

**البنوك الإلكترونية: مزاياها ومعوقات انتشارها
في المملكة العربية السعودية
دراسة تطبيقية على قطاع البنوك في منطقة تبوك
الدكتور/ عقلة نواش محمد ارشيد(*)**

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى التعرف لأهمية ومزايا البنوك الإلكترونية والمعوقات التي تواجه انتشارها في المملكة العربية السعودية بالتطبيق على منطقة تبوك، حيث تم توزيع ٢٧ استبانة على موظفي (٨) فروع للبنوك في منطقة تبوك في المستويات الإدارية العليا، أظهرت نتائج الدراسة أن البنوك الإلكترونية تعد وسيلة جيدة وهامة لجذب العملاء وتنمية وتطوير التجارة الإلكترونية. وأن البنوك تحقق عدد من المزايا عند تقديم الخدمات عبر الانترنت هي منها تقليل التكاليف، وزيادة حجم التعاملات التجارية. كما بينت الدراسة إلى وجود العديد من المعوقات مثل عدم إدراك بعض البنوك لأهمية الفوائد الناجمة عن استخدام النظام الإلكتروني للتجارة. وضعف نظم الأمن التي تحققها التجارة الإلكترونية في مجال إبرام الصفقات التجارية. وفي ضوء ذلك أوصت الدراسة بضرورة تبني القطاع المصرفي لمفهوم البنك الإلكتروني لما يعود من فائدة على البنك والعميل في نفس الوقت.

الكلمات الدالة: البنوك الإلكترونية، رضا الزبائن، المملكة العربية السعودية

(*) أستاذ المحاسبة المساعد - جامعة تبوك - كلية إدارة الأعمال - قسم المحاسبة.

The advantages and constraints of E. banking deployment in Saudi Arabia

An Empirical study on the banking sector in Tabuk Area

Dr. Oglah Nawash Ershaid

Abstract

This study aimed at identify the importance and the advantages of electronic banking and obstacles facing the deployment in Saudi Arabia application on the Tabuk region, We distributed 27 questionnaire on (8) branches staff of the banks in the Tabuk region in the upper levels of management, study results showed that electronic banking is an important mean that attracts customers and assist in the development of electronic commerce in Saudi Arabia. The advantages of using electronic banking have been the reduction of costs. The benefits to the bank in the case of the provision of services via the Internet are reduce costs, increase the size of the business dealings. The study pointed to several constraints such as lack of awareness of some of the banks of the importance of the benefits arising from the use of mail-order trade, weak security systems generated by e-commerce in the conclusion of business deals. The study recommended the adoption of the banking sector to the concept of electronic banking.

Keywords, E-banking, Customer satisfaction, Saudi Arabia

مقدمة

تعد البنوك من المؤسسات الحيوية في أي اقتصاد، إذ تلعب دوراً ريادياً واستراتيجياً في تنفيذ أهداف السياسة المالية والنقدية للدولة بشقيها الائتمانية والنقدية، وعليه فإنها تسهم إسهاماً أساسياً ومهماً في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية وهذا الأمر يتطلب تفعيل آليات عمل المصارف وزيادة كفاءتها وفعاليتها الإدارية، ففي ظل التطورات التكنولوجية التي حدثت في السنوات الأخيرة، ومع تزايد عمليات التجارة الإلكترونية أصبح هنالك حاجة ملحة وكبيرة لنوعية جديدة من البنوك غير التقليدية تتجاوز نمط الأداء الاعتيادي ولا تتقيد بمكان معين أو وقت محدد، وزاد توجه المؤسسات بشكل عام ومن بينها البنوك إلى استغلال هذه التطورات لزيادة كفاءة الخدمات المقدمة وذلك بهدف الريادة في المجال المختص.

وكنتيجة للتطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات شهدت الفترة الأخيرة تحولاً سريعاً لأعمال البنوك من الشكل التقليدي للتجارة إلى الشكل الإلكتروني حيث تلعب الشبكة الدولية للمعلومات الـ «الإنترنت» دوراً رئيسياً كوسيط لاستكمال تنفيذ أعمال التجارة بشكلها المعاصر واتجهت العديد من المنشآت والمصارف لإنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت وذلك لمباشرة التجارة الإلكترونية العادية أو المصرفية والتحاسب عنها إلكترونياً (توفيق، ٢٠٠٣).

هذا التحول يمثل الخطوة الأولى التي فتحت الأبواب أمام مرحلة جديدة من التعامل المصرفي ألا وهو البنوك الإلكترونية (Electron Banks) والتي تقوم على فكرة أساسية مغزاها هو إلغاء التعامل المباشر مع العملاء عند تقديم الخدمات المصرفية. والغرض من وراء هذا التحول هو زيادة الكفاءة والفاعلية في خدمة جمهور المتعاملين، وفي هذه الدراسة سوف يتم التعرف على مزايا ومعوقات تبني

مفهوم البنوك الالكترونية في تقديم الخدمات المالية والمصرفية المختلفة، حيث من المتوقع أن تحتل هذه البنوك مستقبلاً موقع الصدارة في الاقتصاد العالمي الذي بات يعتمد بشكل أساسي وكبير على التقنية التي توفر شبكات ذات شفافية عالية ومصداقية في التعامل.

مشكلة البحث:

شهدت السنوات الاخيرة تطورات هائلة في مجال الخدمات المالية والمصرفية، حيث انتقلت من الوسائل التقليدية إلى الوسائل الأكثر تقدماً والمستندة على التطور الهائل الذي تشهده تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث نلاحظ التزايد المستمر من قبل المؤسسات التمويلية وخاصة البنوك في الاعتماد على أحدث الأساليب التقنية في الترويج وتقديم الخدمات اعتقاداً من قبل هذه المؤسسات أن استخدام التقنية سيساهم بشكل مباشر في تحسين الخدمات وجودتها وبالتالي زيادة الحصة السوقية وبما يضمن تحسين الأداء المالي لهذه المؤسسات لذا تأتي هذه الدراسة في محاولة للإجابة على التساؤلات التالية:

١. ما هي المزايا التي تحققها البنوك السعودية في اعتماد مفهوم وفلسفة البنك الالكتروني في تقديم خدماتها المصرفية المختلفة.
٢. ما هي المعوقات التي تواجه البنوك السعودية في اعتماد مفهوم وفلسفة البنك الالكتروني في تقديم خدماتها المصرفية المختلفة.

أهداف الدراسة

يمكن تحديد أهداف البحث بما يلي:

١. التعرف على مزايا توفر البنوك الالكترونية في حالة تقديم الخدمات عبر الانترنت.

٢. التعرف على مدى الصعوبات التي تواجه البنوك الالكترونية ونجاحها في تقديم خدماتها عبر الانترنت.

٣. التعرف على مدى وجود فروق حول نجاح البنوك الالكترونية، تعزى إلى للخصائص الشخصية لأفراد العينة (المؤهل العلمي وسنوات الخبرة والمسمى الوظيفي والعمر).

٤. تقديم عدد من التوصيات وبناء على نتائج الدراسة لإدارة المصارف في المملكة العربية السعودية والتي تساعد على تبني مفهوم البنك الالكتروني بما يخدم المصرف ويخدم العميل على حد سواء.

أهمية الدراسة

ترجع أهمية هذه الدراسة في مساعدة العديد من الأطراف من خلال ما تتوصل إليه من نتائج، والتي يرجى أن تحقق فوائد للعديد من الجهات مثل:

١. إدارة البنوك التجارية من خلال بيان أهمية انتهاج فلسفة البنك الالكتروني في تقديم وتحسين نوعية الخدمات المصرفية المقدمة وبما ينعكس على تحسين الأداء المالي لها.

٢. المتعاملين مع البنوك: وذلك من خلال التعامل مع البنوك التي تنتهج الوسائل الالكترونية مما يؤدي تحسن نوعية الخدمات والتسهيل عليهم وبالتالي توفير في الوقت والجهد المبذول من قبلهم.

فرضيات البحث

تقوم الدراسة على اختبار الفرضيات التالية:

الفرضية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين المزايا التي تقدمها البنوك الالكترونية ونجاحها في تقديم خدماتها عبر الانترنت .

الفرضية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين الصعوبات التي تواجه البنوك الالكترونية ونجاحها في تقديم خدماتها عبر الانترنت.

الفرضية الثالثة: توجد فروقات ذات دلالة إحصائية حول نجاح البنوك الالكترونية تعزى للخصائص الشخصية لأفراد العينة (المؤهل العلمي وسنوات الخبرة والمسمى الوظيفي والعمر).

الدراسات السابقة

أجريت العديد من الدراسات التي تناولت موضوع البنوك الالكترونية مزاياها ومعيقاتها، وما هي الآثار المترتبة على انتهاج فلسفة البنك الالكتروني. وفيما يلي استعراض لأهم الدراسات العربية والأجنبية التي تخص الموضوع، وذلك للاستفادة منها لتعزيز الإطار النظري للدراسة الحالية والنماذج التي استخدمتها والنتائج التي توصلت إليها:

دراسة (Neha Dixit, Saroj K. Datta, 2010) والتي هدفت إلى الحصول على فهم لقبول الخدمات المصرفية عبر الإنترنت في السوق الهندية حيث أن ٧٠٪ من سكانها يقيمون في المناطق الريفية مقابل ٣٠٪ يقيمون في المدن والمناطق الحضرية من البلاد، وحاولت الدراسة استكشاف مدى قبول الخدمات المصرفية عبر الإنترنت من وجهة نظر العملاء ممن تجاوز عمر ٣٥ سنة، واستكشاف كيف تنظر هذه الفئة من العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية. كما سعت الدراسة إلى الكشف عن العوامل التي تساهم في قبول العملاء لهذه الخدمات على الرغم من شعورهم بالقلق حيال الأمن والخصوصية. وقد توصلت الدراسة إلى أنه وبالرغم من شعور هؤلاء العملاء بالقلق حيال الأمن والخصوصية إلا أنهم على استعداد

للاعتناء واستخدام الخدمات المصرفية عبر الإنترنت في حال قامت البنوك بتزويدهم
بالتوجيه اللازم والإرشاد المناسب.

دراسة (Daghfous and Toufaily 2007) هدفت الدراسة إلى معرفة عوامل
النجاح والعوامل الأساسية في تبني البنوك الإلكترونية من قبل المصارف اللبنانية.
وقد تناولت الدراسة العوامل التي يمكن أن تؤدي إلى نجاح تبني البنوك
الإلكترونية وغيرها من العوامل التي يمكن أن تشكل عائقاً أمام هذا التبني، وفي
الدراسة تم التركيز على العوامل التنظيمية والهيكلية والاستراتيجية التي يمكن أن
تعجل أو تبطئ تبني الأسلوب الإلكتروني للتوزيع والاتصالات من قبل البنوك.
وفيها تم توزيع استبيان على مديري البنوك الإلكترونية ومديري تكنولوجيا
المعلومات في جميع البنوك اللبنانية، وشملت عينة الدراسة ٥٧ بنكاً، ٣١ منها
تعمل دولياً و٢٦ محلياً. وقد بينت نتائج الدراسة أن المتغيرات التنظيمية (حجم
البنك، والأقسام الوظيفية، والموظفين التقنيين، البنية التحتية التقنية، والمخاطر
المتوقعة، وصناع القرار هي المتغيرات التي لها تأثيراً كبيراً على تبني البنوك
الإلكترونية، من بين الخصائص الهيكلية، وبينت الدراسة كذلك أن البيئة
التكنولوجية الداخلية للبنك هي عامل مهم جداً في تحديد واعتماد البنوك
الإلكترونية، كما أظهرت النتائج أن البنوك التي تتطور في نطاق دولي أكثر استعداداً
لتبني الابتكارات المصرفية الإلكترونية. كما بينت النتائج الدراسة تشير إلى أن مدى
الاعتماد على البنوك الإلكترونية في مرحلة النمو في الأسواق الناشئة لديها ارتباط
وثيق بتحسين الأداء التجاري للبنوك.

دراسة (Kerem 2003) المتعلقة بتبني الخدمات المصرفية الإلكترونية: سلوك
المستهلك الأساسي وعوامل النجاح الأساسية، حيث هدفت إلى معرفة كيف يرى
المستهلك الخدمات المصرفية الإلكترونية في ذروة القنوات التفاعلية في إستونيا،

حيث تشتهر استونيا دوليا لكونها رائدة في تبني التقنيات الجديدة. وقد أجريت سلسلة من المقابلات مع خبراء الصناعة الرائدة في استونيا. وكان معيار اختيار الشخص المقابل هو مدى مشاركتهم في تطوير أنظمة الخدمات المصرفية عبر الإنترنت منذ وقت ظهورها. تناولت الدراسة التي أجريت ست قضايا مختلفة يتوقع ان يكون لها تأثير على تبني الخدمات المصرفية عبر الإنترنت وهي (أفضل الأسعار والتوصيات وأفضل خدمة، وجهود التسويق، والوصول الأفضل والخصوصية). وكانت أهم العوامل للبدء في استخدام الخدمات المصرفية عبر الإنترنت هو أفضلية الوصول للخدمات (الراحة)، وأفضل الأسعار والخصوصية العالية. الخدمة الأفضل (أي تفضيل الخدمة الذاتية عن الخدمة المكتبية) كان أيضاً أعلى من المتوسط من حيث الأهمية. بينما اثبتت من العوامل التي تم دراستها لم تكن ذات صلة بقرار تبني البنوك الالكترونية وهي الأنشطة التسويقية للبنوك وتوصيات الأصدقاء والزلاء.

دراسة وادي، رشدي عبداللطيف (٢٠٠٧) وهدفت إلى التعرف على مدى أهمية توفر البنوك الإلكترونية الفلسطينية من وجهة نظر الإدارة العليا ونجاحها في جذب العملاء وتقديم الخدمات، والمزايا التي توفرها في حالة تقديم الخدمات عبر الإنترنت، إضافة إلى مدى الصعوبات التي تواجه البنوك. وقد خلصت الدراسة إلى النتائج من أهمها: أن البنوك الإلكترونية تعد وسيلة جيدة وهامة لجذب العملاء، وتنمية وتطوير التجارة الإلكترونية في فلسطين، ووسيلة للتوسع في تقديم الخدمات بواسطة البنك. كما وأظهرت بأن المزايا التي تعود على البنك في حالة تقديم الخدمات عبر الإنترنت هي تقليل التكاليف، وزيادة حجم التعاملات التجارية، وسهولة الدخول إلى الأسواق المحلية والعالمية، وتحسين خدمات العملاء، وإمكانية تقديم الخدمات على مدار الساعة وتوفير الوقت والجهد. وفي ظل تلك

النتائج قدم الباحث مجموعة من التوصيات من أهمها العمل على تدريب وتأهيل المختصين في مجال تقنية المعلومات ونظمها، وحماية المستهلك والمستخدم فيما يتعلق بالخصوصية والسرية وضمان أمن المدفوعات المالية الإلكترونية، وتوفير البنية التحتية المعلوماتية الملائمة من حيث الأجهزة والبرمجيات والإنترنت، وتهيئة بيئة قانونية وتشريعية تتصف بالمرونة، إضافة إلى العمل على تنمية الأعمال المصرفية على الإنترنت وحل المشاكل التي تعيق استخدام الإنترنت.

دراسة: الشمري، ناظم والبدلات، عبدالفتاح (٢٠٠٧) حيث هدفت الدراسة إلى معرفة الأسباب والمعوقات التي تحول دون التوسع في استخدام الصيرفة الإلكترونية في الأردن، وتقييم معوقات توسيع قاعدة الصيرفة الإلكترونية في الأردن خلال العقد الأخير، ووضع التصورات لاستشراف مستقبل الصيرفة الإلكترونية في الأردن. وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها: أن بزيادة الدخل يزداد الإحساس بالمعوقات، وكذلك بالنسبة للعمر فكلما زاد العمر ازداد الإحساس بالمعوقات، وبدرجة أقل يظهر ارتباط بين نوع الجنس للعميل وازدياد الإحساس بالمعوقات. كما وخلصت إلى أن هناك ضعفاً كبيراً في حجم ما تملكه البنوك الأردنية من القنوات الإلكترونية من وجهة وضعف عدد الخدمات التي تقدمها تلك القنوات. وقدمت الدراسة مجموعة من التوصيات من أهمها القيام بحملة تسويقية تهدف إلى زيادة الوعي المصرفي لدى العملاء بالقنوات الإلكترونية والخدمات التي تقدم من خلالها، وقيام إدارات البنوك بتشجيع عملائها على استخدام أكثر للقنوات الإلكترونية، بالإضافة إلى قيام البنوك بنشر ثقافة الصيرفة الإلكترونية لدى إدارتها العليا وليس فقط بين الموظفين ذوي الاختصاص، إلى جانب توفير أحدث الأجهزة والبرمجيات المتقدمة المتاحة والتي لا بد من الحصول عليها للتوسع في الصيرفة الإلكترونية.

دراسة Shah, et. al., (2005) حيث هدفت الدراسة للتعرف على الاعتبارات الحرجة المتعلقة بمنظمات القطاع المالي عندما تؤسس خدماتها للعمل بالنظم الفورية في المملكة المتحدة. وقد أوضحت الدراسة أن فهم عوامل النجاح الحرجة في البنوك الالكترونية يعتبرها هاما لإدارة هذه البنوك لأنه سيساعدهم في المستقبل لتحسين عمليات التخطيط الاستراتيجي. أن تحليل العوامل الذي تم خلال الدراسة أظهر عدداً من العوامل الحرجة لنجاح البنوك الالكترونية ومنها ما يتعلق بمرونة العوامل الإدارية وسرعة تقديم الخدمة حيث اعتبرت من أهم العوامل يليها عمليات النظام وتكامله وتحسين خدمات الزبائن.

دراسة Khalfan et. al., (2006) حول العوامل المؤثرة في اعتماد الخدمات المصرفية عبر الإنترنت في سلطنة عمان، حيث هدفت إلى تحديد العوامل الرئيسية المحتملة أو العقبات التي تحول دون إنخراط أو تبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في القطاع المصرفي العماني. تم جمع البيانات المستخدمة في الدراسة وذلك باستخدام المقابلات والاستبيان، وكذلك مراجعة بعض الوثائق المصرفية. نتائج دراستهم قدمت صورة واقعية حول اعتماد تطبيقات التجارة الإلكترونية في مجال القطاع المالي في سلطنة عمان. واحدة من النتائج الرئيسية هي أن قضايا الأمن وسرية البيانات كانت عائقاً رئيسياً. وكان قطاع البنوك متردد في استخدام تطبيقات التجارة الإلكترونية لأنها شعرت أن الصفقات التي تتم إلكترونياً كانت عرضه للقراصنة والفيروسات، والتي هي خارجة عن إرادتهم. وشكل غياب عدم وجود دعم الإدارة العليا عامل تثبيط الآخرين في تبني تطبيقات التجارة الإلكترونية.

دراسة Fethi (2008) والتي تناولت كفاءة توزيع الخدمات المصرفية عبر الانترنت مقارنة بالقنوات الأخرى مثل الصراف الآلي والهاتف والفروع المصرفية في متاجر البيع الكبرى (السوبر ماركت)، وقد ظهر أن سهولة الدخول

والاستخدام للموقع للحصول على الخدمات من العوامل المؤثرة في حين كان عدم الثقة والأمان في شبكة الانترنت من أهم الصعوبات (Fathi 2008).

تأتي هذه الدراسة للتعرف على المزايا والمعيقات التي تواجه تطبيق مفهوم البنك الإلكتروني في المملكة العربية السعودية، وخاصة اننا نتحدث عن منطقة مترامية الأطراف، بحيث يكاد لا يكون أمام القطاع المصرفي إلا أن يتبنى تطبيق مفهوم البنك الإلكتروني لتقديم مختلف الخدمات المصرفية، ابتداء من فتح الحساب إلى عمليات التمويل المختلفة.

مفهوم البنوك الإلكترونية

يشير مفهوم البنوك الإلكترونية بمعناه العام والشامل إلى الخدمات المالية عن بعد أو البنوك الإلكترونية عن بعد (Remote Electronic Banking) أو البنك المنزلي (Home Banking) أو البنك على الخط (Online Banking) أو الخدمات المالية الذاتية (Self-Service Banking)، وجميعها تعبيرات تتصل بقيام الزبائن بإدارة حساباتهم وانجاز أعمالهم المتصلة بالبنك عن طريق المنزل أو المكتب أو أي مكان آخر وفي الوقت الذي يريد الزبون، ويعبر عنها «بالخدمة المالية عن بعد».

حيث يمكن للعميل أن يتصل بالمصرف مباشرة بالاشتراك العام، عبر شبكة المعلومات وإجرائه لمختلف التعاملات على أساس أن يزود المصرف جهاز الحاسوب الشخصي للزبون بحزمة البرمجيات الشخصية، وعليه فإن عمليات البنوك الإلكترونية هي إجراءات الكترونية تتم عبر شبكة المعلومات ومن أهم أشكالها البنوك الافتراضية، التي صممت لها مواقع الكترونية على الشبكة من أجل تقديم خدمات نفس خدمات المصرف لكي يقوم بالعمليات المصرفية العادية مثل السحب والدفع والتحويل دون انتقال الزبون إليها.

أنماط البنوك الإلكترونية

انطلاقاً من الدراسات العالمية وتحديدًا دراسات جهات الإشراف والرقابة الأمريكية والأوروبية، فإن هناك ثلاثة صور أساسية للبنوك الإلكترونية على الانترنت وهي:

- ♦ **الأول: الموقع المعلوماتي Informational:** يمثل المستوى الأساسي والحد الأدنى للنشاط الإلكتروني المصرفي، ويسمح هذا الموقع للبنك بتقديم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية .
- ♦ **الثاني: الموقع الاتصالي Communicative:** يتيح هذا الموقع عملية التبادل الاتصالي بين البنك والعملاء مثل البريد الإلكتروني، تعبئة طلبات أو نماذج على الخط، وتعديل معلومات القيود والحسابات، الاستفسارات .
- ♦ **الثالث: الموقع التبادلي Transactional:** ويمكن من خلاله أن يمارس البنك نشاطاته في بيئة إلكترونية، كما يمكن للعميل القيام بمعظم معاملاته إلكترونياً من سداد قيمة الفواتير، وإدارة التدفقات النقدية، وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية سواء داخل البنك أو خارجه .

فوائد البنوك الإلكترونية

تتميز البنوك الإلكترونية عن البنوك التقليدية في تقديم خدمات للزبون لتلبية احتياجاته ويكمن هذا التميز في:

١. إمكانية استقطاب شريحة أوسع من الزبائن: تنفرد البنوك الإلكترونية بقدرتها على الوصول إلى شريحة أوسع من الزبائن دون التقيد بمكان أو زمان معين، كما تتيح لهم إمكانية طلب الخدمة في أي وقت وعلى طول أيام الأسبوع وهو ما يوفر الراحة للعميل، إضافة إلى أن سرية المعاملات التي تتميز هذه البنوك من ثقة العملاء فيها (راضي وعزت، ٣٢).

٢. تقديم خدمات مصرفية جديدة: تعمل البنوك الالكترونية على تقديم جميع الخدمات المصرفية التقليدية، مع تقديم خدمات جديدة عن طريق شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) مثل: (نله، ٨٦)
- إرسال نشرات إعلانية عن الخدمات المصرفية.
 - تبليغ الزبائن بأرصدتهم.
 - كيفية التعامل مع الكمبيالات الالكترونية.
 - معرفة كيفية إدارة المحفظة الاستثمارية.
 - معرفة تحويل الأموال بين الحسابات المختلفة.

متطلبات البنك الإلكتروني

١. البنية التحتية التقنية

يقف في مقدمة متطلبات البنوك الالكترونية، البنية التحتية التقنية، والبنية التحتية التقنية للبنوك الالكترونية ليست معزولة عن بنية الاتصالات وتقنية المعلومات التحتية للدولة ومختلف القطاعات Infrastructure، ذلك أن البنوك الالكترونية تحيا في بيئة الأعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية، والمتطلب الرئيس لضمان أعمال الكترونية ناجحة يتمثل بالاتصالات وكفاءة البنية التحتية، وسلامة سياسات السوق الاتصالي، وتحديد السياسات التسعيرية لمقابل خدمات الربط بالإنترنت، فاستمرار الشبكة ونمو أعمالها لا يكون إلا بتزايد أعداد المشتركين الذي يعوقهم - في الوطن العربي تحديداً - كلفة الاتصالات، وهذه المسألة ربما تمثل أهم تحد أمام بناء البنوك الالكترونية وتتطلب تدخلاً جماعياً لرفع كل قيود تعترض تزايد استخدام الشبكة.

٢. كفاءة الاداء المتفقه مع عصر التقنية

هذه الكفاءة القائمة على فهم احتياجات الأداء والتواصل التأهيلي والتدريبي، والأهم من ذلك أن تمتد كفاءة الأداء إلى كافة الوظائف الفنية والمالية والتسويقية والقانونية والاستشارية والإدارية المتصلة بالنشاط البنكي الالكتروني.

٣. التطوير والاستمرارية والتفاعلية مع المستجدات

يتقدم عنصر (التطوير والاستمرارية والتنويع) على العديد من عناصر متطلبات بناء البنوك الالكترونية وتميزها، فالجمود وانتظار الآخرين لا يتفق مع التقاط فرص التميز، ويلاحظ أن البنوك العربية لا تتجه دائماً نحو الريادية في اقتحام الجديد، فهي تنتظر أداء الآخرين، وربما يكون المبرر الخشية على أموال المساهمين واجتياز المخاطر، وهو أمر هام وضروري، لكنه ليس مانعاً من الريادية، وبنفس القدر لا تعني الريادية في اقتحام الجديد التسرع في التخطيط للتعامل مع الجديد وإعداد العدة، لكنها حتماً تتطلب السرعة في انجاز ذلك.

٤. التفاعل مع متغيرات الوسائل والاستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية

التفاعلية لا تكون في التعامل مع الجديد فقط أو مع البنى التقنية فقط وإنما مع الأفكار والنظريات الحديثة في حقول الأداء الفني والتسويقي والمالي والخدمي، تلك الأفكار التي تكون وليد تفكير إبداعي وليس وليد تفكير نمطي.

٥. الرقابة التقييمية الحيادية

يعتبر التقييم الموضوعي واحداً من عناصر النجاح، ومن هنا أقامت غالبية مواقع البنوك الالكترونية جهات مشورة في تخصصات التقنية والتسويق والقانون والنشر الالكتروني لتقييم فعالية وأداء مواقعها. ويتعين أن نحذر من مصيدة الركون إلى أن عدد زائري الموقع مؤشراً على نجاحه، إذ يسود فهم عام أن كثرة زيارة الموقع

دليل نجاح الموقع، لكنه ليس كذلك دائماً وأن كان مؤشراً حقيقياً على سلامة وضع الموقع على محركات البحث وسلامة الخطط الدعائية والترويجية.

منهجية الدراسة

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي الذي يحاول وصف وتقييم آراء العاملين في فروع البنوك السعودية في منطقة تبوك حول معوقات ومزايا انتشار البنوك الإلكترونية في السعودية، وسنحاول بالمنهج الوصفي التحليلي أن نقارن ونفسر ونقيم أملاً في التوصل إلى تعميمات ذات معنى يزيد بها رصيد المعرفة عن موضوع الدراسة، وقد تم جمع البيانات من المصادر الثانوية المتمثلة في الكتب والمراجع العربية والأجنبية، والدوريات والمقالات والتقارير الصادرة عن المؤسسات المحلية والدولية والمصادر الأولية من خلال تصميم استبانة كأداة رئيسية للبحث بالإضافة إلى إجراء بعض المقابلات الشخصية التوضيحية مع بعض موظفي البنوك.

عينات الدراسة

استخدم الباحث طريقة العينة العشوائية، وقد بلغ حجمها ٣٧ موظفاً من المستويات الإدارية العليا موزعين على جميع فروع البنوك العاملة في منطقة تبوك، والبالغ عددها (٨) فروع حيث وزعت عليهم أداة الدراسة لغرض جمع البيانات وبلغ حجم الردود (٣١) استبانة استبعد منها أربع استبانات لعدم اكتمال الإجابة عليها، وبذلك يكون حجم أفراد العينة الفعلية التي خضعت للدراسة (٢٧) موظف حسب ما هو موضح في الجدول رقم (١) الخاص بخصائص وسمات العينة.

جدول رقم (١)

التكرارات والنسب المئوية لعينة الدراسة حسب المتغيرات الوصفية

التسلسل	اسم المتغير	فئات المتغير	التكرارات	النسبة المئوية
١	المؤهل العلمي	ثانوية عامة	٠	٠
		دبلوم متوسط	٢	٠,٠٧
		بكالوريوس	٢٢	٠,٨٢
		دراسات عليا	٣	٠,١١
٢	الخبرة	٥ سنوات فأقل	٤	٠,١٥
		٦-١٠	٧	٠,٢٦
		١١-١٥	١٦	٠,٥٩
		٣٠ سنة فأقل	٣	٠,١١
٣	العمر	٣١-٤٠	١٣	٠,٤٨
		٤١-٥٠	١٠	٠,٣٧
		أكبر من ٥٠ سنة	١	٠,٠٤
		مدير	٨	٠,٣٠
٤	المسمى الوظيفي	مساعد مدير	٦	٠,٢٢
		رئيس قسم	١٣	٠,٤٨

تشير النتائج إلى أن خصائص العينة متقاربة مع خصائص المجتمع المبحوث، فمثلاً نجد أن غالبية العينة ممن يحملون مؤهل علمي بكالوريوس حيث بلغت نسبتهم (٨٢٪) بينما لا يوجد بين أفراد العينة من يحمل الثانوية العامة فأقل، وبالنسبة لمتغير العمر فقد تبين أن معظم أفراد العينة هم من الفئة العمرية (٣١-٤٠) بنسبة (٣٩٪) تقريباً. أما بالنسبة لمتغير الخبرة، فقد كانت النسبة لأكثر لفئة (١١-١٥)، حيث بلغت النسبة (٥٩٪)، وهي تتناسب وطبيعة المركز أو المسمى الوظيفي الذي يحملها أفراد العينة، أما فيما يتعلق بمتغير المسمى الوظيفي فقد بلغت

النسبة الأكبر لمسمى رئيس قسم بعدد (١٣) وبنسبة (٤٨٪) وهي نسبة معقولة وخصوصاً أننا نتحدث عن ثمانية فروع في منطقة تبوك.

أداة الدراسة

استخدم الباحث الاستبانة كأداة من أدوات جمع البيانات الأولية ذات العلاقة المباشرة بموضوع الدراسة، وفي ضوء أهداف الدراسة تم تقسيم الاستبانة إلى قسمين كما يلي:

القسم الأول: يحتوي على الخصائص الشخصية لعينة الدراسة، ويتكون من ٤ فقرات هي المؤهل العلمي والخبرة والعمر والمسمى الوظيفي.

القسم الثاني: يحتوي على مجالين كما يلي:

المجال الأول: يبين المزايا التي تعود على البنك في حالة تقديم الخدمات عبر الانترنت، ويحتوي على ١٠ فقرات.

المجال الثاني: يبين الصعوبات التي تواجه البنوك الالكترونية في تقديم خدماتها عبر الانترنت، وتحتوي على ١٢ فقرة.

وبذلك يكون عدد فقرات الاستبيان ٢٢ فقرة

اختبارات الصدق والثبات لاستبانة الدراسة :

تم إجراء صدق تحكيمي لاستبانة (الصدق الظاهري) (Face Validity) وذلك من خلال عرضها على نخبة من الأساتذة والمختصين ، وبناء على توصيات أعضاء لجنة التحكيم وملاحظاتهم تم إجراء العديد من التعديلات، فقد تم حذف بعض الفقرات، وإضافة فقرات جديدة، وإعادة صياغة بعضها الآخر، حتى استقرت الاستبانة على وضعها النهائي.

أما ثبات الاستبانة فقد تم استخدام طريقة معامل الثبات (Cronbach

(Alpha) لبيان مدى الاتساق الداخلي للعبارات المكونة للمقاييس التي اعتمدتها الدراسة كما في الجدول رقم (٢) .

حيث تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (٢) أن معامل الثبات لجميع الأبعاد لا يقل عن (٠,٦٠)، كما أن معامل الثبات لجميع فقرات الاستبانة بلغ (٠,٨٩) وهذا يعني أن أداة الدراسة تتسم بالثبات وصالحة لأغراض التحليل الإحصائي والبحث العلمي.

الجدول رقم (٢)
مقياس الثبات لأبعاد الاستبانة

الأبعاد	معامل الثبات ألفا
المزايا التي تعود على البنك في حالة تقديم الخدمات عبر الانترنت	٠,٧٧
الصعوبات التي تواجه البنوك الالكترونية في تقديم خدماتها عبر الانترنت	٠,٨٣
الاستبانة ككل	٠,٨٩

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

للإجابة على أسئلة الدراسة واختبار الفرضيات تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

١. الإحصاء الوصفي (Descriptive Analysis): سيتضمن استخدام المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لوصف عينة الدراسة.

٢. تحليل التباين الأحادي (ANOVA) One Way Analysis of Variance

٣. ألفا كورنباخ Alpha - Cronabach: لقياس ثبات الاستبانة.

٤. اختبار التوزيع الطبيعي (اختبار كولمجروف - سمرنوف) (One Sample K-S)

٥. معامل الارتباط للتعرف على العلاقة بين متغيرات الدراسة.

٦. اختبار t (One Sample T Test)

١. اختبار التوزيع الطبيعي (اختبار كولمجروف - سمرنوف) (One Sample K-S)

استخدم الباحث اختبار كولمجروف - سمرنوف لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا وهو اختبار ضروري في حالة اختبار الفرضيات لان معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعياً. ويوضح الجدول التالي رقم (٣) نتائج الاختبار حيث إن قيمة الاختبار Z صغيرة (أي اصغر من قيمة Z الجدولية وكذلك قيمة مستوى الدلالة أكبر من ٥٪) وهذا يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ويجب استخدام الاختبارات المعلمية.

جدول: نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

المجال	قيمة Z	مستوى المعنوية
المزايا التي تعود على البنك في حالة تقديم الخدمات عبر الانترنت	١,٠٧٧	٠,٢١٤
المعوقات التي تواجه البنوك الالكترونية في تقديم خدماتها عبر الانترنت	٠,٧٦٠	٠,٨٠٧
فقرات الاستبانة جميعا	٠,٩٠١	٠,٤٩١

عرض النتائج وتحليلها

فيما يلي عرض لنتائج التحليل الإحصائي الوصفي للبيانات ، وهي قيمة المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والأهمية النسبية لجميع متغيرات

الدراسة، والفقرات المكونة لكل متغير، مع الأخذ بعين الاعتبار أن تدرج المقياس المستخدم في الدراسة كان (غير موافق بشدة) تعطى درجة واحدة (١)، (غير موافق) تعطى درجتان (٢)، (محايد) تعطى (٣) درجات، (موافق) تعطى (٤) درجات، و (موافق بشدة) تعطى (٥) درجات. وبناءً على ذلك فإذا كانت قيمة المتوسط الحسابي للفقرات أكبر من (٣,٥) فيكون مستوى تقدير المتغير مرتفعاً، وهذا يعني موافقة أفراد العينة على الفقرة، أما إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي (٣,٤٩-٢,٥) فإن مستوى تقدير المتغير متوسطاً، وإذا واستناداً إلى ذلك فأنا قيم المتوسطات الحسابية التي وصلت إليها الدراسة، سيتم التعامل معها لتفسير البيانات على النحو التالي: ٣,٥ فما فوق يمثل مستوى مرتفع، ٣,٤٩-٢,٥ يمثل مستوى متوسط، ٢,٤٩-١ يمثل مستوى منخفض، وكانت نتائج التحليل على النحو التالي:

تبين الجداول التالية النسب المئوية لبدائل كل فقرة وكذلك المتوسط الحسابي والوزن النسبي ومستوى الدلالة لكل فقرة، وتكون الفقرة ايجابية بمعنى أن أفراد العينة يوافقون على محتواها إذا كانت قيمة t المحسوبة أكبر من قيمة t الجدولية ومستوى المعنوية أقل من ٠,٠٥، وتكون الفقرة سلبية بمعنى أن أفراد العينة لا يوافقون على محتواها إذا كانت قيمة t المحسوبة أصغر من قيمة t الجدولية ومستوى المعنوية أقل من ٠,٠٥، وتكون آراء العينة في الفقرة محايدة إذا كان مستوى المعنوية أكبر من ٠,٠٥. وهذا ينطبق على جميع الفقرات في استبانة الدراسة.

الفرضية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥)

بين توفر البنوك الالكترونية والمزايا التي تعود عليها في حالة تقديم الخدمات عبر الانترنت.

لفحص هذه الفرضية استخدم الباحث اختبار للعينة الواحدة (One Sample T-test) والنتائج موضحة في الجدول جدول رقم (٤): نتائج فقرات مجال المزايا التي تعود على البنك في حالة تقديم الخدمات إلكترونياً

م	الفقرة	موافق بشدة %	موافق %	محايد %	غير موافق بشدة %	المتوسط الحسابي	قيمة t	مستوى الدلالة
١	تقليل التكاليف	٣٥,٣	٤٨,٥	١١,٢	٢,٣	٢,٧	٧,٤٣٢	٠,٠٠
٢	زيادة حجم التعاملات التجارية	٣٩,٥	٤٥,٤	٥,١	٥,٨	٤,٢	٨,٣٢١	٠,٠٠
٣	سهولة الدخول إلى الأسواق المحلية والعالمية	٤١,٦	٤٣,٢	٧,٨	٥,١	٢,١	٧,٩٨٢	٠,٠٠
٤	تحسين خدمات العملاء	٤٨,٦	٤٢,١	٦,٣	٢,١	٠,٩	٩,٧٦٤	٠,٠٠
٥	إمكانية تقديم الخدمات على مدار الساعة	٤٥,٨	٤٨,٤	٥,٦	٤,٢	٠	٨,٩٨٢	٠,٠٠
٦	توفير الوقت والجهد	٣٨,٩	٥١,٤	٦,٧	١,٦	١,٤	٧,٩٢٨	٠,٠٠
٧	جمع المعلومات عن المنافسين من خلال صفحات الانترنت	٣٠,٦	٣٢,٤	٢٥,٥	٦,٥	٤,٥	٦,٣٤٢	٠,٠٠
٨	تقليل من فتح فروع جديدة للبنك	٤٠,٢	٤٦,٨	٨,٦	٣,٢	١,٢	٧,٤٥٣	٠,٠٠
٩	زيادة كفاءة أداء البنك	٤٢,٥	٤٨,٣	٤,٢	٣,٢	١,٨	٨,٥٤١	٠,٠٠
١٠	تقديم خدمات مصرفية جديدة	٣٨,٩	٤٧,٦	٦,٥	٤,٣	٢,٧	٧,٩٨٦	٠,٠٠
٠,٠٠	معدل الفقرات جميعاً	٤,٥٦١٧	٨,٧٦٩					

يتبين من الجدول أن جميع فقرات المجال ايجابية حيث أن قيمة المتوسط الحسابي ٤,٥٦١٧ وهو أكبر من المتوسط الحيادي ٣ ، وقيمة t لكل فقرة أكبر من قيمة t ، الجدولية عند درجة حرية ٢٧ ومستوى دلالة للذيلين ٠,٠٥ والتي تساوي ١,٩٦ ، وكذلك قيمة مستوى الدلالة لكل فقرة أقل من ٠,٠٥ . وهذا يعني أن المزايا التي تعود على البنك في حالة تقديم الخدمات عبر الانترنت هي تقليل التكاليف، وزيادة حجم التعاملات التجارية، وسهولة الدخول إلى الأسواق

المحلية والعالمية، وتحسين خدمات العملاء، وإمكانية تقديم الخدمات على مدار الساعة، وتوفير الوقت والجهد، وجمع المعلومات عن المنافسين من خلال صفحات الانترنت، وتقلل من فتح فروع جديدة للبنك، وزيادة كفاءة أداء البنك، وتقديم خدمات مصرفية جديدة. وتتطابق هذه النتيجة مع ما جاء في دراسة عبد الخالق من أن البنوك يجب أن تنتهز هذه الفرصة لتطور أداؤها من خلال خلق فرص عمل جديدة وعن طريق تحديث الإدارة وأساليب العمل والتشغيل. ويدعم ذلك أيضا ما جاء في مقالة الانترنت حول مزايا استخدام الانترنت مثل تنظيم الدفعات (Payments on time) يكفل الاتفاق على وقت اقتطاع وتسديد قيمة التحويلات المالية تنظيم عمليات الدفع، دون أي ريبة في إمكانية السداد وكذلك تيسير العمل (Convenient): حيث ألغت عملية المقايضة الآلية في الوقت المحدد حاجة العميل إلى زيارة البنك لإيداع قيمة التحويلات المالية، مما يعني تيسير الأمر، ورفع فعالية نظام العمل. بالإضافة إلى السلامة والأمن، المصاريف (Money saving) وزيادة رضا العملاء (Customers satisfaction promotes) إذ تكفل سرعة عمليات التحويل الإلكتروني وانخفاض كلفتها تحقيق رضا العملاء. ومن المعروف أن الخدمات المصرفية على شبكة الانترنت لا تسمح فقط للعميل بالحصول على خدمات كثيرة ومتعددة لكنها تتيح لهم أيضا بعض الخدمات التي لا تقدم بالطرق التقليدية. فليس من الضروري أن يذهب العميل إلى البنك الذي قد يقدم أولا يقدم الخدمة. حيث يمكن لأي شخص طباعة المعلومات والنماذج عبر شبكة الانترنت، ويكون قادر على البحث عن المعلومات بكفاءة بدلاً من الانتظار طويلاً، كما أن عميل البنك يستطيع أن يمارس نوع من الضبط والرقابة على كافة حساباته البنكية. مع هذه الخيارات فان البنك سوف يكون قادراً على خلق علاقات مع العملاء وتحقيق رضاهم. وهذه النتيجة تتفق مع دراسة Karjaluo et al.

(2002)، والتي بينت أن الاعتماد على مفهوم البنك الإلكتروني يؤدي إلى تقليل التكاليف، وزيادة رضا العملاء.

ويتضح من جدول رقم (٤) أن المتوسط الحسابي للفقرات يساوي ٤,٥٦١٧ وهو أكبر من قيمة المتوسط الحيادي ٣، كما بلغت قيمة t المحسوبة لمعدل الفقرات ٨,٠٧٣، وهي أكبر من قيمة t الجدولية، وبلغ مستوى الدلالة ٠,٠٠ وهو اصغر من ٠,٠٥ ما يدل على قبول الفرضية أي أنه توجد العديد من المزايا تعود على البنوك في حالة تقديم الخدمات عبر إلكترونيا. واتفقت هذه النتائج مع دراسة (عبد الخالق، ٢٠٠٢) والتي خلصت إلى أن المؤسسات غير المالية أخذت في التعامل بالنقود الإلكترونية مستفيدة بها من مزايا تتمثل في عدم خضوعها لقوانين وقواعد العمل المصرفي.

الفرضية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين الصعوبات التي تواجه البنوك الإلكترونية ونجاحها في تقديم خدماتها عبر الانترنت.

لفحص هذه الفرضية استخدم الباحث اختبار T للعينة الواحدة (One Sample T test) والنتائج موضحة في الجدول رقم (٥) كالتالي:

جدول رقم (٥)

نتائج فقرات مجال الصعوبات التي تواجه البنوك الالكترونية في تقديم خدماتها عبر الانترنت

م	الفقرة	موافق بشدة %	موافق %	محايد %	غير موافق %	غير موافق بشدة %	المتوسط الحسابي	قيمة t	مستوى الدلالة
١	عدم فهم إدارة البنك لأهمية الانترنت في تقديم الخدمات	١٤,٥	٢٠,٩	٢٢	٣٥,٣	٦,٣	٣,٤١٢	٦,٣٣٢	٠,٠٠
٢	نقص المهارات المطلوبة لدى العاملين باستخدام هذه التقنية	١٢,٦	٣٣,٣	٣٧,٥	٩,٤	٧,٣	٣,٤٧٥	٢,٣٢١	٠,٠١٦
٣	عدم تخصيص الميزانية اللازمة	١٩,٨	١٩,٨	٣١,٣	٢٤,٩	٤,٢	٣,٤٣٥	١,٩٨٢	٠,١٠
٤	عدم انتشار شبكة الانترنت لدى المستخدمين بشكل كافى	١٦,٨	٣٠,٠	٣٨,١	١٢,٤	٢,٢	٣,٩٩٢	٣,٧٧٤	٠,٠٠
٥	صعوبة التعامل مع اللغة الانجليزية لدى الكثير من العملاء	٢٨,١	٣٩,٦	١٨,٨	١١,٥	٢,١	٣,٠٤٣	٣,٩٨٢	٠,٠٠
٦	نقص البنية الأساسية المطلوبة لتجهيز مواقع الانترنت	١٢,٥	٣٥,٣	٣٣,٤	١٤,٧	٤,١	٣,٨٧٥	٤,٩٢٨	٠,٠٠
٧	قلة عدد مستخدمي الانترنت بسبب ارتفاع التكلفة	٣٠,٦	٣٢,٤	٢٥,٥	٦,٥	٤,٥	٣,٩٨٢	٦,٣٤٢	٠,٠٠
٨	عدم توافر القوانين والتشريعات اللازمة لقيام بهذا النوع من الخدمات	٤٠,٧	٣٤,٣	١١,٤	٩,٤	٤,٢	٣,٩٨٢	٥,٦٠٢	٠,٠٠
٩	عدم الثقة في اساليب الدفع المستخدمة	٣٧,٦	٣٣,٣	٢٠,٨	٧,١	١,٢	٤,١١٢	٥,٤٢١	٠,٠٠
١٠	عدم المعرفة بالحكم الشرعي للبنوك الالكترونية	١٩,٨	٥٥,٢	١٨,٨	٤,٣	٢	٣,٥٦٣	٤,٨٧٢	٠,٠٠
١١	عدم المعرفة بالية الشراء عبر الانترنت	٢٣	٤٩,٩	٢٠,٨	٤,٣	٢,١	٣,٦٢٧	٥,٦٦٢	٠,٠٠
١٢	بطء شبكة الانترنت	٢١,٩	٣٨,٥	١٨,٨	١٨,٨	٢,١	٣,٤٠٣	٣,٨٧٤	٠,٠٠
الفقرات جميعها									
							٣,٦٥٠	٤,٥٩١	٠,٠٠

يتبين من الجدول أن جميع فقرات المجال ايجابية حيث أن قيمة المتوسط الحسابي ٣,٦٥٠ وهو أكبر من المتوسط الحيادي ٣، وقيمة t لكل فقرة أكبر من

قيمة t الجدولية عند درجة حرية ٢٧ ومستوى دلالة للذيلين ٠,٠٥ والتي تساوي ١,٩٦، وكذلك قيمة مستوى الدلالة لكل فقرة اقل من ٠,٠٥، وهذا يعني أن الصعوبات التي تواجه البنوك الالكترونية في تقديم خدماتها عبر الانترنت هي عدم فهم إدارة البنك لأهمية الانترنت في تقديم الخدمات، ونقص المهارات المطلوبة لدى العاملين باستخدام هذه التقنية، وعدم تخصيص الميزانية اللازمة وعدم انتشار شبكة الانترنت لدى المستخدمين بشكل كافٍ، وصعوبة التعامل مع اللغة الانجليزية لدى الكثير من المستخدمين، ونقص البنية الأساسية المطلوبة لتجهيز مواقع الانترنت، وقلة عدد مستخدمي الانترنت بسبب ارتفاع التكلفة. وعدم توفر القوانين والتشريعات اللازمة لقيام هذا النوع من التجارة، وعدم الثقة في أساليب الدفع المستخدمة، وعدم المعرفة بالحكم الشرعي للبنوك الالكترونية، وعدم المعرفة بالية الشراء عبر الانترنت، وبطء شبكة الانترنت، واتفقت النتائج مع دراسة (خلفان، وآخرين، ٢٠٠٦) والتي خلصت إلى أن السرية وحماية الخصوصية كانت من أهم العقبات إذ عارضت البنوك استخدام تطبيقات التجارة الالكترونية لتخوفها من تعرض هذه التطبيقات للقرصنة وخطر الفيروسات التي قد تكون خارجة عن إطار سيطرتهم، كما أظهرت النتائج أن ضعف الدعم الإداري يعتبر عاملاً معيقاً في تبني تطبيقات التجارة الالكترونية وبشكل عام أن منطقة الخليج العربي تعتبر بطيئة في تطبيق التجارة الالكترونية رغم القناعة بأن تطبيقها يخفف من المصاريف الإدارية إلى حد ما، وبينت الدراسة أن عدم حماية الزبائن، وتكلفة الاستثمار في التكنولوجيا وضعف جاهزية السوق تشترك جميعاً في جعل البنوك الالكترونية غير مشجعة وتعتبر عوامل معيقة لانتشار التجارة الالكترونية. واتفقت أيضاً مع دراسة (خالد، وآخرين، ٢٠٠٦) والتي أظهرت ضعف رضى الزبائن عن البنوك الالكترونية في جميع العوامل السابقة. كما لا يزال البعض يشككون في معايير

الامان المرتبطة بالمصارف الالكترونية، كونهم يخشون ان المعلومات الشخصية ذات القيمة المتعلقة بالبنك قد تصبح معرضة للخطر وبدون حماية. والأمر الآخر هو إن قدامى المتعاملين قد لا يكونون ذوي دراية تامة باستخدام الحاسوب. (إن أي إخفاق في أي عملية مصرفية قد يؤدي إلى تصدع ثقة المتعاملين في استخدام شبكة الانترنت لأداء الخدمات المالية، وذلك وفقاً لنسبة ٤٥٪ من مديري الشبكات الذين استجابوا لاستطلاع رأي لمؤسسة WEEKLY-HARVAY الذي يجري بالحاسوب أسبوعياً للإجابة على سؤال محدد BIG QUESTION (THOMAS, 2003)، هذا يشير إلى حقيقة إن وقوع الفوضى في عمل شبكة الانترنت، بما في ذلك خلل الرقائق الالكترونية المصاحب لذلك، قد يكون بمثابة مشط همم لمستخدمي المصارف الالكترونية. وبالإضافة إلى ذلك فإن الأهمية الخاصة التي يراها ليون ديست Leon Deist المدير التنفيذي لترويج التسويق في مؤسسة Arivia Kom بقوله أن الخدمات المصرفية من خلال الانترنت لم تصل بعد إلى المستوى الذي يطلبه الزبائن. ويضيف إلى ذلك بأنه وحتى يحين ذلك الوقت الذي يتسنى فيه للزبون إيجاد مدخل من خلال الانترنت إلى حساباته، بما في ذلك القروض المنزلية، وتمويل السيارة، والاستثمارات، فإن الزبون سيكتفي فقط باستخدام الخدمات المصرفية من خلال الانترنت من أجل التحويلات الأكثر ضرورة.

ويتضح من جدول رقم (٥) أن المتوسط الحسابي للفقرات يساوي ٣,٦٥٠ وهو أكبر من قيمة المتوسط الحيادي (٣)، كما بلغت قيمة t المحسوبة لمعدل الفقرات ٤,٥٩١، وهي أكبر من قيمة t الجدولية، وبلغ مستوى الدلالة ٠,٠٠ وهو أصغر من ٠,٠٥ ما يدل على قبول الفرضية أي أنه توجد صعوبات تواجه البنوك الالكترونية في تقديم خدماتها عبر الانترنت.

الفرضية الثالثة: توجد فروقات ذات دلالة إحصائية حول نجاح البنوك الالكترونية تعزى إلى للخصائص الشخصية لأفراد العينة (المؤهل العلمي وسنوات الخبرة والمسمى الوظيفي والعمر).

لاختبار هذه الفرضية يتم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way Anova . ويستخدم في حالة المتغيرات المستقلة التي يزيد فيها عدد المجموعات عن مجموعتين .

وقد اعتمدت قاعدة القرار التالية :

- رفض الفرضية إذا كانت قيمة مستوى الدلالة أكبر من ٠,٠٥
- قبول الفرضية إذا كانت قيمة مستوى الدلالة أقل من ٠,٠٥.



جدول رقم (٦)

نتائج اختبار (التباين الأحادي) One Way ANOVA للفروق بين المتوسطات الحسابية في تقدير نجاح البنوك الالكترونية وفقاً للمتغيرات (العمر، المؤهل العلمي، الخبرة، المستوى الوظيفي)

المتغير	فئات المتغير	الوسط الحسابي	قيمة F	مستوى الدلالة
العمر	٣٠ سنة فأقل	٢,٦٩٩٣	٤,٦٥٠	٠,٠٠٣
	٣١-٤٠	٢,٧١٨٨		
	٤١-٥٠	٢,٣١١٠		
	أكبر من ٥٠ سنة	٢,٢٢٧١		
المؤهل العلمي	دون الثانوية العامة	٢,٧٥٠٠	٣,٥٤٨	٠,٠٤٨
	ثانوية عامة	٢,٦٥٧٠		
	دبلوم متوسط	٢,٧٤٢٦		
	بكالوريوس	٣,٧٥٠٠		
	دراسات عليا	٣,٠٨١٠		
الخبرة	٥ سنوات فأقل	٢,٦٩٣٥	٠,٩٨٨	٠,٣٧٥
	٦-١٠	٢,٧٣٣٣		
	١١-١٥	٢,٦٣٠٣		
	أكثر من ١٥ سنة	٢,٦٥٤٤		
المستوى الوظيفي	مدير	٣,٨٨٩٢	١,٤٣٦	٠,٠١٤
	مساعد مدير	٣,٤٦٥٥		
	رئيس قسم	٢,٧٧٧٤		

نلاحظ من خلال النتائج الواردة في الجدول رقم (٦) واستناداً إلى قاعدة القرار أنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقديرات أفراد العينة لنجاح البنوك الالكترونية في المملكة العربية السعودية تعزى للمتغيرات المستقلة (العمر، المؤهل العلمي، المستوى الوظيفي). حيث كان مستوى الدلالة لقيم (F) أقل من (٠,٠٥) لهذه المتغيرات. ونلاحظ ذلك من خلال قيم المتوسط الحسابي لتقدير كل مجموعة من مجموعات حيث جاءت متفاوتة، وهذا يعني أن هذه المتغيرات تؤثر على تقدير الأفراد لمستوى نجاح البنوك الالكترونية في المملكة العربية السعودية تعزى إلى للخصائص الشخصية لأفراد العينة (المؤهل العلمي وسنوات الخبرة والمسمى الوظيفي والعمر). كما دلت النتائج أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير الموظفين لنجاح البنوك الالكترونية في المملكة العربية السعودية تعزى للمتغير المستقل (الخبرة) وبناءً على النتائج السابقة فإنه يتم رفض الفرضية جزئياً فيما يتعلق بالمتغير (الخبرة)، وقبول الفرضية العدمية جزئياً فيما يتعلق بمتغيرات (العمر، المؤهل العلمي، المستوى الوظيفي) ورفض الفرضية البديلة التي تفترض وجود فرق في تقديرات أفراد العينة لمستوى نجاح البنوك الالكترونية في المملكة العربية السعودية يعزى إلى (العمر، المؤهل العلمي، المستوى الوظيفي).

نتائج الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على مزايا والصعوبات التي تواجه تطبيق البنوك الالكترونية في المملكة العربية السعودية بالتطبيق على منطقة تبوك ، وقد توصلت الدراسة الى عدد من النتائج أهمها:

١. أن البنوك الالكترونية تعد وسيلة جيدة وهامة لجذب العملاء، وتنمية وتطوير التجارة الالكترونية في المملكة العربية السعودية، وسيلة للتوسع في تقديم الخدمات بواسطة البنك.

٢. أن المزايا التي تعود على البنك في حالة تقديم الخدمات عبر الانترنت هي تقليل التكاليف، وزيادة حجم التعاملات التجارية، وسهولة الدخول إلى الأسواق المحلية والعالمية، وتحسين خدمات العملاء، وإمكانية تقديم الخدمات على مدار الساعة.

٣. أن الصعوبات التي تواجه انتشار البنوك الإلكترونية تتمثل في عدم إدراك بعض البنوك لأهمية الفوائد الناجمة عن استخدام النظام الإلكتروني للتجارة، ضعف نظم الأمن التي تحققها التجارة الإلكترونية في مجال إبرام الصفقات التجارية، عدم المعرفة الحقيقية بالحكم الشرعي للبنوك الإلكترونية وعدم المعرفة بكيفية إتمام مراحل العملية التجارية.

التوصيات

في ضوء اختبار الفرضيات وتحليل البيانات والنتائج التي تم التوصل إليها فإن الدراسة تقدم عدد من التوصيات على النحو التالي:

١. ضرورة تبني مفهوم البنك الإلكتروني كوسيلة هامة في تقديم الخدمات المصرفية.
٢. القيام بحملة تثقيفية للزبائن، لخلق نوع من الثقة والأمان لدى المتعاملين بالخدمات المصرفية الإلكترونية.
٣. قيام القطاع المصرفي بعقد دورات للمتعاملين على كيفية إدارة حساباته إلكترونياً.
٤. توسيع نطاق الدراسة بحيث تشمل أكثر من منطقة بحيث يكون هنالك إمكانية من تعميم نتائج الدراسة.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

١. أبو غنيم، أزهار نعمة عبد الزهرة، «المعرفة التسويقية وتكنولوجيا المعلومات وأثرهما في الأداء التسويقي» أطروحة دكتوراه فلسفة في إدارة الأعمال مقدمة للجامعة المستنصرية، كلية الإدارة والاقتصاد، ٢٠٠٧ م.
٢. غنيم، أحمد محمد (٢٠٠٧)، إدارة البنوك: تقليدية الماضي وإلكترونية المستقبل، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
٣. البكر، ثامر، أحمد الرحومي، (٢٠٠٨)، تسويق الخدمات المالية، اثرء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى.
٤. الخطيب، فهد، والحسيني، فلاح (٢٠٠٠). «التجارة الإلكترونية وأثرها في المركز الاستراتيجي للشركات». دراسات . المجلد ٤٠.
٥. الشافعي، محمد (٢٠٠٤)، «النقود الإلكترونية». مجلة الأمن والقانون. العدد الأول.
٦. النشرة الاقتصادية (٢٠٠٣). «مخاطر الصيرفة الإلكترونية». بنك الإسكندرية. المجلد ٣٥.
٧. توفيق، محمد. (٢٠٠٣). «أثر التجارة الإلكترونية على تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية». دراسة اختبارية بالتطبيق على استخدام القطاع المصرفي لوسائل دفع النقود الإلكترونية وخدماتها المرتبطة بأنظمة البنك الفوري www.mohamedsherif.vze.com
٨. الشمري، ناظم محمد، عبدالفتاح العبدالات، (٢٠٠٨) الصيرفة الإلكترونية: الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع، عمان ، الأردن، دار وائل للنشر

والتوزيع، الطبعة الأولى

٩. نهلة احمد قنديل، (٢٠٠٥)، التجارة الالكترونية ، بدون دار نشر

ثانياً: المراجع الأجنبية:

1. Al-Sukkar, A., and Hasan, H. (2005) Towards a Model for the Acceptance of Internet Banking in Developing Countries. Information Technology for Development. Vol. 11, No. 4, pp. 381-398.
1. Al-Duhkeil, A. M. 1995. The banking system and its performance in Saudi Arabia. United Kingdom: Saqi Books
2. Al-Suhaimi, J. A. 1998. Managing change in the domestic payment and settlement systems of the Kingdom of Saudi Arabia. In managing change in payment systems. Policy Papers No. 4. Swaziland: Bank for International Settlements. 61-70
3. Basel Committee On Banking Supervision (2003), Risk Management Principles for Electronic Banking, Bank for International Settlements
- Bradley, L. and Stewart, K. (2003) "Delphi Study of Internet banking", MCB UP Limited, pp 273-279
4. Birch, D., Young, M.A. (1997), "Financial services and the Internet: what does cyberspace mean for the financial services industry?" Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy, Vol. 7 No.2, pp.120-6
5. Chang, Y. T. (2003) "Dynamics of Banking Technology Adoption: An Application to Internet Banking," Department of Economics, Workshop Presentation, University of Warwick, Coventry, UK
- Claessens, S, T. Glaessner and D. Klingebiel. (2001) 'E-Finance in Emerging Markets: Is Leapfrogging Possible?' World Bank Financial Sector Discussion Paper No. 7
6. Crisp, B. S. Järvenpää and P. Todd (1997) 'Individual Differences and Internet Shopping Attitudes and Intentions.' Working Paper. University of Texas. Unpublished p 19
7. Daniel, E. (1999) Who Dares Wins? Online Banking Services and Innovation Types, Hackney, R.(Ed.) Proceedings of 9th Annual Business Information Technology Conference, Paper No. 34. November 3-4, Manchester, UK
8. Davis, F. D. (2000). "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." MIS Quarterly 10(3): 318-340
9. Devlin, J. F. (1995) Technology and Innovation in Retail Banking Distribution, International Journal of Bank Marketing, Vol. 13, No. 4, pp. 19-23.
10. Daghfous, N and Toufaily, E 2007, The adoption of E-banking by

- Lebanese banks: success and critical factors, research paper, Universte du Quebec a Montreal Retrieved from: Dashen bank 2011, Annual Report, available at: <http://www.dashenbank.com>
11. Khalfan, A, Alrefaei, S & Al-Hajery, M 2006, 'Factors influencing the adoption of internet banking in Oman: a descriptive case study analysis,' international journal of financial services management, 1(2/3):155-172.
 12. Karjaluoeto, H., Mattila, M., & Pento, T. 2002. Factors underlying attitude formation towards online Internet banking in Finland. International Journal of Bank Marketing, 20(6), 261-272.
 13. Sohail, M. S., & Shaikh, N. M. (2008). Internet banking and quality of service. Online Information Review, 32, 58-72.
 14. Shan, T. C., & Hua, W. W. (2006). Service-oriented solution framework for Internet banking. International Journal of Web Services Research, 3, 29-48.
 15. Thomas, D., (2002), 'The Big Question: online banking failures', Computer Weekly, p.2.

