

المحاسبة في المصارف الألكترونية والتحديات التي تواجهها

دراسة استطلاعية في عينة من المصارف التجارية في محافظة السليمانية

م.م . هيمن محمد عزيز

كلية التجارة/ جامعة السليمانية

محاضر في كلية الادارة والاقتصاد/ جامعة التنمية البشرية

م.م . هيو علي فرج

كلية التجارة/ جامعة السليمانية

د. بصيرة مجيد نجم

كلية الإدارة و الاقتصاد/ جامعة السليمانية

المستخلص

شهد العالم ثورة تكنولوجية تتجسد في المصارف الألكترونية، نتج عن التوسع المصارف الألكترونية. المصارف الألكترونية هو إجراء العمليات المصرفية بشكل الكتروني والذي يعد الانترنت من أهم أشكالها، وبذلك فهي المصارف التي تنشئ لها مواقع الكترونية على الانترنت (Networking) لتقديم نفس خدمات موقع المصارف من سحب وتحويل دون انتقال العميل إليها.

ويهدف البحث إلى بيان أهمية ومزايا المصارف الألكترونية وبيان أهم التحديات التي تواجه المصارف الألكترونية في إقليم كردستان، و تشخيص أهم المحددات التي تعيق عمل المحاسب والمدقق لآليات أنظمة العمليات المصرفية التي تنفذ الكترونياً ، ولتحقيق ذلك تم تصميم (28) استمارة استبيان وزع على كل من (المدير العام ، رؤوساء الأقسام وتحديداً رؤوساء الأقسام المحاسبية وتكنولوجيا المعلومات) في (7) من المصارف التجارية - الألكترونية مع اختيار العينة التي تتعامل مع المصارف ألا وهم الزبائن تمثلت في (220) زبون. وقد تم تحليل نتائج البحث باستخدام برنامج (SPSS 22.0) من خلال الأساليب الإحصائية و تحليل الأندار.

البحث توصل إلى مجموعة من الإستنتاجات أهمها: ضعف القواعد والتشريعات الخاصة بتنظيم أعمال المصارف الألكترونية في إقليم كردستان، وللنظم الألكترونية تأثير كبير على كل من الجوانب المحاسبية والتدقيقية إذ يجب أن تتلاءم النظم الألكترونية مع معايير المحاسبة والتدقيق لتسجيل الأحداث في السجلات المصرفية الألكترونية. وانتهى البحث بمجموعة من المقترحات في مقدمتها ضرورة قيام المصرف المركزي العراقي بمراجعة التشريعات والقوانين النافذة بتنظيم المصارف الألكترونية و تدريب وتأهيل المختصين في مجال تقنية المعلومات والاتصالات والشبكات، وكذلك في مجال المحاسبة والتدقيق الالكتروني.

الكلمات المفتاحية : (المصارف الألكترونية، تكنولوجيا المعلومات، التحديات، المحاسبة والتدقيق، إقليم كردستان)

Abstract

Abstract Electronic banking has developed as a result of the technological revolution the world witnessed in the last several decades. Here, banking transactions are carrying out in an electronic form with the support of the internet. Banks can provide their normal services such as cash withdrawals and transfer without the need of customers to visit their physical branches. The purposes of this paper is to (1) identify the significant of electronic banks, (2) highlight the key challenges facing electronic banks in Kurdistan Region, and (3) determine the obstacles facing accountants and auditors in processing their tasks electronically. In attempting to achieve these goals, qualitative data is collected via constructing a questionnaire survey. They were distributed to the executive directors and head of account and IT departments of seven commercial banks which have adopted electronic banking services. Using linear regression analysis, the findings of this study highlighted the weakness of the current rules and regulations of electronic banking in the Kurdistan Region. We found that electronic systems have a significantly positive influence on accounting and auditing procedures, as electronic systems need to be consistent with accounting and auditing standards. The study recommends that it is necessary for the Central Bank of Iraq to review the laws and legislation in organizing electronic banks. Additionally, training and qualifying specialists in the field of IT, communications, networking, in addition to electronic accounting and auditing are also recommended.

Keywords: Electronic banking, IT, Challenges for accounting and auditing, Kurdistan Region.

المقدمة

يعيش العالم اليوم في عصر يسمى بعصر المعلومات أو المعرفة، نتيجة لما يشهده من نمو متسارع للتكنولوجيا في شتى المجالات، فقد شهدت منشآت الأعمال بصفة عامة والمصارف التجارية بصفة خاصة، تحديات كبيرة في الآونة الأخيرة، إذ تلعب الشبكة الدولية للمعلومات " إنترنت" دوراً رئيسياً كوسيط لاستكمال تنفيذ أعمال التجارة بشكلها المعاصر واتجهت العديد من المنشآت والمصارف لإنشاء موقع لها على شبكة الإنترنت وذلك لمباشرة التجارة الألكترونية العادية أو المصرفية والتحاسب عنها إلكترونياً. يعد القطاع المصرفي من أهم القطاعات الاقتصادية في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، إذ أن الدور الذي تلعبه المصارف في الحياة الاقتصادية دوراً هاماً وفعالاً، فهي أساس النظام الاقتصادي الحديث كما أصبح لها دور رئيس في تحقيق أهداف ومكونات السياسة المالية للدولة بعناصرها الائتمانية والنقدية، لذلك فيه تساهم بشكل رئيس في رفع كفاءتها وفعاليتها الإدارية، وأن تعمل على تحقيق جميع أهدافها واستراتيجياتها وبرامجها وغاياتها ضمن إطار البيئة المالية والمصرفية التنافسية.

وفي هذا البحث سوف يتم التعرف على أهم التحديات التي تواجه المصارف الألكترونية في ظل (تكنولوجيا المعلومات (IT)، المحاسبية والتدقيقية، القانونية، الاجتماعية والثقافية، والاقتصادية) في إقليم كردستان.

المبحث الأول: منهجية البحث

تعد منهجية البحث الخطوة الأولى التي توضح المسار العلمي الذي اختارها الباحثون والتي سيتم من خلالها تناول مشكلة البحث وتحديد أبعادها وأهدافها وفرضيتها.

أولاً: مشكلة البحث:

من خلال الزيارات الميدانية للباحثين لمصارف عينة البحث ومقابلة المختصين في الإدارات المصرفية في القطاع الخاص كذلك مقابلة عديد من الزبائن والمتعاملين فقد وجد بأن غالبية المصارف لا تعتمد المصارف الألكترونية كأسلوب حضاري متقدم في إنجاز الخدمة المصرفية، لذلك فإن مشكلة البحث تتلخص بالقصور الواضح من قبل الإدارات المصرفية والتحديات التي تواجه المصارف الألكترونية في تقديم الخدمات المصرفية المطلوبة، وفي ضوء ما تقدم يمكن صياغة مشكلة البحث من خلال الأسئلة الآتية:

1. هل أسهمت المصارف الألكترونية في تحقيق مستوى ملائم من رضا الزبائن والمتعاملين عن الخدمة المصرفية المقدمة في إقليم كردستان؟

2. ما هي التحديات الناجمة عن التوسع في استخدام خدمات المصارف الألكترونية في إقليم كردستان؟

3. ما هي التحديات التي تواجه المصارف الألكترونية للأهداف المرجوة، والمترتبة على تقديم خدماتها عبر قنوات الاتصال الألكترونية؟

ثانياً: أهمية البحث:

1. تحديد أهم التحديات التي تواجه المصارف الألكترونية في إقليم كردستان.

2. إن ما يقدمه البحث في مجال تطوير الخدمة المصرفية الألكترونية سيكون مفيداً كذلك في تعزيز مستويات رضا الزبائن والمتعاملين عن الخدمات المقدمة في تلك المصارف.

3. يُفيد هذا البحث العاملين في المصارف الموجودة في إقليم كردستان وصناع القرار بأهمية الخدمات المصرفية الألكترونية إذ أصبحت من أسرع الخدمات التي تقدمها المصارف في العالم.

ثالثاً: أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى:

1. وضع بعض الآليات لتطوير أسلوب المصارف الألكترونية بما يعزز من ثقة الزبائن والمتعاملين في الخدمة المصرفية المقدمة.

2. تشخيص أهم المحددات التي تعيق عمل المحاسب والمدقق لآليات أنظمة العمليات المصرفية التي تنفذ ألكترونياً.

3. الوقوف على أهم العراقيل والتحديات التي تواجه المصارف الألكترونية مع تحديد كل الإجراءات القانونية والتشريعية الخاصة بها.

4. الوقوف على أهم العراقيل والتحديات التي تواجه المصارف الألكترونية من ناحية الزبائن.

5. تفسيرات المصارف الألكترونية و تعريفاتها، و التي يمكن تقسيمها إلى الآتي:

- تطورها في البلدان الأخرى خاصة في بلدان المتقدمة.
- مزايا المصارف الألكترونية.
- الخدمات المصرفية من خلال شبكة الانترنت.
- مخاطرة المصارف الألكترونية.

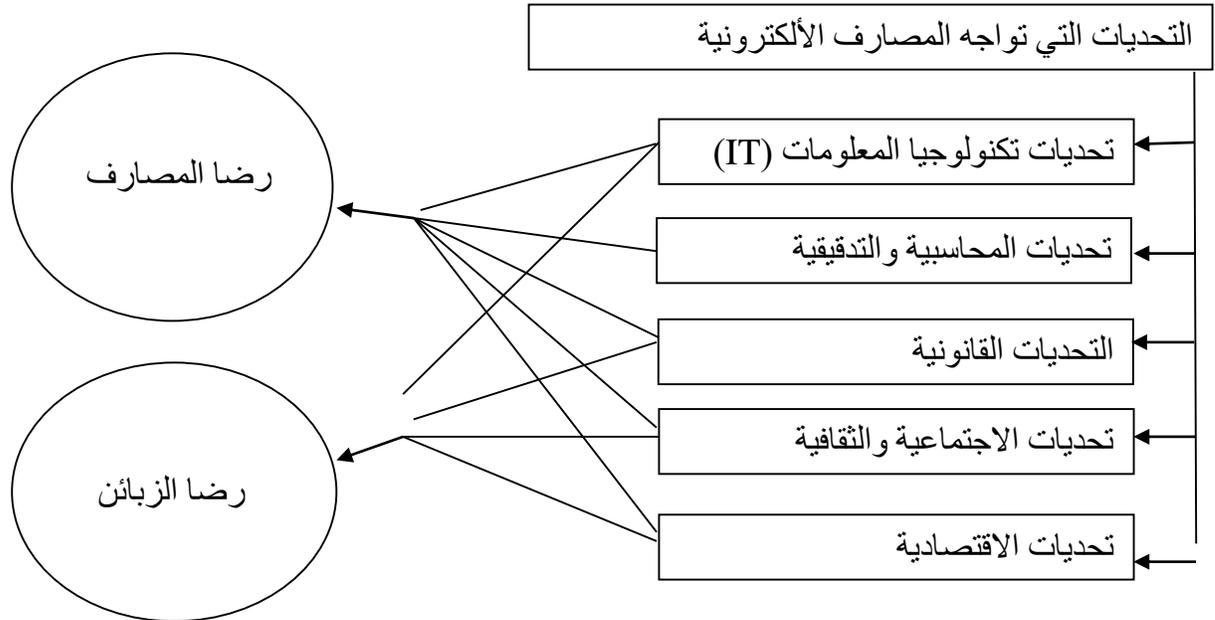
رابعاً: فرضيات البحث:

يقوم البحث على فرضيتين التي قمنا بصياغتها وسنحاول الإجابة عنها والتأكد من صحتها ضمن هذا البحث.

الفرضية الأولى: توجد علاقة معنوية موجبة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد التحديات ورضا المصارف.

الفرضية الثانية: توجد علاقة معنوية موجبة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد التحديات ورضا الزبائن.

خامساً: مخطط البحث:



المصدر: (من إعداد الباحثون)

سادساً: منهجية البحث:

لغرض تحقيق أهداف البحث و اختبار فرضياته إذ تم الاطلاع ميدانياً على مجريات العمل المصرفي وفقاً لأنظمة المعلوماتية المؤتمتة ومن ثم التعرف على أهم التحديات التي تواجه محل البحث.

ومن خلال ما تقدم يمكن تقسيم منهجية البحث إلى القسمين الآتيين:

أولاً: الإطار النظري: الذي تناول أهم الأفكار التي تطرقت إليها الدراسات السابقة والاستنتاجات التي استخلصها من الأسلوب الوصفي التحليلي بما ينصب من حيثيات البحث.

ثانياً: الإطار العملي: الذي أستند على الدراسات الميدانية والأسلوب الإحصائي الذي استند على استمارة الاستبيان (ملحقة) تم توزيعها على الموظفين العاملين في المصارف الإلكترونية والزبائن بشكل العام، حيث استخلصت منها البيانات والنتائج ذات الصلة بفرضيات البحث.

سابعاً: مجتمع البحث:

يشتمل مجتمع البحث على الفئتين يشكلان في ترابطهما المحور الرئيسي للبحث وهما المصارف الإلكترونية والزبائن بشكل العام. وقد بلغ عدد هذه المصارف (7) مصارف الألكترونية العاملة في إقليم كردستان وقد تم توزيع (28) استمارة الاستبيان على (مدير العام ، رؤوس الأقسام وتحديداً رؤوس أقسام المحاسبة وتكنولوجيا المعلومات) وقد تم اختيار عينة المقصودة تمثل (28) موظفاً ممن لهم الإطلاع على أعمال المصارف الألكترونية وقد تم توزيع (28) استمارة استبيان مصممة وفق هيكل معين لتعكس نتائجها حيثيات موضوع البحث وقد تم إعادة (24) منها إذ تم الاستفادة من (21) وتم تحليل نتائجها. أما المتبقي البالغ عددهم (4) استمارة فلم يرجع من قبل الموظفين. وعلاوة على ذلك تم اختيار مجتمع آخر التي يتعامل مع المصارف (الزبائن) بصورة عشوائية تمثل (220) زبوناً وتم الاستفادة من (200) منها وتم تحليل نتائجها. أما المتبقي عددهم (20) استمارة لم يعاد إلى الباحثين.

المبحث الثاني: دراسات السابقة

هناك عرضاً موجزاً لأهم الدراسات التي تمكن الباحثون من الإطلاع عليها، التي تناولت موضوعات ذات صلة بموضوع البحث.

أولاً: دراسة (الحاج، 2014) المتعلقة بـ (مخاطر العمليات المصرفية الألكترونية) وتهدف هذه الدراسة إلى توضيح الطبيعة القانونية للعمليات المصرفية الألكترونية والتعرف على الأحداث المرتقبة المحتملة وقياس وتقدير المخاطر التي يمكن أن تأتي منها، ومواجهتها عند استخدام الخدمات المصرفية الألكترونية، وإدارتها من أجل إبقاء هذه المخاطر عند مستوى معين يمكن المصرف أن يتحملها، وكذلك الوقوف على التحديات المتعلقة بيئة العمل المصرفي الإلكتروني. وخلصت الدراسة إلى أن التطور التقني المطرد في الصناعة المصرفية من ناحية، والتطور في استخدام الوسائل الألكترونية والأموال الألكترونية من ناحية أخرى، أدت إلى زيادة تعقيد العمليات المصرفية في سوق ستمت المنافسة الشديدة. ولمقابلة هذا التطور والمخاطر المرتبطة به أصبح من الضروري مراقبة مستوى المخاطر التي تحيط بالعمل ووضع الإجراءات الرقابية اللازمة للسيطرة على الآثار السلبية لهذه المخاطر وإدارتها بطريقة سليمة.

ثانياً: دراسة (عبدالله، 2013) المتعلقة بـ (مشكلات تسويق الخدمات المصرفية الألكترونية في العراق وعلاقتها برضا الزبائن)، وتهدف هذه الدراسة إلى تعرف على أهم المشكلات التي تواجه تطبيق أسلوب التسويق المصرفي الإلكتروني في أنشطة المؤسسات المصرفية في العراق وعلاقتها ذلك برضا الزبائن، ولتحقيق ذلك تم تصميم استمارة استبيان وزعت على عينة من (68) فرداً من المتعاملين مع

المصارف المبحوثة تم خلالها التوصل للعديد من الاستنتاجات والتوصيات أبرزها ضرورة إعادة هندسة العمل الإداري في المصارف مع التركيز على تدريب الكادر المصرفي العامل داخل وخارج العراق بما يتناسب التطورات العالمية الحديثة.

ثالثاً: دراسة (عبيد، 2012) المتعلقة بـ (دور الخدمات الألكترونية المصرفية في تعزيز ميزة التنافسية في قطاع البنوك في محافظة جنين) وخلصت الدراسة إلى: أن التطور الكبير في الخدمات الألكترونية المصرفية وتزايد حدة المنافسة وإدراك البنوك لأهمية هذه الخدمات، لدورها البارز في تحقيق أهداف البنك التنافسية، فقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الخدمات الألكترونية المصرفية في تعزيز الميزة التنافسية في قطاع البنوك في محافظة جنين، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي كمنهجية مناسبة لموضوع الدراسة.

المبحث الثالث: المصارف الألكترونية

تعد المصارف الألكترونية أو ما يمكن أن نطلق عليه الافتراضية ظاهرة حديثة نسبياً على الساحة المصرفية ومختلفة بعض الشيء عن البنوك التقليدية. حيث تعتمد هذه البنوك على إجراء العمليات المصرفية بشكل إلكتروني كامل، وبذلك فهي بنوك افتراضية تنشئ لها مواقع إلكترونية على الانترنت لتقديم نفس خدمات المتوقع من المصرف من سحب ودفع وتحويل دون انتقال العميل إليها.

أولاً: مفهوم المصارف الألكترونية:

تختلف التسميات حول مفهوم المصارف الألكترونية ولكنها تصب في مفهوم واحد وهي المصارف التي تعمل عن طريق شبكة المعلومات الدولية (الانترنت).

ويطلق عليها عدة مسميات مثل المصارف الألكترونية، مصارف الانترنت، المصارف الألكترونية عن بعد، المصرف المنزلي، المصرف على الخط، المصارف الخدمية الذاتية أو مصارف الويب، وعلى اختلاف المسميات فجميعها تشير إلى قيام العميل بإدارة حساباته أو إنجاز أعماله المتصلة بالمصرف عبر شبكة الانترنت سواء كان في المنزل أو المكتب وفي أي مكان وفي أي وقت يرغبه ويعبر عنها "بالخدمة المالية عن بعد". وبالتالي يمكن للعميل أن يتصل بالمصرف مباشرة بالاشتراك العام، عبر شبكة المعلومات الدولية وإجراءاته لمختلف التعاملات على أساس أن يزود المصرف جهاز الحاسوب الشخصي للزبون بحزمة البرمجيات الشخصية. (قابوسة، بودن ناشر، ورقة البحثية منشورة على الموقع الإلكتروني www.iefpedia.com).

يمكن التوصل الآن إلى مفهوم شامل للمصارف الألكترونية: وهي عبارة عن المصارف التي تقدم الخدمات المصرفية التقليدية أو المبتكرة والتي يحتاجها الزبائن من خلال شبكة الانترنت على مدار (24) ساعة سبعة أيام في الأسبوع من خلال جهاز الحاسب الشخصي دون أي عوائق. (عبدالله والطراد، 2007: 223)

ثانياً: ظهور ونشأة البنوك الإلكترونية:

ظهرت خدمات البنوك الإلكترونية للمرة الأولى في بداية الثمانينات ولم تكن عبر الإنترنت بصورتها الحالية، وإنما كان العملاء يستخدمون أجهزة طرفية أو لوحة مفاتيح أو شاشة تليفزيون في الوصول لنظام المصرف عبر خط الهاتف، حيث يتم إرسال نغمات مشفرة عبر خط الهاتف مثل شفرة موريس تحمل إرشادات وتعليمات للمصرف، وأطلق عليها في ذلك الوقت الخدمات المصرفية المنزلية، وكانت التكنولوجيا المستخدمة في نقل البيانات هي فيديوتيكس، وهي عبارة عن صورة بدائية أو أولية لنقل المعلومات عن بعد، حيث تستخدم في توصيل النصوص للمستخدم في صورة تشبه الحاسب وتعرف عادة على شاشة التليفزيون.

وفي عام 1983 تم طرح أولى الخدمات المصرفية المنزلية في بريطانيا باستخدام نظام بريستيل Prestel واستخدمت في ذلك جهازاً عبارة عن لوحة أزرار متصلة بنظام الهاتف وجهاز التليفزيون وأجهزة مودم للإرسال والاستقبال، وعرف هذا النظام باسم "هوملينك"، وأتاحت هذه الوسائل مشاهدة كشوف الحساب على شاشة التليفزيون وإجراء التحويلات المالية ودفع فواتير الغاز والكهرباء والهاتف والحسابات مع البنوك الأخرى.

وكان اتحاد ستانفورد للاتمان الفيدرالي أول مؤسسة مالية تقدم الخدمات المصرفية الإلكترونية لجميع أعضائها في أكتوبر 1994، وفي الوقت الحالي نضجت الخدمات المصرفية الإلكترونية وتطورت بصورة كبيرة، حتى باتت هناك العديد من البنوك التي لها تواجد على الإنترنت فقط، وليس لها مقار فعلية، وتميز نفسها بتقديم معدلات فائدة أفضل ومزايا مصرفية إلكترونية عديدة. (www.aitmag.ahram.org.eg)

ثالثاً: خصائص البنوك الإلكترونية:

تمتاز المصارف الإلكترونية بمميزات عن المصارف التقليدية، ويمكن الوقوف على أهم خصائص أو مميزات أساسية بما يأتي: (بربح، 2015: 34)

1. اختفاء الوثائق الورقية للمعاملات، حيث إن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي الخدمة المصرفية تتم إلكترونياً دون استخدام أي أوراق.
2. فتح المجال أمام البنوك صغيرة الحجم لتوسيع نشاطها عالمياً باستخدام شبكة الإنترنت، دون الحاجة إلى التفرع خارجياً، زيادة الاستثمار والموارد البشرية وغيرها. (الشمري و العبدالات، 2008: 34)
3. القدرة على إدارة العمليات المصرفية للمصارف غير شبكة الإنترنت بكفاءة من أي موقع جغرافي، بالتالي يستطيع المصرف أن يختار أفضل الأماكن على مستوى العالم، من حيث النظم الاقتصادية المشجعة أو الأوضاع السياسية المستقرة، أو المعاملة الضريبية الأفضل ليمارس أعماله في بيئة مناسبة وينشرها في جميع أنحاء العالم.

4. عدم إمكانية تحديد الهوية، حيث لا يرى طرفاً التعاملات الألكترونية كل منها الآخر، وهو ما تعالجه التكنولوجيا بالعديد من وسائل التأمين للتعرف على الهوية إلكترونياً.
5. إمكانية تسليم بعض المنتجات إلكترونياً، مثل المنتجات الرقمية ككشوف الحساب والرصيد وغيرها.
6. سرعة تغير القواعد الحاكمة، وذلك لمواكبة التطور السريع في مجال المعاملات الألكترونية مما يحتاج إلى سرعة في صياغة التشريعات اللازمة لمواكبة هذا التطور السريع.
7. خفض التكلفة الخدمات المصرفية بالمقارنة مع الوسائل الأخرى، مما يساعد على انتعاش التجارة الألكترونية، وزيادة فرص إنشاء العلاقات التجارية الدولية دون الحاجة لفتح أسواق جديدة، وترويج الخدمات المصرفية واستقطاب العملاء وتيسير أعمالها وتلبية حاجاتها (الحاج، 2014: 12)
8. تخفيض نفقات المصارف لإجراء بعض العمليات المصرفية، مما يوفر تكلفة انشاء فروع جديدة للمصرف في المناطق البعيدة، إذ أن تكلفة إنشاء موقع المصرف على الانترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد للمصرف وما يحتاجه هذا الفرع من بناء واجهزة وصيانة وعنصر بشري مختص وغيرها.
9. تسهيل إجراء الأبحاث والتجارب والدراسات، ووضع خطط جديدة، وكشف العقبات ومعالجة المشاكل بسرعة وأقل تكلفة.
10. توفير المزيد من فرص الاستثمار، وبالتالي زيادة فرص العمل.

رابعاً: أنماط البنوك الألكترونية وخدماتها:

ليس كل موقع لمصرف على شبكة الانترنت يعني بنكا الكترونيا ، وسيظل معيار تحديد المصرف الألكتروني مثار تساؤل في بيئتنا العربية إلى أن يتم تشريعاً تحديد معيار منضبط في هذا الحقل . ووفقاً للدراسات العالمية وتحديد دراسات جهات الإشراف والرقابة الأمريكية والأوروبية، فإن هناك ثلاثة صور أساسية للبنوك الألكترونية على الانترنت : (www.infotechaccountants.com)

الأول :- الموقع المعلوماتي ، Informational وهو المستوى الأساسي للبنوك الألكترونية أو ما يمكن تسميته بصورة الحد الأدنى من النشاط الألكتروني المصرفي ، ومن خلاله فان المصرف يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.

الثاني :- الموقع التفاعلي أو الاتصالي Communicative بحيث يسمح الموقع بنوع ما من التبادل الاتصالي بين المصرف وعملائه كالبريد الألكتروني وتعبئة طلبات أو نماذج على الخط أو تعديل معلومات القيود والحسابات.

الثالث :- الموقع التبادلي Transactional وهذا هو المستوى الذي يمكن القول إن المصرفيه يمارس خدماته وأنشطته في بيئة الكترونية ، حيث تشمل هذه الصورة السماح للزبون بالوصول إلى حساباته وإدارتها وإجراء الدفعات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية وإجراء الحوالات بين حساباته داخل المصرفاً أو مع جهات خارجية.

وكما سنرى تاليا لدى استعراض واقع العمل المصرفي الإلكتروني ، فإن غالبية البنوك في العالم قد أنشأت بشكل أو بآخر مواقع معلوماتية تعد من قبيل المواد الدعائية ، واتجهت معظم المواقع إلى استخدام بعض وسائل الاتصال التفاعلي مع الزبون ، على عكس المواقع التبادلية ، التي لا تزال اتجاهات البنوك نحوها تخضع لاعتبارات عديدة ، فهذه المواقع تعني قدرة الزبون على التعامل مع الخدمة المصرفية عن بعد ومن خلال الانترنت ، ولعل هذا ما يجعلنا نتمسك بالقول الذي نوضحه لاحقاً من إن البنوك الألكترونية إنما هي البنوك التي تقع في نطاق النمط الثالث من الأنماط المتقدم.

خامساً: أنواع الخدمات الألكترونية المعتمدة في المصارف:

هنالك العديد من الخدمات الألكترونية المصرفية التي اعتمدت في المؤسسات المصرفية العالمية منها: (عبدالله، 2013: 184)

1. خدمة الصراف الآلي: (Automated teller machine – ATM)

وهي من أكثر الخدمات المصرفية الألكترونية انتشاراً حيث يمكن استخدامها في عمليات السحب والإيداع النقدي، الاستفسار عن الرصيد، الحصول على كشف الحساب، تحويل الأموال بين الحسابات لنفس الشخص أو لمستفيد آخر، إجراء الحوالات التجارية، تسديد أقساط القروض، تسديد فواتير الكهرباء والهاتف، دفع فواتير المشتريات وإيداع الصكوك في الحساب، معرفة أسعار الفوائد، تحويل النقود من عمله إلى أخرى، السحب النقدي باستخدام بطاقة الائتمان وغيرها.

2. البطاقات الذكية : (Smart Card):

تماشياً مع التطورات التكنولوجية ظهرت البطاقات الذكية والتي هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية الكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل الاسم، العنوان، المصرف المصدر، أسلوب الصرف، المبلغ المنصرف وتأريخه، وتاريخ حياة العميل المصرفية. إن هذا النوع من البطاقات الجديدة يسمح للعميل باختيار طريقة التعامل سواء كان ائتماني أو دفع فوري، وهو ما يجعلها بطاقة عالمية تستخدم على نطاق واسع في معظم الدول الأوروبية والأمريكية، ومن أمثلة للبطاقات الذكية بطاقة المندكس " Mondex Card" التي تم طرحها لعملاء المصارف وتوفر لهم العديد من المزايا نذكر منها: (صالح، دون سنة النشر: 10 ورقة بحثية منشورة على الموقع الانترنت www.kantakji.com)

أ- يمكن استخدامها كبطاقة ائتمانية أو بطاقة خصم فوري طبقاً لرغبة العميل.

ب- سهولة إدارتها مصرفياً بحيث لا يمكن للعميل أن يستخدمها بقيمة أكثر من الرصيد المدون على الشريحة الألكترونية للبطاقة.

ت- آمان الاستخدام لوجود ضوابط أمنية محكمة في هذا النوع من البطاقات ذات الذاكرة الألكترونية.

ث- إمكانية التحويل من رصيد بطاقة إلى رصيد بطاقة أخرى من خلال آلات الصرف الآلي.

3. الحصول على الخدمات المصرفية من المكتب أو البيت: (Office & Home Banking)

حيث يستطيع العميل من الحصول على الخدمات المصرفية وهو في بيته أو مكتبه من خلال استخدام جهاز الحاسوب الشخصي الذي يرتبط مع حاسوب المصرف أو حتى باستخدام التلفزيون المتطور أو الهاتف الذكي المزود بشاشه ويحصل بموجبها على المعلومات بواسطة شاشة المعلومات ويقوم بإرسال تعليماته إلى حاسوب المصرف للاطلاع على حساباته أو تحويل من حساب لآخر أو دفع الفواتير بواسطة التلفزيون بالكبل أو على لواقظ الأقمار الصناعية. (عبدالله، 2013: 184)

4. الخدمات المصرفية عبر شبكة الانترنت: (Internet Online Banking)

وهي خدمات مصرفية متعددة للعملاء الذين يستخدمون الانترنت وتشمل تقديم تفاصيل الحسابات والودائع والأسواق المالية وتنفيذ أوامر العملاء بالإيداع أو السحب أو المقاصة وطلب كشف حساب مختصر وإجراء تحويلات مالية وشراء الأسهم وتغطية إصدار الأسهم والسندات وإدارة الاكتتابات وغيرها.

5. جهاز القرض الآلي: (Automated Loan Machine)

وهو من الأجهزة الخدمة المصرفية الذاتية التي يتم استخدامه باعتماد حاسوب طرفي يساعد الزبون على التزود بقرض عن طريق وضع معلومات مالية عن الزبون مثل قسم الضمان الاجتماعي أو رقم إجازة السوق وغيرها.

6. الصيرفة المحمولة: (Mobile Banking) وهي تلك الخدمات المصرفية التي تتاح من خلال التليفون المحمول من خلال استخدام العميل رقم سري يتيح له الدخول إلى حسابه للاستعلام عن أرصده وكذلك الخصم منه تنفيذاً لأي من الخدمات المصرفية المطلوبة. (شندي، 2011: 8)

7. الصيرفة الهاتفية: (Phone Banking)

وتسمى أيضاً مراكز الخدمة الهاتفية (call centers) إذ تقوم المصرف بتشغيل مراكز للاتصالات وخدمة العملاء بحيث تتيح أداء الخدمة المصرفية هاتفياً باستخدام رقم سري وتعمل هذه المراكز على مدار الساعة.

سادساً: مزايا التي تحققها الخدمات المصرفية الألكترونية:

يمكن تقسيم المزايا التي تحققها الخدمات المصرفية الألكترونية إلى نوعين مما يأتي:

1. المزايا التي تحققها بالنسبة للمصارف:

أ. إن قيام المصرف بتقديم خدمات مصرفية من خلال قنوات الألكترونية يؤدي إلى تخفيض العديد من التكاليف التي كان يتحملها المصرف من القنوات التقليدية، وبالتالي فإن انخفاض تكلفة الخدمات وتحسين جودتها هي عوامل جذب بالنسبة للعميل. (بوعتروس، 2009: 81)

ب. حرية الاختيار حيث تزود الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات والخدمات. (وادي، 2008: 861)

ج. تلقائية التعامل فلا حاجة لوجود علاقة عمل مسبقاً لإجراء حركة تجارية وبدء تعامل جديد.

د. التكامل مع العمل: فالإنترنت توفر خدمة التوصيل للمنازل إلى جانب كونها سوقاً تجارياً متكاملة.

هـ. استمرار وجود المعلومات طول اليوم أمام أي شخص يستخدم الإنترنت مع إمكانية إدخال تعديلات بسهولة وسرعة.

2. المزايا التي تحققها بالنسبة للزبائن:

يمكن توضيح المزايا المصارف الإلكترونية التي تحققها بالنسبة للعميل بالنقاط الآتية: (ميادة، 2015: 63)

أ. توفر الخدمة المالية على مدار (24) ساعة، وبالتالي يستطيع الزبائن إجراء معاملاته في أي وقت يريد.

ب. يستطيع العميل الحصول على جميع المعلومات الحديثة والمتعلقة بحسابه.

ج. الحصول على نصائح مالية من المصرف سواء من خلال البريد الإلكتروني أو بشكل مرئي من خلال الكاميرات.

د. سهولة ويسر الاستخدام، بحيث أن هذه الخدمات لا تتطلب أية إجراءات وتعقيدات قد تطيل من إتمام المعاملة المصرفية.

هـ. تمنح هذه الخدمات حاملها الأمان وتفادي السرقة والضياع.

و. توفر فرصة الحصول على إئتمان مجاني لفترة محددة.

ز. السرعة في إتمام الصفقات والذي يتم بمجرد ذكر رقم البطاقة.

ح. سهولة التواصل مع المصرف على مدار 24 ساعة.

ط. التواصل مع المصرفي أي مكان.

سابعاً: مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية:

إن التطور التقني في الصناعة المصرفية من ناحية، والتطور في استخدام الوسائل الإلكترونية والأموال الإلكترونية من ناحية أخرى، أدى إلى زيادة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل المصارف، وزيادة تعقيد العمليات المصرفية في سوق سمته المنافسة الشديدة. ولمواجهة هذا التطور والمخاطر المرتبطة به أصبح من الضروري مراقبة مستوى المخاطر التي تحيط بالعمل ووضع الإجراءات الرقابية اللازمة للسيطرة على الآثار السلبية لهذه المخاطر وإدارتها بطريقة سليمة. ففي ممارسة المصارف لأعمالها الإلكترونية تواجه مخاطر يترتب عليها خسائر مالية، ومن هذه المخاطر يمكن تصنيفها ضمن مجموعات مختلفة تتمثل فيما يلي: (قابوسة، بدون ناشر، ورقة بحثية منشورة على الموقع الإلكتروني www.iefpedia.com) (مقلد، 2010: 10)

1. **المخاطر التقنية:** تحدث هذه المخاطر من احتمال الخسارة الناتجة عن خلل في شمولية النظام أو من أخطاء العملاء، أو من برنامج إلكتروني غير ملائم للصيرفة والأموال الإلكترونية .

2. **مخاطر الاحتيال:** وتتمثل في تقليد برامج الحواسيب الإلكترونية أو تزوير معلومات مطابقة للبرامج الإلكترونية، أو تعديل بعض المعلومات بخصوص الأموال الإلكترونية .

3. **مخاطر ناتجة عن سوء عمل النظام الإلكتروني** : قد ينشأ الخطر من سوء استخدام هذا النظام، أو من سوء مراقبة البرامج في حد ذاتها .
4. **مخاطر قانونية** : تحدث هذه المخاطر 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 المتمثلة في تحدي قبول القانون للتعاقبات الإلكترونية، حجيتها في الإثبات، أمن المعلومات، وسائل الدفع، التحديات الضريبية، إثبات الشخصية، التوقيع الإلكترونية، أنظمة الدفع النقدي، المال الرقمي أو الإلكتروني، سرية المعلومات، أمن المعلومات من مخاطر إجرام التقنية العالية، خصوصية العميل، المسؤولية عن الأخطاء والمخاطر، حجية المراسلات الإلكترونية، التعاقبات المصرفية الإلكترونية، مسائل الملكية الفكرية لبرمجيات وقواعد معلومات المصرف أو المستخدمة من موقع المصرف أو المرتبطة بها، علاقات وتعاقبات 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، إذ أن فشل المشاركين في نظام نقل الأموال الإلكترونية أو في سوق الأوراق المالية بشكل عام في تنفيذ التزاماتهم - الدفع و التسديد - يؤدي غالباً إلى توتر قدرة مشارك أو مشاركين آخرين للقيام بدورهم في تنفيذ التزاماتهم في موعدها، وهذا ما يؤدي إلى توتر العلاقات وزعزعت الاستقرار المالي في السوق.
6. **مخاطر تكنولوجية** : ترتبط المخاطر بالتغيرات التكنولوجية السريعة، وإن عدم إلمام موظفي المصارف باستخدام الأمثل للتكنولوجيا الحديثة يؤدي إلى القصور في أداء العمليات الإلكترونية بشكل صحيح .

ثامناً: القواعد والأسس المحاسبية التي تنطبق على المصارف الإلكترونية:

لكل دول من دول العالم قواعد وأسس محاسبية تطبقها على المصارف الإلكترونية التي تعمل داخل حدود تلك الدولة، وقد تختلف تلك القواعد والأسس من دولة إلى أخرى، إلا أنها في مجموعها لا تختلف في المضمون. وقد ثار خلاف فيما إذا كان من الواجب تطبيق ذات تلك الأسس والقواعد على تلك المصارف الإلكترونية من عدمه نظراً للطبيعة الخاصة التي تتمتع بها المصارف الإلكترونية من حيث كونها تعمل بطريقة الإلكترونية ولا مقر لها على الأرض، وقد لا تتناسب معها تلك الأسس المحاسبية التي تنطبق على المصارف التقليدية، إلا إنه ومن حيث المبدأ فإن المصارف الإلكترونية تقوم بالعمليات المصرفية التي تقوم بها المصارف التقليدية، وعليه فلا بد وأن تخضع تلك المصارف لذا عمليات الإشراف التي تخضع لها المصارف التقليدية وإنما بأسلوب حديث يتناسب وأسلوب عمل تلك المصارف الإلكترونية. أما الأستاذان منير الجنيبيهي و ممدوح الجنيبيهي فإنهما يران أن تلك القواعد والأسس التي يتم تطبيقها على المصارف التقليدية لا بد من تطبيقها على المصارف الإلكترونية، ولكن لا بد من تطوير وتحديث تلك القواعد والأسس للتوائم والتطور التكنولوجي الذي تتعامل به البنوك الإلكترونية. (الحاج،2014: 53)

تاسعاً: تحديات العمليات المصارف الألكترونية:

أدى النمو الكبير في أنشطة العمليات المصارف الألكترونية إلى خلق تحديات جديدة أمام المصارف والجهات الرقابية في ضوء افتقار الإدارة والعاملين بالمصارف إلى الخبرة الكافية لملاحقة التطورات المتسارعة في تكنولوجيا الاتصالات، هذا بالإضافة إلى تصاعد إمكانيات الاحتيال والغش على الشبكات المفتوحة مثل الانترنت، نتيجة لغياب الممارسات التقليدية والتي كان يتم من خلالها التأكد من هوية العميل وشرعيته، لهذا فقد أشارت لجنة بازل للرقابة المصرفية إلى أهمية قيام البنوك بوضع السياسات والإجراءات التي تتيح إدارة مخاطر العمل المصرفي الإلكتروني من خلال تقييمها والرقابة عليها ومتابعتها، وحسب تقرير لمجموعة العمليات المصرفية الألكترونية (Electronic Banking Group- EBG) والمنبثقة عن لجنة بازل في أكتوبر عام 2000 م، حصر المخاطر الأساسية المرتبطة بالصيرفة الألكترونية في المخاطر الإستراتيجية، والمخاطر التشغيلية، والمخاطر الائتمانية، ومخاطر السوق، ومخاطر السيولة وهذه المخاطر كانت من الأمور التي أثرت على الصورة الشاملة للعمليات المصرفية الألكترونية، كما أصدرت خلال مارس 1998م و ماي 2001م مبادئ الإدارة هذه المخاطرة. (بدران، 2005: 12)

ويمكن توضيح أهم التحديات التي تواجه المصارف الألكترونية بما يأتي:

1. التحديات القانونية:

أن تكون المؤسسة المصرفية ذات وجود فاعل على شبكة الانترنت ، يعني أن تحقق الوصول إلى أكبر قدر من الزبائن ، وأن تحقق شمولية الخدمات المقدمة وتيسير قبولها وطلبها ، وإن تتحقق قدرأً متيقناً من أمن المعاملات وأمن إدارة أموال المساهمين ، وأخيراً إن تحقق قدرأً مميزاً من كفاءة الخدمة المقدمة للعملاء وقدرأً مقبولاً لحماية مصالح وأموال العملاء . هذه العناصر الأربعة – التي يستلزم كل واحد منها خطة أداء وتميز – تكشف عبر التحليل الموضوعي عن حزمة من التحديات القانونية ، وبقدر سلامة التعامل مع هذه التحديات بقدر ما تتحقق سلامة مرتكزات خطط تحقيق هذه العناصر ، وبقدر ما يصبح متاحاً بناء المصرف الإلكتروني الحقيقي والمميز .

أما عن التحديات القانونية فهي تتمثل أولاً بتحدي قبول القانون للتعاقدات الألكترونية وتحدي حجيتها في الإثبات ، ومن ثم تحديات أمن المعلومات ، و تحديات وسائل الدفع، وتحديات الأعمال المرتبطة ، وتحديات المعايير والإشرافية ، والتحديات الضريبية .

(www.tahasoft.com)

2. تحديات تقنية وفنية:

إن أبرز المعوقات التقنية والفنية وجود عطلٍ في حال استخدام الصيرفة الألكترونية ثم جاء في المرتبة الثانية وجود خدمات لا يمكن تقديمها إلا من خلال القنوات التقليدية مثل الاعتماد المستندي، الكفالة، البوالص، ثم قلة انتشار الصرافات الآلية للمصارف وقد جاء في المرتبة الرابعة بطء خدمة الإنترنت ثم وجود قيود على الخدمة مثل تحديد سقف أعلى للسحب النقدي وأخيراً محدودية الكوادر الإدارية والفنية المؤهلة والقادرة على أداء أعمال الصيرفة الألكترونية بكفاءة عالية.

3. تحديات اجتماعية وثقافية:

يعد انخفاض الوعي لدى العملاء فيما يتعلق بالتكنولوجيا الحديثة وفوائدها من أبرز التحديات التي تقف عائقاً أمام تطوير الأعمال المصرفية الإلكترونية يضاف إلى ذلك تفضيل بعض العملاء التواصل مع موظفي المصرف للحصول على الخدمة وقد بينت إجابات أفراد العينة في هذا الصدد أن تفضيل بعض العملاء التواصل مع موظفي المصرف أبرز المعوقات الاجتماعية والثقافية تلاها انخفاض الوعي لدى العملاء فيما يتعلق بالتكنولوجيا الحديثة وفوائدها ثم انخفاض الإمكانيات المعرفية والعلمية للعملاء تلتهما صعوبة التعامل باللغة الانكليزية لكثير من العملاء وفي المرتبة الخامسة النظرة السلبية للخدمات الإلكترونية وأخيراً القلق وتصور الصيرفة الإلكترونية على أنها تهديد لموظفي البنك.(www. Wehda.alwehda.gov)

فضلاً عن مسألة الخصوصية أيضاً فإنها مخاوف عند كلا الطرفين ، سواء لدى المصرف أو العملاء. إن الملائمة مع العدد الكبير من العملاء الذين يمكنهم الدخول إلى الانترنت، فالزبائن يخشون من استخدام شبكة من قبل الآخرين للإطلاع على بياناتهم الشخصية والتلاعب بها والمثال على مشكلة الخصوصية ، انه و في عام 2000 م قد اضطر مصرف باركليز لإيقاف خدماته المصرفية لفترة قرابة الأربع ساعات بعد حدوث إخفاق في تدابير الحماية.

4. تحديات اقتصادية:

في البلدان التي تعاني من ظروف الاحتلال وتعيش حالة الحصار الاقتصادي فإن المعوقات الاقتصادية تشكل تحدياً أساسياً يحول دون إمكانية تطبيق الصيرفة الإلكترونية، وكذلك إن الدعم الحكومي أصبح من العناصر الهامة لتبني المصارف من خلال الانترنت و بدون وجود دعم حكومي ، فانه من الصعب جداً أن يتم تبني المصارف من خلال الإنترنت. (محمد،2005: 18)

5. التحديات المحاسبية والرقابية:

لقد أحدثت النظم الإلكترونية تأثيراً واسعاً على كل من المحاسبة والتدقيق أدت إلى تغيير النظم المحاسبية المستخدمة وظهور مجموعة من المشكلات المتعلقة بأمن المعلومات والبيانات وهو ما يتطلب ضرورة تأهيل المدققين الداخليين لتدقيق النظم الإلكترونية، وأنظمة الرقابة الداخلية، بما يتناول تحديد الدور الذي يتوجب على المدقق أن يؤديه عند تقييم نظم الرقابة الداخلية في مثل هذه الشركات، إضافة إلى أن إجراءات التدقيق تختلف في هذه الشركات عن غيرها نظراً لاختلاف الطريقة التي يتم بها تشغيل النظام. (الشرفاء وآخرون،2012: 10) و تعد نظم المعلومات المحاسبية الإلكترونية من النظم التي تواجه العديد من المخاطر قد تؤثر على تحقيق أهداف تلك النظم وذلك نظراً لاعتمادها على الحاسوب، حيث تزامن التطور الكبير للحاسبات وأنظمة المعلومات مع التطور في تكنولوجيا المعلومات وسرعة انتشار هذه المعلومات واستخدامها إلكترونياً، ولقد صاحب هذا التطور استخدام المعلومات الإلكترونية العديد من المخاطر والمشاكل التي تؤثر على أمن المعلومات سواء أكانت تلك المخاطرة مقصودة أم غير مقصودة. ولذلك تزايد الاهتمام الكبير بتوفير الوسائل والأساليب اللازمة لحماية نظم المعلومات والرقابة على عملياتها وضمان استمراريتها بشكل صحيح وبالطريقة المطلوبة التي صممت من أجلها. (الشريف،2006: 64)

وعلى رغم مما ذكر إن انتشار الغش التجاري وغياب التشريعات الملائمة وضعف أمن الاتصالات عبر الإنترنت تعتبر من التحديات التي تعطل نمو التجارة الإلكترونية في الدول النامية وبالتالي تعطيل عمل المصارف الإلكترونية . (وادي، دون سنة النشر: 11)

ومن الناحية التدقيق الإلكتروني ينبغي على المدقق الخارجي عند قيامه في ظل التشغيل الإلكتروني للبيانات الأخذ بتوصية (مجمع المحاسبين القانونيين الأمريكي) الذي أوصى بأن يكون لدى المدقق الكفاءات الآتية: (يعقوب، 2012: 57)

- معرفة أساسية بنظم الكمبيوتر ومكوناتها ووظائفها وإمكاناتها التشغيلية.
- المقدرة على تصميم وعمل خرائط تدقق النظم المتطورة نسبياً، وتحليلها للتعرف على مواطن القوة أو الضعف النظام.
- خبرة عامة بلغات البرمجة تسمح للمدقق بكتابة برامج بسيطة.
- الإلمام بأساليب المدقق باستخدام الكمبيوتر.

ولا ينبغي على المدقق الخارجي أن يكون محلاً للنظام أو معداً للبرامج أو مهندساً، بل يجب أن تتوفر لديه المهارات والخبرة الكافية للفهم والإلمام بنظام التشغيل الإلكتروني. وفي حالة حاجة إلى مهارات متخصصة، فإن المدقق يطلب مساعدة أحد المهنيين الذين يمتلكون مثل هذه المهارات، والذي قد يكون أحد موظفي المدقق أو مهني خارجي.

و إحدى التحديات الأخرى التي تواجه مهنة التدقيق قد تتطلب آليات التدقيق الإلكتروني للعمليات المصرفية استخدام البرمجيات الجاهزة كما أشار إلى ذلك البيان الدولي للتدقيق رقم (1001) وقد لا تتوفر مثل تلك البرمجيات مما يفرض على المدقق الخارجي استخدام برمجيات جاهزة قد لا تلي القدر الكافي في التدقيق الإلكتروني. (الشرع، 2009: 12) بالإضافة إلى ذلك يجب على المدقق أن يحصل على أدلة إثبات كافية، وملائمة لكي يستطيع أن يخرج باستنتاجات معقولة، لتكون أساس الذي يبنى عليها رأيه المهني، وقد لا تتوفر للمدقق عند استخدام تكنولوجيا المعلومات أي سجلات ورقية، وهذا فانه على المدقق أن يأخذ في اعتباره أثر تكنولوجيا المعلومات فإن معظم السجلات تصبح غير مادية، كما في الأسلوب اليدوي حيث يمكن تدميرها والتخلص منها بسهولة أو تعديلها بدون ترك أي أثر أو دليل على التخريب أو التعديل (يعقوب، 2012: 59)

المبحث الرابع

تحليل الاستبيان واختبار فرضيات البحث

في هذا المبحث سيتم التطرق إلى التأكد من صدق الاستبانة بالإضافة إلى التحليل الإحصائي لعينة البحث واختبار الفرضيات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة وذلك باستخدام برنامج (SPSS 22.0) الإحصائي.

أولاً: أسلوب جمع البيانات:

إضافةً إلى الأبحاث والدراسات المنشورة ذات الصلة بموضوع البحث فقد تم البحث في جانب العملي باستخدام أسلوب الاستبانة في جمع البيانات وقد اشتملت هذه الاستبانة على أسئلة تتعلق بأهم التحديات التي تواجه المصارف الألكترونية.

ثانياً: وصف عينة البحث:

قام الباحثون بتوزيع (28) استمارة الاستبيان على (مدير العام، ورؤوس الأقسام، وتحديداً رؤوس أقسام المحاسبي وتكنولوجيا المعلومات) وقد تم اختيار عينة المقصودة التي تمثل (28) موظفاً ممن لهم الإطلاع على أعمال المصارف الألكترونية وقد تم توزيع (28) استمارة استبيان مصممة وفق هيكل معين لتعكس نتائجها حيثيات موضوع البحث وقد تم إعادة (24) منها إذ تم الاستفادة من (21) وتم تحليل نتائجها. أما المتبقي البالغ عددهم (4) استمارة لم يعاد من قبل الموظفين. وعلاوة على ذلك تم اختيار مجتمع آخر التي يتعامل مع المصارف (الزبائن) بصورة عشوائية تمثل (220) زبوناً وتم الاستفادة من (200) منها وتم تحليل نتائجها. أما المتبقي عددهم (20) استمارة لم يعاد إلى الباحثين. ولغرض توضيح عينة البحث قام الباحثون بتوزيع العينة إلى الفئات الآتية:

1. المصارف الألكترونية كعينة البحث:

لغرض معرفة المعطيات التي تناولته البحث في سبيل الوصول إلى الهدف المطلوب واختبار صحة الفرضيات فقد تم إفراغ محتويات الإجابات في جداول كي تغطي الدلالات المنطقية للنتائج وكما يلي:

الجدول رقم (1) " توزيع أفراد عينة البحث وفقاً لمكان العمل"

التكرارات و النسبة المئوية		مكان العمل
النسبة المئوية	تكرارات	
38.1	8	مدير العام
33.3	7	رئيس القسم/ الحسابات
0.0	0	رئيس الوحدة
0.0	0	رئيس اللجنة
28.6	6	قسم (IT)
100.0	21	المجموع

المصدر: (من إعداد الباحثون)

يتضح من الجدول رقم (1) إن أغلبية العينة هم من مكان العمل (مدير العام) بنسبة مئوية (1.38%) والأقلية من ذوي قسم (IT) بنسبة مئوية (28.6%).

الجدول رقم (2) "توزيع أفراد عينة البحث وفقاً لسنة استخدام نظام الالكتروني"

التكرارات و النسبة المئوية		سنة تستخدم نظام الالكتروني
النسبة المئوية	تكرارات	
19.1	4	أقل من 3 سنوات
9.5	2	3 – 6 سنوات
23.8	5	6 – 9 سنوات
47.6	10	9 سنوات و أكبر
100.0	21	المجموع

المصدر: (من إعداد الباحثون)

يمكن ملاحظة التوزيع الطبيعي من حيث الفئات سنة تستخدم نظام الالكتروني لأفراد عينة البحث من الجدول أعلاه أن أعلى نسبة من أفراد عينة (9 سنوات و أكبر)، حيث بلغت نسبتهم (47.6%)، وأقل نسبة في أقل من 3 سنوات نسبة (19.1%) و يليها عينة (3 – 6 سنوات)، حيث بلغت نسبتهم (9.5%).

الجدول رقم (3) "توزيع أفراد عينة البحث وفق ساعات تقديم الخدمات الألكترونية في اليوم"

التكرارات و النسبة المئوية		ساعات تقديم الخدمات الألكترونية في اليوم
النسبة المئوية	التكرارات	
71.4	15	1-8 ساعات
28.6	6	9-16 ساعات
0	0	17-24 ساعات
100.0	21	

المصدر: (من إعداد الباحثون)

يتضح من الجدول رقم (3) أن أغلبية العينة هم من الذين يقدمون ساعات الخدمات الألكترونية في اليوم (1-8) ساعات إذ بلغت نسبتهم (71.4%).

الجدول رقم (4) " أجهزة (ATM) وفقاً لمحافظة الإقليم "

التكرارات و النسبة المئوية						عدد الجهاز (ATM) في المحافظات
النسبة المئوية			التكرارات			
السليمانية	دهوك	أربيل	السليمانية	دهوك	أربيل	
14.3	57.1	33.33	3	12	7	7 أجهزة و اقل
52.3	52.9	66.67	11	9	14	7- 11 أجهزة
33.4	0	0	7	0	0	11 أجهزة و اكبر
100.0	100.0	100.0	21	21	21	المجموع

المصدر: (من إعداد الباحثون)

يمكن ملاحظة التوزيع الطبيعي من حيث عدد جهاز (ATM) في المحافظات لأفراد عينة البحث من الجدول أعلاه حيث أن أعلى نسبة من أفراد عينة ضمن عدد جهاز (من 7 وأقل)، في محافظة دهوك وأعلى نسبة من عدد جهاز (7-11) في محافظة أربيل و (11 جهاز وأكبر) في محافظة السليمانية وهذا يعني أن أكثر الأجهزة هي في محافظة السليمانية وأقلها في محافظة دهوك.

الجدول رقم (5) " نوع الخدمات الإلكترونية المعتمدة (المقدمة) في المصارف "

التكرارات و النسبة المئوية		نوع الخدمات الإلكترونية المعتمدة
النسبة المئوية	تكرارات	
100.0	21	Debt card
14.3	3	Credit card
14.3	3	Internet banking
0.00	0	POS
100.0	21	ATM
71.4	15	Mobile Banking
0.00	0	خدمات الكترونية أخرى (اكتبها)

المصدر: (من إعداد الباحثون)

2. زبائن المصارف كعينة البحث:

لغرض التعرف على آراء الزبائن في المصارف المختلفة، وفي جميع تم استخدام ليكرت الخماسي إذ خصص لكل خيار نقطة وأعطى الباحثون درجات لإجابات الزبائن (1،2،3،4،5) إذا كانت الإجابة مؤيدة لاتجاه اتفق بشدة، اتفق، محايد، لا أتفق ولا أتفق بشدة على التوالي.

الجدول رقم (6) " توزيع أفراد عينة البحث وفقاً للجنس "

التكرارات و النسب المئوية		الجنس
%	ت	
63.0	126	ذكور
37.0	74	إناث
100.0	200	المجموع

المصدر: (من إعداد الباحثون)

يتضح من الجدول أعلاه أن نسبة الذكور بلغت (63.0%)، يقابله نسبة الإناث (37.0%)، ما يشير إلى أن النسبة الأكبر من أفراد عينة البحث من الذكور.

الجدول رقم (7) "توزيع أفراد عينة البحث وفقاً للعمر"

التكرارات و النسب المئوية		العمر
%	ت	
10.0	20	25-20 سنة
21.5	43	30-26 سنة
27.0	54	35-31 سنة
28.5	57	40-36 سنة
13.0	26	40 سنة فما فوق
100.0	200	المجموع

المصدر: (من إعداد الباحثون)

يمكن ملاحظة التوزيع الطبيعي من حيث الفئات العمرية لأفراد عينة البحث من الجدول رقم (7) حيث إن أعلى النسبة من أفراد عينة البحث تقع أعمارهم ضمن الفئات العمرية (من 36 إلى 40 سنة)، حيث بلغت نسبتهم (28.5) والفئة العمرية (من 20 إلى 25 سنة) هي الأقل إذ بلغت نسبتها (10.0%) من أفراد عينة البحث.

الجدول رقم (8) "توزيع أفراد عينة البحث وفقاً للتحصيل الدراسي"

التكرارات و النسبة المئوية		التحصيل الدراسي
ت	%	
77	38.5	إعدادية فأقل
30	15.0	دبلوم
61	30.5	بكالوريوس
23	11.5	ماجستير
9	4.5	دكتوراه
200	100.0	المجموع

يتضح من الجدول رقم (8) إن أغلبية العينة هم من التحصيل الدراسي (إعدادية فأقل) بنسبة مئوية (38.5%) والأقلية من ذوي التحصيل الدراسي (دكتوراه) بنسبة مئوية (4.5%).

الجدول رقم (9) "توزيع أفراد عينة البحث وفقاً للدخل الشهري"

التكرارات و النسبة المئوية		الدخل الشهري للعائلة بالدينار
ت	%	
51	25.5	أقل من 500.000
63	31.5	من 501.000 إلى 999.000
34	17.0	من 1000.000 إلى 1499000
24	12.0	من 1500.000 إلى 1999000
15	7.5	من 2000.000 إلى 2499000
13	6.5	2500000 فأكثر
200	100.0	المجموع

المصدر: (من إعداد الباحثون)

يتضح من الجدول رقم (9) إن أغلبية العينة هم من الدخل الشهري للعائلة (من 501.000 إلى 999.000) بنسبة مئوية (31.5%) والأقلية من الدخل الشهري للعائلة (2500000 فأكثر) بنسبة مئوية (6.5%).

الجدول رقم (10) "توزيع أفراد عينة البحث وفقاً لنوع الجهاز المستخدم"

التكرارات و النسب المئوية		نوعية الآلة التي تستخدمها لغرض الاتصال
ت	%	
134	77.0	الهواتف الذكية
66	33.0	الحاسبات المرتبط بالشبكة
200	100.0	المجموع

المصدر: (من إعداد الباحثون)

يتضح من الجدول رقم (10) أن نسبة الهواتف الذكية بلغت (77.0%)، يقابله نسبة الحاسبات المرتبط بالشبكة (33.0%).

ثالثاً: اختبار مصداقية البيانات

1. اختبار مصداقية البيانات للمصارف الألكترونية كعينة البحث:

تم تحليل مدى توفر الثبات الداخلي (المصدقية) إجابة للموظفين في استبانة البحث الذي يبين قوة الترابط أو التماسك بين فقرات الاستبانة ووفقاً للجدول التالي:

الجدول رقم (11): اختبار مصداقية أداة البحث

المحاور الدراسة	عدد العبارات	الثبات	الصدق
المحور الأول	5	0.64	0.80
المحور الثاني	4	0.55	0.74
المحور الثالث	5	0.78	0.88
المحور الرابع	5	0.31	0.56
المحور الخامس	5	0.70	0.84
المجموع	24	0.86	0.93

المصدر: (من إعداد الباحثون)

ويتضح من الجدول أعلاه توفر الثبات و الصدق في أداة الدراسة، والذي بلغ و لجميع أسئلة الاستبانة بنسبة حوالي (86%) من الثبات و (93%) من الصدق.

2. اختبار مصداقية البيانات للزبائن كعينة البحث:

تم استخدام معامل (الفا كرونباخ) لغرض التأكد من دقة إجابات أفراد عينة البحث. واعتماداً على نتائج التحليل من الحاسبات ومن خلال الجدول رقم (12) تبين أن قيمة الفا كرونباخ مرتفعة وأن عدد العناصر هو (20) عنصراً وهي موجبة الإشارة، و يتضح أن قيمة معامل ألفا كرونباخ تساوي 0.939 على المستوى الإجمالي (للمتغيرات الرابع) ولكل المعايير الأربعين. الفا كرونباخ لخصائص تكنولوجيا المعلومات هي 0.902 وهي عالية نسبياً و يعزى ذلك إلى أن عدد الأسئلة لهذا المعيار يساوي 5. يليه الفا كرونباخ لمتغير القانونية بنسبة (0.857) و يعزى إلى أن عدد الأسئلة يساوي 5 و الفا كرونباخ لمتغير الاجتماعية والثقافية هي تساوي (0.867) و يعزى إلى أن الأسئلة تساوي 5، و الفا كرونباخ لمتغير الاقتصادية هي تساوي (0.923) و يعزى إلى أن الأسئلة تساوي 5.

الجدول رقم (12) "قيمة معامل الفا كرونباخ"

Cronbach's Alpha	N of Items	
0.939	20	الفا كرونباخ الكلي
0.902	5	الفا كرونباخ لخصائص تكنولوجيا المعلومات
0.857	5	الفا كرونباخ القانونية
0.867	5	الفا كرونباخ الاجتماعية والثقافية
0.923	5	الفا كرونباخ الاقتصادية

المصدر: (من إعداد الباحثون)

رابعاً: اختبار فرضيات البحث:

1. اختبار الفرضية الأولى (توجد علاقة معنوية بين أبعاد التحديات ورضا المصارف:

الجدول رقم (13):التحديات التي تواجه المصارف الألكترونية في ظل تكنولوجيا المعلومات (IT)

أهمية نسبية	الانحراف المعياري S.D	المتوسط Mean	لا اتفق تماماً	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق تماماً	المحور
			العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	
			%	%	%	%	%	
74.2	1.05	3.71	0	4	5	6	6	X ₁
			0.0	19.1	23.7	28.6	28.6	
85.7	0.71	4.28	0	0	3	8	10	X ₂
			0.0	0.0	14.2	38.2	47.6	
74.2	1.30	3.71	0	6	3	3	9	X ₃
			0.0	28.6	14.2	14.2	42.9	
74.2	1.18	3.71	0	0	6	9	6	X ₄
			0.0	0.0	28.6	42.8	28.6	
80.0	1.10	4.00	0	4	2	8	7	X ₅
			0.0	19.1	9.5	38.1	33.3	
77.6	1.06	3.88	0	14	19	34	38	مجموع
			0.0	13.4	18.1	32.3	36.2	

المصدر: (من إعداد الباحثون)

يتضح من الجدول رقم (13) بأن نسبة الوسط الحسابي العام للمتوسط والانحراف المعياري والأهمية النسبية للبعد تكنولوجيا المعلومات هي (3.88) للمتوسط و (1.06) للانحراف المعياري و (77.6) للأهمية النسبية وهذا مؤشر جيد. وتبين من خلال إجابات أفراد عينة البحث أن التحدي (X2) يأتي في أولوية التحديات التي تواجه المصارف الألكترونية في ظل تكنولوجيا المعلومات هي (مشاكل ضعف خط الانترنت في الأقسام المتعددة في وقت تقديم الخدمات) وبلغت الأهمية النسبية (85.7) وتأتي التحدي (X5) في المرتبة الثانية من حيث أولوية التحديات التي تواجه المصارف الألكترونية هي (عدم إلمام موظفي المصارف باستخدام الأمثل للتكنولوجيا الحديثة).

الجدول رقم (14) " التحديات المحاسبية والتدقيقية التي تواجه المصارف الألكترونية"

أهمية نسبية	الانحراف المعياري S.D	المتوسط Mean	المحور					
			لا اتفق تماماً	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق تماماً	
			العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	
			%	%	%	%	%	
88.5	0.50	4.42	0	0	0	12	9	X ₆
			0.0	0.0	0.0	57.1	42.9	
80.0	1.09	4.00	0	3	3	7	8	X ₇
			0.0	14.3	14.3	33.3	38.1	
74.2	1.05	3.71	0	3	6	5	7	X ₈
			0.0	14.3	28.6	23.8	33.3	
65.7	1.05	3.28	0	6	6	6	3	X ₉
			0.0	28.6	28.6	28.6	14.2	
77.1	0.92	3.85	0	12	15	30	27	مجموع
			0.0	14.4	17.8	35.7	32.1	

المصدر: (من إعداد الباحثون)

يتضح من الجدول رقم (14) إن الوسط الحسابي العام للمتوسط والانحراف المعياري والأهمية النسبية للبعد المحاسبة والتدقيق هي (3.85) للمتوسط و (0.92) للانحراف المعياري و (77.1) للأهمية النسبية وهذا يعني مؤشر جيد. وتبين من خلال إجابات أفراد عينة البحث أن التحدي (X6) يأتي في أولوية التحديات التي تواجه المصارف الألكترونية في ظل البعد المحاسبي والتدقيقي (أحدثت النظم الألكترونية تأثيراً واسعاً على كل من المحاسبة والتدقيق) وتأتي التحدي (X9) في المرتبة الأخيرة من حيث أولوية التحديات التي تواجه المصارف الألكترونية في ظل المحاسبة والتدقيق (من الصعوبات التي تواجه المدقق خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات هي صعوبة اكتشاف عملية اختلاس والغش والتلاعب).

الجدول رقم (15):التحديات القانونية التي تواجه المصارف الألكترونية

المحور	اتفق تماماً	اتفق	محايد	لا اتفق تماماً		المتوسط Mean	الانحراف المعياري S.D	اهمية نسبية
				العدد	العدد			
				%	%			
X ₁₀	7	8	6	0	0	4.00	0.72	80.0
	33.3	38.2	28.5	0.0	0.0			
X ₁₁	1	14	3	0	3	3.57	0.74	71.4
	4.7	66.7	14.3	0.0	14.3			
X ₁₂	2	4	9	0	6	3.14	1.01	62.8
	9.5	19.1	42.9	0.0	28.5			
X ₁₃	1	11	6	0	3	3.42	0.74	69.4
	4.7	52.4	28.6	0.0	14.3			
X ₁₄	3	12	0	0	6	3.57	1.07	71.4
	14.3	57.1	0.0	0.0	28.6			
مجموع	14	49	24	0	18	3.54	0.86	71.0
	13.3	46.6	22.8	0.0	17.3			

المصدر: (من إعداد الباحثون)

يتضح من الجدول رقم (15) إن الوسط الحسابي العام للبعد التحديات القانونية التي تواجه المصارف الألكترونية (3.54) وبالانحراف المعياري البالغ (0.86) و أهمية النسبية البالغ (71.0)، وكذلك تبين في الجدول أعلاه إن إجابات أفراد عينة البحث للتحديات القانونية التي تواجه المصارف الألكترونية أن التحدي (X₁₀) يأتي في أولوية التحديات التي تمثل (عدم وجود القواعد والتشريعات الخاصة بتنظيم أعمال المصارف الألكترونية في إقليم كردستان) وبلغت أهمية النسبية (80%) ، وتأتي التحديات (X₁₁) في المرتبة الثانية من حيث أولوية التحديات التي تمثل من(تحدي قبول القانون للتعاققات الألكترونية ، وتحدي حجتها في الإثبات) لأنه الانحراف المعياري أقل من التحدي (X₁₄)

الجدول رقم (16): التحديات الاجتماعية والثقافية التي تواجه المصارف الألكترونية

الاحتمالية نسبية	الانحراف المعياري S.D	المتوسط Mean	لا اتفق تماما	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق تماما	المحور
			العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	
			%	%	%	%	%	
82.8	1.01	4.14	0	0	3	9	9	X ₁₅
			0.0	0.0	14.2	42.9	42.9	
94.3	0.46	4.71	0	0	0	7	14	X ₁₆
			0.0	0.0	0.0	33.3	66.7	
82.8	0.65	4.14	0	0	3	11	7	X ₁₇
			0.0	0.0	14.3	52.4	33.3	
62.8	0.85	3.14	0	6	6	9	0	X ₁₈
			0.0	28.6	28.6	42.9	0.0	
65.7	0.71	3.28	0	3	9	9	0	X ₁₉
			0.0	14.2	42.9	42.9	0.0	
77.6	0.73	3.88	0	9	21	45	30	مجموع
			0.0	8.7	20.0	42.8	28.5	

المصدر: (من إعداد الباحثون)

يتضح من الجدول رقم (16) أن الوسط الحسابي العام للبعد التحديات الاجتماعية والثقافية التي تواجه المصارف الألكترونية بلغ (3.88) وبالانحراف المعياري البالغ (0.73) و أهمية النسبية البالغ (77.6)، وتبين من خلال إجابات أفراد عينة البحث أن التحدي (X₁₆) يأتي في أولوية التحديات التي تواجه المصارف الألكترونية في ظل التحديات الاجتماعية والثقافية التي تمثل (ضعف قدرة العملاء لتلها صعوبة التعامل باللغة الانكليزية لكثير من العملاء) وبلغت الأهمية النسبية (94.3%) وتأتي التحدي (X₁₇) التي تمثل (ضعف الثقة بالمصارف الألكترونية لدى المواطنين لادخار النقود في هذه المصارف) في المرتبة الثانية من حيث أولوية التحديات بلغت الانحراف المعياري (0.65) أقل من التحدي (X₁₅).

الجدول رقم (17):التحديات الاقتصادية التي تواجه المصارف الألكترونية

المحور	اتفق تماماً		لا اتفق		محايد		اتفق		لا اتفق تماماً	
	العدد		العدد		العدد		العدد		العدد	
	%		%		%		%		%	
X ₂₀	12	3	0	6	0	0	3	12	0	0
	57.1	14.3	0.0	28.6	0.0	0.0	14.3	57.1	0.0	0.0
X ₂₁	0	6	9	6	6	0	0	0	0	0
	0.0	28.6	42.8	28.6	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
X ₂₂	9	9	3	0	0	0	0	0	0	0
	42.9	42.9	14.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
X ₂₃	7	8	3	3	3	0	0	0	0	0
	33.3	38.1	14.3	14.2	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
X ₂₄	5	7	6	3	0	0	0	0	0	0
	23.8	33.3	28.6	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
مجموع	33	33	21	18	0	0	0	0	0	0
	31.4	31.4	20.0	17.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

المصدر: (من إعداد الباحثون)

يتضح من الجدول رقم (17) إن الوسط الحسابي العام للبعد التحديات الاقتصادية التي تواجه المصارف الألكترونية بلغ (3.76) وبالانحراف المعياري البالغ (0.97) و أهمية النسبية البالغ (75.4)، إذ تبين أن الوسط الحسابي العام أكبر من الوسط الحسابي للمقياس (3) وهذا يعني إن مؤشرات المتغير يعد واضحاً لأفراد عينة البحث بنسبة اتفاق إجمالي بلغ (62.8%) وفقاً لوجهة نظرهم. وتبين من خلال إجابات أفراد عينة البحث أن التحدي (X₂₂) التي تمثل (عدم وجود دعم الحكومي يؤدي إلى صعوبة تبني المصارف الألكترونية) يأتي في أولوية التحديات وبلغت الأهمية النسبية (85.7)، ويأتي التحدي (X₂₁) من المرتبة الثانية من حيث أولوية التحديات التي تواجه المصارف الألكترونية التي تمثل (الأزمة المالية الحالية تعرقل عمل المصارف الألكترونية)

الجدول رقم (18): ملخص قيم الانحدارات و الارتباط والتوزيعات لمتغيرات البحث

المتغير التابع: التي تواجه المصارف الألكترونية						علاقة المحدار
R	Sig.	R ²	T	F	Beta	المتغير المستقل
-	0.00	0.712	4.72	47.07	1.93	تابع
**0.844	0.00		6.68		0.62	تكنولوجيا المعلومات (IT)
**0.938	0.00		11.74		0.66	المحاسبية والتدقيقية
**0.723	0.00		4.57		0.47	القانونية
0.404	0.07		1.92		0.57	الاجتماعية والثقافية
**0.800	0.00		5.80		0.54	الاقتصادية

المصدر: (من إعداد الباحثون)

تم من خلالها قياس واختبار معنوي للعلاقات والارتباط بين متغيرات البحث التي تضمنتها الفرضيات البحث، وقد استخدم الباحثين لهذا الغرض معامل الارتباط البسيط (Pearson Correlation) لقياس قوة العلاقة بين متغيري البحث.

تشير الفرضية الأولى إلى انه " توجد علاقة معنوية موجبة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد التحديات ورضا المصارف. " . ومن خلال الجدول رقم (18) يلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بين البعد تكنولوجيا المعلومات (IT) يساوي (0.844) عند مستوى معنوي (0.01) إذ بلغ قيمته (0.00) ومن خلال مقارنة القيمة المعنوية نرى بان قيمته أقل من (0.01) وهذا يعني انه دالة إحصائية ويوجد ارتباط بين هذا البعد ورضا المصارف، وهذا يؤكد وقبول الفرضية الأولى (توجد علاقة معنوية موجبة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد التحديات ورضا المصارف) في ظل البعد الأول. تشير البعد الثاني و الثالث و الخامس إلى انه " توجد علاقة معنوية موجبة ذات دلالة إحصائية بين رضا المصارف وأبعاد المحاسبية والتدقيقية ، القانونية و الاقتصادية " . ومن خلال الجدول رقم (18) يلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بين أبعاد البحث يساوي (0.938 ، 0.723 و 0.80) على التوالي. عند مستوى معنوي (0.01) إذ بلغ قيمته (0.00) ومن خلال مقارنة القيمة المعنوية نرى بأن قيمته أقل من (0.01) وهذا يعني أنه دالة إحصائية ويوجد ارتباط بين أبعاد البحث. وتشير البعد الرابع إلى أنه " لا توجد علاقة معنوية موجبة ذات دلالة إحصائية بين المصارف الألكترونية والتحديات الاجتماعية والثقافية " . ومن خلال الجدول رقم (18) يلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بين البعد الرابع يساوي (0.404) عند مستوى معنوي (0.01) إذ بلغ قيمته (0.0712) ومن خلال مقارنة القيمة المعنوية نرى بأن قيمته أكبر من (0.01) وهذا يعني لا يوجد ارتباط بين المصارف الألكترونية والبعد الرابع ، وهذا يؤكد رفض البعد الرابع (توجد علاقة معنوية قوية موجبة ذات دلالة إحصائية بين المصارف الألكترونية و التحديات الاجتماعية والثقافية. علاقات الانحدار وقيم معامل بيتا و تربيع قيمة الارتباط و قيم توزيعي F و T لكل من المتغير المستقل والمتغيرات التابعة. ويمكن اختبار صحة الفرضية الأولى التي تنص بأنه توجد علاقة معنوية موجبة ذات دلالة إحصائية بين المصارف الألكترونية والأبعاد المحاسبية والتدقيقية ، القانونية ، الاقتصادية ، الاجتماعية والثقافية و تكنولوجيا المعلومات (IT) حيث يتضح من الجدول رقم (18) وجود تأثير معنوي لكل من المتغيرين باعتبارها متغيراً تابعاً.

تشير النتائج الإحصائية المبينة في الجدول رقم (18) إن اختبار الفرضية الأولى (توجد علاقة معنوية موجبة ذات دلالة إحصائية بين المصارف الألكترونية والأبعاد المحاسبية والتدقيقية، القانونية، الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية و تكنولوجيا المعلومات (IT))، وذلك لأن قيمة معامل الانحدار (Beta) والبالغ (0.66 ، 0.47 ، 0.54 ، 0.62) على التوالي، يدل على أن التغير تواجه المصارف الألكترونية (66.0%) يعزى إلى الجوانب المحاسبية والتدقيقية. ويدعم هذا التأثير قيمة (F) المحسوبة والبالغة (47.07) و مستوى معنوية (0.00) وبمعامل تحديد (R^2) قدره (0.712) وهذا يعني (71.2%) من التغيرات تفسرها المصارف الألكترونية و القدرات الجوهرية ويعود الباقي (28.8%) إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلية في نموذج الانحدار أصلاً يتم قبول فرض العدم ورفض الفرض البديل.

2. اختبار الفرضية الثانية (علاقة بين تحديات المصارف الألكترونية ورضا الزبائن):

الجدول رقم (19) التحديات التي تواجه المصارف الألكترونية- تكنولوجيا المعلومات

أهمية نسبية	الانحراف المعياري S.D	المتوسط Mean	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الاحور
			العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	
			%	%	%	%	%	
70.2	0.87	3.45	4	50	31	81	34	X ₁
			2.0	25.0	15.5	40.5	17.0	
69.9	1.0	3.49	4	31	60	72	33	X ₂
			2.0	15.5	30.0	36.0	16.5	
69	1.10	3.50	0	33	52	96	19	X ₃
			0.0	16.5	26.0	48.0	9.5	
70.8	0.87	3.54	0	28	60	88	24	X ₄
			0.0	14.0	30.0	44.0	12.0	
60.8	1.26	3.04	7	91	32	27	43	X ₅
			3.5	45.5	16.0	13.5	21.5	
68.14	1.02	3.20	15	233	235	364	153	مجموع
			0.15	0.233	0.235	0.364	0.153	

يتضح من الجدول رقم (19) إن الوسط الحسابي العام لتحديات التكنولوجيا المعلومات التي تواجه المصارف الألكترونية بلغ (3.20) والانحراف المعياري البالغ (1.02) و أهمية نسبية البالغ (68.14)، إذ تبين أن الوسط الحسابي العام أكبر من الوسط الحسابي للمقياس (3) وهذا يعني إن مؤشرات المتغير يعد واضحاً لأفراد عينة البحث بنسبة اتفاق إجمالي بلغ (51.7%) وفقاً لوجهة نظرهم. وتبين من خلال إجابات أفراد عينة البحث أن التحدي (X₄) التي يمثل (عدم توافر شبكة الانترنت في الأماكن العامة) يأتي في أولوية التحديات

التي تواجه المصارف الألكترونية في ظل تكنولوجيا المعلومات وبلغت الأهمية النسبية (70.8) وتأتي التحدي (X1) يمثل (عدم وجود جهاز الدفع السريع (POS) في الأماكن العامة مثل (مول ، ماركييت و محلات) في المرتبة الثانية من حيث أولوية التحديات التي تواجه المصارف الألكترونية في ظل تكنولوجيا المعلومات.

الجدول رقم (20) "التحديات القانونية التي تواجه المصارف الألكترونية"

أهمية نسبية	الانحراف المعياري S.D	المتوسط Mean	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المحور
			العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	
			%	%	%	%	%	
58.6	1.17	2.93	8	89	44	27	32	X ₆
			4.0	44.5	22.0	13.5	16.0	
66.4	0.95	3.32	0	41	82	49	28	X ₇
			0.0	20.5	41.0	24.5	14.0	
61.6	1.29	3.08	14	74	37	32	43	X ₈
			7.0	37.0	18.5	16.0	21.5	
75.1	0.98	3.75	4	30	14	115	37	X ₉
			2.0	15.0	7.0	57.5	18.5	
69.8	1.10	3.49	4	44	42	70	40	X ₁₀
			2.0	22.0	21.0	35.0	20.0	
66.3	1.09	3.13	30	278	219	293	180	مجموع
			0.30	0.278	0.219	0.293	0.18	

المصدر: (من إعداد الباحثون)

يتضح من الجدول رقم (20) أن الوسط الحسابي العام للتحديات القانونية التي تواجه المصارف الألكترونية بلغ (3.13) والانحراف المعياري البالغ (1.09) و أهمية نسبية البالغ (66.3)، إذ تبين أن الوسط الحسابي العام أكبر من الوسط الحسابي للمقياس (3) وهذا يعني أن مؤشرات المتغير يعد واضحاً لأفراد عينة البحث بنسبة اتفاق إجمالي بلغ (47.3%) وفقاً لوجهة نظرهم. على غرار الجدول السابق تبين التحدي (X9) يأتي في أولوية التحديات القانونية التي تواجه المصارف الألكترونية التي تمثل (ضعف في إثباتات قانونية لوجود الحسابات الألكترونية). وتأتي التحدي (X10) التي تمثل (الإجراءات والتعليمات القانونية من هذه النواحي لم يوضح للزبائن) في المرتبة الثانية من حيث أولوية التحديات القانونية التي تواجه المصارف الألكترونية .

الجدول رقم (21) "التحديات التي تواجه المصارف الألكترونية- الاجتماعية والثقافية"

أهمية نسبية	الانحراف المعياري S.D	المتوسط Mean	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الحدود
			العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	
			%	%	%	%	%	
71.8	0.93	3.59	11	3	69	91	26	X ₁₁
			5.5	1.5	34.5	45.5	13.0	
72.1	1.25	3.60	10	40	31	57	62	X ₁₂
			5.0	20.0	15.5	28.5	31.0	
68.2	1.08	3.41	6	38	62	56	38	X ₁₃
			3.0	19.0	31.0	28.0	19.0	
66.3	1.10	3.31	7	40	74	41	38	X ₁₄
			3.5	20.0	37.0	20.5	19.0	
77.0	1.01	3.81	7	8	60	66	59	X ₁₅
			3.5	4.0	30.0	33.0	29.5	
71.08	1.07	3.54	41	129	296	311	223	مجموع
			0.041	0.129	0.296	0.311	0.223	

المصدر: (من إعداد الباحثون)

يتضح من الجدول رقم (21) أن الوسط الحسابي العام للتحديات الاجتماعية والثقافية التي تواجه المصارف الألكترونية بلغ (3.54) وبالانحراف المعياري البالغ (1.07) و أهمية نسبية البالغ (71.08)، إذ تبين أن الوسط الحسابي العام أكبر من الوسط الحسابي للمقياس (3) وهذا يعني إن مؤشرات المتغير يعد واضحاً لأفراد عينة البحث بنسبة اتفاق إجمالي بلغ (53.4%) وفقاً لوجهة نظرهم. وتبين من خلال إجابات أفراد عينة البحث أن التحدي (X15) التي تمثل (انخفاض درجة الوعي لدى الزبائن بالتكنولوجيا المعلومات الحديثة) يأتي في أولوية التحديات الاجتماعية والثقافية التي تواجه المصارف الألكترونية. وتأتي التحدي (X12) التي تمثل (عدم وجود الثقة الكافية للزبائن بالمصارف الألكترونية) في المرتبة الثانية من حيث أولوية التحديات الاجتماعية والثقافية التي تواجه المصارف الألكترونية.

الجدول رقم (22) "التحديات الاقتصادية التي تواجه المصارف الألكترونية"

أهمية نسبية	الانحراف المعياري S.D	المتوسط Mean	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المحور
			العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	
			%	%	%	%	%	
75.1	1.10	3.75	11	23	18	100	48	X ₁₆
			5.5	11.0	9.0	50.0	24.0	
67.3	1.19	3.36	17	25	70	44	44	X ₁₇
			8.5	12.5	35.0	22.0	22.0	
66.5	1.32	3.32	20	40	48	39	53	X ₁₈
			10.0	20.0	24.0	19.5	26.5	
75.3	0.90	3.76	0	23	42	94	41	X ₁₉
			0.0	11.5	21.0	47.0	20.5	
66.1	1.37	3.30	20	51	34	38	57	X ₂₀
			10.0	25.5	17.0	19.0	28.5	
70.06	1.17	3.49	68	162	212	315	243	مجموع
			0.068	0.162	0.212	0.315	0.243	

المصدر: (من إعداد الباحثون)

يتضح من الجدول (22) أن الوسط الحسابي العام للتحديات الاقتصادية التي تواجه المصارف الألكترونية بلغ (3.49) والانحراف المعياري البالغ (1.17) و أهمية نسبية البالغ (70.06)، إذ تبين أن الوسط الحسابي العام أكبر من الوسط الحسابي للمقياس (3) وهذا يعني إن مؤشرات المتغير يعد واضحاً لأفراد عينة البحث بنسبة اتفاق إجمالي بلغ (55.8%) وفقاً لوجهة نظرهم. وتبين من خلال إجابات أفراد عينة البحث أن التحدي (X19) التي تمثل (النزاعات السياسية الموجودة يؤثر على سرعة المعاملات المصرفية) يأتي من أولوية التحديات الاقتصادية التي تواجه المصارف الألكترونية وبلغت الأهمية النسبية (75.3) . وتأتي التحدي (X16) التي تمثل (الأزمة المالية الحالية تعرقل عمل المصارف الألكترونية خاصة في سياسة القروض) في المرتبة الثانية من حيث أولوية التحديات الاقتصادية التي تواجه المصارف الألكترونية.

الجدول رقم (23) " قياس واختبار معنوي وعلاقات الارتباط بين متغيرات البحث "

المتغير التابع: التحديات التي تواجه المصارف الألكترونية						علاقة المُحدار و ارتباط
Sig.	R ²	R	T	F	Beta	المتغير المستقل
0.805	0.78	-	0.247	106.44	0.484	تابع
0.002		0.74**	3.426		0.218	تكنولوجيا المعلومات
0.011		0.67**	2.603		0.194	القانونية
0.001		0.85**	4.097		0.311	الاجتماعية والثقافية
0.013		0.76**	2.600		0.307	الاقتصادية

المصدر: (من إعداد الباحثون)

لغرض قياس واختبار معنوي للعلاقات والارتباط بين متغيرات البحث التي تضمنتها الفرضية الثانية للبحث على غرار الفرضية الأولى استخدم الباحثون معامل الارتباط البسيط (Pearson Correlation) لقياس قوة العلاقة بين متغيرات البحث

تشير الفرضية الثانية إلى أنه (توجد علاقة معنوية موجبة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد التحديات ورضا الزبائن) من خلال الجدول (23) يلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بين بعد تكنولوجيا المعلومات يساوي (0.74) عند مستوى معنوي (0.002) إذ بلغ قيمته (0.00) ومن خلال مقارنة القيمة المعنوية نرى بأن قيمته أقل من (0.01) وهذا يعني يوجد ارتباط بين أبعاد البحث، وهذا يؤكد قبول الفرضية الثانية (توجد علاقة معنوية موجبة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد التحديات ورضا الزبائن). يشير البعد الثاني، الثالث والرابع إلى أنه " توجد علاقة معنوية موجبة ذات دلالة إحصائية بين التحديات القانونية، الاجتماعية والثقافية و الاقتصادية والمصارف الألكترونية ". ومن خلال الجدول (23) يلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بين أبعاد البحث يساوي (0.67 ، 0.85 و 0.76) على التوالي. عند مستوى معنوي (0.011، 0.001، 0.013) على التوالي إذ بلغ قيمته (0.00) ومن خلال مقارنة القيمة المعنوية نرى بأن قيمته أقل من (0.01) وهذا يعني أنه دالة إحصائية ويوجد ارتباط بين أبعاد البحث.

علاقات الانحدار وقيم معامل بيتا و تربيع قيمة الارتباط و قيم توزيعي F و T لكل من متغير المستقل والمتغيرات التابع. ويمكن اختبار صحة الفرضية الثانية التي تنص بأنه (توجد علاقة معنوية موجبة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد التحديات ورضا الزبائن) حيث يتضح من الجدول (23) وجود تأثير معنوي لكل من الأبعاد باعتبارها متغيراً تابعا.

المبحث الخامس

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات: توصل الباحثون بعد الانتهاء من البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها:

1. لا تزال المصارف الألكترونية في إقليم كردستان في المرحلة الأولى تحتاج تضافر الجهود من كل الأطراف المصرفية وعلى كل المستويات سواء من قبل المصرف المركزي العراقي أو المصارف التجارية.
2. عدم إمكانية الاعتماد على المصارف الألكترونية بشكل كامل بسبب تفضيل بعض العملاء التعامل مع الموظف بدلاً من الآلة، وهذا بسبب ضعف التوعية المصرفية لاستخدام المصارف الألكترونية.
3. من أهم مزايا المصارف الألكترونية هي تخفيض التكاليف على عاتق إذ يسترح من أعباء فتح فروع جديدة وكثيرة في أماكن مختلفة داخل وخارج الدولة.
4. من خلال تحليل بيانات عينة البحث (المصارف الألكترونية) إن التحديات (تكنولوجيا المعلومات (IT)، المحاسبة والتدقيقية، القانونية والاقتصادية) لها تأثير واضح على تحويل أعمال المصارف التقليدية نحو المصارف الألكترونية وتطويرها وبالتالي يتم رفض التحدي الرابعة هي التحدي (الاجتماعية والثقافية) ويمكن توضيح أهم التحديات بشكل الآتي:
 - أ. مشاكل ضعف خط الإنترنت في الأقسام المتعددة و عدم إلمام موظفي المصارف بالاستخدام الأمثل للتكنولوجيا الحديثة.
 - ب. أحداث النظم الألكترونية له تأثير كبير على كل من الجوانب المحاسبية والتدقيقية إذ يجب أن تتلاءم النظم الألكترونية مع معايير المحاسبة والتدقيق لتسجيل الأحداث في السجلات المصرفية الألكترونية.
 - ج. ضعف القواعد والتشريعات الخاصة بتنظيم أعمال المصارف الألكترونية في إقليم كردستان.
 - د. بسبب عدم وجود دعم الحكومي لتطوير الألكترونية في المصارف أدت إلى صعوبة تبني النظم الألكترونية لدى المصارف.
5. من خلال تحليل بيانات عينة البحث (الزبائن) أن من أهم التحديات التي تواجه المصارف الألكترونية هي ضعف شبكة العنكبوتية (الإنترنت) في الأماكن العامة وفي نفس الوقت قلة عدد أجهزة (POS) في الأماكن العامة وخاصة في الأسواق.

ثانياً: التوصيات: بناءً على استنتاجات التي تم توصل إليها الباحثين يمكن تحديد عدد من التوصيات بما يأتي:

1. ضرورة القيام المصرف المركزي العراقي بمراجعة التشريعات والقوانين النافذة بتنظيم المصارف الألكترونية.
2. ضرورة العمل من أجل تطوير الوعي المصرفي لدى الزبائن في إقليم كردستان عبر وسائل التعرف على قنوات الألكترونية من جهة ونشر ثقافة الصيرفة الكترونية وتوفير أدواتها من جهة الأخرى.
3. العمل على تطوير شبكة المصارف وربطها بشبكة الإنترنت من أجل تمكين الزبائن من تنفيذ الخدمات الخاصة بهم بسهولة وبسرعة دون أي تأخير ولكن مع الأحكام الرقابة المصرفية على شبكة المصرف والحصول على أي المعلومات غير مرخص لهم بالحصول عليها.
4. اقترحنا للمصارف الألكترونية العمل على تدريب وتأهيل المختصين في مجال تقنية المعلومات والاتصالات والشبكات، وكذلك في مجال المحاسبة والتدقيق.
5. الانفتاح على عالم الخارجي، وإزالة المعوقات التشريعية والتنظيمية التي تحول دون ذلك، وترسيخ فكرة الشفافية والإفصاح العالين لدعم الثقة الزبائن.

قائمة المصادر

أولاً: الرسائل و الاطاريح الجامعية:

1. بريح، سميرة، " دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز القدرات التنافسية للبنوك التجارية"، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير، كلية العلوم الاقتصاد وعلوم التسيير ورقلة، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، الجمهورية الجزائرية، 2015.
2. بوعتروس، جمال، " دور التسويق الإلكتروني في تطوير سياسات التسويق المصرفي" رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير، كلية العلوم الاقتصاد وعلوم التسيير، جامعة منتوري، الجمهورية الجزائرية، 2009.
3. الحاج، شراديد محمد، " مخاطرة العمليات المصرفية" بحث مقدم لاستكمال متطلبات شهادة لسانس أكاديمي، كلية العلوم وحقوق الإنسانية، جامعة قاصدي مرباح، 2014.
4. الشريف، حرية شعبات محمد، " مخاطرة نظم المعلومات الحاسوبية الإلكترونية"، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير، كلية التجارة، جامعة الإسلامية، غزة، 2006.
5. محمد، أحمد سويسي، " المصارف الإلكترونية"، دراسات المحاسبة و الاقتصاد و علوم الإدارة درجة الماجستير في المصارف الدولية و الموارد المالية، جامعة سالفورد، 2005.
6. ميادة، بلعاش، " أثر الصيرفة الإلكترونية على السياسة النقدية"، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015.
7. يعقوب، أغمين، " أثر المعالجة الآلية للبيانات على فعالية التدقيق الخارجي من وجهة نظر محافضي الحسابات والخبراء المهنيين"، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير، كلية العلوم الاقتصاد وعلوم التسيير ورقلة، جامعة قاصدي مرباح، الجمهورية الجزائرية، 2012.

ثانياً: الدوريات والمنشورات:

1. الشرع، مجيد، " الدقيق الخارجي الإلكتروني في العمل المصرفي ومحددات التنفيذ"، مجلة الإدارة الاقتصاد، العدد (76)، 2009.
2. الشرفاء، أمجد، و المعايطه، حازم، و كلبونة، أحمد، " التأهيل العلمي والعملي للمراجعين الداخليين في ظل الأنظمة المحاسبية الإلكترونية"، مجلة جامعة الأزهر، 2012.
3. شندي، أديب قاسم، " الصيرفة الإلكترونية أماطها وخيارات القبول والرفض" مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد (27)، 2011.
4. عبدالله، فارس، " مشكلات تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية في العراق وعلاقتها برضا الزبائن" مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد الخاص بمؤتمر الكلية، 2013.
5. عبيد، شاهر، " دور الخدمات الإلكترونية المصرفية في تعزيز الميزة التنافسية في قطاع البنوك في محافظة جنين"، إلى المؤتمر الاقتصادي لجامعة القدس المفتوحة، رام الله، فلسطين، 2012.

6. وادي، رشدي عبداللطيف، "أهمية ومزايا البنوك الإلكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات انتشارها"، مجلة الجامعة الإسلامية، مجلد (16)، العدد (2)، 2008.

رابعاً: الكتب

1. الشمري ، ناظم محمد نوري و العبدالات، عبدالفتاح زهير، " الصيرفة الإلكترونية - الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع" الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2008.
2. عبدالله، خالد أمين، والطراد، إسماعيل إبراهيم، " إدارة العمليات المصرفية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2007.
3. قبال، أشرف السيد حامد، " المعاملات المصرفية والمدفوعات الإلكترونية"، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2013.

خامساً: شبكة المعلومات الدولية (internet):

1. www.infotechaccountants.com/forums/topic.
2. www.kantakji.com/media/1347/c218.doc.
3. www.infotechaccountants.com/forums/topic.
4. <http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/156820>.
5. <http://wehda.alwehda.gov.sy/node/414989>.
6. <https://www.scribd.com/doc/128837404/>.

المخلق (1)

استمارة الاستبانة الخاص بالمصارف

السيد / السيدة المحترم

هذه الاستمارة مخصصة لجمع البيانات والمعلومات حول (المحاسبة في مصارف الاللكترونية والتحديات التي تواجهها) أرجو التكرم منكم الإجابة على أسئلة الاستبانة المرفق من أجل الحصول على معلومات دقيقة تساعد على الوصول إلى النتائج المرجوة، والمقترحات الملائمة أمل أن تساهم في تحسين الأداء المصارف وخدمة للمسيرة العملية في إقليم كوردستان. علماً بأن المعلومات التي ستقدمونها ستعامل السرية، ولن تستخدم إلى لأغراض البحث العلمي. لذا، فلا داعي لذكر الاسم.

مقدرين لكم تعاونكم مع خالص تحياتنا

ملاحظة :

1. أرجو أن يقرء جميع العبارات قبل أن يوضع علامة (√)
2. يرجى عدم ترك أي سؤال دون إجابة لأن ذلك يعني عدم صلاحية الاستمارة للتحليل .
3. يرجى وضع علامة (✓) في الحقل الذي يمثل وجهة نظرك .

شاكرين تعاونكم معنا

الباحثون

أولاً: المعلومات العامة عن مصرفكم :

مكان العمل

مدير العام	رئيس القسم	رئيس الوحدة	رئيس اللجنة	قسم (IT)

تاريخ تأسيس مصرفكم	
في أي سنة تستخدم نظام الالكتروني؟	
كم ساعة تقدم خدمات الالكترونية في اليوم؟	

ما هي نوع الخدمات الالكترونية المعتمدة (المقدمة) في مصرفكم	
	Debt card
	Credit card
	Internet banking
	POS
	ATM
	Mobile Banking
	خدمات الالكترونية أخرى (اكتبها)

ثانياً: التحديات أمام مصارف الالكترونية :

6.	الفقرات	اتفق تماما	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماما
1. التحديات التي تواجه المصارف الالكترونية من حيث تكنولوجيا المعلومات (IT)						
1	مشاكل ترابط النيتورك بين أقسام المختلفة.					
2	مشاكل ضعف خط الانترنت في الأقسام المتعددة في وقت تقديم الخدمات.					
3	وجود أعطال الفنية أبرز المعوقات التقنية والفنية التي تواجه المصارف الالكترونية.					

					4	محدودية في الكوادر الإدارية والفنية المؤهلة والقادرة على أداء أعمال المصارف الاللكترونية بكفاءة عالية.
					5	عدم إلمام موظفي المصارف بالاستخدام الأمثل للتكنولوجيا الحديثة.
2. التحديات المحاسبية والتدقيقية التي تواجه المصارف الاللكترونية						
					6	أحدثت النظم الاللكترونية تأثيراً واسعاً على كل من المحاسبة والتدقيق.
					7	النظم الاللكترونية يؤدي إلى تغيير النظم المحاسبية المستخدمة وظهور مجموعة من المشكلات المتعلقة بأمن المعلومات والبيانات.
					8	استخدام برمجيات جاهزة قد لا تلبي القدر مهم في التدقيق الاللكتروني.
					9	من الصعوبات التي تواجه المدقق خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات هي تزايد عملية اختلاس والغش والتلاعب.
3. التحديات القانونية التي تواجه المصارف الاللكترونية						
					10	ضعف وجود القواعد والتشريعات الخاصة بتنظيم أعمال المصارف الاللكترونية في إقليم كردستان.
					11	تخدي قبول القانون للتعاقبات الاللكترونية، وتخدي حجتها في الإثبات.
					12	ضعف وجود أمن المعلومات في المصارف الاللكترونية.
					13	ضعف وجود آليات قانونية لمواجهة أي منازعة محتملة بين العميل والمصارف الاللكترونية.
					14	عدم وضوح الحقوق والالتزامات الناتجة عن العمليات المصرفية الاللكترونية.
4. التحديات الاجتماعية والثقافية التي تواجه المصارف الاللكترونية.						
					15	انخفاض الوعي لدى العملاء بفوائد استخدام تكنولوجيا المعلومات.
					16	انخفاض الإمكانيات والعلمية للعملاء تلتها صعوبة التعامل باللغة الانكليزية لكنير من

					العملاء.
17					ضعف الثقة بالمصارف الالكترونية لدى المواطنين لادخار النقود في هذه المصارف.
18					مخاوف عند كلا الجانبين، سوى لدى المصرف أو العملاء عن التهجئات للحصول على معلومات شخصية من اجل استخدامها بشكل غير سلوكي.
19					تفضيل بعض العملاء التواصل مع موظفي المصرف للحصول على الخدمة المصرفية في إقليم كوردستان.
5. التحديات الاقتصادية التي تواجه المصارف الالكترونية					
20					الأزمة المالية الحالية تعرقل عمل المصارف الالكترونية.
21					المصارف الالكترونية تسهل عمليات غسل الأموال.
22					ضعف وجود دعم الحكومي يؤدي إلى صعوبة تبني المصارف الالكترونية.
23					أن تأسيس المصارف الالكترونية يحتاج إلى رأس المال الضخم.
24					الظروف الاقتصادية الحالية في إقليم كوردستان غير مساعدة لتأسيس مصارف الالكترونية الجديدة.

المخلق (2)

استمارة استبيان خاصة بالزبائن

عزيري المجيب الكريم

عزيري المجيبة الكريمة

تحية طيبة . . .

الاستمارة التي بين يديك مُعدة لغرض إجراء البحث العلمي لغرض الترقية العلمية والموسومة (المحاسبة في المصارف الالكترونية والتحديات التي تواجهها) دراسة استطلاعية في عينة من الزبائن لدى المصارف الأهلية في محافظة السليمانية ، والتي من خلالها يتم استطلاع آرائكم إزاء الفقرات التي تتضمنها في تعاملكم المصرفي .

ملاحظة :

1. يأمل الباحثين من شخصكم الكريم قراءة جميع العبارات ثم البدء بتأشير كل منها بما يعبر عن موقفكم الدقيق .
2. يرجى عدم ترك أي سؤال دون إجابة لأن ذلك يعني عدم صلاحية الاستمارة للتحليل .
3. يرجى وضع علامة (✓) في الحقل الذي يمثل وجهة نظرك .

شاكرين تعاونكم معنا

الباحثين

أولاً : المعلومات العامة:

1. الجنس :

 ذكر أنثى

2. العمر

 25-20 30-26 35-30

 40-36 40 وما فوق

3- الحالة الزوجية

 أعزب متزوج

4- ماهي عملة الرسمية

 موظف حكومي موظف في قطاع الخاص قطاع العسكري أخرى
5- التحصيل الدراسي: إعدادية فأقل دبلوم بكالوريوس

ماجستير دكتوراه

6. الدخل الشهري للعائلة بالدينار العراقي:

أقل من 500,000 من 501,000 الى 999,000

من 1000,000 الى 1499000 من 1500,000 الى 1,999,000

من 2,000,000 الى 2,499,000 2,500,000 فأكثر

7. نوعية الالة التي تستخدمها لغرض الاتصال

الهواتف الذكية كومبيوتر المرتبط بالشبكة

ثانياً : التحديات التي تواجه المصارف الالكترونية

1	2	3	4	5	المقياس	ت
لا أتفق بشدة	لا أتفق	محايد	أتفق	أتفق بشدة	العبارات	
						تكنولوجيا المعلومات :
					عدم وجود جهاز الدفع السريع (POS) في الأماكن العامة مثل (مول ، ماركييت و محلات)	1
					عدد الساعات التي يفتح بها المصرف أبوابه بما للزبائن غير كافية .	2
					هناك مجموعة محددة من جهاز ATM وفي الأماكن محددة.	3
					عدم توافر شبكة الانترنت في كل الأماكن .	4
					الشبكات الموجودة في الإقليم مرتبطة بالدول الأخرى وهذا يؤدي إلى عدم الأمان للمعلومات المالية.	5
						القانونية:
					عدم وجود القواعد والتشريعات الخاصة بالتنظيم أعمال المصارف الالكترونية مع الزبائن.	6

					7	عدم وجود أمن المعلومات في المصارف الالكترونية.
					8	عدم وجود آليات قانونية لمواجهة أي منازعة محتملة بين الزبون والمصارف الالكترونية.
					9	ليست هناك إثباتات قانونية لوجود الحسابات الالكترونية.
					10	الإجراءات والتعليمات القانونية من هذه النواحي لم يوضح للزبائن.
					الاجتماعية والثقافية :	
					11	ليست هناك وعي ثقافي لكيفية استخدام البطاقات الذكية.
					12	عدم وجود الثقة الكافية للزبائن بالمصارف الالكترونية.
					13	الاحتفاظ بالنقدية له الأولوية حتى الآن في مجتمعنا.
					14	خوف الزبائن من احتيال أموالهم ومعلوماتهم في الحسابات الالكترونية.
					15	انخفاض درجة الوعي لدى الزبائن بالتكنولوجيا المعلومات الحديثة.
					الاقتصادية :	
					16	الأزمة المالية الحالية تعرقل عمل المصارف الالكترونية خاصة في سياسة القروض.
					17	خوف الزبائن من إفلاس المصارف المحتملة خاصتاً المصارف الالكترونية.
					18	الدخل المتأتي للفرد غير كافية لفتح الحسابات المصرفية.
					19	النزاعات السياسية الموجودة يؤثر على سرعة المعاملات المصرفية.
					20	عدم وجود البنك المركزي في الاقليم له سلبيات على عمل المصارف الالكترونية الموجودة.