

متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية ومعوقاتها في المصارف العراقية -دراسة تطبيقية في عدد من فروع المصارف الأهلية والحكومية-

م.م. جمال هداش محمد

جامعة تكريت / كلية الادارة والاقتصاد

المستخلص :

اهتم البحث في متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية ومعوقاتها في العراق -دراسة تطبيقية في عدد من فروع المصارف الأهلية والحكومية، وسعى للتعرف على ماهية الصيرفة الالكترونية ومفاهيمها و مزاياها ومخاطرها ومتطلبات نجاحها والية عملها ولتحقيق أهدافها فقد عمل الباحث بدراسة من خلال توجيه استبيان موجه للعاملين في بعض المصارف الاهلية والحكومية ، للتعرف على ارائهم حول الدراسة ،وبعد تحليل نتائج الدراسة باستخدام برنامج SPSS لحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار t بدرجة معنوية 5% ، توصلت الدراسة الى مجموعه من الاستنتاجات اهمها هي هنالك استعداد واضح من قبل العاملين في المصارف المبحوثة لاستخدام العمليات المصرفية الالكترونية واهم التوصيات هي ضرورة الاهتمام بعمليات الصيرفة الالكترونية وأدواتها وتدريب العاملين على تقنياتها .

E-banking application requirements and obstacles it in Iraq-an empirical study in a number of branches of private and governmental banks

M.M. Jamal Hadash Mohammed

University of Tikrit –College of Administration and Economics

Abstract:

The study interested in the application of electronic banking requirements and constraints in Iraq - An Empirical Study in a number of branches of private banks and government to identify the nature of e-banking and concepts and their advantages and risks and the requirements of their success and the mechanism of its work and achieve its objectives

The study depend on directing a questionnaire for workers in some private banks and the government, to know their views about the study, and after analyzing the results of the study using the SPSS program to calculate the mean, standard deviation and t-test highly significant 5%.

The study found a set of conclusions ,the most important one was there was clear readiness from the employees to use electronic banking processes.The most important recommendations was the need to pay attention to e-banking operations, tools and training techniques..

المقدمة:

يشهد العالم الكثير من التطورات والتحولات التي تلقي بظلالها على القطاعات المصرفية بمختلف أشكالها وهذا ما أفرزته العولمة المالية وتحولاتها على العالم في مختلف الميادين، والتي أدت بدورها الى زيادة حدة التنافس بين المصارف وخصوصا الأهلية كما وان التطور التكنولوجي الذي شهده العالم وتكنولوجيا المعلومات وبمعدلات سريعة جدا دفع الكثير من المؤسسات وخصوصا المالية الى تبني تكنولوجيا المعلومات في أداء نشاطاتها فالقطاعات المصرفية في العالم اليوم من القطاعات المتسابقة في هذا المجال والتي تبين الاستخدامات الالكترونية المختلفة لتحسين ادائها واكتساب ميزة تنافسية وإستراتيجية، وتعد التكنولوجيا اليوم واحدة من اهم القضايا الاستراتيجية في القطاعات المصرفية الا ان هذا فرض تحديات ومعوقات على هذه التكنولوجيا التي تشهدها البيئة، الامر الذي تطلب تغير المفاهيم التقليدية للمصارف الى مفاهيم الصيرفة الالكترونية بسبب النمو السريع الذي يشهده العالم في خدمات الصيرفة الالكترونية والتنافس بها والتوقع في ازدياد اقبال الزبائن والرغبة في تخفيض التكاليف للمصارف ورفع مستوى الفاعلية والتوسع في الخدمات المصرفية وجذب العديد من الزبائن .

منهجية البحث

اولاً: مشكلة البحث :

شهدت الصناعات المصرفية تنافسا شديدا وتقدما ملموسا في مجال تقديم الخدمات المالية المصرفية الالكترونية والتي أصبح من الضروري انتشارها بشكل سريع نتيجة للتطورات التقنية والتكنولوجية التي يعيشها العالم اليوم لذا فقد انصببت مشكلة البحث للتعرف على ماهي الصيرفة الالكترونية و محدداتها، و استخداماتها .

وتكمن مشكلة البحث من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية :

- 1- هل تمتلك المصارف المبحوثة رؤيا شاملة عن مفهوم الصيرفة الالكترونية ؟
- 2- ما الخدمات المصرفية الالكترونية التي تقدمها المصارف للزبائن؟
- 3- هل يمكن تحقيق متطلبات الصيرفة الالكترونية وتعزيز العلاقات مع الزبائن؟
- 4- المعوقات التي تواجهها المصارف والتي تحد من تقديم الخدمات المالية الالكترونية للزبائن؟
- 5- هل يدرك موظفو المصارف المبحوثة أهمية الصيرفة الالكترونية ؟

ثانياً: اهداف البحث

يمكن تلخيص أهداف البحث بما يلي :

- 1- التعرف على مدى أهمية الصيرفة الالكترونية في المصارف المبحوثة ونجاحها في جذب الزبائن وتقديم خدمات صرفية إلكترونية.
- 2- التعرف على الصعوبات التي تواجه الصيرفة الالكترونية والصعوبات التي تواجهها عند تقديم خدماته للزبائن.
- 3- التعرف على دعم وإسناد الإدارة العليا في المصارف لتبني مشاريع الصيرفة الالكترونية .
- 4- محاولة أظهار أهمية التعامل مع المصارف الالكترونية من قبل الزبائن والعاملين.
- 5- التعرف على مدى تطبيق الصيرفة الالكترونية والتحول من العمل التقليدي إلى العمل الالكتروني

ثالثاً: أهمية البحث

تتبع أهمية البحث من التطورات والتغيرات في بيئة العمل المصرفي التي أهمها هي المصارف الالكترونية عن غيرها في جذب الزبائن وتقديم الخدمات لهم الأمر الذي يتحتم على المصارف ضرورة تطبيق مفهوم الصيرفة الالكترونية من أجل ضمان الاستمرارية وكسب الزبائن والمحافظة عليهم لذلك تكمن أهمية البحث من الآتي :

- 1- معرفة الدور الذي تلعبه المصارف الالكترونية في تقديم الخدمات المالية المصرفية الالكترونية للزبائن .
- 2- تقديم المعلومات الكافية في مجال الصيرفة الالكترونية وتوضيحها.
- 3- معرفة طبيعة الخدمات المالية المصرفية الالكترونية المقدمة من قبل المصارف للزبائن.
- 4- معرفة متطلبات ومعوقات الصيرفة الالكترونية .

رابعا: فرضيات البحث

تنطلق فرضية البحث من الفرضيات الرئيسة الآتية

- 1- ان المصارف الالكترونية تطورت اكثر من المصارف التقليدية بأنشطتها المختلفة.
- 2- تؤثر الصيرفة الالكترونية بشكل ايجابي معنوي على العمل المصرفي .
- 3- امكانية تطبيق ادوات الصيرفة الالكترونية في المصارف المبحوثة .
- 4- يمكن تفادي معوقات الصيرفة الالكترونية والتغلب عليها .

خامسا: مصادر جمع المعلومات : تم جمع المعلومات الخاصة بالبحث من خلال

- 1- المصادر العربية والأجنبية وشبكة المعلومات (الانترنت)
- 2- استمارة الاستبيان : اذ تم تطوير استمارة الاستبيان الخاصة بالبحث وذلك استنادا إلى العديد من الدراسات والتي تم اختبارها من قبل عدد من الخبراء وبطريقة عشوائية على ضوء مقياس ليكرت الخماسي وقد تضمن ثلاثة أجزاء هي:
- الأول: المعلومات الشخصية التعريفية .
- الثاني: تتضمن مكونات الصيرفة الالكترونية ومزاياها ومعوقاتها ومتطلبات نجاحها.

سادسا: أساليب التحليل الإحصائي

من خلال أهداف البحث واستنادا لفرضياته اعتمدت الدراسة الأساليب الإحصائية الآتية:

أ- التكرارات والنسبة المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستخدامها في وصف متغيرات الدراسة .

ب- اختبار (t) لكافة فقرات الدراسة المتعلقة بالصيرفة الالكترونية .

ثامنا: وصف مجتمع البحث : يعد اختيار مجتمع البحث أمرا في غاية الأهمية كونه يضمن حصول الباحث على بيئة ملائمة لدراسة المشكلة واختبار الفرضيات والوصول إلى النتائج النهائية وكون المصارف تعد من المؤسسات المالية المهمة التي تسعى إلى تقديم خدمات مالية متنوعة للزبائن وبأشكال مختلفة والعمل بالاستثمارات وإجراء البحوث بما ينسجم وحاجات المجتمع وكونها تمثل المخزون الكبير للتمويل وغالبية موظفيها هم حملة الشهادات مما يضمن الإجابة بواقعية وصدق وموضوعية ولكون الدراسة تهدف إلى التعرف متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية ومعوقاتها في العراق -دراسة تطبيقية في عدد من فروع المصارف الأهلية والحكومية. فقد تم اختيار العاملين المصارف الأهلية والحكومية المختارة في تكريت وكركوك لتكون مجتمعا للبحث . وقد وزعت الاستمارة على جميع أفراد مجتمع الدراسة أو البحث والبالغ عددهم (55) موزعين على (4) مصارف و (6) فرع واسترجعت (52) استمارة منها وكانت نسبة الاستجابة (95%) من الافراد المبحوثين .

المبحث الاول: الإطار النظري للبحث**اولا: نشأة الصيرفة الالكترونية ومفهومها :**

أ-النشأة:شهد العالم تحولات في مجالات عديدة وساعد هذا التحول على تطور صناعة الحاسوب والأجهزة المعلوماتية بما يحقق تناقل البيانات عبر الشبكات وبشكل سريع فظهرت أجهزة الحاسوب الصغيرة المتنقلة ووسائل التخزين المتعددة كالبطاقة الذكية التي تعد بمثابة حاسوباً متكاملًا ولا يزيد حجمها عن البطاقات الشخصية، وظهر الانترنت الذي يعد اليوم بمثابة عصب عمالية الاتصالات فقد شمل هذا التطوير أيضا في أجهزة الحاسوب وجميع الأجهزة التي يتحكم بها داخل الحاسوب مثل أجهزة الفاكس وكذلك أجهزة التلفون (الموبايل) والمفكرات الشخصية الالكترونية وشمل التطور أيضا وسائل الدفع بشكل الكتروني لتصبح أكثر كفاءة كالبطاقات الذكية في أوائل السبعينات من القرن الماضي وبحلول الألفية الثالثة من المتوقع أن تتعدد وسائل الدفع الالكترونية ، أن تفاعل الحاسوب والاتصالات اثر بشكل كبير في مختلف نواحي الحياة وانعكس ذلك على الاقتصاد العالمي الذي تحول من الاقتصاد الذي يركز في الإنتاج والعمل إلى الاقتصاد الذي يركز على المعرفة وهو ما يدعى بالاقتصاد المعرفي فكان ظهور الانترنت واستخدامه في مختلف عن طريق الشبكة كوسيط لتسهيل العمليات التي كانت في السابق تتطلب الكثير من الوقت والجهد والمال وهذه النشاطات يطلق عليها (التجارة الالكترونية) .

ب- المفهوم:ظهرت في الأدبيات الحديثة مصطلحات عديدة تستخدم للتعبير عن الصيرفة الالكترونية فقد استخدم بعضهم مفهوم المصارف الالكترونية أو مصارف الانترنت وقد استخدم بعضهم الآخر المصارف المنزلية أو المصارف على الخط Bank online او مصارف الخدمات المالية الذاتية فكل المصطلحات السابقة هي ذات دلالة على مصطلح الصيرفة الالكترونية .وجميع المفاهيم تركز على العلاقة بين الزبون والمصرف الكترونيا وكيفية إدارة حساباته أو انجاز معاملاته المالية المتعلقة بالمصرف عن طريق المنزل أو المكتب أو الشارع في أي مكان وبأي أي وقت لذا يطلق عليها الخدمات المالية في كل وقت وفي كل مكان (وادي، 2007: 857) . لذا فتعرف الصيرفة الالكترونية بأنها تلك العملية التي تستطيع من خلالها المصارف او المؤسسات المالية التي تقوم على الركائز الالكترونية والتي تستطيع توظيف كافة التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلوماتية أن تقوم بتقديم كافة خدماتها المصرفية (الشمري و العبدلات، 2008: 28) .وتعرف أيضا بأنها الأنظمة التي تسمح للزبائن الاستفادة عبر خط الشبكة من مجموعة من الخدمات المالية المصرفية انطلاقا من الحاسوب الشخصي الذي يتم بدوره ربطه بحواسيب المصرف عبر الخطوط الهاتفية والتركيز على راحة الزبون حيث أن الصيرفة الالكترونية لا توفر الثقة فقط في التعاملات المالية والمصرفية بل تفعل استخدام الموزع الآلي للنفود والصيرفة الالكترونية والصيرفة بالمراسلة (منصف، 2002: 6). او هي أنظمة جديدة التي تقدم العديد من المميزات والفوائد التي تعمل على جذب الزبون كسبه والمحافظة عليه من خلال تقديم خدمات مالية هي الخدمات نفسها التي تقدمها المصارف التقليدية الا انها ذات جودة عالية وكلفة منخفضة والتوسع في اكبر عدد لخدمات الزبائن (Rosoulia & safari, 2011: 2). او هي النظام الذي تستطيع من خلاله المصارف خدمة زبائنها في جميع عملياته المتمثلة بتحويل الاموال والبيع والشراء من خلال شبكة الانترنت (Radulescu, serbanscu, 2009: 7). وهي من اهم التقنيات المصرفية الالكترونية التي تعمل على زيادة كفاءة اداء العمل المصرفي والتركيز في الراحة في تقديم الخدمات للزبون (Kolodinsky & others, 2004: 238). واتساقا لما تقدم يمكن تعريف الصيرفة الالكترونية انها النظام الذي يسمح للزبون الوصول إلى حساباته أو إلى أية معلومات يريدها والحصول على السيولة التي يحتاجها وإتمام عملياته المالية بسرعة وبأقل تكلفة وجهد ومن المنزل .ومن المفاهيم السابقة يتضح أن للصيرفة الالكترونية أساسيات توضح معالمها والتي نعرضها بالجدول التالي:

جدول (1)
معالم الصيرفة الالكترونية

بيئة المصارف الالكترونية	إستراتيجية المصارف الالكترونية	عمليات المصارف الالكترونية
الاقتصاديات الرقمية	الرؤية	الودائع الفورية
الاتصالات	الرسالة	الانتماء الفوري
مجتمع المعلومات	القيمة	خدمة الزبائن السريعة
فرص الإيداعات	الأهداف	المدفوعات الفورية، المتحصلات الفورية، الأمن المعلوماتي .

المصدر: بودي، عبد القادر، 2011، تكنولوجيا الانترنت كأداة لتمييز الخدمات المصرفية - مع الإشارة كحالة البنوك الجزائرية، الملتقى العلمي الدولي الرابع ((عصره نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية، ص8.

ثانيا: أدوات الصيرفة الالكترونية: تتخذ الصيرفة الالكترونية عدة أشكال من أهمها :

أ- الصيرفة الالكترونية عبر الصرافات الآلية ATM:

ظهرت أجهزة الصراف الآلي في السبعينات كبديل لموظفي الصرافة في الفروع المصرفية لتقليل عدد المعاملات في العمل المصرفي أما في الثمانينات بدأ الاهتمام بتخفيض التكاليف والبحث عن تحقيق الميزة التنافسية. وتعتبر الصرافات الآلية أولى آلية لتطور العمل المصرفي حيث تعتمد على وجود شبكة من الاتصالات تربط فرع المصرف الواحد أو فروع كل المصارف في حالة قيامها بخدمة أي زبون من أي مصرف، وقد تطور عمل هذه الأجهزة حيث أصبحت تقوم بالوصول إلى بيانات حسابات الزبائن فوراً، والتي تقدم خدمات متقدمة في صرف المبالغ النقدية، و بظهور البطاقات الذكية أصبح بإمكان الزبون شحن تلك البطاقات واستخدامها في دفع التزامات في نطاق دفع متعددة، والتي لم تعد لم تعد تقتصر على الحصول على النقود بل تقوم بوظائف جداً متقدمة تمكن العمال والموظفين من استلام رواتبهم وحقوق الضمان الاجتماعي، كما تسمح لهم الوصول إلى حساباتهم الجارية مع توفر خيار استخدام لغات أجنبية عبر هذه الأجهزة (نور الدين و مريم، 2011: 5). ففي فرنسا مثلاً اخترع في نهاية سنة 2003 صراف آلي يسمح بإيداعات نقدية سواء أوراق نقدية أو قطعاً معدنية أو حتى شيكات، حيث يقبل هذا الجهاز التعامل حوالي 100 شيك و 250 ورقة مالية و يستطيع حساب 500 قطعة نقدية في الدقيقة أصبحت اليوم تقدم العديد من الوظائف نذكر منها: التعرف على رصيد الحساب، القيام بسحب نقدي من الحساب، إجراء تحويلات نقدية بين الحسابات، طلب دفتر الشيكات، إجراء إيداعات نقدية، سداد الحسابات .

1-أنواع الصرافات الآلية : للصرافة الآلية ثلاثة أنواع تبين طبيعة نشاط عملها (مولوج وطلحة، 2011: 4) وهي :

أ- آلات الصراف المنتشرة REMOTE ATM : وهي محطات الكترونية تكون مناطق بعيدة عن المصرف ومنتشرة جغرافياً بحيث تعكس تلك الأماكن فرصاً تسويقية ومنافذ توزيعية محتملة.

ب- آلات الصراف الداخلية INTERNAL ATM : تتواجد داخل هياكل المصرف والهدف منها امتصاص الطلب الزائد ولتخفيف الضغط الناجم عن صفوف الانتظار.

ج-آلات الصراف الخارجية OFF PERMISES ATM: محطات طرفية الكترونية متواجدة حول مبنى المصرف والهدف منها هو تقديم خدمات الصيرفة الالكترونية خارج اوقات الدوام الرسمي.

2-مبادئ تطبيق الصرافات الآلية: إن أهم مبادئ تطبيق الصرافات الآلية هي توفر البطاقات المصرفية التي يعرفها (الشمرى و العبدلات، 2008، 76) هي بطاقة تخول صاحبها الذي يحملها من اجراء عمليات الشراء والسحب النقدي ضمن سقف البطاقة المحددة لكل زبون. وبطاقات الائتمان هذه هي بطاقة مصنوعة بحيث يصعب العبث بها تصدرها جهة ما مصرف او شركة استثمارية يذكر فيها اسم الزبون صاحب البطاقة ورقم حسابه ليتمكن من اتمام معاملاته المالية من خلالها (احمد و كهينه، 2011: 3). وتكون بطاقات ذات دفع مسبق وتتيح لحاملها شحنها بمبلغ مالي ومن خلاله القيام باتمام صفقاته او بطاقات مدينه وهي تشترط على صاحبها ان يكون له حساب مصرفي (النجار، 2007: 185)، وهي بطاقة تكون مغنطة او بلاستيكية تحتوي على معلومات مثل اسم حاملها وتاريخ اصدارها وتاريخ النفاذ والرقم السري الذي يستطيع من خلاله صاحبها من اجراء عملياته المصرفية.

والجدول التالي يوضح المبادئ التي تبين عمل الصرافات الآلية

جدول (2)

مبادئ عمل والية الصرافات الآلية

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	الصرافات الآلية ATM
تخفيض نشاط السحب في الفروع	جهاز موصول بوحدات مراقبة الكترونية تقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة	-توفر البطاقات المصرفية التي تسمح للزبون القيام بعمليات السحب والايداع والاطلاع على الرصيد	
	-تسجيل عمليات السحب والايداع للمبالغ المادية	-توفرها في المصارف والشوارع وأخرى	
		-تعمل دون انقطاع	

المصدر: صالح، مفتاح، فريدة، معرفي، 2005، البنوك الالكترونية، المؤتمر العلمي الخامس: الأعمال المصرفية الالكترونية، جامعة فلاديفيا، كلية العلوم الادارية والمالية ص، 12.

ب- الصيرفة عبر الهاتف: إن انتشار الهواتف النقالة، أدى إلى تطور الخدمات التي يمكن أن تقدمها بسرعة فائقة، خاصة منها المصرفية، فقد ظهر ما يسمى بالمصارف الخلوية التي تقوم على فكرة تزويد الخدمات المصرفية للزبائن في أي مكان وفي أي وقت، وتشمل هذه الخدمات الاستعلام عن الأرصدة والإطلاع على عروض المصارف وأسعار العملات وغيرها من الخدمات الاستعلامية كما تشمل الخدمات المالية كتحويل النقود من حساب إلى آخر وخدمات الدفع النقدي وفتح الحسابات و غلقها... الخ، كما تعد هذه المصارف فتحا جديدا من فتوح توظيف البطاقات الذكية، إذ تعد الوسيلة الرئيسية لتخزين تطبيقات المصارف الخلوية بأنواعها، حيث أتاحت هذه البطاقة قدرة تخزين وإدارة التوافيق الرقمية والالكترونية ومختلف وسائل التعرف والتثبيت والموثوقية المرتبطة بالأعمال المصرفية (عرب، 2005: 2). وتسمى ايضا بمركز خدمة الزبائن call center اذ تقوم المصارف بتشغيل مراكز الاتصالات وخدمة الزبائن بحيث ان هذه الخدمة تعمل على مدار 24 ساعة (الشمرى و العبدلات، 2008: 31). كما تساعد الصيرفة الالكترونية عبر الهاتف في تسهيل ادارة الزبائن لعملياتهم المصرفية وتقادي المصارف من طوابير الزبائن (صالح و فريدة، 2008: 13). فهو العملية التي تتيح للزبون من اجراء معاملاته المصرفية من خلال الهاتف واجراء تسويات الحساب والمدفوعات وطلب الحصول على الائتمان (علي، هاجر، 2011: 2).

ويمكن ايجاز المزايا التي تحققها الصيرفة الالكترونية وباستخدام الهاتف هي
(Radulescu&serbanscu,2009:7):

- 1-سهولة أجراء العمليات المصرفية والمالية عبر فروع المصرف المختلفة من دفع المستحقات وتحويل الأموال وشراء المنتجات وغيرها .
 - 2-إتمام المعاملات المصرفية وحفظ المعلومات بسرية وامان وبشكل تام وبالوقت المحدد وتحقيق الراحة المطلقة والتخلص من طوابير الانتظار .
 - 3-الاتصال بشكل مباشر بالزبون بالنسبة للمصرف والعكس كذلك .
 - 4- التوسع وبشكل غير محدود وتقديم صورة للمصرف من خلال شبكة الويب وامكانية استقبال الطلبات من الموظفين .
- ج- الصيرفة عبر شبكة الانترنت :**تندرج هنا الخدمات المصرفية الفورية ، أو الخدمات المصرفية من المنزل. فالمصارف اتجهت إلى توسيع نشاطها من خلال إنشاء مواقع لها على شبكة الانترنت بدلا من إنشاء مقرات جديدة لها حتى يستطيع الزبون أن يتصل بالفروع الالكترونية بطريقة أسهل.وهي ايضا تسمى بالمصارف الافتراضية وهي تلك المصارف التي تستخدم الانترنت كقناة لتوزيع الخدمات المصرفية من قبل المصرف مثل فتح الايداع ،وتحويل الاموال ،والحصول على الخدمات المصرفية الجديدة (الشعري و العبدلات،2008:38) .او هي المصارف التي تركز على خدمة الزبائن بتكلفة منخفضة وتقنية عالية وتمكنه اداء اعماله المصرفية من المنزل او أي مكان اخر (Barger&Gensler,2007:2)ويعتبر الانترنت هو جوهر عمل هذه المصارف والتي دخلت في ميدان التنافس مع المصارف الاخرى (قدومي،2008:298).وتعد الصيرفة الالكترونية عبر الانترنت اداة استراتيجية في قطاع الاعمال وقطاع التنمية فهي بذلك تقدم مجموعة من الحوافز للزبائن من خلال سهولة الحصول والوصول الى حساباتهم في أي مكان بالعام ومن خلال الحاسوب المنزلي(Sahoo&Swain,2012:66) .فان المصارف الالكترونية تكون اقل تكلفة مقارنة بغيرها من المصارف التقليدية .
- والجدول التالي يوضح الية عمل المصارف الالكترونية عبر الانترنت :

الجدول (3)
الصيرفة الالكترونية عبر الانترنت

الموقع التبادلي	الموقع التفاعلي (الاتصالي)	الموقع المعلوماتي
هو المستوى الذي يمارس فيه المصرف خدماته وأنشطته في بيئة الكترونية ، حيث يسمح للزبون الوصول إلى حساباته وإدارتها وإجراء الدفعات النقدية و الحوالات بين حساباته داخل المصرف أو مع جهات خارجية .	يؤمن هذا الموقع نوع من التبادل الاتصالي بين المصرف وزبائنه كالبريد الالكتروني وتعبئة نماذج الخط أو تعديل معلومات القيود والحسابات .	هو المستوى الأساسي للمصرف الالكتروني أو هو الحد الأدنى للنشاط الالكتروني المصرفي ويقدم المصرف من خلاله معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية

المصدر: البارودي ،شيرين بدري ،(2005)، دور اقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات الالكترونية (دراسة تحليلية عن البنوك الالكترونية)، مؤتمر جامعة الزيتونة الأردنية ، ص 6-7.

من الجدول السابق يتضح انه من خلال الانترنت تقدم المصارف خدماتها من خلال ثلاث مستويات حيث يمثل المستوى الأول الموقع المعلوماتي وهو المستوى الذي يقدم من خلاله المصرف المعلومات فقط عن اعماله مثل راس المال او الميزانية العمومية او عمر المصرف او الهيكل التنظيمي ، اما المستوى الثاني وهو المستوى التفاعلي او الاتصالي فهو الذي يتم خلاله تفاعل الزبون مع المصرف مثل تعديل البيانات او الوصول الحسابات دون اجراء عمليات حسابية حقيقية، اما المستوى الثالث فهو المستوى التبادلي وهو المستوى الذي يستطيع من خلاله الزبون اجراء عملياته الحسابية وبشكل فعلي مثل التحويلات واجراء الدفعات النقدية وغيرها . ويمثل الانترنت المصرفي للزبائن فرصة للتسوق الجيد وبتكاليف منخفضة، فضلا عن سهولة الاتصال بالمعلومات المصرفية، ومن هذا المنطلق لأهمية المصارف الالكترونية نوضح فيمايلي مقارنة بين العمل المصرفي الالكتروني والتقليدي من ناحية التكاليف في توزيع المنتجات المصرفية والجدول التالي يمثل القنوات التقليدية و استعمال الانترنت (نهاية سنة 2003) والجدول التالي يوضح ذلك .

جدول (4)

فرق التكلفة بين القنوات التقليدية والانترنت بالدينار

تذكرة الطيران	المعاملات المصرفية	توزيع البرمجيات	تسديد الحسابات	
9,10	1,08	15,00	3,32 - 2,22	القنوات التقليدية
1,18	0,13	0,10 - 0,20	1,10 - 0,65	عبر الانترنت
%87	%89	%99 - %97	%71 - %67	نسبة التوفير

المصدر: الطيب ، تبول ، "سياسات التجارة الالكترونية والمسائل القانونية"، مقال منشور على الانترنت على الموقع: www.ityarabic.org/e-businers.

يبين الجدول أن نسبة التوفير مرتفعة في المعاملات و التي تصل إلى 69% بالنسبة لدفع المستحقات ، و حوالي 98% في توزيع البرمجيات و 89% بالنسبة للمعاملات المصرفية ، أما بالنسبة إلى تذكرة الطيران فتصل نسبة التوفير إلى 87%، و بالتالي من الجلي أن التعاملات عبر الانترنت تقلل التكاليف و بنسب كبيرة. وهو ما يستدل بوضوح أن تكلفة العمل المصرفي على الانترنت منخفضة بنسبة كبيرة مقارنة بالقنوات التقليدية الحديثة .

ثالثاً: أهمية ومزايا الصيرفة الالكترونية :

ان المصارف التقليدية والغير الالكترونية تقدم جزءا من الحلول للمشاكل التي يعانيها الزبون لكنها لاتقدم حلول شاملة وان هذه الحلول يترتب عليها جهد ووقت وكلف لكي يتم انجازها وهذا ما جعل التنافس في ميدان المصارف الالكترونية لذا فان النظرة الى الصيرفة الالكترونية بانها انجاز العمليات المصرفية والامور المالية هي نظرة خاطئة فمن خلال هذه التقنية يستطيع الزبون بنفسه ان يدير مثل هذه الاعمال لذا تمثل الصيرفة الالكترونية مكان للخدمة المالية السريعة وباقل الكلف ومكان للادارة المتميزة لاحتياجات الزبون مهما تعددت واختلفت ،وتتفرد المصارف الإلكترونية في تقديم خدمات متميزة عن غيرها من المصارف التقليدية وهو ما يحقق له مزايا عديدة ، وفيما يلي نذكر مميزات الصيرفة الالكترونية:

1- إمكانية الوصول إلى قواعد بيانات أكبر للزبائن: تتميز المصارف الإلكترونية بقدرتها على الوصول إلى قاعدة عريضة للزبائن من دون التقيد بمكان أو زمان معين، كما تتيح لهم إمكانية طلب الخدمة في أي وقت وعلى طول أيام الأسبوع وهو ما يوفر الراحة للزبون، إضافة إلى أن سرية المعاملات التي تميز هذه المصارف تزيد من ثقة الزبائن لها **(الحاج و نعيمة، 2011: 5)**.

2- تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة: تقدم المصارف الإلكترونية كافة الخدمات المصرفية التقليدية، وإلى جانبها خدمات أكثر تطوراً عبر الأنترنت تميزها عن الأداء التقليدي مثل أشكال النشرات الإلكترونية الإعلانية عن الخدمات المصرفية وإمداد الزبائن بطريقة التأكد من أرصدتهم لدى المصرف وتقديم طريقة دفع للزبائن للكمبيالات المسحوبة عليهم إلكترونياً وكيفية إدارة المحافظ المالية (من أسهم و سندات) للزبائن **(صالح و فريدة، 2005: 4-5)**. و طريقة تحويل الأموال بين حسابات الزبائن المختلفة.

3- خفض التكاليف: تتميز المصارف الإلكترونية أن تكاليف تقديم الخدمة منخفضة مقارنة بالمصارف العادية، ومن ثم فإن تقليل التكلفة وتحسين جودتها هي من أهم العوامل التي تعمل على كسب الزبون، ففي دراسة تقديرية خاصة بتكلفة الخدمات المقدمة عبر قنوات مختلفة تبين أن تكلفة تقديم خدمة عبر فرع المصرف تصل إلى 295 وحدة، في حين تقل عنها فيما لو قدمت من خلال شبكة الأنترنت بتكلفة 4 وحدات، وتصل إلى تكلفة واحدة من خلال الصرافات الآلية **(عبد القادر و عبد الصمد، 2011: 11)**.

4- زيادة كفاءة أداء المصارف الإلكترونية: مع اتساع شبكة الأنترنت وسرعة إنجاز الأعمال عن المصارف التقليدية أصبح سهلاً على الزبون الاتصال بالمصرف عبر الأنترنت الذي يقوم بتنفيذ الإجراءات التي تنتهي في أجزاء صغيرة من الدقيقة الواحدة بأداء صحيح وكفاءة عالية مما يجنب الزبون الانتقال إلى المصرف شخصياً والالتقاء بموظفيه الذين عادة ما يكونون منشغلون عنه **(الحاج، نعيمة، 2011: 5)**.

5- الحصول وتبادل المعلومات: تتيح الصيرفة الإلكترونية للمصرف من الحصول وتبادل المعلومات مع المصارف الأخرى والوصول إلى حسابات الزبائن **(Electronic banks, 2007: 8)** وتزيد من فعالية عمليات الرقابة.

6- إدارة أفضل للزبائن: من خلال الصيرفة الإلكترونية يمكن تحقيق إدارة أفضل للزبائن في الأعمال المصرفية والاتصال الدائم مع الزبائن من خلال قنوات الاتصال (الأنترنت، البريد الإلكتروني، الهاتف، الفاكس) **(keshvari, 2012: 37-38)**. وعموماً توفر المصارف الإلكترونية خيارات أوسع للزبائن وحرية أكثر في اختيار الخدمات ونوعيتها، إلا أن التحدي الأكبر يتمحور حول مدى فعالية هذه الصيرفة في كسب ثقة الزبون وهو ما يتطلب من المصرف توفير قاعدة من البيانات لتأدية الخدمات بكفاءة عالية.

رابعاً: متطلبات تطبيق الصيرفة الإلكترونية ومعوقاتها:

أن الصيرفة الإلكترونية لكي تحقق نجاحاً وراجاً بين الزبائن لابد من توافر العديد من المتطلبات في البيئة لكي تتمكن المصارف من إدارة مثل هذه العمليات إلا أنه على الرغم من المميزات التي تتمتع بها الصيرفة الإلكترونية إلا أنه هنالك العديد من المعوقات التي تعيق عملها ومن خلال الجدول التالي يوضح تلك المتطلبات والعوقات.

جدول (5) متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية ومعوقاتها

ت	متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية	معوقات تطبيق الصيرفة الالكترونية
1	ينبغي اقتناع الادارات العليا في المصارف بتبني مفاهيم الصيرفة الالكترونية	عدم توفر الاستقرار الامني وهو اهم معوقات الصيرفة الالكترونية وكذلك عدم توفر البنية التحتية اللازمة للصيرفة الالكترونية
2	قيام الحكومة والمؤسسات المالية بتوفير البنية التحتية التقنية اللازمة لاداء العمليات المصرفية الالكترونية	عدم المام الزبائن بالخدمات المصرفية الالكترونية وعدم انتشار مواقع الصرافات الالية
3	تدريب وتطوير العاملين لزيادة مهاراتهم للتعامل مع التقنيات الجديدة	يفضل الزبائن التعامل مع المصارف التقليدية اكثر من الالكترونية
4	ينبغي توفر القوانين والتشريعات التي تنظم عمل الصيرفة الالكترونية	بطء خدمات الانترنت من قبل المزود
5	تحسين وتطوير موقع المصرف على الانترنت وتوفير شبكة تربط المصارف فيما بينها	درجة الامان في خدمات الصيرفة الالكترونية غير مستقرة ، وذلك لعدم توفر البنية التحتية الالكترونية اللازمة لها
6	ينبغي على المصارف القيام بدور تعريفي وترويجي اكبر للخدمات المالية الالكترونية	عدم توفر قوانين واضحة تبين عمل الصيرفة الالكترونية
7	ينبغي اعفاء اعمال الصيرفة الالكترونية من أي رسوم لتصبح مجانية	احتمال تعرض بيانات الزبائن للاختراق من قبل طرف ثالث HIKER
8	توفير قواعد بيانات عن الزبائن المتعاملين مع المصرف	عدم اقتناع الادارات العليا بتبني مفاهيم الصيرفة الالكترونية
9	بيان مزايا الصيرفة الالكترونية وفوائدها للزبائن	لا تتوفر لدى العاملين في المصارف المهارات اللازمة للتعامل مع هذه التقنية
10	تعزيز ثقة الزبائن للتعامل مع العمليات المصرفية الالكترونية	عدم انتشار شبكة الانترنت للمستخدمين بشكل كافي وعدم توفر شبكة تربط المصارف فيما بينها

المصدر : اعداد الباحث بالاعتماد على الاطار النظري .

خامسا: المخاطر التي تجابه عمل الصيرفة الالكترونية .

في ممارسة المصارف لأعمالها الالكترونية تواجه مخاطر تعد معوقات تعيق عملها بترتب عنها خسائر مالية، ومن هذه المخاطر يمكن تصنيفها ضمن مجموعات مختلفة (صالح و فريدة، 2007: 15) (قدومي، 2007: 307)، (السنوسي، 2012: 1) تتمثل فيما يلي:

1- **المخاطر التقنية:** تحدث هذه المخاطر من احتمال الخسارة الناتجة عن خلل في شمولية النظام أو من أخطاء الزبائن، أو من برنامج إلكتروني غير ملائم للصيرفة والأموال الالكترونية .
2- **مخاطر الاحتيال :** وتتمثل في تقليد برامج الحواسيب الالكترونية أو تزوير معلومات مطابقة للبرامج الالكترونية، أو تعديل بعض المعلومات بخصوص الأموال الالكترونية .
3- **مخاطر ناتجة عن سوء عمل النظام الالكتروني :** قد ينشأ الخطر من سوء استخدام هذا النظام، أو سوء مراقبة البرامج في حد ذاتها .

4- **مخاطر قانونية :** تحدث المخاطر القانونية عندما لا يحترم المصرف 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 للتعاقدات الإلكترونية، حجبتها في الإثبات، أمن المعلومات، وسائل الدفع، التحديات الضريبية، إثبات الشخصية، التوقيع الإلكتروني، أنظمة الدفع النقدي، المال الرقمي أو الإلكتروني، سرية المعلومات، أمن المعلومات من مخاطر إجرام التقنية العالية، خصوصية الزبون، المسؤولية عن الأخطاء والمخاطر، حجية المراسلات الإلكترونية، التعاقدات المصرفية الإلكترونية، مسائل الملكية الفكرية لبرمجيات وقواعد معلومات المصرف أو المستخدمة من موقع المصرف أو المرتبطة بها، علاقات وتعاقدات المصرف مع الجهات المزودة للتقنية أو المورد لخدماتها أو مع المواقع الحليفة مشاريع الاندماج والمشاركة والتعاون المعلوماتية .

5- **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 و التسديد - يؤدي غالبا إلى توتر قدرة مشارك أو مشاركين آخرين للقيام بدورهم في تنفيذ التزاماتهم في موعدها، وهذا ما يؤدي إلى توتر العلاقات وزعزت الاستقرار المالي في السوق .

6- **مخاطر تكنولوجية :** ترتبط المخاطر بالتغيرات التكنولوجية السريعة، وإن عدم إلمام موظفي المصارف بالاستخدام الأمثل للتكنولوجيا الحديثة يؤدي إلى القصور في أداء العمليات الالكترونية بشكل صحيح .

سادسا: مكانة الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية :

يعد العراق من الدول المتأخرة في استخدام تقنيات الصيرفة الالكترونية حيث يرجع تاريخ تقديم خدمات الانترنت في العراق إلى عام 1999 وبشكل محدود وبأشراف الحكومة حتى عام 2002 تم السماح لبعض المكاتب الخاصة من تقديم خدمات الانترنت ويرجع سبب هذا التأخر إلى الحصار الذي كان مفروض على البلد ويصنف العراق حسب الاسكوا الى مرتبة 18 بين الدول العربية فيما يخص استخدامات الانترنت وتقنيات الاتصالات والمعلومات وقد بدأ الانترنت بالانتشار بعد 2003 إذ شهد العراق تغيرا كبيرا في مجال استخدام الانترنت والاتصالات كما باستطاعة المكاتب الخاصة من تقديم خدمات الانترنت أما بالنسبة للمصارف العراقية فإن الجهاز المصرفي العراقي يتكون من 29 مصرفا منها 6 حكومية وجميع المصارف العراقية تقدم خدماتها التقليدية للزبائن وتخطط جميعها إلى تبني مفهوم الصيرفة الالكترونية وتمتلك غالبية المصارف العراقية الحكومية والأهلية مواقع على شبكة الانترنت تبين هيكلها الإداري وتوفر معلومات عن أسعار الأسهم والميزانيات العمومية فضلا عن أسعار صرف العملات ويتضح من ذلك أن المصارف العراقية تعمل ضمن الموقع المعلوماتي وفقا لمفهوم الصيرفة الالكترونية الذي يمثل المستوى الأدنى من النشاط المصرفي عبر الانترنت .

المبحث الثاني : الإطار الميداني

أولاً : وصف المصارف المبحوثة : اختار الباحث عدداً من فروع المصارف حكومية واخرى اهلية لتمثل عينه الدراسة وهي:

- 1-مصرف الرشيد فرعي الجامعة وفرع الشرجات .2-مصرف بغداد الاستثماري الاهلي فرعي تكريت وفرع كركوك 3-المصرف الاسلامي العراقي فرع تكريت.
- 4-مصرف آشور الاهلي الدولي فرع تكريت .

ثانياً: وصف الأفراد المبحوثين :نظرا للتطورات الحاصلة والتنافس بالتكنولوجيا في العصر الحالي وارتفاع المنافسة ،دفع الباحث لاختيار للعاملين المصارف المبحوثة من الذين يمارسون النشاطات المختلفة داخل المصارف ، إذ قام الباحث بتوزيع (55) استمارة استبانة على الأفراد المبحوثين في مواقع عملهم الخاصة ، وقد تم استرجاع (52) استمارة ،كانت نسبة الاستجابة ما يقارب (94%) والجدول التالي يوضح خصائص المبحوثين .

جدول (6) خصائص الافراد المبحوثين

العمر							
30-20		40-31		50-41		51 فأكثر	
34	65%	7	13%	7	13%	3	0.5%
التحصيل الدراسي							
إعدادية		دبلوم		بكالوريوس		ماجستير	
8	15%	23	44%	21	40%	-	-
مدة الخدمة							
5-1 سنوات		6-10 سنوات		11-20 سنة		21 – فأكثر	
38	73%	1	0.01%	6	11%	7	13%
الموقع الوظيفي							
مدير مصرف		كاتب		امين صندوق		محاسب	
6	11%	7	13%	10	19%	6	11%
10	19%	7	13%	10	19%	10	19%
الجنس							
ذكور				اناث			
31	60%			21	40%		

(*) : الجدول من إعداد الباحث بالاستعانة بنتائج الحاسوب الالكتروني .

ثالثاً: وصف متغيرات البحث وتشخيصها: تتطلب منهجية البحث تحديد ماهية المتغيرات التي اعتمد عليها الباحث في تحقيق أهداف البحث لذلك لكون البحث، فقد اعتمد البحث على التحليل الأولي للبيانات المتعلقة بمتغيرات البحث ، وقد استخدم الباحث برنامج (SPSS 17) و (Excel 2003) للاستدلال على التكرارات والنسب المئوية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (t) ولكل الفقرات المتعلقة بلاستجابته من المبحوثين ، وكما يلي :

- وصف وتشخيص مكونات الصيرفة الالكترونية (المتطلبات):

يوضح الجدول (2) نسب التوزيع التكراري وقيم الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لمتطلبات الصيرفة الالكترونية ومعوقاتها على مستوى المصارف المبحوثة (مصرف الرشيد فرع الجامعة والشرقاط، مصرف بغداد الاهلي فرع تكريت وكركوك، المصرف الاسلامي العراقي فرع تكريت ومصرف اشور الاهلي الدولي فرع تكريت) بالنسبة للمتطلبات فقد اتفق (45 %) من الأفراد المبحوثين على انه تتوفر في المصارف البنية التحتية للصرافات الآلية في المصارف ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_1) (3.15) والانحراف المعياري (1.28) . ويتفق (80 %) من المبحوثين المصارف تعمل على تدريب عاملها للتعامل مع التقنيات الجديدة ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_2) (4.01) وهو والانحراف المعياري (0.89) . ويشير (55 %) من المبحوثين على توفر تشريعات وقوانين تنظم اعمال العمل المصرفي الالكتروني ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_3) (3.24) والانحراف المعياري (1.14) . ويرى (51 %) من المبحوثين بان الادارة في المصرف تتبنى مفاهيم الصيرفة الالكترونية ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_4) (3.34) والانحراف المعياري (1.06) . ويشير (42 %) من المبحوثين بان الزبائن على استعداد للتعامل مع الصيرفة الالكترونية، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_5) (3.21) والانحراف المعياري (1.06) . ويؤكد (72 %) من المبحوثين توجد قواعد بيانات عن الزبائن المتعاملين مع المصرف ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_6) (3.90) والانحراف المعياري (1.07) . ويشير (55 %) من المبحوثين بانه توجد قواعد بيانات للمصرف على الأنترنت ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_7) (3.24) والانحراف المعياري (1.37) . ويرى (42 %) من المبحوثين بانه يمكن ربط المصرف مع المصارف الاخرى على الشبكة ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_8) (3.03) والانحراف المعياري (1.42) . ويشير (51 %) من المبحوثين بأنه هنالك ثقة من قبل الزبائن للتعامل مع العمل المصرفي الالكتروني، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_9) (3.38) والانحراف المعياري (1.05) . ويؤكد (74 %) من المبحوثين يمكن الترويج عن خدمات الصيرفة الالكترونية ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي و لهذا المتغير (X_{10}) (3.98) والانحراف المعياري (1.07) . ويشير (58 %) من المبحوثين ضرورة اعفاء المصارف الالكترونية من الرسوم لتصبح مجانيه ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{11}) (3.48) والانحراف المعياري (1.09) . ويتفق (60 %) توفر خدمات الانترنت للزبون الاتصال بالمصرف ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{12}) (3.53) والانحراف المعياري (1.37) . ويشير (57 %) من المبحوثين المصرف يهتم بالمشاكل المتعلقة بالانترنت فيما يخص الزبائن ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{13}) (3.61) والانحراف المعياري (1.17) . إذ يتفق (72 %) من المبحوثين بانه يجب التخطيط السليم والدقيق من قبل المصرف لاستخدام هذه التقنيه ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{14}) (3.90) والانحراف المعياري (1.17) . ويرى (63 %) من المبحوثين بانه تتوفر الموارد المالية الكافية لاداء عمليات الصيرفة الالكترونية ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{15}) (3.75) والانحراف المعياري (1.08) . ويشير (64 %) من المبحوثين بانه تتوفر الاجهزة والمعدات اللازمة لاداء عمل الصيرفة الالكترونية ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{16}) (3.69) والانحراف المعياري (1.07) . ويرى (46 %) من المبحوثين بان الحكومة تقدم الدعم لبرامج الصيرفة الالكترونية ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{17}) (3.28) والانحراف المعياري (1.19) . ويؤكد (86 %) من

المبحوثين بان المصارف تحافظ على السرية التامة في التعاملات الالكترونية مع الزبائن ، آذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{18}) (4.25) والانحراف المعياري (0.96) . ويؤكد (89 %) من المبحوثين بضرورة تصميم مواقع للمصرف وباللغتين العربية والانكليزية لتسهيل استخدام التقنيه ، آذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{19}) (4.34) والانحراف المعياري (0.90)

- وصف وتشخيص مكونات الصيرفة الالكترونية (المعوقات):

فقد لايتفق (70 %) من المبحوثين بعدم رغبة الإدارة العليا للمصارف بتبني عمليات الصيرفة الالكترونية ، آذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{20}) (2.25) والانحراف المعياري (0.96) . ويرى (57 %) من المبحوثين بانه تتوفر بنيه تقنيه للصيرفة الالكترونية في البلد ، آذ بلغت قيمه الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{21}) (3.36) والانحراف المعياري (1.23) . ولايتفق (49 %) من الأفراد المبحوثين بوجود ضعف في اقبال الزبائن لاعمال الصيرفة الالكترونية ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{22}) (2.67) والانحراف المعياري (0.98) . ويتفق (43 %) من المبحوثين على عدم انتشار مواقع للصرافات الآلية في البلد ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{23}) (3.32) والانحراف المعياري (1.20) . ويتفق (63 %) من المبحوثين انه يوجد بطء في خدمات الانترنت في البلد من قبل المزود ، آذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{24}) (3.59) والانحراف المعياري (1.07) . ولايتفق (44 %) من المبحوثين بان الخدمات المصرفية الالكترونية تتعرض في البلد الى المخاطرة بسبب القرصنة ، آذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{25}) (3.03) والانحراف المعياري (1.08) . ويتفق (47 %) من المبحوثين بان الزبائن يفضلون التعامل مع المصارف التقليدية اكثر من الالكترونية لعدم مواجهة التغيير، آذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{26}) (3.30) والانحراف المعياري (1.02) . ولايتفق (37 %) من المبحوثين بان درجة الامان في الخدمات المصرفية الالكترونية تكون منخفضة ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{27}) (2.94) والانحراف المعياري (1.01) . ولايتفق (43 %) من المبحوثين على عدم توفر الاطار القانوني لعمليات العمل المصرفي الالكتروني ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{28}) (2.86) والانحراف المعياري (1.06) . ولايتفق (28 %) من المبحوثين بانه احتمال تعرض بيانات الزبائن للاختراق والسرقة من طرف ثالث ، آذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{29}) (2.37) والانحراف المعياري (1.12) . ويرى (46 %) من المبحوثين بأنه لا تتوفر لدى العاملين المهارات اللازمة لاعمال الصيرفة الالكترونية ، آذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{30}) (3.28) والانحراف المعياري (1.17) . ولايتفق (45 %) من المبحوثين بصعوبة في تصميم المواقع وتحديثها من قبل المصرف ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي و لهذا المتغير (X_{31}) (2.86) والانحراف المعياري (1.23) . ولايتفق (39 %) من المبحوثين على ان تكاليف الصيرفة الالكترونية تكون مرتفعه ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{32}) (2.80) والانحراف المعياري (0.95) . ويتفق (53 %) من المبحوثين لا تتوفر شبكة انترنت تربط المصارف والمستخدمين ، آذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{33}) (3.40) والانحراف المعياري (1.12) . ولايتفق (65 %) من المبحوثين بانه لا تتوفر الميزانية اللازمة للصيرفة الالكترونية من قبل المصرف ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{34}) (2.42) والانحراف المعياري (1.09) . ولايتفق (56 %) من المبحوثين انه هنالك صعوبة في التعرف على هوية الزبون بشكل كافي من خلال المصارف الالكترونية ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{35}) (2.57) والانحراف المعياري (1.19) . ويتفق (54 %) من المبحوثين بعدم توفر شبكة انترنت تربط المصارف فيما بينها ، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{36}) (3.26) والانحراف المعياري (1.33) . ويتفق (67 %) من المبحوثين بعدم انتشار نقاط البيع للصرافات الآلية ATM في البلد ، آذ بلغت قيمة الوسط الحسابي ذا المتغير (X_{37}) (3.57) والانحراف المعياري (1.22) . ويتفق (48 %) من المبحوثين انه تتعرض عمليات الصيرفة

الالكترونية للعديد من المخاطر من قبل الموظف المختص لعدم تدريبه بشكل كاف ، آذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير (X_{38}) (3.28) والانحراف المعياري (1.19) .

- اختبار (t) لمكونات الصيرفة الالكترونية (المتطلبات والمعوقات):

قد اظهرت النتائج لاختبار (t) وعند مستوى ثقة (95%) حيث تم حساب قيمه (t) ولكافة مكونات النتائج المتعلقة بالصيرف الالكترونية وكما موضح بالجدول (7) الذي يؤكد انها ذات دلالة معنوية وعند مستوى معنوية اقل من (0.05) وهذا ما يؤكد ان توفر المتطلبات والتخلص من المعوقات للعمل المصرفي الالكتروني بالنسبة للمصارف سيزيد من كفاءة العمل المصرفي الالكتروني لها .

جدول (7) : التكرارات والنسب المئوية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الصيرفة الالكترونية واختبارات (t) (المتطلبات والمعوقات) N=52

اختبار t	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	مقياس الاستجابة										المتغيرات
			لا اتفق تماماً		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق تماماً		
			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)						
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
17.640	1.28	3.15	12	6	23	12	21	11	27	14	18	9	X ₁
Sig0.000													
32.333	0.89	4.01	-	-	10	5	10	5	50	26	30	16	X ₂
Sig0.000													
21.586	1.14	3.24	8	4	14	7	23	12	40	21	15	8	X ₃
Sig0.000													
22.672	1.06	3.34	6	3	15	8	29	15	39	20	12	6	X ₄
Sig0.000													
21.696	1.05	3.21	6	3	19	10	32	17	32	17	10	5	X ₅
Sig0.000													
26.280	1.07	3.90	4	2	8	4	15	8	40	21	32	17	X ₆
Sig0.000													
17.927	1.37	3.42	10	5	23	12	12	6	27	14	29	15	X ₇
Sig0.000													

15.349	1.42	3.03	17	9	25	13	15	8	21	11	21	11	X ₈
Sig0.000													
23.228	1.05	3.38	4	2	17	9	29	15	37	19	14	7	X ₉
Sig0.000													
26.693	1.07	3.98	4	2	6	3	17	9	35	18	39	20	X ₁₀
Sig0.000													
22.954	1.09	3.48	6	3	14	7	23	12	42	22	16	8	X ₁₁
Sig0.000													
18.509	1.37	3.53	12	6	16	8	12	6	30	16	30	16	X ₁₂
Sig0.000													
22.204	1.17	3.61	6	3	12	6	25	13	30	16	27	14	X ₁₃
Sig0.000													
26.280	1.07	3.90	4	2	8	4	16	8	40	21	32	17	X ₁₄
Sig0.000													
24.983	1.08	3.75	6	3	10	5	10	5	53	28	21	11	X ₁₅
Sig0.000													
24.739	1.07	3.69	2	1	15	8	19	10	39	20	25	13	X ₁₆
Sig0.000													
19.865	1.19	3.28	12	6	10	5	33	17	31	16	15	8	X ₁₇
Sig0.000													
31.673	0.96	4.25	4	2	2	1	8	4	38	20	48	25	X ₁₈
Sig0.000													
34.631	0.90	4.34	2	1	4	2	6	3	35	18	54	28	X ₁₉
Sig0.000													
16.768	0.96	2.25	19	10	51	27	16	8	12	6	2	1	X ₂₀

Sig0.000													
19.616	1.23	3.36	10	5	16	8	23	12	38	17	19	10	X21
Sig0.000													
19.577	0.98	2.67	10	5	39	20	29	15	21	11	2	1	X22
Sig0.000													
19.992	1.20	3.32	10	5	12	6	35	18	25	13	19	10	X23
Sig0.000													
24.209	1.07	3.59	2	1	19	10	15	8	44	23	19	10	X24
Sig0.000													
20.214	1.08	3.03	-	-	44	23	19	10	25	13	12	6	X25
Sig0.000													
23.381	1.02	3.30	2	1	23	12	26	15	35	18	12	6	X26
Sig0.000													
20.847	1.01	2.94	6	3	31	16	33	17	25	13	6	3	X27
Sig0.000													
19.366	1.06	2.86	8	4	35	18	27	14	25	13	6	3	X28
Sig0.000													
1.54	1.12	2.73	19	10	19	10	33	17	27	14	2	1	X29
Sig0.000													
20.144	1.17	3.28	6	3	23	12	25	13	29	15	17	9	X30
Sig0.000													
16.702	1.23	2.86	14	7	31	16	23	12	21	11	12	6	X31
Sig0.000													
21.301	0.95	2.80	8	4	31	16	37	19	23	12	2	1	X32
Sig0.000													

21.823	1.12	3.40	6	3	17	9	23	12	39	20	15	8	X33
Sig0.000													
16.01	1.09	2.42	17	9	48	25	14	7	17	9	4	2	X34
Sig0.000													
15.565	1.19	2.57	19	10	37	19	17	9	21	11	6	3	X35
Sig0.000													
17.724	1.33	3.26	15	8	14	7	17	9	37	19	17	9	X36
Sig0.000													
21.034	1.22	3.57	10	5	12	6	12	6	46	24	21	11	X37
Sig0.000													
19.865	1.19	3.28	10	5	15	8	27	14	33	17	15	8	X38
Sig0.000													

*الجدول من اعداد الباحث بالاعتماد على الحاسبة الالكترونية

الاستنتاجات والتوصيات :

اولاً:"الاستنتاجات: توصلت الدراسة الى مجموعه من الاستنتاجات وهي :

- 1- هنالك استعداد لتبني مفاهيم الصيرفة الالكترونية في المصارف المبحوثة .
- 2- تمثل الصيرفة الالكترونية سمة مهمة جدا في العصر الحديث واحد إفرازاته المتطورة والقادرة على اختصار الوقت والجهد والتكاليف وتوفير الأدوات القادرة على تلبية احتياجات الزبائن بأقل وقت وجهد وتكلفة في مختلف العمليات المصرفية التي تمارسها .
- 3- ان متابعة الصيرفة الالكتروني وتبني مفاهيمها وتحقيقها وإجراء التطويرات المستمرة عليها يعد احد أهم واجبات الادارة والعاملين في المصارف .
- 4- أشرت نتائج وصف وتشخيص متطلبات الصيرفة الالكترونية بان هذه المكونات يمكن تطبيقها ، إذ تراوحت نسب الاتفاق حولها بين(50%)و(89%)مما يستنتج من ذلك إلى زيادة الاهتمام بهذه المكونات وامكانية تطبيقها .
- 5- كما اتضح من وصف متطلبات الصيرفة الالكترونية ان المعوقات التي تواجهها الصيرفة الالكترونية لاتمثل تهديدا لها إذ تراوحت نسبة عدم الاتفاق عليها بين(50%)و(70%)مما يؤشر على قدرة المصارف من تجاوز تلك المعوقات .
- 6- حاجة المصارف المبحوثة إلى التركيز والاهتمام بشكل اكبر لمتطلبات الصيرفة الالكترونية ذات العلاقة بتحسين اداء عمل المصارف .

ثانيا :التوصيات : جاءت الدراسة بالتوصيات التالية :

- 1- على الرغم من ان بعض المصارف الاهلية تطبق القليل من مكونات الصيرف الالكتروني الا انها بحاجة الى اهتمام اكبر من خلال توفير الصرافات الالية ATM وكذلك البطاقات المصرفية والصيرفة عبر الانترنت لتعزيز العلاقة مع الزبون .
- 2- ان اقبال العاملين على تبني مفاهيم الصيرفة الالكترونية لايغني تحقيق الصيرفة الالكترونية الامر الذي يتطلب التدريب على هذه التقنيات وتوفير المعدات والاجهزة المطلوبة لها .
- 3- واستنادا الى ماتقدم يتطلب من المصارف ادخال عمليات الصيرفة الالكترونية والتحول من العمل المصرفي التقليدي الى العمل المصرفي الالكتروني وفسح المجال أمام العاملين لاستخدامها بعد إشراكهم بدورات تدريبية متخصصة في هذا المجال.
- 4- ينبغي مشاركة العاملين كافة في تطوير وتحسين عمليات الصيرفة الالكترونية لانها تعد المعيار الوحيد للتنافس وتحقيق الراحة للزبون .
- 5- ضرورة دعم الإدارات العليا في المصارف وتقديم الاهتمام الكافي لبرامج الصيرفة الالكترونية .
- 6- ضرورة تحفيز العاملين المتميزين في مجال الحاسوب والانترنت والتي تساهم بدورها في نجاح عمليات الصيرفة الالكترونية لتحقيق الاهداف للمصارف وتحقيق الابداع والتميز .
- 7- العمل على الاستمرار في اجراء العديد من الدراسات المستقبلية حول الصيرفة الالكترونية وتطبيقاتها في العراق وتحسين مكانتها لدى الزبون .

المصادر:

- 1- احمد ،جميل ورشام ،كهينة (2011)،ب"طاقة الائتمان كوسيلة من وسائل الدفع في الجزائر"،الملتقى العلمي الدولي الرابع -عصره نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية.
- 2- البارودي، شيرين بدري،(2005) "دور اقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات الالكترونية (دراسة تحليلية عن البنوك الالكترونية)"، مؤتمر جامعة الزيتونة الأردنية عمان.
- 3- بودي ،عبدالقادر،بودي،عبدالصمد(2011)،"تكنولوجيا الانترنت كأداة لتميز الخدمات المصرفية" -مع الإشارة كحالة البنوك الجزائرية،الملتقى العلمي الدولي الرابع -عصره نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر،معهد العلوم الاقتصادية.
- 4- الحاج،مداح عرايبي ونعيمة ،بارك(2011)،"اهمية البنوك الالكترونية في تفعيل وسائل الدفع الالكترونية في الوطن العربي" -الواقع والافاق - الملتقى العلمي الدولي الرابع - عصره نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة ،معهد العلوم الاقتصادية.
- 5- زيدان محمد، (2011)"دور التسويق في القطاع المصرفي حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية"، اطروحة دكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، فرع تخطيط، كلية العلوم الاقتصادية و علوم تسيير، جامعة الجزائر.
- 6- الشمري،ناظم محمد،العبدلات ،عبد الفتاح زهير،(2008) "(الصيرفة الالكترونية)"، ط1،دار وائل للنشر ،عمان .
- 7- صالح ،مفتاح،فريدة،معرفي،2005،"البنوك الالكترونية"،المؤتمر العلمي الخامس :الاعمال المصرفية الالكترونية،جامعة فلاديفيا،كلية العلوم الادارية والمالية الجزائر.
- 8- عبدالقادر،عبدالصمد،(2011)،"تكنولوجيا الانترنت كأداة لتميز الخدمات المصرفية" ، - الملتقى العلمي الدولي الرابع -عصره نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة ،معهد العلوم الاقتصادية.

- 9- علي ،يوسفات وهاجر ،بوزيان الرحماني (2011)،"دور الهاتف الخليوي في تطوير وتحسين نظم الدفع في الجزائر" ، - الملتقى العلمي الدولي الرابع -عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانه ،معهد العلوم الاقتصادية.
- 10-قدومي ،ثائر عدنان (2008)،"العوامل المؤثرة على انتشار الصيرفة الالكترونية" - دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الالكترونية ،المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية ،المجلد 11،العدد2،عمان .
- 11-منصف،تطار محمد(2002)،"النظام المصرفي الجزائري والصيرفة الالكترونية" ،مجلة العلوم الانسانية ،العدد2،جامعة محمد خضيرة بسكرة .
- 12-مولوج،كمال وطلحة ،محمد(2011) ،"الصيرفة الالكترونية واثرها على جودة الخدمات المصرفية" ،الملتقى العلمي الرابع بعنوان : عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر -عرض تجارب دولية - معهد العلوم الاقتصادية ،الجزائر .
- 13-النجار ،فريد (2007)،"الادارة الالكترونية واعادة هيكلة الاستثمار في البنوك الالكترونية" ،الدار الجامعية للنشر ،الاسكندرية .
- 14- نورالدين،محرز و مريم،صيد(2011)،"نظام الدفع الالكتروني ودوره في تفعيل التجارة الالكترونية مع الإشارة كحالة الجزائر" ، الملتقى العلمي الدولي الرابع -عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي اهواس ،معهد العلوم الاقتصادية.
- 15-وادي،رشدي عبداللطيف (2007) ، "أهمية و مزايا البنوك الإلكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات انتشارها"،مجلة لجامعة الاسلامية (سلسلة الدراسات الانسانية)،المجلد 16،العدد2،غزة .

- ثانيا:- المصادر الأجنبية :

- 1-Rosoulia, mohsen&Safari,monire,2011,The reasons to lack of electronics banking achievement in iran ,international journal of managing information technology (ISMITE) vol3,NO3.
- 2-Barger,sren chiristion&Gensler,Sonja,2007,online banking customer :insights from Germany ,Journal of international banking and commrrce,vol12,NO1. (www.arrayder.com/commerce/jibc)
- 3- Radulescu,Magdaleua&serbanscu,2009,Development of the electronic banking services in Romania ,international Business information management association(IBIMA) ,VOL8.
- 4-Kolodinsky,Jane M&Hogarth ,Jeanne,&Hilgert,Marianne,2004,The adoption of electronic banking technologies by us consumers,The international journal bank marketing ,VOL22,NO4.
- 5-Sahoo,Ranjit,kumar&swain,Sukanta Chandra,2012,Stady of perceived value and performance of electronic banking in India with special reference to pan jab ,journal national bank ,VOL15,NO1. (www.indus.edu.pk/website/journal/rangitinternetbanking.pdf) .

ثالثاً: الانترنت

- 1- جاسم السنوسي، "المصارف الالكترونية"، مقال منشور على الانترنت على 2012 الموقع : www.Bank.Of.cd.com
- 2- يونس عرب، "البنوك الخلوية"، أفوكاتو الجزائر - أخبار و مقالات-، تاريخ الإطلاع: 21 نوفمبر 2005، www.avokato.com.

وزارة العليم العالي

جامعة تكريت / كلية الإدارة والاقتصاد

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

ملحق رقم (1)
م / استثمارة استبيان
تحية طيبة...

تمثل هذه الاستثمارة جزءاً من انجاز البحث الموسوم " تطبيق أدوات الصيرفة الالكترونية ومعوقاتها في المصارف العراقية -دراسة تطبيقية في عدد من المصارف الأهلية والحكومية ". وبالتأكيد فإن مشاركتكم في تقديم الصورة الحقيقية ستكون ذات اثر ايجابي في إخراج هذه الدراسة بالمستوى المطلوب. لذا نرجو تفضلكم مشكورين باختيار الإجابة التي ترونها مناسبة لكل سؤال دون ترك أي سؤال لان ذلك يؤدي إلى إهمال الاستثمارة بالكامل علماً بأن البيانات المدونة تتسم بطابع السرية والأمانة العلمية نشكركم على حسن استجابتكم.....مع تمنياتي لكم بالنجاح الدائم في أداء أعمالكم.

ملاحظات عامة

- 1.يرجى الإجابة على جميع الأسئلة لان ترك أي سؤال دون إجابة يعني عدم صلاحية الاستثمارة للتحليل.
- 2.يرجى وضع علامة (✓) في الحقل الذي يمثل وجهة نظرك.
- 3.بإستطاعة الباحث الإجابة على أسئلتكم واستفساراتكم الخاصة بالاستثمارة.

الباحث

م.م.جمال هداش محمد

أولاً: بيانات عامة حول مالى الاستثمار

1. العنوان الوظيفي الحالي: ()
2. عدد سنوات الخدمة: () سنة
3. الموقع الوظيفي (الإداري):
- مدير مصرف () محاسب () أمين صندوق ()
- رواتب () كاتب حسابات () وظيفة أخرى ()
4. سنوات الخبرة في العمل المصرفي:
- أقل من خمس سنوات () أقل من عشر سنوات ()
- أقل من خمسة وعشرون سنة () أقل من عشرون سنة ()
5. العمر: () سنة
6. الجنس: () ذكر () أنثى
7. التحصيل الدراسي:
- () إعدادية () دبلوم () بكالوريوس () دبلوم عالي ()
- ماجستير () دكتوراه ()

9- عدد الدورات التدريبية في مجال استخدام الصيرفة الالكترونية:

دورة استخدام الصرافات الآلية ATM () دورة البطاقة المصرفية () دورة استخدامات الصيرفة عبر الانترنت () دورة الانترنت () دورات أخرى : نوعها عددها () دورة

*الصيرفة الالكترونية :تعرف بأنها تلك العملية التي تستطيع من خلالها المصارف او المؤسسات المالية التي تقوم على الركائز الالكترونية والتي تستطيع توظيف كافة التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلوماتية أن تقوم بتقديم كافة خدماتها المصرفية بأمان مطلق.
*متطلبات تطبيق الصيرفة الالكتروني

ت	الأسئلة	لا اتفق تماماً	لا اتفق	اتفق إلى حد ما	اتفق تماماً
1	تتوفر البنية التحتية للصرافات الآلية في مصرفنا				
2	نعمل على تدريب العاملين في مصرفنا وتطوير مهاراتهم للتعامل مع التقنيات الجديدة				
3	توجد تشريعات و قوانين تنظم أعمال العمل المصرفي الالكتروني				
4	الإدارة العليا للمصرف تتبنى مفاهيم الصيرفة الالكترونية				

5	زبانننا على الاستعداد للتعامل مع الصيرفة الالكترونية				
6	تتوفر في مصرفنا قاعدة بيانات عن الزبائن المتعاملين مع المصرف				
7	يوجد للمصرف قاعدة بيانات على الانترنت				
8	يرتبط المصرف بشبكة انترنت مع المصارف الاخرى				
9	يثق زبانننا بالتعامل مع الصيرفة الالكترونية				
10	يمكن الترويج للخدمات المصرفية الالكترونية من خلال الاعلان وغيرها				
11	ضرورة إعفاء المصارف الالكترونية من الرسوم لتصبح مجانية				
12	خدمات الانترنت المتاحة تمكن الزبون من الاتصال باي وقت				
13	نهتم بالمشاكل المتعلقة بالانترنت فيم يخص حسابات الزبائن				
14	التخطيط الجيد والسليم لاستخدام المصرف هذه التقنية				
15	توفر الموارد المالية الكافية لأداء عمليات الصيرفة الالكترونية				
16	تتوفر الأجهزة والمعدات لعمل الصيرفة الالكترونية				
17	تدعم الحكومة برامج الصيرفة الالكترونية وتتبنها				
18	ضرورة الحفاظ على السرية التامة في التعاملات الالكترونية مع الزبائن				
19	ضرورة تصميم مواقع المصرف باللغة العربية والإنكليزية لتسهيل الاستخدام وتجنب التعقيد				

*معوقات الصيرفة الالكترونية

ت	الأسئلة	لا اتفاق تماما	لا اتفاق	اتفاق إلى حد ما	اتفاق تماما
1	عدم رغبة الإدارة العليا بالاستعداد بالتعامل مع عمليات الصيرفة الالكترونية				
2	تتوفر البنية التقنية اللازمة للصيرفة الالكترونية في مصرفنا				
3	عدم رغبة الزبائن التعامل مع الخدمات المصرفية الالكترونية				
4	عدم انتشار مواقع الصرافات الآلية في البلد				
5	بطء خدمات الانترنت في البلد من قبل المزود				
6	تعرض خدمات الصيرفة الالكترونية في البلد إلى المخاطرة بسبب القرصنة				
7	يفضل الزبائن التعامل مع المصارف التقليدية أكثر من الالكترونية لعدم مواجهة التغيير				
8	درجة الأمان في الخدمات المصرفية الالكترونية منخفضة				
9	عدم توفر الإطار القانوني للعمل المصرفي الالكتروني				
10	احتمال تعرض بيانات الزبائن للاختراق والسرقة من طرف ثالث				
11	لا تتوفر لدى العاملين المهارات اللازمة لأعمال الصيرفة الالكترونية				
12	صعوبة تصميم المواقع وتحديثها من قبل المصرف				
13	ارتفاع التكاليف للصيرفة الالكترونية				
14	لا تتوفر شبكة الانترنت بين المستخدمين بشكل كافي				
15	لا تتوفر الميزانية اللازمة للصيرفة الالكترونية من قبل المصرف				
16	صعوبة التعرف على هوية الزبون بشكل كافي من خلال الصيرفة الالكترونية				
17	لا تتوفر شبكة انترانت تربط المصارف فيما بينها				
18	عدم انتشار نقاط البيع الصرافات الآلية ATM في العراق				
19	تعرض عمليات الصيرفة الالكترونية للعديد من المخاطر من قبل الموظف المختص لعدم تدريبه بشكل كامل				