



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعه بابل - كلية الادارة والاقتصاد

قسم العلوم المالية والمصرفية

دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز الأداء المصرفي

(بحث تحليلي استطلاعي في مصرف الرشيد - فرع المسيب (51))

بحث تقدم به الطالبان

تبارك عداي

تبارك حسين

الى قسم العلوم المالية والمصرفية وهو جزء من متطلبات نيل شهادة البكالوريوس

بأشراف

د. جواد البكري

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ

دَرَجَاتٍ﴾

صدق الله العلي العظيم

سورة المجادلة: آية (11)

الاهداء

إلى من قاد قلوب البشرية وعقولهم إلى مرفأ الأمان ، معلم البشرية الأولى محمد

صلى الله عليه وسلم

إلى عبق طفولتي ...

إلى دفء حياتي ...

إلى ملجئي وملاذي ...

إلى أبي الغالي (رحمه الله تعالى) الذي لم يكمل المشوار معي ولن يكرره

الزمن وأمي (حفظها الله) التي لا تُقدر بثمن

الشكر والتقدير

اقدم لكم اجمل عبارات الشكر والامتنان من قلب فاض بالحبة والمودة والتقدير لكم

ولكل من ساعدنا في انجاز هذا البحث ونخص بالذكر الأستاذ الفاضل (جواد كاظم البكري)

كما لا يفوتنا ان نخص بالشكر والامتنان للأهل الذين قدموا لنا يد المساعدة وساندونا في كل خطوه

فتحدينا الصعاب كل التحية والاحترام الى من ساعدنا في انجاز هذا البحث سواء من قريب او بعيد

المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
ب	الآية القرآنية
ت	الاهداء
ث	الشكر والتقدير
ج	المحتويات
1	المقدمة
3- 2	(منهجية البحث)
8-4	المبحث الاول (الصيرفة الالكترونية)
12-9	المبحث الثاني (الاداء المصرفي)
26-13	المبحث الثالث : الجانب العملي
27	(الاستنتاجات والتوصيات)
30-28	المصادر
	الملاحق

المقدمة

تمثل الصيرفة الإلكترونية أحد الظواهر التجارية النقدية المتطورة بالنظر الى ما أفضت اليه من تعديل عميق في الاسواق والتوزيع و التبادل الإلكتروني و للأداء المصرفي دور على الصيرفة الالكترونية حيث ان الاداء المصرفي يعمل على توجهات وتطلعات وخلفيات ثقافية مثلما لا يختلفان على اهمية تدفقات الاموال واسواقها واماكن تجمعها التي منها اسواق المال والمؤسسات المالية التي تعد من اهمها المؤسسات المصرفية (المصارف او البنوك) كونها تمثل اهم مركزاً لاستقطاب وجمع الاموال، بل والاهم من هذا انها تعد من اهم مصادر توليد الاموال في الاقتصاد الوطني ككل. ، حيث تقدم امكانيات و أفاق جديدة للاتصال و التفاعل مع الزبائن و البنوك على حد سواء ، و على اعتبار أن تطبيقات الصيرفة الكترونية تزداد يوماً بعد يوم دقة و تعقيدا في مكوناتها واستعمالاتها ، وتتوسع في غير اتجاه ،لتأدية أكبر عدد من الخدمات في ظل سوق مفتوحة على التنافس حاد على كل المستويات الأمر الذي أدى الى رواج خدمات الصيرفة الالكترونية وسط تعاضم الاعتماد على الشبكات المفتوحة و التقنيات المتطورة على نحو واسع ، حيث شهدت طرق السداد و التعاملات المالية عبر الخط هي الأخرى تطورا كبيرا للتحويل من مجرد تنفيذ أعمال عبر الخط من خلال برمجيات و شبكات بين البنوك و الزبون الى وجود كامل على الشبكة للأعمال البنكية .

منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

بناء على ما سبق بإمكاننا صياغة المشكلة التالية :

المشكلة الرئيسية:

ما مدى دور الصيرفة الالكترونية في الاداء المصرفي للمصارف التجارية ؟

و التي تنبثق منها الاسئلة الفرعية التالية:

1- ما هو دور الصراف الالي في تحقيق الاداء المصرفي للمصارف التجارية ؟

2- هل الصيرفة عبر الهاتف النقال اسهام في تحقيق الاداء المصرفي للمصارف التجارية ؟

3- ما مدى مساهمة الصيرفة عبر الانترنت في التحقيق الاداء المصرفي للمصارف التجارية ؟

ثانياً: اهمية البحث

تتمثل أهمية البحث العلمية بالانعكاسات و الفوائد المتحققة من جراء تنفيذها و مدى مساهمتها في تطوير الواقع ، حيث تناول هذا البحث قطاع من أهم القطاعات الاقتصادية ألا و هو قطاع البنوك التجارية ، كما و أن هذه البحث تتناول قطاع حديث و سريع التطور وهو قطاع الصيرفة الالكترونية التي تقدمها البنوك التجارية.

ثالثاً: أهداف البحث

تهدف البحث الى تحقيق الأهداف الأتية:

- 1- محاولة تحديد مفهوم دقيق وواضح لكل من الصيرفة الالكترونية و الاداء المصرفي .
- 2- التعرف على مستوى الخدمة المقدمة من خلال القنوات الالكترونية من وجهة نظر العملاء.
- 3- تسليط الضوء على أهمية و ضرورة تطبيق الصيرفة بالقطاع المصرفي في الوقت الحاضر.

رابعاً: فرضيات البحث

في ضوء مشكلة البحث واهدافها قمنا ببناء الفرضية التالية:

➤ الفرضية الرئيسية:

تلعب الصيرفة الالكترونية دورا هاما في الاداء المصرفي للمصارف التجارية.

➤ الفرضيات الفرعية:

- 1- هناك تأثير ذو دلالة معنوية لاستخدام الصراف الالي في تحقيق الاداء المصرفي.
- 2- هناك تأثير ذو دلالة معنوية للصيرفة عبر الهاتف النقال في التحقيق الاداء المصرفي .
- 3- هناك تأثير ذو دلالة معنوية للصيرفة عبر الانترنت في التحقيق الاداء المصرفي
- 4- توجد اختلافات جوهرية بين عملاء البنوك في تقييمهم لمستوى استخدام الصيرفة الالكترونية تبعا لاختلاف الخصائص الديموغرافية.

خامساً: هيكلية البحث

وتقسم الى

منهجية البحث

المبحث الاول (الصيرفة الالكترونية)

المبحث الثاني (الاداء المصرفي)

المبحث الثالث (الاستنتاجات والتوصيات) .

المبحث الاول

الصيرفة الالكترونية

اولا : مفهوم الصيرفة الالكترونية

شهدت دول العالم المتقدم ثورة متسارعة في العمل المصرفي , اذ انتقل من(المصارف التقليدية) التي لها وجود مادي في شكل فروع و معاملات يتم فيها تبادل المستندات والنقود المعدنية والورقية الى (المصارف الافتراضية) التي تعتمد على الركائز او الوسائط الالكترونية لذا فقد ظهرت المصارف الالكترونية والخدمات المصرفية الالكترونية ,ويستخدم تعبير المصارف الايكترونية للدلالة على معاملات المالية التي تتصل بالمصرف والتي يقوم بها الزبائن من اي مكان وفي اي وقت من خلال الكمبيوتر .⁽¹⁾

هناك العديد من التعريفات للصيرفة الالكترونية فيعرفها⁽²⁾ على اساس انها :تمثل المصارف و المؤسسات المالية المستندة على الركائز الالكترونية , من خلال توظيف التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتقديم كافة الخدمات المصرفية بأمان ,وبأقل كلفة ,واسرع وقت , و اقل جهد للعملاء . عرفت الصيرفة الايكترونية بانها "اجراء العمليات المصرفية بطرائق الكترونية اي استخدام تكنولوجيا الاعلام و الاتصال الجديدة سواء تعلق الامر بالأعمال المصرفية التقليدية او الجديدة وفي ظل هذا النمط لن يكون الزبون مضطرا للتنقل الى المصرف اذا بإمكانه القيام بالأعمال التي يريدها من المصرف من اي مكان وفي اي زمان⁽³⁾

ويمكن تعريف للصيرفية الالكترونية بانها اجراء العمليات المصرفية بشكل الكتروني ويعد الانترنت من اهم اشكالها وبذلك فهي مصارف افتراضية تنشأ لها مواقع الكترونية على الانترنت لتقديم خدمات موقع المصرف نفسه من سحب و دفع وتحويل الاموال من دون الحاجة الى وصول الزبون الى موقع المصرف⁽⁴⁾

أو هي ذلك النظام الجديدة الذي يمكن الزبائن من الوصول الى حساباتهم والى المعلومات العامة عن طريق الكمبيوتر الشخصي للزبون (pc) personal computer او اية ادوات ذكية اخرى ,وتتضمن خدمات و منتجات الصيرفة الالكترونية المنتجات الائتمانية بالإضافة الى منتجات التجزئة وتتراوح من خدمات

¹ - أبو حمد رضا صاحب وقديوري ، مشعل إدارة المصارف . الموصل: جامعة الموصل . 2005،ص19.

² - الشمري ، صادق راشد . إدارة المصارف الواقع والتطبيقات العملية - بغداد: الفرح . 2008 ،ص17.

³ - تيم، فايز احمد . الإدارة المالية . عمان: إثراء للنشر والتوزيع . 2009،ص32.

⁴ - حداد ، أكرم وهذول ، مشهور . النقود والمصارف . مدخل تحليل نظري .. عمان: دار وائل – 2005،ص27.

الصيرفة الالكترونية يمكن تعريفها بانها التسليم الالي للخدمات المصرفية التقليدية والحديثة الى العميل بواسطة قنوات الكترونية تفاعلية يطلق عليها قنوات التوزيع الالكتروني (5).

ظهر لنا مفهوم الخدمة المصرفية الاليكترونية حيث عرفه بانها مجموعة من التقنيات والاساليب التكنولوجية الحديثة التي افرزتها الثورة التكنولوجية في العالم المتقدم، والتي ادخلت في النظام المصرفي من اجل تسهيل العميات المصرفية بين مختلف الاطراف الاقتصاديين والمتعاملين بشكل عام، وتشمل كل المعلومات المالية بين المنظمات و الافراد و الشركات ومن اجل تحسين الربحية وتخفيض التكاليف (6).

وعرفها بانها " تنطوي على تقديم الخدمة عبر وسائل و شبكات الكترونية مثل: الانترنت، الهاتف الجوال، الرسائل القصيرة، ويتضمن هذا التصور ليس فقط الخدمات التي اعتادت مؤسسات الخدمة التقليدية على تقديمها، وانما ايضا تلك الخدمات المقدمة من قبل الصناعيين و عليه فان مفهوم الخدمة الإلكترونية واسع اطاره ولا يقتصر على مزودي الخدمات فقط بل موجه للعميل اساسا. (7)

أو تعرف بكونها "المنتجات و الخدمات الحالية التي تغيرت جذريا الى الشكل الرقمي ويتم تقديمها عن طريق وسائل تكنولوجيا المعلومات الاكثر وضوحا وانتشارا. (8)

كما عرفتها وزارة التنمية الدولية البريطانية لخدمات المصرفية المقدمة بدون فروع بنكية بانها تقديم خدمات المالية خارج الاطار التقليدي للفروع المصرفية باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كاستخدام البطاقات، الهواتف الجواله، الانترنت على سبيل المثال (9).

ثانيا: اهمية الصيرفة الالكترونية

أن المصارف غير الالكترونية ، تقدم جزءا من الحلول المشكلات الزبون لكنها لا تقدم حولا شاملة أو القدم حولا جزائية يكلف عالية ، فإذا علمنا أن التنافس على أشده في سوق العمل المصرفي ، وعنوانه الخدمة الشاملة والأسرع بالكلفة الأقل ، فإن المصارف الالكترونية فرصة لتحقيق معدلات أفضل للمنافسة والبقاء في السوق ، وبساطة ، فان الظن أن المصرف الالكتروني مجرد إدارة العمليات مصرفية وحسابات مالية من خاطئ ، لان التقنية نتيح للزبون بذاته أن يدير مثل هذه الأعمال إن وجود المصرف الالكتروني مرهون

⁵ - عبد الله ، عقيل جاسم . النقود والمصارف . عمان دار مجدلاوي للنشر . 1999.

⁶ - اللوزي سليمان احمد وزويلة ، مهدي حسن والطروانة مدحت إبراهيم . إدارة البنوك . عمان: دار الفكر . 1997،ص17.

⁷ - مطر محمد . الاتجاهات الحديثة في التحليل المالي الانتماني . 2 عمان دار وائل للنشر والتوزيع . 2006،ص20

⁸ - العامري ، محمد علي . الإدارة المالية . عمان: دار المناهج . 2007،ص31.

⁹ - السيسي صلاح الدين حسن . التسهيلات المصرفية للمؤسسات والأفراد . بيروت: دار الوسام . 1998،ص62

بقدرته على التحول إلى موقع للمعلومة ومكان للحل المبني على المعلومة الصحيحة ، أنه مؤسسة للمشورة ، والفتح آفاق العمل الله مكان الفرص الاستثمار وإدارتها مكان للخدمة المالية السريعة بأقل الكلف ، مكان للإدارة المتميزة لاحتياجات الزبون مهما اختلفت كما أن الاتجاه نحو الدفع النقدي الإلكتروني المصاحب المواقع التجارة والأعمال الإلكترونية يقدم مورا لبناء المصارف الإلكترونية ، فشركات التامين النفط الطيران الفنادق ال نتجه الخطى واثقة نحو عمليات الدفع عبر الخط أو الدفع الإلكتروني وهي عمليات تستلزم إن لم يكن موقع الشركة يوفر وسائل الدفع النقدي وجود حسابات بنكية يعني دفع القطاعات المشار إليها إلى ممارسة اعمال مالية على الخط لسد احتياجاتها التي لا توفرها جهات العمل المصرف المتخصصة 5 وإن إدخال الكمبيوتر والتقنيات الإلكترونية الأخرى في المصارف له الكثير من المزايا التي توضح أهمية هذه التكنولوجيا الجديدة في المصارف كزيادة الكفاءة الت يمكن تقديم خدمة فعالة وسريعة للعملاء بمساعدة التقنيات الحديثة ، ومعالجة المعلومات لتم توفير انشاء نظام حديث للرصد والمعلومات وتعزيز الرقابة الداخلية ووظائف التدبير المنزلي وإعداد التقارير يصبح فرز المعلومات سهلاً وخفض التكلفة بما في ذلك مساحة الأرضية بسبب استخدام التكنولوجيا الحديثة والدقة التي تمكن من إجراء مقاصة الشيكات وإدخالات دفتر المرور والتسوية بين الفروع والمصارف ومثل هذه الوظائف الأخرى بسرعة وبشكل صحيح ومقروء وباستخدام التكنولوجيا الحديثة لا يحتاج العملاء إلى الذهاب إلى مكتب المصرف (10).

ثالثاً: أدوات الصيرفة الإلكترونية

تتمثل الصيرفة الإلكترونية بالمصارف والمؤسسات المالية المستندة على الركائز الإلكترونية من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتقديم كافة الخدمات المصرفية بأقل كلفة وأسرع وقت وأقل جهد للزبائن وأن العمل المصرفي يتصف بالمرونة ليس من خلال الوسائل التقليدية المعروفة من بيع شخصي مباشر بل أيضاً من خلال زيادة وتنوع الخدمات وقنوات التوزيع الإلكترونية بشكل يجذب الزبون للإقبال على الخدمة المصرفية الإلكترونية التي تتمثل بأدوات الصيرفة الإلكترونية والتي هي كما يأتي : (11)

أولاً قنوات التوزيع التقليدية : وتتمثل بالمباني الخاصة بالمصرف وفروعه ومكاتبه وتعد فروع المصرف من أهم قنوات التوزيع التي عن طريقها يتم إيصال الخدمات والمنتجات المصرفية إلى المستفيدين منها وهناك ثلاثة أنواع رئيسية للمصارف النوع الأول يقدم خدماته التي غالباً ما تكون في مركز النشاط

¹⁰ - مداح عرابي الحاج، أهمية البنوك الإلكترونية في تفعيل وسائل الدفع الإلكترونية في الوطن العربي الواقع والأفاق، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 2، 2010م، ص64.

¹¹ - مصطفى نزار ياس مؤشرات الشمول المالي وأثرها في الأداء المالي للتكنولوجيا المصرفية متغيراً تفاعلياً دراسة تطبيقية في القطاع المصرفي العراقي 2015-2020 ، رسالة ماجستير منشورة كلية الإدارة والاقتصاد جامعة البصرة في علوم إدارة الاعمال، 2022م، ص 59

الاقتصادي والنوع الثاني يقدم خدمات أساسية مثل الودائع وخدمات الائتمان ويوجد هذا النوع في مراكز المحافظات والمناطق الريفية الثانية أما النوع الثالث من هذه المصارف فيقدم الخدمات المتخصصة مثل الخدمات العقارية وما شابه (12).

ثانياً الخدمات المصرفية الالكترونية : قد مرت الخدمات المصرفية كغيرها من النشاطات الاقتصادية بالعديد من مراحل التطور وأن تطور المجتمعات وتغير حاجات العملاء لزمّت المصارف على أن تواكب هذا التغير وتقدم خدمات تتماشى مع متطلبات الواقع حيث أدت التطورات الحاصلة في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات التي شهدها العصر إلى ظهور تغيرات جوهرية في عمل المصارف فقد تحول نشاط المصارف من مجرد القيام بدور الوسيط بين المودعين والمقترضين وما يرتبط بها من أنشطة مصرفية إلى تنوع وتعدد الخدمات والأنشطة الحديثة معتمدة في ذلك على مختلف الأنظمة والاستراتيجيات في المجال الإلكتروني من أجل الحفاظ على مكانته المصرفية واستقراره في ظل التغيرات الحاصلة في كل المجالات ، فضلاً عن وقوفه في وجه المنافسين وهي على عدة أنواع منها : (13)

1- بطاقات الدفع الالكترونية E - Payment Cards : وهي عبارة عن بطاقة مصنوعة من البلاستيك أو من الورق المقوى وتحتوي على شريحة الكترونية و يمكن لحاملها استخدامها في تسديد ثمن مشترياته أو ثمن الحصول على بعض الخدمات دون الحاجة الحمل بمبالغ كبيرة من النقود والتي قد تكون معرضة لمخاطر السرقة أو الضياع أو التلف ، كما وتصنف البطاقات الائتمانية الالكترونية إلى ثلاثة أنواع هي : (14)

أ. بطاقات الدفع المسبق Prepaid Cards

تصدرها المصارف أو شركات التمويل الدولية بناءً على وجود أرصدة فعلية لعملائها في صورة حسابات جارية تقابل المسحوبات المتوقعة له .

¹² - احمد صبحي جميل، أسماء خضير ياس، مظاهر استخدام الصيرفة الالكترونية في العراق "دراسة حالة على مجموعة من المصارف التجارية في بغداد"، المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، السنة الثانية عشرة، العدد الخاص والأربعون، 2014م، ص38

¹³ - إبراهيم مهدي عارف كاوه محمد روستم، واقع إدارة الخدمات المصرفية الإلكترونية والتحديات التي تواجهها في إقليم كردستان العراق، مجلة جامعة التنمية البشرية، المجلد 3 ، العدد 4 ، 2017 ، ص 163.

¹⁴ - محمد زهير عبد الأمير العزاوي، مدى توافر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية دراسة استطلاعية لأراء عينة من مديري المصارف العراقية العامة والخاصة، رسالة ماجستير منشورة مقدمة الى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة كربلاء كجزء من متطلبات درجة الماجستير في العلوم المالية والمصرفية، 2012م، ص 49.

ب. البطاقات الائتمانية Credit cards

وهي البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة تمكن حاملها من الشراء الفوري لاحتياجاته و الدفع الأجل لقيمتها .

ج بطاقات الائتمان الشهري Monthly Credit Cards : تختلف هذه البطاقات عن البطاقات الائتمانية في أنها تسدد بالكامل من قبل العميل للمصرف خلال الشهر الذي تم فيه السحب أي أن الائتمان الذي تقدمه المصارف لعملائها في هذه البطاقة لا تتجاوز مدته شهرا واحدا.

2 - خدمة الصراف الآلي (A.T.M)

وهي أكثر الخدمات الالكترونية انتشارا ، ويمكن استخدام الصراف الآلي في العديد من العمليات المصرفية التقليدية وغير التقليدية مثل السحب والإيداع النقدي والاستفسار عن الرصيد والحصول على كشف حساب مختصر وتحويل الأموال بين الحسابات النفس الشخص أو لمستفيد آخر وإجراء الحوالات التجارية وتسديد أقساط القروض وتسديد فواتير الهاتف والكهرباء ودفع فواتير المشتريات وإيداع الصكوك في الحساب وطلب دفتر الصكوك وإعطاء تعليمات محددة للمصرف ومعرفة أسعار الفوائد وتحويل النقود من عملة إلى أخرى والسحب النقدي باستخدام بطاقات الائتمان وغيرها وتشير إحدى الدراسات إلى استخدام الصراف الآلي في أمريكا عام 1998 كان بمعدل 16 مرة شهريا وان المصارف لغير مصرف الزبون تتقاضى من 15 دولار كأجور تساعد على التغطية مصاريف الصيانة لعمل الجهاز 24 ساعة 10 . (15)

¹⁵ - نبيل ذنون ، مثال مرهون معيقات تطبيق الصيرفة الالكترونية مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد الخامس والعشرون، 2010م ،ص7.

المبحث الثاني

الاداء المصرفي

اولا : مفهوم الاداء المصرفي

يعرف على انه النتائج المرغوبة التي يسعى المصرف في تحقيقها (16)

وايضا عرف الاداء المصرفي بانه مجموعة من الوسائل اللازمة ووجه النشاط المختلفة والجهود المبذولة لقيام المصارف بوظائفه الداخلية والخارجية من اجل تقديم خدمات مصرفية تحقق اهدافها اتجاه الزبائن ومن جانب آخر هو المرحلة النهائية لنشاط المصرف والتركيز على أهداف البقاء والنمو وهي أهداف طويلة الأمد بالنسبة للمصرف (17)

ويعرف أيضا بانه تعبير عن أداء الأعمال باستخدام مؤشرات مالية كالربحية ، ويمثل الركيزة الأساسية لما تمارسه المصارف من أعمال ونشاطات مختلفة (18) .

وأن الاختلاف بين المصارف ناتج عن الأسلوب الذي يتبعه المصرف في توظيف موارده من أجل الحصول على المزايا التنافسية للنشاطات المختلفة ويتحقق الأداء من خلال تحقيق الموائمة بين بيئة الأعمال والموارد المتاحة للمصرف، ومن وجهة نظر أخرى يعد الأداء المصرفي بمثابة مقياس ذاتي لنجاح المصارف ، يجري من خلالها استخدام موجوداته بطرق مختلفة لتحقيق العوائد. (19)

وينظر اليه البعض على انه أداء للتعرف على الوضع المالي للمصارف او لجانب معين منه في وقت محدد ككل مثل أسهمها في السوق المالي في فترة معينة ، ومن ثم تحقيق الأرباح الممكنة.

ومن خلال التعريفات السابقة يمكن تعريف الأداء المصرفي من وجهة نظر الباحثة بأنه نشاطاً واسعاً تقوم به المصارف من خلال التكيف مع البيئة المحيطة واستغلال مواردها بكفاءة وفعالية لغرض الوصول الى اهداف البقاء والنمو الربحية والسيولة والامن . ومهما تعددت تعريفات الأداء المصرفي نجده يتحدث عن

¹⁶ -Wright ,p & Kroll ,M .J & Parnel ,J .A – Strategic Management Concept – Prentice –Hall Upper saddle River – New jersey -1998

¹⁷ -WHeelen , Thomas L. & Hunger J. David –Strategic Management And Business Policy –Addison Wesly Publishing ,New-York- 2000

¹⁸ -Miller ,K . D . Bromily ,Philip - Strategic Risk & Corporate Performance : An Analysis Of Alternatiye Risk Measures –Academy Of Management Journal . Vol .30.No.4-1990

¹⁹ -Hohnson G & Sohdes- Exploring Corporate Strategy -4th ed –Prentice Hall –New yourk -1997

تحقيق الأهداف داخل المصرف خارجه كونه بعدا جوهريا في المصارف التجارية خاصة والمنظمات عامة ويمثل انعكاسا لقدرة المصرف على التغيير التجديد والتي يكون لها الأثر في بقائه ونموه .

ثالثا: أهمية الاداء المصرفي

تتبع أهمية أداء المصارف من أهمية أداء المصارف التجارية ودورها الضخم في عملية التنمية الاقتصادية ، وذلك سبب الطبيعة الخاصة لأنشطة هذه المنظمات والكمية الكبيرة من الأموال التي تتعامل معها ، وكذلك سرعة دورانها بالنسبة لرؤوس الأموال الخاصة والمودعة ، الامر الذي دفع متخذي القرار الى التحقق من كفاءة المصارف التجارية في تحقيق تنمية الموارد وتحقيق أداء افضل ، يعكس تحقيق نتائج افضل بأقل تكلفة أهمية تقييم أداء المصارف التجارية لأنها تساعد على تحديد التغييرات المطلوبة والأولويات الموقف التنافسي للمصارف التجارية وحاجة المنظمات بشكل عام الى الوقوف بين النتائج المستهدفة والنتائج المحققة بالفعل لغرض تحقيق الأهداف المتوقعة وفعالية تقييم الأنشطة والعمليات المطلوبة لتحقيق الاختلافات المحتملة ، إذ لا تستطيع المنظمة قياس أدائها ، مما يجعلها غير قادرة على التحكم في أدائها وادارتها واتخاذ القرارات الصحيحة (20) .

رابعا : مؤشرات الاداء المصرفي

قسمت مؤشرات الأداء المالي باستخدام النسب المالية المعتمدة كالآتي:

1- مؤشرات الربحية Profitability indicators

الربحية عادة ما تعنى بقياس وتقييم مدى قدرة المنشأة على تحقيق أرباح من الموجودات المتاحة ، ويمكن معين على كسب عائد من استخدامه ، وهكذا يتكون مصطلح " الربحية " من كلمتي " ربح و " قدرة ، ثم تعريف كلمة " ربح " بعدة طرق أما بالنسبة لمصطلح " القدرة " ، فإنه يعبر عن قدرة المنشأة على جني الأرباح ، ويشار أيضا إلى القدرة على أنها القدرة على الكسب أو الأداء التشغيلي للاستثمار المعني للمؤسسة . (21)

والنسب الأكثر تداولاً لمؤشرات الربحية هي:

²⁰ -Ritter Lawrencd & William Silber – Principles Of Money . Banking And Financial Markets .Basis Books .Washington -1991.

²¹ -Toshniwal , Ritu (2016) "CONCEPT OF PROFIT AND PROFITABILITY OF COMMERCIAL BANKS IN INDIA" , Indian federation united Nations Associations , New Delhi, India 18 th December 2016,ICRIS ME – 16 ISBN: 9798- 93-8617-13-9, from www. Conference world .in 2016.

(1) معدل العائد على الموجودات (ROA)

تم استخدام ROA في الشركات الصناعية منذ عام 1919 ، وخاصة من قبل شركة DuPont ، حيث كان يطلق على النسبة آنذاك عائد الاستثمار ، وتم حسابها على أنها أرباح مقسومة على إجمالي الموجودات ، لذلك فهي تعتبر من أهم النسب التي تقيس الفاعلية الكلية للشركة في تحقيق الأرباح من الموجودات المتاحة لها و يشير على نجاحها في إدارة هذه الموجودات ، حيث يشير ارتفاع معدل العائد على الموجودات (ROA) إلى كفاءة الشركة في إدارة موجوداتها المحفوظة بها⁽²²⁾

ويمكن قياس هذه النسبة وفق القانون الآتي :⁽²³⁾

Return on Assets Ratio =(Net operating income / Total Assets)

العائد على الموجودات = (صافي الربح بعد الضريبة / إجمالي الموجودات) × 100%

(2)

معدل العائد على حق الملكية (Return on Equity ROE)

إنه مؤشر يوضح النسبة المئوية لصافي الدخل المكتسب عند قياسه من رأس المال المكتسب . وكلما زادت الأرباح التي حققتها الشركة كلما زادت عوائدها لأنه سيؤدي إلى زيادة ربحية السهم ، ومن ثم يقوم المستثمرون بشراء المزيد من أسهم الشركة ، ويمكن قياس هذه النسبة وفق القانون الآتي :⁽²⁴⁾

Return on Equity Ratio = (Net operating income / Total Equity)

العائد على حقوق الملكية = (صافي الربح بعد الضريبة / إجمالي حقوق الملكية) × 100%

²² -Adjirackor, Theophilus & Asare, Daniel Darko & Gagakuma, wisdom, "financial ratio as Tool for profitability in Aryton drugs", research journal of finance and Accounting, Vol 8, No 14, 2017.

²³ -Wapmuk, Shitnaan Emmanuel, "banking regulation and supervision in Nigeria : an analysis of the effects of banking reforms on bank performance and financial stability", The University of Salford, UK A Thesis Submitted in Partial Fulfilment of the Requirements of the Degree of Doctor of Philosophy, December, 2016.

²⁴ -Kijewska, A. "Determinants of the return on equity ratio (ROE) on the example of companies from metallurgy and mining sector in Poland" Metalurgija 55.2, 2016.

2- مؤشرات الكفاءة Efficiency indicators

تسمى هذه المجموعة أيضاً بنسب إدارة الموجودات ، وتعتبر هذه النسبة مؤشرا جيدا كونها تقيس كفاءة إدارة الشركة في توزيع مواردها المالية بشكل مناسب بين أنواع مختلفة من الموجودات ، كما تقيس مدى كفاءتها في استخدام موجوداتها لإنتاج أكبر قدر ممكن من السلع والخدمات ، وتحقيق أكبر حجم من المبيعات ومن ثم زيادة أرباحها.

والنسب الأكثر تداولاً لمؤشرات الكفاءة وهي (25) :

(1) معدل دوران الموجودات Asset Turnover

في هذا المعدل يتم قياس عدد المرات التي يتم فيها استخدام الموجودات ، ففي هذا المعدل يتم قياس معدل استثمار أموال الوحدة الاقتصادية في الموجودات و يوضح مدى استخدام الوحدة الاقتصادية لموجوداتها . وهذا يعني أن الزيادة في هذا المعدل تعني شدة استغلال الوحدة الاقتصادية لموجوداتها بكفاءة عالية ، الأمر الذي يتطلب الحاجة إلى زيادة الاستثمار في الموجودات ، كذلك فإن معدل الدوران المنخفض يعني أيضا وجود زيادة غير مرغوب فيها في الاستثمار في الموجودات ويتم احتسابه وفق القانون الآتي:

Asset turnover (Net Sales / Total Assets)

معدل دوران المخزون = (صافي المبيعات / متوسط المخزون) × 100%

²⁵ - علي ، كياس "دور التحليل المالي في تحديد الوضعية المالية للمؤسسة - دراسة حالة مؤسسة ميناء مستغانم" ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير الأكاديمي في العلوم المالية والمحاسبية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة عبد الحميد بن باديس 2016.

المبحث الثالث

الجانب التطبيقي للبحث

أولاً: اختبارات الصدق والثبات والتوزيع الطبيعي لمتغيرات البحث

1- ثبات و صدق أداة قياس البحث:

ان ثبات المقياس يعني استقراره وعدم تناقضه مع نفسه، وبالتالي فإنه سيعطي النتائج نفسها اذا اعيد تطبيقه على نفس العينة، بمعنى ان الثبات يعني استقرار (Stability) واتساق (Consistency) المقياس (Sekrana,2003:203). ومن اشهر المقاييس المستخدمة في قياس ثبات أسئلة الاستبانة هو مقياس (Cronbach's Alpha)، ويشير (Sekrana,2003:311) انه اذا بلغت قيمة الاختبار المذكور اقل من (0.60) فان ذلك يعد مؤشراً على ضعف ثبات المقياس المستخدم ، في حين يعد ثبات المقياس مقبولاً في حال تعديده نسبة (0.70) ، فيما تعد نسبة ثباته جيدة اذا بلغت (0.80) فاكثر.

ويعني الصدق (Validity) ان المقياس يقيس فعلاً ما وضع لقياسه، بمعنى اخر هل ان المقياس الموضوع يقيس الظاهرة تحت البحث وليس شيء اخر (Sekrana,2003:206). والصدق أنواع استخدم الباحثة منها صدق المحتوى (Content Validity) وهو مقياس حكمي (Judgmental) يعتمد على التحديد الدقيق للباحث لمتغيرات موضوع البحث وهذا بالتأكيد يعتمد على حجم المعلومات التي درسها بخصوص الموضوع (Cooper & Schindler,2014:257). ولقياس الصدق رياضياً فإنه يساوي الجذر التربيعي لمعامل الثبات (عبد الفتاح، 2008: 565).

أ- معاملات الثبات والصدق للصيرفة الالكترونية

جدول (1) قيم معامل الثبات والصدق لأبعاد متغير الصيرفة الالكترونية

ت	الابعاد	ثبات المقياس	صدق المقياس
1	الصراف الآلي	0.731	0.85
2	الصيرفة عبر الهاتف النقال	0.786	0.89
3	الصيرفة عبر شبكة الانترنت	0.712	0.84
	الصيرفة الالكترونية	0.873	0.93

المصدر : مخرجات برنامج (SPSS V.27)

يتضح من الجدول (1) ان كافة قيم معاملات الصدق والثبات لمتغير الصيرفة الالكترونية بأبعادها ضمن الحدود المقبولة احصائياً مما يعني ان المقياس المستخدم لقياس فقرات البحث تتمتع بثبات عالي مما يمكن الباحثة من التعويل على النتائج التي سيتم الحصول عليها لاتخاذ قرار سليم.

ب- معاملات الثبات والصدق الاداء المصرفي

جدول (2) قيم معامل الثبات والصدق لأبعاد متغير الاداء المصرفي

المتغير التابع	ثبات المقياس	صدق المقياس
الاداء المصرفي	0.919	0.96

المصدر : مخرجات برنامج (SPSS V.27)

يتضح من الجدول (2) ان كافة قيم معاملات الصدق والثبات لمتغير الاداء المصرفي ضمن الحدود المقبولة احصائياً مما يعني ان المقياس المستخدم لقياس فقرات البحث تتمتع بثبات عالي مما يمكن الباحثة من التعويل على النتائج التي سيتم الحصول عليها لاتخاذ قرار سليم.

2- اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات :

بعد ان تأكدت الباحثة من أداة جمع البيانات بُعد اخضاعها الى اختبارات الثبات والصدق، ولأن اختبار الفرضيات في البحث الحالية يعتمد على الإحصاء المعلمي (Parametric statistics) الذي يقوم على افتراض أساسي مفاده ان البيانات الخاضعة للتحويل يجب ان تتوزع طبيعياً (Normally distribution)، واذا تم اعتماد الأساليب المعلمية لبيانات لا تخضع للتوزيع الطبيعي عندها لا يمكن الوثوق بالنتائج المتحصلة عن تلك الاختبارات (Field,2009:132).

وعلى الرغم من إشارة الاحصائيين على انه في حالة استخدام الباحثة لعينة كبيرة قياساً بمجتمع البحث فانه لا داعي للقلق بخصوص التوزيع الطبيعي للبيانات (Field,2009:329) الا ان الباحثة وحرصاً منها على دقة نتائج البحث قامت بإخضاع البيانات التي تم الحصول عليها من استمارة الاستبيان الى واحد من اهم الاختبارات الخاصة بالتوزيع الطبيعي للبيانات الا وهو اختبار (Kolmogorov- Smirnov) الذي يشير الى انه اذا كان حجم العينة اكبر من (35) مفردة فانه يمكن حساب قيمة الاختبار من خلال القانون الاتي (Copper & Schindler,2014:623)

$$D = \frac{1.36}{\sqrt{n}}$$

حيث ان n تمثل حجم العينة هنا ، وبما ان حجم عينة البحث هو (50) مفردة ، عليه فان قيمة (D) المعيارية ستبلغ (0.19) ، فاذا كانت قيمة إحصاءه (Kolmogorov-Smirnov) اكبر او قريبة من قيمة (D) المعيارية بمستوى معنوية (5%) عندها فان البيانات تتوزع توزيعاً طبيعياً عند المستوى المذكور ، ويمكن بالتالي استخدام أدوات التحليل الاحصائي المعلمي ويمكن الاطمئنان للنتائج ، وفي حال عدم خضوع البيانات للتوزيع الطبيعي سيستخدم الباحثة أدوات التحليل اللامعلمي (Non-Parametric).

أ- اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات الصيرفة الالكترونية

جدول (3) اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات المتغير المستقل الصيرفة الالكترونية

ت	البُعد	إحصاءه -Kolmogorov-Smirnov المحسوبة	قيمة D المعيارية	المقارنة	القرار
1	الصراف الآلي	0.26	0.19	المحسوبة اكبر من المعيارية	تتوزع طبيعياً
2	الصيرفة عبر الهاتف النقال	0.34	0.19	المحسوبة اكبر من المعيارية	تتوزع طبيعياً
3	الصيرفة عبر شبكة الانترنت	0.29	0.19	المحسوبة اكبر من المعيارية	تتوزع طبيعياً
	الصيرفة الالكترونية	0.29	0.19	المحسوبة اكبر من المعيارية	تتوزع طبيعياً

المصدر : مخرجات برنامج (SPSS V.27)

يتبين من الجدول (3) ان البيانات الخاصة بالمتغير المستقل (الصيرفة الالكترونية) سواء على المستوى الفرعي او الكلي تخضع للتوزيع الطبيعي مما يجعلها مؤهلة للخضوع لأدوات التحليل المعلمي.

ب- اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات الاداء المصرفي

جدول (4) اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات المتغير التابع الاداء المصرفي

المتغير التابع	إحصاءه -Kolmogorov-Smirnov المحسوبة	قيمة D المعيارية	المقارنة	القرار
الاداء المصرفي	0.28	0.19	المحسوبة اكبر من المعيارية	تتوزع طبيعياً

المصدر : مخرجات برنامج (SPSS V.27)

يتبين من الجدول (4) ان البيانات الخاصة بالمتغير التابع (الاداء المصرفي) تخضع للتوزيع الطبيعي مما يجعلها مؤهلة للخضوع لأدوات التحليل المعلمي.

ثانياً : توصيف متغيرات البحث وتشخيصها

تهدف هذه الفقرة الى عرض وتحليل وتفسير نتائج إجابات افراد عينة البحث بخصوص الفقرات الواردة في استمارة الاستبيان من خلال استعراض قيم الأوساط الحسابية الموزونة وشدة الاجابة والانحرافات المعيارية ومعاملات الاختلاف لكل فقرة من فقرات متغيرات البحث .

وقد حدد البحث مستوى الإجابات في ضوء المتوسطات الحسابية من خلال تحديد انتماءها لأي فئة, ولأن استمارة البحث تعتمد على مقياس ليكرت الخماسي (أوافق بشدة- لا أوافق بشدة) فإن هنالك خمس فئات تنتمي لها المتوسطات الحسابية, وتحدد الفئة من خلال أيجاد طول المدى (5-1 = 4)، ومن ثم قسمة المدى على عدد الفئات (5) $(5 = 4 \div 0.80)$. وبُعد ذلك يضاف (0.80) إلى الحد الأدنى للمقياس (1) أو يطرح من الحد الأعلى للمقياس (5). وتكون الفئات كالآتي: (Dewberry,2004:15)

1 - 1.80 : منخفض جداً

1.81 - 2.60 : منخفض

2.61 - 3.40 : معتدل

3.41 - 4.20 : مرتفع

4.21 - 5.00 : مرتفع جداً

وسيتم تناول هذا الجانب وفق الفقرات الآتية :

1- عرض وتحليل وتفسير استجابات افراد عينة البحث بخصوص الصيرفة الالكترونية

سيتم تناول فقرات هذا المتغير من خلال تحليل وشرح الأسئلة المتعلقة بأبعاد المتغير الأول وهو الصيرفة الالكترونية وعلى النحو الآتي :

أ- الصراف الآلي

تم قياس البُعد الأول من ابعاد الصيرفة الالكترونية من خلال استخراج قيم الأوساط الحسابية الموزونة وقيم شدة الاجابة وقيم الانحرافات المعيارية ومعاملات الاختلاف المحسوبة سواء على المستوى الجزئي او الكلي وكما مبين في الآتي:

جدول (5) الإحصاءات الوصفية لبُعد الصراف الآلي n=50

الفقرات	الوسط الحسابي الموزون	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %	شدة الإجابة %
1. اجهزة الصراف الالي تقلل من طوابير الانتظار في البنك.	3.31	0.99	29.97	66
2. التوزيع الجغرافي لأجهزة الصراف الالي يساعد على تسهيل تقديم الخدمة للزبائن.	4.22	0.58	13.94	85
3. عند استعمال جهاز الصراف الالي تشعر بالأمان والطمأنينة.	3.97	0.75	19.02	79
4. اجهزة الصراف الالي تعمل باستمرار ولا تعاني من مشاكل تكرر الاعطال	3.85	0.74	19.24	77
المعدل العام	3.86	0.84	21.94	77

المصدر : مخرجات برنامج (SPSS V.27)

عند ملاحظة النتائج الواردة في الجدول (5) نلاحظ الآتي :

أ. على المستوى الكلي حقق بُعد الصراف الآلي وسطاً حسابياً موزوناً بلغ (3.86) بمعنى انه يقع ضمن فئة (مرتفع)، فيما بلغت قيمة شدة الاجابة (77%)، اما قيمة الانحراف المعياري فكانت (0.84)، في حين بلغت نسبة معامل الاختلاف نحو (21.94%) . مما تقدم يتضح ان المصرف يهتم بمبدأ الصيرفة الالكترونية بمحاورها.

ب. اما على المستوى التفصيلي فقد حققت الفقرة (2) اعلى وسط حسابي موزون حيث بلغ (4.22) حيث يقع ضمن فئة (مرتفع جداً) وهذا يدل على قوة تبني المصرف لهذه الفقرة ، و ان قيمة الانحراف المعياري بلغت (0.58) ، كما ان شدة الاجابة كانت الأعلى من بين الفقرات الأخرى اذ بلغت (85%) ، وكانت نسبة معامل الاختلاف جيدة بالنسبة الى الفقرات الأخرى ويدل على شدة تقارب وانسجام إجابات العينة اذ بلغت (13.94%). في مقابل ذلك نجد ان الفقرة (1) وان حققت اقل وسط حسابي موزون قياسا بالفقرات الأخرى اذ بلغ (3.31) بانحراف معياري (0.99)، وبشدة اجابة بلغت (66%)، وكانت نسبة معامل الاختلاف (29.97%) نلاحظ انها تتمتع بمستوى إجابة (معتدل)، ولكن كان ادراك عينة البحث لها اقل من كل الفقرات الأخرى مما يعني ضعفها بالقياس لباقي فقرات بُعد الصراف الآلي ، وهذا يتطلب تعزيز هذه الفقرة.

ب- الصيرفة عبر الهاتف النقال

تم قياس البُعد الثاني من ابعاد الصيرفة الالكترونية من خلال استخراج قيم الأوساط الحسابية الموزونة وقيم شدة الاجابة وقيم الانحرافات المعيارية ومعاملات الاختلاف المحسوبة سواء على المستوى الجزئي او الكلي وكما مبين الاتي.

جدول (6) الإحصاءات الوصفية لبُعد الصيرفة عبر الهاتف النقال n=50

شدة الإجابة %	معامل الاختلاف %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي الموزون	الفقرات
75	21.97	0.82	3.74	1. يستعمل البنك الهاتف النقال كأداة للتعريف بالخدمات البنكية وتسويق منتجاته الجديدة
84	19.60	0.82	4.21	2. يتم ارسال قائمة الحركات لحساب الزبائن من خلال الهاتف النقال
85	18.48	0.78	4.25	3. يوجد تسويق لبرنامج البنك عن طريق الرسائل النصية القصيرة sms
82	18.84	0.76	4.08	4. الرسائل النصية القصيرة sms تتيح تعزيز التواصل مع الزبائن
81	20.74	0.84	4.06	المعدل العام

المصدر : مخرجات برنامج (SPSS V.27)

عند ملاحظة النتائج الواردة في الجدول (6) نلاحظ الاتي :

أ. على المستوى الكلي حقق بُعد الصيرفة عبر الهاتف النقال وسطاً حسابياً موزوناً بلغ (4.06) بمعنى انه يقع ضمن فئة (مرتفع)، فيما بلغت شدة الاجابة (81%)، اما قيمة الانحراف المعياري فكانت (0.84)، في حين بلغت نسبة معامل الاختلاف (20.74%) مما تقدم من نتائج يتضح لنا جلياً ان البعد متوافر في المصرف المبحوث.

ب. اما على المستوى التفصيلي فقد حققت الفقرة (3) اعلى وسط حسابي موزون حيث بلغ (4.25) حيث يقع ضمن فئة (مرتفع جداً) ، وان قيمة الانحراف المعياري بلغت (0.78) ، كما ان شدة الاجابة كانت الأعلى من بين الفقرات الأخرى اذ بلغت (85%) ، وكانت نسبة معامل الاختلاف جيدة بالنسبة الى الفقرات الأخرى ويدل على شدة تقارب وانسجام إجابات العينة اذ بلغت (18.48%). في مقابل ذلك نجد ان الفقرة (1) وان حققت اقل وسط حسابي موزون قياسا بالفقرات الأخرى اذ بلغ (3.74) بانحراف معياري

(0.82)، وشدة اجابة بلغت (75%)، وكانت نسبة معامل الاختلاف (21.97%) نلاحظ انها تتمتع بمستوى إجابة (مرتفع)، ولكن كان ادراك عينة البحث لها اقل من كل الفقرات الأخرى مما يعني ضعفها بالقياس لباقي فقرات بُعد الصيرفة عبر الهاتف النقال ، وهذا يتطلب تعزيز هذه الفقرة.

ج- الصيرفة عبر شبكة الانترنت

تم قياس البُعد الثالث من ابعاد الصيرفة الالكترونية من خلال استخراج قيم الأوساط الحسابية الموزونة وقيم شدة الاجابة وقيم الانحرافات المعيارية ومعاملات الاختلاف المحسوبة سواء على المستوى الجزئي او الكلي وكما مبين ادناه.

جدول (7) الإحصاءات الوصفية لبُعد الصيرفة عبر شبكة الانترنت n=50

الفقرات	الوسط الحسابي الموزون	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %	شدة الإجابة %
1. المواقع الالكترونية للبنك يقدم معلومات عامة عن البنك وعن خدماته	4.20	0.91	21.89	84
2. الموقع الالكتروني موقع تبادلي	3.88	0.88	22.82	77
3. يتمتع الموقع بنظم حماية كافية	4.34	0.55	12.84	87
4. يشعر الزبون بالارتياح عند التعامل مع البنك عبر الانترنت	3.94	0.84	21.38	79
المعدل العام	4.05	0.81	20.08	81

المصدر : مخرجات برنامج (SPSS V.27)

عند ملاحظة النتائج الواردة في الجدول (7) نلاحظ الآتي :

أ. على المستوى الكلي حقق بُعد الصيرفة عبر شبكة الانترنت وسطاً حسابياً موزوناً بلغ (4.05) بمعنى انه يقع ضمن فئة (مرتفع)، فيما بلغت شدة الاجابة (81%)، اما قيمة الانحراف المعياري فكانت (0.81)، في حين بلغت نسبة معامل الاختلاف (20.08%) مما تقدم نستنتج ان البعد متوافر في المصرف المبحوث.

ب. اما على المستوى التفصيلي فقد حققت الفقرة (3) اعلى وسط حسابي موزون حيث بلغ (3.34) حيث يقع ضمن فئة (مرتفع جداً) و ان قيمة الانحراف المعياري بلغت (0.55) ، كما ان شدة الاجابة كانت الأعلى من بين الفقرات الأخرى اذ بلغت (87%) ، وكانت نسبة معامل الاختلاف جيدة بالنسبة الى الفقرات

الأخرى ويدل على شدة تقارب وانسجام إجابات العينة إذ بلغت (12.84%). في مقابل ذلك نجد ان الفقرة (2) وان حققت اقل وسط حسابي موزون قياساً بالفقرات الأخرى إذ بلغ (3.88) بانحراف معياري (0.88)، وبشدة اجابة بلغت (77%)، وكانت نسبة معامل الاختلاف (22.82%) نلاحظ انها تتمتع بمستوى إجابة (مرتفع)، ولكن كان ادراك عينة البحث لها اقل من كل الفقرات الأخرى مما يعني ضعفها بالقياس لباقي فقرات بُعد الصيرفة عبر شبكة الانترنت ، وهذا يتطلب تعزيز هذه الفقرة.

2- عرض وتحليل وتفسير استجابات افراد عينة البحث بخصوص الاداء المصرفي

تم قياس الاداء المصرفي من خلال استخراج قيم الأوساط الحسابية الموزونة وقيم شدة الاجابة وقيم الانحرافات المعيارية ومعاملات الاختلاف المحسوبة سواء على المستوى الجزئي او الكلي وكما مبين في الاتي:

جدول (8) الإحصاءات الوصفية لبُعد الاداء المصرفي العاطفي n=50

الفقرات	الوسط الحسابي الموزون	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %	شدة الإجابة %
1. يحقق البنك أهدافه الاستراتيجية طويلة الأجل.	4.01	0.92	22.97	81
2. يستثمر البنك موارده المالية والبشرية بطريقة مثلى لتحقيق أهدافه العامة والخاصة.	3.72	0.93	25.20	75
3. ينفذ البنك أنشطته بتكلفة مناسبة تتناسب مع مخرجات هذه الأنشطة.	4.02	0.86	21.38	81
4. يختار البنك برامجه وأنشطته بما يتلاءم مع احتياجات فئاته المستهدفة.	3.65	0.86	23.51	73
5. لدى العملاء رضا عن الخدمات المقدمة من قبل البنك.	3.67	0.90	24.67	73
6. زيادة الطلب من قبل العملاء على الخدمات التي يقدمها البنك.	3.74	1.07	28.80	75
7. يقدم البنك خدماته بفعالية أكبر قياساً بالبنوك الأخرى المشابهة.	3.54	0.93	26.42	70
8. يواكب البنك التطور التكنولوجي في عمله.	3.55	0.98	27.55	71

73	25.42	0.92	3.64	9. يدير البنك أمواله بصورة تضمن أفضل استثمار لها.
74	25.57	0.94	3.70	10. لدى البنك الموارد البشرية المؤهلة اللازمة لاستمرار عملها.
76	23.93	0.91	3.82	المعدل العام

المصدر : مخرجات برنامج (SPSS V.27)

عند ملاحظة النتائج الواردة في الجدول (8) نلاحظ الآتي :

أ. على المستوى الكلي حقق بُعد الاداء المصرفي العاطفي وسطاً حسابياً موزوناً بلغ (3.82) بمعنى انه يقع ضمن فئة (مرتفع)، فيما بلغت قيمة شدة الاجابة (76%)، اما قيمة الانحراف المعياري فكانت (0.91)، في حين بلغت نسبة معامل الاختلاف نحو (23.93%).

ب. اما على المستوى التفصيلي فقد حققت الفقرة (3) اعلى وسط حسابي موزون حيث بلغ (4.02) حيث يقع ضمن فئة (مرتفع) وهذا يدل على قوة تبني المصرف لهذه الفقرة ، و ان قيمة الانحراف المعياري بلغت (0.86) ، كما ان شدة الاجابة كانت الأعلى من بين الفقرات الأخرى اذ بلغت (81%) ، وكانت نسبة معامل الاختلاف جيدة بالنسبة الى الفقرات الأخرى ويدل على شدة تقارب وانسجام إجابات العينة اذ بلغت (21.38%). في مقابل ذلك نجد ان الفقرة (7) وان حققت اقل وسط حسابي موزون قياساً بالفقرات الأخرى اذ بلغ (3.54) بانحراف معياري (0.93)، وبشدة اجابة بلغت (70%)، وكانت نسبة معامل الاختلاف (26.42%) نلاحظ انها تتمتع بمستوى إجابة (مرتفع)، ولكن كان ادراك عينة البحث لها اقل من كل الفقرات الأخرى مما يعني ضعفها بالقياس لباقي فقرات متغير الاداء المصرفي ، وهذا يتطلب تعزيز هذه الفقرة.

ثالثاً : اختبار فرضيات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث

يهدف الى اختبار علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث، حيث سيتم اختبار علاقات الارتباط والتأثير على مستوى الفرضيات الفرعية التي انبثقت عن الفرضيات الرئيسية وكذلك اختبار علاقات الارتباط والتأثير على المستوى الكلي من خلال استخدام معامل الارتباط البسيط (Pearson) ومعامل الانحدار.

1- اختبار الفرضية الرئيسية الاولى المتعلقة بالارتباط بين الصيرفة الالكترونية والاداء المصرفي (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الصيرفة الالكترونية بأبعاده والاداء المصرفي)

ولقد تفرع عنها ثلاث فرضيات فرعية وكما هو مبين ادناه :

- أ- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الصراف الآلي والاداء المصرفي.
 ب- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الصيرفة عبر الهاتف النقال والاداء المصرفي.
 ج- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الصيرفة عبر شبكة الانترنت والاداء المصرفي.
 يظهر الجدول (9) مصفوفة معاملات الارتباط البسيط (Pearson) بين هذه المتغيرات وابعادها. وقبل الدخول في اختبار هذه الفرضية فإن الجدول (9) يشير أيضاً إلى حجم العينة (50) ونوع الاختبار (-2-tailed). واختبار (Z) في الجدول يشير إلى اختبار معنوية معامل الارتباط . فإذا ظهر وجود علامة (*) على معامل الارتباط فإن هذا يعني بأن الارتباط معنوي عند مستوى (5%)، أما في حال وجود علامة (***) على معامل الارتباط فان ذلك يعني بأن الارتباط معنوي عند مستوى (1%). ويتم الحكم على مقدار قوة معامل الارتباط في ضوء قاعدة (Cohen,1977:79-81)، وكالآتي :

- ✓ علاقة الارتباط منخفضة: إذا كانت قيمة معامل الارتباط يتراوح بين (0.10 الى 0.29).
 ✓ علاقة الارتباط متوسطة: إذا كانت قيمة معامل الارتباط يتراوح بين (0.30 الى 0.49).
 ✓ علاقة الارتباط قوية: إذا كانت قيمة معامل الارتباط يتراوح بين (0.5 الى 1).

جدول (9) تحليل علاقات الارتباط بين المتغيرات البحث وابعادها					
		الصراف الآلي	الصيرفة عبر الهاتف النقال	الصيرفة عبر شبكة الانترنت	الصيرفة الالكترونية
الاداء المصرفي	Pearson Correlation	0.367**	0.371**	0.315**	0.535**
	Z Test	3.253	3.294	3.737	5.222
	Z Table(1%)	2.650			
	n	50	50	50	50
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					

المصدر : مخرجات برنامج (SPSS V.27)

يظهر جدول (11) مصفوفة الارتباط الذي اختبر الفرضية الرئيسية الأولى وما تفرع عنها من فرضيات بأن هناك علاقات ارتباط موجبة قوية وذات دلالة معنوية عند مستوى (1%) بين الصيرفة الالكترونية ومتغير الاداء المصرفي، إذ بلغت قيمته (0.0.535) عند مستوى دلالة (1%) وتعد علاقة قوية بضوء قاعدة (Cohen).

وعلى مستوى الابعاد كانت اقوى علاقة ارتباط بين كل من بُعد الصيرفة عبر الهاتف النقال والاداء المصرفي ، اذ بلغت قيمة علاقة الارتباط بينهما (0.371) عند مستوى دلالة (1%) وتعد علاقة طردية قوية بضوء قاعدة (Cohen). فيما كانت اضعف علاقة ارتباط بين بُعد الصيرفة عبر شبكة الانترنت والاداء المصرفي ، اذ بلغت قيمة علاقة الارتباط بينهما (0.315) عند مستوى دلالة (1%) ولكنها تعد علاقة ارتباط متوسطة بضوء قاعدة (Cohen).

وتدل النتائج المتحصلة من الجدول (9) وبعد مقارنة قيم (z) المحسوبة لاختبار معنوية معاملات الارتباط مع نظيرتها الجدولية يتضح لنا قبول فرضية الوجود بالنسبة للفرضية الرئيسية الأولى وما تفرع عنها من فرضيات فرعية لكون قيمة (z) المحسوبة اكبر من الجدولية عند مستوى (1%) ، وعليه فان الفرضية تنص على انه ((توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الصيرفة الالكترونية بأبعاده والاداء المصرفي))

2- اختبار الفرضية الرئيسية الثانية المتعلقة بعلاقة التأثير بين الصيرفة الالكترونية والاداء المصرفي (توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للصيرفة الالكترونية في الاداء المصرفي).

ولقد تفرع عنها ثلاث فرضيات فرعية وكما هو مبين ادناه :

- أ- توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للصراف الآلي في الاداء المصرفي.
 - ب- توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للصيرفة عبر الهاتف النقال في الاداء المصرفي.
 - ج- توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للصيرفة عبر شبكة الانترنت في الاداء المصرفي.
- ولغرض اثبات صحة فرضيات التأثير تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط وتقدير العلاقة بين متغيرات البحث والجدول (10) يوضح نتائج الانحدار.

الجدول (10) معلمات اختبار الانحدار البسيط لتأثير ابعاد الصيرفة الالكترونية في الاداء المصرفي

الاداء المصرفي				المتغير المعتمد
المعنوية (P-Value)	قيمة (T)	معامل التحديد (R ²)	معامل الانحدار (β)	المتغير المستقل وابعاده
0.000	3.021	0.28	0.53	الصيرفة الالكترونية
0.000	2.327	0.13	0.36	الصراف الآلي
0.000	7.904	0.14	0.37	الصيرفة عبر الهاتف النقال
0.000	2.758	0.09	0.31	الصيرفة عبر شبكة الانترنت

المصدر : مخرجات برنامج (SPSS V.27)

يتضح من نتائج جدول (10) ان قيمة معامل التأثير المعياري لمتغير الصيرفة الالكترونية على الاداء المصرفي بلغت (0.53) وهذا يعني ان تغير وحدة واحدة في الصيرفة الالكترونية سيؤدي الى تغير متغير الاداء المصرفي بنسبة (0.53) وتعد هذه القيمة معنوية وذلك لان قيمة اختبار (t) بلغت (3.021) وهي قيمة معنوية عند مستوى المعنوية (P-Value) البالغ (0.000).

وكما يتضح من الجدول (10) ان قيمة معامل التحديد (R²) بلغت (0.28) وهذا يعني ان التغيرات التي تحدث في الاداء المصرفي يعود (28%) منها الى التغير في الصيرفة الالكترونية ، واما النسبة المتبقية البالغة (72%) فإنها تعود الى تأثير متغيرات اخرى خارج نموذج التحليل الحالي.

ان تأثير كل بُعد من الابعاد الفرعية لمتغير الصيرفة الالكترونية في الاداء المصرفي كان على النحو

الاتي :

أ. اختبار الفرضية الفرعية الاولى: (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لبُعد الصراف الآلي في متغير الاداء المصرفي).

يوضح الجدول (10) وجود تأثير ايجابي ذو دلالة معنوية لبُعد الصراف الآلي في متغير الاداء المصرفي ، اذ نلاحظ ان قيمة معامل التأثير المعياري قد بلغت (0.36) وهذا يعني ان تغيير وحدة واحدة في بُعد الصراف الآلي يؤدي الى تغيير متغير الاداء المصرفي بنسبة (36%) على مستوى المصرف عينة البحث. وتعد هذه القيمة معنوية وذلك لان قيمة اختبار (t) بلغت (2.327) وهي قيمة معنوية عند مستوى المعنوية (P-Value) البالغ (0.000) .

وكما يتضح من الجدول (10) ان قيمة معامل التحديد (R^2) بلغت (0.13) وهذا يعني ان التغيرات التي تحدث في الاداء المصرفي يعود (13%) منها الى التغير في بُعد الصراف الآلي ، واما النسبة المتبقية فإنها تعود الى تأثير متغيرات اخرى خارج نموذج التحليل الحالي.

وعليه يمكن قبول الفرضية الفرعية الاولى المنبثقة عن الفرضية الرئيسية الثانية .

ب. اختبار الفرضية الفرعية الثانية: (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لبُعد الصيرفة عبر الهاتف النقال في متغير الاداء المصرفي).

يوضح الجدول (10) وجود تأثير ايجابي ذو دلالة معنوية لبُعد الصيرفة عبر الهاتف النقال في متغير الاداء المصرفي ، اذ نلاحظ ان قيمة معامل التأثير المعياري قد بلغت (0.37) وهذا يعني ان تغيير وحدة واحدة في بُعد الصيرفة عبر الهاتف النقال يؤدي الى تغيير متغير الاداء المصرفي بنسبة (37%) على مستوى المصرف عينة البحث.

وتعد هذه القيمة معنوية وذلك لان قيمة اختبار (t) بلغت (7.904) وهي قيمة معنوية عند مستوى المعنوية (P-Value) البالغ (0.000) .

وكما يتضح من الجدول (10) ان قيمة معامل التحديد (R^2) بلغت (0.14) وهذا يعني ان التغيرات التي تحدث في الاداء المصرفي يعود (14%) منها الى التغير في بُعد الصيرفة عبر الهاتف النقال ، واما النسبة المتبقية فإنها تعود الى تأثير متغيرات اخرى خارج نموذج التحليل الحالي.

وعليه يمكن قبول الفرضية الفرعية الثانية المنبثقة عن الفرضية الرئيسية الثانية .

ج. اختبار الفرضية الفرعية الثالثة : (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لبُعد الصيرفة عبر شبكة الانترنت في متغير الاداء المصرفي).

يوضح الجدول (10) وجود تأثير ايجابي ذو دلالة معنوية لبُعد الصيرفة عبر شبكة الانترنت في متغير الاداء المصرفي ، اذ نلاحظ ان قيمة معامل التأثير المعياري قد بلغت (0.31) وهذا يعني ان تغيير وحدة واحدة من بُعد الصيرفة عبر شبكة الانترنت يؤدي الى تغيير متغير الاداء المصرفي بنسبة (31%) على مستوى المصرف عينة البحث .

وتعد هذه القيمة معنوية وذلك لان قيمة اختبار (t) بلغت (2.758) وهي قيمة معنوية عند مستوى المعنوية (P-Value) البالغ (0.000) .

وكما يتضح من الجدول (10) ان قيمة معامل التحديد (R^2) بلغت (0.09) وهذا يعني ان التغيرات التي تحدث في الاداء المصرفي يعود (9%) منها الى التغير في بُعد الصيرفة عبر شبكة الانترنت ، واما النسبة المتبقية فإنها تعود الى تأثير متغيرات اخرى خارج نموذج التحليل الحالي. وعليه يمكن قبول الفرضية الفرعية الثالثة المنبثقة عن الفرضية الرئيسية الثانية .

الاستنتاجات والتوصيات

اولا: الاستنتاجات

- 1- البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة تمكن حاملها من الشراء الفوري
- 2- أدت التطورات الحاصلة في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات التي شهدتها العصر إلى ظهور تغيرات جوهرية في عمل المصارف.
- 3- استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتقديم كافة الخدمات المصرفية بأقل كلفة وأسرع وقت وأقل جهد للزبائن وأن العمل المصرفي

ثانيا : التوصيات

- 1- السعي الى ايجاد مؤشرات حديثة للأداء المصرفي تكون البديل الامثل لقياس الكفاءة والفاعلية في تحقيق الاهداف المصرفية .
- 2- قيام البنك المركزي بدورات لتأهيل فريقه الرقابي قادر على ملائمة اوضاع المصارف .
- 3- قيام المصارف في العراق على تطوير ادوات القياس ومتابعته المخاطر التي تواجهه المصارف .
- 4- الالتزام بالقوانين المحلية والخارجية المتمثلة بلجنة بازل وقراراتها.

المصادر

المصادر العربية

1. أبو حمد رضا صاحب وقُدوري ، مشعل إدارة المصارف . الموصل: جامعة الموصل . 2005،ص19.
2. الشمري ، صادق راشد . إدارة المصارف الواقع والتطبيقات العملية - بغداد: الفرع . 2008 ،ص17.
3. تيم، فايز احمد . الإدارة المالية . عمان: إثراء للنشر والتوزيع . 2009،ص32.
4. حداد ، أكرم وهذول ، مشهور . النقود والمصارف . مدخل تحليل نظري .. عمان: دار وائل - 2005،ص27.
5. عبد الله ، عقيل جاسم . النقود والمصارف . عمان دار مجدلاوي للنشر . 1999.
6. اللوزي سليمان احمد وزويلة ، مهدي حسن والطروانة مدحت إبراهيم . إدارة البنوك . عمان: دار الفكر . 1997،ص17.
7. مطر محمد . الاتجاهات الحديثة في التحليل المالي الائتماني . 2 عمان دار وائل للنشر والتوزيع 2006،ص20.
8. العامري ، محمد علي . الإدارة المالية . عمان: دار المناهج . 2007،ص31.
9. السيسي صلاح الدين حسن . التسهيلات المصرفية للمؤسسات والأفراد . بيروت: دار الوسام . 1998،ص62
10. مداح عرايبي الحاج، أهمية البنوك الالكترونية في تفعيل وسائل الدفع الالكترونية في الوطن العربي الواقع والآفاق، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 2، 2010م، ص64.
11. مصطفى نزار ياس مؤشرات الشمول المالي وأثرها في الأداء المالي التكنولوجيا المصرفية متغيراً تفاعلياً دراسة تطبيقية في القطاع المصرفي العراقي 2015-2020 ، رسالة ماجستير منشورة كلية الإدارة والاقتصاد جامعة البصرة في علوم إدارة الاعمال، 2022م، ص 59
12. احمد صبحي جميل، أسماء خضير ياس، مظاهر استخدام الصيرفة الالكترونية في العراق "دراسة حالة على مجموعة من المصارف التجارية في بغداد"، المجلة العراقية العلوم الاقتصادية، السنة الثانية عشرة، العدد الخاص والأربعون، 2014م، ص38
13. إبراهيم مهدي عارف كاوه محمد روستم، واقع إدارة الخدمات المصرفية الإلكترونية والتحديات التي تواجهها في إقليم كردستان العراق، مجلة جامعة التنمية البشرية، المجلد 3 ، العدد 4 ، 2017 ، ص 163.
14. محمد زهير عبد الأمير العزاوي، مدى توافر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية دراسة استطلاعية لأراء عينة من مديري المصارف العراقية العامة والخاصة، رسالة ماجستير منشورة مقدمة الى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة كربلاء كجزء من متطلبات درجة الماجستير في العلوم المالية والمصرفية، 2012م، ص 49.

15. نبيل ذنون ، مثال مرهون معيقات تطبيق الصيرفة الالكترونية مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد الخامس والعشرون، 2010م، ص7.
16. علي ، كياس "دور التحليل المالي في تحديد الوضعية المالية للمؤسسة - دراسة حالة مؤسسة ميناء مستغانم" ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير الاكاديمي في العلوم المالية والمحاسبية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة عبد الحميد بن باديس 2016.
17. عبد الفتاح ، عز حسن (2008)، "مقدمة في الإحصاء الوصفي والإحصاء الاستدلالي"، دار خوارزم العلمية للنشر ، جدة ، المملكة العربية السعودية.

المصادر الاجنبية

1. Wright ,p & Kroll ,M .J & Parnel ,J .A – Strategic Management Concept – Prentice –Hall Upper saddle River –New jersey -1998
2. WHeelen , Thomas L. & Hunger J. David –Strategic Management And Business Policy –Addison Wesley Publishing ,New-York- 2000
3. Miller ,K . D . Bromily ,Philip - Strategic Risk & Corporate Performance : An Analysis Of Alternatiye Risk Measures –Academy Of Management Journal . Vol .30.No.4-1990
4. Hohnson G & Sohdes- Exploring Corporate Strategy -4th ed –Prentice Hall –New yourk -1997
5. Ritter Lawrencd & William Silber – Principles Of Money . Banking And Financial Markets .Basis Books .Washington -1991.
6. Toshniwal , Ritu (2016) "CONCEPT OF PROFIT AND PROFITABILITY OF COMMERCIAL BANKS IN INDIA" , Indian federation united Nations Associations , New Delhi, India 18 th December 2016,ICRIS ME – 16 ISBN: 9798- 93-8617-13-9, from www. Conference world .in 2016.
7. Adjirackor, Theophilus & Asare, Daniel Darko& Gagakuma ,wisdom , "financial ratio as Tool for profitability in Aryton drugs", research journal of finance and Accounting ,Vol 8,No 14,2017.
8. Wapmuk ,Shitnaan Emmanuel ,"banking regulation and supervision in Nigeria : an analysis of the effects of banking reforms on bank performance and financial stability",The University of Salford, UK A Thesis Submitted in Partial Fulfilment of the Requirements of the Degree of Doctor of Philosophy, December, 2016.

9. Kijewska, A. "Determinants of the return on equity ratio (ROE) on the example of companies from metallurgy and mining sector in Poland" *Metalurgija* 55.2 ,2016
10. Dewberry, Chris,(2004). *Statistical Methods for Organizational Research: Theory and practice*. First published, Published in the Taylor & Francis.
11. Cohen, J.,(1977)," *Statistical power analysis for the behavioral sciences*", New York: Academic Press.
12. Field, A., (2009). " *Discovering statistics using SPSS*", 3rd edition. London: Sage.
13. Sekrana, Uma (2003). " *Research methods for business, A skill building approach*", 4th ed. John Wiley & Sons, Inc.
14. Cooper, D.R. & Schindler, P.S. (2014). *Business research methods* (12th edn). Boston: McGraw-Hill.

ملحق (1)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جامعة بابل/ كلية الادارة والاقتصاد

قسم العلوم المالية والمصرفية

م/ استبانة

بعد التحية ...

نضع بين أيديكم استمارة الاستبانة التي أعدت لقياس متغيرات الرسالة الموسومة بـ((دور الصيرفة الالكترونية في الاداء المصرفي))، وهي جزء من متطلبات نيل شهادة البكالوريوس في العلوم المالية والمصرفية، وانطلاقاً من الثقة بما تتمتعون به من الخبرات العلمية والمهنية نرجو من جنابكم التفضل بالإجابة الدقيقة والواضحة عن جميع فقراتها ضماناً لصحة ودقة النتائج التي يهدف إليها الباحث للوصول إليها خدمةً لمسيرة البحث العلمي . ويرجى من جنابكم الكريم مراعاة الاجابة تكون بوضع علامة (√) أمام اختيار واحد لكل سؤال ترونه يعكس الواقع أو ما هو أقرب لذلك.

مع خالص شكرنا لتعاونكم معنا متمنين لكم دوام التآلق والنجاح

اعداد الباحثات

تبارك عداي

تبارك حسين

جامعة بابل/ كلية الادارة والاقتصاد

قسم العلوم المالية والمصرفية

المشرف

ا.د. جواد كاظم البكري

جامعة بابل/ كلية الادارة والاقتصاد

قسم العلوم المالية والمصرفية

القسم الاول (معلومات شخصية)

يرجى وضع إشارة (√) في المربع المناسب

1. النوع الاجتماعي: ذكر

انثى

2. الفئة العمرية: 30 فأقل

50 فأكثر

50-41

40- 31

3. التحصيل العلمي: ماجستير او ما يعادلها

دكتوراه او ما يعادلها

4. سنوات الخدمة : اقل من 5

20-16

15-11

10-6

21 فأكثر

5- المنصب الوظيفي الحالي:

القسم الثاني (متغيرات البحث)

أولاً: الصيرفة الالكترونية:

1- الصراف الآلي:

ت	الفقرات	اتفق تماماً	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماماً
1	اجهزة الصراف الآلي تقلل من طوابير الانتظار في البنك.					
2	التوزيع الجغرافي لأجهزة الصراف الآلي يساعد على تسهيل تقديم الخدمة للزبائن.					
3	عند استعمال جهاز الصراف الآلي تشعر بالأمان والطمأنينة.					
4	اجهزة الصراف الآلي تعمل باستمرار ولا تعاني من مشاكل تكرر الاعطال					

2-الصيرفة عبر الهاتف النقال:

ت	الفقرات	اتفق تماماً	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماماً
1	يستعمل البنك الهاتف النقال كأداة للتعريف بالخدمات البنكية وتسويق منتجاته الجديدة					
2	يتم ارسال قائمة الحركات لحساب الزبائن من خلال الهاتف النقال					
3	يوجد تسويق لبرنامج البنك عن طريق الرسائل النصية القصيرة sms					
4	الرسائل النصية القصيرة sms تتيح تعزيز التواصل مع الزبائن					

3-الصيرفة عبر شبكة الانترنت

ت	الفقرات	اتفق تماماً	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماماً
1	المواقع الالكترونية للبنك يقدم معلومات عامة عن البنك وعن خدماته					
2	الموقع الالكتروني موقع تبادلي					

					3	يتمتع الموقع بنظم حماية كافية
					4	يشعر الزبون بالارتياح عند التعامل مع البنك عبر الانترنت

ثانياً: الاداء المصرفي:

ت	الفقرات	اتفق تماماً	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماماً
1	يحقق البنك أهدافه الاستراتيجية طويلة الأجل.					
2	يستثمر البنك موارده المالية والبشرية بطريقة مثلى لتحقيق أهدافه العامة والخاصة.					
3	ينفذ البنك أنشطته بتكلفة مناسبة تتناسب مع مخرجات هذه الأنشطة.					
4	يختار البنك برامجه وأنشطته بما يتلاءم مع احتياجات فئاته المستهدفة.					
5	لدى العملاء رضا عن الخدمات المقدمة من قبل البنك.					
6	زيادة الطلب من قبل العملاء على الخدمات التي يقدمها البنك.					
7	يقدم البنك خدماته بفعالية أكبر قياساً بالبنوك الأخرى المشابهة.					
8	يواكب البنك التطور التكنولوجي في عمله.					
9	يدير البنك أمواله بصورة تضمن أفضل استثمار لها.					
10	لدى البنك الموارد البشرية المؤهلة اللازمة لاستمرار عملها.					