

## اعتماد البنوك الالكترونية لأغراض جذب الزبائن في البنوك العامة (المصرف التجاري العراقي نموذجاً)

مصطفى صباح حليحل

قسم الادارة العامة

كلية الادارة والاقتصاد – جامعه سومر

ذي قار – العراق

نوار علي مكطوف

قسم ادارة الاعمال

كلية الادارة والاقتصاد – جامعه سومر

ذي قار – العراق

### الخلاصة

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أنظمة الدفع الإلكتروني، وأهم المزايا التي تقدمها للمصارف من خلال استطلاع آراء مديري وموظفي المصارف الحكومية في العراق لمدى مواكبتها للتقدم التكنولوجي في تقديم الخدمات المصرفية ومعرفة نوعية الخدمات المصرفية عبر شبكة المعلومات العالمية، وبيان ان تحسين نوعية الخدمة وتطوير المنتج المصرفي احد أهم عوامل النجاح. ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم استبانة وتوزيعها على مجتمع الدراسة والمتمثل في المصارف الحكومية في العراق، اما عينة الدراسة فكانت متمثلة في المصرف التجاري العراقي، وبلغ عدد استبيانات الموزعة (45) استبانة استرجاع منها (30) استبانة صالحه للتحليل الإحصائي، حيث توصلت الدراسة الى ان المصرف التجاري العراقي هو المصرف الوحيد في العراق الذي يوفر هذه الخدمات مما دعاني الى ان ابذل قصارى الجهد لتجليته وبيانه للمشرع العراقي، وكذلك الرغبة في إبراز دور وأهمية خدمات البنوك الالكترونية المقدمة للعملاء لما توفره من وقت وجهد، ودورها في تطوير العديد من النواحي المتعلقة ببيئة الأعمال في البلاد.

## مشكلة البحث

تكمن مشكلة البحث في معرفه اهمية ومزايا البنوك الالكترونية وماهية معوقات انتشارها في العراق لكي تمارس اعمالها التجارية الالكترونية او عبر شبكة الانترنت , وان البنوك الالكترونية في العراق لا تزال بمراحلها الاولى تحتاج تضافر الجهود من كل الاطراف المصرفية وعلى كل المستويات سوى من قبل البنك المركزي العراقي والبنوك التجارية والعملاء المتعاملين معهم.

## اهمية البحث

1. تظهر اهمية البحث في التعرف على واقع البنوك الالكترونية ومميزاتها عن غيرها من البنوك التقليدية.
2. كما تكمن اهمية البحث في معرفة انواع الخدمات الالكترونية التي يبحث عنها العملاء ويفضلون تواجدها في المصارف حتى تتمكن هذه المصارف من توفيرها وتقديمها للعملاء.
3. التعرف على انماط البنوك الالكترونية في دول العالم المتقدم وخيارات قبول الايجابية منها ورفض السلبية.
4. التعرف على واقع البنوك الالكترونية في دول العالم المتقدم والاستفادة القصوى من اتجاهاتهم في هذا المجال بالنسبة للبنوك العراقية .

## اهداف البحث

1. التعرف على مزايا توفر البنوك الالكترونية في حالة تقديم الخدمات عبر الانترنت .
2. التعرف على دور الخدمات الالكترونية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية.
3. التعرف على مدى اهمية توفير البنوك الالكترونية من جهة نظر الادارة العليا ونجاحها في جذب العملاء وتقديم الخدمات التجارية .
4. التعرف على مدى الصعوبات التي تواجه البنوك الالكترونية نجاحها في تقديم الخدمات عبر الانترنت.

## فرضية البحث

هل هناك توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين عوامل جذب الزبائن (الثقة , الامن , سهولة الاستخدام , الفائدة) والبنوك الالكترونية .

## عينة البحث

تمثل مجتمع الدراسة مصرف التجاري في محافظة ذي قار – الناصرية , مجالاً للدراسة حيث اخترت منه عينة عشوائية شملت عدداً من الموظفين ورؤساء الاقسام وقد بلغ عدد افراد العينة (45) استبانته واسترجع (30) استبانة .

## حدود البحث

1. الحدود البشرية : تتمثل في الموظفين العاملين في المصرف التجاري.
2. الحدود المكانية : حيث تم اختيار مصرف التجاري العراقي في محافظة ذي قار من خلال تحديد عينة العاملين .
3. الحدود الزمنية : تقع المدة التي جريت فيها الدراسة من (7-1-2016) الى (31-6-2016) .

## مصطلحات البحث

4. البنوك الإلكترونية (E-BANKING): وهي البنوك أو المؤسسات المالية التي تقوم كافة العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الرسائل الإلكترونية أو الضوئية .
5. بطاقة الصرف الآلي (ATM) : وهي احد أنواع البطاقات المصرفية وهي تعني بطاقة المصرف الآلي التي تقدرها البنوك لعملائها التي تمكنهم من أداء العديد من العمليات المصرفية دون الرجوع إلى البنك مثل السحب النقدي والشراء من التجار والتعرف على الأرصدة .
6. بطاقة فيزا الدولية (Visa International): تعد اكبر الشركات الدولية في إصدار البطاقات الائتمانية يعود تاريخ إنشائها إلى عام (1958) عندما اصرفه مصرف أمريكا البطاقات الزرقاء والبطاقات البيضاء والبطاقات الذهبية .
7. ماستر كارد (MasterCard): وهي ثاني اكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية , مقرها في الولايات المتحدة الأمريكية بطاقتها مقبولة لدى أكثر من 9.4 مليون تجاري , استخدمت لتسوية معاملات بلغت أكثر من 200 مليون دولار .

## المبحث الأول

## البنوك الإلكترونية

## أولاً : مفهوم البنوك الإلكترونية

البنوك الإلكترونية على أنها تظم كافة العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الوسائل الإلكترونية أو الضوئية مثل الهاتف والحاسب والمصارف الآلي والانترنت والتلفزيون الرقمي وغيرها والبطاقات الإلكترونية وأيضاً المؤسسات التي تتعاطى التحويلات النقدية وفي تعريف اخر يعرف البنوك الإلكترونية<sup>(1)</sup>. على أنها تلك الوحدات الطرفية التي تقوم بتقديم الخدمات المصرفية من خلال استخدامات الحاسبات الإلية حيث تعد هذه الوحدات بمثابة منافذ أو فروع لها مادامت تعد طرفياً عن مبنى المصرف<sup>(2)</sup>.

ويعرف هي البنوك أو المؤسسات المالية التي تقوم على الركائز الإلكترونية وتوظيف كافة التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات لتقديم كافة الخدمات المصرفية بأمان مطلق<sup>(3)</sup>.

والبنوك الإلكترونية من وجهة نظر (إبراهيم, 2010: 99). إلى استخدام تعبير البنوك الإلكترونية أو بنوك الانترنت كتعبير شامل للمفاهيم التي ظهرت في مطلع التسعينات كمفهوم الخدمات المالية من يعد أو البنوك الإلكترونية عن بعد أو البنك المنزلي أو الخدمات المالية وجميعها تعبيرات تتصل بقيام الزبائن بإدارة حساباتهم وانجاز أعمالهم المتصلة بالبنك<sup>(4)</sup>.

من منظور اخر تعرف هي قيام عملاء البنوك بإدارة معاملاتهم وإعمالهم المصرفية من المكتب أو المنزل أو إي مكان آخر وفي إي وقت الذي يريده ويقومون بإنجاز الأعمال المصرفية عبر شبكة الاتصالات الإلكترونية مما يؤدي إلى تسهيل انجاز المعاملات المصرفية وتخفيض هائل من التكاليف انجاز الخدمة المصرفية إضافة إلى زيادة خدمات أمنية وحماية العملاء وضمان سرية التعاملات وقد تؤدي إلى انخفاض درجة الارتباط والولاء بين العمل ومصرفه<sup>(5)</sup>.

## ثانيا: أهمية البنوك الإلكترونية

1. تخفيض النفقات التي يتحملها البنك لإجراء بعض المعاملات البنكية المختلفة بدون الحاجة إلى الانتقال إلى البنك وهذه تؤدي إلى توفير تكلفة إنشاء فروع جديدة للبنك في مناطق بعيدة .
2. إن دخول البنوك العالمية نحو شبكة الانترنت وما تملكه من قدرات على المنافسة يلزم بضرورة دخول البنوك العربية إلى هذه الخدمة لمواجهة التحديات الجديدة الناجمة عن عرض البنوك الأجنبية لخدماتها وقيام العملاء وفقا لذلك بالمقارنة بين خدمات جميع البنوك لاختيار ما يناسبها .
3. تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات .
4. إن البنوك الإلكترونية تساهم في تسيير التعامل بين البنوك وجعله متوصلا على مدار الوقت .
5. توفير المزيد من فرص العمل والاستثمار<sup>(6)</sup>.

## ثالثا : أنماط البنوك الإلكترونية

هناك ثلاث صور أساسية للبنوك الإلكترونية

1. الموقع ألمعلوماتي (information) : وهو المستوى الأساسي للبنوك الإلكترونية أو ما يمكن تسميته بالحد الأدنى من النشاط الإلكتروني المصرفي ومن خلال فإن البنك يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية .
2. الموقع التفاعلي أو الاتصالي (communicative) : يسهل هذا الموقع بنوع من التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه كالبريد الإلكتروني وتعبئة طلبات أو نماذج على الخط أو تعديل معلومات القيود والحسابات .
3. الموقع التبادلي (Transactional) : وهو المستوى الذي يمارس فيه البنك خدماته وأنشطته في بيئة الكترونية حيث يسمح للزبون بالوصول إلى حساباته وإدارتها وإجراء الدفعات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية وإجراء الحوالات بين حساباته داخل البنك ومع جهات خارجية .

## رابع : وسائل الدفع الإلكترونية

1. البطاقات الائتمانية المصرفية (electronic credit cards) : ظهرت لأول مرة في حوالي 1914 عندما أصدرت شركة البترول الأمريكية بطاقات معدنية لعملائها لشراء ما يحتاجون إليه من منافذ التوزيع التابعة لها وتسوية حسابات هذه المشتريات في نهاية كل مدة محددة واتسع الاستخدام الحقيقي للبطاقات على يد البنوك حيث اصدرت لعملائها هذه البطاقات المصرفية في عام 1950 وأصبحت تصرف بالبطاقات البنكية أو البلاستيكية<sup>(8)</sup>.

وتقسم البطاقة المصرفية الى قسمين :

- أ. البطاقة الائتمانية غير القرضية : وهي وسيلة الإلكترونية للدفع (debit cards) ويطلق على هذا النوع من البطاقات ببطاقات المدين الفوري ويعرفها بأنها بطاقات بلاستيكية ممغنطة تصدرها البنوك التجارية او مؤسسات مالية يستطيع حاملها عند استخدامها ان يحول مبالغ من حسابه لدى البنك التجاري الى حسابه المستفيد سواء كان مطعما او دائرة حكومية لدى نفس البنك شرط ان تكون الجهة المستفيدة مشاركة في برنامج تحويل الاموال الإلكترونية في ذلك البنك او المؤسسة المالية<sup>(9)</sup>.
- ب. البطاقة الائتمانية القرضية : هي عبارة عن وسيلة تحول حاملها بالثراء الاجل وتكون بشكليين :

الشكل الاول: بطاقات ائتمان متجددة .

بموجب هذه البطاقة يمنح المصرف الزبون ائتمانا يسمح له بسداد رصيد استخداماته البطاقة طويلة الاجل انه اذا قدم حامل البطاقة على استعمال البطاقة بما هو اكثر من رصيد حسابه فان ذلك يعتبر بمثابة قرض من المصرف بالفائدة المتفق عليها في عقد اصدار البطاقة<sup>(10)</sup>.

الشكل الثاني : بطاقات ائتمان غير متجددة

تختلف هذه البطاقات عن سابقتها بأنها بطاقات غي متعددة ويجب ان يتم سدادها خلال فترة زمنية محددة يتم الاتفاق عليها بين المصرف والزبون وعادتا لا تتجاوز شهر ويطلق عليها بطاقات الصرف ويتقاضى البنك عمولة سحب نقدي مقداره 4% وتشير الدراسات الإحصائية الشهري أجريت عام 1994 في الولايات المتحدة الامريكية ان 2628 بطاقة ائتمانية تصدر ويتم تداولها لكل الف نسمة مقارنة باليابان التي تصدر 1945 بطاقة ان المواطن الامريكي يدفع قيم 50% من مشترياته بواسطة البطاقة الائتمانية وارتفع عددها بنسبة 20% عن 1993. بينما لا تتجاوز 786 بطاقة في أوروبا (11).

2. الصكوك الالكترونية : تعد من اهم الوسائل الدفع الالكترونية ويشير الصك الالكتروني هو المكافئ الالكتروني للشيكات الورقية التقليدية التي اعتدنا التعامل بها وهو رسالة الكترونية موثوقة مؤمنة يصدرها مصدر الشيك الى مستلم الشيك ليعتمده ويقدمه الى البنك الذي يعمل به ليقوم البنك اولا بتحويل قيمة الشيك المالية الى حساب حامل الشيك وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادته الكترونيا إي مستلم الشيك ليكون دليلا على انه قد تم صرف الشيك فعلا (12).

3. النقود الالكترونية : هو مخزون الكتروني قيمة نقدية على وسيلة تقنية يستخدم بصورة شائعة للقيم والمدفوعات للمتقدين غير من اصدرها دون الحاجة الى حساب مصرفي (13).

خامسا: مزايا البنوك الالكترونية (14)

تعد البنوك الكترونية في تقديم خدمات متميزة عن غيرها من البنوك التقليدية تلبية لاحتياجات العميل المصرفي وهو ما يحقق للبنك مزايا عديدة عن غيرها من البنوك المنافسة وفيما يلي اه مزايا البنوك الالكترونية:

أ. إمكانية الوصول الى قاعدة اوسع من العملاء : تتميز البنوك الالكترونية بقدرتها على الوصول الى قاعدة عريضة من العملاء دون التقييد بمكان او زمان معين كما تتيح لهم إمكانية طلب الخدمة في اي وقت وعلى طول أيام الأسبوع وهو ما يوفر الراحة للعميل إضافة الى سرية المعاملات التي تميز هذه البنوك تزيد من ثقة العملاء فيها .

ب. تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة : تقدم البنوك الالكترونية كافة الخدمات المصرفية التقليدية والى جانبها خدمات أكثر تطورا عبر الانترنت تميزها عن الاداء التقليدي .

ت. زيادة كفاءة البنوك الالكترونية : مع اتساع شبكة الانترنت وسرعة انجاز الاعمال عن البنوك التقليدية اضحى سهلا على العميل الاتصال بالبنك عبر الانترنت الذي يقوم بتنفيذ الاجراءات التي تنهي في اجزاء صغيرة من الدقيقة الواحدة بأداء صحيح وكفاءة عالية مم لو انتقل العميل الى مقر البنك شخصيا وقابل احد موظفيه الذين عادة ما يكونون مشغولون عنه .

ث. خفض التكاليف : من أهم ما يميز البنوك الالكترونية تكاليف تقديم الخدمة منخفضة مقارنة بالبنوك العادية ومن ثم فإن تقليل التكلفة وتحسين جودتها هي من عوامل جذب العميل .

ج. خدمات البطاقات : توفر البنوك الالكترونية خدمات متميزة لرجال الاعمال والعملاء. واما اهم المزايا التي تحققها البنوك الالكترونية للفرد هي (15).

1. ان اهم مزايا البنوك الالكترونية امكان وصول البنوك الى قاعدة اعرض من العملاء المودعين
2. والمقترضين وطالبي الخدمات المصرفية .
3. تخفيض التكاليف والنققات التي يتحملها البنك لإجراء بعض المعاملات البنكية المختلفة بدون الحاجة للانتقال الى البنك .
4. تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات.
5. اختصار المسافات الجغرافية ورفع الحواجز التقليدية .
6. قيام علاقات مباشرة بين المشتري والبائع.
7. تسير التعامل بين المصارف وتجعله على مدار الساعة .

سادسا : طريقة التسجيل في البنوك الالكترونية

1. لإنشاء حساب جديد عليك الدخول الى البنك تفتح لك الصفحة الرئيسية اختر create in account فتح حساب واضغط عليه.



2. تفتح لك صفح الاتفاقية مع البنك لتضمن انت والبنك حقوقكما اضغط على AGREE على انك موافق.  
3. وبعد ذلك تفتح لك صفحة وكل شيء مشروح ولا تعطى تتم التسجيل لكن عليك الاحتفاظ بكلمة السر ولا تعطى لأحد .



### 1. Account Name

Specify a name for your account. The account name will be displayed when someone is spending or receiving e-metal to this account. An optional description may be entered.

Examples: "Joe's e-gold account", "ABC Widgets Inc", "Caesar T. Oglethorpe".

<b>Account Name:</b>	إسم الحساب
Description:	يفضل تركها
Additional Description:	يفضل تركها



### 2. User Name

Specify a user name for yourself. The user name will be displayed in the account history, to clarify one account user from another. Currently a single user is supported per account. You may also enter a description of the user if desired.

Example User Names: "Joe Hampton", "Dr. N.", "Caesar T. Oglethorpe".  
Example Descriptions: "Trustee", "Deputy Comptroller"

<b>User Name:</b>	اسم الدخول
Description:	يفضل تركها

الخطوة التالية:

## 4. Passphrase



Use the SRK passphrase entry button to thwart keyboard loggers and common viruses.

New e-gold Account Passphrase: 

(Minimum length 8)

(Must contain Letters and Numbers)

(Do not reuse a passphrase from other web sites)

New e-gold Account Passphrase again:   
(Verify)

## 5. Turing Number Entry

**NOTE:** This is **not** your e-gold account number.  
Your new account number will be **emailed** to you.Enter the sequence of random numbers  
displayed in the above grid:

كتابة الأرقام التي تظهر في الأعلى

[Audible Turing Number](#)Requiring this number entry prevents other sites from submitting your  
information to e-gold automatically. It also prevents certain Denial of Service attacks.

الآن تم إنشاء الحساب ولا ينقص الا التفعيل يرسل لك البنك رسالة إلى ايميلك فيه رقم حسابك المؤلف من سبع منازل - احفظ رقم الحساب.

يمكنك اعطاء رقم الحساب للشركات عند التسجيل بها ليرسلوا إرباحك إلية ولا خوف من ذلك

### Account Created

تم انشاء الحساب

Your new e-gold™ Account Number has been sent to:  
رسالة تم ارسالها الى بريدك تتضمن رقم الحساب  
[alayoua@gmail.com](mailto:alayoua@gmail.com)

Upon receiving the email message, please [Access Your Account](#) to familiarize yourself with that process. You can then begin spending and receiving e-metal to and from any other e-gold user in the world!

**ملحوظة : يفضل استخدام بريد غير الياهو الهوتمايل**

Attention **Hotmail** and **Yahoo!** users!

☆ [NewAccountRobot\\_donotreply@e-gold.com](mailto:NewAccountRobot_donotreply@e-gold.com) à mo [Autres options](#) 10:01 (il y a 4 minutes)

Your new e-gold account number is:

Click on "Access your Account" at the e-gold site to login and begin using

(موقع الريح العربي للتجارة الالكترونية) \ (منتدى المال والإعمال)

سابعا: اصناف الخدمات المصرفية الإلكترونية (14)

أ. الصيرفة الإلكترونية من خلال الصرافات الإلكترونية من وسائل الصيرفة الإلكترونية أجهزة الصرف الآلي التي تؤدي دورا هاما في توزيع المنتجات المصرفية .

1. الموزع الآلي للأوراق ( D.A.B ) Distributeur Automatique Billets هو اله اتوماتيكية تسمح للعميل عن طريق بطاقة الكترونية بسحب مبلغ من المال دون حاجة للجوء الى الفرع.

جدول رقم (1)

الموزع الآلي للأوراق

المبادئ العامة	التقنية	النتائج	الموزع الآلي للأوراق D.A.B
1. يسمح بالسحب لكل حائز على بطاقة السحب	1. جهاز موصول بوحدة مراقبة الكترونية	تخفيض نشاط السحب في الفروع	
2. يوجد في البنوك , الشوارع	2. هذه الاخيرة تسجل عليها		
3. يعمل بدون انقطاع	مبالغ المالية الممكن سحبها اسبوعيا.		

2. أيضا الهاتوماتيكية أكثر تعقيدا وتنوعا فبالإضافة إلى خدمة السحب النقدي تقدم خدمات أخرى كقبول الودائع , طلب صك عمليات التحويل من حساب إلى أخرى وكل ذلك وشبائك الاوتوماتيكية للأوراق متصلة بالحاسوب الرئيسي للبنك .

جدول رقم (2)

جدول الشباك الآلي للأوراق G.A.B

المبادئ العامة	التقنية	النتائج	الشباك الآلي للأوراق G.A.B
يخول لكل حائز على بطاقة للقيام بالعديد من العمليات منها السحب , معرفة الرصيد , القيام بالتحويلات , طلب شبكات	جهاز موصول بالكمبيوتر الرئيسي للبنك يقرأ المدارات المغناطيسية	يستعمل من طرف الزبائن في اوقات غلق البنوك خاصة الزبون المستعجل	

نهائي نقطة البيع الالكتروني ( T.P.V Terminal point de vente ) تسمح هذه التقنية بخصم قيمة مشتريات العميل من رصيده الخاص بعد ان يمرر الموظف نقطة بيع البطاقة الائتمانية على القارئ الالكترونية الموصول مباشرة مع الحاسوب المركزي للبنك لإدخال الرقم السري للعميل ( code pin ) اي تخم القيمة م رصيد وتضاف الى رصيد المتجر الكترونيا .

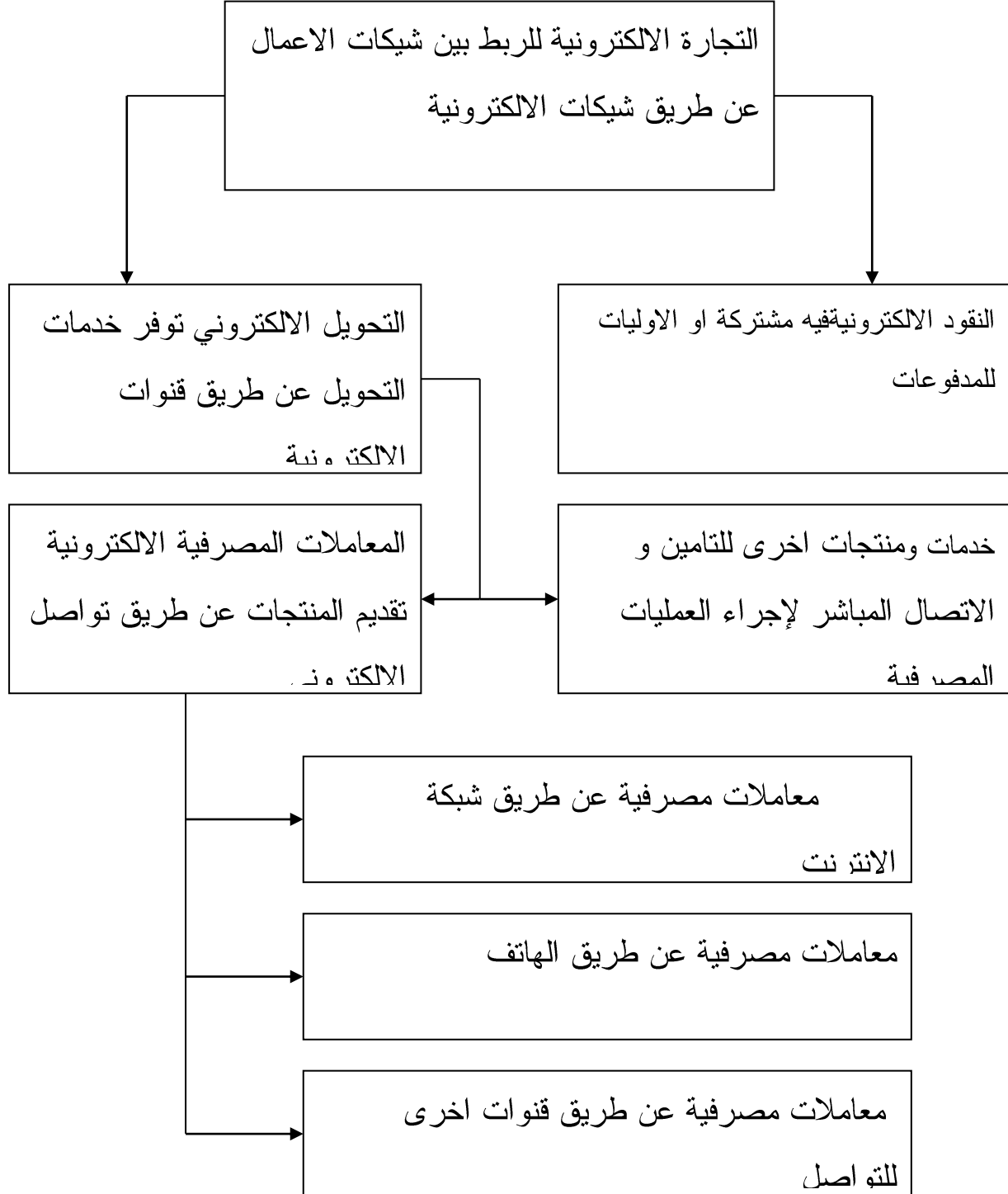
## جدول رقم (3)

## جدول نهائي البيع الالكتروني T.P.V

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	
يحل مشاكل نقل الاموال ويحفظ الامن	فروع موصولة بشبكة تجمع بنوكا مختلفة	يوضع في المحلات حيث يسمح للعميل بتسوية عملياته التجارية بالبطاقة اثناء التسديد	نهائي نقطة البيع الالكتروني T.P.V

شكل رقم (1)

يوضح صور معاملات المصرفية الالكترونية



www.Bank.Of.cd.com..

### ثامنا: المشاكل المرتبطة بالمصارف من خلال الانترنت

هناك الكثير من المشاكل المتعلقة بالمصارف من خلال الانترنت وبعض هذه المشاكل متعلقة بالدعم وأخرى متعلقة بشبكة الانترنت وهذه المشاكل تحدث نتيجة للدخول على شبكة الانترنت (15).

1. مسألة الدعم التقني : وفقا لما اولي به Teo,Tan,2000 فانه زاد مدى التفهم التقني والدعم الذي توجه به المصارف من خلال الانترنت فان الاحتمال يصبح اكبر في ان يتم تبني المصارف من خلال الانترنت ويمكن تفسير ذلك بان احتياجات المصارف من خلال الانترنت لدعم التقني تضمنت تطويرها وبالتالي ازدياد احتمال تقلبها وتبنيها من قبل العملاء
2. الدعم الحكومي : ان الدعم الحكومي اصبح من العناصر الهامة لتبني المصارف من خلال الانترنت وبدون وجود دعم حكومي فانه يصبح من العب جدا ان يتم تبني المصارف من خلال الانترنت
3. مشاكل الهجمات : هناك العديد من الهجمات التي تضر بالمصارف من خلال الانترنت وهذه التهجومات تهدف للحصول على المعلومات شخصية من اجل استخدامها بشكل غير قانوني او اعادة استخدامها لاختلاس الاموال من العملاء الذين يتعاملون مع حساباتهم .

### تاسعا: البطاقات المصرفية (16)

أولا: البطاقات الائتمان

وهي اداة دفع وسحب نقدي يصدرها بنك تجاري أو مؤسسة المالية تمكن حاملها من شراء بالأجل على ذمة مصرها ومن الحصول على النقد افتراضيا من مصدرها او من غيره بضمانه وتمكنه من الحصول على خدمات خاصة

أ-اطراف بطاقة الائتمان

1. المنظمة العالمية : وهي التي تملك العلامة التجارية للبطاقة وتقوم بالإشراف على اصدار البطاقات وفق اتفاقيات خاصة مع البنوك المصدرة ومن اشهرها منظمة فيزا VISA ومنظمة ماستر كارد MASTER CARD
2. حامل البطاقة : وهو عميل البنك الذي صدرت البطاقة باسمه حول باستخدامها وتلتزم بالوفاء بكل ماينشأ عن استعماله لها .
3. مصدر البطاقة : وهو البنك او المؤسسة التي تصدر البطاقة بناء على ترخيص معتمد من المنظمة العالمية بصفة عضوا فيها ويقوم بالسداد وكالة عم حامل البطاقة للتاجر .
4. قابل البطاقة : وهو التاجر الذي يتعاقد مع مصدر البطاقة على تقديم السلع والخدمات التي يطلبها حامل البطاقة .

ب-انواع البطاقات الائتمان

1. بطاقة الخصم الفوري DEBIT CARD  
تصدر لمن له رصيد في حسابه وتخول لصاحبها السحب من رصيده أو تسديد إئتمان السلع والخدمات ولا تخوله الحصول على ائتمان وتصدر هذه البطاقة برسم او بدونه .
2. بطاقة الائتمان والحسم لأجل charge card  
وهي اداة ائتمان في حدود سقف معين ولفترة محدودة وهي اداة وفاء ايضا وتستعمل في تسديد ائتمان السلع والخدمات ولا تسمح هذه البطاقة لحاملها تسهيلات ائتمانية متجددة حيث يتهين عليه المبادرة بدد ثمن مشتريات خلال فترة محددة .
3. بطاقة الائتمان المتجددة credit card
4. تميز بأنها اداة ائتمان في حدود سقف متجدد على فترات يحددها مصدر البطاقة وهي اداة وفاء ايضا.

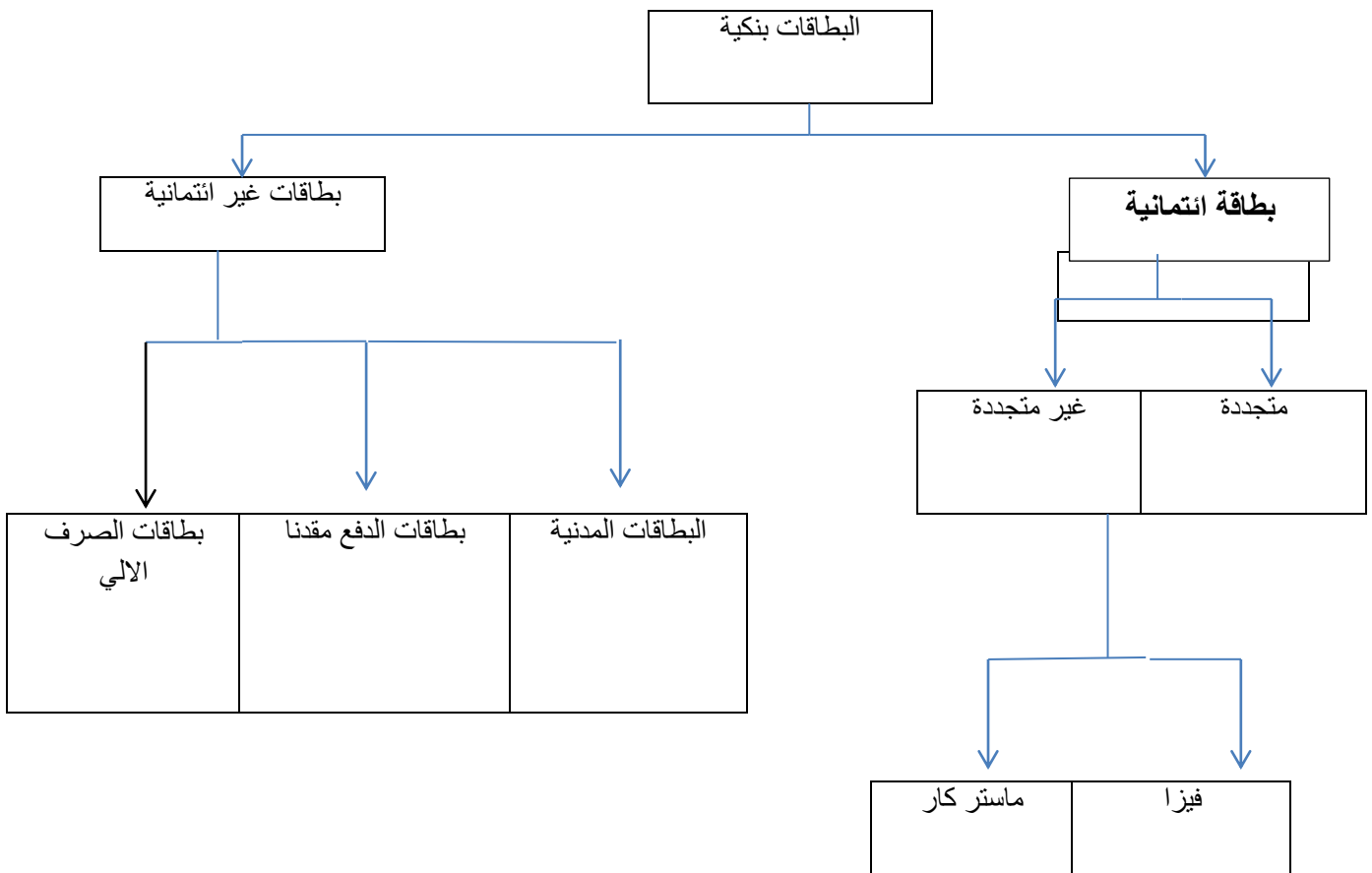
ثانيا: بطاقة الصرف الالي ATM

تصدر البنوك بطاقات الصرف الالي لعملائها التي تمكنهم من اداء العديد من العمليات المصرفية دون الرجوع الى البنك مثل سحب النقدي والشراء من التجار على الارصدة والتحويل .

أ- انواع بطاقات الصرف الالي :

1. بطاقة الصرف الآلي الداخلية: وهي داخل الدولة فقط .
2. بطاقة الصرف الالي الخارجية : تستخدم داخل وخارج الدول بحيث يستطيع حاملها استخدامها في جميع انحاء العالم ومن امثلتها فيزا الكترون تابعة لفيزا وماستر تابعة لماستر كارد.

شكل رقم ( 2 )  
يوضح اشكال البطاقات البنكية



(مجلة الدراسات المالية المصرفية , 1998: 20)

## عاشرا: ابعاد البنوك الالكترونية (17).

اولا: الثقة

الثقة هي مفهوم صعب جدا لتعريف لأنه تميل في أشكال كثيرة وقد حدد بعض الباحثين الثقة وفقا للنظرة التأديبية الخاصة كما عرفها علماء النفس باعتبارها الميل إلى الوثوق بالآخرين باعتبارها سمة من سمات البيئة المؤسسة العديد من المتغيرات . تحتاج اولا الى تشكيل فكرة واضحة عن ما هو مجرد الثقة . الادب يفشل في اتخاذ هذه الخطوات غالبا ما ينتهي التسبب في مزيد من الارتباك والجدل بين الباحثين بدلا من اضافة الى قاعدة المعرفة وقد سلط الضوء على عدم وجود تعريف مقبول على نطاق على اهمية الثقة في سلوك الانسان ولكن يبدو ان نقص واسع النطاق على اهمية الثقة في سلوك الانسان ولكن يبدو ان نقص واسع النطاق على قدم المساواة الاتفاق على تعريف مناسب المفهوم وفي مختلف التخصصات يتم عادة مناقشة الثقة في بيئة غير مستقرة ومحفوفة بالمخاطر وهي أكثر قيد النظر من حالات مؤكدة او ضعيفة الي تسيطر عليها المخازن على الانترنت ومن المقترض ان يكون نوعا من المتوقع أو القدرة على التنبؤلا يمكن إن توجد من دون بعض احتمال هناك طرف الثقة وطرف يمكن الوثوق به وفي اي علاقة للثقة يرتبط الثقة على الانترنت لنتائج جيدة .

وان معتقدات الثقة هو امن على استعداد للاعتماد او تنوي معتمد على الوحي وتعني تصور ثقة بان الوصي في هذا السياق وهي خدمة على شبكة الانترنت محددة لديها السمحات التي تعود بالفائدة وتستخدم ثلاثة لمعتقدات الثقة في معظم الاحيان الكفاءة وهي قدرة الوصي إن تفعل ما يحتاجه الخير (الوصي الرعاية والتحفيز على العمل في المصالح والنزاهة وتعني الصدق ووعده حفظ الوصي

ثانيا: الامن

الامن هو عنصر مهم يؤثر على الارتياح وانه يحدد نجاح التقنيات مثل اعتماد الخدمات المصرفية الالكترونية من قبل العملاء والأمن هو واحد من العوامل الهامة في تحديد قرار من المستهلكين ال استخدام المصرفية الالكترونية ويعد الامن ان يكون العمل الاكثر اهمية من اعتماد المستهلكين للمنتجات والخدمات في سياق متاجر التجزئة على الانترنت ان الانظمة الامنية لديها تأثير كبير على الاعتماد الأعمال المصرفية الالكترونية من حيث النضرة الى الخصوصية .

وقد وجد الامن ان يكون متغير كبير لقيمة مشتركة حماية معلومات تعريفية الافراد على شبكة الانترنت هي مسألة خصوصية كبيرة لمعالجتها ثم العثور على الكشف عن وبيع المعلومات المستهلك لإغراض تجارة إن يكون عاملا حاميا لبنك اعتماد العملاء على الخدمات المصرفية الالكترونية

ان عامل الامن له تأثير مماثل في تحديد اعتماد العملاء من التكنولوجيا الجديدة لديها بعض الدراسات مبين ذلك في تنفيذ العمليات المصرفية الالكترونية والامن كعامل مهم جدا خاصة وانه يتعلق بقايا الخصوصية والتوثيق المعلومات والتوقيعات الرقمية والاحتيايل وفي الولايات المتحدة الامريكية سنة 1996 التي اجرت مسحا مع التركيز على البنوك انتهت ان 67 في المائة من البنوك الامريكية يشعرون ان المخاوف الامنية هي الحواجز الرئيسية للخدمات المصرفية الالكترونية نفس النتائج التي تم الحصول عليها من دراسة بوز واخرين 1997 يكشف ان الهاجس الامني بين العملاء هو العقبة اعلى مرتبة لعدم اعتماد المصرفية الالكترونية .

ثالثا: سهولة الاستخدام

سهولة الاستخدام عندما يتعلق الامر اعتماد الخدمات المصرفية الالكترونية هو متغير حيوي جدا للنظر في اعتماد العملاء من الخدمات المصرفية الالكترونية وها يتوقع مع درجة التخوف لدى العملاء لديهم والفائدة التي تجلب نحو هذه الخدمات المقدمة عن طريق الخدمات المصرفية الالكترونية ان اعتماد الخدمات المصرفية الالكترونية يبين العملاء من البنوك العراقية لتكون ناجحة يجب ان تكون كمسألة ذات اولية لتأكد من ان الخدمات التي تقدمها منصة الخدمات المصرفية الالكترونية وتقدم ادارة هذه البنوك في بسيطة وسهله

الاستخدام مع واجهة المستخدم الطريقة التي هي غاية المراحة وودية وسهلة للمستخدم مع وجود درجة عالية من الجودة لضمان رضا المستخدمين وهذا يعني ان تنفيذ الناجح للخدمات المصرفية الالكترونية يتعين على البنوك العامة العراقية ضمان ان الخدمات هي بسيطة وسهلة وذات جودة عالية بما فيه الكفاية لضمان رضا الموظفين ويمكن اعتبار سهولة الاستخدام واحدة من الخصائص الهامة لاعتماد الخدمة المبتكرة .

رابعاً: الفائدة

الفائدة وهي كمفاتيح التشجيع العملاء على استخدام النظام المصرفي الالكتروني والنظام الاكثر ملائمة للمستخدمين ان يمنحهم استقلالية اكبر على الخدمات المصرفية والمعاملات وفي الابحاث التي اجريت في السابق وقد تم اكتشاف ان دور فائدة في التأثير على اعتماد المستهلكين للتكنولوجيا الجديدة هو مهم وهذا ينطبق ايضا على الخدمات المصرفية الالكترونية وأشاروا الى ان فائدة هو احتمال ان قبول التكنولوجيا سيسهم للمستخدمين مهمة او المساهمة للمستخدم انجاز المعاملة المصرفية ينظر لفائدة كعامل للمستهلكين من الخدمات المصرفية الالكترونية والى اي مدى يعتقد المستهلك ان الكثرونية النظام المصرفي والمالية من وفقا لبعض .

### الجانب التطبيقي

اولاً :- عرض نتائج البحث وتحليله

هدف هذا البحث الى التعرف الى عوامل جذب الزبائن باستخدام البنوك الالكترونية وبعد عملية جمع البيانات تم ترميزها وإدخالها في الحاسوب ومعالجتها إحصائياً باستخدام الرزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS حيث كان عداد الاستبيان الموزعة في المصرف التجاري العراقي (30) بما يلي اهم النتائج:

#### جدول رقم (4)

يوضح التحليل الاحصائي للبعد الثقة

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	اتفق بشده (1)		اتفق (2)		محايد (3)		لا اتفق (4)		لا اتفق بشده (5)		المتغيرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
1.12	3.2	6.7	2	20.0	6	33.3	10	26.7	8	13.3	4	X1
1.25	3.2	6.7	2	23.3	7	26.7	8	26.7	8	13.3	4	X2
1.29	2.6	23.3	7	23.3	7	26.7	8	16.7	5	10.0	3	X3
1.40	2.8	20.0	6	26.7	8	16.7	5	20.0	6	16.7	5	X4
1.265	2.95							22.525		13.325		المجموع

المصدر اعداد الباحث باعتماد مخرجات spss

كشفت نتائج التحليل الاحصائي بأنه نسبة الاتفاق (35.85) على هذا بعد الثقة والمتمثلة بالفقرات من (x1) - (x4) ومتوسط حسابي (2.95) وانحراف معياري (1.265) وهذه تدعمه الفقرة x1 (بناء على التجربة السابقة انا اعرف بنك بلدي صادق) وبمعدل حساب (1.25) وهو اعلى حساب من بين الفقرات هذا البعد وكذلك الفقرة الاخرة X2 (بناء على التجربة السابقة بنك بلدي يهتم بالعملاء) حيث ان المتوسط الحسابي هو (3.2) وانحراف معياري (1.12).

جدول رقم (5)  
يوضح التحليل الاحصائي للبعد الامن

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	اتفق بشده (1)		اتفق (2)		محايد (3)		لا اتفق (4)		لا اتفق بشده (5)		المتغيرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
1.09	2.9	8.8	3	17.6	6	38.2	13	14.7	5	8.8	3	X5
.98	3.3	2.9	1	11.8	4	41.2	14	20.0	7	11.8	4	X6
1.04	3.2	2.9	1	17.6	6	32.4	11	23.5	8	11.8	4	X7
1.19	2.8	11.8	4	23.5	8	26.5	9	17.6	6	8.8	3	X8
1.05	2.8	11.8	4	14.7	5	44.1	15	11.8	4	5.9	2	X9
												المجموع

المصدر : اعداد الباحث باعتماد مخرجات spss

كشفت نتائج التحليل الاحصائي بأنه نسبة الاتفاق (27.06) على هذا بعد الامن والمتمثلة بالفقرات من (9-x5) ومتوسط حسابي (3.56) وانحراف معياري (1.07) وهذا تدعمه الفقرة 7x(مصرفي يقدم خصائص امنية جديدة) وبمعدل حساب (3.2) وهو اعلى معدل حساب من بين فقرات هذا البعد.

جدول رقم (6)

يوضح التحليل الاحصائي للبعد سهولة الاستخدام

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	اتفق بشده (1)		اتفق (2)		محايد (3)		لا اتفق (4)		لا اتفق بشده (5)		المتغيرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
1.14	3.3	2.9	1	20.6	7	29.4	10	17.6	6	17.6	10	X10
1.24	2.9	14.7	5	17.6	6	17.6	6	3.2	11	5.9	2	X11
1.25	2.8	14.7	5	20.6	7	23.5	8	20.6	7	8.8	3	X12
5.42	3.8	11.8	4	17.6	6	29.4	10	23.5	8	2.9	1	X13
2.2625	3,2							23.525		8,8		المجموع

المصدر : اعداد الباحث باعتماد مخرجات spss

كشفت نتائج التحليل الاحصائي بانه نسبة الاتفاق (32.325) على هذا بعد سهولة الاستخدام والمتمثلة بالفقرات م(14-X -x18) ومتوسط حسابي (3.2) وانحراف معياري (2.2625) وهذا تدعمه الفقرة 10x(الخدمات التي يقدمها البنك الالكتروني سهولة الاستخدام) ويؤل بمعدل حساب (3.3) وهو اعلى متوسط من بين الفقرات هذا البعد .

جدول رقم (7)

يوضح التحليل الإحصائي للبعد الفائدة

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	اتفق بشده (1)		اتفق (2)		محايد (3)		لا اتفق (4)		لا اتفق بشده (5)		المتغيرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
.99	2.8	5.9	2	23.5	8	44.1	15	8.8	3	5.9	2	X14
1.13	3.1	5.9	2	23.5	8	20.6	7	29.4	10	8.8	3	X15
1.18	2.8	11.8	4	23.5	8	35.3	12	5.9	2	11.8	4	X16
.99	2.6	14.7	5	17.6	6	44.1	15	8.8	3	2.9	1	X17
1.14	3.3	8.8	3	8.8	3	29.4	10	29.4	10	11.8	4	X18
1.086	2.92							16.46		8.24		المجموع

كشفت نتائج التحليل الإحصائي بأنه نسبة الاتفاق (24.7) على هذا بعد الفائدة هو المتمثلة بالفقرات من (x14-x18) ومتوسط حسابي (2.92) ي وانحراف معيار (1.086) وهذه تدعمه الفقرة 18 (باعتبار شراء بضائع عبر الانترنت عبر البطاقة مفيدة جدا يؤل بمعدل حساب (3.3) وانحراف معياري (1.14).

المبحث الثاني

بعد البنوك الالكترونية

جدول رقم (8)

يوضح التحليل الإحصائي للبعد البنوك الالكترونية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	اتفق بشده (1)		اتفق (2)		محايد (3)		لا اتفق (4)		لا اتفق بشده (5)		المتغيرات
		%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
1.72	2.7	9.4	3	15.6	5	25.0	8	28.1	9	15.6	5	Y1
1.25	3.0	12.5	4	18.8	6	34.4	11	12.5	4	15.6	5	Y2
1.29	3.1	21.9	7	15.6	5	28.1	9	12.5	4	15.6	5	Y3
1.26	2.9	12.5	4	18.8	6	21.9	7	28.1	9	12.5	4	Y4
1.28	2.925									14.825		المجموع

كشفت نتائج التحليل الإحصائي بأنه نسبة الاتفاق (35.125) على بعد البنوك الالكترونية والمتمثلة بالفقرات من (y1-y4) ومتوسط حسابي (2.925) وانحراف معياري (1.28) وهذا تدعمه الفقرة y1 (يمكن استخدام أجهزة الصرف الآلي للإيداع وحسب النقود) ويؤول بمعدل حساب (2.70) وهو أعلى معدل حساب من بين فقرات وانحراف معياري (1.22).

## جدول (9)

يوضح العلاقة بين عوامل جذب الزبائن والبنوك الالكترونية

	X	Y
Pearson correlation	1	0.960
Sig.(2tailed)		.000
N	17	17
Pearson correlation	0.960	1
Sig.(2tailed)	.000	
N	17	17

Correlation is significant at the 0.01 level (2 tailed)

يوضح الجدول اعلى العلاقة الارتباطية الايجابية بين المتغير المستقل (عوامل جذب الزبائن) والمتغير التابع (البنوك الالكترونية) حيث بلغ الارتباط بيرسون (960) ويتضح من ذلك توجد علاقة ايجابية بين المتغير المستقل (عوامل جذب الزبائن) والمتغير التابع (البنوك الالكترونية).

## الاستنتاجات

- 1- البنوك الالكترونية هي مجرد فرع لبنك قائم يقدم خدمات مالية وحسب بل موقعا ماليا تجاريا اداريا استشاريا شاملا له وجود مستقل مستند على ركائز البنوك الالكترونية يقوم بتقديم كافة الخدمات المصرفية بأمان واقل تكاليف وأسرع وقت واقل جهد للعاملين.
- 2- للبنوك الالكترونية مزايا عديدة كتوفير الوقت وتوفير الجهد وخفض الكلفة.
- 3- لاتزال البنوك الالكترونية في العراق بمراحلها الاولى تحتاج تظافر الجهود من كل الاطراف المصرفية وعلى كل المستويات سوى من قبل البنك المركزي العراقي والبنوك التجارية والعملاء المتعاملين معهم.
- 4- ان البنوك الالكترونية تعد وسيلة جيدة وهامة لجذب العملاء وتطوير التجارة الالكترونية.
- 5- ان البنوك الالكترونية يقتصر تأثيرها على العملاء الذين يجيدون التعامل مع الانترنت.

## التوصيات

- 1- العمل على زيادة التوعية بالبنوك الالكترونية ولبنوك التجارية .
- 2- العمل على حل المشاكل التي تعيق البنوك الالكترونية.
- 3- ضرورة توفير البنية التحتية المعلوماتية الملائمة من حيث اجهزة الحاسوب والبرمجيات وخدمات الاتصالات والانترنت.
- 4- ان تعمل البنوك على تنمية الاعمال على الانترنت وان يتم الادراك الفوائد والمزايا عن التجارة الالكترونية .
- 5- ان تعمل البنوك على تأسيس مواقع خاصة بها على شبكة الانترنت تقدم من خلالها خدماتها وتسهل على العملاء الاطلاع عليها وتعامل معها.

## المصادر

- (1) جو سروج , العمل الالكتروني في المصارف بين الضرورات والمحاذير جمعية اتحاد العربية , بيروت 109,2000.
- (2) رضا صاحب ال علي , ادارة المصارف مدخل تحليلي كمي معاصر , الطبعة الاولى , دار الفكر للطباعة والنشر , 32,2002
- (3) حافظ كامل الفندور , محاور التحديث الفعال في المصارف العربية , فكر ما بعد الحداثة , جمعية اتحاد المصارف العربية , بيروت , 5,2003
- (4) سيد احمد ابراهيم , الاقتصاد الالكتروني , مصر , 99,2010
- (5) ال شبيب , دريد كامل , ادارة البنوك المعاصرة , الطبعة الاولى , مصر , 67, 2012.
- (6) احمد بوراس , العمليات المصرفية الالكترونية , جامعة محمد خضيره بكرة , الجزائر 203,2007 .
- (7) سيد احمد ابراهيم , الاقتصاد الالكتروني , مصر , 103,2010.
- (8) سميحة القيلوني , وسائل الدفع الالكتروني , المنظمة العربية للتنمية الإدارية , مصر , 29,2000 .
- (9) عبد المنعم السيد علي , نزار الدين العيسى , النقود والمصارف المركزية , الاردن , 51,2003 .
- (10) عبد الهادي النجار , بطاقات الائتمان والعمليات المصرفية الالكترونية , بيروت, 29,2003 .
- (11) محمد عبد الحليم عمر , الجوانب الشرعية المصرفية المحاسبية لبطاقات الائتمان , القاهرة , 98,2000.
- (12) مفتاح صالح , البنوك الالكترونية , جامعة بكرة , الجزائر , 49,2000.
- (13) حسن شحاتة الحسين , الجدير من اعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية , الجزء الاول , الطبعة الاولى , منشورات الحلبي الحقوقية , 9,2002
- (14) سمير الشيخ , مستشار التطوير المصرفي الإسلامي , البطاقات المصرفية , مصر 3,2011
- (15) السنوسي , جاسم المصارف الالكترونية , مقال منشور على الانترنت على [www.Bank.of.cd.com](http://www.Bank.of.cd.com)
- (16) نوار علي الحسيناوي ,, Adoption of elctvouic Banking by customer , ماليزيا , بحث غير منشور , 23,2013 .
- (17) مجلة الدراسات المالية المصرفية , المجلد 6, العدد 4 الاكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية , الاردن 1998.

## المتغير الاول : عوامل جذب الزبائن

اولا: بعد الثقة

الفقرات	اتفق تماما	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماما
بناء على التجربة السابقة انا اعرفبنك بلدي صادق					
بناء على التجربة السابقة بنك بلدي يهتم بالعملاء					
استناد الى تجربتي السابقة انا على ثقة المصرف الخاص بي يثق بتقديم الخدمات					
بناء على تجربتي السابقة انا واثق من اهتمام البنك في حماية الاموال الخاصبي					

ثانيا بعد الامن

الفقرات	اتفق تماما	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماما
خدمات الانترنت البنك يوفر الامن الكافي					
اعتقد مصرفي تفاصيله مضمونة					
مصرفي يقدم خصائص امنية جيدة					
اعتقد ان تكنولوجيا المعاملات تساعد على ادارة المخاطر					
حسابي على الانترنت محمية بشكل جيد					

ثالثا: بعد سهولة الاستخدام

الفقرات	اتفق تماما	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماما
الخدمات التي يقدمها البنك الالكتروني سهولة الاستخدام					
من السهل بالنسبة لي الوصول الى حسابي عبر الانترنت					
يقدم البنك العديد من الخدمات المصرفية عبر الانترنت					
يمكنني استخدام الخدمات المصرفية لجميع المعاملات المصرفية الخاص بي					

رابعا: بعد الفائدة

الفقرات	اتفق تماما	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماما
يقدم البنك الالكتروني خدمات جيدة في جميع الاوقات					
عمليات البنك الالكتروني تتسم بالكفاءة					
لقد انفذت تكنولوجيا البنك الالكتروني الكثير من وقتي					
لقد سهلت الخدم المصرفية المعاملات المصرفية الموجودة في بلدي					
انا اعتبر شراء بضائع عبر الانترنت عبر بطاقتي مفيدة جدا					

المتغير الثاني: بعد البنوك الالكترونية

الفقرات	اتفق تماما	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماما
يمكن استخدام اجهزة المصرف الالي للإيداع وسحب النقود					
انا أفضل ان يعمل حسابي على الانترنت					
انامتفائل جدا حول اعتماد التكنولوجيا الالكترونية					
اود ان ارحب بمزيد من الابتكار خلال الحسابي المصرفي					