



جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا  
كلية الدراسات العليا



# الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها في جذب العملاء بالمصارف السودانية

(دراسة ميدانية على عينة من المصارف)

## **E-banking Services and their Impact on Attracting Customers to Sudanese banks (Field study on a sample of banks)**

بحث مقدم لنيل درجة دكتوراه الفلسفة في الدراسات المصرفية

إشراف

أ.د محمد الفاتح محمود بشير المغربي

إعداد

الصادق خليفة آدم قوي

2018م/1440هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## الآية

قال تعالى:

{ رَبَّنَا آمَنَّا بِمَا أَنْزَلْتَ وَاتَّبَعْنَا الرَّسُولَ فَاكْتُبْنَا مَعَ الشَّاهِدِينَ }<sup>(1)</sup>

---

(1) سورة آل عمران الآية (53).

## لإهداء

إلى روح والدي وإخواني الذين رحلوا عنا إلى دار الخلود.  
إلى أمي أمد الله في عمرها.  
إلى زوجتي العزيزة إخلاصاً ووداً وتقديراً.  
إلى فلذات كبدي أبنائي الذين تحملوا كثير من غيابي عنهم  
إلى إخواني الأفاضل وأخواتي الكريمات .. إلى جميع أفراد عائلتي  
أهدي هذا البحث.

## الشكر والتقدير

أشكر المنعم العظيم على آلائه التي لا تُعد ولا تُحصى، ومن نعمه الجزيلة أن هداني للإيمان ووقفني، ودلّ لي سبل التحصيل، سبحانه ذو الفضل والإحسان؛ فإن الحمد لله رب العالمين والثناء له، أولاً وآخراً، وامتناناً لقوله: (لا يشكر الله من لا يشكر الناس)<sup>(1)</sup> أتقدم بالشكر والعرفان لجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا على ما تقوم به في سبيل خدمة العلم وطلابه، وما تبذله من جهود في نشر العلم من خلال إتاحتها لي الدراسة لإعداد رسالة الدكتوراه، وأخص بالشكر القائمين على كلية الدراسات العليا ممثلة في كلية الدراسات التجارية قسم البنوك والتمويل، فجزاهم الله خير الجزاء.

وعرفاناً لأهل الفضل بجميل فضلهم، ووفاءً لأهل الإحسان بصنيعهم، أتقدم بخالص شكري ووافر احترامي وعظيم امتناني، للذي أرشدني إلى التي هي أقوم، وتفضل على يقبله الإشراف على هذه الرسالة، أستاذي الكريم والفاضل " الأستاذ الدكتور محمد الفاتح المغربي"، إذ تابع عملي وصابر معي على طول المدة، إلى أن إستوى البحث على سوقه، وخرج بهذا الشكل، فجزاه الله عن العلم وأهله خير الجزاء.

كما لا يفوتني أن أتوجه بالشكر الجزيل إلى الأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة، لتفضلهم بقبول مناقشة هذه الرسالة، وتجميلها بأصوب الملاحظات، وأنفس التنقيحات، تقبل الله منهم وبارك في علمهم. وشكري موصول كذلك إلى كل من أسدى إلي نصحاً أو إرشاداً، وقدم لي يد المساعدة، وساندني في إتمام بحثي ولو بالكلمة الطيبة، سواء كانوا أفراداً أم مؤسسات وهم كثر. وليس على سبيل الحصر أخص بالشكر أساتذة كلية الدراسات التجارية بالجامعة لتوجيهاتهم وملاحظاتهم الثرة. والسادة في أقسام البنوك التجارية في ولاية الخرطوم لتعاونهم الكريم. وإلى كل فائتي شكرهم وأعتز بذكرهم والشكر والتقدير إلى كل من ساهم في إخراج هذا البحث بصورته الحالية ونسأل الله تعالى القبول، وأن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه.

جزى الله الجميع عني خير الجزاء

الباحث

(1) أبو داود، سليمان بن الأشعث السجستاني، أخرجه في سننه من حديث أبي هريرة رضي الله عنه، حديث رقم(4811)،

## المستخلص

هدف البحث إلى معرفة الخدمات المصرفية الإلكترونية و أثرها في جذب العملاء بالمصارف السودانية الفترة وكذلك التعرف على أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية ومساهمتها في تحقيق كفاءة القطاع المصرفي.

استند البحث على أربعة فرضيات هي : هنالك علاقة طردية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين سرعة انجاز المعاملات ، توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التطبيق السليم للخدمات المصرفية الإلكترونية وبين زيادة ثقة ورضاء العملاء بالنظام الإلكتروني ، توجد علاقة طردية بين تعدد الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين القدرة على استقطاب مدخرات العملاء وهنالك علاقة طردية بين زيادة حجم الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين زيادة كفاءة الجهاز المصرفي.

ولتحقيق أهداف البحث اتبع الباحث المنهج الاستقرائي التاريخي لمعرفة نشأة وتطور النظام المصرفي الإلكتروني والمنهج الاستقرائي الوصفي والتحليلي لتناول أثر استخدام النظام المصرفي الإلكتروني في التعاملات المصرفية، كما اتبع المنهج الإحصائي بإجراء دراسة تطبيقية على البنوك السودانية، حيث قام الباحث بتوزيع عدد (250) استبانته مكونة من قسمين الأول المعلومات الشخصية للمبحوثين والقسم الثاني مكون من أسئلة البحث والتي تشمل 32 فقرة على المستهدفين من موظفي البنوك السودانية والعملاء واستجاب (220) فرداً حيث أعادوا الاستبانة ، وقد تم تحليل البيانات التي تم جمعها باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، والتي يرمز لها اختصاراً بالرمز (SPSS).

وخلص البحث إلى عدد من النتائج أهمها وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 5% بين زيادة حجم الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين زيادة كفاءة أداء الجهاز المصرفي، أيضاً وجود علاقة طردية بين تعدد الخدمات الإلكترونية المصرفية وزيادة القدرة على استقطاب مدخرات العملاء عند مستوى الدلالة 5%. وخرج هذا البحث بعدد من التوصيات أهمها ضرورة قيام البنوك بتطوير خدماتها الإلكترونية لمواكبة التقنيات التكنولوجية واعتماد أحدث التقنيات المصرفية. وتحسين مستوى الخدمة المقدمة للعملاء. والعمل على بناء استخدام نقاط البيع وتوفير شبكات متعددة من المحلات التجارية والاهتمام بتسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية، والاستجابة السريعة لمشاكل العملاء من خلال موظف مدرب قادر.

## **Abstract**

This research aims at identifying the electronic banking services and their impact on attracting customers to the Sudanese banks, as well as identifying the types of electronic banking services and their contribution to the efficiency of the banking sector.

The study is based on four hypotheses: there is a positive relationship between electronic banking services and the speed of completion of transactions. There is a statistically significant relationship between the proper application of electronic banking services and increasing customer confidence and satisfaction in the electronic system. There is a positive relationship between the multiple electronic banking services and the ability to attract customer savings. There is a positive relationship between increasing the volume of electronic banking services and increasing the efficiency of the banking system. In order to achieve the objectives of the research, the researcher adopts the historical inductive method to study the emergence and evolution of the electronic banking system and the descriptive, analytical and inductive method to address the impact of the use of the electronic banking system on banking transactions. The researcher adopts the statistical method by conducting an applied study on Sudanese banks, distributing 250 questionnaires consisting of two sections; the first section contains the personal information of the respondents and the second section contains the research questions, which include 32 paragraphs regarding the targeted employees of the Sudanese banks and the customers. 220 individuals responded to the questionnaire. Data was collected using the Statistical Package for Social Sciences program, symbolized by the abbreviation SPSS.

The study came to a number of results, the most important of which is the existence of a positive relationship of statistical significance at the level of significance of 5% between increasing the volume of electronic banking services and increasing the efficiency of the performance of the banking system. Also, there is a positive relationship between multiple electronic banking services and increasing the ability to attract customers' savings at the level of significance 5%.

The research concluded to a number of recommendations, the most important of which is the need for banks to develop their electronic services to keep abreast with the new banking technology, adopt the latest banking techniques and improve the level of service provided to customers. Working on establishing the use of point of sale (POS), providing multiple networks of shops, paying attention to the marketing of electronic banking services and rapid response to customer complaints, through a trained qualified employee.

## قائمة الموضوعات

| الصفحة  | الموضوع   |
|---|---|
| أ   | الآية   |
| ب   | الإهداء   |
| ج   | الشكر والتقدير  |
| د   | المستخلص  |
| هـ  | Abstract  |
| و   | قائمة الموضوعات   |
| ط   | قائمة الجداول   |
| م   | قائمة الأشكال   |
| <b>الفصل الأول</b><br><b>الإطار المنهجي للبحث والدراسات السابقة</b>         |   |
| 2   | المبحث الأول : الإطار المنهجي   |
| 6   | المبحث الثاني الدراسات السابقة  |
| <b>الفصل الثاني</b><br><b>المصارف واستخدام التقنية في العمليات المصرفية</b> |   |
| 27  | المبحث الأول: تعريف مفهوم الصيرفة الإلكترونية أهدافها وأهميتها                        |
| 27  | المطلب الأول: تعريف البنك، والمصرف، لغة واصطلاحاً                                     |
| 30  | المطلب الثاني: المطلب الثاني: مفهوم وتعريف ومزايا وأهداف المصارف والصيرفة الإلكترونية |
| 40  | المطلب الثالث: مراحل التطور التكنولوجي في العمل المصرفي                               |
| 43  | المبحث الثاني: مقارنة بين المصارف التقليدية والإلكترونية ومتطلباتها                   |
| 37  | المطلب الأول: مقارنة بين البنوك الإلكترونية والبنوك التقليدية                         |
| 47  | المطلب الثاني: متطلبات وعوامل نجاح ومخاطر البنوك الإلكترونية                          |
| 52  | المبحث الثالث: آليات وأساليب استخدام التقنية في العمليات المصرفية                     |



| الصفحة   | الموضوع   |
|--|---|
| 52   | المطلب الأول: آلية وأدوات ومنافذ المصارف الإلكترونية                                |
| 61   | المطلب الثاني: أساليب واستخدام التكنولوجيا الحديثة في العمليات المصرفية             |
| 69   | المطلب الثالث: مفهوم وخصائص الخدمات المصرفية الإلكترونية                            |
| 79   | المبحث الرابع: أنظمة وأدوات الدفع الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني                   |
| 79   | المطلب الأول : أنظمة وأدوات الدفع الإلكترونية                                       |
| 88   | المطلب الثاني : مفهوم وخصائص وأنواع التوقيع الإلكتروني                              |
| 96   | المطلب الثالث : حجة التوقيع الإلكتروني في الإثبات                                   |
| <b>الفصل الثالث</b>  |   |
| <b>تحليل أبعاد التطور العالمي على الخدمات المصرفية الإلكترونية</b>       |   |
| 105  | المبحث الأول: تحليل إدارة العولمة لمستقبل الخدمات المصرفية الإلكترونية              |
| 105  | المطلب الأول: موجة التحرر من القيود   |
| 110  | المطلب الثاني: الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات                                  |
| 119  | المبحث الثاني: تحليل متغيرات المنافسة في السوق العالمي للصيرفة الإلكترونية          |
| 119  | المطلب الأول : المنافسة البنكية   |
| 123  | المطلب الثاني : المتغيرات العالمية واحتدام المنافسة                                 |
| 125  | المطلب الثالث : الابتكارات المالية  |
| 136  | المبحث الثالث: تحليل تحديات ومخاطر العمل المصرفي الإلكتروني                         |
| 136  | المطلب الأول : تحديات العمل المصرفي الإلكتروني                                      |
| 141  | المطلب الثاني: المخاطر التي تواجه العمل المصرفي الإلكتروني                          |
| 148  | المطلب الثالث: مبادئ إدارة المخاطر المصرفية وراقبتها                                |
| 154  | المطلب الرابع : معايير لجنة بازل لإدارة ومراقبة مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية |
| <b>الفصل الرابع</b>  |   |
| <b>دراسة تطبيقية على نشأة وتطور النظام المصرفي الإلكتروني في السودان</b> |   |
| 161  | المبحث الأول: نشأة وتطور النظام المصرفي الإلكتروني في السودان                       |
| 161  | المطلب الأول : تعريف المصارف ونشأتها  |

| الصفحة                           | الموضوع   |
|----------------------------------|---|
| 163                              | المطلب الثاني :مراحل تطور القطاع المصرفي في السودان                                     |
| 178                              | المبحث الثاني: نشاطات تجربة الخدمات المصرفية الإلكترونية في المصارف السودانية           |
| 178                              | المطلب الأول: تطور التقنية المصرفية في السودان  |
| 185                              | المطلب الثاني: دور بنك السودان المركزي في تطوير التقنية المصرفية الإلكترونية            |
| 194                              | المطلب الثالث : مؤشرات استخدام التقنية المصرفية   |
| 199                              | المطلب الرابع : الإجراءات والتشريعات المنظمة للعمل في مجال التقنية المصرفية الإلكترونية |
| 208                              | المبحث الثالث: تقييم تجربة الخدمات المصرفية الإلكترونية في السودان                      |
| 205                              | المطلب الأول: التحديات التي تواجه الخدمات المصرفية الإلكترونية                          |
| 212                              | المطلب الثاني: الرقابة على الخدمات المصرفية الإلكترونية                                 |
| 216                              | المطلب الثالث: الدور الرقابي والإشرافي لبنك السودان                                     |
| <b>الفصل الخامس</b>              |   |
| <b>منهجية الدراسة وإجراءاتها</b> |   |
| 220                              | المبحث الأول: إجراءات الدراسة الميدانية   |
| 227                              | المبحث الثاني: تحليل بيانات الدراسة واختبار الفروض                                      |
| 227                              | المطلب الأول : النتائج المتعلقة بوصف خصائص أفراد عينة الدراسة                           |
| 235                              | المطلب الثانية : النتائج المتعلقة بمحاور الدراسة  |
| <b>خاتمة</b>                     |   |
| 301                              | النتائج   |
| 304                              | التوصيات  |
| 305                              | المصادر والمراجع  |
| 326                              | الملاحق   |

## قائمة الجداول

| الرقم  | عنوان الجدول  | الصفحة |
|--------|---|--------|
| (1-2)  | دراسة دود- بول انخفاض تكلفة أداء الخدمات عبر الشبكة مقارنة بالقنوات الأخرى                  | 35     |
| (2-2)  | فرق التكلفة بين القنوات التقليدية والانترنت   | 44     |
| (3-2)  | تقدير تكلفة الخدمات عبر قنوات مختلفة  | 44     |
| (4-2)  | تقدير تكلفة الخدمات عبر قنوات مختلفة  | 45     |
| (5-2)  | مقارنة بين الابتكارات المالية في البنوك الإلكترونية والابتكارات المالية في البنوك التقليدية | 45     |
| (6-2)  | الاختلافات الجوهرية بين البنوك التقليدية والبنوك الإلكترونية                                | 46     |
| (7-2)  | نسبة الصراف الآلي لكل 100 ألف راشد في العالم خلال الفترة من 2004 - 2012 م                   | 55     |
| (8-2)  | نهائي نقطة البيع الإلكترونية  | 57     |
| (9-2)  | عدد المستخدمين للصيرفة عبر الهاتف النقال  | 59     |
| (10-2) | عمليات الدفع عبر الهاتف النقال في العالم في الفترة 2010 - 2017                              | 60     |
| (1-4)  | هيكل الجهاز المصرفي خلال الفترة (1903-1959م)  | 164    |
| (2-4)  | تأميم البنوك الأجنبية   | 166    |
| (3-4)  | هيكل الجهاز المصرفي حتى 1970  | 167    |
| (4-4)  | لائحة بالمصارف العاملة في السودان حتى 2016  | 174    |
| (5-4)  | عدد البطاقات المصدرة للمصارف  | 195    |
| (6-4)  | إجمالي عدد ماكينات الصرافات الآلية  | 196    |
| (7-4)  | عدد نقاط البيع  | 197    |
| (8-4)  | الأصول والودائع والتمويل في الميزانية الموحدة للمصارف في السودان                            | 198    |
| (9-4)  | جزاء مخالفة تشغيل الصرافات الآلية ATMs  | 204    |
| (1-5)  | مقياس التقدير الخماسي لعبارات محاور أداة الدراسة  | 222    |

| الرقم  | عنوان الجدول  | الصفحة |
|--------|---|--------|
| (2-5)  | قائمة بأسماء وعناوين محكمي أداة الدراسة   | 223    |
| (3-5)  | معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة  | 224    |
| (4-5)  | توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير العمر   | 227    |
| (5-5)  | توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي   | 229    |
| (6-5)  | توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير التخصص العلمي   | 230    |
| (7-5)  | توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير المؤهل المهني   | 231    |
| (8-5)  | توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير المتغير المركز الوظيفي                                  | 232    |
| (9-5)  | توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير الخبرة  | 234    |
| (10-5) | التوزيع التكراري للعبارة الأولى   | 236    |
| (11-5) | التوزيع التكراري للعبارة الثانية  | 237    |
| (12-5) | التوزيع التكراري للعبارة الثالثة  | 238    |
| (13-5) | التوزيع التكراري للعبارة الرابعة  | 239    |
| (14-5) | التوزيع التكراري للعبارة الخامسة  | 240    |
| (15-5) | التوزيع التكراري للعبارة السادسة  | 241    |
| (16-5) | التوزيع التكراري للعبارة السابعة  | 242    |
| (17-5) | التوزيع التكراري للعبارة الثامنة  | 243    |
| (18-5) | الوسيط والوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الأولى | 244    |
| (19-5) | نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق لإجابات الفرضية الأولى                                    | 245    |
| (20-5) | نتائج اختبار الفرضية الأولى   | 249    |
| (21-5) | عينة الدراسة حسب عبارات الفرضية الأولى  | 250    |
| (22-5) | التوزيع التكراري للعبارة الأولى   | 252    |
| (23-5) | التوزيع التكراري للعبارة الثانية  | 253    |
| (24-5) | التوزيع التكراري للعبارة الثالثة  | 254    |
| (25-5) | التوزيع التكراري للعبارة الرابعة  | 255    |

| الرقم  | عنوان الجدول   | الصفحة |
|--------|--|--------|
| (26-5) | التوزيع التكراري للعبارة الخامسة   | 256    |
| (27-5) | التوزيع التكراري للعبارة السادسة   | 257    |
| (28-5) | التوزيع التكراري للعبارة السابعة   | 258    |
| (29-5) | التوزيع التكراري للعبارة الثامنة   | 259    |
| (30-5) | الوسيط والوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الثانية | 261    |
| (31-5) | نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق لإجابات الفرضية الثانية                                    | 263    |
| (32-5) | نتائج اختبار الفرضية الثانية   | 266    |
| (33-5) | عينة الدراسة حسب عبارات الفرضية الثانية  | 267    |
| (34-5) | التوزيع التكراري للعبارة الأولى  | 269    |
| (35-5) | التوزيع التكراري للعبارة الثانية   | 270    |
| (36-5) | التوزيع التكراري للعبارة الثالثة   | 271    |
| (37-5) | التوزيع التكراري للعبارة الرابعة   | 272    |
| (38-5) | التوزيع التكراري للعبارة الخامسة   | 273    |
| (39-5) | التوزيع التكراري للعبارة السادسة   | 274    |
| (40-5) | التوزيع التكراري للعبارة السابعة   | 275    |
| (41-5) | التوزيع التكراري للعبارة الثامنة   | 276    |
| (42-5) | الوسيط والوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الثالثة | 277    |
| (43-5) | نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق لإجابات الفرضية الثالثة                                    | 279    |
| (44-5) | نتائج اختبار الفرضية الثالثة   | 282    |
| (45-5) | عينة الدراسة حسب عبارات الفرضية الثالثة  | 283    |
| (46-5) | التوزيع التكراري للعبارة الأولى  | 285    |
| (47-5) | التوزيع التكراري للعبارة الثانية   | 286    |
| (48-5) | التوزيع التكراري للعبارة الثالثة   | 287    |

| الصفحة | عنوان الجدول   | الرقم  |
|--------|--|--------|
| 288    | التوزيع التكراري للعبارة الرابعة   | (49-5) |
| 289    | التوزيع التكراري للعبارة الخامسة   | (50-5) |
| 290    | التوزيع التكراري للعبارة السادسة   | (51-5) |
| 291    | التوزيع التكراري للعبارة السابعة   | (52-5) |
| 292    | التوزيع التكراري للعبارة الثامنة   | (53-5) |
| 293    | الوسيط والوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الرابعة | (54-5) |
| 296    | نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق لإجابات الفرضية الرابعة                                    | (55-5) |
| 298    | نتائج اختبار الفرضية الرابعة   | (56-5) |
| 299    | عينة الدراسة حسب عبارات الفرضية الرابعة  | (57-5) |

## قائمة الأشكال

| الصفحة | عنوان الشكل  | الرقم  |
|--------|--|--------|
| 142    | مركبات المخاطر التشغيلية لدى البنوك وفق لجنة بازل            | (1-3)  |
| 169    | هيكل الجهاز المصرفي بالسودان حتى 1983م                       | (1-4)  |
| 176    | هيكل الجهاز المصرفي بالسودان حتى 2016م                       | (2-4)  |
| 228    | توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير العمر                  | (1-5)  |
| 229    | توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي          | (2-5)  |
| 230    | توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير التخصص العلمي          | (3-5)  |
| 231    | توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير المؤهل المهني          | (4-5)  |
| 233    | توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير المتغير المركز الوظيفي | (5-5)  |
| 234    | توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير الخبرة                 | (6-5)  |
| 236    | التوزيع التكراري للعبارة الأولى                              | (7-5)  |
| 237    | التوزيع التكراري للعبارة الثانية                             | (8-5)  |
| 238    | التوزيع التكراري للعبارة الثالثة                             | (9-5)  |
| 239    | التوزيع التكراري للعبارة الرابعة                             | (10-5) |
| 240    | التوزيع التكراري للعبارة الخامسة                             | (11-5) |
| 241    | التوزيع التكراري للعبارة السادسة                             | (12-5) |
| 242    | التوزيع التكراري للعبارة السابعة                             | (13-5) |
| 243    | التوزيع التكراري للعبارة الثامنة                             | (14-5) |
| 251    | عينة الدراسة حسب عبارات الفرضية الأولى                       | (15-5) |
| 253    | التوزيع التكراري للعبارة الأولى                              | (16-5) |
| 254    | التوزيع التكراري للعبارة الثانية                             | (17-5) |
| 255    | التوزيع التكراري للعبارة الثالثة                             | (18-5) |
| 256    | التوزيع التكراري للعبارة الرابعة                             | (19-5) |
| 257    | التوزيع التكراري للعبارة الخامسة                             | (20-5) |

| الصفحة | عنوان الشكل                              | الرقم  |
|--------|--|--------|
| 258    | التوزيع التكراري للعبارة السادسة         | (21-5) |
| 259    | التوزيع التكراري للعبارة السابعة         | (22-5) |
| 260    | التوزيع التكراري للعبارة الثامنة         | (23-5) |
| 267    | عينة الدّراسة حسب عبارات الفرضية الثانية | (24-5) |
| 269    | التوزيع التكراري للعبارة الأولى          | (25-5) |
| 270    | التوزيع التكراري للعبارة الثانية         | (26-5) |
| 271    | التوزيع التكراري للعبارة الثالثة         | (27-5) |
| 272    | التوزيع التكراري للعبارة الرابعة         | (28-5) |
| 273    | التوزيع التكراري للعبارة الخامسة         | (29-5) |
| 274    | التوزيع التكراري للعبارة السادسة         | (30-5) |
| 275    | التوزيع التكراري للعبارة السابعة         | (31-5) |
| 276    | التوزيع التكراري للعبارة الثامنة         | (32-5) |
| 283    | عينة الدّراسة حسب عبارات الفرضية الثالثة | (33-5) |
| 285    | التوزيع التكراري للعبارة الأولى          | (34-5) |
| 286    | التوزيع التكراري للعبارة الثانية         | (35-5) |
| 287    | التوزيع التكراري للعبارة الثالثة         | (36-5) |
| 288    | التوزيع التكراري للعبارة الرابعة         | (37-5) |
| 289    | التوزيع التكراري للعبارة الخامسة         | (38-5) |
| 290    | التوزيع التكراري للعبارة السادسة         | (39-5) |
| 291    | التوزيع التكراري للعبارة السابعة         | (40-5) |
| 292    | التوزيع التكراري للعبارة الثامنة         | (41-5) |
| 300    | عينة الدّراسة حسب عبارات الفرضية الرابعة | (42-5) |



## الفصل الأول

الإطار المنهجي والدراسات السابقة

المبحث الأول: الإطار المنهجي

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

## المبحث الأول

### الإطار المنهجي للبحث

#### مقدمة:

تعتبر المصارف من أهم الركائز الأساسية التي يقوم عليها الاقتصاد الوطني في مختلف الدول نتيجة للدور الكبير الذي تقوم به في استقطاب المدخرات، ووضعها ضمن المشروعات والاستثمارات الداخلية والخارجية للدولة، وتلقي الودائع ومنح الائتمان الذي يشكل النشاط الرئيسي للمصارف. ولذلك فهي أكثر تأثراً واستجابة لكل التطورات أو المتغيرات التي تطرأ على القطاع المالي داخلياً وخارجياً. ونتيجة للتطورات العالمية وخاصة في مجال تقنية المعلومات والاتصالات سعت المصارف إلى تبني العديد من التغيرات في طبيعة عملها مستفيدة من تلك الطفرة لمواكبة كل ما هو جديد لكي تضمن بقاءها واستمرارها. فاستخدمت بدايةً الهاتف الثابت المصرفي ثم الهاتف المتحرك لتقديم خدماتها، إلا أنها لا تلبى رغبات عملاءها. وبعد ظهور شبكة الانترنت ظهرت التجارة الالكترونية وهي من أهم العوامل التي ساهمت وساعدت المصارف لتطوير هياكلها وتبني الأنظمة الالكترونية والخدمات المصرفية الالكترونية تهدف من ذلك رفع كفاءة أداءها مستخدمة الأدوات والقنوات الالكترونية المختلفة مثل الصرافات الآلية، ونقاط البيع والهاتف المصرفي والهاتف النقال والتلفزيون الرقمي وغيرها من القنوات، وكذلك استخدام طرق الدفع الالكترونية المختلفة مثل التحويلات الالكترونية، البطاقات المصرفية بأنواعها، النقود الالكترونية والشيكات الالكترونية وغيرها. وكذلك تهدف المصارف من تبني التقنية المصرفية إلى إرضاء عملاءها والمحافظة عليهم وكذلك جذب المزيد من العملاء وزيادة المدخرات.

#### مشكلة البحث :

نتيجة للتطورات الهائلة التي أحدثتها ثورة تكنولوجيا المعلومات ، اتجهت معظم البنوك للاستفادة من تلك الثورة واستخدامها في تطوير خدماتها البنكية ورفع كفاءتها في ظل التنافس الشديد الذي يشهده القطاع المصرفي ومع بداية ظهور شبكة الانترنت والتي أحدثت نقلة نوعية كبيره في المجال المصرفي لجأت معظم المصارف لتقديم خدماتها الالكترونية المصرفية عن بعد لجميع عملاءها ، إلا أن هنالك عدد من التحديات التي

واجهتها المصارف السودانية في تطبيق واستخدام خدمات التقنية المصرفية بالطريقة المثلى مثل عدم وجود ثقافة استخدام التقنية والجهل بها من معظم العملاء وكذلك لعدم وجود التدريب الكافي لبعض موظفي هذه البنوك للتعامل وإدارة الخدمات الإلكترونية وعليه يبقى السؤال الرئيسي هو:

ما هو أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في جذب العملاء؟

و تتفرع منه الأسئلة الفرعية التالية :

1/ هل تؤثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في سرعة انجاز المعاملات المصرفية؟

2/ هل يؤثر التطبيق السليم للخدمات المصرفية الإلكترونية في زيادة ثقة ورضاء

العملاء؟

3/ هل تؤثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في استقطاب مدخرات العملاء؟

4/ هل يؤثر زيادة حجم الخدمات المصرفية الإلكترونية في كفاءة أداء المصارف

السودانية؟

**فرضيات البحث:**

1/ هنالك علاقة طردية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين سرعة انجاز

المعاملات.

2/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التطبيق السليم للخدمات المصرفية

الإلكترونية وبين زيادة ثقة ورضاء العملاء بالنظام الإلكتروني.

3/ توجد علاقة طردية بين تعدد الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين القدرة على

استقطاب مدخرات العملاء.

4/ هنالك علاقة طردية بين زيادة حجم الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين زيادة

كفاءة الجهاز المصرفي.

**أهداف البحث:**

يهدف البحث إلى دراسة أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في جذب العملاء

بالمصارف السودانية ولتحقيق تلك الأهداف تم التركيز على النقاط التالية :

1/ التعرف على مدى مساهمة الخدمات المصرفية الالكترونية في انجاز المعاملات.

2/ التعرف على مدى مساهمة تطبيق النظام المصرفي الإلكتروني في ثقة ورضاء العملاء.

3/ التعرف على مدى مساهمة تعدد الخدمات المصرفية الالكترونية في زيادة استقطاب مدخرات العملاء.

4/ التعرف على أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية ومساهمتها في تحقيق كفاءة القطاع المصرفي.

#### أهمية البحث:

نسبة للتطور التقني والتحولت التي أحدثتها وستحدثها ثورة تكنولوجيا المعلومات في الوقت الحالي والمستقبلي في مجال تقديم الخدمات المصرفية الكترونيا تتبع أهمية البحث فما يلي :-

من الناحية النظرية ، حادثة وقلة من تناول أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في جذب العملاء وكذلك تحقيق كفاءة أداء المصارف وذلك لحدثة التجربة المصرفية الإلكترونية موثقة في أدبيات المعرفة وكذلك الحاجة إلى دراسات منهجية وعلمية تساهم في تقييم تجربة تبني التقنية المصرفية الالكترونية في الجهاز المصرفي السوداني وتوفير المعلومات اللازمة التي تساعد المسؤولين في القطاع المصرفي والدولة في اتخاذ القرارات وكذلك مساعدة الباحثين والمسؤولين لمعرفة كل خبايا الصيرفة الإلكترونية.

اما من الناحية العملية فتتبع أهمية البحث في تعزيز مفهوم التقنية المصرفية التي تستخدمها المصارف في تقديم خدماتها وتحليل أهم مزاياها ومعيقاتها ومخاطرها وسبل النجاح التي تساهم في رفع كفاءتها وضمان استمرارها ومنافستها وكذلك تكمن الأهمية في إبراز أنواع الخدمات المصرفية الالكترونية التي يبحث عنها العملاء وتوفيرها لهم وإبراز الجوانب الايجابية لتلك الخدمات والتي بدورها تساهم في جذب العديد من العملاء واستقطاب مزيد من مدخراتهم التي تساهم في توفير السيولة اللازمة للمصارف وبالتالي تستطيع توظيفها في مشاريع مختلفة تستطع من خلالها رفع عوائدها.

## منهجية البحث:

اتبع الباحث المنهج الاستقرائي التاريخي لمعرفة نشأة وتطور النظام المصرفي الإلكتروني والمنهج الاستقرائي الوصفي والتحليلي لتناول أثر استخدام النظام المصرفي الإلكتروني في التعاملات المصرفية، كما اتبع منهج الإحصائي بإجراء دراسة تطبيقية على البنوك السودانية، وذلك وفقاً لأسس ومناهج البحث العلمي. ودراسة البيانات المتعلقة بالفترة موضوع الدراسة وذلك عن طريق الاستبانة المعدة والمرسلة إلى جهات الاختصاص واستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، والتي يرمز لها اختصاراً بالرمز (SPSS)، وذلك بعد أن تم ترميز البيانات وإدخالها للتحليل .

## حدود البحث:

- 1/ حدود مكانية: المصارف السودانية (السودان).
- 2/ حدود زمانية: هي الفترة من 2008 وحتى 2017م
- 3/ حدود بشرية: العاملين وعملاء المصارف السودانية

## مصادر وأدوات البحث:

يعتمد البحث على المصادر التالية:

- 1/ مصادر أولية وهي عبارة عن المقابلات واستبيانات ولقاءات الباحث مع بعض المختصين والمدراء.
- 2/ مصادر ثانوية وتشمل المراجع والدوريات والنشرات وتقارير بنك السودان المركزي والمواقع الإلكترونية للمصارف السودانية وتقارير ومنشورات للمواقع السودانية.

## المبحث الثاني

### الدراسات السابقة

تزايد الاهتمام بالخدمات المصرفية الإلكترونية في القرن الحالي وذلك نتيجة لتطور تكنولوجيا المعلومات، إذ يمكن قياس مستوى التطور الاقتصادي للمجتمعات بمدى كفاءة الأنظمة المصرفية ونوعية الخدمات التي تقدمها المصارف لعملائها.

قام الباحث بالإطلاع على بعض البحوث والدراسات العلمية التي لها علاقة بالدراسة الحالية لمعرفة علاقة هذه الدراسات بهذه الدراسة ومعرفة ما توصل له الباحثون في هذا المجال ، حيث تؤكد الدراسات السابقة على أهمية الاستثمار في الخدمات المصرفية المرتكزة على التكنولوجيا الحديثة.

#### دراسات محلية:

#### دراسة هيثم خليل مرسي أبو بكر (2017) (1)

هدفت الدراسة إلى معرفة دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في جذب العملاء، وتمثلت المشكلة في الأمية التقنية لدى عملاء البنوك وعدم التدريب الكافي للعاملين بالبنوك التجارية لإدارة وتشغيل هذه الخدمات. واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، كما استخدم الاستبيان في جمع البيانات والمعلومات. واشتملت الدراسة على العديد من الفرضيات أهمها: تؤدي قلة التدريب الكافي للعاملين والأمية التقنية لدى عملاء المصارف السودانية إلى شعورهم بعدم الأمان أثناء تنفيذ معاملاتهم المختلفة، وبالإضافة إلى أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية ورفع كفاءة العمل المصرفي، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها مواكبة الإدارة العليا بالقطاع المصرفي لأهمية تطبيق الخدمات المصرفية الإلكترونية يؤدي إلى جذب العملاء. كما أن هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين معرفة العملاء بالخدمات المصرفية الإلكترونية وجذب العملاء. وأوصت الدراسة بضرورة مواكبة الإدارة العليا بالقطاع المصرفي السوداني للتطور التكنولوجي في مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية وتدريب العاملين عليها بغرض تقديم أفضل الخدمات للمنافسة العالمية. العمل على زيادة الوعي المجتمعي عبر

---

(1) هيثم خليل مرسي أبو بكر ، (2017)، دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في جذب العملاء : بالتطبيق على القطاع المصرفي السوداني، رسالة دكتوراه في إدارة الأعمال ، جامعة النيلين .

وسائل الاتصال الجماهيري المختلفة بالعمل المصرفي عموماً والخدمات المصرفية الإلكترونية على وجه الخصوص.

#### دراسة سعد عبد الله سيد احمد والأمين المبارك (2017) (1)

هدفت هذه الدراسة معرفة دور التقنية الحديثة في تطوير الأداء بالمصارف السودانية، بالتطبيق على بنك فيصل الإسلامي السوداني (2005-2015م). اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لتحليل بيانات الاستبانة باستخدام برنامج (SPSS). وافترضت الدراسة وجود علاقة بين استخدام التقنية المصرفية وتطوير الأداء المصرفي في بنك فيصل الإسلامي السوداني، وأن للتقنية المصرفية دور في زيادة النشاط المصرفي.

تكمن مشكلة الدراسة في معرفة إلى أي مدى استفادت المصارف السودانية من التقنية الحديثة.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن استخدام التقنية الحديثة في المصارف وفر الجهد والمال والوقت وجودة الخدمة المقدمة للعملاء. كما أوصت الدراسة بعدة توصيات أهمها: أحكام التنسيق بين المصارف وشركات الاتصال والاهتمام بالتدريب التقني المتقدم للعاملين بالمصارف.

#### دراسة محمد شرف الدين الطيب وآخرون (2016) (2)

هدفت هذه الدراسة لتقويم تبني الصيرفة الالكترونية من قبل المصارف العاملة بالسودان باستخدام النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية.

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي حيث تم الاعتماد على أداة الاستبانة في جمع البيانات الأولية من عينة من عملاء بعض المصارف العاملة بالسودان بغرض تحديد اثر العناصر التي تضمنها نموذج الدراسة في نية العملاء في تبني الخدمات المصرفية الالكترونية.

---

(1) سعد عبد الله سيد احمد الكرم والأمين المبارك، (2017)، دور التقنية في تطوير الأداء المصرفي بالمصارف السودانية، دراسة تطبيقية على بنك فيصل الإسلامي السوداني في الفترة 2005-2015م، مجلة العلوم الاقتصادية العدد (1) 18 2017 جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

(2) محمد شرف الدين وعبد العظيم المهمل محمد محمود، (2016)، تقويم تجربة الخدمات المصرفية الالكترونية بواسطة المصارف التجارية العاملة في السودان باستخدام النظرية الموحدة لقبول التقنية، مجلة العلوم الاقتصادية العدد (1) 17 2016 جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

أهم فروض الدراسة تمثلت في هل هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية ايجابية بين انتشار الخدمات المصرفية الالكترونية والنية في استخدامها. توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن كل من جودة الخدمة والسعر والانتشار بالإضافة لبقية المتغيرات التي تضمنتها النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية تؤثر على نية استخدام العملاء للصيرفة الالكترونية في السودان، أيضاً هناك تنامي مطرد في استخدام قنوات تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية في السودان مما يشير إلى تزايد في تبني الخدمات المصرفية الالكترونية في السودان .

أوصت الدراسة المصارف بالمزيد من التركيز على التعامل مع المتطلبات الأساسية لتبني الخدمات المصرفية الالكترونية الأمر الذي يمكن أن ينعكس في تبني أوسع لتلك الخدمات في السودان.

دراسة: إبراهيم, طلحة علي محمد، عبد الرحمن محمد محمد سعيد(2012) (1):

يهدف البحث إلى إبراز الدور الكبير الذي يلعبه التسويق المصرفي في تطوير الخدمات المصرفية وكذلك دوره في تحقيق أهداف المصارف والوصول إلى الأسلوب العلمي الأمثل والناجح للتسويق المصرفي أستند للفروض الآتية : وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مطابقة مستوي وأسلوب وسعر الخدمة ودرجة الرضا عن الخدمة ، ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين موقع الفرع والتسهيلات المقدمة والرضا عن الخدمة ، هنالك اختلاف في درجة الرضا عن تقديم الخدمات يؤدي إلى عدم جذب العملاء ، تم استخدام المنهج التاريخي من أجل تكوين الجانب النظري ومنهج دراسة الحالة ومنهج المسح الميداني وقد خرج البحث بعدد من النتائج أهمها الخدمة المميزة هي الأساس في المفاضلة بين بنك وآخر حيث تتشابه عروض جميع البنوك تقريباً في كافة الخدمات التي تقدمها وكذلك أن تقديم الخدمة الجيدة لم يعد اختيارياً أو مجموعة لشعارات وأساليب الدعاية بل أصبح واقع تفرضه طبيعة الظروف والمتغيرات في بيئة الأعمال المعاصرة كما تفرضه طبيعة وخصائص العملاء أنفسهم وكذلك تم التواصل إلى أن الأساس لتحقيق النجاح والنمو والاستمرارية في السوق يتوقف على وجود قاعدة من العملاء وتقوية العلاقة

---

(1) إبراهيم, طلحة علي محمد، عبد الرحمن محمد محمد سعيد، (2012)، أثر تسويق الخدمات المصرفية علي

جذب العملاء في المصارف السودانية ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا. منشور على

<http://repository.sustech.edu/handle/123456789/3084>



التي بين العملاء بالبنك ، كما أوصى الباحث بعدد من التوصيات أهمها إنشاء أقسام للتسويق المصرفي بفروع البنك ووضع إستراتيجية تسويقية تعمل على جذب المزيد من العملاء الحاليين وكذلك الاستمرارية في تهيئة فروع البنك وتحسين العمل .

دراسة: وعد عبد الرحمن (2012)<sup>(1)</sup>:

أجريت الدراسة على المصارف العاملة في السودان تمثلت مشكلة البحث في معرفة مستوى جودة خدمة الصراف الآلي المقدمة من قبل المصارف السودانية ومدى تلبيةها لتوقعات العملاء والتزامها بمعايير الجودة المتعارف عليها.

هدفت الدراسة للتعريف بالخدمات المصرفية الإلكترونية عموماً وخدمة الصراف الآلي على وجه الخصوص، آلياتها وقواعدها وطرق قياس مستوى جودة الخدمات فيها.

توصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها أن الصراف الآلي في السودان يقدم خدمات مصرفية متنوعة تلبي الاحتياجات المتعددة للعملاء كما أنه يقدم خدماته ومعاملاته من مواقع آمنة. وأوصت الدراسة بعدد من التوصيات من أهمها الاهتمام بمسألة تقييم جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية واعتبارها معيار لقياس جودة هذه الخدمات وكذلك زيادة الخدمات التي يقدمها الصراف الآلي وتخفيض تكلفتها تحقيقاً للميزة التنافسية.

دراسة: مصطفى الجزولي (2012)<sup>(2)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعريف بمفهوم الصيرفة الإلكترونية، ومفهوم تحرير تجارة الخدمات المصرفية وتأثير الصيرفة الإلكترونية في المصارف السودانية في ظل تحرير الخدمات المصرفية ومساهمتها في زيادة كفاءة المصارف وتنويع الخدمات المصرفية.

وتوصلت الدراسة إلى أن الصيرفة الإلكترونية تؤثر إيجاباً على جودة الخدمات المصرفية المقدمة في ظل تحرير تجارة الخدمات وأن للصيرفة الإلكترونية دوراً في زيادة الكفاءة والفعالية بالمصارف في ظل تحرير تجارة الخدمات المصرفية.

---

(1) وعد عمر محمد أحمد عبد الرحمن، (2012)، تقويم جودة خدمات الصراف الآلي في السودان، دراسة لنيل

درجة الماجستير في الدراسات المصرفية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

(2) الجزولي مصطفى، (2012)، أثر الصيرفة الإلكترونية في المصارف السودانية في ظل تحرير الخدمات

المصرفية، دراسة حالة بنك فيصل الإسلامي، بحث ماجستير، جامعة السودان، الخرطوم.

وأوصت الدراسة بضرورة التوسع في الخدمات الإلكترونية وضرورة تأهيل العاملين في المصارف لمواكبة التسارع في مجال التقنية لمزيد من التنافسية وضرورة الاهتمام المستمر في توفير البنية التحتية الملائمة لتطبيق البرامج المتعلقة بالخدمات المصرفية الإلكترونية من حيث توفير البرمجيات والمعدات الملائمة للتطورات الحديثة وذلك بتخصيص ميزانية خاصة لمتابعة التطورات التكنولوجية المتعلقة بالخدمات المصرفية الإلكترونية ووضع سياسة واضحة لاستيعاب أي تكنولوجيا جديدة.

دراسة: أحمد، هشام بلال فضل السيد (2010)<sup>(1)</sup>:

تناولت هذه الدراسة أثر التقنية الحديثة على الخدمة المصرفية في السودان، وتمثلت مشكلة البحث في تحديد الأثر الذي أحدثه استخدام التقنية الحديثة على الخدمة المصرفية، في حين هدفت الدراسة إلى التعريف بالخدمات المصرفية الإلكترونية وأنواعها والتطبيق العملي في السودان والصعوبات التي تواجهها المصارف السودانية مع تحديد الآثار التي أحدثتها تطبيق الصيرفة الإلكترونية على الخدمة المصرفية وتدعيم جهود نشر ثقافة التعامل مع التقنيات الحديثة.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها استخدام التقنية المصرفية يؤدي إلى زيادة الودائع والأرباح وحجم العمل المنجز وتقليل التكاليف بالإضافة إلى ذلك وجود عدد من فروع المصارف مازالت تعمل بالطرق التقليدية بالرغم من استكمال الربط الشبكي الإلكتروني للمصارف، ومن أهم المعوقات القطوعات الكهربائية المستمرة وأعطال شبكات الاتصالات .

وأوصت الدراسة بعدد من التوصيات منها استكمال العمل في البنية التحتية والوصول إلى الولايات التي ما زالت تعمل بالنظام التقليدي والتركيز على التقنية المصرفية لزيادة حجم الودائع والأرباح وتقليل التكاليف في الجهاز المصرفي السوداني ومواصلة زيادة جهود نشر الثقافة المصرفية الإلكترونية.

---

(1) أحمد، هشام بلال فضل السيد، (2010). أثر التقنية الحديثة على الخدمة المصرفية في السودان، بحث ماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

دراسة: سنهوري شريف (2009)<sup>(1)</sup>:

تناولت الدراسة دور نظم المعلومات وأثرها في رفع كفاءة الجهاز المصرفي وأشار عن أحدث ما أخرجته نظم المعلومات ودورها في تحديث القطاع المصرفي وإحداث نقلة نوعية للعناصر المصرفية والرضا الذي تلقته النظم وفق تقييم دورها وآثارها العملية، وحل الباحث التوسع الذي تم وتوصل إلى ضرورة استخدام نظم المعلومات لتقديم خدمات ذات جودة عالية وببسر وأقل تكلفة وأوصى الباحث بالمزيد من الاهتمام بالخدمات الحديثة وتطويرها لتنمية القطاع المصرفي.

دراسة: علي، إيناس عمر محمد (2008)<sup>(2)</sup>:

تناولت الدراسة تقنية الخدمات المصرفية وأثرها على أداء المصارف السودانية، مع أخذ دراسة حالة بنك أم درمان الوطني.

هدفت الدراسة إلى إبراز مفهوم الخدمة المصرفية وأنواعها وأهميتها وكذلك أهمية استخدام التكنولوجيا في تقديم الخدمة المصرفية، وتمثلت الفرضيات في أن تقنية الخدمات المصرفية تؤثر على تطوير المصارف السودانية، وأن المنافسة بين المصارف في كسب العملاء دفع الكثير من المصارف إلى استخدام الوسائل التكنولوجية في تقديم خدمات مصرفية متجددة.

ومن أهم النتائج التي توصل إليها الباحث هي اعتبار التقنية من أهم العوامل التي ساعدت على الاستمرار والنجاح والتميز في المصارف. أما التوصيات التي يراها الباحث هي مواكبه التطور التقني للارتقاء العالمي بمستوى الخدمات المصرفية السودانية، وضرورة الاهتمام بالجانب الإداري في مجال التقنية وذلك بتدريب الموظفين عن طريق عقد دورات تدريبية لهم.

---

(1) سنهوري شريف، (2009). نظم المعلومات المصرفية ودورها في رفع كفاءة المصارف، بحث ماجستير غير منشور، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

(2) علي، إيناس عمر محمد، (2008). أثر تطوير تقنية الخدمات المصرفية في أداء المصارف السودانية، بحث ماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

## دراسة: العوض حميدة المبارك النصيح (2007)<sup>(1)</sup>:

تمثلت مشكلة الدراسة في دراسة مدى استخدام المصارف السودانية للتقنيات المصرفية. وهدفت الدراسة إلى تحقيق دراسة استخدام المصارف السودانية للتقنية المصرفية وجاءت فروض البحث استخدام التقنية المصرفية الحديثة يؤدي إلى إحداث نقلة نوعية في أداء المصارف السودانية.

وتوصل الباحث إلى أن استخدام التقنية المصرفية في المصارف السودانية أدى إلى إحداث نقلة نوعية في أداء تلك المصارف.

أوصى البحث بضرورة تأهيل الكادر البشري المتعامل مع التقنية وتوعية عملاء المصارف والجمهور بأهمية التقنيات المصرفية واستخداماتها.

## دراسة: محمد حمد (2006م)<sup>(2)</sup>:

هدفت الدراسة للتعرف على العوامل التي تؤثر على تبني النظام المصرفي الإلكتروني في السودان والتحديات التي تواجه المصارف والعملاء على حد سواء وكذلك معرفة العوامل التي تساعد وتشجع العملاء لاستخدام الصيرفة الإلكترونية وكذلك العوائق المتوقعة.

وتوصل الباحث إلى أن العوامل الرئيسية التي يمكن أن تؤثر على تبني استخدام الصيرفة الإلكترونية في السودان تنلخص في أن البنية الأساسية لتقنية المعلومات والاتصال، التكلفة، الوضع الإداري في البنوك والثقافة التقنية للعملاء ومن العوامل التي تشجع العملاء على تبني نظام الصيرفة الإلكترونية يمكن تلخيصها في انخفاض أسعار الخدمات، سهولة الاستخدام والملائمة بينهما التي تعيق التبني عدم توفر البنيات الأساسية للتقنية وضعف نظام التأمين وعدم توفر الحماية القانونية وكذلك عدم ثقة العملاء في النظام المصرفي الإلكتروني.

---

(1) العوض حميدة المبارك النصيح، (2007). تقويم استخدام نظم التقنية المصرفية الحديثة في المصارف السودانية، دراسة حالة بنك أم درمان الوطني خلال الفترة 2002-2006م جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وأكاديمية السودان للعلوم المصرفية والمالية، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في العلوم المصرفية.

(2) محمد حمد محمود، (2006). العوامل المؤثرة على تبني نظام الصيرفة الإلكترونية في السودان، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

دراسة: محمد محمود على آدم (2006)<sup>(1)</sup>:

تناولت الدراسة تجربة الخدمات المصرفية الإلكترونية في السودان وتوضيح دور التقنية في ترقية الخدمات المصرفية الإلكترونية وتناولت مشكلة البحث في أن عدم استخدام المصارف السودانية للتكنولوجيا يحد من تطورها وجاءت فرضيات الدراسة أن استخدام تقنية المعلومات في مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية تؤدي إلى توسيع قاعدة عملاء المصارف، وهدفت الدراسة إلى توضيح دور التقنية في مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية.

توصل الباحث إلى أن التقنية الحديثة هي الأداء المناسبة لتقديم خدمات مصرفية ومالية متطورة.

ومن أهم التوصيات أوصى الباحث بأهمية إدراك حتمية الصيرفة الإلكترونية وتهيئة البنوك لنفسها لمواكبة التطورات في التقنيات المصرفية ووضع القواعد القانونية والتشريعات اللازمة.

---

(1) محمد محمود على آدم، (2006). تجربة الخدمات المصرفية الإلكترونية في السودان، دراسة حالة بنك أم درمان الوطني في الفترة من 2000-2005، رسالة ماجستير جامعة السودان للتكنولوجيا وأكاديمية السودان للعلوم المصرفية والمالية.

دراسة: عبد الرحمن عثمان محمود (2016)<sup>(1)</sup>:

هدفت هذه الدراسة بيان أثر جودة الخدمات البنكية الإلكترونية على جذب العملاء للتعامل مع البنك الأردني الكويتي وذلك من خلال محاور الدراسة الأربعة (جودة الخدمات التي يقدمها البنك الأردني الكويتي من خلال الموقع الإلكتروني ، وجودة الخدمات التي يقدمها البنك الأردني الكويتي من خلال الهاتف المحمول في جذب العملاء للتعامل معه . تم اختيار عينة ملائمة من عملاء البنك الأردني الكويتي في مدينة عمان. بحيث وزعت (500) استبانته على أفراد عينة الدراسة، وبعد تدقيق الاستبانات المسترجعة والبالغ عددها (425) استبانة، وبنسبة استرجاع بلغت (85%)، واستبعاد (23) استبانة منها لنقص المعلومات الواردة فيها، وعليه فإن العدد المسترجع والصالح للتحليل الإحصائي بلغ (402) استبانة، وكانت نسبة عدد الاستبانات الصالحة للتحليل (94.5%) من عدد الاستبانات المرتجعة . أشارت نتائج هذه الدراسة مجتمعة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ )، لجودة الخدمات البنكية الإلكترونية بدلالة متغيرين فقط هما (الموقع الإلكتروني للبنك، والصراف الآلي للبنك)، وكان لهما الأثر في جذب العملاء للتعامل مع البنك الأردني الكويتي نظراً لأهمية هذين المتغيرين في عمل البنك المذكور، حيث كان بعد (الموقع الإلكتروني للبنك) هو الأكثر تأثيراً على جذب العملاء للتعامل معه مقارنة بالمتغير الآخر. في حين لم يكن لمتغير (الهاتف المحمول) تأثيراً واضحاً على جذب العملاء للتعامل مع البنك الأردني الكويتي. أشارت النتائج إلى وجود أثر لجودة الخدمات البنكية الإلكترونية التي يقدمها البنك الأردني الكويتي من خلال الصراف الآلي للبنك في جذب العملاء للتعامل معه نظراً لأهمية هذا المحور في عمل البنك المذكور .

---

(1) عبد الرحمن، عثمان محمود ، (2016)، أثر جودة الخدمات البنكية الإلكترونية على جذب العملاء للتعامل مع البنوك ذات الاستثمار المشترك .(دراسة تطبيقية على عملاء البنك الأردني الكويتي في مدينة عمان) منشور على موقع جامعة الزرقاء،

<http://www.zu.edu.jo/ar/Collage/Studies/PapersDetails.aspx?Theses=110>

دراسة: الأعرج (2013)<sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة على التعرف على العوامل المؤثرة في اختيار نوع الخدمات والنوافذ التي تقدمها البنوك الإلكترونية في دولة قطر، وتوصل الباحث إلى أنه يوجد اتفاق في اتجاهات المتعاملين مع البنوك في أن التحوّل نحو البنوك الإلكترونية يحقق عدة مزايا أهمها: رضا المتعاملين مع البنوك، السرعة في إنجاز الخدمة المصرفية، تقليل تكلفة الخدمة المصرفية، تحقيق الثقة والخصوصية. وكذلك أظهرت الدراسة أن الخصائص الشخصية للأفراد كنوع الجنس والعمر والمؤهل التعليمي تعتبر من العوامل المؤثرة في اختيار نوع الخدمات والنوافذ التي تقدمها البنوك الإلكترونية.

دراسة: واضح اليوسفي (2013)<sup>(2)</sup>:

هدف الباحث للتعرف على علاقة استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية بالقدرة التنافسية للبنوك اليمنية، حيث تحددت مشكلة البحث في انخفاض القدرة التنافسية للبنوك اليمنية وهو ما يعكس الحاجة إلى التحقق من مدى الاستخدام الفعلي للخدمات المصرفية الإلكترونية وعلاقته بالقدرة التنافسية.

وضع الباحث عدد من الأهداف لبحثه نوجزها في التعرف على مستوى استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك اليمنية التي اختارها الباحث لمجال الدراسة وتحديدًا مدى اختلاف تلك البنوك في تبني استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية وذلك وفقاً لمليتها وحجمها والتعرف على طبيعة العلاقة بين إدراك المسؤولين في تلك البنوك لأهمية استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين مستوى استخدامها وكذلك طبيعة المعوقات قس استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية وكذلك تحديد العلاقة بين مستوى استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك اليمنية والقدرة التنافسية لها ممثلة في الربحية والحصة السوقية مجتمعة ومنفردة.

---

(1) الأعرج، طارق، (2013)، العوامل المؤثرة في اختيار نوع الخدمات والنوافذ التي تقدمها البنوك الإلكترونية، "دراسة تحليلية لأراء عينة من المتعاملين مع البنوك القطرية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك.

(2) واضح محمد قاسم اليوسفي، (2013). علاقة استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية بالقدرة التنافسية للبنوك اليمنية، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص إدارة أعمال، جامعة المنوفية، مصر.

أجريت الدراسة على عدد من القيادات الإدارية في تلك البنوك مجال البحث، حيث توصل الباحث إلى عدد من النتائج أهمها أن مستوى استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في تلك البنوك كانت ضعيفة وأن هنالك اختلاف ذي دلالة إحصائية بين اتجاهات القيادات الإدارية في تلك البنوك نحو مستوى استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية وفقاً لنوعية ملكية البنك وحجمه، كما أن هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدراك القيادات الإدارية في البنوك لأهمية استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين مستوى استخدامها كما أن هنالك علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية بين إدراك القيادات الإدارية في تلك البنوك لمعوقات استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين مستوى استخدامها وان هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين القدرة التنافسية لتلك البنوك مجال البحث.

من أهم التوصيات ضرورة مواكبة البنوك للتطورات التكنولوجية المصرفية الحديثة والعمل على زيادة الوعي لدى العملاء بالخدمات المصرفية الإلكترونية وكيفية استخدامها.

دراسة: د. شاهر عبيد (2012) (1):

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الخدمات الإلكترونية المصرفية في تحقيق ميزة تنافسية في قطاع البنوك التجارية في محافظة جنين من وجهة نظر العملاء، ومعرفة في ما إذا اختلف دور البرامج التدريبية في تنمية مهارات موظفي قطاع البنوك في محافظة جنين باختلاف كل من متغير الجنس، المهنة، المؤهل العلمي والعمر.

افتترضت الدراسة فحص الفرضية الصفرية التالية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدالة الإحصائية (0.05) بين متوسطات إجابات أفراد العينة فيما يتعلق بدور البرامج التدريبية في تنمية مهارات موظفي قطاع البنوك في محافظة جنين تعزى لمتغير الجنس، المهنة، المؤهل العلمي والعمر، تم استخدام المنهج الوصفي كمنهجية مناسبة للدراسة.

توصل الباحث إلى عدد من النتائج نذكر منها: تبين أن المتوسط الحسابي في دور الخدمات الإلكترونية المصرفية التي تقدمها البنوك في محافظة جنين في تعزيز الميزة

---

(1) شاهر عبيد، (2012)، دور الخدمات الإلكترونية المصرفية في تعزيز الميزة التنافسية في قطاع البنوك في محافظة جنين، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر الاقتصادي لجامعة القدس المفتوحة، 16-17/10/2012.



التنافسية في جميع مجالات الدراسة كانت متوسطة حيث كان المتوسط الحسابي (3.27)، توصلت الدراسة إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدالة (0.05) في دور الخدمات الإلكترونية المصرفية التي تقدمها البنوك في محافظة جنين تعزي لمتغير الجنس، العمر، المهنة، المؤهل التعليمي في جميع مجالات الدراسة والمجال الكلي.

أهم التوصيات ونذكر منها: العمل على تعزيز استخدام أحدث الوسائل التكنولوجية لممارسة العمل البنكي، يجب تطوير تقنيات المعلومات والاتصالات بما يكفل انسياب الخدمات المصرفية بكفاءة عالية.

دراسة: عرابية رابح (2012)<sup>(1)</sup>:

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز الدور الذي تلعبه تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية كاتجاه حديث لتطوير وعصرنة المصارف الجزائرية وقد توصل الباحث في دراسته إلى أن البنوك الجزائرية تعاني من نقص في الخدمات المصرفية الإلكترونية، حيث ينحصر نطاق تعاملها على بعض البطاقات البنكية والذي مازال في البداية رغم العدد الهائل من البرامج المعدة.

دراسة: أسعود المحاميد، معتز السعيد (2012)<sup>(2)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى مستوى جودة الأعمال الإلكترونية المستخدمة في البنوك العاملة في الأردن من وجهة نظر العاملين في تلك البنوك، وكذلك التعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة من البنوك الأردنية من وجهة نظر العملاء. بالإضافة إلى اختبار فيما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم العاملين لجودة الأعمال الإلكترونية تعزا للتغيرات الديمغرافية كالجنس والمستوى التعليمي وعدد سنوات الخبرة. استخدمت الدراسة منهج الإحصاء الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى أن جودة الأعمال الإلكترونية المستخدمة في البنوك العاملة في الأردن ذات مستوى عالي، وكذلك تتمتع الخدمات المصرفية المقدمة من قبل تلك البنوك بمستوى جودة عالي. وبناءً

---

(1) عرابية رابح، (2012). دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 8.

(2) أسعود المحاميد، معتز السعيد، (2012). أثر جودة الأعمال الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية، دراسة ميدانية في البنوك العاملة في الأردن.

على النتائج التي تم التوصل إليها لقد خلصت الدراسة على أهم التوصيات ونذكر منها: تعزيز الثقة في جميع الخدمات المصرفية الإلكترونية والقائمة على تطبيقات الأعمال الإلكترونية لضمان حصول التأثير المطلوب، تقديم خدمات بسرعة ودقة وضرورة الالتزام بالمواعيد التي تعطي للعملاء من حيث أوقات تقديم الخدمات، ضرورة اهتمام البنوك بسرعة الاستجابة لرغبات العملاء وحاجاتهم.

دراسة: رشا فؤاد عبد الرحمن (2011)<sup>(1)</sup>:

حيث هدفت هذه الدراسة إلى دراسة المقومات الأساسية لتطبيق الخدمات الإلكترونية البنكية في مصر وكذلك دراسة تطور تطبيق البنوك المصرية للخدمات البنكية الإلكترونية وتأثير تطور تكنولوجيا المعلومات على أداء البنوك.

واعتمد الباحث على المنهج الوصفي لدراسة الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجهاز المصرفي المصري والقيام بمسح شامل للبنوك المصرية لبحث مدى تطبيق هذه الخدمات في الفترة محل الدراسة وتحليل تأثير تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على المركز المالي ومستوى ربحية هذه البنوك وقد تم التوصل في هذه الدراسة إلى نتائج عديدة نذكر من بينها ما يلي:

- ارتفاع نسبة البنوك التي لديها مواقع إلكترونية من 87.5% في 2005 إلى 100% في 2011م وكذلك ارتفاع نسبة البنوك المقدمة لخدمات بنكية عبر الانترنت من 30% إلى 60%.

- توجد علاقة مباشرة بين الاندماجات والخصخصة وتطوير الخدمات البنكية الإلكترونية حيث أن حوالي 30% من البنوك التي قدمت خدمات بنكية إلكترونية سنة 2011 ولم تكن تقدمها في سنة 2005م هي بنوك خضعت لعمليات الاندماج والخصخصة.

- تطوير بطاقات الدفع وقنوات التوزيع الإلكتروني.

---

(1) رشا فؤاد عبد الرحمن، (2011). إعادة هيكلة وتطوير الجهاز المصرفي وتأثيره على الأداء البنكي خلال الفترة من 2005-2011، رسالة دكتوراه، قسم الاقتصاد، جامعة القاهرة.

- التأثير الايجابي لخطة البنك المركزي لتطوير الجهاز المصرفي على أداء البنوك وهذا واضح من خلال الزيادات السنوية في المركز المالي الإجمالي للبنوك للفترة محل الدراسة إلى للبنوك في الفترة محل الدراسة وكذلك في معدلات الربحية.

دراسة: صيام (2004)<sup>(1)</sup>:

هدفت الدراسة إلى تقييم فاعلية نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة في البنوك التجارية الأردنية في ظل التطور التكنولوجي وتم اتخاذ عدد من المعايير التي تعكس فاعلية أداء هذه النظم ولتحقيق أهداف الدراسة تم توزيع استبيانات إلى المدراء الماليين والعاملين في تلك البنوك المدرجة في سوف الأوراق المالية في عمان عام 2003 وعددها 9 بنوك حيث تم توزيع 45 استبانة واعتمد منها 42 ومن خلال تحليل هذه البيانات.

توصل الباحث لعدد من النتائج نجملها أن استخدام نظم المعلومات المحاسبية في هذه البنوك وفي ظل التطور التكنولوجي تتسم بالجودة والموثوقية والمرونة والبساطة ذلك من خلال دقة وكفاية مخرجات هذه النظم وملائمة تقديمها لمتخذي القرارات وبالشكل المناسب وبما يحقق تحسين أداء البنك ويسهم في ترشيد القارات المتخذة بما تحتويه من قيمة مضافة لمتخذ القرار.

وقد أوصت الدراسة بعدد من التوصيات أهمها الاهتمام بنظم المعلومات المحاسبية المحسوبة وتطويرها.

دراسة: توفيق، محمد (2003)<sup>(2)</sup>:

توصل توفيق، محمد في دراسته الاختيارية "أثر التجارة الإلكترونية في القطاع المصرفي لوسائل دفع النقود الإلكترونية وخدماتها المرتبطة بأنظمة البنك الفوري (الإلكتروني) في مصر إلى وجود فروق معنوية على مستوى كل البنوك بين مجموعتي البنوك التي تقدم خدمات البنك الفوري وتلك التي لا تقدمها بالنسبة لمتغيرات حجم الأصول

---

(1) صيام، وليد، (2004). تقييم نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة في البنوك التجارية الأردنية في ظل التطور التكنولوجي، بحث غير منشور، المؤتمر العلمي المهني السادس لجمعية المحاسبين القانونيين، عمان.

(2) توفيق، محمد، (2003). أثر التجارة الإلكترونية على تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية، دراسة اختبارية بالتطبيق على استخدام القطاع المصرفي لوسائل دفع النقود الإلكترونية وخدماتها المرتبطة بأنظمة البنك

الفوري. [www.mohamedsherif.vze.com](http://www.mohamedsherif.vze.com)

والودائع والقروض وحقوق الملكية، هذا بينما لم تظهر فروقاً معنوية بين المجموعتين بالنسبة لمتغيرات المعدل التقريبي لكفاية رأس المال ومعدل التوظيف. وأن متغيرات الحجم للبنك ونمط الملكية وطبيعة النشاط التجاري وعدد كروت الخدمات الإلكترونية المقدمة تمثل المتغيرات المعنوية المفسرة لاستخدام مواقع (الويب) كأداة لمباشرة التجارة الإلكترونية المصرفية من خلال البنك الفوري.

أوصى الباحث بأن يصدر البنك المركزي المصري ووزارة التجارة مجموعة من الضوابط والمعايير المحاسبية المنظمة لتنفيذ العمليات المصرفية الإلكترونية والمحاسبية عن مختلف وسائل الدفع بنقود إلكترونية.

دراسة: موسى (2001)<sup>(1)</sup>:

أجريت هذه الدراسة في قطاع المصارف التجارية في فلسطين وهدفت إلى التعرف على الفوائد التي تؤديه استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العمل الإداري في تلك المصارف ومعرفة نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات وقد تم التركيز في هذه الدراسة على مدى معرفة الجمهور لدور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المصارف.

وتوصل الباحث إلى عدد من النتائج يمكن تلخيصها بأن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تعمل على تطوير العمل الإداري في المصارف التجارية وكذلك تساعد في تقليل الوقت والجهد والتكلفة وكذلك تؤثر على عملية اتخاذ القرارات وتقلل من الأخطاء وترفع من الإنتاجية والتنوع في الخدمات التي يمكن أن يحتاجها العميل وكذلك تحقق التنسيق والتكامل بين مختلف الوظائف بالبنك الواحد وكذلك الفروع وتمنع الازدواجية في العمل وتسهل عملية التنسيق بين المصرف والمصارف الأخرى، أيضاً تساعد على بناء نموذج وظيفي إداري على مختلف المستويات الوظيفية.

---

(1) موسى، إسماعيل، (2001). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير إدارة المصارف التجارية، رسالة ماجستير، قسم إدارة الأعمال، جامعة القدس، القدس.

دراسة: الخطيب، وآخرون (2000)<sup>(1)</sup>:

أجرى الخطيب وفهد وآخرون دراسة تطبيقية حول التجارة الإلكترونية وأثرها في المركز الاستراتيجي على عينة من الشركات الصناعية الأردنية.

أظهرت الدراسة أن هنالك عدم إدراك لبعض الشركات الصناعية لأهمية الفوائد الناجمة عن استخدام النظام الإلكتروني للتجارة. وأن هنالك ضعف في نظم الرقابة والأمان التي تحققها عمليات التجارة الإلكترونية في مجال إبرام الصفقات التجارية، إضافة إلى عدم توفر الكوادر البشرية والإدارية التي تتمتع بمؤهلات علمية وخبرات ميدانية. علاوة على عدم توفر البيئة الملائمة لممارسة التجارة الإلكترونية خاصة بما يتعلق بالأسس الداعمة لانتشار تطبيقاتها كالاتصالات ومستخدمي الانترنت وغيرهم، وأن لعملية التجارة الإلكترونية تأثيراً كبيراً في تعزيز المركز الإستراتيجي من خلال زيادة معدل العائد على الاستثمار وزيادة الحصة السوقية.

وأوصت الدراسة الشركات الأردنية الصناعية أن تعمل على توفير البنية التحتية المعلوماتية الملائمة. وأن تقوم بإيجاد إطار واضح وسليم للاعتراف بالتوقيع الإلكتروني وبضرورة إيجاد الآلية المناسبة لنقل البضائع للمستهلكين وضرورة العمل الجاد على تهيئة واستقطاب الكوادر البشرية المتخصصة. بالإضافة لضرورة تبني إدارات الشركات الأردنية لفلسفة التجارة الإلكترونية، وأن تهتم الشركات التي تعتمد التسويق الإلكتروني لتحليل أداءها الاستراتيجي لتعرف نقاط الضعف والقوة والخلل والقصور في نظامها.

---

(1) الخطيب، فهد، الحسيني وفلاح (2000). التجارة الالكترونية وأثرها في المركز الاستراتيجي للشركات، المجلد 40.

## دراسات أجنبية:

دراسة: (2013) Mustafa<sup>(1)</sup>:

تبحث هذه الورقة المشاكل والفرص للصيرفة الإلكترونية في السودان وتسلط الضوء على المتغيرات في القطاع المصرفي، وتعطي بعداً للاستفادة من تقنية المعلومات في مجال الخدمات المصرفية التي أدخلت مؤخراً للمؤسسات المالية. وتستعرض الدراسة تجربة السودان باعتبارها دولة نامية، وخلص الباحث إلى أنه بغض النظر عن التقدم الذي تحقق في السنوات الأخيرة ومنها سن قانون المعاملات الإلكترونية 2007، إلا أن هنالك العديد من العوامل الرئيسية التي تحد من تطبيق الصيرفة الإلكترونية. مثل ضعف البنية التحتية، وعدم وجود القوة العاملة الماهرة والمدربة جيداً في القطاع المصرفي وكذلك عدم وجود الأمان.

دراسة (2013) Abu Noman Sohel Rana<sup>(2)</sup>:

ناقشت الدراسة مفهوم تبني المصارف في بنجلاديش استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم خدماتها ومساهمتها في زيادة جودة الخدمة ورضا العملاء وخفض التكاليف. هدفت الدراسة على التعرف على مدى تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على الخدمة المقدمة للعملاء رضاهم عنها وكذلك دورها في خفض التكاليف. وتوصل الباحث إلى نسبة 50% من الأشخاص يشعرون بالارتياح للخدمات المصرفية للإلكترونية وأن هنالك قبول تدريجياً من الناس للخدمات المصرفية الإلكترونية، وكذلك أدت إلى خفض التكاليف.

---

(1) Adam, Mustafa Hassan Mohammad (2013); "Electronic Banking Problems and Opportunities: The Sudanese Context", European Journal of Business and Management, Vol.5, No.22, 2013, pp:55-66.

(2) Abu Noman Sohel Rana (2013); Technological implementation and online banking have increased customer service, satisfaction but reduced costs in the Banking sector of Bangladesh, A Master's Thesis in Business Administration, submitted in partial fulfillment of the requirements for Masters in Business Administration Program (Blekinge Institute of Technology).

وأوصى الباحث بأهمية تحسين الكفاءة في الخدمات المصرفية الإلكترونية، وكذلك العمل على تحسين الشبكة ونظم التأمين والتركيز على إمكانية خفض تكلفة الخدمات.

دراسة: (2006) Andreas-Nikolaos Papandreou<sup>(1)</sup>:

استمرار التطورات الهائلة في مجال التسويق، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ساعدت على التحول في الصناعة المصرفية والمالية وتوزيع الخدمات المصرفية من خلال شبكة الإنترنت والتي تعتبر جزءاً هاماً من هذا التحول.

هدفت الدراسة لمعرفة الدور الذي تلعبه الخدمات المصرفية عبر الإنترنت كقناة توزيع جديدة لصالح المؤسسات المالية والعملاء في اليونان.

أوضحت الدراسة إمكانية الاستفادة من التطور والنمو في الخدمات المصرفية عبر شبكة الانترنت في المؤسسات المالية في اليونان لتقديم حلول مصرفية ناجحة وفعالة من حيث التكلفة. وعلاوة على ذلك، تتناول هذه الأطروحة القضايا الرئيسية التي تهم البنوك فيما يتعلق موقعها الإستراتيجي لتقديم خدماتها ومنتجاتها على شبكة الانترنت، وكذلك يمكن أن تساعد التكنولوجيا البنوك على بناء استراتيجيه متكاملة وفعالة ومتعددة القنوات للإدارة.

ويشمل منهج البحث على مزيج من التحليل النظري والتجريبي حيث أجريت دراسة استقصائية وتوزيع استبيان منظم على 35 البنوك العاملة في اليونان، أوضحت النتائج أن السبب الذي من أجله تبنت البنوك في اليونان الخدمات المصرفية عبر الانترنت وتأثيرها وكذلك وضع التركيز على الأثر الإستراتيجي لتكنولوجيا الانترنت كعنصر من العناصر الأساسية للخدمات المالية.

ترغب البنوك في توسيع قنوات التوزيع الحالية الخاصة بهم باستخدام شبكة الانترنت كقناة بديلة أخرى.

وكذلك أوضحت الدراسة أن الخدمات المصرفية عبر الإنترنت في اليونان في طريقها لتصبح محور الاستراتيجيات المصرفية المباشرة.

---

(1) Andreas- Nikolaos Papandreou, (2006); Internet banking in Greece: development, evaluation and perspectives, Master Thesis in Business Administration (School of Management, Blekinge Institute of Technology, Sweden.

دراسة: (Wijnhoven & Wassenaar (1990)<sup>(1)</sup>:

هدف الباحثان إلى بيان دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في التأثير على أداء المؤسسات بشكل عام حيث تم استخدام عدد من القطاعات من بينها القطاع المصرفي وتبين من خلال الدراسة بأن استخدام تكنولوجيا المعلومات أدت إلى زيادة الرضا من قبل العملاء وأنهم يقيمون الدور الايجابي الذي تلعبه في زيادة قدرات هذه القطاعات في اتخاذ القرارات السليمة وأدت إلى تقليل نسبة الأخطاء وتوفير الجهد المبذول في أداء المهام وسرعة الانجاز.

وقد أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بالأبحاث في تكنولوجيا المعلومات وطبيعة الآثار التي تترتب على ذلك.

#### مقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

بعد استعراض الدراسات السابقة فقد تبين للباحث ما يلي:

■ اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة: في إن تبني المصارف تكنولوجيا المعلومات والإتصالات في العمل المصرفي وكذلك تبني الخدمات المصرفية الالكترونية يساهم في تقليل التكاليف وزيادة جودة العمل المصرفي وتسهم كذلك في زيادة رضاء العملاء، كما اتفقت معها في منهجية الدراسة واستخدام المنهج الوصف التحليلي.

■ اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة هيثم خليل ودراسة عبد الرحمن محمود في أهمية الخدمات المصرفية الالكترونية في جذب العملاء حيث تناولت دراسة هيثم خليل دور الخدمات المصرفية الالكترونية في جذب العملاء وتناولت دراسة عبد الرحمن محمود أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في جذب العملاء للبنك الأردني الكويتي بينما تناولت الدراسة الحالية الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها في جذب العملاء في المصارف السودانية.

■ أيضاً ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة هو الإلمام بأهم عناصر وقنوات استخدامات الخدمات المصرفية الالكترونية المختلفة مثل ( الصرافات الآلية، ونقاط البيع والهاتف المصرفي والهاتف النقال والتلفزيون الرقمي وغيرها من القنوات، وكذلك استخدام

---

(1) Wijnhoven.A.B، Wassenaar، D.A Impact of Information Technology on Organization، International of information Management،Vol-(10)P.P(35-53)



طرق الدفع الالكترونية المختلفة مثل التحويلات الالكترونية، البطاقات المصرفية بانواعها، النقود الالكترونية والشيكات الالكترونية وغيرها) بينما الدراسات الأخرى ركزت جزء من القنوات المصرفية مثل الصراف الآلي.

■ اختلفت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة: في النطاق الزمني، تناولت الدراسة الحالية الفترة من 2008 إلى 2017م. كما اختلفت عن الدراسات السابقة في الأهداف التي سعت إليها كل دراسة وذلك لاختلاف الزاوية التي تناولتها كل دراسة عن الزوايا التي تناولتها الدراسة الحالية.

■ تميزت الدراسة الحالية لكونها من الدراسات التطبيقية القليلة التي تناولت مؤشر أثر الخدمات المصرفية الالكترونية في جذب العملاء .

## الفصل الثاني

### المصارف واستخدام التقنية في العمليات المصرفية

المبحث الأول: تعريف المصرف والصيرفة الإلكترونية أهدافها وأهميتها وأنماطها ومزاياها وتطورها

المبحث الثاني: مقارنة بين المصارف التقليدية الإلكترونية ومتطلبات وأدوات المصارف الإلكترونية.

المبحث الثالث: آليات وأساليب استخدام التقنية في العمليات المصرفية.

المبحث الرابع : أنظمة وأدوات الدفع الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني .

## المبحث الأول

# تعريف المصرف والصيرفة الإلكترونية وأنماطها ومزاياها وأهدافها وأهميتها وتطورها

تمهيد :

يعتبر القطاع المصرفي في أي دولة هو العمود الفقري في تنمية النشاط الاقتصادي، إذ تلعب المصارف دور كبير في بناء كثير من القطاعات التجارية والمالية والصناعية لأي دولة حيث تقدم خدمات مصرفية متعددة ومتنوعة تساعد في نمو عجلة الاقتصاد القومي ودفعه للأمام لتحقيق مكاسب مختلفة للفرد والدولة على حد سواء.

ولكي تكسب المصارف ميزه تنافسية فلا بد لها من تطوير وتحسين خدماتها المقدمة إلى عملائها المختلفين الحاليين والمستهدفين مستقبلاً بما يتلاءم مع احتياجاتهم كموردين أو مقرضين أو مستثمرين داخل حدود الوطن وخارجه ولذلك لجأت البنوك إلى تبني التقنية المصرفية كضرورة حتمية لتلبية احتياجات عملاءها وكذلك ضمان استمراريتها في السوق المصرفي والمالي.

**المطلب الأول: تعريف البنك والمصرف لغة واصطلاحاً :**

**أولاً: تعريف البنك في اللغة والاصطلاح:**

كلمة "البنك" من الألفاظ التي أقرها مجمع اللغة العربية<sup>(1)</sup>، والبنك "الأصل" أصل الشيء وقيل خالصة الليث، تقول العرب كلمة كأنها دخيل تقول رده إلى بنكه الخبيث تريد به أصله قال الأزهري: البنك بالفارسية الأصل وأنشد ابن بزرج:

وصاحب صاحبه ذي مأفكه \* يمشي الدوايك ويعدو البنكه

---

(1) البنك: الأصل، وهو معرب. يقال: هؤلاء قوم من بنك الأرض. قال ابن دريد: البنك من هذا الطيب عربي. الجوهري، إسماعيل بن حماد (1987م)، الصحاح تاج اللغة، وصحاح العربية، تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار، دار العلم للملايين بيروت، ط/4، ج/1، ص55. وتبنكوا في موضع كذا، أي أقاموا به. ويقال خرجنا بعد بنك من الليل: أي بعد ساعة. وبنك كل شيء: خالصة كلام عربي صحيح. والبنك: ضرب من الطيب. وتبنك الرجل في المكان، إذا تأهل فيه وأقام به. ويقال: رده إلى بنكه أي: ابن دريد، أبو بكر محمد بن الحسن الأزدي (1987م)، أصله جمهرة اللغة، المحقق: رمزي منير بعلبكي، دار العلم للملايين بيروت، ط/1، ج/1، ص58.

قال البنكة يعني ثقله إذا عدا، والدّواليك التّحفز في مشيته إذا حاك، وتبنك بالمكان أقام به. وتأهل وتبنكوا في موضع كذا أقاموا به قال الفرزدق يهجو عمر بن هبيرة: تبنك بالعراق أبو المثنى\* \*وعلم قومه أكل الخبيص وتبنك في عزه تمكن، ويقال تبنك فلان في عز، وتبنك الرّجل إذا صار له أصل<sup>(1)</sup> وجاء التّعريف في المعجم الوسيط بقوله: مؤسسة تقوم بعمليات الائتمان بالاقتراض والإقراض.<sup>(2)</sup> وهذا التّعريف يبين وظيفة البنك، وهو يتفق مع تعريف رجال الاقتصاد، وكلمة بنك أصلها مأخوذ من اللّغة الإيطاليّة "Banco" وهي تعني الطاولة التي يجلس عليها صرافو مدن إيطاليا، وكان الصّرافون يقومون باستبدال الذهب، والفضة وقبول الودائع وتقديم القروض. والطاولة "Banco" هي ترجمة كلمة "Trapeza" اليونانيّة التي تعني الطاولة ذات الأربع أرجل وكان يستعملها تجار اليونان وبالأخص الصّرافون.<sup>(3)</sup> وبما أن أول البنوك الأوروبيّة نشأت في إيطاليا فإنّ التّسمية "Banco" أطلقت عليها وأخذتها اللّغة الفرنسيّة وحورتها إلى "Banque"<sup>(4)</sup> أمّا كلمة "Bank" الإنجليزيّة فهي مأخوذة من الكلمة "Banke" من لغات شمال أوروبا التي حورت كلمة "Bench" الألمانيّة. وسبب هذه التّسمية أن المصارف كانت في نشأتها في القرون الوسطى لما ظهرت في أوروبا تقريباً في القرن السّابع عشر كانت قد نشأت عن طريق الصّيارفة الذين كانوا يجرون المعاملات المصرفيّة عن طريق طاولات، يضعون لهم طاولات يجرون فيها عمليات صرف النقود، يجرون فيها صرف النقود، فأطلق على هذه الأعمال (بنك) التي هي بمعنى الطاولة، بدأ هؤلاء الصّيارفة يتعاملون بالمعاملات المصرفيّة بشكل مبسط عن طريق تحرير الإيصالات يعني يتقبلون الودائع من النّاس من الذهب والفضة وغيرها، ويضعونها عندهم ويعطونهم قسائم أو إيصالات موثقة من عندهم، فكان النّاس يتعاملون بهذه الإيصالات، بدأت تظهر عمليّة الإيداع لدى هؤلاء الصّيارفة، والنّاس يأخذون هذه الأوراق ويعتمدون عليها ثم تطورت الأعمال البنكيّة حتى أصبحت الحكومات تضبط عمليات الصّرف هذه، أعمال الصّيرفة هذه، فكانت بسيطة عن طريق

(1) ابن منظور، محمد بن مكرم بن منظور الأفرقي، لسان العرب، دار صادر بيروت، ط/1، ج/10، ص405.

(2) إبراهيم مصطفى، أحمد الزّيات، حامد عبد القادر، محمد النجار، المعجم الوسيط، دار الدّعوة، تحقيق: مجمع اللّغة العربيّة، ج/1، ص78.

(3) عبد الرزاق حميدي، (2007م) جودة الخدمات البنكية كمدخل لتحقيق رضا العملاء وزيادة القدرة التنافسية للبنوك، دراسة حالة بنك التنمية المحليّة، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس، الجزائر، ص8.

(4) الجزائر، جعفر (1993م)، بنوك العالم، دار النقاش، بيروت، ص16.

الإيداع، ثم تطورت إلى عمليات التمويل. ومن ذلك يمكن تعريف البنك بأنه المنشأة التي تقبل الودائع من الأفراد والهيئات تحت الطلب أو لأجل، ثم تستخدم هذه الودائع في منح القروض والسلف<sup>(1)</sup>.

الخلاصة: البنك أي المكان الذي يتم فيه تخزين وتداول النقود، ثم تطور معنى كلمة بنك في العصر الحديث فصار يعني أيضاً أي مكان يحفظ فيه أي شيء، ولهذا تعددت مسميات البنوك والمعنى واحد فهناك بنك الدم وبنك العيون ثم دخلت تكنولوجيا المعلومات على الخط، فصار هناك بنك المعلومات وغيرها من البنوك وأهمها والذي بصدد دراسته البنك المركزي الذي تنشئه الدولة لتنظيم السياسة الائتمانية والمصرفية والإشراف على تنفيذها.

### ثانياً: المصرف:

معنى المصرف في اللغة: "المَعْدِلُ ومنه قوله تعالى : (وَرَأَى الْمُجْرِمُونَ النَّارَ فَظَنُّوا أَنَّهُمْ مُوَاقِعُوهَا وَلَمْ يَجِدُوا عَنْهَا مَصْرِفًا) (2) وقول الشاعر:

أَزْهَيْرَ هَلْ عَنْ شَيْبَةٍ مِنْ مَصْرِفٍ \* \* \* أَمْ لَا خُلُودَ لِبِائِلٍ مُتَكَلِّفٍ (3)

قال الخليل: الصِّرف فضل الدرهم على الدرهم في القيمة. ومعنى الصِّرف عندنا إنه شيء صرف إلى شيء، كأن الدينار صرف إلى الدراهم، أي رجع إليها، إذا أخذت بدله. قال الخليل: ومنه اشتق اسم الصِّرفي، لتصريفه أحدهما إلى الآخر. قال: وتصريف الدراهم في البياعات كلها: إنفاقها. قال أبو عبيد: صرف الكلام: تزيينه والزيادة فيه، وإنما سمي بذلك لأنه إذا زين صرف الأسماع إلى استماعه. ويقال لحدث الدهر صرف، والجمع صروف، وسمي بذلك لأنه يتصرف بالناس، أي يقلبهم ويردهم. فأما حرمة الشاء والبقر والكلاب، فيقال لها الصِّراف، وهو عندنا من قياس الباب، لأنها تصرف أي تردد وتراجع فيه. ومن الباب الصِّريف، وهو صوت ناب البعير. وسمي بذلك لأنه يردده ويرجعه. فأما قول القائل:

(1) هاشم، إسماعيل محمد (1996م)، مذكرات في النقود والبنوك، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع، ط/1، ص43.

(2) سورة الكهف، الآية (53).

(3) مطلع قصيدة لأبي كبير الهذلي. ابن قتيبة الدينوري (1999م)، الشعر والشعراء، دار البشير، ج/1، ص143.

بني غدانة ما إن أنتم ذهباً \* \* ولا صريفاً ولكن أنتم الخزف<sup>(1)</sup>

والمصرفُ من الإئصِرَافِ مَكَانَ الصَّرْفِ وَيَه سمي البنك مصرفاً وقناةً لصرف ما تخلف من الماء بعد اكتفاء الأرض.<sup>(2)</sup> والبنك كلمة مرادفة لكلمة مصرف، ومن هنا نعرف المصرف الآن كتعريف المصرف في واقعِهِ المعاصر إنَّه مؤسسة مائيّة متخصصة في اقتراض النقود وتمويلها للأفراد والشركات، فمن خلال هذا التعريف يتضح لنا أهم سمات المصرف من أمرين الأمر الأول: إنَّه مؤسسة مائيّة تتعامل بالأموال بالنقود متخصصة فيها، وليست مؤسسة زراعيّة ولا تجاريّة ولا صناعيّة، وإنَّما هي تصنف كمؤسسة مائيّة. الأمر الثاني: أن عملها ونشاطها قائم على أي شيء أساساً؟ إنَّها تتلقى النقود، تقترض النقود من الناس عن طريق الأفراد، عن طريق الودائع، فهي تتلقى النقود من الناس ثم تقوم بضخها في البلد عن طريق التمويل، والتمويل في الغالب يكون بالإقراض وما شابه الإقراض، في الأوساط التجاريّة، والمائيّة، والشركات والأفراد، فهو البنك وسيط بين طرفين بين المودعين الذين يقرضون البنك، وبين جهات التوظيف التي تستثمر الأموال التي لدى البنك وتقترضها، ويمكن تعريف البنوك التجاريّة الربويّة التي كانت أول بنوك ظهرت في أوروبا بأنَّها "مؤسسات نقدية ومالية تهدف إلى تحقيق الربح والمحافظة على السيولة النقدية وآلية النقد في نفس الوقت"<sup>(3)</sup>. فالمصرف الربوي في حقيقته وكيل عن المودع في إنَّه يقرض ماله بالربا بفائدة معلومة دون أن يتحمل شيئاً من الخسارة.

**المطلب الثاني: مفهوم وتعريف ومزايا وأهداف المصارف والصيرفة الإلكترونية:**

**أولاً: مفهوم ونشأة المصارف الإلكترونية:**

أدت التطورات التكنولوجية إلى ظهور شبكة الانترنت ولقد اعتبرت هذه الشبكة ثورة في مجال الاتصالات وتبادل ونقل البيانات والمعلومات، ولقد لعب ذلك دوراً حيوياً وأساسياً في تطور وتقدم الصناعات المصرفية، حيث أسفر ذلك عما أطلق عليه بنوك الانترنت أو البنوك الإلكترونية، ولقد ظهر مصطلح البنوك الإلكترونية في مطلع تسعينيات القرن

(1) الفراهيدي، أبو عبد الرحمن الخليل بن أحمد كتاب العين، تحقيق: مهدي المخزومي وإبراهيم السامرائي دار ومكتبة الهلال، ج/4، ص109.

(2) إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية بالقاهرة، مصدر سابق، ج/1، ص513.

(3) ناصف، إيمان عطية (2007م)، مبادئ الاقتصاد الكلي، المكتب الجامعي، مصر، ص1.

العشرين وقد أطلق عليه عدة مترادفات لعل أهمها بنوك الانترنت **Internet Banking** أو بنوك الويب **Web Banking** أو البنك على الخط **Online Banking** أو الخدمات المالية عن بعد أو البنك المنزلي **Home Banking** أو البنوك الإلكترونية عن بعد **Remote Electronic Banking** أو الخدمات المالية الذاتية **Self Services Banking** وكل هذه المترادفات والتعبيرات إنما ترتبط بقيام عملاء البنوك بإدارة أعمالهم وتعاملاتهم المالية مع هذه البنوك من خلال المنزل أو المكتب أو في أي مكان آخر وفي الوقت الذي يريدونه وهذا يتم التعبير عنه بصفة عامة بالقول أن الخدمات المالية في كل مكان وفي أي وقت<sup>(1)</sup>.

وتعود نشأة الصيرفة الإلكترونية إلى بداية الثمانينات تزامنا مع ظهور النقود الإلكترونية وظهور أول مصرف إلكتروني في منتصف التسعينات في الولايات المتحدة الأمريكية يميز بين نوعين من المصارف كلاهما يستخدم فيه تقنية الصيرفة الإلكترونية وهي المصارف الافتراضية أي مصارف الانترنت وتحقق أرباحا تصل إلى ستة أضعاف المصرف العادي والنوع الثاني هو المصارف وهي التي تمارس الخدمات التقليدية وخدمات الصيرفة الإلكترونية. وتظهر المصارف الإلكترونية على ثلاثة صور تتمثل في الموقع المعلوماتي والموقع الاتصالي والموقع التبادلي. أما استخدام البطاقات كان مع بداية القرن الماضي في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي وبطاقات معدنية تستعمل على مستوى البريد في الولايات المتحدة الأمريكية<sup>(2)</sup>.

ونجد أن المصارف الإلكترونية انتشرت انتشاراً واسعاً في جميع أنحاء العالم وذلك بفضل تطور الشبكة العنكبوتية وتقدمها. وعموماً يرجع انتشار المصارف الإلكترونية إلى عاملين أساسيين هما: تنامي أهمية ودور الوساطة بفعل تزايد حركة التدفقات النقدية والمالية إما في مجال التجارة أو مجال الاستثمار والناجحة عن عولمة الأسواق المالية وتطور المعلوماتية وتكنولوجيا الأعلام والاتصالات<sup>(3)</sup>.

---

(1) غنيم، أحمد محمد، إدارة البنوك تقليدية الماضي والكترونية المستقبل، المكتبة العصرية، ص30، 31.  
(2) اللجنة العربية للرقابة المصرفية، العمليات المصرفية الإلكترونية والإطار الإشرافي، صندوق النقد العربي، أبو ظبي، يناير 2002.  
(3) حسين رحيم، معراج هواري، (2004). الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي واقع وتحديات.

## ثانياً: تعريف المصارف والصيرفة الإلكترونية:

المصارف الإلكترونية بمعناها الواسع ليست مجرد فرع لمصرف قائم يقدم خدمات مالية فحسب، بل مالياً تجارياً، وإدارياً، واستثمارياً شاملاً، له وجود مستقل على الخط، يتم التعاقد معه للقيام بخدمات أو تسوية المعاملات، أو إتمام الصفقات على مواقع إلكترونية وهو ما يمثل أهم تحدي في ميدان المصارف الإلكترونية<sup>(1)</sup>، وفي هذا الإطار يمكن تعريف المصارف الإلكترونية على أنها تلك المصارف أو المؤسسات المالية التي تقوم على الركائز الإلكترونية وتوظيف كافة التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات لتقديم كافة الخدمات المصرفية بأمان مطلق. وكذلك يمكن تعريف البنوك الإلكترونية من وجهة نظر الغندور (2003)، إنها تلك البنوك أو المؤسسات المالية التي تقوم على الركائز الإلكترونية وتوظف كافة التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لتقديم كافة الخدمات المصرفية بأمان مطلق<sup>(2)</sup>. يقول عرب (2003)، أن البنك الإلكتروني، يشير للنظام الذي يتيح للزبون الوصول إلى حسابه أو أية معلومات يريدها والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية من خلال شبكة معلومات يرتبط بها جهاز الحاسوب الخاص به أو أية وسيلة أخرى<sup>(3)</sup>. وحسب طربية جوزيف البنوك الإلكترونية هي تلك البنوك التي تركز في تقديم خدماتها على البنك المنزلي Home Banking والهاتف المصرفي Phone Banking والانترنت Internet Banking وغيرها من الركائز الإلكترونية المعروفة في عالم تكنولوجيا المعلومات والاتصال<sup>(4)</sup>.

وكذلك يمكن تعريف البنك الإلكتروني بأنه بنك له وجود كامل على شبكة الانترنت ويحتوي موقعة كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية، حيث يتيح هذا البنك للعميل القيام بكافة الأعمال الخاصة بالبنك عن طريق أي مكان موجود به بواسطة خط يوفره له البنك يسمح له بإنجاز كافة معاملاته دون أن يضطر الذهاب بنفسه إلى مقر البنك<sup>(5)</sup>.

(1) ناظم الشمري، نوري العبدلات، (2008). الصيرفة الإلكترونية، دار وائل، عمان.

(2) الغندور، حافظ كامل (2003). "محاور التحديث الفعال في المصارف العربية فكر ما بعد الحداثة"، مجلة اتحاد المصارف العربية، جمعية اتحاد المصارف العربية، بيروت، لبنان، ص 81-83.

(3) يونس عرب، (2003). "البنوك الإلكترونية"، مجموعة عرب للقانون، ص 1.

(4) طربية، جوزيف، (2003). الصيرفة الإلكترونية، تطبيق التكنولوجيا للصمود والنجاح في الاقتصاد الجديد، مجلة اتحاد المصارف العربية، جمعية اتحاد المصارف العربية، بيروت، (274)24، ص 66-69.

(5) الحداد، وسيم محمد، وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، السيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ص 67.



تعريف آخر للبنوك الإلكترونية بأنها منافذ إلكترونية تقدم خدمات مصرفية متنوعة دون توقف وبدون عماله بشريه، بينما يشير إليها آخرون بأنها منافذ لتسليم الخدمة المصرفية قائمة على الحاسبات الآلية ذات مدى متسع زمنياً (خدمة 24 ساعة) ومكانياً (في أماكن منتشرة جغرافياً)<sup>(1)</sup>. يعرف (سروع جو) العمل المصرفي الإلكتروني بأنه يضم كافة العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الوسائل الإلكترونية أو الضوئية مثل الهاتف والحاسب والصراف الآلي والانترنت والتلفزيون الرقمي وغيرها، وذلك من قبل المصارف والمؤسسات المالية، وكذلك العمليات التي يجريها مصدري البطاقات الإلكترونية، وأيضاً المؤسسات التي تتعاطى تحويل النقدية إلكترونياً<sup>(2)</sup>. و المقصود بالصيرفة الإلكترونية هو إجراء العمليات المصرفية بشكل إلكتروني والتي يعد الإنترنت أو الشبكة العنكبوتية أحد أهم وسائلها، وبذلك فهي مصارف افتراضية تنشئ لها مواقع إلكترونية على الإنترنت لتقديم نفس الخدمات التي تقدم من موقع المصرف من سحب وتحويل دون انتقال العميل إليها ويرى الباحث أن تعريف البنوك الإلكترونية بأنها مصطلح شامل للمعاملات والخدمات المصرفية التي يقوم بها العميل إلكترونياً بدون الذهاب للبنك حيث يستطيع العميل انجاز كافة معاملاته المصرفية من تحويل الأموال والسحب والإيداع والشراء والبيع والدفع وسداد فواتير الخدمات عن طريق الهاتف المصرفي أو الصراف الآلي أو نقاط البيع المختلفة أو الانترنت أو الجوال أو الهاتف العادي وجميع أشكال قنوات التوزيع المصرفي بطريقة سهلة وبدون تعقيد خلال 24 ساعة من خلال الوسائل المتاحة سواء كانت في المراكز التجارية أو من المنزل أو العمل أو المطارات داخل وخارج الحدود الجغرافية دون الذهاب للبنك.

---

(1) حماد، طارق عبد العال، (2000). "تطبيقات التكنولوجيا في المصارف"، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، القاهرة، ص2.

(2) سروع جو، (2000). "العمل الإلكتروني في المصارف بين الضروريات والمحاذير"، اتحاد المصارف العربية، جمعية اتحاد المصارف العربية، مجلد 20، العدد 238، بيروت، لبنان، ص109.

## ثالثاً: أنماط ومزايا البنوك الإلكترونية:

### أنماط البنوك الإلكترونية:

هنالك العديد من الدراسات الغربية أوروبية وأمريكية تشير إلى أن هنالك ثلاث أنماط أساسية للبنوك الإلكترونية على الشبكة العنكبوتية وهي:

• الموقع المعلوماتي (Informational) وهو المستوى الرئيسي لكل البنوك الإلكترونية والذي عن طريقه يقوم البنك بتقديم الحد الأدنى من خدماته كالإعلان عن منتجاته ونشاطه وخدماته.

• الموقع التفاعلي أو الاتصالي (Communicative) وهو المستوى الذي يسمح فيه البنك للعميل درجة ما الاتصال التبادلي عن طريق البريد الإلكتروني أو الاتصال عن طريق الهاتف المصرفي بينه وبين البنك لتعبئة بعض النماذج أو تعديل بعض القيود أو تفعيل الحسابات.

• الموقع التبادلي (Transactional) وهو المستوى الذي يمارس فيه البنك خدماته إلكترونياً ويسمح للعميل التعامل مع البنك إلكترونياً في العديد من الخدمات المصرفية، بحيث يستطيع العميل إدارة حسابه وإنجاز معظم خدماته عن بعد عن طريق شبكة الانترنت وبصورة فورية دون الذهاب لمقر البنك كسداد الفواتير وتحويل الأموال وغيرها.

### مزايا البنوك الإلكترونية:

تمتاز البنوك الإلكترونية بعدة مزايا مقارنة بالبنوك التقليدية تكسبها ميزه تنافسية وسط القطاع المصرفي وتضمن لها الاستمرار في تقديم خدمات مصرفية متميزة لعملائها الحاليين وجذب العديد من العملاء المستقبليين الذين يبحثون عن التميز ويمكن إلقاء الضوء على عدد من هذه المزايا فما يلي:

- خفض التكاليف: البنك الإلكتروني لا يلزم له مقر، وإنما يمكنه التواجد من خلال موقع شبكة الانترنت، ومن ثم يلاحظ اختفاء الدعامات الورقية أو على الأقل التقليل منها وإحلال الدعامات الإلكترونية بدلاً منها، وهذا كله أدى لخفض التكاليف التي تتفقه البنوك

لتقديم الخدمة لعملائها<sup>(1)</sup>. كذلك ساهم استخدام الانترنت في البنوك في خفض تكلفة العمليات بالنسبة للعملاء حيث يستطيع العميل انجاز أعماله دون الذهاب للبنك وفي دراسة أجراها BOOZ-ALLEN & HAMILTON وجدوا أن تكلفة ذهاب العميل لفرع البنك باستخدام الصراف تساوي 0.51 دولار في حين أن تكلفة إجراء تكلفة المعاملة نفسها على شبكة الانترنت لا تمثل سوى عشر التكلفة<sup>(2)</sup>.

وفي دراسة دود- بول وجد أن انخفاض تكلفة أداء الخدمات عبر الشبكة مقارنة بال قنوات الأخرى حسب الجدول رقم (1-2) أدناه<sup>(3)</sup>.

### جدول رقم (1-2)

| الفروع | الهاتف | صراف آلي | الانترنت | القناة الإلكترونية |
|--------|--------|----------|----------|--------------------|
| 1.06   | 0.40   | 0.19     | 0.09     | تكلفة الخدمة       |

دود- بول.

- توفر الخدمة في الوقت الحقيقي: توفر المصارف الإلكترونية الكثير من الوقت لكل من العميل والبنك حيث تمكن العملاء من الحصول على معلومات عن حساباتهم وإجراء معاملاتهم عن بعد<sup>(4)</sup>. ونسبة لمشاكل الازدحام والتنقل داخل المدن يفضل العديد من العملاء إنجاز عملياتهم عبر الشبكة من المكتب أو المنزل .

- إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء: تتميز البنوك الإلكترونية بقدرتها للوصول إلى قاعدة عريضة من العملاء دون التقيد بمكان أو زمان معين، كما تتيح لهم

(1) T. SOMA (J) (1983). Computer Technology and the Law, McGraw-Hill Book Company, P, 308.

(2) Booz-Aalen & Hamilton (2003). "Processing Cost per Transaction" J.P. Morgan.

(3) دود-بول، "تفهم آثار الثورة المعرفية العالمية"، مؤتمر الأكاديمية العربية العاشر بعنوان "تقديم المنتجات والخدمات المعرفية أمام تحديات القرن الواحد والعشرين" الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمعرفية، عمان الأردن (21-23) تشرين الأول 2000.

(4) بوراس، أحمد وبريكه، السعيد، (2014). "أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر"، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، ص 132.

إمكانية طلب الخدمة في أي وقت وعلى طول أيام الأسبوع وهو ما يوفر الراحة للعميل، إضافة إلى سرية المعاملات التي تميز هذه البنوك وتزيد من ثقة العملاء فيها<sup>(1)</sup>.

- تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة: البنوك الإلكترونية مثلها مثل البنوك التقليدية يمكنها تقديم كافة العمليات المصرفية التقليدية المعروفة بينما ونتيجة انتشار التجارة الإلكترونية على مستوى العالم أصبحت عمليات مصرفية جديدة لا يمكن لأي بنك من أدائها إلى عملائه إلا إذا كان بنكاً إلكترونياً لما تتميز به تلك العمليات المصرفية من سرعة الأداء وهو ما لا تستطيع البنوك التقليدية القيام به، وعليه فإن البنوك الإلكترونية تستطيع القيام بكافة العمليات المصرفية التي يقوم بها التي تقوم بها البنوك التقليدية بالإضافة إلى كونها تقوم بالعمليات المصرفية الجديدة التي نشأت بانتشار التجارة الدولية<sup>(2)</sup>.

- زيادة كفاءة أداء البنوك الإلكترونية: طبيعة البنوك الإلكترونية يوفر لها السرعة في انجاز الأعمال عن البنوك التقليدية، فدخل العميل لموقع البنك أسهل بكثير من انتقال العميل جسدياً إلى موقع البنك وطلب مقابلة الموظفين الذين عادة ما يكونوا مشغولين ليطلب منهم انجاز ما يريد من عمليات مصرفية بينما الحال على العكس بالنسبة للبنوك الإلكترونية التي لا أسهل من أن يدخل العميل إلى الموقع الخاص بالبنك على شبكة الانترنت والمرور إلى الجزء الذي يريد ومن ثم يبدأ في طلب ما يريد من إجراءات التي سرعان ما تنهي في أجزاء صغيرة من الدقيقة الواحدة وعليه يجد العميل أن الإجراءات التي يريد إتمامه يستغرق في البنوك التقليدية عدة ساعات ناهيك عن انتقاله شخصياً إلى مقر البنك ولا يستغرق أكثر من دقائق معدودة فقط إذا تم إجراءه بواسطة البنك الإلكتروني دون أن يتحمل عناء الذهاب لمقر البنك والتعامل مع الموظفين والتقييد بوقت عمل البنك دون أي وقت آخر، قد يريد إتمام بعض العمليات المصرفية السريعة التي لا تتحمل التأخير نتيجة لارتباطها بالتجارة الدولية<sup>(3)</sup>.

- فتح المجال أمام البنوك صغيرة الحجم لتوسع نشاطها عالمياً باستخدام شبكة

---

(1) يوسف، حسن يوسف، "البنوك الإلكترونية"، ط1، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، مصر، ص15.

(2) الجهني، منير والجهني، ممدوح، (2006). "البنوك الإلكترونية"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، ص16.

(3) الجهني، منير والجهني، ممدوح، المرجع السابق نفسه، ص17.

الانترنت، دون التفرع خارجياً وزيادة الاستثمار والموارد البشرية وغيرها، وكذلك إمكان تسليم بعض المنتجات إلكترونياً مثل المنتجات الرقمية ككشوف الحسابات والرصيد وغيرها والقدرة على إدارة العمليات المصرفية للبنوك عبر شبكة الانترنت بكفاءة من أي موقع جغرافي<sup>(1)</sup>.

- تيسير معاملات البنوك في علاقتها مع بعضها البعض: يسرت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حدوث طفرة في المعاملات المالية الدولية الواسعة النطاق بين المصارف بشكل أساسي وذلك بفضل إدراج برتوكولات جديدة للمدفوعات عبر الانترنت، ونظم التسوية الآنية، أما في حركات المدفوعات الصغيرة فأن وسائل الدفع المستعملة بكثرة تشمل بطاقات التسديد وأجهزة الصرف الكلي، والخدمات المصرفية عبر الهاتف، والهاتف المحمول، ويمكن لهذه الوسيلة الأخيرة استعمال برتوكولات الانترنت وغيره من برتوكولات الاتصالات وهي ذات أهمية كبيرة بالنسبة للبلدان النامية<sup>(2)</sup>.

- تسوية معاملات التجارة الإلكترونية من خلال قيامه بتوفير وسيلة الدفع التي تتفق مع طبيعة هذه التجارة التي تتم إلكترونياً عبر شبكة الانترنت من خلال إمكانية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية، والتحويل الإلكتروني، والنقود الإلكترونية، كما يوفر البنك خدمة الفواتير الإلكترونية وتحصيلها بذات الوسيلة، وبموجب هذا الخدمة يقوم البنك بتوزيع الفواتير على مواقع للعملاء عبر الانترنت مما يساعدهم على مراجعتها وسدادها عن طريق التحويل بين الحسابات ويقوم البنك بهذا الشكل بتحصيل الأموال إلكترونياً ويسلم الحسابات لأصحاب الفواتير، أي يجمع البنك بقدرته على إرسال الحسابات بالبريد الإلكتروني وبين التحصيل الإلكتروني وذلك بدون استخدام أي دورة مستنديه تتم على الورق<sup>(3)</sup>.

- تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات لرفع الكفاءة التشغيلية وازدياد الميزة التنافسية على المستوى الدولي، وهو ما منح البنوك قيمة مضافة خلال

---

(1) محمد نوري الشمري وعبد الفتاح زهير العبدلات، (2008). "الصيرفة الإلكترونية الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع"، دار وائل للنشر، ص 34-35.

(2) مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، اقتصاد المعلومات، تقرير 2007-2008، تسخير العلم والتكنولوجيا من أجل التنمية، النموذج الجديد لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ص 21.

(3) نشرة البنك الأهلي المصري، الدور الحديث للبنوك والتجارة الإلكترونية، العدد الثالث، المجلد الرابع والخمسون، 2001، ص 11.

توسعها في الأنشطة التي تعدد على توافر المعلومات والبيانات وإمكانية تفسيرها ونشرها وتخزينها وتبادلها<sup>(1)</sup>.

يرى شحادة- حسين (2002) "أن مزايا البنوك الإلكترونية تتلخص في خدمات تتم عن بعد دون اتصال مباشر بين أطراف الخدمة المصرفية، خدمات تقوم على التعاقد دون مستندات ورقية، خدمات عابره للحدود ولا تعرف قيود جغرافية"<sup>(2)</sup>.

يرى (د. سفر) "من أهم ميزات المصارف الإلكترونية إنها تسمح للعملاء بإجراء العمليات المصرفية في أي مكان وأي زمان وخلافاً للنظام المصرفي التقليدي، فتوفر الخدمة في أي وقت، تخفض التكلفة، تختصر عنصر الجهد بالنسبة للموظفين والعملاء على حد سواء، مما يعزز القدرة الإنتاجية للطرفين"<sup>(3)</sup>.

هنالك العديد من المزايا الأخرى للبنوك الإلكترونية من وجهة نظر الباحث حيث ساهم استخدام البنوك لتكنولوجيا المعلومات في تعاملاتها وخاصة في مجال التحويلات البنكية والمدفوعات وغيرها من سبل السلامة والأمن وسرية المعلومات، وكذلك انخفاض سرقة المعاملات الورقية، وكذلك ساهم استخدام البطاقات الإلكترونية المختلفة في التعاملات التجارية من قبل العملاء في تقليل فرص ضياع وسرقة النقود والأموال السائلة وتقادي تناقلها، حيث تتم معظم المعاملات إلكترونياً، كذلك ساهم انخفاض تكلفة العمليات ومجانيتها في بعض الأحيان من زيادة رضاء العملاء وعزز ذلك ربحية المصارف باستقطاب عملاء جدد، أيضاً حماية حسابات العملاء بأرقام سرية وإرسال أكواد التفعيل والتعريف على أرقام هواتف العملاء المسجلة لدى البنوك في حالة إجراء المعاملات البنكية والتوقيع الإلكتروني عزز من وثوق العميل وثقته في العمل المصرفي الإلكتروني. وكذلك ساهم إجراء المعاملات إلكترونياً في تقليل الوقت والجهد بالنسبة لموظفي البنك

---

(1) محمد، ذكري عبد الرازق ، (2010). النظام القانوني للبنوك الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، ص 27.

(2) حسين ،شحاده الحسين، الصيرفة الإلكترونية، بحث مقدم إلى مؤتمر الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، أعمال المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت، الجزء الثاني، الجديد في التمويل المصرفي، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2002، ص 193.

(3) أحمد سفر، (2006). العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان، ص 149.

وكذلك العملاء على حد سواء وقلل من تكاليف التنقل التي ينفقها العميل للوصول لمقر بنكه والوقوف والانتظار حتى يتم إجراء وتنفيذ معاملاته من قبل موظفي البنك.

#### رابعاً: أهمية وأهداف البنوك الإلكترونية :

يمكن تلخيص أهمية وأهداف البنوك الإلكترونية في البنود التالية<sup>(1)</sup>:

- تقديم خدمات مالية جديدة تلائم احتياجات العملاء، وتوسيع الأنشطة داخل وخارج الحدود المحلية للبنك.
- تحسين المركز التنافسي للبنك، وتعزيز حصته التنافسية في السوق المصرف
- زيادة درجة رضا العملاء ودعمهم، وكذلك تطوير ثقتهم في التعامل المصرفي.
- تحسين التدفق النقدي وموثوقية تلك التدفقات وكذلك سرعة تداول النقد.
- تحقيق عنصر السرعة في إنجاز الأعمال المصرفية.
- إعادة هندسة النظم المصرفية بما يوفر الدقة وتخفيض التكلفة، وكذلك تقليل الأعمال الورقية.
- تطوير أساليب الرقابة على العمل المصرفي ومراجعة عمليات معالجة البيانات لكافة مكونات نظام المعلومات الالكتروني، العاملين والأجهزة والبرامج وقاعدة البيانات.
- إتمام العملاء لمعاملاتهم بسرية تامة عبر الأجهزة التي يوفرها البنك دون الحاجة للتواصل المباشر مع البنك أو موظفيه.
- الراحة المطلقة للعملاء، إذ يتسنى للعميل إدارة حساباته من أي مكان وعلى مدار الساعة، حيث توفر عليه مشقة الانتقال وتعبئة النماذج والانتظار لمقابلة الموظف المسئول عن تقديم الخدمة، وغيرها.

---

(1) اضاءات نشرة يصدرها معهد الدراسات المصرفية - الكويت السلسلة الخامسة - العدد 12 سنة 2013

### المطلب الثالث: مراحل التطور التكنولوجي في العمل المصرفي:

مما لا شك فيه أن تطور العمل المصرفي مرتبط بالتحول الهائل الذي تشهده ثورة المعلومات والاتصالات ، حيث ألفت ثورة تكنولوجيا المعلومات بظلالها على معظم القطاعات صناعية كانت أم مالهية وتجارة وحيث أن القطاع المصرفي لا ينفصل من تلك القطاعات وخاصة المالية فقد شهد ثلاث تطورات مهمة للفترة ما بين العام 1950م و عام 1970م، بداية في أوروبا وأمريكا بإدخال المحترفين إلى العمل المصرفي في أعقاب الحرب العالمية الأولى في عام 1914م ومن ثم مرحلة إدخال ثقافة التسويق والبيع ومن ثم مرحلة تنامي دور التكنولوجيا المتقدمة والحديثة والتي أصبحت تلعب دور كبير وحيوي في الصناعات المالية عامة والمصرفية على وجه الخصوص. لقد مر استخدام التكنولوجيا من قبل المصارف بعدة مراحل<sup>(1)</sup>:

- مرحلة الدخول: وهي المرحلة التي دخلت فيها التكنولوجيا إلى أعمال المصارف بغرض إيجاد حلول للأعمال المكتتبية الخلفية.
- مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا: وهي المرحلة التي بدأت بتعميم الوعي بالتكنولوجيا على كافة العاملين بالمصرف من خلال برامج تدريب تغلب عليها التقنية على حساب المعرفة بالأعمال.
- مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات العملاء مثل مركز خدمة العملاء.
- مرحلة الضبط والسيطرة على التكاليف وهي مرحلة ضبط الاستثمار بالتكنولوجيا.
- مرحلة اعتبار التكنولوجيا عملاً ضمن أعمال المصرف وهي المرحلة التي بدأت فيها الإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا والتي ارتكزت على تفعيل الإنتاجية على الصعيد الداخلي وتحسين الضبط العملي وتسويق التكنولوجيا على الصعيد الخارجي.
- مرحلة اعتبار التكنولوجيا أصل كباقي الأصول وبالتالي يجب أن يجني هذا الأصل مرود كباقي الأصول.

---

(1) الشمري، ناظم محمد نور ، العبدلات ، عبد الفتاح زهير ، مرجع سبق ذكره، ص ص 25-26.



وحسب رأي (أحمد بوراس والسعيد بريكه)<sup>(1)</sup> أن السبب الرئيسي والأساسي الذي قامت عليه البنوك الإلكترونية هو تقديم خدمات للزبائن دون الذهاب للبنك وإنجاز المهام حيث يستطيع الزبون إنجاز المهام من خلال بعض المنافذ التي أتاحه له البنك، ظهرت هذه الفكرة في أوروبا وأمريكا بعد انتشار الهاتف الثابت، حيث وفرت البنوك إمكانية الاستعلام عن الرصيد عن طريق الهاتف الثابت، وتطور الأمر بعد ذلك بإنشاء أكشاك لسحب النقود بطريقه ميكانيكية، ثم بعد ذلك ظهرت أجهزة الكمبيوتر في بداية الثمانينات وقدمت خدمة الصراف الآلي، كما قدمت البنوك لزيائنها الكبار خلال عقد الثمانينات خدمات متميزة من خلال شبكات خاصة موصولة بالكمبيوتر الخاص بالبنك مباشرة، حيث يقوم الزبون ومن خلال تلك الشبكات بإجراء عمليات مالية محدودة، وفي مطلع التسعينات من القرن الماضي ظهرت ثورة الانترنت والحاسوب الآلي وكان القطاع المالي والخدمي من أكثر المستفيدين من هذه الثورة، حيث كانت الانطلاقة الحقيقية للبنوك الإلكترونية بشكلها الحالي وتقسيماتها المختلفة كل حسب نوع الخدمة المقدمة والجهة المستخدمة للخدمة.

كذلك العمل الآلي في البنوك مر بعدة مراحل حتى وصل إلى البنوك الإلكترونية وهذه المراحل كالآتي<sup>(2)</sup>:

- مرحلة استخدام الآلات الميكانيكية المساعدة والتي كانت استجابة طبيعية لزيادة حجم العمل اليدوي وكانت تمثل ميكنة بعض مراحل عملية تشغيل البيانات يدوياً.
- مرحلة استخدام البطاقات المثقبة، وتعتبر الباب الرئيسي الذي قاد لمرحلة الآلات الإلكترونية وفكرها يقوم على استحداث وسيلة يتم بواسطتها اختزان البيانات والمعلومات على بطاقة مثقبة، ثم قراءة هذه البيانات وتشغيلها بواسطة اله.
- مرحلة الآلات شبه الإلكترونية، وهي مرحلة تم فيها عمليات تطوير واسعة للآلات المساعدة بهدف تشغيلها إلكترونياً لزيادة سرعتها ورفع طاقتها الإنتاجية.
- مرحلة ظهور الحاسب الإلكتروني وهي أهم مراحل التحول الإلكتروني والتي ظهر فيها الحاسب الآلي، وحدث تطور هائل في مكوناته من حيث السرعة والحجم والكفاءة والسعة.

(1) بوراس، أحمد ود. بريكه، السعيد، مرجع سبق ذكره، ص 96.

(2) ناظم محمد نور الشمري، عبد الفتاح زهير العبدلات، مرجع سابق، ص 36-37.

- مرحلة ظهور البنوك الإلكترونية ويمكن تقسيم التطور الذي حدث فيها إلى ثلاث مراحل حسب التطور التكنولوجي لقنوات الخدمات المصرفية:

المرحلة الأولى: وهي المرحلة التي ظهرت بها الآلات الصراف الآلي ونقاط البيع والكمبيوتر المنزلي والبنك المحمول والبنوك الهاتفية، وقد حققت هذه المرحلة العديد من الأهداف للبنوك، أهمها خفض الضغط على الفروع وتحسن الخدمة وتخفيض التكاليف وزيادة الأرباح.

المرحلة الثانية: مرحلة ظهور بنوك الانترنت، وهي أهم مرحلة من مراحل البنوك الإلكترونية، وبموجبها تم الانتقال من مرحلة البنوك التقليدية التي لها واقع مادي ممثلا في فروع ومستندات إلى وجود افتراضي على شبكة الانترنت.

المرحلة الثالثة: وهي المرحلة التي ظهرت فيها توجيهات الدمج بين قنوات تقديم الخدمة المصرفية المذكورة بالمرحلة الأولى وتقنية الانترنت المذكورة بالمرحلة الثانية.

## المبحث الثاني

### مقارنة بين المصارف التقليدية والإلكترونية ومتطلباتها

المطلب الأول: مقارنة بين البنوك الإلكترونية والبنوك التقليدية:

من المعروف أن البنوك التقليدية تعتمد في توزيع منتجاتها وتقديم خدماتها عن طريق الاتصال المباشر مع العملاء، بحيث يستطيع العميل إنجاز مهامه بالذهاب إلى أقرب فرع للبنك ومقابلة الموظف لإنجاز خدمته، إلا أن الحال تغير بعد ظهور الخدمات الإلكترونية الحديثة، إذ تبنت معظم البنوك التقنية وأدخلت التكنولوجيا الحديثة في أنشطتها وتنفيذ خدماتها وتعتبر البنوك الكبيرة أكثر المستفيدين من الطفرة في عالم تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات والانترنت، إذ سمحت لها بعرض منتجاتها التقليدية إضافة إلى خدمات متخصصة أخرى مما زاد من حصتها السوقية بسبب الانتشار الذي حصل لها، وأصبحت تقدم خدماتها على النمطين التقليدي والحديث، وكذلك أدى هذا التطور إلى ظهور البنوك الإلكترونية وبنوك الانترنت والتي لها وجود على شبكة الانترنت وكل خدماتها متاحة على الويب والوسائل الإلكترونية الأخرى وأصبح هذا الوافد الجديد يفرض نوع آخر وجديد في العلاقات مع الزبائن، حيث يترك للزبون حرية المكان والزمان الذي يرغبه في تنفيذ خدماتهم المصرفية إلكترونيا مما ساعد وساهم في إمكانية سرعة تقديم الخدمة في فترة وجيزة مقارنة بالبنوك التقليدية وفي أي مكان وأي زمان يختاره العميل وهذا التطور أتاح للبنوك الإلكترونية أن تكون قريبة جداً من عملائها. يمكن القول بأن بظهور الإنترنت والتكنولوجيا الحديثة معا يساهم ويساعد البنوك في تخصيص علاقات متميزة مع عملائها بفضل المعلومات المتاحة عنهم عبر الشبكة بحيث تستطيع البنوك تحليل معلومات الزبائن ودراسة سلوكياتهم وبالتالي تستطيع معرفة الخدمات التي يرغبون بها، وكخلاصة أن مستقبل البنوك التقليدية مرهون بظهور بنوك متعددة القنوات من خلال التعامل من مع الزبائن والتي توافق بين الخدمات التقليدية والبنوك الإلكترونية وهذا ما يضع احتمالية بقاء البنوك التقليدية ومناستها.

يمكن المقارنة بين العمل المصرفي الإلكتروني والتقليدي من ناحية التكاليف في توزيع الخدمات من الجدول أدناه:

## جدول رقم (2-2)

### فرق التكلفة بين القنوات التقليدية والانترنت

| القناة       | دفع الفواتير | توزيع البرمجيات | المعاملات البنكية | تذاكر الطيران |
|--------------|--------------|-----------------|-------------------|---------------|
| التقليدية    | 3.32-2.22    | 15.00           | 1.08              | 9.10          |
| عبر الانترنت | 1.10-0.65    | 0.10-0.20       | 0.13              | 1.18          |
| نسبة التوفير | %71-%67      | %99-%97         | %89               | %87           |

المصدر: بتول الطيب، سياسات التجارة الإلكترونية والمسائل القانونية، مقال منشور على الانترنت على الموقع [www.ityarabic.org/e-busiessers](http://www.ityarabic.org/e-busiessers)

الملاحظ من الجدول رقم (2-2) أعلاه أن تكلفة العمل المصرفي عبر الانترنت منخفضة جداً مقارنة بالعمل المصرفي عبر القنوات التقليدية وهذا ما يكسب أهمية وميزه للبنوك الإلكترونية في مجال العمل المصرفي.

أيضاً الجداول أدناه تبين أهمية التكنولوجيا والصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمات المصرفية وخفض التكاليف<sup>(1)</sup>.

## جدول رقم (3-2)

### تقدير تكلفة الخدمات عبر قنوات مختلفة

| تقدير التكلفة | قناة تقديم الخدمة                  |
|---------------|------------------------------------|
| 295+ وحدة     | خدمة عبر فروع البنك                |
| 56+ وحدة      | خدمة من خلال مراكز الاتصال الهاتفي |
| 4+ وحدة       | خدمة من خلال الانترنت              |
| 1+ وحدة       | خدمة من خلال الصرافات الآلية       |

المصدر: عز الدين كامل مصطفى أمين "الصيرفة الإلكترونية"، مقال منشور على الانترنت على الموقع [www.bankofsudan.org/arabic](http://www.bankofsudan.org/arabic) مجلة المصرفي، ع26، 2001، ص2.

(1) عز الدين مصطفى أمين، 2001، مجلة المصرفي، العدد 26، ص 2 .

## جدول رقم (2-4)

### تقدير تكلفة الخدمات عبر قنوات مختلفة

| الانترنت | الصراف الآلي | الهاتف | الفرع | القناة                                |
|----------|--------------|--------|-------|---------------------------------------|
| 0.010    | 0.270        | 0.540  | 1.070 | تكلفة الحصول على الخدمة المصرفية US\$ |

المصدر: فولد فينقر، كاريس، بنوك الانترنت، مؤتمر الدراسات المصرفية بعنوان (الصيرفة الإلكترونية)، معهد الدراسات المصرفية، عمان، الأردن، 13-16 حزيران 2005.

من الملاحظ من الجداول رقم (2-4) أعلاها انخفاض تكلفة العمل المصرفي الإلكتروني مقارنة بالعمل المصرفي التقليدي مما يتيح للبنوك الإلكترونية وتلك التي تستخدم تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في تقديم خدماتها وتنويع قنوات توزيعها بصورة فعالة، اكتساب مزيد من العملاء وبالتالي تزداد عوائدها. يمكن أيضاً تقديم مقارنة بسيطة بين الابتكارات المالية الحالية في مجال خدمات الصيرفة الإلكترونية والابتكارات المالية على مستوى البنوك التقليدية<sup>(1)</sup> وذلك حسب رأس (أحمد بوراس والسعيد بريكة، 2014) في الجدول التالي (2-5):

## جدول رقم (2-5)

### مقارنة بين الابتكارات المالية في البنوك الإلكترونية والابتكارات المالية

#### في البنوك التقليدية

| الابتكارات المالية في البنوك الإلكترونية               | الابتكارات المالية في البنوك التقليدية |         |
|--|--|---------|
| قناة التسليم والإيداع في الأعمال المصرفية عبر الانترنت | تسليم المنتجات والخدمات بشكل مباشر     | المحتوى |
| واسع   | ضيق                                    | الأثر   |

المصدر: أحمد بوراس والسعيد بريكة، أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر، ص 119. هنالك اختلافات جوهرية بين البنوك التقليدية والبنوك الإلكترونية من حيث البنية التحتية والمعاملات والخدمات (2)، الجدول (2-6) التالي يوضح ذلك:

(1) بوراس احمد وبريكة السعيد ، أعمال الصيرفة الإلكترونية، الأدوات والمخاطر، مرجع سابق، ص 119.

(2) بوراس احمد وبريكة السعيد ، المرجع سابق، ص 120.

## جدول رقم (2-6)

### الاختلافات الجوهرية بين البنوك التقليدية والبنوك الإلكترونية

| العوامل                             | البنوك التقليدية  | البنوك الإلكترونية  |
|-------------------------------------|---|---|
| البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات |   |   |
| بنية الشبكة                         | الشبكات السلكية<br>شبكات خاصة VAN،WAN<br>نقل البيانات بموجة (Router)<br>عرض النطاق الترددي محدود<br>الاتصال التبادل الإلكتروني للبيانات<br>(EDI: Electronic Data I interchange) | الشبكات السلكية واللاسلكية<br>شبكات الانترنت العامة<br>نقل البيانات بالوسائط المختلفة<br>عرض النطاق الترددي الشاسع<br>الاتصالات WWW.  |
| أرضية التطبيق                       | حواسيب مكتبية<br>شبكة مركزية<br>أرضية تابعة<br>نظام تشغيل للعمليات<br>واجهة استخدام غير متكافئة   | حواسيب مربوطة بالانترنت<br>شبكة الانترنت<br>أرضية مفتوحة مناسبة<br>نظام مدمج في الوسائط متعددة الوظائف<br>واجهة استخدام عالية الكفاءة |
| المعاملات                           |   |   |
| ميكانيزمات المعاملات                | فروع البنك<br>على الشبكات<br>التسهيلات مادية في العمليات والدفع<br>المكان والوقت حرج وضيق   | البنك على الخط<br>في أي مكان وأي وقت<br>التسهيلات افتراضية في العمليات والدفع<br>التغلب على القيود الجغرافية والزمنية                 |
| المخطط الأمني                       | النقود والشبكات بشكل أساسي<br>البنك يدقق بنفسه ونظام امني للبيانات<br>نظام الورق والتأكيد وجها لوجه   | الوسائط الرقمية للتبادل<br>نظم أمنية موحدة<br>بروتوكولات أمنيته مثل WTIS،SSL،SET،<br>wireless PKI                                     |
| الخدمات                             |   |   |
| خدمات التسليم                       | بنك محدد المنطقة الجغرافية<br>عمليات تقليدية  | بنك افتراضي<br>الخدمات على الخط   |
| خدمات العملاء                       | المعاملات والخدمات إدارية<br>تقديم الخدمة عن طريق الهاتف أو شبكات البنك   | المعاملات والخدمات الإدارية والاستعلامات.مداخل التمويل وخدمات المساعدة الإدارية<br>تقديم الخدمة من خلال شبكة الانترنت                 |
| خدمات العملاء                       | عن طريق موظف البنك<br>خدمة العملاء بشكل تقليدي<br>الاحتياجات المعروفة للعملاء<br>خدمه منمطة (Standardization)   | عن طريق شبكة الانترنت<br>خدمة العملاء حديثه<br>الاحتياجات المعروفة لدى العملاء وغير المعروفة،<br>خدمة مخصصة (Customization)           |

المصدر: أحمد بوراس والسعيد بريكة، أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر، ص 120

## المطلب الثاني: متطلبات وعوامل نجاح ومخاطر البنوك الإلكترونية:

### أولاً : متطلبات البنوك الإلكترونية:

هنالك العديد من متطلبات البنوك الإلكترونية يمكن تلخيصها في الآتي<sup>(1)</sup>:

#### 1. البنية التحتية التقنية:

يقف في مقدمة متطلبات البنوك الإلكترونية وبالعموم في أية مشروعات تقنية البنية التحتية التقنية، والبنى التقنية للبنوك الإلكترونية ليست ولا يمكن أن تكون معزولة عن بني الاتصالات وتقنية المعلومات التحتية للدولة ومختلف القطاعات (ICT) Infrastructure، ذلك أن البنوك الإلكترونية تحيي في بيئة الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، والمتطلب الرئيسي لضمان أعمال إلكترونية ناجحة بل وضمان دخول امن وسلسل لعصر المعلومات، عصر اقتصاد المعرفة تتمثل بالاتصالات ، وبقدر كفاءة البنية التحتية، وسلامة سياسات السوق الاتصالي وتحديد السياسات التسعيرية لمقابل خدمات الربط بالانترنت، فلا تحيي الشبكة وأعمالها دون تزايد أعداد المشتركين الذين يعقوهم وتحديدًا في الوطن العربي كلفة الاتصالات والتي وأن كانت شهدت تخفيضًا في بعض الدول العربية لكنها ليست كذلك في جميعها، وهذه المسألة ربما تمثل أهم تحدي أمام بناء البنوك الإلكترونية وتطلب تدخلًا جماعياً لرفع كل قيود تفرض تزايد استخدام الشبكة، كما أن فعالية وسلامة بني الاتصالات تقوم على سلامة التنظيم الاستثماري ودقة المعايير وتوائمها الدولي، وكفاءة وفعالية التنظيم القانوني لقطاع الاتصالات ، وبقدر ما تسود معايير التعامل السليم مع هذه العناصر يتحقق توفير أهم دعامة للتجارة الإلكترونية بل والبناء القوي للتعامل مع عصر المعلومات، والعنصر الثاني للبناء التحتي يتمثل بتقنية المعلومات من حيث الأجهزة والبرمجيات والحلول والكفاءة البشرية المدربة والوظائف الاحترافية وهذه دعامة الوجود والاستمرارية والمنافسة ولم يعد المال المتطلب الرئيسي بل استراتيجيات التوائم مع المتطلبات وسلامة البرامج والنظم المطبقة لضمان تعميم التقنية بصورة منظمة وفاعله وضمان الاستخدام الأمثل والسليم لوسائل التقنية، أما عن عناصر إستراتيجية البناء في حقل الاتصالات وتقنية المعلومات، فإننا نرى إنها تتمثل بتحديد أوليات وأغراض تطوير سوق الاتصالات في الدولة، ومواءمة هدف الدخول للأسواق العالمية مع احتياجات

(1) خباية عبد الله، "الاقتصاد المعرفي، البنوك الإلكترونية، البنوك التجارية، السياسة النقدية"، مؤسسة شباب

الجامعة، الإسكندرية، مصر، ص108-111.

التطوير التقني للشركات الخاصة، والسياسات التسويقية والخدمية والتنظيمية المتعين اعتمادها لضمان المنافسة في سوق الاتصالات ولضمان جذب الاستثمارات في هذا القطاع، وتنظيم الالتزامات لمقدمي الخدمة مع تجديد معايير ومواصفات الخدمة المميزة وفي مقدمتها معايير امن وسلامة تبادل المعلومات وسريتها وخصوصية المشتركين، وتوفير الإطار القانوني الواضح الذي يحدد الالتزامات على أطراف العلاقة، وأخيرا تحديد نطاق التدخل الحكومي وتحديد أولويات الدعم وما يتعين أن يكون محلا للتشجيع الاستثماري من قبل الدولة. وتوفير البنى التحتية العامة يبغي غير كافي دون مشاريع بناء بنى تحتية خاصة بالمنشآت المصرفية، وهو اتجاه تعمل عليه البنوك بجديه.

## 2. الكفاءة الأدائية المتفقة مع عصر التقنية:

هذه الكفاءة القائمة على فهم احتياجات الأداء والتواصل التأسيلي والتدريبي والأهم من ذلك أن تمتد كفاءة الأداء إلى كافة الوظائف الفنية والمالية التسويقية والقانونية والاستشارية والإدارية المتصلة بنشاط البنوك الإلكتروني.

## 3. التطوير والاستمرارية والتفاعلية مع المستجدات:

يتقدم عنصر (التطوير والاستمرارية والتتويجية) على العديد من عناصر متطلبات بناء البنوك الإلكترونية وتميزها، فالجمود وانتظار الآخرين لا يتفق مع التقاط فرص التميز.

## 4. التفاعل مع المتغيرات:

التفاعل لا يعني فقط التعامل مع الجديد فقط وإنما يجب أن يكون مع الأفكار والنظريات الحديثة وخاصة في حقول التسويق المالي والخدمي (الناجمة عن تفكير إبداعي وليس تفكير نمطي)<sup>(1)</sup>.

## 5. الرقابة والتقييم:

لقد أقامت غالبية مواقع البنوك الإلكترونية جهات ترجع إليها للمشورة في التخصصات التقنية والتسويقية والنشر الإلكتروني لتقييم فعالية وأداء موقعها، لاسيما وأن التقييم يعد من أهم عناصر النجاح لأي عمل<sup>(2)</sup>.

(1) يوسف حسن يوسف، البنوك الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 126.

(2) د يوسف حسن يوسف، مرجع سابق ص 126



## ثانياً: عوامل نجاح البنوك الإلكترونية:

إن العوامل الأساسية المساعدة على نجاح المصارف الإلكترونية والتي تركز على الصيرفة الإلكترونية كمنشآت هام والتي يجب الالتزام بها كقواعد أساسية للعمل الإلكتروني تتمثل في الآتي<sup>(1)</sup>:

- وجود شبكة واسعة تضم كل الجهات ذات الصلة بالخدمات المقدمة ومرتبطة بالانترنت، على أن يكون تصميم الشبكة يتميز بدرجة عالية من الأمان.
- وضع أنظمة تتيح الربط وتبادل البيانات بين مختلف الجهات المشتركة في عملية التبادل وإتاحتها على مستوى العالم ككل، على أن تتميز بدرجة عالية من الشفافية والدقة والأمان.
- إعداد خطة لتدريب الموارد البشرية، فالتدريب المستمر للعاملين بالمصرف وكذا التعليم المستمر للعملاء المستفيدين من الأنظمة الجديدة يساعد على نجاح هذه الصيرفة.
- وضع إطار قانوني يحكم المتعاملين الإلكترونيين فيما بينهم.
- العمل على إنشاء تنظيم إداري يعمل على التنسيق بين الأطراف المتعاقدة.
- توفير البنية التحتية اللازمة للصيرفة الإلكترونية.

إنشاء الجسم الإداري الذي يتولى التنسيق بين الأطراف المعنية على كل المستويات، بمعنى على مستوى المصرف الواحد، على مستوى البنك المركزي، على مستوى البلد الواحد وعلى المستوى الإقليمي الذي يتيح الربط والتعاون مع البلد ذات المصالح والأهداف المشتركة.

## ثالثاً : مخاطر البنوك الإلكترونية

في ممارسة المصارف لأعمالها الإلكترونية تواجه مخاطر يترتب عنها خسائر مالية، ومن هذه المخاطر يمكن تصنيفها ضمن مجموعات مختلفة تتمثل فيما يلي: <sup>(2)</sup>

---

(1) رأفت رضوان، (1999). عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية، القاهرة، ص77.  
(2) موسى خليل مشري، "القواعد الناظمة للصيرفة الإلكترونية"، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، مداخلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، ص:260.

- المخاطر التقنية: تحدث هذه المخاطر من احتمال الخسارة الناتجة عن خلل في شمولية النظام أو من أخطاء العملاء، أو من برنامج إلكتروني غير ملائم للصيرفة والأموال الإلكترونية .
- مخاطر الاحتيال : وتتمثل في تقليد برامج الحواسيب الإلكترونية أو تزوير معلومات مطابقة للبرامج الإلكترونية، أو تعديل بعض المعلومات بخصوص الأموال الإلكترونية
- مخاطر ناتجة عن سوء عمل النظام الإلكتروني : قد ينشأ الخطر من سوء استخدام هذا النظام، أو سوء مراقبة البرامج في حد ذاتها .
- مخاطر قانونية : تحدث المخاطر القانونية عندما لا يحترم البنك القواعد القانونية والتشريعات المنصوص عليها، أو عندما لا تكون هناك نظم قانونية واضحة ودقيقة بخصوص عمليات مصرفية جديدة، وتبرز أهم التحديات القانونية متمثلة في تحدي قبول القانون للتعاقبات الإلكترونية، حجبتها في الإثبات، أمن المعلومات، وسائل الدفع، التحديات الضريبية، إثبات الشخصية، التوقيعات الإلكترونية، أنظمة الدفع النقدي، المال الرقمي أو الإلكتروني، سرية المعلومات، أمن المعلومات من مخاطر إجرام التقنية العالية، خصوصية العميل، المسؤولية عن الأخطاء والمخاطر، حجبة المراسلات الإلكترونية، التعاقبات المصرفية الإلكترونية، مسائل الملكية الفكرية لبرمجيات وقواعد معلومات البنك أو المستخدمة من موقع البنك أو المرتبطة بها، علاقات وتعاقبات البنك مع الجهات المزودة للتقنية أو المورد لخدماتها أو مع المواقع الحليفة مشاريع الاندماج والمشاركة والتعاون المعلوماتية (1) .
- مخاطر فجائية : مثل هذه المخاطر تؤدي إلى مشاكل في السيولة وفي سياسة القروض المصرفية، حيث أن فشل المشاركين في نظام نقل الأموال الإلكترونية أوفي سوق الأوراق المالية بشكل عام في تنفيذ التزاماتهم - الدفع والتسديد - يؤدي غالبا إلى توتر قدرة مشاركون أو مشاركين آخرين للقيام بدورهم في تنفيذ التزاماتهم في موعدها، وهذا ما يؤدي إلى توتر العلاقات وزعزعت الاستقرار المالي في السوق .

(1) شول شهرة،مدوخ ماجدة،" الصيرفة الإلكترونية : ماهيتها- مخاطرها- حمايتها"، مداخلة مقدمة إلى المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة: منافسة،مخاطر، تقنيات، جامعة جيجل- الجزائر، يومي07/06جوان2005، ص:15.

▪ مخاطر تكنولوجية : ترتبط المخاطر بالتغيرات التكنولوجية السريعة، وإن عدم إلمام موظفي البنوك بالاستخدام الأمثل للتكنولوجيا الحديثة يؤدي إلى القصور في أداء العمليات الإلكترونية بشكل صحيح .

وأيضاً هنالك عدد من المخاطر الأخرى مثل مشكلة تحصيل الضرائب وكذلك ظهور متاجر وهمية مما تسهل عملية الغش والتزيف والاحتيال ومشاكل تعطل النظام والقرصنة الإلكترونية وقلة مستخدمي الانترنت في بعض البلدان وخاصة في العالم الثالث.

## المبحث الثالث

### آليات وأدوات وأساليب استخدام التقنية في العمليات المصرفية

المطلب الأول: آلية وأدوات ومنافذ المصارف الإلكترونية:

أولاً: آلية المصارف الإلكترونية:

في ظل التطورات المتسارعة في مجال تقنية المعلومات وكذلك عمليات التجارة الإلكترونية أصبح من الضرورة للبنوك تطوير الآليات التي تحكم نشاطها بطرق أكثر حداثة وربط أنشطتها بوسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة، تهدف من ذلك إلى عرض وإتاحة المعلومات عن خدماتها وعن أنظمة الدفع الإلكترونية وخفض التكاليف وأخذ الحيطة والحذر تقادياً للمخاطر والعقبات المحتملة.

وتتنوع وتتعدد الآليات والوسائل المصرفية الإلكترونية وتتطور بفعل تطور التكنولوجيا فنجد مثلاً الهاتف والكمبيوتر والانترنت وكلها آليات تستخدمها البنوك في تقديم خدماتها المصرفية الإلكترونية، بحيث يستطيع العميل تنفيذ جميع عملياته دون التوجه إلى أي فرع للبنك، لقد دخلت الثورة الإلكترونية بقوة إلى القطاع المصرفي، وأدت إلى تحويل العديد من الأعمال المالية والمصرفية إلى خدمات إلكترونية<sup>(1)</sup>، وحولت المصارف إلى مصارف إلكترونية. وهي تركز على تقديم خدماتها عبر الوسائل الإلكترونية سواء في المنزل (Home Banking) أو في المكتب (Office Banking) أو بواسطة الهاتف الثابت (Phone Banking) أو الهاتف المحمول (Mobile Banking) أو الانترنت (Internet Banking) وغيرها من الوسائل الإلكترونية المعروفة في عالم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات<sup>(2)</sup>.

ثانياً: أدوات الصيرفة الإلكترونية:

مقابل تطور الوسائل المصرفية الإلكترونية تعددت الأدوات التي تستخدمها المصارف في العمليات المصرفية الإلكترونية، وهي تتطور بشكل مستمر كذلك، ومن تلك

(1) حسين شحادة الحسين، (2002). العمليات المصرفية الإلكترونية الصيرفة الإلكترونية (E-Banking)،

بحث مقدم إلى مؤتمر الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية في جامعة بيروت

العربية، الجزء الأول، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ص 191.

(2) أحمد سفر، العمل المصرفي في البلدان العربية مرجع سابق، ص 63.

الأدوات المعروفة في عالم المصارف الإلكترونية نجد أجهزة الصراف الآلي (ATM) التي تمثل آليات لتوفير الخدمة الذاتية<sup>(1)</sup>.

وأيضاً من هذه الأدوات والركائز المستخدمة في توزيع الخدمات المصرفية الإلكترونية المعروفة في عالم العمل المصرفي الحديث اليوم، إضافة إلى أجهزة الصراف الآلي (ATMs)، ماكينات نقاط البيع (POS) التي تمثل آليات لتوفير الخدمة الذاتية. فمن المعروف أن جهاز الصراف الآلي يؤدي اليوم معظم المهام التي يقوم بها الموظف في أي فرع، وبقدرة أكبر على صعيد توفير مجموعة أوسع من الخدمات، وفي بعض الأحيان بنوعية خدمة أفضل وبكلفة أقل، وتشير التقديرات المتاحة إلى أن كلفة تنفيذ عملية مصرفية بواسطة جهاز الصراف الآلي تشكل فقط 10 % من كلفة تنفيذها عبر الموظف. ومن المتفق عليه أن جهاز الصراف الآلي بات اليوم يوفر خدمات صرف النقد والإيداع والتأكد من صحة العملة وإجراءات التحويلات إلكترونياً حول العالم وتعبئة طلبات القروض وتوفير بيانات الحسابات ودفع فواتير الخدمات العامة وتنفيذ عمليات القطع الأجنبي وغيرها، بالإضافة إلى خدمات الجهاز التقليدية الأخرى، كل ذلك على أساس فوري ووقت حقيقي (Online real time).

ثم هناك أيضاً جهاز نقاط البيع الذي يتيح للعملاء النفاذ إلى حساباتهم الجارية من المحال التجارية، مستخدمين بطاقات الخصم لديهم المحلية أو العالمية أو بطاقات الائتمان المدعومة بحساباتهم لدى المصرف.

وإن ثورة البطاقات البلاستيكية تتضمن اليوم ما يعرف بالبطاقات الذكية التي تتيح للعملاء شحن بطاقاتهم بقيم نقدية تخصم من حساباتهم الجارية، وذلك باستخدام أجهزة النفاذ الآلية، مثل جهاز الصراف الآلي أو الحاسوب الشخصي، من أجل الاستخدام التالي على ماكينات نقاط البيع في المحال التجارية أو خلال التسوق الإلكتروني.

ومن قنوات توزيع الخدمة المتطورة أيضاً ماكينات أو أجهزة الصيرفة المنزلية، حيث يتيح الهاتف الثابت (Fixed Phone) أو الهاتف النقال (Mobile Phone) للعملاء إمكانية الحصول على العديد من الخدمات المصرفية والمالية، لاسيما المعلومات عن حساباتهم

---

(1) نادر عبد العزيز شافي، (2007). المصارف والنقود الإلكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان، ص124-125.

وأرصدتهم بما فيها بعض العمليات المنفذة، إضافة إلى توجيه تعليمات محددة للصرف لتنفيذها لاحقاً وغيرها.

والهاتف يربط العميل بمركز الاتصال (Call Center) الموجود لدى المصرف، حيث يتواجد موظف مدرب في مجال خدمة العملاء يرد على قائمة كبيرة من الطلبات، كمندوب مبيعات يحرص على بيع العملاء المتصلين الخدمات والمنتجات المتنوعة المتاحة لدي مصرفه.

وبذلك تتيح مراكز الاتصال للمصارف فرصة تلبية مختلف الاحتياجات والمتطلبات المصرفية والمالية لعملائها على مدار الساعة، وبفاعلية أكبر وتكاليف أقل، بالمقارنة مع عملية تنفيذ الخدمات بواسطة الفروع التقليدية. كما أن مراكز الاتصال تحقق رضى العملاء الذين ينشدون الاحتكاك بإنسان ما في المصرف عبر جهاز الهاتف. وليس الاحتكاك مع جهاز أو ماكينة معينة، أضف إلى ذلك جهاز الحاسوب الشخصي الذي أصبح اليوم أداة فعالة وقوية لإجراء الاتصال بالمصرف سواء من منزل العميل أو من مكتبه، مستخدماً خطوط الهاتف العادية أو الانترنت، حيث أصبحت هذه الأداة (أي الانترنت) الوسيلة الإلكترونية الأكثر تفصيلاً لعدد لا بأس به من العملاء لتأدية أعمالهم اليومية.

ومع الخدمات التي تتيحها تقنية التوزيع العصرية مثل الهاتف وجهاز الحاسوب والانترنت وجهاز الصرف الآلي وماكينة نقاط البيع والبطاقات البلاستيكية وغيرها، فإن العميل قد لا يحتاج بعد اليوم حتى إلى حساب لدي احد مصارف بلده<sup>(1)</sup>.

### ثالثاً : منافذ تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية:

هنالك عدد من المنافذ الإلكترونية التي تستطيع المصارف من خلالها تقديم خدماتها المصرفية وتلك القنوات يمكن إن نسميها قنوات تقديم الخدمة المصرفية الإلكترونية مثل الصراف الآلي، نقاط البيع، الصيرفة المنزلية، الصيرفة المحمولة، الصيرفة الهاتفية، التلفزيون الرقمي وبنوك الانترنت.

---

(1) أحمد سفر، مرجع سبق ذكره، ص64-66.

## 1- خدمة آلة الصراف الآلي:

هي آلات يمكن وضعها بالأماكن العامة والتجارية وغيرها بشكل مستغل وتكون متصلة بشبكة حاسب المصرف ويقوم العميل باستخدام بطاقة بلاستيكية أو بطاقة ذكية للحصول على الخدمات المختلفة مثل السحب النقدي، الإيداع النقدي، الاستفسار عن الحساب وغيرها من الخدمات، ولقد أصبحت هذه الأجهزة منذ بدء تشغيلها في عام 1975م من المستلزمات اليومية في تنفيذ العمليات المصرفية للأفراد، ولقد بلغ عدد ماكينات الصرف في الولايات المتحدة نحو (13204) آلة في عام 1999م، بينما يوجد في المملكة المتحدة نحو 22 ألف آلة تنفذ نحو 80% من مجموع العمليات المصرفية في العام المذكور<sup>(1)</sup>.

ويعتبر الصراف الآلي من أكثر الوسائل المستخدمة من طرف العملاء والبنوك حيث تشير الإحصاءات إلى التطور المستمر في استخدامه جدول رقم (2-7).

### جدول رقم (2-7)

نسبة الصراف الآلي لكل 100 ألف راشد في العالم خلال الفترة من 2004 - 2012 م

| النسبة | العام |
|--------|-------|
| 18.6   | 2004  |
| 20.2   | 2005  |
| 18.1   | 2006  |
| 25.5   | 2007  |
| 26.9   | 2008  |
| 28.6   | 2009  |
| 29.3   | 2010  |
| 31.3   | 2011  |
| 34.2   | 2012  |

من إعداد الباحث بالاعتماد على تقارير مجموعة البنك الدولي - ماكينات الصراف الآلي لكل 100 ألف راشد مؤشرات التنمية العالمية ، 2013م

الموقع <http://data.albankaldawli.org/indcator/FB.ATM.TOTL.P5/countries?dyplay>

(1) الغندور، حافظ كامل، مرجع سابق، ص 87

يشير الجدول رقم (2-7) إلى أن نسبة عدد الصرافات الآلية في تطور مستمر ، حيث بلغ في العام 2004م 18.6 إلا أنه شهد تراجع في عام 2006م نتيجة لتبني المصارف قنوات أخرى كالصيرفة الإلكترونية والهاتف المحمول إلا أنه سرعان ما عاد عددها إلى الارتفاع بصورة مستمرة حيث بلغ في العام 2007م 25.5% صرافاً لكل عميل حتى وصل عدد الصرافات إلى 34.2% في العام 2012م وهذا ناتج عن توجه البنوك نحو توفير في أماكن مختلفة وخاصة في الأماكن التي يرتادها عدد كبير من العملاء من أجل توفير الخدمة للعميل للوصول إلى رضاه.

وتشير بعض الدراسات الأوروبية أن استخدام الصراف الآلي في الدول الأوروبية في توسع وازدياد، حيث بلغ عددها في عام 2005 ما يقدر بـ340,000 جهاز بزيادة 4.21% من العام 2004م، ووصلت نسبة استخدام الصراف الآلي في سنة 2007م في السويد إلى 32,4% لكل فرد بينما في فرنسا 24,1% لكل فرد وفي كندا بلغت 32,7% لكل فرد، كما قدر عدد الصرافات الآلية في كندا بعدد 60,000 جهاز في العام 2012م، إذ وصلت عمليات السحب خلال نفس العام إلى 587 مليون عملية و200 مليون عملية إيداع و51 مليون عملية دفع في الصرافات التابعة للمصارف، كما أشار نفس التقرير إلى أن 80% من الكنديين يفضلون استخدام الصراف الآلي في انجاز معاملاتهم<sup>(1)</sup>.

## 2- خدمة نقاط البيع الإلكترونية:

وهي آلات تنتشر لدى المؤسسات التجارية والخدمية بمختلف أنواعها وأنشطتها، ويمكن للعميل استخدام بطاقات بلاستيكية أو بطاقات ذكية للقيام بأداء مدفوعات من خلال الخصم على حسابه إلكترونياً بتمرير هذا البطاقة داخل هذه الآلات المتصلة إلكترونياً<sup>(2)</sup>.

---

(1) Association des banquiers canadiens، Les Canadiens et leurs services bancaires، Anderson Insight, 03 Janvier 2014. Sit: <http://www.cba.ca/fr/media-room/50-backgrounders-on-banking-issues/125-technology-and-banking>.

(2) ناظم محمد نور الشمري، عبد الفتاح زهير العبدلات، مرجع سبق ذكره، ص31.



## جدول رقم (2-8)

### نهائي نقطة البيع الإلكترونيّة

| النتائج                           | التقنية                             | المبادئ العامة   |                               |
|-----------------------------------|-------------------------------------|--|-------------------------------|
| يحل مشاكل نقل الأموال ويوفر الأمن | فروع موصولة بشبكة تجمع بنوكا مختلفة | يوضع في المحلات حيث يسمح للعميل بتسوية عملياته التجارية بالبطاقة أثناء التسديد | نهائي نقطة البيع الإلكترونيّة |

المصدر: نعمون وهاب، النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية وإستراتيجية البنوك، مداخله مقدمة إلى ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية، واقع وتحديات، جامعة حسيبة بن بوعلي، الجزائر 14-15 ديسمبر 2004م، ص 275.

### 3- خدمة الصيرفة المنزلية Home Banking:

وهو ذلك الحاسب الشخصي الموجود بالمنزل أو العمل أو أي مكان والذي يتصل بحاسب المصرف ليتمكن من خلال كلمة سر أو رقم سري أو كليهما لإتمام العملية، تتيح هذه الخدمة للعميل إجراء جميع عملياته بواسطة حاسوبه الشخصي من المنزل فهي لا تقدم المعلومات عن الحسابات ودفع الفواتير من خلال التفاعل مع حواسيب المصرف، لكن أيضا يمكن مراجعة القوائم المصرفية ونقل الأموال بين الحسابات وفتح حسابات جديدة، وشراء أو بيع الأوراق المالية من المنزل<sup>(1)</sup>.

### 4- الصيرفة المحمولة:

وهي تلك الخدمات المصرفية التي تتاح من خلال التلفون المحمول من خلال استخدام العميل رقم سري، يتيح له الدخول إلى حسابه للاستعلام عن أرصده وكذلك للخصم منه تنفيذا لأي من الخدمات المصرفية المطلوبة.

تعتبر جمهورية التشيك من أوائل الدول التي أدخلت خدمة البنك المحمول عن طريق بنك اكسيدينا في أغسطس 1998م وفي السويد بدأ بنك POSTGIRO التعامل بهذا النظام في بداية عام 1999م وفي نفس العام طبق هذا النظام في استراليا بالتعاون مع (Common Wealth Bank) الاسترالي وشركة (Vodafone) العالمية ويعتبر البنك الألماني

(1) Hussain, Donna S. & K.M Hussain (1995); Information System for Business, (2nd ed). Prentice Hall, London, P.563

24 هو فارس السباق في إدخال خدمة البنك المحمول في العالم حيث قدم في أول يناير 2000م خدمة البنك المحمول ليحقق لعملائه الاتصال بالتلفون المحمول عن طريق YAHOO على الانترنت من أي مكان في العالم. وحرصاً على سرية تعاملات عملاء البنك استخدم شفرة خاصة ذات درجة أمان عالية جداً وهي (Wtis Layer Security)<sup>(1)</sup>.

#### 5- الصيرفة الهاتفية أو خدمة الهاتف المصرفي:

مع تطور الخدمات المصرفية على مستوى العالم أنشئت المصارف خدمة الهاتف المصرفي حيث أدخلت هذه الخدمة في الولايات المتحدة عام 1985م تتيح هذه الخدمة للعميل بواسطة شاشه لديه بمنزله الاتصال مباشر بالمصرف وفي عام 1986 تم إدخال خدمات جديدة للهاتف المصرفي تتمثل في التحويلات المالية من حساب العميل المدفوعة لسداد الكمبيالات والفواتير عليه وفي عام 1994م استحدث بنك باركليز خدمة تحويل الأموال ودفع الالتزامات وأتاحت خدمة الهاتف المصرفي للعميل فرصة التعاقد للحصول على القروض أو فتح اعتماد مستنديه وغيرها<sup>(2)</sup>. وتسمى أيضاً مركز خدمات العملاء، إذ تقوم البنوك بتشغيل مراكز للاتصالات وخدمات العملاء بحيث تتيح الخدمة المصرفية هاتفياً باستخدام رقم سري وتعمل هذا المراكز على مدار الساعة، من مميزات القناة أيضاً الحصول على الخدمات الآتية<sup>(3)</sup>:

- إتاحة الحصول على الخدمة في أي وقت خلال اليوم وخلال الأسبوع.
- استطاعة العميل اختيار نغمة الانتظار التي يريد سماعها.
- الحصول على معلومات بخصوص حساب الودائع والقرص التي يملكها العميل.
- التحويل من الحسابات التي يملكها وكذلك الحصول على خدمات أخرى من خلال القناة.

#### 6- التلفزيون الرقمي:

وهو عبارة عن ربط الأقمار الصناعية بين جهاز التلفزيون بالمنزل وحاسب البنك، بالتالي يمكن الدخول من خلال رقم سري إلى حساب البنك أو شبكة الانترنت وتنفيذ

(1) محمود الشرقاوي، مفهوم الأعمال المصرفية الالكترونية وأهم تطبيقاتها، مرجع سبق ذكره، ص 41-42.

(2) يوسف حسن يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 32-33.

(3) الغندور، حافظ كامل، مرجع سابق، ص 89.

العمليات المطلوبة، وبعد التلفزيون من احدث القنوات التي تم ابتكارها والتي تمكن المصارف من التفاعل مع العملاء في مواقعهم خصوصا في المنزل مع ربات البيوت لا سيما في حالة عدم توفر حاسب آلي، ووجدت هذا التقنية راجا خصوصا في بريطانيا وفرنسا والسويد<sup>(1)</sup>.

#### 7- الصيرفة عبر الهاتف النقال :

تشير أيضاً بعض التقارير إلى أن الصيرفة عبر الهاتف النقال شهدت تطوراً كبيراً من حيث عدد المستخدمين ويعود ذلك إلى سهولة استخدام هذه الوسيلة حيث يستطيع العميل إنجاز كامل مهامه بمجرد توفر خدمة التغطية بالشبكة ، ويمكن توضيح عدد المستخدمين للصيرفة عبر الهاتف النقال في العالم في الفترة من 2010م إلى 2017م في الجدول (2-9) التالي :

#### جدول رقم (2-9)

#### عدد المستخدمين للصيرفة عبر الهاتف النقال

الوحدة مليون

| السنوات   | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|
| عدد مستخدمي الصيرفة الإلكترونية عبر الهاتف النقال | 142  | 288  | 480  | 696  | 914  | 1121 | 1310 | 1476 |

Marget Anglmaier : Portio Research gives insight in the Mobile Payment User Base and Penetration Worldwide ، DIMoco Europ GmbH. August, 22 nd 2012 ، site.<sup>(2)</sup>

يتضح من خلال الجدول رقم (2-9) السابق أن عدد مستخدمي الصيرفة عبر الهاتف النقال في العالم في تزايد مستمر حيث بلغت في العام 2010م ، 142 مليون مستخدم وتساعد العدد إلى وصل 1476 مليون في العام 2017م مما يدل على أن هناك قبول ورضا من قبل العملاء.

(1) ناظم محمد نور الشمري، عبد الفتاح زهير العبدلات، مرجع سبق ذكره، ص32.

(2) Marget Anglmaier : Portio Research gives insight in the Mobile Payment User Base and Penetration Worldwide, DIMoco Europ GmbH .August,22 nd 2012, site <http://blog.dimoco.eu/?s=Portio+Research+gives+insight+in+the+mobile+payment+user+base+and+penetration+worldwide>

وفي دراسة تمت على المصارف الكندية تشير إلى أن حجم المعاملات المصرفية باستخدام الهاتف النقال وصلت في العام 2011م إلى 41 مليار. (1)

كما بينت دراسات أخرى أن استخدام الصيرفة عبر الهاتف النقال احتلت مكانة مهمة في العديد من الدول ، فمثلا وصلت نسبة الاستخدام سنة 2012 إلى نسبة 47% في كوريا الجنوبية وإلى 37% في الهند و16% في ألمانيا.

يرجع هذا التطور نتيجة لاعتماد الصيرفة عبر الهاتف النقال في عدد من المجالات وأهمها اعتمادها كأداة دفع ، ويمكن توضيح تطورها في هذا المجال من خلال الجدول التالي :

### جدول رقم (2-10)

#### عمليات الدفع عبر الهاتف النقال في العالم في الفترة 2010 – 2017

| السنوات                          | 2010 | 2011 | 2012  | 2013  | 2014  | 2015   | 2016   | 2017   |
|----------------------------------|------|------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|
| نسبة الدفع                       | 2    | 4.1  | 6.8   | 9.7   | 12.7  | 15.4   | 17.8   | 19.8   |
| حجم المبلغ المدفوع بترليون دولار | 25   | 81.3 | 201.9 | 409.8 | 713.8 | 1106.3 | 1565.6 | 2063.6 |

المصدر : Marget Anglmaier op.cit

يوضح الجدول رقم (2-10) التزايد المستمر لعمليات الدفع من خلال الهاتف النقال ، حيث قدرت نسبتها ب 2% سنة 2010 لتصبح 9.7% سنة 2013 ، أما بالنسبة لحجم الدفعات فلقد بلغ 409.8 ترليون دولار سنة 2013 بعدما كان 25 ترليون سنة 2010 ، وهذا ما يؤكد أن عمليات الدفع من خلال الهاتف لم تعد تمس المبالغ الصغيرة فقط بل أصبحت تضم كذلك المبالغ الكبيرة وهي في تطور مستمر.

بالإضافة إلى ما هو موجود في الجدول ، توجد إحصائيات تمت في العالم نهاية سنة 2012 ، أنه يوجد 480 مليون شخص في العالم يعتمد طريقة الدفع عبر الهاتف النقال.

(1) Jean – Francois Deschamps : (les operations bancaires a portee de main ! Services bancaires mobailes ): Appartement Montreal :23/10/2009 . Site : <http://www.econome-numerque.com/services-bancaires-mobiles-les-operations-bancaires-a-portee-de-main/>

من خلال كل ما سبق نستنتج أن الصيرفة عبر الهاتف النقال عرفت توسعاً كبيراً ، وهذا يرجع لعمل المصرف المستمر على توفير عناصر الحماية والرقابة على العمليات التي تتم من خلالها، بالإضافة إلى العديد من المزايا التي تحققها للمتعامل من خلالها.

### **المطلب الثاني: أساليب واستخدام التكنولوجيا الحديثة في العمليات المصرفية:**

إن العالم يعيش في ديناميكية وحركة متسارعة في مجال الاكتشافات العلمية والاختراعات في شتى المجالات أدت إلى تغيير الكثير من أساليب الحياة اليوم وكثير من المفاهيم، ولعل أبرز هذه الاكتشافات هي التي حصلت في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والإعلام، إذ أن اختراع الحاسب الآلي الإلكتروني وشبكة الانترنت أدى إلى ميلاد مجتمع المعلومات القائم على التكنولوجيا الرقمية والتي كان لها الأثر الأكبر في الحياة الاقتصادية والاجتماعية.

ونتيجة لهذا التطور الكبير في مجال التكنولوجيا الحديثة متمثلة في تقنية الاتصالات والمعلومات خلال القرن العشرين والقرن الواحد وعشرين وما صاحبه من تحول كبير في كثير من القطاعات الاقتصادية والمالية وتبنيها للتكنولوجيا الحديثة، وبما أن القطاع المصرفي جزء لا يتجزأ من هذا التطور حيث شهد هو الآخر تطور كبير في بنيته وخدماته، ونتيجة لتزايد عمليات التجارة الإلكترونية أصبح الاحتياج كبير جداً لقنوات جديدة ونوعية جديدة من البنوك تساهم بشكل فعال في تقديم خدمات مصرفية تتواءم وتتلاءم مع هذا التطور وتتجاوز النمط التقليدي في تقديم خدماتها، تختصر الزمان والمكان وقد كان لهذا السبب ظهور البنوك الإلكترونية والتي ساهمت بشكل فعال في تقديم خدمات مصرفية متميزة وبجوده عالية وتكاليف منخفضة ليس في المجال المالي فحسب بل في التجارة والإدارة والاستشارات.

### **أولاً: استخدام تكنولوجيا الحاسب الآلي في التطبيقات المصرفية:**

يعود صناعة أول كمبيوتر للعام 1943م وتم تسويقه عام 1945م وتطورت أجياله حتى وصل للجيل الخامس أو جيل الحاسبات الآلية العملاقة سواء من حيث الحجم أو نوعية الأداء، وتعود إنشاء شبكة الاتصالات الدولية المسماة بالانترنت إلى 2 يونيو 1969 وقد أنشأتها الحكومة الأمريكية إبان الحرب العالمية الباردة تحسباً لتدمير أي من مراكز الاتصال الحسبي من جراء ضربة صاروخية سوفيتية، وبانضمام كل من بريطانيا والنرويج للشبكة بداية التسعينات من القرن الماضي تحولت إلى شبكة دولية، ثم انتشرت

في كثير من الدول، إلى أن تبلورت هذه الظاهرة في بداية الثمانينات لكي تصبح في كثير من المواقع وسيطاً تجارياً فاعلاً<sup>(1)</sup>.

ولعل اختراع الحاسب الآلي وشبكة الانترنت ساهما بدور في كبير في نقل الخدمات المصرفية لعالم أرحب وهما يعتبران أهم أدوات العمل المصرفي الإلكتروني بالإضافة للأدوات الأخرى.

### تعريف الحاسب الآلي الإلكتروني:

الحاسوب Computer مشتق من كلمة يونانية **Computes** بمعنى يحسب ويعرف بأنه آلة حاسبة إلكترونية ذات سرعة عالية ودقة متناهية يمكنها قبول البيانات ومعالجتها وفقاً لمجموعة من التعليمات والأوامر، ويعمل الحاسوب بواسطة الدوائر الإلكترونية المكونة له .

"يعرف الحاسب الآلي الإلكتروني بأنه عبارة عن مجموعة من الأجهزة التي تعمل متكاملة مع بعضها البعض بهدف تشغيل مجموعة من البيانات الداخلة طبقاً لبرنامج تم وضعه مسبقاً للحصول على نتائج معينة"<sup>(2)</sup>.

وعرفه البعض "بأنه مجموعة متداخلة من الأجزاء لديها هدف مشترك من خلال أداء التعليمات المخزنة"<sup>(3)</sup>.

ويمكن تعريفه بأنه نظام متكامل لمعالجة البيانات يتكون من مجموعة الأجهزة والمعدات تدعى المكونات الصلبة **Hardware** ومجموعة من التعليمات والمكونات اللينة أو البرمجيات وتدعى **software**.

ويستخدم في حياتنا اليومية لتحقيق عدد من المزايا<sup>(4)</sup>:

---

(1) ذكرى عبد الرزاق محمد، (2010). النظام القانوني للبنوك الالكترونية، المزايا، التحديات، الآفاق، دار الجامعة الجديدة، ص10.

(2) هدى حامد قشقوش، (1992). جرائم الحاسب الآلي الالكتروني في التشريع المقارن، دار النهضة العربية، ص6.

(3) هلاي عبد الإله أحمد، (1997). "تفتيش نظم الحاسب الآلي وضمانات المتهم المعلوماتي"، دار النهضة العربية، ص15.

(4) ثائر القدومي وسامر بركات، "أنظمة المعلومات المالية والمصرفية"، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، ص41-42.

- 1- السرعة في تنفيذ العمليات ومعالجتها، إذ يمكنه تنفيذ مئات العمليات والتعليمات في فترة زمنية قصيرة جداً.
- 2- الدقة في تنفيذ العمليات المختلفة، تعتمد دقة النتائج على دقة البيانات المدخلة ومن جهة أخرى صحة البرامج المعالجة لهذه البيانات.
- 3- القدرة على العمل لفترات طويلة، إذ أن عمل الحاسوب مبني على دوائر إلكترونية ذات كفاءته عالية تمكنه من أداء العمل لفترات طويلة دون تعب أو خطأ، إلا في حالة حدوث خطأ أو تعطل في احد الدوائر.
- 4- تعدد الاستعمالات وذلك من خلال تعدد البرامج التي يمكن تشغيلها بواسطة الحاسوب مثل معالجة النصوص والاتصالات وقواعد البيانات وغيرها من البرامج المختلفة.
- 5- الكفاية العالية في إدارة العمليات وتنفيذها بمجرد إدخال البيانات إلى الحاسوب، يقوم الحاسوب يقوم الحاسوب بتنفيذ إحدى العمليات التالية أو بعضها أو كلها آلياً أو بأمر من المستخدم، تخزيننا، حذفنا، استرجاعنا، نقلاً، نسخاً.
- 6- تخزين البيانات، يستطع تخزين كميات هائلة من البيانات وتوفر إمكانية الوصول والبحث والمعالجة السريعة لها.

ولعلي أقول أن الحاسب الآلي لعب دور كبير في طفرة البني التحتية لكل المؤسسات، حيث تبنته واستخدمت تطبيقاته المختلفة في عملها وسهل لها كثير من الأعمال التي كانت تتجز يدويا وتستغرق وقت أطول مما ساهم في تقليل وقت انجاز المعاملات وسهل عملية تبادل المعلومات في إطار سلس ومرتب.

استخدام الحاسب الآلي في التطبيقات المصرفية:

إن تطبيق تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في مجال البنوك ظهر في وقت مبكر حيث ظهرت في بواكير العام 1970م صناعة تكنولوجيا المعلومات وذلك نتيجة للتوسع في استخدام الكمبيوتر وقدرته الهائلة على تخزين البيانات واسترجاعها ويعتبر قطاع المصارف هو الأكثر استفادة من هذه الطفرة الصناعية<sup>(1)</sup>.

---

(1) HUET (J.), (1987), La monétique: Nouveaux de paiement et Transmission, in "Les transactions Internationales assistées per l'ordinateur", p.745. see also, Delebecque (ph.) et Germain (M.), (2000); Trqité de droit commercial, 16éd., LGDJ, n356 et s, p.228 et s.

ففي فرنسا مثلاً ظهر كمبيوتر المقاصة في البنك الفرنسي Bank de France عام 1969م<sup>(1)</sup>، وكذلك انشأ مجلس الكونجرس الأمريكي في عام 1977م لجنة خاصة لدراسة إمكانية إجراء تحويلات إلكترونية للنقود تستخدم فيها التكنولوجيا الحديثة والتي توصلت إلى نتيجة ضرورة تطبيقها في أنظمة التحويلات المصرفية، وفي العام 1979 وبدعوة من الجمعية الأوروبية للتسويق المالي عقد مؤتمر بمدينة موناكو الفرنسية وتوصلوا إلى حث الدول الأعضاء على استخدام التكنولوجيا الحديثة في قطاع البنوك<sup>(2)</sup>.

وفي عصرنا الحديث تم استخدام تكنولوجيا الحواسيب في التطبيقات المصرفية الحديثة ولعب دور كبير جدا في العمليات المصرفية ليخرج من نطاق البنك الواحد إلى البنوك المتعددة داخل البلد الواحد إلى آلاف البنوك في جميع أنحاء العالم، فالتقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصالات وظهر مفهوم الشبكة الإلكترونية وربط هذه الشبكات وتوصيلها جعل من اليسير على أي بنك ربط منظومة الحاسب الخاص به بشبكة عالمية يستخدمها لإغراض متعددة، كمان أن طريقة وآلية الربط تطورت سريعا مع الموديم وخطوط التلفون العادية لتصل إلى الصورة الحالية باستخدام قنوات الأقمار الصناعية للتغلب على مشكلات الكابلات الأرضية، هذا التطور الهائل انعكست أثارة على الأسلوب والكيفية التي يتم بها أداء الخدمات المصرفية وتحولت من خدمة محلية في أي بنك إلى خدمة عالمية تخضع لمقارنة نفس العميل عند تحركه عبر أقطار متعددة في سفرياته وأعماله<sup>(3)</sup>.

إذا استخدام الحاسب الآلي في التطبيقات المصرفية ظهر مع استخدام مصطلح البنوك الإلكترونية أو بنوك الانترنت. والتي تعني الخدمات المالية عن بعد أو البنوك الإلكترونية عن بعد، أو البنك المنزلي أو البنك على الخط أو الخدمات المالية الذاتية وجميعها تتصل بقيام الزبائن بإدارة حساباتهم وانجاز أعمالهم المتعلقة بالبنك عن طريق المنزل أو المكتب أو أي مكان آخر وفي الوقت الذي يريد الزبون، وقد كان الزبون عادة يتصل بحسابه لدى البنك ليتمكن من الدخول آليا وإجراء ما تتيحه له الخدمة عن طريق

(1) Vasseur (M.), (1975), La lettre de change-rélevé, RTD.co, p.203.

(2) Vasseur (M.), (1979), L'informatique et quelques - unes de ses applications en matière bancaires, Revue de Jurisprudance, P.419.

(3) عبد المطلب عبد الحميد، (2010). اقتصاديات تكنولوجيا الخدمات المصرفية، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، مصر، ص 244.



خط خاص، وتطور المفهوم مع شيوع الانترنت إذ مكن الزبون الدخول خلال الاشتراك العام في الانترنت، لكن بقيت فكرة الخدمة المالية عن بعد تقوم على أساس وجود البرمجيات المناسبة داخل نظام كمبيوتر الزبون، بمعنى أن البنك يزود جهاز العميل (الكمبيوتر الشخصي PC) بحزمة من البرمجيات إما مجاناً أو لقاء رسوم مالياً وهي تمكنه من تنفيذ عمليات معينه عن بعد (البنك المنزلي) أو كان العميل يحصل على حزمة البرمجيات اللازمة عبر شرائها من الجهات المزودة وعرفت هذه الحزم باسم برمجيات الإدارة المالية الشخصية (Personal Financial Management) PFM مثل حزمة Microsoft Money وحزمة Ntuits Quicken وحزمة Meca's Managing your money وغيرها، وهذا المفهوم للخدمات المالية عن بعد هو الذي يعبر عنه واقعياً ببنك الكمبيوتر الشخصي (PC Banking) وهو مفهوم وشكل قائم ولا يزال الأكثر شيوعاً في عالم العمل المصرفي الإلكتروني<sup>(1)</sup>.

ساهم الحاسب الآلي في توزيع الخدمات المصرفية حيث أن تقديم الخدمة المصرفية المتطورة تكنولوجياً ازداداً نتيجة إدخال الحساب الآلي في أعمال البنوك، وطبقاً لهذه الوسيلة فإنه يمكن للعميل استخدام الإمكانيات التي يتيحها الحاسب الآلي من خلال عمليتين أولهما اتصال الحاسب بالمتجر الذي يشتري منه العميل ويقوم هذا الحاسب بتسوية الحسابات مع حساب البنك، وثانيها اتصال من حساب شخصي يملكه العميل في منزله (Home Banking)<sup>(2)</sup>.

يقول (ثائر القدومي وسامر بركات) أن استخدام تكنولوجيا الحاسب الآلي في العمليات المصرفية، له عدة مزايا من ضمنها انخفاض تكلفة العمليات على المدى الطويل، إذا أن على المصارف التي ترغب في تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية أن تصرف بسخاء على الأجهزة الإلكترونية والشبكات والبرمجيات مما يؤدي إلى رفع الكلفة في البداية ولكن على المدى البعيد لا تحتاج المصارف لفرع فعلي، كما أن عدد الموظفين يقل بكثير وهذا يعني انخفاض التكاليف على المدى الطويل.

---

(1) خبابه عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص ص 91-92.

(2) عوض بدير الحداد، (2006). التسويق استراتيجيات التسويق المصرفي والخدمات المصرفية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ص 209.

أيضا يسهل استخدام الحاسبات الآلية عملية المقارنة والتحليل حيث أن كل المعلومات المصرفية والشخصية محفوظة إلكترونياً وبناءً على ذلك فإنه من السهل استرجاع هذه المعلومات وعمل المقارنة والتحليل اللازمين واستخدام النتائج بسرعة، كما يمكن إرسال المعلومات إلى الجهات الرقابية والإدارية إلكترونياً بسرعة عند طلبها بدلاً من إعداد التقارير يدوياً مما يستغرق أيام لإعدادها<sup>(1)</sup>.

إذاً الحاسب الآلي يدخل في جميع الأعمال لدي البنوك من إعداد الحسابات والميزانيات والتحويلات النقدية وكذلك في تصريف العمليات البنكية وإصدار الشيكات الإلكترونية ونقل المبالغ إلكترونياً بين المصارف ومؤسسات النقد والإفراد وكذلك يستخدم في الوفاء بالالتزامات ويتم استخدامه في الوفاء بطريقتين رئيسيتين<sup>(2)</sup>: (عن طريق البطاقات البلاستيكية، والوفاء عن طريق الحوالات الإلكترونية).

وكذلك تستخدم الحواسيب لمتابعة أنواع عديدة من السجلات، مثل تفصيل وموازنات حسابات العملاء، وغيرها من الحسابات، ومعلومات بطاقات الائتمان. وكل من يستخدم في ربط أجهزة جهاز الصراف الآلي مع البنوك، بحيث تمكن العميل صاحب البطاقة عند إدخال بطاقة الائتمان والرقم السري في جهاز الصراف الآلي معرفة رصيده وكذلك تمكنه من تحويل الأرصدة بين الحسابات.

وقد ساهم استخدام الحاسب الآلي في البنوك في تخفيض التكاليف التي يتحملها البنك لتقديم خدماته لعملائه، حيث نجد أن الدعامات الورقية اختفت وحل محلها الدعامات الإلكترونية والتي ساهمت بتقليل التكاليف التي تنفقها المصارف<sup>(3)</sup>.

خلاصة القول يرى الباحث بأن الحاسب الآلي يدخل في جميع العمليات المصرفية الإلكترونية الحديثة ويفضله تحول العمل المصرفي من اليدوي إلى الإلكتروني ولا يمكن إنجاز أي عمل مهما كان حجمه ونوعه دون استخدام الحاسب الآلي وبالتالي فهو يساهم بطريقة مباشرة في إنجاز جميع المهام البنكية بسرعة فائقة إلى جانب اختصار الجهد

---

(1) تائر القومى وسامر بركات، مرجع سبق ذكره، ص 215-216.

(2) فياض ملفي القضاة، ط(2004). مسؤولية البنوك الناتجة عن استخدام الكمبيوتر كوسيلة للوفاء، مؤتمر

القانون والكمبيوتر والانترنت، مايو 2003، جامعة الإمارات العربية المتحدة، ص 926.

(3) T. Soma (J), (1983); Computer Technology and Law, Mc GRAW-HILL Book company, p.308.

والوقت حيث ترتبط جميع العمليات المصرفية الحديثة بالكمبيوتر فالصرافات الآلية المنتشرة على نطاق واسع في المحال التجارية والبنوك مرتبطة بالكمبيوتر الأصلي للبنك وكذلك ساهم الكمبيوتر في تحويل الأموال إلكترونياً مثل التحويل الإلكتروني للنقود من المصارف الإلكترونية وأيضاً الكمبيالة الإلكترونية والشيك الإلكتروني كلها تتم عن طريق الكمبيوتر.

### ثانياً: بنوك الانترنت:

تعد بنوك الانترنت الأعم والأشمل والأيسر والأكثر أهمية في مجال قنوات توزيع الخدمات المصرفية إلكترونياً وذلك بفضل اتساع شبكة الانترنت والزيادة اليومية لعدد مستخدميها، ويمكن تمييز بنوك الانترنت إلى قسمين رئيسيين: (1)

#### القسم الأول:

وهو ما يتعلق بأداء الخدمات المصرفية من خلال شبكة الانترنت الدولية من خلال ربط البنوك لحواسيبها على الشبكة الدولية، فيتمكن العميل من أي مكان وفي أي وقت من الدخول على هذه الشبكة، ثم خلال رقم سري يمكنه الدخول إلى حاسب البنك لتنفيذ عملياته المصرفية وفقاً للقواعد والاشتراطات المسموح بها والمحددة، ومن الخدمات المتاحة عبر هذه القناة الإلكترونية فتح الحساب، الحصول على العروض، دفع الفواتير إلكترونياً، تحويل الأموال، خدمة تلقي وتنفيذ أوامر البيع والشراء للأسهم في البورصات.

#### القسم الثاني:

يتعلق بالتجارة الإلكترونية والتي تتم عبر شبكة الانترنت بين بائع ومشتري، وكل من ينكي البائع والمشتري لتسوية مبالغ الصفقة، وتشمل أنواع التجارة الإلكترونية في:

- المعاملات التجارية بين وحدات الأعمال بعضها البعض **Business to Business** وهي الأكثر شيوعاً في الوقت الحالي.
- المعاملات التجارية بين مؤسسات الأعمال (الشركة) والمستهلك (العميل) **Business to Consumer** وهو ما يطلق عليه بعض الأحيان التسويق الإلكتروني.
- المعاملات التجارية بين مؤسسات الأعمال والحكومة.

(1) ناظم محمد نور الشمري، عبد الفتاح زهير العبدلات، مرجع سبق ذكره، ص34.

• المعاملات التجارية بين المستهلك والحكومة وتتضمن العديد من الأنشطة أهمها دفع الضرائب إلكترونياً.

وتنقسم السلع الإلكترونية إلى نوعين يتم تبادلها من خلال التجارة الإلكترونية وهما:

- المنتجات التي يتم التعامل بها إلكترونياً وفق المراحل الثلاثة للمعادلة الإلكترونية وهي الدعاية وجمع المعلومات والاتفاق والشراء والدفع الإلكتروني وتضم السلع مثل برامج الكمبيوتر، الموسيقى والأفلام.

- السلع والخدمات التجارية التي تقتصر فيها المعاملات التجارية الإلكترونية على المرحلة الأولى والثانية فقط، حيث لا يمكن تسليمها إلكترونياً بسبب عدم تحويلها إلى ملفات أو معلومات أو بيانات رقمية.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن السلعة الغير ملموسة والسلع الافتراضية، تمثل الفئة الرئيسية في التجارة الإلكترونية بين الشركات والأفراد وتشمل:

- سلع التسلية مثل الألعاب، الأفلام، وغيرها.

- خدمات النقل والسفر مثل حجز تذاكر الطيران وغيرها.

- الصحف والمجلات الإلكترونية.

- الخدمات المالية.

- خدمات البريد الإلكتروني.

وفي حالة التسويق الإلكتروني يتم السداد من خلال ثلاث وسائل:

- الدفع النقدي الإلكتروني وذلك من خلال استخدام النقود الإلكترونية.

- الشيكات الإلكترونية، وهي تحرر باستخدام الكمبيوتر وتأخذ مسار الشيك الورقي.

- بطاقات الائتمان البلاستيكية.

## المطلب الثالث: مفهوم وخصائص الخدمات المصرفية الإلكترونية

### مفهوم ونشأة الصيرفة الإلكترونية :

تشكل الصناعة المصرفية أحد أهم مؤشرات التطور الاقتصادي الذي وصلت إليه المجتمعات البشرية نظراً لإسهامها الواسع في توفير متطلبات الاستثمار والتنمية، إذ يمكن قياس مستوى التقدم والتطور الاقتصادي لأي مجتمع بمدى كفاءة نظامه المصرفي ونوع خدماته المقدمة<sup>(1)</sup>.

تعود نشأة الصيرفة الإلكترونية إلى بداية الثمانينات تزامناً مع ظهور النقد الإلكتروني أما استخدام البطاقات فقد كان في بداية القرن الماضي في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي وبطاقات معدنية تستخدم على مستوى البريد في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي عام 1958 أصدرت American Express أول بطاقة بلاستيكية انتشرت على نطاق واسع، ثم قامت بعدها ثمانية بنوك بإصدار بطاقة Americard Bank عام 1968م لتتحول لشبكة فيزا العالمية Visa، كما تم إصدار البطاقة الزرقاء من طرف ستة بنوك فرنسية في نفس العام، وفي عام 1986 قامت اتصالات فرنسا بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئة للبطاقات الذاكرة، لتصبح عام 1992 كل البطاقات المصرفية بطاقات برغوثة تحمل بيانات شخصية لحاملها، وفي خلال منتصف التسعينات ظهر أول بنك إلكتروني في الولايات المتحدة يميز بين نوعين من البنوك كلاهما يستخدم تقنيه الصيرفة الإلكترونية، البنوك الافتراضية (بنوك الانترنت) تحقق أرباحاً تصل إلى ستة أضعاف البنك العادي، والبنوك الأرضية وهي التي تمارس الخدمات التقليدية وخدمات الصيرفة الإلكترونية<sup>(2)</sup>.

ويرجع ظهور وانتشار البنوك الإلكترونية إلى عاملين أساسيين هما تنامي دور الوساطة بفعل تزايد حركية التدفقات النقدية والمالية أما في مجال التجارة أو في مجال

---

(1) بوعافية رشيد، (2005). أثر الصيرفة الإلكترونية على نظام الجهاز المصرفي الجزائري، آفاق وتحديات، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص: نقود، بنوك ومالية، جامعة البليدة، ص44.

(2) مصطفى يوسف كافي، (2012). النقود والبنوك الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر، دمشق سوريا، ص114-115.

الاستثمار والناجحة عن عولمة الأس المعلوماتية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، أو ما يعرف بالصدمة التكنولوجية والتي كانت في كثير من الأحيان استجابة للعامل الأول<sup>(1)</sup>.

### أولاً : مفهوم الخدمة :

عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق، الخدمة بأنها مجموعة من الأنشطة أو المنافع التي تعرض للبيع أو تلك التي ترتبط بسلعة معينة<sup>(2)</sup>.

كما يعرفها (الحداد، بدير) الخدمات من الناحية التسويقية بأنها عبارة عن تصرفات أو أنشطه أو أداء Performance يقدم من طرف إلى آخر وهذه الأنشطة تعتبر غير ملموسة، ولا يترتب عليها نقل ملكية أي شيء، كما أن تقديم الخدمة قد يكون مرتبطاً أو غير مرتبط بمنتج مادي ملموس<sup>(3)</sup>.

تعرف أيضاً بأنها أي نشاط أو إنجاز أو منفعة يقدمها طرف ما لطرف آخر وتكون أساس غير ملموسة ولا تنتج عنها أي ملكية، وان إنتاجها وتقديمها قد يكون مرتبط بمنتج مادي ملموس أو لا يكون<sup>(4)</sup> وكذلك تعرف بأنها منتج غير ملموس يقدم فوائد ومنافع مباشرة للعميل كنتيجة لتطبيق أو استخدام جهد أو طاقة بشرية أو آلية فيه على أشخاص أو أشياء معينة ومحددة الخدمة لا يمكن حيازتها أو استهلاكها مادياً.<sup>(5)</sup>

وقد عرفها (Lovelock & Wirtz 2004)<sup>(6)</sup> بأنها: أي فعل أو أداء يقدمه طرف لطرف آخر، وقد تكون عملية تقديم الخدمة مرتبطة بمنتج مادي، والأداء مؤقت، وفي كثير من الأحيان طبيعتها غير ملموسة، وعادة لا تؤدي إلى ملكية نتيجة عوامل إنتاجها.

---

(1) رحيم حسين، هواري معراج، (2004). الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، مداخلة مقدمة إلى ملتقى المنظومة المصرفية والتحويلات الاقتصادية-واقع وتحديات، جامعة حسية بن علي، الشلف، الجزائر 14-15 ديسمبر 2004، ص317.

(2) Joselyn, Robert W, and Humphries, Keith D. (2004); An Introduction-Bank Marketing-Planning, Washington DC. American Banker Association.

(3) عوض بدير الحداد، مرجع سبق ذكره، ص48.

(4) هاني حامد الضمور، (2005) تسويق الخدمات، ط 3، دار وائل للنشر، عمان، ص 18.

(5) أسعد حامد أورمان، أبي سعد الديوه جي (2001)، التسويق السياحي والفندقي، : دار حامد للنشر، عمان، ص 2.

(6) Lovelock, Christopher and Wirtz, Jochen, (2004). "Serviceesmarketing, People, Technology, Strategy", Pearson Education International, USA. Fifth Edition

أما (Kotler, et..al) (1) فقد عرفها بأنها :أي نشاط أو منفعة يمكن أن يقدمها أحد الطرفين للآخر ، وهي غير ملموسة أساساً ولا تؤدي إلى ملكية أي شيء.

و يعرف GRONROOS الخدمة على أنها" : عبارة عن أشياء مدركة بالحواس وقابلة للتبادل تقدمها شركات أو مؤسسات معينة بشكل عام بتقديم الخدمات أو تعتبر نفسها مؤسسات خدمية." (2)

### ثانياً : مفهوم الخدمة المصرفية :

إن مفهوم الخدمة المصرفية لا يبتعد أو يختلف كثيراً عن مفهوم الخدمة بشكل عام حيث أنها تمثل نشاط أو عمل يحصل عليه المستفيد من خلال الأفراد، المنظمات أو الماكينات والتي تقدم من خلالها، وأن مستوى الإشباع للمستفيد يرتبط بمستوى أداء الأفراد وذلك لعدم ملموسية هذا النشاط أو العمل وأن هذه الخدمات قد يرتبط تقديمها بمنتج أو قد لا يرتبط ومن هذا نجد بأن الخدمة المصرفية تمثل: (3)

- نشاط أو عمل يقدم إلى المستفيد من قبل الأفراد والماكينات.
- تقديمها لا يرتبط أو يرتبط بسلعة فعلى سبيل المثال إن حصول المستفيد على المعلومات التي يحتاجها من خلال التفاعل بالعاملين في المصرف يجعل هذا النوع من الخدمة مرتبط بالشخص الذي يقدمها.
- إن عملية استقبال المستفيد وأسلوب المعاملة مرتبط بالشخص الذي يقدمها.
- إن سحب المستفيد للنقود عن طريق الصراف الآلي يرتبط باستخدام هذا الصراف.
- إن ملاً استثمار السحب أو الإيداع يرتبط بالأفراد الذين يتعاملون مع المستفيد وعلى استخدام سلعة مساعدة وهي مستندات السحب والإيداع.
- إن مستوى إشباع المستفيد يرتبط بمدى كفاءة العاملين ومستوى تطور الآلات والأجهزة المستخدمة والتي تساعد على سرعة انجاز وتقديم الخدمة.

---

(1) Kotler, P., Armstrong, G., Tolba, A., Habib, A. (2011), Principles Of Marketing- Arab World Edition, Person Education Limited

(2) فريد كورتل، تسويق الخدمات، دار الكنوز للمعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الأردن 2009 ص 65،

(3) محمود حاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي مدخل استراتيجي كمي تحليلي، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع ص 59-60

### ثالثاً: تعريف الخدمة المصرفية:

عرفت جمعية البنوك في الأردن (2012) الخدمات المصرفية على أنها: مجموعة من العمليات ذات المضمون النفعي الذي يتصف بتغلب العناصر غير الملموسة على العناصر الملموسة، والتي تدرك من قبل الأفراد أو المؤسسات من خلال دلالاتها وقيمتها النفعية بحيث تشكل مصدراً لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية وتكون مصدراً لربحية المصرف من خلال علاقة تبادلية بين المصرف والعملاء. (1)

كذلك عرفت الخدمة المصرفية بأنها عبارة عن مجموعة أنشطة تتعلق بتحقيق منافع معينة للعميل سواء كان ذلك بمقابل مادي أو بدون، فقد يقدم البنك أحياناً خدمات مجانية بدون مقابل إلى عملائه. (2)

وعرفها (العسكري 2002) على أنها: عرض الخدمة للزبون المصرفي وتقديمها له لغرض إشباع حاجاته المالية وتحقيق الرضا. (3)

عرفها (معلا، ناجي) (4) بأنها مجموعة من العمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في مجموعة من العناصر الملموسة (الحقيقية: التي يقدمها المصرف للعملاء مباشرة)، وغير الملموسة (غير الحقيقية: التي يشعر بها العميل عند تقديم الخدمة له) المدركة من قبل الأفراد، مؤسسات الأعمال، والوحدات الحكومية من خلال دلالاتها وقيمتها المنفعية التي تشكل مصدراً لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية التي تشكل في الوقت نفسه مصدراً لربحية الخدمة المصرفية، ويتصف مضمون الخدمة المصرفية بتغلب العناصر غير الملموسة على العناصر الملموسة وتتجسد هاتان المجموعتان من العناصر في بعدين أساسيين هما: البعد المنفعي والبعد السماتي.

---

(1) جمعية البنوك في الأردن (2012)، دليل الخدمات والمنتجات والحلول المصرفية المقدمة من البنوك في

الأردن، الجزء الأول، عمان الأردن. الموقع: <http://www.abj.org.jo>

(2) رمضان، زياد، وجودة، محفوظ (2013) الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، ط1، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

(3) العسكري، أحمد شاكر (2000) التسويق مدخل استراتيجي للبيئة تسويقية وسلوك المستهلكين والمزيج التسويقي، الطبعة العربية الأولى.

(4) معلا، ناجي، " (1998) " قياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية الأردنية"، دائرة المكتبة الوطنية عمان، الأردن ص 26 .



#### رابعاً: تعريف الخدمة المصرفية الإلكترونية :

يقصد بالعمليات المصرفية الإلكترونية، تقديم البنوك الخدمات المصرفية المبتكرة من خلال شبكات اتصال إلكترونية وتقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقاً لشروط العضوية التي تحددها البنوك وذلك خلال احد المنافذ على الشبكة كوسيلة لاتصال العملاء بها بغرض<sup>(1)</sup>:

- إتاحة معلومات عن الخدمات التي يؤديها البنك دون تقديم خدمات مصرفية على الشبكة.
- حصول العملاء على خدمات مثل التعرف على معاملاتهم وأرصدة حساباتهم وتحديث بياناتهم وطلب الحصول على قروض.
- طلب العملاء تنفيذ عمليات مصرفية مثل تحويل الأموال وذلك يتطلب أن يتوفر لدى البنوك سياسات وإجراءات لتقييم المخاطر.

كذلك يمكن تعريف الخدمات المصرفية الإلكترونية بأنها تشمل المعاملات المالية بين المؤسسات المالية والأفراد والشركات التجارية والحكومية. ومن أجل الربحية تحاول المنظمات المصرفية كالمنظمات الأخرى السيطرة على التكاليف وخفض المصروفات التشغيلية متخذة من التكنولوجيا والابتكار أدواتها لتحقيق ذلك<sup>(2)</sup>.

ويعرفها بنك التسوية العالمية الدولية أنها تقديم الخدمات الإنتاجية المصرفية عن بعد، أو عبر الخط، أو من خلال قنوات إلكترونية، سواء للمقيمين أو غير المقيمين داخل البلد وخارجه.

وأيضاً ممكن تعريفها بأنها تقديم المصارف خدماتها عبر الوسائل الإلكترونية، سواء في المنزل أو المكتب أو بواسطة الهاتف الثابت أو الجوال وغيرها من الوسائل الإلكترونية المتطورة<sup>(3)</sup>.

---

(1) محمود أحمد إبراهيم الشرقاوي، (2003). مفهوم الأعمال المصرفية الإلكترونية وأهم تطبيقاتها، بحث منشور ضمن بحوث مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، في الفترة 1-12 مايو 2003، المجلد الأول، ص17، 18.

(2) طارق عبد العال حمادة، (2004). التجارة الإلكترونية، الدار الجامعية الإسكندرية، ص141.

(3) أحمد سفر، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، مرجع سابق، ص63.

إذاً الخدمات المصرفية الإلكترونية هي كل الخدمات المصرفية التقليدية المعروفة التي يمكن تقديمها إلكترونياً مضافاً إليها خدمات إلكترونية أخرى جديدة ومستحدثه بطريقه سريعة ومرنه ودقيقة لا يستطيع البنك التقليدي تقديمها.

ويقصد بالعمليات المصرفية الإلكترونية أيضاً ما يقدمه البنك من خدمات مصرفية تقليدية أو متطورة من خلال قنوات اتصال إلكترونية، يخول الدخول فيها بعد استيفاء شروط العضوية المحددة من طرف البنك، وهي بذلك تحقق فوائد عديدة، لاسيما تخفيض تكاليف الاستغلال ورفع الكفاءة المعلوماتية ومستويات الجودة<sup>(1)</sup>.

وعرفت الخدمة المصرفية الإلكترونية بأنها: مجموعة من التقنيات والأساليب التكنولوجية التي أفرزتها الثورة التكنولوجية، والتي أدخلت في النظام المصرفي من أجل تسهيل العمليات المصرفية بين مختلف الأطراف الاقتصادية والمتعاملين بشكل عام والتي تشمل كل المعلومات المالية بين المنظمات والأفراد والشركات<sup>(2)</sup>

بينما عرفها (Chavan 2013)<sup>(3)</sup> بأنها: توفير المنتجات والخدمات المصرفية من خلال قنوات التوزيع الإلكترونية، وكانت الخدمات المصرفية الإلكترونية ولفترة من الوقت في شكل ماكينات الصراف الآلي ATM والمعاملات عبر الهاتف، وفي الآونة الأخيرة تحولت عبر الإنترنت كقناة توصيل جديدة، والتي يسرت المعاملات المصرفية للعملاء والبنوك، وتوفر الإنترنت للعملاء اتصالاً أسرع وهي الأكثر ملائمة والمتاحة على مدار الساعة .

وعرفت لجنة الأنشطة المصرفية الإلكترونية وفق لجنة بازل بأنها (تلك الأنشطة المصرفية الإلكترونية التي توفر منتجات وخدمات التجزئة المصرفية قليلة القيمة عن طريق القنوات الإلكترونية وتتضمن هذه المنتجات والخدمات، والودائع، والسلفيات، إدارة الحسابات،

---

(1) رحيم حسين وهواري معراج، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، مداخلة في الملتقى الوطني الأول لمنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة الشلف، 14-15 ديسمبر 2004، ص315-322، منشورة على الموقع

[www.ratoul.voila.net/resumcoll.htm](http://www.ratoul.voila.net/resumcoll.htm).

(2) الحاج، ليث محمود(2012)، "نظام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر sms ودوره في تحقيق ولاء العملاء في البنوك التجارية الأردني"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط الأردن.

(3) Chavan, Jayshree. (2013), "Internet Banking - Benefits and Challenges in an Emerging Economy". International Journal of Research in Business Management (IJRBM), 1(1), 19-26

الاستشارات النقدية، سداد الفواتير الإلكترونية وتوفير منتجات وخدمات الدفع الإلكتروني الأخرى مثل الأنشطة المصرفية الإلكترونية<sup>(1)</sup>

كما عرفت الخدمات المصرفية الإلكترونية بأنها: "الخدمات المصرفية المقدمة للعميل من قبل

البنوك **Internet banking** ويشار إلى تبنى الخدمات الإلكترونية بتوجه العميل نحو استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية، واشتراك العميل بالخدمة المصرفية الإلكترونية واستخدامه لها في إنجاز معاملاته البنكية"<sup>(2)</sup>.

### خصائص الخدمات المصرفية:

الهدف من دراسة الخدمة المصرفية هو معرفة خصائصها وطبيعتها وقد اجمع الباحثين على عدد من الخصائص الرئيسية التي تميزها عن السلع الأخرى ويرى (الصرن، رعد)، أن الخدمة المصرفية تتميز عن غيرها من السلع بمجموعة من الأبعاد والخصائص، من أهمها<sup>(3)</sup>:

### عدم الملموسية Intangibility

ويقصد بها أن الزبون لا يمكنه رؤيتها أو الحصول على عينة منها أو الشعور بها ما لم يلمسها، وبما أنها غير ملموسة فإن طريقة مراقبة جودتها من قبل المسوقين أيضاً تكون قليلة، لذلك تم ابتكار طرق لقياس جودة الخدمة المصرفية تعتمد بشكل أساسي على رضا الزبائن وقياس ولائهم.

### التلازم Inseparability

أي درجة الترابط بين الخدمة ذاتها، وبين الموظف الذي يتولى تقديمها، حيث يتم استهلاك الخدمة المصرفية وقت تقديمها للزبون، الأمر الذي يقود إدارة المصرف إلى محاولة تحسين نظم تقديم الخدمة لأن الزبائن غير قادرين دائماً على الحكم عن جودة الخدمة المصرفية قبل الشراء، لذا يجب على مسوقوا الخدمة المصرفية أن يجعلوها أكثر ملموسية.

(1) رحيم، حسين وهواري، معراج، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف التجارية، ملتقى المنظومة

المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية، بحيث منشور على الانترنت، ص.316

(2) شطارة، هبة بلال (2013)، تطوير نموذج لقياس أثر الكلمة المنطوقة في تبنى الخدمات المصرفية

الإلكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط.

(3) الصرن، رعد حسن (2007)، عولمة جودة الخدمة المصرفية، ط، دمشق: دار التواصل العربي للطباعة والنشر

والتوزيع، عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.

## الفناء السريع Perishability

بمعنى أن الخدمات لا يمكن تخزينها، لذلك لا يعد الفناء السريع لها مشكلة طالما الطلب عليها مستقر ولكن المشكلة في تقلب الطلب عليها، فعندما يكون الطلب على الخدمة منتظم، لا يواجه المصرف مشكلة، لأنه يستطيع تقدير حجم الطلب على الخدمة، وعدد الموظفين المطلوب لأدائها، ولكن التغير في كثافة الطلب يتطلب اختيار إستراتيجية ملائمة.

## قابلية التغيير Variability

تظهر قابلية التغيير في جودة الخدمات المصرفية بتأثير مجموعة من العوامل أهمها مهارات وقدرات الموظفين، والمكان والزمان الذي تؤدي فيه الخدمة، ولذلك يمكن أن تتخذ المصارف ثلاث خطوات لرقابة جودة خدماتها وهي: استقطاب وتدريب الموظفين لأداء الخدمة بشكل جيد، وتنميط عملية أداء الخدمة، ومتابعة رضا الزبون.

## الملكية Ownership

بمعنى لا تنتقل الملكية من المصرف إلى الزبون نتيجة تقديم المصرف لخدمة ما من خدماته إلى الزبون المتلقي لها، وهنا لا بد من التمييز بين عدم القدرة على امتلاك الخدمة والحقوق التي قد يحصل عليها الزبون في المستقبل جراء أداء خدمة ما له، ويتعلق بهذا البعد التصميم المستخدم لقنوات التوزيع التي تجعل الزبائن يشاركون في إنتاج الخدمة.

## صعوبة الترميط Difficulty of Standardization

وهنا ترجع صعوبة أو استحالة ترميط الخدمة لعدة عوامل كظروف العمل المادية والاجتماعية المحيطة بالخدمة، ولضمان جودة الخدمة المصرفية لا بد من اتخاذ مجموعة من التدابير والإجراءات أهمها: تدريب الموارد البشرية على خدمة الزبون، وتحديد معايير وأنماط معينة لأداء الخدمة والالتزامات بتنفيذها، ومتابعة ودراسة رضا الزبون واستخدام التجهيزات المصرفية لترميط الخدمة.

## إقحام الزبون Customer Involvement

إن التفاعل بين المصرف وزبائنه في مراحل الإنتاج وتوزيع الخدمات هو البعد الأكثر أهمية لجودة الخدمة المصرفية، وذلك للدور البالغ الذي يلعبه الزبون في إنتاج وتسويق الخدمات المصرفية، وتعد المشاركة إحدى التطبيقات الهامة للتلازم في أبعاد جودة الخدمة، ولا تتطلب جميع الخدمات الدرجة نفسها من المشاركة.

ويرى عوض بدير الحداد الخصائص التالية للخدمات المصرفية<sup>(1)</sup>:

- لا يمكن صنع الخدمة المصرفية مقدما أو تخزينها فهي تنتج وتقدم في نفس اللحظة التي يتقدم الزبون لطلبها.
- لا يمكن لموظف البنك إنتاج عينات من الخدمة وإرسالها للزبون للحصول على موافقته عن جودتها قبل الشراء.
- الخدمات المصرفية غير قابلة للاستدعاء مرة أخرى، في حالة وجود أخطاء في إنتاجها أو عيوب عند تقديمها فإن الاعتذار وترضية العميل هما البديل الوحيد أمام موظف البنك.
- جودة الخدمة المصرفية غير قابلة للفحص بواسطة موظف البنك قبل تقديمها للزائن.
- أن تقديم الخدمة المصرفية غير نمطي وتختلف طريقة تقديم الخدمة من زبون لآخر حسب درجة التفاعل بين موظف البنك والعميل.

### خصائص الخدمات المصرفية الالكترونية

تتميز الخدمات الالكترونية المقدمة من قبل البنوك بخصائص عديدة ومنه:<sup>(2)</sup>

#### اختفاء الوثائق الورقية للمعاملات:

إذ أن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي الخدمة العميل، مقدم الخدمة المصرفية تتم الكترونيا دون استخدام ورق ووثائق رسمية.

#### فتح المجال أمام البنوك صغيرة الحجم:

وذلك لتوسيع نشاطها عالميا دون الحاجة إلى التفرع الخارجي أو زيادة الموارد البشرية أو زيادة فروع داخلية جديدة حيث يمكن استهداف جميع العملاء من خلال الخدمات المصرفية الالكترونية.

(1) الحداد، عوض بدير (1999)، تسويق الخدمات المصرفية، دار البيان للطباعة والنشر، مصر، ص 336

(2) علاق بشير، (2004) " الخدمات الالكترونية بين النظرية والتطبيق"، دار مجموعة النيل العربية، مصر، ص

### **عدم إمكانية تحديد الهوية ::**

إذ لا يرى كل من متلقي الخدمة ومقدم الخدمة الآخر حيث تقوم الخدمات الالكترونية بالتعرف على متلقي الخدمة وتقديم الخدمة له وهذا ما تعالجه التكنولوجيا بالعديد من وسائل التأمين للتعرف على الهوية الالكترونية.

### **إمكانية تسليم الخدمات إلكترونياً:**

وذلك دون الحاجة للعميل للذهاب إلى البنك وبذل جهد ووقت إذ يمكن تسليم الخدمة إلكترونياً وتوفير الوقت والجهد وعلى سبيل المثال، كشوفات الحساب والأرصدة.

### **سرعة تغيير القواعد الحاكمة:**

إذ تستطيع البنوك من خلال تقديم خدماتها إلكترونياً من مواكبة التطور السريع في قطاع الخدمات المصرفية والقيام بتقديم خدمات جديدة وبسرعة عالية من خلال الخدمات الالكترونية.

## المبحث الرابع

### أنظمة وأدوات الدفع الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني

المطلب الأول : أنظمة وأدوات الدفع الإلكترونية

أولاً : مفهوم النقود الإلكترونية:

عرف القرار الأوروبي رقم 2000/46 الصادر في 18 ديسمبر 2000 م النقد الإلكتروني بأنه: "قيم نقدية مخلوقة من المصدر مخزنة على وسيط إلكتروني وتمثل إيداعاً مالياً، تكون مقبولة كوسيلة دفع من قبل الشركات المالية غير الشركة المصدرة"<sup>(1)</sup>.

تعتبر النقود الإلكترونية إحدى الوسائل المستحدثة للتعامل التجاري من خلال شبكة الانترنت، وهي وان كانت تتشابه مع النقود التقليدية في خصائصها وسماتها الأساسية إلا أنها عملة إلكترونية وليست مصنوعة من الورق أو المعدن. وتعتمد فكرة النقود الرقمية على نفس فكرة استخدام النقود الورقية أو العملات المعدنية والتي تتميز بعدم وجود أي علامات خاصة بها سوى رقم الإصدار الذي يحدد هوية العملة، وتشير النقود الإلكترونية إلى سلسلة الأرقام الإلكترونية التي تستخدم للتعبير عن قيم معينه، وقد تصدرها البنوك التقليدية، كما تصدرها أيضا البنوك الافتراضية لمودعيها، أولئك الذين يحصلون عليها في شكل نبضات Bits كهرومغناطيسية على الكروت الذكية أو على الحاسبات الشخصية ليتم تخزينها على الهارد درايف وذلك لاستخدامها لتسوية معاملاتهم التي تتم عن طريقه.

وبناء على ذلك فان النقود الإلكترونية هي نقود رقمية أو رمزية digital or Tokens، Money،digital أو نقود رقمية Value Money ويرجع ذلك بطبيعة الحال إلى انه يتم التعبير عنها في شكل أرقام رمزية ذات قيمة معينة ومختلفة<sup>(2)</sup>.

وتتلخص فكرة النقود الإلكترونية عملياً في أن العميل لدى المصرف يكون لديه حسابان أحدهما بالعملة أو النقود الحقيقية والآخر بالعملة الإلكترونية، وبحق له أن يحول أي قيمة من حسابه بالنقود العادية إلى حسابه بالنقود الإلكترونية، ويتم برمجة الحساب المتضمن للعملة الإلكترونية تحت سيطرة ومراقبة العميل إلكترونياً، فإذا ما أراد أداء أية قيمة أو الوفاء بمقابل أية سلعة أو خدمة جاز له ذلك عن طريق تحويل هذه القيمة من

(1) طاهر شوقي مؤمن، (2007). عقد البيع الإلكتروني، دار النهضة العربية، ص95.

(2) أحمد محمد غنيم، (2007). إدارة البنوك تقليدية الماضي والإلكترونية المستقبل، المكتبة العصرية، ص92.

حسابه الإلكتروني إلى حساب التاجر المعني الذي يفترض فيه أن يكون هو الآخر إلكترونياً<sup>(1)</sup>.

### ثانياً: البطاقات البنكية<sup>(2)</sup>:

تعد البطاقات البنكية مظهراً حديثاً من مظاهر تطور شكل ونوعية النقود، وتعرف أيضاً باسم النقود البلاستيكية وهي عبارة عن بطاقات بلاستيكية ومغناطيسية كالكارت الشخصي أو الفيزا أو الماستر كارد. وتمكن هذه البطاقات حاملها من الحصول على النقود عن طريق آلات الصرف الذاتي (Automated teller Machines (ATM)، كما تمكنه أيضاً من شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يريده من خدمات وذلك دون أن يكون لديه مبالغ كبيرة من الأموال قد تتعرض للسرقة أو الضياع أو التلف وتوجد أنواع رئيسية من البطاقات البنكية مثل البطاقات الائتمانية، بطاقات الصرف البنكي، بطاقات الدفع والبطاقة الذكية، ويمكن إلقاء الضوء على كل نوع من أنواع البطاقات البنكية فيما يلي:

#### • البطاقات الائتمانية (Credit Card (CC):

تعتبر البطاقات الائتمانية من أكثر أنواع البطاقات انتشاراً في العالم، حيث مازالت الكثير من أعمال ومعاملات الإدارة الإلكترونية تتم من خلالها، وتصدر البنوك هذه البطاقات، كما تقوم جهات أخرى غير مصرفية بإصدارها أيضاً، ومن أمثلة هذه البطاقات بطاقات الفيزا، والماستر كارد، بالإضافة إلى بطاقات متعددة الأغراض غير المصرفية مثل بطاقات أمريكان اكسپريس، وديسكفر وكروت دينرز كلب.

وتصدر المصارف هذه البطاقات في حدود مبالغ معينة ومن أمثلتها بطاقات تحمل صورة العميل منعاً للتزوير والسرقة كما يتم إصدارها بالعملة المحلية والأجنبية.

وتوفر البطاقات الائتمانية لحاملها الوقت والجهد، كما إنها تمثل مصدر دخل للربح مقابل رسوم الخدمات المقدمة للعملاء، أو مقابل فوائد التأخير في السداد والتي يقوم بدفعها هؤلاء العملاء، كما إنها تنشط التعامل في الأسواق لسهولة التبادل من خلالها، كما أنها تكون مقرونة بمنح ائتمان ومن ثم تخلق ما يعرف بالنقود المصرفية.

(1) Andrew Crockett, Activities of the BIS relevant to Electronic Commerce Plenary, p2. at <http://www.oecd.org/dsit/sit/it/ec/news/speech/speccrocket/htm.2>.

(2) أحمد محمد غنيم، مرجع سبق ذكره، ص 98-103.



### • بطاقات الصراف البنكي Charge Cards:

تعرف هذه البطاقات أيضاً ببطاقات الصرف الشهري نظراً لأنه يجب على العميل أن يقوم بالسداد الكامل لها خلال نفس الشهر الذي تم فيه السحب بمعنى أن فترة الائتمان التي تمنحها هذه البطاقة لا تتجاوز الشهر الواحد.

### • بطاقات الدفع Debit Cards:

تعتمد هذه البطاقات أساساً على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك في شكل حسابات جارية يمكن الاعتماد عليها لمقابلة مسحوباته المتوقعة وتحقق هذه البطاقات لحاملها مزايا التوفير في الوقت والجهد كما تعتبر أيضاً مصدراً لزيادة إيرادات البنك.

### • البطاقات الذكية Smart Cards:

تتمثل هذه البطاقات في رقيقة إلكترونية يخزن عليها جميع بيانات حاملها كالاسم والعنوان واسم المصرف وأسلوب الصرف والمبلغ المنصرف وتاريخه وتاريخ حياة العميل المصرفية.

وتشبه البطاقات الذكية النقود الورقية وذلك من حيث أنه لا يوجد نظام لتعقب الصفقات والتعاملات، بالإضافة إلى أنه إذا فقدت هذه البطاقة فإنه لا يستطيع الغير أن يستخدمها، بالإضافة إلى أنها تمثل قيمة نقدية كما يوجد اتجاه أيضاً لاستخدامها في نقل الأموال أيضاً من بطاقة إلى بطاقة أخرى.

ويمكن البطاقة الذكية حاملها من اختيار طريقة التعامل بها سواء كان هذا التعامل ائتماني أو عن طريق الدفع الفوري، كما إنها تعتبر بالنسبة للعميل بمثابة كمبيوتر متنقل، وتمتاز بالحماية ضد التزوير أو التزييف وعدم تقليدها.

ويمكن لصاحب البطاقة الذكية أن يحملها لأي مكان، كما تمنح هذه البطاقة الفرصة لصاحبها لطلب خدمات شخصية متعددة، كما تعتبر واحدة من المفاتيح التي تساعد على زيادة وانتشار استخدام التلفون المحمول في عمليات التجارة.

وتتعدد مجالات استخدام البطاقات الذكية حيث يمكن تحويلها إلى حافظة نقود إلكترونية يمكن ملئها وتفريغها من النقود كما يمكن اعتبارها بمثابة بطاقة شخصية أو بطاقة صحية أو بطاقة أمنية أو إنها بمثابة تذكرة يمكن استخدامها للتنقل بوسائل النقل

العام ، كما تستخدم البطاقات الذكية أيضا" لتأمين إجراء التحويلات المالية داخل شبكة الانترنت.

وتحقق البطاقات الذكية العديد من الفوائد والمزايا لعل من أهمها تحقيق التعامل في سهولة ويسر، وتقليل فرص التحويل والتلاعب في الأعمال عن طريق تضمين البطاقة بيانات أكثر وأدق تحديداً للعميل ،كما إنها تتسم بسهولة الحصول عليها من منافذ الصرف الإلكتروني ومراكز البيع التجارية والهواتف وأجهزة التلفزيون، هذا بالإضافة إلى أنها تأخذ دور النقود من مختلف الفئات مما يضيفي عليها المرونة عند الاستخدام. وتعتبر بطاقة الموندكس Mandex Cards احدث وسيلة دفع عالمية تم طرحها لعملاء المصارف وهي تتمثل في بطاقة ذات شريحة إلكترونية تستطيع تخزين المعلومات وتكون بمثابة كمبيوتر صغير تحمله البطاقة مما يجعلها تتسم بالمرونة الكبيرة عند الاستخدام، كما إنها تتميز بالجمع بين النقود الورقية وبطاقات الدفع الحديثة مع تلافي عيوبها.

وتتمتع بطاقة الموندكس بالعديد من المزايا أهمها إنها تعد بديلا للنقود كما يسهل إدارتها مصرفياً، فضلاً عن انه يمكن استخدامها كبطاقة ائتمانية أو بطاقة خصم فوري وفقاً لرغبة العميل. كما تتسم أيضاً بطاقة الموندكس بالأمان بحيث يصعب تزويرها أو التلاعب فيها فضلاً عن إمكانية إجراء التحويلات من البنك إلى رصيدها أو التحويل من هذا الرصيد إلى رصيد بطاقة أخرى عن طريق آلات الصرف الذاتي أو عن طريق استخدام أجهزة التلفون العادي أو المحمول وذلك دون الحاجة للتعامل مع الفرع الذي به حساب حاملها الجاري.

### **ثالثاً: الاعتماد المستندي الإلكتروني:**

إن الاعتماد المستندي التقليدي هو عبارة عن تعهد كتابي غير قابل للإلغاء صادر من البنك فاتح الاعتماد ، بناء على تعليمات عميله طالب الاعتماد لصالح المستفيد بالدفع أو بقبول كمبيالات مستنديه مسحوبة عليه من قبل المستفيد وقد يفوض البنك فاتح الاعتماد بنكا" آخر في بلد المستفيد ليتولى عنه الدفع أو قبول تلك الكمبيالات المستندية وذلك مقابل مستندات منصوص عليها في الاعتماد المستندي وبشرط أن تكون مطابقة تماماً لشروطه، ومقدمة في خلال مدة صلاحيته. ومتى اقتنع البنك مصدر الاعتماد بأن مستندات البضاعة مطابقة لشروط الاعتماد. قام بالسداد للبنك المراسل قيمة ما دفعة إلى

المستفيد. أما إن وجدها مخالفة لشروط الاعتماد فإنه يرسل إخطاراً إلى البنك المراسل برفض المستندات في مدة معقولة<sup>(1)</sup>.

وقد أفضى التقدم التقني إلى ظهور "الاعتماد المستندي الإلكتروني" الذي تتم فيه الإجراءات السابقة عن طريق وسائل الاتصال الإلكتروني، حيث يقوم المستورد بإرسال طلب فتح الاعتماد إلكترونياً، ويقوم البنك بالرد عليه بذات الوسيلة، أي من خلال البريد الإلكتروني E-mail، فإن قبل أرسل نص الاعتماد إلكترونياً إلى المستفيد وقبل انتهاء مدة صلاحية الاعتماد فإن المستفيد يرسل إلكترونياً الفواتير اللازمة المتعلقة بالشحن، كما يقوم المستفيد بإرسال رسائل إلكترونية للأطراف المشاركة في عملية البيع مثل الشاحن والمؤمن والمفتش لما قبل الشحن، يطلب فيها إرسال مستنداتهم إلكترونياً إلى البنك مصدر الاعتماد بإرسال الرسائل الإلكترونية الواردة إليه إلى البنك المراسل<sup>(2)</sup>.

ويؤدي الاعتماد المستندي الإلكتروني إلى إتمام الصفقتان في سهولة ويسر وبسرعة كبيرة مما يؤدي إلى أن يملك المتعاملون به قدرة تنافسية تفوق غيرهم من المتعاملين بالطرق التقليدية، كما يؤدي إلى الإقلال من تكلفة إرسال المستندات والاستفادة من درجات الأمان التي تعطيها المستندات الإلكترونية عن المستندات الورقية لصعوبة تزويرها<sup>(3)</sup>.

#### **رابعاً: التحويل المصرفي الإلكتروني Virement électronique:**

##### **1- تعريف التحويل المصرفي الإلكتروني:**

لا وجود لعملية التحويل المصرفي إلا بوجود حسابين تنتقل النقود من إحداهما صوب الآخر، التحويل يتم بعمل تحويل مبلغ من حساب المدين إلى حساب الدائن<sup>(4)</sup>، ومن ثم فلا نكون بصدد عملية تحويل مصرفي إذا لم يوجد للطرفين حساب أو لإحداهما، والتحويل في مثل هذه الحالة قد يتم داخل بنك واحد، وذلك حين يكون طرفا التحويل

---

(1) علي جمال الدين عوض، (1989). الاعتمادات المستندية، دراسة للقضاء والفقهاء المقارن، وقواعد سنة 1983 الدولية، دار النهضة العربية، القاهرة، ص4.

(2) د. حسن شحادة الحسين، مرجع سابق، ص 1-2

(3) أ.د. محمود أحمد إبراهيم الشرقاوي، مرجع سابق، ص 23

(4) M. Vivant and CH. Lestanc, (2000), Lamy droit de L'informatique, et des r'eseaux, Guide, soulations, pratique contractuelle, 'e. Lamy, n'4400.

عميلين في ذات البنك، وقد يتم التحويل بين بنكين حيث يكون لكل بنك عميله الخاص به بل قد يشمل التحويل الإلكتروني بنكاً ثالثاً كوسيط لتسوية عملية التحويل<sup>(1)</sup>.

ويحدث التحويل بهذه الصورة في حالة إذا لم يكن لدي بنك المحول وبنك المستفيد علاقة مصرفية مباشرة أو لم يكونا مشتركين في غرفة مقاصة واحدة يتم من خلالها تسوية حساباتهما.

ويلزم لكي تترتب على عملية التحويل المصرفي آثارها القانونية من نقص لرصيد العميل الأمر بمبلغ مساو للمبلغ محل التحويل وبراءة ذمته في مواجهة المستفيد وتملك هذا الأخير لمبلغ النقل المصرفي ونشؤ حق مباشر ومجرد في مواجهة البنك، وأن يكون أمر النقل قد صدر ممن يملك إصداره، الأمر الذي يفرض على البنك التزاماً بالتحقق من صحة توقيع العميل أو التحقق من أن للوكيل سلطة إصدار الأمر نيابة عن العميل، كما يجب أن يكون لدي البنك رصيداً "كافياً" لتنفيذ أمر النقل<sup>(2)</sup>.

## 2- أنظمة التحويل المصرفي الإلكتروني:

توجد أربعة أنظمة رئيسية للتحويل الإلكتروني للنقود تتمثل في الآتي<sup>(3)</sup>:

أ/ التحويلات السلكية **Wire transfer**: يسمح هذا النظام بتسوية المدفوعات وتسديد التحويلات النقدية ذات المبالغ الكبيرة خلال نفس اليوم وبطريقة فورية بين الشركات والمستهلكين ، ويدير هذا النظام بنك الاحتياط الفيدرالي الأمريكي.

---

(1) فياض مفلح القضاة، (2000). مسئولية البنوك الناجمة عن استخدام الكمبيوتر كوسيلة وفاء، بحث مقدم لمؤتمر القانون والكمبيوتر والانترنت، جامعة الإمارات العربية المتحدة، الفترة 1-3 مايو 2000، ص18.

(2) سميحة القليوبي، (2000). شرح قانون التجارة المصري رقم 17 لعام 1999، العقود التجارية وعمليات البنوك، ط3، دار النهضة العربية، ص674.

(3) Lacouriere (M), (2001); Proposed uniform rules for business to business payment on internet "Adaptation of documentary credit rules for North American small and medium size enterprise", Thesis, D. jur Osgood Hall Law Scholl, York University, Toronto, Canada, Jan., P 72-92.

ب/ نظام مقاصة المدفوعات بين البنوك<sup>(1)</sup> (CHIPS): يدير هذا النظام جمعية بيت نيويورك للمقاصة، وتضم اثني عشر عضواً من بنوك نيويورك، وثمانية وثمانين عضواً مشاركاً من خارجها، ويستخدم هذا النظام في إجراء التحويلات الداخلية والعالمية، وبصفة خاصة التحويلات كبيرة القيمة المدفوعة بالدولار الأمريكي، وذلك بواسطة كمبيوتر مركزي يرتبط بنهايات طرفية Terminals لدي البنوك الأعضاء والمشاركين في هذا النظام، ويقابله نظام<sup>(2)</sup> (CHAPS) لتنفيذ هذه التحويلات بالجنية الإسترليني أو اليورو.

ج/ نظام جمعية الاتصالات المالية فيما بين البنوك<sup>(3)</sup> (SWIFT): تأسست هذه الجمعية في العام 1973م من قبل 239 بنكاً من كبري البنوك في أوروبا وأمريكا الشمالية، ويبلغ عدد مؤسسه أعضائه حالياً ما يزيد على خمسة آلاف عضو، ويخدم هذا النظام أكثر من ثمانية آلاف مؤسسة مالية موزعة على أكثر من 207 دولة حول العالم، ويقع مركزها الرئيس في بروكسل، وعضويتها مفتوحة لجميع المؤسسات المالية والبنوك في العالم، ويستخدم هذا النظام في تسوية المدفوعات الدولية عن طريق إرسال تعليمات الدفع بشكل قياس موحد ومتعارف عليه بين البنوك الأعضاء في الجمعية.

ويتميز هذا النظام عن غيره من نظم التحويل الإلكتروني للنقود بالسرعة وقلة التكلفة، فضلاً عن معايير الأمان العالية المتبعة في إجراء التحويل، يضاف إلى ذلك أن المدفوعات التي تتم من خلال هذا النظام لا تحتاج إلى تسوية لاحقة، حيث أن إرسال تعليمات الدفع يمثل في ذاته تنفيذاً لأوامر الدفع التي يتلقاها البنك من عملائه، وقد أصبح لهذا النظام العديد من المراكز الفرعية منها ما يوجد في هولندا، ومنها ما يوجد في

---

(1) "CHIPS" The Clearing House Interbank Payment Systems, Available at <http://www.chips.org/about/000650f.php>.

(2) "CHAPS" The Clearing House Automated Payment Systems, Available at <http://www.apacs.org.uk/payment options/chaps.html>.

(3) "SWIFT" Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication, see <http://www.swifit.com>

الولايات المتحدة الأمريكية- التي تقوم على إدارة التحويل الإلكتروني للنقود التي تتم داخل هذا النظام<sup>(1)</sup>.

التحويلات الدولية التي تضم الولايات المتحدة وتخضع للرصد من جانب مكتب مراقبة الأصول الأجنبية<sup>(2)</sup> (OFAC) الذي يرصد المعلومات الواردة في نص هذه الرسائل للتأكد ما إذا كان يتم تحويل هذه الأموال للمنظمات الإرهابية أو الدول أو الكيانات الخاضعة لعقوبات من قبل الأمم المتحدة، ومن ثم فإذا كان المشتبه بهم مؤسسة مالية يتم إرسال تلك الأموال من أو إلى واحد من هذه الكيانات، فإنه يجب منع أو تجميد الأموال.

د/ نظام بيت المقاصة المؤتمن (ACH)<sup>(3)</sup>: يتميز هذا النظام عن غيره من أنظمة التحويل الإلكتروني للنقود بأنه يسمح بأجراء المدفوعات صغيرة القيمة الخاصة بالمستهلكين إلى جانب إجراء المدفوعات المتوسطة وكبيرة القيمة ولذلك فهو يستخدم في تسوية المدفوعات المتكررة بين الشركات والمستهلكين كدفع الرواتب والمعاشات وغيرها من الاستحقاقات، ويلزم لإجراء هذه المدفوعات أن يحصل البنك القائم بالتحويل على تفويض بالقيود على حساب العملاء بصدد كل عملية قبل إتمام عملية التحويل الأمر قد يستغرق وقتاً قبل إتمام عملية الدفع، حيث يتم تسوية هذه المدفوعات خلال يومين<sup>(4)</sup>.

#### **خامساً: الشيك الإلكتروني:**

يعرف الشيك الإلكتروني بأنه "محرر من طرف ثلاثة أطراف ومعالج إلكترونياً بشكل كلي أو جزئي، يتضمن أمراً من شخص يسمي الساحب إلى البنك المسحوب عليه بأن يدفع مبلغاً من النقود لإذن شخص ثالث يسمي المستفيد"<sup>(5)</sup>.

---

(1) LACOURSIERE (M)، OP.cit'e, p.92.

(2) "OFAC" Office of foreign Asset Control.

(3) Geva (B), (2001): The Law of Electronic fund transfer. New York. Mathew Bender and Co, Inc. pp 4:43

(4) Baker (D-1) and BRANDEL (RE), (1999): The law of electronic fund transfer system, Warren, Gorham and Lamont, Boston, pp 3-13

(5) مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، (2005). الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ص350-351.

يعد الشيك الإلكتروني أكثر الأوراق التجارية استخداماً في تسوية معاملات التجارة الإلكترونية، حيث تم تطويع هذه الوسيلة من وسائل الدفع لكي يتلاءم مع مقتضيات هذا النوع من المعاملات، وذلك باستخدام الوسائل الإلكترونية في إنشاء نظير رقمي للشيكات الورقية، ففي سنة 1998م تم اقتراح نظام للشيكات الإلكترونية الآنية باستخدام دفتر شيكات يعتمد على وكيل يتواجد في الحاسب الآلي الخاص بحاملي الشيكات، ووفقاً لهذا النظام يتم التحقق من سلطة إصدار الشيكات الإلكترونية لمنع المخاطر الناجمة عن الأخطاء أو سوء النية في إصدارها<sup>(1)</sup>.

إذاً الشيك الإلكتروني يقابل الشيك الورقي من حيث المحتوى ويتضمن نفس البيانات التي يحملها الشيك التقليدي مثل المبلغ والتاريخ والمستفيد والساحب والمسحوب عليه ولكنه محرر إلكترونياً عبر البنوك الإلكترونية التي تستخدم شبكة الانترنت في تقديم خدماتها الإلكترونية، ويعمل كوسيط في تنفيذ آلية الدفع بالشيك الإلكتروني، حيث يقوم بعملية التسوية والمقاصة لتمكين التجار والمستفيدين من سداد فواتير المشتريات مباشرة عبر الشبكة.

تمكن الشيكات الإلكترونية المستهلكين من مستخدمي الانترنت من دفع فواتير مشترياتهم مباشرة عبر الانترنت بدون إرسال شيك ورقي، بحيث يقوم المستخدم بتحرير الشيك المناسب باستخدام الكمبيوتر الشخصي وإرساله إلى المستفيد الذي يقوم بدوره بإرساله إلى البنك للتأكد منه، وبعد تأكد البنك من صلاحية الشيك يقوم بنك الساحب بتحويل النقود لحساب المستفيد، وحيث أن جميع هذه العملية تتم إلكترونياً فإنها تكون أقل تكلفة وأكثر مناسبة من استخدام الشيك الورقي<sup>(2)</sup>. يوجد نظامي (FSTC و Netchex)<sup>(3)</sup> مهمين للشيك الإلكتروني تم استخدامهما في إطار الوفاء عبر شبكة الانترنت ويمكن الإشارة لهما:

---

(1) محمد سعيد أحمد إسماعيل، (2005). أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس، ص234.

(2) محمد سعدو الجرف، أثر استخدام النقود الإلكترونية علي الطلب علي السلع والخدمات، مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، ج1، ص200.

(3) يعد نظامي (Netchex) و (FSTC) Financial Services Technology Consortium أهم النماذج التطبيقية للوفاء بالشيك الإلكتروني.

## نظام FSTC:

وهو نظام يعتمد من قبل اتحاد مالي لمجموعة كبيرة من البنوك والهيئات المصرفية الأمريكية، يوفر للمستهلك إمكانية الاختيار بين مجموعة من وسائل الدفع الإلكترونية المتاحة وأهمها الشيك الإلكتروني القياسي، والشيك الإلكتروني المؤكد، وأجهزة الصراف الآلي ATM، وذلك باستعمال دفتر الشيكات الإلكتروني الذي يرصد كل المعاملات على مستوي نفس الحساب البنكي<sup>(1)</sup>، وكل ما استجد بموجب هذا النظام هو الاستعاضة عن التوقيع الخطي بالتوقيع الإلكتروني، الذي وفر لهذا النظام قدرًا مهمًا من الأمان، وقد استعين في هذا النظام بالتشفير لضمان عملية تسوية الدين بالوفاء<sup>(2)</sup>.

## نظام (Netchex):

لقد لجأت شركة Netchex في طرحها لنظام الوفاء بالشيك الإلكتروني عبر شبكة الانترنت إلى الوسطاء، حيث يقتضي هذا النظام وجود تسجيل مسبق لمستخدم النظام والتاجر لدي هذا الوسيط، يسمح النظام للعميل بالتعامل مع شيكاته وإدارته بواسطة حاسوبه الشخصي<sup>(3)</sup>.

ويتطلب الشيك الإلكتروني وجود حساب جاري لكل من التاجر والمستهلك لدى البنك الإلكتروني الوسيط ويحتفظ لكل منهما بتوقيعه الإلكتروني في قاعدة البيانات الخاصة بالبنك يتم استخدامها عند تحرير الشيك الإلكتروني لإتمام عمليات الدفع الإلكتروني بين طرفي العملية.

## المطلب الثاني : مفهوم وخصائص وأنواع التوقيع الإلكتروني:

من التقنيات الحديثة التي ظهرت لتتناسب عمليات التجارة الإلكترونية هو التوقيع الإلكتروني والذي يعتبر من أهم مرتكزات عمليات التجارة الإلكترونية وكأحد الضمانات التي يتحقق منها من شخصية المتعاقدين ولكن بقي حجه كإثبات في التعاملات الإلكترونية مسار جدل في الفقه والقضاء خاصة قبل صدور التشريعات وقوانين التعاملات الإلكترونية.

(1) أحمد بوراس ودكتور السعيد بريكة، مرجع سبق ذكره، ص222.

(2) عدنان إبراهيم سرحان، الوفاء (الدفع) الإلكتروني، مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، مج1، ص270.

(3) المرجع السابق نفسه، ص271.



## أولاً : مفهوم وتعريف التوقيع والتوقيع الإلكتروني :

تعريف التوقيع: التوقيع هو إشارة خطيه متميزة خاصة بالشخص التي صدرت عنه أو علامة محفوظة مختصة بشخص معين اعتاد أن يستعملها للإعلان عن اسمه والتعبير عن موافقته على أعماله وتصرفاته، وهو يشمل عادة اسم الموقع الشخصي والعائلي أو لقبه، وقد يقتصر أحياناً على إحداهما أو على رمز معين يشير إلى اسمه ويمكن أن يتخذ أشكالاً مختلفة أهمها الإمضاء الذي يسمح بالتعريف عن صدر عنه ويدل على رضاه والتزامه بالسند الذي وقع عليه بكامل محتوياته<sup>(1)</sup>.

وهناك من يعرفه بأنه التأشير أو وضع علامة على السند أو بصمة إبهام للتعبير عن القبول بما ورد فيه. أو انه أية علامة مميزه خاصة بالشخص الموقع تسمح بتحديد شخصيته والتعرف عليها بسهولة<sup>(2)</sup>.

ويعرفه آخرون "بأنه وسيلة يعبر بها الشخص عن إرادته في الالتزام بتصرف قانوني معين"

### تعريف التوقيع الإلكتروني:

انقسمت التشريعات في تحديد مفهوم التوقيع الإلكتروني، فركزت بعضها على شكل التوقيع، بينما ركزت أخرى على وظائفه.

فقد نصت المادة الثانية من قانون الأونسيترال النموذجي لعام 2001 على تعريف التوقيع الإلكتروني بأنه (بيانات في شكل إلكتروني مدرجة في رسالة بيانات أو مضافة إليها مرتبط بها منطقياً، ويجوز أن تستخدم لتعيين هوية الموقع بالنسبة إلى رسالة البيانات ولبيان موافقة الموقع على المعلومات الواردة في رسالة البيانات)<sup>(3)</sup>.

كما عرف القانون الفرنسي رقم 2000/230 التوقيع بأنه (التوقيع اللازم لإتمام تصرف قانوني يحدد الشخص الذي يجريه، وهو يعبر عن رضا الأطراف بالالتزامات الناشئة عن هذا التصرف، ومتى كان التوقيع إلكترونياً، فإنه يتمثل في استعمال وسيلة

(1) أدوار عيد، (1991). موسوعة أصول المحاكمات والإثبات والتنفيذ، ج14، بيروت، ص82.

(2) محمد أمين الرومي، (2008). المستند الإلكتروني، دار الكتب القانونية، القاهرة، ص49.

(3) حسين القضماني، (2002). النظام القانوني للدفع بالبطاقة المصرفية عبر الانترنت، اتحاد المصارف العربية بيروت، ص70.

تعريف مأمونة تؤكد ارتباط التوقيع بالتصرف المعني ويكون الأمان الذي تمنحه هذه الوسيلة مفترضاً ما لم يثبت العكس إذا تم التوقيع الإلكتروني وتحديد شخصية الموقع وأمكن ضمان سلامة التعرف بمراعاة تطبيق الشروط التي تصدر بها لائحة عن مجلس الدولة، وقرق المرسوم الفرنسي رقم 272 / 2001 الصادر بتاريخ 2001/03/13م بين نوعين من التوقيع ، الإرشاد الأوربي الصادر في 1999/12/13م وعرف التوقيع الإلكتروني بأنه إجراء يحتوى على شروط الأمان والسلامة للتعبير عن صحة رضا الموقع وبذلك للتعريف عن هوية مصدر التوقيع<sup>(1)</sup>.

عرفه فقهاء آخرون (بأنه مجموعة من الإجراءات والوسائل يتبع استخدامها عن طريق الرموز أو الأرقام إخراج رسالة إلكترونية تتضمن علامة مميزة لصاحب الرسالة المنقولة إلكترونياً يجري تشفيرها باستخدام زوج من المفاتيح واحد معلن والآخر خاص بصاحب الرسالة)<sup>(2)</sup>.

كذلك عرف المشرع المصري التوقيع الإلكتروني حسب المادة 1/ج من القانون رقم 15 لسنة 2004 الخاص بتنظيم التوقيع الإلكتروني وإنشاء هيئة تنمية صناعة التكنولوجيا، فإنه يقصد بالتوقيع الإلكتروني: "كل ما يوضع على محرر إلكتروني ويتخذ شكل حروف أو رموز أو إشارات أو غيرها، ويكون له طابع منفرد يسمح بتحديد الشخص الموقع وبميزه عن غيره"<sup>(3)</sup>.

وعرف المشرع الأمريكي التوقيع الإلكتروني (بأنه أي صوت أو رمز أو إجراء إلكتروني مرتبط أو متعلق منطقياً بسجل وينفذ أو يعتمد من الشخص الراغب في توقيع السجل)<sup>(4)</sup>.

---

(1) زهير بشناق، (2006). العمليات المصرفية الإلكترونية، اتحاد المصارف العربية، بيروت، ص218.  
(2) أحمد شرف الدين، (2000). التوقيع الإلكتروني وقواعد الإثبات ومقومات الأمان في التجارة الإلكترونية، ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر التجارة الإلكترونية المنعقد في جامعة الدول العربية، ص3.  
(3) المادة رقم (1)، القانون المصري رقم (15) لعام 2004، الخاص بتنظيم التوقيع الإلكتروني.  
(4) Uniform Electronic Act 1999.8A. Ula 23 ("Electronic signature" means an electronic sound, symbol, or process attached to or logically associated with a record and executed or adopted by a person with the intent to sign the record).

أما تعريف التوقيع الإلكتروني في قانون التجارة الإلكترونية الصادر بإمارة دبي بأنه: (توقيع مكون حروف أو أرقام أو صوت أو نظام معالجه ذي شكل إلكتروني ملحق أو مرتبط برسالة إلكترونية وممهور بنية توثيق أو اعتماد تلك الرسالة)<sup>(1)</sup>.

أما المنظم السعودي فقد عرف التوقيع الإلكتروني بأنه " بيانات إلكترونية، مدرجة في تعامل إلكتروني، أو مضافة إليه، أو مرتبط به منطقياً تستخدم لإثبات هوية الموقع وموافقته على التعامل الإلكتروني، واكتشاف أي تعديل يطرأ على هذا التعامل بعد التوقيع عليه"<sup>(2)</sup>.

أما الاتحاد الأوروبي فإنه يعرف نوعين من التوقيع ووضع لكل منها تعريفاً محدداً وهما<sup>(3)</sup>:

التوقيع الإلكتروني عبارة عن معلومات على شكل إلكتروني متعلقة بمعلومات إلكترونية أخرى ومرتبطة هبها ارتباطاً وثيقاً وتستخدم أداة التوثيق.

التوقيع الإلكتروني المعزز هو عبارة عن توقيع إلكتروني يشترط فيه أن يكون:

- 1- مرتبط ارتباطاً فريداً من نوعه مع صاحب التوقيع.
- 2- أن يكون قادراً على تحديد صاحب التوقيع والتعرف عليه باستخدامه.

---

(1) المادة (1)، القانون الاتحادي الإماراتي (1)، لعام 2006، بشأن المعاملات والتجارة الإلكترونية.  
(2) المادة (1) فقره (14) نظام التعاملات الإلكترونية السعودي، الصادر بقرار مجلس الوزراء رقم (80) وتاريخ 1428/03/07هـ.

(3) On May, 13, 1998, The European Commission first published its proposal for European Parliament and Council Directive on a common framework for electronic signature and a Directive was enacted in January 2000, electronic signatures are defined by Art.2(1) as follows: 1- "electronic signature" means data in electronic form which are attached to or logically associated with other electronic data and which serve as a method of authentication, 2- "Advance electronic signature" means electronic signature which meet the following requirements: (It is uniquely linked to signature. It is capable of identifying the signatory. It is created using means that signatory can maintain under his sole control, and it is linked to the data which it relates in such manner that any subsequent change of the data is detectable. Sinsi Vincenzo digital signature Legislation in Europe international Business Lawyer, December.2000, Vol.28 No.11 p.487.et.suiv

3- تستخدم فيه وسائل يضمن فيها صاحبه السرية.

4- مرتبط مع المعلومات المحتواة في الرسالة حيث انه يكشف أي تغير في المعلومات.

وجاء تعريف التوقيع الرقمي في قانون المعاملات الإلكترونية (السودان) للعام 2007 المادة الأولى (يقصد به التوقيع الذي تم إنشاؤه أو إرساله أو استقباله أو تخزينه بواسطة إلكترونية ويتخذ شكل حروف أو أرقام أو رموز أو إشارات يكون لها طابع متفرد ويسمح بتحديد هوية وتميز شخصية التوقيع عن غيره)<sup>(1)</sup>. تشير كل التعريفات المذكورة سابقاً بشأن التوقيع الإلكتروني إلى تحديد ومعرفة صاحب التوقيع والتعبير عن رضاه بمضمون السند والموافقة عليه والالتزام بما جاء فيه.

#### **ثانياً : خصائص التوقيع الإلكتروني:**

يتميز التوقيع الإلكتروني بعدة خصائص أهمها ما يلي:

يتكون من عناصر متفردة وسمات تخص الموقع في شكل إشارات أو رموز أو أرقام أو حتى صوت أو بصمة عين أو غيرها، المهم فيه أن يكون ذو طابع متفرد يسمح بتمييز شخص صاحب التوقيع وتحديد هويته وإظهار رغبته في إقرار العمل القانوني والرضا<sup>(2)</sup>.

أن يحقق الأمان والخصوصية والسرية في نسبه للموقع، بالنسبة للمتعاملين مع أنواعه وخاصة مستخدمي شبكة الانترنت وعقود التجارة الدولية ويتم ذلك عن طريق إمكانية تحديد هوية الموقع ومن ثم حماية المؤسسات من عمليات تزوير التوقيعات<sup>(3)</sup>.

#### **ثالثاً : شروط التوقيع الإلكتروني<sup>(4)</sup>:**

إن جوهر التوقيع الإلكتروني هو إثبات الارتباط بين صاحب التوقيع وبين المستند أو المحرر الإلكتروني، أي يسمح التوقيع الإلكتروني بتحديد هوية الشخص الموقع على نحو يسمح بالاحتجاج بالمستند الإلكتروني وإعطاء مضمونه إشارته القانونية بما يسجل

(1) قانون المعاملات الإلكترونية السوداني 2007 على موقع بنك السودان [www.cbos.gov.sd](http://www.cbos.gov.sd).

(2) عباس العبودي، (2010). تحديات الإثبات بالسندات الإلكترونية ومتطلبات القانوني لتجاوزها، منشورات الحلب الحقوقية، ط1، ص149.

(3) ثروت عبد الحميد، (2007). التوقيع الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ص35.

(4) نادر عبد العزيز شافي، المصارف والنقود الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص50.

من حقوق والتزامات فيعتبر التوقيع الإلكتروني موثقاً به من الناحية القانونية إذا توفرت فيه الشروط التالية:

- أن يكون خاصاً بالموقع وحده دون غيره.
- أن يتم إنشاؤه بوسائل إلكترونية يسيطر عليها الموقع سيطرة حصرية.
- أن يعتمد ارتباط التوقيع بالمستند الإلكتروني الممهور عليه على نحو يسمح بالكشف عن أي تعديل أو تبديل أو تحرير في بيانات المستند أو بعناصر التوقيع.

#### رابعاً: أنواع وصور التوقيع الإلكتروني:

يتخذ التوقيع الإلكتروني صور متعددة بحسب الطريقة التي تم بها، خاصة إن القوانين التي نظمت التوقيع الإلكتروني لم تنص على شكل معين وتركت الباب مفتوحاً حسب تطور التقنية ولكن هنالك بعض الضوابط العامة التي يجب أن تتوفر في التوقيع الإلكتروني، هنالك أنواع مختلفة من صور التوقيع يمكن الإشارة إليها على النحو التالي:

1- التوقيع اليدوي المرقم: يتم هذا التوقيع بواسطة الموقع نفسه الذي ينقل المستند الموقع منه يدوياً إلى جهاز الماسح الضوئي (Scanner) فيقوم بقراءة وتصوير ونقل التوقيع لمجموعة رسم بيانيه تحفظ داخل جهاز الكمبيوتر فيتحوّل لتوقيع إلكتروني يمكن إضافته للوثيقة المراد توقيعها<sup>(1)</sup>.

2- التوقيع بالقلم الإلكتروني: يتم هذا التوقيع عن طريق قلم إلكتروني حسابي، يمكن عن طريقه الكتابة على شاشة الحاسب الآلي وذلك باستخدام برنامج معين<sup>(2)</sup>، ويقوم هذا النوع من التوقيعات بأداء وظيفتين هما:

خدمة النقاط التوقيع الذي يتم كتابته بقلم إلكتروني حساس في مرجع مخصص لذلك على شاشة الحاسب أو أي مكان يخصص له، بعد أن يكون العميل ادخل رقمه السري الخاص من خلال بطاقة تحتوي على بيانات خاصة به.

(1) نادر عبد العزيز شافي، مرجع سبق ذكره، ص 51.

(2) عباس العبودي، مرجع سبق ذكره، ص 157.

#### خامساً: خدمة التحقق من صحة التوقيع<sup>(1)</sup>:

- التوقيع الإلكتروني الرقمي: يقوم هذا التوقيع على وسائل التشفير الرقمي الذي يعتمد خوارزميات أو معادلات حسابيه رياضيه لضمان سرية المعلومات والاتصالات بطريقه آمنه عبر تحويله إلى شكل غير مفهوم إلا من صاحب العلاقة، حيث يتم التوقيع باستعمال مفتاح معين لتشفير الرسالة الإلكترونية، ثم يعمد مستقبل تلك الرسالة إلى فك التشفير بمفتاح آخر للحصول على المعلومات المرسله، فإذا ظهرت الرسالة بعد فك التشفير بصورة واضحة مقروءة، كان توقيع المرسل صحيحا، يقوم هذا التوقيع الإلكتروني الرقمي على استعمال تقنية مفتاحين احدهما عام والثاني خاص، هما عبارة عن بيانات معلوماتية رقمية متسلسلة ضخمة قد تصل إلى لأكثر من 300 رقم، يكون مصادق عليها من سلطة مختصة تصدر شهادة مصادقة للتوقيعات الإلكترونية. فيتم استعمال المفتاح الخاص من صاحب التوقيع الإلكتروني، أما المفتاح العام ممكن استعماله من الجميع للتأكد من موثوقية التوقيع والتأكد من هوية وشخصية الموقع<sup>(2)</sup>.

- التوقيع الإلكتروني بواسطة الرمز السري: هو من أكثر التوقيعات استخداماً في حياتنا اليومية، يتم هذا التوقيع عبر إدخال بطاقة ممغنطة صادرة من البنك إلى آلة مناسبة ثم إدخال الرقم السري والضغط على زر الموافقة لإتمام العملية المطلوبة، تستخدم هذه البطاقات الممغنطة في السحب من النقدي من خلال بطاقات الصرف الآلي والتي تخول حاملها إمكانية سحب مبالغ نقدية بحد متفق عليه بينه وبين البنك مصدر البطاقة<sup>(3)</sup>، هذا النوع من التوقيعات لإلكترونية هو الشائع في الصراف الآلي لدى المصارف للحصول على كشف الحساب أو سحب مبالغ أو تحويل أو سداد فواتير.

- التوقيع الإلكتروني البيوميترى (Biometric Signature): تقوم هذه الصورة على اعتماد الصفات والخواص الفيزيائية والطبيعية والسلوكية للأفراد والتي تختلف من شخص لآخر. ومن هذه الخواص البصمة الشخصية (Finger Printing)، مسح العين البشرية أو

(1) عبد الفتاح بيومي حجازي، (2007). النظام القانوني للتوقيع الإلكتروني، (دراسة تأصيلية مقارنة)، دار الكتب القانونية، القاهرة، ص30.

(2) ضياء أمين مشيمش، (2003). التوقيع الإلكتروني، (دراسة مقارنة)، المنشورات الحقوقية، بيروت، ص132.

(3) محمد أمين الرومي، (2006). النظام القانوني للتوقيع الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، ط1، ص31.

ما يعرف ببصمات قزحية العين (Retina Scanning)، وخواص اليد البشرية (Hand Geometry)، وبصمة نبرة الصوت (Voice Recognition)، والتعرف على الوجه البشري (Face Recognition) وغير ذلك من الصفات الجسدية والسلوكية<sup>(1)</sup>.

ويتم استخدام هذا الأسلوب من التوقيع عن طريق أخذ صورة دقيقة للشكل وتخزينها بصورة مشفرة داخل الحاسوب الآلي في نظام حفظ الذاكرة، وذلك بهدف توفير الاستخدام القانوني فقط للأشخاص المصرح لهم بذلك، وبالتالي منع أي استخدام غير قانوني أو غير مرخص به لأي معلومات أو بيانات سرية أو شخصية موجودة في نظم المعلومات الخاصة بأحدي الجهات، ولما كانت الخواص الذاتية المميزة لكل شخص كمسح قرنية العين أو بصمة الشفاه، تختلف عن تلك التي تميز غيره من الأشخاص، فإن النتيجة المترتبة على ذلك تقضي بان التوقيع البيومترى يعتبر وسيلة موثوق بها لتمييز الشخص وتحديد هويته نظرا لارتباط الخصائص الذاتية به، الأمر الذي يسمح باستخدامها في إقرار التصرفات القانونية التي تبرم عبر وسيط إلكتروني<sup>(2)</sup>.

#### **سادساً: الجهات المخول لها تصديق التوقيع الإلكتروني:**

يشترط أن تكون إجراءات التوثيق المعتمدة من جهات معينه أو أطراف محايدة، جهة حكومية أو غير حكومية بموجب ترخيص صادر من الجهات المسئولة يخول لها تقديم خدمات التصديق، وقد عرف نظام التعاملات الإلكترونية السعودي مقدم التصديق بأنه "شخص مرخص له بإصدار شهادات التصديق الرقمي، أو أي خدمة أو مهمة متعلقة بها وبالتوقيعات الإلكترونية وفقا لهذا النظام"<sup>(3)</sup>.

أما قانون المعاملات الإلكترونية السوداني لعام 2007 فقد عرف الشخص الموثق بأنه (يقصد به أي شخص طبيعي أو معنوي يصرح له بالتوقيع حسب طبيعة الموضوع، يصدر شهادات تؤكد توثيق التوقيع الرقمي للتأكد من أن ذلك التوقيع صادر من الشخص المعني)<sup>(4)</sup>.

---

(1) إبراهيم الدسوقي أبو الليل، (2003). الجوانب القانونية للمعاملات الإلكترونية، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، الكويت، ص159.

(2) بشار محمود دودين، الإطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الانترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط2، ص253.

(3) نظام التعاملات الإلكترونية السعودي، الفقرة (21)، المادة الأولى.

(4) قانون المعاملات الإلكترونية السوداني 2007، الفصل الأول، الفقرة (9)

أما المادة الخامسة من قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي تنص على أنه "يمكن لمن يرغب في إمضاء وثيقة إلكترونية إحداث إمضائه الإلكتروني بواسطة منظومة موثوق بها يتم ضبط مواصفاتها التقنية بواسطة الوزير المكلف بالاتصالات"<sup>(1)</sup>.

هنالك بعض الإجراءات المتفق عليها بين الأطراف بخصوص التوثيق والتي يجب على مقدم التوثيق الالتزام بها. فقد أوجبت المادة 1/9 من قانون الأونسيترال النموذجي لعام 2001 للتوقيعات الإلكترونية على مقدم خدمات التوثيق ما يلي:

أن يتصرف وفقا للتأكيدات التي يقدمها بخصوص سياساته وممارساته، أن يمارس بعناية معقولة لضمان دقة واكتمال كل ما يقدمه من تأكيدات جوهرية ذات صلة بالشهادة طويلة دورة سريانها أو مدرجه في الشهادة، أن يوفر وسائل يكون الوصول إليها متيسرا بقدر معقول وتمكن الطرف المعول من التأكيد من هوية مقدم خدمات التصديق، أن الموقع المعين هويته في الشهادة يسيطر على بيانات إنشاء التوقيع في الوقت الذي صدرت فيه الشهادة، أن بيانات إنشاء التوقيع كانت صحيحة في الوقت الذي صدرت فيه الشهادة أو قبله.

### المطلب الثالث : حجة التوقيع الإلكتروني في الإثبات:

لكي يتمتع التوقيع الإلكتروني بحجة الإثبات فلا بد من توفر فيه شروط ارتباطه بشخص معين ومحدد بحيث يكون التوقيع الإلكتروني مميزا للموقع عن غيره وببين هويته. وأن يكون صاحب التوقيع المسيطر على الوسيط الإلكتروني سيطرة تامة بحيث لا يستطيع أي شخص فك رموز التوقيع الخاص به أو الدخول عليه سواء عند استعماله لهذا التوقيع أو عند إنشائه، وبحيث تكون منظومة إحداث ذلك التوقيع تحت سيطرة الموقع ذاته عند إنشاء التوقيع أو استعماله<sup>(2)</sup>. وكذلك سهولة كشف أي تعديلات أو تغييرات في بيانات التوقيع الإلكتروني وحيث أن من شروط صحة التوقيع الإلكتروني وحجتيه أن يكون من الممكن للموقع أن يعلم بأي تعديل أو تبديل قد تم في منظومة إحداث ذلك التوقيع الإلكتروني<sup>(3)</sup>.

(1) قانون عدد 83 لسنة 2000 مؤرخ في 9 أوت 2000 يتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية لتونسي، الباب الثاني، المادة (5).

(2) عبد الفتاح بيومي حجازي، مرجع سابق، ص 443

(3) ممدوح محمد مبروك، مدى حجة التوقيع الإلكتروني في الإثبات، دار النهضة العربية، القاهرة، ص 136.



## الحجة القانونية للتوقيع الإلكتروني في الإثبات:

نسبة للتطور الهائل في تقنية المعلومات وانتشار خدمة الانترنت، ازداد التعامل عبر الوسائل الإلكترونية الحديثة، وأصبح التعامل بالتوقيع الإلكتروني يمثل دعامة أساسية في التبادل التجاري الإلكتروني والتجارة الإلكترونية بدلاً عن التوقيع التقليدي، فاضحي إيجاد إطار قانوني للتوقيع الإلكتروني يمثل أهمية كبيرة تعطي التوقيع الإلكتروني حجته في إثبات الحقوق تساوي تلك التي يتمتع بها التوقيع التقليدي، ولذلك قامت عدد من الهيئات والدول باستحداث قوانين وتشريعات موحدة تعترف بالتوقيع الإلكتروني المستخدم في التعاملات التجارية كحجية في إثبات الحقوق وسوف نورد بعض النماذج.

### أولاً: موقف المشرع الأوروبي من حجية التوقيع الإلكتروني:

اعترف الاتحاد الأوروبي بحجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات في المعاملات التجارية وصادر توجيهاته لكل الدول الأعضاء وينص هذا التوجيه على وجوب الاعتراف بالحجية القانونية للتوقيع الإلكتروني والجوانب الدولية لهذا التوقيع. كما ذكر التوجيه الأوروبي مستويين للتوقيع الإلكتروني : المستوى الأول يعرف بالتوقيع البسيط وهذا التوقيع وفقاً للمادة (2) من هذا التوجيه يعرف بأنه: (معلومة تأخذ شكلاً إلكترونيا وترتبط بشكل منطقي ببيانات أخرى إلكترونية والذي يشكل أساس التوثيق). أما المستوى الثاني فهو التوقيع الإلكتروني المتقدم وهو يعرف بأنه توقيع يتطلب صلة منفردة بالتوقيع. وان يتيح كشف هوية الموقع وأن يتم إنشاؤه باستخدام وسائل تحت رقابة الموقع، وان يرتبط بالبيانات التي وضع عليها التوقيع بحيث أن أي تعديل لاحق للبيانات يمكن كشفه من قبل المتلقي<sup>(1)</sup>.

### ثانياً: موقف الأمم المتحدة من حجية التوقيع الإلكتروني:

تعاملت الأمم المتحدة مع التوقيع الإلكتروني من خلال قانونين هما:

#### 1- القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية:

تم وضع هذا القانون من قبل لجنة الأمم المتحدة لقانون التجارة الدولية والمعروف باسم الاونيسترال وتمت المصادقة عليه من قبل الجمعية العامة للأمم المتحدة في عام

(1) Directive 1999/93/ EC of the European Parliament and of the Council 13 December 1999 on a community framework for electronic signature. OJ No L 13 P.1219/12000.

1996. ويهدف القانون إلى إيجاد إجراءات ومبادئ لتسهيل استخدام التقنية الحديثة في تسجيل وإرسال المعلومات<sup>(1)</sup>.

وتعطي المادة (7) من هذا القانون التوقيع الإلكتروني ذات الحجّة القانونية الممنوحة للتوقيع التقليدي واشترطت المادة توافر الشروط الآتية:

- إمكانية تحديد هوية الموقع وموافقته على المعلومات الواردة في السجل.
- أن تكون الطريقة المستخدمة لتحديد هوية الموقع موثوقة ويمكن الاعتماد عليها<sup>(2)</sup>.

## 2- القانون النموذجي للتوقيع الإلكتروني:

قامت لجنة الأمم المتحدة لقانون التجارة الدولية الأونيسترال بتكملة المادة (7) من القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية بما أصبح يعرف بالقانون النموذجي للتوقيع الإلكتروني وحسب نص المادة (2) من القانون النموذجي للتوقيع الإلكتروني، يقصد بالتوقيع الإلكتروني (بيانات إلكترونية مدرجة برسالة ومرتبطة هبها منطقيا ويمكن استخدامها لتحديد هوية الموقع وبيان موافقته على البيانات والمعلومات الواردة في الرسالة)<sup>(3)</sup>.

## ثالثاً: حجبة التوقيع الإلكتروني في الإثبات في التشريع المصري لعام 2004<sup>(4)</sup>

نصت المواد من (14) إلى (17) من قانون التوقيع الإلكتروني رقم 2004/15 على:

المادة (14) للتوقيع الإلكتروني، في نطاق المعاملات المدنية والتجارية والإدارية، ذات الحجبة المقررة للتوقيعات في أحكام قانون الإثبات في المواد المدنية والتجارية، إذا روعي في إنشائه وإتمامه الشروط المنصوص عليها في هذا القانون والضوابط الفنية والتقنية التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون.

(1) United National Commission on International Trade Law.UNC,ITRAL Law on Electronic Commerce With Guide to Enactment (1996), at <http://www.uncitral.org/English/texts/telecom/ml.htm>

(2) Id. at 6.art 7

(3) UNCITRAL Model Law on Electronic Signatures,(2001) 32Y.B United National Commission on International Trade Law.499,U.N Doc, A/CN.9/SER.A/2001

(4) قانون التوقيع الإلكتروني المصري رقم 15 لعام 2004.

- المادة (15) للكتابة الإلكترونية وللمحركات الإلكترونية، في نطاق المعاملات المدنية والتجارية والإدارية، ذات الحجية المقررة للكتابة والمحركات الرسمية والعرفية في أحكام قانون الإثبات في المواد المدنية والتجارية، متى استوفت الشروط المنصوص عليها في هذا القانون وفقاً للضوابط الفنية والتقنية التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون.
- المادة (16) الصورة المنسوخة على الورق من المحرر الإلكتروني الرسمي حجة على الكافة بالقدر الذي تكون فيها مطابقة لأصل هذا المحرر، وذلك مادام المحرر الإلكتروني الرسمي والتوقيع الإلكتروني موجودين على الدعامة الإلكترونية.
- المادة (17) تسري في شأن إثبات صحة المحررات الإلكترونية الرسمية والعرفية والتوقيع الإلكتروني، فيما لم يرد بشأنه نص في هذا القانون أو في لائحته التنفيذية الأحكام المنصوص عليها في قانون المرافعات المدنية والتجارية.
- المادة (18) يتمتع التوقيع الإلكتروني والكتابة الإلكترونية والمحركات الإلكترونية بالحجية في الإثبات إذا ما توافرت فيها الشروط الآتية:  
 أ/ ارتباط التوقيع بالموقع وحده دون غيره.  
 ب/ سيطرة الموقع وحده دون غيره على الوسيط الإلكتروني.  
 ج/ إمكانية كشف أي تعديل أو تبديل في بيانات المحرر الإلكتروني أو التوقيع الإلكتروني.

#### **رابعاً :حجية التوقيع الرقمي في الإثبات في قانون المعاملات الإلكترونية السوداني لعام 2007م<sup>(1)</sup>؛**

- في الفصل الرابع المادة الثامنة في البنود التالية:
- لا ينكر الأثر القانوني للتوقيع الرقمي من حيث صحته وإمكان العمل بموجبه لمجرد وروده كلياً أو جزئياً في شكل إلكتروني.
  - إذا أوجب القانون التوقيع على مستند أو رتب أثراً قانونياً على خلوه من التوقيع، فإنه إذا استعمل سجل إلكتروني في هذا الشأن فإن التوقيع الرقمي عليه يفى بمتطلبات هذا القانون.

(1) قانون المعاملات الإلكترونية لعام 2007، صادر في 14/06/2007م.

• إذا عرض بصدد أية إجراءات قانونية، توقيع رقمي مقرون بشهادة معتمدة لأي شخص، يكون ذلك التوقيع معادلاً لتوقيعه اليدوي إذا: استخدمت آلية لتحديد هوية ذلك الشخص والتدليل على موافقته على المعلومات الواردة في رسالة البيانات الإلكترونية.

كانت تلك الآلية مما يعتمد عليه بالقدر المناسب للغرض الذي أنشئت من أجله رسالة البيانات الإلكترونية، في ضوء الظروف بما في ذلك أي اتفاق آخر متصل بذلك الشخص.

إذا لم يتم وضع التوقيع الإلكتروني باستعمال شهادة معتمدة فإن قرينة الصحة المقررة بموجب أحكام البند (3) لا تلحق أياً من التوقيع الإلكتروني أو السجل الإلكتروني.

**خامساً: حجبية التوقيع الإلكتروني في نظام التعاملات الإلكترونية السعودي لعام 1428هـ:**

أما نظام التعاملات الإلكترونية السعودي الصادر في 1428هـ فقد تناول حجبية التوقيع الإلكتروني في المواد التالية<sup>(1)</sup>:

المادة (5):

1- يكون للتعاملات والسجلات والتوقيعات الإلكترونية حجبتها الملزمة، ولا يجوز نفي صحتها أو قابليتها للتنفيذ ولا منع تنفيذها بسبب أنها تمت كلياً أو جزئياً بشكل إلكتروني بشرط أن تتم تلك التعاملات والسجلات والتوقيعات الإلكترونية بحسب الشروط المنصوص عليها في هذا النظام.

2- لا تفقد المعلومات التي تنتج من التعامل الإلكتروني حجبتها أو قابليتها للتنفيذ متى كان الاطلاع على تفاصيلها متاحاً ضمن منظومة البيانات الإلكترونية الخاصة منشأها وأشير إلى كيفية الاطلاع عليها".

المادة (7) مع عدم الإخلال بما تنص عليه المادة (الثالثة) من هذا النظام، إذا اشترط أي نظام في المملكة أن تكون الوثيقة أو السجل أو المعلومة المقدمة إلى شخص آخر مكتوبة، فإن تقديمها في شكل إلكتروني يفي بهذا الغرض متى تحققت الأحكام الواردة في الفقرة (1) من المادة (السادسة).

---

(1) نظام التعاملات الإلكترونية السعودي 1428، صادر بالمسوم الملكي رقم م/18 بتاريخ 1428/03/08هـ وقرار مجلس الوزراء رقم 80 بتاريخ 1428/03/07هـ.

المادة (9) يقبل التعامل الإلكتروني أو التوقيع الإلكتروني دليلاً في الإثبات إذا استوفى سجله الإلكتروني متطلبات حكم المادة (الثامنة) من هذا النظام.

يجوز قبول التعامل الإلكتروني أو التوقيع الإلكتروني قرينة في الإثبات، حتى وإن لم يستوف سجله الإلكتروني بمتطلبات حكم المادة (الثامنة) من هذا النظام.

يعد كل من التعامل الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني والسجل الإلكتروني حجة يعتد بها في التعاملات وإن كلا من على أصله (لم يتغير منذ إنشائه) ما لم يظهر خلاف ذلك.

يراعى عند تقدير حجية التعامل الإلكتروني مدى الثقة في الآتي:

أ/ الطريقة التي استخدمت في إنشاء السجل الإلكتروني أو تخزينه أو إبلاغه، وإمكان التعديل عليه.

ب/ الطريقة التي استخدمت في المحافظة على سلامة المعلومات.

ج/ الطريقة التي حددت بها شخصية المنشأ.

المادة (14): إذا اشترط وجود توقيع خطي على مستند أو عقد أو نحوه، فإن التوقيع الإلكتروني الذي يتم وفقاً لهذا النظام يعد مستوفياً لهذا الشرط، ويعد التوقيع الإلكتروني بمثابة التوقيع الخطي، وله الآثار النظامية نفسها.

يجب على من يرغب في إجراء توقيع إلكتروني أن يقوم بذلك وفقاً لأحكام هذا النظام والضوابط والشروط والمواصفات التي تحددها اللائحة، وعليه مراعاة ما يلي:

أ/ اتخاذ الاحتياطات اللازمة لتلافي أي استعمال غير مشروع لبيانات إنشاء التوقيع، أو المعدات الشخصية المتعلقة بتوقيعه. وتحدد اللائحة تلك الاحتياطات.

ب/ إبلاغ مقدم خدمات التصديق عن أي استعمال غير مشروع لتوقيعه وفق الإجراءات التي تحددها اللائحة.

إذا قدم توقيع إلكتروني في أي إجراء شرعي أو نظامي، فإن الأصل - ما لم يثبت العكس أو تتفق الأطراف المعنية على خلاف ذلك - صحة الأمور التالية:

- 1- أن التوقيع الإلكتروني هو توقيع الشخص المحدد في شهادة التصديق الرقمي.
- 2- أن التوقيع الإلكتروني قد وضعه الشخص المحدد في شهادة التصديق الرقمي، وبحسب الغرض المحدد فيها.

3- أن التعامل الإلكتروني لم يطرأ عليه تغيير منذ وضع التوقيع الإلكتروني عليه.  
4- إذا لم يستوف التوقيع الإلكتروني الضوابط والشروط المحددة في هذا النظام واللائحة، فإن أصل الصحة المقرر بموجب الفقرة (3) من هذه المادة لا يقوم للتوقيع ولا للتعامل الإلكتروني المرتبط به.  
يجب على من يعتمد على التوقيع الإلكتروني لشخص آخر أن يبذل العناية اللازمة للتحقق من صحة التوقيع، وذلك باستخدام بيانات التحقق من التوقيع الإلكتروني، وفق الإجراءات التي تحددها اللائحة.

#### **سادساً : حجبية المعاملات الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني في القانون الإماراتي(1):**

نصت المادة 17 مكرر من القانون رقم 36 / 2006 بتعديل أحكام قانون الإثبات في المعاملات المدنية والتجارية الصادر بالقانون الاتحادي رقم 10/1992 على  
يعتبر توقيعاً إلكترونياً كل أحرف أو أرقام أو رموز أو إشارات أو صور أو أصوات لها طابع منفرد تسمح بتحديد شخص صاحب التوقيع وتمييزه عن غيره على النحو الوارد في قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية.  
يعتبر محرراً إلكترونياً كل انتقال أو إرسال أو استئصال أو تخزين لرموز أو إشارات أو كتابة أو صور أو أصوات أو معلومات أياً كانت طبيعتها تجري من خلال وسيلة تقنية معلومات.

للتوقيع الإلكتروني ذات الحجبية المقررة للتوقيعات المشار إليها في هذا القانون إذا روعي فيه الأحكام المقررة في قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية.  
للكتاباة الإلكترونية والمحركات الإلكترونية والسجلات والمستندات الإلكترونية ذات الحجبية المقررة للكتابة والمحركات الرسمية والعرفية في أحكام هذا القانون متى استوفت الشروط والأحكام المقررة في قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية.

---

(1) قانون اتحادي رقم (10) 1992، الإمارات العربية المتحدة، قانون الإثبات في المعاملات المدنية والتجارية، الفصل الثاني مكرر، المادة 17 مكرر (هذه المادة مضافة بموجب القانون الاتحادي رقم (36) للعام 2006م بخصوص تعديل بعض أحكام قانون الإثبات في المعاملات المدنية والتجارية).

ونصت المادة 12 من قانون المعاملات الإلكترونية إمارة دبي رقم 2/2002 على<sup>(1)</sup>:

1- يكون للمعلومات الإلكترونية ما تستحقه من حجية في الإثبات، وفي تقدير هذه الحجية يعطي الاعتبار لما يلي:

أ/ مدى إمكانية التعويل على الطريقة التي تم بها تنفيذ واحدة أو أكثر من عمليات الإدخال أو الإنشاء أو التجهيز أو التخزين أو التقديم أو الإرسال.

ب/ مدى إمكانية التعويل على الطريقة التي استخدمت في المحافظة على سلامة المعلومات.

ج/ مدى إمكانية التعويل على مصدر المعلومات إذا كان معروفاً.

د/ مدى إمكانية التعويل على الطريقة التي تم بها التأكد من هوية المنشئ، إذا كان ذلك ذا صلة.

هـ/ أي عامل آخر يتصل بالموضوع.

2- في غياب البيئة المناقضة، يفترض أن التوقيع الإلكتروني المحمي:  
أ/ يمكن التعويل عليه.

ب/ هو توقيع الشخص الذي تكون له صلة به.

ج/ قد وضعه ذلك الشخص بنية توقيع أو اعتماد الرسالة الإلكترونية التي ألحقت أو اقترنت به بصورة منطقية.

---

(1) المادة (12)، الفصل الثاني، قانون إمارة دبي الخاص بالمعاملات والتجارة الإلكترونية رقم (2) لسنة 2002

## الفصل الثالث

تحليل أبعاد التطور العالمي على الخدمات

المصرفية الإلكترونية

المبحث الأول: تحليل إدارة العولمة لمستقبل الخدمات

المصرفية الإلكترونية.

المبحث الثاني: تحليل متغيرات المنافسة في السوق

العالمي للصيرفة الإلكترونية.

المبحث الثالث: تحليل مخاطر وتحديات العمل المصرفي

الإلكتروني.



## المبحث الأول

### تحليل إدارة العولمة لمستقبل الخدمات المصرفية الإلكترونية

إن التطورات المتلاحقة في عالم صناعة أنظمة الاتصالات والمعلومات خلقت عالم جديد سهل عملية التواصل بين الدول وأصبح العالم قرية صغيرة انعكس تأثير هذه التطورات وألغت بظلالها على كافة القطاعات بوجه عام وعلى الساحة المصرفية العالمية بوجه خاص، وبدأت ترتسم وتظهر ملامح جديدة للنظام المصرفي العالمي، ظهر ذلك جلياً في موجة التحرر المصرفي خاصة بعد اتفاقية الجاتس والتي بدورها رفعت سقف التنافس بين المؤسسات المالية العالمية، وتعرضت البنوك المحلية لموجة عاتية من تنافس البنوك العالمية خصوصاً في ظل سياسة الانفتاح وتحرير التجارة في الخدمات وأصبحت العولمة واقع حيث زالت كل الحواجز واندمجت الأسواق العالمية مع بعضها البعض ويظهر هذا في التجارة الدولية حيث يلاحظ ازدياد حجم التعاملات في السلع والخدمات خارج الحدود الجغرافية. و أصبح القطاع المصرفي أمام تحدي حقيقي خاصة بعد اتفاقية بازل ومتطلباتها بخصوص استيفاء البنوك لكفاية رأس المال وأصبحت هذه الاتفاقية عالمية التوجه تتبعها معظم البنوك من خلال الالتزام بمقرراتها وذلك لكي تستفيد من الإمكانيات المتعددة التي توفرها الاتفاقية للارتقاء بالأداء المصرفي.

#### المطلب الأول: موجة التحرر من القيود:

##### أولاً: مفهوم التحرر من القيود:

مفهوم التحرير من القيود يعني إتباع المؤسسات المالية وغيرها عدد من الإجراءات التي تساهم في التحرر من القيود والمعوقات التي تقف حاجزاً وتحد من التوسع في عمليات البنوك. والتحرير المصرفي يعني أنه مجموعة من الإجراءات التي تسعى إلى خفض درجة القيود المفروضة على القطاع المصرفي<sup>(1)</sup>.

حيث شهدت الأسواق النقدية والمالية العالمية اتجاهاً متزايداً نحو التحرر من القيود والتشريعات واللوائح والشكليات والمعوقات التي تحد من التوسع في العمليات المصرفية للبنوك وتمثل التطورات في البيئة المصرفية احد أهم مصادر المنافسة في النظام

---

(1) سعيد النجار، (1994). السياسات المالية وأسواق المال، صندوق النقد العربي والصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي، ص 13.

المصرفي العالمي الجديد، وذلك لما لها من آثار مباشرة على صياغة ملامح الأسواق وتطور عمل البنوك والاستراتيجيات المصاحبة له<sup>(1)</sup>

## ثانياً: العولمة:

1- تعريف العولمة: هنالك عدد من التعريفات للعولمة ولعل أبرزها تعريف Alan M. AND Richard M. Hodgetts،Rugman بأنها "إنتاج وتوزيع السلع والخدمات بأنواع متجانسة وبجودة مقبولة في كل أنحاء العالم"<sup>(2)</sup>.

وعرفها أيضاً Edward S Herman،1999 بأنها: "عملية فعالة لامتداد وتوسع الشركات عبر الحدود، وهيكل التسهيلات والارتباطات الاقتصادية التي تنمو وتتغير عبر الحدود كعملية لتجمع مراكز القوى. وهي بذلك تشبه التجارة الحرة وهي أيديولوجية لأنها توظف لتخفيض أي مقاومة لهذه العملية من خلال جعلها أكثر فائدة وبدون توقف"<sup>(3)</sup>.

وميز Charles،Hill،2001: W بين جزئيين رئيسيين من العولمة أولاهما عولمة الأسواق **globalization of the market**، والتي تشير لتحول السوق الوطنية المنفصلة لسوق عالمي ضخم معتبراً أن أذواق وأولويات المستهلكين في الدول المختلفة هي بداية نشوء هذا الشكل من العولمة، أما الجزء الثاني يرتبط بعولمة الإنتاج **globalization of production** الذي يدل على توريد السلع والخدمات من مواقع مختلفة في العالم بسبب وجود مزايا تنافسية في تكلفة وجود عوامل الإنتاج<sup>(4)</sup>.

وعرفها صندوق النقد الدولي IMF "تزايد الاعتماد الاقتصادي المتبادل بين دول العالم بوسائل منها زيادة حجم وتنوع معاملات السلع والخدمات عبر الحدود والتدفقات الرأسمالية الدولية، وكذلك سرعة ومدى انتشار التقنية"<sup>(5)</sup>.

---

(1) عبد المطلب عبد الحميد، (2010). اقتصاديات تكنولوجيا الخدمات المصرفية، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، ص258.

(2) Rugman, Alan M. & Richard M. Hodgetts (1995), International Business: A strategic Management Approach, Mc Graw-Hill, Inc. New York,p.433)

(3) Herman, Edward S, (1999), The threat of globalization, Global policy forum, New York, <http://www.global.policy.org>, p.1

(4) Hill, Charles, W, (2001), Global business today, 2<sup>nd</sup>ed, MC-Graw Hill, companies Inc. New York, p.6.

(5) صقر، عمر، (2001). العولمة وقضايا اقتصادية معاصرة، الدار الجامعية، الإسكندرية، ص5.

إذاً مما سبق يمكن تعريف العولمة بأنها تعني انخراط واندماج الأسواق العالمية في حقول التجارة والاستثمارات المباشرة وانتقال رأس المال والقوى العاملة والثقافات والتقانة من دولة إلى دولة دون قيود.

2- العولمة الاقتصادية: ويمكن تعريف العولمة الاقتصادية ( Economic Globalization ) بأنها تعني تحرر العلاقات الاقتصادية القائمة بين الدول من السياسات والمؤسسات القومية والاتفاقيات المنظمة لها بخضوعها للتقائي لقوى جديدة، أفرزتها التطورات التقنية والاقتصادية، تعيد تشكيلها وتنظيمها وتنشيطها بشكل طبيعي على مستوى العالم بأكمله كوحدة واحدة (1).

### أنواع العولمة الاقتصادية:

يمكننا حصر العولمة الاقتصادية في مبدئين رئيسيين وهما عولمة الإنتاج والعولمة المالية(2):

أ/ عولمة الإنتاج: تتحقق عولمة الإنتاج من خلال الدور المتعاظم للشركات متعددة الجنسيات وتتلور عولمة الإنتاج من خلال اتجاهين رئيسيين:

1- الاتجاه الخاص بعولمة التجارة الدولية: حيث يلاحظ أن التجارة الدولية زادت بدرجة كبيرة خلال عقد التسعينات من القرن الماضي، حيث بلغ نمو التجارة العالمية ضعفي معدل الناتج المحلي والإجمالي العالمي، فعلى سبيل المثال زاد معدل التجارة العالمية بحوالي 9% عام 1995م بينما زاد الناتج العالمي الإجمالي بمعدل 5% فقط، ويلاحظ أن الشركات متعددة الجنسيات هي التي تقف وراء تزايد معدل نمو التجارة العالمية بالإضافة إلى حوالي 90% من التجارة العالمية دخل في مجال التحرير.

2- زيادة الاستثمار الأجنبي المباشر: زيادة معدل الاستثمار الأجنبي المباشر يرجع بدرجة كبيرة إلى تبني مختلف دول العالم لسياسات الانفتاح والتحرير الاقتصادي بمختلف

---

(1) عبد المنعم محمد حمد النيل الطيب، (2016). العولمة وأثارها الاقتصادية على المصارف- نظرة شمولية، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية واقع وتحديات، جامعة الشلف، الجزائر 14-15 ديسمبر 2016، ص3.

(2) بعلي حسن مبارك، إمكانية رفع أداء الجهاز المصرفي الجزائري في ظل التغيرات الاقتصادية والمصرفية المعاصرة، بحث لنيل درجة الماجستير في علوم التسيير، إدارة مالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منوري قسنطينة، الجزائر، 2011-2012 منشور على الانترنت، ص3-5.

جوانبه، حيث وصل هذا المعدل إلى 12% خلال عقد التسعينات ويرجع ذلك تزايد دور الشركات متعددة الجنسيات في أحداث المزيد من العولمة والمزيد من عولمة التكنولوجيا وتحرير الأسواق.

ب/ العولمة المالية: تعتبر العولمة المالية نتاج لعمليات التحرير المالي والتحول إلى ما يسمى بالانفتاح المالي، مما أدى إلى تكامل وارتباط الأسواق المالية المحلية بالعالم الخارجي من خلال إتباع سياسة التحرر المالي والمصرفي بحيث أصبحت أسواق رأس المال والأسواق المصرفية أكثر ارتباطاً وتكاملاً. وقد دعم هذا الاتجاه التوجه العالمي في إطار مفاوضات الأورغواي والتوصل إلى إبرام اتفاقية تحرير التجارة في الخدمات المالية والمصرفية GATS عام 1997م. الأمر الذي أدى إلى مزيداً من الانفتاح المالي والمصرفي وتزايد العمليات المالية والمصرفية عبر الحدود، فالعولمة المالية تعتبر احد أوجه التحرير المصرفي كما تعد في نفس الوقت احد العوامل الدافعة نحوه.

ج/ العولمة المصرفية: تعتبر عولمة النشاط المصرفي احد الأوجه الرئيسية للعولمة المالية، و تمثلت من خلال توحيد توجيهات البنوك في مساعيها تجاه خدمة العملاء، واجتذاب المزيد من رأس المال ومصادر التمويل وتوسيع أفاق توظيف الأموال وقد صاحب هذه التوجهات التحرر المتزايد من القيود الحكومية.

يقول David H and Karen w. Wigginton، Holt "إن العولمة إحدى المتطلبات الجوهرية التي تجعل المنظمة أو المصرف يعمل في مجال التكامل العالمي للوصول إلى تحقيق أهدافه وتطوير قدراته على المنافسة كمشروع محلي ضمن أسواق وبيئات متميزة"<sup>(1)</sup>.

#### **العوامل التي تحرك الأعمال المصرفية نحو العولمة:**

هنالك عدد من العوامل التي تحرك الأعمال المصرفية نحو العولمة يمكن تلخيصها في العوامل السوقية والاقتصادية والبيئية والتنافسية. فالعوامل السوقية تحدد تلقي الزبون وقبوله للخدمة المصرفية العالمية، وتحدد العوامل الاقتصادية فيما إذا كانت الإستراتيجية المصرفية العالمية تقدم أدنى تكاليف ممكنة للخدمة المصرفية، في حين تبحث العوامل

---

(1) Holt, David H and Karen W. Wigginton, (2002): International Management, 2<sup>nd</sup> ed, Harcourt Collage Publishers, Inc., Fort Worth, P.29

البيئية في كيفية البني الهيكلية المصرفية. وتتطلب العوامل التنافسية مصارف قادرة على منافسة مثيلاتها في دول أخرى<sup>(1)</sup>.

هنالك عدد من الأسباب التي تجعل البنوك إلى تعمل على تدويل نشاطها ونذكر منها على سبيل المثال<sup>(2)</sup>:

1- تجنب المخاطر عن طريق تنويع الأسواق، وبخاصة خطر المنافسة وتشبع الأسواق المحلية.

2- انخفاض التكاليف في الدول المضيفة (تكاليف العمالة، وبعض مقومات الإنتاج الأخرى) مقارنة بنظيراتها في الدولة الأم.

3- الاستفادة من الحوافز والامتيازات التي تقدمها الدول المضيفة وكذلك الاستفادة من الحوافز التي تمنحها الدول لتوسيع بنوكها الأم.

4- زوال الحواجز والقيود خاصة يعد نجاح جولة الأوروغواي الأخيرة والتوصل في إطار المنظمة العالمية للتجارة إلى إبرام اتفاقية تحرير تجارة الخدمات GATS بما فيها الخدمات المالية والمصرفية سنة 1997م.

كل هذه الأسباب السالفة الذكر شجعت على تدويل وعولمة النشاط المصرفي وسمحت للبنوك بالتواجد خارج حدود الدولة الواحدة وأصبحت ظاهرة البنوك متعددة الجنسيات في التزايد والانتشار، حيث توسعة الملكية الأجنبية لأصول المصارف في العديد من الدول، فوجد الملكية قد بلغت 80% في كل من هونغ كونغ وسنغافورة، كما تتجاوز هذه النسبة 20% كل من الولايات المتحدة الأمريكية والأرجنتين والشيلي في منتصف التسعينات<sup>(3)</sup>.

---

(1) Hutt, Michael D. & Thomas W. Speh (1995): Business Marketing Management, A strategic view of Industrial and Organizational Markets. (5<sup>th</sup> ed) the Dryden Press, Harcourt Brace College Publishers, P, 257-

(2) هبة محمد الطنطاوي الباز، (2003). التطورات العالمية وتأثيرها على العمل المصرفي وإستراتيجية البنوك المصرية لمواجهتها، رسالة ماجستير، كلية التجارة جامعة عين شمس، مصر، ص 10-11.

(3) طارق عبد العال حماد، (2001). التطورات العالمية وانعكاساتها على أعمال البنوك، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، ص 27.

## المطلب الثاني: الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات :

### The General A agreement on Trade in Services (GATS) :

بعد عدد من الجولات بداية من العام 1947م تاريخ توقيع الاتفاقية العامة للتجارة والتعريفات الجمركية الجات (GATT) General Agreement on Tariffs and Trade والتي هدفت لإلغاء الحواجز والقيود التي تعترض تحرير التجارة في السلع وصولاً إلى جولة أوروغواي الشهيرة التي امتدت ما بين العام (1986م إلى العام 1994م) والتي شهدت ميلاد اتفاقية تحرير التجارة في الخدمات GATS حيث تم التوقيع عليها في ابريل من العام 1994م وبدء العمل بها في يناير 1995م. واشتملت الاتفاقية على عدة أنواع من الخدمات تشمل اثنا عشر قطاع، ما يهم هنا وهو أبرزها قطاع تحرير التجارة في الخدمات المالية والمصرفية.

حيث يعتبر قطاع الخدمات المصرفية من أهم قطاعات الخدمات المالية والتي يتعين على الدول الموقعة على الاتفاق وما شمله من ملاحق أن تلتزم بتحريره ويرى آخرون<sup>(1)</sup> أن عملية تحرير التجارة في الخدمات شملت الخدمات المتعلقة بالنشاط المصرفي وهو قطاع في غاية الأهمية، لذلك يصبح لزاماً على الدول (خاصة النامية) أن تزيد بصورة أكثر دقة عنايتها بنوعية ما تقدمه من خدمه<sup>(2)</sup>.

يمكن القول بأن عملية تحرير الخدمات المصرفية أدخل البنوك في اتجاه التحرير المالي إلى ما يسمى بالعملة المالية بكل آثارها وتحدياتها على الجهاز المصرفي في كل دولة. ولذلك أصبح من الضروري على هذه البنوك البحث عن الآليات والأنظمة التي تساعدها في التعامل مع التحديات والآثار التي ستجابهها نتيجة لعملية تحرير الخدمات المالية والمصرفية بحيث تستطيع التقليل من الآثار الجانبية وتعظم العوائد والآثار الايجابية.

---

(1) السيد أحمد عبد الخالق، أحمد بديع بليح، (2002/2003). تحرير التجارة العالمية في دول العالم النامي، الكتاب الأول، منظمة التجارة العالمية، آثار المنافسة الدولية، المشكلة البيئية والتجارة العالمية، الدار الجامعية، ص5.

(2) عبد المطلب عبد الحميد، تحديث آلية الجهاز المصرفي للتكيف مع اتفاقية تحرير تجارة الخدمات، المجلة المصرية للتنمية والتخطيط، المجلد الحادي عشر، العدد الثاني، ديسمبر 2003، ص5.

## أولاً : مفهوم تحرير تجارة الخدمات:

يختلف تحرير التجارة في الخدمات عنه في حالة تحرير التجارة في السلع، حيث أنه في معظم الحالات لا توجد مشكلة (عبور حدود) وتعريفات جمركية بالنسبة إلى الخدمات. إن قيود تجارة الخدمات تأتي من خلال القوانين والقرارات والإجراءات التي تسنها وتقرها الدولة، وقد سعت اتفاقية الخدمات إلى إزالة القيود وتخفيفها بحيث من الممكن التوصل في النهاية إلى نظم للتبادل الحر للخدمات، ومن المتوقع أن يتم التحرر من القوانين والتشريعات الوطنية والقواعد والإجراءات التي تفرضها الدول خلال عشر سنوات على الأكثر من تاريخ بدء إنفاذ اتفاقية الخدمات<sup>(1)</sup>.

## ثانياً : أنماط التجارة في الخدمات<sup>(2)</sup>:

تعرف التجارة في الخدمات بأنها توريد الخدمة من خلال (4) أشكال:

1. انتقال الخدمة عبر الحدود، توريد وتقديم الخدمة من إقليم دولة إلى إقليم دولة أخرى دون انتقال مورد أو مستهلك الخدمة (Mode 1 (Cross Border Supply of Services). وتساهم الوسائل الإلكترونية وفي مقدمتها الانترنت في انتقالها مثل الخدمات المالية، التحويلات المالية بين الحسابات وغيرها.
2. استهلاك الخدمة في الخارج، توريد الخدمة من خلال انتقال مستهلك الخدمة من إقليم دولة ما للحصول على هذه الخدمة في إقليم دولة أخرى (Mode 2 (Consumption Abroad). مثل السياحة وخدمات الدراسة والخدمات الطبية.
3. التواجد التجاري، انتقال مورد الخدمة الأجنبي من دولة ما للتواجد داخل أراضي دولة أخرى لتوريد الخدمة (Mode 3 (Commercial Presence).

---

(1) عبد المطلب عبد الحميد، (2001). العولمة واقتصاديات البنوك، الإسكندرية، الدار الجامعية للنشر، ص109.

(2) Paul D. Paton, (2003); Legal Services and the GATS: Norms as Barriers to Trade. P.P 367-368, available at: <http://ssrn.com/abstract=126054>: Lawrence J. White, Reducing Barriers to services trade: The U.S Case, stern School of Business, New York University, 2007, PP4-5.

4. انتقال الأشخاص الطبيعيين من دولة ما لتوريد الخدمة داخل دولة أخرى Mode  
(Presence of Natural Persons) 4 بمعنى أن مقدم الخدمة من احد البلاد الأعضاء،  
ويقدمها من خلال تواجد اشخصا طبيعيين ليلد عضو في أراضي عضو آخر.

### ثالثاً: المبادئ الأساسية لاتفاقية تحرير تجارة الخدمات:

قامت الاتفاقية على عدد من المبادئ والقواعد التي يجب على الدول مراعاتها عند  
تطبيق الاتفاقية ويكمن تناولها فيما يلي:

#### (1) مبدأ الدولة الأولى بالرعاية (Most Favored Nation):

نصت على هذا المبدأ المادة (2) من القسم الثاني من الاتفاقية، ويقصد به عدم  
التمييز بين موردي الخدمات الأجانب من حيث الدخول إلى الأسواق وشروط التشغيل،  
وبحسب هذا الشرط يلتزم كل عضو أن يمنح الخدمات وموردي الخدمات من أي عضو  
آخر معاملة لا تقل رعاية عن تلك التي يمنحها لما يماثلها من الخدمات وموردي الخدمات  
من أي بلد آخر. وبالتالي فإن أي ميزة تتصل بتجارة الخدمات تمنح لأي طرف تمتد تلقائياً  
لتشمل الأطراف الأخرى. وقد استتنت الاتفاقية من هذا الشرط الدولة العضو التي تمنح  
مزايا خاصة لبعض الدول من خلال اتفاقيات ثنائية شريطة ألا يتجاوز سريانها عشر  
سنوات ثم يطبق مبدأ الدولة الأولى بالرعاية على الامتيازات الممنوحة بعد مرور خمس  
سنوات من قبل مجلس التجارة في الخدمات<sup>(1)</sup>.

#### (2) مبدأ الشفافية (Transparency):

الشفافية هي المبدأ الثاني من المبادئ الأساسية للاتفاقية والتي يستوجب على كافة  
أعضاء الاتفاقية التقيد والعمل بها في مجال التجارة في الخدمات وقد إشارة المادة (3) من  
الاتفاقية في الفقرة (1) فإنه يتعين على كل عضو أن ينشر دون تأخير (إلا في ظروف  
استثنائية) وفي حد أقصى من بداية تاريخ بدء العمل بالاتفاقية، كافة التدابير ذات التطبيق  
العام التي تتصل بعمل الاتفاقية أو تؤثر فيها وكذلك بالنسبة للاتفاقات الدولية التي يوقع  
عليها العضو والتي تتصل بالتجارة في الخدمات أو تؤثر عليها<sup>(2)</sup>.

---

(1) عبد الواحد العفوري، (2000)، العولمة والجات، التحديات والفرص، القاهرة، مكتبة مدبولي، ص85.  
(2) Banagiotis Delimatsis, Article III Gats, Transparency, Tiburg University, World Trade  
Institute, Boston, 2008, pp.2-10.



وبناءً على ذلك ألزمت الاتفاقية الدول الأعضاء بنشر كل القوانين والأنظمة المرتبطة بالخدمات، وكذلك القرارات واللوائح المتعلقة بهذه الخدمات والتي من شأنها تيسير مشاركة الدول النامية في تجارة الخدمات العالمية والدخول في مفاوضات للحصول على التكنولوجيا والوصول إلى قنوات التوزيع وشبكات المعلومات<sup>(1)</sup>.

كما ألزمت الدول الأعضاء بإخطار مجلس تجارة الخدمات في منظمة التجارة العالمية سنوياً على الأقل وبصفة دورية بأية قوانين أو قرارات جديدة أو تعديلات في القوانين السارية، حيث أشارت الاتفاقية إلى أنه يجوز للعضو أن يعدل جداول التزاماته أو سحبها كاملة بعد مضي ثلاثة سنوات من تقديمها، وكل ما عليه أن يبلغ منظمة التجارة العالمية بهذا التعديل قبل سريانه بثلاثة أشهر وعليه تعويض الأعضاء المتضررين<sup>(2)</sup>.

وكذلك ألزمت الاتفاقية كل دولة عضو الاستجابة فوراً لطلب أي عضو آخر للحصول على معلومات محددة بشأن أي من إجراءاته أو قوانينه، كما يجب إنشاء نقطة اتصال خلال عامين من بدء سريان الاتفاق لتسهيل توفير معلومات محددة إلى الأعضاء الآخرين بناء على طلبهم.

ومن جهة أخرى يرى البعض<sup>(3)</sup> أن الإعلان والوضوح يعد مفيداً لتسهيل النفاذ إلى الأسواق العالمية من الملاحظ أن الاتفاقية أوردت استثناء على مبدأ الشفافية إذ ليس في هذه الاتفاقية ما يفرض على أي عضو تقديم معلومات سرية يمكن أن يؤدي الإعلان عنها إلى إعاقة تنفيذ القوانين أو إلحاق الأذى بالمصلحة العامة أو إلى الإضرار بالمصالح التجارية لمشروع أو منشآت معينة، عامة كانت أم خاصة.

---

(1) سهير محمود معتوق، أثر تحري التجارة في الخدمات المالية على القطاع المصرفي المصري، مصر المعاصرة، يونيو - أكتوبر 1995م، السنة السادسة والثمانون، العدادان 439-440، ص 484.

(2) الفقرة (3) من المادة الثانية من الاتفاقية.

(3) Dennis J. Gayle and Roger Hosein, Implications of general agreement on trade in services (GATS) for Trinidad and Tobago's Financial Policy, International Journal of Business 10(4), 2005, p.425.

راجع أيضاً: سمير محمد عبد العزيز، (2001). التجارة العالمية بين جات 94 ومنظمة التجارة العالمية، الإسكندرية، مطبعة الإشعاع، ص 321.

### (3) مبدأ زيادة مشاركة الدول النامية:

تنص المادة الثالثة والرابعة من اتفاقية تحرير تجارة الخدمات، إلى ضرورة قيام مختلف الأعضاء بتسهيل زيادة مساهمة أو مشاركة الدولة النامية في التجارة الدولية من خلال تعزيز وتقوية قدرات توفير الخدمات في هذه الدول وزيادة كفاءتها وقدرتها التنافسية عن طريق السماح للدول النامية بالحصول على التكنولوجيا وفقاً للأسس التجارية وكذلك إمكانية وصول الدول النامية إلى قنوات التوزيع وشبكات المعلومات التي ترتبط بهذه الخدمات، وتحرير إمكانية الوصول إلى أسواق التصدير في القطاعات والوسائل التي تهم تلك الدول<sup>(1)</sup>.

ويرى أعضاء منظمة التجارة العالمية إن تحرير التجارة في الخدمات ينطوي على إمكانيات كبيرة لتحسين البنية التحتية والكفاءة الاقتصادية للدول النامية، حيث يعتبر التحرير وسيلة من وسائل تشجيع الاستثمار الخارجي المباشر في البنية الأساسية للدول النامية في مجال المال والاتصالات السلكية واللاسلكية وعن طريق ضمان أن شروط الاستثمار والتجارة لن تتغير بصورة تضر مصالحهم<sup>(2)</sup>.

### (4) مبدأ التحرير التدريجي *Progressive Liberalization*<sup>(3)</sup>:

تلتزم الدول الأعضاء وفقاً للمادة 19 من الاتفاق بالدخول في جولات متتالية من المفاوضات بهدف التحرير التدريجي للتجارة في الخدمات على أن تبدأ المفاوضات بعد 5 سنوات من دخول اتفاق منظمة التجارة العالمية حيز التنفيذ.

- ويجب أن تهدف المفاوضات إلى تخفيض أو إلغاء الآثار السلبية على التجارة في الخدمات كوسيلة لتحسين فرص النفاذ إلى الأسواق، مع الأخذ في الاعتبار دعم مصالح كافة الدول الأعضاء والاحتفاظ بالتوازن في الحقوق والالتزامات لكافة الدول الأعضاء.

---

(1) نيل حشاد، (2001)، الجات ومنظمة التجارة العالمية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ص120-127.

(2) Juan A. Marchetti, (2004); Developing Countries in the WTO Services Negotiation Economic Research and Statics Division World Trade Organization, September, P.P 3-8.

(3) [https://www.wto.org/english/tratop\\_e/serv\\_e/4-prolib\\_e.htm](https://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/4-prolib_e.htm).

- يجب أن تتم عملية التحرير بما يخدم أهداف السياسة الوطنية ومستوى التنمية لكل دولة من الدول الأعضاء، كما يتيح الاتفاق مرونة كافية للدول النامية للمشاركة بفعالية في هذه المفاوضات، وذلك من خلال السماح للدول النامية بتحرير عدد أقل من القطاعات الخدمية. وقيام الدول المتقدمة بتحرير قطاعات الخدمات ذات الأهمية التصديرية للدول النامية.

- وبالإضافة إلى المفاوضات بشأن الالتزامات المحددة، هناك بعض الموضوعات التي لم تستكمل أثناء جولة أوروغواي واتفق الأعضاء على التفاوض بشأنها فيما بعد، وهي قواعد اتفاق الخدمات (آلية الوقاية الطارئة والدعم والمشتريات الحكومية).

#### (5) مبدأ عدم السماح بالاحتكارات والممارسات التجارية المقيدة:

تم الاتفاق على هذا المبدأ بهدف إزالة الأساليب الحمائية التي يمكن أن تعوق تحرير تجارة الخدمات، والتي تتمثل في بعض الممارسات غير المشروعة التي قد يتبعها مقدمي الخدمات الوطنيين أو بعض محتكري الأسواق المحلية لنوعيات معينة من الخدمات مما يحد من منافسة الأجانب في تلك الأسواق، أو قد يتم أيضاً بواسطة هؤلاء المحتكرين عند تقديمهم الخدمات في أسواق خارجية<sup>(1)</sup>. وقد أوضحت المادتين الثامنة والتاسعة من الاتفاقية هذه الممارسات وأعطت الحق لمجلس الخدمات بناءً على طلب الدولة المتضررة من تلك الممارسات، على أن يطلب من العضو الممارس لتلك الاحتكارات معلومات محددة تخص هذه العمليات.

#### (6) مبدأ التغطية والشمولية:

تغطي وتشمل اتفاقية تحرير تجارة الخدمات الجات جميع أشكال تجارة الخدمات ومنها الخدمات المالية والمصرفية، حيث تنص المادة الأولى من الاتفاقية إنها تشمل جميع الخدمات وفي مختلف القطاعات، باستثناء الخدمات التي تقدمها الحكومات أو ما يعرف الخدمات السيادية كخدمات البنوك المركزية، وهيئات الضمان الاجتماعي<sup>(2)</sup>.

---

(1) عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سابق، ص 115-116، راجع أيضاً: عبد المنعم محمد الطيب، أثر تحرير تجارة الخدمات المصرفية على المصارف الإسلامية، بحوث المؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي، جامعة أم القرى.

(2) نبيل حشاد، الجات ومنظمة التجارة العالمية، مرجع سابق، ص 126.

#### رابعاً: الخدمات المالية والمصرفية التي شملتها الاتفاقية:

يشير ملحق الخدمات المالية المرفق باتفاقية تحرير تجارة الخدمات أنه بعد تحديد وحصر واستبعاد الأنشطة التي لا تدخل في مفهوم الخدمات التي يتضمنها إطار الاتفاقية، ومع إقرار أحقية العضو في وضع التنظيمات المحلية التي تكفل تطبيق المعايير والنظم الكفيلة بضمان الملاءة المصرفية، وكفاية رأس المال، وآليات العمل المصرفي السليم دون الإخلال بالتزاماته في إطار الاتفاقية، إلى وضع الضوابط اللازمة لضمان استقرار وتماسك النظام المصرفي، ومع الحفاظ على سرية الحسابات، وأنشطة العملاء، وأية بيانات سرية تمتلكها المؤسسات المصرفية، وفيما عدا الخدمات المالية الخاصة بمختلف أنواع التأمين والخدمات المرتبطة به، فإن أهم الخدمات المصرفية والمالية التي شملتها الاتفاقية تتلخص فيما يلي<sup>(1)</sup>:

- قبول الودائع والأموال بين الأفراد والمؤسسات.
- الإقراض بكافة أشكاله بما فيها القروض الاستهلاكية والإئتمان العقاري وتمويل العمليات التجارية.
- التأجير التمويلي.
- خدمات المدفوعات والتحويلات، بما فيها إصدار مختلف بطاقات الإئتمان والخصم على الحسابات والشيكات السياحية والمصرفية.
- خطابات الضمان والاعتماد المستندية.
- عمليات النقد الأجنبي.
- المشتقات المالية والمصرفية بمختلف أنواعها.
- أعمال السمسرة والنقد.
- التجارة لحساب المؤسسات المالية أو للغير في السوق الأولية أو غيرها من الأدوات.

---

(1) عبد المطلب عبد الحميد، (2003). المجلة المصرية للتنمية والتخطيط، معهد التخطيط القومي، مصر العدد 02 المجلد 21، ص14-15. بعلي حسنى مبارك، (2012). إمكانية رفع كفاءة أداء الجهاز المصرفي الجزائري في ظل التغيرات الاقتصادية المصرفية المعاصرة، رسالة ماجستير في علوم التسيير، فرع مالية، ص23-24.

- إدارة الأموال مثل إدارة النقدية ومحافظة الأوراق المالية.

- خدمات المقاصة والتسوية للأصول المالية.

- تقديم خدمات الاستشارات والوساطة المالية وكافة الخدمات المصرفية والمالية المساعدة.

#### **خامساً: تحديات الدول النامية في مواجهة تحرير تجارة الخدمات المالية:**

لا شك أن تحرير التجارة في الخدمات المالية الذي نصت عليه اتفاقية الجاتس يمكنه تحقيق منافع كثيرة للدول، حيث يسمح للدول النامية إمكانية نفاذ خدماتها المصرفية إلى أسواق الدول المتقدمة، وكذلك الاستفادة من استيراد التكنولوجيا المصرفية الحديثة والمتطورة لأسواق الدول النامية، وكذلك الاستفادة من الخبرات الأجنبية في تدريب وتأهيل العمالة الوطنية. إلا أن هذه الدول ستواجه بتحديات كبيرة وذلك نتيجة لتواضع إمكانياتها في مجال الخدمات بصفة عامة، وانخفاض كفاءتها وقدرتها التنافسية، ولعل ابرز هذه التحديات تتمثل في ما يلي (1):

1- حدة المنافسة: خاصة في مجال الفنون الحديثة في العمل المصرفي، مما يؤدي

إلى خروج بعض الوحدات المصرفية من السوق المصرفي، واحتكار سوق الأدوات الحديثة في العمل المصرفي لفترة من الزمن في ضوء خبرة البنوك الأجنبية نسبياً في هذه الأنشطة.

2- لا شك أن تحرير التجارة الدولية في الخدمات المصرفية بما يعنيه من إتاحة

الفرصة للبنوك الأجنبية لتقديم خدماتها في السوق المحلية سواء عبر الحدود أو عن طريق إنشاء فروع لها ينتج عنه العديد من الآثار السلبية على رأسها تأثير سياسات البنك الأجنبي على السياسة الكلية للدولة، وبالتالي على سياسة التنمية عند وجود أشكال من المنافسة الضارة خاصة في مجالات الرقابة على النقد والسياسة الائتمانية، فإذا أضفنا إلى ذلك قدرة البنوك الدولية على استخدام شبكاتهما الدولية للتهرب الضريبي وتسهيل عمليات هروب رؤوس الأموال وحجب عملياتها من السلطة الرقابية لاتضح خطورة هذه المسألة، فيمكن أن

---

(1) سعدي وصاف & عتيقة وصاف، (2004). الصناعة المصرفية والتحويلات العالمية، الملتقى الوطني الأول

حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية: الواقع والتحديات، جامعة الشلف، ص301.

يقلل التحرر بدرجة حادة أو يلغي دعم الصناعات المالية الناشئة من المؤسسات الوطنية ويضر بتنمية النظم المصرفية المحلية.

3- إن مخاطر تزايد المنافسة المحلية نتيجة توافر المصارف الأجنبية قد يؤدي إلى وضع المصارف ذات مخاطر عالية مما يعرضها والجهاز المصرفي لاحتمالات الخسارة، خصوصاً في ظل عدم قدرتها على خفض تكلفة الخدمات المصرفية التي ترتبط إلى حد كبير بالسياسة النقدية والأهداف الوطنية.

4- هناك تخوف كبير بأن لا تقوم البنوك والمؤسسات المصرفية الأجنبية سوى بخدمة القطاعات المربحة من السوق فقط، والتي يشار إليها بالاختيار المفضل بما يحمله ذلك من مخاطر عدم وصول الخدمة المصرفية إلى قطاعات وأقاليم معينة.

## المبحث الثاني

### تحليل متغيرات المنافسة في السوق العالمي للصيرفة الإلكترونية

المطلب الأول : المنافسة البنكية

**أولاً: احتدام المنافسة:**

شهدت فترة الثمانينات وما تلاها من أعوام من القرن العشرين احتدام ظاهرة المنافسة سواء بين البنوك التجارية أو بينها وبين المؤسسات المالية غير المصرفية مثل شركات التأمين، وبنوك الاستثمار، وشركات الأوراق المالية وغيرها من المؤسسات المالية، والتي أصبحت تقدم خدمات متنوعة لعملائها ذات طبيعة مصرفية<sup>(1)</sup>، وبلغت هذه المنافسة حدتها بعد اتفاقية تحرير الخدمات المالية والمصرفية في إطار اتفاقية الجاتس GATS في تسعينيات القرن الماضي.

**ثانياً: مفهوم المنافسة البنكية وشروطها:**

أدخل مفهوم المنافسة في مجال الصناعة البنكية خلال التطورات التي حدثت في سبعينيات القرن الماضي نتيجة لتتوع المنتجات البنكية من جهة ومن جهة أخرى مع التحولات الهيكلية للقطاع المالي، بصفة عامة، والبنكي بصفة خاصة .

**ثالثاً: تعريف المنافسة البنكية:**

**أ/المنافسة لغة:**

يعرف القاموس الاقتصادي المنافسة على إنها " المسابقة والمباراة، تتنافس القوم في الأمر، بالغوا فيه وزايدوا كأن كل واحد منهم يريد أن يظهر قوة نفسه ونافس في الشيء أي " بالغ فيه وغالى وزايد"<sup>(2)</sup>.

**ب/ المنافسة اصطلاح بالمعنى الاقتصادي:**

حسب قاموس روبرت (Robert) فإن مصطلح منافسة ظهر في عام 1392 وفي سنة 1559 ، كانت المنافسة تعني "الاشتراك بين عدة أشخاص أو قوى تتبوع نفس الهدف"، ثم في

(1) هبه محمد الطنطاوي الباز، (2003). التطورات العالمية وتأثيرها على العمل المصرفي وإستراتيجية البنوك المصرية لمواجهتها، رسالة ماجستير، كلية التجارة جامعة عين شمس، مصر، ص16.

(2) محمد بشير عليه، القاموس الاقتصادي، أحدث المصطلحات الاقتصادية والمالية والمصرفية، ص108.

منتصف القرن الثامن عشر وجد المصطلح تعريفه المعاصر ليعني العلاقة بين المنتجين والتجار الذين يريدون زبائن<sup>(1)</sup>.

بالنسبة للاقتصاديين في القرن الثامن عشر، فإن المنافسة الحرة هي أحسن طريقة لتنظيم النظام البنكي من أجل زيادة كفاءته واستقراره.

ويعرف آدم سميث المنافسة على إنها "عملية ديناميكية أو سلوك تمليه المزاخمة الاقتصادية"<sup>(2)</sup>، ويقصد بالمزاخمة هنا ذلك السباق بين المؤسسات الاقتصادية، والتنافس على اختراق السوق والسيطرة عليه في أي مجال اقتصادي.

كما يمكن تعريف المنافسة بأنها عبارة عن عملية تهدف إلى تحقيق الفعالية، الحركية والتنمية في أي قطاع اقتصادي، وهذا من خلال الأسعار والتطوير والرفع من جودة المنتجات.. الخ<sup>(3)</sup>، ويبين هذا التعريف إيجابيات أخرى للمنافسة إذ أنها تساهم في تحقيق الفعالية في القطاع الاقتصادي.

تعتبر المنافسة أحد الأسس التي يعتمد عليها الاقتصاد الحر، أي أن الوحدات الاقتصادية ضمن هذا النظام تتنافس فيما بينها على مستوى العرض والطلب<sup>(4)</sup>.

بالنسبة للقطاع المصرفي فإن المنافسة هي، الطريقة التي يهدف من خلالها إلى جذب عدد كبير من الزبائن المميزين والممتازين، وذلك للحصول على رؤوس أموال (موارد مالية) مقابل منحهم سعر فائدة محفز، فعملية جذب العملاء تكمن في مدى كفاءة وقدرة المستخدمين في سرعة العمليات وجودة الخدمات المقدمة والنفقة المتبادلة مع الزبائن، ومن ناحية أخرى يقوم البنك بتوزيع موارده المالية على شكل قروض لتمويل المشاريع الاستثمارية المعروضة عليه من قبل المستثمرين، حيث أن هذه القروض تسمح للبنك بالحصول على فائدة تفوق الفائدة الممنوحة في الحصول على الموارد المالية، وهذا الفارق يمثل أرباح البنك.

---

(1) رابح عرابيه، التسويق البنكي وأفاق تطبيقه في المؤسسة البنكية الجزائرية في ظل اقتصاد السوق الحر، دراسة

دكتوراه منشورة على الانترنت، جامعة الجزائر، ص126.

(2) Laurence Scialom, économie bancaire (paris: edition la decouverte, 1999), p 25.

(3) Hamidouche Fouzia, (2001-2002): Analyse de la concurrence dans l'industrie bancaire compartiment du crédit hypothécaire, memoire de fin d'etudes en vue de l'obtenir du diplôme de magistere non publie ecole superieur de commerce Alger, p6.

(4) محمد بشير عليه، القاموس الاقتصادي، مرجع سابق، ص109.



إن المواجهة التي تقع بين البنوك تمكن من البقاء على مستوى اقتصادي مع السوق بكل الوسائل القانونية المتاحة، كما أن المنافسة تعبر على القدرة على مسايرة السوق في مختلف الأوضاع الاقتصادية الطارئة، وتسمح أيضا بالدخول إلى السوق واحتلال مكان استراتيجي فيه (1).

مما سبق يمكن أن نستنتج تعريف المنافسة بين القطاعات المختلفة بأنها عبارة عن عملية تسلكها القطاعات المختلفة أو المؤسسات المالية وغيرها التي تقدم منتجات وخدمات مالية وذلك من خلال تقديم كل قطاع منتجاته وخدماته بشكل أفضل وطريقة فعالة وجاذبة وجودة عالية وتكاليف منخفضة واستخدام التقنية الحديثة التي تساهم في سرعة انجاز المعاملات حتى يثنى له جذب أكبر عدد من العملاء وبالتالي يضمن الاستمرارية في السوق المحلي والعالمي.

#### **رابعاً: شروط المنافسة البنكية :**

لكي تتحقق المنافسة في السوق بين البنوك وبين المؤسسات المالية الأخرى، فإنه يجب توفر عدة شروط أهمها(2):

1- وجود عدد كبير من البنوك والمؤسسات المالية الأخرى حيث يتحقق هذا الشرط من خلال تعدد البائعين (البنوك) على مستوى سوق معين، لنفس الخدمة، فقد يكون إنتاج أي مؤسسة بنكية في نظر المشتريين معوضاً تماماً لإنتاج باقي المؤسسات الأخرى، وحتى يتمكن البنك من تحقيق أقصى الأرباح، يتطلب الأمر إعادة النظر في سياسته السعرية، أو القيام بإدخال تعديلات على نوعية إنتاجه أو إعادة النظر في الحملات الدعائية أو مساعي البيع الأخرى التي يقوم بترويجها في السوق. يساعد هذا التعدد في خلق جو تنافس فيه المؤسسات للحصول على الحصص السوقية.

2- الحرية الاقتصادية وتعبر عن إعطاء الفرصة لممارسة الحريات الاقتصادية، سواء من حيث اتخاذ القرارات والسياسات الائتمانية للبنوك، أو من حيث تحديد معدلات الفائدة أو الأرباح، ويشترط أن تمارس بصفة شرعية وغير منافية للقانون، من خلال فتح المجال للحريات الفردية والخواص للمشاركة في مختلف الممارسات الاقتصادية دون تمييز أو تدخل للدولة في اتخاذ القرارات إلا في حدود الرقابة والتوجيه في ظل ميكانيزمات السوق.

(1) رابح عرابيه، مرجع سابق، ص 127.

(2) رابح عرابيه، مرجع سابق، ص 127-128.

3- وجود هدف اقتصادي مشترك تعرف المؤسسات بأنها عبارة عن وحدات اقتصادية تهتم بالإنتاج، أو أداء الخدمات، بهدف تحقيق أقصى الأرباح، فالأرباح تمثل الإيرادات التي تحصل عليها المؤسسة (البنك) مطروحا منها التكاليف التي تتحملها. ويكون هذا الهدف محققاً، إذا تشابهت المؤسسات في إنتاج السلعة أو تأدية الخدمة نفسها. حيث يؤدي هذا التشابه حتماً إلى التنافس من أجل بيع أكبر قدر ممكن من المنتجات أو تأدية أكبر قدر من الخدمات، من خلال كسب أكبر عدد من الزبائن الهامين وبالتالي الحصول على مكانة اقتصادية في السوق والمحافظة عليها.

4- كفاءة الموارد المالية ويكمن النشاط الأساسي للبنك في كيفية جعل موارده المالية أكثر كفاءة من البنوك الأخرى، من خلال محاولة استغلالها بطريقة عقلانية، لتحقيق الأهداف المراد الوصول إليها في ظل الإمكانيات المتوفرة.

5- الدعاية والإعلان يعتمد البنك في تقديمه للخدمات على قاعدة عريضة من المتعاملين معه، ومما لا شك فيه أن تداول اسم البنك بين عدد كبير من الأفراد سواء كانوا متعاملين أو غيرهم، يحمل إعلاناً غير مباشر عن البنك، خاصة إذا ما ارتبط هذا الاسم بتقديم خدمة نافعة، وغالباً ما تكون نتيجة ميول متعاملين جدد يرغبون في الانتفاع من هذه الخدمات. هذا الإعلان يساهم بصفة فعالة في تحسين سمعة البنك للاستمرار في إقبال الزبائن نحوه، وهذا الدوام مرتبط بشهرة وسمعة البنك.

#### **خامساً : العوامل التي تحدد درجة شدة المنافسة:**

- تتحدد درجة المنافسة بين القطاعات من خلال ثلاث عوامل رئيسية هي<sup>(1)</sup>:
- عدد المؤسسات التي تتحكم في المعروض من منتج معين، فكلما زاد عدد المؤسسات كلما ازدادت شدة المنافسة بينها والعكس صحيح.
- سهولة أو صعوبة دخول بعض المؤسسات إلى السوق، فكلما كان من السهل دخول لبعض المؤسسات الجديدة لإنتاج وتسويق منتج معين، كلما زادت شدة المنافسة والعكس صحيح.
- العلاقة بين حجم المنتجات التي يطلبها الأفراد في السوق وتلك الكمية التي

---

(1) عبد السلام أبو قحف، (1996). التنافسية وتغيير قواعد اللعبة: رؤية مستقبلية، الدار الجامعية، الإسكندرية، ص26.

تستطيع المؤسسات تقديمها وعرضها في هذه المنتجات، فكلما زاد المعروض من المنتجات عن المطلوب منها كلما زادت شدة المنافسة والعكس.

### المطلب الثاني : المتغيرات العالمية واحتدام المنافسة:

أحدث ثورة تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات التي شهدتها فترة الثمانينات وما تلاها من القرن العشرين الماضي وفي ظل التطورات العالمية وما أفرزته من عولمة وموجة التحرير وإزالة القيود اتجاهاً آخر تمثل في المنافسة الشديدة في القطاع المالي بصفة عامة والمصرفي على وجه الخصوص حيث يعتبر من أكثر الأنشطة تأثيراً بتلك التحولات والتطورات العالمية، خاصة بعد موجة التحرر التي سادت اقتصاديات دول العالم لاسيما بعد نشوء اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المصرفية في العام 1997م إذ أخذت هذه المنافسة ثلاثة اتجاهات رئيسية<sup>(1)</sup>:

أولاً: احتدام المنافسة بين البنوك التجارية فيما بينها سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي.

ثانياً: المنافسة فيما بين المؤسسات المالية غير المصرفية.

ثالثاً: المنافسة بين البنوك والمؤسسات غير المالية التي تقدم الخدمات المصرفية.

### العوامل والمتغيرات التي ساهمت في زيادة احتدام التنافسية وزيادة حدتها في قطاع الخدمات المالية والمصرفية<sup>(2)</sup>:

- تشابه الخدمات المالية والمصرفية التي أصبحت تقدمها كل من البنوك والمؤسسات الأخرى غير المصرفية، بعد أن أزيلت اللوائح والقيود التي كانت تمنع ذلك. وقد أدى ذلك إلى تضيق الهوامش والضغط على الأرباح من العمليات التقليدية، كما دفع بدوره إلى محاولة استحداث الأساليب والأدوات المالية الجديدة لزيادة القدرة التنافسية والحصول على أكبر حصة ممكنة من الأسواق.

- التقدم التكنولوجي المتسارع في مجال الاتصالات والمعلومات ووسائل تقديم الخدمات، والذي أدى إلى توسيع شبكة المعلومات المالية وزيادة كفاءة نظم

(1) عبد المطلب عبد الحميد، (2001) العولمة واقتصاديات البنوك، الدار الجامعية، الإسكندرية، ص11.

(2) بريس عبد القادر، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في الاقتصاد، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص30-31.

وأساليب معالجة البيانات واتخاذ القرارات، وطرق حساب تكاليف وتسعير الخدمات المالية والمصرفية، وسرعة إيصال المعلومات المتعلقة بذلك إلى الأسواق والمتعاملين فيها، وانخفاض تكلفة انجاز المعاملات المالية عبر الحدود. كما مكن التقدم التكنولوجي البنوك من التوسع في أنشطتها وبناء شبكات واسعة من الفروع، وأدى إلى تحول العديد من البنوك إلى المعاملات المصرفية الإلكترونية.

- أدى التزايد نحو التوريق والتسديد إلى تحول البنوك من الأعمال التقليدية للبنوك إلى التدخل في أسواق الأوراق المالية، كما أدى بالبنوك إلى زيادة التعامل بالأدوات المالية الجديدة مثل شهادات الإيداع ومبادلات الديون، الأمر الذي تطلب أساليب جديدة من الرقابة والحد من المخاطر.

- تحرير الأسواق المالية والنقدية من القيود المعوقة لحركة تدفق رؤوس الأموال واستثمارها عبر الحدود وتعامل الأسواق وانفتاحها على بعضها البعض على مدار 24 ساعة وزيادة احتمالات وفرص المراجعة في أسعار الفوائد والصرف مع انخفاض تكاليف الاتصال<sup>(1)</sup>.

هذا وقد تصاعدت حدة المنافسة في مجال عمليات بنوك التجزئة من خلال التغيير في أنماط توزيعات الدخل وأنماط الاستهلاك والإدخار الأمر الذي جعل البنوك تتنافس في تقديم خدماتها على فئة معينة من العملاء والذين زادت متطلباتها من حيث تنوع الخدمات المصرفية إلى جانب خدمات المعلومات والأهم من ذلك العائد على ودائعهم ومدخراتهم بالبنوك، وقد اشتدت هذه المنافسة بين البنوك في ظل إزالة الحواجز الجغرافية لتلبية احتياجات عملائها وازدادت المنافسة مع دخول المؤسسات المالية بخلاف البنوك بل المؤسسات غير المالية في مجال خدمات بنوك التجزئة ولا شك أن ما منيت به البنوك من خيبة أمل في مجال الإقراض الضخم للشركات الدولية الكبرى والشركات متعددة الجنسيات والتي تحولت على الإقراض من البنوك إلى أسواق المال ثم دفع البنوك إلى التركيز على عمليات التجزئة والعمليات المصرفية الموجهة للشركات صغيرة ومتوسطة الحجم والقروض الشخصية<sup>(2)</sup>.

(1) عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات تكنولوجيا الخدمات المصرفية، مرجع سبق ذكره، ص 260.

(2) عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات تكنولوجيا الخدمات المصرفية، مرجع سابق، ص 260.

### المطلب الثالث : الابتكارات المالية:

إن الصناعة المالية مثلها مثل الصناعات الأخرى تعمل من أجل تحقيق الإرباح من خلال بيع ما تنتج وأن المؤسسات المالية تلجأ إلى تطوير منتجاتها لإشباع حاجاتها وكذلك حاجات عملاءها من أجل تعظيم أرباحها وتعتبر الهندسة المالية من أهم مجالات الابتكارات المالية حيث لا يمكن الفصل بينهما باعتبار إن الهندسة المالية تقوم على الابتكار وبالتالي فهي تشمل مجموعة واسعة ومتعددة من الأدوات المالية المتداولة للتدخل في الأسواق المالية، حيث أنها ظهرت في ستينات القرن الماضي لأجل تلبية الاحتياجات المتزايدة للمتعاملين الماليين، من خلال الابتكار والتصميم والتطوير للأدوات والآليات الجديدة التي تتميز بأقل تكلفة ممكنة وأدنى مخاطرة، وفي ذات الوقت لها عائد أعلى، كما تسعى في ذات المنوال البحث وإيجاد الحلول الإبداعية لمشاكل التمويل.

ويجب أن تتكيف الهندسة المالية وتتماشى مع التغير المستمر في البيئة الاقتصادية والمالية باعتبارها ذلك العلم الذي يتكفل بإعادة بناء المنظومة المالية في ضوء تغير أسواق رأس المال<sup>(1)</sup>.

#### أولاً : تعريف الابتكار:

الابتكار (innovation) وهو تصور عملي يبحث عن إدراج شيء جديد في نشاط ما ويمكن إن ينتج عن اكتشاف جديد أو ببساطة عن طرق جديدة تضع في العمل لمبادئ معروفة من قبل<sup>(2)</sup>.

يعرف<sup>(3)</sup> Gowland الإبداع أو الابتكار على أنه " إدخال منتج جديد إلى السوق، أو إنتاج منتج موجود ولكن بطريقة جديدة".

بمعنى آخر الابتكار يعنى التجديد أو إعادة تشكيل أو إعادة عمل الأفكار الجديدة لتأتي بشي جديد.

---

(1) البديوي محمد فتحي، استخدام الهندسة المالية في إعادة هيكلة المشروعات، المكتبة الأكاديمية، مصر، ص11.

(2) Guy Gerard manager sans frontieres ed first paris 1990, p117.

(3) Gowland D. (1991), Financial Innovation in Theory and Practice, in Green C. J. and D.T.

Llewellyn (eds.), Surveys in Monetary Economics, Oxford, Basil Blackwell, vol. 2., p.79

وكذلك عرّفه تشيرميرهورن (J. R. Schermerhorn) بأنه "عملية إنشاء الأفكار الجديدة ووضعها في الممارسة"، مؤكداً أن أفضل المنظمات الابتكارية تلك التي تتوصل لأي أفكار جيدة ومن ثم تتمكن من تنفيذها بنجاح.

ويُعرف بيتر دراكر (P.F. Drucker) الابتكار بأنه: "التخلي المنظم عن القديم"، وهو بذلك وضماً يُقرر بأنه وبالمقابل يعني الإدخال المنظم للجديد، ويوصي دراكر أن تُجري المنظمات كل ثلاث سنوات مراجعة لكل جوانبها من حيث التكنولوجيا المستخدمة والخدمات المقدمة والمنهج الإداري المتبع وغيرها من الجوانب وذلك بطريقة منهجية تضمن التطور والتحسين.

عرفه «Daltman «processus global similaire a l'invention» ويقصد من خلال هذا التعريف على إن الابتكار هو عمليات مماثلة للإبداع، نتاجها فكرة جديدة أو حل لمشكل ما أو استعمال جديد يعطينا قيمة اقتصادية أو اجتماعية.

ويمكن ن نخلص بأن الابتكار هو عبارة عن مجموعة من العمليات تتضمن الإبداع والاختراع إضافة إلى اللب والذي هو القيمة المقدمة من خلال هذا الاختراع سواء كانت اجتماعية أو اقتصادية التي بدونها لا تكتمل عملية الابتكار.

#### **ثانياً: مفهوم الابتكار في الخدمات المصرفية<sup>(1)</sup>:**

مفهوم الابتكار في الخدمات عموماً -ومن ضمنها الخدمات المصرفية- يختلف عن مفهوم الابتكار في السلع الملموسة، وقد يعتقد البعض أن الابتكار في الخدمات أسهل وأيسر من الابتكار في السلع كونها لا تحتاج للكثير من التكنولوجيا وأنها -أي الصناعة الخدمية- لا تتطلب استثماراً رأسمالياً مكلفاً، وهذا الاعتقاد قد يكون صحيحاً قبل مائة عام من الآن، أما الخدمات في عصرنا الحديث فتختلف كثيراً ويخطئ من يعتقد الاعتقاد السابق، ويمكن توضيح ذلك من خلال الأوجه التالية والتي سوف نُقرّب مفهوم الابتكار في الخدمات ليكون أكثر وضوحاً، وسوف نركز فيها على مفهوم الخدمات المصرفية:

1. الخدمات المصرفية في العصر الحديث تستعين بالتكنولوجيا المتقدمة مثل أجهزة الحاسوب، آلات عد النقود، آلات الصرف الآلي، آلات كشف تزيف النقود، النقود

---

(1) أيمن محمد الأمين عبد الله، الابتكار كمدخل لتحقيق الجودة في الخدمات المصرفية، مجلة اتحاد المصارف العربية، العدد 427، يونيو 2016، ص54-55.

الائتمانية، وغيرها من أوجه التكنولوجيا، وهذه التكنولوجيا أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الخدمات المصرفية، وهي قابلة للابتكار.

2. الابتكار في الخدمات المصرفية -والذي تمثله دورة حياة الخدمة المصرفية- هو أبداً بكثير في السلع والذي تمثله دورة حياة السلعة، ويعود ذلك لطبيعة الخدمات والتي لا يصل فيها العميل إلى حد الإشباع، كما في السلع، ويعود ذلك أيضاً إلى عدم تقادم الخدمة بمرور الوقت، بل يكون مرور الوقت على تقديم الخدمة المصرفية دليلاً على ازدياد خبرة المصرف وعراقته والتي يحاول أن يعكسها في شكل رسالة تسويقية يخاطب بها العملاء، إلا أن الاتجاه الجديد نحو الابتكار في الخدمات المصرفية يدفع المصارف إلى تقليص دورة حياة الخدمة المصرفية وذلك عبر طرح الخدمات الجديدة البديلة، أو الإضافة إلى التنوع في الخدمات الحالية.

3. الابتكار في الخدمات عموماً وفي الخدمات المصرفية على وجه الخصوص أصعب من الابتكار في السلع المادية، ويرجع ذلك لإمكانية اختبار فاعلية وجاهزية السلع عبر اختبارها في المختبرات للاطمئنان على جاهزيتها لأن تُطرح للعملاء، وهذا لا ينطبق في الخدمات، فالخدمة لا تُختبر إلا عبر تقديمها للعملاء مباشرة، وهذا من الأسباب التي تجعل المنظمات الخدمية -ومن ضمنها المصارف- تتحفظ في عمليات الابتكار في خدماتها.

4. الابتكار في الخدمة المصرفية ينبع من خلال التفاعل والتعامل المباشر بين العاملين في المصرف وبين العملاء، فالعملاء هم مرآة الخدمة المصرفية، ومن خلال التعامل المباشر معهم يستطيع العاملون في الخطوط الأمامية في المصرف معرفة أوجه القصور في الخدمة ليتم تحسينها، وكذلك معرفة أوجه القوة ليتم تدعيمها.

ومما سبق نرى أن تطبيق كل ما من شأنه تحسين الخدمة المقدمة للعميل المصرفي ولم يكن موجوداً قبلها يدخل تحت مظلة الابتكار.

### **ثالثاً: الابتكار والهندسة المالية وأهدافها:**

الهندسة المالية والابتكار المالي مفهومان مرادفين لبعضهما البعض حيث أكدت عدد من الدراسات إن أساس الهندسة المالية هو الابتكار المالي الذي جاء استجابة لقيود معينة تعيق تحقيق الأهداف الاقتصادية كالريح والسيولة وتقليل المخاطرة.

## 1/ مفهوم الابتكار والهندسة المالية:

يعتبر مفهوم الهندسة المالية مفهوم قديم جداً وذلك لقدم التعاملات المالية، ولكنه يبدو حديثاً نسبياً، من حيث المصطلح والتخصص، حيث إن أغلب التعاريف مستوحاة من جهات نظر الباحثين والدارسين والمهتمين بمفهوم الهندسة المالية، خاصة أولئك الذين يطورون النماذج والنظريات ومصممي المنتجات في المؤسسات والأسواق المالية، ويمكن الإشارة إلى عدد من التعاريف التي توضح مفهوم الابتكار المالي والهندسة المالية ما يلي:

يعد الإبداع المالي أو الابتكار المالي أساس الهندسة المالية، حيث يمكن أن يكون تمثيلاً دقيقاً لهذه العملية عندما يكون جديداً، أي أن يتم استخدام مصطلح ابتكار مالي أو إبداع مالي بدلا من مصطلح هندسة مالية، وهنا يمكن إن يعرف الإبداع المالي أو الابتكار المالي على أنه: "أحد القوى المؤثرة المهمة في البيئة المصرفية وفي العمل المصرفي من حيث تأثيره على طبيعة الأدوات المتاحة والتنظيم والأنشطة والخدمات المصرفية المقدمة إلى الجمهور فضلاً عن نوعية الكوادر البشرية المطلوبة وقد ارتبط الإبداع المالي بشكل كبير بعوامل أخرى وهي العوامل المتمثلة بشكل أساس بتزايد المنافسة والتطورات التكنولوجية"<sup>(1)</sup>.

وتعرف الهندسة المالية من وجهة نظر منشآت الأعمال على أنها: "تصميم وتطوير وتنفيذ وتطبيق لأدوات وآليات مالية مبتكرة، وصياغة حلول إبداعية لمشاكل التمويل"<sup>(2)</sup>.

ومن هنا يمكن الإشارة إلى أن الهندسة المالية تشتمل على ثلاث أنواع من الأنشطة، هي التصميم والتطوير والابتكار، والابتكار ليس المقصود به مجرد الاختلاف عن السائد، بل لابد أن يكون متميزا ويحقق أفضل مستوى من الكفاءة والمثالية، وهم ما يعني أن تكون الأداة أو الآلية التمويلية المبتكرة تحقق ما لا تستطيع الأدوات والآليات السائدة تحقيقه.

---

(1) صلاح الدين محمد أمين، الإبداع المالي في الأسواق المالية البنك الضامن أنموذجاً إطار معرفي وصفي،

مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد الخاص بمؤتمر الكلية، ص 211، تاريخ التحميل: 11

أكتوبر 2014 الساعة 13.11 متاح على: <http://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=72778>

(2) منير إبراهيم هنيدي، (2003). الفكر الحديث في إدارة المخاطر، الهندسة المالية باستخدام التوريق

والمشتقات، دار المعارف للنشر، الإسكندرية، مصر، ص 17.



وتعرف الهندسة المالية أيضا بأنها "عملية خلق أدوات وخدمات جديدة من قبل مؤسسات الصناعة المالية، وذلك من اجل تلبية الاحتياجات المختلفة للعملاء من مستثمرين خواص ومؤسسات تحتاج للتمويل للدخول في عمليات الاندماج أو تملك مؤسسات أخرى"<sup>(1)</sup>.

كما تعرف الجمعية الدولية للمهندسين الماليين (IAFE) الهندسة المالية بأنها: "التطوير والتطبيق المبتكر للنظرية المالية والأدوات المالية، وذلك من اجل إيجاد حلول للمشاكل المالية المعقدة واستغلال الفرص المالية".

من التعاريف السابقة يمكن أن نستنتج أن خصائص الهندسة المالية تتمثل فيما يلي<sup>(2)</sup>:

- السعي إلى ابتكار أدوات مالية جديدة مثل المشتقات المالية.
- العمل على تخفيض التكاليف واختصار الوقت من خلال ابتكار خدمات أو عمليات جديدة مثل: التسجيل على الرف حيث تقتضي هذه العملية إعفاء المؤسسة من دفع رسوم التسجيل عندما تلجأ إلى طرح أسهم وسندات جديدة.
- السعي إلى ابتكار حلول جديدة من اجل حل مشاكل التمويل التي تواجه مختلف المتعاملين الماليين.
- تهتم الهندسة المالية بابتكار أدوات لإدارة المخاطر بالشكل الذي يضمن للشركات التخطيط لمستقبلها وخدمة أهدافها.

## 2/ أهداف الابتكار والهندسة المالية:

تسعى الهندسة المالية إلى تحقيق ثلاثة أهداف أساسية تتمثل في عمليات : التحوط المضاربة والمراجعة والتي يمكن تفصيلها أدناه<sup>(3)</sup> :

---

(1) لعش أمال، (2011). دور الهندسة المالية في تطوير الصناعة المصرفية الإسلامية، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة سطيف.

(2) سامي إبراهيم السويلم، (2000). "صناعة الهندسة المالية: نظرات في المنهج الإسلامي"، مركز البحوث، شركة الراجحي المصرفية للاستثمار، ص5.

(3) لعش أمال، مرجع سابق، ص69.

التحوط: ويقصد به التقليل من المخاطر التي يمكن أن تحدث، أو " الاحتماء من خطر تقلبات الأسعار، سواء كانت أسعار للمواد الأولية أو البضائع، أسعار صرف العملات، أو أسعاراً للأوراق المالية" وذلك من خلال مجموعة من المنتجات المالية التي جاءت بها الهندسة المالية. حيث أن الهدف الأساسي من عملية التحوط هو إدارة المخاطر والتحكم فيها، من خلال مجموعة من الأساليب التي تتركز في مجملها على التنوع في الأصول المالية، أو نقل المخاطر إلى أطراف أخرى، من خلال الاستثمار في منتجات مبتكرة لهذا الغرض، أو عن طريق اجتناب هذه المخاطر كلياً كما هو المعمول به في التأمين.

المضاربة: وتعتبر عملية تداول للأوراق المالية بهدف تحقيق الربح من توقع الأسعار في المستقبل، اعتماداً على المعلومات التي يجمعها المضارب ويحللها، أو في بعض الأحيان التي يصنعها، كما تعرف على أنها: "عملية بيع أو شراء صوريين لإغراض الاستثمار، ولكن للاستفادة من التغيرات التي تحدث في القيمة السوقية للأوراق المالية في الآجل القصير جداً، إذ ينخفض بشدة معدل الارتباط بين القيمة السوقية للأوراق المالية من ناحية وبين القيمة الحقيقية من الناحية أخرى".

ويختلف المضاربون باختلاف توقعاتهم بشأن أسعار الأصول المالية المتداولة، فنجد المضارب على الصعود: وهو المضارب الذي يعتقد إن الأسعار تأخذ اتجاهًا تصاعدياً، فيقوم بشراء أوراق مالية في الوقت الحاضر على أن يبيعهما بسعر مرتفع مستقبلاً محققاً بذلك ربحاً من فرق السعرين، أما المضارب على الهبوط، فهو يعتقد أن الأسعار تتجه نحو الانخفاض فيقوم ببيع الأوراق المالية في الحاضر على أمل شرائها بسعر أقل في المستقبل.

المراجعة: تعتبر المراجعة من بين العمليات التي تمكن بعض المستثمرين من الحصول على أرباح لا يمكن لأي كان أن يحصل عليها، وذلك بسبب عدم التوازن في السوق، حيث يقوم المستثمر بشراء السلعة ذات السعر المنخفض في السوق، ثم يبيعهما في سوق أخرى تكون فيه السلعة مرتفعة الثمن، حيث يستفيد من الفرق بين السعرين، وهذه العملية كفيلة بإرجاع السوق لحالة التوازن بسبب حدوث ارتفاع في الأسعار المنخفضة، وانخفاض الأسعار المرتفعة.

تهدف الهندسة المالية من خلال إستراتيجية المراجعة إلى ابتكار فرص مراجعة خالية من المخاطر في ظل سوق تتميز بعدم الكفاءة، بمعنى وجود تباين في الأسعار بين مختلف الأسواق، وبرغم ما يكتنف هذه العملية من مخاطر إلا إنها تعتبر فرصة لزيادة معدلات العائد المتوقعة وتخفيض تكلفة التمويل إلى مستوى معين من المخاطرة.

### 3/ بيئة نشأة الهندسة المالية وأسباب ظهورها:

شهدت أسواق المال العالمية منذ بداية الستينات من القرن الماضي ثورة في مجال الابتكارات المالية، والتي شكلت الإرهاصات الأولى لنشأة وظهور مفهوم الهندسة المالية، هذه الأخيرة تهتم بابتكار الأدوات الحديثة وأدوات إدارة المخاطر بالشكل الذي يضمن للمؤسسات المالية التخطيط لمستقبل أفضل وخدمة أهدافها من جهة، ومن جهة أخرى ضمان المردود الايجابي لاقتصاديات الدول، من خلال تطوير أسواق رأس المال، وإمدادها بالأدوات والآليات التمويلية التي تحقق أهداف جميع المتعاملين.

ويمكن تلخيص أهم الظواهر التي ساهمت ومهدت لظهور الهندسة المالية في الآتي<sup>(1)</sup>:

- اتساع وتعدد أدوات الاستثمار المتاحة في أسواق المال، وقد أدى ذلك إلى زيادة سيولة السوق وإتاحة مزيد من التمويل، وذلك من خلال العمل على جذب مستثمرين جدد، بالإضافة إلى تقديم فرص جديدة للباحثين عن التمويل.
- إيجاد أدوات إدارة المخاطرة، التي مكنت من إعادة توزيع المخاطر المالية طبقاً لتفضيلات المستثمرين للمخاطر، حيث يمكن تتعرض منشآت الأعمال إلى أربعة أنواع من المخاطر المالية : هي مخاطر سعر الفائدة، مخاطر سعر الصرف، مخاطر التقلب في أسعار الأسهم ومخاطر أسعار السلع.
- تطوير أدوات المراجعة بين الأسواق، وهو ما أدى إلى تحسين التكاليف وزيادة العائد والانفتاح على الأسواق العالمية.
- تعدد وتنوع استراتيجيات الاستثمار نتيجة تعدد وتنوع أدوات الاستثمار وبخاصة المشتقات المالية.

---

(1) نشأت عبد العزيز، فن إدارة المخاطر، مجلة البورصات المصرية، يوليو 2002، العدد 269، ص32.

ونظراً لتلك الظواهر ظهرت الهندسة المالية للوجود في منتصف الثمانينات، حيث دأبت بورصة وول ستريت على الاستعانة ببعض الأكاديميين لتطوير منتجات سوق المال، لمواجهة المخاطر وتقليص القيود التشريعية والقيود التي يفرضها السوق وبيئة الأعمال في مواجهة المخاطر التي يسببها لها عملاؤها وإيجاد حلول لتلك المشكلات وعدد من المحاولات لتطوير منتجات أسواق المال، وقد أخذت هذه العملية الوليدة اسماً أكثر قبولاً وانتشاراً الهندسة المالية<sup>(1)</sup>.

#### **رابعاً: العوامل المبررة لأهمية الابتكار في عالم اليوم وخاصة في الصناعة المصرفية ما يلي<sup>(2)</sup>:**

1- اشتداد المنافسة: ويُعتبر هذا السبب من أهم الأسباب التي تُبرر لأهمية الابتكار، واشتداد المنافسة أصبح من السمات المميزة لاقتصاديات وأسواق الخدمات المصرفية في عالم اليوم، ومن لا يستطيع مواجهة هذه المنافسة لا يستطيع الاستمرار ووجد نفسه خارج المنظومة الفاعلة، ويعتبر الابتكار من الوسائل التي تُدعم بها المصارف وضعها التنافسي.

2- تغيير السوق: سرعة التغيير في معطيات أسواق السلع والخدمات أصبحت سمة من سمات علم التسويق، ويرجع ذلك لعوامل عديدة منها تكوّن جماعات الضغط واقتصاديات الحجم والتكتلات الاقتصادية، وما سبق ظهر بوضوح في الصناعة المصرفية وانعكس بجلاء في سياسات البنوك المركزية.

3 - تطلع العملاء: ما يُرضي عملاء الأمس قد لا يُرضي عملاء اليوم، هذه الحقيقة من الأهمية بمكان أن يستوعبها القائمون على أمر المصارف، فعمل اليوم عميل مُطلع ومتطلع، له دراية واسعة عن البدائل والسمات التي تتصف بها الخدمات المصرفية، ويتفحص ويتمحص ويتروى ويوازن بين المنافع والتكاليف التي يجدها من كل بديل قبل أن يختار المصرف الذي سيتعامل معه، فالعميل اليوم هو من يختار المصرف الذي يتعامل معه بعناية.

---

(1) هناء محمد هلال التحنيطي، دور الهندسة المالية الإسلامية في معالجة الأزمات، المؤتمر العلمي الدولي حول الأزمة المالية والاقتصادية العالمية المعاصرة من منظور اقتصادي إسلامي، الأردن 1-2 ديسمبر 2010، ص8.

(2) أيمن محمد الأمين عبد الله، الابتكار كمدخل لتحقيق الجودة في الخدمات المصرفية، مرجع سابق ص55.

## خامساً: استراتيجيات تُستخدم من أجل الابتكار في تقديم الخدمة المصرفية:

هنالك ثلاث استراتيجيات أساسية تُستخدم من أجل الابتكار في تقديم الخدمة المصرفية وهي<sup>(1)</sup>:

### (1) إستراتيجية دفع التكنولوجيا (Strategy Push- Technology):

وفي هذه الإستراتيجية يكون التركيز الأكبر على دفع وتطوير التكنولوجيا المستخدمة ونشرها على أوسع نطاق، وهذه الإستراتيجية تركز على دعم مقدرة المصرف في نشر خدماته عبر دعم الوسائط التكنولوجية المتطورة، ومن الأخطاء الشائعة للمصارف أن يتم تنفيذ هذه الإستراتيجية دون إجراء دراسات تسويقية معمقة لتلمس احتياجات العملاء، وهذا ما تعالجه الإستراتيجية التالية.

### (2) إستراتيجية سحب السوق (Strategy Pull- Market):

وفي هذه الإستراتيجية يركز الابتكار على احتياجات ورغبات العميل المصرفي، إذ يتم تقديم الخدمة المصرفية وفقاً لاحتياجات السوق المصرفي، وهنا تلعب آليات بحوث التسويق ورجع الأثر عبر الاستبيانات ودراسة شكاوى العملاء وملاحظاتهم العامل الأهم في تصميم الخدمة المصرفية، وتستخدم هذه الإستراتيجية المدخل التسويقي في الابتكار.

### (3) الرؤية الوظيفية المتبادلة (View Interfunctional):

وفي هذه الإستراتيجية يُطبق الابتكار في الخدمة المصرفية من خلال التعاون والتنسيق والتكامل بين المستويات الوظيفية المختلفة في الإدارات والفروع والأقسام، وهذه الإستراتيجية تعتمد على الوصول إلى تصميم أمثل لتدفق العمليات الوظيفية في المستويات المختلفة بالمصرف من أجل تحقيق الغايات من تعظيم للمنافع وتقليل للتكاليف، وبالرغم من أن هذه الإستراتيجية تُعتبر الأفضل، إلا أنها الأصعب من حيث التطبيق، لأن ثقافة المصارف الداخلية تسود فيها روح التنافس الوظيفي ويقل فيها الإحساس بالتكامل وهو ما يجب تغييره.

(1) أيمن محمد الأمين، الابتكار كمدخل لتحقيق الجودة في الخدمات المصرفية، مرجع سابق، ص 56-57.

## سادساً: أنواع الابتكار المالي:

تم تصنيف الابتكارات المالية إلى ما يلي<sup>(1)</sup>:

### (1) الابتكار على مستوى العملية:

وهو التغيير في عمليات الأسواق المالية، على سبيل المثال ما يدعى (SWIFT)<sup>(2)</sup> الجمعية العالمية للاتصالات اللاسلكية التي تقوم بالمدفوعات الدولية والمثال الثاني رفع التنظيم عن لجان تبادل الأسهم لمدينة نيويورك والتغيرات المتلاحقة في تجارة الأوراق المالية الأمريكية وكذلك تطور ما يدعى بالسوق الرمادي في سوق المستندات في الأوروبية، كل هذه الأمثلة تعبر عن تغييرات في عملية النشاط المالي.

### (2) الابتكار على مستوى المنتج:

وهو تطوير منتجات جديدة من خيارات العملة وما شاكلها والطريق الآخر للنظر إلى الابتكار المالي هو ما يأتي:

1- الابتكار الملحاح: الذي يعمل بدأب على النجاح وهو إدخال منتج جديد أو عملية جديدة استجابة للطلب المدرك أو المنظور.

2- الابتكار الدفاعي: وهو استجابة للبيئة المتغيرة أو تكاليف المعاملات على سبيل المثال معظم تحولات نظام لندن في عام 1983-1985 يمكن أن تعد ابتكاراً دفاعياً وكان السبب في ذلك هو التغيير في بيئة قانونية جاء من قبل تحدي الحكومة لنظام تبادل الأسهم.

ولعل أبرز الابتكارات التي شهدتها الأسواق وأهمها تتلخص فيما يلي<sup>(3)</sup>:

### 1-2/ إدارة جديدة للخصوم في المنافسة السعرية:

نظراً لقيام المؤسسات المالية غير المصرفية بدور كبير في اجتذاب الكثير من العملاء لما تقدمه من مزايا تتمثل في أسعار فائدة أعلى أو تقديم أو تقديم خدمات إدارة النقدية مثل صناديق الاستثمار في أسواق النقد أو الحسابات الادخارية ذات الفائدة وما

---

(1) محمد صالح القرشي، (2009). اقتصاديات النقود والبنوك والمؤسسات المالية، ط1، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص276-277.

(2) SWFIT (Society For Worldwide International Financial Telecommunications).

(3) عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات تكنولوجيا الخدمات المصرفية، مرجع سبق ذكره، ص261-263.

إلى ذلك، فقد اشتدت هذه المنافسة بين البنوك وتلك المؤسسات الأمر الذي دفع البنوك إلى استخدام سعر الفائدة كأحد الأسلحة لكي تستطيع مواجهة المنافسة المحكمة بين البنوك.

#### 2-2/ نمو استخدام الأدوات ذات الفائدة المتغيرة وقصيرة الأجل:

نظراً لتزايد تقلبات أسعار الفائدة فقد بدأت البنوك في الإقراض بأسعار فائدة متغيرة ، وقد ظهرت الأدوات الجديدة مثل Euronotes والتي تمنح المقرض فرصة الحصول على مصدر تمويل طويل الأجل من خلال إصدار سلسلة من الأوراق قصيرة الأجل، وهو ما يفسر لنا ظاهرة تقصير الأجل في الوقت الراهن.

#### 2-3/ نمو الأسواق المالية والأسواق المالية القابلة للتداول:

شهدت السنوات الأخيرة نمواً مضطرباً في حجم الأسواق المالية وتعاملها، ولم يقتصر الأمر على هذا الحد بل ظهرت أسواق جديدة لمنتجات مصرفية جديدة. وفيما يلي سنعرض لأهم المنتجات المستحدثة والتي تتميز بمقومات ووظائف خاصة:

#### 2-4/ ابتكارات تحويل المخاطر Risk transferring Innovation:

وتتيح هذه الابتكارات للمتعاملين تحويل مخاطر الأسعار أو الائتمان التي ينطوي عليها بوقت مالي معين وتتعدد أمثلة هذه المبتكرات لتشمل العقود الاختيارية، عمليات المقايضة Swap، عمليات التغطية أو الحماية Hedging.

#### 2-5- ابتكارات تدعيم السيولة Liquidity Enhancing Innovations:

والتي تسمح للمتعاملين بتحسين سيولة أصولهم ، وكذلك سيولة النظام المالي في مجمله، وتتضمن هذه الابتكارات مبادلات القروض، والتي تعني مقايضة الديون بالأسهم حيث تتمتع الأسهم بقابلية كبيرة للسيولة كذلك تشير تلك الابتكارات إلى تسديد أو توريد الأصول أي تحويل الأصل إلى سند وأيضاً صناديق الاستثمار التي تعد وعاء مناسباً يسعي لتجميع واستثمار مدخرات الأفراد في الأوراق المالية المختلفة.

#### 2-6/ ابتكارات خلق الائتمان Credit Generating Innovations:

وهي تتيح نافذة جديدة لمصدر جديد للائتمان مثل: السندات عديمة الكوبون Zero Coupon Bonds، السندات الرديئة Junk، سندات اليورو قصيرة الأجل Euro Notes والتسديد Securitisation.

## المبحث الثالث

### تحليل تحديات ومخاطر العمل المصرفي الإلكتروني

المطلب الأول : تحديات العمل المصرفي الإلكتروني

#### تحديات العمليات المصرفية الإلكترونية:

تواجه البنوك الإلكترونية ممثلة في خدماتها المصرفية عدد من التحديات ولعل أبرزها إثبات الشخصية، التوقيع الإلكتروني، أنظمة الدفع النقدي، النقود الإلكترونية، القيد الإلكتروني، سرية المعلومات، أمن المعلومات من مخاطر إجرام التقنية العالية، خصوصية العميل، المسؤولية عن الأخطاء والمخاطر حجية المراسلات الإلكترونية، التعاقدات المصرفية الإلكترونية، مسائل الملكية الفكرية لبرمجيات وقواعد معلومات البنك أو المستخدمة من موقع البنك أو المرتبطة بها، علاقات وتعاقدات البنك مع الجهات المزودة للتقنية أو المورد لخدماتها أو مع المواقع الحليفة، مشاريع الاندماج والمشاركة والتعاون المعلوماتية، أما عن التحديات القانونية فهي تتمثل أولاً بتحدي قبول القانون للتعاقدات الإلكترونية وتحدي حجيتها في الإثبات، ومن ثم تحديات أمن المعلومات، تحديات وسائل الدفع، وتحديات الأعمال المرتبطة، وتحديات المعايير والإشرافية، والتحديات الضريبية.

#### 1- تحديات التعاقدات المصرفية الإلكترونية ومشكلة الإثبات:

أول المفاهيم المتعين إبرازها أن الكثير يخلط بين مفهومين في حقل العقود وتقنية المعلومات، ذلك أن تأثير العقود بما أفرزته تقنية المعلومات يتحقق في طائفتين من العقود، أولها: العقود التقليدية المبرمة بالوسائل الإلكترونية (التعاقد عبر شبكات المعلومات)، حيث تقوم العقود بوجه عام من حيث أركانها على ضرورة توفر ركن الرضا وتوافق إرادتي المتعاقدين والسبب المشروع والمحل المشروع، وتكتفي القوانين المستندة إلى الشريعة الإسلامية كالقانونين المدنين الأردني والعراقي بركن الرضا وتوافق الإرادتين كركن وحيد لانعقاد العقد، أما بقية الأركان فهي عناصر وشروط انعقاد، وقد أثارت وسائل الاتصال الحديث التساؤل حول مدى صحة انعقاد العقد بواسطتها، كما في التلكس والفاكس، وتثار في الوقت الحاضر -منذ مطلع التسعينيات على الأقل- مسألة انعقاد العقد بواسطة نظم الكمبيوتر وشبكات المعلومات وما يتصل بها من حيث موثوقية وحجية الرسائل الإلكترونية والبريد الإلكتروني المتعلق بالعلاقات محل التعاقد. والحقيقة أن وسائل الاتصال التقنية



تثير عددا من المسائل أولها وأهمها بل تعد موضوع هذا الإشكال، مسألة إثبات الانعقاد ومسائل التعاقد (وقد اتجهت المواقف القانونية والقضائية والفقهية إلى قبول الوسائل التعاقدية التي توفر من حيث طبيعتها موثوقية في إثبات الواقعة وصلاحيّة الدليل محل الاحتجاج وتحقق فوق ذلك وظيفتين: إمكان حفظ المعلومات لغايات المراجعة عند التنازع، والتوسط في الإثبات عن طريق جهات الموثوقية الوسيطة أو سلطات الشهادات التعاقدية، ومن هنا قبل نظام (سويفت) التقني لغايات الحوالات البنكية - وكذا نظامي شيبس وشابس ونحوهما- وكذلك قبل التلكس لتحقيقها هذه الطبيعة والوظائف، في حين بقي الفاكس خارج هذا الإطار ومجرد دليل ثبوت بالكتابة أو بيئة مقبولة ضمن شرائط خاصة، ومن هنا أيضا أثارت وتثير الرسائل الإلكترونية عبر شبكات المعلومات كالانترنت والرسائل المتبادلة عبر الشبكات الخاصة (الانترنت) والبريد الإلكتروني مشكلة عدم تحقيق هذه الوظائف في ظل غياب المعايير والمواصفات والتنظيم القانوني الذي يتيح توفير الطبيعة المقبولة للبيانات وتحقيق الوظائف التي تجيز قبولها في الإثبات<sup>(1)</sup>.

إلى جانب مشكلة الإثبات أثارت وسائل الاتصال عموما مسألة صحة الانعقاد ووجوده، وتتصل هذه المسألة بالإثبات على نحو يصعب كثيرا الفرض بينهما. إلى جانب مشكلات وأمن وسائل الاتصال ومدى قدرة الغير على التلاعب بالمحتوى ومشكلات وقت ومكان الإبرام واتصال ذلك بالقانون الواجب انطباقه على العقد عند المنازعة وجهة الاختصاص القضائي في نظر النزاع، وإلى حين كانت هذه المشكلات ليست ذات أثر إقليمي أو دولي إلا في حدود العقود التجارية الدولية التي جرى تنظيم الكثير من قواعدها ضمن اتفاقيات دولية أو عبر مؤسسة العقود النموذجية والقواعد الموحدة لعدد من العقود، لكن شيوع التجارة الإلكترونية بوجه عام، واتصال هذه التجارة بمحتوى التعاقد من حيث أمسى الشائع أن تكون الخدمات محله وليس البضائع (التي تستلزم تسليما ماديا يساهم في تخفيف إشكالات التعاقد الإلكتروني على خلاف الخدمات على الخط) وبسبب ممارسة أنشطة التجارة الإلكترونية من الكافة وليس بين التجار فقط (مما يمنع الاستفادة من عناصر المرونة والحرية التي تتمتع بها العلاقات التجارية بالنسبة للإثبات وغيره)، إضافة إلى اعتماد التجارة الإلكترونية على أنظمة الدفع الإلكتروني عموماً (كبطاقات الائتمان على الخط أو عبر التفويض على الهاتف والحوالات المالية الرقمية، والبطاقات الماهرة

(1) يوسف حسن يوسف، مرجع سابق، ص 71-75.

ونحوها) وما أدى إليه ذلك من أتمتة العمليات والخدمات المصرفية وأتمتة التعاقد بشأنها ضمن مفهوم بنوك الويب أو البنوك الإلكترونية أو البنوك على الخط أو البنوك الافتراضية المتقدم عرضه.

إذن، نحن أمام عملية تقييم لقواعد التعاقد في سائر التشريعات ذات العلاقة (المدني، التجارة، البنوك،... الخ) لغايات تبين مدى تواءم النصوص القائمة مع ما أفرزته وسائل الاتصال الحديثة وتحديدًا شبكات المعلومات بأنواعها (انترنت، انترانت، اكسترانت)، باعتبار إن القواعد القائمة في نطاق التشريعات عموماً وفي غير فرع من فروع القانون تتعامل مع عناصر الكتابة والمحرف والمستند والتوقيع والصورة طبق الأصل... الخ، من مفاهيم ذات مدلول مادي وبوجه عام فإن البناء القانوني للتشريعات في حقل التعاقد والإثبات لم يعرف الوسائل الإلكترونية وتحديدًا تلك التي لا تتطوي على مخرجات مادية كالورق، وجاء مبناه قائماً -بوجه عام مع عدد من الاستثناءات- على الكتابة، المحرف، التوقيع، الصورة، التوثيق، التصديق، السجلات، المستندات الأوراق... الخ، وجميعها عناصر ذات مدلول مادي وإن سعى البعض إلى توسيع مفهومها لتشمل الوسائل التقنية، وهي وإن كان من الممكن شمولها الوسائل التقنية ذات المستخرجات التي تتوفر لها الحجية، فإنها لا تشمل الوسائل ذات المحتوى الإلكتروني البحث<sup>(1)</sup>.

## 2- تحديات سلامة التعاملات المصرفية الإلكترونية:

إن حلقات الحماية التقنية وأمن المعلومات لا تكتمل إلا بالحماية القانونية، من خلال أحكام تحمي من إساءة استخدام الحواسيب والشبكات في ارتكاب جرائم الكمبيوتر والانترنت والجرائم المالية الإلكترونية، وإلا بقيت الحماية منقوصة ومشكوك في جدواها. فالمطلوب إذاً هو وضع إستراتيجية شاملة لأمن المعلومات تتناول المصرف وموقعه الافتراضي ونظم الحماية الداخلية، من أنشطة إساءة الاستخدام التي قد يمارسها الموظفون المعنيون داخل المنشأة، ولاسيما المعنيون بالوصول إلى نظم التحكم والمعالجة والمبرمجين، إلى جانب إستراتيجية الحماية من الاختراقات الداخلية، بحيث يتعين أن تمتد هذه الإستراتيجيات إلى عميل المصرف لا إلى المصرف وحده، على اعتبار أن تقويم كفاءة الإستراتيجية يقوم على مدى قدراتها على توفير مظلة أمن شاملة لنظام المصرف وعملياته والنظم المرتبطة بها<sup>(2)</sup>.

(1) جمال عبد الناصر المسالمة، بحث قانوني ودراسة حول مفهوم البنوك الإلكترونية وأنماطها، منشور على الموقع <http://www.mohamah.net/law> في سبتمبر 2016.

(2) أحمد سفر، مرجع سبق ذكره، ص104.

### 3- تحديات وسائل الدفع:

إن الاتجاه السائد نحو المال الرقمي أو القيدي أو الإلكتروني، بديلاً من المال الورقي، يجعل المعايير والقواعد والنظريات تتغير تدريجياً لتصبح أكثر موائمة مع مفاهيم المال الإلكتروني ووسائله، وصولاً إلى بناء قانوني يسهل على إدارات المصارف التعامل مع تحديات المصارف الإلكترونية، التي تتمثل في مشاكل الدفع والوفاء بالالتزامات وتقديم الخدمات وما شابه، على أساس مراعاة هذه المنشآت المالية والمصرفية الحديثة من حيث خصوصيتها واعتباراتها وأولوياتها، إذا لقد أفرزت تقنية المعلومات وسائل حديثة لتقديم الخدمات المصرفية وإدارة العمل البنكي، أبرزها ظهر في حقل أنظمة الدفع الإلكتروني والدفع على الخط وإدارة الحسابات عن بعد، كما حدث بفعل التقنية شيوع بطاقات الدفع والائتمان المالية، ويشيع الآن مفهوم المحفظة والبطاقة الماهرة التي تمهد إلى انتهاء مفهوم النقد الورقي والمعدني وتفتح الباب أمام مفهوم النقد الإلكتروني أو الرقمي أو القيدي. إلى جانب ذلك تطورت وسائل تداول الأوراق المالية وخدماتها، فظهرت فكرة التعاقد الإلكتروني والتبادل الإلكتروني للأوراق إلى جانب الاعتماد شبه الكلي في أسواق المال على تقنيات الحوسبة والاتصال في إدارة التداول وقيده وإثبات علاقاته القانونية<sup>(1)</sup>.

### 4- التحديات الضريبية:

إن الأعمال الإلكترونية تلغي فكرة الموقع أو المكان بالنسبة للنشاط التجاري، وهذا يعني احتمال عدم الكشف على مصدر النشاط. إضافة لما تثيره من مشاكل تحديد النظام القانوني المختص. كذلك فإن الأعمال الإلكترونية المتحركة من حيث خادماها التقنية قد تهاجر نحو الدول ذات النظم الضريبية الأسهل والأكثر تشجيعاً، وهذا الأمر تنبته له أمريكا فقررت عدم فرض ضرائب على أنشطة الأعمال والتجارة الإلكترونية، وتتنبه الآن أوروبا لخطورة التوجه الأمريكي في هذا الصدد. وفرض الضرائب على هذا النمط الجديد يتطلب استراتيجيات ضريبية مختلفة في المتابعة والكشف والجمع. والاهم تعاوناً وتنسيقاً إقليمياً ودولياً. أن اتجاه منظمة التجارة العالمية (WTO) في هذا الحقل عبر عنه التصريح الوزاري الصادر في نيسان 1998 عن مجلس منظمة التجارة العالمية الذي طلب من المجلس العام للمنظمة إجراء دراسة شاملة وبناء برنامج بحثي لمعالجة هذه المسألة وكانت نتيجة توجهات المجلس العام ونشاطه الاتفاق على أن "لا تفرض رسوم جمركية على

(1) أحمد سفر، مرجع سبق ذكره، ص104-105.

التبادل الإلكتروني"، والمطلوب من الإستراتيجية الوطنية للأعمال والتجارة والبنوك الإلكترونية، دراسة تأثير الضرائب على النشاط الإلكتروني، وحالة التعارض بين مواقف المتحمسين للأعمال الإلكترونية وحرس الأعمال التقليدية، ومعالجة ما تفرضه النصوص القائمة من ضرائب ورسوم في مختلف المناحي واتصالها بالأعمال الإلكترونية بالنسبة للبائع والمشتري ومقدم الخدمة ومتلقيها، والأهم من ذلك الموازنة بين حماية جهات الخدمة الوطنية وجهات الخدمة الدولية التي تملك قدرات تقديم الخدمة الإلكترونية أكثر من المؤسسات الوطنية في الدول النامية.

إن مؤشرات التحليل لإطار ومحتوى السياسة الضريبية يكشف إن الموقف الأمريكي يقوم على قاعدة (أعمال وتجارة إلكترونية دون ضرائب) أما في أوروبا فقد حاول اجتماع بروكسل المنعقد في نوفمبر 1999 أن يصل إلى موقف موحد من مسألة الضريبة بسبب اختلاف قوانين أوروبا من هذه الجهة، ولم يتحقق بعد التوافق المطلوب بين دول الاتحاد الأوروبي في هذا الشأن<sup>(1)</sup>.

#### 5- تحديات الأعمال المرتبطة بالمعايير والإشرافية:

عرفنا إن البنوك الإلكترونية ليست مجرد موقع بنك وعميل، إنها بيئة من العلاقات المتعددة جزء منها مرتبط بالزبون وجزء آخر مرتبط بجهات الأعمال، إما تلك التي يعتمد البنك عليها في خدمة البنوك الإلكترونية أو تعتمد هي عليه في خدمات ترتبط بنشاطها. ولنسأل أنفسنا ونحن نتجه لبناء البنك الإلكتروني أو تطوير عمله أن كنا قد شرعنا في إنشائه، هل حققنا وضوحاً ودقة وشمولية في تحديد المعايير والالتزامات والحقوق في علاقة البنك بمزودي التقنية أو مستضيفي الموقع أو جهات الاتصال أو جهات تطوير الشبكة أو الجهات التقنية الداخلية والخارجية؟ هل العلاقة بجهات التسويق والتطوير في بيئة الأعمال واضحة؟ هل وفرنا ضمن علاقاتنا القانونية بجهات الأعمال خطوطاً فاعلة من الدفاع عند حدوث أية منازعة؟ هل أجبرتنا ضرورة الوجود على الشبكة على قبول اتفاقيات لم نتح لنا فرصة معرفة ثغراتها أو اعتماد الأفضل منها لصالح البنك؟ أليست العلاقات التعاقدية في غالبيتها نشأت بيننا وبين جهات أجنبية، فهل اعددنا خطاً ناجحة وفاعلة لحماية وجودنا خاصة أن هذه الجهات هيأت لمصالحها وسائل تعاقدية فاعلة؟

(1) يوسف حسن يوسف، مرجع سابق، ص 84-86.

وتثير مسائل الإشراف المصرفي تحديات قانونية جديدة، أولها تحدي المعايير التي تضع البنك ضمن بيئة التواءم مع تشريعات وتعليمات جهات الإشراف، وعلينا أن نظل متيقظين إلى إن محتوى تعليمات جهات الإشراف في حقل البنوك الإلكترونية أما إنها غائبة في هذا الوقت أو غير واضحة المعالم، وفي كل وقت يمكن أن تكون ثمة معايير لا نجد أنفسنا مهيين بشكل صحيح للتوائم معها<sup>(1)</sup>.

### **المطلب الثاني: المخاطر التي تواجه العمل المصرفي الإلكتروني:**

توفر شبكة الانترنت إمكانيات جديدة لشراء الخدمات المالية وإدارة الأعمال المصرفية، بطرق مريحة وأمنة في أي يوم وفي أي وقت. لكن أمان الصيرفة عبر الانترنت ينطوي على اتخاذ التدابير والقرارات والخيارات الجيدة التي سوف تساعد على تجنب مخاطر الخداع المفاجئة والمكلفة، وقبل طلب خدمات البنك الإلكتروني يجب على العملاء التأكد من شرعية بنك الانترنت كإجراء أولي للتأمين على ودائعهم وإبقاء معلوماتهم الشخصية آمنة، وكذلك فهم حقوقهم من خلال طلب الحصول على مزيد من المساعدة من الجهات الرقابية على المصارف.

### **مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية:**

تنشأ مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية نتيجة لعدم التدريب الكافي والخبرة لدى العاملين بالبنوك وإدارتهم في كيفية التعامل من الأنظمة الحديثة نتيجة لتسارع الاكتشافات المتلاحقة في أنظمة تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات بالإضافة إلى إمكانية التلاعب والغش على شبكة الانترنت وعدم وجود التأمين الكافي للأنظمة. هذا وقد أشارت لجنة بازل للرقابة المصرفية إلى أهمية القيام بوضع السياسات والإجراءات التي تساهم في إدارة مخاطر العمل المصرفي الإلكتروني من خلال رقابة ومتابعة وتقييم هذه العمليات بصورة مستمرة وأصدرت في الفترة ما بين مارس 1998م ومايو 2001م مبادئ لإدارة هذه المخاطر، هنالك عدد من المخاطر يمكن أن نوجزها في الآتي:

---

(1) يوسف حسن يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 83-84.

## 1/ مخاطر التشغيل Operation Risk:

تنشأ نسبة للأخطاء أثناء تشغيل الأنظمة وذلك نتيجة لذلك<sup>(1)</sup>:

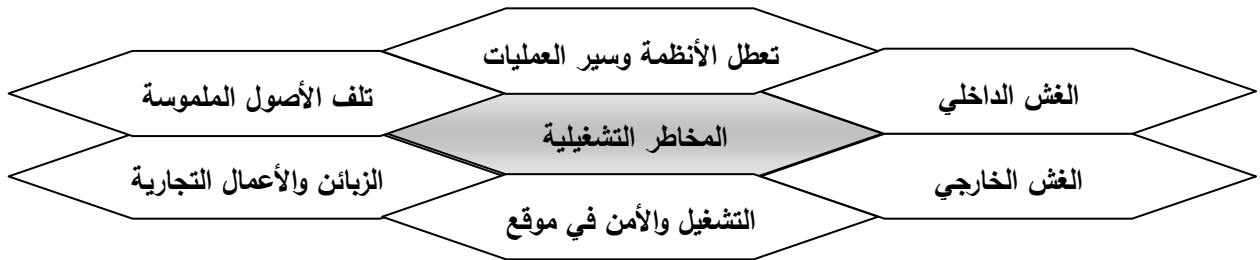
1-1 عدم التأمين الكافي للنظم System Security بحيث يسمح باختراق الأنظمة وحسابات البنك من غير المرخص لهم بالدخول Unauthorized Access بهدف التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء واستغلالها سواء تم ذلك من خارج البنك أو من العاملين به، ولذلك يستوجب توفر إجراءات كافية لكشف إعاقة ذلك الاختراق.

2-1 عدم ملائمة تصميم النظم System Design أو انجاز العمل Implementation ، أو أعمال الصيانة Maintenance والتي تنشأ من عدم كفاية النظم وبطء الأداء لمواجهة متطلبات المستخدمين وعدم السرعة في حل المشاكل وصيانة النظم وخاصة إذا زاد الاعتماد على مصادر خارج البنك Outsourcing لتقديم الدعم الفني في مجال البنية الأساسية اللازمة.

3-1 إساءة الاستخدام من قبل العملاء Customer Misuse of Services ويحدث ذلك نتيجة عدم إحاطة العملاء بإجراءات التأمين الوقائية Security Precautions أو السماح لعناصر إجرامية بالدخول إلى حسابات عملاء آخرين والقيام بعمليات غسيل الأموال باستخدام معلوماتهم الشخصية أو عدم إتباع إجراءات التأمين الواجبة.

### الشكل رقم (3-1)

#### مركبات المخاطر التشغيلية لدى البنوك وفق لجنة بازل



المصدر: عبد الرزاق خليل وحمزة طيبي، بالاعتماد على مقترحات اتفاقية بازل II الصادرة عام 2004.

بحث بعنوان: "إدارة مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية وفق معايير لجنة بازل الدولية منشور على الانترنت".

(1) وسيم محمد الحداد وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص 200-2001.

## 2/ المخاطر العملية:

إن الصيرفة الإلكترونية تعتمد على الانترنت من أجل توفير المعلومات لعملائها وأيضا تنفيذ العمليات التي يطلبونها، ولا شك أن التطورات السريعة في مجال التكنولوجيا وازدياد التنافس بين المصارف ذاتها وبين المؤسسات غير المصرفية قد تعرض المصارف إلى مخاطر كبيرة في حالة عدم سلامة عمليات التخطيط والتنفيذ لإستراتيجية الصيرفة الإلكترونية.

وعليه فإن إدارة المصرف بحاجة إلى درس متأن لمدى مساهمة إستراتيجية الانترنت في الحفاظ على تنافسية المؤسسة وربحيتها، مع التأكد كم عدم حصول زيادة غير مرغوبة في بنية المخاطر. وعلى السلطات الرقابية أن تتوقع من المصارف قيامها بتقييم الفوائد والمخاطر المرتبطة بخياراتها الإستراتيجية<sup>(1)</sup>.

## 3/ مخاطر السمعة Reputational Risk:

والتي تنشأ في حالة توفر رأي عام سلبي تجاه البنك نتيجة لعدم قدرته تقديم خدمات مصرفية إلكترونية وفق معايير الأمان والسرية والدقة والاستمرارية وكذلك عدم الاستجابة الفورية والسريعة لحاجات ومتطلبات العملاء وكذلك لعدم مقدرته على إدارة نظمه بكفاءة أو حدوث اختراق مؤثر لها من قبل الهاكرز أو موظفين البنك نفسه، الأمر الذي قد يؤثر على البنك ونشاطه وسمعته وبالتالي على عدد عملاء البنك، الأمر الذي يؤدي إلى تقليل أرباح البنك إلى أقصى حد ممكن.

هذه المخاطر تستلزم اهتمام البنك بالحفاظ على أنظمتها من الاختراق وأيضا الحفاظ على بيانات عملائه التي يحتفظ بها وأرقام بطاقتهم وتوفير نظم الحماية الإلكترونية وتحديثها أول بأول من اجل الحفاظ على سمعته والحفاظ على ما يحويه من أسرار خاصة بعملائه<sup>(2)</sup>.

وبشكل عام فإن مخاطر السمعة تكون نتيجة طبيعية لعدم نجاح البنك في إدارة احد أو كل المخاطر المصرفية الأخرى التي يواجهها، وكذلك قد تنشأ في حالة عدم كفاءة

(1) أحمد سفر، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، مرجع سبق ذكره، ص226.

(2) أشرف السيد قبّال، (2013). المعاملات المصرفية والمدفوعات الإلكترونية وأثرها في ضوء السياسات

النقدية والائتمانية للبنك المركزي، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ص32.

أنظمة البنك أو منتجاته، مما يتسبب بردود أفعال سلبية واسعة، حيث يتسبب الإخلال بالاحتياطات الأمنية سواء بسبب الاعتداءات الداخلية أو الخارجية على نظام البنك في انتزاع ثقة العملاء في سلامة عمليات البنك. كما تبرز مخاطر السمعة في حال عدم تقديم الخدمات للعملاء حسب التوقعات أو عدم إعطائهم بيانات كافية عن كيفية استخدام المنتج أو خطوات حل المشاكل<sup>(1)</sup>.

#### 4/ المخاطر الإستراتيجية:

الخطر الاستراتيجي هو التأثير الحالي والمحمتمل على الإرباح أو رأس المال الناجم عن القرارات التجارية الضارة أو تنفيذ قرارات غير سليمة أو عدم الاستجابة للتغيرات الصناعية. وهذا الخطر وظيفي يقترن بمدي توافق المنظمة والأهداف الإستراتيجية من خلال الدعم الإداري والتشغيلي واستراتيجيات العمل لتحقيق الأهداف. فالموارد المستخدمة ضد هذه الأهداف وجودة التنفيذ والموارد اللازمة لتنفيذ استراتيجيات الأعمال التجارية الملموسة وغير الملموسة على حد سواء تشمل قنوات اتصال تشغيل شبكات تسليم النظم والقدرات الإدارية والقدرات التنظيمية. ويجب أن يتم تقييم خصائص الدعم الإداري والتشغيلي الداخلية ضد تأثير التغيرات الاقتصادية والتنافسية التكنولوجية والبيئية التنظيمية وغيرها<sup>(2)</sup>. ويجب أن نفهم إدارة المخاطر المرتبطة مع الخدمات المصرفية عبر الانترنت قبل أن يتخذ قراراً لوضع فئة معينة من الأعمال ، فقد تقدم البنوك منتجات وخدمات جديدة عبر الانترنت ومن المهم إن نفهم إدارة المخاطر وتداعيات هذه القرارات ومستويات التكنولوجيا الكافية ونظم المعلومات الإدارية اللازمة لدعم مثل هذا المشروع التجاري، لأن العديد من البنوك سوف تتنافس مع المؤسسات المالية خارج منطقتها التجارية كذلك القائمة على المشاركة في الخدمات المصرفية عبر الانترنت ، ومن الضروري وجود صلة قوية بين التكنولوجيا المستخدمة بالبنك والدعم الإداري والتشغيلي والتخطيط الاستراتيجي، فالتكنولوجيات الجديدة ولاسيما شبكة الانترنت يمكنها إحداث تغيرات سريعة في القوى

(1) عبد الكريم نصر، أبو صلاح مصطفى، المخاطر التشغيلية حسب متطلبات بازل II، دراسة لطبيعتها وسبل إدارتها في حالة البنوك العاملة في فلسطين، جامعة بيرزيت، فلسطين، ورقة عمل مقدمة في المؤتمر

العلمي السنوي، الخامس جامعة فيلادلفيا الأردنية المنعقد في الفترة من 4-5 يوليو 2007، ص 12.

(2) سمير الخطيب، (2005). قياس وإدارة المخاطر بالبنوك، منشأة المعارف، الإسكندرية، ص 245.



التنافسية وبناء رؤية إستراتيجية وتحديد طرق عرض الخدمات المصرفية عبر الانترنت والتي تم تصميميهما وتنفيذها كخط إنتاج ورصدها.

تعد المخاطر الإستراتيجية من أهم المخاطر التي تصاحب عمليات الصيرفة الإلكترونية، وترتبط أساساً بالقرارات والسياسات التي تتخذها الإدارة العليا بالبنك، إذ تختلف عن المخاطر الأخرى في كونها أكثر عمومية واتساعاً، كما إنها ذات تأثير على كافة أنواع المخاطر الأخرى. وينشأ الخطر الاستراتيجي عن عدم انسجام الأهداف الإستراتيجية للبنك مع الاستراتيجيات التي تم تطويرها والموارد التي تم توظيفها. لذلك يجب على البنك أن يقوم بتقدير تكاليف إدارة المخاطر المرافقة لها قبل العائد المتوقع تحقيقه منها، وكذا التأكد من انسجام الخدمات التي يقدمها مع الأهداف الملموسة في الخطة الإستراتيجية، بالإضافة إلى متابعة المخاطر المصاحبة لعمليات الصيرفة الإلكترونية. وعليه يتوجب على المدراء التنفيذيين وخبراء والتكنولوجيا التسويق المشاركة في عملية التخطيط واتخاذ القرار للتأكد من أن خطة العمل منسجمة مع الأهداف الكلية للبنك ، وإنها ضمن مستوي المخاطر التي يستطيع البنك تحملها (CCANB, 1999)<sup>(1)</sup>، وقد يكون الخطر الاستراتيجي صدر بسبب الأخطاء التي قد تقع بها الإدارة العليا، خاصة عندما تكون هناك حاجة ملحة لتقديم مثل هذه الخدمات تحت تأثير التطور التكنولوجي المستمر، وكذلك النمو المتزايد للطلب وحدة المنافسة فيما بين البنوك ، فقد تنشأ مخاطر إستراتيجية كبيرة في حال توجه إدارة البنك لأخذ مكان ريادي في استخدام التقنيات الحديثة دون تحليله بشكل مناسب للعائد والتكلفة، وقد تنشأ هذه المخاطر في حال تقاعس إدارة البنك في إدخال التقنيات المصرفية الحديثة بحيث يجنبه التكاليف العالية لكنه يعرضه لخطر عدم إقبال العملاء على تلك الخدمات والمنتجات (FFIEC,2003)<sup>(2)</sup>. ويتوجب على البنك

---

(1) CCANB. accessible from <http://www.occ.treas.gov/netbank.html>. Accessed 15-07-2010.

CCANB. Comptroller of the Currency Administrator of National Bank " Internet Banking Handbook"1999.

(2) E-Banking Booklet, Accessible from: [www.ffiec.gov/ffiecinbase /index.html](http://www.ffiec.gov/ffiecinbase/index.html) accessed

16-08-2010 FFIEC: Federal Financial Institutions Examination Council .IT Examination Handbook.2003.

- راجع: أحمد بوراس، السعيد بركية، أعمال الصيرفة الالكترونية الأدوات والمخاطر، مرجع سابق ص،277-

في سبيل إدارة المخاطر الإستراتيجية المرافقة لخدمات الصيرفة الإلكترونية أن يقوم بتطوير أهدافه بوضوح لتقييم نجاح استراتيجياته المتعلقة بالصيرفة الإلكترونية، وعليه مطلوب من البنوك أن تأخذ بعين الاعتبار (FFIEC , 2003):

- 1 - كفاءة نظام معلوماتها الإداري لمعرفة ربحية الصيرفة الإلكترونية.
- 2 - تحديد تكاليف المتابعة ومراقبة أعمال الصيرفة الإلكترونية بالإضافة إلى تكاليف الإشراف على موردي الخدمة المؤتمنة.
- 3 - تصميم وتسعير وتسليم الخدمات بالشكل الذي يولد طلباً عليها من طرف العملاء.
- 4 - حدة المنافسة.
- 5 - مدي إتاحة الدعم التقني والتشغيلي والتسويقي للمنتجات.
- 6 - المخاطر القانونية: المخاطر القانونية تكمن من عدم الإلمام الكافي بقوانين الخدمات المصرفية الإلكترونية وكذلك عدم التحديد الواضح للحقوق والواجبات والالتزامات القانونية التي تنتج عن العمل المصرف الإلكتروني. حيث إن هنالك عدة مصادر للمخاطر القانونية بالنسبة لنشاطات المصرف في ميدان الصيرفة الإلكترونية، فالمصرف الذي يؤدي خدماته عبر الانترنت قد يصطدم بعدم معرفته الدقيقة بقوانين وتشريعات حماية عملائه في دولة أخرى غير الدولة التي يعمل فيها، كذلك هنالك إمكانية الاستخدام غير المشروع أو سوء استخدام المعلومات المحصلة عبر الانترنت من قبل أطراف خارجيين قد يهاجمون مستودع معلومات المصرف عن عملائه والموجودة لدى المصرف ذاته ولدى مزودي الخدمات الخارجيين الذين يتعامل معهم هذا المصرف<sup>(1)</sup>.

وهنالك حقيقة أخرى أن العديد من وسائل أداء العمليات المصرفية لا زالت في طور التطوير وقيد الاكتمال مثل السجلات، العقود الإلكترونية والتوقيعات الإلكترونية وقواعد إرسال وتلقي السجلات الإلكترونية والاعتراف بسلطات وقواعد التصديق الإلكتروني وأحكام السرية والإفصاح وتختلف كل هذه من دولة لأخرى.

---

(1) أحمد سفر، مرجع سبق ذكره، ص230.

كذلك قد تقع هذه المخاطر في حالة انتهاك القوانين أو القواعد أو الضوابط المقررة خاصة تلك المتعلقة بمكافحة عمليات غسل الأموال<sup>(1)</sup>.

#### 5/ المخاطر الأخرى:

يرتبط أداء العمليات المصرفية الإلكترونية بالمخاطر الخاصة بالعمليات المصرفية التقليدية ومن ذلك مخاطر الائتمان والسيولة وسعر العائد ومخاطر السوق مع احتمال زيادة حدتها. فعلي سبيل المثال فإن استخدام قنوات غير التقليدية للاتصال بالعملاء وامتداد منح الائتمان إلى عملاء عبر الحدود (Croos-Border)، قد يزيد من احتمالات إخفاق بعض العملاء في سداد التزاماتهم<sup>(2)</sup>.  
ونوجز المخاطر الأخرى فيما يلي<sup>(3)</sup>:

- ارتفاع تكاليف جذب عملاء جدد للمعاملات المصرفية من خلال الانترنت ، لذا بدأت بنوك الانترنت في التراجع عن تقديم خدماتها المجانية للعملاء في ظل تزايد النفقات وكذا تراجع الإيرادات منها **Wingpan Bank.com**. صعوبة الاعتماد على الانترنت فقط كوسيلة لتقديم الخدمات ، فحتى الآن لم تستطيع هذه البنوك أن تحل محل البنوك التقليدية تماماً، فقد أثبتت الدراسات أهمية الوجود المادي لهذه البنوك.
- عمليات الإيداع كأحد المشكلات التي يواجهها عملاء بنوك الانترنت.
- لم تصل البنوك الإلكترونية حتى الآن لفهم متطلبات عملائها.

المخاطر السابق ذكرها يجب أن لاتحد من انتشار تلك الخدمات المصرفية الإلكترونية وإنما على أصحاب الشأن البحث فيها وإيجاد الحلول الناجعة التي تحول دون حدوثها وذلك بتطوير الأنظمة التكنولوجية واستحداث النظم ومسايرة كل ما هو جديد في مجال تقنية المعلومات والاتصالات والتي بدورها تؤدي إلى تقليل حدوث مثل هذه المخاطر بأقل درجة ممكنة.

(1) أشرف السيد قبّال، مرجع سبق ذكره، ص 33.

(2) منير، ممدوح الجهني، مرجع سبق ذكره، ص 20-22.

(3) إبراهيم الشرفاوي، مرجع سبق ذكره، مج 1، 2003، ص 53.

### المطلب الثالث: مبادئ إدارة المخاطر المصرفية ورقابتها

السمة الأساسية التي تحكم نشاط البنك هي كيفية إدارة المخاطر وليس تجنبها، وهنا يأتي دور الفكر المحاسبي والمالي المعاصر من خلال توصيف تلك المخاطر وقياسها والإفصاح عنها بالشكل الذي يمكن مستخدمي القوائم المالية من الحكم على مدى قدرة البنك على إدارة المخاطر والسيطرة عليها، ومن ثم تمكين هؤلاء المستخدمين من التنبؤ بالمخاطر الكمية والنوعية التي يمكن أن يتعرض لها البنك مستقبلاً واتخاذ القرارات الاستثمارية والقرارات الأخرى المتعلقة بمعاملاتهم مع البنك.

#### أولاً: مفهوم إدارة المخاطر المالية (المصرفية) وأهدافها:

##### مفهومها:

ترتكز الصناعة المصرفية في مضمونها على فن إدارة المخاطر، وبدون المخاطر، تقل الأرباح أو تنعدم، فكلما قبل البنك أن يتعرض لخطر أكبر من المخاطر، نجح في تحقيق جانب أكبر من الأرباح، ومن هنا تأتي أهمية اكتشاف المصرفيين لمخاطر عملهم، ليس لتجنبها بل للعمل على احتوائها بذكاء لتعظيم العائد على الاستثمارات الذي هو في النهاية المقياس الحقيقي للنجاح.

وعلى ذلك فإن حسن إدارة المخاطر يشمل المرور بأربعة مراحل أساسية<sup>(1)</sup>:

\* تعريف المخاطر التي يتعرض لها العمل المصرفي.

\* القدرة على قياس تلك المخاطر بصفة مستمرة من خلال نظم معلومات ملائمة.

\* اختيار المخاطر التي يرغب البنك في التعرض لها.

\* مراقبة الإدارة لتلك المخاطر وقياسها بمعايير مناسبة واتخاذ القرارات الصحيحة في الوقت المناسب لتعظيم العائد مقابل تحجيم المخاطر، وهو جهد متواصل لا ينتهي ويمثل صميم العمل المصرفي.

وتعرف إدارة المخاطر المالية على أنها: "تحديد، تحليل والسيطرة الاقتصادية على المخاطر التي تهدد الأصول المالية للمؤسسة أو المستثمر وبصفة أخرى، فإن إدارة المخاطر هي تعيين مختلف حالات التعرض للمخاطر وقياسها ومتابعتها وإدارتها"<sup>(1)</sup>.

(1) شعبان فرح، العمليات المصرفية وإدارة المخاطر، كتاب منشور على الانترنت، 2013، 2014، ص 77.

بمعنى آخر إدارة المخاطر عبارة عن منهج أو مدخل علمي للتعامل مع المخاطر عن طريق توقع الخسائر العارضة المحتملة وتصميم وتنفيذ إجراءات من شأنها أن تقلل إمكانية حدوث الخسارة أو الأثر المالي للخسائر التي تقع إلى الحد الأدنى.

### ثانياً: أهداف إدارة المخاطر المالية:

تتمثل أهداف إدارة المخاطر المالية ما يلي<sup>(2)</sup>:

- المحافظة على الأصول الموجودة لحماية مصالح المستثمرين، المودعين والدائنين.
- إحكام الرقابة والسيطرة على المخاطر في الأنشطة أو الأعمال التي ترتبط بالأوراق المالية والتسهيلات الائتمانية وغيرها من أدوات الاستثمار.
- تحديد العلاج النوعي لكل نوع من أنواع المخاطر وعلى جميع مستوياتها.
- العمل على الحد من الخسائر وتقليلها إلى أدنى حد ممكن وتأمينها من خلال الرقابة الفورية أو من خلال تحويلها إلى جهات خارجية.
- إعداد الدراسات قبل الخسائر أو بعدها وذلك بغرض منع أو تقليل الخسائر المحتملة، مع تحديد أية مخاطر يتعين السيطرة عليها واستخدام الأدوات التي تعود إلى دفع حدوثها، أو تكرار مثل هذه المخاطر.
- حماية الاستثمارات وذلك من خلال حماية قدرتها الدائمة على توليد الأرباح رغم أي خسائر عارضة.
- إن إدارة المخاطر والتخطيط لاستمرارية العمل هما عمليتين مربوطتين مع بعضيهما البعض ولا يجوز فصلهما، حيث أن عملية إدارة المخاطر توفر الكثير من المدخلات لعملية التخطيط لاستمرارية العمل.
- تقوم إدارة المخاطر بوضع تقارير دورية بشأن حجم المخاطر التي يتعرض لها الاستثمار.

---

(1) خالد وهيب الراوي، إدارة المخاطر المالية، (2009). دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، ص10.

(2) خالد وهيب الراوي، المرجع السابق نفسه، ص12.

- ومنه يمكن القول أن كل أهداف إدارة المخاطر تندرج تحت عملية البحث عن جميع المخاطر ودراستها وتحديد آثارها وطرق السيطرة عليها، والعمل على إيجاد طرق جديدة فاعلة ومناسبة للتخفيف منها وحلها ومعالجتها.

### ثالثاً: أهمية إدارة المخاطر:

- إن قياس المخاطر بغرض مراقبتها والتحكم فيها هو دور أساسي تخدم به إدارات المخاطر الجديدة في البنوك عدداً من الوظائف الهامة بهذه البنوك، نذكر منها<sup>(1)</sup>:
  - المساعدة في تشكيل رؤية واضحة، يتم بناء عليها تحديد خطة وسياسة العمل.
  - تنمية وتطوير ميزة تنافسية للبنك عن طريق التحكم في التكاليف الحالية والمستقبلية التي تؤثر على الربحية.
  - تقدير المخاطر والتحوط ضدها بما لا يؤثر على ربحية البنك.
  - المساعدة في اتخاذ قرارات التسعير.
  - تطوير إدارة محافظ الأوراق المالية والعمل على تنويع تلك الأوراق، من خلال تحسين الموازنة بين المخاطر والربحية.
  - مساعدة البنك على احتساب معدل كفاية رأس المال وفقاً للمقترحات الجديدة للجنة بازل، والذي يمثل عقبة رئيسية أمام البنوك التي لن تستطيع قياس وإدارة مخاطرها بأسلوب علمي، حيث أن متطلبات لجنة بازل (2) تعتمد على القدرة على قياس ومتابعة والتحكم في معدلات الخسائر المتوقعة Loss norms هذا فضلاً عن إضافة أنواع جديدة من المخاطر إلى الاتفاق المقترح، بشأن كفاية رأس المال، بخلاف المخاطر التي يشملها الاتفاق الأول لبازل<sup>(1)</sup>.

---

(1) بلعي حسني مبارك، إمكانية رفع كفاءة الجهاز المصرفي الجزائري في ظل التغيرات الاقتصادية والمصرفية المعاصرة، ماجستير إدارة مالية 2011-2012 جامعة منتوي قسنطينة، ص 150-151.

## رابعاً: مبادئ إدارة المخاطر Risk Management:

تشتمل إدارة المخاطر على التقييم والرقابة والمتابعة وذلك على النحو التالي<sup>(1)</sup>:

### 1- تقييم المخاطر Assessing Risk

ويشمل التقييم ما يلي:

- أ) تحديد المخاطر التي يتعرض لها البنك ومدى تأثيرها عليه.
- ب) وضع حدود قصوى لا يمكن للبنك أن يتحملة من خسائر نتيجة التعامل مع هذه المخاطر.

### 2- الرقابة على التعرض للمخاطر Controlling Risk Exposures.

تشتمل هذه الرقابة على المجالات الآتية:

• تنفيذ سياسات وإجراءات التأمين وتهدف سياسات وإجراءات التأمين ما يلي:

أ/ تحديد شخصية المتعامل مع النظم/ التصديق (Identification/Authentication)

ب/ ضمان عدم إجراء تعديلات على رسائل العملاء أثناء انتقالها عبر القنوات.

ج/ ضمان الحفاظ على سرية معاملات العملاء.

د/ ضمان عدم إنكار مرسل الرسالة لها.

ويراعى في هذا المجال ما يلي:

- إتباع سياسات وإجراءات تحقق تأمين الاتصالات من وإلى النظم لمنع أو الحد من اختراق غير المرخص لهم للنظم أو إساءة استخدامها.
- الرقابة على دخول النظم وتحديد شخصية المستخدمين.
- حماية النظم من احتمالية القيام بممارسات غير مرخص بها من قبل العاملين بالبنك السابقين والجدد أو المؤقتين.

---

(1) وسيم محمد الحداد وآخرون، (2012). الخدمات المصرفية الالكترونية، دار الميسرة، ط1، عمان، ص202-205.

- اتخاذ إجراءات التأمين الإضافية الخاصة بإصدار وسائل دفع للنقود الإلكترونية وتشمل:
  - (1) الاتصال المباشر مع مصدر البطاقات أو المشغل المركزي للحماية من التزيف.
  - (2) متابعة العمليات الفردية.
  - (3) الاحتفاظ بقاعدة بيانات مركزية لتتبع عمليات غسيل الأموال.
  - (4) توافر شروط الأمان في البطاقات الذكية، أو غيرها مع مراعاة وضع حد أقصى لما يخزن على البطاقة.
  - (5) تدعيم الاتصالات بين المستويات المختلفة بالبنك من مجلس إدارة وإدارة عليا، وبين العاملين بشأن سلامة أداء النظم وتوفير التدريب المستمر للعاملين.
  - (6) استمرار تقديم وتطوير الخدمات.
  - (7) وضع ضوابط للحد من المخاطر في حالة الاعتماد على مصادر خارج البنك لتقديم الدعم الفني.

تشتمل هذه الضوابط على ما يلي:

- متابعة الأداء المالي والتشغيلي لمقدمي الدعم الفني
- التأكد من توافر اتفاقيات تعاقدية مع مقدمي الدعم الفني تحدد التزامات الأطراف تفصيلاً.
- التأكد من مقدرة مقدمي الدعم الفني على توفير التأمين بما يتفق والمتبع داخل البنك في حالة تعرفهم على بيانات ذات حساسية تخص البنك وذلك من خلال مراجعة سياساتهم وإجراءاتهم في هذا المجال.
- توفير ترتيبات طوارئ لتغطية احتمالات حدوث تغيير مفاجئ في مقدمي الدعم الفني.
- إحاطة العملاء عن العمليات المصرفية الإلكترونية وكيفية استخدامها.
- إعداد خطط طوارئ.



- إعداد خطط طوارئ بديله في حالة إخفاق النظام عن أداء الخدمات وذلك في ما يتعلق بما يلي:

أ) إعادة البيانات على الوضع الذي كانت عليه قبل الإخفاق.

ب) توفير قدرات بديله لتشغيل البيانات **Alternative data processing capabilities**

ج) توفير عاملين لمواجهة الظروف الطارئة:

- اختيار نظم التشغيل البديلة **backup system** بصفة دورية للتأكد من فاعليتها.
- توافر التأمين اللازم في حالة تنفيذ خطط الطوارئ وكذا توافر تعليمات لاستخدام هذه الخطط لدى مقدمي الدعم الفني.
- إبرام عقود بديله مع مقدمي دعم فني آخرين في حالة إخفاق المقدمين الأساسيين.

#### خامسا: متابعة المخاطر **Monitoring Risks**

تتمثل متابعة المخاطر في اختبار النظم وإجراء المراجعة الداخلية والخارجية وذلك على النحو التالي:

1) إجراء اختبارات دورية للنظم والتي يكون من ضمنها:

- إجراء اختبار أماكن الاختراق **penetration testing** الذي يهدف إلى تحديد وعزل وتعزيز تدفق البيانات من خلال النظم وإتباع إجراءات لحماية النظم من المحاولات غير العادية للاختراق.

- إجراء مراجعة دورية من خلال النظم للتأكد من فاعلية إجراءات التأمين والوقوف على مدى اتساقها مع سياسات وإجراءات التأمين المقررة.

2) إجراءات المراجعة الداخلية والخارجية.

تسهم المراجعة الداخلية والخارجية في تتبع الثغرات وحالات عدم الكفاءة وتخفيض حجم المخاطر بهدف التحقق من توافر سياسات وإجراءات مطورة والتزام البنك بها.

## المطلب الرابع : معايير لجنة بازل لإدارة ومراقبة مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية:

لا شك أن الصناعة المصرفية من أكثر الصناعات تعرضا للمخاطر لاسيما في عالمنا المعاصر، حيث تعاظمت هذه المخاطر وتغيرت طبيعتها في ظل تطورات التحرير المالي ومستحدثات العمل المصرفي وتنامي استخدام أدوات مالية جديدة ساعد على خلقها التقدم التكنولوجي الهائل في الصناعة المصرفية، ومن هنا فقد اكتسب موضوع إدارة المخاطر أهمية متزايدة لدى البنوك، كما أدرجته لجنة بازل كأحد المحاور الهامة لتحديد الملاءة المصرفية<sup>(1)</sup>.

### أولاً: الرقابة المصرفية بالتركيز على المخاطر

اهتمت لجنة بازل بدور سلطات الرقابة في تنمية وتشجيع الممارسات الهادفة إلى إدارة المخاطر في البنوك، ومعالجة القصور في أدوات التعامل مع المخاطر، في قمتها كفاية الأموال الخاصة والالتزام بمتطلبات الإفصاح، فضلا عن وسائل الرقابة الداخلية كالضوابط الداخلية، تعزيز السياسات المتعلقة بالمخصصات... الخ. فتركز اللجنة على الإشراف الرقابي-الاحترازي كمحور ثان (على غرار كفاية الأموال الخاصة وانضباطية السوق) نحو التطبيق السليم لاتفاقية بازل II، وتحث السلطات الرقابية المعنية بتنفيذ معايير بازل II على تنظيمها المصرفي لاستخراج الانحرافات ومن ثم معالجة النقائص في مجال إدارة المخاطر<sup>(2)</sup>.

وعندما نتكلم عن الرقابة على البنوك فإننا نتكلم عن الرقابة المصرفية، وهي رقابة تمارس من طرف جهات من خارج البنك تابعة للبنك المركزي أو السلطة النقدية للدولة، بحيث تقوم هذه السلطات الرقابية بمهمة متابعة امتثال البنوك للأوامر والتعليمات الصادرة عن البنك المركزي والهيئات التابعة له ومن ثم معالجة التجاوزات المسجلة بحكم القانون أو بحكم التنظيم، وكذا فتح أبواب الحوار مع البنوك للبحث في القضايا التي تعرقل السير الحسن للمؤسسة المصرفية أو تحد من فعالية لجنة الرقابة أو لمعالجة أي قصور في التنظيم الاحترازي بفعل المحيط المصرفي، ثم اتخاذ إجراءات مناسبة سريعة لتصحيح

(1) سيد الهواري وآخرون، (2002). الأسواق المالية والمؤسسات المالية، البيان للطباعة والنشر، مصر، ص 161-167.

(2) إبراهيم الكرسانه، (2006). أطر أساسية ومعاصرة في الرقابة على البنوك وإدارة المخاطر، صندوق النقد العربي، أبو ظبي، ص 47.

الوضع<sup>(1)</sup>. مثلاً تعتمد سلطة الرقابة إستراتيجية بعد تقييم الاحتياجات المالية لمواجهة المخاطر، مفادها العناية بالبنوك التي تتميز بشكل (Profil) محدد من المخاطرة الإجمالية أو لاحتلالها موقعا حساساً أو لمزاولتها نشاطا هاما في الاقتصاد الوطني، فمن بين التعليمات التي تطلقها اتجاه بنك أو تنظيم مصرفي في إطار الرقابة المصرفية<sup>(2)</sup>:

أ/ إعداد السياسات وتنفيذ الإجراءات: تصدر السلطات الرقابية ترتيبات تحكم السياسات التي تنتهجها إدارة البنك لتغطية مخاطر أنشطته، وتتحقق فيما بعد من امتثال البنك لهذه المتطلبات، من أهم الممارسات التي تتطلبها السياسة الأمنية إعداد برنامج شامل أو تطوير البرنامج الحالي، بحيث يأخذ بعين الاعتبار العمليات المصرفية الإلكترونية الجديدة، ويحدد بالتفصيل المسؤوليات والمهام لجميع الأطراف، بالإضافة إلى التدابير التي سيقوم بها البنك في حال خرق الخطوط الأمنية وهذا يتطلب ضمن ترتيبات المعالجة تقدير تكلفة الاختراق وموافاة مجلس الإدارة دورياً بدرجات المخاطر المترتبة عن هذا النشاط.

ب/ كثافة المعلومات وقنوات تدفقها: تقوم سلطات الرقابة بتقييم أنظمة المعلومات وأنظمة التقارير أو التوثيق لدى المؤسسة المصرفية، بغرض تحديد مواطن الضعف التي تؤدي إلى تشويه أداء المهام الملقاة على عاتق الإدارات العليا والتنفيذية وانحراف القرارات.

ج/ النزاعات بين الأطراف ذات العلاقة: ضمن متطلبات الحوكمة أي الإدارة الرشيدة للبنوك، يتعين على سلطات الرقابة دعم البنك في ضبط العلاقات مع الأطراف ذات الصلة به، بتوضيح لكل جهة ما عليها من واجبات لتتال ما لها من حقوق، أو تجنيب المؤسسة تضارب المصالح وتوجيه القرارات خصوصاً الإستراتيجية نحو مآرب شخصية، بين: مجلس الإدارة، كبار المساهمين، المقترضين، الجهاز التنفيذي، علاوة على المدققين الداخليين والخارجيين.

(1) إبراهيم الكرسانه، المرجع السابق نفسه، ص2-3.

(2) رحيم حسين وهواري معراج، الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص321.

د/ دور مجلس الإدارة ومسؤولياته اتجاه سلطة الرقابة: تقع مسؤولية إدارة البنك بشكل أساسي على مجلس الإدارة، فتنتمثل مهمته في رسم السياسات وإقرار النظم والتأكد من سلامة تنفيذها والمحافظة على حقوق المودعين وأمالك البنك، بالتالي هو المسئول الأول أمام السلطات الرقابية عن أداء البنك ونتائجه، لاسيما متانة المركز المالي وشفافية المعلومات المصرح بها إلى السلطات الرقابية، بما في ذلك إشعارهم بمرشحين لعضوية مجلس الإدارة أو الإدارة التنفيذية والتعيين. لذا، يتعين عليه المصادقة على إستراتيجية البنك في تقديم خدمات مصرفية إلكترونية إلى جانب الموافقة على سياسات الإدارات التنفيذية في إدارة المخاطر وتقييم نظام الرقابة الداخلية عن طريق لجان مختصة تابعة له.

ه/ دور الجهاز التنفيذي ومسؤولياته اتجاه سلطة الرقابة: تعمل السلطات الرقابية على إملاء الشروط الواجب توفرها في الموارد البشرية التي تتولى مسؤوليات الإدارة التنفيذية في البنك، من بين ذلك: الكفاءة العملية، الأهلية العلمية، السمعة الجيدة وخبرة مناسبة، الأمانة، خلوه من سوابق عدلية... الخ، من ناحية أخرى كفرض جملة من المتطلبات على البنوك تحكم أفعال الإدارة التنفيذية نحو تصريف شؤون البنك وفق السياسات المرسومة من قبل مجلس إدارته في ظل الالتزام بجميع القوانين: نحو نوع العلاقة بين هذه الإدارة والمفتشين الذين ترسلهم السلطات الرقابية، نحو التقارير الاحترازية والإحصائية المطلوبة من قبل مجلس الإدارة أو السلطات الرقابية... وهكذا.

و/ توجيه أعمال المدققين الداخليين والخارجيين: يتعين على السلطات الرقابية تشجيع البنوك من خلال معايير تصدرها حول المدقق الداخلي وأعمال المدقق الخارجي، من شأنها تنظيم تعيين المدققين ومسؤولياتهم (المهنية، المدنية والجزائية) وعلاقتهم بالسلطات الرقابية، بشكل يكفل الحياد والموضوعية في تبعية دائرة التدقيق إلى مجلس الإدارة، ويضمن إضافة إلى ذلك استقلالية المدقق في أداء مهنته عن إدارة البنك وحتى عن ضغوط المساهمين. وبالرغم من أن القوانين تفترض تعيين مدقق خارجي فأكثر على المؤسسات، إلا أنه في قطاع البنوك يتعين الحصول على موافقة السلطة الرقابية المختصة إلى جانب قرار الجمعية العمومية، ويحق للسلطات الرقابية الحصول منه على أي بيانات أو إيضاحات لازمة مع الحق في

أن تكلفه بمهام تراها ضرورية على البنك المعني لأغراض رقابية، في حين يخول له الرجوع إلى السلطات الرقابية ضمن متطلبات العمل.

في جميع الأحوال تدعو لجنة بازل أن توفر قوانين البلاد إلى سلطات الرقابة هامشا ملائما من الاستقلالية وكذا إمكانيات كافية سواء مالية أو بشرية أو تقنية من أجل أداء مهامها على أكمل وجه، والهدف من إسناد الرقابة المصرفية إلى هيئات محددة تابعة للبنك المركزي أو السلطة النقدية في أغلب الدول هو سد مخاطر الوقوع في التضارب بين الرقابة على البنوك والسياسة النقدية التي قد تؤدي إلى آثار وخيمة على الحياة الاقتصادية للوطن، وتوفير هذا الجهاز الرقابي يوفر على البنك المركزي جهدا كبيرا في الإشراف على أعمال البنوك، بحيث يصبح دوره الإطلاع على تقييمات اللجان الرقابية لصياغة التوجيهات الملائمة إلى التنظيم المصرفي.

### **ثانيا: سياق الإدارة السليمة لمخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية**

جميع الترتيبات الإدارية والممارسات التي تهدف إلى حماية أصول البنك وأرباحه من خلال تدنيه احتمالات الخسائر وآثارها إلى أقل مستوى ممكن، وليس الغرض من إدارة المخاطر هو تجنبها لأن ذلك أمر مستحيل، ولكن القصد هو التعرف على وجودها وتحديد هويتها وقياسها ومن ثم وضع الأنظمة الكفيلة بضبطها (الاحتواء و/أو الاستئصال و/أو الحد من شدتها) أو مضادة لها، بمعنى آخر التي تشمل أساليب وتقنيات وقائية وأخرى علاجية، المقبول لدى لجنة بازل وحتى المختصين بشأن المخاطر، بحيث أن الإدارة السليمة لا تتقصها الجزئيات التالية<sup>(1)</sup>:

1- التحقق وتحديد هوية المخاطر ومصادر الضرر: تحمل هذه القاعدة بمقتضى السعي إلى الكمال في تحقيق الأهداف، لذا التحديد هو اكتشاف التفاوت بين ما هو منجز وما هو متوقع، نتيجة عوامل تنقله من الربح إلى الخسارة، منها عوامل داخلية، مثل: هيكل البنك، طبيعة الأنشطة، نوعية الموارد البشرية وتعديل التنظيم والأنظمة، وعوامل خارجية مثل: احتدام المنافسة والصدمات التي تمس القطاع المصرفي، التقدم التكنولوجي. وكذا لاحتلالها موقع الأساس لتحضير معايير احترازية ضد المخاطرة ونظام (مخطط) ملائم يسهر على متابعة تحركات المخاطرة والتحكم فيها.

(1) على بدران، الإدارة الحديثة للمخاطر لمصرفية في ظل بازل 2، المحاسب المجاز، الفصل الثالث، العدد

2- قياس المخاطرة: لأجل رصد دقيق وجيد لمسار المخاطرة، ومن ثم حشد الموارد الضرورية لإدارتها، يمكن الاستعانة بأدوات التقييم التالية<sup>(1)</sup>:

2-1- التقييم الذاتي والتقييم: يقوم على إعداد قائمة بالعناصر القابلة للتعرض إلى المخاطر (مثلاً: القيادة، العمال، الزبائن، الإستراتيجية والعمليات، الموارد الأخرى، نتائج الشركة) وقياس مدى التغيرات الحاملة للخسائر بواسطة مصفوفة محتواة في جدول القيادة، يمكن من تحويل القياسات الكيفية إلى تقييمات كمية للمخاطرة المترتبة من نشاط يأخذ أو لا يعين الاعتبار أدوات التلطيف، بحيث المدركات في هذا الجدول تعين البنك على تخصيص رأس المال الاقتصادي للحماية من هذا الصنف من المخاطر.

2-2- الخرائطية (Cartography): تحديد أصل الضعف ومكان التضرر ووصف الحالة حسب الوحدات المتنوعة للبنك أو بدلالة وظائفه التنظيمية أو وفق سلاسل العمليات، تمكن الإدارة على أساس الإحداثيات من مباشرة الأفعال الملائمة بعد ترتيب الأولويات، هذه العملية تعتمد بشكل جوهري على نتائج القياس ودلالة مؤشرات المخاطرة.

2-3 مؤشرات المخاطرة (Indicateurs of risk): هي إحصائيات و/أو مقاييس متنوعة، غالباً ما تكون ذات طبيعة مالية، والتي يمكن أن تعطي فكرة دقيقة حول تعرض البنك إلى المخاطرة. هذه المؤشرات يعاد النظر فيها دورياً (كل شهر أو كل فصل) لإنذار البنك بتغيرات حاملة لخسائر، من بينها مثلاً: عدد العمليات غير المنجزة، معدل دوران اليد العاملة، تكرار و/أو جسامه الأخطاء والسهو.

2-4- تقدير حجم المخاطرة (Quantification): تتبع بعض المؤسسات المصرفية هذه المقاربة لتقدير تعرضها إلى المخاطرة من خلال استخدام أدوات، مثل: السلاسل الزمنية حول الخسائر يمكن أن تزود بمعلومات نافعة لأجل تقييم التعرض وإعداد السياسة الكفيلة بقبول/التحكم/ التخفيف من هذه المخاطرة، وسيلة نافعة لاستغلال هذه المعلومات تتمثل في وضع إطار يسمح بمتابعة وتقييم خصائص حالات الخسارة (التكرار، الجسامه وجميع المعلومات وثيقة الصلة بالموضوع)، كذلك بعض المؤسسات تزوج بين بياناتها

---

(1) رحيم حسين وهوارى معراج، الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص322.

الداخلية حول الخسائر مع البيانات الخارجية لاستنباط العوامل المسببة للمخاطرة وتقييمها بعد تحليل مختلف السيناريوهات.

3- المتابعة: من أجل إدارة ديناميكية، يتعين تأسيس نظام متابعة منظم على دورات مكيفة مع تكرار وطبيعة التغيرات في المحيط العملياتي. يكشف ويجري تصحيح فوري للنقائص الموجودة في سياسات إجراءات وعمليات البنك. إضافة إلى تهيئة مؤشرات متقدمة للتنبه إلى المخاطر والبحث عن الأساليب الفنية لاكتشاف/ لتقدير المصادر المحتملة التي تدفع إلى تطور الخسائر أو وجودها.

4- السيطرة/ التخفيف من المخاطرة: من المعلوم أن الانشغال الذي فحواه الحيلة المناسبة لدرء المخاطر هو محور الإدارة السليمة، وأيضاً أنه كلما استثمر البنك في أنشطة جديدة أو طور أنشطة تقليدية كلما ارتفعت احتمالات تعرضه للمخاطر، بل أن البعض منها قد تلازمه خسارة ذات تكرار قليل لكنها جسيمة النتائج، فانطلاقاً من متابعة الميل وترصد تحركات المخاطر يتبنى البنك في إدارة مخاطره الإستراتيجية المناسبة التي تتخذ عادة وجهين: الوجه الأول التحكم بها عن طريق الاستحواذ أي حصرها في مستوى معين أو استئصالها بحذف النشاط أو عدم الخوض فيه؛ الثاني التخفيف (Attenuation) من آثارها نظراً لطبيعة المخاطرة (الكوارث الطبيعية غير قابلة للسيطرة مثلاً) أو التطلع إلى أهداف كامنة وراء نشاط لا يمكن الاستغناء عنه، من خلال أدوات مناسبة (الضمانات، المخصصات، أمن الأنظمة، تدريب الموارد البشرية، اتفاقيات المقاصة...)، ولا يخلي إدارة البنك من المسؤولية باستخدام هذه الأدوات موازاةً مع واجب الرعاية بنظام الرقابة الداخلية وتكريس وظيفة التدقيق الداخلي، خصوصاً على المحيط التشغيلي على غرار التركيب المحاسبي.

5- خطط النجدة: من تمام معالجة قضية المخاطر، وضع خطط القصد منها بعث استغلال أصول البنك واستئناف أنشطته حال التعطل أو العطب، ذلك أن ثمن التوقف نقيصة من الوقت وبالتالي من أرباح البنك، وأحياناً تتوقف قدرة البنك في اغتنام الفرص على القدرة في استعادة الأرشيف (الإلكتروني والمادي) واستقدام الخدمة العاطلة فوراً، وأبعد من هذا استحضار اليقظة بتكليف دوري للبرامج المعدة بغرض الاستمرار والاستئناف وتجنب الوقوع في حالة اضطراب في النشاط، حسب سيناريوهات معقولة.

## الفصل الرابع

### دراسة تطبيقية على نشأة وتطور النظام المصرفي الإلكتروني في السودان

المبحث الأول: نشأة وتطور النظام المصرفي في السودان.

المبحث الثاني: نشاطات تجربة الخدمات الإلكترونية في المصارف  
السودانية والتشريعات المنظمة لها.

المبحث الثالث: تقييم تجربة التقنية المصرفية في السودان.



## المبحث الأول

### نشأة وتطور النظام المصرفي في السودان

المطلب الأول : تعريف المصارف ونشأتها:

#### أولاً: تعريف المصرف

المصرف هو مؤسسة مالية تقدم مجموعة متنوعة وواسعة من الخدمات المالية، وخاصة الإقراض، والتوفير، والمدفوعات، كما توفر لأي منشأة أعمال مجموعة واسعة من الخدمات المالية اللازمة لها<sup>(1)</sup>، كما تعرف المصارف بأنها "منشآت تقبل النقود كودائع وتحترم طلبات مودعيها في سحبها وتمنح القروض أو تستثمر الودائع الزائدة"<sup>(2)</sup>.

والمصرف هو الموقع الآمن لادخار المال الفائض عن الحاجة فيه وعادة يدفع المصرف فوائد سنوية على أصل المال المدخر وفي حالة عدم تحريك المال المدخر لفترة حيث يتفق عليها ويمكن عندئذ أن تكون الفائدة مركبة.

وتقوم المصارف عادة بإقراض الناس المبالغ التي يحتاجون لها لقاء فائدة للمصرف، وهذا الأسلوب محرم في الإسلام، ويستعاض عنه في المصارف الإسلامية بالمشاركة ربحاً وخسارة في المشاريع مع الناس وتسمى هذه العملية بالمرابحة، وكذلك يمنح المصرف الإسلامي قروضا بلا فائدة تعاونية مع ضمان رهن سند أرض أو دار لحين سدادها.

وكذلك تقوم المصارف بأعمال مصرفية أخرى كثيرة مثل خصم السندات ووصولات القبض (الكمبيالات) لقاء عمولة معينة يتفق عليها، ومن الأعمال الأخرى تحويل وتصريف العملات من عملة إلى أخرى.

وكذلك يمكن تعريف المصرف أو البنك بالإنجليزية (Bank) بأنه مؤسسة تحصل على موافقة السلطات الحكومية، وذلك من أجل قبول الودائع المالية، ودفع قيمة الشيكات، وتقديم القروض المتنوعة للأفراد والمنشآت، والمشاركة كوسيط في المعاملات والخدمات المالية<sup>(3)</sup>، ويُعرّف البنك بأنه منظمة توفر للأشخاص والمؤسسات إمكانية استثمار المال

(1) جبر هشام، (2002). المدخل للعلوم المالية والمصرفية، منشورات بيت المقدس، ص90.

(2) للوزي سليمان أحمد، وآخرون، (1997). إدارة البنوك، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع الأردن، ص17.

(3) Bank " Business Dictionary retrieved K6-6-2017.edited 1.

فيها أو اقتراضه، أو التحويل بين العملات<sup>(1)</sup>، ومن التعريفات الأخرى للبنك أنه منشأة مالية تحمل رخصة قانونية تسمح لها بتقديم القروض المالية، واستلام الودائع، وتوفير خدمات الأموال، مثل صرف العملات، وإدارة الثروات، وتقديم صناديق الودائع المالية الآمنة<sup>(2)</sup>.

وكذلك يمكن تعريفها عالمياً بأنها وسائط مالية تقوم بدور التوسط المالي بين ذوي الفائض المالي (المدخرين) وذوي العجز المالي (المستثمرين) ومن خلال قيامها بهذه العملية بجانب تقديم الخدمات المالية الأخرى تحصل المصارف على الأرباح كهدف رئيس لها، وكما تساهم المصارف في تحقيق الأهداف الاقتصادية الكلية من خلال تنفيذها لسياسات البنك المركزي النقدية والتمويلية والرقابية<sup>(3)</sup>، يتكون هذا الفصل من ثلاثة مباحث المبحث الأول نشأة وتطور النظام المصرفي الإلكتروني في السودان، المبحث الثاني نشاطات تجربة الخدمات الإلكترونية في المصارف السودانية والتشريعات المنظمة لها والمبحث الثالث تقييم تجربة التقنية المصرفية في السودان.

### ثانياً نشأة المصارف:

تشير المصادر التاريخية إلى أن نشأة البنوك تعود إلى العصر البابلي، فترجع الآراء إلى أن أقدم بنك تاريخي أسس في مدينة سيبار بالقرب من نهر الفرات، ويوجد رأي آخر يشير إلى أن وجود البنوك يعود إلى العصر الإغريقي، إذ نشر الإغريق فن الصرافة الذي أخذته الرومان عنهم، وتزامن ظهور البنوك التجارية مع انتشار النقود الورقية، لذلك يُعدّ الشكل الأول لهذه البنوك محلات الصرافة التي كانت تتعامل بشراء وبيع العملات، وأسس أول بنك تجاري في عام 1517م بمدينة البندقية، ولاحقاً أسس بنك في مدينة أمستردام في عام 1609م، ومن ثم انتشرت البنوك في كافة دول العالم<sup>(4)</sup>. منذ القرن الثامن عشر للميلاد صار عدد البنوك يزداد بشكل تدريجي، وفي القرن التاسع عشر للميلاد مع ظهور الثورة الصناعية في أوروبا، أدى ذلك إلى دخولها في عصر الإنتاج الذي احتاج إلى

(1) Bank" Dictionary Cambridge retrievedK6-6-2017.edited 1.

(2) Bank" Investopedia retrievedK6-6-2017.edited 1"

(3) فاطمة أحمد الطيب، خلف الله أحمد محمد عربي، التنبؤ بمعيار CAEL باستخدام تحليل التمييز، دراسة حالة البنوك التجارية السودانية الفترة (2002-2009) منشوره على الموقع الإلكتروني، [www.alnoor.se/author.asp](http://www.alnoor.se/author.asp)

(4) شعبان فرج (2013-2014)، العمليات المصرفية وإدارة المخاطر، الجزائر: جامعة البويرة، ص7-8، على موقع: <http://mawdoo3.com>

الكثير من المال، فظهرت الحاجة إلى وجود بنوك تشبه الشركات المساهمة التي انتشرت أعمالها بشكل كبير، مما دفعها إلى افتتاح فروع لها، كما شهدت هذه الفترة ظهور بنوك متخصصة في الائتمانات الصناعية، والزراعية، والعقارية<sup>(1)</sup> خلال القرن العشرين للميلاد شهدت البنوك العديد من التحديات، فتميزت بالتطور وتجدد الأعمال الذي ظهر في العديد من المجالات الأساسية، مثل ظهور الابتكارات الحديثة في مجال التكنولوجيا، واستخدامها في تقديم الخدمات المصرفية، وتوفير منتجات حديثة مرتبطة مع التطورات في السوق المالي، والاعتماد على الوسائل الإلكترونية في تطوير طرق التداول المصرفي<sup>(2)</sup>.

### المطلب الثاني : مراحل تطور القطاع المصرفي في السودان

#### أولاً: المرحلة الأولى (1903 - 1959م):

يرجع تاريخ قيام القطاع المصرفي في السودان إلى أوائل القرن العشرين<sup>(3)</sup> عندما قامت بعض المصارف الأجنبية بفتح فروع لها، فتم فتح فرع للبنك الأهلي المصري عام 1903 وبنك باركليز في عام 1913 وقد عمل فرع البنك الأهلي المصري وكيلاً مالياً للحكومة ومقرض أخير للبنوك التجارية الأجنبية. ويمكن حصر أفرع المصارف الأجنبية خلال فترة الحكم الثنائي في الآتي:

- 1- بنك باركليز وأصله في إنجلترا.
- 2- البنك العثماني وأصله في إنجلترا.
- 3- بنك الكريدي ليونيه وأصله في فرنسا.
- 4- بنك مصر.
- 5- البنك العربي الأردني.
- 6- البنك الأثيوبي.

ويلاحظ أن هذه الفترة تتميز بوجود عدد من البنوك الأجنبية العاملة وبلغت في مجملها سبعة بنوك لديها 28 فرعاً منتشرة في مديريات السودان المختلفة، وكان همها الأكبر خدمة المستعمر الأجنبي. وبجانب هذه البنوك كان هنالك بنك تنموي واحد هو

(1) شعبان فرج (2013-2014)، المرجع السابق نفسه، ص10.

(2) شعبان فرج (2013-2014)، المرجع السابق نفسه، ص11.

(3) <http://www.tawtheegonline.com/vb/showthread.php?t=54476>

البنك الزراعي السوداني الذي أنشأ في عام 1957م ولديه أربعة فروع عاملة بالبلاد حتى عام 1959/12/31م<sup>(1)</sup>.

وعليه يصبح شكل الجهاز المصرفي بالسودان خلال الفترة (1903 - 1959م) كما هو موضح في الجدول (1-4):

#### جدول رقم (1-4)

#### هيكل الجهاز المصرفي خلال الفترة (1903-1959م)

| البنوك الأجنبية          |      | البنوك الحكومية             |
|--------------------------|------|-----------------------------|
| فرع البنك الأهلي المصري  | 1903 | 1957 البنك الزراعي السوداني |
| فرع باركليز دي سي        | 1913 |                             |
| فرع البنك العثماني       | 1949 |                             |
| فرع بنك مصر              | 1953 |                             |
| فرع الكردي ليويه الفرنسي | 1953 |                             |
| البنك العربي الأردني     | 1956 |                             |
| البنك التجاري الأثيوبي   | 1958 |                             |

المصدر: تاج الدين إبراهيم، خلفية تاريخية عن الجهاز المصرفي، مجلة اتحاد المصارف (1990-1994م) بحث غير منشور، ص 4.

ومع بداية الاستقلال السياسي<sup>(2)</sup> تم إنشاء بنك السودان في العام 1959م كبنك مركزي وصاحب هذه الفترة إنشاء البنك التجاري السوداني ثم بنكين تنمويين آخرين هما البنك الصناعي عام 1961م والعقاري عام 1967م بهدف توفير التمويل اللازم للقطاعات الإنتاجية التي أهملتها البنوك التجارية والأجنبية وعلى رأسها القطاع الزراعي. كما تم في مطلع الستينات إنشاء أول بنك تجاري سوداني بمساهمة من القطاع الخاص وقد أسهم البنك بدوره الفعال خلال عقد الستينات في دفع تطور العمل التجاري الوطني، كما تم خلال هذه الفترة أيضاً إنشاء ثلاثة فروع لبنوك أجنبية إضافية هي البنك العربي الأردني

(1) عواطف يوسف محمد علي وآخرون، مجلة اتحاد المصارف، دور بنك السودان في إدارة الجهاز المصرفي في الفترة (1960-1997م)، المعهد العالي للدراسات المصرفية والمالية، أمانة البحوث والتوثيق، 1998م، ص 13.

(2) تاج الدين إبراهيم حامد ومحمد عثمان أحمد محمد، (1997). تاريخ العمل المصرفي بالسودان للفترة من 1903-1996م، مجلة المصرفي، العدد الحادي عشر، ص 28.

والتجاري الأثيوبي وبنك ناشونال أند قريندليز بالإضافة إلى بنك النيلين الذي يعتبر أول بنك مشترك (أجنبي- محلي). ومثلت السيطرة الأجنبية على البنوك التجارية وتركيزها على تمويل التجارة الخارجية والسعي لتحقيق أرباح سريعة وتركيز البنوك وفروعها في المدن الكبيرة أبرز سمات القطاع المصرفي في ذلك الوقت مما تسبب في انعدام عدالة التوزيع للخدمات المصرفية في البلاد.

### ثانياً: المرحلة الثانية من 1960-1983م<sup>(1)</sup>:

بعد قيام بنك السودان في فبراير عام 1960 شهد الجهاز المصرفي توسعاً ملحوظاً في مجال البنوك التجارية والمتخصصة بالرغم من التحديات العظيمة التي أدت إلى تراجع أدائه بداية عقد السبعينات وتتمثل أهم عناصرها في الآتي:

- 1- إعادة هيكلة المصارف عن طريق التأميم والدمج غير المدروس وغير المرشد.
- 2- السياسات الاقتصادية الكلية غير السليمة وغير المستقرة والتي انعكست أثارها سلباً على الأوضاع المالية للمصارف.
- 3- السياسات الهيكلية غير المستقرة في مجالات التجارة الخارجية والداخلية والتي أثرت سلباً على أوضاع الحساب الخارجي للدولة وانعكست أثارها على أداء النظام المصرفي.
- 4- التذبذبات في أداء القطاع الزراعي والتي تشكل حوالي 48% من الناتج المحلي الإجمالي أثر سلباً على نشاط القطاع المصرفي وعلى أرباحه.
- 5- تراكم الديون المتعثرة بسبب إلزام الجهاز المصرفي القيام بتمويل أولويات محددة مما أدى إلى تعرض أصول المصارف في محفظة الديون إلى مخاطر جسيمة كما أدى إلى تدهور أرباحها.
- 6- البيئة القانونية التي كانت تحد من قدرة المصارف على تسهيل الأصول المرهونة.
- 7- صغر حجم المصارف لا يؤهلها للتعامل مع المصارف الخارجية.
- 8- ضعف الخبرة الفنية للكوادر الفنية وافتقار مجالس الإدارات إلى الكفاءة المطلوبة لتحقيق الرقابة الداخلية للمصارف والتخطيط للتنمية المصرفية.

(1) <http://www.tawtheegonline.com/vb/showthread.php?t=54476>

9- بطء تجاوب المصارف مع متطلبات التقنيات الحديثة.

وقد صدر قانون تأميم البنوك في مايو 1970 لتؤول ملكيتها للدولة كما تم تغيير أسماءها على النحو التالي:

أ/ بنك باركليز ويسمى بنك الدولة للتجارة الخارجية.

ب/ بنك ناشونال أند قراندليز ويسمى بنك أم درمان الوطني.

ج/ بنك مصر ويسمى بنك الشعب التعاوني.

د/ البنك العربي المحدود ويسمى بنك البحر الأحمر التجاري.

هـ/ البنك التجاري الأثيوبي ويسمى بنك جوبا التجاري.

وكان بنك كريدى ليونيه الفرنسي قد تحول إلى بنك النيلين خلال عقد الستينات بتحويل معظم أسهمه لرأس مال سوداني.

#### جدول رقم (4-2)

#### تأميم البنوك الأجنبية

| اسم البنك               | الاسم بعد التأميم (مايو 1970 م) |
|-------------------------|---------------------------------|
| بنك باركليز             | بنك التجارة الخارجية            |
| بنك ناشيونال أندقرندليز | بنك أم درمان الوطني             |
| البنك التجاري الأثيوبي  | بنك جوبا التجاري                |
| البنك العربي            | بنك البحر الأحمر                |
| بنك مصر                 | بنك الشعب التعاوني              |

المصدر: تاج الدين إبراهيم، خلفية تاريخية عن الجهاز المصرفي (1990-1994م) بحث غير منشور، ص5.

من خلال جدول رقم (4-2) يلاحظ أن عدد البنوك الأجنبية كانت خمسة تم تأميمها وتغير أسمائها.

هيكل الجهاز المصرفي في هذه الفترة كما هو موضح في جدول (4-3):

### جدول رقم (4-3)

#### هيكل الجهاز المصرفي حتى 1970

| البنوك المتخصصة             |      | البنوك التجارية          |
|-----------------------------|------|--------------------------|
| 1958 البنك الزراعي السوداني | 1960 | البنك التجاري السوداني   |
| 1961 البنك الصناعي السوداني | 1964 | بنك النيلين              |
| 1967 البنك العقاري السوداني | 1970 | بنك أم درمان الوطني      |
|                             | 1970 | بنك التجارة الخارجية     |
|                             | 1970 | بنك جوبا التجاري         |
|                             | 1970 | بنك البحر الأحمر التجاري |
|                             | 1970 | الشعب                    |

المصدر: بنك السودان، التقرير السنوي لعام 1970م، ص 173.

كما صدر قانون تنظيم عمل البنوك والادخار عام 1973م وتم بموجبه إنشاء بنك الادخار السوداني<sup>(1)</sup> لدفع وتطور العمل المصرفي في الريف السوداني وتشجيع وتحفيز صغار المدخرين وذلك بتوفير التمويل اللازم للقطاع الحرفي والصناعات الصغيرة والمنزلية.

إلا أن ما يؤخذ على هذا القانون أنه قد سلب بعضاً من صلاحيات بنك السودان الرقابية حيث تم بموجبه إنشاء مجلس البنوك والادخار والذي أوكلت إليه سلطة الرقابة والإشراف على أعمال البنوك التجارية.

وكذلك تم خلال هذه الفترة أيضاً دمج عدد من البنوك مثل بنك جوبا مع بنك أم درمان الوطني ليصبح بنك الوحدة ودمج بنك الشعب في بنك الخرطوم ودمج بنك البحر الأحمر في بنك النيلين وبنهاية هذه الفترة أصبح عدد البنوك التجارية المملوكة للدولة خمسة بنوك هما: الخرطوم، النيلين، الوحدة، التجاري السوداني والشعبي التعاوني<sup>(2)</sup>.

(1) علوية إبراهيم أحمد، (2010). نشأت وتطور القطاع المصرفي بالسودان، مجلة المصارف، العدد 31، أبريل 2010، ص 77.

(2) علوية إبراهيم أحمد، ص، 77

وقد تم تعطيل هذا القانون في نفس العام وتم إلغاء مجلس الادخار في أواخر العام نفسه لتعود صلاحيات الرقابة والإشراف للبنك المركزي مرة أخرى.

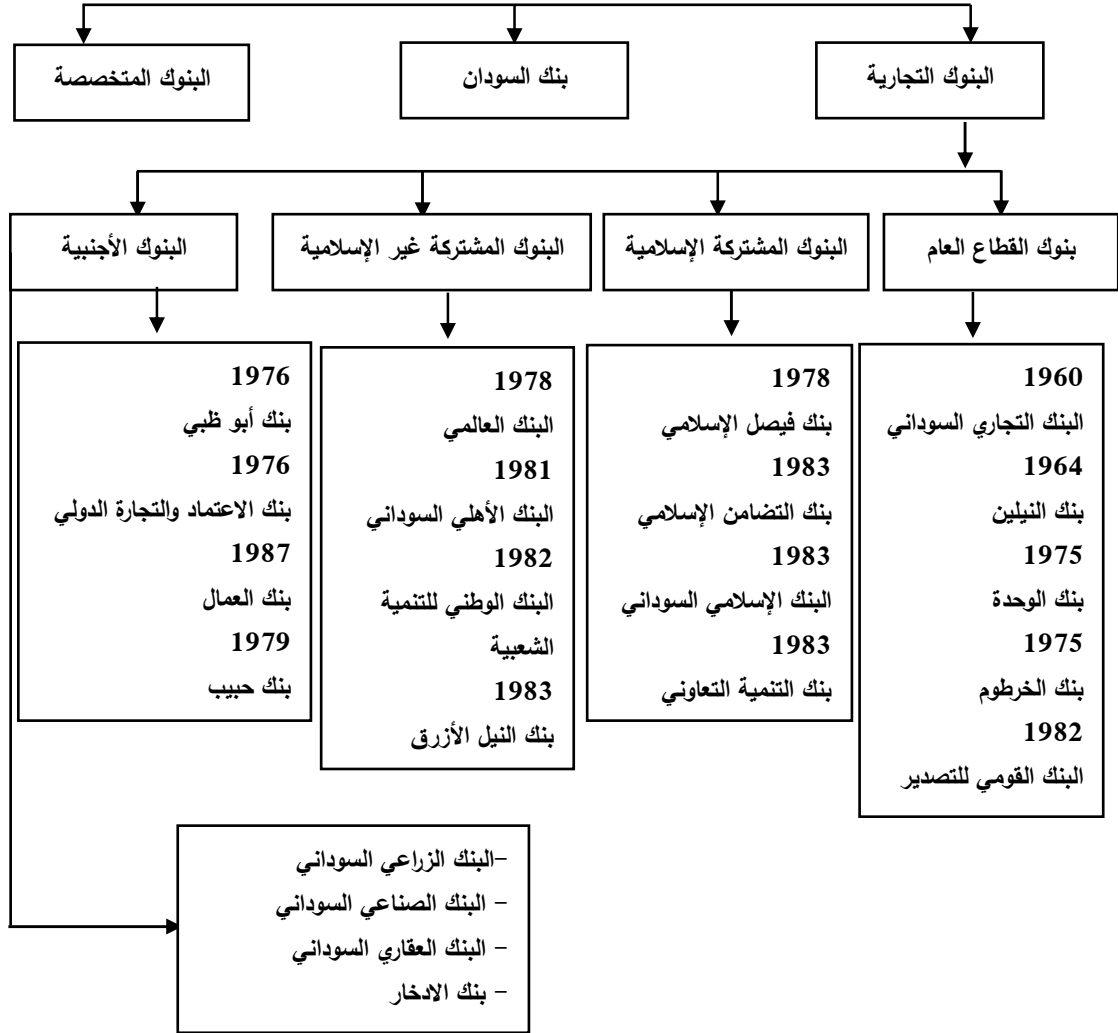
وفي أواخر السبعينات سادت سياسة الانفتاح الاقتصادي وصدر قانون تشجيع الاستثمار لسنة 1976م، وتم السماح بموجبه للبنوك الأجنبية بفتح فروع لها بالسودان شريطة أن يكون رأس المال المدفوع عشرة ملايين دولار. كما تم افتتاح العديد من المصارف الإسلامية (بنك فيصل الإسلامي السوداني 1977- التضامن الإسلامي 1983، الإسلامي السوداني 1982، التنمية التعاوني الإسلامي 1988، بنك الغرب الإسلامي (تنمية الصادرات حالياً) وبنك البركة السوداني في الفترة 1983-1984م.

وأصبح الجهاز المصرفي خلال هذه الفترة مزدوجاً تعمل فيه المصارف التقليدية جنباً إلى جنب مع المصارف الإسلامية، واستثنيت المصارف الإسلامية من تطبيق أدوات السياسة النقدية المبنية على سعر الفائدة بينما استمر بنك السودان في سياسته النقدية التقليدية تجاه المصارف التجارية الأخرى كما هو موضح في الشكل (4-1).



## شكل رقم (1-4)

### هيكل الجهاز المصرفي بالسودان حتى 1983م



المصدر: عواطف يوسف محمد على وآخرون، دور بنك السودان في إدارة الجهاز المصرفي في الفترة (1960-1997م)، المعهد العالي للدراسات المصرفية والمالية، أمانة البحوث والتوثيق، 1998م، ص 17.

### ثالثاً: المرحلة الثالثة الفترة من (1984-2010)<sup>(1)</sup>

ابتداءً من العام 1984 تم تعميم العمل المصرفي الإسلامي كما تم تكييف الجوانب واللوائح الإشرافية والرقابية لتنسق مع متطلبات النظام المصرفي الإسلامي.

وفي عام 1985م ترك الخيار للمصارف للعمل إما وفق العائد التعويضي أو الصيغ الإسلامية وزادت المصارف خلال هذه الفترة حيث أنشئت المصارف التالية :

(1) <http://www.tawtheegonline.com/vb/showthread.php?t=54476>.

(1) بنك البركة السوداني 1984.

(2) البنك الإسلامي لغرب السودان 1984 وقد تغير اسمه في عام 1994 إلى بنك الغرب الإسلامي.

(3) البنك السعودي السوداني 1986.

(4) بنك العمال الوطني 1988.

(5) بنك الشمال الإسلامي 1989.

إلا أن تعميق أسلمه المصارف السودانية قد تم في يونيو 1989م وتلي ذلك تكوين الهيئة العليا للرقابة الشرعية للجهاز المصرفي والمؤسسات المالية عام 1992 بهدف إلزام المصارف بالصيغ والمعاملات الإسلامية.

وتم تكوين الهيئة العليا للرقابة الشرعية بقرار إداري من وزير المالية والاقتصاد الوطني بتاريخ 1992/3/2 وتتكون عضوية الهيئة من مختصين في الشريعة الإسلامية والقانون والاقتصاد وذوى الخبرة من المصرفيين. وتوجد بها أمانة عامة متفرغة لأعمال الهيئة ، وتقوم بالإعداد للاجتماعات ومتابعة تنفيذ القرارات والاتصال بالمصارف والمؤسسات المالية بما فيها المصرف المركزي لطلب البيانات والمعلومات اللازمة في الموضوعات المعروضة على الهيئة وتتمثل أهم اختصاصات الهيئة في الآتي:

1- وضع نماذج العقود والاتفاقات لجميع معاملات المصرف المركزي والمصارف والمؤسسات المالية التي تمارس أعمالاً مصرفية.

2- التأكد من التزام الجهاز المصرفي بالشريعة الإسلامية في جميع معاملاته ودراسة المشاكل التي تواجهه وإبداء الرأي الشرعي فيها.

3- النظر في تظلمات المصارف من المصرف المركزي أو العكس وتظلمات المتعاملين مع المصارف التجارية والمتخصصة.

ولتحقيق هذه الأهداف والاختصاصات فقد منحت الهيئة السلطات والصلاحيات التالية:

أ/ سلطة الإطلاع على أي مستندات أو وثائق أو سجلات أو عقود أو مكاتبات تمكنها من أداء مهامها بالصورة المطلوبة.

ب/ سلطة تفتيش أعمال الجهاز المصرفي للتأكد من سلامة تطبيق الجوانب الشرعية في أعمالها والتأكد كذلك من أن المؤسسات تقوم بتنفيذ الفتاوى الصادرة من الهيئة.

ج/مراجعة عقود ودائع الاستثمار في النظام المصرفي للتأكد من مراعاتها مصالح المستثمرين والمساهمين في وقت واحد.

وقد تطور الجهاز المصرفي تطوراً ملحوظاً خلال عقد التسعينات بافتتاح عدد كبير من البنوك التجارية وفروعها في العاصمة والأقاليم وكذلك - إنشاء عدد من البنوك التي تنتمي لقائمة القطاع المشترك وهي مثل (بنك المزارع 1992م، بنك الصفا 1993م، بنك الثورة الحيوانية 1993م، بنك أم درمان الوطني 1993م، بنك أيفوري 1994م)، وكذلك تم في خلال هذه الفترة تغيير بعض أسماء البنوك مثل:

أ/ البنك الإسلامي لغرب السودان غير اسمه ليصبح بنك الغرب الإسلامي 1994م.

ب/ البنك العالمي تغيير اسمه ليصبح البنك السوداني الفرنسي 1992م.

ج/ بنك عمان المحدود تغيير اسمه ليصبح بنك المشرق 1992م.

د/ بنك الادخار تغيير اسمه ليصبح مصرف الادخار والتنمية الاجتماعية 1995م.

وكذلك إغلاق بعض البنوك مثل (بنك الاعتماد والتجارة الدولي 1991م وبنك الشرق الأوسط الذي تمت تصفيته في العام 1992م) ودمج بعض البنوك الحكومية القائمة في بعضها الآخر وتكوين مجموعتين هما: مجموعة بنك الخرطوم التي تكونت إثر دمج بن الوحدة والبنك القومي للتصدير والاستيراد في بنك الخرطوم، والأخرى مجموعة بنك النيلين للتنمية الصناعية والتي تكونت إثر دمج البنك الصناعي في بنك النيلين.

وإيقاف الترخيص للبنوك التجارية والسماح بالتصديق على إنشاء بنوك الاستثمار حيث تم إنشاء بنك القصارف للاستثمار (1) 1995م.

كما توسعت البنوك المتخصصة بافتتاح فروع كثيرة في عدد من الأقاليم. و افتتحت بعض البنوك فروعاً لها في بعض دول الخليج لخدمة المغتربين واستقطاب أموالهم كبنك النيلين الذي افتتح عدة فروع في أبو ظبي والمملكة العربية السعودية في جدة.

(1) عواطف وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 18-19.

ويبلغ عدد المصارف العاملة بالبلاد 26 مصرفاً بنهاية عام 2002م لديها 545 فرعاً. هذا وتنقسم المصارف حسب ملكية رأسمالها إلى ثلاث مجموعات:

- 1- مصارف القطاع العام وعددها خمسة مصارف وعدد فروعها 277 فرعاً.
  - 2- المصارف المشتركة وعددها 18 مصرفاً وعدد فروعها 268 فرعاً.
  - 3- فروع المصارف الأجنبية وعددها 3 فروع.
- كما يمكن تقسيمها من حيث طبيعة النشاط إلى:
- 1- البنوك التجارية : ويبلغ عددها 22 بنكاً.

2- البنوك المتخصصة وتشمل البنك الزراعي ومصرف الادخار والتنمية الاجتماعية.

3- البنوك الاستثمارية وتشمل بنك الاستثمار المالي وبنك القصارف للاستثمار وبالإضافة إلى هذه البنوك هناك أربعة بنوك تم الترخيص لها بمزاولة العمل المصرفي في عام 2005. وهي مصرف السلام وبنك الإمارات والبنك السوداني المصري وبنك المال وفي العام 2007 . بلغ عدد المصارف 32 مقارنة ب29 مصرفاً خلال العام 2006م منها 26 مصرفاً تجارياً و3 مصارف متخصصة كما انضم إلى قائمة المصارف العاملة بالبلاد خلال عامي 2006/2007م مصرف التنمية الصناعية ومصرف النيل التجاري ومصرف كينيا التجاري وبلغ عدد المصارف العاملة في السودان خلال العام 2008م 35 مصرفاً تنتشر فروعها في ولايات السودان المختلفة، حيث انضم لمنظومة المصارف العاملة في شمال السودان خلال العام 2008 كل من بنك الجزيرة وبنك الأسرة وبنك قطر إضافة إلى بنك بفلو في جنوب السودان.

بلغ عدد المصارف العاملة في السودان 39 مصرفاً في عام 2010م مقارنة مع 38 مصرفاً في العام 2009م ، حيث انضم لمنظومة المصارف العاملة بالبلاد خلال عامي 2009-2010م كل من البنك العربي السوداني في شمال السودان والبنك الأثيوبي وبنك أكويتي في جنوب السودان. بنك الجبال للتجارة والتنمية في جنوب السودان.

## رابعاً: المرحلة الرابعة خلال الفترة (2011-2016)<sup>(1)</sup>

في عام 2011م انخفض عدد المصارف 33 مصرفاً بدلاً من 39 مصرفاً في 2010م ويعزي ذلك إلى خروج منظومة من البنوك العاملة من النظام المصرفي نتيجة لانفصال الجنوب في يوليو 2011م وارتفع عدد المصارف إلى 35 مصرفاً بنهاية عام 2012م مقارنةً بعدد 33 مصرفاً بنهاية عام 2011م، حيث شهد عام 2012م دخول مصرفين أجنيين إلى القطاع المصرفي بالسودان هما البنك الأهلي المصري ومصرف أبو ظبي الإسلامي وارتفع كذلك عدد المصارف إلى 37 مصرفاً بنهاية عام 2013م مقارنةً بعدد 35 مصرفاً بنهاية عام 2012م، حيث شهد عام 2013م دخول مصرفين أيضاً هما مصرف قطر الإسلامي وبنك الرواد للتنمية والاستثمار وظل عدد المصارف 37 مصرفاً في 2014م كما هو الحال بنهاية عام 2013م، وظل عدد المصارف 37 مصرفاً كما هو الحال بنهاية عام 2014م، إلا أن ارتفع عدد المصارف المتخصصة من 5 مصارف بنهاية عام 2014م إلى 6 مصارف بنهاية عام 2015م نتيجة لتصنيف مصرف الرواد للتنمية والاستثمار كمصرف مشترك متخصص، وإعادة تصنيف مصرف أيفوري كمصرف تجاري أجنبي بدلاً عن مصرف تجاري مشترك، وظل إجمالي عدد المصارف العاملة 37 مصرفاً كما هو الحال بنهاية عام 2015م حيث انخفض عدد المصارف المتخصصة من 6 مصارف بنهاية عام 2015م إلى 5 مصارف بنهاية عام 2016م، بينما زاد عدد المصارف التجارية من 31 مصرف إلى 32 مصرف بنهاية عام 2016م، نتيجةً لتحول مصرف الرواد للتنمية والاستثمار من مصرف متخصص إلى مصرف تجاري تحت مسمى بنك الخليج وكذلك انخفض عدد المصارف الأجنبية من 8 مصارف في عام 2015م إلى 7 مصارف بنهاية عام 2016م نتيجة لتحول بنك أيفوري إلى بنك تجاري مشترك.

(1) بنك السودان المركزي، تقارير الأداء من (51 وحتى 56) للأعوام (2011 حتى 2016)

جدول رقم (4-4)

لائحة بالمصارف العاملة في السودان حتى 2016

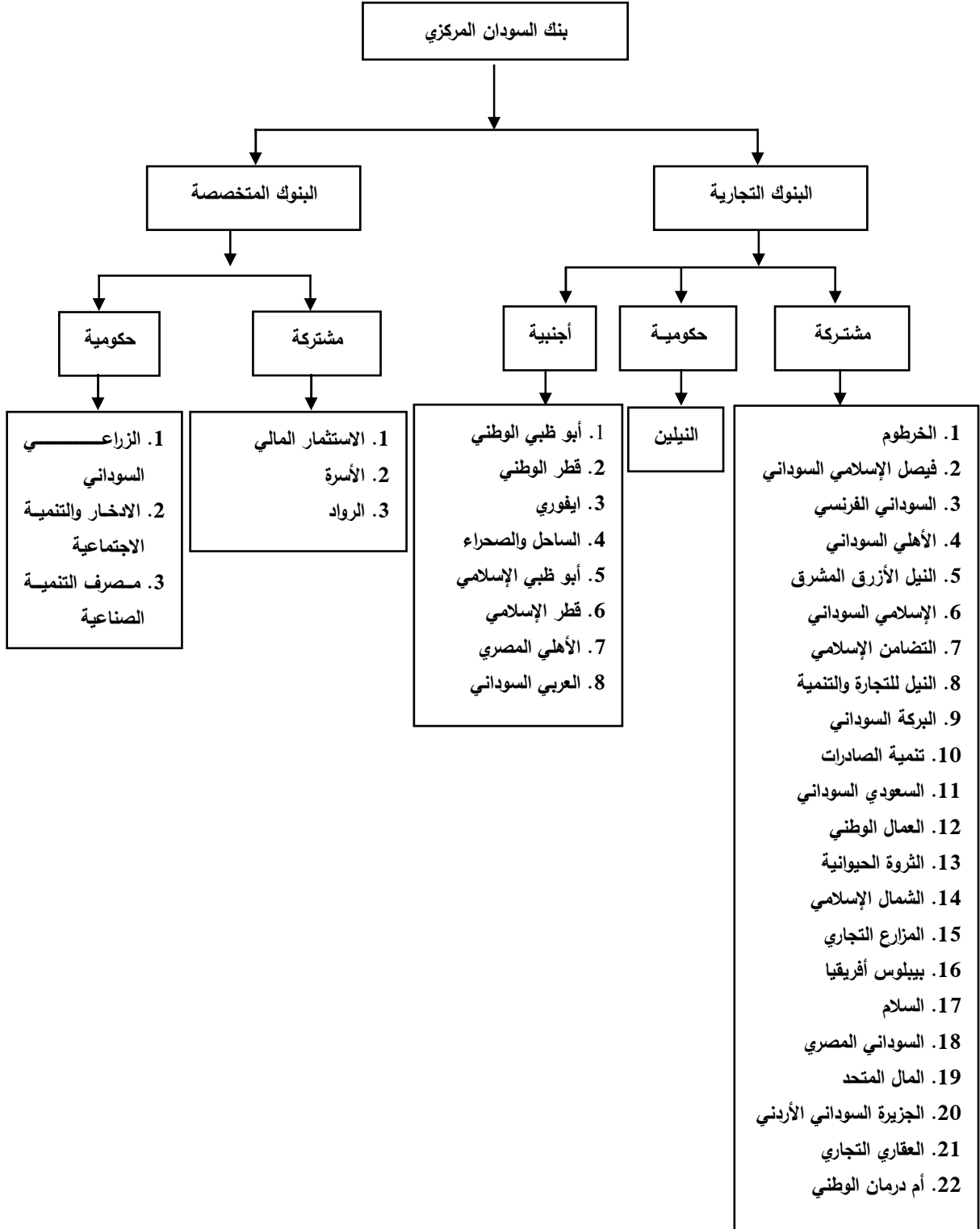
| البنوك المتخصصة                  |                               | البنوك التجارية                         |             |                              |
|----------------------------------|-------------------------------|---|-------------|------------------------------|
| حكومية                           | مشتركة                        | أجنبية                                  | حكومية      | مشتركة                       |
| البنك الزراعي السوداني           | بنك الأسرة                    | البنك العربي السوداني                   | بنك النيلين | بنك أم درمان الوطني          |
| مصرف الادخار والتنمية الاجتماعية | بنك الاستثمار المالي          | بنك أبو ظبي الوطني                      |             | بنك الخرطوم                  |
| مصرف التنمية الصناعية            | بنك الرواد للتنمية والاستثمار | البنك الأهلي المصري (الخرطوم)           |             | بنك فيصل الإسلامي السوداني   |
|                                  |                               | مصرف قطر الإسلامي                       |             | البنك السوداني الفرنسي       |
|                                  |                               | بنك قطر الوطني                          |             | مصرف المزارع التجاري         |
|                                  |                               | مصرف أبو ظبي الإسلامي                   |             | بنك البركة السوداني          |
|                                  |                               | مصرف الساحل والصحراء للاستثمار والتجارة |             | مصرف السلام                  |
|                                  |                               |   |             | بنك المال المتحد             |
|                                  |                               |   |             | بنك بيبيلوس أفريقيا          |
|                                  |                               |   |             | البنك الأهلي السوداني        |
|                                  |                               |   |             | البنك الإسلامي السوداني      |
|                                  |                               |   |             | البنك السعودي السوداني       |
|                                  |                               |   |             | البنك السوداني المصري        |
|                                  |                               |   |             | البنك العقاري التجاري        |
|                                  |                               |   |             | بنك التضامن الإسلامي         |
|                                  |                               |   |             | بنك الثروة الحيوانية         |
|                                  |                               |   |             | بنك الجزيرة السوداني الأردني |

| البنوك المتخصصة |        | البنوك التجارية |        |                               |
|-----------------|--------|-----------------|--------|-------------------------------|
| حكومية          | مشتركة | أجنبية          | حكومية | مشتركة                        |
|                 |        |                 |        | بنك الشمال الإسلامي           |
|                 |        |                 |        | بنك العمال الوطني             |
|                 |        |                 |        | بنك النيل الأزرق<br>المشرق    |
|                 |        |                 |        | بنك النيل للتجارة<br>والتنمية |
|                 |        |                 |        | بنك تنمية الصادرات            |

المصدر : مجلة اتحاد المصارف العربية، العدد 437

شكل رقم (4-2)

هيكل الجهاز المصرفي بالسودان حتى 2016م



من إعداد الباحث بالاعتماد على مجلة اتحاد المصارف العربية، العدد 437 وعلى بيانات تقارير الأداء لبنك السودان للأعوام 2008 إلى 2016



ومما سبق يمكن القول بأن أهم خصائص القطاع المصرفي السوداني تتلخص في

الآتي:

- يتكون من تركيبة معقدة من المصارف التجارية والمتخصصة ومصارف الاستثمار ومؤسسات مالية غير مصرفية وصناديق استثمار عامة ومتخصصة.
- اختلاف طبيعة الملكية من مصرف لآخر منها الحكومي ومنها المملوك للقطاع الخاص المحلي ومنها المشترك بين الحكومة والقطاع الخاص وبين القطاعين الخاص المحلي والأجنبي ومنها فروع البنوك الأجنبية.
- له إرث تاريخي عميق حيث بدأ كفروع لبنوك أجنبية ثم تلى ذلك عمليات التأميم و ثم عمليات الدمج.
- له إرث تاريخي عميق حيث بدأ كفروع لبنوك أجنبية ، ثم تلى ذلك عمليات التأميم ثم عمليات الدمج .
- ظل كل القطاع المصرفي يعمل بالنظام التقليدي وفي السبعينات قامت بعض البنوك على الأساس الإسلامي.

## المبحث الثاني

### نشاطات تجربة الخدمات المصرفية الإلكترونية في المصارف السودانية

لم يكن السودان بمعزل عن العالم وقد شهد هو الآخر تطور كبير في مجال تقنية الاتصالات والمعلومات مستفيداً من التطورات العالمية في هذا المجال، وقد ساهم هذا التطور في قطاع الاتصالات والمعلومات، في أن تتبنى وتقتحم البنوك السودانية مجال التقنية المصرفية والاستثمار فيها مستفيدة من هذه الطفرة لكي تواكب التطورات التقنية والمصرفية العالمية وتقديم خدمات إلكترونية لعملائها، تضمن بها الولاء وتعزز بها أرباحها بجلب مزيد من العملاء.

#### المطلب الأول: تطور التقنية المصرفية في السودان:

شهد قطاع الاتصالات والمعلومات تطور كبير في النصف الأول من التسعينات في القرن الماضي، إلا أن معظم البنوك السودانية قبل عام 2000م كانت تعمل كوحدات منفصلة لا يوجد وسيط بين رئاساتها وفروعها واعتمد التراسل بين الفروع على الربط الصوتي باستخدام وسائل عامة (كالراديو فون والتلفون والفاكس) وهي وسائل ذات تكلفة عالية تفتقد الأمان والسرية المطلوبة لحماية البيانات المرسلة.

أما خدمة المراسلات المالية مع المراسلين في مختلف أنحاء العالم فكانت تتم بواسطة التلكس والفاكس مع استخدام طرق تشفير مبسطة تحتاج لكثير من الوقت لإتمامها<sup>(1)</sup>، ولافتقار معظم المصارف لشبكات تراسل البيانات المصرفية فقد انعدمت نظم الدفع الإلكتروني في البلاد وساد التعامل النقدي في معظم المعاملات.

وفي إطار مساعي البنك المركزي لتطوير الجهاز المصرفي فقد أقر برنامجاً استراتيجياً للنهوض بالجهاز المصرفي تقنياً وتحول المصارف السودانية لاستخدام التقنية المصرفية بالسرعة المطلوبة لمواكبة التطور العالمي في هذا المجال، وقد اشتملت السياسة

---

(1) فتح الرحمن صالح جاويش، مسيرة تطوير التقنية المصرفية وحاضرها في السودان، ورقة قدمت في البيويل الذهبي لبنك السودان المركزي، قاعة الصداقة 2010، ص2.

المصرفية الشاملة للجهاز المصرفي 1999-2002م على وجهات تطوير التقنية المصرفية بالمصارف على النحو التالي<sup>(1)</sup>:

- 1/ اعتبار تقنية العمل المصرفي في جميع المصارف جزءاً أصيلاً من برنامج رقابة بنك السودان ومتطلبات توفيق الأوضاع بكل المصارف .
- 2/ البدء في إدخال الشبكات الممغنطة واستكمال شبكات الحاسوب في العمليات المصرفية في جميع فروع المصارف في ولاية الخرطوم كمرحلة أولى لتعمم على كل الفروع بنهاية البرنامج.
- 3/ ربط بنك السودان برئاسات المصارف التجارية عن طريق شبكات الحاسوب.
- 4/ ربط المصارف التجارية بشبكات اتصال إلكترونية مصرفية نظام سويفت بغية تقديم خدمات أفضل وأسرع لعملائها . وتمويل مشروعات التقنية المصرفية.
- 5/ تدريب وتأهيل العاملين بالقطاع المصرفي لاستخدام وسائل التقنية المصرفية.
- 6/ مواكبة الطفرة التقنية العالمية باعتماد أحدث الوسائل والنظم.
- 7/ ربط القطاع المصرفي السوداني بالعالم الخارجي إلكترونياً.
- 8/ دفع الجمهور نحو استخدام وسائل الصيرفة والدفع الحديثة.
- 9/ تحفيز المصارف للتطوير التقني.
- 10/ إنشاء البنك المركزي بالتنسيق مع اتحاد المصارف السوداني لشركة الخدمات المصرفية الإلكترونية لتأسيس البنية التحتية للإلكترونية في يوليو 1999م.
- 11/ اعتماد نظام إلكتروني للرواجع المصرفية.
- 12/ إنشاء مركز خدمة موحد لربط المصارف بشبكة سويفت العالمية للتحويلات الإلكترونية بين المصارف 2000م.
- 13/ تركيب نظام المحول القومي للقيود شبكة الصرافات الآلية ونقاط البيع سودابان 2005م.
- 14/ تركيب نظام المقاصة الإلكترونية المعتمد على صور الشبكات 2006م.

---

(1) الإدارة العامة للسياسات والبحوث والإحصاء، أثر التقنية على الصناعة المصرفية في السودان خلال الفترة 2003-1999م، الخرطوم: بنك السودان، 2004، ص ص 17-18.

15/ ربط المصارف السودانية بشبكة سويفت العالمية (Swift) وهي جمعية تضم في عضويتها أكثر من 800 مصرف عالمي موزعة على كافة أنحاء العالم وتستخدم وسائل الاتصالات الحديثة بطريقة آمنة لنقل المراسلات المالية بين المصارف المحلية والمراسلين في كافة أنحاء العالم<sup>(1)</sup>. وتم تقديم هذه الخدمة للمصارف السودانية عن طريق إنشاء مركز خدمة موحد تشترك فيه جميع المصارف بدلاً عن اشتراكها في الخدمة منفردة مما قلل كثيراً من الوقت والجهد والتكلفة وساعد في تقديم خدمات الدعم والصيانة والتدريب لهذه المصارف.

### محول القيود القومي:

هو نظام إلكتروني يربط أطراف متعددة مثل شبكة الصراف الآلي وشبكة نقاط البيع والمصارف المصدرة لبطاقات الدفع لإتاحة خدمة الدفع الإلكتروني لجمهور عملاء المصارف. وبدأ العمل به في فبراير 2006م وتم ربط المحول مع محولات إقليمية خارج السودان في العام 2007 م .

والخدمات المقدمة عبر محول القيود القومي هي<sup>(2)</sup>:

- سحب النقود من أجهزة الصراف الآلي.
- سداد قيمة المشتريات عبر أجهزة نقاط البيع التي توجد في المحال التجارية والمؤسسات.
- خدمة سداد الفواتير عبر الصرافات الآلية.
- الاستعلام عن الأرصدة عبر أجهزة الصراف الآلي.
- التحويل من حساب لحساب داخل المصرف الواحد.
- طباعة كشف حساب مصغر.
- شحن أرصدة الهواتف المدفوعة القيمة مقدماً.
- تحويل الأموال عبر الصرافات الآلية لغير حملة البطاقات.
- تغيير الرقم السري عبر الصرافات الآلية.

(1) فتح الرحمن صالح جاويش، مرجع سبق ذكره، ص3.

(2) فتح الرحمن صالح جاويش، مرجع سبق ذكره، ص4.

## الانترنت المصرفي: (1)

وهو عبارة عن خدمة مصرفية على الإنترنت تقدم بواسطة البنوك لتمكين العميل من الدخول الأمن لحسابه البنكي عبر الإنترنت من أي مكان في العالم. ومن مزاياه :

### مزايا الإنترنت المصرفي :

- النظام مصمم على مستوى عالي من الحماية مما يضمن الأمان والسرية باستخدام.
- إمكانية المراقبة المستمرة للعمليات التي تتم خلال الخدمة.
- التصميم التقني للخدمة التي يمكن تشغيلها على مختلف متصفحات الإنترنت.
- يمكن استخدام الإنترنت المصرفي من الموبايل.

### الخدمات المتاحة :

- عرض الرصيد الحالي للحساب المصرفي.
- كشف حساب لفترة محددة.
- عرض البطاقات المربوطة بالحساب.
- تغيير حالة البطاقة - غير نشطة - مسروقة.
- عرض فعاليات البطاقة.
- تغيير الرقم السري للبطاقة.
- عرض سجل جميع المعاملات التي تعتبر الحساب المصرفي.
- الاشتراك في خدمة الرسائل القصيرة.
- عرض أسعار العملات.
- تغذية رصيد الهاتف + سداد فاتورة الهاتف.

## غرفة المقاصة الإلكترونية ديسمبر 2006 ECH:

في غرفة المقاصة التقليدية القائمة على تبادل الأوراق يلتقي المصرفيون في موقع مركزي لتبادل أو تقاضى الشيكات ومن ثم أتى مصطلح غرفة المقاصة clearinghouse وفي غرفة المقاصة الإلكترونية ECH يتم تبادل صور أو شرائط الكمبيوتر (2).

---

(1) سراج الدين عثمان مصطفى، دور البنوك المركزية واتحادات البنوك في تحسين الشمول المالي، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر منتدى (الشمول المالي التوجه الاستراتيجي للاستقرار المالي والاجتماعي) 23-25 فبراير 2015م.

(2) رحيم حسين، هواري العراج، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية.

وتوجه عمليات غرفة المقاصة الإلكترونية إلى المؤسسات ذات الاتصال المباشر أو معالجي البيانات ولأن ECHS ذات كفاءة عالية في تسجيل المعاملات التجارية التي تحدث مثل المدفوعات أو الإيداعات السابقة الترخيص فإن هنالك استفادة اقتصادية متدرجة تنشأ من خفض تكلفة المعاملات لأن التكاليف الثابتة الكبيرة سوف توزع على حجم كبير من المعاملات التجارية ولذلك تتخفض تكلفة الوحدة الواحدة.

### **التسويات الإجمالية الفورية RTGS Real Time Gross Settlement:**

وهو نظام يستهدف العمليات بين المصارف التجارية (خاصة المدفوعات الكبيرة) من خلال التأثير المباشر والفوري على حساباتها الجارية لدى البنك المركزي وبالتالي فإن تسوية العملية Transaction تتم فوراً دون انتظار لنهاية يوم العمل كما في نظام التسوية بالصفافي Net settlement المستخدم حالياً وبالتالي يقلل من مخاطر التحصيل ويلقي على المصارف عبء كبير في كيفية إدارة السيولة بكفاءة.

### **أدوات الدفع الإلكتروني<sup>(1)</sup>:**

#### **بطاقة الخصم المباشر:**

هي بطاقة صراف إلى تصدرها البنوك لعملائها لإدارة حساباتهم المصرفية. ويمكن استخدامها للاستفادة من جميع خدمات الدفع الإلكترونية المقدمة من خلال قنوات الدفع المختلفة في جميع المعاملات النقدية التي تقدمها EBS ويمكن استخدامها بدلاً من النقود عند الشراء، أو السحب النقدي من أجهزة الصراف الآلي، الخ.

#### **بطاقة الكاش كارو:**

هو نوع جديد من بطاقات الدفع الآجل للعملاء الذين لا يملكون حسابات بنكية. يمكن استخدامها للاحتفاظ بأي مبلغ من المال، ويمكن استخدامها في جميع المعاملات النقدية التي تقدمها قنوات الدفع المختلفة مثل أجهزة الصراف الآلي ونقاط البيع، والرسائل القصيرة، التجارة الإلكترونية.. الخ.

### **قنوات الدفع الإلكتروني:**

يعتبر بداية الدفع الإلكتروني عام 1999م وتقوم شركة الخدمات المصرفية بإدارة أكثر من ألف صراف إلى منتشرة في أنحاء السودان وأكثر من مليونين وخمسمائة بطاقة

---

(1) منشورات شركة الخدمات المصرفية لالكترونية على موقع الشركة الالكتروني.

كاش كارد ولديها أكثر من 37 شركة مقدم خدمة من شركات القطاع الخاص و10350 نقطة بيع تم اعتمادها من بنك السودان المركزي. وكونها مركزاً للدفع الإلكتروني المركزي في السودان، توفر EBS قوي النظم الإيكولوجية الدفع الإلكتروني وتوفير مجموعة متنوعة من خدمات الدفع المالية والإلكترونية من خلال قنوات مختلفة :

- خدمات الصراف الآلي.
- خدمات نقاط البيع.
- خدمات الرسائل القصيرة.

#### **خدمة التجارة الإلكترونية:**

هي إحدى خدمات المحول القومي التي تمكن الأفراد والشركات والمؤسسات والجهات الحكومية لتقديم خدماتها ومنتجاتها على الإنترنت، وجمع الأموال إلكترونياً من خلال الدفع عبر البطاقة المصرفية.

تهدف التجارة الإلكترونية للحد من التعاملات النقدية، من خلال التشجيع على أنظمة العمل الإلكترونية لزيادة كفاءة الخدمات المقدمة وخفضاً للتكاليف في توزيع الخدمات العامة بسعر منخفض وأكثر كفاءة، وتوفير الوقت والجهد في تقديم الخدمات والمنتجات.

#### **خدمات الحكومة الإلكترونية:**

تعتبر شركة الخدمات المصرفية الإلكترونية مركزاً للخدمات الحكومية الإلكترونية. يهدف هذا المشروع إلى الانتقال من الطريقة التقليدية في الجمع للجمع الآلي، من خلال نظام إيرادات متطور يحقق رقابة فعالة على الرسوم الحكومية. توفر شركة الخدمات المصرفية الإلكترونية كافة الأجهزة والبرامج التي تكفل أمن وسرية البيانات المتعلقة بالمعاملات المالية للمستخدم وفقاً للقوانين المحلية والمعايير الدولية.

#### **خدمة دعم قنوات الدفع المتعددة:**

عبارة عن أحد حلول الدفع الإلكتروني التي تتيح الخدمات المالية عبر استخدام تطبيقات الهاتف، تطبيقات الحاسوب، نقاط البيع، USSD عبر شركات الاتصالات ، يوجد نوعان من قنوات الدفع المتعددة:

- قنوات الدفع المتعددة لمقدمين الخدمات (Merchant) حيث تتيح الخدمات المالية للشركات مقدمة خدمات الدفع الإلكتروني، الوكلاء والتجار.
- قنوات الدفع المتعددة للمستخدمين (Consumer) حيث تتيح الخدمات المالية، للمستخدم مباشرة من غير وسيط.

### خدمة الدفع عبر الهاتف الجوال<sup>(1)</sup>:

نظام الدفع عبر الهاتف الجوال هو استخدام الأجهزة النقالة لإجراء المعاملات المالية، حيث يتم حفظ النقود في حساب إلكتروني مربوط برقم الهاتف الجوال، وهو متاح لكل شخص يحمل شريحة هاتف جوال حيث يمكنه الحصول على الخدمة فقط بالتسجيل من خلال أي من أنواع الهواتف المختلفة الذكية والعادية دون الحاجة لتوفر شبكة الإنترنت.

نظام الدفع عبر الهاتف الجوال نظام قومي مملوك لبنك السودان المركزي، حيث يتم إدارة أرصدة العملاء والمعاملات التي تؤثر على هذه الأرصدة مركزياً، حيث يسعى البنك المركزي من خلال إطلاق هذه الخدمة إلى جلب الكتلة النقدية لداخل القطاع المصرفي، الأمر الذي يؤدي إلى تنمية الاقتصاد الوطني وتحقيق الشمول المالي والذي سيكون له كبير الأثر في زيادة الاستثمارات في البلاد، كما تهدف الخدمة إلى رفع العبء عن المواطن الذي ظل لسنوات طويلة يستخدم أرصدة الهاتف الجوال في تحويل الأموال كبديل للتحويل النقدي متحملاً تبعاته من مخاطر.

### المحفظة الإلكترونية الافتراضية:

بطاقة افتراضية ترتبط برقم الهاتف الجوال من خلال إرسال رمز مختصر (USSD) للشركة المقدمة للخدمة ويتم عرض قائمة تحتوي على الخدمات المتوفرة عبر الهاتف، الخدمة تتيح إجراء كافة المعاملات المصرفية من خلال الهاتف.

#### العمليات التي يمكن إجراؤها عند الاشتراك في الخدمة:

- السحب أو الإيداع في الحساب الافتراض.
- شراء الكهرباء، دفع الفواتير، شراء الرصيد.
- الاستعلام عن الرصيد والمعاملات المالية.
- التحويل المالي للمشاركين في الخدمة.

(1) منشورات شركة الخدمات المصرفية الإلكترونية على موقع الشركة الإلكتروني.



### مميزات خدمة المحفظة الإلكترونية الافتراضية:

- توفير الوقت والجهد والتكلف.
- سهولة الاشتراك في الخدمة.
- خدمة سهلة وسريعة وآمنة.
- التمكن من معرفة جميع المعاملات التي تم إجراؤها.

### حساب المحفظة الإلكترونية الافتراضي:

هو حساب افتراضي يتم إنشائه من خلال الاتصال بالرموز المختصرة (USSD) الخاصة بشركات الاتصالات المقدمة للخدمة.

### الأطراف المشاركة في تقديم الخدمة:

تتمثل الأطراف المشاركة في الخدمة: (الدولة، البنك المركزي، البنوك، شركات الاتصالات، الهيئة القومية للاتصالات، القطاع الخاص، والوكلاء).

**المطلب الثاني: دور بنك السودان المركزي في تطوير التقنية المصرفية الإلكترونية:**

### أولاً: مراحل تطور التقنية المصرفية الإلكترونية في بنك السودان :

مرت عملية إدخال التقنية بالبنك المركزي بعدة مراحل أهمها المراحل التي تلت منتصف التسعينيات ويمكن تلخيص هذه المراحل فيما يلي<sup>(1)</sup>:

1/ مرحلة ماكينات تنقيب الكروت.

2/ مرحلة إدخال نظام تنقيب الكروت في عام 1969 بإدارة البحوث للعمل بقسم الصادر والوارد وميزان المدفوعات تم كتحجربة بإدارة الحسابات والمرتببات وقد انتهى العمل بهذا النظام في العام 1983 م.

3/ مرحلة إدخال ماكينات NCR 31/32. أدخل نظام هذه الماكينات ما بين العامين 1983-1984 والعمل بهما شبيهه بماكينات الطباعة.

4/ أجهزة الحاسوب NCR 8140 : أول جهاز حاسوب شخصي من شركة Peat Marwick الإنجليزية في عام 1985م.

---

(1) سلسلة بحثية تصدرها الإدارة العامة للبحوث والإحصاء، بنك السودان المركزي، إصدار رقم 6، فبراير، 2004.

تم توفيره الأجهزة لقسم التجارة الخارجية بإدارة البحوث ثم انتقلت الأجهزة لقسم الجدولة ثم إدخال الأجهزة في أقسام المرتبات والقروض الأجنبية والرقابة على المصارف في الفترة من العام 1987م-1991م.

5/ إدخال نظام الحاسوب بالعمل المصرفي: تم إدخال نظام الحاسوب لأول مرة في العمل المصرفي في عام 1986 بالفرع الرئيس باستخدام جهاز حاسوب من نوع Main Frame NCR 9020 وكان إدخال البيانات يتم عن طريق عدد محدود من الأجهزة الطرفية موصله عن طريق شبكي.

6/ تحويل بيئة عمل النظام المصرفي إلى أجهزة الحاسوب الشخصي: تم تحويل بيئة عمل النظام المصرفي إلى أجهزة الحاسوب الشخصي في عام 1994م وتم استخدام أجهزة حاسوب 486، أرتفع عدد الأجهزة الطرفية إلى 16 جهاز .

تم عمل شبكتي حاسوب بعد فصل الفرع الرئيس عن رئاسة البنك في عام 1996م وفي عام 1997م تم إدخال النظام المصرفي لعدد أربعة فروع هي مدني، بورتسودان، القصارف ثم الأبيض أيضاً تم إدخال أجهزة الحاسوب في أعمال الطباعة والسكرتارية ونظام الأرشيف الإلكتروني في عام 1997م. تم تطوير بعض الأنظمة للإدارات المختلفة حيث تم في الفترة من 1994م-1998م إدخال خدمة الإنترنت لعدد كبير من من العاملين على النظام والتطبيقات المختلفة.

6/ مشروع شبكة بنك السودان: في أواخر العام 1998م كان قيام مشروع شبكة بنك السودان المركزي وترفيغ قسم الحاسوب إلى إدارة وفي العام 1999م تم تنفيذ أول شبكة حاسوب بطريقة علمية مع إدخال تقنية الألياف الضوئية ومن ثم إدخال تطبيقات البريد الإلكتروني والأرشيف الإلكتروني بجانب نظام التوقيعات<sup>(1)</sup>.

7/ إنشاء الإدارة العامة للتقنية المصرفية: قام بنك السودان المركزي بإنشاء الإدارة العامة للتقنية المصرفية في أبريل من العام 2000م وأوكلت إليها المهام الآتية:

- تطوير نظم الحاسوب التي يحتاج إليها بنك السودان المركزي.

---

(1) إدارة التقنية المصرفية - بنك السودان المركزي، (2009)، انظر: مصطفى الجزولي محمد، أثر الصيرفة الإلكترونية في المصارف السودانية في ظل تحرير الخدمات المصرفية، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في الدراسات المصرفية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2012، ص48.

- تنفيذ شبكات الحاسوب التي تربط رئاسة وفروع بنك السودان.
- المساهمة في وضع الخطط الخاصة بالتقنية المصرفية وتنفيذ مشروعاتها على القطاع المصرفي.
- وضع المعايير الفنية للأنظمة التقنية بالقطاع المصرفي.
- العمل على تأهيل كادر تقني وطني له القدرة على إدارة المشروعات المنفذة وتأمين التطوير المستقبلي لها.
- المساهمة في تطوير الكوادر المصرفية لتتمكن من استيعاب التقنية.
- تتكون الإدارة العامة للتقنية المصرفية من إدارتين متخصصتين هما إدارة الحاسوب التي تعني بتطوير أنظمة البنك الداخلية وإدارة التقنية المصرفية التي تعني بتطوير الأنظمة المطلوبة على مستوى القطاع المصرفي<sup>(1)</sup>.

#### **ثانياً : مشروعات أنظمة الدفع القومية :**

##### **1/ دور البنوك المركزية في أنظمة الدفع :**

بما أن أنظمة الدفع والتسوية تربط بين الوظيفتين الأساسيتين وهما الاستقرار المالي من خلال الرقابة المصرفية، والاستقرار النقدي من خلال السياسة النقدية، لذا فهي معنية بكفاءة وسلامة هذه الأنظمة من خلال دور هذه السلطات في التشغيل والإشراف، وكستخدم كذلك لنظم الدفع، مثل عمليات السوق المفتوحة والسندات الحكومية أو لإنجاز عمليات الدفع الأخرى، كما أن هناك دورين لا يقلان أهمية لأنظمة الدفع وهما: كمشغل للنظام وذلك من خلال تسوية المدفوعات للمؤسسات المالية والمصرفية المشاركة، كما يشمل هذا الدور، تقييم البنية التحتية اللازمة لهذه الأنظمة مثل الأجهزة والبرمجيات وإنشاء الشبكات، والدور الثاني هو دور المشرف والمراقب لهذه الأنظمة، والذي يشمل وضع القواعد والمعايير التي تحكم عمل هذه الأنظمة، والحفاظ على سلامة ونزاهة العمليات.

##### **2/ إدارة نظم الدفع والتقنية المصرفية ببنك السودان المركزي :**

أنشئت الإدارة في عام 2000م كجزء من الإدارة العامة للتقنية المصرفية، ثم ألحقت بالإدارة العامة للرقابة المصرفية في عام 2005م، وذلك لما لها من دور رقابي، وتم تحويل

(1) المصدر السابق نفسه.

المشروعات لشركة الخدمات المصرفية الإلكترونية، ثم تم تحويلها لإدارة عامة في عام 2006م، وأصبحت الإدارة العامة لنظم الدفع والتقنية المصرفية.

### 3/ مهام الإدارة العامة لنظم الدفع:

- أ/ إدخال وتطوير التقنية في القطاع المصرفي.
- ب/ تنفيذ المشروعات القومية بغية الوصول لمنظومة الدفع القومي، وقد تم تنفيذ عدد من المشروعات منها:
- وضع إستراتيجية إدخال التقنية بالقطاع المصرفي (دراسة آفاق التقنية).
  - إنشاء شبكة سويفت للتحويلات الخارجية تنفيذ وإدارة شركة الخدمات المصرفية الإلكترونية.
  - إنشاء الشبكة المصرفية تنفيذ وإدارة شركة الخدمات المصرفية الإلكترونية.
  - إصدار معايير الشيكات الممغنطة ومتابعة تنفيذها.
  - إصدار معايير النظم المصرفية الأساسية ومتابعة تنفيذها.

### 4/ منهج إدارة تنفيذ المشروعات:

- \* إدارة تنفيذ المشروعات وتتمثل في: تحقيق الإدارة الجماعية للمشروعات عن طريق هيئة المشاركين، وتشمل بنك السودان، المصارف التجارية، إتحاد المصارف، وشركة الخدمات المصرفية الإلكترونية. وتكوين وتفعيل لجان إشرافية متخصصة حسب محاور التنفيذ المختلفة.
- \* إدارة مراكز الخدمة: الإسناد الخارجي للمشروعات من حيث التنفيذ والتشغيل كشركة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

### 5/ هيئة المشاركين واللجان

الإشرافية: تشمل هيئة المشاركين في مشروعات التقنية المصرفية مجموعة من اللجان منها: لجنة التدريب، لجنة الاتصالات ، لجنة الإعلام، لجنة البنية التحتية، لجنة التمويل وتعرفه الخدمات، لجنة الهندرة والإدارة، ولجنة التركيب والاختبار والتأمين، وتعمل كل هذه اللجان من خلال لجنة التنسيق والمتابعة.

### 6/ آلية إدارة المشروعات:

تكونت آلية لإدارة المشروعات وتشمل كل من:

- بنك السودان (إشراف ورقابة).
- الشركات المنفذة (تطوير وتركيب).
- شركة الخدمات المصرفية الإلكترونية (تنفيذ وتشغيل).
- الشركة السودانية للاتصالات (خدمة الاتصالات).
- هيئة المشاركين (إشراف وتنسيق).

#### 7/ مشروعات نظم الدفع القومية:

محول القيود القومي: هو مخدم Server يتصل بالأنظمة المصرفية للبنوك من خلال واجهة ربط Interface والذي يقوم باستقبال رسائل الأوامر الواردة من المحول وتنفيذها في النظام المصرفي ومنشأ هذه الأوامر هي الطرفيات، أجهزة الصرف الآلي، نقاط البيع المتصلة بالمحول عبر شبكة اتصالات سلكية أو لاسلكية ودور محول القيود هو التحقق من البيانات والرقم السري ومناولتها بصورة آمنة واستخراج تقارير التسويات بين المصارف وإرسالها إلى البنك المركزي وهذا يتطلب التعرف المسبق على البطاقات وبياناتها وربطها بالرقم السري وهو ما يعرف بالتشخيص Personalization والاسم التجاري في السودان لهذه الشبكة المحول والصرافات الآلية ونقاط البيع المتصلة بها هو شبكة الدفع السودانية SUDAPAN<sup>(1)</sup>.

#### ثالثاً: دور بنك السودان في إدخال التقنية المصرفية<sup>(2)</sup>:

في الحادي والثلاثين من ديسمبر 1998م أصدر بنك السودان في إطار مسؤوليته المركزية عن تنمية وترقية القطاع المصرفي والمؤسسات المالية سياسة مصرفية شاملة للأعوام 1999م-2000م خاصة بتطوير الجهاز المصرفي بادر فيها إلى اعتماد التقنية والتحويل عليها كمحور أساسي لتطوير العمل المصرفي واعتبارها جزءاً أصيلاً من برنامج الرقابي ومتطلبات توفيق الأوضاع بكل البنوك العاملة في السودان، ويمكن إجمال مبادرة بنك السودان في الخطوات التالية:

#### 1- إعداد دراسة إستراتيجية بغرض أتمتة القطاع المصرفي بواسطة بيت خبرة معروف

(1) إدارة نظم الدفع والتقنية المصرفية- بنك السودان المركزي، 2009م

(2) سراج الدين عثمان مصطفى، دور البنوك المركزية واتحادات البنوك في تحسين الشمول المالي، ورقة بحثية مقدمة إلى: منتدى الشمول المالي: التوجه الإستراتيجي للاستقرار المالي والاجتماعي، فندق كورنثيا الخرطوم السودان، 23-24 فبراير 2015م.

هو **Minc Associates** سميت بـ "آفاق التقنية" تحت إشراف الإدارة العامة للتقنية المصرفية آنذاك.

2- إنشاء إدارة عامة مختصة بالتقنية المصرفية لتولي مهام توطين التقنية داخل القطاع المصرفي، تتولى مهام التطوير والتحديث للنظم التقنية المصرفية ذات الطابع القومي إلى جانب وضع السياسات والإجراءات والضوابط ومتابعة الالتزام بها.

3- إصدار التوجيهات الخاصة باستكمال شبكات الكمبيوتر في التعامل المصرفي وربط رئاسات البنوك بفروعها وحثها على استخدام الشبكة في تنفيذ عملياتها المصرفية.

4- إدخال نظام SWIFT الخاص بالتراسل وتأمين الرسائل بكافة أنواعها ولمختلف الأغراض فيما بين البنوك داخلياً وخارجياً.

5- ساهم بنك السودان بالنصيب الأعظم في تأسيس شركة الخدمات المصرفية الإلكترونية المحدودة EBS بالتضامن مع البنوك التجارية والشركة السودانية للاتصالات "سوداتل" بغرض تنفيذ مشاريع التقنية المصرفية وتشغيل نظم الدفع القومية.

6- أصدر بنك السودان في 29/12/2001م سياسته المصرفية الشاملة للعام 2002م والتي فصلت في محورها الرابع والخاص بالتقنية المصرفية ملامح المشاريع التقنية المزمع تنفيذها كالمقاصة الإلكترونية ومحول القیود القومي والرواجع الإلكترونية، بل بادر بنك السودان بالتمويل الكامل لمشروع محول القیود القومي والمقاصة الإلكترونية حتى على مستوى الوحدات الطرفية لرئاسات البنوك وفروعها العاملة بالبلاد.

#### **رابعاً: دور شركة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تطبيق التقنية<sup>(1)</sup>:**

لدعم وتطوير التقنية في الجهاز المصرفي أنشئت شركة الخدمات المصرفية الإلكترونية كشركة مساهمة خاصة ذات مسؤولية محدودة، وقد تم تأسيسها وتسجيلها في يوليو 1999م تحت قانون الشركات لعام 1925م وقد باشرت نشاطها في مايو 2000م.

#### **أهداف الشركة:**

- ❖ تقديم خدمات الربط الإلكتروني بين المصارف.
- ❖ تقديم خدمات الدفع المالي الإلكتروني داخل وخارج السودان.

(1) سلسلة تصدرها الإدارة العامة للبحوث بنك السودان، 2004 منشور على موقع البنك.

- ❖ تقديم الخدمات والاستشارات الفنية للمصارف في مجال عملها.
- ❖ القيام بتنفيذ مشروعات رائدة تحتاج لجهد وتكلفة لتطوير العمل المصرفي.
- ❖ تولي تبني مواصفات قياسية في البرمجيات تتيح للمصارف التعاون والتعامل مع بعضها عبر شبكة إلكترونية واحدة.
- ❖ تولي تقديم الخدمات المصرفية التي تتطلب مشاركة المصارف فيها.

#### المساهمون:

- ❖ بنك السودان بنسبة يساهم بـ 49 سهم تمثل 49% من أسهم الشركة.
- ❖ الشركة السودانية للاتصالات (سوداتل) تساهم بـ 30 سهم تمثل نسبة 30%.
- ❖ مجموعة المصارف: تساهم بـ 21 سهم تمثل 21%.

#### الهيكل التنظيمي والإداري:

تتكون الشركة من مجموعة من المراكز المتخصصة وهي:

#### مركز شامخ لتطوير البرامج والأنظمة المصرفية:

وهو مركز متخصص في البرامج والأنظمة المصرفية والتي من شأنها تحسين وتطوير أداء الجهاز المصرفي في السودان ليوكب الأنظمة المصرفية العالمية حيث يعتمد العمل المصرفي الحديث على توفر برامج مصرفية تقدم خدمات حديثة للعملاء كالربط بماكينات الصراف الآلي والخدمة المصرفية عبر شبكة الإنترنت وغيرها من الخدمات الحديثة. وفي إطار سعي المركز الحثيث لتوفير برامج حديثة قام المركز بتقديم برامج متعددة للمصارف منها<sup>(1)</sup>:

- ❖ طباعة وإدارة الشيكات الممغنطة.
- ❖ برنامج الهاتف المصرفي: ويعمل هذا البرنامج في عدد من المصارف العاملة في السودان وهو يقدم عدد من الخدمات المصرفية لعملاء المصارف بصفة خاصة وللجمهور عامة عن طريق الهاتف مثال لذلك، (الاستعلام عن الرصيد، سداد الفواتير تعديل كلمة المرور وطلب دفتر الشيكات وذلك على مدى 24 ساعة.
- ❖ البنك المنزلي (Home Bank): وهو عبارة عن تقنية متطورة لتحسين الخدمات التي يقدمها المصرف لعملائه حيث يستطيع كل مستخدم إجراء معظم الخدمات

(1) الخدمات المصرفية الإلكترونية، موقع شركة الخدمات المصرفية الإلكترونية EBS الخرطوم 2010م.

المصرفية من بعد، ويتم ذلك بالاتصال مع البنك عن طريق جهاز حاسوب وخط هاتف باستخدام تقنية Dial – Up في أي زمان وفي أي مكان.

❖ مركز شامخ لخدمات شبكة سويفت: جمعية سويفت هي جمعية اتصالات مالية عالمية بين البنوك وقد أنشئت في العام 1973م كجمعية تعاونية بين المصارف الأوروبية والأمريكية بهدف توحيد أنظمة الدفع الإلكتروني وتبادل البيانات المالية بين تلك المصارف، وقد قامت هذه الجمعية ببناء نظام عالمي موحد وهو نظام swift مستخدماً إشعارات موحدة عبر شبكة آمنة تربط معظم المصارف والمؤسسات المالية في مختلف دول العالم وحتى تتمكن المصارف السودانية من الاستفادة من مزايا التقنية المصرفية بشبكة سويفت في أنظمة الدفع الإلكتروني بينها وبين البنوك الأخرى في شتى أنحاء العالم تم إنشاء مركز شامخ لخدمات شبكة سويفت ليتولى عملية إدخال المصارف في شبكة سويفت العالمية. أنطلق العمل في المركز في منتصف العام 2000م وتم ربط جميع المصارف السودانية وفروعها بالخارج وأيضاً فروع المصارف الأجنبية العاملة في السودان، قام المركز بإنشاء مركز الطوارئ البديل والهدف منه ضمان استمرارية العمل في نظام سويفت في حالة فقدان المركز الرئيس الحالي.

❖ مركز شامخ لخدمات شبكة المعلومات المصرفية: هي شبكة اعتبارية خاصة تستخدم تقنية تبادل الأطر وقد روعي فيها الخصوصية، تعتبر شبكة خاصة لخدمة وربط وحدات القطاع المصرفي ويقوم المركز بإدارة الشبكة عبر نظام إدارة شبكات متكامل ومؤمنة وتعمل بكفاءة في نقل البيانات المصرفية.

#### مركز تدريب التقنيات المصرفية:

هو مركز متخصص يعني بتدريب وتأهيل الكادر المصرفي على كل النظم المصرفية الإلكترونية الجديدة، جاءت فكرة إنشاء المركز شراكة بين شركة الخدمات المصرفية الإلكترونية باعتبارها رائدة التقنية المصرفية في السودان والمعهد العالي للدراسات المصرفية حالياً وأكاديمية السودان للعلوم المصرفية والمالية، حيث يهدف المركز إلى تطوير العمل المصرفي عبر المساهمة في تأهيل الكوادر المصرفية وإدخال ثقافة المصرف الإلكتروني بدلاً عن المصرف التقليدي.



## مركز شامخ لخدمات الدفع الإلكتروني<sup>(1)</sup>:

خدمات الدفع الإلكتروني هي إحدى الخدمات التي تقوم الشركة بتنفيذها، والخدمة تكتسب أهميتها من طرحها لبدائل متعددة لتسوية المعاملات في الاقتصاد ولا تعتمد على الوسائل التقليدية السائد استخدامها الآن وقد قام هذا المركز بإنتاج بطاقة شامخ الذكية كأحدى وسائل الدفع الإلكتروني.

### البطاقات الذكية:

بطاقة شامخ الذكية مدفوعة القيمة هي أحد منتجات مركز شامخ لخدمات الدفع الإلكتروني وتهدف لتحقيق الآتي:

- غايات سياسة بنك السودان الواردة في الإستراتيجية المصرفية والخاصة بتطوير الجهاز المصرفي.
- غايات المصارف الخاصة بخدمة عملائها وتوفير بدائل مناسبة لتسوية المدفوعات بديلاً للنقد.
- غايات الشركة في إتاحة خدمات مصرفية إلكترونية متطورة.
- غايات اختبار تفاعل المجتمع مع وسائل الدفع الإلكتروني.

بدأ التطبيق الفعلي لبطاقة شامخ الذكية في 22 فبراير 2003م وتقوم فكرتها في إصدار بطاقة بلاستيكية مدفوعة القيمة بواسطة المصارف لعملائها. تمكن بطاقة شامخ الذكية حاملها من سداد تجاه الغير، كما تتيح له كذلك إعادة تحويل الرصيد المخزن في البطاقة كله أو جزء منه إلى نقد مرة أخرى عن طريق مصرفه.

يقوم مركز شامخ لخدمات الدفع الإلكتروني بالتعامل مع النظام عن طريق مركز رئيسي للمعلومات مرتبط مع المصارف عن طريق شبكة المعلومات المصرفية ومع نقاط البيع عن طريق خطوط الهاتف.

### الأطراف المشاركة في نظام بطاقة شامخ الذكية:

بنك السودان، مركز شامخ للدفع الإلكتروني، المصارف، نقاط البيع.

---

(1) موقع شركة الخدمات المصرفية الإلكترونية EBS الخرطوم 2010م.

## المطلب الثالث : مؤشرات استخدام التقنية المصرفية :

### مؤشرات استخدام المصارف للتقنية المصرفية ومساهمتها في تعبئة المدخرات<sup>(1)</sup> :

هدفت سياسات بنك السودان المركزي في هذا المحور إلى التوسع في استقطاب المدخرات

الوطنية لتوفير الموارد المالية اللازمة لتمويل الأنشطة الاقتصادية الأساسية. فنصت السياسة على الاستمرار في رفع القيود على فتح الفروع الجديدة للمصارف، وتبسيط إجراءات فتح الحسابات الجارية وحسابات الادخار والاستثمار للعملاء، والسماح للمصارف بفتح نوافذ للعمل بعد ساعات العمل الرسمية، وذلك لتوفير الخدمات المصرفية للجمهور، بالإضافة إلى التوسع في نشر الخدمات المصرفية الإلكترونية عن طريق إطلاق خدمة الوكالة البنكية بهدف توسيع مظلة المستفيدين من الخدمات المصرفية. وقد أسهم الاستمرار في تطبيق تلك الإجراءات في تحقيق الآتي:

- الزيادة الملحوظة في الودائع.
- الزيادة في ماكينات الصرف الآلي.
- الزيادة في البطاقات المصرفية.
- الزيادة في نقاط البيع

ويمكن الإشارة إلى بعض مؤشرات استخدام المصارف العاملة بالسودان للتقنيات المصرفية الحديثة 2008-2016م. حيث تشير بعض الإحصائيات المختصة بتطبيق الصيرفة الإلكترونية في السودان والتي يمكن إن تعطي بعض المؤشرات عن انتشار واستخدام الصيرفة الإلكترونية من قبل المصارف السودانية، والتي تظهر تزايد الاستخدام من عام لآخر مما يفيد بوجود إقبال كبير وإدراك من قبل العملاء بأهمية التقنية المصرفية وقد ساهم ذلك في استقطاب مدخرات العملاء وجذب العملة داخل الجهاز المصرفي.

ويظهر ذلك من خلال الجداول التالية:

---

(1) تقارير الأداء بنك السودان، للأعوام 2008 حتى 2016 منشور على موقع البنك.

1 - بطاقات الصراف الآلي:

جدول رقم (4-5)

عدد البطاقات المصدرة للمصارف

| السنة | عدد البطاقات المصدرة | نسبة التغير % |
|-------|----------------------|---------------|
| 2008  | 345,351              | -             |
| 2009  | 735,351              | 112.9         |
| 2010  | 963,933              | 31.08         |
| 2011  | 1,158,429            | 20.17         |
| 2012  | 1,326,931            | 14.5          |
| 2013  | 1,796,289            | 26            |
| 2014  | 2,305,465            | 28.3          |
| 2015  | 2,595,937            | 12.6          |
| 2016  | 1,380,579            | (0.46)        |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على تقارير الأداء السنوية لبنك السودان وشركة الخدمات المصرفية الإلكترونية تقارير 2008-2016م

يتضح من الجدول رقم (4-5) أن عدد البطاقات المصرفية المصدرة ارتفع من 345,351 ألف بطاقة في عام 2008 إلى 735,351 ألف بطاقة في العام 2009 بمعدل 113% وفي العام 2010م ارتفع إلى 963,933 ألف بطاقة بمعدل 31.08 % وفي العام 2011م ارتفع إلى 1,158,429 ألف بطاقة بمعدل 20.17% واستمر إصدار البطاقات في الارتفاع حتى العام 2015م ولكن شهد تراجع في العام 2016م بمعدل 0.46%.

وهذا يشير إلى ازدياد عدد المستخدمين للصيرفة الالكترونية من عام للأخر بدليل الزيادة الملحوظة في عدد البطاقات المصدرة. وبالتالي إدراك العملاء لأهمية الخدمات المصرفية الالكترونية.

2 - ماكينات الصراف الآلي وحجم التعامل بها:

جدول رقم (4-6)

إجمالي عدد ماكينات الصرافات الآلية

| السنة | عدد الماكينات | نسبة التغير السنوية% | عدد المعاملات | الزيادة السنوية % |
|-------|---------------|----------------------|---------------|-------------------|
| 2008  | 371           | -                    | 9,042,324     | -                 |
| 2009  | 506           | 36.38                | 14,168,413    | 56                |
| 2010  | 661           | 30.6                 | 18,870,643    | 33                |
| 2011  | 739           | 11.8                 | 25,842,033    | 36                |
| 2012  | 865           | 17                   | 30,143,673    | 16                |
| 2013  | 903           | 4.39                 | 15,006,198    | (50)              |
| 2014  | 970           | 7.2                  | 17,825,541    | 19                |
| 2015  | 1047          | 7.93                 | 22,564,336    | 26.5              |
| 2016  | 1189          | 13.56                | 25,860,051    | 14.6              |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على تقارير الأداء السنوية لبنك السودان وشركة الخدمات المصرفية الإلكترونية  
تقارير 2008-2016م

يوضح الجدول رقم (4-6) أعلاه عدد مكينات الصراف الآلي وحجم التعامل من خلالها حيث يشر الجدول إلى أن عدد الصرافات الآلية في ارتفاع من عام إلى عام حيث ارتفع عدد الصرافات من 371 في عام 2008 إلى 506 صراف إلى في العام 2009 بمعدل 36.38% وكذلك ارتفع حجم التعامل بها لنفس الفترة من 9,042,324 مليون إلى 14,168,413 مليون بمعدل 56% واستمر الارتفاع في عدد الصرافات الآلية في العام 2010 بعدد 661 ماكينة صراف وبمعدل تغير 30.6% وكذلك ارتفاع حجم التعاملات في العام 2010 إلى 18,870,643 مليون بمعدل زيادة 33% واستمر عدد ماكينات الصراف الآلي في الارتفاع من سنة إلى أخرى حتى وصلت عددها 1189 صراف إلى في عام 2016 بمعدل 13.56% وكذلك استمر ارتفاع حجم التعامل حتى العام 2012 وفي العام 2013 شهد حجم التعامل انخفاض بمعدل (50)% وذلك نسبة لاستخدام بعض القنوات الإلكترونية الأخرى ولكن بدء في الارتفاع في العام 2014م واستمر حتى العام 2016 حيث بلغ حجم التعامل 25,860,051 مليون بمعدل 14.6%.

وهذا يشير إلى ازدياد عدد المستخدمين للصيرفة الالكترونية من عام للأخر بدليل الزيادة الملحوظة في عدد ماكينات الصراف الآلي وحجم التعامل من خلالها. و بالتالي إدراك العملاء لأهمية الخدمات المصرفية الالكترونية.

3 - طرفيات نقاط البيع:

#### جدول رقم (4-7)

##### عدد نقاط البيع

| السنة | عدد الطرفيات | نسبة التغير السنوية% |
|-------|--------------|----------------------|
| 2008  | 941          | -                    |
| 2009  | 1436         | 52.6                 |
| 2010  | 1556         | 8.35                 |
| 2011  | 1732         | 11.31                |
| 2012  | 1742         | 0.6                  |
| 2013  | 370          | (78.7)               |
| 2014  | 839          | 126.7                |
| 2015  | 2885         | 243.9                |
| 2016  | 3480         | 20.62                |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على تقارير الأداء السنوية لبنك السودان وشركة الخدمات المصرفية الإلكترونية تقارير 2008-2016م

يوضح الجدول (4-7) أعلاه عدد نقاط البيع حيث يشر الجدول إلى أن عدد نقاط البيع في ارتفاع من عام إلى عام حيث ارتفع عدد نقاط البيع من 941 في عام 2008 كان إلى 1436 إلى في العام 2009 بمعدل 52.6% واستمر الارتفاع في عدد نقاط البيع في العام 2010 بعدد 1556 و بمعدل 8.35% وفي 2011 وصلت إلى 1732 نقطة بيع بمعدل تغير 11.31% ولكن في العام 2013 شهدت تراجع في عدد نقاط البيع ليعاود الارتفاع عدد نقاط البيع في الأعوام 2014 و 2015 حتى وصل 3480 في العام 2016 بمعدل 20.62%. و تعزي هذه الزيادات نتيجة لسياسات بنك السودان تجاه حث المصارف العاملة لتوفير الخدمات المصرفية للجمهور، بالإضافة إلى التوسع في نشر الخدمات المصرفية الإلكترونية عن طريق إطلاق خدمة الوكالة البنكية بهدف توسيع مظلة المستفيدين من الخدمات المصرفية.

4 - إجمالي الأصول والودائع والتمويل نتيجة للتوسع في الخدمات المصرفية في  
الجدول التالي :

جدول رقم (4-8)

الأصول والودائع والتمويل (الميزانية الموحدة للمصارف العاملة في السودان)  
المبلغ (مليون جنيه)

| السنوات | الأصول    | نسبة التغير | الودائع  | نسبة التغير | التمويل  | نسبة التغير |
|---------|-----------|-------------|----------|-------------|----------|-------------|
| 2008    | 30,650    | -           | 16,508.5 | -           | 14,961.1 | -           |
| 2009    | 36,666.9  | 19.6        | 20,848   | 26.3        | 18,163.5 | 21.4        |
| 2010    | 43,107.7  | 17.6        | 25,874.4 | 24.1        | 21,185.7 | 16.6        |
| 2011    | 46,504.1  | 7.9         | 27,775.6 | 7.3         | 22,867.1 | 11.5        |
| 2012    | 67,049.6  | 44.2        | 39,544.3 | 42.2        | 30,482.8 | 33.3        |
| 2013    | 77,479.8  | 15.6        | 44,133.1 | 11.6        | 37,657.1 | 23.5        |
| 2014    | 92,317    | 19.1        | 53,469.3 | 21.1        | 44,320.7 | 17.7        |
| 2015    | 108,937.6 | 18          | 63,419.6 | 8.61        | 53,456.7 | 20.6        |
| 2016    | 132,713.5 | 21.8        | 79,459.6 | 25.3        | 67,688.6 | 26.6        |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على تقارير الأداء السنوية لبنك السودان 2008-2016م

يوضح الجدول رقم (4-8) ارتفاع جملة أصول المصارف العاملة من 30,650 مليون جنيه بنهاية عام 2008 إلى 36,666.9 مليون جنيه بنهاية عام 2009 بمعدل 19.6% إلى 43,107.7 مليون بنهاية عام 2010 بمعدل 17.7% إلى 46,504.1 مليون في 2011 بمعدل 7.9% إلى 67,049.6 مليون بنهاية 2012 بمعدل 44.2% ويعزى ذلك الارتفاع بصورة أساسية لارتفاع بند أرصدة المصارف لدى بنك السودان المركزي واستمرت الزيادة إلى 77,479.8 مليون بنهاية العام 2013 بمعدل 15.6% إلى 92,317 مليون بنهاية 2014 بمعدل 19.1% إلى 108,937.6 مليون بنهاية 2015 بمعدل 18% إلى 132,713.5 مليون بنهاية 2016 بمعدل 21.8%

وإجمالي رصيد التمويل الممنوح من قبل المصارف العاملة من 14,961.1 مليون جنيه عام 2008 إلى 18,163.5 مليون جنيه عام 2009 بمعدل 21.4% وتواصل الارتفاع إلى عام 2016 حيث بلغ 21,185.7 مليون 2010 بمعدل 16.6% و22,867.1 مليون بنهاية عام 2011 بمعدل 11.5% و30,482.8 مليون بنهاية

2012 بمعدل 33.3% و 37,657.1 مليون بنهاية 2013 بمعدل 23.5% و 44,320.7 مليون بنهاية عام 2014 بمعدل 17.7% و 53,456.7 مليون بنهاية 2015 بمعدل 20.6% و 67,688.6 مليون بنهاية عام 2016 بمعدل 26.6%.

كذلك ارتفع إجمالي الودائع لدى المصارف العاملة من 16,508.5 مليون جنيه عام 2008 إلى 20,848 مليون جنيه عام 2009 بمعدل 26.3%، نتيجة إلى ارتفاع ودائع الجمهور وتواصل الارتفاع إلى عام 2016 حيث بلغ 25.874.4 مليون بنهاية 2010 بمعدل 24.1% و 27.775.6 مليون بنهاية عام 2011 بمعدل 7.3% و 39.544.3 مليون بنهاية 2012 بمعدل 42.2% وتعزى هذه الزيادة في الودائع للتوسع في الكتلة النقدية، بالإضافة إلى زيادة عدد الصرافات الآلية وتحسين انتشارها الجغرافي وصرف قدر كبير من مرتبات العاملين بالدولة من خلالها، بالإضافة إلى ارتفاع ودائع الحكومة المركزية والولائية واستمر الارتفاع إلى 44.133.1 مليون بنهاية 2013 بمعدل 11.6% نتيجة للتوسع في الخدمات المصرفية الإلكترونية و 53.469.3 مليون بنهاية عام 2014 بمعدل 21.1% و 63.419.6 مليون بنهاية 2015 بمعدل 8.61% و 79.459.6 مليون بنهاية عام 2016 بمعدل 25.3%، ويعزى تلك الزيادات ذلك الودائع الجارية لمؤسسات القطاع الخاص والأفراد نتيجة للتوسع في الخدمات المصرفية.

#### المطلب الرابع: الإجراءات والتشريعات المنظمة للعمل في مجال التقنية المصرفية الإلكترونية:

استمد بنك السودان دوره من قانونه الصادر في سنة 1959 وقانون تنظيم العمل المصرفي لسنة 1991، وبعد ذلك صدرت سلسلة من التعديلات على هذين القانونين، كما صدرت مجموعة من القوانين ذات الصلة بالعمل المصرفي، وذلك كما يلي: (1)

- قانون بيع الأصول المرهونة لسنة 1991.
- قانون سوق الخرطوم للأوراق المالية لسنة 1994.
- قانون مكافحة غسل الأموال لسنة 2003.
- قانون بنك السودان المركزي لسنة 2002 تعديل لسنة 2006.
- قانون تنظيم العمل المصرفي لسنة 1991 تعديل لسنة 2004.

(1) منشورات بنك السودان المركزي، على موقع البنك.

- قانون المعاملات الإلكترونية لسنة 2007.
- قانون جرائم المعلوماتية لسنة 2007.

وفي إطار التشريعات القانونية الخاصة بالتقنية فقد بذلت مجهودات كبيرة من وزارة العدل والإدارة القانونية ببنك السودان لتقديم مشروع قانون المعاملات الإلكترونية وقانون التجارة الإلكترونية ، وقد تم وضع مسودة قانون المعاملات الإلكترونية في عام 2006 وتم الانتهاء منه في عام 2007. ويهدف إدخال التقنية في الجهاز المصرفي فقد قامت الإدارة العامة للتقنية المصرفية ببنك السودان ومنذ إنشائها في عام 2000م بإصدار مجموعة من المنشورات تتضمن العديد من التوجيهات المتعلقة بإدخال التقنية المصرفية في المصارف التجارية ، ويمكننا أن نورد هذه التوجيهات كما يلي<sup>(1)</sup>:

قام بنك السودان بتوجيه المصارف العاملة باستخدام الشيكات المرمزة بالحبر الممغنط بولاية الخرطوم في أو قبل 2001/06/30م ولبقية الولايات 2001/12/31م ويهدف استخدام الشيكات الممغنطة إلى:

- ❖ تأمين الشيك ضد التزوير حيث يستخدم حبر خاص في كتابة بياناته مع استخدام الورق المؤمن، وهذه التقنية توفر حماية للشيك ضد التزوير.
- ❖ الشيكات الممغنطة هي الخطوة الأساسية للعمل بالمقاصة الآلية حيث تقلل التكاليف وتسرع عملية المقاصة مع إمكانية التسجيل الإلكتروني لبيانات الشيك.
- ❖ أفاد بنك السودان البنوك بأن المعايير والمواصفات التي يصدرها تستهدف سهولة ربط المصارف ببعضها من ناحية، وبالبنك المركزي من ناحية أخرى وإمكانية توفير الخدمات المصرفية للجمهور عبر كل المصارف على نحو قياسي لا يعتمد على نوعية النظم والمعدات واختلافها من مصرف لآخر.
- ❖ وبالنسبة للبرمجيات فإن المعايير والمواصفات المتعلقة بمجموعة برمجيات النظم التطبيقية وخاصة نظام الحاسوب المصرفي يجب فهمها وتطبيقها وتطويرها ، وهو ضمان تقديم خدمات مصرفية مؤمنة وجيدة للجمهور.

(1) سلسلة تصدرها الإدارة العامة للبحوث، بنك السودان المركزي، على موقع البنك، 2004م.



قام بنك السودان بتوجيه البنوك العاملة بعدم اعتماد أي نظام حاسوب مصرفي جديد أو تحديث للنظام المطبق الآن دون أخذ الموافقة المسبقة من بنك السودان وذلك لضمان استفتاء هذه النظم للمعايير والمتطلبات التي يضعها بنك السودان والتي تستهدف الآتي:

- ❖ المتطلبات التأمينية.
- ❖ إمكانية التطوير مستقبلاً.
- ❖ إمكانية الربط بالخدمات المصرفية الحديثة.
- ❖ إمكانية الربط بالخدمات المصرفية الحديثة.
- ❖ إمكانية الربط بالشبكة المصرفية القومية وربط فروع البنك.

كما صدرت مجموعة من القوانين ذات الصلة بالعمل المصرفي حيث أصدرت الإدارة العامة لتنظيم وتنمية الجهاز المصرفي منشور في تاريخ 8 يونيو 2009، بموجبه تم تعديل الفقرة (ب) من منشورات بنك السودان المركزي رقم (2/2006) الصادر في 6 مارس 2006 الخاص بسياسات محول القيود اليومي وذلك بتحديد سقف يومي لمشتريات البطاقة المصرفية الإلكترونية بواسطة نقاط البيع بحد أقصى 5000 ألف جنية على أن لا يرتبط مع السقف المحدد للسحب النقدي اليومي 2000 جنية<sup>(1)</sup>.

وفي إطار ضبط إدارة الحسابات المصرفية أصدرت الإدارة العامة لتنظيم وتنمية القطاع المصرفي في 6 يناير 2013 منشور إحقاقاً للمنشور رقم 2012/2 بتاريخ 5 يناير 2012م والخاص بتبسيط إجراءات فتح الحسابات المصرفية حيث تم التوجيه بإتباع الآتي:

- العمل على منح الأفراد بطاقات صراف إلى بعد فتح الحساب مباشرة، على أن يتم منحهم أولاً دفتر بعدد 10 شيكات فقط بعد مرور ثلاثة أشهر من تاريخ فتح الحساب ومن ثم يمكن أن يتم منحهم دفتر شيكات بعدد 25 شيك بعد إجراء تقييم دقيق لسجل استخدام الدفتر الأول.
- إمكانية منح أكثر من بطاقة صراف إلى واحدة للحساب الواحد حسب طلب العميل.
- أن يقتصر منح دفاتر الشيكات على نطاق ضيق ما أمكن أصحاب أسماء الأعمال، الشركات الخاصة، الشركات العامة، عملاء التمويل الأصغر.

(1) منشورات الإدارة العامة لتنظيم وتنمية الجهاز المصرفي، منشور رقم 12/2009 موقع بنك السودان الإلكتروني.

▪ الحرص على تحديث بيانات العملاء أصحاب الحسابات المصرفية سنوياً. وكذلك في إطار مساعي بنك السودان المركزي لتنظيم عمليات نظم الدفع الإلكتروني بما يحقق سلامة واستقرار الخدمات المصرفية والنظام المالي عموماً، واستناداً على السلطة المخولة له بموجب قانون بنك السودان لسنة 2002م تعديل 2006م وقانون تنظيم العمل المصرفي لسنة 2004م، اصدر عدد من المنشورات:

1 - أصدر في 13 يناير 2013 منشور لكافة المصارف والمؤسسات المالية غير المصرفية التي تزاول حالياً أو ترغب في مزاوله أعمال نظم الدفع الإلكتروني والأعمال المرتبطة به، ضرورة الالتزام بالآتي<sup>(1)</sup>:

- الحصول على تصديق بنك السودان المركزي (إدارة نظم الدفع) لتشغيل أو تقديم أي خدمة نظم دفع إلكترونية وذلك قبل الإعلان عنها أو الترويج لها.

- الحصول على موافقة بنك السودان المركزي (إدارة نظم الدفع) لأي عمليات إسناد خارجي أو توكيل لتشغيل نظام الدفع أو تقديم خدمة نظم دفع إلكترونية مصدق بها.

- على الجهات التي تقوم حالياً بتشغيل أو تقديم أي نظام للدفع، توفيق أوضاعها خلال فترة شهر واحد من تاريخه.

وكذلك تم التنويه للجهات التي تزاول حالياً أو لديها الرغبة في مزاوله أعمال نظم الدفع الإلكتروني بأنها ستخضع لرقابة وإشراف بنك السودان المركزي. وأن كل من لا يلتزم بما ورد في هذا المنشور سيكون عرضة للعقوبات والجزاءات المنصوص عليها في القوانين المذكورة أعلاه وأي قوانين ولوائح أخرى ذات صلة.

2 - أصدر مرسوماً في 13 يناير 2013 سمح بموجبه للوكلاء بالعمل على تسويق بطاقات المحفظة الإلكترونية وتسجيل العملاء وعمليات التغذية والسحب على أن ينضوي الوكيل تحت المصرف المحدد، وأن يلتزم الوكيل بكل اللوائح والتشريعات المنظمة والمعتمدة من قبل بنك السودان المركزي<sup>(2)</sup>.

(1) مرجع سابق، منشور رقم 1/2103

(2) منشورات الإدارة العامة لتنظيم وتنمية الجهاز المصرفي، منشور رقم 2/2013، موقع بنك السودان الإلكتروني.

3 - اصدر مرسوماً في 13 يناير 2013م بموجبه تم السماح للقطاع الخاص بالعمل في مجال تشغيل وإدارة نقاط البيع كمقدمي خدمة أسوة بالمصارف، على أن تعمل الماكينات من خلال النظام المصرفي<sup>(1)</sup>.

4 - ولتطوير العمل بنقاط البيع اصدر بنك السودان في 13/01/2013م منشور بموجبه ألزم المصارف، والمؤسسات المالية إجراء تسويات آنية للمعاملات التجارية التي تتم عبر نقاط البيع بإضافة قيمة إشعارات الإضافة (Credit Advice) من شركة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

وأكد على شركة الخدمات المصرفية الإلكترونية التأكد من وصول إشعار الإضافة للمصارف المعنية<sup>(2)</sup>.

5 - في سبيل سعى بنك السودان المركزي للمحافظة على سمعة الجهاز المصرفي السوداني وتعزيز ثقة المتعاملين معه عن طريق محاربة الظواهر السالبة والتي هي من أهم مسببات مخاطر السمعة بالجهاز المصرفي فقد اصدر بتاريخ 10/12/2013م منشور رقم (2013/11م) والخاص بالضوابط الخاصة بالعملات المزيفة بالصرافات الآلية، وبموجبه تم إلزام المصارف بالتقيد بالضوابط الآتية:

- ضوابط وموجهات عمليات تغذية وجرّد الصراف الآلي.
- استخدام أجهزة لديها مقدرة وإمكانية كشف التزييف وتوفيرها والعمل على تدريب العاملين على استخدامها وعدم إعادتها إلى العملاء أو إبادتها.
- تعويض العميل في حالة سحب عملات مزيفة من أي صراف إلى وتم إثبات ذلك.

6 - وفي إطار سياسة تشجيع المصارف على التوسع في نشر الصرافات الآلية والخدمات المرتبطة بها، فقد اصدر بنك السودان في 24/04/2016م تعميم للمصارف بخصوص عمولة السحب النقدي من الصرافات تقرر بموجبه زيادة نصيب المصرف مالك ماكينة الصراف الآلي (Acquiring Bank) من عمولة السحب النقدي المدفوعة بواسطة المصرف المصدر للبطاقة (Issuing Bank)، من 30 قرشاً إلى 50 قرشاً (فقط خمسون قرشاً) يتحملها كاملة المصرف المصدر للبطاقة دون خصمها من حساب حامل البطاقة<sup>(3)</sup>.

(1) مرجع سابق، منشور رقم 3/2013.

(2) مرجع سابق، منشور رقم 3/2013.

(3) تعميم بنك السودان، تشجيع نشر الصرافات الآلية، 2016/4، موقع البنك.

7 - وكذلك استناداً إلى قانون بنك السودان المركزي لسنة 2006 م تعديل 2012 م وقانون تنظيم العمل المصرفي لسنة 2004 م، وفي إطار السعي نحو تجويد وتحسين أداء خدمات الصرافات الآلية، فقد اصدر بنك السودان المركزي ممثلاً في الإدارة العامة لتنظيم وتنمية الجهاز المصرفي منشور بتاريخ 2016/07/03م بخصوص جزاءات مخالفات تشغيل الصرافات الآلية ATMs والذي بموجبه ألزم كافة المصارف بالعمل على تحسين أداء واستمرار خدمات الصرافات الآلية واستقرارها، وعليه فقد تقرر توقيع الجزاءات التالية على المخالفات المذكورة في الجدول رقم (4-9) أدناه:

#### جدول رقم (4-9)

##### جزاءات مخالفة تشغيل الصرافات الآلية ATMs

| الرقم | وصف المخالفة  | العقوبات  |
|-------|---|---|
| 1     | خلو الصراف الآلي من النقد Cash out  | غرامة قدرها 750 جنيهاً لكل يوم                          |
| 2     | عطل بالربط الشبكي للصراف الآلي  | غرامة قدرها 750 جنيهاً لكل يوم                          |
| 3     | خلو الصراف الآلي من الجورنال Out of Journal   | غرامة قدرها 1000 جنيهاً لكل يوم                         |
| 4     | مشكلة في وحدة توزيع النقد Cash Dispenser  | غرامة قدرها 500 جنيهاً لكل يوم                          |
| 5     | توقف واجهة ربط المصرف Interface مع نظام المحول القومي دون موافقة بنك السودان المركزي  | غرامة قدرها 500 جنيهاً لكل يوم                          |
| 6     | عدم الالتزام بفترات السماح والإجراءات المحددة من قبل بنك السودان في المنشور رقم 2013/8 في حال توقف الصرافات الآلية لأسباب أخرى. | غرامة قدرها 500 جنيهاً عن كل يوم بعد انقضاء فترة السماح |

المصدر: بنك السودان المركزي

وفي إطار التشريعات والإجراءات التي تخص العمل المصرفي الإلكتروني وعملاً بأحكام المادة 6 (و) من قانون بنك السودان المركزي لسنة 2002 م، واستناداً على السلطات المخولة له بموجب أحكام المادة 60 (2) من قانون تنظيم العمل المصرفي لسنة 2004م مقروءة مع أحكام المادة 31 من لائحة نظم الدفع لسنة 2013م والمادة 34 من لائحة التحويل الإلكتروني للأموال لسنة 2014 م، أصدر محافظ بنك السودان المركزي بتاريخ 2016/08/29م عدد من المنشورات جاء فيهما ما يلي:

1- منشور رقم (2016/7) بشأن إجراءات الاشتراك في خدمة الدفع عبر الموبايل وإدارة وتشغيل النظام وحدود المعاملات، ورسوم وتعرفة خدمات الدفع عبر الموبايل<sup>(1)</sup>.

حيث تم إصدار الضوابط والتوجيهات التالية لتنظيم الاشتراك وإدارة وتشغيل نظام الدفع عبر الموبايل والعمليات عليه، والسقوف المالية أو حدود المعاملات:  
**أولاً: الترخيص والاشتراك في الخدمة:**

يصدر بنك السودان المركزي التراخيص اللازمة للجهات الراغبة في العمل في الأنشطة التالية:

\* تقديم خدمة العملاء (CSP).

\* شبكة توزيع خاصة بالخدمة.

\* وكيل متجول (Roaming Agent).

تقدم طلبات الاشتراك في الخدمة والعمل وفق الأنشطة أعلاه إلى بنك السودان المركزي.

**ثانياً: إدارة النظام:**

\* بنك السودان المركزي هو مدير النظام (System Admin).

\* يمثل مشغل النظام (الوارد تعريفه في منشور ضوابط خدمة الدفع عبر الموبايل) الخط الأول لدعم ومساندة النظام فنياً وتقنياً لمستخدمي النظام.

\* يمثل مقدم الخدمة المالية (الوارد تعريفه في منشور ضوابط خدمة الدفع عبر الموبايل) الخط الأول لدعم ومساندة العملاء.

**ثالثاً: تشغيل النظام:**

على مشغل النظام الوارد (تعريفه في منشور ضوابط خدمة الدفع عبر الموبايل) الالتزام بما يلي:

\* توقيع عقد إسناد لتشغيل النظام مع بنك السودان المركزي وإبرام اتفاقيات مستوي تقديم الخدمة (SLA) مع ناقلي ومقدمي الخدمة لضمان كفاءة تشغيل النظام.

---

(1) منشورات بنك السودان، (2016)، الدفع عبر الموبايل، منشور رقم 2016/07.

\* توفير ملفات التسوية اليومية للأطراف المختلفة المشاركة في النظام وتقديمها لبنك السودان المركزي لتنفيذها.

\* توفير التقارير اللازمة بشأن المنازعات بين الأطراف المختلفة المشاركة في النظام.

**رابعاً: سقوف أو حدود المعاملات (Class Of Service Risk & limit):**

تم تحديد سقوف وحدود للمعاملات يمكن الرجوع لها في موقع بنك السودان المركزي وهي تخص الحد الأقصى والأدنى المسموح به للمعاملات في اليوم كذلك الحد الأقصى للصرف في اليوم، الأسبوع والشهر وكذلك عدد المعاملات المسموح بها في اليوم، الأسبوع والشهر.

2) ومنتشور (2016/8) خاص برسوم وتعرفة خدمات الدفع عبر الموبايل بحيث تكون رسوم الخدمات وتوزيعها كما يلي<sup>(1)</sup>:

**أولاً: الخدمات المجانية داخل النظام:**

\* خدمة تسجيل العملاء.

\* خدمة إيداع الأموال.

\* خدمة سحب الأموال.

\* خدمة الاستعلام عن الرصيد.

\* خدمة تنشيط الحساب.

\* خدمة تجميد الحساب.

**ثانياً: تعرفه الخدمات التالية داخل النظام<sup>(2)</sup>:**

\* خدمة تسجيل العميل عبر وكيل خارج النظام (البطاقة الفضية والذهبية).

\* خدمة تحويل الأموال.

\* خدمة تحويل الأموال إلى التاجر (خدمة الشراء).

\* خدمة الدفعيات لمقدمي الخدمات (تخصم الرسوم من العميل).

---

(1) مرجع سابق، رسوم الدفع عبر الموبايل، منشور رقم 2016/08.

(2) الرجوع لموقع بنك السودان لمعرفة القيم التي تخص رسوم الخدمات للدفع عبر الموبايل لكل عملية.

- \* خدمة الدفعيات لمقدمي الخدمات (خصم الرسوم من مقدم الخدمة).
  - \* خدمة التحويل من بطاقة إلى حساب.
  - \* خدمة التحويل من حساب إلى بطاقة.
  - \* خدمة طلب قائمة مختصرة بالمعاملات.
- (3) منشور رقم (2016/9) خاص بضوابط الدفع عبر الموبايل تتلخص في<sup>(1)</sup>:
- \* ضوابط الترخيص لتقديم خدمات الدفع عبر الموبايل.
  - \* واجبات ومسئوليات مقدم الخدمة المالية عبر الموبايل.
  - \* واجبات ومسئوليات مقدم خدمة العملاء عبر الموبايل.
  - \* واجبات ومسئوليات مشغل النظام.
  - \* واجبات ومسئوليات ناقل خدمة الدفع عبر الموبايل.
  - \* واجبات ومسئوليات شبكات التوزيع في النظام.
  - \* مهام وواجبات العميل.
  - \* أحكام عامة.

---

(1) الرجوع لموقع بنك السودان المركزي، إدارة الشؤون المصرفية لمعرفة نطاق التطبيق والتعريفات والضوابط.

## المبحث الثالث

### تقييم تجربة الخدمات المصرفية الإلكترونية في السودان

#### المطلب الأول: التحديات التي تواجه الخدمات المصرفية الإلكترونية:

هنالك عدد من التحديات التي تواجه تطبيق الخدمات المصرفية الإلكترونية ولعل أبرزها يتمثل في الجرائم الإلكترونية (انتحال الشخصية وجرائم السطو على أرقام البطاقات المصرفية وغسيل الأموال) وتحديات وسائل الدفع الإلكترونية إضافة إلى التحديات الضريبية والتشريعات القوانين في مجال الصيرفة الإلكترونية وأمن المعاملات والمعلومات المصرفية الإلكترونية وتحديات التعاقدات المصرفية الإلكترونية ومشكلات الإثبات وغيرها. وسوف أتناول جزء منها بالتفصيل فما يلي:

#### الجرائم الإلكترونية:

تعتبر الجرائم الإلكترونية من أكثر أنواع الجرائم شيوعاً في وقتنا الحالي لما لها من مزايا متعددة التي تدفع بالمجرمين إلى ارتكابها، وتعرف هذه الجرائم بأنها: " الجرائم التي لا تعرف الحدود الجغرافية والتي يتم ارتكابها بأداة هي الحاسب الآلي عن طريق شبكة الانترنت وبواسطة شخص على دراية فائقة بهما"<sup>(1)</sup> ويمكن تلخيص هذه الجرائم في :

1- انتحال شخصية الفرد: تتم عملية انتحال الشخصية عندما يستغل اللصوص بيانات شخص ما (كالعنوان وتاريخ الميلاد ورقم الضمان الاجتماعي...) على الشبكة الإلكترونية أسوأ استغلال من أجل الحصول على بطاقات بنكية ائتمانية حيث أن تلك البيانات تمكنهم من التقدم بطلبات لاستخراج البطاقات البنكية عبر الانترنت غالباً من خلال الهيئات التي لا تتخذ إجراءات صارمة عبر الشبكة.

2- جرائم السطو على أرقام البطاقات: أصبح السطو على أرقام البطاقات عبر شبكة الانترنت عملية سهلة لذلك تزايدت هذه الحوادث التي أعقبتها عمليات الابتزاز لإرجاع تلك الأرقام أو لعدم نشرها أو لعدم استخدامها.

3 - غسيل الأموال باستخدام البطاقات البنكية: غسيل الأموال هي عملية تحويل المصدر غير المشروع للأموال كالمخدرات إلى أموال مصدرها مشروع كالتجارة

---

(1) محمد الجنيبي، ممدوح الجنيبي، (2004). جرائم الانترنت والحاسب الآلي ووسائل مكافحتها، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، ص 13.



بالسيارات، وابتسط الطرق لهذه العملية هي القيام بسحب مبالغ كبيرة على دفعات من الصراف الآلي في بلد أجنبي من ثم يقوم فرع البنك الذي سحب المبلغ من جهازه بطلب تحويل المبلغ من الفرع الذي أصدر البطاقة، فتتم عملية التحويل بخضم المبلغ من رصيد الزبون الذي يكون قد تهرب من دفع رسوم التحويل واستطاع أن يغسل أمواله. وقد أعطت شبكة الانترنت عدة مميزات لمن يقومون بعمليات غسل الأموال منها السرعة الفائقة وتخطي الحواجز الحدودية بين الدول وتعيق نشاطهم وكذلك تشفير عملياتهم مما يعطيها قدر اكبر من السرية<sup>(1)</sup>.

### تحديات وسائل الدفع الإلكترونية:

وهذا تحد قديم جديد، إذ تتسارع وسائل الخدمة الإلكترونية منذ سنوات دون أن يواكبها في العديد من النظم القانونية تنظيم قانوني يناسب تحدياتها، فإذا كانت بطاقات الائتمان قد حققت رواجاً ومقبولية عالية فإنها لآن تثير العديد من المسائل القانونية في حقل الحماية المدنية والجزائية ومسؤوليات أطراف العلاقة فيها، وإذا كان مقبولاً فيما سبق الارتكان للعقود المبرمة بين أطراف علاقات البطاقات الائتمانية لتنظيم مسائلها فإنه ليس مقبولاً التعامل بذات الوسيلة مع تحديات المفهوم الجديد للمال ولوسائل الوفاء به بعد أن بدء الاتجاه نحو النقد الرقمي أو الإلكتروني كبديل عن النقد الورقي، فالمعايير والقواعد والنظريات تختلف وتتغير شيئاً فشيئاً.

وهنا تظهر أهمية البنوك كمؤسسات ذات أثر في توجيه المؤسسة التشريعية إلى تبني تشريعات متوائمة مع مفاهيم النقد الإلكتروني ووسائله وقواعد وأحكام التعامل مع مشكلاته القانونية، كما تظهر الأهمية إلى تهيئة بناء قانوني لإدارات البنوك القانونية يتيح لها إمكانية التعامل مع تحديات البنوك الإلكترونية إن اختارت دخول هذا الميدان، ومن الخطأ الاعتقاد أن وسائل التقنية ستمنع مشكلات، إذ تخفي البنوك الإلكترونية تحديداً مشاكل الدفع والوفاء بالالتزامات ومشاكل تقديم الخدمة وما تثيره من مسؤوليات، مجموعة معتبرة من المشكلات والنزاعات المتوقعة تتطلب جاهزية تتفق مع مخاطرها. وأخيراً ربما يكون من المفيد أن نتذكر أن القوالب الجاهزة من الاتفاقيات والعقود والتعليمات والقوانين المنقولة عن نظم قانونية أخرى ومؤسسات أخرى لا تفي دائماً بالغرض لما لكل ساحة من خصوصياتها ولما لكل منشأة من اعتباراتها وأولوياتها الخاصة، ويقدر أهمية الإطلاع

(1) منير الجنيبي، ممدوح الجنيبي، المرجع السابق، ص 241.

على تجارب الغير فان الأهمية في قدرها الأكبر تكمن في فهم الاحتياجات الداخلية ومواءمة الحلول مع هذه الاحتياجات مستفيدين مما لدى الغير من حلول ووسائل.

### **التحديات الضريبية:**

ما إن بدأت العمليات المصرفية الإلكترونية بالانتشار إلا وبدأ الفقه القانوني الدولي في الانقسام حول الكثير من الموضوعات الخاصة بهذه العمليات لمالها من طبيعة خاصة سواء في طريقة العمل أو في تكوينها أو من حيث طبيعتها القانونية. ومن أكثر الأمور التي أثارَت الخلاف هو هل تحصل ضرائب على نشاط تلك البنوك والمؤسسات من عدمه، وكيفية تقدير وتحصيل تلك الضريبة، وما هي التشريعات الضريبية الواجبة التطبيق على المنظمات التي تقوم بهذه العمليات<sup>(1)</sup>.

### **غياب التشريعات والنظم القانونية:**

لقد تسارعت وسائل الخدمة الإلكترونية منذ سنوات دون أن يواكبها في العديد من النظم القانونية تنظيم قانوني يناسب تحدياتها، فالمعايير والقواعد والنظريات تختلف وتتغير شيئاً فشيئاً، وهنا تظهر أهمية البنوك كمؤسسات ذات اثر في توجيه المؤسسة التشريعية إلى تبني تشريعات متوائمة مع مفاهيم المال الإلكتروني ووسائله وقواعد وأحكام التعامل مع مشكلاته القانونية، كما تظهر الأهمية إلى تهيئة بناء قانوني لإدارات البنوك القانونية يتيح لها إمكانية التعامل مع تحديات البنوك الإلكترونية أن اختارت دخول هذا الميدان حيث أن جاهزية التعامل القانوني مع تحديات هذا النمط المستجد تمثل أهم صفات لنجاح المسيرة، ففرنسا وكندا مثلاً قننت المستندات الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني ومنه يجب تجهيز حزمة معتبرة من الحلول القانونية لمواجهة المشكلات والنزاعات المتوقعة تتفق مع مخاطرها<sup>(2)</sup>.

كذلك من التحديات التي تواجه تطبيق الخدمات المصرفية في المصارف السودانية:

---

(1) مجيد منصور، حسين العابد، معوقات تبني التسويق الإلكتروني في البنوك الإسلامية في شمال الضفة الغربية من وجهة نظر المتعاملين، بحث منشور على الانترنت

[www.researchgate.net/publication/273696044\\_myqat...](http://www.researchgate.net/publication/273696044_myqat...)

<https://staff-old.najah.edu/.../u0645u062Cu064Au062F%20u0645u>

(2) يونس عرب، البنوك الإلكترونية بين مزايا وعيوب، شركة كنانة لتكنولوجيا المعلومات، مصر. [www.kenanah.com](http://www.kenanah.com). التحميل يوم 2008/01/07م، ص 18-25.

- إثبات الشخصية.
- التوقيع الإلكتروني.
- أنظمة الدفع النقدي.
- النقود الإلكترونية.
- القيد الإلكتروني.
- سرية المعلومات.
- أمن المعلومات من مخاطر إجرام التقنية العالية.
- خصوصية العميل.
- المسؤولية عن الأخطاء والمخاطر حجية المراسلات الإلكترونية.
- التعاقدات المصرفية الإلكترونية.
- مسائل الملكية الفكرية لبرمجيات وقواعد معلومات البنك أو المستخدمة من موقع البنك أو المرتبطة به.
- علاقات وتعاقدات البنك مع الجهات المزودة للتقنية أو المورد لخدماتها أو مع المواقع الحليفة.
- مشاريع الاندماج والمشاركة والتعاون المعلوماتية.
- التحديات القانونية والتي تتمثل أولاً بتحدي قبول القانون للتعاقدات الإلكترونية وتحدي حجيتها في الإثبات.
- تحديات وسائل الدفع، وتحديات الأعمال المرتبطة.
- تحديات المعايير والإشرافية.
- التحديات الضريبية.

وإضافة إلى ما سبق يمثل التخوف الشديد والبطء في الإقبال على المنتجات الإلكترونية خوفاً على السمعة أحد التحديات المهمة في السودان وكذلك رفض عدد من الجهات الرسمية لإدخال أموالها في الدورة الإلكترونية العامة لئلا تكتشف حجم الأموال

الداخلة أو ما يسمى ظاهرة (التجنيب) التي تتيح وجود أموال في حسابات مستقلة عن الدورة المالية الإلكترونية للحكومة، ويتبع ذلك تعقد الإجراءات الإدارية لبعض المؤسسات وصعوبة ربطها بالنظام المعلوماتي المكمل للخدمة الإلكترونية<sup>(1)</sup>.

من التحديات المهمة اعتبار التقنية شأنا مصرفيا بحتا أو يقوم على أسس تجارية فحسب، حيث يحتاج الأمر لتعاون أصحاب المصلحة بمختلف أطيافهم لتوسيع رقعة المتعاملين عبر التقنية المصرفية مع المصارف فلا يحسن حرمان 90% من الموجودين خارج المدن الكبرى في السودان من الخدمات المصرفية الإلكترونية<sup>(2)</sup>.

### **المطلب الثاني: الرقابة على الخدمات المصرفية الإلكترونية:**

نسبة للتطور الهائل في ثورة الاتصالات والمعلومات ولولج المصارف إلى عالم الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة لعملائها مستفيدة من هذه الطفرة، ولكي تستمر المصارف في تقديم هذه الخدمات، فكان لابد من أن تطور هذه المصارف من الإجراءات الرقابية للحد من مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية، وقد تم تطوير عدد من الأدوات والإجراءات الرقابية التي يجب إتباعها من قبل المصارف التي تمارس أنشطة العمليات المصرفية الإلكترونية وقد صاحب ذلك التطور مجموعة من الإجراءات الإدارية التي تكفل تعزيز فاعلية الرقابة الداخلية على تنفيذ أنشطة العمليات المصرفية الإلكترونية والتي ستساهم بمزيد من التطور لتلك البنوك وتساهم في سمعة وكفاءة البنوك وثقة العملاء المتعاملين معها.

### **مفهوم الرقابة الداخلية على العمليات الإلكترونية.**

هي مجموعة الوسائل والإجراءات التي تتبناها الإدارة لتمكنها من استغلال موارد البنوك بكفاية وحمايتها من سوء الاستخدام وضمان دقة القيود المحاسبية وسلامة توجيهها. وتتضمن أربعة متطلبات وهي: <sup>(3)</sup>

---

(1) محمد جعفر، تأثير السياسات المنظمة لقطاع المعلومات والاتصالات في السودان على استخدام التقنية المصرفية، بحث التكميلي لنيل درجة الماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2015، ص45.

(2) محمد جعفر، مرجع سبق ذكره، ص45-46.

(3) بليغ أحمد سعيد ناجي، (مدى التزام البنوك التجارية اليمنية بمتطلبات الرقابة الداخلية على أنشطة التجارة الإلكترونية)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة ST-CLEMENT، 2010، ص60.

### أولاً: متطلبات الحماية والأمن:

أقرت لجنة بازل مجموعة من المتطلبات الخاصة بالرقابة على أمان العمليات المصرفية الإلكترونية:

1- على البنوك اتخاذ الإجراءات المناسبة للتحقق من هوية العملاء الذين تقدم لهم الخدمات عبر الانترنت وطبيعة تخويلهم.

2- يجب على البنوك استخدام طرق التحقق من المعاملات وان تتولى ترويج عدم النقص وان تحدد المسائلة عن المعاملات المصرفية الإلكترونية.

3- يجب أن تتأكد البنوك من توافر الضوابط المناسبة للتخويل ومن صلاحيات الدخول للنظم المصرفية الإلكترونية إلى قواعد البيانات والتطبيقات.

4- يجب على البنوك أن تضمن توافر الإجراءات المناسبة لحماية مصداقية البيانات الخاصة بالعمليات المصرفية الإلكترونية للسجلات والمعلومات.

5- لا بد من أن تضمن البنوك وجود مسارات تدقيقية واضحة لكل المعاملات المصرفية الإلكترونية.

6- يجب على البنوك اتخاذ الإجراءات المناسبة لحماية كتمان المعلومات الخاصة بالعمليات الإلكترونية كما يجب أن تكون هذه الإجراءات متوافقة مع درجة حساسية المعلومات المطلوب نقلها أو تخزينها في قواعد البيانات.

### ثانياً: المتطلبات التقنية والتكنولوجية:

وهي مجموعة البرامج والأجهزة والمعدات ومواقع الانترنت الخاصة بالإعمال الإلكترونية المصرفية حيث أحدثت التطورات التكنولوجية مزيداً من الحاجة إلى الاستفادة من هذه التطورات المتسارعة لازدياد حدة المنافسة بين البنوك التي تواكب هذه التطورات لتحقيق ميزة تنافسية وتوظيف هذه التكنولوجيا والتقدم التقني في صالح خدمة العملاء وبالتالي يجب حراسة المتطلبات التقنية والتكنولوجية من حيث مدى توافر البنية التحتية الملائمة لتطبيق أنشطة الأعمال الإلكترونية في البنوك.

### ثالثاً: المتطلبات التشريعية والقانونية:

يتطلب الولوج إلى الأعمال الإلكترونية مواكبة متواصلة وناجحة مع متطلبات العصر الإلكتروني لاسيما في الأعمال المالية والمصرفية خاصة مع تطور احتياجات ومتطلبات الزبائن واتجاهها للاعتماد على الركائز التكنولوجية عموماً والإلكترونية بشكل خاص.

ويضع ذلك الإدارات المصرفية أمام تحديات قانونية على المستوى الدولي أمام العمل المصرفي الإلكتروني مما يتطلب إيجاد بنية قانونية مناسبة تعمل على إيجاد بنية قانونية مناسبة تعمل على حماية حقوق كافة الأطراف وتؤكد الهوية القانونية لهذه الأطراف وتعمل على إيجاد القوانين التي تشرع وتتضم وتتحكم استخدام وسائل الإبلاغ وتبادل البيانات الإلكترونية كبديل لوسائل الإبلاغ والتبادل المرتكزة على أساس ورقي والقوانين الخاصة بحماية العميل والسرية.

وقد أقرت لجنة بازل مجموعة من المتطلبات لإدارة المخاطر القانونية ومخاطر السمعة الخاصة بالعمليات المصرفية الإلكترونية منها:

- 1- يجب على البنوك أن تضمن تقديم المعلومات المناسبة في مواقعها على الانترنت للسماح للعملاء المحتملين بالتوصل إلى استنتاجات مدروسة حول هوية المصرف ومركزه القانوني وذلك قبل الدخول بمعاملات تنفذ من خلال العمليات المصرفية الإلكترونية.
- 2- يجب على البنوك اتخاذ الإجراءات المناسبة للتأكد من الوفاء بمتطلبات سرية العميل بحسب الأقطار التي يقدم فيها المصرف منتجاته وخدماته المستندة إلى العمليات المصرفية الإلكترونية.
- 3- يجب أن تكون للبنوك القدرة الفاعلة واستمرارية النشاط وعمليات التخطيط للطوارئ للمساعدة على ضمان توافر النظم والخدمات من خلال العمليات الإلكترونية.
- 4- يجب على البنوك إعداد خطط مناسبة تتضمن الاستجابة للحوادث والحد منها (السيطرة عليها) والحد من المشاكل الناشئة عن الحوادث الغير متوقعة بما في ذلك أنواع الهجوم الداخلي والخارجي التي قد تعيق تزويد النظم والخدمات المستندة للعمليات المصرفية الإلكترونية.

#### رابعاً: المتطلبات الإدارية:

وتتمثل في التخطيط الجيد والتنظيم الملائم ولاسيما أن استخدام العمليات الإلكترونية تلغي كثيراً من الوظائف التقليدية للفصل بين الواجبات وتتضمن المتطلبات الإدارية وتوصيف الهيكل التنظيمي وتحديد السلطات والمسئوليات وتحديد إجراءات العمل والفصل بين الوظائف في إدارة نظم المعلومات وصياغة آلية إشراف مجلس الإدارة والإدارة العليا على العمليات المصرفية الإلكترونية<sup>(1)</sup>.

ويمكن القول بأن الرقابة الداخلية على العمليات الإلكترونية تعتمد بشكل أساسي على التغذية العكسية حيث يتم -وذلك كمثال- وضع المدخلات (المواد الخام) في آلة بعد أن يتم ضبطها بحيث تكون قادرة على قبول أو رفض المواصفات الخاصة بهذه المدخلات كشكل أو توماتيكي وبالتالي فإنه إذا قبلت الآلة المدخلات فإنه يتم بدء عمليات التشغيل حيث تستمر الآلة في التحقق من دقة التنفيذ هذا وفي حالة حدوث أي خلل فإن الآلة ذاتها تقوم بمعالجة هذا الخلل بشكل تلقائي ومع خروج المخرجات من الآلة فإنها توفر أيضاً بيانات مرتدة إلى عملية استقبال المخرجات وعمليات التشغيل وذلك بناء على نتائج الرقابة على الوحدة المنتجة السابقة<sup>(2)</sup>.

#### **أهداف الرقابة الداخلية على العمليات المصرفية الإلكترونية:**

وتهدف الرقابة الداخلية على العمليات المصرفية الإلكترونية إلى<sup>(3)</sup>:

- 1- ضمان فاعلية العمليات عن طريق تحقيق أهداف النظام ومنها : ضمان صدق وتمام ودقة المدخلات وضمان دقة وتمام التحديث للملفات الرئيسية.
- 2- ضمان الاستخدام الكفء للموارد المملوكة للبنك.
- 3- حماية موارد البنك وأصوله من الاختلاس أو الضياع أو سوء الاستعمال.
- 4- التأكد من دقة البيانات وإمكانية الاعتماد عليها.
- 5- تشجيع الالتزام بالسياسات والقرارات الإدارية.

---

(1) سامية العنزي، دراسة مدى التزام البنوك التجارية الأردنية بمتطلبات الرقابة الداخلية على أنشطة التجارة الإلكترونية من وجهة نظر المدقق الخارجي، جامعة آل البيت-الأردن.

(2) أحمد محمد غنيم، الإدارة الإلكترونية بين النظرية والتطبيق، المكتبة العصرية، المنصورة 2008-2009.

(3) بليغ أحمد سعيد ناجي، (مدى التزام البنوك التجارية اليمنية بمتطلبات الرقابة الداخلية على أنشطة التجارة الإلكترونية)، مرجع سابق، 2010، ص65.

### المطلب الثالث: الدور الرقابي والإشرافي لبنك السودان:

يقوم بنك السودان بدور الرقابة والإشراف على الجهاز المصرفي والمؤسسات المالية التي تمارس العمل المصرفي كلياً أو جزئياً لتحقيق السلامة المصرفية واستقرار القطاع المصرفي والمالي، حيث يمنح قانون بنك السودان لسنة 1959 وقانون تنظيم العمل المصرفي لسنة 1991 بنك السودان السلطات الكافية التي تمكنه من ممارسة دوره الرقابي والإشرافي على النشاط المصرفي والمالي وإصدار اللوائح والمنشورات المنظمة لذلك. حيث ورد في قانون بنك السودان لسنة 1959 المادة (6) الفقرة (ج) أن أحد أغراض البنك هو تنظيم العمل المصرفي وتنميته ورفع كفاءته لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، بينما ورد في قانون تنظيم العمل المصرفي لسنة 1991 تحت بند الإشراف والرقابة على المصارف، المادة (8) الفقرة الأولى "يتولى البنك المركزي الإشراف والرقابة على جميع المصارف والمؤسسات المالية وعلى أي شخص آخر يقوم بممارسته للعمل المصرفي".

وتخول الفقرة (الثانية) من قانون تنظيم العمل المصرفي للمحافظ أو من يفوضه سلطة إصدار التعليمات والتوجيهات لأي شخص يقوم بممارسة العمل المصرفي كلياً أو جزئياً، ويجب على ذلك الشخص الالتزام بتلك التعليمات والتوجيهات وتنفيذها. وبموجب هذه السلطات يمارس البنك المركزي كافة صلاحياته في الإشراف والرقابة على الجهاز المصرفي ابتداءً من مرحلة منح الترخيص، ووضع الأسس والضوابط وإصدار التوجيهات والموجهات المنظمة للعمل المصرفي وانتهاءً بسحب الرخصة.

خلال الفترة من الستينات وحتى منتصف السبعينات لم يرق بنك السودان بالدور الرقابي والإشرافي على الوجه الأكمل ويرجع ذلك لعدة أسباب أهمها ما يلي:

● تقليص سلطات وصلاحيات البنك المركزي في السبعينات نتيجة لسياسة التأميم وإنشاء مجلس الادخار والاستثمار.

● عدم تطبيق بنك السودان عقوبات على المصارف المخالفة لتوجيهاته.

● عدم وجود إدارة تختص بالرقابة والإشراف على الجهاز المصرفي.

يمكن تلخيص أهم التطورات التي تمت في مجال السياسات المصرفية والرقابية خلال الفترة من بداية الثمانينات وحتى عام 2009 في الآتي<sup>(1)</sup>:

(1) سلسلة تقارير الأداء منشوره على موقع بنك السودان .



- إنشاء إدارة الرقابة على المصارف عام 1980.
- إصدار قانون تنظيم العمل المصرفي في عام 1991 ولائحة الجزاءات في عام 1992.
- إنشاء الهيئة العليا للرقابة الشرعية لوضع مقومات الرقابة الشرعية في عام 1992م.
- إنشاء سوق الخرطوم للأوراق المالية في عام 1995 وصندوق ضمان الودائع المصرفية في عام 1995 ضمن المؤسسات المصرفية المساندة لتفعيل دور القطاع المصرفي.
- إصدار مشروع توفيق الأوضاع لتنظيم العمل المصرفي والمعايير المحاسبية والرقابة العالمية في عام 1994.
- إعلان السياسة المصرفية الشاملة خلال الفترة (1999-2001) التي تم من خلالها تنفيذ جزء مقدر من برنامج إعادة الهيكلة، مراجعة القوانين التي تحكم العمل المصرفي، تطوير وسائل الرقابة الاحترازية، تطبيق المبادئ الأساسية للرقابة المصرفية الفعالة، تطوير برنامج التقنية المصرفية وتأهيل الكوادر المصرفية.
- تفعيل دور الرقابة المباشرة عن طريق المراقب الميداني ومسئول الالتزام ومجلس الإدارة ولجان المراجعة.

كما شهدت الفترة الأخيرة العديد من التطورات في الجانب الرقابي والإشرافي في بنك السودان المركزي شملت النواحي التالية: (1)

- مواكبة للتطورات التي حدثت في مختلف بقاع العالم وتخفيفاً للمخاطر وسعيًا وراء الوصول للسلامة المصرفية المنشودة فقد تبنت معظم المصارف المركزية تطبيق مقررات لجنة بازل للرقابة المصرفية والتي تقوم على مبدأ كفاية رأس المال، وبنك السودان المركزي كسائر المصارف المركزية الأخرى قد عمل على تطبيق مقررات بازل الأولى (كفاية رأس المال) منذ العام 1994م.
- وفي إطار إستراتيجيته الرامية إلى تقوية القطاع المصرفي وتحقيق سلامته واستقراره وفعاليتته، أتجه بنك السودان المركزي إلى اعتماد تطبيق المعايير الرقابية

(1) سلسلة تقارير الأداء منشوره على موقع بنك السودان .

الدولية الصادرة من لجنة بازل ومجلس الخدمات المالية الإسلامية. ولتنفيذ ذلك فقد تم إنشاء وحدة خاصة لمتابعة تطبيق هذه المعايير بإدارة الرقابة المصرفية، كما تم توجيه المصارف بتكوين إدارات مستقلة للمخاطر ويعتبر معيار بازل 2 الخاص بقياس كفاية رأس المال، من أهم المعايير التي تبناها بنك السودان المركزي مؤخرًا. حيث أشتمل معيار بازل 2 على ثلاث ركائز هي قياس الحد الأدنى لكفاية رأس المال، المراجعة الرقابية والشفافية والإفصاح ويهدف معيار بازل 2 إلى معالجة سلبيات معيار كفاية رأس المال السابق أو ما يعرف ببازل 1، وتحسين إدارة المخاطر ومستوي الشفافية وانضباط السوق.

وفي إطار تطبيق معيار بازل 2 فقد اتخذ بنك السودان العديد من الإجراءات بهدف التمهيد لتطبيق سليم وصحيح لمتطلبات المعيار حتى تتحقق. وفي هذا الصدد فقد قام بنك السودان المركزي بالآتي:

- في الفترة 2006-2007 تم تدريب العاملين بالمصارف بالتنسيق مع مجلس الخدمات المالية الإسلامية وأكاديمية السودان للعلوم المصرفية والمالية بهدف تحسين مستوى الوعي بمتطلبات المعيار ورفع قدرات العاملين بالمصارف والبنك المركزي لفهم متطلبات المعايير وأهدافها وتقنيات وآليات التطبيق.
- في 2008 قام بنك السودان المركزي بإصدار موجهات إرشادية شاملة عن متطلبات المعيار الجديد لكفاية رأس المال.
- في بداية العام 2009 أصدر بنك السودان المركزي توجيهها للمصارف للبدء في التطبيق العملي للمعيار الجديد على أن تستمر في التطبيق التدريجي لبقية الركائز.

## الفصل الخامس

### منهجية الدراسة وإجراءاتها

المبحث الأول: إجراءات الدراسة الميدانية .

المبحث الثاني: عرض وتحليل بيانات الدراسة واختبار الفروض

## المبحث الأول

### إجراءات الدراسة الميدانية

مقدمة:

يتناول هذا الفصل وصفاً للطريقة والإجراءات التي تم أتبعها في تنفيذ هذه الدراسة ويشمل ذلك وصفاً لمجتمع الدراسة وعينته، وطريقة إعداد أدواتها، والإجراءات التي اتخذت للتأكد من صدقها وثباتها، والطريقة التي أتبعت لتطبيقها ووصفاً لمنهج الدراسة ، والمعالجات الإحصائية التي تم بموجبها تحليل البيانات واستخراج النتائج.

#### أولاً: منهجية جمع البيانات

اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي ممثلاً في المدخل الوثائقي المكتبي وذلك من أجل جمع البيانات والمعلومات النظرية لتكوين الإطار العام للدراسة معتمداً على (الكتب والمجلات المحكمة ، الاتفاقيات الدولية ، الدراسات والبحوث العربية والأجنبية ، القوانين والتشريعات الرسائل الجامعية العلمية ، المنشرات والمطبوعات والمواقع الالكترونية) ، وكذلك مدخل الدراسات المسحية مستخدماً الاستبانة التي تم تصميمها لتخدم أهداف الدراسة كأداة لجمع البيانات والمعلومات.

#### ثانياً: حدود الدراسة :

1- حدود مكانية: المصارف التجارية بولاية الخرطوم

2- حدود زمانية : الفترة 2008 إلى 2017م

3- حدود بشرية : موظفي البنوك والمتعاملين

#### ثالثاً: مجتمع الدراسة :

يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة. يتكون مجتمع الدراسة الحالية على عدد موظفي البنوك السودانية والعملاء، في عام 2016م.

#### رابعاً: عينة الدراسة :

فقد تم بطريقة عشوائية من مجتمع الدراسة. حيث قام الباحث بتوزيع عدد (250) استبانة على المستهدفين من موظفي البنوك السودانية والعملاء واستجاب (220) فرداً

حيث أعادوا الاستبانة بعد ملئها بالبيانات المطلوبة أي ما نسبته تقريباً (88%) من المستهدفين. وللخروج بنتائج دقيقة قدر الإمكان حرص الباحث على تنوع عينة الدراسة من حيث شملها على الآتي:

- 1- الأفراد من مختلف الفئات العمرية.
- 2- الأفراد من مختلف المؤهلات العلمية.
- 3- التخصص العلمي.
- 4- المؤهل الوظيفي.
- 5- المركز الوظيفي.
- 6- الأفراد من مختلف سنوات الخبرة العملية.

**خامساً : أداة الدراسة :**

أداة الدراسة عبارة عن الوسيلة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات اللازمة عن الظاهرة موضوع الدراسة ، ويوجد العديد من الأدوات المستخدمة في مجال البحث العلمي للحصول على المعلومات والبيانات اللازمة للدراسة . وقد اعتمد الباحث على الاستبانة كأداة رئيسية لجمع المعلومات من عينة الدراسة لما لها من مزايا حيث يمكن تطبيقها للحصول على المعلومات من عدد من الأفراد وكذلك قلة تكلفتها وسهولة تطبيقها ، سهولة وضع أسئلتها ، توفر الوقت للمستجيب وتعطيه فرصة للتفكير وكذلك يشعر المجيبون على الاستبانة بالحرية في التعبير والإجابة .

**سادساً :خيارات الإجابة:**

قام الباحث بصوغ عبارات أداة الدراسة بعد مراجعة الجوانب النظرية والبحوث والدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع البحث، ومراجعة أدوات الدراسات السابقة والإفادة منها في بناء عبارات الأداة، وقد راعى الباحث أن تخدم العبارات الأهداف المطلوب تحقيقها، وكذلك الأساليب العلمية الصحيحة في صوغ عبارات الأداة لتكون واضحة ومفهومة لأفراد عينة الدراسة، كما حدد مقياس ليكرت (Likert Scale) الخماسي المتدرج كمقياس لعبارات الاستبانة في محاورها الأربعة، كما يتضح من الجدول ذي الرقم (5-1).

وقد حدد الباحث محاور أداة الدراسة وأبعادها في الآتي:

البيانات الأولية: تتعلق بالمتغيرات المستقلة، والتي تتضمن المتغيرات ذات العلاقة بالبيانات الوظيفية لعينة الدراسة، وتشتمل على (العمر، المؤهل العلمي، التخصص العلمي، المؤهل المهني، المركز الوظيفي، وسنوات الخبرة).

محاور الاستبانة: تشمل الاستبانة عدة فقرات مصنفة تحت أربعة محاور وهي على النحو الآتي:

المحور الأول: هنالك علاقة طردية بين زيادة حجم الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين زيادة كفاءة الجهاز المصرفي، يحتوى هذا المحور على (8) فقرات.

المحور الثاني: التطبيق السليم للنظام الإلكتروني للخدمات المصرفية يؤدي إلى زيادة ثقة ورضاء العملاء بالنظام الإلكتروني، يحتوى هذا المحور على (8) فقرات.

المحور الثالث: هنالك علاقة طردية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين سرعة انجاز المعاملات، يحتوى هذا المحور على (8) فقرات.

المحور الرابع: توجد علاقة طردية بين تعدد الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين القدرة على استقطاب مدخرات العملاء، يحتوى هذا المحور على (8) فقرات.

### جدول رقم (5-1)

#### مقياس التقدير الخماسي لعبارات محاور أداة الدراسة

| مقياس ليكرت الخماسي |          |       |       |            | المحاور |
|---------------------|----------|-------|-------|------------|---------|
| 1                   | 2        | 3     | 4     | 5          | الدرجات |
| لا أوافق            | لا أوافق | محايد | أوافق | أوافق بشدة | التقدير |

إن كل ما سبق ذكره وحسب متطلبات التحليل الإحصائي هو تحويل المتغيرات الاسمية إلى متغيرات كمية، وبعد ذلك سيتم استخدام اختبار معامل ألفا كرونباخ لمعرفة دلالة الفروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات كل فرضية.

سابعاً : ثبات وصدق أداة الدراسة:

#### 1- الصدق الظاهري :

أعتمد الباحث الثبات والصدق الظاهري للتأكد من الصدق الظاهري للاستبانة وصلاحيه أسئلة الاستبانة من حيث الصياغة والوضوح قام الباحث بعرض الاستبانة على عدد من المحكمين الأكاديميين، للتأكد من الصدق الظاهري للاستبانة وصلاحيه أسئلتها من حيث الصياغة والوضوح، والبالغ عددهم (5) محكمين، ومن مختلف المواقع الوظيفية والتخصصات العلمية، وبعد استعادة الاستبانة من المحكمين تم إجراء التعديلات التي اقترحت عليه، فيما أشار العدد الآخر من المحكمين أن الاستبانة بشكلها الحالي مستوفياً لشروط الدراسة جدول (2-5).

#### جدول رقم (2-5)

#### قائمة بأسماء وعناوين محكمي أداة الدراسة

| م  | الاسم                    | العنوان   |
|----|--------------------------|---|
| 1- | د. الصديق طلحه محمد رحمه | أستاذ مشارك جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية   |
| 2- | د. خضر الصديق محمد       | أستاذ مشارك جامعة بحري                            |
| 3- | د. منصور احمد المنصور    | أستاذ مشارك جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية |
| 4- | د. رحمة الحاج محمد       | أستاذ مشارك جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية   |
| 5- | د. محمد احمد حمتو        | أستاذ مشارك جامعة شقراء                           |

#### 2- الثبات :

لقياس ثبات الأداة تم احتساب معامل الفا كرونباخ ، والذي يوضح أن جميع قيم كرونباخ اكبر من (0.70) مما يشير إلى ثبات عالي للأداة وهذا يعني يمكن إذا ما تم استخدام الأداة في ظل نفس الظروف يمكن الحصول على نتائج متقاربة .

### جدول رقم (5-3)

#### معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

| الثبات | عدد العبارات | محاور المقياس   |
|--------|--------------|---|
| 0.722  | 8            | هنالك علاقة طردية بين زيادة حجم الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين زيادة كفاءة الجهاز المصرفي          |
| 0.745  | 8            | التطبيق السليم للنظام الإلكتروني للخدمات المصرفية يؤدي إلى زيادة ثقة ورضاء العملاء بالنظام الإلكتروني |
| 0.718  | 8            | هنالك علاقة طردية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين سرعة انجاز المعاملات                          |
| 0.801  | 8            | توجد علاقة طردية بين تعدد الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين القدرة على استقطاب مدخرات العملاء         |
| 0.882  | 32           | الثبات العام  |

يتضح من الجدول رقم (5-3) أن: معاملات الثبات لمحاور الدراسة تراوحت بين (0.718 - 0.801) وأن معامل الثبات العام عال حيث بلغ (0.882)، وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات يمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدراسة.

ثامناً : معيار الحكم على نتائج الدراسة:

#### درجات فئات معيار نتائج الدراسة وحدودها وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي

ولتسهيل تفسير النتائج استخدم الباحث الأسلوب التالي لتحديد مستوى الإجابة على بدائل المقياس، وذلك إعطاء وزن للبدايل: (أوافق بشدة = 5، فئة المتوسط من (4.21 إلى 5) أوافق = 4، فئة المتوسط من (3.41 إلى 4.20) محايد = 3، فئة المتوسط (من 2.61 إلى 3.40) لا أوافق = 2 فئة المتوسط (من 1.81 إلى 2.60)، لا أوافق بشدة = 1، فئة المتوسط (من 1 إلى 1.80)، ثم تصنيف الباحث تلك الإجابات إلى خمس مستويات متساوية المدى عن طريق المعادلة الآتية:

$$\text{طول الفئة} = (\text{أكبر قيمة} - \text{أقل قيمة}) \div \text{عدد بدائل المقياس} = (5 - 1) \div 5 = (0.80)$$



## تاسعاً : إجراءات التطبيق الميداني لأداة الدراسة:

أولاً: طبق الباحث أداة الدراسة بعد إتمام خطوات بنائها وتقنينها والتأكد من صدقها وثباتها، وإخراجها في صورتها النهائية، واستكمال الإجراءات النظامية لتطبيقها، بعد اعتماد أداة الدراسة في صورتها النهائية، قام الباحث، بالخطوات الآتية:

التوزيع عن طريق التواصل المباشر وبمجموعات تقنية الواتس أب (WhatsApp) لتعبئة الاستبانة وعن طريق البريد الإلكتروني لعدد 250 مهتم.

التأكد من وصول الاستبانة إلى المحاسبين والمدراء والموظفين وبعض المهتمين قام الباحث بالاتصال أفراد العينة، والتوزيع على من لم يتم بالاطلاع عليها وتعبئتها.

ثانياً: جمع الاستبانات، فقد عاد للباحث (225) استبانة منها (220) صالحه للتحليل.

ثالثاً: تفريغ إجابات أفراد عينة الدراسة في قاعدة البيانات في برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، فقد صنفت الاستبانات حسب متغيرات الدراسة، ومحاورها وأبعادها.

## عاشراً : الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي جمعها الباحث، فقد استخدم الباحث عدداً من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، والتي يرمز لها اختصاراً بالرمز (SPSS)، وذلك بعد أن تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم استخرج الباحث النتائج وفقاً للأساليب الإحصائية الآتية:

1. الأشكال البيانية .
2. التكرارات والنسب المئوية (Percentage & Frequencies)، للتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة وتحديد إجابات أفرادها تجاه عبارات المحاور الرئيسة التي تتضمنها أداة الدراسة.
3. المتوسط الحسابي الموزون (المرجح) (Weighted Mean)، لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض إجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات الدراسة

الأساس، مع العلم بأن هذا المقياس يفيد في ترتيب العبارات حسب أعلى متوسط حسابي موزون.

4. المتوسط الحسابي (Mean)، لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض إجابات أفراد عينة الدراسة عن المحاور الرئيسية (متوسط متوسطات العبارات)، مع العلم بأن الباحث قد أفاد في ترتيب المحاور حسب أعلى متوسط حسابي.

5. الانحراف المعياري (Standard Deviation)، للتعرف على مدى انحراف إجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، ولكل محور من المحاور الرئيسية عن متوسطها الحسابي، وقد استخدم الباحث هذا الأسلوب نظراً لأن الانحراف المعياري يوضح التشتت في إجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، إلى جانب المحاور الرئيسية، فكلما اقتربت قيمته من الصفر تركزت الإجابات وانخفض تشتتها بين المقياس.

6. الوسيط

7. معامل ارتباط بيرسون (Pearson)، لقياس صدق الاتساق الداخلي بين عبارات الأداة (الاستبانة) وكل محور تنتمي إليه (وكذلك لقياس العلاقة في فروض الدراسة).

8. معامل الثبات ألفا كرونباخ (cronbach,s Alpha( $\alpha$ ))، لحساب معامل ثبات أداة الدراسة وهو مقياس ثبات يعتبر "من أشهر المقاييس المستخدمة لقياس الثبات الداخلي" عن طريق حساب درجة ثبات كل بعد من أبعاد الدراسة ومحاورها، وكذلك حساب قيمة الثبات الكلي لأداة الدراسة

9. اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات وللحصول على نتائج دقيقة

## المبحث الثاني

### تحليل بيانات الدراسة واختبار الفروض

#### تمهيد

يهدف الباحث من تحليل البيانات الأساسية التمكن من معرفة مدى تمثيلهم لمجتمع الدراسة ومن ثم يقدم الباحث إحصاءً "وصفياً" للبيانات الأساسية لأفراد عينة الدراسة. وقد قام الباحث بتلخيص البيانات في جداول والتي توضح قيم كل متغير لتوضيح أهم المميزات الأساسية للعينة وقد استخدم التوزيع التكراري لتوضيح عدد المشاهدين للقيمة الواحدة داخل المتغير في شكل أرقام ونسب مئوية.

#### المطلب الأول : النتائج المتعلقة بوصف خصائص أفراد عينة الدراسة

فيما يلي وصفاً لأفراد عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات أعلاه (خصائص الباحثين):

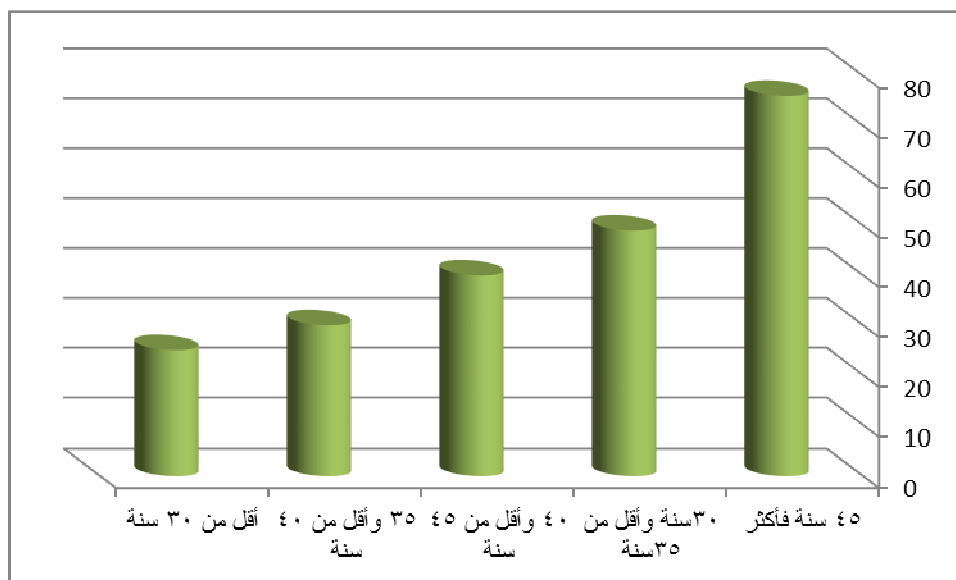
#### الجدول رقم (4-5)

##### توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير العمر

| النسبة | التكرار | العمر                 |
|--------|---------|-----------------------|
| 34,5   | 76      | 45 سنة فأكثر          |
| 22,3   | 49      | 30 سنة وأقل من 35 سنة |
| 18,2   | 40      | 40 وأقل من 45 سنة     |
| 13,6   | 30      | 35 وأقل من 40 سنة     |
| 11,4   | 25      | أقل من 30 سنة         |
| %100   | 220     | المجموع               |

## الشكل رقم (5-1)

### توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير العمر



يتضح من الجدول رقم (5-4)، والشكل البياني رقم (5-1): أن (76) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته 34,5% من إجمالي أفراد عينة الدراسة أعمارهم من 45 سنة فأكثر وهم الفئة الأكثر من أفراد عينة الدراسة، بينما (49) منهم يمثلون ما نسبته 22,3% من إجمالي أفراد عينة الدراسة أعمارهم بين 30 سنة وأقل من 35 سنة، و(40) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته 18,2% أعمارهم من 40 سنة وأقل من 45 سنة، كما أن (30) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته 13,6% من عينة الدراسة كانت أعمارهم من 35 سنة إلى أقل من 40 سنة، وأخيراً (25) من أفراد عينة الدراسة يمثلون نسبة 11,4% أعمارهم أقل من 30 سنة وهم الفئة الأقل في أفراد العينة.

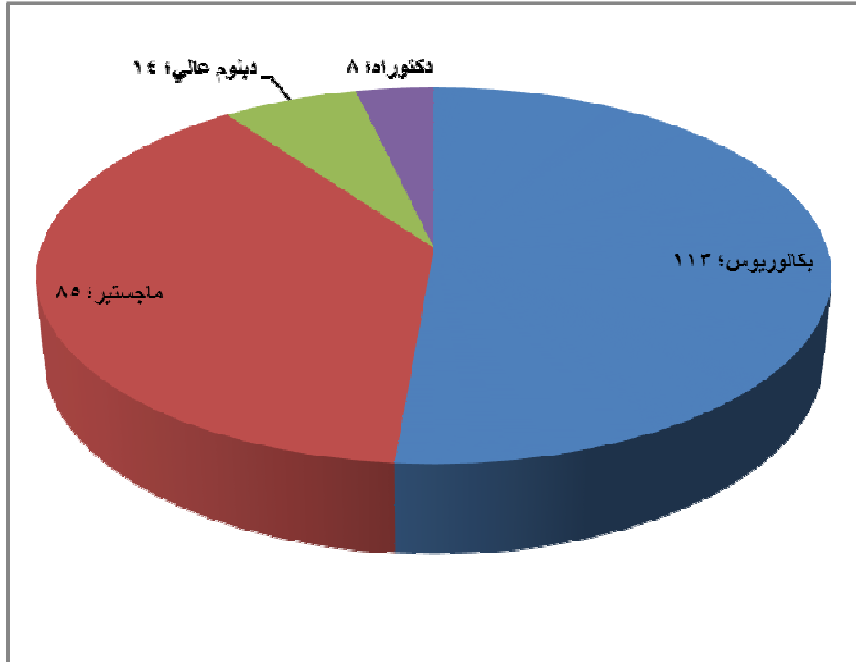
### الجدول رقم (5-5)

توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي

| النسبة | التكرار | المؤهل العلمي |
|--------|---------|---------------|
| 51.4   | 113     | بكالوريوس     |
| 38.6   | 85      | ماجستير       |
| 6.4    | 14      | دبلوم عالي    |
| 3.6    | 8       | دكتوراه       |
| %100   | 220     | المجموع       |

### الشكل رقم (2-5)

توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي



يتضح من الجدول رقم (5-5)، والشكل رقم (2-5) أن (113) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته 51.4% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كان مؤهلهم العلمي بكالوريوس وهم الفئة الأكثر من أفراد عينة الدراسة، بينما (85) منهم يمثلون ما نسبته 38.6% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كان مؤهلهم العلمي ماجستير، كما أن (14) من

أفراد عينة الدراسة ويمثلون ما نسبته 6.4% كان مؤهلهم دبلوم عالي، و(8) منهم يمثلون ما نسبته 3.6% من إجمالي أفراد عينة الدراسة مؤهلهم دكتوراه وهم الفئة الأقل في أفراد العينة.

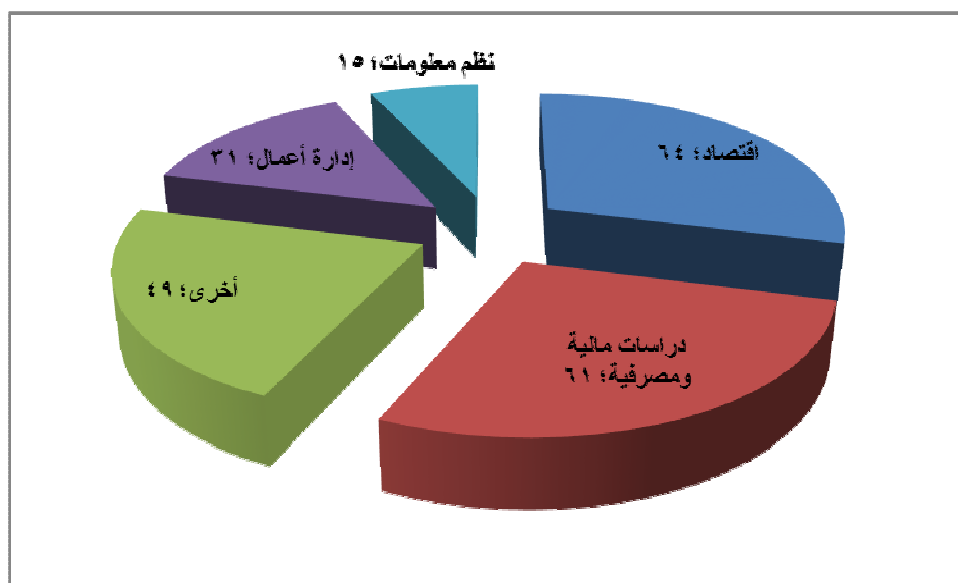
### الجدول رقم (5-6)

توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير التخصص العلمي

| النسبة | التكرار | التخصص العلمي        |
|--------|---------|----------------------|
| 29.1   | 64      | اقتصاد               |
| 27.7   | 61      | دراسات مالية ومصرفية |
| 22.3   | 49      | أخرى                 |
| 14.1   | 31      | إدارة أعمال          |
| 6.8    | 15      | نظم معلومات          |
| %100   | 220     | المجموع              |

### الشكل رقم (5-3)

توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير التخصص العلمي



يتضح من الجدول رقم (5-6)، والشكل رقم (5-3) أن (64) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته 29.1% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كان تخصصهم العلمي اقتصاد وهم الفئة الأكثر من أفراد عينة الدراسة، بينما (61) منهم يمثلون ما نسبته 27.7% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كان تخصصهم دراسات مالية ومصرفية، و(49) منهم يمثلون ما نسبته 22.3% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كانت تخصصاتهم أخرى، (31) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته 14.1% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كان تخصصهم إدارة أعمال، وكما أن (15) منهم يمثلون ما نسبته 6.8% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كان تخصصهم نظم معلومات وهم الفئة الأقل في عينة الدراسة.

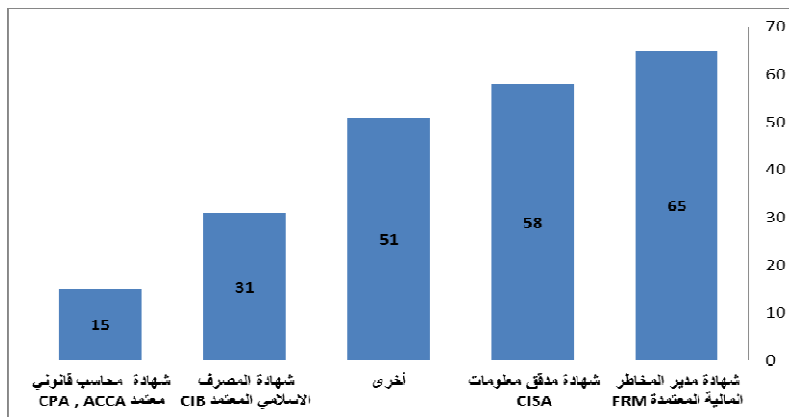
#### الجدول رقم (5-7)

#### توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير المؤهل المهني

| النسبة | التكرار | المؤهل المهني                           |
|--------|---------|---|
| 29.5   | 65      | شهادة مدير المخاطر المالية المعتمدة FRM |
| 26.4   | 58      | شهادة مدقق معلومات CISA                 |
| 26.4   | 51      | أخرى                                    |
| 14.1   | 31      | شهادة المصرف الإسلامي المعتمد CIB       |
| 6.8    | 15      | شهادة محاسب قانوني معتمد ACCA، CPA      |
| %100   | 220     | المجموع                                 |

#### الشكل رقم (5-4)

#### توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير المؤهل المهني



يتضح من الجدول رقم (5-7)، والشكل رقم (5-4) أن (65) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته 29.5% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كان مؤهلهم المهني شهادة مدير المخاطر المالية المعتمدة FRM وهم الفئة الأكثر من أفراد عينة الدراسة، بينما (58) منهم يمثلون ما نسبته 26.4% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كانت مؤهلاتهم أخرى، و(51) منهم يمثلون ما نسبته 23.2% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كان مؤهلهم المهني شهادة مدقق معلومات CISA، (31) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته 14.1% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كان مؤهلهم شهادة المصرف الإسلامي المعتمد CIB، وكما أن (15) منهم يمثلون ما نسبته 6.8% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كان مؤهلهم المهني شهادة محاسب قانوني معتمد ACCA، CPA وهم الفئة الأقل في عينة الدراسة.

#### الجدول رقم (5-8)

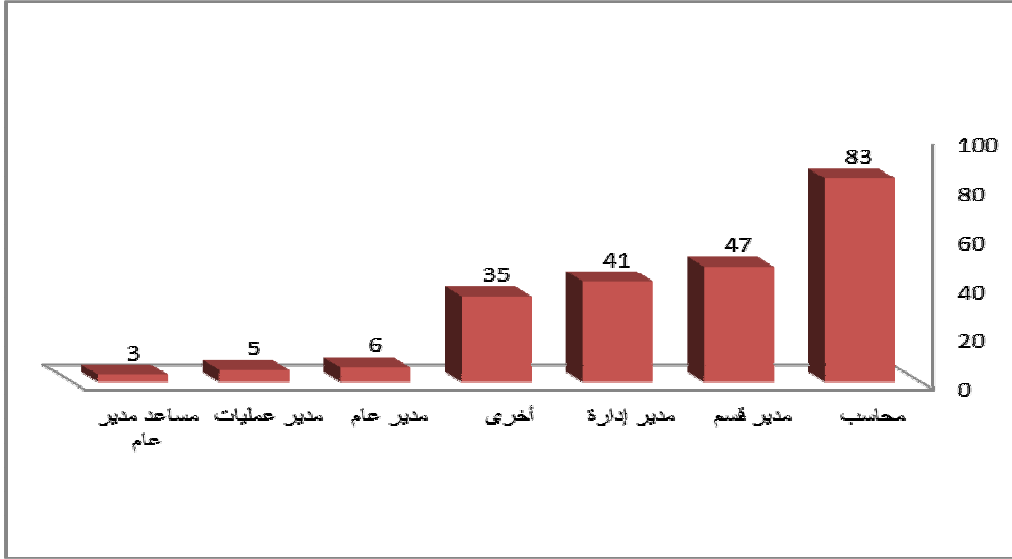
توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير المتغير المركز الوظيفي

| النسبة | التكرار | المركز الوظيفي |
|--------|---------|----------------|
| 37.7   | 83      | محاسب          |
| 21.4   | 47      | مدير قسم       |
| 18.6   | 41      | مدير إدارة     |
| 15.9   | 35      | أخرى           |
| 2.7    | 6       | مدير عام       |
| 2.3    | 5       | مدير عمليات    |
| 1.4    | 3       | مساعد مدير عام |
| %100   | 220     | المجموع        |



## الشكل رقم (5-5)

### توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير المركز الوظيفي



يتضح من الجدول رقم (5-8)، والشكل رقم (5-5) أن (83) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته 37.7% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كان مركزهم الوظيفي محاسبين وهم الفئة الأكثر من أفراد عينة الدراسة، بينما (47) منهم يمثلون ما نسبته 21.4% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كان مركز الوظيفي مدير قسم، في حين أن (41) منهم يمثلون ما نسبته 18.6% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كان مركزهم الوظيفي مدراء إدارات، كما أن (35) منهم ويمثلون ما نسبته 15.9% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كانت مراكزهم الوظيفية أخرى، (6) من أفراد عينة الدراسة بنسبة 2.7% كان مركزهم الوظيفي مدير عام، ونجد أن (5) منهم ويمثلون ما نسبته 2.3% كان مركزهم الوظيفي مدير عمليات، وأخيراً نجد أن (3) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته 1.4% كان مركزهم الوظيفي مساعد مدير عام، وهم الفئة الأقل في عينة الدراسة.

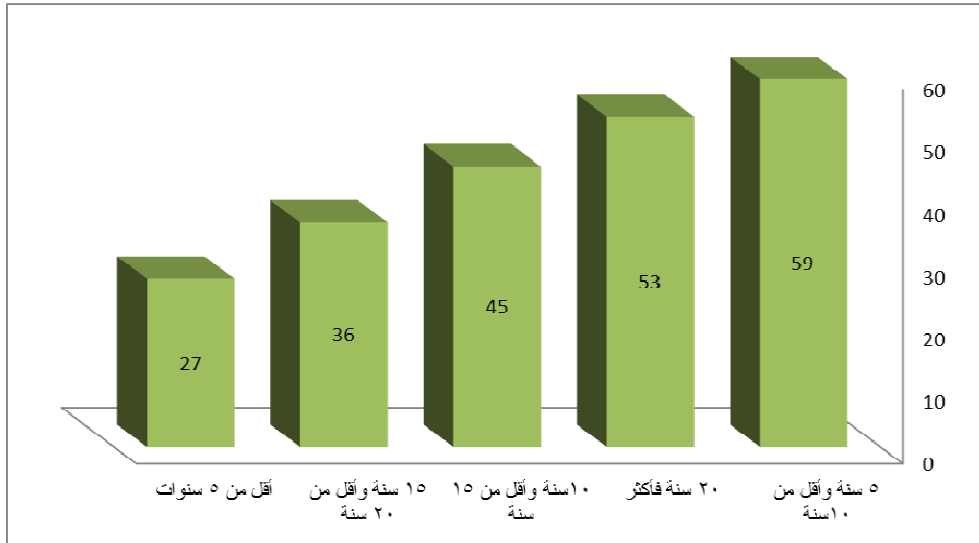
### الجدول رقم (5-9)

#### توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير الخبرة

| النسبة | التكرار | الخبرة                |
|--------|---------|-----------------------|
| 26.8   | 59      | 5 سنة وأقل من 10 سنة  |
| 24.1   | 53      | 20 سنة فأكثر          |
| 20.5   | 45      | 10 سنة وأقل من 15 سنة |
| 16.4   | 36      | 15 سنة وأقل من 20 سنة |
| 12.3   | 27      | أقل من 5 سنوات        |
| %100   | 220     | المجموع               |

### الشكل رقم (5-6)

#### توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير الخبرة



يتضح من الجدول رقم (5-9)، والشكل رقم (5-6) أن (59) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته 26.8% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كانت سنوات خبرتهم من 5 سنوات وأقل من 10 سنة وهم الفئة الأكثر من أفراد عينة الدراسة، بينما (53) منهم يمثلون ما نسبته 24.1% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كانت سنوات خبرتهم من 20 سنة فأكثر، و(45) منهم يمثلون ما نسبته 20.5% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كانت سنوات خبرتهم من 10 وأقل من 15 سنة، (36) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته 16.4% من

إجمالي أفراد عينة الدراسة كانت سنوات خبرتهم من 15 سنة وأقل من 20 سنة، كما أن (27) منهم يمثلون ما نسبته 12.3% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كانت سنوات خبرتهم أقل من 5 سنوات وهم الفئة الأقل في عينة الدراسة.

### المطلب الثاني: النتائج المتعلقة بمحاور الدراسة

ولاختبار فرضيات الدراسة قام الباحث بتحديد العبارات المرتبطة بالفرضيات ثم اختبارها باستخدام كل من :

أ/ الوسيط : حيث يتم استخدام الوسيط لكل عبارة من عبارات الاستبيان حيث يتم إعطاء الدرجة (5) لإجابة أوافق بشدة والدرجة (4) لإجابة أوافق والدرجة (3) للإجابة محايد والدرجة (2) كوزن للإجابة غير أوافق والدرجة (1) للإجابة غير موافق بشدة.

ب/ الوسط الحسابي لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض إجابات أفراد عينة الدراسة عن المحاور الرئيسية.

ج/ الانحراف المعياري : لقياس مدى تجانس إجابات الوحدات المبحوثة على عبارات الفرضية.

د/ استخدام كآي تربيع لمعرفة دلالة الفروق في إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات كل فرضية.

هـ/ معامل ارتباط بيرسون .

وفيما يلي مناقشة واختبار فرضيات البحث :

#### أولاً : عرض وتحليل بيانات الفرضية الأولى :

##### 1 - التوزيع التكراري والنسب المئوية :

الهدف من تحليل البيانات الأساسية التمكن من معرفة مدى تمثيلهم لمجتمع الدراسة ومن ثم تقديم إحصاءٍ وصفيًا للبيانات الأساسية لأفراد عينة الدراسة . وقد قام الباحث بتلخيص البيانات في جداول والتي توضح قيم كل متغير لتوضيح أهم المميزات الأساسية للعينة وقد استخدم التوزيع التكراري لتوضيح عدد المشاهدين للقيمة الواحدة داخل المتغير في شكل أرقام ونسب مئوية .

وفيما يلي التوزيع التكراري لإجابات الوحدات المبحوثة لجميع محاور الاستبانة :

تنص الفرضية الأولى من فرضية الدراسة على الآتي: هنالك علاقة طردية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين سرعة إنجاز المعاملات, هدف وضعية هذه الفرضية إلى بيان "أن" وللتحقق من صحة هذه الفرضية، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من العبارات المتعلقة بالفرضية الأولى، كما في الجدول الآتي:

### جدول رقم (5-10)

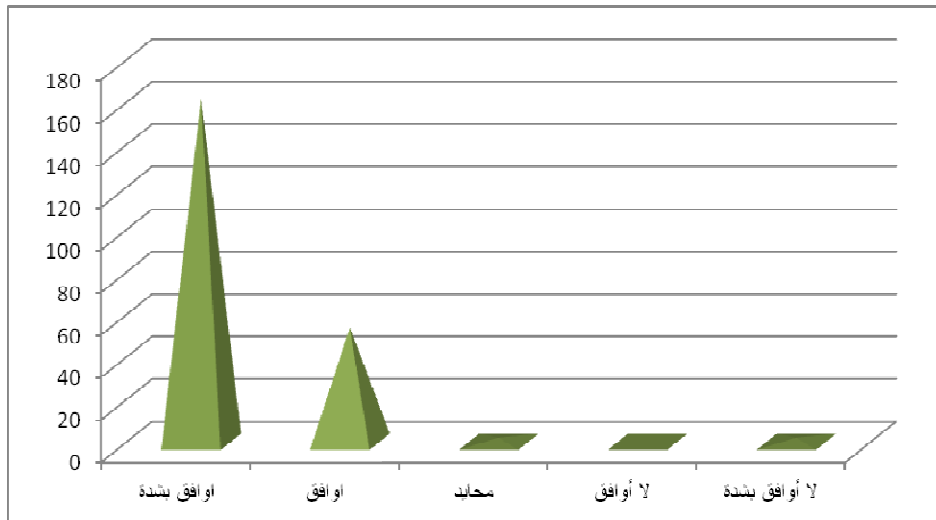
#### التوزيع التكراري للعبارة الأولى

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة الأولى  |
|----------|-------|---------------|---|
| 73.6     | 162   | أوافق بشدة    | تؤدي الخدمة المصرفية الإلكترونية إلى اختصار المسافات الجغرافية ورفع الحواجز التقليدية |
| 24.5     | 54    | أوافق         |   |
| 0.9      | 2     | محايد         |   |
| -        | -     | لا أوافق      |   |
| 0.9      | 2     | لا أوافق بشدة |   |
| 100      | 220   | المجموع       |   |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

### الشكل رقم (5-7)

#### التوزيع التكراري للعبارة الأولى



يتضح من الجدول رقم (5-10) والشكل رقم (5-7) أعلاه إن غالبية المبحوثين وافقوا بشدة على أن الخدمة المصرفية الالكترونية تؤدي إلى اختصار المسافات الجغرافية ورفع الحواجز التقليدية حيث بلغ عددهم (162) من المبحوثين بنسبة (73.6%)، و (54) وبنسبة (24.5%) يوافقون، و (2) بنسبة (0.9%) محايدين (2) بنسبة (0.9%) ولا يوجد غير موافقين (-).

### جدول رقم (5-11)

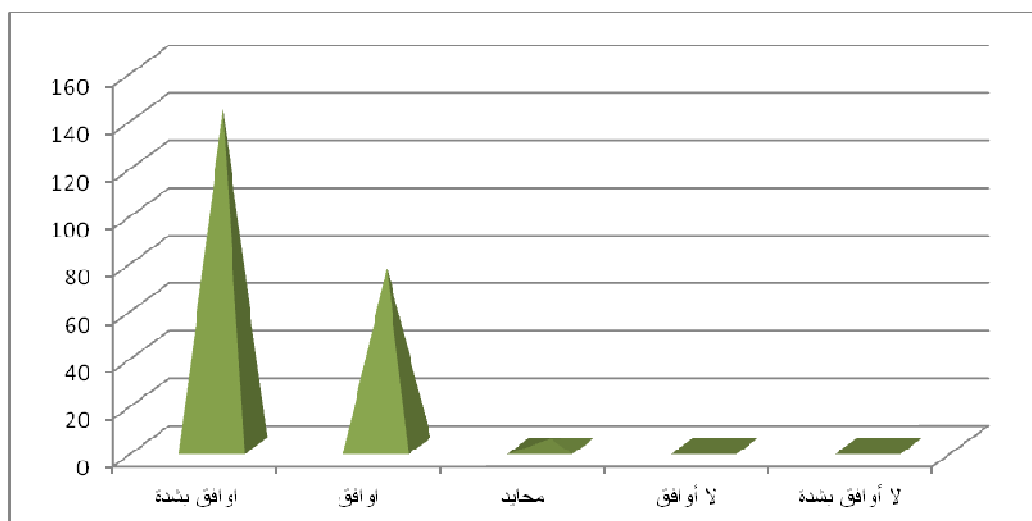
#### التوزيع التكراري للعبارة الثانية

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة الثانية  |
|----------|-------|---------------|--|
| 64.5     | 142   | أوافق بشدة    | دقة الأعمال المصرفية الالكترونية<br>غالباً ما يغرس الثقة لدى العملاء |
| 34.1     | 75    | أوافق         |  |
| 1.4      | 3     | محايد         |  |
| -        | -     | لا أوافق      |  |
| -        | -     | لا أوافق بشدة |  |
| 100      | 220   | المجموع       |  |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

### الشكل رقم (5-8)

#### التوزيع التكراري للعبارة الثانية



يتضح من الجدول رقم(5-11) والشكل رقم(5-8) أعلاه إن غالبية المبحوثين وافقوا بشدة على أن دقة الأعمال المصرفية الالكترونية غالباً ما يغرس الثقة لدى العملاء حيث بلغ عددهم (142) من المبحوثين بنسبة (64.5%)، و(75) بنسبة (34.1%) يوافقون، محايد و(3) بنسبة (1.4%) ولا يوجد غير موافق (-) ولا يوجد لا أوافق بشدة(-).

### جدول رقم (5-12)

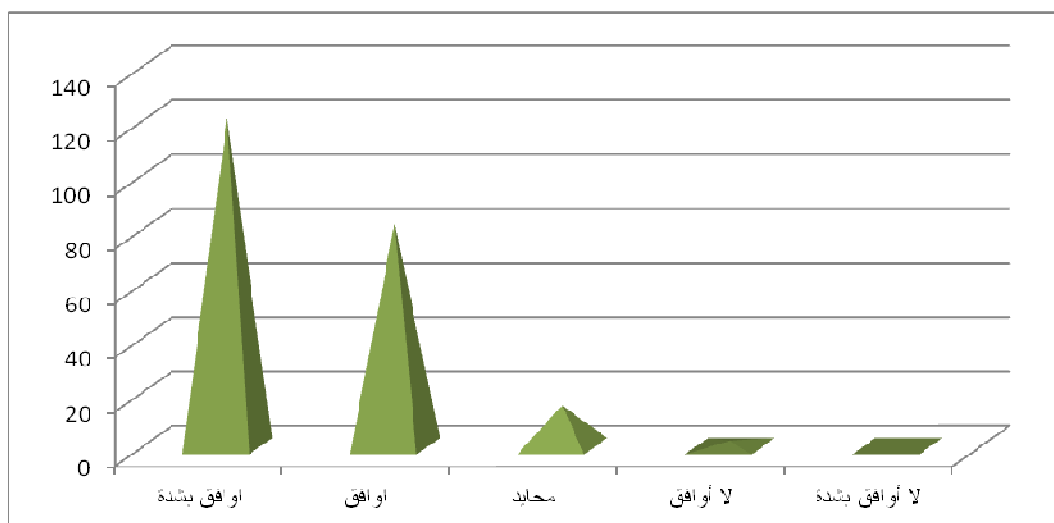
#### التوزيع التكراري للعبارة الثالثة

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة الثالثة                                 |
|----------|-------|---------------|---|
| 55.0     | 121   | أوافق بشدة    | تيسر التعامل بين المصارف وتجعله على مدار الساعة |
| 37.3     | 82    | أوافق         |   |
| 6.8      | 15    | محايد         |   |
| 0.9      | 2     | لا أوافق      |   |
| -        | -     | لا أوافق بشدة |   |
| 100      | 220   | المجموع       |   |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

### الشكل رقم (5-9)

#### التوزيع التكراري للعبارة الثالثة



يتضح من الجدول رقم(5-12) والشكل رقم(5-9) أعلاه إن غالبية المبحوثين وافقوا بشدة على أن تيسر التعامل بين المصارف وتجعله على مدار الساعة حيث بلغ عددهم (121) من المبحوثين بنسبة (55.0%)، و(82) بنسبة (37.3%) يوافقون، محايد و(15) بنسبة (6.8%) وغير موافق (2) بنسبة (0.9%) ولا يوجد لا أوفق بشدة(-).

### جدول رقم (5-13)

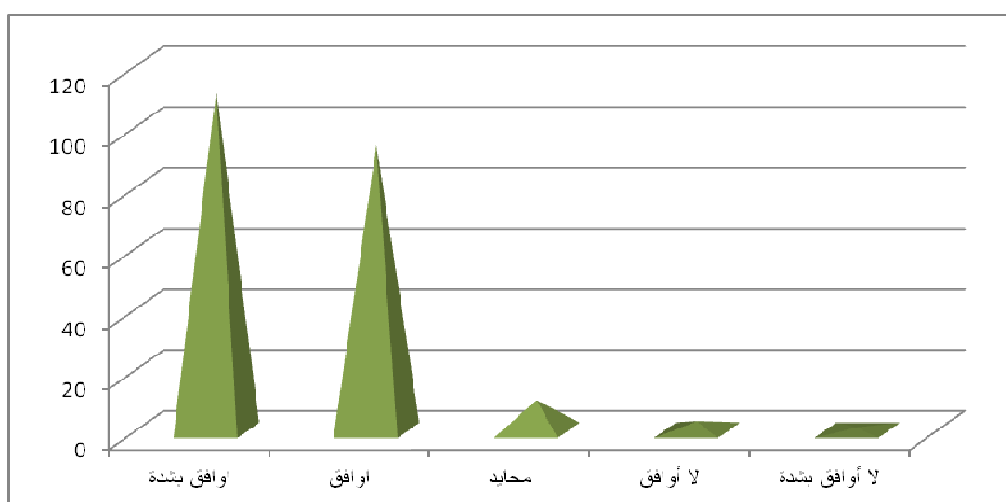
#### التوزيع التكراري للعبارة الرابعة

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة الرابعة   |
|----------|-------|---------------|---|
| 50.9     | 112   | أوافق بشدة    | تساهم الخدمات المصرفية الالكترونية في تحقيق درجة عالية من رضا العملاء |
| 42.7     | 94    | أوافق         |   |
| 4.5      | 10    | محايد         |   |
| 1.4      | 3     | لا أوافق      |   |
| 0.5      | 1     | لا أوافق بشدة |   |
| 100      | 220   | المجموع       |   |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

### الشكل رقم (5-10)

#### التوزيع التكراري للعبارة الرابعة



يتضح من الجدول رقم (5-13) والشكل رقم (5-10) أعلاه إن غالبية المبحوثين وافقوا بشدة على أن الخدمات المصرفية الالكترونية تساهم في تحقيق درجة عالية من رضا العملاء حيث بلغ عددهم (112) من المبحوثين بنسبة (50.9%)، و(94) بنسبة (42.7%) يوافقون، و(10) بنسبة (4.5%) محايدين (3) بنسبة (1.4%) غير موافقين (3) بنسبة (1.4%) لا يوافقون بشدة(-).

#### جدول رقم (5-14)

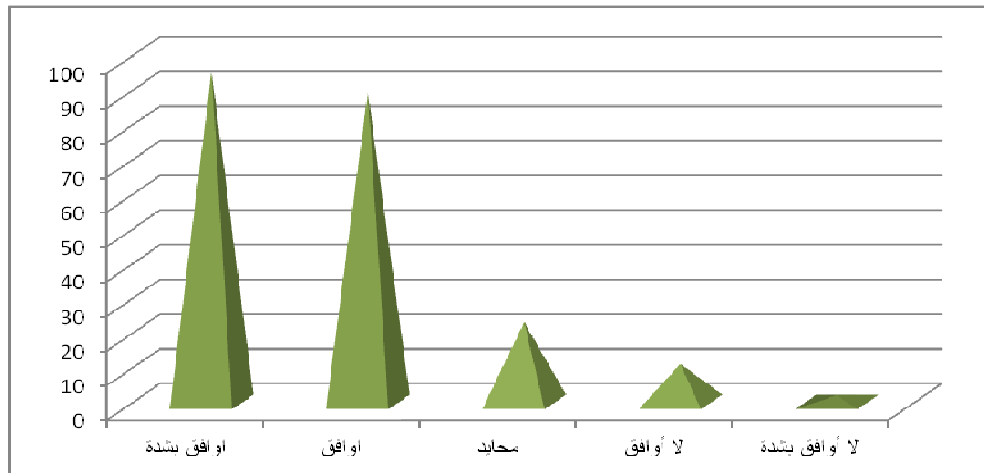
##### التوزيع التكراري للعبارة الخامسة

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة الخامسة   |
|----------|-------|---------------|---|
| 43.2     | 95    | أوافق بشدة    | تساهم الخدمة المصرفية الالكترونية في خلق علاقة مباشرة بين البنك والعميل |
| 40.5     | 89    | أوافق         |   |
| 10.5     | 23    | محايد         |   |
| 5.0      | 11    | لا أوافق      |   |
| 0.9      | 2     | لا أوافق بشدة |   |
| 100      | 220   | المجموع       |   |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

#### الشكل رقم (5-11)

##### التوزيع التكراري للعبارة الخامسة





يتضح من الجدول رقم(5-14) والشكل رقم(5-11) أعلاه إن غالبية المبحوثين وافقوا بشدة على أن الخدمة المصرفية الالكترونية تساهم في خلق علاقة مباشرة بين البنك والعميل حيث بلغ عددهم (95) من المبحوثين بنسبة (43.2%)، و(89) بنسبة (40.5%) يوافقون، و(11) بنسبة (5.0%) محايدين (2) بنسبة (0.9%) وغير موافقون (2) بنسبة (0.9%) لا أوافق بشدة.

### جدول رقم (5-15)

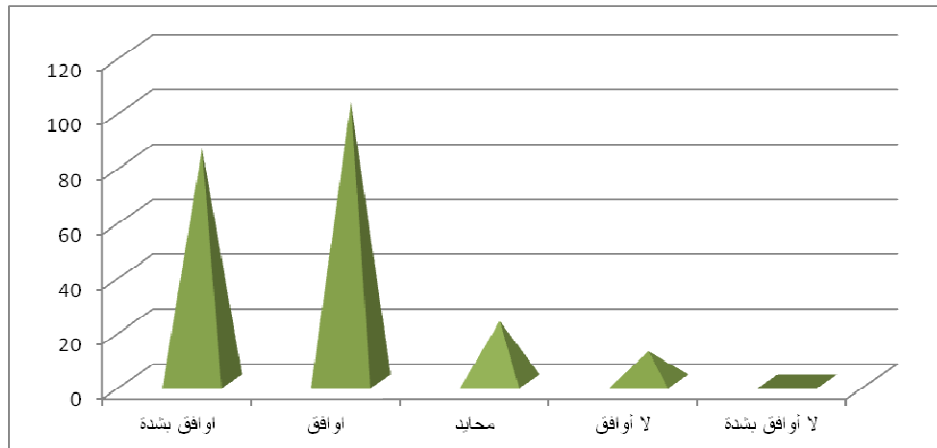
#### التوزيع التكراري للعبارة السادسة

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة السادسة                                       |
|----------|-------|---------------|---|
| 38.6     | 85    | أوافق بشدة    | تتميز الخدمات المصرفية الالكترونية بسرعة الحصول عليها |
| 46.4     | 102   | أوافق         |   |
| 10.0     | 22    | محايد         |   |
| 5.0      | 11    | لا أوافق      |   |
| -        | -     | لا أوافق بشدة |   |
| 100      | 220   | المجموع       |   |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

### الشكل رقم (5-12)

#### التوزيع التكراري للعبارة السادسة



يتضح من الجدول رقم(5-15) والشكل رقم(5-12) أعلاه إن غالبية المبحوثين وافقوا على أن الخدمات المصرفية الالكترونية تتميز بسرعة الحصول عليها حيث بلغ عددهم (102) من المبحوثين بنسبة (46.4%)، و(85) بنسبة (38.6%) يوافقون بشدة، و(22) بنسبة(10.0%) محايدين (11) بنسبة (0.9%) غير موافقون ولا يوجد لا يوافقون بشدة(-).

### جدول رقم (5-16)

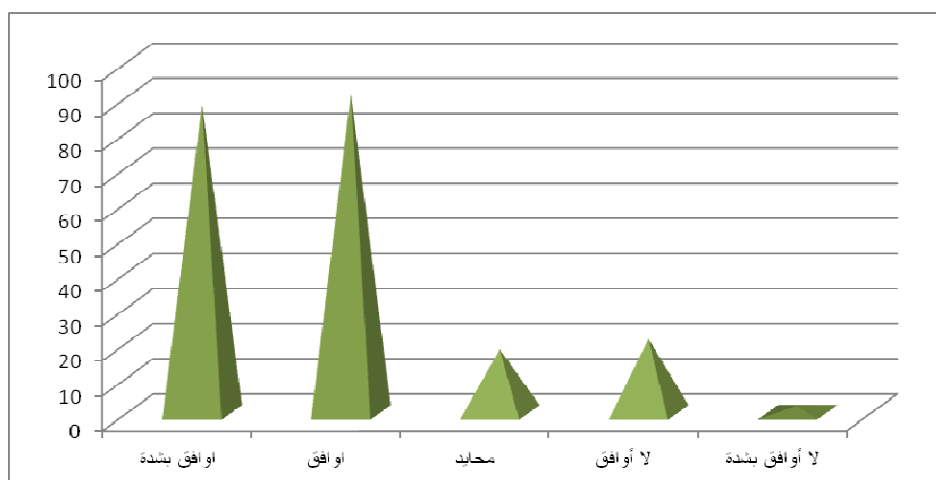
#### التوزيع التكراري للعبارة السابعة

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة السابعة  |
|----------|-------|---------------|--|
| 40.0     | 88    | أوافق بشدة    | تتمتع الخدمة المصرفية الالكترونية بإمكانية التنفيذ في أي وقت وفي أي مكان |
| 41.4     | 91    | أوافق         |  |
| 8.2      | 18    | محايد         |  |
| 9.5      | 21    | لا أوافق      |  |
| 0.9      | 2     | لا أوافق بشدة |  |
| 100      | 220   | المجموع       |  |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

### الشكل رقم (5-13)

#### التوزيع التكراري للعبارة السابعة



يتضح من الجدول رقم(5-16) والشكل رقم(5-13) أعلاه إن غالبية المبحوثين وافقوا على أن الخدمة المصرفية الالكترونية تتمتع بإمكانية التنفيذ في أي وقت وفي أي مكان حيث بلغ عددهم (91) من المبحوثين بنسبة (41.4%)، و(88) بنسبة (40.0%) يوافقون بشدة، و(18) بنسبة (8.2%) محايدين و(21) بنسبة (9.5%) غير موافق و(2) بنسبة (0.9%) لا يوافقون بشدة(-).

### جدول رقم (5-17)

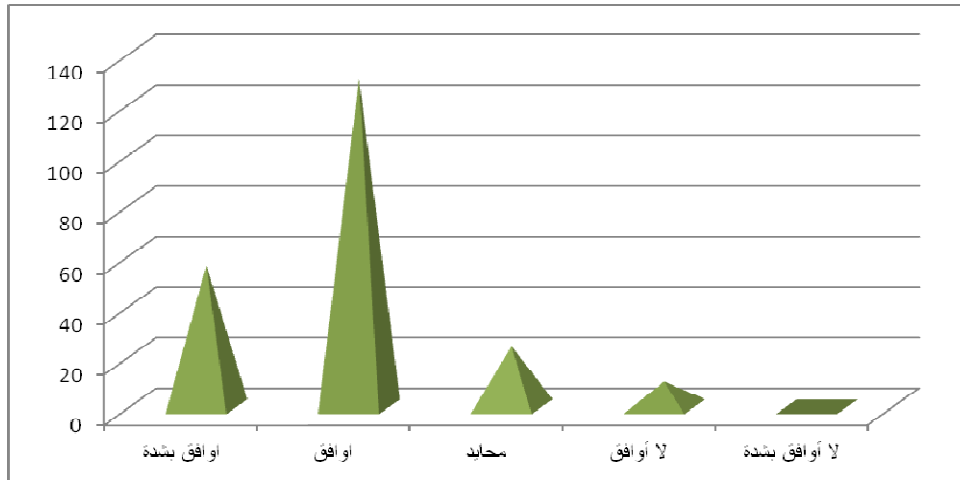
#### التوزيع التكراري للعبارة الثامنة

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة الثامنة                           |
|----------|-------|---------------|---|
| 25.5     | 56    | أوافق بشدة    | سهولة استخدام الخدمة المصرفية الالكترونية |
| 59.1     | 130   | أوافق         |   |
| 10.9     | 24    | محايد         |   |
| 4.5      | 10    | لا أوافق      |   |
| -        | -     | لا أوافق بشدة |   |
| 100      | 220   | المجموع       |   |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

### الشكل رقم (5-14)

#### التوزيع التكراري للعبارة الثامنة



يتضح من الجدول رقم(5-17) والشكل رقم(5-14) أعلاه إن غالبية المبحوثين وافقوا على أن سهولة استخدام الخدمة المصرفية الإلكترونية حيث بلغ عددهم (130) من المبحوثين بنسبة (59.1%)، و(56) بنسبة (25.5%) يوافقون بشدة، محايد و(24) بنسبة (10.9%) وغير موافق (10) بنسبة (4.5%) ولا يوجد لا أوفق بشدة(-).

## 2 - إثبات الفرضية الأولى:

هنالك علاقة طردية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين سرعة إنجاز المعاملات وإثبات هذه الفرضية سيتم

أ/ أولاً تقدير الوسيط والوسط الحسابي والانحراف المعياري لجميع عبارات الفرضية لمعرفة اتجاه عينة الدراسة وفيما يلي الجدول الذي يوضح تقدير قيم الوسيط والوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات الفرضية الأولى:

### جدول رقم (5-18)

الوسيط والوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة

على عبارات الفرضية الأولى

| المحور الثالث   | الوسيط | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | اتجاه العينة |
|---|--------|---------------|-------------------|--------------|
| تتميز الخدمات المصرفية الإلكترونية بسرعة الحصول عليها                                 | 4      | 4.19          | 0.809             | أوافق        |
| سهولة استخدام الخدمة المصرفية الإلكترونية   | 4      | 4,05          | 0.738             | أوافق        |
| تتمتع الخدمة المصرفية الإلكترونية بإمكانية التنفيذ في أي وقت وفي أي مكان              | 4      | 4.10          | 0.969             | أوافق        |
| دقة الأعمال المصرفية الإلكترونية غالباً ما يغرس الثقة لدى العملاء                     | 5      | 4.63          | 0.511             | أوافق بشدة   |
| تؤدي الخدمة المصرفية الإلكترونية إلى اختصار المسافات الجغرافية ورفع الحواجز التقليدية | 5      | 4.70          | 0.582             | أوافق بشدة   |
| تساهم الخدمة المصرفية الإلكترونية في خلق علاقة مباشرة بين البنك والعميل               | 4      | 4.20          | 0.884             | أوافق        |

| المحور الثالث   | الوسيط | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | اتجاه العينة |
|---|--------|---------------|-------------------|--------------|
| تساهم الخدمات المصرفية الالكترونية في تحقيق درجة عالية من رضا العملاء | 5      | 4.42          | 0.688             | أوافق بشدة   |
| تيسر التعامل بين المصارف وتجعله على مدار الساعة                       | 5      | 4.46          | 0.665             | أوافق بشدة   |
| المتوسط العام   |        | 4.33          | 0.573             | أوافق بشدة   |

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

يتبين من الجدول رقم (5-18) ما يلي:

- 1- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الأولى (4) والوسط الحسابي (4.19) بانحراف معياري (0.809) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن الخدمات المصرفية الالكترونية تتميز بسرعة الحصول عليها.
- 2- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثانية (4) والوسط الحسابي (4.05) بانحراف معياري (0.732) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على سهولة استخدام الخدمة المصرفية الالكترونية.
- 3- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثالثة (4) والوسط الحسابي (4.10) بانحراف معياري (0.969) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن الخدمة المصرفية الالكترونية تتمتع بإمكانية التنفيذ في أي وقت وفي أي مكان.
- 4- قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الرابعة (5) والوسط الحسابي (4.63) بانحراف معياري (0.511) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن دقة الأعمال المصرفية الالكترونية غالباً ما تغرس الثقة لدى العملاء.
- 5- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الخامسة (5) والوسط الحسابي (4.70) بانحراف معياري (0.582) وتعنى هذه القيمة أن

غالبية أفراد العينة يوافقون على أن الخدمة المصرفية الالكترونية تؤدي إلى اختصار المسافات الجغرافية ورفع الحواجز التقليدية.

6- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة السادسة (4) والوسط الحسابي (4.20) بانحراف معياري (0.884) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن الخدمة المصرفية الالكترونية تساهم في خلق علاقة مباشرة بين البنك والعميل.

7- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة السابعة (5) والوسط الحسابي (4.42) بانحراف معياري (0.688) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن الخدمات المصرفية الالكترونية تساهم في تحقيق درجة عالية من رضا العملاء.

8- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثامنة (5) والوسط الحسابي (4.46) بانحراف معياري (0.665) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن الخدمات المصرفية الالكترونية تيسر التعامل بين المصارف وتجعله على مدار الساعة.

9- كانت درجة الاستجابة لجميع عبارات المحور الثالث قوية ، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي الكلي (4.33) وكانت درجة التجانس بين جميع عبارات المحور جيدة إذ بلغت قيمة الانحراف المعياري (0.573) والاتجاه العام للعينة أوافق بشده .

• استخدام اختبار مربع كاي :

ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الموافقين والمحايدين وغير الموافقين للنتائج أعلاه تم استخدام اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارات الفرضية الأولى وفيما يلي الجدول رقم(5-19) يلخص نتائج الاختبارات لهذه العبارات:

جدول رقم (5-19)

نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق لإجابات الفرضية الأولى

| مستوى المعنوية | قيمة كاي تربيع | العبارات  |
|----------------|----------------|---|
| **0.000        | 111.5          | تتميز الخدمات المصرفية الالكترونية بسرعة الحصول عليها                                 |
| **0.000        | 156.6          | سهولة استخدام الخدمة المصرفية الالكترونية   |
| **0.000        | 161.7          | تتمتع الخدمة المصرفية الالكترونية بإمكانية التنفيذ في أي وقت وفي أي مكان              |
| **0.000        | 131.8          | دقة الأعمال المصرفية الالكترونية غالباً ما يغرس الثقة لدى العملاء                     |
| **0.000        | 310.3          | تؤدي الخدمة المصرفية الالكترونية إلى اختصار المسافات الجغرافية ورفع الحواجز التقليدية |
| **0.000        | 180.0          | تساهم الخدمة المصرفية الالكترونية في خلق علاقة مباشرة بين البنك والعميل               |
| **0.000        | 268.4          | تساهم الخدمات المصرفية الالكترونية في تحقيق درجة عالية من رضا العملاء                 |
| **0.000        | 172.6          | تيسر التعامل بين المصارف وتجعله على مدار الساعة                                       |

يتضح من الجدول رقم (5-19) ما يلي:

1- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة الأولى (111.5) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (5%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن الخدمات المصرفية الالكترونية تتميز بسرعة الحصول عليها.

2- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة الثانية (156.6) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (5%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين

إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على سهولة استخدام الخدمة المصرفية الإلكترونية.

3- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة الثالثة (161.7) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (5%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن الخدمة المصرفية الإلكترونية تتمتع بإمكانية التنفيذ في أي وقت وفي أي مكان.

4- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة الرابعة (131.8) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (5%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن دقة الأعمال المصرفية الإلكترونية غالباً ما تغرس الثقة لدى العملاء.

5- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة الخامسة (310.3) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (0.05%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن الخدمة المصرفية الإلكترونية تؤدي إلى اختصار المسافات الجغرافية ورفع الحواجز التقليدية.

6- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة السادسة (180.0) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (0.05%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن الخدمة المصرفية الإلكترونية تساهم في خلق علاقة مباشرة بين البنك والعميل.

7- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة السابعة (268.4) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (0.05%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين



إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن الخدمات المصرفية الإلكترونية تساهم في تحقيق درجة عالية من رضا العملاء.

8- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة الثامنة (172.6) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (0.05%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن الخدمات المصرفية الإلكترونية تيسر التعامل بين المصارف وتجعله على مدار الساعة.

وعليه تم صياغة الفرضية النحو التالي:

\* الفرضية الصفرية: لا توجد علاقة بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين سرعة إنجاز المعاملات.

\* الفرضية البديلة: هنالك علاقة طردية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين سرعة إنجاز المعاملات.

ولإثبات الفرضية تم استخدام معامل الارتباط لجميع عبارات الفرضية الأولى والممثلة في المتغيرات التالية :

أ/ المتغير المستقل : وتمثلت عبارات محور الخدمات المصرفية الإلكترونية في صورتها الإجمالية.

ب/ المتغير التابع : وتمثلت عبارات المحور سرعة إنجاز المعاملات في صورتها الإجمالية.

وفيما يلي الجدول الذي يوضح نتائج الاختبار:

#### جدول رقم (5-20)

#### يوضح نتائج اختبار الفرضية

| عبرة الفرضية   | قيمة معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
|--|---------------------|----------------|
| هنالك علاقة طردية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين سرعة إنجاز المعاملات | 0.52                | 0.00           |

المصدر: إعداد الباحث من نتائج التقدير

يتضح من الجدول رقم (5-20) أن قيمة معامل الارتباط بين عبارات الفرضية بلغت (0.52) بمستوى دلالة معنوية (0.00) وتعنى هذه القيم أن هنالك ارتباط طردي متوسط بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وسرعة إنجاز المعاملات.

ومن النتائج أعلاه أن أفراد العينة موافقون على أن هنالك علاقة طردية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين سرعة إنجاز المعاملات، وهذا يؤكد صحة الفرضية الأولى. فيما تقدم لاحظ الباحث تحقق فرضية الدراسة الأولى لكل عبارة من العبارات المتعلقة بها، وللتحقق من صحة الفرضية بصورة إجمالية لجميع العبارات، وحيث أن عبارات الفرضية الأولى عددها (8) عبارات وعلى كل منها هناك (220) إجابة هذا يعني أن عدد الإجابات الكلية لأفراد عينة الدراسة على جميع عبارات الفرضية الأولى ستكون (1760) إجابة. ويمكن تلخيص إجابات أفراد عينة الدراسة عبارات الفرضية الأولى بالجدول (5-21) والشكل (5-15) أدناه:

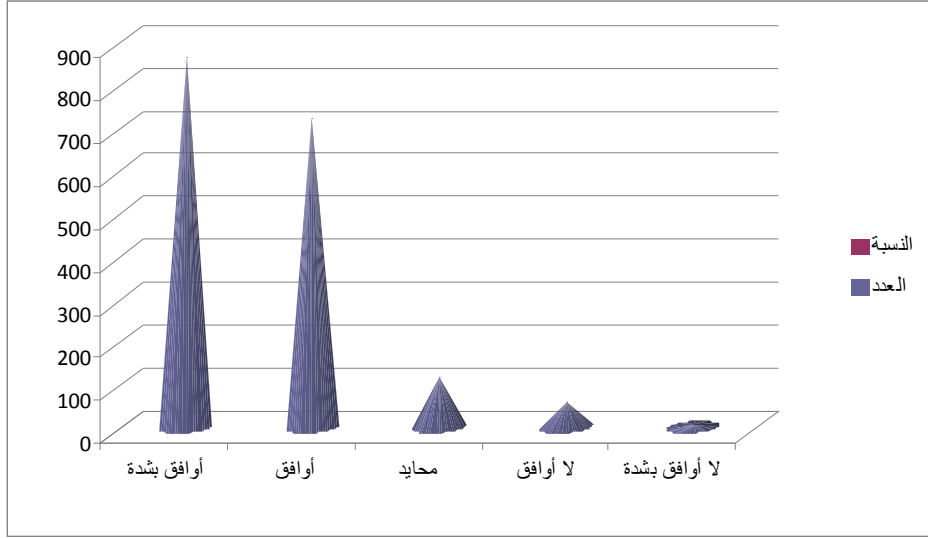
#### الجدول (5-21)

##### يوضح عينة الدراسة حسب عبارات الفرضية الأولى

| النسبة المئوية | العدد | الإجابة       |
|----------------|-------|---------------|
| 49.0%          | 861   | أوافق بشدة    |
| 40.7%          | 717   | أوافق         |
| 6.6%           | 117   | محايد         |
| 3.3%           | 58    | لا أوافق      |
| 0.4%           | 7     | لا أوافق بشدة |
| 100.0%         | 1760  | المجموع       |

## الشكل (5-15)

### يوضح عينة الدراسة حسب عبارات الفرضية الأولى



تبين من الجدول (5-21) والشكل (5-15) أن عينة الدراسة تضمنت على (861) إجابة وبنسبة (49.0%) موافقون بشدة على ما جاء بعبارات الفرضية الأولى، و(717) إجابة وبنسبة (40.7%) موافقون، و(117) إجابة وبنسبة (6.6%) محايدين، و(58) وبنسبة (3.3%) لا يوافقون و(7) وبنسبة (0.4%) لا يوافقون بشدة على ذلك. وقد بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد الإجابات الموافقة والمحايدة وغير الموافقة على ما جاء بعبارات الفرضية الأولى (31.433) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (3) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (11.34) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين الإجابات ولصالح الإجابات غير الموافقة على ما جاء بعبارات الفرضية الأولى. بين الإجابات ولصالح الإجابات الموافقة على ما جاء بعبارات الفرضية الأولى.

ومما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الأولى والتي نصت على " أن " قد تحققت وعليه يمكننا القول بأن هنالك علاقة طردية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين سرعة إنجاز المعاملات تم التحقق من صحتها. وعليه يمكننا القول بأن تطبيق الخدمات المصرفية يؤدي إلى سرعة إنجاز المعاملات.

## ثانياً: عرض وتحليل بيانات الفرضية الثانية :

### 1 - التوزيع التكراري والنسب المئوية :

الهدف من تحليل البيانات الأساسية التمكن من معرفة مدى تمثيلهم لمجتمع الدراسة ومن ثم تقديم إحصاءٍ "وصفياً" للبيانات الأساسية لأفراد عينة الدراسة . وقد قام الباحث بتلخيص البيانات في جداول والتي توضح قيم كل متغير لتوضيح أهم المميزات الأساسية للعينة وقد استخدم التوزيع التكراري لتوضيح عدد المشاهدين للقيمة الواحدة داخل المتغير في شكل أرقام ونسب مئوية .

وفيما يلي التوزيع التكراري لإجابات الوحدات المبحوثة لجميع محاور الاستبانة

تنص الفرضية الثانية من فرضية الدراسة على الآتي: التطبيق السليم للنظام الإلكتروني للخدمات المصرفية يؤدي إلى زيادة ثقة ورضاء العملاء ، هدف وضعية هذه الفرضية إلى بيان "أن" وللتحقق من صحة هذه الفرضية، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من العبارات المتعلقة بالفرضية الثانية .

### جدول رقم (5-22)

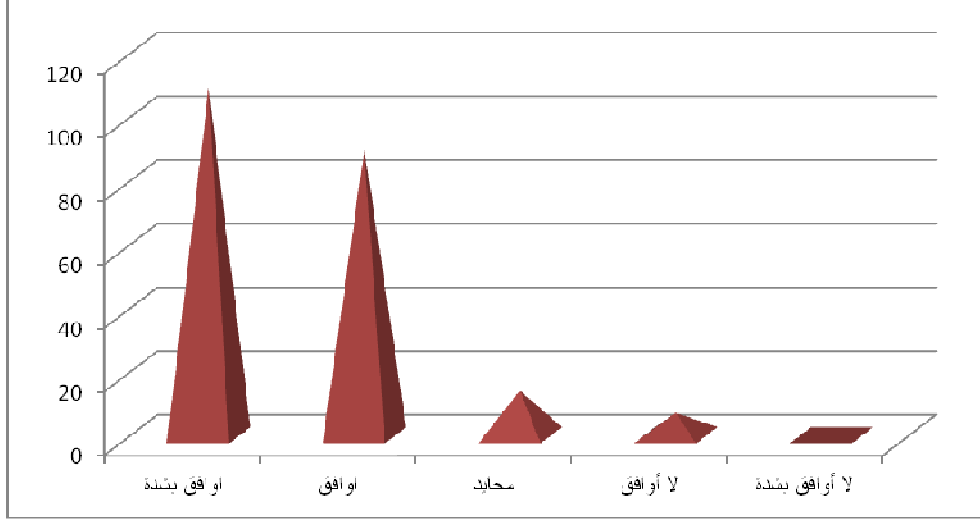
#### التوزيع التكراري للعبارة الأولى

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة الأولى   |
|----------|-------|---------------|--|
| 49.5     | 109   | أوافق بشدة    | توفر الخدمة المصرفية الإلكترونية قاعدة أوسع من العملاء |
| 40.9     | 90    | أوافق         |  |
| 6.4      | 14    | محايد         |  |
| 3.2      | 7     | لا أوافق      |  |
| -        | -     | لا أوافق بشدة |  |
| 100      | 220   | المجموع       |  |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

## الشكل رقم (5-16)

### التوزيع التكراري للعبارة الأولى



يتضح من الجدول رقم(5-22) والشكل (5-16) إن غالبية المبحوثين وافقوا بشدة على أن تطوير كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية يؤدي إلى زيادة كفاءة وأداء المصارف حيث بلغ عددهم (109) من المبحوثين بنسبة (49.5%)، و (90) بنسبة (40.9%) يوافقون، و (14) بنسبة (6.4%) محايدين و (7) بنسبة (3.2%) غير موافقين لا يوجد من لا يوافقون بشدة (-).

## جدول رقم (5-23)

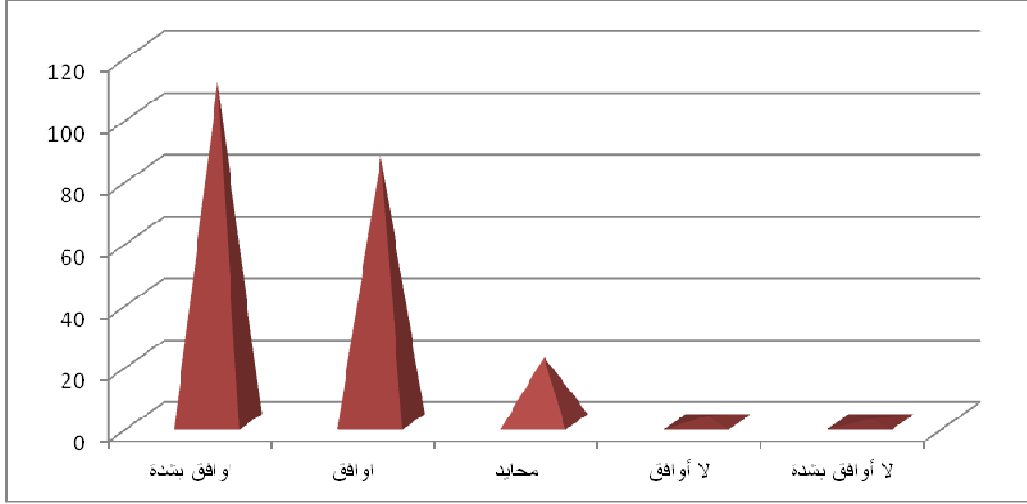
### التوزيع التكراري للعبارة الثانية

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة الثانية  |
|----------|-------|---------------|--|
| 50.0%    | 110   | أوافق بشدة    | تمتاز الخدمات المصرفية الالكترونية بسرعة الرد على استفسارات العملاء مما تؤدي للاحتفاظ بالعملاء |
| 39.1%    | 86    | أوافق         |  |
| 9.5%     | 21    | محايد         |  |
| 0.9%     | 2     | لا أوافق      |  |
| 0.5%     | 1     | لا أوافق بشدة |  |
| 100%     | 220   | المجموع       |  |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

## الشكل رقم (5-17)

### التوزيع التكراري للعبارة الثانية



يتضح من الجدول رقم (5-23) والشكل (5-17) إن غالبية المبحوثين وافقوا بشدة على أن الخدمات المصرفية الالكترونية تمتاز بسرعة الرد على استفسارات العملاء مما تؤدي للاحتفاظ بالعملاء حيث بلغ عددهم (110) من المبحوثين بنسبة (50.0%)، و (86) بنسبة (39.1%) يوافقون، و (21) بنسبة (9.5%) محايدين و (2) بنسبة (0.9%) غير موافقين و (1) بنسبة (0.5%) لا يوافقون بشدة.

## جدول رقم (5-24)

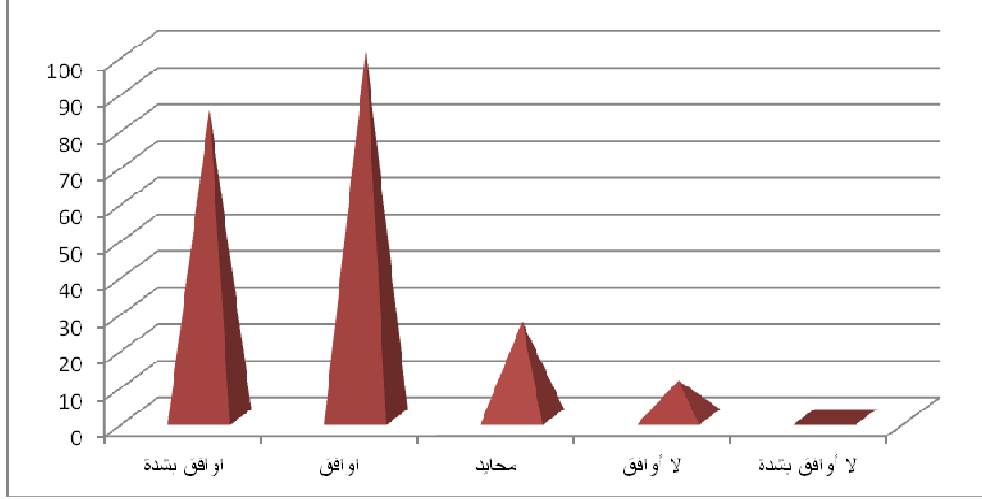
### التوزيع التكراري للعبارة الثالثة

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة الثالثة   |
|----------|-------|---------------|---|
| 38.2     | 84    | أوافق بشدة    | تمتاز الخدمات المصرفية الالكترونية بالأمان والسرية التامة |
| 45.5     | 100   | أوافق         |   |
| 11.8     | 26    | محايد         |   |
| 4.5      | 10    | لا أوافق      |   |
| -        | -     | لا أوافق بشدة |   |
| 100      | 220   | المجموع       |   |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

## الشكل رقم (5-18)

### التوزيع التكراري للعبارة الثالثة



يتضح من الجدول رقم (5-24) والشكل (5-18) إن غالبية المبحوثين وافقوا على أنّ الخدمات المصرفية الالكترونية تمتاز بالأمان والسرية التامة حيث بلغ عددهم (100) من المبحوثين بنسبة (45.5%)، و(84) بنسبة (38.2%) يوافقون بشدة، و(26) بنسبة (11.8%) محايدين و(10) بنسبة (4.5%) غير موافقين ولا يوجد من لا يوافقون بشدة (-).

## جدول رقم (5-25)

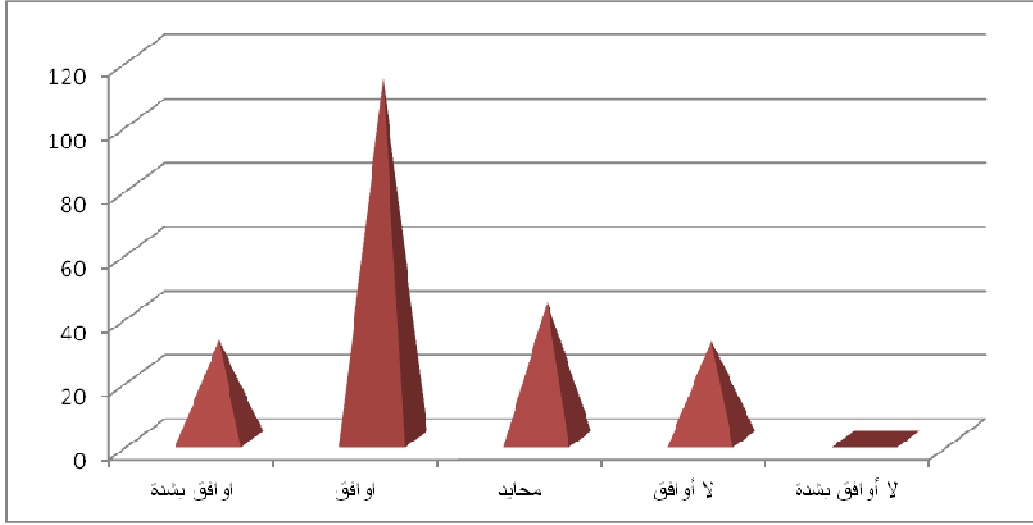
### التوزيع التكراري للعبارة الرابعة

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة الرابعة  |
|----------|-------|---------------|--|
| 15.0%    | 33    | أوافق بشدة    | هنالك احتمالية التعرض لخصوصية عملاء الخدمة المصرفية الالكترونية إلى الاختراق من طرف ثالث |
| 51.4%    | 113   | أوافق         |  |
| 19.5%    | 43    | محايد         |  |
| 14.1%    | 31    | لا أوافق      |  |
| -        | -     | لا أوافق بشدة |  |
| 100%     | 220   | المجموع       |  |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

## الشكل رقم (5-19)

### التوزيع التكراري للعبارة الرابعة



يتضح من الجدول رقم(5-25) والشكل (5-19): إن غالبية المبحوثين وافقوا على أن هنالك احتمالية التعرض لخصوصية عملاء الخدمة المصرفية الالكترونية إلى الاختراق من طرف ثالث حيث بلغ عددهم (113) من المبحوثين بنسبة (51.4%)، و(43) بنسبة (19.5%) محايدين، و(33) بنسبة (15.0%) يوافقون بشدة و(31) بنسبة (14.1%) غير موافقين ولا يوجد من لا يوافقون بشدة(-).

## جدول رقم (5-26)

### التوزيع التكراري للعبارة الخامسة

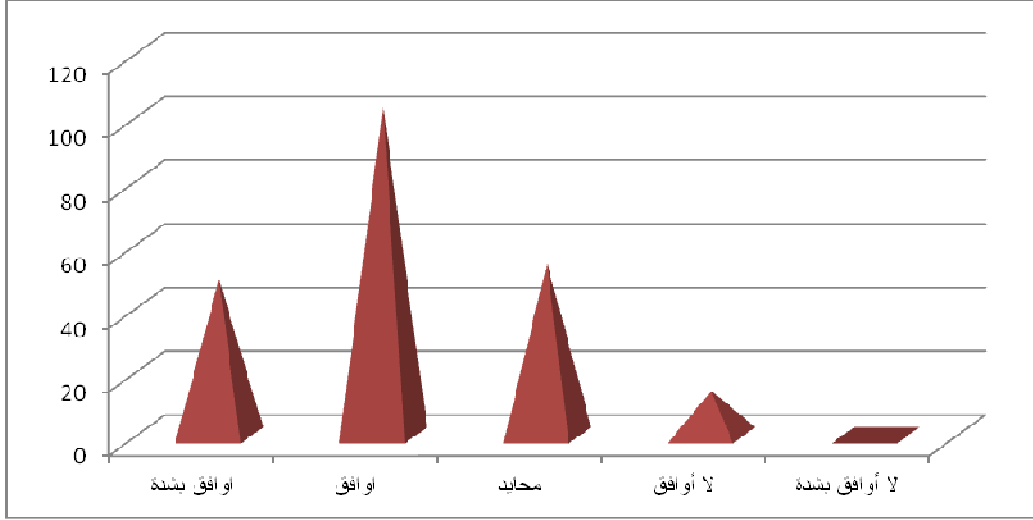
| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة الخامسة  |
|----------|-------|---------------|--|
| 22.3%    | 49    | أوافق بشدة    | هنالك قوانين واضحة تعمل على حماية المعاملات المصرفية الالكترونية |
| 46.8%    | 103   | أوافق         |  |
| 24.5%    | 54    | محايد         |  |
| 6.4%     | 14    | لا أوافق      |  |
| -        | -     | لا أوافق بشدة |  |
| 100      | 220   | المجموع       |  |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان



## الشكل رقم (5-20)

### التوزيع التكراري للعبارة الخامسة



يتضح من الجدول رقم(5-26) والشكل (5-20) إن غالبية المبحوثين وافقوا على أن هنالك قوانين واضحة تعمل على حماية المعاملات المصرفية الالكترونية حيث بلغ عددهم (103) من المبحوثين بنسبة (46.8%)، و(54) بنسبة (24.5%) محايدين، و(49) بنسبة (22.3%) يوافقون بشدة و(14) بنسبة (6.4%) غير موافقين ولا يوجد من لا يوافقون بشدة(-).

## جدول رقم (5-27)

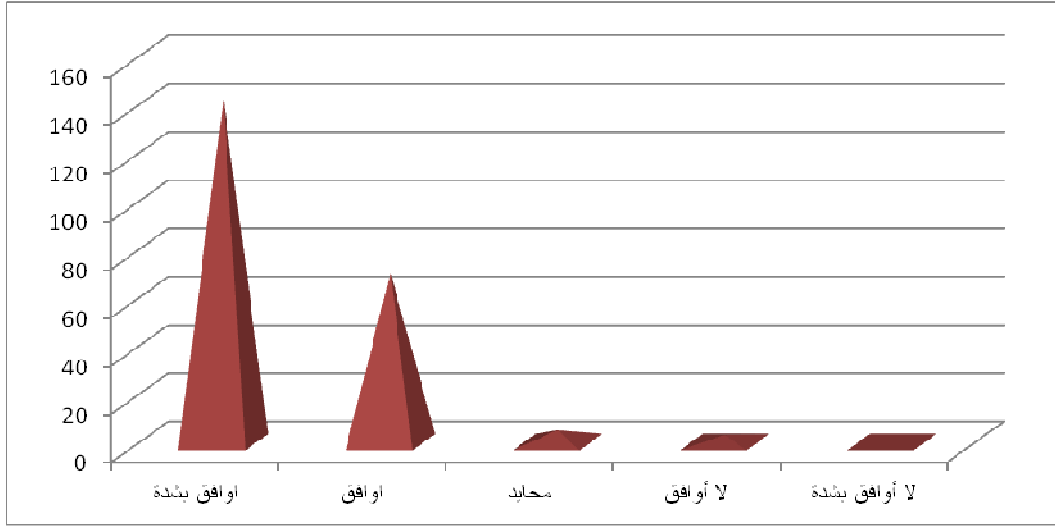
### التوزيع التكراري للعبارة السادسة

| النسبة % | العدد | الإجابة       | السادسة                                    |
|----------|-------|---------------|--|
| 64.5     | 142   | أوافق بشدة    | تحتاج الخدمات المصرفية الالكترونية للتطوير |
| 31.8     | 70    | أوافق         |  |
| 2.3      | 5     | محايد         |  |
| 1.4      | 3     | لا أوافق      |  |
| -        | -     | لا أوافق بشدة |  |
| 100      | 220   | المجموع       |  |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

## الشكل رقم (5-21)

### التوزيع التكراري للعبارة السادسة



يتضح من الجدول رقم(5-27) والشكل (5-21) إن غالبية المبحوثين وافقوا بشدة على أن الخدمات تحتاج المصرفية الالكترونية للتطوير حيث بلغ عددهم (142) من المبحوثين بنسبة (64.5%)، و(70) بنسبة (31.8%) يوافقون، و(5) بنسبة (2.3%) محايدين و(3) بنسبة (1.4%) غير موافقين ولا يوجد من لا يوافقون بشدة(-).

## جدول رقم (5-28)

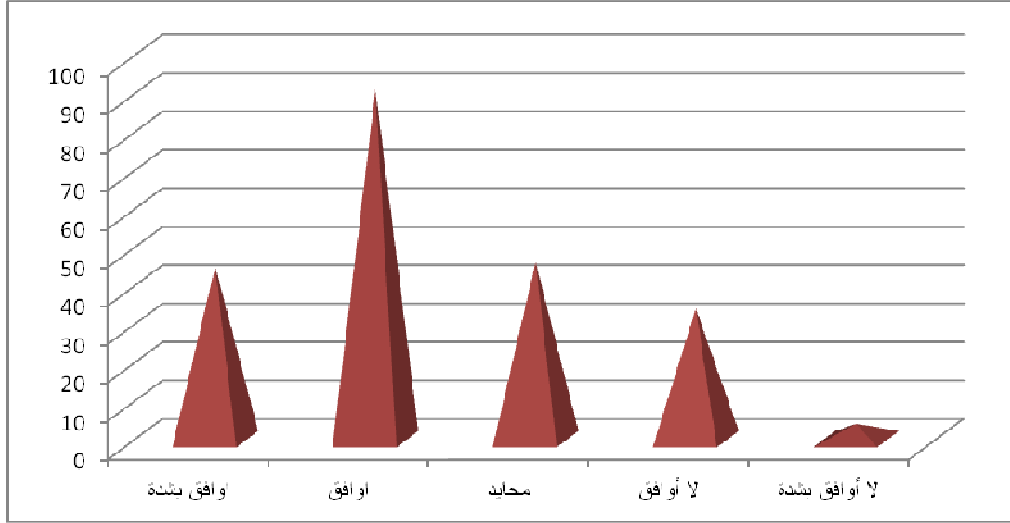
### التوزيع التكراري للعبارة السابعة

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة السابعة   |
|----------|-------|---------------|---|
| 20.5     | 45    | أوافق بشدة    | الأعمال المصرفية الالكترونية تتضمن احدث تكنولوجيا متاحة |
| 41.4     | 91    | أوافق         |   |
| 20.9     | 46    | محايد         |   |
| 15.5     | 34    | لا أوافق      |   |
| 1.8      | 4     | لا أوافق بشدة |   |
| 100      | 220   | المجموع       |   |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

## الشكل رقم (5-22)

### التوزيع التكراري للعبارة السابعة



يتضح من الجدول رقم (5-28) والشكل (5-22) إن غالبية المبحوثين وافقوا على أن الأعمال المصرفية الإلكترونية تتضمن أحدث تكنولوجيا متاحة حيث بلغ عددهم (91) من المبحوثين بنسبة (41.4%)، و (46) بنسبة (20.9%) محايدين، و (45) بنسبة (20.5%) موافقون بشدة و (34) بنسبة (15.5%) غير موافقين و (4) بنسبة (1.8%) لا يوافقون بشدة.

## جدول رقم (5-29)

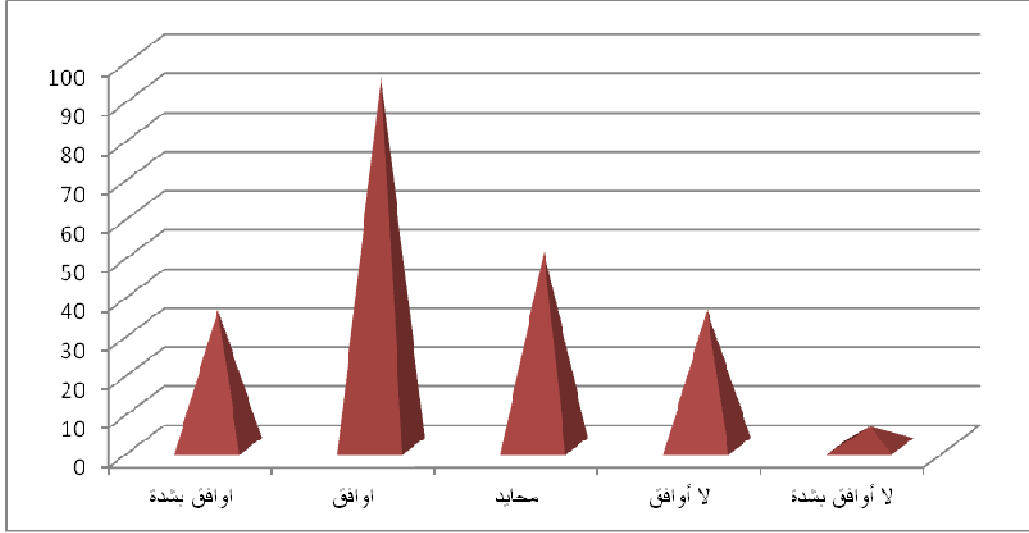
### التوزيع التكراري للعبارة الثامنة

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة الثامنة   |
|----------|-------|---------------|---|
| 15.9     | 35    | أوافق بشدة    | نوع ومستوى الخدمة المصرفية يتناسب ويتكافأ مع البنية التحتية للخدمة المصرفية الإلكترونية |
| 43.2     | 95    | أوافق         |   |
| 22.7     | 50    | محايد         |   |
| 15.9     | 35    | لا أوافق      |   |
| 2.3      | 5     | لا أوافق بشدة |   |
| 100      | 220   | المجموع       |   |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

## الشكل رقم (5-23)

### التوزيع التكراري للعبارة الثامنة



يتضح من الجدول رقم (5-29) والشكل (5-23) إن غالبية المبحوثين وافقوا على أن نوع ومستوى الخدمة المصرفية يتناسب ويتكافأ مع البنية التحتية للخدمة المصرفية الإلكترونية حيث بلغ عددهم (95) من المبحوثين بنسبة (43.2%)، و (50) بنسبة (22.7%) محايدين، و (35) بنسبة (15.9%) موافقون بشدة و (35) بنسبة (15.9%) غير موافقين و (5) بنسبة (2.3%) لا يوافقون بشدة.

#### 2 - إثبات الفرضية الثانية:

ولإثبات هذه الفرضية سيتم أولاً تقدير الوسيط والوسط الحسابي والانحراف المعياري لجميع عبارات الفرضية لمعرفة اتجاه عينة الدراسة وفيما يلي الجدول رقم (5-30) الذي يوضح تقدير قيم الوسيط والوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات الفرضية الثانية .

جدول رقم (5-30) الوسيط والوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الثانية التطبيق السليم للنظام الإلكتروني للخدمات المصرفية يؤدي إلى زيادة ثقة ورضاء العملاء.

جدول رقم (5-30)

الوسيط والوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات  
الفرضية الثانية

| المحور الثاني  | الوسيط | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | اتجاه العينة |
|--|--------|---------------|-------------------|--------------|
| توفر الخدمة المصرفية الالكترونية قاعدة أوسع من العملاء.  | 4      | 4.37          | 0.744             | أوافق بشدة   |
| تمتاز الخدمات المصرفية الالكترونية بسرعة الرد على استفسارات العملاء مما تؤدي للاحتفاظ بالعملاء | 4      | 4.37          | 0.732             | وافق بشدة    |
| تمتاز الخدمات المصرفية الالكترونية بالأمان والسرية التامة                                      | 4      | 4.17          | 0.809             | أوافق        |
| هنالك احتمالية التعرض لخصوصية عملاء الخدمة المصرفية الالكترونية إلى الاختراق من الصف الثالث    | 4      | 3.64          | 0.924             | أوافق        |
| هنالك قوانين واضحة تعمل على حماية المعاملات المصرفية الالكترونية.                              | 4      | 3.85          | 0.839             | أوافق        |
| تحتاج الخدمات المصرفية الالكترونية للتطوير.  | 5      | 4.60          | 0.608             | أوافق بشدة   |
| الأعمال المصرفية الالكترونية تتضمن احداث تكنولوجيا متاحة                                       | 4      | 3.63          | 1.032             | أوافق        |
| نوع ومستوى الخدمة المصرفية يتناسب ويتكافأ مع البنية التحتية للخدمة المصرفية الالكترونية        | 4      | 3.55          | 1.013             | أوافق        |
| المتوسط العام  |        | 3.96          | 0.679             | أوافق        |

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

يتبين من الجدول رقم (5-30) ما يلي :

1- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الأولى (4) والوسط الحسابي (4.37) بانحراف معياري (0.744) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد

العينة يوافقون على أن الخدمة المصرفية الالكترونية توفر قاعدة أوسع من العملاء.

2- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثانية (4) والوسط الحسابي (4.37) بانحراف معياري (0.732) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن الخدمات المصرفية الالكترونية تمتاز بسرعة الرد على استفسارات العملاء مما تؤدي للاحتفاظ بالعملاء.

3- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثالثة (4) والوسط الحسابي (4.17) بانحراف معياري (0.809) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن الخدمات المصرفية الالكترونية تمتاز بالأمان والسرية التامة.

4- قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الرابعة (4) والوسط الحسابي (3.64) بانحراف معياري (0.924) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن هنالك احتمالية التعرض لخصوصية عملاء الخدمة المصرفية الالكترونية إلى الاختراق من الصف الثالث.

5- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الخامسة (4) والوسط الحسابي (3.85) بانحراف معياري (0.839) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن هنالك قوانين واضحة تعمل على حماية المعاملات المصرفية الالكترونية..

6- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة السادسة (5) والوسط الحسابي (4.60) بانحراف معياري (0.608) وتعنى هذه القيمة أن الخدمات المصرفية الالكترونية تحتاج للتطوير.

7- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة السابعة (4) والوسط الحسابي (3.63) بانحراف معياري (1.032) وتعنى هذه القيمة أن الأعمال المصرفية الالكترونية تتضمن أحدث تكنولوجيا متاحة.

8- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة السابعة (4) والوسط الحسابي (3.55) بانحراف معياري (1.013) وتعنى هذه القيمة أن نوع ومستوى الخدمة المصرفية يتناسب ويتكافأ مع البنية التحتية للخدمة المصرفية الالكترونية.

9- كانت درجة الاستجابة لجميع عبارات المحور الثاني جيدة ، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي الكلي (3.96) وكانت درجة التجانس بين جميع عبارات المحور جيدة إذ بلغت قيمة الانحراف المعياري (0.679) والاتجاه العام للعينة أوافق .

• استخدام اختبار مربع كاي:

ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الموافقين والمحايدين وغير الموافقين للنتائج أعلاه تم استخدام اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارات الفرضية الثانية وفيما يلي الجدول رقم(5-31) يلخص نتائج الاختبارات لهذه العبارات:

### جدول رقم (5-31)

#### نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق لإجابات الفرضية الثانية

| العبارات   | قيمة كاي تربيع | مستوى المعنوية |
|--|----------------|----------------|
| توفر الخدمة المصرفية الالكترونية قاعدة أوسع من العملاء.  | 147.8          | **0.000        |
| تمتاز الخدمات المصرفية الالكترونية بسرعة الرد على استفسارات العملاء مما تؤدي للاحتفاظ بالعملاء | 233.2          | **0.000        |
| تمتاز الخدمات المصرفية الالكترونية بالأمان والسرية التامة                                      | 104.2          | **0.000        |
| هنالك احتمالية التعرض لخصوصية عملاء الخدمة المصرفية الالكترونية إلى الاختراق من الصف الثالث    | 156.0          | **0.000        |
| هنالك قوانين واضحة تعمل على حماية المعاملات المصرفية الالكترونية.                              | 73.1           | **0.000        |
| تحتاج الخدمات المصرفية الالكترونية للتطوير .   | 236.3          | **0.000        |
| الأعمال المصرفية الالكترونية تتضمن احداث تكنولوجيا متاحة                                       | 88.9           | **0.000        |
| نوع ومستوى الخدمة المصرفية يتناسب ويتكافأ مع البنية التحتية للخدمة المصرفية الالكترونية        | 98.2           | **0.000        |

يتضح من الجدول رقم (5-31) ما يلي:

1- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة الأولى (147.8) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (5%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن الخدمة المصرفية الالكترونية توفر قاعدة أوسع من العملاء.

2- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة الثانية (233.2) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (5%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن الخدمات المصرفية الالكترونية تمتاز بسرعة الرد على استفسارات العملاء مما تؤدي للاحتفاظ بالعملاء.

3- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة الثالثة (104.2) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (5%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن الخدمات المصرفية الالكترونية تمتاز بالأمان والسرية التامة .

4- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة الرابعة (156.0) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (5%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن هنالك احتمالية التعرض لخصوصية عملاء الخدمة المصرفية الالكترونية إلى الاختراق من الصف الثالث.

5- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة الخامسة (73.1) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (0.05%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن هنالك قوانين واضحة تعمل على حماية المعاملات المصرفية الالكترونية..



6- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة السادسة (236.3) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (0.05%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن الخدمات المصرفية الالكترونية تحتاج للتطوير.

7- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة السابعة (88.9) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (0.05%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن الأعمال المصرفية الالكترونية تتضمن احداث تكنولوجيا متاحة.

8- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة الثامنة (98.2) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (0.05%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن نوع ومستوى الخدمة المصرفية يتناسب ويتكافأ مع البنية التحتية للخدمة المصرفية الالكترونية.

وعليه تم صياغة الفرضية على النحو التالي:

\* الفرضية الصفرية : التطبيق السليم للنظام الإلكتروني للخدمات المصرفية لا يؤدي إلى زيادة ثقة ورضاء العملاء.

\* الفرضية البديلة : التطبيق السليم للنظام الإلكتروني للخدمات المصرفية يؤدي إلى زيادة ثقة ورضاء العملاء.

ولإثبات الفرضية تم استخدام معامل الارتباط لجميع عبارات الفرضية الثانية والممثلة في المتغيرات التالية :

1/ المتغير المستقل : وتمثله عبارات محور الخدمات المصرفية الإلكترونية في صورتها الإجمالية.

2/ المتغير التابع : وتمثله عبارات المحور زيادة ثقة ورضاء العملاء في صورتها الإجمالية.

وفيما يلي الجدول الذي يوضح نتائج الاختبار

### جدول رقم (5-32)

#### يوضح نتائج اختبار الفرضية الثانية

| عبرة الفرضية   | قيمة معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
|--|---------------------|----------------|
| التطبيق السليم للنظام الإلكتروني للخدمات المصرفية يؤدي إلى زيادة ثقة ورضاء العملاء | 0.36                | 0.00           |

المصدر: إعداد الباحث من نتائج التقدير

يتضح من الجدول رقم (5-32) أن قيمة معامل الارتباط بين عبارات الفرضية بلغت (0.36) بمستوى دلالة معنوية (0.00) وتعنى هذه القيم أن هنالك ارتباط طردي ضعيف بين التطبيق السليم للنظام الإلكتروني للخدمات المصرفية وزيادة ثقة ورضاء العملاء.

فيما تقدم لاحظ الباحث تحقق فرضية الدراسة الثانية لكل عبارة من العبارات المتعلقة بها، وللتحقق من صحة الفرضية بصورة إجمالية لجميع العبارات، وحيث أن عبارات الفرضية الثانية عددها (8) عبارات وعلى كل منها (220) إجابة هذا يعني أن عدد الإجابات الكلية لأفراد عينة الدراسة على جميع عبارات الفرضية الثانية ستكون (1760) إجابة. ويمكن تلخيص إجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات الفرضية الثانية بالجدول (5-32) والشكل (5-24) أدناه:

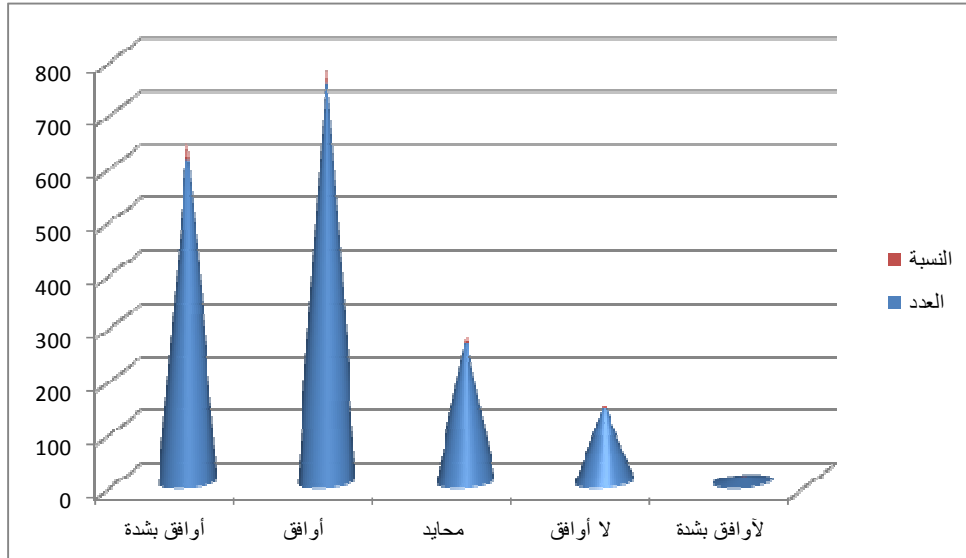
### الجدول (5-33)

يوضح عينة الدراسة حسب عبارات الفرضية الثانية

| الإجابة       | العدد | النسبة المئوية |
|---------------|-------|----------------|
| أوافق بشدة    | 607   | 34.5%          |
| أوافق         | 748   | 42.5%          |
| محايد         | 259   | 14.7%          |
| لا أوافق      | 136   | 7.7%           |
| لا أوافق بشدة | 10    | 0.6%           |
| المجموع       | 1760  | 100.0%         |

### الشكل (5-24)

يوضح عينة الدراسة حسب عبارات الفرضية الثانية



تبيّن من الجدول (5-33) والشكل (5-24) أنّ عينة الدراسة تضمنت (605) إجابة وبنسبة (34.5%) موافقون بشدة على ما جاء بعبارات الفرضية الثانية، و(748) إجابة وبنسبة (37.8%) موافق، و(259) إجابة وبنسبة (14.7%) محايد، و(136) وبنسبة (7.7%) لا يوافقون على ذلك و(10) إجابة وبنسبة (0.6%) لا يوافقون بشدة، وقد بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد الإجابات الموافقة والمحايدة وغير

الموافقة على ما جاء بعبارات الفرضية الثانية (24.917) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (3) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (11.34) واعتماداً على ما ورد في الجدول (12) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين الإجابات ولصالح الإجابات الموافقة على ما جاء بعبارات الفرضية الثانية.

ومما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الثانية والتي نصت على " أن " قد تحققت وعليه يمكننا القول بأن التطبيق السليم للنظام الإلكتروني للخدمات المصرفية يؤدي إلى زيادة ثقة ورضاء العملاء.

### **ثالثاً : عرض وتحليل بيانات الفرضية الثالثة :**

#### **1 - التوزيع التكراري والنسب المئوية :**

الهدف من تحليل البيانات الأساسية التمكن من معرفة مدى تمثيلهم لمجتمع الدراسة ومن ثم تقديم إحصاءٍ وصفيًا للبيانات الأساسية لأفراد عينة الدراسة . وقد قام الباحث بتلخيص البيانات في جداول والتي توضح قيم كل متغير لتوضيح أهم المميزات الأساسية للعينة وقد استخدم التوزيع التكراري لتوضيح عدد المشاهدين للقيمة الواحدة داخل المتغير في شكل أرقام ونسب مئوية .

وفيما يلي التوزيع التكراري لإجابات الوحدات المبحوثة لجميع محاور الاستبانة توجد علاقة طردية بين تعدد الخدمات الالكترونية المصرفية وبين القدرة على استقطاب مدخرات العملاء .

### جدول رقم (5-34)

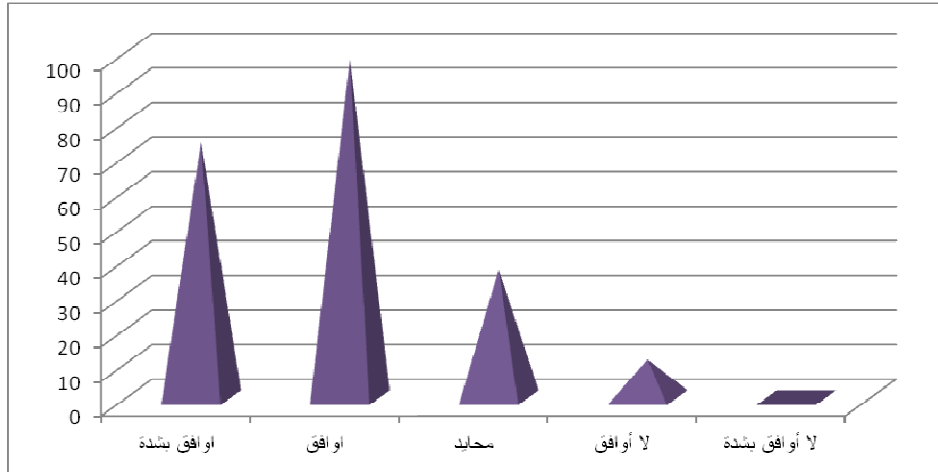
#### التوزيع التكراري للعبارة الأولى

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة الأولى  |
|----------|-------|---------------|---|
| 33.6     | 74    | أوافق بشدة    | الخدمة المصرفية<br>الإلكترونية تساهم في<br>استقطاب مدخرات العملاء |
| 44.5     | 98    | أوافق         |   |
| 16.8     | 37    | محايد         |   |
| 5.0      | 11    | لا أوافق      |   |
| -        | -     | لا أوافق بشدة |   |
| 100      | 220   | المجموع       |   |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

### الشكل رقم (5-25)

#### التوزيع التكراري للعبارة الأولى



يتضح من الجدول رقم (5-34) والشكل رقم (5-25) أعلاه إن غالبية المبحوثين وافقوا على أن الخدمة المصرفية الإلكترونية تساهم في استقطاب مدخرات العملاء، حيث بلغ عددهم (98) من المبحوثين بنسبة (44.5%)، و(74) بنسبة (33.6%) يوافقون بشدة، و(37) بنسبة (16.8%) محايدين (11) بنسبة (5.0%) غير موافقون ولا يوجد لا يوافقون بشدة (-).

جدول رقم (5-35)

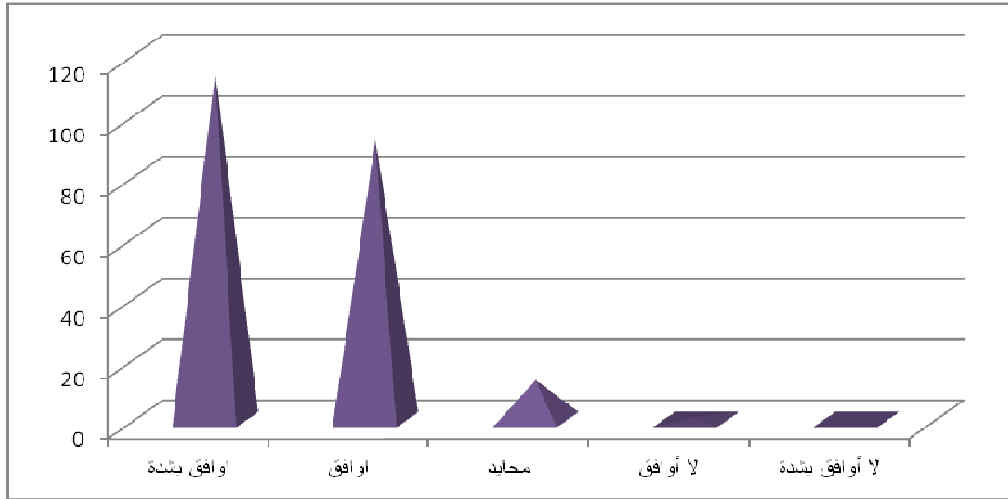
التوزيع التكراري للعبارة الثانية

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة الثانية                              |
|----------|-------|---------------|--|
| 51.8     | 114   | أوافق بشدة    | تمنح المصرفية الالكترونية خبرة تنافسية للبنك |
| 41.8     | 92    | أوافق         |  |
| 5.9      | 13    | محايد         |  |
| 0.5      | 1     | لا أوافق      |  |
| -        | -     | لا أوافق بشدة |  |
| 100      | 220   | المجموع       |  |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

الشكل رقم (5-26)

التوزيع التكراري للعبارة الثانية



يتضح من الجدول رقم (5-35) والشكل رقم (5-26) أعلاه إن غالبية المبحوثين وافقوا بشدة على أنها تمنح المصرفية الالكترونية خبرة تنافسية للبنك حيث بلغ عددهم (114) من المبحوثين بنسبة (51.8%)، و (92) بنسبة (41.8%) يوافقون، و (13) بنسبة (5.9%) محايدين (1) بنسبة (0.5%) غير موافقون ولا يوجد لا يوافقون بشدة (-).

## جدول رقم (5-36)

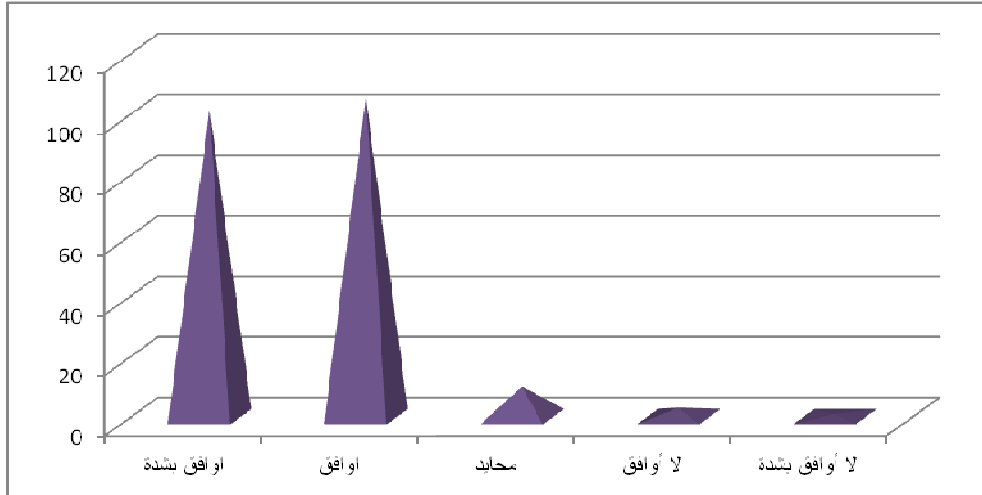
### التوزيع التكراري للعبارة الثالثة

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة الثالثة  |
|----------|-------|---------------|--|
| 45.9     | 101   | أوافق بشدة    | توفر الخدمة المصرفية<br>الإلكترونية قاعدة أوسع من<br>العملاء |
| 47.7     | 105   | أوافق         |  |
| 4.5      | 10    | محايد         |  |
| 1.4      | 3     | لا أوافق      |  |
| 0.5      | 1     | لا أوافق بشدة |  |
| 100      | 220   | المجموع       |  |

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

## الشكل رقم (5-27)

### التوزيع التكراري للعبارة الثالثة



يتضح من الجدول رقم (5-36) والشكل رقم (5-27) أعلاه إن غالبية المبحوثين وافقوا على أن الخدمة المصرفية الإلكترونية قاعدة أوسع من العملاء حيث بلغ عددهم (105) من المبحوثين بنسبة (47.7%)، و (101) بنسبة (45.9%) يوافقون بشدة، و (10) بنسبة (4.5%) محايدين (3) بنسبة (1.4%) غير موافقون (1) بنسبة (0.5%) لا يوافقون بشدة.

جدول رقم (5-37)

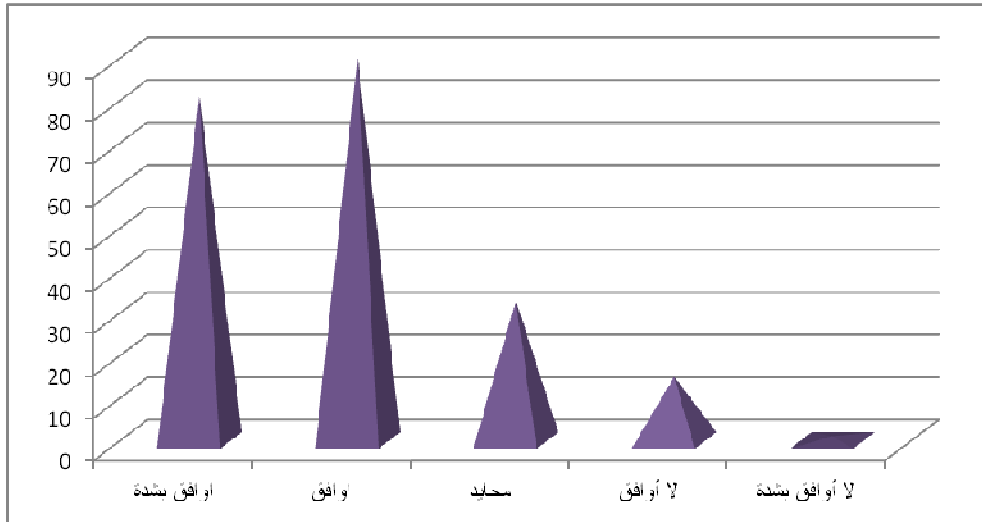
التوزيع التكراري للعبارة الرابعة

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة الرابعة   |
|----------|-------|---------------|---|
| 36.8     | 81    | أوافق بشدة    | العمليات المصرفية الالكترونية<br>تزيد من السيولة في البنك |
| 40.9     | 90    | أوافق         |   |
| 15.0     | 33    | محايد         |   |
| 6.8      | 15    | لا أوافق      |   |
| 0.5      | 1     | لا أوافق بشدة |   |
| 100      | 220   | المجموع       |   |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

الشكل رقم (5-28)

التوزيع التكراري للعبارة الرابعة



يتضح من الجدول رقم (5-37) والشكل رقم (5-28) أعلاه إن غالبية المبحوثين وافقوا على أن العمليات المصرفية الالكترونية تزيد من السيولة في البنك حيث بلغ عددهم (90) من المبحوثين بنسبة (40.9%)، و(81) بنسبة (36.8%) يوافقون بشدة، و(33) بنسبة (15.0%) محايدين و(15) بنسبة (6.8%) غير موافقون و(1) بنسبة (0.5%) لا يوافقون بشدة.



## جدول رقم (5-38)

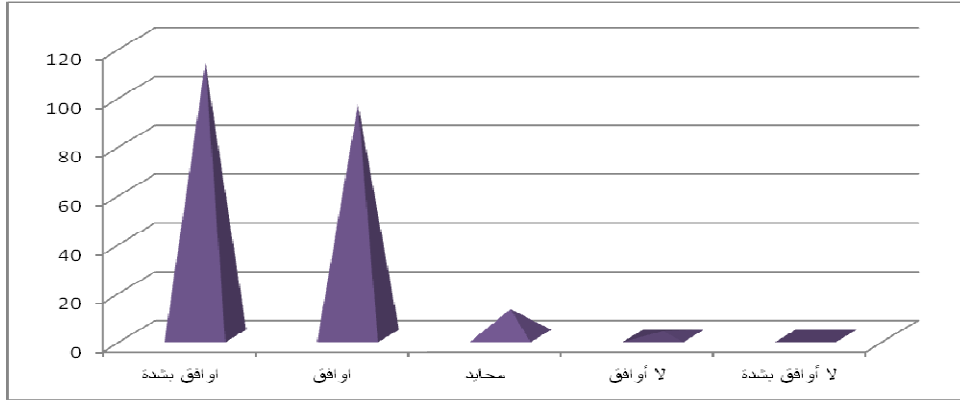
### التوزيع التكراري للعبارة الخامسة

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة الخامسة   |
|----------|-------|---------------|---|
| 50.9     | 112   | أوافق بشدة    | يؤدي تعريف البنك بخدماته الإلكترونية على موقعه بزيادة استقطاب العملاء |
| 43.2     | 95    | أوافق         |   |
| 5.0      | 11    | محايد         |   |
| 0.9      | 2     | لا أوافق      |   |
| -        | -     | لا أوافق بشدة |   |
| 100      | 220   | المجموع       |   |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

## الشكل رقم (5-29)

### التوزيع التكراري للعبارة الخامسة



يتضح من الجدول رقم (5-38) والشكل رقم (5-29) أعلاه إن غالبية المبحوثين وافقوا بشدة على أن تعريف البنك بخدماته الإلكترونية يؤدي إلى موقعه بزيادة استقطاب العملاء حيث بلغ عددهم (112) من المبحوثين بنسبة (50.9%)، و(95) بنسبة (43.2%) يوافقون، و(11) بنسبة (5.0%) محايدين (2) بنسبة (0.9%) غير موافقون ولا يوجد لا يوافقون بشدة (-).

### جدول رقم (5-39)

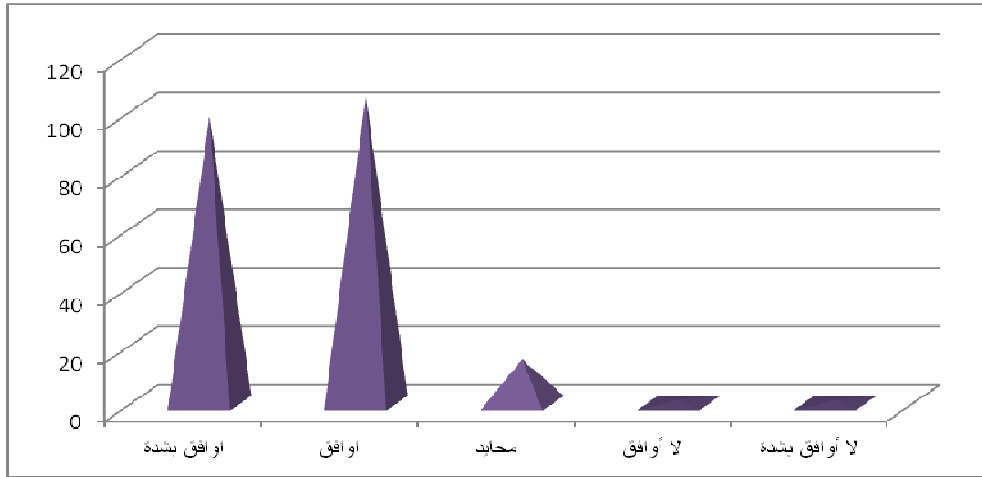
#### التوزيع التكراري للعبارة السادسة

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة السادسة  |
|----------|-------|---------------|--|
| 44.5     | 98    | أوافق بشدة    | تساهم الخدمات المصرفية الإلكترونية في زيادة حجم التعاملات التجارية |
| 47.7     | 105   | أوافق         |  |
| 6.8      | 15    | محايد         |  |
| 0.5      | 1     | لا أوافق      |  |
| 0.5      | 1     | لا أوافق بشدة |  |
| 100      | 220   | المجموع       |  |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

### الشكل رقم (5-30)

#### التوزيع التكراري للعبارة السادسة



يتضح من الجدول رقم (5-39) والشكل رقم (5-30) أعلاه إن غالبية المبحوثين وافقوا على أن الخدمات المصرفية الإلكترونية تساهم في زيادة حجم التعاملات التجارية حيث بلغ عددهم (105) من المبحوثين بنسبة (47.7%)، و (98) بنسبة (44.5%) يوافقون بشدة، و (15) بنسبة (6.8%) محايدين و (1) بنسبة (0.5%) غير موافقون و (1) بنسبة (0.5%) لا يوافقون بشدة.

## جدول رقم (5-40)

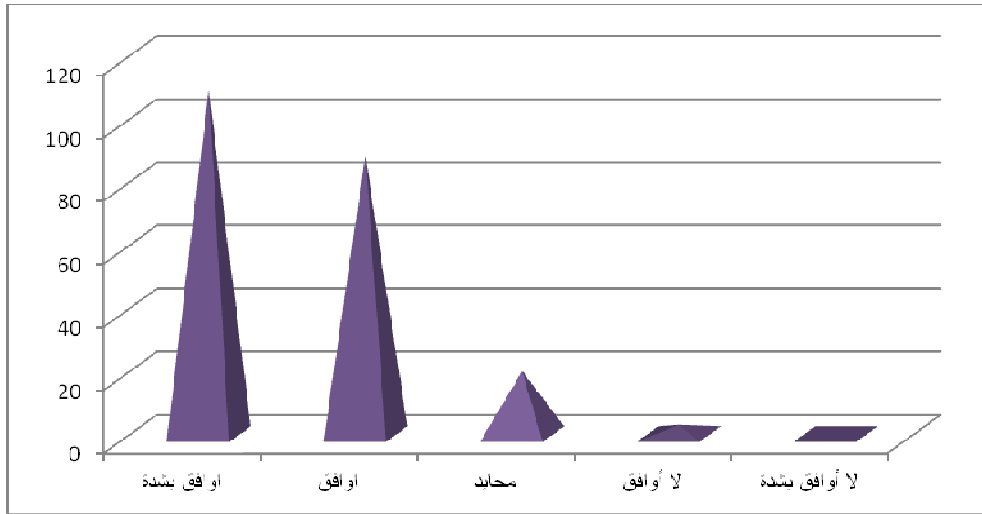
### التوزيع التكراري للعبارة السابعة

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة السابعة   |
|----------|-------|---------------|---|
| 49.5     | 109   | أوافق بشدة    | تساهم الخدمات الالكترونية في سهولة الدخول إلى الأسواق المحلية والعالمية |
| 40.0     | 88    | أوافق         |   |
| 9.1      | 20    | محايد         |   |
| 1.4      | 3     | لا أوافق      |   |
| -        | -     | لا أوافق بشدة |   |
| 100      | 220   | المجموع       |   |

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

## الشكل رقم (5-31)

### التوزيع التكراري للعبارة السابعة



يتضح من الجدول رقم (5-40) والشكل رقم (5-31) أعلاه إن غالبية المبحوثين وافقوا بشدة على أن الخدمات الالكترونية في تساهم سهولة الدخول إلى الأسواق المحلية والعالمية حيث بلغ عددهم (109) من المبحوثين بنسبة (49.5%)، و (88) بنسبة (40.0%) يوافقون، و (20) بنسبة (9.1%) محايدين (3) بنسبة (1.4%) غير موافقون ولا يوجد لا يوافقون بشدة (-).

### جدول رقم (5-41)

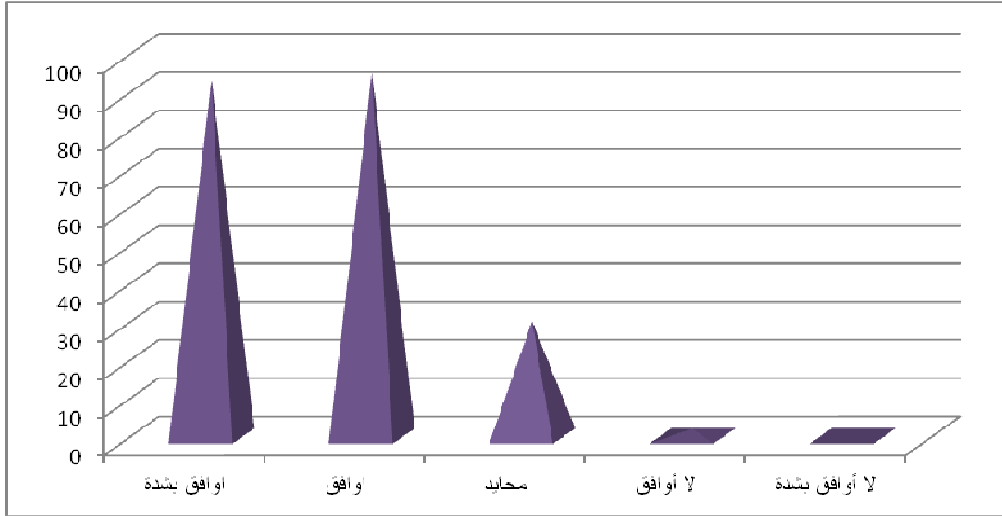
#### التوزيع التكراري للعبارة الثامنة

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة الثامنة                                   |
|----------|-------|---------------|---|
| 42.3     | 93    | أوافق بشدة    | تساهم في تنمية الشعور لدي العملاء بالانتماء للبنك |
| 43.2     | 95    | أوافق         |   |
| 13.6     | 30    | محايد         |   |
| 0.9      | 2     | لا أوافق      |   |
| -        | -     | لا أوافق بشدة |   |
| 100      | 220   | المجموع       |   |

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

### الشكل رقم (5-32)

#### التوزيع التكراري للعبارة الثامنة



يتضح من الجدول رقم (5-41) والشكل رقم (5-32) أعلاه إن غالبية المبحوثين وافقوا على أن تنمية الشعور لدي العملاء تساهم في الانتماء للبنك حيث بلغ عددهم (95) من المبحوثين بنسبة (43.2%)، و (93) بنسبة (42.3%) يوافقون بشدة، و (30) بنسبة (13.6%) محايدين (2) بنسبة (0.9%) غير موافقون ولا يوجد لا يوافقون بشدة (-).

## 2 - إثبات الفرضية الثالثة:

ولإثبات هذه الفرضية سيتم تقدير الوسيط والوسط الحسابي والانحراف المعياري لجميع عبارات الفرضية لمعرفة اتجاه عينة الدراسة وفيما يلي الجدول الذي يوضح تقدير قيم الوسيط والوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات الفرضية الثالثة :

### جدول رقم (5-42)

الوسيط والوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الثالثة

| المحور الثالث   | الوسيط | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | اتجاه العينة |
|---|--------|---------------|-------------------|--------------|
| الخدمة المصرفية الالكترونية تساهم في استقطاب مدخرات العملاء             | 4      | 4.07          | 0.839             | أوافق        |
| تمنح المصرفية الالكترونية خبرة تنافسية للبنك                            | 5      | 4.45          | 0.649             | أوافق بشدة   |
| توفر الخدمة المصرفية الالكترونية قاعدة أوسع من العملاء.                 | 4      | 4.37          | 0.681             | أوافق بشدة   |
| العمليات المصرفية الالكترونية تزيد من السيولة في البنك.                 | 4      | 4.07          | 0.912             | أوافق        |
| يؤدي تعريف البنك بخدماته الالكترونية على موقعه بزيادة استقطاب العملاء   | 5      | 4.44          | 0.635             | أوافق بشدة   |
| تساهم الخدمات المصرفية الالكترونية في زيادة حجم التعاملات التجارية      | 4      | 4.35          | 0.670             | أوافق بشدة   |
| تساهم الخدمات الالكترونية في سهولة الدخول إلى الأسواق المحلية والعالمية | 4      | 4.38          | 0.708             | أوافق بشدة   |
| تساهم في تنمية الشعور لدي العملاء بالانتماء للبنك                       | 4      | 4.27          | 0.725             | أوافق بشدة   |
| المتوسط العام   |        | 4.30          | 0.637             | أوافق بشدة   |

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

يتبين من الجدول رقم (5-42) ما يلي :

- 1- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الأولى (4) والمتوسط الحسابي (4.07) بانحراف معياري (0.839) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن الخدمة المصرفية الالكترونية تساهم في استقطاب مدخرات العملاء.
- 2- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثانية (5) والمتوسط الحسابي (4.45) بانحراف معياري (0.649) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن الخدمة المصرفية الالكترونية تمنح خبرة تنافسية للبنك.
- 3- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثالثة (4) والوسط الحسابي (4.37) بانحراف معياري (0.681) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن الخدمة المصرفية الالكترونية توفر قاعدة أوسع من العملاء.
- 4- قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الرابعة (4) والوسط الحسابي (4.07) بانحراف معياري (0.912) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن العمليات المصرفية الالكترونية تزيد من السيولة في البنك.
- 5- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الخامسة (5) والوسط الحسابي (4.44) بانحراف معياري (0.635) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن تعريف البنك بخدماته الالكترونية على موقعه يؤدي لزيادة استقطاب العملاء.
- 6- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة السادسة (4) والوسط الحسابي (4.35) بانحراف معياري (0.670) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن الخدمات المصرفية الالكترونية تساهم في زيادة حجم التعاملات التجارية.
- 7- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة السابعة (4) والوسط الحسابي (4.38) بانحراف معياري (0.708) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن الخدمات الالكترونية تساهم في سهولة الدخول إلى الأسواق المحلية والعالمية.

8- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة السابعة (4) والوسط الحسابي (4.27) بانحراف معياري (0.725) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن الخدمات الالكترونية تساهم في تنمية الشعور لدي العملاء بالانتماء للبنك.

9- كانت درجة الاستجابة لجميع عبارات المحور الرابع قوية ، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي الكلي (4.30) وكانت درجة التجانس بين جميع عبارات المحور كبيره إذ بلغت قيمة الانحراف المعياري (0637) والاتجاه العام للعينة أوافق بشدة.

• استخدام اختبار مربع كاي

ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الموافقين والمحايدين وغير الموافقين للنتائج أعلاه تم استخدام اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارات الفرضية الثالثة وفيما يلي الجدول رقم(5-54) يلخص نتائج الاختبارات لهذه العبارات:

جدول رقم (5-43)

نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق لإجابات الفرضية الثالثة

| العبارات  | قيمة كاي تربيع | مستوى المعنوية |
|---|----------------|----------------|
| الخدمة المصرفية الالكترونية تساهم في استقطاب مدخرات العملاء             | 81.3           | **0.000        |
| تمنح المصرفية الالكترونية خبرة تنافسية للبنك                            | 173.3          | **0.000        |
| توفر الخدمة المصرفية الالكترونية قاعدة أوسع من العملاء.                 | 264.9          | **0.000        |
| العمليات المصرفية الالكترونية تزيد من السيولة في البنك.                 | 143.1          | **0.000        |
| يؤدي تعريف البنك بخدماته الالكترونية على موقعه بزيادة استقطاب العملاء   | 174.4          | **0.000        |
| تساهم الخدمات المصرفية الالكترونية في زيادة حجم التعاملات التجارية      | 254.0          | **0.000        |
| تساهم الخدمات الالكترونية في سهولة الدخول إلى الأسواق المحلية والعالمية | 144.3          | **0.000        |
| تساهم في تنمية الشعور لدي العملاء بالانتماء للبنك                       | 117.8          | **0.000        |

يتضح من الجدول رقم (5-43) ما يلي:

1- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة الأولى (81.3) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (5%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن الخدمة المصرفية الالكترونية تساهم في استقطاب مدخرات العملاء.

2- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة الثانية (173.3) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (5%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن المصرفية الالكترونية تمنح خبرة تنافسية للبنك.

3- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة الثالثة (264.9) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اكبر من قيمة مستوى دلالة (5%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن توفر الخدمة المصرفية الالكترونية قاعدة أوسع من العملاء.

4- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة الرابعة (143.1) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (5%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن العمليات المصرفية الالكترونية تزيد من السيولة في البنك.

5- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة الخامسة (174.4) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (0.05%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن تعريف البنك بخدماته الالكترونية على موقعه يؤدي لزيادة استقطاب العملاء.



6- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة السادسة (254.0) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (0.05%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن الخدمات المصرفية الالكترونية تساهم في زيادة حجم التعاملات التجارية.

7- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة السابعة (144.3) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (0.05%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن تساهم الخدمات الالكترونية في سهولة الدخول إلى الأسواق المحلية والعالمية.

8- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة الثامنة (117.8) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (0.05%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن الخدمات الالكترونية تساهم في تنمية الشعور لدي العملاء بالانتماء للبنك.

وعليه تم صياغة الفرضية على النحو التالي:

\* الفرضية الصفرية: لا توجد علاقة طردية بين تعدد الخدمات الالكترونية المصرفية وبين القدرة على استقطاب مدخرات العملاء.

\* الفرضية البديلة: توجد علاقة طردية بين تعدد الخدمات الالكترونية المصرفية وبين القدرة على استقطاب مدخرات العملاء.

ولإثبات الفرضية تم استخدام معامل الارتباط لجميع عبارات الفرضية الثالثة والممثلة

في المتغيرات التالية :

1/ المتغير المستقل : وتمثله عبارات محور الخدمات المصرفية الإلكترونية في

صورتها الإجمالية.

2/ المتغير التابع : وتمثله عبارات المحور القدرة على استقطاب مدخرات العملاء

في صورتها الإجمالية.

وفيما يلي الجدول الذي يوضح نتائج الاختبار:

## جدول رقم (5-44)

### يوضح نتائج اختبار الفرضية

| عبارة الفرضية   | قيمة معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
|---|---------------------|----------------|
| توجد علاقة طردية بين تعدد الخدمات الالكترونية المصرفية وبين القدرة على استقطاب مدخرات العملاء | 0.73                | 0.00           |

المصدر: إعداد الباحث من نتائج التقدير

يتضح من الجدول رقم (5-44) أن قيمة معامل الارتباط بين عبارات الفرضية بلغت (0.73) بمستوى دلالة معنوية (0.00) وتعنى هذه القيم أن هنالك ارتباط طردي قوى بين تعدد الخدمات الالكترونية المصرفية وبين القدرة على استقطاب مدخرات العملاء وبالتالي فإن تعدد الخدمات الالكترونية المصرفية يؤدي إلى زيادة القدرة على استقطاب مدخرات العملاء. ومن النتائج أعلاه إن أفراد العينة موافقون على أن هنالك علاقة طردية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين سرعة إنجاز المعاملات، وهذا يؤكد صحة الفرضية الثالثة.

فيما تقدم لاحظ الباحث تحقق فرضية الدراسة الثالثة لكل عبارة من العبارات المتعلقة بها، وللتحقق من صحة الفرضية بصورة إجمالية لجميع العبارات، وحيث أن عبارات الفرضية الثالثة عددها (8) عبارات وعلى كل منها هناك (220) إجابة هذا يعني أن عدد الإجابات الكلية لأفراد عينة الدراسة على جميع عبارات الفرضية الثالثة ستكون (1760) إجابة. ويمكن تلخيص إجابات أفراد عينة الدراسة عبارات الفرضية الثالثة بالجدول (5-45) والشكل (5-33) أدناه:

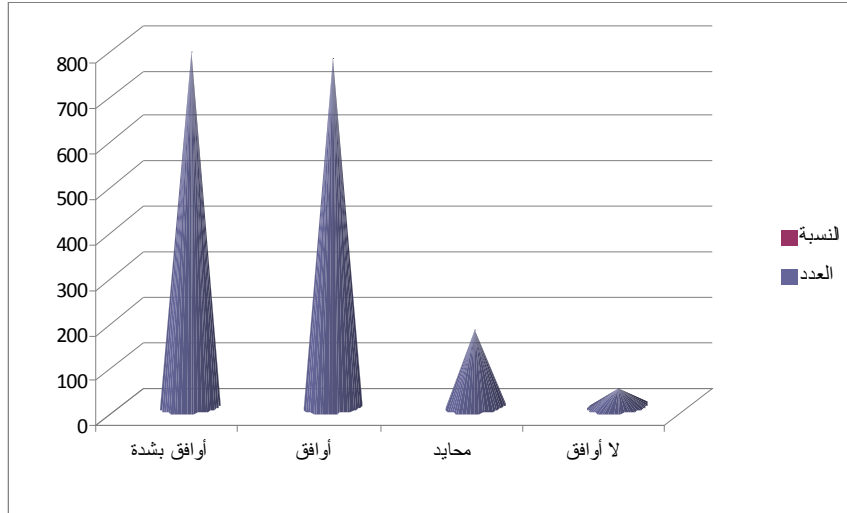
## الجدول (5-45)

يوضح عينة الدراسة حسب عبارات الفرضية الثالثة

| الإجابة       | العدد | النسبة المئوية |
|---------------|-------|----------------|
| أوافق بشدة    | 782   | %44.4          |
| أوافق         | 768   | %43.6          |
| محايد         | 169   | %9.6           |
| لا أوافق      | 38    | %2.2           |
| لا أوافق بشدة | 3     | %0.2           |
| المجموع       | 1760  | %100.0         |

## الشكل (5-33)

عينة الدراسة حسب عبارات الفرضية الثالثة



تبين من الجدول (5-45) والشكل (5-33) أن عينة الدراسة تضمنت على (782) إجابة وبنسبة (44.4%) موافقون بشدة على ما جاء بعبارات الفرضية الثالثة، و(768) إجابة وبنسبة (43.6%) موافقون، و(169) إجابة وبنسبة (9.6%) محايدين، و(38) وبنسبة (2.2%) لا يوافقون و(3) وبنسبة (0.2%) لا يوافقون بشدة على ذلك.

وقد بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد الإجابات الموافقة والمحايدة وغير الموافقة على ما جاء بعبارات الفرضية الثالثة (46.367) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (3) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (11.34) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين الإجابات ولصالح الإجابات الموافقة على ما جاء بعبارات الفرضية الثالثة.

مما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الثالثة والتي نصت على "أن" توجد علاقة طردية بين تعدد الخدمات الالكترونية المصرفية وبين القدرة على استقطاب مدخرات العملاء قد تحققت. وعليه يمكننا القول بأن تعدد الخدمات الالكترونية المصرفية يؤدي إلى زيادة القدرة على استقطاب مدخرات العملاء.

#### **رابعاً : عرض وتحليل بيانات الفرضية الرابعة:**

##### **1 - التوزيع التكراري والنسب المئوية :**

الهدف من تحليل البيانات الأساسية التمكن من معرفة مدى تمثيلهم لمجتمع الدراسة ومن ثم تقديم إحصاء "وصفياً" للبيانات الأساسية لأفراد عينة الدراسة . وقد قام الباحث بتلخيص البيانات في جداول والتي توضح قيم كل متغير لتوضيح أهم المميزات الأساسية للعينة وقد استخدم التوزيع التكراري لتوضيح عدد المشاهدين للقيمة الواحدة داخل المتغير في شكل أرقام ونسب مئوية .

وفيما يلي التوزيع التكراري لإجابات الوحدات المبحوثة لجميع محاور الاستبانة :

تنص الفرضية الرابعة من فرضية الدراسة على الآتي: هنالك علاقة طردية بين زيادة حجم الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين زيادة كفاءة أداء الجهاز المصرفي, هدف وضعية هذه الفرضية إلى بيان "أن" وللتحقق من صحة هذه الفرضية، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من العبارات المتعلقة بالفرضية الرابعة كما في الجدول التالي (5-46)

## جدول رقم (5-46)

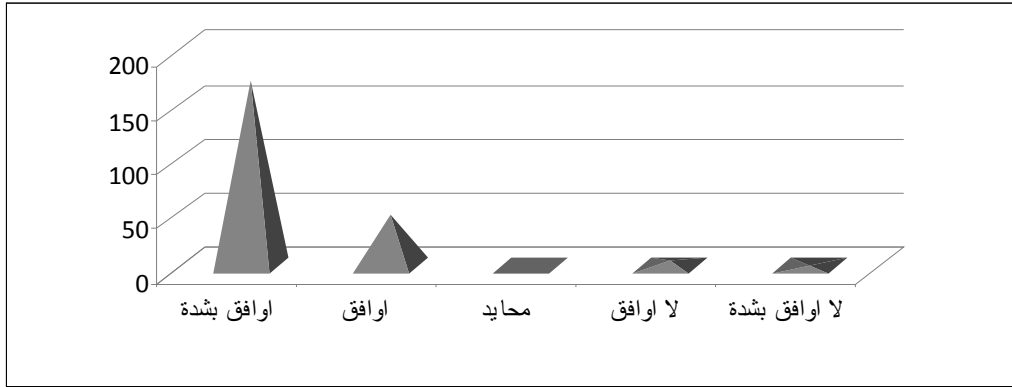
### التوزيع التكراري للعبارة الأولى

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة الأولى  |
|----------|-------|---------------|---|
| 77.7     | 171   | أوافق بشدة    | يؤدي تطوير كفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى زيادة كفاءة وأداء المصارف |
| 21.8     | 48    | أوافق         |   |
| -        | -     | محايد         |   |
| -        | -     | لا أوافق      |   |
| 0.5      | 1     | لا أوافق بشدة |   |
| 100      | 220   | المجموع       |   |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

## الشكل رقم (5-34)

### التوزيع التكراري للعبارة الأولى



يتضح من الجدول رقم (5-46) والشكل (5-34) إن غالبية المبحوثين وافقوا بشدة على أن تطوير كفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية يؤدي إلى زيادة كفاءة وأداء المصارف حيث بلغ عددهم (171) من المبحوثين بنسبة (77.7%)، و(48) بنسبة (21.8%) يوافقون، ولا يوجد محايد(-) وغير موافق (-) و(1) بنسبة (0.5%) لا أوافق بشدة.

جدول رقم (5-47)

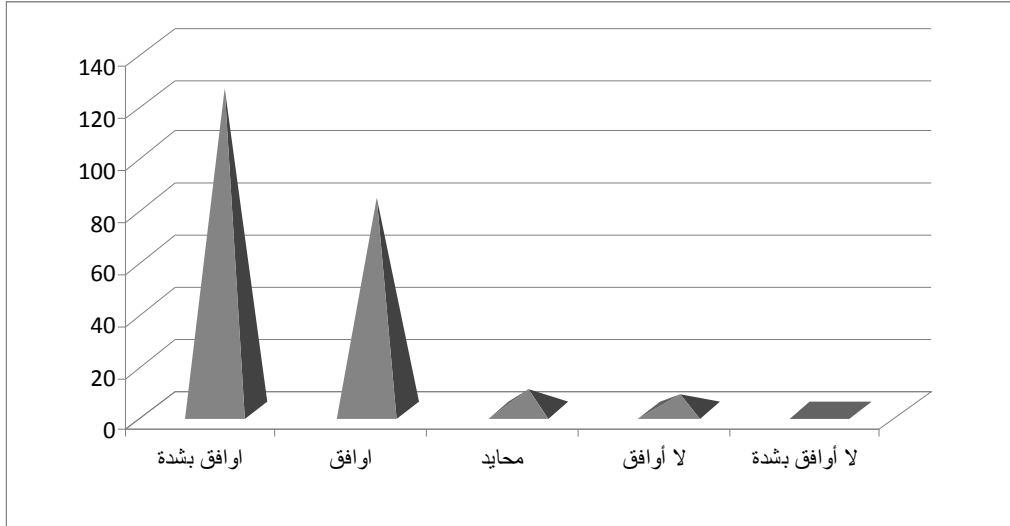
التوزيع التكراري للعبارة الثانية

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة الثانية   |
|----------|-------|---------------|---|
| 56.4     | 124   | أوافق بشدة    | جودة الخدمة المصرفية الالكترونية تؤدي إلى خفض المصاريف الإدارية |
| 37.3     | 82    | أوافق         |   |
| 3.6      | 8     | محايد         |   |
| 2.7      | 6     | لا أوافق      |   |
| -        | -     | لا أوافق بشدة |   |
| 100      | 220   | المجموع       |   |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

الشكل رقم (5-35)

التوزيع التكراري للعبارة الثانية



يتضح من الجدول رقم (5-47) والشكل (5-35) يوافقون بشدة على إن جودة الخدمة المصرفية الالكترونية تؤدي إلى خفض المصاريف الإدارية حيث بلغ عددهم (124) من المبحوثين بنسبة (56.4%)، و (82) بنسبة (37.3%) يوافقون، محايد و (8) بنسبة (3.6%) وغير موافق (6) بنسبة (2.7%) ولا يوجد لا أوافق بشدة (-).

جدول رقم (5-48)

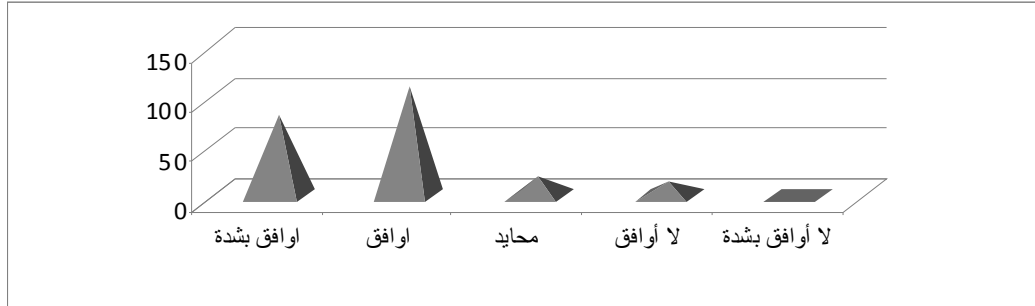
التوزيع التكراري للعبارة الثالثة

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة الثالثة  |
|----------|-------|---------------|--|
| 36.8     | 81    | أوافق بشدة    | تعمل الخدمة المصرفية الالكترونية على تخفيض كلفة الخدمة بصورة كاملة |
| 49.1     | 108   | أوافق         |  |
| 8.2      | 18    | محايد         |  |
| 5.9      | 13    | لا أوافق      |  |
| -        | -     | لا أوافق بشدة |  |
| 100      | 220   | المجموع       |  |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

الشكل رقم (5-36)

التوزيع التكراري للعبارة الثالثة



يتضح من الجدول رقم (5-48) والشكل (5-36) : إن غالبية المبحوثين وافقوا على أنه تعمل الخدمة المصرفية الالكترونية على تخفيض كلفة الخدمة بصورة كاملة حيث بلغ عددهم (108) من المبحوثين بنسبة (49.1%)، و(81) بنسبة (36.8%) يوافقون بشدة، محايد و(18) بنسبة (8.2%) وغير موافق (13) بنسبة (5.9%) ولا يوجد لا أوافق بشدة (-).

جدول رقم (5-49)

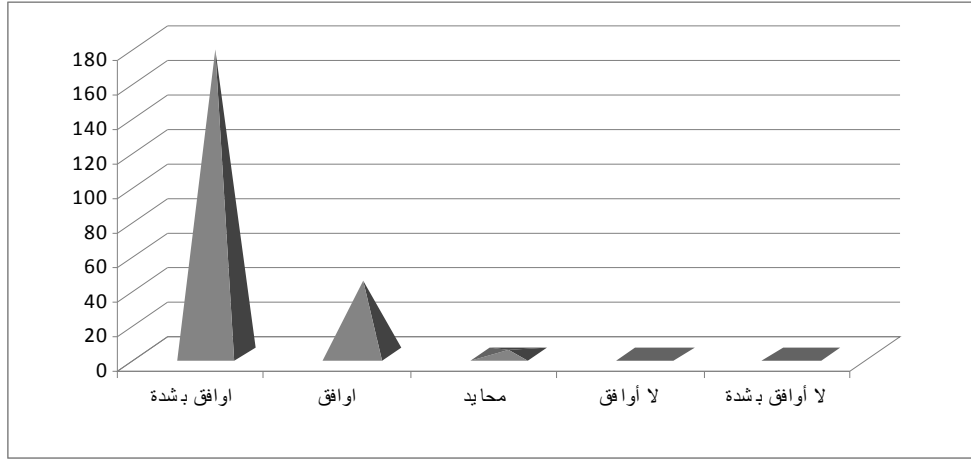
التوزيع التكراري للعبارة الرابعة

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة الرابعة   |
|----------|-------|---------------|---|
| 80.0     | 176   | أوافق بشدة    | تعمل الخدمة المصرفية الالكترونية على سرعة وسهولة تنفيذ العمليات |
| 19.1     | 42    | أوافق         |   |
| 0.9      | 2     | محايد         |   |
| -        | -     | لا أوافق      |   |
| -        | -     | لا أوافق بشدة |   |
| 100      | 220   | المجموع       |   |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

الشكل رقم (5-37)

التوزيع التكراري للعبارة الرابعة



تضح من الجدول (5-49) والشكل رقم (5-37) والشكل أعلاه: إن غالبية الباحثين وافقوا بشدة على أنه تعمل الخدمة المصرفية الالكترونية على سرعة وسهولة تنفيذ العمليات حيث بلغ عددهم (176) من الباحثين بنسبة (80.0%)، و (42) بنسبة (19.1%) يوافقون، محايد و (2) بنسبة (0.9%) وغير موافق لا يوجد (-) ولا يوجد لا أوافق بشدة (-).



## جدول رقم (5-50)

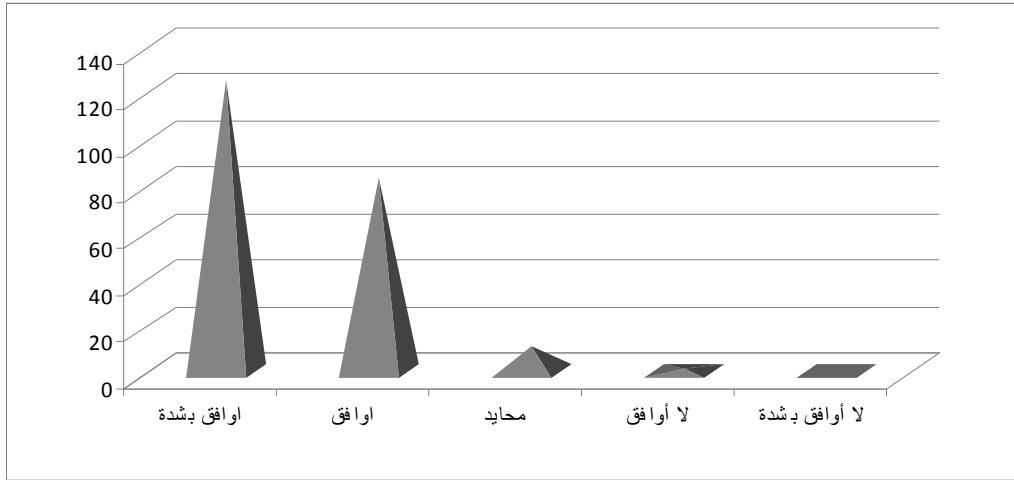
### التوزيع التكراري للعبارة الخامسة

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة الخامسة  |
|----------|-------|---------------|--|
| 56.8     | 125   | أوافق بشدة    | تميز المعدات والبرمجيات المستخدمة في البنوك بقلّة الأخطاء، يؤدي إلى تحسين الأعمال المصرفية الالكترونية |
| 37.7     | 83    | أوافق         |  |
| 5.0      | 11    | محايد         |  |
| 0.5      | 1     | لا أوافق      |  |
| -        | -     | لا أوافق بشدة |  |
| 100      | 220   | المجموع       |  |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

## الشكل رقم (5-38)

### التوزيع التكراري للعبارة الخامسة



يتضح من الجدول (5-50) والشكل رقم (5-38) والشكل أعلاه إن غالبية المبحوثين وافقوا بشدة على أنه تميز المعدات والبرمجيات المستخدمة في البنوك بقلّة الأخطاء، يؤدي إلى تحسين الأعمال المصرفية الالكترونية حيث بلغ عددهم (125) من المبحوثين بنسبة (56.8%)، و (83) بنسبة (37.7%) يوافقون، محايد و (11) بنسبة (5.0%) وغير موافق (1) بنسبة (0.5%) ولا يوجد لا أوافق بشدة (-).

## جدول رقم (5-51)

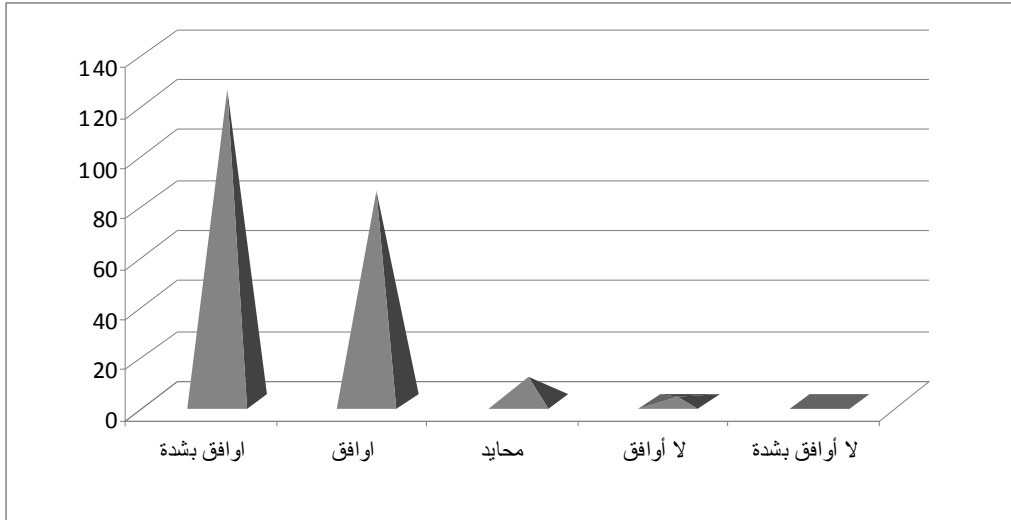
### التوزيع التكراري للعبارة السادسة

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة السادسة   |
|----------|-------|---------------|---|
| 56.4     | 124   | أوافق بشدة    | توفر الأعمال المصرفية الالكترونية مرونة في الوقت بالنسبة للعاملين |
| 38.2     | 84    | أوافق         |   |
| 4.5      | 10    | محايد         |   |
| 0.9      | 2     | لا أوافق      |   |
| -        | -     | لا أوافق بشدة |   |
| 100      | 220   | المجموع       |   |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

## الشكل رقم (5-39)

### التوزيع التكراري للعبارة السادسة



يتضح من الجدول رقم (5-51) والشكل رقم (5-39) أعلاه أن غالبية الباحثين وافقوا بشدة على أن توفر الأعمال المصرفية الالكترونية مرونة في الوقت بالنسبة للعاملين حيث بلغ عددهم (124) من الباحثين بنسبة (56.4%)، و (84) بنسبة (38.2%)، يوافقون، محايد و (10) بنسبة (4.5%) وغير موافق (2) بنسبة (0.9%) ولا يوجد لا أوافق بشدة (-).

## جدول رقم (5-52)

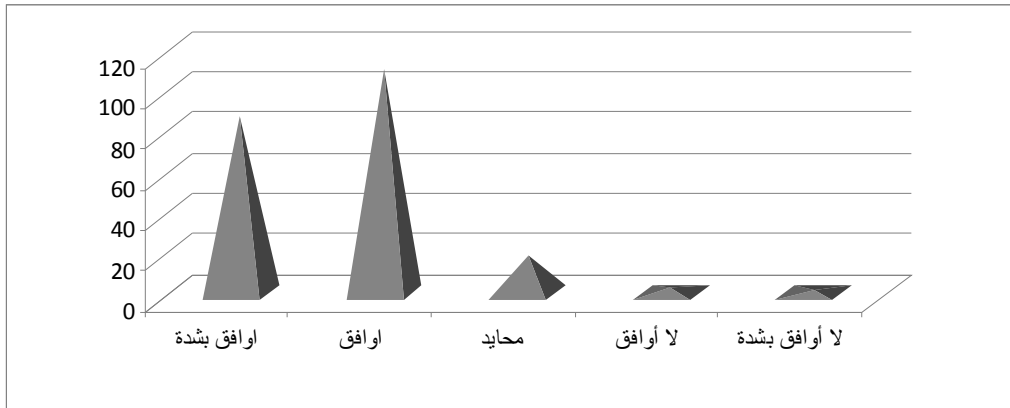
### التوزيع التكراري للعبارة السابعة

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة السابعة                               |
|----------|-------|---------------|---|
| 39.5     | 87    | أوافق بشدة    | تتميز العمليات المصرفية<br>الإلكترونية بالدقة |
| 50.0     | 110   | أوافق         |   |
| 8.6      | 19    | محايد         |   |
| 1.4      | 3     | لا أوافق      |   |
| 0.5      | 1     | لا أوافق بشدة |   |
| 100      | 220   | المجموع       |   |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

## الشكل رقم (5-40)

### التوزيع التكراري للعبارة السابعة



يتضح من الجدول رقم (5-52) والشكل رقم (5-40) أعلاه إن غالبية المبحوثين وافقوا على أن تتميز العمليات المصرفية الإلكترونية بالدقة حيث بلغ عددهم (110) من المبحوثين بنسبة (50.0%)، و(87) بنسبة (39.5%) يوافقون بشدة ، محايد و(19) بنسبة (8.6%) وغير موافق (3) بنسبة (1.4%) لا أوافق بشدة(1) بنسبة (0.5%).

## جدول رقم (5-53)

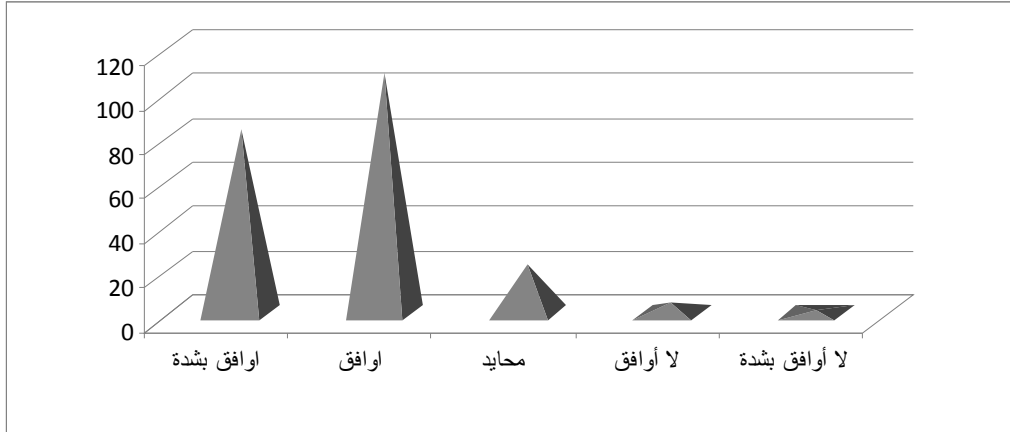
### التوزيع التكراري للعبارة الثامنة

| النسبة % | العدد | الإجابة       | العبارة الثامنة   |
|----------|-------|---------------|---|
| 37.7     | 83    | أوافق بشدة    | تتسم الخدمات المصرفية الإلكترونية بشكل عام بالجودة المرتفعة |
| 49.1     | 108   | أوافق         |   |
| 10.0     | 22    | محايد         |   |
| 2.3      | 5     | لا أوافق      |   |
| 0.9      | 2     | لا أوافق بشدة |   |
| 100      | 220   | المجموع       |   |

المصدر إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

## الشكل رقم (5-41)

### التوزيع التكراري للعبارة الثامنة



يتضح من الجدول رقم (5-53) والشكل رقم (5-41) أعلاه إن غالبية المبحوثين وافقوا على أن الخدمات المصرفية الإلكترونية بشكل عام تتسم بالجودة المرتفعة حيث بلغ عددهم (108) من المبحوثين بنسبة (49.1%)، و (83) بنسبة (37.7%) يوافقون بشدة ، محايد و (22) بنسبة (10.0%) وغير موافق (5) بنسبة (2.3%) لا أوافق بشدة (2) بنسبة (0.9%).

2 - إثبات الفرضية الرابعة :

• سيتم أولاً" تقدير الوسيط والوسط الحسابي والانحراف المعياري لجميع عبارات الفرضية لمعرفة اتجاه عينة الدراسة وفيما يلي الجدول الذي يوضح تقدير قيم الوسيط والانحراف المعياري لعبارات الفرضية الرابعة :

جدول رقم (5-54)

الوسيط والوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة

على عبارات الفرضية الرابعة

| المحور الرابع  | الوسيط | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | اتجاه العينة |
|--|--------|---------------|-------------------|--------------|
| يؤدي تطوير كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية إلى زيادة كفاءة وأداء المصارف                            | 5      | 4.76          | 0.486             | أوافق بشدة   |
| جودة الخدمة المصرفية الالكترونية تؤدي إلى خفض المصاريف الإدارية  | 5      | 4.47          | 0.698             | أوافق بشدة   |
| تعمل الخدمة المصرفية الالكترونية على تخفيض كلفة الخدمة بصورة كاملة.                                    | 4      | 4.17          | 0.813             | أوافق        |
| تعمل الخدمة المصرفية الالكترونية على سرعة وسهولة تنفيذ العمليات  | 5      | 4.79          | 0.429             | أوافق بشدة   |
| تميز المعدات والبرمجيات المستخدمة في البنوك بقلّة الأخطاء، يؤدي إلى تحسين الأعمال المصرفية الالكترونية | 5      | 4.51          | 0.616             | أوافق بشدة   |
| توفر الأعمال المصرفية الالكترونية مرونة في الوقت بالنسبة للعاملين                                      | 5      | 4.50          | 0.630             | أوافق بشدة   |
| تتميز العمليات المصرفية الالكترونية بالدقة.  | 4      | 4.27          | 0.713             | أوافق بشدة   |
| تتسم الخدمات المصرفية الالكترونية بشكل عام بالجودة المرتفعة  | 4      | 4.20          | 0.782             | أوافق        |
| المتوسط العام  |        | 4.48          | 0.507             | أوافق بشدة   |

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان

يتبين من الجدول رقم (5-54) ما يلي :

1- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الأولى (5) والوسط الحسابي (4.76) بانحراف معياري (0.486) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشده على أن تطوير كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية يؤدي إلى زيادة كفاءة وأداء المصارف.

2- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثانية (5) والوسط الحسابي (4.47) بانحراف معياري (0.698) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن جودة الخدمة المصرفية الالكترونية تؤدي إلى خفض المصاريف الإدارية.

3- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الثالثة (4) والوسط الحسابي (4.17) بانحراف معياري (0.813) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن الخدمة المصرفية الالكترونية على تعمل تخفيض كلفة الخدمة بصورة كاملة.

4- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الرابعة (5) والوسط الحسابي (4.79) بانحراف معياري (0.429) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن الخدمة المصرفية الالكترونية تعمل على سرعة وسهولة تنفيذ العمليات.

5- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الخامسة (5) والوسط الحسابي (4.51) بانحراف معياري (0.616) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن المعدات والبرمجيات المستخدمة في البنوك تتميز بقلّة الأخطاء، يؤدي إلى تحسين الأعمال المصرفية الالكترونية.

6- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة السادسة (5) والوسط الحسابي (4.50) بانحراف معياري (0.630) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن الأعمال المصرفية الالكترونية توفر مرونة في الوقت بالنسبة للعاملين.

7- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة السابعة (4) والوسط الحسابي (4.27) بانحراف معياري (0.713) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن العمليات المصرفية الالكترونية تتميز بالدقة.

8- بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة السابعة (4) والوسط الحسابي (4.20) بانحراف معياري (0.782) وتعنى هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن الخدمات المصرفية الالكترونية تتسم بشكل عام بالجودة المرتفعة.

9- كانت درجة الاستجابة لجميع عبارات المحور الأول قوية ، حيث بلغت قيمة الوسط الحسابي الكلي (4.48) وكانت درجة التجانس بين جميع عبارات المحور جيدة إذ بلغت قيمة الانحراف المعياري (0.507) والاتجاه العام للعينة أوافق بشده.

#### • استخدام اختبار مربع كاي

ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الموافقين والمحايدين وغير الموافقين للنتائج أعلاه تم استخدام اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارات الفرضية الرابعة وفيما يلي الجدول رقم (5-19) يلخص نتائج الاختبارات لهذه العبارات:

## جدول رقم (5-55)

### نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق لإجابات الفرضية الرابعة

| مستوى المعنوية | قيمة كاي تربيع | العبارات   |
|----------------|----------------|--|
| **0.000        | 210.2          | يؤدي تطوير كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية إلى زيادة كفاءة وأداء المصارف                            |
| **0.000        | 183.6          | جودة الخدمة المصرفية الالكترونية تؤدي إلى خفض المصاريف الإدارية  |
| **0.000        | 120.3          | تعمل الخدمة المصرفية الالكترونية على تخفيض كلفة الخدمة بصورة كاملة.                                    |
| **0.000        | 226.5          | تعمل الخدمة المصرفية الالكترونية على سرعة وسهولة تنفيذ العمليات  |
| **0.000        | 191.6          | تميز المعدات والبرمجيات المستخدمة في البنوك بقلّة الأخطاء، يؤدي إلى تحسين الأعمال المصرفية الالكترونية |
| **0.000        | 189.8          | توفر الأعمال المصرفية الالكترونية مرونة في الوقت بالنسبة للعاملين                                      |
| **0.000        | 235.7          | تتميز العمليات المصرفية الالكترونية بالدقة.  |
| **0.000        | 213.3          | تتسم الخدمات المصرفية الالكترونية بشكل عام بالجودة المرتفعة  |

يتضح من الجدول رقم (5-55) ما يلي:

- 1- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة الأولى (210.2) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (5%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على تطوير كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية يؤدي إلى زيادة كفاءة وأداء المصارف
- 2- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة الثانية (183.6) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (5%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين



- إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن جودة الخدمة المصرفية الالكترونية تؤدي إلى خفض المصاريف الإدارية.
- 3- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة الثالثة (120.3) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (5%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن الخدمة المصرفية الالكترونية تعمل على تخفيض كلفة الخدمة بصورة كاملة..
- 4- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة الرابعة (226.5) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (5%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن الخدمة المصرفية الالكترونية تعمل على سرعة وسهولة تنفيذ العمليات.
- 5- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة الخامسة (191.6) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (0.05%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن المعدات والبرمجيات المستخدمة في البنوك تتميز بقلّة الأخطاء وهذا يؤدي إلى تحسين الأعمال المصرفية الالكترونية.
- 6- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة السادسة (189.8) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (0.05%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن الأعمال المصرفية الالكترونية توفر مرونة في الوقت بالنسبة للعاملين.
- 7- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة السابعة (235.7) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (0.05%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن العمليات المصرفية الالكترونية تتميز بالدقة.

8- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة للعبارة الثامنة (213.3) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة اقل من قيمة مستوى دلالة (0.05%) وعليه فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن الخدمات المصرفية الإلكترونية تتسم بشكل عام بالجودة المرتفعة.

وعليه تم صياغة الفرضية على النحو التالي:

\* الفرضية الصفرية: لا توجد علاقة طردية بين زيادة حجم الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين زيادة كفاءة أداء الجهاز المصرفي.

\* الفرضية البديلة: هنالك علاقة طردية بين زيادة حجم الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين زيادة كفاءة أداء الجهاز المصرفي.

ولإثبات الفرضية تم استخدام معامل الارتباط لجميع عبارات الفرضية الرابعة والممثلة في المتغيرات التالية :

أ/ المتغير المستقل: وتمثله عبارات محور الخدمات المصرفية الإلكترونية في صورتها الإجمالية.

ب/ المتغير التابع : وتمثله عبارات المحور زيادة كفاءة أداء الجهاز المصرفي في صورتها الإجمالية.

وفيما يلي الجدول الذي يوضح نتائج الاختبار:

#### جدول رقم (5-56)

#### يوضح نتائج اختبار الفرضية

| عبارة الفرضية   | قيمة معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
|---|---------------------|----------------|
| هنالك علاقة طردية بين زيادة حجم الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين زيادة كفاءة أداء الجهاز المصرفي | 0.55                | 0.00           |

المصدر: إعداد الباحث من نتائج التقدير

يتضح من الجدول رقم (5-56) أن قيمة معامل الارتباط بين عبارات الفرضية بلغت (0.55) بمستوى دلالة معنوية (0.00) وتعنى هذه القيم أن هنالك ارتباط طردي قوى بين زيادة حجم الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين زيادة كفاءة أداء الجهاز المصرفي وبالتالي فإن زيادة حجم الخدمات المصرفية الإلكترونية يؤدي إلى زيادة كفاءة أداء الجهاز المصرفي.

مما تقدم لاحظ الباحث تحقق فرضية الدراسة الرابعة لكل عبارة من العبارات المتعلقة بها، وللتحقق من صحة الفرضية بصورة إجمالية لجميع العبارات، وحيث أن عبارات الفرضية الرابعة عددها (8) عبارات وعلى كل منها هناك (220) إجابة هذا يعني أن عدد الإجابات الكلية لأفراد عينة الدراسة على جميع عبارات الفرضية الرابعة ستكون (1760) إجابة. ويمكن تلخيص إجابات أفراد عينة الدراسة عبارات الفرضية الرابعة بالجدول (5-57) والشكل (5-42) أدناه:

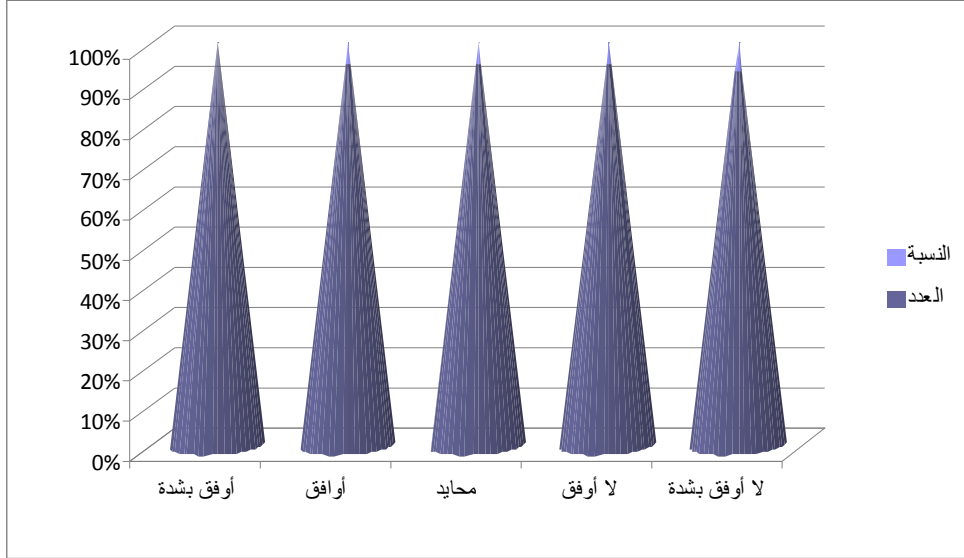
#### الجدول (5-57)

##### عينة الدراسة حسب عبارات الفرضية الرابعة

| النسبة المئوية | العدد | الإجابة       |
|----------------|-------|---------------|
| 55.2%          | 971   | أوافق بشدة    |
| 37.8%          | 665   | أوافق         |
| 5%             | 90    | محايد         |
| 1.7%           | 30    | لا أوافق      |
| 0.3%           | 4     | لا أوافق بشدة |
| 100.0%         | 1760  | المجموع       |

## الشكل (5-42)

### عينة الدراسة حسب عبارات الفرضية الرابعة



تبين من الجدول (5-57) والشكل (5-42) أن عينة الدراسة تضمنت (971) إجابة وبنسبة (55.2%) موافقون بشدة على ما جاء بعبارات الفرضية الرابعة، و(665) إجابة وبنسبة (37.8%) موافق ، و(90) إجابة وبنسبة (5%) محايد، و(30) وبنسبة (1.7%) لا يوافقون على ذلك و(4) إجابة وبنسبة (0.3%) لا يوافقون بشدة. وقد بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد الإجابات الموافقة والمحايدة وغير الموافقة على ما جاء بعبارات الفرضية الرابعة (73.00) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (3) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (11.34) واعتماداً على ما ورد في الجدول (5-20) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين الإجابات ولصالح الإجابات الموافقة على ما جاء بعبارات الفرضية الرابعة.

مما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الرابعة والتي نصت على " أن " قد تحققت على أن هنالك علاقة طردية بين زيادة حجم الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين زيادة كفاءة أداء الجهاز المصرفي تم التحقق من صحتها. وعلية يمكننا القول بأن زيادة حجم الخدمات المصرفية الإلكترونية تؤثر على زيادة كفاءة أداء الجهاز المصرفي.

## الخاتمة

### نتائج الدراسة

#### أولاً: نتائج عامة :

1- ساهمت سياسات بنك السودان بخصوص تبني المصارف للتقنية المصرفية في زيادة عدد الصرافات وكذلك حجم التعامل معها، حيث تشير تقارير البنك للأعوام 2008 حتى 2016م أن عدد الصرافات الآلية في ارتفاع من عام إلى عام حيث ارتفع عدد الصرافات من 371 في عام 2008 إلى 506 صراف آلي في العام 2009 بمعدل 36.38% وكذلك ارتفع حجم التعامل بها لنفس الفترة من 9,042,324 مليون إلى 14,168,413 مليون بمعدل 56% واستمر الارتفاع في عدد الصرافات الآلية في العام 2010 بعدد 661 ماكينة صراف وبمعدل تغير 30.6% وكذلك ارتفاع حجم التعاملات في العام 2010 إلى 18,870,643 مليون بمعدل زيادة 33% واستمر عدد ماكينات الصراف الآلي في الارتفاع من سنة إلى أخرى حتى وصلت عددها 1189 صراف إلى في عام 2016 بمعدل 13.56% وكذلك استمر ارتفاع حجم التعامل حتى العام 2012 وفي العام 2013 شهد حجم التعامل انخفاض بمعدل (50)% وذلك نسبة لاستخدام بعض القنوات الالكترونية الأخرى ولكن بدء في الارتفاع في العام 2014م واستمر حتى العام 2016 حيث بلغ حجم التعامل 25.860.051 مليون بمعدل 14.6%.

وهذا يشير إلى ازدياد عدد المستخدمين للصيرفة الالكترونية من عام لآخر بدليل الزيادة الملحوظة في عدد ماكينات الصراف الآلي وحجم التعامل من خلالها. وبالتالي إدراك العملاء لأهمية الخدمات المصرفية الالكترونية، وهذا يثبت صحة الفرضية الثانية التي تقول (إن التطبيق السليم للنظام الالكتروني يؤدي إلى زيادة ثقة ورضاء العملاء بالنظام الالكتروني).

2- كذلك ساهمت سياسات بنك السودان بخصوص تبني المصارف للتقنية المصرفية وتعدد الخدمات الالكترونية مع عوامل أخرى في ارتفاع حجم الودائع حيث ارتفع إجمالي الودائع لدى المصارف العاملة من 16,508.5 مليون جنيه عام 2008 إلى 20,848 مليون جنيه عام 2009 بمعدل 26.3%، نتيجة إلى ارتفاع وودائع الجمهور وتواصل الارتفاع إلى عام 2016 حيث بلغ 25.874.4 مليون بنهاية 2010 بمعدل 24.1% و 27.775.6 مليون بنهاية عام 2011 بمعدل 7.3% و 39.544.3 مليون

بنهاية 2012 بمعدل 42.2% وتعزى هذه الزيادة في الودائع للتوسع في الكتلة النقدية، بالإضافة إلى زيادة عدد الصرافات الآلية وتحسين انتشارها الجغرافي وصرف قدر كبير من مرتبات العاملين بالدولة من خلالها، بالإضافة إلى ارتفاع ودائع الحكومة المركزية والولائية واستمر الارتفاع إلى 44.133.1 مليون بنهاية 2013 بمعدل 11.6% نتيجة للتوسع في الخدمات المصرفية الإلكترونية و 53.469.3 مليون بنهاية عام 2014 بمعدل 21.1% و 36.419.6 مليون بنهاية 2015 بمعدل 8.61% و 79.459.6 مليون بنهاية عام 2016 بمعدل 25.3%، ويعزى تلك الزيادات ذلك الودائع الجارية لمؤسسات القطاع الخاص والأفراد نتيجة للتوسع في الخدمات المصرفية الإلكترونية وغيرها وهذا يثبت صحة الفرضية الرابعة أيضاً والتي تقول (توجد علاقة طردية بين تعدد الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين القدرة على استقطاب مدخرات العملاء).

#### ثانياً: نتائج خاصة:

من خلال التحليل الإحصائي لبيانات المتغيرات محل الدراسة توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- 1- وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 5% بين زيادة حجم الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين زيادة كفاءة أداء الجهاز المصرفي.
- 2- أن التطبيق السليم للنظام الإلكتروني للخدمات المصرفية يؤدي إلى زيادة ثقة ورضاء العملاء.
- 3- وجود علاقة طردية بين استخدام الخدمات المصرفية وزيادة سرعة إنجاز المعاملات.
- 4- وجود علاقة طردية بين تعدد الخدمات الإلكترونية المصرفية وزيادة القدرة على استقطاب مدخرات العملاء عند مستوى الدلالة 5%، وهي علاقة ذات دلالة إحصائية.
- 5- يساهم تعريف البنك بخدماته الإلكترونية علي موقعه بزيادة استقطاب العملاء.
- 6- توفر الخدمة المصرفية الإلكترونية قاعدة أوسع من العملاء.
- 7- تساهم الخدمة المصرفية الإلكترونية في تنمية الشعور لدى العملاء بالانتماء للبنك.
- 8- تساهم الخدمة المصرفية الإلكترونية في تحقيق درجة عالية من رضا العملاء.

- 9- تمنح الخدمة المصرفية الإلكترونية ميزة تنافسية للبنك.
- 10- تساهم الخدمة المصرفية الإلكترونية في خلق علاقة بين البنك و العميل .
- 11- تساهم الخدمة المصرفية الإلكترونية في سهولة الدخول للأسواق المحلية و العالمية.
- 12- تعمل الخدمة المصرفية الإلكترونية على تيسير التعامل بين المصارف و تجعله على مدار الساعة.
- 13- تؤدي الخدمة المصرفية الإلكترونية إلي أختصار المسافات و رفع الحواجز التقليدية.
- 14- تساهم جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في خفض التكاليف و المصاريف.
- 15- تتميز الخدمة المصرفية الإلكترونية بالدقة.
- 16- تتميز الخدمة المصرفية الإلكترونية بسهولة تنفيذها.
- 17- تعمل الخدمة المصرفية الإلكترونية علي إمكانية تنفيذ المعاملات المصرفية في اي مكان و اي زمان على مدار الاربعة و عشرون ساعة .

## التوصيات :

اعتماداً على النتائج التي تم التوصل إليها من خلال التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة تمت صياغة التوصيات التالية:

- 1- ضرورة أن تعمل البنوك في السودان على تطوير خدماتها الإلكترونية ومواكبة التقنيات التكنولوجية وتبني أحدث التقنية المصرفية حتى تستطيع أن تتنافس عالمياً
- 2- وعلى البنوك السودانية تحسين مستوى الخدمة المقدمة للعملاء حتى تضمن استقطاب أكبر عدد من العملاء.
- 3- وتوجيه مراكز التدريب في البنوك السودانية تثقيف العملاء بأهمية الخدمات الإلكترونية وما توفره من وقت وتكلفة للعميل.
- 4- أن تعمل البنوك السودانية جاهدة على تبني استخدام نقاط البيع وتوفير شبكات متعددة للمحال التجارية حتى يتمكن العملاء من قضاء مشترياتهم دون حمل النقود معهم.
- 5- على البنوك السودانية العمل على صيانة الصرافات الآلية واستخدام أحدث ما توصلت له التكنولوجيا التي تساعد وتساهم من سرعة الأداء.
- 6- على بنك السودان تعميم العمل المصرفي الإلكتروني على جميع المصارف وفروعها في الأقاليم حتى تتمكن المصارف من جذب أكبر عدد من العملاء.
- 7- إنشاء مركز داخل البنوك السودانية ضرورة لإجراء الدراسات والبحوث التي تساهم في تطوير الأداء.
- 8- الاهتمام بإجراءات الأمان والحماية التي تساعد البنك في عدم اختراق نظمه من قبل الفيروسات والاختراقات.
- 9- العمل على تبني نظم الرد الآلي في البنوك على العملاء وتطوير أدواتها على مواقع البنوك الإلكترونية.



## مقترحات لأبحاث مستقبلية:

- 1- دور اتمته الجهاز المصرفي السوداني في تحسين جودة الخدمات المصرفية.
- 2- تحديات القطاع المصرفي السوداني نحو الانفتاح الاقتصادي.
- 3- دور الخدمات المصرفية في المستقبل الرقمي.

## المصادر والمراجع :

- 1- إبراهيم الدسوقي أبو الليل، (2003). الجوانب القانونية للتعاملات الإلكترونية، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، الكويت.
- 2- إبراهيم الكرسانه، (2006). أطر أساسية ومعاصرة في الرقابة على البنوك وإدارة المخاطر، صندوق النقد العربي، أبو ظبي.
- 3- أحمد بوراس والسعيد بريكه، (2014). "أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر"، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر.
- 4- أحمد سفر، (2006). العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان.
- 5- أحمد محمد غنيم، الإدارة الإلكترونية بين النظرية والتطبيق، المكتبة العصرية، المنصورة 2008-2009.
- 6- أحمد محمد غنيم، (2007). إدارة البنوك تقليدية الماضي والإلكترونية المستقبل، المكتبة العصرية.
- 7- الإدارة العامة للسياسات والبحوث والإحصاء، أثر التقنية على الصناعة المصرفية في السودان خلال الفترة (1999-2003م)، الخرطوم: بنك السودان، 2004.
- 8- أدوار عيد، (1991). موسوعة أصول المحاكمات والإثبات والتنفيذ، ج14، بيروت.
- 9- أسعد حامد أورمان، أبي سعد الديوه جي (2001)، التسويق السياحي والفندقي، : دار حامد للنشر، عمان

- 10- أشرف السيد قبّال، (2013). المعاملات المصرفية والمدفوعات الإلكترونية وأثرها في ضوء السياسات النقدية والائتمانية للبنك المركزي، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية.
- 11- البديوي محمد فتحي، استخدام الهندسة المالية في إعادة هيكلة المشروعات، المكتبة الأكاديمية، مصر.
- 12- العسكري، أحمد شاكر (2000) التسويق مدخل استراتيجي للبيئة التسويقية وسلوك المستهلكين والمزيج التسويقي، الطبعة العربية الأولى
- 13- بشار محمود دودين، الإطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الانترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 14- ثائر القدومي وسامر بركات، "أنظمة المعلومات المالية والمصرفية"، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات.
- 15- ثروت عبد الحميد، (2007). التوقيع الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية.
- 16- جبر هشام، (2002). المدخل للعلوم المالية والمصرفية، منشورات بيت المقدس.
- 17- حسين القضماني، (2002). النظام القانوني للدفع بالبطاقة المصرفية عبر الانترنت، اتحاد المصارف العربية بيروت.
- 18- خالد وهيب الراوي، إدارة المخاطر المالية، (2009). دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن.
- 19- خبابه عبد الله، "الاقتصاد المعرفي، البنوك الإلكترونية، البنوك التجارية، السياسة النقدية"، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر.
- 20- ذكرى عبد الرزاق محمد، (2010). النظام القانوني للبنوك الإلكترونية، المزاي، التحديات، الآفاق، دار الجامعة الجديدة.
- 21- رمضان، زياد، وجودة، محفوظ (2013) الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، ط1، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

- 22- رأفت رضوان، (1999). **عالم التجارة الالكترونية**، المنظمة العربية للتنمية، القاهرة.
- 23- رعد حسن الصيرفي، **عولمة جودة الخدمات المصرفية**، دار التواصل العربي للطباعة والنشر ومؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 24- زهير بشنق، (2006). **العمليات المصرفية الالكترونية**، اتحاد المصارف العربية، بيروت.
- 25- سامي إبراهيم السويلم، (2000). **"صناعة الهندسة المالية: نظرات في المنهج الإسلامي"**، مركز البحوث، شركة الراجحي المصرفية للاستثمار.
- 26- سعيد النجار، (1994). **السياسات المالية وأسواق المال**، صندوق النقد العربي والصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي.
- 27- سميحة الفليوبي، (2000). **شرح قانون التجارة المصري رقم 17 لعام 1999، العقود التجارية وعمليات البنوك**، ط3، دار النهضة العربية.
- 28- سمير الخطيب، (2005). **قياس وإدارة المخاطر بالبنوك**، منشأة المعارف، الإسكندرية.
- 29- سمير محمد عبد العزيز، (2001). **التجارة العالمية بين جات 94 ومنظمة التجارة العالمية**، الإسكندرية، مطبعة الإشعاع.
- 30- السيد أحمد عبد الخالق، أحمد بديع بليح، (2003/2002). **تحرير التجارة العالمية في دول العالم النامي**، الكتاب الأول، منظمة التجارة العالمية، آثار المنافسة الدولية، المشكلة البيئية والتجارة العالمية، الدار الجامعية.
- 31- سيد الهواري وآخرون، (2002). **الأسواق المالية والمؤسسات المالية**، البيان للطباعة والنشر، مصر.
- 32- شعبان فرج (2013-2014)، **العمليات المصرفية وإدارة المخاطر**، الجزائر: جامعة البويرة.
- 33- صقر، عمر، (2001). **العولمة وقضايا اقتصادية معاصرة**، الدار الجامعية، الإسكندرية.

- 34- ضياء أمين مشيمش، (2003). التوقيع الالكتروني، (دراسة مقارنة)، المنشورات الحقوقية، بيروت.
- 35- طارق عبد العال حماد، (2001). التطورات العالمية وانعكاساتها على أعمال البنوك، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، مصر.
- 36- طارق عبد العال حمادة، (2004). التجارة الالكترونية، الدار الجامعية الإسكندرية.
- 37- طاهر شوقي مؤمن، (2007). عقد البيع الالكتروني، دار النهضة العربية.
- 38- عباس العبودي، (2010). تحديات الإثبات بالسندات الالكترونية ومتطلبات القانوني لتجاوزها، منشورات الحلب الحقوقية.
- 39- عبد السلام أبو قحف، (1996). التنافسية وتغيير قواعد اللعبة: رؤية مستقبلية، الدار الجامعية، الإسكندرية.
- 40- عبد الفتاح بيومي حجازي، (2007). النظام القانوني للتوقيع الالكتروني، (دراسة تأصيلية مقارنة)، دار الكتب القانونية، القاهرة.
- 41- عبد المطلب عبد الحميد، (2001) العولمة واقتصاديات البنوك، الدار الجامعية، الإسكندرية.
- 42- عبد المطلب عبد الحميد، (2010). اقتصاديات تكنولوجيا الخدمات المصرفية، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، مصر.
- 43- علي جمال الدين عوض، (1989). الاعتمادات المستندية، دراسة للقضاء والفقهاء المقارن، وقواعد سنة 1983 الدولية، دار النهضة العربية، القاهرة.
- 44- عواطف يوسف محمد على وآخرون، دور بنك السودان في إدارة الجهاز المصرفي في الفترة (1960-1997م)، المعهد العالي للدراسات المصرفية والمالية، أمانة البحوث والتوثيق، 1998م.
- 45- عوض بدير الحداد، (2006). التسويق استراتيجيات التسويق المصرفي والخدمات المصرفية، دار الكتاب الحديث، القاهرة.

- 46- علاق بشير، (2004) " الخدمات الالكترونية بين النظرية والتطبيق"، دار مجموعة النيل العربية، مصر
- 47- فلاح حسن الحسيني، مؤيد عبد الرحمن الدوري، (2000). "إدارة البنوك، مدخل كمي واستراتيجي معاصر"، ط1، دار وائل للطباعة والنشر عمان، الأردن.
- 48- فريد كورتل، تسويق الخدمات، دار الكنوز للمعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الأردن 2009
- 49- للوزي سليمان أحمد، وآخرون، (1997). إدارة البنوك، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع الأردن.
- 50- محمد الجنبهي، ممدوح الجنبهي، (2004). جرائم الانترنت والحاسب الآلي ووسائل مكافحتها، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي.
- 51- محمد أمين الرومي، (2008). المستند الالكتروني، دار الكتب القانونية، القاهرة.
- 52- محمد أمين الرومي، (2006). النظام القانوني للتوقيع الالكتروني، دار الفكر الجامعي.
- 53- محمد بشير عليه، القاموس الاقتصادي، أحدث المصطلحات الاقتصادية والمالية والمصرفية.
- 54- محمد صالح القرشي، (2009). اقتصاديات النقود والبنوك والمؤسسات المالية، ط1، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 55- محمد عبد الفتاح الصيرفي، (2006). إدارة البنوك، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 56- محمد نوري الشمري وعبد الفتاح زهير العبدلات، (2008). "الصيرفة الإلكترونية الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع"، دار وائل للنشر.
- 57- محمود حاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي مدخل استراتيجي كمي تحليلي، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع

- 58- معلا، ناجي، " (1998) " قياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية الأردنية"، دائرة المكتبة الوطنية عمان، الأردن
- 59- مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، (2005). الأوراق التجارية ووسائل الدفع الالكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية.
- 60- مصطفى يوسف كافي، (2012). النقود والبنوك الالكترونية في ظل التقنيات الحديثة، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر، دمشق سوريا.
- 61- ممدوح محمد مبروك، مدى حجة التوقيع الالكتروني في الإثبات، دار النهضة العربية، القاهرة.
- 62- منير إبراهيم هنيدي، (2003). الفكر الحديث في إدارة المخاطر، الهندسة المالية باستخدام التوريق والمشتقات، دار المعارف للنشر، الإسكندرية، مصر.
- 63- منير الجهني وممدوح الجهني، (2006). "البنوك الالكترونية"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر.
- 64- نادر عبد العزيز شافي، (2007). المصارف والنقود الالكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان.
- 65- ناظم الشمري، نوري العبدلات، (2008). الصيرفة الالكترونية، دار وائل، عمان.
- 66- نبيل حشاد، (2001)، الجات ومنظمة التجارة العالمية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.
- 67- هاني حامد الضمور، (2005) تسويق الخدمات، ط 3، دار وائل للنشر ، عمان
- 68- هدى حامد قشقوش، (1992). جرائم الحاسب الآلي الالكتروني في التشريع المقارن، دار النهضة العربية.
- 69- هلاي عبد الإله أحمد، (1997). "تفتيش نظم الحاسب الآلي وضمانات المتهم المعلوماتي"، دار النهضة العربية.

70- وسيم محمد الحداد وآخرون، (2012). الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار الميسرة، ط1، عمان.

71- وسيم محمد الحداد، وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، السيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

72- يوسف حسن يوسف، "البنوك الإلكترونية"، ط1، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، مصر.

73- يونس عرب، (2003). "البنوك الإلكترونية"، مجموعة عرب للقانون.

### المراجع الأجنبية:

1. Andrew Crockett, Activities of the BIS relevant to Electronic Commerce Plenary.
2. Baker (D-1) and BRANDEL (RE), (1999): The law of electronic fund transfer system, Warren, Gorham and Lamont, Boston.
3. Banagiotis Delimatsis, Article III Gats, Transparency, Tiburg University, World Trade Institute, Boston, 2008.
4. Booz-Aalen & Hamilton (2003). "Processing Cost per Transaction" J.P. Morgan.
5. Delebecque (ph.) et Germain (M.), (2000), Trqité de droit commercial, 16éd., LGDJ, n356 et s.
6. Geva (B), (2001): The Law of Electronic fund transfer. New York. Mathew Bender and Co, Inc.
7. Gowland D. (1991), Financial Innovation in Theory and Practice, in Green C. J. and D.T. Llewellyn (eds.), Surveys in Monetary Economics, Oxford, Basil Blackwell, vol. 2.
8. Guy Gerard manager sans frontieres ed first paris 1990.
9. Hamidouche Fouzia, (2001-2002): Analyse de la concurrence dans l'industrie bancaire compartiment du crédit hypothécaire, memoire de fin d'etudes en vue de l'obtenir du diplome de magistere non public ecole superieur de commerce Alger.

10. Herman, Edward S, (1999), The threat of globalization, Global policy forum, New York.
11. Hill, Charles, W, (2001), Global business today, 2nd ed, MC-Graw Hill, companies Inc.
12. Holt, David H and Karen W. Wigginton, (2002): International Management, 2nd ed, Harcourt Collage Publishers, Inc., Fort Worth.
13. HUET (J.), (1987), La monétique: Nouveaux de paiement et Transmission, in "Les transactions Internationales assistées per l'ordinateur".
14. Hussain, Donna S. & K.M Hussain (1995), Information System for Business, (2nd ed). Prentice Hall, London.
15. Hutt, Michael D. & Thomas W. Speh (1995): Business Marketing Management, A strategic view of Industrial and Organizational Markets. (5th ed) the Dryden Press, Harcourt Brace College Publishers.
16. Joselyn, Robert W, and Humphries, Keith D. (2004), An Introduction–Bank Marketing-Planning, Washington DC. American Banker Association.
17. Jean – Francois Deschamps : (les operations bancaires a portee de main ! Services bancaires mobiles ): Appartement Montreal :23/10/2009.
18. Juan A. Marchetti, (2004), Developing Countries in the WTO Services Negotiation Economic Research and Statics Division World Trade Organization.
19. Kotler, P., Armstrong, G., Tolba, A., Habib, A. (2011), Principles Of Marketing- Arab World Edition, Person Education Limited
20. Marget Anglmaier : Portio Research gives insight in the Mobile Payment User Base and Penetration Worldwide , DIMoco Europ GmbH. August ,22 nd 2012 ,
21. Lacouriere (M), (2001), Proposed uniform rules for business to business payment on internet "Adaptation of documentary credit rules for North American small and medium size enterprise", Thesis, D. jur Osgood Hall Law Scholl, York University, Toronto, Canada, Jan.



22. Lovelock, Christopher and Wirtz, Jochen, (2004). "Servicesmarketing, People, Technology, Strategy", Pearson Education International, USA. Fifth Edition
23. Rugman, Alan M. & Richard M. Hodgetts (1995), International Business: A strategic Management Approach, Mc Graw-Hill, Inc. New York.
24. T. SOMA (J), (1983). Computer Technology and the Law, McGraw-Hill Book Company.
25. T. Soma (J), (1983), Computer Technology and Law, Mc GRAW-HILL Book company.
26. Vasseur (M.), (1975), La lettre de change-rélevé, RTD.co.
27. Vasseur (M.), (1979), L'informatique et quelques - unes de ses applications en matière bancaires, Revue de Jurisprudence.

#### الرسائل الجامعية:

- 1- أحمد، هشام بلال فضل السيد، (2010). أثر التقنية الحديثة على الخدمة المصرفية في السودان، بحث ماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
- 2- أسعد المحاميد، د. معتز السعيد، (2012). أثر جودة الأعمال الالكترونية على جودة الخدمات المصرفية، دراسة ميدانية في البنوك العاملة في الأردن.
- 3- الأعرج، طارق، (2013)، العوامل المؤثرة في اختيار نوع الخدمات والنوافذ التي تقدمها البنوك الإلكترونية، "دراسة تحليلية لآراء عينة من المتعاملين مع البنوك القطرية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك.
- 4- بريس عبد القادر، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في الاقتصاد، جامعة الجزائر، 2005-2006.

- 5- بعلي حسنى مبارك، (2012). إمكانية رفع كفاءة أداء الجهاز المصرفي الجزائري في ظل التغيرات الاقتصادية المصرفية المعاصرة، رسالة ماجستير في علوم التسيير، فرع مالية.
- 6- بليغ أحمد سعيد ناجي، (مدى التزام البنوك التجارية اليمينية بمتطلبات الرقابة الداخلية على أنشطة التجارة الالكترونية)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة ST-CLEMENTS ، 2010.
- 7- بوعافية رشيد، (2005). أثر الصيرفة الالكترونية على نظام الجهاز المصرفي الجزائري، آفاق وتحديات، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص: نقود، بنوك ومالية، جامعة البليدة.
- 8- توفيق، محمد، (2003). أثر التجارة الالكترونية على تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية، دراسة اختباريه بالتطبيق على استخدام القطاع المصرفي لوسائل دفع النقود الالكترونية وخدماتها المرتبطة بأنظمة البنك الفوري. [www.mohamedsherif,vze.com](http://www.mohamedsherif,vze.com)
- 9- الجزولي مصطفى، (2012)، أثر الصيرفة الالكترونية في المصارف السودانية في ظل تحرير الخدمات المصرفية، دراسة حالة بنك فيصل الإسلامي، بحث ماجستير، جامعة السودان، الخرطوم.
- 10- الخطيب، فهد، الحسيني وفلاح (2000). التجارة الالكترونية وأثرها في المركز الاستراتيجي للشركات، المجلد 40.
- 11- رايح عرابه، التسويق البنكي وآفاق تطبيقه في المؤسسة البنكية الجزائرية في ظل اقتصاد السوق الحر، دراسة دكتوراه منشورة على الانترنت، جامعة الجزائر.
- 12- رشا فؤاد عبد الرحمن، (2011). إعادة هيكلة وتطوير الجهاز المصرفي وتأثيره على الأداء البنكي خلال الفترة من 2005-2011، رسالة دكتوراه، قسم الاقتصاد، جامعة القاهرة.

- 13- سنهوري شريف، (2009). نظم المعلومات المصرفية ودورها في رفع كفاءة المصارف، بحث ماجستير غير منشور، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- 14- شطارة، هبة بلال(2013)، تطوير نموذج لقياس أثر الكلمة المنطوقة في تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط .
- 15- شاهر عبيد، دور الخدمات الالكترونية المصرفية في تعزيز الميزة التنافسية في قطاع البنوك في محافظة جنين، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر الاقتصادي لجامعة القدس المفتوحة، 16-17/10/2012.
- 16- صيام، وليد، (2004). تقييم نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة في البنوك التجارية الأردنية في ظل التطور التكنولوجي، بحث غير منشور، المؤتمر العلمي المهني السادس لجمعية المحاسبين القانونيين، عمان.
- 17- على، إيناس عمر محمد، (2008). أثر تطوير تقنية الخدمات المصرفية في أداء المصارف السودانية، بحث ماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- 18- العوض حميدة المبارك النصيح، (2007). تقويم استخدام نظم التقنية المصرفية الحديثة في المصارف السودانية، دراسة حالة بنك أم درمان الوطني خلال الفترة 2002-2006م جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا وأكاديمية السودان للعلوم المصرفية والمالية، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في العلوم المصرفية.
- 19- لعمش آمال، (2011). دور الهندسة المالية في تطوير الصناعة المصرفية الإسلامية، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة سطيف.
- 20- محمد جعفر، تأثير السياسات المنظمة لقطاع المعلومات والاتصالات في السودان على استخدام التقنية المصرفية، بحث التكميلي لنيل درجة الماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2015.

- 21- محمد حمد محمود، (2006). **العوامل المؤثرة على تبني نظام الصيرفة الإلكترونية في السودان**، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- 22- محمد سعيد أحمد إسماعيل، (2005). **أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية**، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين شمس.
- 23- محمد محمود على آدم، (2006). **تجربة الخدمات المصرفية الإلكترونية في السودان**، دراسة حالة بنك أم درمان الوطني قي الفترة من 2000-2005، رسالة ماجستير جامعة السودان للتكنولوجيا وأكاديمية السودان للعلوم المصرفية والمالية.
- 24- مصطفى الجزولي محمد، **أثر الصيرفة الإلكترونية في المصارف السودانية في ظل تحرير الخدمات المصرفية**، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في الدراسات المصرفية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2012.
- 25- موسى، إسماعيل، (2001). **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير إدارة المصارف التجارية**، رسالة ماجستير، قسم إدارة الأعمال، جامعة القدس، القدس.
- 26- هبة محمد الطنطاوي الباز، (2003). **التطورات العالمية وتأثيرها على العمل المصرفي وإستراتيجية البنوك المصرية لمواجهةها**، رسالة ماجستير، كلية التجارة جامعة عين شمس، مصر.
- 27- هبه محمد الطنطاوي الباز، (2003). **التطورات العالمية وتأثيرها على العمل المصرفي وإستراتيجية البنوك المصرية لمواجهةها**، رسالة ماجستير، كلية التجارة جامعة عين شمس، مصر.
- 28- واضح محمد قاسم اليوسفي، (2013). **علاقة استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية بالقدرة التنافسية للبنوك اليمنية**، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص إدارة أعمال، جامعة المنوفية، مصر.

29- وعد عمر محمد أحمد عبد الرحمن، (2012)، **تقويم جودة خدمات الصراف الآلي في السودان، دراسة لنيل درجة الماجستير في الدراسات المصرفية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.**

#### الدراسات الأجنبية:

- 1- Abu Noman Sohel Rana (2013), **Technological implementation and online banking have increased customer service, satisfaction but reduced costs in the Banking sector of Bangladesh, A Master's Thesis in Business Administration, submitted in partial fulfillment of the requirements for Masters in Business Administration Program (Blekinge Institute of Technology).**
- 2- Adam, Mustafa Hassan Mohammad (2013), **"Electronic Banking Problems and Opportunities: The Sudanese Context", European Journal of Business and Management, Vol.5, No.22, 2013, pp:55-66.**
- 3- Andreas- Nikolaos Papandreou, (2006), **Internet banking in Greece: development, evaluation and perspectives, Master Thesis in Business Administration (School of Management, Blekinge Institute of Technology, Sweden.**
- 4- Wijnhoven.A.B, Wassenaar, D.A **Impact of Information Technology on Organization, International of information Management ,Vol-(10)P.P(35-53).**

#### المجلات والدوريات:

- 1- أيمن محمد الأمين عبد الله، **الابتكار كمدخل لتحقيق الجودة في الخدمات المصرفية، مجلة اتحاد المصارف العربية، العدد 427، يونيو 2016.**
- 2- تاج الدين إبراهيم حامد ومحمد عثمان أحمد محمد، (1997). **تاريخ العمل المصرفي بالسودان للفترة من 1903-1996 م، مجلة المصرفي، العدد الحادي عشر.**

- 3- تاج الدين إبراهيم، **خلفية تاريخية عن الجهاز المصرفي**، مجلة اتحاد المصارف (1990-1994م) بحث غير منشور.
- 4- سلسلة تصدرها الإدارة العامة للبحوث، بنك السودان المركزي، على موقع البنك، 2004م.
- 5- سهير محمود معتوق، **أثر تحري التجارة في الخدمات المالية على القطاع المصرفي المصري**، مصر المعاصرة، يونيو-أكتوبر 1995م، السنة السادسة والثمانون، العدادان 439-440.
- 6- صلاح الدين محمد أمين، **الإبداع المالي في الأسواق المالية البنك الضامن أنموذجاً إطار معرفي وصفي**، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد الخاص بمؤتمر الكلية، ص211، تاريخ التحميل: 11 أكتوبر 2014 الساعة 13.11 متاح على:
- <http://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=72778>.
- 7- طربية، جوزيف، (2003). **الصيرفة الالكترونية، تطبيق التكنولوجيا للصرود والنجاح في الاقتصاد الجديد**، مجلة اتحاد المصارف العربية، جمعية اتحاد المصارف العربية، بيروت، لبنان.
- 8- عبد المطلب عبد الحميد، (2003). **المجلة المصرية للتنمية والتخطيط**، معهد التخطيط القومي، مصر العدد 02 المجلد 21.
- 9- عبد المطلب عبد الحميد، **تحديث آلية الجهاز المصرفي للتكيف مع اتفاقية تحرير تجارة الخدمات**، المجلة المصرية للتنمية والتخطيط، المجلد الحادي عشر، العدد الثاني، ديسمبر 2003.
- 10- علوية إبراهيم أحمد، (2010). **نشأت وتطور القطاع المصرفي بالسودان**، مجلة المصارف، العدد31، أبريل 2010.
- 11- على بدران، **الإدارة الحديثة للمخاطر لمصرفية في ظل بازل 2**، المحاسب المجاز، الفصل الثالث، العدد 33، 2055.

- 12- عرابة رابح، (2012). دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 8.
- 13- الغندور، حافظ كامل (2003). "محاوَر التحديث الفعّال في المصارف العربية فكر ما بعد الحداثة"، مجلة اتحاد المصارف العربية، جمعية اتحاد المصارف العربية، بيروت، لبنان.
- 14- اللجنة العربية للرقابة المصرفية، العمليات المصرفية الإلكترونية والإطار الإشرافي، صندوق النقد العربي، أبو ظبي، يناير 2002.
- 15- نشأت عبد العزيز، فن إدارة المخاطر، مجلة البورصات المصرية، يوليو 2002، العدد 269.

16- Dennis J. Gayle and Roger Hosein, Implications of general agreement on trade in services (GATS) for Trinidad and Tobago's Financial Policy, International Journal of Business 10(4), 2005.

#### أوراق عمل:

- 1- أحمد شرف الدين، (2000). التوقيع الإلكتروني وقواعد الإثبات ومقومات الأمان في التجارة الإلكترونية، ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر التجارة الإلكترونية المنعقد في جامعة الدول العربية.
- 2- بتول الطيب، سياسات التجارة الإلكترونية والمسائل القانونية، مقال منشور على الانترنت على الموقع [www.ityarabic.org/e-busiessers](http://www.ityarabic.org/e-busiessers)
- 3- جمال عبد الناصر المسالمة، بحث قانوني ودراسة حول مفهوم البنوك الإلكترونية وأنماطها، منشور على الموقع <http://www.mohamah.net/law> في سبتمبر 2016.
- 4- حسين شحادة الحسين، (2002). العمليات المصرفية الإلكترونية الصيرفة الإلكترونية (E-Banking)، بحث مقدم إلى مؤتمر الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية في جامعة بيروت العربية، الجزء الأول، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت.

- 5- حسين شحادة الحسين، **الصيرفة الالكترونية**، بحث مقدم إلى مؤتمر الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، أعمال المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت، الجزء الثاني، الجديد في التمويل المصرفي، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2002.
- 6- دود-بول، **"تفهم آثار الثورة المعرفية العالمية"**، مؤتمر الأكاديمية العربية العاشر بعنوان "تقديم المنتجات والخدمات المعرفية أمام تحديات القرن الواحد والعشرين" الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمعرفية، عمان الأردن (21-23) تشرين الأول 2000.
- 7- رحيم حسين وهواري معراج، **الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية**، مداخلة في الملتقى الوطني الأول لمنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة الشلف، 14-15 ديسمبر 2004، منشورة على الموقع [www.ratoul.voila.net/resumcoll.htm](http://www.ratoul.voila.net/resumcoll.htm).
- 8- رحيم حسين، هواري معراج، (2004). **الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية**، مداخلة مقدمة إلى ملتقى المنظومة المصرفية والتحول الاقتصادي-واقع وتحديات، جامعة حسية بن علي، الشلف، الجزائر 14-15 ديسمبر 2004.
- 9- سامية العنزي، **دراسة مدى التزام البنوك التجارية الأردنية بمتطلبات الرقابة الداخلية على أنشطة التجارة الالكترونية من وجهة نظر المدقق الخارجي**، جامعة آل البيت-الأردن.
- 10- سراج الدين عثمان مصطفى، **دور البنوك المركزية واتحادات البنوك في تحسين الشمول المالي**، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر منتدى (الشمول المالي التوجه الاستراتيجي للاستقرار المالي والاجتماعي) 23-25 فبراير 2015م.
- 11- سروع جو، (2000). **"العمل الإلكتروني في المصارف بين الضروريات والمحاذير"**، اتحاد المصارف العربية، جمعية اتحاد المصارف العربية، مجلد 20، العدد 238، بيروت، لبنان.



- 12- سعدي وصاف & عتيقة وصاف، (2004). **الصناعة المصرفية والتحويلات العالمية**، الملتقى الوطني الأول حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية: الواقع والتحديات، جامعة الشلف.
- 13- سلسلة بحثية تصدرها الإدارة العامة للبحوث والإحصاء، بنك السودان المركزي، إصدار رقم 6، فبراير، 2004.
- 14- عبد الكريم تصر، أبو صلاح مصطفى، **المخاطر التشغيلية حسب متطلبات بازل II**، دراسة لطبيعتها وسبل إدارتها في حالة البنوك العاملة في فلسطين، جامعة بيرزيت، فلسطين، ورقة عمل مقدمة في المؤتمر العلمي السنوي، الخامس جامعة فيلادلفيا الأردنية المنعقد في الفترة من 4-5 يوليو 2007.
- 15- شول شهرة، مدوخ ماجدة، "الصيرفة الإلكترونية: ماهيتها- مخاطرها- حمايتها"، مداخلة مقدمة إلى المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة: منافسة، مخاطر، تقنيات، جامعة جيجل- الجزائر، يومي 06/07 جوان 2005
- 16- عبد المنعم محمد الطيب، **أثر تحرير تجارة الخدمات المصرفية على المصارف الإسلامية**، بحوث المؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي، جامعة أم القرى.
- 17- عبد المنعم محمد حمد النيل الطيب، (2016). **العولمة وأثارها الاقتصادية على المصارف- نظرة شمولية**، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية واقع وتحديات، جامعة الشلف، الجزائر 14-15 ديسمبر 2016.
- 18- عدنان إبراهيم سرحان، **الوفاء (الدفع) الإلكتروني**، مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون.
- 19- عز الدين كامل مصطفى أمين "الصيرفة الإلكترونية"، مقال منشور على الانترنت على الموقع [www.bankofsudan.org/arabic](http://www.bankofsudan.org/arabic) مجلة المصرفي، ع26، 2001، ص2.

20- فاطمة أحمد الطيب، خلف الله أحمد محمد عربي، التنبؤ بمعيار CAEL باستخدام تحليل التمييز، دراسة حالة البنوك التجارية السودانية الفترة (2002-2009) منشوره على الموقع الالكتروني،

[www.alnoor.se/author.asp](http://www.alnoor.se/author.asp).

21- فتح الرحمن صالح جاويش، مسيرة تطوير التقنية المصرفية وحاضرها في السودان، ورقة قدمت في اليوبيل الذهبي لبنك السودان المركزي، قاعة الصداقة 2010.

22- فياض مفلح القضاة، (2003). مسؤولية البنوك الناجمة عن استخدام الكمبيوتر كوسيلة وفاء، بحث مقدم لمؤتمر القانون والكمبيوتر والانترنت، جامعة الإمارات العربية المتحدة، الفترة 1-3 مايو 2000.

23- قولد فينقر، كارس، بنوك الانترنت، مؤتمر الدراسات المصرفية بعنوان (الصيرفة الإلكترونية)، معهد الدراسات المصرفية، عمان، الأردن، 13-16 حزيران 2005.

24- محمد سعدو الجرف، أثر استخدام النقود الالكترونية على الطلب على السلع والخدمات، مؤتمر الأعمال المصرفية الالكترونية بين الشريعة والقانون.

25- محمود أحمد إبراهيم الشرقاوي، (2003). مفهوم الأعمال المصرفية الالكترونية وأهم تطبيقاتها، بحث منشور ضمن بحوث مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، في الفترة 1-12 مايو 2003، المجلد الأول.

26- مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، اقتصاد المعلومات، تقرير 2007-2008، تسخير العلم والتكنولوجيا من أجل التنمية، النموذج الجديد لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات .

27- نشرة البنك الأهلي المصري، الدور الحديث للبنوك والتجارة الالكترونية، العدد الثالث، المجلد الرابع والخمسون، 2001.

28- موسى خليل مشري، "القواعد الناظمة للصيرفة الالكترونية"، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، مداخلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق

29- نعمون وهاب، النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية وإستراتيجية البنوك، مداخلة مقدمة إلى ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية، واقع وتحديات، جامعة حسيبة بن بوعلي، الجزائر 14-15 ديسمبر 2004م.

30- هناء محمد هلال التحنيطي، دور الهندسة المالية الإسلامية في معالجة الأزمات، المؤتمر العلمي الدولي حول الأزمة المالية والاقتصادية العالمية المعاصرة من منظور اقتصادي إسلامي، الأردن 1-2 ديسمبر 2010.

31- Association des banquiers canadiens, Les Canadiens et leurs services bancaires, Anderson Insight, 03 Janvier 2014. Sit:

[http://www.cba.ca/fr/media-room/50-backgrounders-on-banking-issues/125-technology-and-banking.](http://www.cba.ca/fr/media-room/50-backgrounders-on-banking-issues/125-technology-and-banking)

#### المواقع الإلكترونية:

1- جمعية البنوك في الأردن ( 2012 ) ، دليل الخدمات والمنتجات والحلول المصرفية المقدمة من البنوك في الأردن، الجزء الأول، عمان الأردن .الموقع <http://www.abi.org.io>

2- شعبان فرح، العمليات المصرفية وإدارة المخاطر، كتاب منشور على الانترنت، 2013، 2014.

3- مجيد منصور، حسين العابد، معيقات تبني التسويق الالكتروني في البنوك الإسلامية في شمال الضفة الغربية من وجهة نظر المتعاملين، بحث منشور على الانترنت

4- [www.researchgate.net/publication/273696044\\_myqat...](http://www.researchgate.net/publication/273696044_myqat...)

5- <https://staffold.najah.edu/.../u0645u062Cu064Au062F%20u0645u>

6- يونس عرب، البنوك الالكترونية بين مزايا وعيوب، شركة كنانة لتكنولوجيا المعلومات، مصر. [www.kenanah.com](http://www.kenanah.com) التحميل يوم 07/01/2008م

- 7- "CHIPS" The Clearing House Interbank Payment Systems, Available at <http://www.chips.org/about/000650f.php>.
- 8- "CHAPS" The Clearing House Automated Payment Systems, Available at [http://www.apacs.org.uk/payment options/chaps.html](http://www.apacs.org.uk/payment%20options/chaps.html).
- 9- "SWIFT" Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication , see <http://www.swifit.com>.
- 10- Uniform Electronic Act 1999.8A. Ula 23 ("Electronic signature" means an electronic sound, symbol, or process attached to or logically associated with a record and executed or adopted by a person with the intent to sign the record).
- 11- Paul D. Paton, (2003), Legal Services and the GATS: Norms as Barriers to Trade. available at: <http://ssrn.com/abstract=126054>: Lawrence J. White, Reducing Barriers to services trade: The U.S Case, stern School of Business, New York University, 2007.
- 12- [https://www.wto.org/english/tratop\\_e/serv\\_e/4-prolib\\_e.htm](https://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/4-prolib_e.htm).
- 13- CCANB. accessible from <http://www.occ.treas.gov./netbank.html>. Accessed 15-07-2010. CCANB. Comptroller of the Currency Administrator of National Bank " Internet Banking Handbook"1999.
- 14- E-Banking Booklet, Accessible from: [www.ffiec.gov/ffiecinfobase /index.html](http://www.ffiec.gov/ffiecinfobase/index.html) accessed 16-08-2010 FFIEC: Federal Financial Institutions Examination Council.IT Examination Handbook.2003.
- 15- <http://www.tawtheegonline.com/vb/showthread.php?t=54476>.
- 16- <http://data.albankaldawli.org/indcator/FB.ATM.TOTL.P5/coutries?display>

## المواد القانونية:

- 1- قانون المعاملات الالكترونية السوداني 2007 على موقع بنك السودان  
.www.cbos.gov.sd
- 2- المادة رقم (1)، القانون المصري رقم (15) لعام 2004، الخاص بتنظيم التوقيع  
الالكتروني.
- 3- المادة (1)، القانون الاتحادي الإماراتي (1)، لعام 2006، بشأن المعاملات  
والتجارة الالكترونية.
- 4- نظام المعاملات الالكترونية السعودي، الفقرة (21)، المادة الأولى.
- 5- قانون المعاملات الالكترونية السوداني 2007، الفصل الأول، الفقرة (9)
- 6- قانون عدد 83 لسنة 2000 مؤرخ في 9 اوت 2000 يتعلق بالمبادلات والتجارة  
الالكترونية لتونسي، الباب الثاني، المادة (5).
- 7- قانون التوقيع الالكتروني المصري رقم 15 للعام 2004.
- 8- قانون المعاملات الالكترونية لعام 2007، صادر في 14/06/2007م.
- 9- نظام المعاملات الالكترونية السعودي 1428، صادر بالمسوم الملكي رقم م/18  
بتاريخ 1428/03/08هـ وقرار مجلس الوزراء رقم 80 بتاريخ 1428/03/07هـ.
- 10- قانون اتحادي رقم (10) 1992، الإمارات العربية المتحدة، قانون الإثبات في  
المعاملات المدنية والتجارية، الفصل الثاني مكرر، المادة 17 مكرر.
- 11- **Directive 1999/93/EC of the European Parliament and of the Council  
13 December 1999 on a community framework for electronic  
signature. OJ No L 13 P.1219/12000.**
- 12- **United National Commission on International Trade Law. UNC ,  
ITRAL Law on Electronic Commerce With Guide to Enactment  
(1996), at :**  
<http://www.uncitral.org/English/texts/telecom/ml.htm>
- 13- **UNCITRAL Model Law on Electronic Signatures ,(2001) 32Y.B  
United National Commission on International Trade Law.499,U.N  
Doc, A/CN.9/SER.A/2001**

الملاحق

## الاستبانة:

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

السيد /----- (الاسم اختياري)

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

الموضوع : استبانة

يسعى الباحث لإجراء دراسة بعنوان (اثر كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية في تقييم أداء المصارف السودانية) للحصول على درجة الدكتوراه في الدراسات المصرفية، وللقيام بذلك يتطلب الأمر توفير البيانات لتحقيق أهداف الدراسة وحل مشكلتها، وعلية بما تتمتعون به من كفاءة علمية وعملية أرجو التكرم بالإجابة بموضوعية ودقة على عبارات وأسئلة الاستبانة بحيث تحقق الأهداف المحددة، علماً أن البيانات المقدمة من قبلكم يتم الاحتفاظ بها بكل سرية لا تستخدم إلا لإغراض هذه الدراسة.

نشكر مقدماً حسن مشاركتكم وتعاونكم

الباحث / الصادق خليفة ادم قوي

القسم الأول

البيانات الشخصية :

(1)العمر :

أقل من 30 سنة ( ) ، 30 سنة وأقل من 35 سنة ( ) ، 35 سنة وأقل من 40 سنة ( )  
40 سنة وأقل من 45 سنة ( ) ، 45 سنة فأكثر ( ) .

(2)المؤهل العلمي :

بكالوريوس ( ) ، دبلوم عالي ( ) ، ماجستير ( ) ، دكتوراه ( )

أخرى اذكرها : .....

(3)التخصص العلمي :

دراسات مالية ومصرفية ( ) ، اقتصاد ( ) ، إدارة أعمال ( ) ، نظم معلومات ( )

أخرى : .....

(4)المؤهل المهني :

- شهادة مدقق معلومات CISA

- شهادة مدير المخاطر المالية المعتمدة FRM

- شهادة المصرف الإسلامي المعتمد CIB

- شهادة محاسب قانوني معتمد ACCA،CPA

- أخرى : .....

(5)المركز الوظيفي :

محاسب ( ) ، مدير قسم ( ) ، مدير إدارة ( )

مدير عمليات ( ) ، مساعد مدير عام ( ) ، مدير عام ( )

أخرى : .....

(5)سنوات الخبرة :

أقل من 5 سنوات ( ) ، 5 وأقل من 10 سنة ( ) ، 10 وأقل من 15 سنة ( )

15 وأقل من 20 سنة ( ) ، 20 سنة فأكثر ( )



القسم الثاني : الرجاء التكرم بوضع إشارة ( ) أمام الخيار المناسب.

الفرضية الأولى :

هنالك علاقة طردية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين سرعة انجاز المعاملات.

| الرقم | العبرة  | أوافق بشدة | أوافق | محايد | لا أوافق | لا أوافق بشدة |
|-------|---|------------|-------|-------|----------|---------------|
| (1)   | تتميز الخدمات المصرفية الإلكترونية بسرعة الحصول عليها                                 |            |       |       |          |               |
| (2)   | سهولة استخدام الخدمة المصرفية الإلكترونية   |            |       |       |          |               |
| (3)   | تتمتع الخدمة المصرفية الإلكترونية بإمكانية التنفيذ في أي وقت وفي أي مكان              |            |       |       |          |               |
| (4)   | دقة الأعمال المصرفية الإلكترونية غالباً ما يغرس الثقة لدى العملاء                     |            |       |       |          |               |
| (5)   | تؤدي الخدمة المصرفية الإلكترونية إلى اختصار المسافات الجغرافية ورفع الحواجز التقليدية |            |       |       |          |               |
| (6)   | تساهم الخدمة المصرفية الإلكترونية في خلق علاقة مباشرة بين البنك والعميل               |            |       |       |          |               |
| (7)   | تساهم الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحقيق درجة عالية من رضا العملاء                 |            |       |       |          |               |
| (8)   | تيسر التعامل بين المصارف وتجعله على مدار الساعة                                       |            |       |       |          |               |

الفرضية الثانية :

التطبيق السليم للنظام الإلكتروني للخدمات المصرفية يؤدي إلى زيادة ثقة ورضاء العملاء بالنظام الإلكتروني.

| الرقم | العبرة   | أوافق بشدة | أوافق | محايد | لا أوافق | لا أوافق بشدة |
|-------|--|------------|-------|-------|----------|---------------|
| (1)   | توفر الخدمة المصرفية الإلكترونية قاعدة أوسع من العملاء.  |            |       |       |          |               |
| (2)   | تمتاز الخدمات المصرفية الإلكترونية بسرعة الرد على استفسارات العملاء مما تؤدي للاحتفاظ بالعملاء |            |       |       |          |               |
| (3)   | تمتاز الخدمات المصرفية الإلكترونية بالأمان والسرية التامة                                      |            |       |       |          |               |
| (4)   | هنالك احتمالية التعرض لخصوصية عملاء الخدمة المصرفية الإلكترونية إلى الاختراق من طرف ثالث.      |            |       |       |          |               |
| (5)   | هنالك قوانين واضحة تعمل على حماية المعاملات المصرفية الإلكترونية.                              |            |       |       |          |               |
| (6)   | تحتاج الخدمات المصرفية الإلكترونية للتطوير.  |            |       |       |          |               |
| (7)   | الأعمال المصرفية الإلكترونية تتضمن أحدث تكنولوجيا متاحة  |            |       |       |          |               |
| (8)   | نوع ومستوى الخدمة المصرفية يتناسب ويتكافأ مع البنية التحتية للخدمة المصرفية الإلكترونية        |            |       |       |          |               |

الفرضية الثالثة:

توجد علاقة طردية بين تعدد الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين القدرة على استقطاب مدخرات العملاء.

| الرقم | العبرة  | أوافق بشدة | أوافق | محايد | لا أوافق | لا أوافق بشدة |
|-------|---|------------|-------|-------|----------|---------------|
| (1)   | الخدمة المصرفية الإلكترونية تساهم في استقطاب مدخرات العملاء             |            |       |       |          |               |
| (2)   | تمنح المصرفية الإلكترونية خبرة تنافسية للبنك                            |            |       |       |          |               |
| (3)   | توفر الخدمة المصرفية الإلكترونية قاعدة أوسع من العملاء.                 |            |       |       |          |               |
| (4)   | العمليات المصرفية الإلكترونية تزيد من السيولة في البنك.                 |            |       |       |          |               |
| (5)   | يؤدي تعريف البنك بخدماته الإلكترونية على موقعه بزيادة استقطاب العملاء   |            |       |       |          |               |
| (6)   | تساهم الخدمات المصرفية الإلكترونية في زيادة حجم التعاملات التجارية      |            |       |       |          |               |
| (7)   | تساهم الخدمات الإلكترونية في سهولة الدخول إلى الأسواق المحلية والعالمية |            |       |       |          |               |
| (8)   | تساهم في تنمية الشعور لدى العملاء بالانتماء للبنك                       |            |       |       |          |               |

الفرضية الرابعة :

هنالك علاقة طردية بين زيادة حجم الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين زيادة كفاءة

الجهاز المصرفي

| الرقم | العبارة  | أوافق بشدة | أوافق | محايد | لا أوافق | لا أوافق بشدة |
|-------|--|------------|-------|-------|----------|---------------|
| (1)   | يؤدي تطوير كفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى زيادة كفاءة وأداء المصارف                            |            |       |       |          |               |
| (2)   | جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تؤدي إلى خفض المصاريف الإدارية  |            |       |       |          |               |
| (3)   | تعمل الخدمة المصرفية الإلكترونية على تخفيض تكلفة الخدمة بصورة كاملة.                                   |            |       |       |          |               |
| (4)   | تعمل الخدمة المصرفية الإلكترونية على سرعة وسهولة تنفيذ العمليات  |            |       |       |          |               |
| (5)   | تميز المعدات والبرمجيات المستخدمة في البنوك بقلّة الأخطاء، يؤدي إلى تحسين الأعمال المصرفية الإلكترونية |            |       |       |          |               |
| (6)   | توفر الأعمال المصرفية الإلكترونية مرونة في الوقت بالنسبة للعميلين                                      |            |       |       |          |               |
| (7)   | تتميز العمليات المصرفية الإلكترونية بالدقة.  |            |       |       |          |               |
| (8)   | تتسم الخدمات المصرفية الإلكترونية بشكل عام بالجودة المرتفعة  |            |       |       |          |               |