

واقع استخدام الصيرفة الإلكترونية ومقومات نجاحها والمعوقات التي تواجهها في ظل .....  
أ. أحمد سالم الازرق، د. مسعود علي انبيص  
كلية الاقتصاد والتجارة الخمس

واقع استخدام الصيرفة الإلكترونية ومقومات نجاحها والمعوقات التي تواجهها في ظل انتشار

### جائحة كورونا 19- COVID

(دراسة تطبيقية على فروع مصرف الجمهورية المرقب . الميناء)

أ. أحمد سالم علي الازرق

كلية الاقتصاد والتجارة الخمس - جامعة المرقب

ahmad005511@yahoo.com

د. مسعود علي مسعود انبيص

كلية الاقتصاد والتجارة الخمس - جامعة المرقب

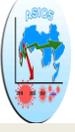
Ali.enbais@yahoo.com

#### الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع استخدام الصيرفة الإلكترونية ومقومات نجاحها والمعوقات التي تواجهها في ظل انتشار جائحة كورونا COVID-19 في المصارف التجارية الليبية ،وبعد معالجة الإشكالية واختبار فرضيات الدراسة التطبيقية على الوسائل الإلكترونية التي يصدرها مصرف الجمهورية الخمس بفرعيه المرقب - الميناء ، توصلت الدراسة إلى أن وسائل الدفع الإلكترونية ساهمت بطريقة أو بأخرى في تقليل فرص الاحتكاك مع الوسائل الناقلة للفيروس ، كما ساهم أيضا استخدام الخدمات الإلكترونية التي توفرها البطاقات الإلكترونية أو تطبيق مصرفي كالدفع الإلكتروني للمشتريات وفواتير الخدمات في تقليل مخاطر تداول النقود التي قد تكون موبوءة.

كما وتوصي الدراسة بالتوسع في طرح خدمات إلكترونية تتماشى مع التطورات التكنولوجية والوضع الراهن الذي رسمته جائحة كورونا، وكذلك زيادة حملات التوعية والترويج لأهمية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية خاصة في ظل انتشار فيروس كورونا من خلال وسائل الإعلام المرئية ووسائل التواصل الاجتماعي، وايضاً تحفيز المواطنين على استخدام وسائل الدفع الإلكترونية من خلال إلغاء بعض الرسوم، كرسوم إصدار البطاقة ورسوم استخدام تطبيق مصرفي .





## 1. الإطار العام للدراسة:

### 1.1 المقدمة:

شهد العالم طفرة هائلة تبلورت في الثورة المعلوماتية وتقنية الاتصالات والتي انعكس أثرها على الحقل المصرفي في صورة نمو وتطوير العمل المصرفي حيثُ بدأ في أوائل السبعينات واستمر الى يومنا هذا، وقد ارتبط التطور التقني باستخدام الشبكات وأجهزة الكمبيوتر مع بعضها البعض، لتبدأ نقطة الانطلاقة نحو التطور والارتقاء والتميز في تقديم الخدمات المصرفية ليصبح استخدام الصيرفة الالكترونية عنصراً أساسياً في العمل المصرفي لعدد من المزايا من انخفاض التكاليف وسرعة الانجاز علاوةً على الفاعلية وزيادة الارباح ناهيك عن توفير كل ما هو جديد ومتنوع في الحقل المصرفي، لتكون المحصلة زيادة القدرة على المنافسة والذي رافقه تحرير الخدمات المصرفية على المستويين المحلي والدولي.

وتأسيساً على ما سبق فإن الصيرفة الالكترونية وضعت المصارف بصورة عامة والمصارف الليبية بصورة خاصة أمام تحديات كبيرة من خلال انتهاج السياسات واتخاذ كافة الاجراءات والتدابير الكفيلة بمواكبة التطور التقني المصرفي الدولي وسعيها نحو التحول من الصيرفة التقليدية إلى الصيرفة الالكترونية للرفع من كفاءة وجودة الخدمات المصرفية.

### 2.1 مشكلة الدراسة:

لقد انعكس التطور التقني والتكنولوجي الذي شهده القطاع المصرفي في صورة انتشار واسع لأدوات الصيرفة الالكترونية والاتجاه نحو الصيرفة الحديثة على المستوى الدولي مما دفع بالبلدان النامية وعلى رأسها الدول العربية وعلى وجه الخصوص ليبيا أن تعمل بكل جدية وتسخر كافة الامكانيات للتحول نحو الصيرفة الالكترونية.

وتأسيساً على ما سبق ينبغي بيان واقع استخدام الصيرفة الالكترونية على عينة الدراسة من الموظفين في المصارف الليبية، وتكمن مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤلات الآتية:

- 1- ماهي أكثر وسائل الصيرفة الالكترونية استخداماً في المصارف التجارية الليبية في ظل انتشار جائحة كورونا؟
2. ما مدى توافر مقومات نجاح استخدام الصيرفة الالكترونية في المصارف التجارية الليبية في ظل انتشار جائحة كورونا؟
- 3- ماهي المعوقات التي تحد من استخدام الصيرفة الالكترونية في المصارف التجارية الليبية في ظل انتشار جائحة كورونا؟

واقع استخدام الصيرفة الإلكترونية ومقومات نجاحها والمعوقات التي تواجهها في ظل .....  
أ. أحمد سالم الأزرق، د. مسعود علي انبيص  
كلية الاقتصاد والتجارة الخمس

### 3.1 أهداف الدراسة:

- أ- التعرف على أكثر وسائل الصيرفة الالكترونية استخداماً في المصارف التجارية الليبية في ظل انتشار جائحة كورونا.
- ب- إلقاء الضوء على مقومات نجاح الصيرفة الالكترونية في المصارف التجارية الليبية في ظل انتشار جائحة كورونا.
- ج- معرفة المعوقات التي تحد من استخدام وسائل الصيرفة الالكترونية في ظل انتشار جائحة كورونا.
- د. تسليط الضوء على مفهوم الصيرفة الالكترونية ومميزاتها وخصائصها.

### 4.1 فرضيات الدراسة:

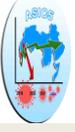
- تعتمد هذه الدراسة على فرضية رئيسية مفادها:
- H0: يوجد تحول في المصارف التجارية الليبية نحو استخدام الصيرفة الالكترونية في ظل انتشار جائحة كورونا.
- وتتنبثق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:
- H1: يوجد إقبال من قبل المواطنين على الصيرفة الالكترونية في المصارف التجارية الليبية في ظل انتشار جائحة كورونا.
- H2: تتوفر في المصارف التجارية الليبية مقومات نجاح استخدام الصيرفة الالكترونية في ظل انتشار جائحة كورونا.
- H3: توجد معوقات تحد من استخدام الصيرفة الالكترونية في المصارف التجارية الليبية من قبل المواطنين.

### 5.1 أهمية الدراسة:

ينصب اهتمام الدراسة بتطورات استخدام الصيرفة الالكترونية في ليبيا وذلك من خلال التعرف على أهم أدوات الصيرفة الالكترونية التي يتم تطبيقها على المستوى الدولي وبيان مفهومها واستخداماتها وأنواعها ومن ثم بيان مدى تطبيقها في المصارف الليبية عينة الدراسة.

### 6.1 منهجية الدراسة:

اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي في انجاز الدراسة على العينة (فرعي مصرف الجمهورية . المرقب، الميناء) داخل الحدود الإدارية لمدينة الخمس، وأما بالنسبة لأسلوب جمع البيانات فقد تم صياغة صحيفة الاستبانة بغية الوصول إلى نتائج يمكن الاستفادة منها.



### 7.1 مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في المصارف التجارية الواقعة في نطاق مدينة الخمس وهي مصرف الجمهورية بفرعيه المرقب والميناء، وأما بالنسبة لعينة الدراسة فقد تم تصميم استمارة استبيان وزعت على موظفي مصرف الجمهورية فرع المرقب والميناء، بطريقة المسح الشامل لمجتمع الدراسة.

### 8.1 مجال الدراسة:

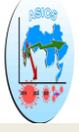
لقد تم تقسيم محاور الدراسة إلى أربعة محاور يمكن سردها على النحو التالي:  
المحور الأول: طبيعة ونوع الصيرفة الإلكترونية المعتمدة في ليبيا في ظل انتشار جائحة كورونا.

المحور الثاني: مقومات نجاح الصيرفة الإلكترونية في ليبيا في ظل انتشار جائحة كورونا.  
المحور الثالث: المعوقات التي تحول دون استخدام الصيرفة الإلكترونية في ليبيا في ظل انتشار جائحة كورونا.

### 9.1 الدراسات السابقة:

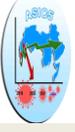
(1) دراسة: التواتي (2013) بعنوان (تأثير خصائص الخدمة المقدمة على إقبال العملاء على قنوات الصيرفة الإلكترونية)، هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى إقبال عملاء المصارف التجارية في ليبيا على استخدام قنوات الصيرفة الإلكترونية المتوفرة مثل الصراف الآلي، وخدمات الانترنت البنكي، والبطاقات المصرفية بأنواعها، ونقاط البيع الإلكترونية، وكذلك خدمات الهاتف النقال، كما هدفت الدراسة إلى دراسة الأسباب والمعوقات التي تحول دون التوسع في استخدام الصيرفة الإلكترونية، وكذلك التعرف على العوامل المؤثرة على تبني عملاء المصارف التجارية للخدمات المصرفية الإلكترونية، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن هناك تطوراً جيداً في الإقبال على الصراف الآلي في المصارف التجارية الليبية، وكذلك توصلت إلى أن هناك تأثيراً لخصائص الخدمة المقدمة على إقبال العملاء على قنوات الصيرفة الإلكترونية المتوفرة، إلا أن هذا الأثر تفاوت من عامل إلى آخر، وتوصلت إلى أن هناك قصوراً وضعفاً في نظم التسويق المصرفي في المصارف التجارية الليبية فيما يخص الخدمات المصرفية الإلكترونية المتوفرة، وأوصت الدراسة على المصارف التجارية الليبية والمصرف المركزي زيادة الوعي المصرفي لدى المواطن الليبي، وذلك بوضع خطط وبرامج ترويجية ودعائية مناسبة، وكذلك ابتكار أنواع جديدة من الخدمات المصرفية عبر القنوات الإلكترونية التي تلبي رغبات العملاء، وأيضاً متابعة المصارف التجارية الليبية للتطورات التقنية للصيرفة الإلكترونية ووضع مزايا وتسهيلات من شأنها تشجيع عملائها على طلب الخدمات المتوفرة عبر القنوات الإلكترونية.

واقع استخدام الصيرفة الإلكترونية ومقومات نجاحها والمعوقات التي تواجهها في ظل .....  
أ. أحمد سالم الازرق، د. مسعود علي انبيص كلية الاقتصاد والتجارة الخمس



**(2) دراسة: شاهين، (2009)، بعنوان: (نظم الدفع الإلكتروني ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها):** هدفت الدراسة إلى الوقوف على أنواع أدوات ووسائل الدفع الإلكترونية واليات عملها، والوقوف على طبيعة نظم الرقابة المصرفية على وسائل الدفع الإلكترونية ومدى ملاءمتها للتطورات التقنية وكذلك في الوقوف على التحديات المتعلقة ببيئة العمل المصرفي الإلكتروني، وكذلك هدفت إلى بلورة مفهوم للرقابة على وسائل الدفع الإلكترونية في إطار تطوير أداء وحدات الرقابة المصرفية، وكانت من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن استخدام أدوات الدفع الإلكتروني أصبح واقعاً لا مفر منه مما يستلزم تطوير الكادر وتدريب العاملين للارتقاء بمستوى الخدمات المقدمة، كما توصلت إلى أن هناك ضعف نسبي في حجم الخدمات التي يقدمها البنك من خلال أدوات الدفع الإلكترونية، وعدم كفاية وفاعلية أنظمة الرقابة على المعلومات من حيث ضرورة تحديد المهام داخل وحدة أنظمة المعلومات، وايضا توصلت إلى أن هناك عدم ملاءمة في البنية التشريعية والقانونية التي توفر المناخ الملائم للخدمات المصرفية الإلكترونية وتساعد على انتشارها، وأوصت الدراسة إلى العمل على إيجاد آليات ووسائل جديدة في استخدام وتنوع الخدمات المصرفية الإلكترونية وكما يجب على البنك مراعاة توفر الضوابط اللازمة للرقابة على المعلومات وذلك لتجنب المخاطر التي قد تنجم عن الدخول إلى شبكة المعلومات من قبل غير المرخصين لذلك، والعمل على تطوير أداء الكادر الوظيفي وتدريب العاملين للارتقاء بمستوى الخدمات المصرفية المقدمة، وكذلك أوصت بضرورة الاحتفاظ بنسخ احتياطية من الأنظمة والبرامج والملفات الإلكترونية ضمن خطة للطوارئ خارج مراكز العمل، وكذلك ضرورة توفر الدعم الحكومي وتوفير البنية الأساسية لشبكة الاتصالات بالإضافة إلى تطبيق سياسات داعمة لانتشار تلك الخدمات.

**(3) دراسة: قدومي، 2008، بعنوان: (العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الإلكترونية: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الأردنية)،** هدفت الدراسة إلى التعرف على ماهية وطبيعة الخدمات المصرفية الإلكترونية التي توفرها البنوك الأردنية وكذلك التعرف على واقع وتحديات الصيرفة الإلكترونية في الأردن خصوصاً فيما يتعلق بدرجة الأمان والثقة وسهولة الاستخدام والفاعلية ومدى استجابة عملاء البنوك مع الصيرفة الإلكترونية والتعرف على رأي ووجهة نظر البنوك فيما يتعلق بذلك، وكذلك هدفت إلى توضيح أهم مزايا ومخاطر ومعوقات استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية من وجهة نظر موظفي البنوك، وكذلك التعرف على الإجراءات التي يمكن القيام بها من قبل البنوك للتوسع ونشر استخدام الصيرفة الإلكترونية، وكانت من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة إن ما نسبته 92% من عينة الدراسة تؤكد أن عدم انتشار نقاط البيع في الأردن بشكل واسع يعتبر من أهم معوقات الصيرفة الإلكترونية، وكما توصلت



بأن مخاطر الصيرفة الإلكترونية تركزت فقط حول عدم توفر قوانين وتشريعات واضحة لحماية التعاملات المصرفية الإلكترونية وبنسبة موافقة 85.7%، وتوصلت الدراسة أيضاً إلى أن توفير بنية تحتية، ونشر الوعي بين العملاء، وإعفاء الخدمات الإلكترونية من أية رسوم، فضلاً عن القيام بتحديث وتطوير موقع البنك الإلكتروني تعتبر من المقومات الرئيسية التي يجب أن تتوفر لضمان انتشار واستخدام الصيرفة الإلكترونية من قبل عملاء البنوك، وأوصت الدراسة إلى ضرورة قيام الحكومة بالاهتمام وبشكل فوري بوضع قوانين وتشريعات شاملة تحكم التعامل بالصيرفة الإلكترونية فيما يتعلق بالعلاقة التي تحكم البنك والعميل، كما أوصت بالعمل على نشر مسجلات نقاط البيع (POS) في المحال التجارية وفي جميع المراكز التجارية والأنشطة الاقتصادية الأخرى في الأردن، وكذلك أوصت الدراسة بتوسيع نطاق استخدام أجهزة الصراف الآلي من قبل البنوك التي لازال نصيبها من إجمالي الأجهزة متواضعاً، وكما أوصت بأهمية استمرارية الدراسات المستقبلية الشاملة لتشخيص ومعالجة معوقات الصيرفة الإلكترونية في الأردن، وخصوصاً فيما يتعلق بموقف عملاء البنوك من تبني استخدام الصيرفة الإلكترونية.

**(4) دراسة: العلوان، الضمور، 2007، بعنوان: (العوامل المؤثرة على تبني المستهلك الأردني لتكنولوجيا الخدمة الذاتية - تكنولوجيا الصراف الآلي)،** هدفت الدراسة إلى معرفة العوامل المؤثرة في إقبال العملاء على خدمة الصراف الآلي ATM في الأردن، وكذلك ما مدى تبني المستهلك الأردني لخدمات الصراف الآلي، وكانت من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن العوامل الديموغرافية المتمثلة بالدخل الشهري والمستوى التعليمي فقط كانت من أهم العوامل المؤثرة على تبني المستهلك الأردني لتكنولوجيا الصراف الآلي، وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام ببحوث التسويق والاستراتيجيات التسويقية والترويجية لخدمات الصراف الآلي لتعريف العملاء بفوائدها ومزاياها لتشجيعهم على استخدامها بالإضافة إلى أهمية البرامج الإرشادية والتعليمية للعملاء لتعريفهم بكيفية استخدام خدمة الصراف الآلي، وتأتي هذه الدراسة بعد مرور عشر سنوات من أحدث دراسة سابقة مدرجة في متن هذه الدراسة لتتفرد بدراسة التوسع في استخدام الصيرفة الإلكترونية ودورها في الحد من انتشار الأمراض والأوبئة.



واقع استخدام الصيرفة الإلكترونية ومقومات نجاحها والمعوقات التي تواجهها في ظل .....  
أ. أحمد سالم الأزرق، د. مسعود علي انبيص كلية الاقتصاد والتجارة الخمس

## 2. الإطار النظري للدراسة:

### 1.2 ماهية وسائل الدفع الإلكترونية:

إن ظهور وسائل الدفع الإلكترونية هو نتيجة التحديات المالية بفعل الصيرفة الإلكترونية أو مصارف الانترنت ومهما كانت درجة الحداثة على المستويات الجزئية. فإن عالم الوساطة المالية عرفت تحولاً نوعياً غير من أبعاد وأهداف واستراتيجيات المصارف في السنوات الأخيرة وكان ذلك نتيجة منطقية لثورة التكنولوجيات الجديدة في الإعلام والاتصال وعلومة الأسواق المالية والمصرفية، حيث يعتبر نظام وسائل الدفع لأي اقتصاد مؤشراً عن مدى سيره وعمله، وهو ما جعل المصارف في مختلف دول العالم تدرك بأن التطوير والتحديث لوسائل الدفع أولوية، وهذا لأن وسائل الدفع التقليدية لم تعد فعالة في عصر يتطلب السرعة في معالجة المعاملات والصفقات، ولقد سمح التطور التكنولوجي بخلق وسائل دفع إلكترونية غير مكلفة ومجرده من الطابع المادي.

### 2.2 مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية:

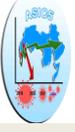
تمثل وسائل الدفع الإلكترونية أهم مكونات نظام الدفع الإلكتروني تنفذ فيه المعاملات بواسطة وسائل الدفع الإلكترونية حيث وردت تعريفات عدة لوسائل الدفع الإلكترونية تتمحور معظمها حول طبيعة عملية الدفع بالمقارنة مع طبيعة الدفع في النظم التقليدية، ومن هنا يمكن تعريف وسائل الدفع الإلكترونية على أنها: "مجموعة من الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع، وتتمثل في البطاقات البنكية، والنقود الإلكترونية، والبطاقات البنكية (شعبور، 2016، ص17).

وتعرف وسائل الدفع على أنها "النظم التي تمكن المتعاملين بتطبيقات التجارة الإلكترونية من التبادل المالي إلكترونياً بدلاً من استخدام النقود المعدنية والورقية أو الشيكات الورقية، حيث يقوم البائعون عن طريق الانترنت بتوفير طرق سهلة وسريعة وآمنة للحصول على الائتمان من منتجاتهم من الزبائن (الطائي، 2010، ص178).

وتعرف أيضاً أنها "هي أنظمة الدفع التي تتم إلكترونياً بدلاً من الورق (النقد، الشيكات، يستطيع الشخص أن يحاسب فواتيره إلكترونياً أو يقوم بتحويل النقود إلكترونياً) عبر حسابه البنكي الخاص (بارش، 2013، ص43).

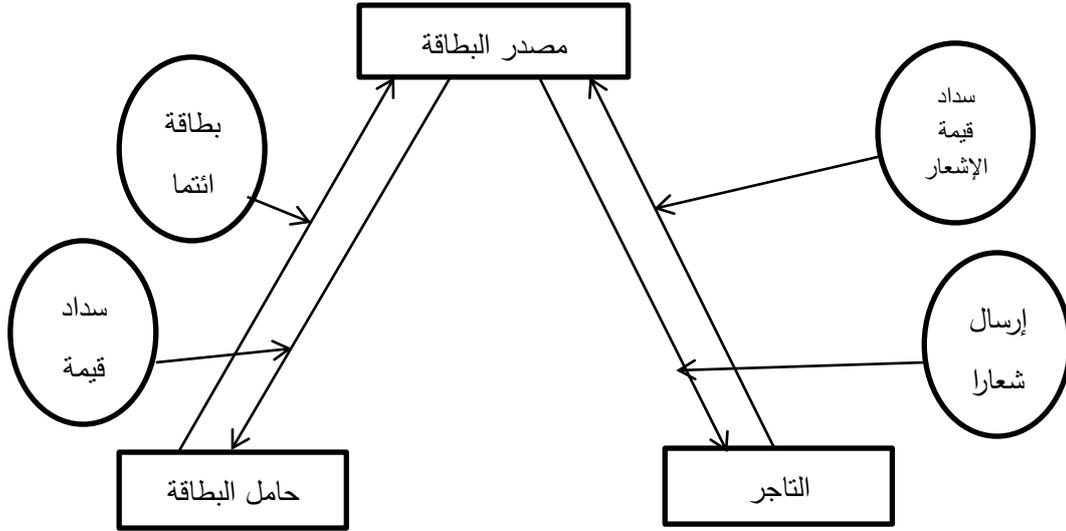
كما عرف التشريع الأمريكي وسائل الدفع بأنها "مجموعة من الخطوات التي تبدأ بمجموعة التحويل الصادر عن المستفيد بهدف الدفع للمستفيد من الأمر وذلك شفويًا إلكترونياً أو كتابياً ويشمل ذلك أي أمر صادر عن بنك الأمر أو البنك الوسيط يهدف إلى تنفيذ أمر





التحويل ويتم النقل بقبول بنك المستفيد دفع قيمة الحوالة لمصلحة المستفيد المبين في الأمر (سليمة، 2014، ص26).

ويشير مما سبق إلى أن عملية الدفع تتم إلكترونياً بدون استخدام الورق (النقد، والشيكات، أو المستندات وغيرها)، فالعميل يقوم مثلاً بدفع فواتيره، ونقل الأموال إلكترونياً، وحيث أن طريقة الدفع الإلكتروني تتضمن أربعة أطراف (شعبور، 2016، ص17).



الشكل رقم (1.2) أطراف التعامل بالبطاقة الائتمانية والعلاقة بينهم.

### 3.2 أنواع وسائل الدفع الإلكترونية:

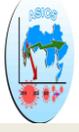
نتيجة للتطورات التي عرفتها التجارة الإلكترونية حولت البنوك أغلب وسائل الدفع إلى وسائل دفع إلكترونية، وتعددت هذه الأخيرة واتخذت أشكالاً تتلاءم مع طبيعة المعاملات عبر شبكة الانترنت، وكانت أولها البطاقات البنكية والتي تطورت من البطاقات ذات الشكل المغناطيسي إلى البطاقات ذات الخلية الإلكترونية، كما ظهرت وسائل إلكترونية أخرى (شعبور، 2016، ص17):

#### 1\_ البطاقات البنكية الإلكترونية: تعددت تعريفات البطاقات البنكية نذكر منها:

أ. تعرف على أنها "عبارة عن بطاقة بلاستيكية تحتوي على معلومات رقمية وتستخدم هذه المعلومات في أغراض الدفع، كما يمكن استخدامها لأغراض أخرى مثل التعريف أو الدخول لمواقع خاصة لا يمكن الدخول فيها إلا مرخص له، وبعض هذه البطاقات الإلكترونية تسمى البطاقات الذكية لاحتوائها على معلومات يمكن التعامل معها بطريقة أخرى" (الجداية، 2009، ص239).



واقع استخدام الصيرفة الإلكترونية ومقومات نجاحها والمعوقات التي تواجهها في ظل .....  
أ. أحمد سالم الازرق، د. مسعود علي انبيص كلية الاقتصاد والتجارة الخمس



ب. كما تعرف بأنها "بطاقات مغناطيسية ممغنطة، يدون عليها اسم حاملها وتاريخ إصدارها وتاريخ نهاية صلاحيتها، كما تستخدم في الحصول على النقد أو شراء السلع والخدمات".  
ج. أو هي "أداة مصرفية للوفاء بالالتزامات تصدرها مؤسسه ماليه أو بنك لشخص طبيعي تمكنه من إجراء سحب نقدي من البنوك أو شراء سلع وخدمات من التجار، مع التزامه بالسداد للبنك المصدر بالشروط والقواعد المحددة بالعقد المبرم بينهم" (سلطاني، 2013، ص29).

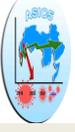
**2\_ البطاقات الذكية: Smart Card:** تم اختراعها من قبل العالم الفرنسي Roland Moreno سنة 1974، وما يميز هذه التقنية قدرتها على التخزين من خلال احتوائها على شريحة إلكترونية أو معالج دقيق، يضم هذا الأخير العناصر التعريفية لصاحب البطاقة، رصيده، وكل العمليات التي أجريت عليها بالإضافة إلى إمكانية تخزين كل التسهيلات الممنوحة من طرف المصرف لصالح صاحبها، كما أنها بإمكانها تخزين أنواع مختلفة من العملات وهذا وفق برنامج لا يقبل انتهاك أو تعديل المعلومات الموجودة فيها، وهذا يرجع للرأس الذي تحتوي عليه هو كمبيوتر مصغر، حيث يتم تخزين المعلومات وإدارتها ومعالجتها، هذا ما ساعد على تخفيض نسبة الخطأ الى 100 لكل مليون معاملة مقارنة مع الشريط المغنط التقليدي الذي وصلت الى 250 لكل مليون معاملة.

تعمل البطاقة الذكية على نظام مفتوح لتحويل الأموال إلكترونيا بمعنى لا يحتاج صاحب البطاقة لإثبات هويته من أجل البيع أو الشراء، فبمجرد تمرير البطاقة على القارئة يتم خصم قيمة المشتريات بطريقة أوتوماتكية من حساب العميل ونقلها لحساب البائع عن طريق الرسائل الإلكترونية وهذا في ظرف ثوان، ولقد عرفت رواجاً كبيراً في فرنسا بعد تسويقها عام 1981، كما اعتمدها بريطانيا عام 1995، وهي تعتبر النوع الأكثر استخدام في العالم في الوقت الحالي (ميهوب سماح، ص92).

وظهرت هذه البطاقة تماشياً مع التطورات التكنولوجية، وهي بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية إلكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة لحاملها مثل الاسم، العنوان، المصرف، المصدر، أسلوب الصرف، المبلغ المصروف وتاريخه، وتاريخ حياة الزبون المصرفية (الطائي، 2010، ص178).

وتعرف أيضاً على أنها "عبارة عن كارت بلاستيكي يتشابه من حيث الحجم والشكل ببطاقات الائتمان، ولكنه مزود بكمبيوتر صغير به ذاكرة تسمح بتخزين بيانات يمكن استدعاؤها بطريقة منظمة وتسمح البطاقة الذكية كذلك بتخزين نقود أو وحدات إلكترونية يمكن استخدامها في سداد إتمام السلع والخدمات (شعبور، 2016، ص26).





**3\_ الشيكات الإلكترونية Cheques électroniques:** تعتبر الشيكات الإلكترونية شيكات عادية إلا أنها إلكترونية تقوم فكرة هذه الشيكات على أساسيات الشيك الورقي حيث يكون هناك شيك يتم توقيعه وتحريره من قبل مصدره لصالح طرف آخر مستفيد ويتم تحصيل الشيك وتحويل مبلغه عن طريق بنك وسيط من حساب مصدر الشيك إلى حساب المستفيد لذلك فإن كلاً من البائع والمشتري يقوم بفتح حساب له في نفس البنك ويحدد كل منهما توقيعه الإلكتروني مشفر يودعه لدى هذا البنك (أسيا بارش، 2013، ص69).

حيث تستخدم هذه الطريقة للدفعات المالية الكبيرة، إذ تشابه هذه الشيكات الورقية التقليدية من حيث اعتمادها على فكرة وجود الوسيط (استخدام طرف ثالث معتمد من جهات حكومية كقناة اتصال مالية بين البائع والمشتري) لإتمام عملية التخليص والمتمثل في جهة التخليص (البنك) الذي يشترك لديه البائع والمشتري من خلال الحصول على هذه الشيكات في صورة نماذج إلكترونية مقابل فتح حساب جاري بالرصيد الخاص بهما مع تحديد التوقيع الإلكتروني لكل منهما وتجليه في قاعدة البيانات لدى البنك الإلكتروني يضمن التبادل الآمن بين الطرفين (الطائي، 2010، ص189).

ويعرف الشيك الإلكتروني بأنه "هو المكافئ الإلكتروني للشيكات الورقية التقليدية، والشيك الإلكتروني هو رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله) ليكون دليلاً على أنه تم صرف الشيك فعلاً، ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد إلكترونياً من أنه تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه (التواتي، 2013، ص11).

**4\_ التحويلات الإلكترونية:** بعد أن كانت البنوك تقوم بعملية التحويل بناء على أمر مكتوب وموقع من العميل، أصبح بالإمكان إعطاء الأمر بشكل إلكتروني نظراً لظهور أنظمة آمنة لاستخدامه (سلطاني، 2013، ص70).

عرفت المادة 519 من مدونة التجارة التحويل البنكي "بأنه عملية بنكية يتم بمقتضاها إنقاص حساب المودع بناء على أمره الكتابي بقدره بمبلغ يقيد في حساب آخر". أما بالنسبة للتحويل الإلكتروني فإنه لا يختلف عما سبق ذكره إلا في كون الأمر الذي يصدره العميل يكون بوسيله إلكترونية مثل الانترنت.

ويقصد بنظام التحويل المالي الإلكتروني بأنه مجموعة من القواعد والإجراءات المعتمدة في تحويل الأموال عبر بنوك إلكترونية أو بنوك انترنت مرخص لها بالقيام بهذه العملة ويتم إصدار أمر التحويل عن طريق كمبيوتر، ومن خصائصها ضمان الأمن وأكثر مصداقية للمتعاملين إضافة إلى أنها مجموعة من العناصر كاختصار الزمن ووفرة الجهد والتكلفة وسير في التعامل بفعل قابليته للتجزئة بفعل توزيع المبلغ مستند التحويل على أكثر من مستفيد على غرار الشيك (شعبور، 2016، ص29).

واقع استخدام الصيرفة الإلكترونية ومقومات نجاحها والمعوقات التي تواجهها في ظل .....  
أ. أحمد سالم الأزرق، د. مسعود علي انبيص كلية الاقتصاد والتجارة الخمس



**5\_ النقود الإلكترونية:** تعتبر النقود الإلكترونية إحدى الوسائل المستحدثة للتعامل التجاري وهي إن كانت تتشابه مع النقود العادية في بعض خصائصها وسماتها إلا أنها تختلف على أنها عملية إلكترونية وليست مصنوعة من الورق أو المعدن (سلطاني، 2013، ص61).

ومن الممكن أن يطلق على النقود الإلكترونية بالعملة الرقمية ويعتبر النقد الرقمي من الأمثل على العملة الرقمية حيث يتم تخزينه إلكترونياً ويمكن استخدامه لتنفيذ عمليات الدفع إلكترونياً عبر الإنترنت، أن عملية الحسابات للنقد الرقمي شبيهة بحسابات البنوك التقليدية حيث يقوم الزبائن بإيداع نقودهم في حساباتهم النقدية الرقمية حتى يتمكنوا من استخدامها في ما بعد لإجراء عمليات التحويل أو الشراء من خلالها عبر الإنترنت (شعبور، 2016، ص24).

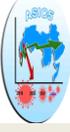
حيث إنه بعد ظهور البطاقات المصرفية ظهرت النقود الإلكترونية أو "النقود الرقمية" والتي هي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات الإلكترونية تخزن في مكان آمن على القرص الصلب لجهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل يعرف باسم المحفظة الإلكترونية ويمكن للعميل استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات البيع أو الشراء أو التحويل وتعرف النقود الإلكترونية بأنها "قيمة نقدية مخزنة على وسيله إلكترونية مدفوعة مقدماً، وغير مرتبطة بحساب بنكي، وتحضي بقبول واسع من غير من قام بإصدارها، وتستعمل كأداة للدفع، لتتحقق أغراض مختلفة وتعد النقود الإلكترونية وسيله للحصول على التفوق المالي عند تقديم الخدمات والسلع وخاصة عن طريق شبكة الإنترنت ولكنها لا تفترض على ذلك (سلطاني، 2013، ص63).

#### 4.2 أهمية وسائل الدفع الإلكترونية:

ظهرت أهمية ابتكار وسائل سداد تتفق مع طبيعة التجارة الإلكترونية لظهور تعاملات عبر شبكة الإنترنت كالعقود الإلكترونية (سلطاني، 2013، ص42).

حيث إن اتساع نطاق التجارة الإلكترونية سمح بتضاؤل دور النقود الورقية والدفع التقليدي أمام ازدهار الدفع الإلكتروني، حيث كانت النقود الوسيلة الرئيسية لتسوية المعاملات المالية وكان الدفع يتم بصورة سائلة أو بواسطة بديل للشيك وغيرها من وسائل الدفع التقليدية، لكن تلك الوسائل لا تصلح في تسهيل التعامل الذي يتم عن بعد في بيئة غير مادية كالعقود الإلكترونية التي تتم عبر شبكة الإنترنت حيث تتوارى المعاملات الورقية ويمكن للعميل الوفاء بمقابل السلعة أو الخدمة بنفس الطرق التقليدية المتبعة في التعاقد بين غائبين مثل إرسال شيك عن طريق البريد أو من خلال الفاكس، أو إرسال البيانات الخاصة بحياض بنكي لكن هذه الوسائل لا تصلح وخصوصية التجارة الإلكترونية ومقتضيات السرعة فيها، لذا كانت أهمية اللجوء إلى الدفع الإلكتروني من خلال شبكة اتصال لا سلكية موحدة عبر الحاسوب، وما زاد من أهمية الدفع الإلكتروني هي تلك الخصائص التي تميزها عن وسائل الدفع التقليدية (عبدالرحيم، 2006، ص30).





## 5.2 الوسائط المستعملة في العمليات المصرفية الإلكترونية:

هناك العديد من القنوات أو الوسائط المصرفية الإلكترونية التي تستخدم في عملية الدفع الإلكتروني وهي كالآتي:

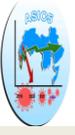
**1\_ أجهزة الصراف الآلي:** ظهرت أجهزة الصراف الآلي في السبعينات من القرن العشرين الماضي كبديل لموظفي الصرافة في الفروع المصرفية لتقليل عدد المعاملات داخل البنك، أما في الثمانينات من نفس القرن بدأ الاهتمام بتخفيض التكاليف ومن ثم البحث عن تحقيق ميزة تنافسية، وتعتبر الصرافات الآلية أولى آلية تطور العمل المصرفي حيث تعتمد على وجود شبكة من الاتصالات تربط فرع البنك الواحد أو فروع كل البنوك في حالة قيامها بخدمة أي عميل من أي بنك، وقد تطور عمل هذه الأجهزة حيث أصبحت تقوم بالوصول إلى بيانات حسابات العملاء فوراً، والتي تقدم خدمات متقدمة في صرف المبالغ النقدية، لكن هذه الأجهزة لم تعد تقتصر على مجرد وسيلة للحصول على النقود، بل حالياً تقوم بوظائف متقدمة تمكن العملاء والموظفين من استلام رواتبهم وحقوق الضمان الاجتماعي، كما تسمح لهم بالوصول إلى حساباتهم الجارية وأصبحت حالياً تقدم مجموعة من الوظائف نذكر منها (الحداد، 2012، ص63-64):

- أ. التعرف على رصيد الحساب.
- ب. القيام بسحب وإيداع نقدا ومقاصة.
- ج. إجراء تحويلات نقدية بين الحسابات (عبد الله، 2011، ص205).
- د. السحب من حسابات الطلب والتوفير نقدا (بالعملة المحلية).
- هـ. سداد الفواتير.
- و. طلب دفتر شيكات.

ويعرف الصراف الآلي بأنه كناية "ماكينة" مبرمجة تحتفظ فيها النقود بطريقة معينة، وتستطيع التعرف على البطاقة الخاصة بها، والسماح بإدخال مبلغ نقدي مغطى في رصيد حساب صاحب البطاقة، كما تتميز هذه الماكينة بسعة محددة من العملات، بحيث تعتبر خدمة للحالات الطارئة فضلا عن حفاظها على وقت الزبائن، بحيث يتم تقديم حجم المبالغ التي تسحب يوميا بدراسة متوسطة حالات السحب، قياسا على سعة الآلة، كما يمكن برمجة الماكينة بصورة تتيح صرف مبالغ محددة ومنع تكرار الصرف من الرقم عينه في اليوم الواحد (شعبور، 2016، ص32).

ويعرف أيضا بأنه وعاء نقدي إلكتروني يزودنا بالنقد في أي وقت، دون الحاجة إلى الذهاب إلى المصرف ويتم ربط هذه الأجهزة مع حاسب رئيس في المركز الرئيسي للمصرف من

واقع استخدام الصيرفة الإلكترونية ومقومات نجاحها والمعوقات التي تواجهها في ظل .....  
أ. أحمد سالم الأزرق، د. مسعود علي انبيص كلية الاقتصاد والتجارة الخمس



خلال محطة طرفية صغيرة، ويتم تزويد حامل الحساب ببطاقة بلاستيكية تحمل اسمه وبعض التفاصيل الأخرى المهمة التي توضع داخل الصراف، ويطلب من العميل إدخال رقم التعريف الشخصي Identification Numbers Personal (PIN) أو كلمة السر passwords وذلك حتى يتمكن من الوصول إلى حسابه والحصول على الخدمة المطلوبة (التواتي، 2013، ص8).

**2\_ نقاط البيع الإلكترونية:** تعتبر خدمة نقاط البيع الإلكترونية من وسائل الدفع الإلكترونية التي تعتمد أساساً على نظام التحويل الإلكتروني للأموال تسمح هذه التقنية بخصم مشتريات العميل الخاص بعد أن يمرر موظف نقطة البيع البطاقة الائتمانية على القارئ الإلكتروني الموصول مباشرة مع الحاسوب المركزي للبنك بإدخال الرقم السري للعميل (code pin) أين تخصم القيمة من رصيده وتضاف إلى رصيد المتجر إلكترونياً.

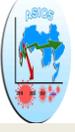
**وتعرف نقاط البيع الإلكترونية** بأنها الإعلانات التي تنتشر لدى المؤسسات التجارية والخدمية بمختلف أنواعها وأنشطتها، ويمكن للعميل استخدام بطاقات بلاستيكية أو بطاقات ذكية للقيام بأداء مدفوعات من خلال الخصم على حسابه إلكترونياً بتمرير هذه البطاقة داخل هذه الآلات المتصلة إلكترونياً بحواسيب المصرف (الحداد، 2012، ص64).

إن جهاز نقاط البيع هو كناية عن نظام للتحويل الإلكتروني للأموال يمكن صاحب بطاقة الصراف الآلي أو بطاقة الائتمان، من أن يسدد قيمة مشترياته من المتجر أو المؤسسة، وهو ينظم خدمة قيمة المشتريات الخاصة بالعميل من حسابه وإجراء التحويل إلى حساب البائع، حيث يقوم المصرف آلياً من خلال هذه الخدمة بخصم قيمة المشتريات من حساب العميل ويضعها فوراً في حساب البائع مقابل عموله معينه لحساب البنك، لذا يطلق عليه نظام الوفاء المباشر (سفر، 2008، ص152).

**3\_ الإنترنت المصرفي (البنوك المنزلية):** أتاح انتشار الإنترنت للبنوك خدمات الصراف المنزلي، حيث اتجهت البنوك بدلاً من التوسع إنشاء المقار الجديدة لها إنشاء مواقع لها على هذه الشبكة يتم من خلالها توفير الخدمات المصرفية لكل عملائها (غنيم، 2008، ص241) مثل الدخول إلى حساب العميل والقدرة على تحويل الأموال ودفع الفواتير وإنزال معلومات شخصيه، حيث يمكنه من التأكد من أن أرصده لديه المصارف، ويسهل عليه طريقه دفع قيمه الكمبيالات المسحوبة عليهم إلكترونياً، ويرشدهم إلى استخدام الطرق والأساليب الفعالة والمؤكدة لإدارة محافظهم المالية (العلاق، 2010، ص147).

**والبنوك المنزلية** هي عبارته عن استخدام الحاسب الآلي الشخصي للعميل وربطه مع نظام الحاسب الآلي بالبنك والذي أصبح يعرف فيما بعد باسم البنوك المنزلية، وهو يعتمد على فكرة





تحويل البيانات من حساب العميل إلى حساب البنك والعكس وذلك من إشارات رقميه إلى موجات أو إشارات ضوئية (تناظرية) بواسطة أجهزة التحويل الخاصة بالحاسب لتمير وسائل اتصال متعددة إلى الحاسب الشخصي بمنزل العملاء، ومن أمثلة وسائل الاتصال المستخدمة الأسلاك المحورية، والموجات الهوائية والأقمار الاصطناعية والخطوط الهاتفية.

واستنادا إلى ذلك يعمل الحاسب الشخصي للعميل كمحطة طرفيه لاستقبال الخدمات المصرفية المتمثلة في عرض أرصدة العملاء، وطباعة كشوف الحسابات، وبيانات الشبكات المحصلة، كما يمكن في المقابل إرسال التعليمات الصادرة من العميل للبنك مثل تجديد الودائع، وربط ودائع جديد، وكسر الوديعة، التحويل من حساب إلى آخر، طلب دفتر شيكات، حيث يحصل العميل على المعلومات بواسطة شاشة المعلومات التي تقوم بإرسال تعليماته إلى حاسوب المصرف للاطلاع على حساباته أو التحويل أو دفع الفوائد (علي شاهين، 2009، ص 9-10). ويعد الإنترنت المصرفي ترويجية للمصرف، بحيث يتم من خلاله الترويج لخدمات المصرف والتعريف بهذه الخدمات والتذكير بها وإقناع العملاء بشرائها والتعامل بها (شعبور، 2016، ص 34).

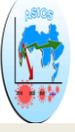
**4\_ الهاتف المصرفي:** مع تطور الخدمات المصرفية على مستوى العالم أنشأت المصارف خدمة (الهاتف المصرفي) لتسهيل إدارة العملاء لعملياتهم البنكية وتفاذي البنوك طوابير العملاء للاستفسار عن حساباتهم وتستمر هذه الخدمة 24 ساعة يوميا (بما فيها الإجازات والعطلات الرسمية)، وتقدم هذه الخدمة بالاعتماد على شبكه الإنترنت المرتبطة بفروع البنك أي تمكن العميل من الحصول على خدمات محددة، فقط بإدخال الرقم السري الخاص به، ومن الخدمات التي يقدمها الهاتف المصرفي على مستوى العالم:

أ. يتم تطبيق هذا النظام في "ميلا ندبنك" باسم "First Direct Account" عن طريق الاتصالات الهاتفية بإدخال الرقم السري الخاص بالعميل ليحول من حسابه بالمصرف لسداد بعض التزاماته مثل فاتورة التليفون، الغاز، الكهرباء.

ب. في المملكة المتحدة الأمريكية أدخلت هذه الخدمة منذ عام 1985 وتعمل بواسطة شاشة لدى العميل في منزله لها اتصال مباشر بالمصرف، وفي عام 1986 تم إدخال خدمات جديد للهاتف المصرفي تتمثل في خدمة التحويلات المالية من حساب العميل المدفوعة لسداد الكمبيالات والفواتير عليه.

ج. وفي نوفمبر 1994 استحدثت "باركليز بنك" خدمه تحويل الأموال، ودفع الالتزامات وأتاحت خدمه الهاتف المصرفي للعميل فرصه التعاقد للحصول على قرض أو فتح اعتمادات مستنديه وغيرها.

واقع استخدام الصيرفة الإلكترونية ومقومات نجاحها والمعوقات التي تواجهها في ظل .....  
أ. أحمد سالم الأزرق، د. مسعود علي انبيص كلية الاقتصاد والتجارة الخمس



**5\_ المقاصة المصرفية الإلكترونية:** وقد حل هذا النظام مكان أوامر الدفع المصرفية، كما ظهر نظام التسويات بالوقت الحقيقي الذي تمت فيه خدمات مقاصة الدفع الإلكترونية للتسوية الإلكترونية في المدفوعات بين المصارف وذلك ضمن نظام المدفوعات الإلكترونية، وهو نظام إلكتروني للمقاصة ينطوي على عنصر اليقين (شعبور، 2016، ص35).

حيث تأسست خدمات المقاصة الإلكترونية عام 1960 ويتم من خلالها تحويل النقود من حسابات العملاء إلى حسابات أشخاص أو هيئات أخرى في أي فرع ولأي مصرف في دولة أخرى كدفع المرتبات الشهرية من حساب صاحب العمل إلى حساب الموظفين، أو دفع المعاشات الشهرية من حساب هيئة التأمين والمعاشات إلى المستفيدين، أو دفع التزامات دورية من حساب العميل إلى مصلحة الكهرباء، والغاز وغيرها، كما يتم تسوية المدفوعات المصرفية عن طريق نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي، ضمن خدمات المقاصة الإلكترونية ويتيح هذا النظام بطريقه إلكترونيه آمنه نقل وتحويل مبالغ ماليه من حساب بنكي إلى آخر بسهولة حيث تتم المدفوعات في نفس اليوم وبنفس قيمة اليوم دون إلغاء أو تأخير.

## 6.2 عوامل نجاح وسائل الدفع الإلكترونية:

إن طرق الدفع الإلكترونية متعددة ولكن لكل طريقة دفع مستخدمون وقلة من المستهلكين ومن التجار لذلك لابد من الوسائل لجذب المستهلكين والتجار لاستخدام تقنية معينة في عملية الدفع الإلكترونية بشكل واسع (شعبور، 2016، ص39-40):

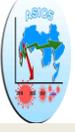
**1- الاستقلالية:** حيث هناك العديد من الطرق التي تتطلب إعداد برامج خاصة من أجل استخدام وتنفيذ عملية الدفع إلكترونيا من قبل التاجر والمستهلك وتعتبر هذه الطرق التي تحتاج إلى إعداد برامج خاصة غير منتشرة بشكل واسع.

**2- التوافقية:** إن من المهم في عملية الدفع الإلكتروني أن يتم تنفيذها من مختلف أنظمة التشغيل ومختلف أنواع الحاسبات تلك التي تتطلب أنظمة تشغيل معينه أو أجهزة معينه لتنفيذ عملية الدفع الإلكتروني تعتبر غير واسعة الانتشار بين التجار والمستهلكين.

**3- الأمن والحماية:** مدى الأمن في عملية نقل البيانات وتنفيذ عملية الدفع مهمة جداً لقياس مدى فعالية عملية الدفع الإلكتروني، حيث إذا كانت المخاطر للمشتري أو البائع خالية في عملية الدفع الإلكتروني فإن هذا يؤدي إلى عدم انتشار هذه الطريقة بشكل واسع.

**4- الرسوم والتكلفة:** حيث إنه كلما زادت العمولة المستخدمة لطريقة الدفع فإن ذلك يؤدي إلى عدم انتشارها بشكل واسع، وأيضا الرسوم والعمولة التي يتم تحصيلها عند استخدام طرق الدفع الإلكتروني تؤدي إلى عدم استخدامها وخاصة في المشتريات البسيطة قليلة التكلفة.





5- سهولة الاستخدام: إن طريقة بطاقة الاعتماد مستخدمة بشكل واسع؛ لسهولة استخدامها من قبل كل الأطراف.

6- مدى انتشارها: حتى تكون طريقة الدفع الإلكترونية ناجحة لا بد من استخدامها من قبل أعداد كبيرة من التجار والمستهلكين على حد سواء.

## 7.2 العوامل المساعدة على انتشار وتطور وسائل الدفع الإلكترونية:

يرافق ظهور ونجاح وسائل الدفع الإلكترونية عدة تطورات حاصلة نتيجة التطور التكنولوجي لدى البنوك ومن أهم هذه التطورات ظهور البنوك الإلكترونية التي تتميز بالسرعة والثقة الحديثة، وكذلك ظهور طرق ونظم آمنة تساعد على تقديم خدمات مصرفية بأسلوب إلكتروني آمن وظهور منظمات ومؤسسات في مجال المدفوعات، ولقد تعددت العوامل التي ساعدت على تطور وسائل الدفع الإلكترونية وتحولها من الشكل التقليدي إلى أشكال أخرى تؤدي نفس الوظيفة لكن بطرق مختلفة أكثر تطوراً، وأهم هذه العوامل ما يلي:

1- تراجع فعالية وسائل الدفع التقليدية (حماد، 2004، ص145، 146): قضى ظهور وسائل الدفع التقليدية على الكثير من المشاكل الناجمة عن حمل النقود كالسرقة والضياع، وتقل عبء حملها إن كانت مبالغ كبيرة، فأصبحت بذلك بديلة عن النقود، وبالتالي سهلت الكثير من العمليات الخاصة منها التجارية، ولذلك أصبح الإحساس بالأمان الذي عرفته وسائل الدفع التقليدية بمرور الوقت مرتفع جداً، إلا أن لهذه الوسائل مشاكل كثيرة ومنها:

أ- انعدام الملاءمة: فالحاجة إلى الوجود الشخصي سواء شخصياً أو عبر التليفون لكلا الطرفين يقيد الحرية المعاملتيه وبالنسبة للعملاء يترجم هذا إلى تأخير اقتناء المنتج أو الخدمة وينتج عنه تكلفه أعلى، وبالنسبة للبائع يعنى ذلك خسارة في الإيرادات نتيجة انخفاض المبيعات أو فقدانها.

ب- عدم إجراء المدفوعات في الوقت الحقيقي: لا تتم المدفوعات التقليدية في الوقت الحقيقي، ويتوقف التأخير في التحقيق الفعلي على نوعية السداد في المدفوعات بالشيكات مثلاً تستغرق ما يصل إلى أسبوع.

ج- ارتفاع تكلفة المدفوعات: إن كل معاملة تكلف مبلغاً ثابتاً من المال، وبالنسبة للمدفوعات الصغيرة تغطي بالكاد تكاليف المصروفات، وأكبر مشكل يواجه المجتمع فيما يخص وسائل الدفع التقليدية، وهو مشكل الشيكات بدون رصيد حيث أصبحت مشكلة اجتماعية بسبب الانتشار الواسع لها.



واقع استخدام الصيرفة الإلكترونية ومقومات نجاحها والمعوقات التي تواجهها في ظل .....  
أ. أحمد سالم الأزرق، د. مسعود علي انبيص كلية الاقتصاد والتجارة الخمس



**2- استخدام شبكة الإنترنت في المجال المصرفي (عمار، 2009، ص27):** كان للتطور التكنولوجي في مجال الاتصالات الفضل في حدوث ثورة في المعاملات المصرفية، من خلال شبكة الإنترنت.

خاصة بظهور شبكة الويب العالمية (WWW-World Wide Web) حدث ما يشبه الميلاد الحديث للإنترنت حيث أمكن توحيد الشكل الخارجي لجميع التطبيقات والواقع على الإنترنت مما أتاح للمستخدم أو المبرمج البسيط في أي مكان بالعالم أن يقوم بتطوير موقع إلكتروني يكتسب قيمته من قيمة المحتوى الذي يتضمنه، وهكذا استقرت الإنترنت في شكلها الحالي كشبكة عالمية تربط شبكات العالم.

وقد أتاح انتشار استخدامات الإنترنت للبنوك وسمح لعملائها بقضاء أشغالهم دون الحاجة للتعامل مع الموظفين، أو الانتظار لساعات طويلة لأجل قضاء مصلحة مصرفية وذلك من خلال خدمات المصرف المنزلي، حيث تم إنشاء مقر لها على الإنترنت بدلاً من العقاري، ومن ثم يسهل على العميل التعامل مع البنك عبر الإنترنت وهو في منزله، وإجراء كل عملياته المصرفية.

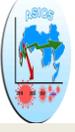
**3- التوجه نحو التجارة الإلكترونية (سلطاني، 2013، ص53):** ظهرت التجارة الإلكترونية نتيجة التطور الهائل والسريع في مجالات الحاسب الآلي وثورة المعلومات واستخدام شبكة الإنترنت وانتشرت انتشار سريعاً، نتيجة للمزايا التي تتمتع بها وسهولة استخدامها وتعد مجالاتها مثل تجارة التجزئة والبنوك والتمويل والتوزيع والتصميمات الهندسية والتعاملات التجارية والنشر والخدمات المتخصصة.

ويمكن تعريفها: بأنها عملية نقل وتسليم السلع والخدمات إلكترونياً، أو هي عمليات البيع والشراء التي تتم من خلال شبكة الإنترنت.  
والتجارة الإلكترونية "هي مجموعة متكاملة من عمليات توزيع وتسويق وبيع المنتجات لوسائل إلكترونية".

إن انتشار التجارة الإلكترونية عبر وسائل الإعلام والإنترنت أسهمت في إيجاد البيئة النظيفة للصناعة والسلع والخدمات، والتجارة الإلكترونية تسعى إلى تبادل المعلومات عبر المنظمات الحكومية ومنظمات الأعمال الخاصة والعامة بغية تخفيض كلفة النقل وتخفيض الآثار السلبية وتعظيم عولمة الشركات، فالتجارة الإلكترونية تقوم على أربعة عناصر: بائعون، مشتررون، شبكة الإنترنت، وسائل الدفع الإلكترونية.

**4- الاستفادة من وسائل الأمان عبر شبكة الإنترنت (عبد الرحيم، 2006، ص47):** تتميز وسائل الدفع الإلكترونية عن الوسائل التقليدية بالاستفادة من وسائل الأمان المبتكرة حديثاً لاستعمالها عبر شبكة الإنترنت وخاصة لإضفاء الثقة على المعاملات المصرفية والتجارية التي





تتم عبر هذه الشبكة والتي تكون وسائل الدفع الإلكترونية طرفاً فيها وقد كان انتشار التجارة الإلكترونية سبباً كافياً لابتكار مثل هذه الوسائل.

**5- ظهور منظمات ومؤسسات مالية عالمية في مجال المدفوعات:** من بين العوامل المساهمة في انتشار وسائل الدفع الإلكترونية ظهور منظمات ومؤسسات عالمية أصبحت رائدة في إنتاج وتسويق هذه الوسائل لمختلف بلدان العالم والجهات المصدرة للبطاقات البنكية والتي تعد أشهر وسائل الدفع الإلكترونية يمكن تقسيمها كما يلي (مرزوق، 2017، ص12، 13): -

**أ- المنظمات العالمية المصدرة للبطاقات:** لا تعتبر مؤسسه مالية وإنما بمثابة نادي، حيث تمتلك كل منظمه العلامات التجارية للبطاقات الخاصة بها لكنها لا تقوم بالإصدار بنفسها وإنما تمنح تراخيص بإصدارها للمصارف، وأشهر هذه المنظمات هي شركتي الفيزا كارد والماستر، ويطلق عليها اسم راعي البطاقة.

**ب- المؤسسات المالية العالمية:** وهي التي تشرف على عمليات إصدار البطاقات المصرفية دون ضرورة منح تراخيص الاصدار لأي مصرف ومن أشهرها: أمريكيان اكسبريس ليفرز كليب مؤسسات تجاريه كبرى GCB.

### 3. الإطار العملي للدراسة:

#### 1.3 المقدمة:

يتناول هذا الجزء من الدراسة عرضاً مفصلاً للمنهجية والإجراءات التي تم الاعتماد عليها في تنفيذ الدراسة الميدانية، بهدف التعرف على واقع استخدام الصيرفة الإلكترونية في ليبيا (دراسة تطبيقية على مصرفي الجمهورية فرع المرقب - الميناء - بمدينة الخمس)، وتشمل منهجية الدراسة، وصفاً لمجتمع وعينة الدراسة، وخصائص هذه العينة، والأدوات الرئيسية للدراسة، وفحص مصداقيتها وثباتها، إضافة إلى بيان الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل واستخراج نتائج الدراسة.

#### 2.3 منهجية الدراسة:

تم الاعتماد في الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية حول مشكلة الدراسة ولتحقيق فهم أفضل وأدق للظواهر المتعلقة بها، وباعتباره أنسب المناهج في دراسة الظاهرة محل البحث، لأنه يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما هي على أرض الواقع ويصفها بشكل دقيق، ويعبر عنها كما وكيفاً، فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح سماتها وخصائصها، أما التعبير الكمي فيعطي وصفاً رقمياً ويوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها، بالإضافة إلى توفير البيانات والحقائق عن المشكلة موضوع الدراسة لتفسيرها والوقوف على دلالاتها.



واقع استخدام الصيرفة الإلكترونية ومقومات نجاحها والمعوقات التي تواجهها في ظل .....  
أ. أحمد سالم الأزرق، د. مسعود علي انبيص كلية الاقتصاد والتجارة الخمس

### 3.3 أداة الدراسة:

تتنوع أدوات البحث العلمي المستخدمة في الحصول على المعلومات والبيانات والحقائق، والتي منها (الملاحظة، الاستبيان، المقابلة، الاختبارات بأنواعها، المقاييس بأنواعها، إلى غير ذلك من الأدوات). ويعتبر الاستبيان أحد أدوات البحث العلمي الأكثر استخداماً للحصول (على معلومات، وبيانات عن الأفراد).

وهي أداة دراسة مناسبة ذات أبعاد وبنود تستخدم للحصول على معلومات وبيانات وحقائق محددة، مرتبطة بواقع معين وتقدم على شكل عدد من الأسئلة يطلب الإجابة عليها من المستهدفين المعنيين بموضوع الاستبيان.

وتبعاً لذلك قام الباحثان بإعداد أداة للدراسة الحالية تتناسب وأهدافها وفروضها، وقد مرت عملية تصميم وإعداد الاستبيان بعدة مراحل وخطوات كما يلي:

1. الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية.

2. تحديد الأقسام الرئيسية التي شملها الاستبيان.

3. جمع وتحديد عبارات الاستبيان.

4. صياغة العبارات التي تقع تحت كل قسم.

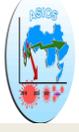
5. إعداد الاستبيان في صورته الأولية.

ولقد استخدم الباحثان مقياس ليكرت (Likert Scale) الخماسي لتقدير درجة الإجابة لعبارات الاستبيان، حيث منح الدرجات من (1-5) ابتداءً بالبدائل (غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة) والتي تقيس اتجاهات وآراء المستقصى منهم، ثم تم توزيع الإجابات إلى خمس مستويات متساوية وتم تحديد طول الخلايا في مقياس ليكرت الخماسي، من خلال حساب المدى بين درجات المقياس (5 - 1 = 4) ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية أي (4 ÷ 5 = 0.80) وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (بداية المقياس وهي واحد صحيح) وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهذا ما تم تطبيقه على أسئلة المحاور الخاصة بدراسة فرضيات الدراسة. وهكذا أصبح طول الخلايا كما هو موضح بالجدول التالي رقم (1).

جدول رقم (1) يوضح ترميز بدائل الاجابات وطول خلايا المقياس

الاجابة علي الاسئلة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
الترميز	1	2	3	4	5
المتوسط المرجح	1 - 1.79	1.8 - 2.59	2.6 - 3.39	3.40 - 4.19	4.20 - 5
التقدير في التعليق	درجة ضعيفة جدا	درجة ضعيفة	درجة متوسطة	درجة عالية	درجة عالية جدا

### 4.3 مجتمع الدراسة وعينتها:



تكونت عينة الدراسة موظفي المصارف التجارية العاملة بمدينة الخمس

جدول (2) عدد الاستبيانات الموزعة علي عينة الدراسة

المصارف	الاستبيانات الموزعة	الاستبيانات الغير مجابة	الاستبيانات المفقودة	الاستبيانات التي خضعت للتحليل	نسبة الاستبيانات التي خضعت للتحليل
مصرف الجمهورية بفرعيه المرقب- الميناء	55	-	11	44	%80

### 5.3 الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق الخصائص والسمات الشخصية

جدول رقم (3) توزيع أفراد العينة حسب متغيرات: النوع. العمر. المؤهل العلمي. الدرجة العلمية. سنوات الخبرة.

القيم المفقودة	النسبة المئوية	العدد	المتغيرات	
-	93.2%	41	ذكر	الجنس
	%6.8	3	أنثى	
-	6.8%	3	أقل من 20 سنة	العمر
	15.9%	7	من 20 الي 30 سنة	
	40.9%	18	من 31 الي 40 سنة	
	%22.7	10	من 41 الي 50 سنة	
	%13.6	6	من 50 سنة فأكثر	
-	15.9%	7	ثانوية عامة او ما يعادلها	المؤهل العلمي
	%29.5	13	دبلوم	
	%45.5	20	بكالوريوس	
	%6.8	3	ماجستير	
	%2.3	1	دكتوراه	
-	13.6%	6	أقل من 5 سنوات	سنوات الخبرة
	38.6%	17	من 5 الي اقل من 10 سنة	
	15.9%	7	من 11 إلي 15 سنة	
	%6.8	3	سنة من 16 الي 20	
	%25	11	من 21 سنة فأكثر	
-	%59.1	26	محاسبة	التخصص
	%20.5	9	إدارة أعمال	
	%15.9	7	تمويل ومصارف	
	%4.5	2	اخرى	
-	%22.7	10	لم تجر أي دورة	عدد الدورات التدريبية التي قمت بها فيما يخص الصيرفة الاسلامية
	%18.2	8	دورة واحدة	
	%20.5	9	دورتان	
	%15.9	7	3 دورات	
	%22.7	10	4 دورات فأكثر	



واقع استخدام الصيرفة الإلكترونية ومقومات نجاحها والمعوقات التي تواجهها في ظل .....  
أ. أحمد سالم الأزرق، د. مسعود علي انبيص كلية الاقتصاد والتجارة الخمس

## 6.2 الصدق والثبات لأداة الدراسة:

بعد ما تمت صياغة الاستبيان في شكله الأولي لابد من إخضاعه لاختبار الصدق والثبات.  
**1.6.2 صدق الاستبيان:** يقصد بصدق أداة الدراسة، أن تقيس عبارات الاستبيان ما وضعت لقياسه، وقمنا بالتأكد من صدق الاستبيان من خلال الصدق الظاهري للاستبيان (صدق المحكمين) وصدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان، والصدق البنائي لمحاور الاستبيان.  
**1.1.6.2 الصدق الظاهري:** يقوم علي فكرة مدى مناسبة عبارات الاستبيان لما يقيس ولمن يطبق عليهم ومدى علاقتها بالاستبيان ككل ومن هذا المنطلق تم عرض الاستبيان في صورته الأولية علي عدد من المحكمين من ذوي الخبرة والاختصاص لأخذ وجهات نظرهم والاستفادة من آرائهم في تعديله والتحقق من مدى ملاءمة كل عبارة للمحور الذي ينتمي إليه ومدى سلامة ودقة الصياغة اللغوية والعلمية لعبارات الاستبيان، ومدى شمول الاستبيان لمشكل الدراسة وتحقيق أهدافها، وفي ضوء آراء السادة المحكمين تم إعادة صياغة بعض الفقرات و إضافة عبارات أخرى لتحسين أداة الدراسة.

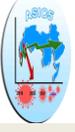
**2.1.6.2 صدق الاتساق البنائي للاستبيان:** صدق الاتساق البنائي أحد مقاييس صدق أداة الدراسة، حيث يقيس مدى تحقق الأهداف التي تسعى الأداة الوصول إليها، ويبين صدق الاتساق البنائي مدي ارتباط كل بعد من أبعاد أداة الدراسة بالدرجة الكلية لفقرات الاستبيان مجتمعة، وعليه قمنا بحساب معامل الارتباط "بيرسون" بين درجة كل بعد والدرجة الكلية للاستبيان والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول رقم (4) يوضح مدي الاتساق البنائي لعبارات الاستبيان

أبعاد الاستبيان	معامل الارتباط ( قيمة r )	P-Value	النتيجة
1 أكثر خدمات المصرف الالكترونية استخداما في ظل جائحة كورونا	0.605	0.00	يوجد ارتباط
2 مقومات نجاح الصيرفة الالكترونية في ظل جائحة كورونا	0.779	0.00	يوجد ارتباط
3 معوقات الصيرفة الالكترونية في ظل جائحة كورونا	0.673	0.00	يوجد ارتباط

من خلال الجدول أعلاه نجد معاملات الارتباط بيرسون لكل الابعاد الأول بلغ قيمته ( 0.605 ) والبعد الثاني بلغ قيمته(0.779) والبعد الثالث بلغ قيمته (0.673) من أبعاد





الاستبيان والمعدل الكلي لعبارته وبذلك يتبين أن معاملات الارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha=0.05$ ) وبذلك يعتبر المحاور صادقة ومتناسقة لما وضعت لقياسه.

**2.6.2 ثبات الاستبيان:** يقصد بثبات الاستبيان أن يعطي هذا الاستبيان نفس النتيجة حتى ولو تم إعادة توزيعه أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى أن ثبات الاستبيان يعني الاستقرار في نتائجه وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية معينة. وقد تحققت الباحثة من ثبات استبيان الدراسة من خلال طريقة معامل ألفا كرونباخ وذلك كما يلي:

معامل كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha Coefficient: عند حساب قيمة معامل الثبات (ألفا كرونباخ) كانت النتائج كما هي مبينة بالجدول التالي:

جدول رقم (5) يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

ت	المحاور	معامل ألفا كرونباخ	الثبات
1-	أكثر خدمات المصرف الالكترونية استخداما في ظل جائحة كورونا	0.650	0.806
2-	مقومات نجاح الصيرفة الالكترونية في ظل جائحة كورونا	0.838	0.915
3-	معوقات الصيرفة الالكترونية في ظل جائحة كورونا	0.771	0.878
	جميع عبارات الاستبيان	0.804	0.897

الثبات = الجذر التربيعي الموجب لمعامل ألفا كرونباخ واضح من النتائج الموضحة في جدول (5) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة لكل المحاور وتتراوح بين (0.650، 0.838) لكل محور من محاور الاستبيان. كذلك كانت قيمة معامل ألفا لجميع فقرات الاستبيان (0.804). وكانت قيمة الثبات مرتفعة لكل المحاور وتتراوح بين (0.806، 0.915) لكل محور من محاور الاستبيان. كذلك كانت قيمة الثبات لجميع فقرات الاستبيان مساوية لـ (0.897) وهذا يعني انه معامل الثبات مرتفع جدا وبذلك يكون الباحث قد تأكدا من صدق وثبات استبيان الدراسة مما يجعلهم على علي مقدار من الثقة بصحة الاستبيان وصلاحيته لتحليل النتائج والإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها.

## 7.2 الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث:

تمت المعالجة الإحصائية للبيانات باستخراج الأعداد، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية، وفحص فرضيات الدراسة.



واقع استخدام الصيرفة الإلكترونية ومقومات نجاحها والمعوقات التي تواجهها في ظل .....  
أ. أحمد سالم الأزرق، د. مسعود علي انبيص كلية الاقتصاد والتجارة الخمس

## 8.2 عرض وتحليل نتائج الدراسة:

**1.8.2 تمهيد:** يتضمن هذا الفصل تحليلاً لبيانات الدراسة وذلك من أجل الإجابة على أسئلة وفرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: هناك وسائل لصيرفة الالكترونية تقدمها المصارف التجارية لعملائها في ظل انتشار جائحة كورونا.

للإجابة عن السؤال السابق تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وكذلك تم استخدام اختبار T لمعرفة هل هناك وسائل صيرفة الالكترونية تقدمها المصارف التجارية لعملائها وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (6).

الجدول رقم (6) تقييم أفراد العينة لمعرفة هل هناك وسائل صيرفة الالكترونية تقدمها المصارف التجارية لعملائها من خلال العبارات

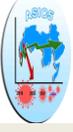
ت	العبارات	المتوسط	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	الرأي
1	خدمات مصرفيا عبر البطاقات الالكترونية	4.55	.663	1	موافق تماما
2	خدمات مصرفيا عبر الصراف الالي	3.30	1.424	4	محايد
3	خدمات مصرفيا عبر الانترنت	4.36	.780	2	موافق تماما
4	خدمات مصرفيا عبر الهاتف	4.07	1.189	3	موافق
	المعدل العام	4.07			موافق

يتضح لنا من الجدول السابق أن أهم خدمة مصرفية تقوم المصارف بتقديمها لعملائها هي (خدمات مصرفيا عبر البطاقات الالكترونية) تأتي في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يساوي (4.55) وبتقدير عالي جدا ، تلاها (خدمات مصرفيا عبر الانترنت) بمتوسط حسابي (4.36)، في حين كان أقل الخدمات تقدما هي (الصراف الالي) بمتوسط حسابي (3.30) ومن هذا يتبين أن كل الآراء حول فقرات هذا المحور جاءت بالموافقة كما تشير المعطيات الاحصائية في الجدول رقم (6) أن المتوسط العام للإجابات والمقدر بـ: 4.07، مما يدل على ان عملاء المصارف التجارية قد اجمعوا على الموافقة بدرجة عالية علي أن هناك وسائل صيرفة الالكترونية تقدمها المصارف التجارية لعملائها

الفرضية الثانية: يتطلب توافر مقومات النجاح لاستخدام الصيرفة الالكترونية في ظل انتشار جائحة كورونا.

للإجابة عن السؤال السابق تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية. وكذلك تم استخدام اختبار T لمعرفة هل يتطلب توافر مقومات النجاح لاستخدام الصيرفة الالكترونية وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (7).

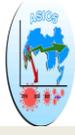




الجدول رقم (7) تقييم أفراد العينة لمعرفة هل يتطلب توافر مقومات النجاح لاستخدام الصيرفة الالكترونية من خلال العبارات

ت	العبارات	قيمة T	مستوي الدلالة	المتوسط	الانحراف المعياري	الراي
1	تتوافر بالمؤسسات المالية الحكومية بنية تحتية تقنية مناسبة لاستخدام الصيرفة الالكترونية	2.864	.006	3.39	.895	محايد
2	تقوم المصارف بالتوعية والتعريف بالخدمات المصرفية الالكترونية	7.486	.000	3.86	.765	موافق
3	لا توجد رسوم علي استخدام الصيرفة الالكترونية	.805	.042	2.84	1.311	غير موافق
4	تقوم ادارة المصرف بإجراء دورات تدريبية دورية وبصفة مستمرة لتطوير مهارات وقدرات موظفيها	4.665	.000	3.70	1.002	موافق
5	تقوم ادارة المصرف الذي أعمل به بتحديث المعلومات المتوافرة علي موقعه الالكتروني	4.734	.000	3.64	.892	موافق
6	تتوافر شبكات اتصالات وشبكات الكترونية تربط المصارف مع بعضها	3.412	.001	3.68	1.325	موافق
7	تواكب المصارف الليبية التطورات التكنولوجية بحيث ينك الحصول علي أحدث الاجهزة والبرامج	3.693	.001	3.57	1.021	موافق
8	يتم تطوير أدوات الصيرفة الالكترونية وتحدد خصائصها وفنوات التوزيع المناسبة لها بشكل دوري	1.966	.007	3.32	1.073	محايد
	المتوسط العام الكلي	3.703	0.007	3.5		موافق

يتضح لنا من الجدول السابق أن العبارة (تقوم المصارف بالتوعية والتعريف بالخدمات المصرفية الالكترونية) تأتي في المرتبة الاولى وبتقدير عالي، حيث كان المتوسط الحسابي يساوي (3.86)، تلاها العبارة (تقوم ادارة المصرف بإجراء دورات تدريبية دورية وبصفة مستمرة لتطوير مهارات وقدرات موظفيها) بمتوسط حسابي (3.70)، في حين كان أقل العبارات تقديراً هي العبارة (لا توجد رسوم علي استخدام الصيرفة الالكترونية) بمتوسط حسابي (2.84) ومن هذا يتبين أن الآراء حول عبارات هذا المحور جاءت متباينة كما تشير المعطيات الاحصائية في الجدول رقم (7) أن المتوسط العام للإجابات جاء بدرجة عالية والمقدرة بـ: 3.5، مما يدل علي توافر مقومات النجاح لاستخدام الصيرفة الالكترونية في المصارف قيد البحث وبدرجة عالية وبالإضافة إلي ذلك تشير نتائج الجدول 7 إلي أن قيمة T المحسوبة للمتوسط العام



واقع استخدام الصيرفة الإلكترونية ومقومات نجاحها والمعوقات التي تواجهها في ظل .....  
أ. أحمد سالم الأزرق، د. مسعود علي انبيص كلية الاقتصاد والتجارة الخمس

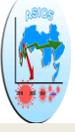
للإجابات المقدرة بـ 3.70 وبمستوي دلالة 0.007 وهي أقل من مستوي المعنوية 0.05 وهذا ما يؤكد على توافر مقومات النجاح لاستخدام الصيرفة الإلكترونية في المصارف قيد البحث.

الفرضية الثالثة: توجد معوقات لتطبيق الصيرفة الإلكترونية في ظل انتشار جائحة كورونا. للإجابة عن السؤال السابق تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية. وكذلك تم استخدام اختبار T هناك معوقات لتطبيق الصيرفة الإلكترونية وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (8).

الجدول رقم (8) تقييم أفراد العينة لوجود معوقات لتطبيق الصيرفة الإلكترونية من خلال العبارات

ت	العبارات	قيمة t	مستوي الدلالة	المتوسط	الانحراف المعياري	المعيار
1	البنية التحتية التقنية بالمصرف غير كافية	5.887	.000	3.82	.922	موافق
2	ضعف إقبال العملاء علي الخدمات المصرفية الإلكترونية	6.639	.000	3.80	.795	موافق
3	ضعف الوعي المصرفي لدي العملاء بالصيرفة الإلكترونية	6.566	.000	4.11	1.125	موافق
4	ضعف الاعلام والترويج بالمنتجات الإلكترونية من قبل المصرف لعملائه	5.792	.000	3.84	.963	موافق
5	تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية مرتفعة و لا تتناسب مع العملاء	1.324	.001	3.23	1.138	موافق
6	محدودية أجهزة الصراف الآلي للمصرف و اقتصرها علي واجهة المصرف فقط	6.346	.000	3.93	.974	موافق
7	انخفاض ثقة العملاء بالخدمات المصرفية الإلكترونية	4.164	.000	3.64	1.014	موافق
8	ادارة المصرف تعرقل أصحاب المحال التجارية في فتح حسابات جارية لمحالهم التجارية " نقاط البيع "	-3.80	.030	2.93	1.189	محايد
9	قلة الصيانة المستمرة لأجهزة نقاط البيع الممنوحة من المصرف للمحال التجارية واستبدالها بفاقد	5.623	.000	3.77	.912	موافق
10	عدم توفر خدمات مصرفية الكترونية شاملة كما هو الحال في الخدمات المصرفية التقليدية	4.879	.000	3.64	.865	موافق
11	تقف التشريعات المصرفية التقليدية القائمة عائقا دون التطبيق الكامل للخدمات المصرفية الإلكترونية	3.575	.001	3.50	.928	محايد
	المتوسط العام الكلي	4.582	.002	3.66		موافق





يتضح لنا من الجدول السابق أن أهم مدى لوجود معوقات لتطبيق الصيرفة الالكترونية هي الفقرة (ضعف الوعي المصرفي لدي العملاء بالصيرفة الالكترونية) ويتقدير عالي، حيث كان المتوسط الحسابي يساوي (4.11)، تلاها الفقرة (محدودية أجهزة الصراف الالي للمصرف واقتصارها علي واجهة المصرف فقط) بمتوسط حسابي (3.93)، في حين كان أقل الفقرات تقديراً هي الفقرة (ادارة المصرف تعرقل أصحاب المحال التجارية في فتح حسابات جارية لمحالهم التجارية "نقاط البيع") بمتوسط حسابي (2.93). ومن هذا يتبين أن معظم الآراء حول فقرات هذا المحور جاءت بالموافقة، كما تشير المعطيات الاحصائية في الجدول رقم (8) أن المتوسط العام للإجابات جاء بدرجة عالية والمقدر بـ: 3.66 مما يدل علي ان هناك معوقات لتطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف التجارية الليبية وبالإضافة إلي ذلك تشير نتائج الجدول 8 إلي أن قيمة T المحسوبة للمتوسط العام للإجابات العاملين بالمصارف حول أن هناك معوقات لتطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف التجارية الليبية المقدر بـ 4.582 وبمستوي دلالة 0.002 وهي أقل من مستوي المعنوية 0.05 وهذا ما يؤكد علي وجود معوقات لتطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف التجارية الليبية.

الفرضية الرئيسية: يوجد تحول نحو استخدام الصيرفة الالكترونية في المصارف الليبية في ظل انتشار جائحة كورونا.

للإجابة عن السؤال السابق تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية. وكذلك تم استخدام اختبار T لوجود تحول نحو استخدام الصيرفة الالكترونية في المصارف الليبية وذلك كما هو موضح في الجدول رقم (9).

الجدول رقم (9) تقييم أفراد العينة لوجود تحول نحو استخدام الصيرفة الالكترونية في المصارف الليبية من خلال العبارات

ت	العبارات	قيمة T	مستوي الدلالة ( sig )	المتوسط	المعيار
1	وجود تحول نحو استخدام الصيرفة الالكترونية في المصارف الليبية في ظل جائحة كورونا	4.143	.005	3.58	موافق

يتضح لنا من الجدول السابق أن المتوسط العام للإجابات والمقدر بـ: 3.58 جاء بدرجة عالية مما يدل علي أن هناك تحول نحو استخدام الصيرفة الالكترونية في المصارف الليبية و بالنظر الي قيمة T المحسوبة من وجهة نظر العاملين بالمصارف حول وجود تحول نحو استخدام الصيرفة الالكترونية في المصارف الليبية المقدر بـ 4.143 وبمستوي دلالة 0.005 وهي أصغر من 0.0 وبهذا يتم رفض الفرضية القائلة بعدم وجود تحول نحو استخدام الصيرفة الالكترونية في المصارف الليبية، أي أن المصارف التجارية الليبية تتجه نحو استخدام الصيرفة الالكترونية.



واقع استخدام الصيرفة الإلكترونية ومقومات نجاحها والمعوقات التي تواجهها في ظل .....  
أ. أحمد سالم الأزرق، د. مسعود علي انبيص كلية الاقتصاد والتجارة الخمس

#### 4. النتائج والتوصيات:

##### 1.4 النتائج:

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- 1- ساهمت وسائل الدفع الالكترونية بطريقة أو بأخرى في تقليل فرص الاحتكاك مع الوسائل الناقلة للفيروس خلال فترة انتشار الأمراض والأوبئة.
- 2- استخدام الخدمات الالكترونية التي توفرها البطاقات الالكترونية عن بعد شجع الناس على المكوث في المنازل وقلل من عدد مرات خروجهم.
- 3- يساهم استخدام الخدمات الالكترونية التي توفرها البطاقات الالكترونية أو تطبيق مصرفي، كالدفع الالكتروني للمشتريات وفواتير الخدمات في تقليل مخاطر تداول النقود التي قد تكون موبوءة.
- 4- تعتبر وسيلة الدفع الالكتروني أداة فعالة في امتصاص أزمة ندرة السيولة وما ينتج عنها من طوابير واكتظاظ داخل المصارف وعلى أجهزة الصرافات الآلية وهو ما يخالف الإجراءات الوقائية من فيروس كورونا.

##### 2.4 التوصيات:

أوصت الدراسة بالتالي:

- 1- توصي الدراسة بالتوسع في طرح خدمات إلكترونية تتماشى مع التطورات التكنولوجية والوضع الراهن الذي رسمته جائحة كورونا.
- 2- كما توصي الدراسة بزيادة حملات التوعية والترويج لأهمية استخدام وسائل الدفع الالكترونية خاصة في ظل انتشار فيروس كورونا من خلال وسائل الإعلام المرئية ووسائل التواصل الاجتماعي.
- 3- تحفيز المواطنين على استخدام وسائل الدفع الالكترونية من خلال إلغاء بعض الرسوم، كرسوم إصدار البطاقة ورسوم استخدام تطبيق مصرفي.
- 4- وتوصي الدراسة أيضا بزيادة تكوين الموظفين، مما يسمح لهم بالتجاوب السريع مع الزبائن ومعالجة الأخطاء التي قد تحدث أثناء الدفع الالكتروني وقت حدوثها، وإصلاح أجهزة الدفع الالكتروني في حالة تعطلها.



**5. قائمة المراجع:****1.5 الكتب:**

- 1- بشير العلاق، التسويق الالكتروني، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2010م.
- 2- خالد أمين عبد الله، اسماعيل الطراد، إدارة العمليات المصرفية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2011م.
- 3- صالح الجداية، سناء جودت، التجارة الالكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان. 2009م.
- 4- محمد عبد الحسن الطائي، التجارة الالكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010م.
- 5- وسيم الحداد، وآخرون، الخدمات المصرفية الالكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012م.

**2.5 الرسائل العلمية:**

- 1- آسيا بارش، وسائل الدفع الالكترونية ومدى تطبيقها في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، 2013م.
- 2- خديجة سلطاني، إحلال وسائل الدفع التقليدية بالوسائل الالكترونية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خضير، سكره، 2013م.
- 3- سماح شعبور، مصباح مرابطي، وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2016م.
- 4- مغني سليمة، الحقوق، وسائل الدفع الالكترونية وانعكاساتها على الوطن العربي والجزائر خاصة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، جامعة خميس مليانة، 2014م.
- 5- وهيبه عبد الرحيم، إحلال وسائل الدفع التقليدية بالإلكترونية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في النقود والمالية، جامعة الجزائر، 2006م.

**3.5 المجالات والدوريات:**

- 1- علي شاهين، نظم الدفع الالكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها، مجلة جامعة الأزهر، غزة، سلسلة العلوم الانسانية، العدد 1، المجلد 12، 2009م.



واقع استخدام الصيرفة الإلكترونية ومقومات نجاحها والمعوقات التي تواجهها في ظل .....  
أ. أحمد سالم الازرق، د. مسعود علي انبيص  
كلية الاقتصاد والتجارة الخمس

**The reality of using electronic banking, its success factors, and the obstacles it faces in light of the spread of the COVID-19 pandemic.**  
(An applied study on the branches of the Bank of the Republic monitored - El Mina)

Ahmed Salem Ali Al-Azraq  
Factual of Economy & Commerce – Elmergib University  
[ahmad005511@yahoo.com](mailto:ahmad005511@yahoo.com)

DR. Masoud Ali Masoud Enbais  
Factual of Economy & Commerce – Elmergib University  
[Ali.enbais@yahoo.com](mailto:Ali.enbais@yahoo.com)

**Abstract:**

This study aimed to identify the reality of the use of electronic banking, the elements of its success, and the obstacles it faces in light of the spread of the COVID-19 pandemic in Libyan commercial banks, and after addressing the problem and testing the hypotheses of the applied study on electronic means issued by the Five Republic Bank in its two branches Al-Muraqab - Al-Mina, the study found He indicated that electronic payment methods contributed in one way or another to reducing the chances of friction with the means that transmit the virus, and the use of electronic services provided by electronic cards or a banking application such as electronic payment of purchases and utility bills also contributed to reducing the risks of money circulation that may be infested.

The study also recommends expanding the offering of electronic services in line with technological developments and the current situation drawn by the Corona pandemic, as well as increasing awareness campaigns and promoting the importance of using electronic payment methods, especially in light of the spread of the Corona virus through visual media and social media, as well as motivating citizens to use the means of electronic payment. Electronic payment by canceling some fees, such as card issuance fees and fees for using a banking application.

