

أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على جودة الخدمة دراسة تطبيقية

د. سامر مصطفى*

رهف بدران تعلقو**

المستخلص

هدفت الدراسة الى تسليط الضوء على أنظمة الدفع الإلكتروني وأهم المزايا التي تقدمها للمصارف من خلال استطلاع آراء مديري وموظفي المصارف الحكومية في سورية لمدى مواكبتها للتقدم التكنولوجي في تقديم الخدمات المصرفية ومعرفة نوعية الخدمات المصرفية عبر شبكة المعلومات العالمية. وبيان أن تحسين نوعية الخدمة وتطوير المنتج المصرفي أحد أهم عوامل النجاح. ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم استبانة وتوزيعها على مجتمع الدراسة والمتمثل في المصارف الحكومية في سورية، أما عينة الدراسة فكانت متمثلة في المصرف التجاري السوري والمصرف العقاري السوري. وبلغ عدد الاستبانات الموزعة (77) استبانة، استرجع منها (50) استبانة صالحة للتحليل الإحصائي، وتوصلت الدراسة إلى مايلي:

1. تقديم الخدمات المصرفية عبر الإنترنت يؤدي إلى تخفيض التكاليف.
2. سورية من الدول التي تعد متأخرة في تبني التجارة الإلكترونية والاستفادة منها، وهذا بالرغم من توفر وسائل وأنظمة الدفع الإلكترونية ولكن ليس بالمعنى المتعارف عليه في الدول المتقدمة، كما أن انعدام ثقة الزبائن في هذه الوسائل أدى إلى ركود دورة أو عجلة تنمية التجارة الإلكترونية، فضلاً عن غياب البنى التحتية لهذه الأخيرة.

Abstract

This study aime is to shed light on the electronic payment systems and the most important advantages offered to the banks through a survey about the opinions of managers and staff of government banks in Syria to keep pace with the technological progress in the provision of banking services and knowing the quality of banking services across the global information network. And a clarification that the improvement of quality of service and the development of banking product are major success factors. To achieve the objectives of the study a survey was designed to identify and distribute to the study community of the government banks in Syria, but the study sample was represented in the Syrian Commercial Bank and Land Bank of Syria. The number of questionnaires distributed was (77) (50) were restored for identifying valid statistical analysis, and study found the following:

1. Provide banking services through the Internet leads to lower costs

* جامعة دمشق / كلية الادارة والاقتصاد .

** باحثة .

مقبول للنشر بتاريخ 2012/6/21

2. Syria is one of the countries that are late in adopting e-commerce and taking advantage of it, and this is despite the availability of electronic means and payment systems, but not in the conventional sense in the developed countries.

And the lack of customer confidence in these methods has led to a recession in the cycle or wheel of e-commerce development, as well as the absence of infrastructure for the latter.

مقدمة:

يعد التقدم التكنولوجي من الأساسيات في تطوير تقنيات المعلومات والاتصالات بما يؤدي إلى كفاءة وانسياب الخدمات المصرفية، فالعمل المصرفي الإلكتروني لا يهدف إلى تغيير عادات الزبائن المالية، وإنما وبكل بساطة تسخر التقنية المتطورة لتمنح الزبائن خيارات جديدة تختصر الوقت والأدوات فهو يتجاوز الوظائف التقليدية ويهدف إلى تطوير وسائل تقديم الخدمات المصرفية، ورفع كفاءة أدائها بما يتماشى والتقنيات الحديثة وتعد المصارف من أكثر المؤسسات استخداماً لتقنية المعلومات، فقد استفادت المصارف من هذه التكنولوجيا في تطوير وتنويع الخدمات التي تقدمها، وفي زيادة انتشار الخدمات المصرفية وزيادة كفاءة وفعالية العمل المصرفي، كما تميز القطاع المصرفي بسرعة استجابة للتطورات التكنولوجية المتلاحقة ومحاولة الاستفادة منها في إعادة هيكلة الخدمات المصرفية، وفي استحداث الكثير من الخدمات الجديدة، فقد ارتبطت فروع المصرف المختلفة مع بعضها من خلال شبكات الحاسوب منذ عقود مضت، مما ساعد عملاء المصرف على الاستفادة من خدمات المصرف بغض النظر عن الفرع الذي يتعاملون معه، ومع ظهور البنوك الإلكترونية أصبحت وسائل الدفع الإلكترونية حبر الزاوية في هذا المجال.

أهمية البحث:

تكتسب الدراسة أهميتها من خلال المزايا التي توفرها أنظمة الدفع الإلكترونية، ومن أهمية الخدمات الإلكترونية التي تقدمها المصارف والتي تعد مصدراً هاماً من المصادر التي يحصل المصرف موارده منها، وكذلك من أهمية استخدام التكنولوجيا في العمل المصرفي لما لها من تأثير كبير على تكلفة الخدمات وجذب الزبائن.

أهداف البحث:

تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على أنظمة الدفع الإلكتروني وأهم المزايا التي تقدمها للمصارف ومحاولة معرفة واقع أنظمة الدفع الإلكتروني في المصارف السورية. وبيان أن تحسين نوعية الخدمة وتطوير المنتج المصرفي أحد عوامل النجاح.

مشكلة البحث:

من أهم الإشكالات المطروحة اليوم أمام المصارف العامة والخاصة، تسارع وتيرة التطور التكنولوجي. كما أن اعتماد المصارف بشكل أساسي على إنشاء فروع لتوزيع خدماتها أدى إلى تزايد التكاليف بشكل كبير مما انعكس على الخدمات التي تقدمها وأسعار هذه الأخيرة، مما انعكس سلباً على الزبون وعلى تحقيق رضاه، وعليه يمكن تلخيص مشكلة الدراسة في التساؤل التالي:

"كيف تؤثر أنظمة الدفع الإلكتروني على الخدمات المصرفية؟ وهل استفاد النظام المصرفي السوري من هذه التقنيات الحديثة؟"

فرضية البحث:

للإجابة على المشكلة المطروحة بطريقة علمية تستند الدراسة إلى الفرضيات الآتية :

1. يوجد علاقة ذات دلالة احصائية بين اعتماد نظام دفع الكتروني وتخفيض التكاليف الإجمالية وتحسين جودة الخدمة في البنوك.
2. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين تطور العمل في الصيرفة الالكترونية وظهور سلبيات جديدة.

منهج البحث:

تعتمد هذه الدراسة أساسية (Basic) من حيث الأسلوب، وارتباطيه سببية (Effect & Cause) من حيث الغرض، حيث تهدف إلى بيان أثر أنظمة الدفع الإلكتروني على المصارف السورية، كما تعتبر استنتاجية

(Deductive) في طبيعتها لاعتمادها على النظريات الإدارية والدراسات السابقة. أما من حيث تخطيط وضبط الدراسة فهي مسحية بالعينة لاعتمادها على عينة مسحوبة من مجتمع الدراسة الكلي المتمثل في المصارف الحكومية في سورية دون التدخل في بيناتها أو التجهيز الموقعي لإجرائها، وهي دراسة مقطعية تجرى لمرة واحدة.

الدراسات السابقة:

- لقد أوردت الباحثة بعض الدراسات التي استطاعت الوصول إليها، والتي تعتقد أنها ذات صلة بموضوع الدراسة وتخدم الأهداف التي أجريت من أجلها وهي:
1. دراسة أباد واصف هلال عميش (2006) بعنوان "البنوك الإلكترونية في الأردن: تطورها وتحدياتها"، هدفت الدراسة إلى معرفة المستوى الذي وصلت إليه البنوك الأردنية في استخدام الإنترنت من خلال أهم الخدمات المصرفية التي تقدمها من خلال هذه الشبكة. حيث خلصت الدراسة إلى أن مستوى الأمان في الإنترنت يعد من أهم العوامل التي تساعد على نجاح البنوك الإلكترونية في الأردن ثم تأتي سمعة البنك.
 2. دراسة Nancy et. al (2001) بعنوان "The Adoption of Qualitative Financial Services. Internet study". قامت هذه الدراسة بتحليل مدى تبني الأفراد للخدمات المصرفية باستخدام الإنترنت، من خلال دراسة ميدانية للتعرف على معوقات الصيرفة الإلكترونية ومتطلبات نجاحها، وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها العمل على تحفيز الأفراد على تبني الخدمات المصرفية عبر الإنترنت من خلال قيام البنوك بتوعية عملائها بالخدمات المالية.
 3. دراسة Jun & Cai (2001) بعنوان "The Key Determinates of Internet Banking Services Quality: a Content Analysis". إذ ركزت الدراسة على القضايا المرتبطة بجودة الخدمات المصرفية عبر الإنترنت والتي يجب توفيرها لتشجيع الأفراد على تبني الصيرفة الإلكترونية، حيث تم التوصل إلى أن الدقة وسهولة الاستخدام والأمان هي من الأمور التي يبحث عنها المستخدم لتبني الخدمات الإلكترونية.

أهداف البحث:

أولاً: الصيرفة الإلكترونية:

مع التطور الملحوظ في تقنية المعلومات والاتصال وعصر السرعة، أصبحت الصيرفة التقليدية غير كافية لإرضاء أطراف المعاملات التجارية، لذلك بات التوجه نحو الصيرفة الإلكترونية الحل الأمثل.

1-1 مفهوم الصيرفة الإلكترونية

يعرف 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 {السنوسي، المصارف الإلكترونية www.bankofod.com}. سنتناول هذه الخدمات بالتفصيل:

1. الصرافات الآلية:

هي تلك الآلات التي يمكن نشرها بالأماكن المختلفة سواء بالجدار أو بشكل مستقل وتكون متصلة بشبكة حاسب المصرف [غندور، 2004، 87]. وقد تطور عمل الصرافات الآلية فأصبحت تقوم بدفع الفواتير للمؤسسات الخدمية، تسديد الرسوم الحكومية وذلك بواسطة نظام التبادل الإلكتروني للبيانات EDI وهو نظام يسمح بنقل رسائل الكمبيوتر لجهاز كمبيوتر آخر [حسن، 2002، 195].

2. نقاط البيع الإلكتروني:

هي الآلات التي تنتشر لدى المؤسسات التجارية والخدمية لمختلف أنواعها وأنشطتها ويمكن للعميل استخدام بطاقات بلاستيكية أو بطاقات ذكية للقيام بأداء المدفوعات من خلال الخصم على حسابه الكترونياً بتمرير هذه البطاقات داخل هذه الآلات المتصلة الكترونياً بحاسب المصرف {السنوسي، www.bankofod.com}.

3. جهاز تبديل العملات:

جهاز بيع وشراء العملات الأجنبية بشكل آلي. [أشمري؛ العبدلات، 2008، 72].

4. التلفزيون الرقمي:

عبارة عن ربط الأقمار الصناعية بين جهاز التلفزيون بالمنزل وحساب المصرف بحيث يمكن الدخول من خلال الرقم السري إلى حساب المصرف أو شبكة الانترنت وتنفيذ العمليات

المطلوبة وهذه الطريقة تسمح بالتفاعل السهل وخصوصا لربات البيوت ولاسيما في حال عدم توفر جهاز حساب [Electronic banking.www.adobe.com]

5. الصيرفة عبر الهاتف:

- تقوم هذه الخدمة بالاعتماد على شبكة تربط فروع المصرف الواحد بحيث يتصل الزبون برقم موحد للحصول على خدمة محددة وتكفل للعميل الوصول إلى البيانات كما تكفل للمصرف التأكد من صحة شخصية الزبون وذلك بتوجيه أسئلة له [غندور، 2004، 89].
- 1-6 الصيرفة عبر المحمول: أن يقوم الزبون عند شرائه خدمة أو سلعة ما بالاتصال بالمصرف الخاص به ويطلب منه تحويل المبلغ المطلوب مقابل الخدمة أو السلعة المشتراه إلى البائع ويقوم المصرف بإتمام المعاملة المالية بعد التأكد من هوية الزبون
- 2-6 أن يقوم الزبون بإرسال رسالة SMS عن الطريق الهاتف المحمول للمصرف الخاص به ويطلب منه تحويل مقابل خدمة أو سلعة فيقوم المصرف بالتحويل بعد التأكد من هوية الزبون عن طريق التعرف على الرقم الخاص بالهاتف المحمول وكذلك أدخل الزبون رقم سري خاص به معطى من قبل البنك.
- 3-6 استخدام الهاتف المحمول كوسيلة للدخول إلى الإنترنت : تستخدم هذه الخدمة للهواتف المدعومة بخدمة WAP يقوم الزبون بالدخول على الموقع التجاري الذي يريد الشراء منه على شبكة الإنترنت ويختار طريقة الدفع الملائمة له للسداد عن طريقها كأستخدام بطاقات الائتمان أو الطرق السابقة
- 4-6 أن يقوم الزبون بشراء السلعة أو الخدمة وإضافة حسابها على فاتورة هاتفه المحمول بحيث تقوم شركة الاتصالات التي يتعامل معها بالدفع ثم تقوم شركة الاتصالات بإضافة المبلغ إلى فاتورة الزبون [حسن، 2002، 195]

ثانيا: وسائل الدفع الإلكترونية

قبل التطرق إلى أهم وسائل الدفع الإلكترونية، لا بد أن نعرف ماهية هذه الوسائل.

وسائل الدفع المتطورة في الإنترنت هي عبارة عن الصورة أو الوسيلة الإلكترونية لوسائل الدفع التقليدية والتي نستعملها، الفرق الأساسي بين الوسيلتين هي أن وسائل الدفع الإلكترونية تتم كل عملياتها وتسيير الكترونياً [بن رجدال، 2005، 83].

1. الدفع باستخدام البطاقات البنكية (البلاستيكية): ظهرت هذه البطاقات المصرفية في سنة 1950 بالولايات المتحدة الأمريكية، إثر قيام بنك ناشيونال فرانكلين بنيويورك بإصدار بطاقات National Credit Card Club، وهكذا انتشرت في باقي دول العالم وأصبحت تعرف بالبطاقات البنكية أو البلاستيكية وتنقسم هذه البطاقات البنكية إلى قسمين: البطاقات الائتمانية وغير الائتمانية [القيلوني، 2006، 59].

1-1: البطاقات غير الائتمانية

تعدّ هذه البطاقات الأكثر انتشاراً في العالم، بحكم أنها تقلّل من مخاطر الديون الرديئة، كما لا تتيح لحاملها فرصة الحصول على ائتمان وتنقسم إلى:

البطاقات المدينة (الدفع): إن أساس عمل هذه البطاقات هو وجود أرصدة فعلية لدى البنك في صورة حسابات جارية لمقابلة المسحوبات المتوقعة للعميل حامل البطاقة، والتي تسمح له بتسديد مشترياته

بطاقات الدفع مقدماً: تعتمد هذه البطاقات على تثبيت أو وضع مبلغ يمكن الدخول إلى البطاقة بذلك المبلغ، ليتمّ التخفيض التدريجي للمبلغ كلما تم استعمالها. [عبد الخالق، 2006، 181]

بطاقات الصراف الآلي: يعمل الصراف الآلي أوتوماتيكياً لخدمة الزبائن ضمن برامج معدّة سلفاً من أجل تلبية حاجات الزبائن المصرفية على مدار الساعة، من خلال بطاقة الصراف الآلي، وهي بطاقات بلاستيكية بمواصفات معينة تُمنح للعملاء بناءً على طلبهم وبموافقة الفرع (فرع المصرف). وأصبح من الممكن استخدام البطاقة للسحب من أجهزة الصرافات خارج حدود الدولة التي صدرت بها، كما لم يعد ضرورياً السحب من الأجهزة التابعة للبنك مصدر البطاقة [أمين؛ إبراهيم، 2007، 208].

2-1: البطاقات الائتمانية

وهي البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة، تمكن حاملها من الشراء الفوري لاحتياجاته مع دفع أجل لقيمتها، على أن يقوم بتسديد قيمة المشتريات إلى البنك خلال 25 يوم من تاريخ استلامه لفاتورة الشراء، ولا يدفع الزبون أي فوائد للبنك على هذه الخدمة إذا سدد خلال الفترة، إلا أنه يتحمل فوائد مقدارها 15% على الرصيد المتبقي بدون سداد، أما البنك فإنه يتقاضى من الزبون عمولة من 3% إلى 5% من قيمة الفاتورة [الزبيدي، 2002، 113] وهي أنواع:

البطاقات المتجددة: ظهرت في أواخر الستينيات في الولايات المتحدة الأمريكية من خلال بطاقتين شهيرتين هما: الفيزا كارد (VISA CARDE) والماستر كارد (Master Card)، تصدرها البنوك في حدود مبالغ معينة، وسميت بالمتجددة كون أن حامل البطاقة مخير بين التسديد الكلي لقيمة الفاتورة خلال فترة الاستفادة أو التسديد لجزء منها فقط ويسدد الباقي خلال فترة أو فترات لاحقة، وفي كلتا الحالتين يتم تحديد القرض الأول لحامل البطاقة، لذلك سميت بالمتجددة.

❖ بطاقات الفيزا: هي بطاقة تسمح لحاملها بإجراء عمليات الشراء والسحب النقدي ضمن سقف البطاقة المحدد لكل زبون. [الشمرى؛ العبدلات، 2008، 78-79]

❖ البطاقة الذكية أو Smart Card:

وهي بطاقة بلاستيكية، أو نظام لتخزين البيانات إلكترونياً، تضم شريحة إلكترونية ذات سعة تخزين كبيرة للبيانات، مقارنة بالتي تستوعبها البطاقات ذات الشرائط الممغنطة العادية [David Ferris & Larry Whipple, Building an Intelligent E Business By prentice Hall of India 2002]

3-1: البطاقات الائتمانية غير المتجددة:

يختلف هذا النوع من البطاقات عن سابقة في أن السداد يجب أن يتم بالكامل من قبل الزبون المصرف خلال الشهر الذي تم فيه السحب، بمعنى أن الفترة الائتمانية في هذه الحالة لا تتجاوز الشهر، [بختي، 2007، 47] كم تتيح لحاملها فرصة الشراء الآني والتسديد لاحقاً، إذ يترتب على حاملها تسديد فاتورة البطاقة بالكامل خلال فترة السماح وفي حالة عدم التسديد لا يُمنح حاملها قرضاً جديداً وتسحب منه البطاقة مباشرة [بن عمارة، 2005، 4]

2. الشيك الإلكتروني:

تعد الشيكات الإلكترونية المكافئ الإلكتروني للشيكات الورقية "التقليدية"، إلا أنها رسالة إلكترونية موقعة مؤمن عليها، يرسلها حامل الشيك ليعتمده لدى البنك الذي يعمل على الإنترنت، ليقوم المصرف بعد ذلك بتحويل قيمته إلى حساب حامل الشيك، ثم يقوم بعد ذلك بإلغائه أو إعادته إلكترونياً إلى مستلم الشيك ليكون دليل على أنه قد تم صرفه فعلاً [دانييل، زيلوكس، 2007، 124]

3. النقود الإلكترونية:

تعرف شركة "ايرنسانديونغ" النقود الإلكترونية على أنها مجموعة من البروتوكولات والتوافيق الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل فعلياً محل تبادل العملات التقليدية . [الزهر، 2000، 23]

ثانياً: البنوك الإلكترونية:

يعرفها الخبير المصرفي طربية على أنها تلك المصارف التي تركز في تقديم خدماتها على خدمات المنزل المصرفي "HOME BANKING" والهاتف المصرفي "PHONE BANKING" والإنترنت المصرفي "INTERNE BANKING" وغيرها من الركائز الإلكترونية المعروفة في عالم تقنية المعلومات والاتصال " [طربية، 2001، 127].

هذه المصطلحات تعبر عن قيام الزبائن بإدارة معاملاتهم وحساباتهم و إنجاز متطلباتهم من خلال منازلهم أو أماكن عملهم أو أي مكان آخر دون الحاجة إلى الذهاب إلى المصرف وبصرف النظر عن أوقات العمل الرسمية للبنوك [عبد البديع، 2007، 552]

www.alqabas.com.kw/final/newspaperwebsites/newsspaperbackoffice

1-6 إيجابيات الصيرفة الإلكترونية وسلبياتها

1-2-1 إيجابيات الصيرفة الإلكترونية:

- ❖ تمثل المصارف الإلكترونية آخر وأرقى المعاملات عبر المصارف باستعمال الإنترنت والكمبيوتر. وتشمل قاعدة أوسع من الزبائن
- ❖ إمكانية القيام بأية عملية من البيت أو من أي مكان به حاسوب، أو خط هاتفي ومودم.
- ❖ تعرض الخدمات على طول ساعات اليوم وخلال كل أيام الأسبوع.
- ❖ تنفيذ العمليات وتأكيداتها بسرعة فائقة.

❖ توفير درجة أكبر من الأمان: حيث تستخدم البنوك الإلكترونية أجهزة خادمة تدعم بروتوكول الحركات المالية الآمنة ("Secure SET" Transaction Electronic)

2-2-1 سلبيات الصيرفة الإلكترونية:

- على الزبون (المستخدم) أن يكون قادراً على التكيف مع استخدام الحاسوب (الإنترنت).
- إتقان الصيرفة الإلكترونية يحتاج إلى استثمار الوقت والجهد للتعلم.

• تغيير البرامج يتطلب جهد إعادة إدخال معلومات جديدة، ولكن هذا لا يعني عملاء المصارف التي تعتمد على أنظمة الإنترنت، بالإضافة إلى أن المنافسة خففت من حدة هذه المتاعب، حيث أن برنامج إدارة الأموال الشخصية (Microsoft Money) يقبل إدخال معلومات من برامج أخرى.

ثالثاً: واقع أنظمة الدفع الإلكترونية في سورية (دراسة عملية):

سيتم التطرق إلى واقع المصارف عينة الدراسة وأنظمة الدفع الإلكترونية على مستواها.

1-3 المصرف التجاري السوري:

تم تأسيس المصرف التجاري السوري في بداية عام 1967 ليقدم النشاط الاقتصادي والتجاري السوري، وقد أحدث المصرف التجاري السوري بموجب المرسوم التشريعي رقم 913 تاريخ 1966/10/29 من دمج مصارف الشرق العربي والوحدة العربية وأمية وسورية والمهجر اعتباراً من 1967/1/1.

ومن أهم البطاقات التي يتعامل بها المصرف ما يلي:

❖ بطاقة الدفع العالمية (فيزا إلكترون): وهي بطاقة دفع مباشر تحمل شعار فيزا إلكترون، تمنح هذه البطاقة لمن لديه حساب جار بالعملة الأجنبية، حيث يمكن استخدامها داخل أو خارج القطر على الصرافات ونقاط البيع التي تقبل التعامل ببطاقات فيزا إلكترون، ويبدأ رقم البطاقة (PAN) بالرقم /408604/.

❖ بطاقات الدفع الحدودية: ما يميز هذا النوع من البطاقات أنها تبدأ بالرقم: 3299 6391، كما تتميز بوجود كلمة "FRONTIER" تظهر وجه البطاقة. إذ تباع هذه البطاقات في النقاط الحدودية للدولة، وذلك بغية دفع الرسوم الخاصة بالتأمين والجمارك والهجرة والجوازات، وهي ذات مدة صلاحية تقدر بسنتين من تاريخ إصدارها، ولا يتحمل مشتري البطاقة تكاليف إصدار البطاقة.

❖ البطاقة المحلية المسبقة الدفع بالليرة السورية: الحصول على هذا النوع من البطاقات لا يشترط وجود حساب مصرفي، وتتوفر هذه البطاقة في جميع فروع المصرف التجاري السوري.

❖ بطاقة الدفع المحلية: يشترط الحصول على هذا النوع من البطاقات وجود حساب جاري في أحد فروع المصرف التجاري السوري. وهي بطاقة ذات مدة صلاحية تقدر سنتين من تاريخ إصدارها.

2-3 المصرف العقاري السوري:

المصرف العقاري أحد أكبر المؤسسات المالية العريقة في الجمهورية العربية السورية، والتي تقوم بتزويد عملائها من الأفراد والشركات بخدمات مصرفية متنوعة. حيث تأسس المصرف في عام 1966 بموجب مرسوم تشريعي ومن أهم البطاقات التي يتعامل بها المصرف ما يلي:

- خدمات الصراف الآلي: أهم هذه الخدمات:

✚ يقبل جميع البطاقات المحلية التي تصدرها البنوك المرتبطة بشبكة المصرف العقاري.

✚ يقبل بطاقات الائتمان العالمية ويسمح بالاستعلام عن رصيد حساب "الزبون" المصرفي.

✚ بنك الإنترنت: والتي تشتمل على مجموعة الخدمات

✚ الاستعلام عن رصيد الحساب Online.

✚ طباعة كشف مفصل بحركة الحساب لمدة شهر.

✚ طباعة كشف مفصل بحركة الحساب لمدة سنة كحد أقصى.

- خدمات نقاط البيع: ويلتزم المصرف عن طريق جهاز نقاط البيع "POS" بتحويل القيمة الإجمالية لكل قسيمة مبيعات للتاجر أو المؤسسة أو الشركة إلى الحساب الجاري الخاص في المصرف العقاري، حيث تقيد القيمة في هذا الحساب فوراً لبطاقة الائتمان السورية وحد أقصى أربعة أيام بالنسبة لبطاقات الائتمان الدولية.

✚ البطاقات المستعملة في هذه الخدمة:

- بطاقة Syria Card العقاري .

- البطاقات المحلية التي تصدرها البنوك المرتبطة بشبكة المصرف العقاري للسحب الإلكتروني.

- البطاقات العالمية المقبولة من قبل شبكة المصرف العقاري.

- بطاقات الائتمان.

الهدف من وراء ظهور خدمة الصراف الآلي في سورية، توفير خدمة قبول بطاقات الائتمان العالمية،

ومما لا شك فيه أن خدمة قبول بطاقات الائتمان وفرت العديد من الفوائد منها:

✚ دعم السياحة السورية من خلال توفير أساليب سحب الكترونية تساعد السياح العرب والأجانب على

تسهيل إقامتهم والسرعة والموثوقية في تبادل الأموال.

✚ الحد من تلاعب تجار العملة بسعر صرف العملات الأجنبية الرئيسية.

✚ تأمين خدمة آمنة تعتمد على أحدث أنواع التكنولوجيا في هذا المجال.

📌 خدمات الرسائل القصيرة:

تعد خدمة SMS Banking خدمة مصرفية متطورة تحت تصرف الزبائن المشتركين على مدار الساعة لتلبية احتياجاتهم وإدارة معاملاتهم المصرفية المختلفة دون الحاجة لمراجعة المصرف. بحيث توفر هذه الخدمة المعلومات الخاصة بالحسابات في اليوم والوقت الذي يتم فيه قيد العملية. كما تتيح هذه الخدمة لعملاء المصرف المشتركين، إمكانية التواصل الدائم مع المصرف من خلال الرسائل القصيرة المستلمة والمرسلة على أجهزة الهواتف الخليوية التي تمكنهم من الاطلاع على حساباتهم وتلبية احتياجاتهم بطريقة آمنة وسهلة وسريعة باستخدام الميزتين الآتيتين:

📌 ميزة إرسال الرسائل القصيرة من المصرف للزبون وتسمى رسائل التنبيه أو الإعلام.

📌 ميزة إرسال الرسائل القصيرة من الزبون للمصرف والإجابة على طلبات الزبون.

من خلال ملاحظة الباحثة الميدانية يمكن القول:

بأن البنك التجاري والعقاري السوري من أكبر البنوك السورية وأكثرها أهمية حيث يتمتعان بقاعدة الزبائن الأوسع، وأنهما البنكان المتنافسان بالدرجة الأولى ثم تأتي باقي البنوك الأخرى. ولكن رغم ذلك لا تزال الصيرفة الالكترونية في البنوك السورية حديثة الاستخدام وذات انتشار ضعيف مثلاً تتركز انتشار الصرافات الآلية للبنكين بشكل كبير في محافظتي دمشق وحلب، في حين يوجد صعوبة بإيجاد صرافات آلية في باقي المحافظات الأخرى مما يجعل الأمر صعباً بالنسبة للزبائن، فضلاً عن ذلك لا تزال الكثير من أساليب الدفع الإلكتروني غير مستخدمة في البنوك السورية مقارنة بالبنوك العربية. حيث لا تزال سورية حديثة العهد في مجال التجارة الالكترونية وتسير بخطى بطيئة وذلك لضعف بنية الاتصالات، الأمر الذي يشكل عائقاً أساسياً أمام انتشار الانترنت ويؤثر في مدى توافرها لدى المستخدمين.

الملاحظة الميدانية:

تم توزيع الاستبانة على عينة من العاملين في القطاع المصرفي، واستخدمت المؤشرات الإحصائية الملائمة لطبيعة البيانات الاسمية الرتبية، طبق اختبار T-test لمقارنة متوسط عينة (متوسط الإجابات) مع متوسط مفترض يمثل حالة الحياد أي انعدام الأثر للفرضية المدروسة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة واختبار الفرضيات:

بهدف اختبار الفرضيات وتحقيق أهداف الدراسة، تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for the Social Sciences (SPSS, V.18) فيما يلي سيتم اختبار الفرضيات، مع مناقشة لأبرز النتائج التي تم التوصل إليها. الفرضية الأولى: لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد نظام دفع الكتروني وتخفيض التكاليف الإجمالية وتحسين جودة الخدمة في المصارف.

نحسب متوسط إجابات الأسئلة المتعلقة بالفرضية الأولى، ونطبق اختبار T-ستودنت لمقارنة متوسط العينة مع متوسط مفترض يمثل قيمة محايدة لمتوسط الإجابات أي التأكد من تحقق الفرضية أو عدم تحققها، في حال وجود فرق جوهري بين المتوسطين، فإذا كان متوسط الإجابات أكبر من المتوسط المفترض بفرق جوهري يظهره الاختبار المطبق فإننا نقول أن الفرضية محققة أو العكس فنقول أن الفرضية غير محققة ولا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد نظام دفع الكتروني وتخفيض التكاليف الإجمالية وتحسين جودة الخدمة في المصارف. وتم ترميز أسئلة الفرضية الأولى في برنامج spss بالترتيب كما يلي (من q1 إلى q8)

جدول رقم (1): نتائج اختبار الفرضية الأولى				
خطأ انحراف المتوسط	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	حجم العينة	متوسط اجابات الاسئلة المتعلقة بالفرضية الأولى
0,06374	0,45074	3,8450	50	

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

جدول رقم (2): اختبار العينة الواحدة						
قيمة الاختبار = 3						
درجات الثقة 95%		الوسط الحسابي	درجة المعنوية	درجة الحرية	اختبار T	
الحد الادنى	الحد الاعلى					
0.9731	0.7169	0.845	0,00	49	13.256	
						متوسط اجابات الاسئلة المتعلقة بالفرضية الأولى

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي

من جدول الاختبار أعلاه نلاحظ أن احتمال الدلالة 0.000 أقل من مستوى الدلالة 0.05 ونرفض فرضية عدم وجود فرق جوهري (دلالة احصائية) بين المتوسطين ونقبل الفرضية البديلة القائلة بوجود دلالة احصائية بين متوسط الإجابات حول علاقة اعتماد نظام دفع الكتروني وتخفيض التكاليف الإجمالية وتحسين جودة الخدمة في المصارف. وعليه يمكن القول توجد علاقة وثيقة بين اعتماد نظام الدفع الالكتروني وتخفيض التكاليف وتحسين الجودة، حيث ان استخدام نظم الدفع الالكترونية تزيد من حجم العمليات المصرفية مما ينعكس ايجابا على ربحية وسيولة البنك فاستخدام اساليب متطورة وذات كفاءة عالية زاد من رضا الزبائن عن هذه الخدمات التي امكنهم الحصول عليها في وقت اقل وتكلفه اقل ومقدمين اكثر خبرة ومرونة.

الفرضية الثانية: لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين تطور العمل في الصيرفة الالكترونية وظهور سلبيات جديدة.

جدول رقم(3): نتائج اختبار الفرضية الثانية				
خطا انحراف المتوسط	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	حجم العينة	متوسط اجابات الاسئلة المتعلقة بالفرضية الثانية
0.10751	0.76024	3.4400	50	

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

جدول رقم (4): اختبار العينة الواحدة						
قيمة الاختبار = 3						
درجات الثقة 95%		الوسط الحسابي	درجة المعنوية	درجة الحرية	اختبار T	
الحد الاعلى	الحد الادنى					
0,6561	0,2239	4400،	0,000	49	4,093	متوسط اجابات الاسئلة المتعلقة بالفرضية الثانية

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي

نجد من جدول الاختبار أعلاه أن احتمال الدلالة 0.000 أقل من مستوى الدلالة 0.05 ونرفض فرضية عدم وجود فرق جوهري بين المتوسطين ونقبل الفرضية البديلة القائلة بوجود دلالة احصائية بين متوسط الإجابات حول علاقة تطور العمل في الصيرفة الإلكترونية وظهور سلبيات جديدة.

و عليا نقول يوجد علاقة وثيقة بين تطور العمل المصرفي وبين ظهور السلبيات الجديدة حيث ساعد ذلك في محاولة البنوك لاحتكار عمليات الصيرفة الإلكترونية، كما أن تطبيق الأساليب الإلكترونية يحتاج إلى مؤهلات علمية ومهنية عالية تستطيع استخدام الوسائل الحديثة ومتطورة التي تفرضها الصيرفة الإلكترونية من خلال أجهزة الحاسوب وبرمجياته المختلفة والانترنت ووسائل الاتصال السلكية واللاسلكية، وقدرتها على التعامل الدقيق والمتفوق بشكل يمنع أي محاولات للاختراق والقرصنة ويحفظ للزبائن حقوقهم بالإضافة إلى دور الحكومة المتمثلة بالأنظمة والقوانين والتشريعات التي يمكن إن يلجأ إليها الزبون في حال تعرضه إلى اختراقات او سرقات، وتوفير البنى التحتية المتطورة والحفاظ على هذا التطور حيث تعاني البنى التحتية

والقوانين والتشريعات بما يخص الصيرفة الإلكترونية في سوريا من الضعف مما يعيق العمل الإلكتروني برمته

نطبق اختبار كولمجوروف-سميرنوف

متوسط إجابات الأسئلة المتعلقة بالفرضية الثانية	متوسط إجابات الأسئلة المتعلقة بالفرضية الأولى	
50	50	حجم العينة
3,4400	3,8450	المتغيرات الطبيعية ^{a.b}
0,76024	0,450	الوسط الحسابي
0,217	74	الانحراف المعياري
0,151	0,105	القيمة المطلقة Most Extreme
- 0,217	0,105	Differences ايجابية
1,536	-0,08	سلبية
0,018	0,746	اختبار كولمجوروف-سميرنوف Z
	0,634	Asymp.Sig

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي

نلاحظ من الجدول أعلاه أن احتمال الدلالة للإجابات المتعلقة بالفرضية الأولى تقول أنه لا توجد علاقة بين اعتماد نظام دفع الكتروني وتخفيض التكاليف الإجمالية وتحسين جودة الخدمة في المصارف فإن احتمال الدلالة أقل (0.000 و 0.0634) والفرضية الثانية التي تقول أنه لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين تطور العمل في الصيرفة الإلكترونية وظهور سلبيات جديدة فإن احتمال الدلالة أقل (0.000 و 0.018). أقل من مستوى الدلالة 0.05 ونرفض الفرضية لعدم وجود دلالة احصائية بين الإجابات ونقبل الفرضية البديلة القائلة بوجود دلالة احصائية بين الإجابات، ويمكن القول: أن إجابات الأفراد متأثرة بواقع عمل المصارف التي يعملون بها.

النتائج والتوصيات

1- النتائج

- ساهمت أنظمة الدفع الإلكترونية في تخفيض التكاليف وتحسين الجودة إذ أن هذه الأنظمة تختصر الوقت وتقلل من تكلفة الحصول على الخدمة، حيث نجد التكلفة يمكن أن تنخفض إلى نصف قيمتها، وبناءً على زيادة ربحية المنظمات.
- تحاول سورية اللحاق بركب التكنولوجيا، حيث أصبح عدد المستخدمين للإنترنت في السنوات الأخيرة (3.935.000) مستخدم، وهو رقم مقبول وفي تحسن مستمر. [www.Internet World Stats.com]
- اقتناع موظفي المصارف الحكومية عينة الدراسة بالصيرفة الإلكترونية والمزايا التي توفرها، والتي تنعكس إيجاباً على اقتصاد الدولة، ورغبتهم في تطوير أنفسهم بالخضوع لبرامج تدريبية.
- أن التشريعات والأنظمة المطبقة ليست جيدة بما يكفي للحماية المعاملات الإلكترونية.
- أن البنى التحتية في سوريا ليست على مستوى عالٍ مما يجعل الصيرفة الإلكترونية ليست سهلة التطبيق والاستخدام وتواجه الكثير من التحديات.

2- التوصيات:

- محاولة زرع الثقة الزبائن في وسائل الدفع الإلكترونية باعتبارها عصب التجارة الإلكترونية.
- تعريف الزبائن أكثر بالوسائل الإلكترونية من خلال الحملات الاعلانية والندوات والمحاضرات .
- إعداد وصياغة التشريعات القانونية والمالية العربية وتوحيدها بما يتناسب مع طبيعة الصيرفة الإلكترونية.
- على البنوك اتخاذ الاجراءات اللازمة لحماية و كتمان المعلومات الخاصة بالعمليات الالكترونية باستخدام احدث الاساليب والبرمجيات ومضادات الفيروسات واستخدام التشفير والبصمة والتوقيع الالكترونية للحفاظ على سريتها.
- على الحكومة ومحاولة دعم البنى التحتية في الاجهزة الحكومية واعطاء المجال للقطاع الخاص في المساهمة في هذا الدعم .
- على الحكومة بذل الجهد اكبر لزيادة الكوادر المؤهلة بما يتلاءم مع متطلبات العصر الحديث والتقنيات الحديثة.
- سعى البنوك إلى معرفة امكانيات الزبائن ورغباتهم واحتياجاتهم وذلك سعيا منها للوصول إلى أرضاء عدد أكثر من الزبائن وزيادة ربحية المنظمة.
- سعى البنوك في سوريا إلى مقارنة ما تقدمه مع ما يتم تقديمه في الدول العربية والاوربية ومحاولة تطبيق ما يمكن تطبيقه بصورة مستمرة ومتجددة.

مراجع البحث:

1. الضهر، جرجس (2000) التجارة الإلكترونية القضايا والمشكلات، مجلة العلوم والتكنولوجيا معهد الكويت للأبحاث العلمية، العدد 57.
2. السنوسي، جاسر (2003) المصارف الإلكترونية. <http://www.bankofod.com>
3. الشمري، ناظم محمد؛ العبدلات، عبد الفتاح زهير (2008) الصيرفة الإلكترونية الادوات والتطبيقات ومعوقات التوسع ، دار الأداء للنشر، الأردن.
4. القيلوني، سميحة (2006) وسائل الدفع الحديثة (البطاقات البلاستيكية) بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي كلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، لبنان.
5. بختي، إبراهيم (2007) التجارة الإلكترونية، الطبعة 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
6. بن عمارة، نوال (2005) وسائل الدفع الإلكترونية (الافاق والتحديات)، ورقة عمل مقدمة لكلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر.
7. بن رجدال، جوه (2005) الانترنت والتجارة الإلكترونية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التيسير، جامعة الجزائر، الجزائر.
8. حسن، شحادة الحسين (2006) العمليات المصرفية الإلكترونية بحث مقدم إلى مؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق جامعة بيروت العربية، لبنان.
9. خالد أمين، عبد الله؛ وإبراهيم الطرد، إسماعيل (2007) إدارة العمليات المصرفية المحلية والدولية، دار اليازوري للنشر، عمان.
10. دانييل، زيلوكس (2007) المرشد الأساسي في التجارة الإلكترونية، مجموعة النيل العربية، الطبعة الأولى، القاهرة.
11. طربية، جوزيف (2001) الصيرفة الإلكترونية - تطبيق التكنولوجيا للصمود والنجاح في الاقتصاد الجديد، مجلة اتحاد المصارف العربية، المجلد 21، العدد 244، جمعية اتحاد المصارف العربية، بيروت.
12. عبد البديع، نصر أحمد (2007) البنوك الإلكترونية: www.alqabas.com.kw/final/newspaperwebsite/newsspaperbackoffice/
13. عبد الخالق، السيد أحمد (2006) التجارة الإلكترونية والعولمة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، بحوث ودراسات، القاهرة، مصر.
14. غندور، حافظ كامل (2004) محاور التحديث الفعال في المصارف العربية فكر مابعد الحداثة، مجلة اتحاد المصارف العربية، المجلد 24، العدد 274، بيروت.
15. الزبيدي، حمزة (2002) إدارة الائتمانية المصرفية والتحليل الائتماني، الطبعة الأولى، دار الوراق للنشر والتوزيع، الأردن.

16. David Ferris and Larry Whipple, (2002) Building an Intelligent E.

Business By prentice Hall of India

17. Electronic banking. www.adobe.com .
18. Mavri, M and Ionone G, (2006) Consumers Perspectives on Online Banking Services International Journal of consumer studies, No.(6).
19. Source: [www. Internet World Stats.com](http://www.InternetWorldStats.com)

.....

.....

.....