرتبة الثانية بنسبة (٣٢,٢)، ويأتي بالمرتبة الثالثة الفئة العمرية (٢٩ - ١٨) بنسبة (١٦,٩٪)، واخيرا تأتي الفئة العمرية (٤٩ فأكثر) بالمرتبة الأخيرة بنسبة (١١,٩٪)، مما يدل على أن نسبة المستجيبين من العاملين للعينة تقع أعمارهم ضمن الفئة العمرية الناضجة والشابة والمتوسطة في المصارف المبحوثة والذي يسهل الإجابة على الاستبيان بشكل واضح.

والعنوان الوظيفي لعينة البحث تشير إلى أن نسبة مسؤولي الشعب والوحدات كانت تشكل أعلى النسب من بين المستجيبين على الاستبانة بمعدل (٣٣,٩٪)، ويأتي بعدها في المرتبة الثانية الموظفون بنسبة (٢٥,٤٪)، وشكلت المدراء نسبة (٦,٨٪)، مما يدل على أن أكثرية النسب للمستجيبين من العاملين للعينة تقع ضمن مسؤولي الشعب والوحدات، مما ينعكس على أهمية الاستجابات وواقعيتها، والذي يساعد الإجابة على الاستبيان بشكل دقيق ومفهوم.

والذي يتعلق بعدد سنوات الخدمة، أن نسبة (٣٥,٦٪) من أفراد عينة البحث تتراوح خدماتهم ما بين (١١ - ١٥ سنوات)، ثم تليها نسبة (٣٣,٩٪) من (٦ - ١٠ سنوات)، وتأتي بالمرتبة الثالثة (١٥,٣) من (١٥ فأكثر)، مما يدل على أن غالبية العاملين الحاليين لا تقل خبراتهم عن ١٥ سنوات، ويساعد هذا على الإجابة على الاستبيان بشكل واضح، ومما تعكس هذه النسبة أهمية البيانات التي وافتنا بها هذه الفئة والذين لديهم خبرة في العمل المصرفي.

والمؤهل العلمي لعينة الدراسة تشير إلى أن نسبة الحاصلين على شهادة البكالوريوس والدبلوم كانت تشكل أعلى النسب من بين المستجيبين على الاستبانة بمعدل (٣٩٪)، ويأتي في المرتبة الثانية شهادة الثانوية بنسبة (٢٠,٣٪)، ويأتي بعدها بالمرتبة الثالثة (دون الثانوية) بنسبة (١,٧٪) مما يجعل نسبة المؤهلات العلمية بين المستجيبين مرتفعة وتجعلنا نطمئن إلى صحة البيانات التي حصلنا عليها، وان اجوبتهم لاستمارات الاستبيان لن يكون عشوائية بل بطريقة علمية وفهم عميق لمحتوياتها.

رابعا: عرض وتحليل إجابات الباحثين لعينة الدراسة:

لقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي (١ - ٥) والبرمجة (Spss 16.0) لمعرفة مدى الاتفاق أو الاختلاف بين أفراد عينة الدراسة والمتغيرات، واعطي رقم (١) إلى الإجابة لا أوافق بشدة، و رقم (٢) إلى لا أوافق، و رقم (٣) إلى موافق إلى حد ما، و رقم (٤) إلى أوافق، و رقم (٥) إلى أوافق بشدة، وقد تم الاستعانة ببعض الأساليب الاحصائية منها التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري، والانحدار الخطي والارتباط كما يأتي:

١. يتضح من معطيات الجدول رقم (٢) والمخطط البياني رقم (١) الخاصة بالخدمات المصرفية، إذ تم قياسه بـ(٩) متغيراً، والتي تضم (P1 - P9)، تبين ان (٧٠,٦٢) من اراء المستجيبين هو عند مستوى (غير موافق وغير موافق بشدة)، في حين بلغ الاتفاق (١٨,٦٤)، والتي هي حاصل جمع النسبة المئوية لمقياس (موافق وموافق بشدة)، بينما بلغ معدل (موافق إلى حد ما) لإجابات المستجيبين من الباحثين نسبة (١٠,٧٣).

وتدل هذه المعدلات ان المتغيرات (p3.p5) الاكثر تأثيراً من مجموع المتغيرات التابعة للخدمات المصرفية، والذي يدل على أن توفير الخدمات الإلكترونية يساهم في تخفيض ضغط العمل وتقليل الاجراءات الادارية وتلبية حاجات العملاء المالية بعد اوقات العمل، ويساهم الخدمات الإلكترونية بتوفير وتقديم الخدمات من خلال الهواتف المحمولة والتحكم بحساباتهم واجراء العمليات بسهولة ويسر.

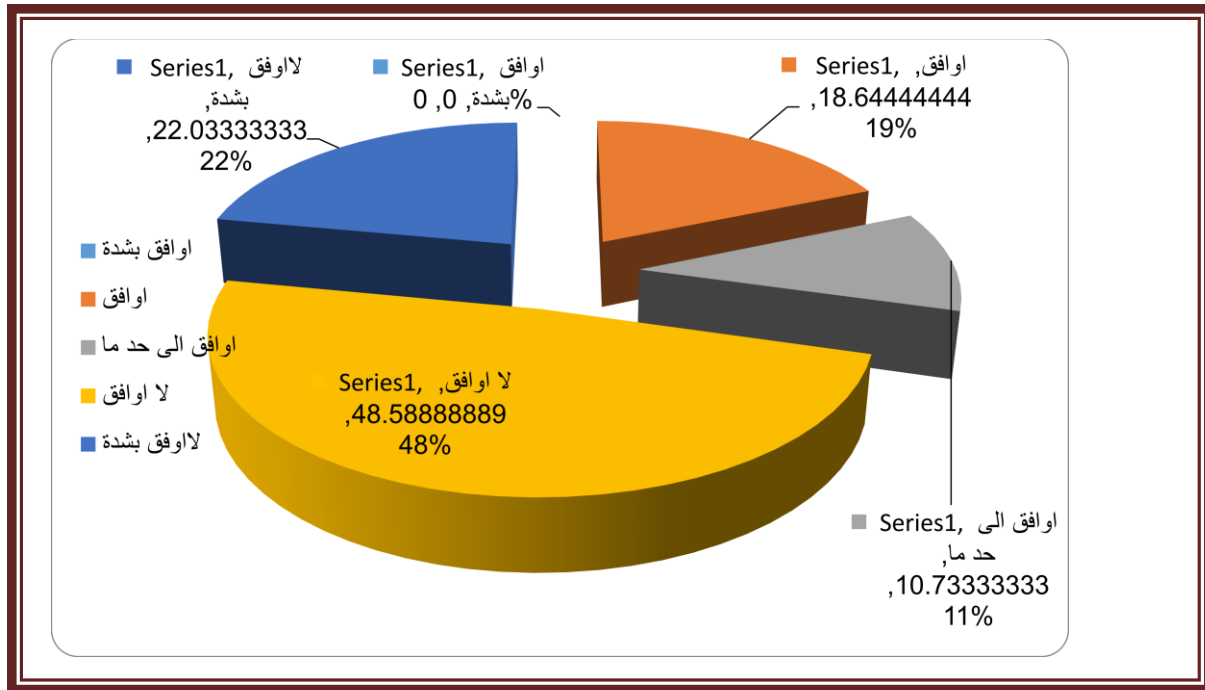
وأما ما يتعلق بقياس وتحليل الوسط الحسابي والانحراف المعياري بين متغيرات الدراسة، ظهرت أن الوسط الحسابي لإجابات الباحثين في إدارة الخدمات بلغ (٢,٢٦)، وهذا يدل على ان الوسط الحسابي لإجابات الباحثين (غير موافق)، وأما ما يتعلق بالانحراف المعياري يظهر أن إجابات الباحثين لعينة الدراسة لإدارة الخدمات يبلغ (٠,١٤)، وهذا يدل على تقارب وتجانس اراء المستجيبين لعينة البحث لمتغير إدارة الخدمات المصرفية.

الجدول رقم (٢) التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لمتغيرات الخدمات المصرفية

الانحراف المعياري	المتوسط	مقياس الإجابة										المتغيرات
		لا اوافق بشدة		لا اوافق		موافق إلى حد ما		موافق		موافق بشدة		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
٠,٤٨	١,٣٤	٦٦,١	٣٩	٣٣,٩	٢٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	p1
٠,٠٠٠	٢	٠	٠	١٠٠	٥٩	٠	٠			٠	٠	p2
١,٤٣	٢,٩٨	٣٣,٩	٢٠			٠	٠	٦٦,١	٣٠			p3
٠,٤٨	١,٦٦	٣٣,٩	٢٠	٦٦,١	٣٩	٠	٠					p4
٠,٤٧	٣,٦٨	٠	٠			٣٢,٢	١٩	٦٧,٨	٤٠	٠	٠	p5
٠,٨٣	٣	٠	٠	٣٣,٩	٢٠	٣٢,٢	١٩	٣٣,٩	٢٠	٠	٠	p6
٠,٤٧	١,٦٨	٣٢,٢	١٩	٦٧,٨	٤٠	٠	٠					P7
٠,٤٧	١,٦٨	٣٢,٢	١٩	٦٧,٨	٤٠	٠	٠					P8
٠,٤٧	٢,٣٢	٠	٠	٦٧,٨	٤٠	٣٢,٢	١٩			٠	٠	P9
٠,١٤	٢,٢٦	٢٢,٠٣٣٣٣		٤٨,٥٨٨٨٩		١٠,٧٣٣٣٣		١٨,٦٤٤٤٤		٠		المعدل

المصدر: من اعداد الباحثان على ضوء نتائج البرنامج الاحصائي Spss.

الشكل رقم (١) النسب المئوية لمتغيرات الخدمات المصرفية



المصدر: من اعداد الباحثان على ضوء نتائج البرنامج الاحصائي Spss.

٢. يتضح من معطيات الجدول رقم (٣) والمخطط البياني رقم (٢) الخاصة بمعوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية، إذ تم قياسه بـ (٩) متغيراً، والتي تضم (p10 – p18)، تبين أن (٤٨، ٤) من آراء المستجيبين هو عند مستوى (غير موافق وغير موافق بشدة)، في حين بلغ الاتفاق (٣٣، ١٥)، والتي هي حاصل جمع النسبة المئوية لمقياس (موافق وموافق بشدة)، بينما بلغ معدل (موافق إلى حد ما) لإجابات المستجيبين من الباحثين نسبة (١٨، ٤٦).

وتدل هذه المعدلات أن المتغيرات (p10,p12,p13) الأكثر تأثيراً من مجموع المتغيرات التابعة لمعوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية، والذي يُوشر على أن هناك ضعف في التكيف مع الأسلوب الإلكتروني الجديد، ويرجع السبب إلى قناعة العملاء بوجود قصور في المراقبة وحماية المعلومات الخاصة بهم مع وجود احتمالات الكترونية وتزوير العناوين التي تتعلق بأمن العملاء، هذا من ناحية ومن ناحية أخرى صعوبة حصول المصرف على الأجهزة الحاسوبية المتقدمة وضعف شبكات الاتصال والتغطية الإلكترونية، وذلك لعدم دعم تلك المصارف من جانبين المادي والفني.

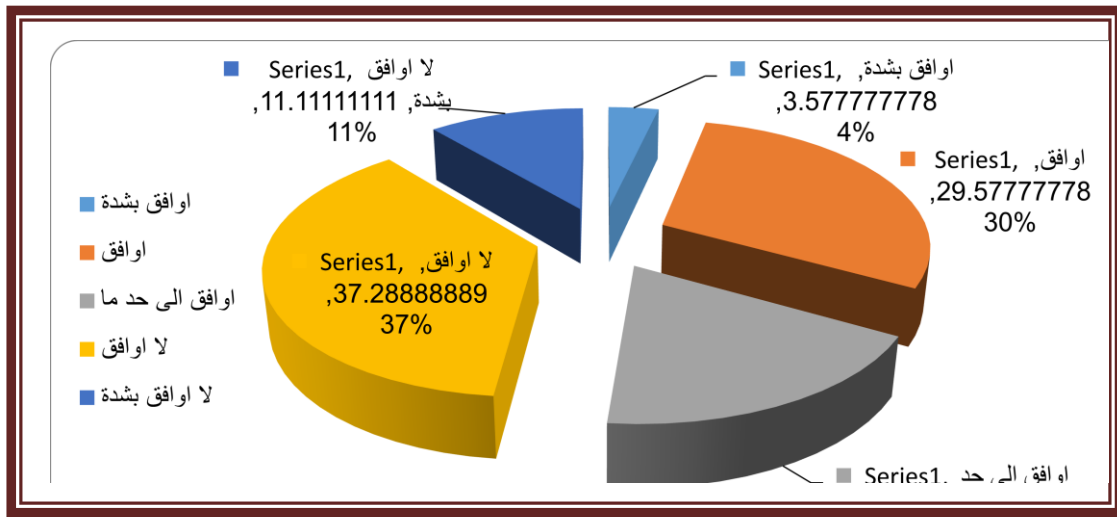
وأما ما يتعلق بقياس وتحليل الوسط الحسابي والانحراف المعياري بين متغيرات الدراسة، ظهرت أن الوسط الحسابي لإجابات الباحثين في معوقات تطبيق خدمات الإلكترونية (٢، ٨٤)، وهذا يدل على أن الوسط الحسابي لإجابات الباحثين (موافق إلى حد ما) لمتغير المعوقات، أما بالنسبة للانحراف المعياري يظهر أن إجابات الباحثين لعينة الدراسة لمعوقات تطبيق خدمات الإلكترونية (٠، ٢٩)، وهذا يدل على تقارب وتجانس المستجيبين لعينة البحث (اجوبة الباحثين) لمتغيرات التابعة للمعوقات.

الجدول رقم (٣) التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لمتغيرات معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	مقياس الإجابة										المتغيرات
		لا اوافق بشدة		لا اوافق		موافق إلى حد ما		موافق		موافق بشدة		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
٠,٩٥	٣,٣٢	٠	٠	٣٣,٩	٢٠			٦٦,١	٣٩	٠	٠	P10
١,٤١	٢,٩٧	٦٧,٨	٤٠	٠	٠	٠	٠			٣٢,٢	١٩	P11
٠,٠٠٠	٤	٠	٠			٠	٠	١٠٠	٥٩	٠	٠	P12
١,٤١	٣,٠٣	٣٢,٢	١٩			٠	٠	٦٧,٨	٤٠			P13
٠,٤٨	٢,٦٦	٠	٠	٣٣,٩	٢٠	٦٦,١	٣٩			٠	٠	P14
٠,٤٨	٢,٦٦	٠	٠	٣٣,٩	٢٠	٦٦,١	٣٩			٠	٠	P15
٠,٤٨	٢,٣٤	٠	٠	٦٦,١	٣٩	٣٣,٩	٢٠			٠	٠	P16
٠,٠٠٠	٢	٠	٠	١٠٠	٥٩	٠	٠			٠	٠	P17
٠,٩٤	٢,٦٤	٠	٠	٦٧,٨	٤٠			٣٢,٣	١٩	٠	٠	P18
٠,٢٩	٢,٨٤	11.11111	37.28889	18.45556	29.57778	3.577778						المعدل

المصدر: من اعداد الباحثان على ضوء نتائج البرنامج الاحصائي Spss.

الشكل (٢) التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لمتغيرات معوقات تطبيق إدارة الخدمات الإلكترونية



المصدر: من اعداد الباحثان على ضوء نتائج البرنامج الاحصائي Spss.

اختبار الفرضيات:

١. اختبار الفرض الرئيس الاول كما يأتي:

ت. اختبار الفرض والذي نصه (توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين إدارة الخدمات الإلكترونية ومعوقات تطبيقها).
ث. اختبار فرضية البديل والذي نصه (لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين إدارة الخدمات الإلكترونية ومعوقات تطبيقها).

١. اختبار الفرض الرئيس الثاني كما يأتي:

ت. اختبار الفرض والذي نصه (توجد علاقة وأثر ذات دلالة معنوية بين إدارة الخدمات الإلكترونية ومعوقات تطبيقها).
ث. اختبار فرضية البديل والذي نصه (لا توجد علاقة وأثر ذات دلالة معنوية بين إدارة الخدمات الإلكترونية ومعوقات تطبيقها).

قام الباحثان باختبار الفرضيتين من خلال اختبار متغيرات إدارة الخدمات الإلكترونية ومعوقات تطبيقها، حيث استخدم الباحثون معامل ارتباط (Pearson) للاختبار على النحو التالي:

١. يتضح من معطيات الجدول رقم (٥) الخاصة بمعامل الارتباط ومستوى المعنوية Sig، ان إجابات الباحثين من عينة الدراسة حول وجود علاقة ارتباط ومستوى المعنوية بين المتغيرين الرئيسيين إدارة الخدمات الإلكترونية ومعوقات تطبيقها، حيث يوجد علاقة متوسطة وطرديّة وموجبة بين إدارة الخدمات الإلكترونية ومعوقات تطبيقها، وكانت نسبة العلاقة (٠,٦٥٤)، وعلى مستوى المعنوية (٠,٠٠٠).

وبهذا يثبت الفرضية الرئيسية الاولى حول وجود علاقة ذات دلالة احصائية حيث بلغ نسبة العلاقة (٠,٦٥٤)، ورفض فرضية البديل والذي نصه (لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين إدارة الخدمات الإلكترونية ومعوقات تطبيقها).

وهذه النتيجة الرقمية (٠,٦٥٤) التي ظهرت من خلال التحليل تعني بأن هناك علاقة طردية وإيجابية بين إدارة الخدمات الإلكترونية ومعوقات تطبيقها في البنوك المبحوثة ومعناه بان على البنوك العاملة أن تتبنى وسيلة جيدة وفاعلة لتقديم الخدمات الإلكترونية والعمل على اجتياز تلك المعوقات حيث يساعد ذلك على نجاح المصارف، حيث كلما عمل المصرف على اجتياز تلك المعوقات كلما أمكن على تقديم خدمات الكترونية بصورة جيدة.

الجدول (٥) الارتباط ومستوى المعنوية

المعوقات	إدارة الخدمات		
٠,٦٥٤	١	Pearson Correlation	إدارة الخدمات
٠,٠٠٠		Sig, (2-tailed)	
٥٩	٥٩	N	
١	٠,٦٥٤	Pearson Correlation	المعوقات
	٠,٠٠٠	Sig, (2-tailed)	
٥٩	٥٩	N	

المصدر: من اعداد الباحثان على ضوء نتائج البرنامج الاحصائي Spss.

٢. يتضح من معطيات الجدول رقم (٦) و(٧) الخاصة بمعامل الانحدار (Regression)، حيث ان R يساوي ٠,٦٥٤، بمعنى وجود علاقة طردية وموجبة ومتوسطة وان التأثير يكون بشكل طردي، أي إذا كان التغيير ايجابي فإنه يؤثر على العامل التابع وإذا كان التغيير سلبي فإن التأثير على العامل التابع يكون سلبي، و R square يساوي ٠,٤٢٧، بمعنى أن أي تغير في العامل المستقبلي بنسبة (٠,٤٢٧) يؤثر على العامل التابع بنفس النسبة (٠,٤٢٧)، Sig يساوي ٠,٠٠٠، وهذا يعني وجود علاقة معنوية ذات دلالة احصائية، وهذا يثبت الفرضية الرئيسية الثانية والذي نصه (توجد علاقة وأثر ذات دلالة معنوية بين إدارة الخدمات الإلكترونية ومعوقات تطبيقها) ورفض فرضية البديل والذي نصه (لا توجد علاقة وأثر ذات دلالة معنوية بين إدارة الخدمات الإلكترونية ومعوقات تطبيقها) حيث هناك علاقة وأثر على مستوى المعنوية (٠,٠٠٠)، حيث يؤثر العامل المستقل (المعوقات) على العامل التابع (إدارة الخدمات) بصورة جيدة.

حيث يظهر تأثير العامل المستقل على العامل التابع بنسبة (٠,٦٥٤) في الجدول (٧) والذي يدل على أن أي تغير في العامل المستقل يؤثر بنسبة (٠,٦٥) على العامل التابع .

الجدول رقم (٦)

MODEL SUMMARY

Model	R	R square	Adjusted R square	Std. error of the estimate
1	0.654	0.427	0.417	0.10753

المصدر: من اعداد الباحثان على ضوء نتائج البرنامج الاحصائي Spss.

الجدول رقم (٧)

COEFFICIENTS

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (CONSTANT) Muaweq	1.370	0.137		9,987	٠,٠٠٠
	٠,٣١٣	٠,٠٤٨	٠,٦٥٤	٦,٥٢٢	٠,٠٠٠

المصدر: من اعداد الباحثان على ضوء نتائج البرنامج الاحصائي Spss.

المحور الرابع: الإستنتاجات والتوصيات

بعد التعرف على نتائج البحث يمكن ان نستخلص ونبي مجموعة من الاستنتاجات والمقترحات والتوصيات هي بمثابة خطوات اصلاحية لزيادة اهتمام الإدارة في المصارف بالخدمات الإلكترونية، وتأتي الاستنتاجات والتوصيات على الشكل التالي:
أولاً: الاستنتاجات:

١. إن إدارة الخدمات الإلكترونية ف إقليم كردستان العراق تعاني من معوقات عدة، وعلى رأسها التكيف مع الأسلوب الإلكتروني الجديد، وخوف العملاء من التعامل بها الأسلوب، وصعوبة حصول المصرف على الاجهزة الحاسوبية المتقدمة وضعف شبكات الاتصال والتغطية الإلكترونية.
٢. المصارف العاملة تعاني من ضعف في هندسة العمل المصرفي وتكيفه مع الأسلوب الإلكتروني الجديد.
٣. ان استخدام التكنولوجيا في تقديم الخدمات الإلكترونية والاستفادة منها بصورة جيدة، محدودة و ضئيلة، ولا تزال في بدايتها.
٤. تردد واضح من قبل العملاء في التعامل مع التقنيات الحديثة وذلك لعدم ثقتهم بها.
٥. وجود تحدي من ناحية استخدام الاثمة لخلق خدمة واسعة لانخفاض التخصصات المالية للتحويل دون استخدام الخدمات الإلكترونية، هذا من جانب ومن جانب اخر ندرة الكوادر الفنية في بلدنا.
٦. أن العمل على تقديم الخدمات الإلكترونية يوفر الجهد والوقت والكلفة للمصارف.

ثانياً: التوصيات:

إزاء النتائج العملية التي توصل اليها الباحثان إليها فهما يوصيان المصارف العاملة في الإقليم بالمقترحات الآتية من أجل التوسيع على استخدام الخدمات الإلكترونية وبجودة جيدة:

١. العمل على إزالة المعوقات المذكورة بهدف تقديم خدمات مصرفية إلكترونية عالية الجودة، لأجل البقاء على العملاء الحاليين وجذب عملاء آخرين.
٢. تدريب و تنمية العاملين من ناحية الإدارية والتنظيمية بهدف إعادة هندسة العمل المصرفي.
٣. تنويع وتوسيع الخدمات المصرفية الإلكترونية والذي ينعكس دوراً إيجابياً في تحسين الخدمات المصرفية كماً ونوعاً.
٤. العمل على إنشاء الثقة بين العملاء والمصرف من خلال توفير تقنيات حديثة متطورة وأكثر أماناً والعمل على دعم الأنظمة والقوانين التي تساهم في المحافظة على حقوق الآخرين.
٥. توفير إمكانيات مالية جيدة لغرض خلق وتوفير خدمات إلكترونية جيدة ومتنوعة.
٦. العمل على جذب المهارات والقدرات البشرية الكفوءة من ناحية استخدامها للتكنولوجيا الحديثة والمتطورة.
٧. العمل على توفير بنية تحتية تكنولوجية متطورة لغرض نقل المعلومات بين المؤسسات المالية وتوفير الخدمات الإلكترونية للعملاء.

قائمة المصادر والمراجع:

- ١- أحمد سفر، ٢٠٠٦، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، لبنان: المؤسسة الحديثة للكتاب.
- ٢- بشير العجارمة، ٢٠٠٥، التسويق المصرفي، الأردن: عمان، دار الجامعة للنشر.
- ٣- خيرى علي أوسو ولؤي لطيف بطرس، ٢٠٠٨، تقييم مستوى جودة المصرفية من وجهة نظر الزبائن دراسة استطلاعية، مجلة تنمية الرافدين، العدد ٨٩.
- ٤- رشاد العصار ورياض الحلي، ٢٠٠٠، النقود والبنوك، الأردن: عمان، دار صفاء للنشر.
- ٥- عبدالغفار حنفي وعبدالسلام أبو قحف، ٢٠٠٠، تنظيم وإدارة البنوك، تحليل القوائم المالية وقياس الفعاليات للجوانب التنظيمية والإدارية، الإسكندرية: المكتب العربي.
- ٦- فارس عبدالله، ٢٠١٣، مشكلات التسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية في العراق وعلاقتها برضا الزبائن، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد الخاص.
- ٧- فلاح حسن ثويني ووحيدة جبر خلف، ٢٠٠٥، الصيرفة الإلكترونية المبررات والمخاطر ومتطلبات النجاح، مجلة الاقتصاد، جامعة المستنصرية، كلية الإدارة والاقتصاد، العدد ٥٤.
- ٨- لطيف زيود وآخرون، ٢٠٠٥، تقويم أداء المصارف باستخدام أدوات التحليل المالي، دراسة ميدانية للمصرف الصناعي السوري، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، مج ٢٧، العدد ٤، جامعة تشرين، سوريا.
- ٩- محمد تركي عبدالعباس: دور الانترنت في تدعيم الصيرفة الإلكترونية، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي العراق، جامعة الكوفة، ٢٠١٥.
- ١٠- منير وممدوح الجنيهي، ٢٠٠٥، "البنوك الإلكترونية"، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
- ١١- ناجي معلا ورائف توفيق، ٢٠٠٥، أصول التسويق المصرفي: مدخل تحليلي، ط٣، عمان: دار وائل للنشر.
- ١٢- نصر جمود مزنان، ٢٠١١، إمكانات التحول نحو الصيرفة الإلكترونية في البلدان العربية، مجلة كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، العدد ٤.
- ١٣- وسيم محمد الحداد وآخرون، ٢٠١٢، الخدمات المصرفية الإلكترونية، الأردن: عمان، دار الميسرة للنشر والتوزيع.
- ١٤- يوسف حسن يوسف، ٢٠١٢، البنوك الإلكترونية، القاهرة، المركز القومي للإصدارات القانونية.

الملحق رقم (١) استمارة الاستبيان

م/استمارة الاستبيان

السيد..... المحترم

تحية طيبة:

الاستبانة التي بين يديك تمثل جزء من مشروع بحث علمي في قسم العلوم المالية والمصرفية والموسوم (واقع إدارة الخدمات المصرفية الإلكترونية والتحديات التي تواجهها في إقليم كردستان العراق، دراسة استطلاعية لآراء عينة من موظفي مجموعة من المصارف العاملة في محافظة السليمانية) وقد اعتمدت الاستبانة مقياسا لأغراض اعلاه، لذا نرجوا منكم التعاون معنا في الإجابة على هذه الاستبانة بدقة وموضوعية حسب وجهة نظرك الخاصة، وسوف تعامل اجابتمكم بسرية تامة للحصول على مؤشرات رقمية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

شاكرين حسن تعاونكم

الباحثان

□ المدرس

□ كاوه محمد روستم

□ كلية التقنية الإدارية

□ جامعة التقنية السليمانية

Kawa.rostam@spu.edu.iq

□ المدرس المساعد

□ إبراهيم مهدي عارف

□ كلية الادارة والاقتصاد

□ جامعة التنمية البشرية

ibrahim.arif@uhd.edu.iq

ملاحظة: قبل الإجابة على فقرات الاستبانة يرجى ملاحظة ما يأتي:

١. ضع علامة (✓) ازاء الاختيار لكل سؤال يعكس وجهة نظرك فعليا.

٢. نرجو عدم ترك اي سؤال بدون تأشير لان ذلك سيجعل الاستمارة غير صالحة للبحث.

أولاً: المعلومات او البيانات الخاصة بالافراد عينة البحث:

- ١ - الجنس : ذكر () أنثى ()
- ٢ - العمر : ١٨ - ٢٩ () ٢٩ - ٣٩ ()
- ٣ - العنوان الوظيفي : مدير () مسؤول الشعبة ()
مسؤول الوحدة () موظف ()
- ٤ - عدد سنوات الخدمة: أقل من 5 سنة () من 6 - 10 سنة ()
من ١١ - ١٥ () من ١٦ فأكثر ()
- ٥ . الشهادات: دون الثانوية () ثانوية ()
دبلوم () بكالوريوس ()

ثانياً: الخدمات المصرفية (X6):

الرقم	العبارات	اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
P1	(تقدم المصرف خدمات متنوعة من فتح الحسابات وتقديم القروض واصدار خطابات الضمان والاعتمادات المستندية... الخ)					
P2	يتوفر الخدمات والأنشطة الحديثة في المصرف معتمدة في ذلك على الأنظمة والاستراتيجيات في المجال الإلكتروني.					
P3	يساهم الخدمات الإلكترونية في تخفيض ضغط العمل وتجنب الاجراءات الإدارية وتلبية حاجات العملاء المالية بعد أوقات العمل.					
P4	تعمل المصرف على توفير خدمات الصراف الآلي داخل المحافظة..					
P5	يتوفر خدمات مصرفية للعملاء من خلال الهواتف المحمولة والتحكم بحساباتهم واجراء العمليات التي يريد أن يقوم بها العميل.					
P6	يساهم في تطوير الخدمات من خلال الدخول إلى الصفحة الإلكترونية للبنك، حيث تسمح هذه الخدمة للعملاء الذين لديهم بطاقات لسحب الآلي من الدخول لمعلوماتهم المصرفية من أي مكان وعلى مدار الساعة.					
P7	يتوفر في مصرفنا مستوى مناسب من البنية التحتية التي تتضمن سير الخدمات الإلكترونية في ظلها بشكل جيد.					

					P8	مصرفنا قادرة على تأمين التواصل ونقل المعلومات الإلكترونية بين الاقسام الإدارية نفسها من جهة وبين الاقسام الادارية والمواطن من جهة أخرى.
					P9	هناك وسائل اتصال متاحة بالشبكة العالمية أو الداخلية في البلد وبأسعار معقولة لمعظم المواطنين للحصول على هذه الخدمات الإلكترونية.

ثالثاً: المعوقات التي تقف في وجه إدارة الخدمات المصرفية (X7):

الرقم	العبارات	اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
التحديات الإدارية والتنظيمية X8						
P10	هناك ضعف في التكيف مع الأسلوب الإلكتروني الجديد.					
P11	عدم وجود معرفة جيدة لدى العاملين في التعامل مع الاجهزة والمعدات بشكل جيد مما قد يتسبب احيانا إلى توقف النظام.					
التحديات الأمنية (X9)						
P12	هناك ضعف في المراقبة وقصور في الحماية بالإضافة إلى وجود احتمالات الكترونية وتزوير العناوين التي تتطلب إفشاء معلومات تتعلق بأمن العملاء					
التحديات التقنية واستخدامها (X10)						
P13	(صعوبة الحصول المصرف على الأجهزة الحاسوبية المتقدمة وضعف شبكات الاتصال والتغطية الإلكترونية)					
P14	(تردد العملاء من التعامل مع هذا الأسلوب وذلك بسبب عدم ثقتهم به للحصول على الخدمات المصرفية المطلوبة.)					
التحديات القانونية والتشريعية (X11)						
P15	(.هناك ضعف في الأنظمة والقوانين والتشريعات التي تحد من التجاوز على الشبكة والحفاظة على حقوق الآخرين لتوفير الأمن للعملاء والمتعاملين)					
التحديات التمويلية (X12)						
P16	انخفاض التخصيصات المالية للتحويل نحو استخدام الخدمات الإلكترونية، حيث يحتاج المصرف لتقديم الخدمات الإلكترونية إلى تمويل وتخصيصات مالية جيدة و دائمة.					
التحديات التنافسية (X13)						
P17	هناك فرصة كبيرة للمنافسة عن طريق الائتمنة من خلال خلق خدمة واسعة من الخدمات التي أصبح بالإمكان تقديمها.					
P18	صعوبة المنافسة مع المصارف الدولية وذلك لعدم توفر الكفاءات المناسبة من الموارد البشرية لتشغيل النظام بمستوى مناسب.					