

**Analysis of Trends in the Yemeni Banking  
Customers Towards Electronic Banking  
Methods - Applied Study on Banks Operating  
in the Yemeni City of Taiz**

By  
**Khaled Shmsen Esmael Dabaen**

Supervised by  
**Prof. Dr. Jameel Hameed Al-Athory**

**Doctor of Philosophy  
(Finance & Banking Science)**

**2013**

**Matriculation Number: Ye 260**

## **Abstract:**

**During the last ten years, Yemeni banks passed through trends to adopt electronic banking services in order to improve their services, offering new services to their clients in order to satisfy them and increase their market shares. Some of these banks, however, faced some difficulties in satisfying clients to use electronic banking services. Some Yemeni banks could not develop such services so that they can depend on them. This has negatively impacted their capacity to compete with other banks that use electronic banking services, i.e. a lot of clients deal with other banks that use electronic banking services.**

**The importance of this research lies in identifying the trends of the Yemeni banks' towards the electronic banking services – an empirical research study of the banks in Taiz. It endeavors to fulfill the following objectives:**

- 1. To identify the electronic banking channels offered by Yemeni banks to their clients,**
- 2. To find out the clients' acceptance reactions to the electronic banking services provided by banks.**
- 3. To investigate and analyze the impacts of the electronic banking services on the clients' satisfaction.**
- 4. To identify the clients' negative and positive attitudes towards the electronic banking services.**

The research study has adopted the descriptive analytical and documentary approaches in the processes of data collection and data analysis research and analysis process. The researcher has reviewed the previous literature about relevant topics, published in the books, journals and research studies in order to learn from them particularly for the theoretical part. The researcher has also used a questionnaire to find out the attitudes of the clients of the Yemeni banks in Taiz towards the electronic banking services.

The researcher has used the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) for data analyzing of the questionnaire filled by the clients of the banks, including with a number of indicators like percentages and averages. This research study includes four chapters:

**Chapter I:** It introduces the methodology of the research, spotting lights on the research problem, its significance, its objectives, its methodology, its tools and the previous literature.

**Chapter II: (Electronic Banking), it includes four topics:**

**Topic 1:** The status of the Yemeni banks and the nature of their services.

**Topic II:** the concept and features of the electronic banking. This topic spotlights on the following topics:

- 1- The concept of electronic banking**
- 2- The features of electronic banking**
- 3- The merits of electronic banking**
- 4- The demerits electronic banking**

**Topic III:** The risks of electronic banking

**Topic IV:** The constituents of electronic banking. It spotlights of the following topics:

**1- The constituents of an electronic bank.**

**2- The success factors of electronic banks.**

**Chapter III: Electronic Banking Tools & Channels;** it is divided into three topics:

**Topic I: The kinds of electronic banking channels.**

**Topic II: The kinds and features of clients,**

**Topic III: The influential factors on the client's attitudes towards the electronic banking.**

**Chapter IV: The research Analysis;** it consists of three key topics:

**Topic I: Evaluation of the electronic banking channels in Taiz.**

**Topic II: Data and information analysis**

**Topic IV: Research hypothesis testing**

**The thesis concludes with a set of conclusions and recommendations; the conclusions are summarized as follows:**

- 1. There is an extensive use of the electronic banking services by the clients of the Yemeni banks in Taiz city.**
- 2. The clients feel satisfactory in the electronic banking services provided by the Yemeni banks in Taiz city.**
- 3. The clients feel confidence and security and reliability in the electronic banking services provided by the Yemeni banks in Taiz.**
- 4. The clients face many problems and difficulties when they use the electronic banking services provided by the Yemeni banks such as: the continual electricity cut-off, the Internet deficient connection and the faults and breakdowns of the electronic machines of the banks.**
- 5. The research also reveals that there is no relationship between the use of electronic banking channels and the clients' personal characteristics (sex-age-monthly income-qualification- career).**

The research also concludes with a set of recommendations, summarized as follows:

1. The Yemeni banks shall increase their marketing campaigns to raise the clients' banking awareness about the electronic banking channels and services.
2. The researcher recommends that each bank should establish a particular department called the *Electronic Banking Development & Research Department* to be concerned with developing the electronic banking services, adopting whatever new in this field in order to provide sophisticated and modern services to cope with the electronic services of the foreign banks.
3. The Government of Yemen shall encourage expanding the use of the electronic banking by cutting costs and accelerate online subscription to access the opportunity for a greater number of citizens and businessmen to access the Internet and make use of the electronic banking services.
4. The necessity for activating the banking websites so that all the clients can get access and browse such websites whenever they like and around the clock in order to meet the clients' demands. Such websites should be interactive and service-providing, not only information-providing.
5. Expanding the use of the electronic credit cards, facilitating the processes of getting access and using such cards, strengthening the payment of these cards to be used in payment and commercial transactions.

The research study concludes with a list of the references and resources that the researcher has used in this research study.

الجامعة الرئيسة

جامعة سانت كليمونتس العالمية

كلية العلوم المصرفية

فرع عدن

# تحليل اتجاهات عملاء المصارف اليمنية نحو أساليب الصيرفة الإلكترونية

دراسة نظرية على المصارف اليمنية العاملة في مدينة نزد

أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم المالية والمصرفية

إعداد الباحث

خالد شمسان إسماعيل ضبعان

أشراف الأستاذ المشارك

الدكتور / جميل حميد الأثيري

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

سُبْلَانَكَ لَا عَلَمْ لَنَا إِلَّا مَا عَلَوْتَنَا

إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ

صَدِيقُ اللَّهِ الْعَظِيمِ

## الاـهـدـاء

إلى والدي حفظهم الله تعالى وأمد في عمرهما وعافاهما

إلى أم شمسان حفظها الله ورعاها

زوجتي وحبيبتي ورفيقه دربي

من وقفت إلى جنبي في السراء والضراء

إلى أبنائي وبناتي حفظهم الله

أنتم نور عيني وحلمي

إلى جميع أفراد أسرتي وأصدقائي

الذين يفرحون لفرحني

إـلـيـكـمـ جـمـيـعـ اـهـدـاءـ هـذـهـ الـاطـرـوـحـةـ

## الباحث

## الشكر والتقدير

لا يسعني وقد انتهيت من هذه الاطروحة الا ان اتوجه بالحمد والثناء لله سبحانه وتعالى الذي من على  
بالغون والصبر والتوفيق في اتمامها واجراها إلى حيز النور.

ثم اتوجه بجزيل الشكر والتقدير والامتنان إلى الاستاذ الدكتور / جميل حميد احمد الاشوري صديقي  
والمشرف العلمي لهذه الاطروحة بما قدم لي من توجيهات وإرشادات ومساعدة كان لها عظيم الأثر في  
إخراجها بهذه الصورة فله مني جزيل الشكر والعرفان ، ومن الله عظيم الاجر .

كما يشرفني ويسرني ان اتقدم بآيات الشكر وعظيم الامتنان إلى الاخ العزيز  
مطهر سعيد عبده سعيد انعم على دعمه الدائم وتشجيعه لي والذي كان له الفضل  
بعد الله سبحانه وتعالى في تحقيق هذا العمل .

كما اتقدم بالشكر والعرفان لكل من وقف إلى جنبي بالدعاء والتشجيع أو التوجيه وإلى كل من  
شاركتني هي ووقف إلى جنبي وهم كثر لا أستطيع حصرهم فله مني جزيل الشكر والتقدير ، ومن  
هؤلاء على وجه الخصوص .

- الاستاذ/ نائل سلام المشرقي - مدير عام المعهد الوطني للعلوم الادارية
- جميع زملائي في المعهد الوطني للعلوم الإدارية .
- الدكتور عبد الغني القطرري لما قدم لي من نصائح وتوجيهات وصبر أثناء إعداد هذه  
الاطروحة
- الدكتور/ فهمي الصلوي لما قدمه لي من تعاون في تذليل الكثير من الصعوبات في التحليل  
الاحصائي ، فله مني جزيل الشكر .
- كما يسرني أن اقدم جزيل الشكر وعظيم الامتنان للأستاذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة  
والحكم على ما أبدوه من ملاحظات قيمه ستسهم في إثراء الاطروحة  
وللجميع مني كل الاحترام والتقدير

## الباحث

## **ملخص الدراسة**

شهدت المصارف اليمنية خلال العشر السنوات الأخيرة توجهات حديثة نحو تبني أساليب الصيرفة الالكترونية بهدف تحسين خدماتها المصرفية وتقديم خدمات جديدة للعملاء، بغرض رفع حصتها في السوق المصرفية وإرضاء المعاملين معها، إلا أن الكثير من هذه المصارف، واجهت بعض الصعوبات في إرضاء عملائها وكسب ولائهم وإقناعهم بأهمية وجودة ما تقدمه من وسائل وأساليب مصرفية الكترونية، كما إن بعض المصارف اليمنية لم تتمكن من تطوير خدماتها المصرفية والتوجه نحو اتباع أساليب الصيرفة الالكترونية، مما أدى إلى انخفاض قدرتها على المنافسة في السوق المصرفية وتحول الكثير من عملائها للتعامل مع مصارف أخرى تتبع أساليب الصيرفة الالكترونية.

وتأتي أهمية هذه الدراسة للتعرف على مواقف واتجاهات عملاء المصارف اليمنية نحو ما تقوم به هذه المصارف من تطويرات تكنولوجية لأساليب عملها، وتجاه الأساليب التكنولوجية الحديثة التي من خلالها تقدم خدماتها المصرفية للعملاء،

وتهدف الدراسة إلى تحديد الأدوات المصرفية الالكترونية التي توفرها المصارف اليمنية، ومدى تقبل عملاء المصارف للخدمات المصرفية الالكترونية التي تقدمها المصارف اليمنية. بالإضافة إلى دراسة وتحليل تأثير التعاملات المصرفية الالكترونية على رضاء العملاء.

تعتمد الدراسة على المنهجين الوصفي التحليلي والوثائقي في عملية البحث والتحليل

حيث قام الباحث بالاطلاع على البيانات والمعلومات الجاهزة والمنشورة في الكتب والمجلات والدراسات العلمية للاستفادة منها على وجه الخصوص في الجانب النظري للدراسة.

وكذلك التعرف على اتجاهات عملاء المصارف اليمنية في مدينة تعز نحو استخدام أساليب الصيرفة الالكترونية، وذلك من خلال تصميم استبانة مخصصة لهذا الغرض.

كما استخدم الباحث النظام الإحصائي (SPSS) لتحليل المعلومات والبيانات التي حصل عليها من عملاء المصارف اليمنية عن طريق الإستبانة، من خلال المؤشرات التي أهمها النسب والمتوسطات الحسابية.

وقد استخدم الباحث الإستبانة كأداة للدراسة وتجميع المعلومات من عملاء المصارف اليمنية في مدينة تعز.

وتسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

١- التعرف على القنوات المصرفية الالكترونية التي توفرها المصارف اليمنية لعملائها.

٢- تحديد مدى تقبل عملاء المصارف للخدمات المصرفية الالكترونية التي تقدمها المصارف اليمنية.

٣- دراسة وتحليل تأثير التعاملات المصرفية الالكترونية على رضاء العملاء.

٤- تحديد الاتجاهات السلبية والايجابية نحو الخدمات المصرفية الالكترونية من منظور العملاء.

وقد اعتمدت الدراسة على عدد من المناهج البحثية وهي:

أ- المنهج الوثائقي :

حيث قام الباحث بالاطلاع على البيانات والمعلومات الجاهزة والمنشورة في الكتب والمجلات والدراسات العلمية للاستفادة منها على وجه الخصوص في الجانب النظري للدراسة.

ب- المنهج الوصفي:

حيث قام الباحث بالتعرف على اتجاهات عملاء المصارف اليمنية في مدينة تعز نحو استخدام أساليب الصيرفة الالكترونية، وذلك من خلال تصميم استبيانه مخصصة لهذا الغرض.

ج - منهج التحليل الإحصائي .

حيث استخدم الباحث النظام الإحصائي (SPSS) لتحليل المعلومات والبيانات التي حصل عليها من عملاء المصارف اليمنية عن طريق الإستبانة، من خلال المؤشرات التي أهمها النسب والمتوسطات الحسابية.

وقد استخدم الباحث الإستبانة كأداة للدراسة وتحصيل المعلومات من عملاء المصارف اليمنية في مدينة تعز، وقد اشتملت أداة الدراسة على أربعة محاور

أساسية مرتبطة بمشكلة الدراسة وفرضياتها وهي مخصصة لـأغراض معالجة  
أسئلة الدراسة والتأكد من مدى صدق الفرضيات الموضعية.

وقد اشتغلت الدراسة على أربعه فصول أساسية: يتعلق الأول بالجانب النهجي للدراسة،  
ويتناول الفصل الثاني الصيرفة الالكترونية. ويكون من أربعة مباحث تتناول واقع  
ومفهوم ومخاطر ومقومات الصيرفة الالكترونية. بينما يتناول الفصل الثالث أساليب  
وقنوات الصيرفة الالكترونية والعوامل المؤثرة في اتجاهات العملاء نحو أساليب  
الصيرفة الالكترونية. أما الفصل الرابع فيتعلق بالجانب التحليلي للدراسة ويتناول تحليل  
البيانات والمعلومات واختبار الفرضيات وتقرير النتائج.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات منها ما يلي:

- ١- أن هناك استخدماً واسعاً من قبل العملاء لوسائل الصيرفة الالكترونية  
المتوفرة في البنوك اليمنية العاملة في مدينة تعز،
- ٢- يشعر العملاء بالرضا التام والقبول لما تقدمه البنوك اليمنية العاملة في  
مدينة تعز من خدمات مصرفيه الكترونية.
- ٣- أظهرت الدراسة بأن العملاء يشعرون بالثقة والأمان والاعتمادية تجاه ما  
تقدمه لهم البنوك اليمنية من وسائل صيرفة الكترونية.
- ٤- أظهرت الدراسة وجود العديد من المشاكل والصعوبات التي تواجه العملاء  
عند محاولة استخدام وسائل الصيرفة الالكترونية في البنوك اليمنية، أهمها  
الانطفاءات الكهربائية المستمرة، وبطئ شبكة الانترنت، مع وجود العديد من  
الأعطال والتوقف في أجهزة البنوك.
- ٥- أظهرت الدراسة عدم وجود علاقة بين استخدام قنوات الصيرفة الالكترونية  
والخصائص الشخصية للعملاء (الجنس - العمر - الدخل الشهري - المؤهل  
العلمي - الوظيفة).

كما توصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات ملخصها:

- ١- زيادة الحملات التسويقية التي تقوم بها البنوك اليمنية بهدف رفع مستوى  
الوعي المصرفي لدى العملاء بقنوات الصيرفة الالكترونية والخدمات التي  
تقديم من خلالها.
- ٢- يوصي الباحث بإنشاء إدارة في كل بنك تسمى إدارة البحث والتطوير  
المصرفي الالكتروني تسعى لتطوير الخدمات المصرفيه الالكترونية

والاستفادة من كل جديد في هذا المجال لتقديم خدمات متقدمة وحديثة متواكبة مع ما يقدم في المصارف الأجنبية.

٣- أن تعمل الحكومة اليمنية لتشجيع التوسيع في استخدام الصيرفة الالكترونية عن طريق خفض تكاليف الاشتراك في الانترنت وتسريعه لإتاحه الفرصة أمام أكبر عدد من المواطنين ورجال الأعمال للدخول إلى شبكة الانترنت والاستفادة من خدمة البنوك لها

٤- ضرورة تفعيل موقع البنك على الشبكة العنكبوتية (الانترنت) حيث يتيح لكافة العملاء الوصول إليه والتصفح فيه في الوقت المطلوب وعلى مدار الساعة تلبى فيه جميع رغبات العملاء وأن يكون موقع تبادلي خدمي وليس مجرد موقع تعريفي.

٥- التوسيع في استخدام الائتمان الالكتروني، وتسهيل الحصول عليها وتشجيع التعامل بها واعطائها قوى نقدية في الدفع والسداد والمعاملات التجارية.

## قائمة المحتويات

الصفحة	الموضع
	<b>الفصل الأول: الجانب المنهجي للدارسة</b>
أ	الإهداء.....
ب	الشكر والتقدير.....
ج	الملخص.....
ح	قائمة المحتويات.....
١	الفصل الأول : الجانب المنهجي للدراسة.....
٢	مقدمة.....
٤	مشكلة الدراسة.....
٥	أهمية الدراسة.....
٦	أهداف البحث.....
٧	فرضيات البحث.....
٨	حدود الدراسة.....
٨	المنهجية الدراسية.....
٨	أداة الدراسة.....
٩	هيكل الدراسة.....
١٠	التعريفات الإجرائية.....
١١	الدراسات السابقة.....
٢٣	مميزات الدراسة ومعيقاتها.....

الفصل الثاني: الصيرورة الإلكترونية	الصفحة	
٢٥	المبحث الأول: المصادر اليمنية وطبيعة الخدمات المقدمة فيها.....	١-٢
٢٥	نبذه عن الجهاز المصرفي اليمني.....	١-١-٢
٢٧	هيكل الجهاز المصرفي اليمني.....	٢-١-٢
٢٨	القنوات المصرفية الإلكترونية في اليمن.....	٣-١-٢
٢٩	انتشار القنوات والخدمات الإلكترونية لدى البنوك اليمنية.....	٤-١-٢
٣٢	المبحث الثاني: مفهوم خصائص الصيرورة الإلكترونية.....	٢-٢
٣٢	تطور الصيرورة الإلكترونية.....	١-٢-٢
٣٨	مفهوم الصيرورة الإلكترونية.....	٢-٢-٢
٣٩	أنماط البنوك الإلكترونية.....	٣-٢-٢
٤٢	خصائص الصيرورة الإلكترونية.....	٤-٢-٢
٤٦	أسباب الاتجاه نحو الصيرورة الإلكترونية.....	٥-٢-٢
٤٨	مزايا البنوك الإلكترونية.....	٦-٢-٢
٥٢	عيوب الخدمات المصرفية الإلكترونية.....	٧-٢-٢
٥٤	المبحث الثالث: مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية.....	٣-٢

٥٤	مفهوم المخاطر وإدارتها.....	١-٣-٢
٥٤	مخاطر العمليات المصرفية الالكترونية.....	٢-٣-٢
٥٩	المبحث الرابع: مقومات وبيئة الصيرفة الالكترونية.....	٤-٢
٥٩	متطلبات البنك المركزي.....	١-٤-٢
٦١	عوامل نجاح البنوك الالكترونية.....	٢-٤-٢
٦١	العناصر الأساسية لبيئة الصيرفة الالكترونية.....	٣-٣-٢
٦٤	المتغيرات المؤثرة في تطوير بيئة الصيرفة الالكترونية.....	٤-٤-٢
٦٩	أثر العولمة على البيئة المصرفية الالكترونية.....	٥-٤-٢
٧٥	المبحث الخامس: المصارف العربية واستخدام الصيرفة الالكترونية.....	
٧٦	التحديات التي تواجه القطاع المصرفي العربي.....	١-٥-٢
٨٣	معوقات التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية.....	٢-٤-٢

### **الفصل الثالث: أسلوب وقناة الصيرفة الالكترونية**

٨٩	المبحث الاول: قنوات الصيرفة الالكترونية.....	١-٣
٨٩	تعريف القناة المصرفية.....	١-١-٣
٨٩	أنواع القنوات المصرفية الالكترونية.....	٢-١-٣
٩٠	خدمة الصراف الآلي.....	١-٢-١-٣
٩٢	خدمة الانترنت.....	٢-٢-١-٣
٩٤	خدمة الرسائل القصيرة.....	٣-٢-١-٣
٩٦	خدمة البنك الناطق.....	٤-٢-١-٣
٩٧	خدمة وسائل الدفع الالكترونية.....	٥-٢-١-٣
١٢٠	الخدمة عبر التلفون.....	٦-٢-١-٣
١٢٠	خدمة بنوك الشركات.....	٧-٢-١-٣
١٢٠	خدمة نقاط البيع.....	٨-٢-١-٣
١١١	خدمة البنك الجوال.....	٩-٢-١-٣
١٢٢	المبحث الثاني : التسويق المصري الالكتروني والعملاء.....	٢-٣
١٢٢	مقدمة.....	١-٢-٣
١٢٣	استراتيجية التسويق المصري الالكتروني.....	٢-٢-٣
١٢٤	مزايا التسويق المصري الالكتروني.....	٣-٢-٣
١٢٧	محددات التسويق المصري الالكتروني.....	٤-٢-٣
١٢٨	العوامل المؤثرة على اتجاهات العميل نحو أساليب الصيرفة الالكترونية.....	٥-٢-٣
١٣١	المبحث الثالث: التحديات والمشاكل القانونية بالبنوك الالكترونية.....	٣-٣
١٣١	مقدمة.....	١-٣-٣
١٣٢	التحديات القانونية في حقل البنوك الالكترونية.....	٢-٣-٣
١٣٣	تحديات التعاقدات المصرفية الالكترونية ومشكلات الاثبات.....	١-٢-٣-٣
١٣٨	أمن المعاملات والمعلومات المصرفية الالكترونية.....	٢-٢-٣-٣
١٤١	تحديات وسائل الدفع.....	٣-٢-٣-٣

١٤٢	تحديات الاعمال المرتبة والمعايير الإشرافية.....	٤-٢-٣-٣
١٤٥	التحديات الضريبية.....	٥-٢-٣-٣
١٤٨	المشكلات والحلول العملية في الأثبات المصرفي بالوسائل الالكترونية.....	٣-٣-٣
١٤٨	تحديد المشكلة.....	١-٣-٣-٣
١٥٢	اتجاهات الحلول والتدابير القانونية.....	٢-٣-٣-٣

## الفصل الرابع: الجانب التحليلي للدراسة

١٥٤	المبحث الاول: تقييم القنوات المصرفية الالكترونية مدينة تعز.....	١-٤
١٦١	المبحث الثاني: تحليل البيانات والمعلومات.....	٢-٤
١٦١	مجتمع الدراسة.....	١-٢-٤
١٦٢	عينة الدراسة.....	٢-٢-٤
١٦٣	ادارة الدراسة.....	٣-٢-٤
١٦٤	صدق ادارة الدراسة.....	٤-٢-٤
١٦٤	مصادر البيانات.....	٥-٢-٤
١٦٤	أسلوب تحليل البيانات.....	٦-٢-٤
١٦٥	المبحث الثالث: اختبار فرضيات الدراسة.....	٣-٤
١٨٣	استنتاجات الدراسة.....	
١٨٦	توصيات الدراسة.....	
١٨٩	قائمة المصادر والمراجع العربية.....	
١٩٧	قائمة المصادر والمراجع الاجنبية.....	
١٩٨	ملحقات البحث.....	

## الفصل الأول :

### الجانب المنهجي للدراسة

١-١ مقدمة:

٢-١ مشكله الدراسة:

٣-١ أهمية الدراسة:

٤-١ أهداف الدراسة:

٥-١ فرضيات الدراسة :

٦-١ - حدود الدراسة :

٧-١ المنهجية الدراسية:

٨-١ أداة الدراسة

٩-١ هيكل الدراسة:

١٠-١ التعريفات الإجرائية:

١١-١ الدراسات السابقة:

١٢-١ مميزات الدراسة ومعيقاتها



## الفصل الأول

### الجانب المنهجي للدراسة

#### ١-١ مقدمة:

لقد عرف الاقتصاد العالمي عده فترات انتقالية ، اتسمت كل فتره منها عن الأخرى بوسائل وأساليب وأفكار جديدة أدت إلى تميزها عن سابقاتها ، وقد شهد العالم منذ نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحالي تغيرات واسعة النطاق شملت العديد من مجالات الحياة الإنسانية وبنمو متسرع لتقنيات المعلومات والإعلام والاتصالات ، وقد كانت الصيرفة الإلكترونية كنتاج لهذه التطورات التي شهدتها الاقتصاد العالمي والتي ساهمت وبشكل فعال في تقديم خدمات عديدة ومتنوعة لعملاء البنوك الداخلية والخارجية على حد سواء ، وبتكليف منخفضة مختصرة لعامل الوقت والتكلفة .

إن القطاع المصرفي في عصرنا الراهن أصبح هو المسير لعجلة الاقتصاد في العالم بما يقوم به من عمليات التمويل والاستثمار وبما يتمتع به من قدرة على دعم وتنشيط التنمية الاقتصادية وتسييل عمليات الاستثمار والإنتاج الاقتصادي في مختلف دول العالم، وتسييل اندماج الاقتصاد الوطني في الاقتصاد العالمي عن طريق متابعة كل تطور تشهده دول العالم من ثوره متقدمه في العمل المصرفي .

إن الصيرفة الإلكترونية تعتبر أحد الأساليب المصرفية التي ظهرت حديثاً في مجال العمل المصرفي ، والتي أضحت محل جدل ونقاش من قبل القيادات المصرفية والعملاء في آن واحد في العديد من دول العالم ، وقد أخذت بهذا النمط الكثير إن لم نقل معظم المصارف والبيوت المالية في إتجاه العالم، وأصبحت محل قبول ورضا واستحسان من قبل عملاء هذه البنوك ، وأصبح استخدام الوسائل الإلكترونية في العمل المصرفي أمراً اعتيادياً في معظم البنوك في كثير من دول العالم.

إن البلدان النامية ومنها اليمن لا زالت متلقية لهذا النوع من التطورات و التقنيات، ولم تحاول أن تستفيد بالشكل المطلوب من هذه التطورات التقنية في مجال العمل المصرفي بهدف زيادة



منافستها في سوق العمل المصرفي وإرضاء عملائها، وتطوير أساليبها في تقديم خدمات ذات محتوى تقني متتطور للعملاء، والاستفادة من الأساليب والأدوات التي وفرتها لها ثورة الاتصالات لتطوير خدماتها المصرفية وتقديمها للعملاء في قالب مصرفي متميز وبجودة عالية، إن استخدام المصارف اليمنية لوسائل وأساليب الصيرفة الإلكترونية يمثل أكبر تحدي لهذه المصارف خلال السنوات القادمة ، وبخاصة في ظل تنامي موجة العولمة وتوقع دخول مصارف عالمية في مجال العمل المصرفي إلى السوق اليمنية تتميز بدرجة عالية من المهارة والتقنيات المصرفية الحديثة لأداء نشاطها المصرفي وخدمة عملائها بشكل تناصفي.

لقد ترتب على ثورة المعلومات والتطور المذهل في تكنولوجيا شبكات الاتصال أن أصبحت التقارير التقليدية (الورقية) تسنف وقتا طويلا لتوفيرها وتوصيلها لقطاع محدود من المستخدمين المعروفين ومن ثم أصبحت أكثر بعداً عن تحقيق خاصية التوقيت الملائم وأقل نفعاً للمستخدمين. هذا في الوقت الذي فرضت فيه البيئة الديناميكية السريعة في قطاع الإعمال على البنوك ضرورة تبني استراتيجيات متطرفة لتفعيل الخدمات المقدمة من قبلها يمكن أن توفر لها العديد من المزايا التنافسية.

فمن ناحية زاد بشكل مضطرب عدد مستخدمي شبكة الانترنت محليا وعاليما سواء من جانب المستخدمين العاديين أو منشآت الإعمال التي أنشأت لها موقع على الشبكة لنشر وتوزيع معلوماتها المتنوعة الكترونيا على قطاع واسع من المتصلين بالشبكة مما فرض وجود بنوك الكترونية وسيطه تقدم خدمات مصرفية الكترونية تخدم كلا من المستخدمين العاديين ومشآت الأعمال.

كما ساهمت تكنولوجيا المعلومات سرعة نقل البيانات لمدى كبير من المتصلين محليا وعالمياً بالشبكة بكفاءة عالية .

## ٢-١ مشكله الدراسة:

شهدت المصارف اليمنية خلال العشر السنوات الأخيرة توجهات حديثة نحو تبني أساليب الصيرفة الالكترونية بهدف تحسين خدماتها المصرفية وتقديم خدمات جديدة للعملاء بغض رفع حصتها في السوق المصرفية وإرضاء المتعاملين معها ، إلا أن الكثير من هذه المصارف واجهت بعض الصعوبات في إرضاء عملائها وكسب ولائهم وإقناعهم بأهمية وجودة ما تقدمه من وسائل وأساليب مصرفية الكترونية ، كما إن بعض المصارف اليمنية لم تتمكن من تطوير خدماتها المصرفية والتوجه نحو إتباع أساليب الصيرفة الالكترونية ، مما أدى إلى انخفاض قدرتها على المنافسة في السوق المصرفية وتحول الكثير من عملائها للتعامل مع مصارف أخرى تتبع أساليب الصيرفة الالكترونية ، و المشكلة الأساسية التي سيتم بحثها تمثل في عدم قدرة المصارف اليمنية في إقناع عملائها بالدور الايجابي الذي تؤديه أساليب الصيرفة الالكترونية في مجال العمل المصرفي وفي التغلب على المشكلات والصعوبات التي تواجه تطبيق أساليب الصيرفة الالكترونية من هذه المصارف. وفي تقديم الحلول الناجعة لهذه المشكلات . وبهدف توضيح أبعاد المشكلة فان الدراسة تطرح الأسئلة الآتية:

- ١- ما هي وسائل الدفع الالكترونية؟ وما مدى استخدامها من قبل العملاء في البنوك اليمنية؟
- ٢- ما مدى اعتماد العملاء على الوسائل الالكترونية في الحصول على الخدمات المصرفية؟ وما مدى ملائمة هذه الوسائل لاحتياجات العملاء؟
- ٣- ما مدى معرفة وإنما المعلماء لمضمون وسائل وأساليب الصيرفة الالكترونية المقدمة من قبل المصارف اليمنية ؟
- ٤- ما هو مستوى الرضا والقبول الذي تحضي بها وسائل الصيرفة الالكترونية من عملاء المصارف اليمنية؟
- ٥- ما مدى جودة وسائل الصيرفة المقدمة من قبل البنوك اليمنية؟
- ٦- ما هو حجم المخاطر والكلف التي تواجه العملاء عند استخدامهم وسائل الصيرفة الالكترونية؟
- ٧- ما هو مستوى الثقة والأمان الذي يشعر به العملاء تجاه ما تقدمه لهم البنوك اليمنية من خدمات مصرفية الكترونية؟

- ٨- ما هي أهم الفوائد التي يحصل عليها العملاء من استخدام وسائل الصيرفة الالكترونية؟
- ٩- ما هي أهم المشكلات التي تواجه العملاء عند حصولهم على الخدمات المصرفية الالكترونية؟
- ١٠- ما مدى التزام البنوك اليمنية بتقديم خدمات مصرفية الكترونية متقدمة؟

## **١-٣ أهمية الدراسة:**

تأتي أهمية هذه الدراسة للتعرف على مواقف واتجاهات عملاء المصارف اليمنية نحو ما تقوم به هذه المصارف من تطويرات تكنولوجية لأساليب عملها، وتجاه الأساليب التكنولوجيا الحديثة التي من خلالها تقدم خدماتها المصرفية للعملاء، وعلى الرغم من التطورات التي عرفتها وسائل الدفع الالكترونية في العالم خلال الحقب الزمنية الماضية وتوسيع نطاق استخدامها ليشمل العديد من مجالات التعامل التجاري، حيث أصبحت من وسائل الدفع التي تحظى بأهمية كبيرة في الوقت الراهن إلا أن اليمن بقيت حتى وقت قريب في منأى عن هذه المستجدات على الرغم أن الكثير من الدول العربية قد قطعت أشواطاً مهمة في هذا المجال.

وقد عملت المصارف على تحديث خدماتها المصرفية وإدخال أساليب مصرفية حديثة بهدف تطوير خدماتها المصرفية واجتذاب عدد أكبر من العملاء والاستحواذ على حصة أكبر من السوق المصرفية .

وبعد ذلك فقد انتشرت الخدمات المصرفية الالكترونية في الكثير من البنوك في مناطق كثيرة من العالم ، وتعد المصارف اليمنية من ضمن المصارف التي عملت على الأخذ بنظام الصيرفة الالكترونية بشكل أو باخر ، لكننا سنقف أمام سؤال ملح يمكن ان يطرح في هذا الصدد هو ما مدى تقبل عملاء المصارف اليمنية للأساليب الالكترونية الحديثة التي حاولت بعض المصارف اليمنية أن تدخلها في نظامها المصرفي ؟ وتكمن أهمية هذه الدراسة في محاولتها تسليط الضوء على هذا الموضوع، واستجلاء آراء العملاء تجاه ما تقدمها لهم هذه المصارف من خدمات مصرفية الكترونية ، وعن مدى استخدامهم لأدوات الصيرفة الالكترونية المتاحة في المصرف .

إن تبني نظام الصيرفة الالكترونية في اليمن سيؤدي إلى حدوث العديد من التغيرات الإيجابية على الاقتصاد بصفه عامه والنظام المالي في اليمن بصفه خاصة ، وسيجعله قادرًا على تلبية

تطلعات العملاء الذين يسعون دائمًا إلى الحصول على أفضل وأسرع الخدمات والتي لا يمكن تحقيقها إلا من خلال أساليب الصيرفة الإلكترونية.

وعليه فان هذه الدراسة سوف تحدد مدى رغبة العملاء في الاتجاه نحو الصيرفة الإلكترونية . ومدى استفادته من هذه الأدوات المقدمة مثل :- العمل على مدار ٢٤ ساعة يومياً لمدة (٧) أيام في الأسبوع وبدون توقف لتلبى إشباع رغبات العملاء للخدمة الذاتية لادارة أنشطتهم المالية من جهة وتحقيق إرباح إضافية للمصارف من جهة أخرى .

كما تظهر أهمية هذه الدراسة في أنها تهتم بتصنيف الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يستخدمها ويفضلها العملاء، بالإضافة إلى أنها تعالج موضوعاً مهماً وحديثاً في حقل تسويق الخدمات المصرفية في الجمهورية اليمنية لم يتم التطرق إليه كثيراً من قبل الباحثين اليمنيين.

#### ٤- أهداف الدراسة:

يمكن بيان أهداف الدراسة من خلال المضامين التالية:

- ١ - تحديد الأدوات المصرفية الإلكترونية التي توفرها المصارف اليمنية.
- ٢ - تحديد مدى مساهمة المصارف في زيادة الوعي المصرفي لدى العملاء بالأدوات الإلكترونية
- ٣ - تحديد مدى تقبل عملاء المصارف للخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها المصارف اليمنية.
- ٤ - دراسة وتحليل تأثير التعاملات المصرفية الإلكترونية على رضاء العملاء.
- ٥ - تحديد الاتجاهات السلبية والإيجابية نحو الخدمات المصرفية الإلكترونية من منظور العملاء.
- ٦ - مدى التعرف على توفر السرية والأمان للعملاء الذين يقومون باستخدام الصيرفة الإلكترونية.
- ٧ - وضع تصورات لاستشراف مستقبل الصيرفة الإلكترونية في اليمن في ظل الاعتبارات والتطورات العلمية والتكنولوجيا المتلاحقة عالمياً .

## ٥- فرضيات الدراسة :

١. لا يوجد استخدام واسع من قبل العملاء لوسائل الصيرفة الإلكترونية المتوفرة في البنوك اليمنية.
٢. لا يشعر العملاء بالرضا التام والقبول لما تقدمه البنوك اليمنية لعملائها من خدمات مصرفية الكترونية.
٣. لا يشعر العملاء بالثقة والأمان والاعتمادية تجاه ما تقدمه لهم البنوك اليمنية من وسائل صيرفة إلكترونية.
٤. لا تلتزم البنوك اليمنية بتوفير وسائل وأدوات صيرفة إلكترونية حديثة ومتقدمة تلبي طموحاتهم وتطلعاتهم للخدمات المصرفية الإلكترونية التي يجب أن تقدمها لهم البنوك اليمنية أسوة بما تقدمه البنوك العربية والعالمية.
٥. لا توجد جودة عالية لما تقدمه البنوك اليمنية لعملائها من خدمات مصرفية إلكترونية.
٦. لا يوجد معرفة وإلمام كافي لدى العملاء لما تقدمه البنوك اليمنية من خدمات مصرفية إلكترونية.
٧. لا يعتبر العملاء أن الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها البنوك اليمنية ذات تكاليف ومخاطر عالية.
٨. لا يشعر العملاء بوجود فوائد عالية يمكن أن يحصلوا عليها من استخدامهم لوسائل الصيرفة الإلكترونية.
٩. توجد العديد من المشاكل والصعوبات التي تواجه العملاء عند محاولة استخدام وسائل الصيرفة الإلكترونية.
١٠. لا توجد علاقة بين استخدام قنوات الصيرفة الإلكترونية والخصائص الديمغرافية للعملاء.(الجنس ، العمر ، الدخل الشهري ، المؤهل العلمي ، الوظيفة ) .

## ٦-١ - حدود الدراسة :

يتكون مجتمع الدراسة من جميع العملاء الذين يتعاملون مع المصارف اليمنية في مدينة تعز، ويعود السبب في اختيار مجتمع البحث للكثافة السكانية والمصرفية في هذه المدينة .

**الحدود الزمنية:** وتعبر عن الفترة الزمنية المستغرقة منذ البدء باستخدام أساليب الصيرفة الإلكترونية من قبل البنوك اليمنية، والمقدرة بعشر سنوات تقريباً.

**الحدود الموضوعية :** حيث تناول موضوع الدراسة الصيرفة الإلكترونية ومدى تطبيقها في المصارف اليمنية.

## ٧- المنهجية الدراسية:

تعتمد الدراسة على عدد من المناهج البحثية هي .

أ- المنهج الوثائقي حيث قام الباحث بالاطلاع على البيانات والمعلومات الجاهزة والمنشورة في الكتب والمجلات والدراسات العلمية للاستفادة منها على وجه الخصوص في الجانب النظري للدراسة.

ب- المنهج الوصفي . حيث قام الباحث بالتعرف على اتجاهات عملاء المصارف اليمنية في مدينة تعز نحو استخدام أساليب الصيرفة الإلكترونية، وذلك من خلال تصميم استبانة مخصصة لهذا الغرض.

ج - منهج التحليل الإحصائي . حيث استخدم الباحث النظام الإحصائي (SPSS) لتحليل المعلومات والبيانات التي حصل عليها من عملاء المصارف اليمنية عن طريق الاستبانة، من خلال المؤشرات التي أهمها النسب والمت渥سطات الحسابية .

## ٨- أداة الدراسة

استخدم الباحث الإستبانة كأداة للدراسة وتحصيل المعلومات من عملاء المصارف اليمنية في مدينة تعز ، وقد اشتغلت أداة الدراسة على أربعة محاور أساسية مرتبطة بمشكلة الدراسة وفرضياتها وهي مخصصة لإغراض معالجة أسئلة الدراسة والتأكد من مدى صدق الفرضيات الموضوعة.

## ٩-١ هيكل الدراسة:

تتضمن الدراسة أربعه فصول أساسيه:

### الفصل الأول: (الجانب المنهجي للدراسة).

حيث يتناول هذا الفصل الجانب المنهجي للدراسة، وفيه يتم عرض مشكلة الدراسة وأهميتها وأهدافها وفرضيتها ومنهجيتها والأداة المستخدمة في الدراسة والدراسات السابقة.

### الفصل الثاني: (الصيرفة الالكترونية). ويتكون من خمسة مباحث.

المبحث الأول: واقع المصادر اليمنية وطبيعة الخدمات المقدمة فيها.

المبحث الثاني: مفهوم وخصائص الصيرفة الالكترونية ويتناول الموضوعات الآتية:

١. مفهوم الصيرفة الالكترونية

٢. خصائص الصيرفة الالكترونية

٣. مزايا الصيرفة الالكترونية

٤. عيوب الصيرفة الالكترونية

المبحث الثالث: مخاطر الصيرفة الالكترونية

المبحث الرابع: مقومات الصيرفة الالكترونية

١. مقومات البنك الالكتروني.

٢. عوامل نجاح البنوك الالكترونية.

٣. واقع الصيرفة الالكترونية في الوطن العربي.

المبحث الخامس: المصادر العربية واستخدام الصيرفة الالكترونية

١. التحديات التي تواجه القطاع المصرفي العربي.

٢. معوقات التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية

### الفصل الثالث : أساليب وقنوات الصيرفة الالكترونية

حيث يتناول هذا الفصل ثلاثة مباحث هي :-

المبحث الأول: أنواع القنوات المصرفية الالكترونية.

المبحث الثاني :- سمات وأنواع العملاء.

المبحث الثالث:- العوامل المؤثرة على اتجاهات العميل نحو أساليب الصيرفة الإلكترونية.

#### **الفصل الرابع : الجانب التحليلي للبحث**

ويتكون من ثلاثة مباحث هم:

المبحث الأول: تقييم القنوات المصرفية الإلكترونية في مدينة تعز .

المبحث الثاني: تحليل البيانات والمعلومات.

المبحث الثالث : اختبار الفرضيات وتقرير النتائج .

الاستنتاجات والتوصيات .

#### **١- ١٠ التعريفات الإجرائية:**

١. الصيرفة الإلكترونية: تضم كافة العمليات أو النشاطات الذي يتيح للعميل الوصول إلى حساباته أو أي معلومات يريدها والحصول عليها من خلال الوسائل الإلكترونية والضوئية مثل: الهاتف، الحاسوب، والصراف الآلي، الإنترنت، التلفزيون الرقمي وغيرها. إلى جانب العمليات التي يقوم بها مصدر البطاقات الإلكترونية، وكافة المؤسسات التي تتعامل بالتحويلات النقدية الإلكترونية.

٢. البنوك: البنوك العاملة في الجمهورية اليمنية.

٣. العملاء: عملاء البنوك اليمنية في مدينة تعز.

٤. الصراف الآلي: هي الآلات التي يمكن نشرها بالأماكن المختلفة والمنتشرة سواء بالجدار أو بشكل مستقل وتكون متصلة بشبكة حاسب البنك ويمكن للعميل استخدامها بالبطاقة للاستفادة من خدماتها المختلفة.

٥. بنوك الإنترنت: والتي تتم من خلال الدخول على شبكة الإنترنت، والحصول على خدماتها المختلفة بواسطة رقم سري يمكنه من الدخول على حسابه وإجراء الاستعلام أو عمليات مالية أو الاشتراك في الواقع الأكاديمي.

٦. الرسائل القصيرة: وهي تقدم خدمة الرسائل المصرفية عبر الهاتف المحمول للحصول على كافة التفاصيل على حساباتهم وأرصدتها وحركاتها وأسعار الفوائد عبر جهاز الهاتف الجوال فور حدوثها أو حسب طلب العميل.

٧. **البنك الناطق:** وهي خدمة تتيح لك حرية اختيار وسيلة وصول معلومات البنك، أما عبر الصوت أو الفاكس أو البريد الإلكتروني.
٨. **خدمات التلفون:** وهي خدمة مصرافية تتيح للعميل من خلال التلفون عن طريق رقم سري الدخول إلى حسابه للاستعلام منه والخصم والتحويل منه للغير.
٩. **البطائق الإلكترونية:** هي بطائق تصدر من قبل البنوك لعملائها سواء مدينة أو دائنة حسب السقوف الممنوحة من البنك.
١٠. **خدمات بنوك الشركات:** وهي خدمة مصرافية إلكترونية ترب بين البنك والشركات للقيام بجميع أنشطتها الخارجية بدون العودة إلى مقر البنك.
١١. **نقاط البيع:** هي أجهزة تنتشر لدى المراكز التجارية والخدمية يمكن للعميل استخدام بطاقات بلاستيكية أو بطاقات ذكية للقيام بإيداع مدفوعاتهم من خلال الخصم على حسابه الإلكتروني من خلال تمرير هذه البطاقة داخل الأجهزة المتصلة إلكترونياً بحاسب البنك.
١٢. **البنك الجوال:** تقديم جميع الخدمات المصرافية على سيارة سواء كانت الخدمة المصرافية تقليدية أو إلكترونية.

## ١١-١ الدراسات السابقة:

١. دراسة (العبد اللات، ، ، ٢٠٠٧)<sup>(١)</sup> بعنوان "معيقات التوسع في الصيرفة الإلكترونية" حيث هدفت إلى التعرف على المعيقات التي تحول دون توسيع العملاء في الصيرفة الإلكترونية. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها.
  - أ- كانت نسبة من يستخدمون قناة الصراف الآلي (٨٥٪) من العينة، بينما باقي النسب كانت ، (٦.٨٪) نقاط البيع ، (٣.٩٪) الأنترنت الصيرفة عبر الهاتف.
  - ب- كانت وسيلة الإعلان الأهم التي تعرف بموجبها العملاء على القنوات الإلكترونية هي الإعلان عن طريق الفروع، مقابل ضعف دور باقي وسائل الإعلان الأخرى.
  - ت- بالنسبة لمعيقات التوسع في استخدام الصيرفة الإلكترونية من قبل العملاء كانت.
    - عدم توفر الأمان والسرية على استخدام القنوات الإلكترونية.

١- عبد الفتاح العبد اللات . (٢٠٠٧م)، معيقات التوسع في الصيرفة الإلكترونية، دراسة حالة على البنك الأردني، أطروحة دكتوراه غير منشورة، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، عمان، الأردن.

- صعوبة الاستخدام (مثل صعوبة اللغة أو عدم توفر النشرات الإرشادية).
- قلة الثقة في استخدام الصيرفة الإلكترونية والقاعة بالتعامل مع الفروع مباشرة.
- عدم توفر المهارات الالزمة لاستخدام الخدمة (مثل عدم المعرفة باستخدام الأنترنت)
- استخدام الصيرفة الإلكترونية ينطوي على تلاعب من قبل البنوك مثل (فرض عمولات أو رسوم إضافية)
- عدم توفر الأجهزة الالزمة لاستخدام القنوات الإلكترونية مثل (عدم توفر حاسوب).
- عدم المعرفة بهذه الخدمات الإلكترونية.
- زيادة الكلفة المترتبة على استخدام القنوات الإلكترونية بما فيها الأعباء المالية والإضافية مثل (الاشتراك في الأنترنت ، إجراء مكالمة هاتفية)
- وجود أعطال فنية تحول دون استخدام الصيرفة الإلكترونية وقت الحاجة.
- عدم المعرفة بفوائد القنوات الإلكترونية.
- وجود قيود على الخدمة (مثل تحديد سقف أعلى للسحب النقدي).
- ضعف تسويق الخدمات المصرفية من قبل البنك.
- وجود خدمات معرفية لا يمكن تقديمها من خلال القنوات الإلكترونية (مثل الاعتماد المستندي ، الكفالة ، تحصيل البوالص ).

ثـ. بالنسبة لمعيقات التوسع في استخدام الصيرفة الإلكترونية من قبل البنوك كانت معيقات تنظيمية ومعيقات مالية ، ومعيقات أخرى.

وقد أظهرت الدراسة بأن هناك العديد من المعيقات التنظيمية التي تحول دون توسيع البنوك في استخدام الصيرفة الإلكترونية أهمها:-

- عدم قناعة الإدارة بالجدوى الاقتصادية لتطبيق التكنولوجيا وبالذات الصيرفة الإلكترونية.
- عدم وجود معرفة بالمميزات والفوائد.
- عدم توفر روح الإبداع.
- عدم التوافق والإنسجام بينها وبين أنظمة العمل الموجودة بالبنك.
- عدم توفر سياسة متعلقة بالأمان والسرية.

- عدم توفر كادر بشري مدرب.

- عدم امتلاك بنية تكنولوجية تحتية.

كما أظهرت الدراسة بان هناك العديد من المعيقات المالية التي تحول دون توسيع البنوك في استخدام الصرفة الإلكترونية أهمها:-

- ارتفاع تكاليف الاستثمار المالي مثل ارتفاع شراء الأجهزة والصيانة والتدريب وغيرها.
- ارتفاع التكاليف الإدارية مثل إنشاء وحدة إدارية متخصصة.
- عدم تخصيص البنك مبلغ دوري لتجديد وتطوير الصيرفة الإلكترونية.

٢. دراسة (وادي، ٢٠٠٨)<sup>(١)</sup> بعنوان "أهمية ومزايا البنوك الإلكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات انتشارها "

هدفت هذه الدراسة على تحديد أهمية ومزايا البنوك الإلكترونية والمعلومات التي تواجه انتشارها في قطاع غزة وكانت أهم النتائج التي توصلت إليه هذه الدراسة هي أ- إن البنوك الإلكترونية ذات أهمية ووسيلة ناجحة لجذب العملاء وتقديم الخدمات التجارية الإلكترونية وبذلك تعتبر

- وسيلة جيدة وهامة لجذب العملاء

- وسيلة تنمية وتطوير للتجارة الإلكترونية في فلسطين.

- وسيلة للتعرف بالسلعة أو الخدمات

- وسيلة لتقديم الخدمة أو المنتج في أماكن وأسواق مختلفة.

- وسيلة للتتوسع في تقديم الخدمات بواسطة البنك

- وسيلة يقتصر تأثيرها على العملاء الذين يجيدون التعامل مع الانترنت

ب- هناك العديد من المزايا تعود على البنوك في حالة تقديم الخدمات إلكترونيا منها.

- أماكنية تقديم الخدمات على مدار الساعة.

- سهولة الدخول إلى الأسواق المحلية والعالمية.

- تحسين خدمات العملاء.

١ - رشدي عبد اللطيف وادي ، "أهمية ومزايا البنوك الإلكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات انتشارها" ، مجلة الجامعة الإسلامية غزة (سلسلة الدراسات الإسلامية) ، المجلد السادس عشر ، العدد الثاني ، يونيو ٢٠٠٨

- توفير الوقت والجهد.

- تقديم خدمات مصرفية جديدة.

- زيادة حجم التعاملات التجارية.

- تقليل التكاليف.

- جمع المعلومات عن المنافسين من خلال صفحات الانترنت.

- تقليل من فتح فروع جديدة للبنك.

- زيادة كفاءة أداء البنك

ج- أن استخدام القنوات المصرفية الالكترونية ساعدت على دعم الادارة العليا لدى البنوك في:

- التخطيط الجيد الاستخدام الانترنت في البنك

- تزويد العاملين بالتدريب والمهارات اللازمة.

- توفير الأجهزة والمعدات اللازمة لتشغيل الانترنت.

- الاهتمام بحل المشاكل التي تعيق استخدام الانترنت .

- توفير الأموال اللازمة .

د- أظهرت الدراسة الصعوبات التي تواجه البنوك الالكترونية ونجاحها في تقديم خدماتها

عبر الانترنت وكانت كالتالي:

- صعوبة التعامل مع اللغة الانجليزية لدى الكثير من المستخدمين العرب .

- عدم فهم إدارة البنك لأهمية الانترنت في تقديم الخدمات الالكترونية.

- نقص المهارات المطلوبة لدى العاملين باستخدام هذه التقنية.

- عدم تخصيص الميزانية اللازمة .

- عدم انتشار شبكة الانترنت لدى المستخدمين بشكل كافي

- نقص البنية الأساسية المطلوبة لتجهيز موقع الانترنت.

- قلة عدد مستخدمين الانترنت بسبب ارتفاع التكلفة في فلسطين.

- عدم الثقة في أساليب الدفع المستخدمة.

- عدم المعرفة بالحكم الشرعي للبنوك الالكترونية.

- عدم المعرفة بآلية الشراء عبر الانترنت .

- بطء شبكة الانترنت.

- ظروف الاحتلال وسيطرته الكثيرة على المعابر والحدود يعتبر تهديد رئيسي لمعظم التجار وشركات الأعمال.

- عدم توفر القوانين والتشريعات الالزامية للقيام بهذا النوع من التجارة.

٣. دراسة (قدومي، ٢٠٠٨)<sup>(١)</sup> بعنوان " العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الالكترونية دراسة تطبيقية على البنوك الالكترونية الأردنية" وقد توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:-

أ- لضمان انتشار الخدمات المصرفية الالكترونية لابد لهذه الخدمات أن تتمتع بعدة مزايا مثل

- سرعة الخدمات المصرفية الالكترونية وسهولة الحصول عليها.

- العمل على توفير المصارييف الإدارية وتخفيف كلفة الخدمات الالكترونية .

- توفر الخدمة على مدار الساعة بالنسبة للعميل .

ب- أكد ما نسبته ٩٢% من عينة الدراسة أن عدم انتشار نقاط البيع في الأردن بشكل واسع يعتبر من أهم معوقات الصيرفة الالكترونية .

ج- إن التعامل مع البنوك التقليدية يعتبر من وجه نظر أنسانية أفضل من التعامل مع الآلة خاصة في حالة وجود مشاكل وبنسبة استجابة بلغت ٨٦%.

ج- عدم وجودوعي لدى عملاء البنك بمفهوم الصيرفة الالكترونية.

د- عدم قيام البنك بدوره المطلوب منه في نشر وتسويق ثقافة المصارف الالكترونية بين عملائه.

هـ أظهرت الدراسة أن الصيرفة الالكترونية بحد ذاتها ذات كلفة متدنية ، إلا أن الخدمات المرتبطة معها تعتبر ذات كلفة مرتفعة .

و- تلعب الخصائص الشخصية للعملاء دوراً بارزاً في استخدام الصيرفة الالكترونية ، فالذكور أكثر استخداماً من الإناث في القنوات الصيرفة الالكترونية.

ز- عدم توفر قوانين وتشريعات واضحة لحماية المتعاملين بالخدمات المصرفية الالكترونية تعتبر من معوقات عدم إنتشار الصيرفة الالكترونية

<sup>١</sup> - ثائر عدنان قدومي "العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الالكترونية – دراسة تطبيقية على البنوك الالكترونية الأردنية" ، جامعة العلوم التطبيقية ، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية ، المجلد الحادي عشر، العدد الثاني ، ٢٠٠٨م ، عمان ، الأردن.

ح- أوضحت النتائج أن عناصر مخاطر الصيرفة الإلكترونية تركزت فقط حول عدم توفر قوانين وتشريعات واضحة لحماية التعاملات المصرفية الإلكترونية وبنسبة موافقه ٨٥.٧%.

ط- حددت الدراسة لضمان انتشار وإستخدام الصيرفة الإلكترونية من قبل عملاء البنوك إن توفر الشروط الآتية:-

- بنية تحتية متكاملة بين البنك والدولة.
- نشر الوعي بين العملاء بالخدمات المصرفية الإلكترونية.
- إعفاء الخدمات الإلكترونية من أي رسوم.
- تحديث وتطوير موقع البنك الإلكتروني بشكل مستمر.

وهذه النتائج حظيت بنسبة إستجابة أكثر من ٩٠٪ من عينة الدراسة.

ولقد خرجت هذه الدراسة بمجموعة من التوصيات لتطوير الخدمات المصرفية الإلكترونية منها:

- ضرورة قيام البنوك التجارية برصد مبالغ معينة بهدف تنفيذ حملة تثقيفية وتوعوية شاملة ومكثفة لعملائها لتسويق ونشر ثقافة الصيرفة الإلكترونية بينهم وتشجيعهم على إستخدامها.
- ضرورة قيام الحكومة باهتمام وبشكل فوري بوضع قوانين وتشريعات شاملة تحكم التعامل بالصيرفة الإلكترونية فيما يتعلق بالعلاقة التي تحكم البنك والعميل ، وتحديد مسؤوليات وواجبات كلاً من الأطراف المعنية بذلك.
- العمل على نشر نقاط البيع في المجال التجارية والمراكز التجارية والأنشطة الاقتصادية وتخفيف رسومها.
- على البنوك التجارية توفير خدمة الانترنت لعملائها دون أي رسوم أو برسوم مخفضة من خلال شبكة خاصة بها .
- توسيع نطاق استخدام أجهزة الصراف الآلي من قبل البنوك.

٤- دراسة ( الحكيمي ٢٠١٠<sup>(١)</sup> ) بعنوان اتجاهات عملاء البنوك اليمنية نحو الخدمات المعرفية الإلكترونية هدفت الدراسة ، تحديد الخدمات المصرفية الإلكترونية التي توفرها البنوك ومدى اهتمام العملاء بالخدمات المصرفية الإلكترونية وتأثير التعاملات المصرفية الإلكترونية على رضاء العملاء وتحليل اتجاهاتهم نحو هذه الخدمات.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى النتائج الآتية:-

- ١- أن العملاء يفضلون الخدمات الإلكترونية بنسبة (٩٠%) والرافضون للتعامل مع البنوك الإلكترونية بنسبة (١٠%).
- ٢- أثبتت عينة الدراسة أن هناك تفضيل للخدمات المصرفية حيث كان الصراف الآلي بنسبة (٣٤%)، وبطاقات الائتمان (١٩%)، الرسائل المصرفية بنسبة (٦%)، والبنك الناطق (٤%)، والانترنت المصرفية بنسبة (٢%).
- ٣- أن هناك اتجاهات إيجابية ومرتفعة لعملاء البنوك التجارية تجاه الخدمات المصرفية الإلكترونية والمدركة من قبل العملاء وفقاً لمستوى رضاهم وأهمها:-
  - تؤدي الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى سهولة حصول العميل على الخدمة.
  - الشعور بالثقة والأمان عند تعامله بالخدمات المصرفية الإلكترونية.
  - الشعور بالإرتياح للسرية والأمان التي توفرها الخدمات المصرفية الإلكترونية.
  - تؤدي الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى سرعة حصول العميل على الخدمة.
  - تؤدي الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى زيادة رضاء العميل عن البنك.
  - تؤدي الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى تحقيق الملائمة المكانية للعميل من خلال حصوله على الخدمات المصرفية في الوقت المناسب.
  - تؤدي الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى زيادة ثقة العملاء في البنك.
  - تؤدي الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى دقة الأداء في تقديم خدمات البنك إلى العميل.
  - تؤدي الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى زيادة ولاء العميل للبنك.

<sup>(١)</sup> ميثاق أحمد يوسف الحكيمي ، اتجاهات عملاء البنوك نحو الخدمات المصرفية الإلكترونية، بحث غير منشور، جامعة تعز، قسم العلوم المالية والمصرفية – تعز ، اليمن، ٢٠١٠م.

- رسوم الخدمات المصرفية الإلكترونية مناسبة تماماً.
- ٤- تشير نتائج الدراسة إلى وجود اتجاهات إيجابية نحو أثر استخدام الخدمات الإلكترونية على زيادة العملاء والذي يؤدي إلى قوة التنافس الإلكترونية بين البنوك التجارية اليمنية.
- ٥- تشير النتائج إلى أن عدم المعرفة المصرفية الإلكترونية يمثل العائق الأكبر الذي يحول دون استخدامها.
- ٦- دراسة (عرب ، ٢٠٠٦)<sup>(١)</sup> بعنوان "الدراسة الشاملة حول المصارف الإلكترونية - الفكرة وخيارات القبول والرفض" وهي عبارة عن دراسة شاملة للتعرف على عوامل نجاح وفشل المصارف الإلكترونية وعناصر نجاحها ومستلزمات نجاح المصارف الإلكترونية والتحديات القانونية وحلولها. وتوصل الباحث إلى النتائج الآتية:-
- ١- أن الخدمات المالية على الخط هي أساس فكرة البنوك الإلكترونية.
  - ٢- أن هناك ثلاث صور أساسية للبنوك الإلكترونية على الانترنت.
- الموقع المعلوماتي: وهو الحد الأدنى من النشاط الإلكتروني المصرفى، يقدم البنك معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية الإلكترونية فقط.
  - الموقع التفاعلي أو الاتصالى: وهو يسمح للبنك بنوع من التبادل الاتصالى مع عملائه كالبريد الإلكتروني وتعبئة طلبات أو نماذج على الخط أو تعديل معلومات القيود والحسابات.
  - الموقع التبادلى، وهو بان يمارس البنك خدماته وأنشطته في بيئه الكترونية متكاملة.
- ٣- حدد بان هناك متطلبات يجب أن تتوفر في البنك ليكون بنك إلكتروني هي .
- بنية تحتية ذات تقنية عالية تكون مرتبطة ببنية اتصالات وتقنية معلومات تحتية للدولة ومختلف القطاعات.

١- عرب، يونس "الدراسة الشاملة حول المصارف الإلكترونية - الفكرة وخيارات القبول والرفض" ، مجلة المصارف في الأردن، العدد الثالث ، المجلد الخامس والعشرون، ٢٠٠٦م ، عمان الأردن.

- توفر الكفاءة الأدائية المتفقة مع عصر التقنية بحيث تمتد إلى كافة الوظائف الفنية والمالية والتسويقية والقانونية والاستشارية والإدارية المتصلة بالنشاط البنكي الإلكتروني.
- التطوير والاستمرارية والتفاعلية مع المستجدات.
- التفاعل مع متغيرات الوسائل والاستراتيجية الفنية والإدارية والمالية.

و هذه التفاعلية يجب أن تكون مرتبطة مع الأفكار والنظريات الحديثة في حقول الأداء الفني والتسويقي والمالي والخدمي.

- الرقابة التقييمية الحياتية : وهو البحث عن جهات مشورة في تخصصات التقنية والتسويق والقانون والنشر الإلكتروني لتقدير فعالية وأداء مواقعها.

٤- أن هناك مجموعة من التحديات القانونية التي تقف عائق أمام استخدام المصارف الإلكترونية منها :-

- تحديات التعاقدات المصرفية الإلكترونية ومشكلات الإثبات.
- أمن المعاملات والمعلومات المصرفية الإلكترونية.
- تحديات وسائل الدفع .
- تحديات الأعمال المرتبطة والمعايير الإشرافية.
- التحديات الضريبية.

٥- خلص الباحث في دراسته إلى مجموع من التوصيات أهمها.

- ضرورة توفير الحماية الفاعلة لنشاط المصارف الإلكترونية.

- ضرورة توفير حزم متكاملة من التشريعات لمعالجة الأنشطة الإلكترونية.

٦- دراسة ( حميد الدين ، ٢٠١٠ )<sup>(١)</sup> بعنوان دراسة مشروعية وقانونية لوسائل الدفع الإلكترونية .

١- راجي قاسم حميد الدين، (٢٠١٠م) ، دراسة مشروعية وقانونية لوسائل الدفع الإلكترونية رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة مصر على موقع المركز الوطني للمعلومات . [www.yenet-nic.info](http://www.yenet-nic.info)

بدأ الباحث في توضيح علاقات وسائل الدفع الإلكترونية بالنقود، موضحاً ماهية النقود ونشأتها ومراحل تطورها، حيث وضح أن الوسائل الحديثة هي في حقيقتها وسائل أو أساليب لتقديم النقود ولا تعد نقوداً في حد ذاتها ثم تناول وسائل الدفع الإلكترونية بدراسة شرعية وقانونية، ومن حيث ماهيتها وخصائصها وطبيعته القانونية والحجية القانونية للدفع الإلكترونية.

تناول الباحث العمليات المصرفية الإلكترونية والتجارة الإلكترونية والبنوك الإلكترونية، والفرق بين نظم الدفع الإلكترونية ووسائله.

وتناولت الرسالة أهم وسائل الدفع الإلكترونية ودراسة تاريخية واقتصادية وشرعية لوسائل الدفع التقليدية المحلية والأجنبية.

كما وضع الباحث تكييفاً للقيمة الضامنة لهذه الأوراق على أنها وديعة لدى مصدرها، وهذا التكييف يضع حلّاً لمشكلة مشروعية هذه الأوراق من ناحية، ويضمن أداءها لكافة أدوارها الشرعية، ويضمن حقوق المعاملين بها من ناحية أخرى، ويمنع التلاعب بالنقود ومن قبل مصدرها من ناحية ثالثة.

كما تناولت الدراسة الخطوط العريضة للسياسة النقدية ومدى ملائمتها للأوضاع الشرعية، وما يحتاجه الاقتصاد الإسلامي من أدوات نقدية ومشروعية استخدام الأدوات النقدية التي تستخدمها السلطات النقدية في معظم دول العالم المعاصر.

ونبهت الرسالة إلى خطورة الدور الذي تقوم به النقود الائتمانية التي تصدرها البنوك التجارية عن طريق ما يسمى بتوليد الائتمان على النظام النقدي والنظام الاقتصادي بشكل عام وبحثت مدى مشروعية هذا التوليد ودور المنظومة النقدية المحلية في تلافي هذه المشكلة.

٧- دراسة (Sathy, Milind, ١٩٩٩)<sup>(١)</sup>عنوان: Adoption of internet banking by consumer: an Empirical investigation.

وهي دراسة تمت على عملاء البنوك الاسترالية، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل التي تؤثر على تبني عملاء البنوك الاسترالية لبنوك الإنترن特. ولقد اشتمل نموذج الدراسة على تحديد ستة عوائق هي: الأمان والسرية، سهولة الاستخدام الوعي والمعرفة بالخدمة وفوائدها. التكلفة، مقاومة التغيير لدى العملاء، وجود بنية تحتية لدى العملاء للحصول على الخدمة مثل توفر الأجهزة اللازمة للحصول والوصول للخدمة. وقد دلت

١ - البحث مأخوذ من الموقع الإلكتروني التالي: [electronic.comwww.banking](http://electronic.comwww.banking)

النتائج أن عدم توفر السرية والأمان، وعدم المعرفة والوعي بالخدمة وفوائدها كانت العوائق التي تحول دون عدم تبني عملاء البنوك الاسترالية لبنوك الإنترنت.

٨- دراسة (الجمل ، ٢٠٠١)<sup>(١)</sup> بعنوان: "تقييم جودة البنك الناطق المقدمة من العمل المصرفي من وجه نظر الزبائن، دراسة تطبيقية على البنك العربي". وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع جودة خدمة البنك الناطق، وعلى مدى تأثير العوام الشخصية في تقييم جودة الخدمات المقدمة. وقد توصلت الدراسة إلى أن الزبائن لديهم انطباع عال بخصوص جودة خدمات البنك الناطق، وأن الاختلاف في تقييم جودة الخدمات المقدمة من قبل البنك الناطق يعزى للتغيرات الشخصية.

٩- دراسة (Kolodinsky, 2001)<sup>(٢)</sup> بعنوان The Adoption of Electronic Banking Technologies by American Consumers.

وقد اجريت الدراسة في أمريكا على عملاء البنوك الأمريكية، حيث هدفت إلى معرفة العوامل التي تؤثر على تبني العملاء لأربعة قنوات من تكنولوجيا الصيرفة الإلكترونية وهي البنك الناطق، بنك الإنترنت، وسائل الدفع الإلكتروني، استخدام طرق تحويل الأموال الإلكترونية.

وقد توصلت الدراسة إلى أن الذكور يفضلون استخدام البنك الإلكترونية، وكذلك وسائل الدفع الإلكترونية، وأن الإناث يفضلون استخدام البنك الناطق أكثر من الذكور وأن المتغيرات الديمغرافية لها تأثير كبير في مدى الاستخدام فمثلاً: الدخل كان له تأثير كبير فأصحاب الدخول الكبيرة كان لديهم توسيع في استخدام الصيرفة الإلكترونية، ولم يكن للجنس أو الحالة الاجتماعية أو التعليم تأثير في التوسيع أو عدم التوسيع في الاستخدام. أما أهم المعوقات التي كانت تحول دون الاستخدام فهي: صعوبة إجراءات استخدام تلك القنوات الإلكترونية وعدم المعرفة بالمزايا التي يجنيها العميل من خلال استخدام تلك القنوات للحصول على الخدمات المصرفية المختلفة.

١ - المرجع السابق.

٢ - المرجع السابق.

١٠ - دراسة (Khalid, 2006):<sup>(١)</sup>

وهي دراسة عن رضا الزبائن عن بنوك الإنترنت حالة دراسية على موقع البنك العربي الإلكتروني وقد ركزت الدراسة على عدد من العوامل هي: دعم الزبائن، الأمان، سهولة الاستخدام، الخدمات والمنتجات الإلكترونية، الحركات والدفعات، محتوى المعلومات والابتكار. وقد أظهرت نتائج الدراسة ضعف رضا الزبائن عن البنوك الإلكترونية في جميع العوامل السابقة. وأوصلت الدراسة أنه يجب على المؤسسات العمل على تحسين رضا الزبائن من خلال تحسين معظم العوامل السابقة أو أيه وسائل أخرى تأخذ في الاعتبار سلوك الزبون، والانتباه إلى علاقة الإدارة بالزبون وبحوث السوق الإلكترونية واستخبارات السوق.

وخلصت الدراسة إلى أنه لا يوجد علاقة بين ديمografie البيانات ورضي الزبائن بسبب ارتفاع الأمية الحاسوبية بين الزبائن.

١ - المرجع السابق .

## ١٢- مميزات الدراسة وعيقاتها

### أ- تميز الدراسة .

تتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بالآتي:

- ١- ركزت هذه الدراسة على أتجاه عملاء المصارف اليمنية نحو استخدام الصيرفة الإلكترونية في مدينة تعز.
- ٢- تناولت الدراسة العوامل المؤثرة نحو أتجاه العملاء نحو استخدام الصيرفة الإلكترونية.
- ٣- تناولت الدراسة علاقة المتغيرات الدمغرافية وتأثيرها على العملاء نحو استخدام الصيرفة الإلكترونية في مدينة تعز.
- ٤- تناولا الدراسة الفروقات الجوهرية بين البنوك اليمنية في عدد القوات التي يملكونها كل بنك ، والخدمات التي تقدم من خلال تلك القوات .
- ٥- أظهرت الدراسة مدى تأثير حجم رأس المال الذي يملكونه كل بنك ومدى التوسع في استخدام الصيرفة الإلكترونية .
- ٦- حددت الدراسة مجموعة من التوصيات والمقترنات التي يجب التزام بها لتطوير الصيرفة الإلكترونية في مدينة تعز .
- ٧- استعرضت الدراسة هيكل الجهاز المصرفي اليمني حسب تاريخ التأسيس ورأس المال وملكية رأس المال وعدد الفروع وعدد الأجهزة الآلية .

### ب- عيقات الدراسة:-

- ١- عدم وجود بيانات تفصيلية من قبل البنك المركزي فيما يخص حجم الاستخدام لصيرفة الإلكترونية من حيث القوات المصرفية الإلكترونية المستخدمة، وعدد المستخدمين لهذه القوات في كل بنك.
- ٢- رفض بعض البنوك إعطاء بيانات تفصيلية عن عدد عملائهم المستخدمين لهذه القوات في مدينة تعز.
- ٣- رفض البنوك في تحديد كيفية منح السقوف للبطائق الإلكترونية .
- ٤- عدم التجاوب من قبل بعض البنوك في توضيح الكثير من الأسئلة المطروحة عليهم عن أوضاع الصيرفة الإلكترونية لديهم.
- ٥- عدم وجود تجاوب كافي من قبل بعض العملاء في إعطاء معلومات كافية عن مميزات الصيرفة الإلكترونية ، أو فيما يتعلق بالسؤال لماذا لا تفضل استخدام الصيرفة الإلكترونية.
- ٦- عدم وجود أهمية للبحث العلمي سواء كان من النخب المتعلمة أو المتعاملة مع البنوك.

## الفصل الثاني: الصيرفة الالكترونية

**المبحث الأول: المصارف اليمنية وطبيعة الخدمات المقدمة فيها**

**المبحث الثاني : مفهوم وخصائص الصيرفة الالكترونية.**

**الباحث الثالث: مخاطر العمليات المصرفية الالكترونية**

**المبحث الرابع : مقومات وبيئة الصيرفة الالكترونية**

**المبحث الخامس : المصارف العربية و استخدام الصيرفة الالكترونية**

## الفصل الثاني: الصيرفة الالكترونية

### المبحث الأول المصارف اليمنية وطبيعة الخدمات المقدمة فيها

#### ١-١-٢ أولاً: نبذة عن الجهاز المركزي اليمني:

يتسم الجهاز المركزي اليمني بالحدودية مقارنة بالمحيط الإقليمي لليمن ، حيث يضم الجهاز المركزي اليمني (١٨) بنك منها (١٣) بنك وطني وخمسة مصارف أجنبية . وتألف المصارف اليمنية من (٩) بنوك تجارية تقليدية و(٤) بنوك إسلامية .

وتعود البداية الأولى لنشأة البنوك اليمنية إلى نهاية حقبة السبعينيات من القرن الماضي عندما تم تأسيس البنك الأهلي اليمني في مدينة عدن، أما ما قبل هذه الحقبة فقد كانت البنوك العاملة في اليمن فروع لبنوك أجنبية.

وبعد قيام الثورة اليمنية في شمال الوطن واستقلال الجنوب تم تأسيس العديد من البنوك اليمنية وصل عددها إلى (١٨) بنكاً في عام ٢٠١٠ م.

لقد حقق القطاع المركزي اليمني زيادة ملحوظة في حجم الأصول والودائع خلال الفترة ١٩٦٢ م - ٢٠١٠ م بلغت (١٩٥١) مليار ريال في بداية يناير ٢٠١٠ م بحسب الميزانية المجمعية للبنوك اليمنية<sup>(١)</sup>.

وعلى الرغم من أن عدد المصارف اليمنية في الوقت الراهن قد بلغ ١٨ مصرفًا فإن فروعها المنتشرة فيسائر محافظات الجمهورية لا تزيد عن ٢٤٣ فرعاً، كما أنه لا يتعامل مع هذه البنوك سوى حوالي ٤.٥% من إجمالي عدد السكان<sup>(٢)</sup>، ويبيّن الجدول التالي عدد البنوك التجارية العاملة في اليمن حتى عام ٢٠١٠ م.

(١) نشره البنك المركزي اليمني ، العدد ١٣١ يناير ٢٠١١ .

(٢) احمد عبد الرحمن السماوي ، تجربة السياسة النقدية وإصلاح القطاع المركزي في الجمهورية اليمنية ، البنك المركزي ، صنعاء ٢٠٠٩ ص.٨.

## جدول (١) عدد المصادر العاملة في اليمن من عام ١٩٦٢م - ٢٠١٠م

السنة	١٩٦٢م	١٩٧٥م	١٩٨٠م	١٩٩٠م	٢٠٠٠م	٢٠٠٥م	٢٠١٠م
عدد المصادر	٢	٥	٧	٩	١٣	١٥	١٨

المصدر : الجدول من عمل الباحث من تقارير البنك المركزي

لقد شهدت المصادر العاملة في الجمهورية اليمنية خلال السنوات الماضية اتجاهها متزايداً لاستخدام أساليب مصرفية متطرفة ذات تقنية عالية، وإدخال أنظمه دفع حديثه، وتعزز أجهزة الصرف الآلية (ATMS) ونقاط البيع (POS) من أهم الأساليب الحديثة التي عملت البنوك اليمنية على إدخالها في نشاطها المصرفي، وقد عملت على توزيعها في العديد من فروعها في المدن التي تتواجد بها هذه المصادر . إلا أن هذا السعي لم يواكب التطور السريع في تكنولوجيا الدفع الإلكترونية ، ولم تحاول المصادر في اليمن من رصد المبالغ المطلوبة لهذه الخدمة الجديدة، مما جعلها غير قادرة على مواكبة تطلعات واحتياجات العملاء لهذه الخدمات الجديدة على الرغم من أهميتها للعملاء .

إن من يتبع التطور الحاصل في هيكل الجهاز المالي اليمني، وبحسب الجدول رقم (٢) وبالذات التغير الحاصل في أعداد البنوك التجارية وفروعها ورؤوس الأموال المدفوعة وأعداد الصرافات الآلية المتوفرة لكل بنك سيلاحظ الفروقات الحاصلة خلال الفترات الزمنية الماضية حتى عام ٢٠١٠م ، حيث نجد إن عدد هذه البنوك قد ازداد من بنكين فقط في شمال الوطن وجنوبه عام ١٩٦٢م إلى (١٨) بنك عام ٢٠١٠م.

أما عدد الفروع المصرفية لهذه البنوك فقد بلغت في نهاية عام ٢٠١٠م نحو ٢٤٣ فرعاً. وبالنسبة لرؤوس الأموال المدفوعة فمن الملاحظ أنها قد تفاوتت من بنك إلى آخر ، وقد كان أعلى البنوك امتلاكاً لرأس المال هو بنك التضامن الإسلامي الذي بلغ إجمالي رأس المال المدفوع نحو ٢٠ مليار ريال يمني، أما أقل رأس المال مدفوع فقد كان لبنك الكريمي وقد بلغ نحو مليار ريال يمني، ويوضح الجدول رقم (٢) هيكل الجهاز المالي اليمني ومستويات رؤوس الأموال المدفوعة وهيكل الملكية للبنوك العاملة في اليمن وأعداد الفروع وأجهزة الصرف الآلي المستخدمة فيها حتى عام ٢٠١٠م.

## جدول (٢) هيكل الجهاز المصرفي اليمني لعام ٢٠١٠ م

المرتبة	المصرف	تاريخ التأسيس	رأس المال المدفوع بالمليون ريال	ملكية رأس المال	عدد الفروع	عدد أجهزة الصراف الآلي
				الجهة	% النسبة	
١.	البنك اليمني للإنشاء والتعمير	١٩٦٢م	٩,٥٠٠	خاص عام	٤١	٤٩ ٥١
٢.	بنك الأهلي اليمني	١٩٦٩م	٩,٠٠٠	عام	٢٩	١٠٠
٣.	بنك التسليف التعاوني الزراعي	١٩٨٢م	٩,٠٠٠	عام خاص	٤٨	٩٩ ١
٤.	بنك اليمن الدولي	١٩٧٩م	٨,٠٠٠	خاص أجنبي	١٨	٨٥ ١٥
٥.	بنك اليمن والكويت	١٩٧٩م	٦,٠٠٠	خاص	١٠	١٠٠
٦.	البنك التجاري	١٩٩٣م	٦٩٠٠	خاص عام	١٤	٩٠ ١٠
٧.	البنك الإسلامي للتمويل والاستثمار	١٩٩٥م	٣٦٧٧٩	خاص أجنبي عام	٥	٧٣٥٥ ٢٢ ٤٠٥
٨.	بنك التضامن الإسلامي الدولي	١٩٩٦م	٢٠٠٠٠	خاص أجنبي	٢٢	٩٦٧ ٣٦٣
٩.	بنك سبا الإسلامي	١٩٩٧م	٧٦٤٧٣	خاص أجنبي	١٤	٨٥ ١٥
١٠.	بنك اليمن والخليج	٢٠٠١م	١٠٢٥٠	خاص أجنبي عام	٢	٧٧ ٢٢ ١
١١.	بنك اليمن والبحرين الشامل	٢٠٠٢م	٦٠٠٠	خاص أجنبي	١٠	٥٧ ٤٣
١٢.	البنك العربي	١٩٧٢م	٦٠٠٠	أجنبي	١٠	١٠٠
١٣.	كالبون بنك	١٩٧٥م	٦٠٠٠	أجنبي	٥	١٠٠
١٤.	يونايد بنك	١٩٧٢م	٦٠٠١٥	أجنبي	٣	١٠٠
١٥.	بنك قطر الوطني	٢٠٠٠م	٦٠٠٠	أجنبي	١	١٠٠
١٦.	مصرف الرافدين	١٩٨٢م	٦٠٢٦٨	أجنبي	١	١٠٠
١٧.	بنك الأمل للتمويل الأصغر	٢٠٠٨م	١٠٥٣٣	حكومي أجنبي خاص	٦	٤٥ ٣٥ ٢٠
١٨.	بنك الكريمي للتمويل الأصغر	٢٠١٠م	١٠٠٠	خاص	٤	١٠٠
						المجموع
٤١٠	٢٤٣					

المصدر: من عمل الباحث اعتماداً على تقارير مختلفة للبنك المركزي اليمني، ٢٠١٠-٢٠٠٠م

## ٢-١-٢ القنوات المصرفية الالكترونية في اليمن

أصبح استخدام أحدث التقنيات والابتكارات العلمية في مجال تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية واستخدامها في البنوك هي حجر الزاوية لزيادة الأرباح لدى غالبية البنوك في العالم. وقد حاولت البنوك اليمنية السعي لتقديم قنوات الكترونية حديثة ومتقدمة تحضي بقبول ورضى العملاء ، وعلى الرغم من إن العديد البنوك اليمنية قد عملت على إدخال العديد من القنوات المصرفية الالكترونية الجديدة ، لكنها لم تكن لترقى إلى ما هو معمول به في غالبية دول العالم ومنها دول الجوار الخليجية إلا من خلال الاسم فقط. ويوضح الجدولين ٣ و ٤ أهم القنوات المصرفية الالكترونية ومدى توفرها في البنوك اليمنية.

**جدول (٣) القنوات الالكترونية وعدد البنوك اليمنية التي تمتلك هذه القنوات**

البنك الجوال	نقاط البيع	خدمة بنوك الشركات	خدمة البطائق الالكترونية	خدمات التلفون	البنك الناطق	الرسائل قصيرة	بنك الانترنت	الصراف الآلي	القناة الالكترونية
١	٤	١	٩	٧	٨	٩	٨	١١	عدد البنوك التي تمتلك القناة

المصدر: الجدول من عمل الباحث من تقارير البنك المركزي

جدول (٤) الانتشار للقوطيات والخدمات التي تقدم من البنوك اليمنية

البنك	عدد الصراف الآلي	عدد الفروع	% نسبة الصراف للفروع	خدمة الانترنت	خدمة الرسائل القصيرة	البنك الناطق	خدمات التلفون	خدمة البطائق الالكترونية	موقع على الانترنت	خدمات بنوك الشركات	نقطات البيع	بنك جوال
البنك اليمني	-	٤١	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
البنك الأهلي	٧	٢٩	٢٤	-	-	-	-	-	✓	-	-	-
التسليف التعاوني	١٣٢	٤٨	٢٧٥	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
اليمن الدولي	٨٣	١٨	٤٦١	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
اليمن والكويت	١١	١٠	١١٠	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
التجاري	٥٣	١٤	٣٧٩	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
الإسلامي للتمويل	١	٥	٢٠	-	-	-	-	-	-	-	-	-
التضامن الدولي	٤٥	٢٢	٢٠٥	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
سبا الإسلامي	٤٠	١٤	٢٨٦	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
اليمن والخليج	٥	٢	٢٥٠	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
اليمن والبحرين	٢١	١٠	٢١٠	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
العربي	٢١	١٠	٢١٠	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
كاليون	-	٥	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
يونايتد بنك	-	٣	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
قطر الوطن	-	١	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
الرافدين	-	١	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

الجدول من عمل الباحث من تقارير البنك المركزي



و يتضح لنا من الجداول (٤,٣,٢) والتي تبين تاريخ تأسيس البنوك ورؤوس الأموال المدفوعة فيها وملكيتها وعدد الفروع في هذه البنوك وعدد الصرافات الآلية لديها والقوى الالكترونية المستخدمة فيها يتبيّن لنا ما يلي:

- ١- وجود فروقات كبيرة في عدد الصرافات الآلية كأهم قناة الكترونية بين البنوك اليمنية .
- ٢- إن أقدم بنكين في اليمن وهما: البنك اليمني للإنشاء والتعمير والبنك الأهلي اليمني والذين يدارا من قبل الحكومة لم يواكبَا هذا التطور التكنولوجي، مع العلم بأن كل منهما كان يمثل البنك المركزي في شمال الوطن وجنوبه في بداية نشأة الدولة اليمنية في الشطرين ، والذي كان من المفترض عليهما أن يقودا التطور التقني في البلاد.
- ٣- أن البنوك الأجنبية جميعها لم تحاول أن تنقل هذه التكنولوجيا من مراكزها الرئيسية إلى اليمن، مع العلم بأن البنك العربي يعتبر رائد لهذا التطور التكنولوجي في الأردن .
- ٤- وجود فروقات كبيرة بين البنوك العاملة في اليمن وامتلاكها لأجهزة الصراف الآلية، حيث تمتلك خمسة بنوك نسبة ٨٦% من عدد أجهزة الصراف الآلي وهي: بنك التسليف التعاوني الزراعي ، وبنك اليمن الدولي ، وبنك التجاري اليمني، وبنك التضامن الإسلامي ، وبنك سبا الإسلامي، مع العلم أن اثنين من هذه البنوك يمتلك ٥٢% من مجمل الصرافات الآلية هما: بنك التسليف الزراعي وبنك اليمن الدولي.
- ٥- إن بنك التضامن الإسلامي الدولي بحجم رأس ماله المدفوع مقارنه بالبنوك العاملة الأخرى التي لم تستطع أي منها أن تصل إلى نصف رأس المال لم يقدم من الصرافات الآلية والخدمات الالكترونية ما كان متوقعاً منه، مع العلم بأنه يدار من قبل أنجح مجموعة اقتصادية داخل البلد والمشهود لها إداريا .
- ٦- إن عدد الفروع لدى المصارف لم تؤثر على إدخال هذه الخدمة لعملاء هذه البنوك، وكان هذا التطور لا يعنيها ولا يهم عملائها مثل ( البنك اليمني للإنشاء والتعمير، والبنك الأهلي اليمني ، وبنك الإسلامي للتمويل ).
- ٧- تم استبعاد خمسة بنوك هم: البنك اليمني للإنشاء والتعمير لعدم وجود أي قنوات مصرفية إلكترونية لديه و البنك اليمني الإسلامي وبنك الكريمي وبنك الأمل لعدم قدرتها على استيفاء

رأس المال المطلوب من البنك المركزي ولجمه بارز، وبين كاليون الفرنسي الذي أعلن تصفية فرعه في اليمن.

٨- العدد المتوفّر من الصرافات الآلية لم توزع على فروع البنوك لدى كل من بنك التسليف الزراعي وبنك اليمن الدولي فعلى سبيل المثال في بنك التسليف في أمانة العاصمة لديها عدد ٤٥ صراف يمثل ٣٤٪ من إجمالي العدد الموجود لديها و النسبة الباقيه موزعة على بقية المحافظات اليمنية.

٩- يلاحظ من الجدول رقم (٤) أن هناك بنك واحد فقط يقدم خدمة بنوك الشركات التي تربط بين البنك والشركات عن طريق جهازين احدهما لدى البنك والأخرى لدى الشركة تستطيع بموجبة القيام بجميع أنشطتها الخارجية بدون العودة إلى مقر البنك وهو بنك التسليف الزراعي التعاوني.

١٠- هناك أربعه بنوك فقط تمارس نقاط البيع من ثمانية عشر بنك وهذه البنوك هي: بنك التسليف الزراعي، وبنك اليمن الدولي، وبنك اليمن والكويت، وبنك التجاري اليمني.

١١- من الملاحظ أن هناك بنك واحد فقط يمارس خدمة البنك الجوال وهو عبارة عن بنك منتقل تمارس فيه كل الخدمات البنكية التقليدية والالكترونية هو البنك التجاري اليمني.

١٢- هناك أربعة بنوك تمتلك ستة قنوات الكترونية من أصل تسعة قنوات الكترونية، وكذلك لديها انتشار جيد للصرافات الآلية والفروع، وهذه البنوك هي بنك التسليف الزراعي، وبنك اليمن الدولي، وبنك التجاري اليمني.

## المبحث الثاني

### مفهوم وخصائص الصيرفة الالكترونية.

#### ٢-١- تطور الصيرفة الالكترونية

يشهد العالم منذ سنوات توسيعاً وتطوراً ملحوظاً في مجال المعلومات والاتصالات المرتبطة بالأنشطة وال المجالات الاقتصادية على تنوعها، وأصبحت هذه المعلومات عنصراً مساعداً للتقدم والتطور في مجال التنمية الاقتصادية.

ويعد قطاع المصارف من ابرز القطاعات التي استفادت من ثورة المعلومات والاتصالات.

ويمكن تحديد مفهوم العمل المصرفي الالكتروني " بأنه يضم كل العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الوسائل الالكترونية مثل: الهاتف والحاسوب والصرف الآلي والانترنت وغيرها ، وكذلك العمليات التي تتم من خلال بطاقات الدفع والسداد الإلكترونية على أنواعها، وأيضاً المؤسسات التي تتعاطى التحويلات النقدية الالكترونية ، ومواقع القرض والشراء والبيع وتقديم سائر الخدمات المصرفية الالكترونية ولأدوات المالية على مختلف أنواعها، ومرافق التسوية والملاقة العادة إليه".<sup>(١)</sup>

وتعود نشأة الصيرفة الإلكترونية إلى بداية الثمانينيات تزامناً مع ظهور النقد الإلكتروني،

أما استخدام البطاقات فقد بدأ مع بداية القرن الماضي في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي ، وبطاقات معدنية تستعمل على مستوى البريد في الولايات المتحدة الأمريكية . وفي عام ١٩٥٨ أصدرت American Express أول بطاقة بلاستيكية لتنشر على نطاق واسع ، ثم قامت بعدها ثمانية بنوك بإصدار بطاقة "Bank Americard" عام ١٩٦٨ لتتحول إلى شبكة Visa العالمية، كما تم إصدار في نفس العام البطاقة الزرقاء Carte France "Bleue" من طرف ستة بنوك فرنسية . وفي عام ١٩٨٦ قامت اتصالات فرنسا Telecom " بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئة للبطاقات الذاكرة (Cartes à puce) ليصبح عام ١٩٩٢ كل البطاقات المصرفية بطاقات برغوثية (Cartes à mémoire)

(١) جوسروغ، العمل الالكتروني في المصارف بين الضرورات والمحاذير ، مجلة اتحاد المصارف العربية، بيروت، جمعية اتحاد المصارف العربية ، ٢٠٠٠ م ، ص ٢٠.

تحمل بيانات شخصية لحامليها<sup>(١)</sup>. أما بداية إنشاء شبكة الانترنت فكانت في ١٩٦٩/٦/٢ م والتي أنشأتها الحكومة الأمريكية أبان الحرب العالمية الباردة خوفاً من أي تدمير لأي مركز من مراكز الاتصال الحاسبي من ضربة صاروخية سوفيتية.

وفي أوائل السبعينيات ١٩٧٢ م عقد المؤتمر الدولي الأول لاتصالات الحاسوب وظهرت خدمة البريد الإلكتروني ثم أنظمت كلاً من بريطانيا ونرويج إلى عمل الشبكة لتصبح شبكة دولية بدلًا من كونها شبكة أمريكية<sup>(٢)</sup>.

وأنشأت مؤسسة العلوم الوطنية الأمريكية موقعًا لخدمة الباحثين والعلماء وتعد العمود الفقري لشبكة الانترنت الحالية ، وتم إنشاء شبكات خاصة لتقديم هذه الخدمات ، ومع بداية التسعينيات انتشرت الانترنت انتشاراً واسعاً عبر العالم<sup>(٣)</sup>.

وخلال منتصف التسعينيات ظهر أول بنك إلكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية يميز بين نوعين من البنوك كلاهما يستخدم تقنية الصيرفة الإلكترونية :

- البنوك الافتراضية (بنوك الانترنت) : "تحقق أرباحاً تصل إلى ستة أضعاف البنك العادي والبنوك الافتراضية تعمل بالكامل على الانترنت وهذا البنك هو الذي تقوم عليه العلاقات والمعاملات والصفقات فيه ليس من خلال لقاء مباشر وجه لوجه وإنما من خلال الوسائل الإلكترونية"<sup>(٤)</sup>.

- البنوك الأرضية : وهي البنوك التي تمارس الخدمات التقليدية وخدمات الصيرفة الإلكترونية .

وعومما يرجع ظهور وانتشار البنوك الإلكترونية إلى عاملين أساسيين :

- تسامي أهمية دور الوساطة بفعل تزايد حركة التدفقات النقدية والمالية إما في مجال التجارة أو مجال الاستثمار والناتجة عن عولمة الأسواق أو التجارة الإلكترونية، وهي

١) مفتاح صالح ، ومعارفي فريدة ، البنوك الإلكترونية ، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الخامس لجامعة فيلادلفيا بكلية العلوم الإدارية والمالية ، عمان-الأردن ص.٣.

٢ ) عبدالمك ردمان الدناني، الوظيفة الاعلامية لشبكة الانترنت ، دار الراتب الجامعية ، ٢٠٠١ ، ٢٨ص.

٣ Fuller , f.(2000) Getting started with electronic commerce. New York : Harcourt college publishers .

٤ ) السيد أحمد عبدالخالق ، الجديد من أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية ، الجزء الثاني ، الطبعة الاولى ،منشورات الحلبي الحقوقية ، ٢٠٠٢ ، ٤٨ص.

عبارة عن مجموعة مركبة من التكنولوجيات والبناء الأساسية والعمليات والمنتجات، وهي تجمع معاً صناعات كاملة وتطبيقات ضيقه ومنتجين ومستخدمين ومعلومات متبادلة ونشاطاً اقتصادياً داخل سوق عالمية تسمى الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنت).<sup>(١)</sup>

- تطور المعلوماتية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، أو ما يعرف "بالصدمة التكنولوجية" والتي كانت في كثير من الأحيان استجابة للعامل الأول<sup>(٢)</sup>.

- مع انطلاق الانترنت شهد العمل المصرفي الالكتروني نمواً متسارعاً غير وجه وطبيعة العمل المصرفي نتيجة خفض التكاليف والوقت والجهد وتقديم الخدمة المصرفية الالكترونية على مدار ٢٤ الساعه في اليوم وسبع أيام في الأسبوع ، بمعنى انه أصبح بإمكان العملاء الحصول على الخدمات المصرفية حتى في أيام العطل وهذا أمرأ لم يكن متوفراً في المصارف التقليدية ، وعليه فليس كل موقع لبنك على شبكة الانترنت يعني بنكاً الكترونياً .

وتعتبر الدول المتقدمة وفي مقدمتها الولايات المتحدة الاميريكية من الدول الرائدة في استخدام الصيرفة الالكترونية، وقد نما استخدام تكنولوجيا الصيرفة الالكترونية بشكل سريع ، فالدراسات تؤكد حصول ثورة في استخدام هذه التكنولوجيا المتطرفة ، ففي عام ١٩٩٩ م تبين أن ٨٥٪ من العملاء يجرون عمليات مالية عبر القنوات الالكترونية، وقد بلغ عدد العمليات المالية عن طريق جهاز الصراف الآلي نحو (٩٠٧) مليون عملية شهرياً ، وقد بلغت عدد العمليات المالية عبر نقاط البيع (٢٠٢) مليون عملية شهرياً ، كما انه يوجد ٧ مليون شخص يستخدمون الصيرفة الالكترونية<sup>(٣)</sup>

١ ) كاترين ردمان ، وأخرون ، التجارة الالكترونية العالمية ، ترجمة الشحات منصور ، مركز الاهرام للترجمة والنشر ، ط١ ، القاهرة ، ٢٠٠٣ ، ص ٩.

٢ ) رحيم حسين ، وهواري مراج ، الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصربنة المصارف الجزائرية ، مداخله مقدمة إلى ملتقى المنظومة المصرفية والتحولات الاقتصادية - واقع وتحديات ، جامعة حسينية بن بو علي ، الشافـ-الجزائر ، ٢٠٠٤ م، ص ٣١٧.

Kolodinsky,j.,Hogarth,j.m.,&shue , j .f.(2000) "the adoption of electronic ( ٣ banking technologies by American consumers", Emerald Group Publishing Limited.

بالإضافة إلى ذلك فإنه في أمريكا وأروبا ينظرون إلى الانترنت على أنه وسيلة لتخفيف كلفة الخدمات المصرفية ، وسيكون أهم وسيلة للتعامل مع الزبائن خلال العشرة سنين القادمة<sup>(١)</sup> وفي ظل وجود شبكة الانترنت وازدياد مستخدميها محلياً وعالمياً ، وفي ظل التطور الهائل في تقنيات الحوسبة والاتصال التي حققت تبادلاً سريعاً وشاملاً للمعلومات ضمن سياسة وخطوط الانسياب السلس للبيانات ومفهوم المعلومات على الخط ، وترافق ذلك مع استثمار الانترنت في ميدان النشاط التجاري الالكتروني ضمن مفاهيم الصيرفة الالكترونية والتجارة الالكترونية ، ومع تزايد الاعتماد على نظام الحوسبة في إدارة الأنشطة وازدياد القيمة الاقتصادية للمعلومات ككيان معنوي امسي هو المحدد الاستراتيجي للنجاح في قطاعات الأعمال والمالي والاستثمار المالي ، في ظل ذلك كله ، تطور مفهوم الخدمات المالية على الخطوة للتحول الفكرة من مجرد تنفيذ اعمال عبر خط خاص ومن خل برمجيات نظام كمبيوتر العميل ، ، الى بنك له وجود كامل على الشبكة ويحتوى موقعه كافة البرمجيات الازمة للأعمال المصرفية وفوق ذلك تطور مفهوم العمل المصرفي من أداء الخدمات المالية الخاصة بحسابات العميل الى القيام بخدمات المال والاستشارة المالية وخدمات الاستثمار والتجارة والإدارة المالية وغيرها .

ان البنوك الالكترونية ، وتعرف ايضاً ببنوك الانترنت أو بنوك ( الويب ) ( webbanking او internet banking ) برغم علاقاتها بالكمبيوتر الشخصي ، فإنها لم تأخذ كافة سماتها ومحتوها من مفهوم بنك الكمبيوتر الشخصي المتقدم الاشارة اليه ، فالبرمجيات التي تشغل البنك الالكتروني ليست موجودة في نظام كمبيوتر الزبون والفائدة من ذلك كبيرة فالبنك أو مزود البرمجيات ليس ملزماً بإرسال الإصدارات الجديدة والمتطرورة من البرمجيات للعميل كلما تم تطويرها ، ويمكن بفضل ذلك ايضاً أن يدخل العميل الى حساباته والى موقع البنك وخدماته من أي نظام آخر في أي مكان أو أي وقت وليس فقط من خلال كمبيوته الخاص كما هو الحال في فكرة البنك المنزلي .

١ ) علي النحلاة واخرون، التجارة الالكترونية والخدمات المصرفية والمالية عبر الانترنت ، بيروت ، اتحاد المصارف العربية ، ٢٠٠٠ ص ٢٢

كما أن "تعلم استخدام البرمجيات لم يعد متطلباً كالالتزام على بنك ، فالموقع يتيح ذلك والعديد من مواقع البرمجيات الشبيهة تقدم مثل هذا التعريف ، وفوق ذلك كله فإن البنك عبر الانترنت ، أو بنك الموقع يتيح مداخل للزبون باتجاه مواقع حلقة أو شبيهة أو مكملة لخدماته" (١) وبذلك فإن البنوك الالكترونية بمعناها الحديث ليست مجرد فرع لبنك قائم يقدم خدمات مالية وحسب ، بل هو موقعاً مالياً تجارياً إدارياً استشارياً شاملأ ، له وجود مستقل على الخط ، فإذا عجز البنك نفسه عن أداء خدمة ما من بين هذا الأطر كان الحل هو اللجوء الى الموقع المرتبطة التي يتم عادة التعاقد معها للقيام بخدمات عبر نفس موقع البنك ، بل أن أحد أهم التحديات المنافسة في ميدان البنوك الالكترونية أن مؤسسات مالية تقدم على الشبكة خدمات كانت حكراً على البنوك بمعناها التقليدي او بمعناها المقرر في تشريعات تنظيم العمل المصرفى ، وليس غريباً أن نجد مؤسسات تجارية أو مؤسسات تسويقية تمارس اعمال مصرفية بحثه نتجت عن قدراتها المتميزة على ادارة موقع مالي على الشبكة ، اصبحت بنكاً حقيقياً بالمعنى المعروف بعد أن كانت تعتمد – عبر خطوط مرتبطة بها على البنوك القائمة ، فبعض مواقع التسويق الالكتروني كمتاجر بيع الكتب ، اعتمدت على بنوك تجارية قبل انفاذ عمليات الدفع النقدي وتحويل الحسابات ، ووُجِدَت هذه الشركات نفسها بعد حين تمتلك وسائل الدفع النقدي التقلي و تستطيع انشاء قواعد حسابات بنكية خاصة بعملائها ، وتنحهم ضمن سياساتها التسويقية تسهيلات في الوفاء لسداد التزاماتهم نحوها ، ومن حيث لم تكن تزيد أمست مؤسسات تمارس اعمالاً مصرفية فتح حسابات ، ومنح الاعتماد ، وادارة الدفع النقدي ، ونقل الأموال ، واصدار بطاقات الائتمان والوفاء الخاصة ببيانها ، وغيرها .

من جهة أخرى ، خلق أمام المؤسسات التشريعية القائمة تحدياً كبيراً حول مدى سماح للمؤسسات غير المصرفية القيام بأعمال مصرفية ، وما اذا كانت قواعد الرقابة واجراءاتها المناظة عادة بمؤسسات الرقابة المصرفية كالبنوك المركزية نحوها ، تنطبق على هذه المؤسسات ، إلى جانب تحدي الزام هذه المؤسسات مراعاة المعايير والقواعد المقررة من جهات الاشراف المصرفى .

<sup>١</sup> - يونس عرب ، البنوك الالكترونية ، مجلة البنك في الأردن ، عمان ، جمعية البنك في الأردن ، ( ٢٠٠٠ م ) موقع على الانترنت [www.arablaw.org](http://www.arablaw.org)

عليه ، وفقاً لما تقدم فإن البنك الإلكتروني يشير إلى النظام الذي يتيح لزبون الوصول إلى حساباته أو أي معلومات يريدها والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية من خلال شبكة معلومات يرتبط بها جهاز الحاسوب الخاص به أو أية وسيلة أخرى .<sup>(١)</sup>

<sup>(١)</sup> مرجع سابق ، ص ٢ .

## ٢- ٢ مفهوم الصيرفة الإلكترونية

المقصود بالصيرفة الإلكترونية هو "قيام البنوك بإجراء العمليات المصرفية وتقديم الخدمات للعملاء من خلال الوسائل والقوى الإلكترونية، والتي تعد الانترنت من أهم أشكالها، حيث يتم تأسيس بنوك افتراضية تتشاءل لها مواقع إلكترونية على الانترنت لتقديم خدمات لها نفس خدمات موقع البنك التقليدي من سحب ودفع وتحويل دون انتقال العميل إليها".<sup>(١)</sup>

وبالتالي "يمكن للعميل أن يتصل بالبنك مباشرةً بالاشتراك العام عبر الانترنت وإجرائه لمختلف التعاملات على أساس أن يزود البنك جهاز الكمبيوتر الشخصي (pc) للعميل بحزمة البرمجيات الشخصية PME Personal Financial Management لقاء رسوم أو مجاناً مثل حزمة (Meca's Managing ) وحزمة (Ntuits Quiken) وحزمة (Microsoft's Money)<sup>(٢)</sup>".

وهناك تعريف آخر "يطلق على المصارف الإلكترونية بأنها مصارف القرن الواحد والعشرين ، وتمثل في تلك الوحدات الطرفية "TERMINALS" التي تقوم بتقديم الخدمات المصرفية من خلال استخدام الحسابات الآلية، حيث تعد هذه الوحدات (مادامت تبعد طرفيًا عن مبني المصرف) بمثابة منفذ "OUT LEST" أو فروع له"<sup>(٣)</sup>

١ ) السيد عبده ناجي (٤٠٠٤) ، الأساليب الإلكترونية في المصارف ، مجلة الدليل المصرفى اليمنى ، صنعاء ، الإصدار الثالث النخبة للعلاقات العامة والإعلان ، ص ٨١ .

٢ ) عرب يونس ، قانون الكمبيوتر ، ط١ ، بيروت ، جمعية اتحاد المصارف العربية ، ص ٩٣ .

٣ ) رضا صاحب أبو حمد آل علي ، إدارة المصارف مدخل تحليلي كمي معاصر ، ط١ ، دار الفكر للطباعة والنشر ، ٢٠٠٢ م ، ص ٢٧ .

### ٣-٢-٣- أنماط البنك الإلكترونية

هناك الكثير من المفاهيم والمستويات الخاطئة في تحديد المراد بالمصارف الإلكترونية فبعض المصارف انشأت موقعاً تعريفياً لخدماتها وفروعها واكتفت بذلك وطبعاً لا يدخل هذا ضمن مفهوم المصارف الإلكترونية ، وقد لوحظ أن بعض المصارف العربية صممت موقعها منذ فترة طويلة ولما تزال على ذات المحتوى ، دون تطوير لمواردها التعريفية ، وكان المراد هو مجرد الوجود على شبكة الانترنت وليس تقديم خدمة مالية كترونية متكاملة ، فإذا كان للبنك موقعاً على شبكة الانترنت فهذا لا يعني أنه مصرف الكتروني ، وسيظل معيار تحديد المصرف الإلكتروني مثار تساؤل في بيئتنا العربية إلى أن يتم ايجاد تشريعياً يحدد معيار منضبط في هذا الحقل (١) ووفقاً للدراسات العالمية وتحديداً دراسات جهات الاشراف والرقابة الأمريكية والأوروبية فإن هناك ثلاثة صور أساسية لأنماط موقع المصارف الإلكترونية على شبكة الانترنت وهي :-

#### ١. موقع المعلومات : informational

و هو المستوى الأساسي للبنوك الإلكترونية أو ما يمكن تسويته بصورة الحد الأدنى من النشاط الإلكتروني المصرفـي، ويقدم البنك من خلاله المعلومات حول برامجـه ومنتجـاته وخدمـاته المصرفـية . (٢)

ويشمل هذا نوعين من موقع المعلومات وهي : (٣)

أ- موقع المعلومات الأساسية : وهي التي لا توفر سوى المعلومات عن منتجـات وخدمـات المصارف المقدمة إلى زبائن المصرف والناس كافة .

ب- موقع المعلومات الإلكترونية : وهي المعلومات التي تمكن الزبائن من الاطلاع على المعلومات العامة عن المؤسسة المالية المعنية والخدمـات التي تقدمـها ومنتجـاتها ، إضافة إلى إمكانـية السؤـال عن الرصـيد ، ويجب أن تتحمل الشـركة صاحـبه المـوقع المسؤولـية القانونـية تجـاه الزـبائن في حالة عدم صـحة أي من المـعلومات المـعروـضة

<sup>١</sup> - معن ثابت العارف ، الصيرفة الإلكترونية – خدمة مالية تجاوزت حدود الزمان والمكان موقع على الانترنت ، ص ٦ [www.minshawi.com](http://www.minshawi.com) .

<sup>٢</sup> ) يونس عرب ( ٢٠٠٠ ) ، البنك الإلكتروني ، مجلة البنك في الأردن ، عمان ، جمعية البنك في الأردن ، موقع على الانترنت .

<sup>٣</sup> - معن ثابت ، المرجع السابق نفسه ، ص ٧ .

في الموقع من منتجات الشركة المسئولة القانونية اذا قام موقعها بدور في نشر فيروسات او اي نوع من البرامج التخريبية الى الحواسيب التي تتصل بالموقع .

يجب الا يكون هناك احتمال للولوج الى المعلومات المالية السرية للشركة او لربانها ، ويعتبر موقع معلومات البنك الالكتروني شكلاً من اشكال الدعاية الاعلامية للبنك ، ولا يمكن للبنك تقديم اي نوع من الخدمات .

## ٢. الموقع التفاعلي أو الاتصالي :<sup>(١)</sup> communicative

حيث يسمح الموقع بنوع ما من التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه كالبريد الالكتروني وتعبئة طلبات او نماذج على الخط او تعديل معلومات القيود والحسابات وطلب الحصول على القروض .

يسمح الموقع بنوع ما من التبادل الاتصالية بين البنك وعملائه كالبريد الالكتروني وتعبئة طلبات او نماذج على الخط او تعديل معلومات القيود والحسابات ويشمل هذا الموقع نوعين هما :-

أ- موقع المعلومات البسيطة : التي تسمح لعملائها البنك أن يتطلبوا خدمات متعددة ويطرحوا بعض الأسئلة عن أرصدة حساباتهم وما إلى ذلك ، دون السماح بأي مداولات على أرصدة حساباتهم .

ب- الموقع التفاعلي : وهو الذي يسمح بنوع ما من التبادل المعلوماتي بين البنك وعملائه بواسطة البريد الالكتروني مثلاً ، وتعبئة طلبات او نماذج على نحو مباشر على الخط او تعديل معلومات القيود والحسابات .

## ٣. الموقع التبادلي : Transactional

وهو المستوى الذي يمكن القول أن البنك يمارس خدماته وأنشطته في بيئة إلكترونية حيث تشمل هذه الصورة السماح للزبون بالوصول إلى حساباته وإدارتها وإجراء الدفعات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية وإجراء الحالات بين حساباته داخل البنك أو مع جهات خارجية ، ويعتبر هذا النوع هو الأكثر خطورة على الاطلاق ، حيث انه يمكن عميل المصرف من الدخول إلى أنظمة المعلومات الداخلية وتنفيذ العمليات المطلوبة.<sup>(٢)</sup>

<sup>١</sup>) معن ثابت ، المرجع السابق نفسه ص ٧.

<sup>٢</sup>) نادر الفرد قاحوش ، العمل المصرف في عبر الانترنت ، ط١ ، بيروت ، الدار العربية للعلوم ، ص ٣٨

ويشمل هذا الموقع نوعين هما :

أ- موقع المبادرات المتقدمة : وهي التي تسمح لزبائنهما بأن يحركوا حساباتهم الكترونياً ، وأن يدفعوا الفواتير ويقوم بكافة المداولات المصرفية مباشرة .

ب- الموقع التبادري : وهو الذي يتيح لزبائنه أمكانية إجراء التعاملات المالية التي تتضمن فحص الحسابات المالية ، وعمليات التحول المالية الكبرى التي تجرى لأحداث تجارية ، وذلك بشراء الخدمات التي تمكن الزبون من التعامل مع المؤسسة المالية لإجراء ما يناسب عمله وتتنوع الخدمات التي تقدمها الشركات المالية بتنوع العمليات التي سيقوم بها الزبائن ، ويجب على هذه الواقع أن تأخذ بعين الاعتبار النقاط التالية :-

- الحفاظ على سرية المعلومات الخاصة بالعملاء عند تبادل البيانات عن طريق موقع البنك الإلكتروني .
- الاستيقان ، ويهدف إلى التحقق من هوية العملاء الجدد ، واستيقان العملاء الموجودين الذين يحاولون استخدام خدمات البنك الإلكتروني .
- المسؤولية القانونية في حالة القيام بأي عملية مناقلة غير قانونية .
- التقليل من عمليات الاحتيال في حالة عدم التتحقق من هوية الشخص أو المؤسسة التي تحاول إنشاء حساب جديد أو فتح اعتماد عن طريق شبكة الانترنت وذلك بعد السماح لها بالقيام بذلك بعد الحصول على إثباتات معينة
- احتمال اختراق الأنظمة والقوانين الخاصة بحماية الخصوصية للعميل من قبل جهات معينة ، عند الشك في حالات غسيل الأموال أو تمويل المنظمات الإرهابية .
- يتحمل البنك المسؤولية القانونية عن الاعتفاق في تحويل دفعات مالية من العميل إلى طرف ثالث غير البنك كما هو محدد تماماً ، أو التأخير في التحويل أو حصول أي عملية قرضية على حساب العميل خلال عملية التحويل أو التخزين .

<sup>١</sup> - معن ثابت، مرجع سابق ، ص ٨ .

## ٤-٢-٤ خصائص الصيرفة الالكترونية:

تتسم البنوك الالكترونية بالعديد من الخصائص التي تميزها عن البنوك التقليدية ، ومن أهم هذه الخصائص ما يلي:

### ١. خفض التكاليف :

إن تكاليف تقديم الخدمة الالكترونية عادة ما تكون منخفضة التكاليف مقارنة بالصيرفة التقليدية ، ومن ثم فإن تقليل التكلفة وتحسين جودتها تعد من عوامل جذب العميل .  
ففي دراسة تقديرية خاصة بتكلفة الخدمات المقدمة عبر قنوات مختلفة تبين أن تكلفة تقديم خدمه كانت كالتالي:

**جدول (٥) تقدير تكلفة الخدمات عبر قنوات مختلفة**

تقدير التكلفة	قناة تقديم الخدمة
+ ٢٩٥ وحدة	خدمة عبر فرع البنك
+ ٥٦ وحدة	خدمة من خلال مراكز الاتصالات الهاتفية
+ ٤ وحدة	خدمة من خلال الانترنت
+ ١ وحدة	خدمة من خلال الصرافات الآلية

المصدر : عز الدين كامل أمين مصطفى ، المصرفية الالكترونية ، مقال منشور على الانترنت على

الموقع : [www.bank.org/arabic/period](http://www.bank.org/arabic/period)

وبالنظر إلى مضمون الجدول السابق يتضح لنا الفوارق الكبيرة في تكاليف الخدمات المصرفية وفقاً للقنوات المصرفية المتبعة في تقديم الخدمة من قبل البنوك. ويوضح لنا الجدول ان تكاليف الخدمة المصرفية عبر فروع البنك التجاري تصل إلى نحو ٢٩٥ وحدة نقدية، بينما تكاليف الخدمة نفسها والمقدمة من خلال مراكز الاتصالات الهاتفية تصل إلى ٥٦ وحدة نقدية ، أما تكاليف تقديم الخدمة عبر الانترنت فتصل إلى نحو ٤ وحدات نقدية ، أما تكاليف تقديم الخدمة المصرفية من خلال الصرافات الآلية فلم تزد عن وحدة نقدية واحدة ، وهو ما يدل بوضوح إلى أن تكلفة العمل المصرفي الالكتروني منخفضة بنسبة كبيرة بالمقارنة بتكلفة الحصول على الخدمات المصرفية عبر القنوات المصرفية التقليدية.

## ٢. انتفاء الحاجة إلى الوثائق الورقية للمعاملات:

إذ أن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي الخدمة المصرفية تتم الكترونياً دون الحاجة إلى استخدام أي أوراق أو شيكات تقليدية.<sup>(١)</sup>

## ٣. إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء:

من الخصائص المميزة للمصارف الإلكترونية قدرتها على الوصول إلى قاعدة عريضة من العملاء دون التقييد بمكان أو زمان معين ، كما تتيح لهم إمكانية طلب الخدمة في أي وقت طوال أيام الأسبوع، وهو ما يوفر الوقت والجهد والمال للعميل، إضافة إلى أن سرية المعاملات التي تتميز بها هذه البنوك تزيد من ثقة العملاء فيها، وتؤدي إلى زيادة رضاء العملاء.<sup>(٢)</sup>

## ٤. تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة :

تقديم البنوك الإلكترونية كافة الخدمات المصرفية التقليدية ، وإلى جانبها خدمات أكثر تطوراً عبر الانترنت تميزها عن الأداء التقليدي مثل:

- شكل بسيط من أشكال النشرات الإلكترونية الإعلانية عن الخدمات المصرفية
- إمداد العملاء بطريقه للتأكد من أرصدمتهم لدى المصرف .
- تقديم طريقه دفع الكترونية تسهل للعملاء سداد التزاماتهم المالية الكترونياً .
- تساعد العملاء على كيفية إدارة المحافظ المالية ( من أسهم وسنوات ).
- تطرح طريقه سهلة لتحويل الأموال بين حسابات العملاء المختلفة .
- تزيد من سرعة إنجاز الأعمال، وتزيد من القدرة على التواصل مع أكثر من جهة في الوقت نفسه .
- تقلل من زيارة الزبائن للبنك ، حيث يمكن تنفيذ الخدمة من داخل البيت .

١ ) ناظم محمد نوري الشمري و عبد الفتاح زهير العبدلات المصرفية الإلكترونية (ط ١) عمان ، دار وائل للنشر(٢٠٠٨) صـ ٣٤.

٢ ) مفتاح صالح ، ومعارفي فريدة ، البنوك الإلكترونية ، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الخامس لجامعة فيلادلفيا بكلية العلوم الإدارية والمالية ، عمان-الأردن صـ ٥.

## ٥. زيادة كفاءة البنوك الالكترونية :

مع اتساع شبكة الانترنت وسرعه انجاز الاعمال قياساً بالبنوك التقليدية أضحي سهلاً على العميل الاتصال بالبنك عبر الانترنت الذي يقوم بتنفيذ ما يريد في أجزاء صغيره من الدقيقة بأداء صحيح وبكفاءة عالية، أفضل مما لو انتقل العميل إلى مقر البنك شخصياً وقابل أحد موظفيه الذين عادة ما يكونون مشغلين عنه .<sup>(١)</sup>

## ٦. فتح المجال أمام البنوك الصغيرة :

تطورت أنشطه البنوك الصغيرة الحجم لتوسيع نشاطها عالمياً باستخدام شبكه الانترنت دون الحاجة إلى التفرع خارجياً ، وهو ما يؤدي إلى زيادة التكلفة و زيادة الاستثمار في الموارد البشرية وغيرها .

## ٧. إدارة العمليات المصرفية من أي موقع جغرافي:

يؤدي استخدام الأساليب المصرفية الالكترونية إلى توسيع قدرة إدارة العمليات المصرفية للبنوك عبر شبكة الانترنت والصرافات الالكترونية بكفاءة عالية ومن أي موقع جغرافي كان ، وبالتالي يستطيع البنك أن يختار أفضل الأماكن على مستوى العالم من حيث النظم الاقتصادية المشجعة أو الأوضاع السياسية المستقرة أو المعاملة الضريبية الأفضل ليمارس أعماله في بيئة مناسبة وينشرها في جميع أنحاء العالم .<sup>(٢)</sup>

## ٨. توفير خدمات الطبقات .

توفر البنوك الالكترونية خدمات متميزة لرجال الاعمال والعملاء ذوي المستوى المرموق على شكل بطاقات ائتمانية تسهل للعميل من استخدامها في أي مكان في العالم وبدون أن يحمل نقود ورقية قد تعرضه للخطر.

١ ) المرجع السابق نفسه ص ٦ .

٢ ) نظام الشمري و عبدالفتاح العبد اللات ، مرجع سابق ص ٤٣ .

## ٩. عدم إمكانية تحديد الهوية.

في الصيرفة الإلكترونية قد لا يرى طرفاً التعاملات الإلكترونية كل منهما الآخر، وهو ما تعالجه التكنولوجيا الحديثة بالعديد من وسائل التامين للتعرف على الهوية الإلكترونية.<sup>(١)</sup>

### ١٠ - سرعة تغير القواعد الحاكمة.

وذلك لمواكبه التطوير السريع في مجال المعاملات الإلكترونية، مما يحتاج إلى سرعة في صياغة التشريعات الالزامه لمواكبه هذا التطور السريع.<sup>(٢)</sup>

### ١١- سهولة الاتصال.

عبر شبكة الانترنت يستطيع البنك أن يصل إلى العملاء الحاليين والمرتقبين ، مما يزيد من فعالية الادارة لزيادة خدمة العملاء والموردين والموزعين.<sup>(٣)</sup>

١ ) المرجع السابق نفسه ص٦.

٢ ) المرجع السابق نفسه ص٤.

٣ ) نادية حبيب أيوب ، و الصفاء سيد محمد ، استخدام شبكة الانترنت في الاعلان الالكتروني ، مجلة الادارة العامة ، المجلد الأربعون ، العدد الرابع ، يناير ، ٢٠٠١ م ص٢٣.

## ٥-٢-٢ - أسباب الاتجاه نحو الصيرفة الإلكترونية

### ١- اشتداد المنافسة في صناعة الخدمات المصرفية .

إن المؤسسات المصرفية وغير المصرفية تتتسابق لاستحداث خدمات ومنتجات مالية كثيرة ومصرفية جديدة ، وتسعى دوماً هذه المؤسسات إلى إن تطور من نسبة زبائنها والمعاقدين معها لتحقيق أعلى ربح ممكن أو أعلى حصة سوقية ممكنة .

### ٢- تسارع التطور التقني في مجال أنظمة الاتصالات والأجهزة والبرمجيات.

لقد استطاعت البرمجيات والأدوات من معالجة المعاملات المالية والمصرفية بسرعة كبيرة وجودة عالية تسهل على المؤسسات الزيادة الكبيرة في حجم المعاملات المصرفية فيما لو أجريت حسب العمليات التقليدية.

### ٣- افتقار العديد من المؤسسات المالية والمصرفية للكادر .

يجب أن يمتلك الكادر الخبرة والعلم من الناحية التقنية وأداة المخاطر بالعمليات المصرفية الإلكترونية لكي يتمكن من معرفة وقياس حجم الأخطار ورسم الخطط البديلة ووضع الحلول المناسبة لها كوننا نتعامل مع سلعة مهمة جداً وهي الأموال وإن فقدت المؤسسة الكثير من أرباحها وقد يؤدي ذلك إلى الإفلاس .

### ٤- تزايد الاعتماد على التعاقد مع جهات خارجية بتقديم هذه الخدمات

في الآونة الأخيرة بدأت تظهر ظاهرة جديدة بحث المصارف عنها كمورد إضافي وهو التعاقد مع المؤسسات الخارجية وتأمين مجموعة من الخدمات إليها وبناء تحالفات معها بغية تسهيل الإجراءات المالية فيها مما يساعد هذه المؤسسات و يقدم أرباح إضافية لقاء الخدمات المقدمة من المصرف للمؤسسات المالية .

### ٥- تزايد الحاجة على المستوى الدولي :

نتيجة لوجود بنية تحتية عالمية مرنّة وقابلة للاستخدام من قبل المؤسسات سواء لعملياتها الداخلية أو الأطراف الخارجية ، هذا كلّه يكفل لهذه المؤسسات الوقت والتكلفة ويؤمن السلامة والأمان ويتوفر المعلومات والخدمات بشكل سريع .

## ٦- تزايد إمكانية حدوث احتيال مالي:

تحدث هذه الأمور عندما تغيب المعايير والمبادئ الفعالة ويكون لدينا ضعف في الرقابة وبكل الأحوال فإن الرقابة التقليدية صعبة التطبيق رغم دقتها، أما في الوقت الحاضر فإنه يوجد ضوابط ومعايير تحديد هوية المستخدم بشكل دقيق وتمكن حدوث هذه العمليات بنسبة أكبر واحتمالات أصغر.

## ٧- ظهور قضايا انتهاكات الخصوصية :

نتيجة لمحاولات السرقة والاختلاس التي يمكن أن تحدث عند سرقة دفتر الشيكات أو بطاقة الائتمان أو غيرها من العمليات الأخرى.

ولكل هذه الأسباب فإنه يمكن القول بشكل عام أن الأمور والعمليات التي يمكن أن تطبق على العمليات المصرفية التقليدية يمكن ان تطبق على العمليات المصرفية الإلكترونية وإن حجم التضخم الكبير في العمليات المصرفية التقليدية يتطلب كم هائل من المعالجات وإجراء مجموعة كبيرة من الحسابات والعمليات المصرفية التي تم اختصارها وتستخدم في أساليب الصيرفة الإلكترونية .

لأن البنك الإلكتروني يختصر تكلفة الموجودات المادية الفعلية للبنك (المقر والموظفين والمصروفات والفروع وغيرها) وتقديم خدمات شاملة بوقت قصير من عدد محدود من الموظفين مقابل تكاليف أقل .

## ٦-٢-٢ مزايا البنك الإلكتروني .

إن استخدام أساليب الصيرفة الإلكترونية يوفر العديد من المزايا لأطراف التعامل المصرفي للبنوك وعملائها وللاقتصاد الوطني على حد سواء .

### ٦-٢-٢-١ المزايا الحقيقة للاقتصاد الوطني .

تعتبر المصادر الإلكترونية مشروعًا مهمًا وإستراتيجياً بالنسبة للاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع ، وتساهم في معالجة مشاكل الاقتصاد الملحة ومن أهمها مشكلة الاندماج العالمي في مجال التجارة الإلكترونية ، ومشكلة الوفرة لتنمية القطاعات الاقتصادية ومشكلة الفقر وتحقق بذلك مجموعة من المزايا من أهمها :

١- سيدعم الدولة في تحقيق الحكومة الإلكترونية والدخول إلى عالم التجارة الإلكترونية عن طريق المصادر الإلكترونية وخلق وسائل الدفع الإلكترونية التي يقبل التعامل بها فقط ، و الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية<sup>(١)</sup>

٢- أن المصادر اليمنية تعاني من قلة الموارد وعدم قدرتها على تمويل تنمية القطاعات الاقتصادية لاعتماد مواردها على الودائع بصورة أساسية ، فإن مشروع المصادر الإلكترونية سيجعل المصادر قادرة على خلق وابتكار وسائل دفع حديثه تلبى حاجة المجتمع و يجعلها الوسيط لتسوية المعاملات وبالتالي تحول المصادر المستودع لقدرات المجتمع المالية لعدم الحاجة للسحب النقدي من المصارييف بشكل كبير والتحول للاستخدام وسائل الدفع الحديثة مما يحقق الوفرة التمويلية لمساهمة في أحداث التنمية الاقتصادية وزيادة القدرة الإدخارية في المجتمع.

٣- تحويل المجتمع من مجتمع نقد يستخدم النقد في تسوية معاملاته ، لمجتمع يستخدم وسائل الدفع الحديثة.

٤- تخفيض معدل تداول العملة الورقية لتقليل تكلفة طباعتها وتقليل أثارها الصحية في نقل الامراض.

٥- الاسهام في جذب الاستثمارات الأجنبية في القطاع المصرفي.

٦- المحافظة على النقد داخل الجهاز المالي وحماية النقود من التلف بقله تداولها والسيطرة على مشكلة تزوير العملات.

١ ) عبدالله الخولاني ، دور قانون أنظمة الدفع والعمليات المالية والمصرفية في تعزيز البنك الإلكتروني ، صحيفة الثورة ، الملحق الاقتصادي ، العدد ١٥٤٧٦ ، صادر بتاريخ ٢٧/٣/٢٠٠٧ م ، ص ٤ .

## ٦-٢-٢ المزايا الحقيقة للبنوك.

تحقق الصيرفة الالكترونية العديد من المزايا للبنوك المستخدمة لها من أهمها ما يلي :

١. تخفيض العديد من بنود التكاليف التي تقع على عاتق البنك، حيث يخفف من أعباء فتح فروع جديدة في أماكن مختلفة داخل وخارج الدولة .
  ٢. حرية الاختيار: حيث تزود الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات والخدمات وأسعارها
  ٣. تلقائية التعامل: فلا حاجة لوجود علاقة عمل مسبقاً لإجراء حركة تجارية وبعد تعامل جديد بين البنك والعميل .
  ٤. التكامل مع العميل: فالانترنت يوفر خدمة التوصيل للمنازل إلى جانب كونها سوقاً تجارياً متكاملة .<sup>(٢)</sup>
  ٥. استمرار وجود المعلومات طول اليوم أمام أي شخص يستخدم الانترنت مع إمكانية إدخال أي تعديلات في الحسابات بسهولة وسرعة .
  ٦. يحقق البنك العديد من المزايا الإضافية باستخدام شبكة الانترنت منها <sup>(٣):</sup>
- أـ انخفاض تكلفة أداء الخدمات المصرفية باستخدام الوسائل الالكترونية عن باقي القنوات ، كما يبين في الجدول التالي:

جدول (٦) تكلفة الحصول على الخدمة المصرفية عبر القنوات الالكترونية والفروع

الفروع	الهاتف	الصرف إلى	الانترنت	القناة المصرفية
١٠٠٦	٠٩٤٠	٠٩١٧	٠٩٠٩	تكلفة الخدمة ٤٤

المصدر : داود ، بول ، تفهم أثار الثورة المصرفية العالمية ، مؤتمر الأكاديمية العربية العاشر بعنوان (تقديم المنتجات والخدمات المصرفية أمام تحديات القرن الواحد والعشرين ) الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية ، عمان – الأردن ، ٢٠٠٠ م ص ٤٠.

١ ) رشدي عبد النطيف داود ، البنوك الالكترونية في قطاع غزة ، مجلة الجامعة الإسلامية غزه (سلسلة الدراسات الإسلامية) المجلد السادس عشر، العدد الثاني يونيو ٢٠٠٨ ص ٦.

٢ ) عبد الهادي عبد القادر السيوسي ، التجارة الخارجية ، القاهرة ، ، بدون دار نشر ، طبعه يناير ٢٠٠١

٣ ) ناظم محمد نوري الشمري ، عبد الفتاح زهير العبدلات / مرجع سابق، ص ٤٠.

بـ- تعدد وسائل الدخول إلى الحسابات المصرفية: فمن الممكن لمستعمل الهاتف الجوال القدرة على الدخول على الشبكة، أو عن طريق مشاهدة التلفاز الرقم بالمنزل أو المكتب أو غيرها، مما ساعد على الازدياد المطرد لاستخدام خدمات الصيرفة الالكترونية.

ج - يفضل الكثير من العملاء إتمام عملياتهم المصرفية عبر أساليب الصيرفة الالكترونية من المنزل أو المكتب أو أي مكان بدلاً من مشاكل النقل والزحام داخل المدن عموماً.

د- تناقص ربحية العمليات المصرفية التقليدية، وهذا التناقص في ربحية البنوك يعود لعدة أسباب من أهمها:-

- انفتاح العديد من عملاء البنوك على الأسواق المالية العالمية، مما يمكنهم من القيام بعدد من عمليات الوساطة التي كانوا يلجأون إلى البنوك للقيام بها .

- تقليل الفارق بين الفائدة المدينة والدائنة، إن زيادة النفقات والتكاليف للبنوك نتيجة الموجات التضخمية ، قد ساعد على الاستثمار في الخدمات المصرفية الالكترونية .

هـ- استخدام البطاقات الذكية بدلاً عن البطاقات المغنة لمكافحة عمليات النصب والاحتيال، وذلك عن طريق استخدام الإمضاء الإلكتروني، وبالتالي يسهل القيام بالأعمال عبر الانترنت.

و- مواجهة المنافسة العالمية. وذلك في ظل مقررات منظمة التجارة العالمية وتحرير الخدمات المالية، واتجاه البنوك المتقدمة نحو تقديم خدماتها عبر القنوات الالكترونية ، وهو ما سهل للبنوك الصغيرة الدخول في منافسة البنوك الكبيرة.

ز- استقطاب رؤوس الأموال الخارجية . إذ أن الصيرفة الالكترونية تساعده على زيادة استقطاب رؤوس الأموال الأجنبية والترويج لاستثماراتها مما يعظم فرص ربحيتها . ولقد "استطاع بنك (Nordea) في فنلندا وهو من البنوك الرائدة في تقديم الخدمات المصرفية عبر الانترنت من زيادة إرباحه من (١٠٨) مليار عام ١٩٩٩م إلى (٢٠٢) مليار عام ٢٠٠٠م. وقام بتقليل الفروع إلى (٤٠٠) فرعاً بعد أن كانت (٨٠٠) فرعاً".<sup>(١)</sup>

(١) حافظ كامل الغندور. محاور التحديات الفعالة في المصارف العربية ما بعد الحادثة ، بيروت ، جمعية اتحاد المصارف العربية، ٢٠٠٣م ص ٦٠.

### ٣-٦-٢-٢ المزايا التي تتحققها للعميل .

مثلاً ما تتحقق الصيرفة الالكترونية فوائد البنوك فهي أيضاً تحقق العديد من المزايا والفوائد للعملاء من أهمها ما يلي:

- ١ - تتحقق لفرد درجة عالية من الراحة بدلاً عن الذهاب إلى مقر البنك والانتظار في طابور للوصول إلى الخدمة المطلوبة وبالتالي توفير الوقت والجهد .
- ٢ - تتحقق سريه الحسابات التي يرغب فيها عدد كبير من العملاء لتسوية حساباتهم وانشطتهم المالية عبر الانترنت.
- ٣ - تتحقق لمستخدم الدفع الالكتروني مزايا عديدة أهمها سهولة ويسر الاستخدام ، كما تمنحه الأمان بدل حمل النقود الورقية وتفادي السرقة والضياع، كما تمنحه فرصه الحصول على الائتمان المجاني لفترات محدده ، كذلك تمكنه من إتمام صفقات فوريه بمجرد استخدام احد أساليب الصيرفة الالكترونية .
- ٤ - تمنح العميل الفرصة للاختيار بين الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك ، كما تمنحه فرصة للاختيار بين مقدمي هذه الخدمات وبأقل التكاليف .
- ٥ - "توفر خدمات متميزة لرجال الأعمال والعملاء ذوي المستوى المرموق مثل خدمات ساما با الماسية والذهبية المقدمة لفئة محددة من العملاء على شكل بطاقات ائتمانية وبخصم خاص يمكن العميل من استخدامها في أكثر من ١٨ مليون خدمة في أكبر الأماكن ، بالإضافة إلى كثير من الخدمات الخاصة الأخرى "(١)"

(١) نهلة أحمد قنديل، التجارة الالكترونية، بدون دار نشر، القاهرة ، ٢٠٠٤ ص ٨٦.

## ٧-٢-٢ : عيوب الخدمات المصرفية الالكترونية

على الرغم من وجود الكثير من المزايا التي تتحققها الصيرفة الالكترونية للبنوك والعملاء على حد سواء ، لكن مع ذلك فان هناك بعض العيوب التي تصاحب تقديم الخدمات الالكترونية للعملاء، ومن أهم العيوب التي تصاحب العمليات المصرفية الالكترونية مايلي:

- ١ - الخوف من عدم توفر الأمان والسرية لدى بعض العملاء.
- ٢ - عدم وجود الوعي والمعرفة الكافية لدى الغالبية من عملاء البنوك للفوائد والمزايا التي تقدمها القنوات المصرفية الالكترونية، وما تقدمه من توفير وقت وجهد للمستخدم لهذه القنوات المصرفية الالكترونية.
- ٣ - عدم وجود بنية تكنولوجية تحتية مناسبة تساعد على إنجاح الصيرفة الالكترونية وخاصة في الدول النامية .
- ٤ - ارتفاع تكاليف الاستثمار المالي في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.
- ٥ - عدم وجود تشريعات حكومية كافية لتنظيم هذه الأعمال وحمايتها وضمان حريتها في كثير من الدول النامية وبخاصة في اليمن .
- ٦ - "عدم وجود كوادر مؤهلة للقيام بهذه الأعمال بصورة احترافية لزيادة إقبال العملاء على استخدام القنوات المصرفية الالكترونية ، وندرة الموظفين القادرين على التعامل مع النظم الحديثة الإدارية التجارة الالكترونية".<sup>(١)</sup>
- ٧ - قيام بعض العملاء بالبالغة في الاقتراض من خلال قنوات الصيرفة الالكترونية دون وضع اعتبار للعواقب والالتزامات المترتبة عن ذلك، وإنفاقهم بما يتجاوز إمكانياتهم وقدراتهم المالية .
- ٨ - ارتفاع الديون المتعثرة المستحقة للبنوك بسبب عدم قدره العملاء على سداد الالتزامات المستحقة في الوقت المناسب.
- ٩ - وجود بعض العيوب التشغيلية من قبل أنظمة البنوك مما قد يؤدي إلى تعطيل الخدمات المصرفية الالكترونية وهذا يؤدي إلى عرقلة أعمال العملاء .

<sup>(١)</sup> أكرم عبدالوهاب ، التجارة الالكترونية أسرع الطرق إلى النجاح وثروة ، ابن سيناء للطباعة والنشر ، ٤٠٠٢م ، ص ٧١.

١٠- وجود بعض العيوب في بعض الأماكن يمكن أن تمنع من الوصول إلى الخدمة المصرفية ، فمن المحتمل أن يواجه العميل مجموعة من المشاكل التي يمكن أن تواجه أي مستخدم عادي مثل بطاقة خط الانترنت، أو عدم وجود برمجة معينة بهدف تشغيل كود معين على الحاسب (الجافا مثلاً) بسبب وجود عطل في نظام التشغيل، أو أي عطل تقيي آخر سببه مزود الانترنت أو أعدادات جهاز العميل الحاسوبي .

١١- وجود بعض الثغرات في نظام التشغيل قد يؤدي إلى إمكانية اختراق حساب العميل ، وبخاصة بعد أن كثرت أعمال النصب والاحتيال الإلكتروني ، حيث أصبح الآن بإمكان بعض الهرم أن يسرقوا اسم المستخدم وكلمة المرور باستخدام أساليب فنية معينة أو حتى برامج تسجيل لوحة المفاتيح، أو من الممكن ذلك عندما تقوم بتسجيل الدخول لحسابك ولا تقوم بتسجيل الخروج منه فذلك يجعل الزبون أكثر خوفاً عند التعامل من خلال قنوات الصيرفة الإلكترونية.

١٢- "قضية العملات المختلفة التي تعرض بها أسعار السلع والخدمات في كل بلد" <sup>(١)</sup>

١٣- "عدم وجود شبكات معلوماتية سريعة ومستقرة تستطيع نقل معلومات بالصورة والصوت بنفس الوقت وبسرعة وجودة عالية وعدم إيجاد طرق عملية آمنة للتوقيع الإلكتروني" <sup>(٢)</sup>.

١ ) عبدالعزيز عبدالرحيم سليمان، التبادل التجاري: الأسس العولمة والتجارة الإلكترونية، ط ١ ، دار الحامد للنشر ٢٠٠٤ ، ص ٥٣ .

٢ ) بشير عباس العلاق، تطبيقات الانترنت في التسويق، ط ١ ، دار المناهج، ٢٠٠٣ ، ص ١٢٥ .

## المبحث الثالث

### مخاطر العمليات المصرفية الالكترونية

#### ١-٣-٢- مفهوم المخاطر وإدارتها:

يمكن تعريف المخاطر بأنها احتمالية مستقبلية قد تعرض البنك إلى خسائر غير متوقعة وغير مخطط لها بما قد يؤثر على تحقيق أهداف البنك وعلى تنفيذها بنجاح، وقد تؤدي في حال عدم التمكن من السيطرة عليها وعلى آثارها إلى القضاء على البنك وإفلاسه.

وي يمكن تعريف إدارة المخاطر بأنها نظام متكامل وشامل لتهيئة البيئة المناسبة والأدوات اللازمة لتوقع ودراسة المخاطر المحتملة وتحديدها وقياسها وتحديد مقدار آثارها المحتملة على أعمال البنك وأصوله وإيراداته ووضع الخطط المناسبة لما يلزم ولما يمكن القيام به لتجنب هذه المخاطر أو لکبحها والسيطرة عليها وضبطها للتخفيف من آثارها إن لم يمكن القضاء على مصادرها.

(١)

#### ٢-٣-٢- مخاطر العمليات المصرفية الالكترونية

على الرغم المزايا العديدة التي تتسم بها الخدمات المصرفية الالكترونية إلا أنها أصبحت تثير العديد من المخاوف والقلق لدى الاقتصاديين والصرافين والسلطات الإشرافية على حد سواء، مما أدى إلى المطالبة بضرورة توفير ضوابط كافية قبل الدخول في العمل المالي الالكتروني ، وذلك لتجنب الكثير من المخاطر التي يمكن ان تنشأ عن ذلك ، والتي من أهمها:

- ١- زيادة حدة المنافسة في صناعة الخدمات المصرفية الالكترونية .
- ٢- عدم توفر بنية تحتية ذات تكنولوجيا متقدمة في شبكات الاتصالات والتي يجب أن تتمتع بالمونة والكفاءة ، وتتوفر الأمان والسلامة والخدمات بصورة ملائمة .
- ٣- انتشار ظاهرة التحالفات المشتركة مع مؤسسات غير مالية .

١ ) ناظم محمد نوري الشمري ، عبد الفتاح زهير العبدلات / مرجع سابق ص ٤٤ . ٢٤

٢ ) المرجع السابق نفسه ، ص ٤٤ . ٢٤

٤- التطورات الهائلة في مجال الاتصالات وأجهزة الحاسوب والبرامج وعدم القدرة على ملاحظتها.

٥- زيادة عمليات الاحتيال والنصب والقرصنة على الشبكة العنبوتية ، وذلك بسبب غياب المعايير القياسية التي تتبعها المؤسسات للتحقق من هوية العميل .

٦- الغموض التشريعي والتنظيمي بشأن اختصاص وتطبيق القوانين ولوائح الحالية على الأنشطة المصرفية الإلكترونية .

و عند قيام المصارف بممارسة أعمالها الإلكترونية تواجه العديد من المخاطر التي تصاحب تنفيذ عمليات الصيرفة الإلكترونية، وقد أشارت لجنة بازل للرقابة المصرفية إلى أنه ينبغي قيام البنوك بوضع السياسات والإجراءات التي تتيح لها إدارة هذه المخاطر من خلال تقييمها والرقابة عليها ومتابعتها، وحددت اللجنة في مارس ١٩٩٨ م ومايو ٢٠٠١ م بعض المبادئ لأدارة هذه المخاطر وتحديدها وهي على النحو التالي:<sup>(١)</sup>

#### أولاً: مخاطر التشغيل :

هي المخاطر التي تنتج من إحتمالات الخسارة الناتجة من خلال شمولية النظام أو من أخطاء العملاء أو من برنامج إلكتروني غير ملائم للصيرفة والأموال الإلكترونية.

و يمكن تقسيم هذه المخاطر إلى:<sup>(٢)</sup>

#### ١- عدم التامين الكافي للنظام .

و تنشأ هذه المخاطر عن إمكان اختراق غير المرخص لهم لنظم حسابات البنك بهدف التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء واستغلالها ، سواء تم ذلك من خارج البنك أو من العاملين بالبنك ، مما يستلزم توافر إجراءات كافية للكشف وإعاقة ذلك الاختراق عن طريق استخدام نظام شفرة في التعاملات، واستخدام التوقيعات الإلكترونية المشفرة لتحقيق الأمان والسلامة لجميع أطراف المعاملات المصرفية .

١ ) عبد الله صالح الرياشي، موضوعات في أنظمة الدفع والعمليات المصرفية الإلكترونية ، مطبعة البنك المركزي اليمني صنعاء ٢٠٠٧ م . ص ٣٩.

٢ ) موسى خليل متري ، الجديد من أعمال المصاريف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، الجزء الاول ، ط ١ ،منشورات الحلبي الحقوقية، دمشق ، ٢٠٠٢ م ، ص ٤٧.

## ٢- عدم ملائمة تصميم النظام أو إنجاز أعمال الصيانة

وهي تنشأ من أخفاق النظام أو عدم كفاءته لمواجهة متطلبات المستخدمين (بطئ الأداء على سبيل المثال)، وعدم السرعة في حل هذه المشاكل، وعدم صيانة النظام إذا أراد الاعتماد على مصادر خارج البنك لتقديم الدعم الفني، مما يؤدي إلى تسرب معلومات عن حسابات العملاء ، مما يفقد البنك لمصداقيته ، لذلك يجب على البنك مراقبة أداء تلك الجهات، ومراجعة العقود المبرمة معها.

## ٣- إساءة الاستخدام من قبل العملاء .

ويحدث ذلك نتيجة عدم إحاطة العملاء بإجراءات التامين الوقائية ، أو بسامحهم لعناصر اجرامية بالدخول إلى حسابات عملاء آخرين ، أو القيام بعمليات غسيل الأموال باستخدام معلوماتهم الشخصية، أو عدم إتباعهم إجراءات التامين الواجبة .

## ٤- سلامه البيانات

وهي من أهم مكونات امن النظام . و على البنك أن تعمل على تحسين قابلية الأنظمة للعمل والارتباط مع أنظمة أخرى داخل المنظمة نفسها ومع المؤسسات الأخرى، ولكون الخدمة المصرفية متوفرة على مدار الساعة زاد ذلك من الضغوط التنافسية لكسب رضا العملاء. وقلل من استعداداتهم لتحمل وقوع أخطاء.<sup>(١)</sup>

## ٥- ضبط التوثيق الداخلي

وهي مدى قدرة البنك على معالجة كافة نواحي ومراحل العمل الإلكتروني والقدرة على الفصل السليم بين المهام والمسؤوليات لتحقيق الضبط الداخلي بفاعلية، وخاصة عند وجود نقص في الخبرات والمهارات في أداء العمليات المصرفية الإلكترونية وقدرة البنك على معالجة هذه الظروف الطارئة.

١ ) عبد الله صالح الرياشي، مرجع سابق ص ٤٠ .

### ثانياً: مخاطر السمعة :

تنشأ مخاطر السمعة في حالة توافر رأي عام سلبي تجاه البنك، الأمر الذي قد يمتد إلى التأثير على بنوك أخرى نتيجة عدم قدرة البنك على إدارة نظمها الإلكترونية بكفاءة عالية أو حدوث اختراق مؤثر لها، مما يمس إلى سمعة البنك ، لذا يجب وضع إستراتيجية للاتصال لحماية سمعة البنك .

### ثالثاً: المخاطر القانونية :

"تقع هذه المخاطر في حالة انتهاك القوانين أو القواعد أو الضوابط المقررة ، خاصة تلك المتعلقة بمكافحة عمليات غسل الأموال، أو نتيجة عدم التحديد الواضح للحقوق والالتزامات القانونية الناتجة عن العمليات المصرفية الإلكترونية، ومن ذلك عدم وضوح مدى توافر قواعد لحماية المستهلكين في بعض الدول، أو عدم المصداقية القانونية لبعض الاتفاقيات المبرمة باستخدام وسائل الوساطة الإلكترونية أو أمن المعلومات أو وسائل الدفع أو التحديات الضريبية أو إثبات الشخصية أو التواقيع الإلكترونية أو سرية المعلومات أو أمن المعلومات من مخاطر أجرائم التقنية العالية أو خصوصية العميل أو المسئولية عن الأخطاء والمخاطر أو حجية المراسلات الإلكترونية أو سائل الملكية الفكرية لبرمجيات وقواعد المعلومات البنك أو المستخدمة من وقع البنك أو المرتبطة بها" <sup>(١)</sup> .

### رابعاً: مخاطر استيعاب التكنولوجيا :

ينشا هذا النوع من المخاطر عندما تسعى الإداره للتحديث والتطوير السريع ولا تأخذ بعين الاعتبار سرعة وإمكانية استخدام موظفيها أو عملائها للتقنيات الحديثة .

### خامساً: مخاطر فجائية :

قد يؤدي استخدام أساليب الصيرفة الإلكترونية من قبل العملاء إلى زيادة عمليات السحب باستخدام القنوات الإلكترونية إلى حدوث مشاكل في السيولة وفي سياسة القروض المصرفية ، حيث أن فشل المشاركيين في نظام نقل الأموال الإلكترونية أو في سوق الأوراق

<sup>(١)</sup> شول شهره ، ومدوخ ماجدة، الصيرفة الإلكترونية: ماهيتها- مخاطرها - حمايتها، مداخلة مقدمة إلى المنظومة المصرفية في الآلفية الثالثة، جامعة جيجل - الجزائر، ٢٠٠٥ م ، ص ١٥.

المالية بشكل عام في تنفيذ التزاماتهم في حالة الدفع أو التسديد . مما يؤدي إلى إحداث توتر في قدرة المشاركين للقيام بدورهم في تنفيذ التزاماتهم في مواعيدها وهذا يؤدي إلى توسيع العلاقات وزعزعت الاستقرار في الأسواق المالي.

#### سادساً: مخاطر أخرى :

يرتبط أداء العمليات المصرفية الإلكترونية بالمخاطر الخاصة بالعمليات المصرفية التقليدية ومن ذلك مخاطر الائتمان والسيولة وسعر العائد ومخاطر السوق مع احتمال زيادة حدوثها . وعلى سبيل المثال فإن استخدام فنوات غير تقليدية للاتصال بالعملاء وامتداد نشاط منح الائتمان إلى عملاء عبر الحدود قد يزيد من احتمالات إخفاق بعض العملاء في سداد التزاماتهم . وخاصة في حالة الإيداع النقدي وهي تعد مشكلة بالنسبة لعملاء بنوك الانترنت لأنهم قد يضطرون إلى إرسالها بالبريد وهذه مشكلة بالنسبة لهم، لذا لا بد من عمل إستراتيجية واضحة للبنك تحدد الأهداف المطلوبة من إدخال نظام العمل المصرف في الإلكتروني، وطرق تحقيق ذلك ، وضمان تنفيذ العملية بشكل آمن وسلامي من خلال توفير متطلبات البنك الإلكتروني .

## المبحث الرابع

### مقومات وبيئة الصيرفة الالكترونية

#### ١-٤-٢ متطلبات البنك الالكتروني

هناك العديد من المتطلبات التي يلزم توافرها لنجاح العمليات المصرفية الالكترونية ، والتي تعتبر ضرورية لقبول العملاء بأساليب الصيرفة الالكترونية ورضاهما عنها والتي تمثل بالاتي :

##### أولاً: البنية التحتية التقنية :

أن أول متطلبات البنوك الالكترونية توفر البنية التحتية والتي لا يمكن أن تكون معزولة عن الاتصالات وتقنية المعلومات للدولة ومختلف القطاعات، ذلك أن البنوك الالكترونية تحيا في بيئه الأعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية .

إن المطلب الأساسي لضمان أعمال سلية وناجحة للصيرفة الالكترونية ، وضمان دخول آمن وسلس لعصر المعلومات يتمثل بالاتصالات ، وبقدر كفاءة البنية التحتية وسلامة سياسات التسويق الاتصالي ، وتحديد السياسات السعرية المناسبة للبنك ، وبقدر نجاح خدمات الربط بالانترنت يتحقق النجاح لعمليات الصيرفة الالكترونية . كما أن فعالية وسلامة بنى الاتصالات تقوم على سلامه التنظيم الاستثماري ، ودقة المعايير وتوافقها الدولي، وكفاءة وفعالية التنظيم القانوني لقطاع الاتصالات. وبقدر ما تسود معايير التعامل السليم مع هذه العناصر يتحقق توفير أهم دعامة للتجارة الالكترونية ، بل والبناء القوي للتعامل مع عصر المعلومات . كما أن العنصر الثاني للبناء التحتي يتمثل بتقنية المعلومات ، من حيث الأجهزة والبرمجيات والحلول والكافعات البشرية المدربة والوظائف الاحترافية ، وتحديد نطاق التدخل الحكومي وتحديد أولويات الدعم وما يتبعه أن يكون محل التشجيع الاستثماري من قبل الدولة .

إن المتطلبات السالفة الذكر تعد دعامات أساسية لوجود واستمرارية المصرف الالكتروني واستمرار قدرته على المنافسة والتطور.

(١) يوسف مسعداوي البنوك الالكترونية، جامعة البلدة، بحث منشور على الانترنت، ص.٧.

إن المال لوحدة لم يعد المتطلب الرئيسي لنجاح الأعمال الالكترونية، كما ان توفر البنية التحتية العامة يبقى غير كاف دون وجود مشاريع بني تحتية خاصة بالمنشآت المصرفية، وهو اتجاه تعمل عليها البنوك العصرية بجدية كبيرة.

#### ثانياً: الكفاءة الأدائية

بعد الكفاءات الإدارية الماهرة والمؤهلة من المتطلبات الأساسية لنجاح عمليات الصيرفة الالكترونية، ومن المهم أن تتفق هذه الكفاءات مع عصر التقنية، وتقوم على فهم احتياجات الأداء والتواصل التأهيلي والتدريبي لكل ما هو جديد في عصر المعلومات لتمتد إلى كافة الوظائف الفنية والمالية والتسويقيّة والقانونية والاستثمارية والإدارية المتصلة بالنشاط المصرفي الالكتروني.

#### ثالثاً: التطوير والاستمرارية

إن الجمود وانتظار الآخرين لا يتفق مع التقاط فرص التميز ، وان البنوك العربية وبخاصة البنوك اليمنية لا تتجه دائما نحو الريادية في اقتحام الجديد ، لأنها تنتظر الأداء والمبادرة من الآخرين ثم تلحق بهم ، وربما يكون المبرر الرئيسي لعدم المبادرة هو التخوف من الفشل أو الخوف على أموال المساهمين من التأكل والضياع واجتياز المخاطر، وهو أمر هام وضروري لكنه ليس مانعا من الريادية ، وبنفس القدر لا تعني الريادية في اقتحام الجديد التسريع في التخطيط للتعامل مع الجديد وإعداد العدة ، ولكن حتما تتطلب السرعة في انجاز ذلك واقتناص الفرص لزيادة الأرباح.

#### رابعاً: الرقابة

لقد أقامت غالبيه مواقع البنوك الالكترونية جهات استشارية في تخصصات التقنية والتسويق والقانون والنشر الالكتروني لتقديم المشورة وتقدير فعالية وأداء مواقعها ، ويسود فهم عام أن كثرة زيارة الموقع دليل نجاح البنك، لكنه ليس كذلك دائما وان كان مؤشراً حقيقياً على سلامه وضع موقع البنك على محركات البحث .

## **خامساً: التفاعل مع متغيرات الوسائل والاستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية :**

إن التفاعلية لا تكون في التعامل مع الجديد فقط أو البنية التقنية فقط وإنما مع الأفكار والنظريات الحديثة في الأداء الفني والتسويقي والمالي والخدمي، تلك الأفكار التي تجيء وليدة تفكير إبداعي وليس وليدة تفكير نمطي.

### **٢-٤-٢ عوامل نجاح البنوك الإلكترونية .<sup>(١)</sup>**

أن إقامة نظام لصيরفة الإلكترونية يقتضي الالتزام بجملة من العوامل والتي هي بمثابة قواعد للعمل الإلكتروني والتي تمثل فيما يلي :

- ١ - وجود شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات الصلة ، وترتبط بالإنترنت وفقاً لأسس القياسية مع مراعاة التامين في تصميم هذه الشبكة .
- ٢ - وضع خطط للبدء في إدخال خدمات الصيروفة الإلكترونية، بداية من وضع إستراتيجية على مستوى البنك المركزي أو البلد أو التحالفات الدولية.
- ٣ - وضع تنظيمات قياسية تسمح بالربط بين مختلف الجهات والعالم ككل.
- ٤ - إعداد خطة لتدريب الموارد البشرية.
- ٥ - العمل على إنشاء تنظيم إداري يعمل على التنسيق بين الأطراف المتعاقدة.
- ٦ - تفعيل دور الرقابة المصرفية والعمل على إيجاد الحلول المناسبة للأخطار التي يمكن أن تهدد سلامة العمل المصرف في الإلكتروني.

### **٣-٤-٣: العناصر الأساسية لبيئة الصيروفة الإلكترونية<sup>(٢)</sup>**

وهي تمثل في عدة عناصر منها

#### **١- البيئة المعلوماتية :-**

تواجه المصارف الإلكترونية متطلبات كثيرة في مجال البيئة التقنية للمصارف ولا يمكن أن تكون معزولة عن الاتصالات وتقنية المعلومات الدولية في مختلف القطاعات ،

١ ) للمزيد من الإطلاع يمكن العودة إلى المصادر الآتية :

- مفتاح صالح ، معرفي فريدة ، مرجع سابق
- رضوان رافت ، عام التجارة الإلكترونية ، المنظمة العربية للتربية ، القاهرة ، ١٩٩٠ م، ص ٤٤
- ٢ - على قابوسة ، المصارف الإلكترونية : الفرص والتحديات حالة الجزائر، المؤتمر العلمي المغاربي الأول حول المعلوماتية والقانون – أكاديمية الدراسات العليا – طرابلس – ليبيا- أكتوبر ٢٠٠٩ ، ص ١٧.

وذلك أن المصارف الإلكترونية تجيء في بيئة الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية والمطلب الرئيسي لضمان نجاح المصارف الإلكترونية هو ضمان نظام فعال للمعلومات ، ويتمثل في الاتصالات وهذا يؤدي إلى توفير خدمة الربط بشبكة المعلومات الدولية ، وهذا التحدي أمام بناء المصارف الإلكترونية يتطلب تدخلاً جماعياً في رفع كل القيود التي تمس البيئة المعلوماتية والتي تتمثل في أجهزة البرامج والحلول المعدة لهذه العمليات التي تجعل العمل المصرفي قادر على عمل استراتيجيات في حقل الاتصالات وتقنية المعلومات في سوق الاتصالات الدولية لضمان جذب الاستثمارات في هذا القطاع .

## ٢- الكفاءة المتفقة مع العنصر التقني :-

تعتبر الكفاءة القائمة على فهم احتياجات الأداء والتواصل التأهيلي والتدريب من احتياجات العمل المصرفي الإلكتروني وذلك بأن تعتمد كفاءة الأداء لكافة الوظائف الفنية ، المالية ، القانونية التسويقية والإدارية ، حتى تكون البرامج التدريبية قادرة على احداث التحديث في الخدمات والنشاطات المختلفة الحديثة ليواكب التغيرات البيئية الحادثة في بيئة المصارف الإلكترونية .<sup>(١)</sup>

## ٣- التطوير والمتابعة :

يتقدم عنصر التطوير والمتابعة على العديد من عناصر متطلبات بناء المصارف الإلكترونية وعليه يعتبر التطوير والأداء في هذا المجال أمر مهماً من أجل العمل المصرفي الإلكتروني القادر على اقتحام الأسلوب الجديد في نظام المعلومات الإلكترونية الذي يرتكز على التخطيط ، التنظيم ، التوجيه ، التنسيق ، الرقابة ، على اعتبار بأن المصارف لا تعيش في معزل بالبيئة المحيطة بها مما يتطلب دراستها وتحليلها حتى تتمكن من التكيف معها واستغلالها لصالح عملها عن طريق الاستمرارية في إداء الصيرفة الإلكترونية والتقييم الموضوعي المستمر لفاعلية أداء أدواتها الإلكترونية ، عن طريق الاستعانة بالأبحاث والковادر المتخصصة لمعرفة سلامة إدائها والوقوف على الصعوبات التي تواجه عملها ، واتخاذ القرارات والإجراءات المناسبة للحد منها .<sup>(٢)</sup>

<sup>١</sup> - عبد الله السنفي ، أساسيات الادارة المصرفية ، دار الحكمة اليمنية للطباعة والنشر ، صنعاء ، ١٩٩٥م ، ص ٤١ .  
<sup>٢</sup> - نصر حمود مزنان ، مكانت تحويل نحو الصيرفة الإلكترونية في البلدان العربية ، مجلة كلية الادارة واقتصاد ، العدد ٤ لسنة ٢٠١١ ، جامعة بغداد - العراق ، ص ٩ .

#### ٤- التفاعل مع المتغيرات الخارجية في الميدان :-

يعتبر التعامل مع المحيط الخارجي أمراً ضرورياً وهذا لا يتوقف على الجديد فقط في مجال التقنية وإنما مع الأفكار والنظريات الحديثة في حقول تكنولوجيا المعلومات التي تساعد على التفكير في نظريات الأداء والتسويق المالي والخدمي لرفع من مستوى أداء المصارف الإلكترونية ، فالجمود وانتظار الآخرين لا يتفق مع التقاط فرص التمييز ، ويلاحظ أن المصارف العربية لا تتجه دائماً نحو الريادة في اقتحام الجديد ، إنها تنتظر أداء الآخرين ، وربما يكون المبرر الخشية على أموال المساهمين وتجنب المخاطر ، وهو أمر هام وضروري ، لكنه ليس مانعاً من الريادية ، وبينما القدر لا تعنى الريادية في اقتحام الجديد التسرع في التعامل مع المستجدات ، لكنها حتماً تتطلب السرعة في إنجاز

ذلك .<sup>(١)</sup>

#### ٥- الرقابة :-

إن التقييم الموضوعي في مجال المصارف الإلكترونية هو عنصر نجاح القائمين على هذا المجال في معالجة فهم الأداء الصحيح الذي يتماشى مع التطورات التكنولوجية في مجال المصارف الإلكترونية ، ومن هنا قامت أغلبية مواقع المصارف الإلكترونية لتقييم فاعلية أداء مواقعها .

<sup>(١)</sup> - هناء الخفاجي ، الصناعات المصرفية العربية في ظل التحديات العالمية المؤتمر العلمي الثالث لقسم الدراسات الاقتصادية ، بعنوان ( الاقتصاد العراقي ومتغيرات البيئة العربية والدولية ، بيت الحكم بغداد ، ٢٠٠٢ ، ص ٢٢٣ ) .

#### ٤-٤-٤ : المتغيرات المؤثرة في تطوير بيئة الصيرفة الالكترونية :-

إن تفاقم دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الالكترونية فرض على البنوك لتوسيع ذلك ضرورة التكيف مع تغيرات وتطورات المحيط الجديد ، هذا التكيف يقتضي اتخاذ عدة اجراءات تعتمد أساساً على ما يلي (١) :-

##### ١- الارتقاء بالموارد البشرية :-

يعد العنصر البشري من الركائز الاساسية للارتقاء بالأداء على اعتبار أن الكفاءة في الأداء هي الفاصل ما بين المصارف ، فهـما تنوـعـت مصادر الكفاءة يـظـلـ العـامـلـ البـشـريـ وـرـاءـهاـ ، وـمـنـ أـجـلـ مـسـاـيـرـهـ اـحـدـثـ ماـ وـصـلـ إـلـيـهـ الـعـلـمـ فـيـ مـجـالـ التـكـنـوـلـوـجـيـاـ المـصـرـفـيـةـ الـالـكـتـرـوـنـيـةـ يـنـبـغـيـ تـطـوـيـرـ اـمـكـانـيـاتـ الـعـامـلـيـنـ وـقـدـرـاتـهـمـ الـاستـيعـابـيـةـ لـلـتـطـوـرـاتـ فـيـ مـجـالـ الخـدـمـاتـ الـمـصـرـفـيـةـ الـالـكـتـرـوـنـيـةـ بـمـاـ يـحـقـقـ تـحـسـينـ مـسـتـوـىـ تـقـدـيمـ الـخـدـمـةـ الـمـصـرـفـيـةـ ،ـ وـتـحـقـيقـ اـفـضـلـ اـسـتـخـادـ لـلـمـوـارـدـ الـبـشـرـيـةـ ،ـ وـلـذـكـ يـتـطـلـبـ اـرـتـقـاءـ بـالـعـنـصـرـ الـبـشـرـيـ تـبـنيـ عـدـدـ مـنـ الـاسـتـراتـيـجيـاتـ مـنـهـاـ (٢)

- الاستعانة ببيوت الخبرة ومكاتب الاستشارة الدولية في تدريب الكوادر المصرفية على استخدام احدث النظم المصرفية .
- وضع نموذج لتقييم اداء العنصر البشري ، من خلال عدة معايير تأخذ في اعتبارها أداء الوحدة ودورها في تحقيق هذه النماذج .
- الرفع من مستوى كفاءة العاملين بإعطاء الاولوية في التوظيف لخريجي الجامعات .
- انشاء المعاهد المتخصصة وتطوير البحث العلمي في ميدان الخدمة المصرفية .

##### ٢- مواكبة احدث التطورات التكنولوجية في العمل المصرفى الالكتروني :- (٣)

لعل ما يميز العمل في عصر العولمة المالية هو تفاقم دور التكنولوجيا المصرفية والسعى الحثيث وراء تحقيق الاستفادة القصوى من فوائد تكنولوجيا الاعلام والاتصال من اجل ترقية وتطوير وسائل تقديم الخدمة المصرفية بما يتواافق والايقاع المتسارع للصناعة المصرفية في القرن الواحد والعشرين ، وسعيا منها لمواكبة التطورات عملت

<sup>١</sup> - محمد كرباج ، البنوك الالكترونية ، دار النهضة العربية ، بيروت ، لبنان ، ٢٠٠٠ م.

<sup>٢</sup> - صالح مفتاح ، وعارف فريد ، مرجع سابق ، ص ٦ .

<sup>٣</sup> - على قابوسة ، مرجع سابق ، ص ١٤ .

المصارف اليمنية على نقل العديد من التقنيات المصرفية الى السوق المحلية ، حيث ادخلت اجهزة الصراف الآلي ، اذ بلغ عددها حتى ٢٠١٠ م حوالي ١٠ جهاز ، الى جانب بعض القنوات المصرفية الالكترونية في بعض البنوك دون الأخرى .

ولكن بالرغم من هذه المجهودات المبذولة الا أن الفجوة التكنولوجيا بين المصارف اليمنية ونظائرها في المصارف العربية والأجنبية لا تزال كبيرة بسبب العديد من المعوقات التي يمكن تحديدها في .

- غياب ثقافة مصرفية في المجتمع فهو لا يتعامل بالشيك المصرفية الا قليلاً حيث بلغ المتعاملين مع البنوك حوالي ٥.٤ % من اجمالي السكان .

- ضعف الاقبال على استخدام وسائل الدفع الالكترونية الى جانب نظام المقاصلة الالكترونية ونظام النقد الالكتروني <sup>(١)</sup> .

- عدم وضوح البيئة القانونية والتشريعية المتعلقة بتنظيم التجارة الالكترونية .

- تعدد المخاطر المتعلقة بتقديم الخدمات المصرفية الالكترونية .

- ارتفاع تكلفة انشاء وصيانة الشبكات الخاصة بالعمليات المصرفية الالكترونية .

- الوضع الاقتصادي الضعيف في اليمن وانخفاض مستويات الدخول .

- الوضع الاجتماعي وارتفاع الأمية في اليمن حيث اظهرت الاحصائيات بأن اكثر من ثلث الرجال في اليمن اميون وحوالي ثلاثة ارباع النساء اميات الأمر الذي يحد من التعامل مع البنوك ووسائل الدفع الحديثة <sup>(٢)</sup> .

وفي ظل هذه المتغيرات الجديدة والاتفاقيات الدولية المتمثلة في اتفاقية تحرير التجارة في الخدمات المالية ومقررات بازل ، اصبحت البنوك في اليمن ملزمة بتدعم قدراتها التناسقية لمواجهة هذه التحديات المرهونة بمدى نجاحها في تحقيق مكاسب تقنية المعلومات ، ولعل أهم الخطوات التي يجب اخذها بعين الاعتبار لتعظيم الاستفادة القصوى من ثورة التكنولوجيا في العمل المصرفي الالكتروني تتمثل فيما يلي :-

- زيادة الانفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات .

<sup>١</sup> - عبد الله صالح الرياشي ، مرجع سابق ، ص ٨٤ .

<sup>٢</sup> - المرجع السابق نفسه ، ص ٩١ .

- التوسع في استخدام الانترنت لتقديم تشكيلة متنوعة من الخدمات المصرفية للعملاء بكفاءة أعلى وتكلفة أقل .
- العمل في خلق شبكة مصرافية الالكترونية تكون بمثابة حلقة وصل الكترونية بين المصارف من جهة وبين الشركات والعملاء من جهة أخرى بما تخدم احتياجات كلاً منهم .
- تفعيل دور شبكة الاتصال بين المركز الرئيسي لكل مصرف وبين باقي فروعه بما يحقق السرعة في تداول المعلومات الخاصة بالعملاء واجراء التسويات اللازمة عليها بالإضافة الى ارتباط الشبكات الالكترونية الخاصة بالمصارف والمؤسسات المالية الأخرى حتى تخدم وصول المعلومات اليها بسرعة .
- تنوع الخدمات المصرفية في ضوء التحديات الجديدة لترتبط بالابداع والابتكار لخلق خدمات مصرافية الالكترونية متميزة وقدرة على مواجهة التحديات من المصارف الأجنبية بل وحتى المؤسسات المالية غير المصرفية ، والمؤسسات التجارية الأخرى .

### ٣- تطوير التسويق المصرفي الالكتروني<sup>(١)</sup>

يعد تبني مفهوم التسويق الحديث أمراً في غاية الأهمية في ظل التحولات العميقة التي تشهدها الساحة المصرفية ، ويبدو جلياً أن التسويق المصرفي الالكتروني كعلم وفن لن يجد بدأ من الولوج في عصر جديد تحيط به التغيير والاختلاف ، اذ لا بد من التذكير أن التسويق الالكتروني حديث يرتكز في الاساس على توجهات العملاء ، حيث يتأثر التسويق المصرفي بما يريد العملاء وبما يدور في خواطرهم ومن أهم وظائف التسويق المصرفي الحديث التي ينبغي التركيز عليها نذكر ما يلي :-

- خلق أو صناعة العميل بالسعى نحو العميل المرتقب .
- العمل على اكتشاف الفرص الاقتصادية ودراستها وتحديد المشروعات الجيدة
- تصميم مزيج الخدمات المصرفية بما يحقق حاجات ورغبات العملاء ورضاهם

<sup>١</sup> - على قابوس ، مرجع سابق ، ص ١٥ .

- تصميم فريق الخدمات المصرفية بالشكل الذي يتلائم مع حاجات وقدرات العملاء المالية وذلك باستخدام الاساليب الحديثة ، سواء من حيث النوعية او سبل تقديم الخدمة .
- متابعة مراقبة السوق المصرفية والوقوف على انتباعات العملاء حول فريق الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة لهم .
- تدعيم وسائل الاتصال الشخصي وتكثيف وسائل الحوار المتبادل مع العملاء

#### ٤- مواكبة المعايير الدولية :-

يجب على المصارف اليمنية على وجهة الخصوص أن توافق المعايير الدولية المتطرفة ، وأن تستجيب لكافية رأس المال ، وتطوير السياسات الائتمانية وأن تتم بإدارة المخاطر المصرفية ، كما يجب تفعيل دور الدولة في استكمال البنية التحتية التي تخدم العمل المصرفي الالكتروني ودور البنك المركزي في تطوير النظام ومراقبة التدخل وقت الحاجة لتفعيل وتنشيط السوق المصرفية ، والمساهمة في عمليات تحديث الخدمات المصرفية الالكترونية عند طريق سن القوانين والتشريعات لتحديد مسؤوليات كل الأطراف المعاملة بالخدمات المصرفية الالكترونية ، ولا يمكن أن يتم ذلك الا عن طريق القواعد الآتى :-

##### أ- تدعيم القواعد الرأسمالية :-

تحتل قضية رؤوس الأموال في البنوك أهمية بالغة يضعها صمام أمان لمواجهة الصدمات والأزمات ، فضلاً عن أهميتها في تعزيز القدرة الاستثمارية للبنك ، وتحسين نظام تقييم المخاطر ، وجعل فئاتها ترتبط بقيمة أكبر مع المخاطر الاقتصادية التي تتعرض لها البنوك <sup>(١)</sup> ، ومن ثم فقد اهتمت لجنة بازل بإصدار مشروعها الثاني المتعلقة بالكافية لرأس المال لوضع قواعد جديدة تعكس حجم المخاطر التي يواجهها العمل البنكي في الوقت الراهن وعلى الرغم من أن الاقتراحات الجديدة لم يرفع الحد الأدنى لمعدل كافية رأس المال عن المستوى المعمول به حالياً <sup>٨</sup>

<sup>١</sup> - التسويق في العصر الرقمي ( http://www.dt alotaibi.com ) .

% إلا أن ادراج انواع جديدة من المخاطر يمكن أن يؤدي إلى زيادة كبيرة في الحجم المطلق لمتطلبات رأس المال<sup>(١)</sup>.

ب- تطوير السياسات الائتمانية :-

حددت لجنة بازل رؤيتها الخاصة بالرقابة على المخاطر البنكية التي احتلت فيها قواعد منح الائتمان مكانه بارزة ، وقد اشتغلت تلك القواعد على ضرورة كفاية القواعد الارشادية لمنح الائتمان مثل كفاية سياسات تقييم جودة الأصول ، كفاية مخصصات الديون المدعومة وضع ضوابط للحد من مخاطر التركز والتي تقدر عادة بنسبة من رأس المال تصل إلى ٢٥ % ، كما أهتمت بوضع ضوابط للحد من مخاطر الاقتراض لعملاء ذوي العلاقة بالبنك<sup>(٢)</sup>.

ج- الاهتمام بإدارة المخاطر :

في ضوء الانفتاح غير المسبوق الذي شهدته الصناعة المصرفية على الاسواق المالية العالمية والتطور السريع للتقدم التكنولوجي ، فضلاً عن تنامي استخدام الابتكارات المالية ، أصبحت الصناعة البنكية ترتكز في عملها على فن ادارة المخاطر والتي ترتكز على اربعة مراحل هي<sup>(٣)</sup> .

- تعريف المخاطر التي يتعرض لها النشاط البنكي.
- القدرة على قياس تلك المخاطر بصورة منتظمة من خلال نظام معلوماتي مناسب .
- اختيار المخاطر التي يرغب البنك التعرض لها .
- قدرة إدارة البنك على مراقبة تلك المخاطر باستخدام معاير مناسبة وإتخاذ القرارات الصحيحة في الوقت المناسب .

<sup>١</sup> - سليم كاراكاراج ومايكيل تيلور ، نحو معيار مصري عالمي جديد – مقترفات لجنة بازل ، مجلة التمويل والتنمية ، مارس ٢٠٠١ م، ص ٥٠ .

<sup>٢</sup> - مصطفى الله خير الدين وبوقون محمد ، المعلوماتية والجهاز البنكي حتمية تطوير الخدمات المصرفية ، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية ، واقع وتحديثات ، ص ٢٠٣ .

<sup>٣</sup> - عبد الرحمن رمزي عدليسف ، إدارة مخاطر الائتمان ، جريدة الوطن ، العدد ٧٢٨ ، ٢٧ سبتمبر ٢٠٠٢ م .

د- وضع آلية للإنذار المبكر بالبنوك :<sup>(١)</sup>

في إطار التوجّه لتدعم سلامة النظام المصرفي من قبل المؤسسات المالية الدولية ظهرت الحاجة الماسة لتصيب خلایاء للتنبؤ المبكر بحدوث الأزمات بالبنوك ، خاصة عندما يلوح خطر حدوث عدم استقرار لنظام الناشئ من القطاع المالي ، بحيث يمكن تحديد المشاكل المحتملة في وقت مبكر من أجل اتخاذ الإجراءات اللازمة لاجهاض الأزمة أو التخفيف من حدتها وإنشاء خلية الإنذار المبكر يمكن الأخذ بالاعتبار الآتية :-

- توفير نظام اتصالات جيد لجمع المعلومات وإتاحتها في الوقت المناسب وتحليلها لإتخاذ القرارات في ضوء تصور شامل للوضع داخل الجهاز البنكي .
- استخدام الأساليب الاحصائية والرياضية التي يمكن من خلالها التنبؤ بحدوث المخاطر في ضوء ظروف كل بنك .
- استخلاص الدروس من الأزمات السابقة التي حدثت ببعض الدول والعمل على تجنب الأخطاء التي وقعت فيها .

#### ٥-٤-٥: أثر العولمة على بيئة الصيرفة الإلكترونية :-

لقد ساد الساحة الاقتصادية العالمية ما يعرف بالعولمة كنظام جديد أفرزته المعطيات الاقتصادية والسياسية الدولية الجديدة ، لتجعل من العالم قرية صغيرة، مختزلة بذلك الزمان والمكان، ولتشير على كافة المستويات الإنتاجية والمالية والتكنولوجية والإدارية والإعلامية، وتصبح حركة متواصلة ومستمرة لا تتوقف حتى لكي تلتقط أنفاسها ، وهي بذلك ليست إطار للعمل فقط ، بقدر ما هي دافع وحافز للعمل أيضاً ، وقد ساعد على بروز وانتشار هذه الظاهرة عوامل رئيسية ذكر منها .<sup>(٢)</sup>

- ضغوط تحرير التجارة .
- ضغوط التجديد والابتكار التمويلي .
- ثورة المعلومات والاتصالات .
- نمو عدد السكان وازدياد إنتاجيه العمل على مستوى العالم .

<sup>١</sup> - المرجع السابق نفسه.

<sup>٢</sup> - محسن احمد الخضيري ، العولمة الاجتياحية، مجموعة النيل العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٣ ، ص ٤٢ - ٤٣ .

- ضغوط المنظمات غير الحكومية نحو الرعاية الاجتماعية ، والتکفل بحقوق الإنسان .
- التطور المذهل في وسائل المواصلات .
- النمو المتزايد للشركات عابرة القارات والبنوك .
- نمو البنوك ذات رؤوس الأموال الضخمة وخاصة في حالة الاندماج .

إن ظاهرة العولمة أكثر الظواهر التصاقاً بالنشاط الاقتصادي بصفة عامة وعلى النشاط المصرفي بصفة خاصة ، إذ استطاعت أن تلقى بظلالها على هذا النشاط ليتخذ أبعاد مضامين جديدة جعلت من البنوك الالكترونية تتجه الى ميادين وأنشطة غير مسبوقة ، وأدت الى انتقالها من تطورات نشاطية ضيقة الى أنشطة وتصورات واسعة متعددة بغرض تعظيم الفرص وكسب المزيد من المزايا وتخفيف التكاليف ، وتعزيز مكانتها الحالية والمستقبلية وتحولت البنوك الالكترونية الى فاعلة ومتفاعلة مع عملائها<sup>(١)</sup> .

أن ما يعرف بالعولمة المصرفية الالكترونية تتطلب الاهتمام بثلاث قضايا هي :

- أ- قضية تحرير النشاط التمويلي وما يسحبه من مخاطر متعددة .
- ب- قضية تحديث النشاط المصرفي الالكتروني وإصلاحه بما يتواكب مع التطورات المذهلة في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية .
- ت- سن التشريعات والقوانين التي تحكم العلاقة بين الأطراف المستفيدة من الصيرفة الالكترونية وكيفية مواجهة العولمة بحيث لا تضر بمصالح المصارف المحلية .

ويرجع اتجاه البنوك نحو العولمة الى الرغبة في التوسيع ، النمو ، الانتشار والسيطرة العالمية ، وعلى هذا فإن العولمة المصرفية تتجاوز مرحلة الضرورة الى مرحلة الحتمية وتحتاج الى إدراك ان البنى الذاتية للبنوك يجب أن تنمو بالشكل الذي يمكنها من تخطي الحدود ، ونشر شبكات فروعية على مستوى العالم في إطار يتسم بالتكامل داخل الأنشطة المصرفية ، ومتواافق على المتغيرات أو المستجدات البيئية المصرفية الالكترونية ومنسجم مع الأوضاع والإمكانيات والموارد المتوفرة للبنك<sup>(٢)</sup> .

<sup>١</sup>- محمد شيخي وتغرين نور الدين ، متطلبات العمل المصرفي ظل أنشطة الاندماج والصيرفة الشاملة موقع على الانترنت [www.islamfin.go-forum.net/](http://www.islamfin.go-forum.net/)

<sup>٢</sup>- المرجع السابق نفسه ، ص ٣ .

لقد شهدت الساحة المصرفية العالمية في نهاية القرن العشرين العديد من التطورات العالمية والتي كان لها بالغة الأثر على اداء المنظومة المصرفية الالكترونية ذكر منها<sup>(١)</sup>.

- اتفاقيات تحرير التجارة العالمية مع التركيز على اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المالية .
- الاهتمام بمعايير كفاية رأس المال في البنوك واصدار لجنة بازل لمجموعة من المعايير لوضع حدود دنيا لرأس المال في البنك لمقابلة مخاطر الائتمان .
- التطور والتقدم التكنولوجي المذهل والذي سمح بإعادة هيكلة صناعة الخدمات المصرفية الالكترونية .
- احترام المنافسة الدولية .
- النزعة نحو التدويل أو العولمة .
- تزايد نشاط البنوك متعددة الجنسيات .
- التحول الى العمل المصرفي الالكتروني والشمولي ( البنوك الشاملة ) .
- الاهتمام بالابتكارات المالية ، وزيادة حجم التعامل في المشتقات المالية والانفاق على أنشطة البحث والتطوير .
- التجمع والاندماجية .

وبذلك فقد اشتلت المنافسة في السوق المصرفية وخاصة مع التطور في الخدمات المصرفية الالكترونية خاصة بعد موجة التحرر التي سادت اقتصadiات دول العالم لا سيما بعد نشوء اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المصرفية اذ أخذت هذه المنافسة المظاهر الأساسية الآتية<sup>(٢)</sup>:-

- أ- اصطدام المنافسة بين البنوك التجارية فيما بينها سواء على المستوى المحلي أو الاقليمي أو الدولي .
- ب- المنافسة بين البنوك والمؤسسات المالية الأخرى التي بدأت تستخدم القنوات المصرفية الالكترونية .
- ت- المنافسة بين البنوك والمؤسسات غير المالية التي تقدم الخدمات المصرفية الالكترونية .

<sup>(١)</sup> طارق عبد العال حماد ، اندماج وخصصه البنوك ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، ١٩٩٩ م ص ٥٥ - ٥٧ .  
<sup>(٢)</sup> عبد المطلب عبد الحميد ، العولمة واقتصاديات البنوك ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، ٢٠٠١ ، ص ١١ .

وذلك بدأت الصناعة المصرفية بتحديث الخدمات المصرفية الإلكترونية وتعديل استراتيجيتها وأساليب عملها المصرفي حتى تواكب ما يحدث من تطور في الخدمات المصرفية الإلكترونية، وإدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتأهيل الموارد البشرية كل ذلك لتكون قادرة على المنافسة مع ظهور آثار سلبية وايجابية على المنظومة مثل/ الآثار السلبية المتوقعة على المنظومة المصرفية في ظل العولمة.<sup>(١)</sup>

- ١- زيادة حدة المنافسة الدولية لا سيما أنها في الغالب غير متكافئة مع البنوك الأجنبية.
- ٢- تدني مستوى رؤوس الأموال في البنوك المحلية في الدول النامية ومحدودية أحجامها وانخفاض مستوى الجودة لخدماتها المصرفية الإلكترونية يجعلها عوامل غير قادرة على مواجهة المنافسة الدولية .
- ٣- تأثر سياسات البنوك الأجنبية ذات رؤوس الأموال الضخمة على السياسات الاقتصادية للدول النامية .

### الآثار الايجابية المتوقعة على المنظومة المصرفية في ظل العولمة<sup>(٢)</sup>

- ١- ارتفاع حدة المنافسة في السوق المصرفية المفتوحة سوف يساهم في تحسين الجودة في تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية وما يتبعه من رفع في كفاءة الجهاز المصرفي .
- ٢- تخفيض تكاليف الخدمات المصرفية الإلكترونية مقارنة بالخدمات المصرفية التقليدية .
- ٣- التحسن في ادارة المخاطر ومتابعتها .
- ٤- ابتكار وتطوير الأدوات وتحديث نظم وأساليب العمل المصرفية الالكترونية .

ولقد أدت هذه الآثار السلبية والإيجابية إلى ظهور الثورة المالية ، بحيث حددت بأن العالم قرية مالية كونية ، وظهرت الكثير من التحديات منها :

### نتائج العولمة على المنظومة المصرفية:<sup>(٣)</sup>

من خلال تطور وانتشار إستعمال التجارة الإلكترونية وإدماج استخدامها في المؤسسات المصرفية كنتائج حتمية للعولمة المالية ، إنه يمكن تدوين الآثار التالية وذلك في سياق الاندماج الفعلي في الاقتصاد العالمي.

<sup>١</sup>- محمود حميدات ، مدخل التحليل النقدي ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، ١٩٩٦ ص ٦٠ .

<sup>٢</sup>- عبد المطلب عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص ١٤٣ .

<sup>٣</sup>- عبد اللطيف بلغرسة ، آثار العولمة المالية على المؤسسات المصرفية ، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة عنابة ، ٢٠٠٤ ، ص ٨ .

## ١- تغير مفهوم المصرفة

إذ لم تعد المصرفة مقتصرة على مفهوم الوساطة بين المدخرین والمستثمرین فقط بل تعداد إلى فكرة إنشاء المشاريع والمشاركة في الأعمال والمبادرة إلى الصفقات وابتكار الأفكار وتوسيع مجالات النشاط ضمن إستراتيجية البنك الشامل .

## ٢- عولمة المصارف

وذلك بتوسيع الشبكة المصرفية إقليمياً ودولياً استفاداً من نتائج عملية التحرير المالي وتزامناً مع تعليمات وقوانين تحرير الخدمات ضمن إطار المنظمة العالمية للتجارة

## ٣- عملية الاندماج

حيث أصبحت المؤسسات المصرفية تقوم بعملية الاندماج والاتحاد في ما بينها دفعاً لمساوي تحرير رأس المال المتعول وجلياً لمنافع عملية عولمة المال .

## ٤- تغير مصدر الربح

إذ لم يعد الربح محصوراً في تمويل المشاريع الصغيرة بل يمكن أن يتأتى من الأصول الأخرى المولدة للدخل وخاصة من عملية إدارة الأصول.

## ٥- تطور التكنولوجيا المصرفية

حيث يتجسد ذلك من خلال تطوير برامج الكمبيوتر التي تساعده في احتساب ما تنطوي عليه المعاملات من مخاطر وما تنطوي عليه من أرباح وخسائر ، وكان لظهور وتطور هذه البرامج وتعظيم استخدامها إثر بالغ أيضاً في التوصل إلى تقديرات سريعة ومتواصلة للقيمة النقدية للمدخرات المالية رغم ما تنطوي عليه من تعقيدات .

## ٦- تدفق رؤوس الأموال

ذلك أنه بفضل كل ذلك أصبحت الأموال تتدفق دخولاً وخروجاً بأرقام خيالية قياسية لا تمنعها حدود ولا توقفها سود بشكل علني أو خفي دون أن تتمكن السلطات النقدية والمالية من مراقبتها أو معرفة اتجاهاتها أو الحد منها أو التأثير فيها .

## ٧- ظهور البنوك الإلكترونية

نتيجةً لذلك ظهرت البنوك الإلكترونية والتي تمثل آخر وأرقى المعاملات المالية عبر البنوك باستعمال الانترنت والكمبيوتر

## ٨- تطور العلاقة بنك - زبون

بفضل التجارة الالكترونية لم تعد الضرورة تتطلب الوجود المادي – البدني – للزبون لإجراء وتنفيذ العمليات المصرفية بل أصبح يكفي في ذلك إستعمال الكمبيوتر والانترنت أو ما يسمى بالبنك المنزلي لإنجاز المعاملات

#### ٩- تطور العلاقة بنك- بنك

إن العلاقات التنافسية التقليدية بين البنوك على مساحات سوق زبائنها لم تعد تجدي نفعا بالنسبة للبنوك الالكترونية ، بل أصبح التنافس على أشده بينها على نشاطات الويب وعلى جموع مستعملي الانترنت من الصفحات الاشهارية في موقع الانترنت المختلفة .

## المبحث الخامس

### المصارف العربية واستخدام الصيرفة الالكترونية

أولت السلطات النقدية والمصرفية في الدول العربية اهتماماً متزايداً لتطوير وإصلاح وتحrir قطاعاتها المصرفية انطلاقاً من الدور الهام الذي تلعبه هذه القطاعات في تعزيز النمو الاقتصادي. وقد شهد القطاع المصرفي في الدول العربية تطوراً كبيراً في السنوات الأخيرة نتيجة الجهد الكبير التي بذلتها معظم الدول العربية لاصلاحه وتطويره إلى جانب الدور الكبير لهذه المصارف على المستويات المؤسساتية والرأسمالية والبشرية والتكنولوجيا ، ولكنها تواجه تحديات كبيرة أملتها التغيرات العالمية في البيئة المصرفية نتيجة التطورات التكنولوجيا ، وتحrir تجاره الخدمات المالية في ظل منظمة التجارة العالمية ، وتحول العالم إلى قرية صغيرة ، وازدياد المنافسة ، لذا يتquin على المصارف العربية التأقلم مع هذه التحديات وتحويلها إلى فرص حقيقة للنمو وتتطور خلال المرحلة المقبلة .<sup>(١)</sup>

ويتكون القطاع المصرفي في البلدان العربية حتى عام ٢٠٠٨ م من نحو ٥٠٠ مصرف ومؤسسة مالية وتشكيل كل من المصارف التجارية التقليدية والمصارف الإسلامية المتخصصة الأخرى المكونات الأساسية للقطاع المصرفي العربي ، وفي هذا السياق نجد أن العدد الأكبر من المصارف العربية يتواجد في لبنان بواقع ٦٦ مصرفًا ، ومن ثم الإمارات بنحو ٥٢ مصرفًا ، والعراق بواقع ٣٥ مصرفًا ، ومصر بحوالي ٣٩ مصرفًا والبحرين بنحو ٤٧ مصرفًا ، السعودية ١٧ مصرفًا واليمن ١٨ مصرفًا<sup>(٢)</sup> .

١ ) ناظم محمد نوري الشمرى ، عبد الفتاح زهير العبد اللات ، مرجع سابق، ص ٥٣-٥٧ .

٢ ) صندوق النقد العربي ، التقرير الاقتصادي العربي الموحدة ، أبو ظبي ، ٢٠٠٩ م ، ص ١٢٦ .

## ٢-٥-١- التحديات التي تواجه القطاع المصرفى العربى هي .

### ١- صغر حجم المصارف العربية :<sup>(١)</sup>

ان المصارف العربية لا زالت رغم زيادة اصولها ورؤوس اموالها تعاني من صغر احجامها مقارنة مع المصارف الأخرى في الدول المتقدمة ، ويمكن تحديد بعض الملاحظات عليها :-

أ- شهدت قيمة اجمالي اصول المصارف العربية ارتفاعاً ملحوظاً خلال المدة ( ١٩٩٨ - ٢٠٠٨ ) اذا ارتفعت من ٤٨٤.٧ مليار دولار في عام ١٩٩٨ م حتى بلغ خلال عام ٢٠٠٨ ما يقارب ١٩٦٠.٨ مليار دولار ، الا ان هذه الأصول ( مجتمعة ) تقل عن اصول واحد من المصارف الكبيرة في العالم ، فتشير البيانات الواردة عن اكبر ( ١٠٠٠ ) مصرف في العالم لعام ٢٠٠٨ م من حيث اصولها ورؤوس اموالها الى أن عدد المصارف العربية ضمن هذه القائمة هو ( ٨١ ) مصرفاً وشكلت اصول هذه المصارف نحو ١.٢ % من مجموع اصول اكبر الف مصرف في العالم ، وكان موقع افضل مصرف عربي من نصيب ( البنك الأهلي التجاري السعودي ) ضمن هذه القائمة هو ( ١١٠ ) وتشير البيانات الى أن اصول المصارف العربية مجتمعة شكلت نحو ٥٩١.٣ مليار دولار وهي تقل بكثير عن اصول مصرف واحد من المصارف الكبرى في العالم ، فمثلاً ان موجودات المصرف الأكبر في العالم ( بنك امريكا الامريكي ) بلغت نحو ١٨٨٢.٦ مليار دولار ، وهي تفوق بكثير اصول المصارف العربية مجتمعة ، والجدول رقم (٧) يبين موقع افضل ( ٢٥ ) مصرف عربي ضمن قائمة افضل ( ١٠٠ ) مصرف في العالم لعام ٢٠٠٨ م .

<sup>١</sup>- نصر حمود مزنان، مرجع سابق ، ص ١٥ .

جدول (٧) ترتيب اكبر ٢٥ مصرف عربي ضمن قائمة اكبر ١٠٠٠ مصرف في العالم لعام ٢٠٠٨ م.

الترتيب عربياً	اسم المصرف	الجنسية	رأس المال (مليون دولار)	الأصول (مليون دولار)		
					علىياً	عربياً
١	البنك الأهلي التجاري	ال سعودية	٦٤٠٨	٤١٥٧٧		
٢	مجموعة سامبا المالية	ال سعودية	٤٠٨٥	٣٣١١٥		
٣	مؤسسة الراجحي المصرفية	ال سعودية	٣٥٩٧	٢٥٣٧٧		
٤	البنك الأهلي المتحد	البحرين	٣٢٢٤	٥٥٣١٦		
٥	بنك الرياض	ال سعودية	٣٢٠٢	٢٥١٠٤		
٦	بنك الكويت الوطني	الكويت	٣١٠٨	٢٧٣٢٠		
٧	بنك ابوظبي التجاري	الإمارات	٢٩٠٢	٢٢٠٨٠		
٨	البنك العربي	الأردن	٢٦٣٠	٢٧٤٨٤		
٩	بيت التمويل الكويتي	الكويت	٢٦٠٠	٢١٨٣٩		
١٠	البنك السعودي الفرنسي	ال سعودية	٢٥١١	٢١٢٥٠		
١١	البنك السعودي البريطاني	ال سعودية	٢٥١١	٢٠٦١١		
١٢	بنك ابوظبي الوطني	الإمارات	٢٥٠٩	٢٧٤٩٢		
١٣	بنك الإمارات الدولي	الإمارات	٢٤١٧	٢٥٨٢٩		
١٤	بنك دبي الإسلامي	الإمارات	٢٤٠٣	١٧٥٤٥		
١٥	بنك الخليج الأول	الإمارات	٢١٨٣	١٣٠٠٥		
١٦	البنك العربي الوطني	ال سعودية	٢١٣١	٢٠٨٣٧		
١٧	بنك الشرق	الإمارات	٢١٠٣	١٥١٣٦		
١٨	المؤسسة العربية المصرفية	البحرين	١٩٠١	٢٢٤٠٢		
١٩	بنك قطر الوطني	قطر	١٨٠٣	١٩٦٨٨		
٢٠	بنك الخليج الدولي	البحرين	١٧٦٧	٢٤٧٨٧		
٢١	البنك السعودي للاستثمار	ال سعودية	١٦٠٢	١٠٩٦		
٢٢	بنك دبي الوطني	الإمارات	١٥٠٤	١٨٨٦٣		
٢٣	بنك الاتحاد الوطني	الإمارات	١٤٢٥	٩٥١٢		
٢٤	البنك الأهلي المصري	مصر	١١٧٩	٣٤١٠٧		
٢٥	بنك الكويت التجاري	الكويت	١١٧٧	١٠٠٩١		

المصدر : [www.the banker.com](http://www.the banker.com)

بــ ارتفعت اجمالي الودائع لدى المصارف العربية من ٢٩١.٥ مليار دولار في عام ١٩٩٨ حتى بلغت ١١٠٤.٢ مليار دولار عند عام ٢٠٠٨ ، وقد شكلت ودائع القطاع الخاص الجانب الأكبر من تلك الودائع إذ كانت تمثل ما نسبته ٩٣٪ و ٨٩٪ خلال العامين ١٩٩٨ م ، ٢٠٠٨ على التوالي ، في حين شكلت اجمالي الودائع الى الناتج المحلي الاجمالي نسبة تراوحت بين ٥٧.٤٪ و ٥٨.٢٪ خلال نفس العامين على التوالي .

جــ ارتفعت قيمة اجمالي الائتمان المقدم من قبل المصارف العربية من نحو ٣٢١.٤ مليار دولار في عام ١٩٩٨ م حتى وصل الى نحو ١٠٩٣.٩ مليار دولار عند عام ٢٠٠٨ م ، وعلى الرغم من الارتفاع الواضح في حجم الائتمان المقدم عند عام ٢٠٠٨ م ، وعلى الرغم من الارتفاع الواضح في حجم الائتمان المقدم إلا ان هذا الحجم من الائتمان يعد منخفضاً قياساً بحجم البلدان العربية ، وبالتالي تبرز اهمية الاندماج بين المصارف العربية او الاندماج مع مصارف اجنبية للاستفادة من التقنيات الحديثة ولتصبح وحدات اقوى وأكثر فاعلية.

## ٢ـ الكثافة المصرفية:

يتسم عدد من الاسواق المصرفية العربية بظاهرة الكثافة المصرفية الزائدة ، حيث لا يتناسب عدد المصارف مع السوق المصرفي والاقتصادي ، ففي لبنان يوجد ٦٦ مصرفًا تعمل في سوق مصرفية أصولها نحو ٤ مليارات دولار ، وعدد سكانها ٣.٥ مليون نسمة ، وناتج اجمالي ١٦ مليار دولار وحصته من أصول القطاع المالي العربي حوالي ١٠٪

## ٣ـ التركز في نصيب المصرف:

وهو ارتفاع نصيب عدد قليل من المصارف من مجمل الأصول المصرفية ، الأمر الذي يحد من المنافسة المطلوبة للارتفاع بالعمل المصرفي وتقديم افضل الخدمات المصرفية ومواكبة التطورات الحديثة التي تشهد لها ساحة لعمل المصرف الالكتروني .

فحصة اول مصرف عربي من الأصول تصل الى ٩٣.٥٪<sup>(١)</sup>

أما على مستوى البلدان العربية منفردة ف تكون هذه الظاهرة أكثر وضوحاً ، فعلى سبيل المثال تسيطر في تونس خمسة مصارف على النظام المالي الذي يضم ١٣ مصرفًا تجارياً من خلال امتلاكها نحو ثلثي إجمالي الأصول فضلاً عن كافة التسهيلات التي يقدمها القطاع المالي كما تمتلك خمسة مصارف في الأردن نسباً مماثلة ، وهناك مصرف منفرد تمتلك نسبة كبيرة من تلك الأصول في الدولة الواحدة مثل بنك قطر ٤٥.٢ % وبنك الكويت ٣٠ % وتبرز هذه الظاهرة بشكل واضح في الجزائر ومصر ، ففي الأولى تمتلك المصارف الستة المملوكة للدولة أكثر من ٩٥ % من إجمالي الأصول المصرفية ، وفي مصر تبلغ حصة المصارف الأربع التجارية الحكومية ، ٧٠ % من إجمالي المصارف التجارية العاملة في مصر .<sup>(١)</sup>

#### ٤- هيكل ملكية المصارف:

وهو المساهم الكبير للقطاع العام في ملكية المصارف في معظم الدول العربية على الرغم من الجهود الحثيثة التي تبذلها في مجال خصصه مختلف القطاعات الاقتصادية ، ومنها القطاع المالي ، إلا أن هيكلية ملكية المصارف في عدد كبير من البلدان العربية يتسم بالمساهمة الكبيرة للقطاع العام ، وسيطرة شبه كاملة لهذا القطاع على إدارة العمليات المصرفية ، مما سينعكس سلباً على استراتيجية النظام المالي بشكل عام ، فعلى سبيل المثال ، أن أكبر مصرفين في اليمن ( البنك الأهلي اليمني البنك اليمني للإنشاء والتعمير ) تعود ملكيتهم للقطاع العام ، وإن أكبر أربعة مصارف في مصر تعود ملكيتها للقطاع العام أيضاً ، وكذا الحال في عدد كبير من البلدان العربية الأخرى .<sup>(٢)</sup>

<sup>١</sup> - عبد الكريم جابر شنجار ، قراءة في اتجاهات القطاع المالي العربي نحو الاندماج والتكتل ، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الخامس بعنوان ، نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية الكترونية ، كلية العلوم الادارية والمالية – جامعة فيلادلفيا ، عمان ، ٢٠٠٧ ، ص ٨ .

<sup>٢</sup> - جمال الدين زروق وأخرون ، أوضاع القطاع المالي في البلدان العربية وتحديات الأزمة العالمية ، ط ١ ، صندوق النقد العربي ، أبو ظبي ، ٢٠٠٩ م ، ص ٢١ .

## ٥- ضعف استخدام التكنولوجيا :

أن استخدام التكنولوجيا في العمل المصرفي العربي لم يواكب التطورات الحديثة في العمل المصرفي ، وبالتالي تحتاج المصارف العربية إلى زيادة الاستثمار في التكنولوجيا المصرفية الحديثة ، وتطبيق الأنظمة العصرية لتكون قادرة على المنافسة في الأسواق المحلية والعالمية بحيث يمكنها من التوسيع والتنوع في الخدمات التي تقدم للعملاء.

الآن أهم ما يميز المصارف العربية أنها لا زالت تعمل في ظل أنظمة عمل تقليدية ، إذ تفتقر المصارف العربية إلى استخدام التكنولوجيا المصرفية الحديثة وتطبيق الأنظمة والبرامج العصرية لتكون قادرة على المنافسة وضعف استخدام التكنولوجيا يعني انحسار التنوع في الخدمات المصرفية المتقدمة وبالتالي انخفاض كفاءة الأداء فيها .(١)

فتشير البيانات الواردة في الجدول (٨) الانخفاض ، بل الافتقار في بعض البلدان ، في اعداد الصرافات الآلية والتي بلغت في أفضل الأحيان (٧٥٣٤) صراف آلي في السعودية وإلى (١٠٧١) صراف آلي في ليبيا وإلى (٨٨٤) صراف آلي في الكويت .

**جدول (٨) يبين الكثافة والتقنية المصرفية في البلدان العربية**

البلد	عدد المصارف		عدد الفروع		الكثافة المصرفية (الف نسمة لكل فرع)		عدد اجهزة الصراف الآلية	
	البلد	٢٠٠٨	٢٠٠٩	٢٠٠٨	٢٠٠٩	٢٠٠٨	٢٠٠٩	٢٠٠٨
الأردن	٢٧٤	٦٤٣	٩.٦	١٠.٥	٥٩٧	٤٦٢	٢٧	٢١
الامارات	٥١٢	٥٧٦	٧.١	٧.٨	٦٣٨	٣٨٣	٥٢	٤٦
البحرين	١٥٤	٢٤٩	٥.٨	٦.٤	١٣١	١٠٧	٢٧	٢١
تونس	٢٤٩	٧٢٩	٩.٧	١١.٨	١٠٥١	٨١١	٢٠	٢٠
الجزائر	-	-	٢٥.٥	٢٨.٤	١٣٣٨	١٠٧١	٢٥	١٩
السعودية	٢٢٣٤	٧٥٣٤	١٧.٩	١٧	١٣٥٣	١١٩٩	١٧	١١
السودان	-	-	٦٦.٨	٥٠.٤	٥٥٧	٦١٧	٣٢	٢٤
سوريا	-	-	٥٤.٩	٦٠.٤	٣٤٨	٢٧٠	١٥	٦
العراق	-	-	٥٢.١	٤٨.٩	٥٨٦	٤٩٢	٣٥	٢١
عمان	-	٦٦٦	٧.١	٦.٧	٣٨٦	٣٥٨	١٩	٢٠

<sup>١</sup> - عماد صالح سلام ، البنوك العربية وكفاءة الاستثمارية ، ط١ ، اتحاد المصارف العربية ، بيروت ، ٢٠٠٤ ، ص . ٧١

-	-	٣٢.٤	٢٧.٩	١٢٦	١١٥	٢٢	٢٢	فلسطين
٣١٦	١٦٩	٥.٦	٩.٥	١٥٧	٦٥	١٧	٨	قطر
٨٨٤	-	١٢.١	١٤.٦	٢٧٥	١٥٣	١٦	١٠	الكويت
٦٣٢	٤٣٣	٤.٦	٤.٩	٨٦٤	٧٧٣	٦٣	٧٦	لبنان
١٠٧١	١٦	١٦	١٤.٩	٤٤١	٣٧٨	١٥	١٠	ليبيا
-	-	٤٠.٢	٤٧	١٨٠٩	١٣٤٦	٣٩	٦٢	مصر
-	-	١١.٧	١٦.٩	٢٧٤٧	١٧٠٣	١٥	٢١	المغرب
-	-	٤٧.٤	٨٢.٧	٦٦	٣٢	٩	٧	موريتانيا
-	-	١٤٩.٥	١٠٨.٣	١٥٧	١٦٩	١٧	١٥	اليمن
-	-	٥٧٦	٥٧٥	١٣٤١٩	١٠٠١٢	٤٨٥	٣٩٥	المجموع

المصدر : نصر حمود مزنان ، مرجع سابق ص ٢٢.

## ٦- تحديات خارجية :

تتمثل في ظاهرة العولمة وتحرير الخدمات المالية التي أدت إلى زيادة المنافسة نتيجة التقدم الهائل في التكنولوجيا المصرفية ، وحرية انتقال رؤوس الأموال نتيجة اتفاقية الجات في مجال الخدمات المصرفية والمالية .<sup>(١)</sup>

أن هذه التحديات التي تواجه المصارف العربية بصفة عامة واليمن بصفة خاصة أدى إلى إعادة النظر في أعمالها التقليدية والتحول إلى تقديم قنوات مصرفية الكترونية لاستفادة من ثورة التكنولوجيا ولإرضاء العملاء للاختيار بين البدائل المختلفة بدلاً من القبول بما هو متوفّر لهم في الأسواق المحلية .

وهنا نجد أنه يتحتم على المصارف العربية أن تعمل على أحداث تغييرات جذرية في نشاطاتها. وان تزيد الاستثمارات في مجال التكنولوجيا لمواجهة المنافسة المحلية والخارجية ، وأن تقلص من النفقات التشغيلية من خلال الاستخدام الفعال لتكنولوجيا الانترنت ، وان تفهم احتياجات عملائها ، وأن تقنع بأن عملائها أصبحوا أكثر نضجاً ووعياً ، حيث أصبح العميل يعرف أنه بإمكانه الانتقال من بنك إلى آخر على الانترنت مباشرة.

١) مديرية البحث ، اتحاد المصارف العربية : إنجازات جديدة وتحديات جديدة ، مجلة اتحاد المصارف العربية ، بيروت ، جمعية اتحاد المصارف العربية ، ٢٠٠٠م، ص ٥-٧.

ويرى (صباح أبو تايه) بأن هناك اختراعا قد حصل منذ سنوات ، وهو سيغير وجه وطبيعة العمل المصرفي خلال السنوات القادمة ، هذا الاختراع هو الانترنت . وأن العديد من المصارف باتت تستغل هذه التكنولوجيا الحديثة لتقديم خدمات متميزة لعملائها ، والذين يستخدمونها كواحدة من الوسائل المفضلة لديهم لإجراء معاملاتهم المصرفية ، لذا فإن القطاع المصرفي العربي أمام تحدي كبير ليس بقدوره المواجه إلى من خلال التحدي واستمرارية متابعة التطورات المتلاحقة على الصعيد التكنولوجي ، ومن خلال استخدام التقنيات المتطرورة التي تستخدمها المصارف الاجنبية ، لتكون أقدر على تطوير الخدمات والمنتجات وأساليب العمل وفق احتياجات العملاء ، وهذا ليس ممكناً إلا عبر بوابة التكنولوجيا والمعلوماتية، فمصارفنا العربية بحاجة إلى زيادة استثماراتها في ميدان التكنولوجيا المتطرورة لكي تتمكن من التوسع محلياً وعالمياً ، وللصمود في وجه المنافسة المحلية والاجنبية وتقديم خدمات ومنتجات مالية ومصرفية ترتكز على التقنيات الآلية والذاتية .<sup>(١)</sup>

لكن السؤال الذي قد يثار هنا هو ما هي الإمكانيات المتاحة لتحديث المصارف العربية والتحول بها من النمط التقليدي للعمل المصرفي إلى النمط الحديث القائم على الصيرفة الالكترونية بعد هذه التحديات ، وللإجابة على هذا السؤال نقول: أن دوافع تحديث العمل المصرفي تجد تبريرات واسعة بوصفها الشرط المسبق لتحديث وتطوير الاقتصاد بشكل عام ، كما أن القطاع المصرفي يعد في مقدمة القطاعات الخدمية التي تتأثر باتجاهات الاقتصاد العالمي في مجال الثورة المعلوماتية والاتصالات بحكم طبيعة فعالياته وأنشطته ، ونقصد بتحديث القطاع المصرفي التحول نحو الصيرفة الالكترونية وتقديم الخدمات المصرفية عن طريق الانترنت ووسائل الاتصال الحديثة ، فضلاً عن تحديث الأطر المؤسسية التي تدعم وتمكن من التحول الى الصيرفة الشاملة ومواصلة تقديم احدث الخدمات المبتكرة .

وعلى الرغم من بدء عدد من المصارف في عدد من البلدان العربية وخاصة الخليجية ولبنان والأردن ، في ارتياح العديد من مجالات الصيرفة الالكترونية ، ايماناً منها بأهمية تفعيل خدماتها

<sup>(١)</sup> صباح أبو تايه ، واقع نشاط الاستثمار التكنولوجي في البنوك العربية ، مجلة البنوك في الاردن ، عمان ، جمعية البنوك في الاردن ، ٢٠٠٣ ، ص ٣٣-٣٩

الالكترونية اسوة بالمصارف العالمية ، كما حرصت السلطات المختصة من جانبها على اتخاذ خطوات عديدة للمساهمة في تدعيم هذا القطاع الواعد الا أن تلك الجهود لا تزال دون الحد الذي يسمح بالتحول المطلوب .

#### **٤-٢-٣- محوّلات التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية**

إن عملية التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية تواجه العديد من المعوقات التي تسهم في الإبطاء بعملية التحول من أهمها<sup>(١)</sup>:-

- ضعف البنى التقنية الأساسية :-

لا تزال متطلبات التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية تصطدم بضعف الامكانيات التقنية الازمة لعمل المصارف الالكترونية ، ويتمثل هذا الضعف في محدودية وسائل الاتصال الحديثة وشبكات الانترنت والأجهزة الالكترونية المطلوبة والبني الأساسية لها ، فالأغلبية العظمى من البلدان العربية لم تحتضن بالشكل والدرجة الازمة الثورة الالكترونية عموماً ، ومن ثم اقتصاد المعلومات ، فعلى الرغم من تحقق نمو في استخدام الانترنت في البلدان العربية ، الا أن نسبة استخدام الانترنت في البلدان العربية ما يزال بحدود متدنية تصل الى (٦٠.١%) من إجمالي السكان في عام ٢٠٠٧ م عندما بلغ عدد مستخدمي الانترنت في البلدان العربية نحو (٣٠٠.٤٠) مليون نسمة ، وهذه النسبة تعتبر متدنية جداً ، علماً أن استخدامات الانترنت لأغراض المعاملات الاقتصادية لا يتجاوز ما نسبته (٩.١%) من إجمالي الاستخدامات فكانت النسبة الكبرى للاستخدام لأغراض البريد الالكتروني والتصفح<sup>(٢)</sup> والجدول<sup>(٣)</sup> بين تطور استخدام الانترنت في البلدان العربية .

<sup>١</sup> - نصر حمود مزنان ، مرجع سابق ص ٢٤ .  
<sup>٢</sup> - نصر حمود مزنان ، مرجع سابق ، ص ٢٧ .

### جدول (٩)

عدد مستخدمي الانترنت في البلدان العربية ونسبتهم الى عدد السكان للعامين ( ٢٠٠٧ - ٢٠٠٠ )

النسبة الى عدد السكان في عام ٢٠٠٧	عدد المستخدمين (الف نسمة)		البلد	النسبة الى عدد السكان في عام ٢٠٠٧	عدد المستخدمين (الف نسمة)		البلد
	٢٠٠٧	٢٠٠٠			٢٠٠٧	٢٠٠٠	
١	٣٣٠	١٥٠	اليمن	٦.٩	٥٥٠	٤٥٠	مصر
١٠	٢٨٥	٩٠	عمان	١٥.١	٤٦٠	١٠٠	المغرب
٧.٩	٢٤٣	٣٥	فلسطين	٧.٦	٢٨٠	٣٠	السودان
٢٦.٦	٢١٩	٣٠	قطر	١٠.٦	٢٥٤	٢٠٠	ال سعودية
٣.٣	٤٥	١٠	ليبيا	٥.٧	١٩٢	٥٠	الجزائر
٢٠.٧	١٥٥	٤٠	البحرين	٣٥.١	١٣٩٧	٧٣٥	الامارات
٠.٧	٩٠	٠	الصومال	٥.٦	١١٠	٣٠	سوريا
٠.١	٣	٠	العراق	٩.٢	٩٥٣	١٠٠	تونس
٠.٥	٢٠	٠	موريتانيا	٢٥.٦	٧٠٠	١٥٠	الكويت
٠.١	١٠	٠	جيبوتي	١١.٧	٦٣٠	١٢٧	الأردن
		٠		١٥.٤	٦٠٠	٣٠٠	لبنان

المصدر : ابراهيم علوش ، ثورة الانترنت في الوطن العربي (<http://www.freeavabvoice.org>)

### • ضعف الكفاءة الادارية المصرفية والرغبة في التحول نحو الصيرفة الالكترونية :-

نتيجة لمحدودية الموارد المتاحة والمخصصة لأنشطة البحث والتطوير ، فلا تزال نسبة الانفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات وانشطة البحث والابتكار متدنية جداً في المصارف العربية ، في حين أن المصارف العالمية الكبرى يتزايد انفاقها على تقنية المعلومات الحديثة وانشطة البحث العلمي بشكل متزايد ، اذ تشكل ثانى اكبر بند في انفاق المصارف بعد تكلفة الأجور والمرتبات <sup>(١)</sup>

<sup>(١)</sup> عماد صالح سلام ، مرجع سابق ، ص ١٩١ .

### • انخفاض الامكانيات المصرفية للزبائن والتعاملين مع المصادر.

تتخفض الإمكانات المصرفية للزبائن والتعاملين مع المصادر في غالبية البلدان العربية في انعكاس سلبي في ادارة معاملاتهم المالية وفق النمو الحديث للتعامل ، وجاء ذلك نتيجة لارتفاع مستويات الأممية في البلدان العربية بشكل كبير وفي مختلف الفئات الاجتماعية ، فتشير البيانات أن نسبة الأممية في البلدان العربية وصلت عام ٢٠٠٨ م ، الى اكثر من ٢٢ % من اجمالي عدد السكان وعلى مستوى البلدان العربية فرادي فقد سجلت غالبية البلدان العربية معدلات أعلى من المعدل العام تراوحت بين ٤٥.٣ % في المغرب ، و ٤٤.٨ % من موريتانيا ، ٤٢.٧ % في اليمن ، ٣٦.٩ % في السودان ، ١٤.٩ % ، في السعودية<sup>(١)</sup>

وهذه المعدلات المرتفعة والتي تعد الأعلى في العالم ، تعد عقبة اساسية تقف أمام الرغبة في التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية اذا ما علمنا بأن الجزء الأكبر للعمل المصرفي الالكتروني يعتمد على المهارات العلمية التي يجب أن يمتلكها الزبون كما يتمكن من ادارة عملياته المصرفية وفقاً للوسائل الحديثة بصورة كفؤه .<sup>(٢)</sup>

### • تركز الثروة لدى كبار السن في البلدان العربية.

تتركز الثروة في البلدان العربية لدى كبار السن الذين يضعف لديهم الحافز في الانماط الإلكترونية في التعاملات المصرفية ، خوفاً من المخاطر التي يعتقدون أنهم سيواجهونها ، واقتاعهم بالأنماط التقليدية للعمل المصرفي ونتيجة لذلك فإن الحافز لدى المصارف العربية سيكون ضعيف للتحول نحو العمل المصرفي الالكتروني كون الشريحة الأكبر لزبائنه تفضل النمو التقليدي للعمل المصرفي .<sup>(٣)</sup>

### • ارتفاع تكلفة التحول نحو الصيرفة الالكترونية :-

اذ أن عملية السير باتجاه الصيرفة الالكترونية تتطلب الاستثمار بشكل موسع في مجالات التقنيات الحديثة وتكنولوجيا المعلومات ووسائل الاتصال المتقدمة، وهذا التوجه يتطلب بالتأكيد

<sup>١</sup> - صندوق النقد العربي ، مصدر سابق ، ص ٢٨٠ .

<sup>٢</sup> - نصر حمود مزنان ، مرجع سابق ص ٢٩٣ .

<sup>٣</sup> - Balachan Gurarun and Bala Shanmug . An evaluation of internet banking sites in Islamic countries.Journal of internet banking and commerce.Vol ١. N٠ ٢.2003.P.183.

انفاق اموال باهضة قد لا تتوافر لدى غالبية المصارف في البلدان العربية والذي يتصنف غالبيتها بصغر احجامها ومحدودية رؤوس اموالها .

#### • ضعف الأطر التشريعية والقانونية والتنظيمية في البلدان العربية .

ان ضعف هذه الأطر التي تسمح بالتحول نحو تحديث وتحرير التعاملات المصرفية على الصعيدين الداخلي والخارجي ، فلا تزال غالبية البلدان العربية لا تسمح بتحرير تعاملاتها المصرفية أو السماح بمستويات معينة من الشفافية والافصاح المحاسبي ، مما يعني مزيداً من العقبات تجاه عملية التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية .<sup>(١)</sup>

وبذلك فإن نجاح المصارف العربية في تنفيذ استراتيجيات التحول نحو الصيرفة الالكترونية بكافة محاورها بكفاءة وفاعلية هو أمر مرهون بتوفير كوادر بشرية عالية التأهيل معززة بتقنيات مصرفية معاصرة ، وهو ما يتطلب تبني عدد من الأساسات المتكاملة للوصول إلى النموذج المصرفي الفعال ، وذلك يتطلب أيضاً ضرورة قيام المصارف بتخصيص نسبة محددة من أرباحها للاستثمار في الموارد البشرية باعتباره استثمار المستقبل ، والاستمرار في تدريس الكوادر المصرفية على استخدام التكنولوجيا الحديثة ، وترسيخ المفاهيم المتغيرة لديهم والتي تتعلق بأهمية الابتكار والأبداع ومواكبة التكنولوجيا الحديثة .

وعلى ذلك فإن من أجل الدفع بعملية التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية نحو الامام يجب الأخذ بالأتي<sup>(٢)</sup> .

١ - تشجيع استخدام التكنولوجيا الحديثة ، وتطبيق الأنظمة والبرامج المتقدمة ، وتنوع الخدمات المصرفية المتقدمة ، والنظر الى هذا الأمر كونه حجر الزاوية لأية عملية تحول باتجاه الصيرفة الالكترونية .

٢ - العمل على إنشاء البنية التحتية التقنية الملائمة لتطبيق البرامج المتعلقة بأعمال الصيرفة الإلكترونية من حيث توفير وسائل التواصل الحديثة والبرمجيات والمعدات الملائمة .

٣ - اعادة النظر في تقويم العوامل المرتبطة بأداء المصارف العربية ، ومدى فاعلية الأنماط التقليدية المستخدمة في تقديم الخدمات المصرفية ومدى ملائمتها منها مع التحديات الحديثة ، والتوجه الجاد نحو الأنماط المصرفية الحديثة القائمة على الصيرفة الالكترونية

<sup>١</sup> - نصر حمود مزنان ، مرجع سابق ص ٢٨٠ .

<sup>٢</sup> - المصدر السابق نفسه ، ص ٢٩٠ .

- ٤- الانفتاح على العالم الخارجي ، وازالة المعوقات التشريعية والتنظيمية التي تحول دون ذلك وترسيخ فكرة الشفافية والافصاح العاليين لدعم ثقة الزبائن ، وبالتالي الحصول على دعمهم باتجاه الأخذ بالاساليب الحديثة لتقديم الخدمات المصرفية الالكترونية .
- ٥- اعادة هيكلة المصارف العربية ، عن طريق تحريرها من القيود المفروضة عليها والحد من سيطرة الدولة وتعزيز عمليات الاندماج على الصعيدين الداخلي والخارجي ، لتكوين وحدات مصرفية كبيرة الحجم قادرة على مواكبة التطورات المستمرة في مجال تقديم الخدمات المصرفية الحديثة .
- ٦- ضرورة التدريب والتأهيل المستمر للكوادر البشرية الإدارية في المصارف العربية فنياً وتقنياً لمواكبة التطور في مجال الأعمال المصرفية الحديثة ، والاستعداد التام على كافة المستويات للخوض في ميادين الخدمات المصرفية المبتكرة القائمة على الصيرفة الالكترونية ، وبما يضمن التفاعل المستمر مع كافة المستندات على الساحة المصرفية ، لتعزيز قدرتها على المنافسة .

## **الفصل الثالث : أساليب وقنوات الصيرفة الالكترونية**

**المبحث الأول : قنوات الصيرفة الالكترونية.**

**المبحث الثاني : التسويق المصرف الالكتروني والعملاء.**

**المبحث الثالث: التحديات والمشاكل القانونية للبنوك الالكترونية .**

## الفصل الثالث : أساليب وقنوات الصيرفة الإلكترونية

إن التطورات المتلاحقة في أسواق الصيرفة قد اتسمت بالتسارع المستمر وبالذات خلال السنوات العشر الأخيرة بسبب التطورات المتلاحقة في ميادين الاتصالات والمعلومات.

إن مما لا شك فيه إن عالم اليوم يشهد مزيداً من الانفتاح والتقدير التكنولوجي في أداء الأعمال، ويعطي هذا التقدير مؤشراً واضحاً حول التحول من الأساليب التقليدية التي تدار باليد، إلى الأساليب المتقدمة والحديثة التي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات

### ١-٣-١- المبحث الأول : قنوات الصيرفة الإلكترونية

#### ١-٣-١-١- تعريف القناة المصرفية

تعرف القناة المصرفية بأنها الوسيلة التي يتم من خلالها أداء الخدمة المصرفية بشكل كامل من بداية اختيار الخدمة من قبل العميل مروراً بإجراءات إتمامها وانتهاءً بأدائها بشكل الكتروني كامل.<sup>(١)</sup>

#### ١-٣-١-٢- أنواع القنوات المصرفية الإلكترونية

أن القنوات المصرفية الإلكترونية تقدم كافة العمليات أو النشاطات التي تتيح للعميل الوصول إلى حساباته أو أي معلومات يريدها والحصول عليها من خلال الوسائل الإلكترونية أو الضوئية مثل الهاتف والحواسيب والصراف الآلي والانترنت والتلفزيون الرقمي وغيرها، إلى جانب العمليات التي يقوم بها مصدر البطاقات الإلكترونية ، وكافة المؤسسات التي تتعامل بالتحويلات النقدية والإلكترونية، ومن أهم قنوات الصيرفة الإلكترونية ما يلى:-

١ ) غسان الطالب وارتهمه هزاع – مدى تأثير العوامل الديمografية على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من البنوك الأردنية – دراسة تطبيقية على المصارف الأردنية ، مجلة الاقتصاد جامعة عدن ، العدد الخامس – ٢٠١٢ م ، ص ١٨ .

### ١-٢-١-٣: خدمة الصراف الآلي :

وهي تلك الآلات التي يمكن نشرها بالأماكن المختلفة والمنتشرة سواء بالجدار أو بشكل مستقل وتكون متصلة بشبكة حاسب المصرف ويمكن استخدامها عن طريق البطاقة البلاستيكية أو البطاقة الذكية للحصول على الخدمات المختلفة لهذه الآلة مثل : السحب النقدي ، الإيداع النقدي ، الاستفسار عن الحساب وغيرها من الخدمات ، وتعتبر هذه الأجهزة من أهم قنوات التوزيع الإلكتروني بسبب كثرة استعمالها وسهولتها على مستوى العالم ، ولكن تتطلب بعض الإرشادات التي يجب الالتزام بها للمستخدم في هذه الخدمة مثل :-

- ❖ المحافظة على بطاقة الصراف الآلي والتأكد من وجودها مع العميل دائمًا .
- ❖ سرعة إبلاغ مصدرها في حالة فقدانها .
- ❖ اختيار رقم سري غير شائع عند مستخدمها مثل رقم الهاتف أو تاريخ الميلاد ، لأن ذلك قد يجعل من الصعوبة استخدامها في حالة السرقة أو الضياع .
- ❖ التأكد من صحة الوصول في حالة إجراء أية عملية مالية .

لكن التعامل الحالي لم يشمل حتى الآن كافة الخدمات المصرفية بل يقتصر على بعض تلك الخدمات وأهمها الآتية : (١)

- ❖ الاستفسار عن رصيد الحساب
- ❖ الحصول على كشف حساب تفصيلي بالمعاملات
- ❖ تحويل الأموال إلى حسابات أخرى داخل البلاد وخارجها
- ❖ تقديم الإرشادات والمعلومات حول كيفية إجراء العمليات المصرفية الإلكترونية
- ❖ تسويق الخدمات المصرفية عبر الانترنت
- ❖ الحصول على معلومات عن أسعار الفائدة على الودائع والقروض وأسعار صرف العملات
- ❖ ويوجد حالياً لدى بعض المصارف خدمة جديدة تتمثل بإيداع الأموال عبر الصراف الآلي .

---

(١) حسن شحادة الحسين ، العمليات المصرفية الإلكترونية، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية ، مداخلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق ، جامعة بيروت العربية ٢٠٠٢ - ص ١٩٥ .

إلى جانب ذلك تتمتع الصرافات الآلية بالكثير من المزايا مثل<sup>(١)</sup>

- يسمح بالسحب لكل حائز على بطاقة السحب

- يوجد في البنوك - الشوارع ، أماكن أخرى مما يخفف على العملاء عناء القدوم إلى الفرع لسحب أي مبلغ قد يحتاجون إليها .

- يعمل دون انقطاع .

- جهاز موصول بوحدة مراقبة الكترونية تقرأ الموارد المغناطيسية للبطاقة لتحديد المبالغ التي يمكن سحبها أسبوعياً .

- تخفيض نشاط السحب على الفروع .

ولكن لا بد من الإشارة هنا إلى أن إدخال الصراف الآلي في الخدمة المصرفية في المصادر قد أوجد أربع مشاكل رئيسية<sup>(٢)</sup>:-

<sup>١</sup> الاعتمادية : والتي تعني أن يقوم المصرف بتسليم الخدمة بناءً على وعوده (وعد التسلیم ، وتوفیر الخدمة ، وحل المشاکل) والصراف الآلي لا يمكنه التعامل مع المشاکل الطارئة مثل خطاً في الرصید أو تعطل الجهاز نفسه ، قد يؤثر على مستوى الاعتمادية عند الزبون بخصوص المصرف .

<sup>٢</sup> الأمان من الأحتيال : والذي قد يحصل عند ضياع البطاقات من العملاء وأمور أخرى قد تحصل.

<sup>٣</sup> مقدار مستخدمي كل موقع للصراف الآلي وحجم توليد الأرباح من هذا الموقع.

<sup>٤</sup> ملامحة التكاليف العالية لشبكة جهاز واحد .

١ ) ناظم محمد نوري الشمرى وعبد الفتاح زهير العبد اللات ، مرجع سابق ، ص ٣٢ .

٢ ) تيسير العجارة ، التسويق المصرفى ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان-الأردن ، ٢٠٠٥ ، ص ٢٠٦ .

### ٢-٣-١: خدمة الانترنت :

وتعرف بنوك الانترنت "بأنها تلك البنوك التي تستخدم الانترنت كقناة للحصول على الخدمات المصرفية مثل : فتح حسابات الایداع ، وتحويل الاموال ، والحصول على الخدمات المصرفية الجديدة . ويعد الانترنت هو جوهر عمل هذه البنوك ، ويعتبر مجال التنافس الرئيسي بين البنوك<sup>(١)</sup> ، وهي خدمات مصرفية الكترونية تقدمها البنوك لعملائها المشتركين بالانترنت تمكّن من التواصل مع حسابك بطريقة سهلة وأمنة على مدار الساعة من خلال أي جهاز حاسوب شخصي أو محمول متصل بخدمة الانترنت .

وغالبا ما توفر البنوك عبر الانترنت الخدمات المصرفية الآتية :

#### ١- خدمة الاستفسار عن :

- ملخص أرصدة الحساب وطباعتها
- الحركات المالية التابعة للحساب
- أسعار العملات
- شيكات المقاصلة الخاصة بالعميل أو عليه
- حالة بطاقات العميل (فيزا إلكتروني ، البطاقات الائتمانية ، بطاقة التسوق عبر الانترنت)

#### ٢- خدمة الطلبات :-

- طلب فتح حساب تابع (جارى- توفير- وديعة لأجل)
- طلب دفتر شيكات
- طلب إصدار بطاقة (فيزا إلكتروني، بطاقة ائتمان، بطاقة التسوق عبر الانترنت)
- طلب تحويل مالي من حساب عميل إلى حساب عميل آخر لدى بنك آخر بموجب حواله بنكية خارجية .

<sup>(١)</sup> خالد الشريف ، اقتصاد الانترنت ، بحث مقدم في مؤتمر الاكاديمية العربية العاشر : تقديم المنتجات والخدمات المصرفية والمالية بالتجزئة أمام تحديات القرن الواحد والعشرين ، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية ، عمان ، الاردن ، ٢٠٠٠ م ص ٣٥.

### ٣- خدمة التحويل :

- التحويل المالي بين حسابات العميل نفسه
- التحويل من حساب العميل إلى حساب عميل آخر لدى البنك مع إمكانية تحديد أرقام الحسابات المستفيدة مسبقاً .

### ٤- خدمات أخرى :

- تسمية حساب العميل .
- تغيير الرقم السري الأساسي
- تغيير الرقم السري المالي
- حساب التمويل الشخصي
- التواصل مع البنك

### متطلبات الخدمة :

أن يكون عميل البنك مشترك في خدمة الانترنت مع المؤسسة العامة لاتصالات أو أحدى الشركات المزودة لخدمة الانترنت .

وتعتبر بنوك الانترنت الأعم والأشمل والأيسر والأكثر أهمية في مجال القنوات المصرفية الالكترونية ، وذلك بفضل اتساع شبكة الانترنت والزيادة اليومية لعدد مستخدميها ، ويمكن تمييز بنوك الانترنت إلى قسمين رئيسين (١)

### القسم الأول :-

وهو ما يتعلق بأداء الخدمات المصرفية من خلال شبكة الانترنت الدولية من خلال ربط البنوك بحواسيبها على الشبكة الدولية ، ليتمكن العميل من أي مكان وفي أي وقت من الدخول على هذه الشبكة ثم من خلال رقم سري شخصي يمكنه الدخول إلى حاسب البنك لتنفيذ تعليماته المصرفية وفقاً للقواعد والاشتراكات المسموح بها والمحددة خدماتها سابقاً.

(١) حافظ كامل الغدور ، محاور التحديث الفعال في المصارف العربية فكر ما بعد الحادثة بيروت جمعية اتحاد المصارف العربية - ٢٠٠٣ - ص ٨٩ - ٩٦ .

## القسم الثاني :

وهو يتعلق بالتجارة الالكترونية والتي تتم عبر شبكة الانترنت بين بائع ومشتري وكل من بنكي البائع والمشتري لتسوية مبالغ الصفقة وفي حالة التسوق الالكتروني يتم السداد من خلال ثلاثة وسائل هي :<sup>(١)</sup>

- ١ - الدفع النقدي الالكتروني وذلك من خلال استخدام النقود الالكترونية
- ٢ - الشيكات الالكترونية : وهي تحرر باستخدام الكمبيوتر وتأخذ مسار الشيك الورقي
- ٣ - بطاقات الائتمان البلاستيكية

ولتعزيز موقع عبر الانترنت يجب مراعاه العديد من الامور المهمة منها: الدقة ، والمظهر الخارجي، والتآلف والتزاغم بين مكوناته ، والمحافظة على السرية والامان ، والقدرة على التفائل مع العملاء والتطور<sup>(٢)</sup>

## ٣-٢-١-٣ : خدمة الرسائل القصيرة :

أن خدمة الرسائل القصيرة هي خدمة مصرفية الكترونية متطرورة تحت تصرف العميل على مدار الساعة لتلبية احتياجاته وإدارة معاملاته المصرفية المختلفة دون الحاجة لمراجعة البنك بحيث توفر هذه الخدمة المعلومات الخاصة بحساب العميل في الوقت الذي يتم فيه قيد العملية مباشرة وبمراقبة أنه ومضمونه من خلال الرسائل القصيرة عبر هاتفه الخلوي لتبقى على تواصل دائم مع رصيد حساب العميل ، راتبه ، إيداعاته ، سحوباته . وغيرها من العمليات المصرفية التي تطأ على حساب العميل حسب طلبه .

ومن الخدمات التي تقدم :-

### ١- رسائل بناء على طلب العميل مثل :-

- استعلام عن الرصيد
- استعلام عن آخر ٣ حرکات في رصيده.
- الاستعلام عن أسعار العملات

١ ) عبد المنعم راضى ، فرج عزت ، اقتصاديات النقود والبنوك ، البيان للطباعة والنشر ، الإسكندرية ، ٢٠٠١ . ٣٢ ص .

Awad, e (2002). Electronic consumer from vision to fulfillment. New jersey:prentice ( ٢ hell , upper saddle river.

▪ تشغيل خدمة SMS

▪ إيقاف خدمة SMS

## ٢- رسائل بعد إجراء حركة معينة على حسابك

وهي عبارة عن رسائل يزود بها العميل تلقائياً عند حدوث أحدى العمليات المصرفية التالية :-

✓ سحب شيك

✓ عدم صرف شيك

✓ تحصيل شيك على الحساب

✓ عدم تحصيل شيك

✓ إيداع راتب

✓ عدم كفاية رصيد

✓ ودائع مستحقة لأجل

✓ حواله وارده

✓ سحب نقدى (بطاقة فيزا)

✓ شراء بواسطة فيزا

✓ حواله صرف ألى

✓ تجاوز الرصيد

✓ حواله بنك ناطق

✓ إيداع نقدى

✓ سحب نقدى

## ٣- الرسائل الدورية

وهي الرسائل التي يتم إرسالها كل فتره زمنية يحددها العميل (يومياً ، أسبوعياً ، شهرياً)

وهذه الخدمة تكون مقتصرة على الرسائل الآتية :

- رصيد الحساب

- آخر ٣ حركات

- أسعار العملات

**٤-٢-١-٣ : خدمة البنك الناطق :-**

وهي عبارة عن خدمات مميزة تقدمها البنوك لعملائها تمكّنهم من التواصل مع حساباتهم وانجاز معاملاتهم المصرفية بالإضافة إلى الحصول على معلومات عن خدمات ومنتجات البنك من مقار أعمالهم أو منازلهم وفي أي وقت ، بشرط أن تكون أحد عملاء البنك ومشتركاً بهذه الخدمة التي تقدم مجاناً وعلى مدار الساعة. ويؤكد (باتدورف) بأن الطريق إلى التوسيع في تكنولوجيا الصرف الآلي ، والبنك الناطق ، حيث بلغت نسبة القروض المقدمة من خلال الهاتف ١٠٪ من أجمالي القروض المنوحة من قبل بنك (cleveland Ohio) عام ١٩٩٦م وشدد على أهمية التوسيع في استخدام هذه القناة<sup>(١)</sup> ويوفر خدمة البنك الناطق الخدمات المصرفية التالية :

**١- خدمة العملاء**

- الاستفسار عن ملخص أرصاده الحساب (صوت ، فاكس ، بريد الكتروني)
- الاستفسار عن رصيد حساب معين مسموح للعميل بالاطلاع عليه
- الاستفسار عن آخره أو ١٥ حركات تمت على حساب العميل من خلال سماعها على الهاتف ، أو آخر ١٠ أو ١٥ حركة من خلال الفاكس ومن خلال البريد الإلكتروني .
- الاستفسار عن تمويل
- طلب كشف حساب
- طلب دفتر شيكات
- التحويل بين حساباتك (تحويل داخلي) أو إلى حسابات عملاء البنك الآخرين (تحويل خارجي)
- تغيير رقمك السري الخاص بالخدمات المالية أو الخاص بالخدمات غير المالية
- ٢- الخدمات العامة .**
- الاستفسار عن تمويلات ومنتجات البنك
- الاستفسار عن أي معلومات عامة متعلقة بالبنك مثل أرقام الفروع وهواتفها وأسعار العملات وأية إعلانات أخرى .

Batdorff, I. (1996) ."phone ,atm lading way in banking technology". Crain.s ( ١  
cleveland business

### ٥-٢-١-٣ : خدمة وسائل الدفع الالكترونية :

تطور البطائق الالكترونية مع انتشار عملية التجارة الالكترونية لتشمل مجموعة الأدوات والتحويلات الالكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع وتمثل في البطائق البنكية والنقود الالكترونية والشيكات الالكترونية والبطائق الذكية .

#### ١- البطائق البنكية:

أو البطائق البلاستيكية وهي عبارة عن بطاقة مغناطيسية يستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة قد تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو الإتلاف .<sup>(١)</sup>

وتتقسم البطائق الالكترونية إلى ثلاثة أنواع هي :

##### أ- بطاقات الدفع :

تصدرها البنوك أو شركات التمويل الدولية بناء على وجود أرصدة فعلية للعميل في صورة حسابات جارية تقابل السحبوبات المتوقعة لها .

##### ب- بطاقات الائتمانية :

هي بطاقة بلاستيكية صغيرة الحجم شخصية تصدرها البنوك أو شركات التمويل الدولية تمنح لأشخاص لهم حسابات مصرافية مستمرة<sup>(٢)</sup> ، تصدرها البنوك في حدود مبالغ معينة تمكن حاملها من الشراء الفوري لاحتياجاته مع دفع آجل لقيمتها مع احتساب فائدة مدينة على كشف الحساب بالقيمة التي تجاوزها العميل نهاية كل شهر .

##### ج- بطاقات الصرف الشهري :

تحتفظ هذه البطائق عن البطائق الائتمانية كونها تسدد بالكامل من قبل العميل للبنك خلال الشهر الذي تم فيه السحب (أي أن الائتمان في هذه البطاقة لا يتجاوز شهر) .

١ ) جميل حميد أحمد الأثوري ، التجارة الالكترونية والصيরفة الجوانب النظرية وتطبيقاتها في الوطن العربي ، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثاني لجامعة جرش كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، بحث غير منشور ، ٢٠٠٤ ، ص ١٤ .

٢ ) محمود سحنون ، النظام المصرف في بين النقود الورقية والنقود الالية ، مجلة العلوم الإنسانية ، جامعة بسكره ، العدد رقم ٤ ، ٢٠٠٣ ، مايو ، ص ٦٥

وتصدر البطاقات البنكية من طرف مجموعة من المنظمات العالمية والمؤسسات المالية والتجارية ذكر منها:

• فيزا *internationale* : وتعتبر أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية، ويعود تاريخ إنشائها إلى عام ١٩٥٨ عندما أصدر بنك أمريكا البطاقات الزرقاء والبيضاء والذهبية وعرضها.

• ماستر كارد *Master card internationale* : هي ثاني أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية، مقرها في الولايات المتحدة الأمريكية، بطاقة مقبولة لدى أكثر من ٤٠٠ مليون محل تجاري، استخدمت لتسوية معاملات بلغت أكثر من ٤٠٠ مليون دولار.

• أمريكان إكسبريس *American Express* : هي من المؤسسات المالية الكبرى التي تصدر بطاقات ائتمانية مباشرة دون ترخيص إصدارها لأي مصرف، وأهم البطاقات الصادرة عنها:

✓ إكسبريس الخضراء : تمنح للعملاء ذوي الملاعة المالية العالمية.

✓ إكسبريس الذهبية : تمتاز بتسهيلات غير محددة السقف الائتماني، تمنح للعملاء ذوي الملاعة المالية العالمية.

✓ إكسبريس الماسية : تصدر لحامليها بعد التأكد من الملاعة المالية، وليس بالضرورة أن يفتح حامليها حساباً لديها.

• دير كلوب *Diter Club* : من مؤسسات البطاقات الائتمانية الرائدة عالمياً، رغم صغر عدد حملة بطاقتها إلا أنها حققت أرباحاً وصلت إلى ٦١ مليون دولار، تصدر بطاقات متنوعة مثل:

✓ بطاقات الصرف البنكي لكافة العملاء.

✓ بطاقات الأعمال التجارية لرجال الأعمال.

✓ بطاقات التعاون مع الشركات الكبرى مثل شركات الطيران.

وعلى الرغم من المزايا العديدة التي توفرها البطاقات البلاستيكية لحامليها ، لكن من الملاحظ أنها لاتزال قليلة الاستخدام في الوطن العربي وذلك يعود إلى إنخفاض الوعي الثقافي في المجتمعات العربية بأهمية مثل هذه البطاقات كذلك إنخفاض الدخول وبالتالي قلة المدخرات

الشخصية للناس<sup>(١)</sup> وتبلغ نسبة عدد البطاقات المصدرة إلى عدد السكان نحو ١٥٪ في الوطن العربي قياساً بنسبة ٣٤.٣٪ في بريطانيا<sup>(٢)</sup>.

## ٢- النقود الالكترونية :

بعد ظهور البطاقات البنكية ظهرت النقود الالكترونية أو النقود الرقمية وهي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات إلكترونية تخزن في مكان آمن على الهايد ديسك لجهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل يعرف باسم المحفظة الالكترونية ويمكن للعميل استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات البيع أو الشراء أو التحويل<sup>(٣)</sup> وعلى ذلك يمكن تجسيد النقد الالكتروني في صورتين<sup>(٤)</sup>.

**١- حامل النقد الالكتروني:** يحتوي على احتياطي نقدي مخزن في البطاقة يسمح بإجراء الدفع للمشتريات الصغيرة .

**٢- النقد الافتراضي :** عبارة عن برنامج يسمح بإجراء الدفع عبر شبكات الانترنت. وتحتاج وسائل الدفع عن طريق النقود الرقمية عن الوسائل الأخرى التي تعتمد على وسائل مصرفية ، كما أنها تتطلب دفع عمولات مالية قد تكون مرتفعة قياساً بقيمة المشتريات عندما تكون السلعة المشتراء صغيرة القيمة ، بالإضافة إلى أنها غير مقبولة في سداد المشتريات الصغيرة القيمة من السلع والخدمات والتي تقل أثمانها عن ١٠ دولار ، فضلاً عن أنها لا تصلح للاستخدام من قبل الأفراد صغار السن<sup>(٥)</sup> ، وتعرف النقود الالكترونية مجموعة من البروتوكولات والتواقيعات الرقمية التي تتيح للرسالة الالكترونية أن تحل فعليا محل تبادل العملات التقليدية، لذا فهي المكافئ الالكتروني للنقد التقليدية<sup>(٦)</sup>.

١ ) رافت رضوان ، عالم التجارة الالكترونية ، إصدار المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة ١٩٩٩ م ص ١٣ .

٢ ) مفتاح صالح و معارفي فريدة – مرجع سابق، ص ١٠ .

٣ ) فريد راغب النجار ، وآخرون ، وسائل المدفوعات الالكترونية – التجارة والأعمال الالكترونية المتكاملة – الدار الجامعية ، الإسكندرية ، ٢٠٠٦ ، ص ١١٨ .

٤ ) جميل حميد أحمد الاثوري ، مرجع سابق ، ص ١٧ .

٥ ) منير محمد الجنبيهي، و ممدوح محمد الجنبيهي، البنوك الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية ، ٢٠٠٥ ، ص ٤٧

٦ ) شريف محمد غمام ، محفظة النقد الالكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية ، ٢٠٠٥ ، ص ٢٧

لذلك تعتبر النقود الرقمية أكثر جاذبية من وسائل الدفع السابقة إذا ما توفّرت لها عنصر الأمان عند استخدامها في عمليات الدفع ، إذا يمكن استخدامها في المدفوعات الصغيرة ، أو يمكن استخدامها من قبل الأفراد صغار السن . ويمكن القول بأن النقود شكل من أشكال وسائل الدفع بدأت تنمو بتطور سريع بحيث ستؤدي إلى اختفاء كامل لاستخدام النقود العاديّة ويصبح بدل لها، بحيث يصبح (مجتمع بلا نقود)<sup>(١)</sup> .

وتقوم فكرة النقود الالكترونية على وجود وحدات نقدية رقمية لدى الفرد يقوم بشرائها من البنك أو الشركة المالية المصدرة لها ، ويقوم بعملية تخزينها في المحفظة الالكترونية له ، وإنفاقها وقت الحاجة ويمكن للأفراد صرف نقودهم الرقمية وإنفاقها لدى المؤسسات التجارية التي تقبل التعامل بالنقود الرقمية ، وتسديد قيمة مشترياتهم التي أنجزت عبر الانترنت وتحل هذه النقود الالكترونية محل النقود العاديّة وتكون بنفس القيمة المحددة لها .

### ٣- الشيكات الالكترونية :

وهي شبيهه بالشيك التقليدي تعتمد فكرتها على وجود وسيط لإتمام عملية التخليص والمتمثل في جهة التخليص (البنك) الذي يشترك لديه البائع والمشترى من خلال فتح حساب جاري بالرصيد الخاص بهما مع تحديد التوقيع الالكتروني لكل منهما وتسجيله في قاعدة البيانات لدى البنك الالكتروني<sup>(٢)</sup> ولقد أنبأ فكرة تحويل الشيكات الورقية إلى شيك الكترونية على أساس الدراسات التي تمت في الولايات المتحدة الأمريكية والتي بينت أن البنوك الأمريكية تستخدم سنويًا أكثر من ٥٠٠ مليون شيك ورقي يكلف حوالي ٣٩٥ مليون دولار ، لذلك اتجهت بعض الشركات المالية الأمريكية إلى تعميم نظام الكتروني لاستخدام الشيكات الالكترونية بدلاً من الشيكات الورقية وقد أوضحت الدراسة أن تكلفة الشيك الالكتروني سوف تنخفض إلى ٢٥ سنتاً بدلاً من ٧٩ سنتاً للشيك الورقي مما يؤدي إلى تخفيض تكاليف إصدار الشيكات لدى البنوك

١ ) طارق عبد العال حماد ، التجارة الالكترونية ، المفاهيم – التجارب – التحديات ، الدار الجامعية ، الإسكندرية . ٢٠٠٣ ، ص ١٤٠ .

٢ ) رافت رضوان ، مرجع سابق ، ص ٦٩ .

لأمريكيه إلى ١٢٥ مليون دولار بدلا من ٣٩٥ مليون دولار وهو ما يعني تحقيق وفورات مالية للجهاز المصرفي الأمريكي بمقدار ٢٧٠ مليون دولار<sup>(١)</sup>.

#### **٤- البطائق الذكية :**

تماشياً مع التطورات التكنولوجية ظهرت البطائق الذكية وهي نوع متطور من بطاقات الائتمان ، وتميز بقدرتها الفائقة على تخزين المعلومات والبيانات الخاصة بالمستخدم ، وهي عبارة عن بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية الالكترونية يتم عملها بخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل الاسم ، العنوان ، المصرف المصدر ، أسلوب الصرف ، المبلغ المنصرف وتاريخه وتاريخ حياة العميل المصرفي<sup>(٢)</sup> . ويتم تصنع البطاقة الذكية من لدائن معالجة بكثافة من السيلكون المكثف ومن وحدات CHIPS ، وتحتوي على شريط ممغنط تخزن فيها كافة المعلومات الخاصة بالبطاقة ، وتتوفر لها كل أسباب الأمان ضد التزييف وسرقة أرقامها وسوء الاستخدام وغيره ، كما تتميز بوجود صورة وتوقيع إلكتروني لمالكها وهذا يعطيها المزيد من الحماية ويشبه البعض هذه البطاقة بالكمبيوتر المتنقل نظراً لكثافة المعلومات التي تحتويها والتي يمكن تخزينها ، والحماية الالكترونية الفائقة التي تتضمنها وقدرتها على تخزين البيانات إلى ١٠٠ ضعف ما يمكن تخزينه من خلال البطائق الائتمانية الأخرى وهي قدرة فائقة لها ، ولقد تم استخدامها منذ صدورها في أماكن عديدة من العالم في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية وكندا واليابان واستراليا .

ويمكن استخدامها للدفع عبر جهاز الهاتف العادي أو الهاتف النقال أو عبر التلفزيون التخاطبي أو عبر الانترنت<sup>(٣)</sup> ولكن يشترط لأدائها لعملها في الدفع والسداد للتسوق أن يتتوفر لها في المحلات والمطاعم وأماكن التسوق الأخرى قارئ بطاقات الكترونية خاص يتم إدخال البطاقة فيه ليقراء محتوياتها وينقل قيمة المشتريات من البطاقة إلى حساب البائع ، وتعد شركة فيزا وما

١ ) طارق عبد العال حماد ، مرجع سابق ، ص ١٤٠ .

٢ ) المرجع السابق ، ص ١٢٣ .

٣ ) المرجع السابق ، ص ١٢٤ - ١٢٥ .

- سترد قادر بطاقة موفرة موديكس التي اكتسبت شهرة واسعة خلال العشر السنوات الأخيرة<sup>(١)</sup> وتم طرحها لعملاء المصارف وتتوفر لهم العديد من المزايا ذكر منها :-
- يمكن استخدامها كبطاقة ائتمانية أو بطاقة خصم فوري طبقاً لرغبة العميل .
  - سهولة إدارتها مصرفياً بحيث لا يمكن للعميل أن يستخدمها بقيمة أكثر من الرصيد المدون على الشريحة الإلكترونية للبطاقة .
  - أمان الاستخدام لوجود ضوابط أمنية محكمة في هذا النوع من البطاقات ذات الذاكرة الإلكترونية .
  - امكانية التحويل من رصيد بطاقة إلى رصيد بطاقة أخرى من خلال آلات الصرف الذاتي أو أجهزة التليفون العادي أو المحمول .
  - يمكن للعميل السحب من رصيد حسابه الجاري بالبنك وإضافة القيمة إلى رصيد البطاقة من خلال آلات الصرف الذاتي أو أجهزة التليفون العادي أو المحمول .

١ ) مفتاح صالح ، معارف في فريدة ، مرجع سابق ص ١١ .

## مزایا وسائل الدفع الالكتروني

### ١- بالنسبة لحامليها :

تحقق وسائل الدفع الالكتروني لحامليها مزایا عديدة أهمها: سهولة ويسر الاستخدام كما تمنحه الأمان بدل حمل النقود الورقية وتفادي السرقة والضياع كما أن لحامليها فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترات محددة – كذلك تمكّنه من إتمام صفقاته فوريًا بمجرد ذكر رقم البطاقة .

### ٢- بالنسبة للتاجر :-

تعد أقوى ضمان لحقوق البائع ، وتساهم في زيادة المبيعات كما أنها أزاحت عبء متابعة الديون للزبائن طالما أن العباء يقع على عاتق البنك والشركات المصدرة .

### ٣- بالنسبة لصدرها :-

تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تتحققها المصارف والمؤسسات المالية فقد حقق سيتي بنك أرباح من حملة البطاقات الائتمانية عام ١٩٩١م بلغت ١ بليون دولار <sup>(٣)</sup>.

## عيوب وسائل الدفع الالكتروني :-

### ١- بالنسبة لحامليها :-

\* من المخاطر الناجمة زيادة الاقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية وعدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد بما يترتب عليه وضع اسمه في القائمة السوداء .  
\* أن الاعتماد بشكل كبير على بطاقات الائتمان في مجال الدفع الالكتروني يشكل عقبة كبيرة لدى الزبائن ، إذ أظهرت الدراسات أن ٦٠% من مستخدمي الشبكة لا يثقون فيها كفاءة يتم الدفع من خلالها خاصة وأن هناك بعض الزبائن قد خسروا مبالغ كبيرة من جراء ذلك <sup>(٣)</sup>

١ ) عبد الهادي نجار ، الصيرفة الالكترونية والية تداولها ، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية ، مداخل مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق ، جامعة بيروت العربية ، ٢٠٠٢ ، ٤٦-٥٤ .

٢ ) المرجع سبق ، ص ٧٤ .

٣ ) رضا صاحب أبو حمد آل علي، وستان كاظم الموسوي، مفاهيم إدارية معاصرة ، ط ١ ، الوراق للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٢ م

٢- بالنسبة للتاجر :-

مجرد حدوث بعض المخالفات من جانبه أو عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغى التعامل معه ويضع أسمه في القائمة السوداء وهو ما يعني تكبّل التاجر صعوبات جمة في نشاطه التجاري <sup>(١)</sup>.

٣- بالنسبة لمصدرها :-

أهم خطر يوجه مصادرها هو مدى سداد حامله البطاقات لليون المستحقة عليهم وكذلك تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها <sup>(٢)</sup>.

### العوامل التي تعرقل نجاح وسائل الدفع الإلكترونية :-

هناك مجموعة من العوامل التي تعرقل نجاح وسائل الدفع الإلكترونية وتؤدي إلى انعدام الثقة بهذه الوسائل ، فرغم النجاح والراحة والمزايا التي حققتها هذه الوسائل الإلكترونية إلا أن هناك عوامل جعلت من هذا النجاح ناقصاً ، حيث ظهر نوع من الجرائم التي ترتكب في حق وسائل الدفع الإلكترونية ، مما أفرز مخاطر تنجم عن التعامل بوسائل الدفع الإلكترونية الحديثة منها <sup>(٣)</sup>

#### ١- الجرائم الإلكترونية ومخاطر المعاملات الإلكترونية :-

تعتبر الجرائم الإلكترونية (جرائم الانترنت) هي النوع الشائع من الجرائم ، إذ أنها تتمتع بالكثير من المميزات للمجرمين تدفعهم إلى ارتكابها.

ويمكن تعريف تلك الجرائم بأنها الجرائم التي لا تعرف الحدود الجغرافية والتي يتم ارتكابها بأداة هي الحاسب الآلي عن طريق شبكة الانترنت بواسطة شخص على دراية فائقة بها <sup>(٤)</sup>.

وعلى سبيل المثال ، شهد عام ٢٠٠٤م تجاوز عدد الفيروسات المعروفة ١٠٠ ألف فيروس بحيث ارتفع عدد الفيروسات الجديدة بنسبة ٥٠% ، وسجل زيادة قدرها ٥٠٠ في عدد رسائل البريد الإلكتروني الخادعة .

١ ) مفتاح صالح ، معارفي فريدة ، مرجع سابق ، ص ٦٤ .

٢ ) جميل حميد احمد الأثوري ، مرجع سابق ، ص ٢٠ .

٣ ) عبدالرحيم وهبيه ، تقييم وسائل الدفع الإلكترونية ومستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجودها ، الملتقى العلمي الدولي الرابع بعنوان عصرناه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر المركز الجامعي لتمzasst ، ص ٨ .

٤ ) محمد الجنبيه ومدحود الجنبيه ، جرائم الانترنت والحاسب الآلي ووسائل مكافحتها ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، ٢٠٠٤ ، ص ١٣ .

كما سجلت محاولات النصب في الانترنت والتي يحاول من خلالها بعض المحتالين خداع الناس لمعرفه معلومات سريه زياده بنسبة أكثر من ٣٠% والتي يحاول خلالها القراءنة إقامة موقع بنوك مزوره وإيقاع المودعين بتسليم أرقامهم البنكية السرية ، ويجد من يقعون في فخ هذه العمليات أن حساباتهم البنكية قد تم إفراطها من محتواها أو أن سمعتهم قد تم تدميرها من خلال انتقال آخرين لها<sup>(١)</sup>.

وقد كان لظهور وسائل الدفع الالكترونية عاملًا مساعيًّا في ظهور هذا النوع من الجرائم كالتالي :-

#### أ - انتقال شخصية الفرد :

وتم هذه عندما يستغل الصوص بيانات (العنوان ، وتاريخ الميلاد ، ورقم الضمان الاجتماعي ..) شخص ما على الشبكة الالكترونية أسوأ استغلال ، من أجل الحصول على بطاقات بنكية ائتمانية ، حيث أن تلك البيانات تمكنهم من التقدم بطلبات لاستخراج البطاقات البنكية عبر الانترنت غالباً من خلال الهيئات التي لا تتخذ إجراءات أمنية صارمة عبر الشبكة<sup>(٢)</sup>

#### ب - جرائم السطو على أرقام البطاقات :

أصبح السطو على أرقام البطاقات عبر شبكة الانترنت عمليه سهلة ، لذلك تزايدت هذه الحوادث التي أعقبتها عمليات ابتزاز لإرجاع تلك الأرقام أو لعدم نشرها أو لعدم استخدامها<sup>(٣)</sup>.

#### ج - غسيل الأموال باستخدام البطاقات البنكية :

غسيل الأموال هي عملية تحويل المصدر غير المشروع للأموال كالمخدرات إلى أموال مصدرها مشروع كالتجارة بالسيارات ، وأبسط الطرق لهذه العملية هي القيام بسحب مبالغ كبيرة على دفعات من الصراف الآلي في بلد أجنبي من ثم يقوم فرع المصرف الذي سيسحب المبلغ من ماكينته بطلب تحويل المبلغ من الفرع الذي أصدر البطاقة ، فتتم عملية التحويل بخصم المبلغ من رصيد العميل الذي يكون قد تهرب من دفع رسوم التحويل واستطاع أن يغسل أمواله<sup>(٤)</sup>.

[www.news-bbc.co.nk](http://www.news-bbc.co.nk) (١)

<sup>(٢)</sup> محمد الجنبيه ومدوح الجنبيه، جرائم الانترنت والحاسب الآلي ووسائل مكافحتها ، مرجع سابق، ص ٢٤

<sup>(٣)</sup> عبدالرحيم وهبيه ، مرجع سابق ، ص ٨

<sup>(٤)</sup> مصطفى بداوي ، غسيل الأموال الالكتروني ، مجله آفاق ، العدد ٥ ، الجمعية العلمية الثقافية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة البلدة ، سبتمبر ٢٠٠٥ م ، ص ٦١ .

ذلك يعتبر الانترنت من أحدث طرق غسيل الأموال المشبوهة خاصة أنها أسهل استخداماً وأيسر في التعامل مع البنوك ، وضغطه مفتاح تفتح له أفاق الدخول في حسابات وأنشطة ماليه ومصرفيه من أي جهة في العالم <sup>(١)</sup>

فيقوم المجرمون بالأعتماد على عمليه التحويل الالكتروني للأموال من خلال البنوك بإيداع الأموال الغير المشروعه في حسابات متعددة بالبنوك ، ثم تحويل إلى عده فروع في بلدان مختلفة

#### د - السلب بالقوة الالكترونية : (٢)

حيث يتم استخدام الحاسب في التلاعب بالمعلومات وذلك بإدخال بيانات زائفة من جانب المحتايل باختلاق دائنين كأجور يجب دفعها أو فواتير يجب سدادها .

وذلك عن طريق اختلاق مدینین غير حقيقین يجب عليهم سداد فواتير صادره عن الحاسب ، أما المدين المعتمد عليه فلن يمكن من إثبات كونه غير مدين لوجود فواتير معلوماتية ، وهكذا يستغل المحتايل طرق الدفع الآلية للحصول على أموال غير شرعية .

#### ٢- جرائم البطاقات البنكية :-

رغم المزايا التي حققتها وسائل الدفع الالكترونية إلا أن هذا لا يعني أنها مثاليه ، حيث تعددت الجرائم التي ترتكب في حقها ، ومع ازدياد استعمال البطاقات على وجه الخصوص تعددت وسائل الاحتيال في استعمالها وتتنوعت صورها ، ويمكن تقسيم الجرائم المرتكبة باستخدام هذه البطاقات إلى جرائم يرتكبها حامل البطاقة وجرائم يرتكبها الغير كما يلي :-

##### أ - الجرائم التي يرتكبها العميل بسبب إساءة استعمال البطاقات البنكية :-

فالعميل نفسه مالك البطاقة قد يستعملها لارتكاب جرائم مخالفه للعقد المبرم بينه وبين البنك ، وذلك بطبيعة الحال للحصول على أموال بأي طريقة كانت ، ومعظم هذه الجرائم أو المخالفات ذكرها كما يلي :-

❖ تجاوز الحامل للبطاقة لرصيده بالسحب من خلال أجهزه الصراف الآلي :-

<sup>١</sup>) عبدالمطلب عبدالحميد ، العولمة واقتصاديات البنوك ، الدار الجامعية ، مصر ، ٢٠٠٣ ، ص ٢٦٠ .

<sup>٢</sup>) هدى حامد قشقوش ، جرائم الحاسوب الالكتروني في التشريع المقارن ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٩٢ م ، ص ١٠٥ .

وتقع هذه الجريمة عندما يقوم حامل البطاقة بالسحب من الجهاز الآلي للنقد بمبلغ يزيد عن رصيده ، أو يتتجاوز الحد الأقصى المصرح له به <sup>(١)</sup> .

❖ إساءة استعمال بطاقات الوفاء (نقاط بيع) :-

قد يقدم العميل بشراء سلع وخدمات تتجاوز قيمتها المبلغ الذي يضمه البنك أو الجهة المصدرة كحد أقصى لها ، أو يقوم بشراء السلع والخدمات لا تتجاوز قيمتها المبلغ الذي يضمه البنك وإنما تتجاوز الرصيد الموجود في حسابه <sup>(٢)</sup> .

❖ استخدام بطاقة انتهت مدة صلاحيتها :-

لكل بطاقة مدة صلاحية معينة ، وبعد مرور هذه المدة لا بد على العميل بردها للبنك أو الجهة المصدرة لها وذلك لتجديدها ، أو التخلص منها ، وفي حال لم يفعل ذلك يرى البعض ضرورة اعتباره جرم <sup>(٣)</sup> .

❖ استخدام البطاقة الملغاة :-

قد يقوم البنك أحياناً بإلغاء البطاقة ووقف عملها ووفق لذلك يطلب من العميل ردتها ، ففي حال امتناع العميل عن ذلك (ردتها إلى البنك) ويقوم باستعمالها ، فإن ذلك يعد اعتداء على مال الغير لأن العميل سيوهم التاجر بملكية البطاقة وبائتمان مالي لدى البنك مستعيناً بالشهادة الصادرة من البنك والتي تقر بموجبها بائتمان العميل <sup>(٤)</sup> .

❖ إساءة استخدام بطاقة ضمان الشيك :-

تقوم الجريمة هنا عندما يقوم الجاني بإصدار شيك للتاجر الذي اشتري منه البضاعة بقيمة تتجاوز السقف الذي يضمه البنك <sup>(٥)</sup> .

<sup>١</sup>) بيومي عبدالفتاح حجازي ، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية ، الطبعة الأولى ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، ٢٠٠٢ م ، ص ٣٤ .

<sup>٢</sup>) محمد عبدالكريم سامح ، الحماية الجنائية لبطاقات الائتمان – جرائم بطاقات الدفع الإلكتروني ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٣ م ، ص ٧٢ .

<sup>٣</sup>) أسامة المناعة وجلال محمد الزغبي وصايل فاضل الهواوشة ، جرائم الحاسوب الآلي والإنترنت ، دار وائل للنشر ، عمان ، ٢٠٠١ ، ص ١٧٥ .

<sup>٤</sup>) عبدالرحيم وهبيه ، مرجع سابق ص ١٠ .

<sup>٥</sup>) مرجع سابق ص ١٠ .

### ب - الجرائم التي يرتكبها الغير بسبب إساءة استعمال البطاقات الإلكترونية : -

قد يتم أيضاً ارتكاب جرائم باستخدام البطاقات من قبل الغير وذلك على النحو التالي :-

❖ استعمال البطاقة المسروقة أو المفقودة من قبل الغير :-

أن سارق البطاقة أو من عثر عليها قد يستخدمها في سحب نقود من الجهاز الآلي ، وقد يستخدمها في الحصول على السلع والخدمات من التجار ، وهناك دول كفرنسا تطبق في مثل هذه الحالات عقوبة جريمة النصب <sup>(١)</sup>

❖ السحب ببطاقات الكترونية مزوره :-

يقوم الغير بتزوير بطاقات عن طريق بطاقات أئتمان مسروقة ، واستبدال بياناتها كما قد يتم ذلك بالتوافق مع صاحب البطاقة الذي يتركها للغير لاستعمالها في السحب وتزوير توقيعه ، ثم يقوم بالاعتراض على السحب ويطعن في توقيعه حتى لا يخصم المبلغ منه ، ويلاحظ أن أكثر من نصف عمليات الاحتيال فيما يخص البطاقات تقع في الولايات المتحدة الأمريكية ، أما الباقي في يوجد حوالي ٣٠٪ منها في أوروبا خاصة ببريطانيا ، أما البطاقات المفقودة أو المسروقة تمثل أكثر من نصف الخسائر المرتبطة على عمليات الاحتيال ، أو تزوير هذه البطاقات يمثل الخطير الأكبر الذي يهدد التجارة الإلكترونية <sup>(٢)</sup> .

### ٣- التحديات الجديدة التي تفرزها وسائل الدفع الإلكترونية :-

إن وسائل الدفع الإلكترونية ليست وسائل مثالية فكما لها مميزات فهي أيضاً تعاني من عيوب ومخاطر مما يؤثر على سمعتها بين الجمهور ، ويؤدي ذلك إلى اتخاذ الحيطة والحذر عند استعمالها ، ويمكن ذكر أهم المخاطر والعيوب لهذه الوسائل كما يلي :-

<sup>(١)</sup> محمد توفيق سعودي ، بطاقات الائتمان ، ط١ ، دار الأمين للطباعة ، مصر ، ص ١٣٠

<sup>(٢)</sup> حسين منصور محمد ، المسؤولية الإلكترونية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الاسكندرية ، ٢٠٠٣ م ، ص ١٢٣

## أولاً : النقود الالكترونية : -

للنقود الالكترونية أنواع من المخاطر (مخاطر أمنيه ، ومخاطر قانونية ، ومخاطر تتعلق بالسرية )<sup>(١)</sup>

### أ- المخاطر الأمنية للنقود الالكترونية :-

فقد يحدث الخرق الأمني للنقود الالكترونية إما كنتيجة إجرام عمد مثل التزوير والتزييف ، وإما كنتيجة لعمل غير عمد مثل محو أو تخريب موقع من موقع الانترنت ، وإما الإخلال بتصميمات الأنظمة الالكترونية والقرصنة الالكترونية فمن شأن كل هذه التصرفات والتهديدات السابقة أن تؤدي إلى أثار قانونية وأمنية ومالية خطيرة ، فإنه من المهم بمكان أن تتأكد الجهة المصدرة للنقود الالكترونية من توافر كافة الضمانات الأمنية بالنسبة للمستهلك .

### ب- المخاطر القانونية للنقود الالكترونية :-

تتبع هذه المخاطر أساساً من خلال انتهاك القوانين واللوائح مثل جرائم غسيل الأموال ، إفشاء أسرار العميل وإنتهاك السرية ، من ناحية أخرى ، فإن المخاطر القانونية قد تتولد أيضاً عندما تقتن حقوق والتزامات الأطراف المختلفة المعاملة بالنقود الالكترونية بطريقة غير دقيقة ، كذلك فإن موضوع حماية المستهلك يعد من أهم المخاطر القانونية التي يمكن أن تفرزها النقود الالكترونية ومن المتوقع أيضاً أن يصاحب انتشار النقود الالكترونية تزايداً في جرائم التهرب الضريبي حيث سيكون من الصعب على الجهات الحكومية المكلفة بتحصيل الضرائب القيام بربط الضرائب على تلك الصفقات التي تتم بواسطة النقود الالكترونية نظراً لأن تلك الصفقات تتم خفية عبر شبكة الانترنت .

ومن الصعب أن يتتوفر الامان المطلوب في الخدمات البنكية الالكترونية ، ومع هذا فمن الضروري أن يتاسب مستوى الأمان مع الغرض المطلوب تحقيقه ولذا فإن الترتيبات الأمنية المتعلقة بالنقود الالكترونية لابد وأن ترمي بصفة رئيسية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف من بينها ضرورة قصر الدخول إلى النظام الالكتروني للنقود الالكترونية على الأفراد المسماوح لهم فقط ، والتأكد من شخصية جميع الأطراف المعنية وذلك لضمان مشروعية كافة الصفقات المبدعة عبر شبكة الانترنت ، وضمان سرية المعلومات وعدم تغييرها بأي شكل من الأشكال حال مرورها عبر شبكة الاتصال ، لقد أصبح من الضروري أيضاً الاستمرار في تطوير الوسائل التكنولوجية الأمنية

من أجل المحافظة على فعالية وكفاءة الإجراءات الأمنية وقدرتها على مواجهة كافة الأخطار والتهديدات المترتبة على انتشار النقود الإلكترونية .

### جـ مخاطر تتعلق بالسرية (الخصوصية ) :-

ان الممارسة الصحيحة للتعامل بالنقود الإلكترونية تقتضي القدرة على التأكيد من الصفقات المتبادلة والتي تبرم بواسطه استخدام النقود الإلكترونية تم فقط بين الأطراف المعنية ، وأن عملية التبادل تنصب على تلك السلع والخدمات المصرح بها فقط .

ومع ذلك يبقى هناك تخوف قبل المستهلكين وذلك من جراء إمكانية استخدام المعلومات والبيانات المتعلقة بإبرام الصفقات دون ترخيص أو إذن مسبق ، وسوف تتضاعف هذه المخاوف مع الازدياد المطرد في استخدام النقود الإلكترونية في إبرام الصفقات التجارية .

إن المحافظة على سرية البيانات المالية الخاصة بجميع الأطراف المتعاملين بالنقود الإلكترونية تعد من أهم القضايا الشائكة المصاحبة للنمو المتزايد والانتشار الكبير المتوقع للنقود الإلكترونية ، فكما هو الحال بالنسبة للمحافظة على سرية الحسابات البنكية للعملاء والتي يحرم بمقدتها إطلاع أي شخص -غير العميل نفسه -على أحد الحسابات البنكية ، فإن من الضروري أيضاً أن تمنح الأطراف المختلفة المستخدمة للنقود الإلكترونية الضمانات الكافية التي تحد من إطلاع أي طرف آخر غير معنى بالصفقة المبرمة على البيانات المالية المتبادلة عبر شبكة الاتصال .

وفي الواقع ، إن سرية التعاملات التي تبرم بواسطه النقود الإلكترونية يجب المحافظة عليها من تعدي الآخرين سواء كانوا أفراداً عاديين أو جهات حكومية ، وفي تلك الحالة سوف تبرز مشكلة خطيرة ألا وهي التناقض بين ضرورة المحافظة على سرية المعاملات من جهة باعتبارها حقاً من حقوق الأفراد ، وحق الدولة في استخدام كافة الوسائل المتاحة للقضاء على الجريمة .

على سبيل المثال قد يتبعن على الدولة مراقبة شبكات الاتصال المختلفة بهدف الحيلولة دون وقوع جريمة غسيل الأموال أو التهرب الضريبي عبر استخدام النقود الإلكترونية ، وبالتالي سيكون من الصعب في مثل هذه الحالات المواجهة بين المحافظة على سرية وخصوصية معاملات الأفراد من جهة وضرورة مواجهة الجريمة من جهة أخرى .

## ثانياً: البطاقات البنكية : -

بالإضافة إلى الجرائم التي ترتكب في حق البطاقات البنكية فهي تفرز جملة من العيوب والمشاكل سواء لحاملها أو للمصارف المصدرة لها وأهم هذه المشاكل ما يلي :-

- محدودية أثر البطاقات في رفع الاستهلاك على المدى الطويل ، إذ أن رفع القدرة الاستهلاكية لا يتوقف على وسائل الدفع بقدر ما يعتمد على نمو وانحسار الدخل الحقيقي للفرد<sup>(١)</sup>

- الخطر على سيولة المصرف نظراً لكبر حجم التعامل ، كما أن كبر حجم القروض المجانية من حمله البطاقات يدعوا المصرف إلى تخفيض الاستثمارات في المجالات الأخرى<sup>(٢)</sup> .

- المنافسة التي تواجهها المصارف من المؤسسات المصدرة للبطاقات الخاصة بها كمحطات البنزين مما يقلل من حجم المعاملين مع المصرف<sup>(٣)</sup>

- بالنسبة للدول الإسلامية فإن البطاقات الائتمانية تكتنفها بعض المحظورات الشرعية ، كالفائدة التي يأخذها البنك عند تأخير العميل عن السداد ، وكذلك العمولة التي يتقاضاها البنك من التجار فهناك من الفقهاء من يعتبرها محظوظ<sup>(٤)</sup>

## ثالثاً: - التحديات القانونية والرقابية للبطاقات الذكية : -<sup>(٥)</sup>

هناك مجموعة كبيرة من التحديات القانونية والرقابية للبطاقات الذكية لعل أهمها ما يلي :-

- قد تقوم مؤسسات غير مصرافية بإصدار بطاقات ذكية ، لكن لا تفرض عليها رقابة كالمؤسسات المصرافية ، التي تدفع تكاليف الرقابة عند عرضها برامج البطاقات ذات القيمة المخزنة ، مما يثير قلق المراقبين بشأن المحافظ الإلكترونية التي تضم مؤسسات إصدار غير مصرافية لا تخضع لمراقبتهم .

- يسجل باستمرار قلق المستهلك حول سرية المعلومات الشخصية المخزونة في البطاقة الذكية والذي يمثل عقبه أمام إنتشار استخدام هذه البطاقات .

<sup>(١)</sup> [www.alwatan.com](http://www.alwatan.com)

<sup>(٢)</sup> عبد الرحيم وهبيه ، مرجع سابق ، ص ١٢.

<sup>(٣)</sup> زياد رمضان ومحفوظ جوده ، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنك ، دار وائل للنشر ، عمان ، ٢٠٠٠ ، ص ٢١-

<sup>(٤)</sup> ناصر سليمان ، تطوير صيغ التمويل قصير الأجل للبنوك الإسلامية ، ط ١ ، المطبعة العربية ، الجزائر ، ٢٠٠٢ ، ص ٢٦٠

<sup>(٥)</sup> مركز البحوث المالية والمصرفية ، البطاقات الذكية والتحديات القانونية والرقابية ، مجلة الدراسات المالية والمصرفية ، المجلد السابع ، العدد الرابع ، المطبعة العربية للعلوم المالية والمصرفية ، ١٩٩٩م ، ص ٤٤-٤٥

- من الناحية القانونية فإن البطاقات الذكية لا تخضع للقوانين التجارية التي تنظم الشبكات والحوالات وغيرها ، لأن المستخدم فيها لا يستعمل أداته مكتوبة مما يثير مشاكل الإثبات .

- تشير هذه البطاقات قضايا تتعلق بمراعاة إجراءات براءات الاختراع من طرف المؤسسات المصدرة للبطاقات ومجهزها بالإضافة إلى شؤون الملكية الفكرية وترخيص التكنولوجيا .

لكن أكبر مشكلة تواجهها وسائل الدفع الإلكترونية هو تسارع استعمالها منذ سنوات دون أن يواكبها تنظيمًا قانونيًّا يناسب تحدياتها ، فهي محرومة من الحماية القانونية التي تتمتع بها وسائل الدفع التقليدية ، مما يجعلها تخفي حزمه من المشاكل والنزاعات التي تتطلب سرعة في حلها ، ولعل أهمها إشكالية الإثبات لعدم اعتمادها على دعامة ورقية ، فرغم كل المجهودات من جانب الفقه والقضاء في دول العالم للتوسيع في تفسير النصوص القانونية الموجودة أصلًا في تشمل المعاملات الإلكترونية ، إلا أن هذه النصوص بقيت محدودة المدى فلم توضع كلمات الكتابة ، الإسناد الخطية .. الخ كي تشمل الإسناد الإلكترونية ، التوقيع الإلكتروني .. الخ نظراً لحداثة هذه المصطلحات .

### أساليب وسائل الأمان للأنظمة الدفع والسداد الإلكتروني :

لتحقيق هدف الصيرفة الإلكترونية لكل من البنك والزبائن لا بد من توفير بعض المقومات الأساسية لضمان نجاحها من خلال توفير بنية تحتية تقنية جيدة ، وتطويرها بشكل مستمر ، والولوج السهل وال سريع إلى موقع البنك على شبكة الانترنت ، ونشر الثقة بالصirفة الإلكترونية التي تعتبر من أهم عوامل نجاح العلاقة بين البنك والزبون ، ووضع سياسات قانونية شاملة تتماشى مع خصوصيات كل مجتمع ، ورفع كفاءة موظفي البنك ونشر الوعي بين الزبائن للبنك الحاليين والمستهدفين بالعمل المصرفـي الإلكتروني<sup>(١)</sup>

### أدوات الأمان والحماية لوسائل الدفع الإلكترونية :

تتميز وسائل الدفع الإلكترونية عن الوسائل التقليدية بالاستفادة من وسائل الأمان المبتكرة حديثًا لتجنب جرائم الانترنت ، وخاصة لإضفاء الثقة على المعاملات البنكية والتجارية التي تم عبر هذه الشبكة العنكبوتية والتي تكون وسائل الدفع الإلكترونية طرفاً فيها ، ولقد كان انتشار التجارة الإلكترونية سبباً كافياً لابتکار مثل هذه الوسائل ، لتضمن لنا التأكيد من الوثائق المرسلة وضمان سريتها وحمايتها من أي شكل من أشكال التزوير والقرصنة ومن هذه الأدوات والوسائل

<sup>(١)</sup> عرب يونس ، آليات عمل البنوك الإلكترونية وعناصر نجاحها ، مرجع سابق ، ص ٦٢

## التوقيع الإلكتروني :-

هو شهادة رقمية تحتوي على بصمة إلكترونية للشخص الموقع ، توضع على وثيقة وتأكد من شهادتها وهوية من وقع عليها ، ويتم الحصول على الشهادة من إحدى الهيئات المعروفة دولياً مقابل رسوم معينه حيث تراجع هذه الهيئات الأوراق الرسمية التي يقدمها طالب التوقيع ، ثم تصدر البطاقة<sup>(١)</sup>

وبذلك فإن التوقيع الإلكتروني هو عبارة عن رموز أو أرقام أو حروف إلكترونية تدل على شخصية الموقع دون غيره<sup>(٢)</sup>

ويتم التوقيع الإلكتروني (الرقمي) بواسطة برنامج كمبيوتر خاص لهذه الغاية ، وباستعمالة فإن الشخص يكون قد وقع على رسالته تماماً كما يوقع عاديًّا ، ويستخدم التوقيع الرقمي على كافة الرسائل الإلكترونية .

وهناك نوعان شائعان من التوقيع في هذه المرحلة من مراحل تطور التقنية :-

## التوقيع المفاحي:

وتقوم هذه التقنية بتزويد الوثيقة الإلكترونية بتوقيع مشفر مميز ، يحدد هذا الشخص الذي قام بتوقيع الوثيقة والوقت الذي قام فيه بتوقيع الوثيقة ومعلومات عن صاحب التوقيع ، ويتم تسجيل التوقيع الرقمي بشكل وهي عند إحدى الهيئات المعروفة دولياً ، وهو طرق محايده مهمته التأكيد من صحة ملكية التوقيع الرقمي للأشخاص الذي يقومون بتوقيع الوثائق الإلكترونية ، وبذلك يزود الشخص شهادة تأهيل تمكنه من التوقيع الإلكتروني على الوثائق الإلكترونية ، ويزود هذا الشخص بعد إعطاء الشهادة بكلمة السر خاصة ، تمكنه من استخدام التوقيع الإلكتروني<sup>(٣)</sup>

## التوقيع البيومترى :

يعتمد التوقيع البيومترى على تحديد نمط خاص تتحرك به يد الشخص الموقع أثناء التوقيع ، ويتم توصيل قلم الإلكتروني بجهاز كمبيوتر ، ويقوم الشخص بالتوقيع ، باستخدام هذا القلم الذي

يسجل حركة يد الشخص أثناء التوقيع كميزة لهذا الشخص ، حيث أن لكل شخص سلوك معين أثناء التوقيع .

### فوائد التوقيع الإلكتروني :

- هناك مجموعة كبيرة من الفوائد لهذه الأداء لحماية أنظمة الدفع الإلكترونية وأهم فوائدها هي<sup>(١)</sup>
- سهولة التعامل التجاري والتسويق عبر الشبكات الإلكترونية وذلك دون أي إضرار للمصالح المشروعة للمستهلكين في التمتع بالأمن القانوني .
  - يتم التبادل للوثائق الرسمية وغير الرسمية عبر الشبكات الإلكترونية باستخدام التوقيع الإلكتروني المثبت بموجب شهادات صادرة عن جهة رسمية بذلك تتمتع الوثائق بالصفة الرسمية للإسناد .
  - سهولة تبليغ القرارات في الدوائر الحكومية وانتقال المعلومات من القاعدة إلى القمة بثقة .
  - إنهاء نسبة كبيرة جداً من حالات الفساد الناجمة عن الاحتيال والتزوير التي يلجأ إليها الموظفون بغية الحصول على فوائد غير شرعية .
  - سهولة التعامل القضائي في الأدلة الموجودة (التوقيع الرقمي )
  - التطوير الهائل في التعامل المصرفي .

ويمكن أن نقول أن التوقيع الرقمي ليس جره قلم بل هو رمز محسوبة بواسطة برنامج حاسوب يستخدم مفتاح سري يكون حصراً لصاحب ذلك التوقيع ، لذلك فإنه إذا تمكّن الشخص من سرقة المفتاح السري لشخص آخر استطاع أن يسرق هوية صاحب ذلك المفتاح ، فإن التوقيع الإلكتروني بذلك يشبه الختم في المعاملات التقليدية ، لذا كان لزاماً على صاحب الختم المحافظة عليه بشكل يمنع الغير من استخدامه ، والحال مشابه في التوقيع الإلكتروني فمن استطاع أن يسطو على مفتاح سري لشخص آخر تمكّن من التوقيع باسمه .

وذلك يمكن الاستفادة من التوقيع الرقمي للكثير من الشركات العالمية في مجال التجارة الإلكترونية والحكومات الإلكترونية ، حتى يتم القضاء على كافة أنواع التلاعب ، وصولاً لغير المصرح لهم للمعلومات الحساسة ، وبالتالي الحصول على الثقة الحاضرة الغائبة في عالم الاقتصاد الرقمي .

## ١. التشفير الالكتروني :-

استخدمه الإنسان منذ حوالي ألفي عام قبل الميلاد ، لحماية رسائله وبلغ هذا الاستخدام ذروته في فترات الحرب لتأمين اتصالاتهم وراسلاتهم .

ويمكن تعريف التشفير بأنه عملية تحويل المعلومات إلى شفرات غير مفهومة (تبعد بدون معنى) لمنع الأشخاص غير المرخص لهم من الإطلاع على المعلومات أو فهمها ، ولهذا تتطوي عملية

التشفيـر عـلـى تحـوـيل النـصـوص العـادـية إـلـى نـصـوص مشـفـرة<sup>(١)</sup>

وتعتمد قوة وفعالية التشفير على عاملين أساسين هما :-

❖ الخوارزميات .

❖ طول المفتاح المقدر بالبيت .

وبذلك فإن التشفير وسيلة فنية لحماية البيانات من الآخرين ، ومن ناحية أخرى فإن فك التشفير هو عملية إعادة لتحويل البيانات إلى صفتها الأصلية ، وذلك باستخدام المفتاح المناسب لفك الشفرة<sup>(٢)</sup> .

وهناك نوعين من التشفير المتماثل المستخدم ، وذلك إنطلاقاً من نوعية المفتاح المستعمل هما<sup>(٣)</sup>

### التشفيـر المـتمـاثـل:

في هذا النوع يستخدم لكل من المرسل والمستقبل المفتاح السري ذاته في تشفير الرسالة وفك تشفيرها ، ويتفق الطرفان في البداية على عبارة المرور ، التي سيتم استخدامها ويمكن أن تحتوي عبارة المرور حروف كبيرة وصغيرة ورموز أخرى وبعد ذلك تحول برمجيات التشفير عبارة المرور إلى حدثائي ويتم إضافات رموز أخرى لزيارة طولها ويشكل العدد الثنائي الناتج مفتاح تشفير الرسالة وبعد استقبال الرسالة المشفرة ، يستخدم المستقبل عبارة المرور نفسها من أجل فك تشفير النص المشفر إذ تترجم البرمجيات مره أخرى ، عبارة لتشكيل المفتاح الثاني الذي يتولى إعادة التحويل للنص إلى شكله الأصلي المفهوم .

أما الثغرة الكبيرة في هذا النوع من التشفير ، فكانت تكمن في تبادل المفتاح السري دون أمان ، مما أدى إلى تراجع استخدام هذا النوع من التشفير .

<sup>(١)</sup> طارق عبدالعال حماد مرجع سابق، ص ٤٠.

<sup>(٢)</sup> منير الجندي ومدحود الجندي، البنوك الالكترونية ، مرجع سابق ، ص ٧٤

<sup>(٣)</sup> <http://support.microsoft.com>

### التشفير اللامتماثل (المفتاح العام) :-

جاء حل لمشكلة التوزيع غير الآمن للمفاتيح في التشفير المتماثل ، فعوضا عن استخدام مفتاح واحد يستخدم التشفير اللامتماثل مفتاحين اثنين تربط بينهما علاقة ، ويدعى هذان المفتاحين بالمفتاح العام والمفتاح الخاص .

ويكون المفتاح الخاص معروفاً لدى جهة واحدة أو شخص واحد فقط وهو المرسل ، ويستخدم لتشفير الرسالة وفك شفرتها ، أما المفتاح العام فيكون معروفاً لدى أكثر من شخص أو جهة ويستطيع المفتاح العام فك الشفرة للرسالة التي شفرها المفتاح الخاص ويمكن استخدامه أيضاً لتشفير الرسائل مالك المفتاح الخاص ولكن ليس بإمكان أحد استخدام المفتاح العام لفك شفرة رسالة شفرها هذا المفتاح العام . إذ أن مالك المفتاح الخاص هو الوحيد الذي يستطيع فك الشفرة للرسائل التي شفرها المفتاح العام ، ورغم أنه أفضل وأكثر أماناً من التشفير المتماثل إلا أنه أيضاً يجب أن تكون جلسة التشفير وجلسه فك الشفرة متزامنين تقريباً ، ورغم كل هذه المزايا إلا أنه أخترق هذا النظام يحل بعده البصمة الالكترونية الذي لم يخترق لحد الساعة .

### ٢- البصمة الالكترونية :-<sup>(١)</sup>

رغم أن التشفير يمنع الصوص من الاطلاع على محتويات الرسالة ، إلا أنه لا يمنع المخبرين من العبث بها أي أن التشفير لا يضمن سلامية الرسالة ، من هنا ظهرت الحاجة إلى ابتكار جديد يحمي هذه المنتجات الجديدة (أنظمة الدفع الالكترونية) إلا وهي البصمة الالكترونية .

وتعرف بأنها بصمة رقمية يتم استيقافها وفقاً لخوارزميات معينة تدعى دوال أو اقتراحات التمويه وهي تقوم على حسابات رياضية على الرسالة لتوليد بصمة (سلسلة صغيرة) تمثل ملفاً كاملاً أو رسالة (سلسلة كبيرة) وتدعى البيانات الناتجة بالبصمة الالكترونية للرسالة .

وت تكون البصمة الالكترونية للرسالة من بيانات لها طول ثابت تؤخذ هذه الرسالة المحولة ذات الطول المتغير ، و تستطيع هذه البصمة تمييز الرسالة الأصلية والتعرف عليها بدقة حتى أن أي تغيير في الرسالة ولو كان في بيت واحد يسفر إلى بصمة مختلفة تماماً .

ومن غير الممكن استيقاف البصمة الالكترونية ذاتها من رسالتين مختلفتين وتتميز البصمات الالكترونية عن بعضها البعض بحسب المفاتيح الخاصة التي أنشأتها ، ولا يمكن فك شفرتها إلا

باستخدام المفتاح العام العائد إليها ، ولهذا يطلق على اقتران التمويه المستخدم في إنشاء البصمة الالكترونية اسم آخر هو اقتران التمويه الأحادي الاتجاه .

ومن الجدير بالذكر أن استخدام خوارزميات البصمة الالكترونية أسرع من القادر من عملية التشفير اللا متماثل ، ولهذا أوجدت الخوارزميات البصمة الالكترونية ، وعليه تظهر العلاقة بين التوقيع الرقمي والتفصير فالتوقيع الرقمي هو ختم رقمي مشفر يملك مفتاحه صاحب الختم ويعني تطابق المفتاح مع التوقيع الرقمي على الرسالة الالكترونية إذ أن المرسل للرسالة هو من أرسلها ، وليس مرسلة من قبل شخص آخر كتب عنوانك البريدي لتبدو وكأنها مرسلة بأسمك ، ويضمن التوقيع الرقمي عدم التعرف الرسائلة لأي نوع من أنواع التعديل بأي طريقة كل ذلك في حدود اعتماد معايير الامن ووسائل وأدوات الحفاظ على المعلومات من أنشطة الاختراق والعبث وسوء الاستخدام .

وتقوم مؤسسة مختصة بأخذ البصمة لليزبون عند ذلك يجعل لهذا الزبون ملف خاص به يحتوي على مجموعة من معلومات الشخص من هويته ورقم حسابه البنكي وكل هذه المعلومات تخزن بطريقة سرية وآمنة في برنامج هذا الأخير يستعمله التاجر في عمليات القبض أو عمليات تحويل الأموال .

فبدلاً من أخذ البطاقة البنكية وتمريرها على جهاز التحويل المالي الآلي فإنه يضع إصبعه (إبهامه من اليدين) في جهاز خاص ، فيقوم بتحويل المبلغ من حسابه البنكي (أي الزبون) إلى التاجر دون حمل أي النقود التقليدية ، وبذلك فإنها تعتبر تطور جديد لأنظمة الدفع الالكتروني ، ولكن هذه الفكرة الأخير لم ترى النور بعد .

## التأمين :-

هناك العديد من نظم التأمين لشبكة الانترنت لحماية وسائل الدفع الالكترونية ومن أمثلة هذه النظم مايلي :-

### أ- استخدام تكنولوجيا الجدران الناريه :-

وهي عبارة عن برنامج وأجهزة توصل شبكة المعلومات والأنظمة الداخلية للمستخدم مع شبكة الانترنت ، حيث يحافظ المضيف على اتصال من جانب واحد ، واتصال مع الشبكة الداخلية من الجانب الآخر ، حيث يتم إعداد القواعد لمراقبة كافة التيارات الالكترونية فيتم إخفاء جميع العناوين الموجودة على الأجهزة في الشبكات الداخلية من الخارج ، ويشبه البعض هذه التقنية بـ

برجل الأمن الذي يقف على بوابة المنشأة يمنع الأشخاص غير المرغوب فيهم <sup>(١)</sup>

### ب- البطاقات :-

يملك كل شخص طبيعي أو اعتباري بطاقة خاصة به لا يستطيع أحد استخدامها غيره وعليه المحافظة عليها ، لمنع وصولها إلى أشخاص غير مرغوب فيهم .

### ج- شهادات التوثيق :-

وهي عبارة عن بيانات رقمية غير مكررة وتكون خاصة بالشخص وفي نفس الوقت تكون هذه البيانات مشفرة بحيث لا يمكن قراءتها ، هذه البيانات يمكن إضافتها لصفحة الويب أو البريد الصادر منها بحيث لا يستطيع أحد قراءة محتوياتها إلا من لديه شهادة مماثلة ، وتقوم عدد من الشركات بإصدار تلك الشهادات بمقابل مادي بسيط ، ويتم توقيع الشهادة من قبل موقع التصديق <sup>(٢)</sup>

### د- الخادم المفوض :-

يقوم بدور الوسيط بين الشبكات المؤمنة والشبكات غير المؤمنة ، فعن طريقه يستطيع صاحب المنشأة رصد حركة موظفيه على شبكة الانترنت ، كما يمكن التحكم في عملية الدخول إلى موقع معين عن طريق إعطاء أمر بعدم الدخول على الموقع المعين ذاته ، فعندما يرغب أحد العاملين

<sup>(١)</sup> عبد الرحيم وهبيه ، مرجع سابق ، ص٥.

<sup>(٢)</sup> مرجع سابق ، ص٩.

الدخول على الموقع يمنعه المفوض ، وغالباً ما يتم اقتران الحوائط النارية مع الخادم المفوض لضمان التحكم في عملية الدخول والخروج وتحقيق التأمين الكامل للشبكات المؤمنة<sup>(١)</sup>.

### هـ البروتوكولات الآمنة للسداد :<sup>(٢)</sup>

تم تطوير نظام التعاملات الآمنة وهناك أكثر من بروتوكول يمكن الاعتماد عليه لكن أشهرها بروتوكول هما :

بروتوكول الحركات المالية الآمنة (SET) : يسمح بمعرفة أطراف التبادل من خلال تبادل التوقيعات الإلكترونية ، حتى انه أضحت يعتبر بمثابة الحكم في أغلب عمليات الدفع الإلكترونية التي تجري عبر الانترنت .

بروتوكول طبقة المخرج الآمن (SSL) : وهو أيضاً مصمم لأغراض ضمان إجراء عمليات آمنة ، غير أنه يسمح فقط بمعرفة هوية البائع دون المشتري ، وهو الأمر الذي قد يربك البائعين ، بل وقد يربك حتى المشتري نفسه الذي يتبع عليه إرسال رقم بطاقته للبائع على الخط ، إذ قد يؤدي ذلك إلى استعمال رقمه من طرف غيره ، ومع ذلك فهو أهون من تقديم رقم البطاقة عن طريق الهاتف .

كل هذه الوسائل والأدوات تم ابتكارها لحماية المعاملات البنكية والتجارية من عمليات الغش والاحتيال ، مما يشجع على الاقبال لشراء السلع والخدمات عن طريق شبكة الانترنت وتأمين عمليات الدفع الإلكترونية ، لكن تبين مع مرور الوقت أن هذه الوسائل والأدوات غير كافية على الإطلاق لتوفير الأمان والسرية للمعاملات والإداء الأكثر استعمالاً في عمليات الغش والاحتيال ، هي البطاقات البنكية في حد ذاتها .

<sup>(١)</sup> حسين منصور حمد ، المسؤولية الإلكترونية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الاسكندرية ٢٠٠٣ ، ص ١٨٠  
<sup>(٢)</sup> محمد أمين الردمي ، التعاقد الإلكتروني عبر الانترنت ، ط١ ، دار المطبوعات الجامعية ، الاسكندرية ٢٠٠٤ ، ص ٣٦-٣٨

### ٦-٢-٦: خدمة الصيرفة عبر التلفزيون

يعتبر التلفزيون من أكثر وسائل الإعلام نجاحاً وقابلية لدى الجمهور لذا تم تطوير نظام الاتصال بالمصرف ومخاطبته عبر ما يسمى بالتلفزيون التخاطبي وتتيح هذه الفرصة لعملاء المصرف بالاستفسار عن حساباتهم وأرصادتهم وتحويل أموالهم من خلال نظام خاص يسمح بنقل المعلومات بالصوت والصورة عبر التلفزيون التخاطبي والذي يتم فيه استقبال المعلومات من البنك عبر كابل موصل بالتلفزيون،<sup>(١)</sup> وتظهر المعلومات عن العميل على الشاشة ويعتبر بنك HSBC الانجليزي مثلاً للبنوك التي تطبق هذا النمط من الصيرفة حيث استثمر مبلغ ١٠٠ مليون دولار في شركة أوبن التلفزيونية بهدف تقديم خدماته لعملاء من خلال التلفزيون التخاطبي<sup>(٢)</sup>

### ٧-٢-١-٣: خدمة بنوك الشركات :-

وهي خدمة الكترونية تقدم من قبل البنوك لعملائها من الشركات والتي ترتبط معها للقيام بجميع إنشطتها الخارجية بدون العودة إلى مقر البنك عن طريق الحاسوب الشخصي الموجود لدى الشركة والذي يتصل بحاسوب المصرف لتتمكن الشركة من خلال كلمة أو رقم سري أو كليهما لإتمام العمليات المصرفية المطلوبة وعليه تجنب أصحاب الشركة الحضور إلى مقر البنك لتوفير الوقت لهم ولسرعة معاملاتهم من مقار أعمالهم .

### ٨-٢-١-٣: خدمة شبكة نقاط البيع :-

وهي عبارة عن أجهزة تنتشر لدى المراكز التجارية والخدمية وتكون متصلة إلكترونياً بمحاسب المصرف ، تمكن العميل من سداد مدفوعاته عن طريق بطائق الصراف الآلي

١ ) عز الدين كامل أمين ، الصيرفة الإلكترونية ، مجلة المصرفي ، بنك السودان المركزي ، بحث مستخرج من الانترنت .

٢ ) طلعت اسعد عبد الحميد ، إدارة البنك المتكاملة الحل العصري لكافة المشاكل المتعلقة بالمال ، مؤسسة الأهرام ، القاهرة ، ٢٠٠٤ ، ص ٨٧ .

البلاستيكية أو البطاقات الذكية بتمريرها داخل الأجهزة الآلية فتقوم بالخصم الكترونياً من حساب العميل وتضيف القيمة على الفور لحساب البائع في أي من البنوك المشاركة بالشبكة<sup>(١)</sup>. تكون عملية القيد بعد أن يتم :-

- التحقق من صحة البيانات التي يعطيها حامل البطاقة
- التتحقق من صحة البيانات التي يعطيها التاجر
- يتم قيد المبلغ في حساب التاجر وخصمه من حساب صاحب البطاقة (العميل)

### ٣-٢-٩: خدمة البنك الجوال

حيث تتحمل هذه الخدمة على سيارة متحركة ويتوارد بها عدد من الموظفين، بالإضافة إلى طرف آلي ، حيث يقدم هذا البنك الجوال أو البنك المتنقل لعملائه جميع الخدمات المصرفية التقليدية من سحب وإيداع وفتح حسابات بكل أنواعها (جارى وتوفير وودائع وإصدار الشيكات والحوالات) و الكترونياً (مثل خدمات الصراف الآلي وإصدار بطاقات الدفع الإلكترونية). وبهذه الخدمة يكون البنك قد غير مقوله (سأذهب إلى البنك) إلى (البنك يأتي إلى).

وعلى ذلك فإن هذه الوسائل الحديثة للصرفية الإلكترونية تمتاز باللامركزية العالمية وتخطي الحدود الجغرافية والتي من خلالها أمكن تحويل العمليات المصرفية التقليدية في السوق المصرفي إلى عمليات مصرفيّة إلكترونية ، مما جعل المصادر مهددة بحلول هذه القنوات المصرفية الإلكترونية محل فروعها الجغرافية ، مع التأكيد بأن هذه القنوات المصرفية الإلكترونية ذات التطور التكنولوجي ليست هي الوسيلة الوحيدة لضمان سرعة أداء الخدمات المصرفية الإلكترونية وتوفيرها للعملاء ، ولكن هناك العنصر البشري الذي له دور مهم في عملية تقديم الخدمة المصرفية الإلكترونية ، ويشير الواقع العملي أن كفاءة المصرف في أداء الخدمات المصرفية الإلكترونية هي بدرجة أساسية تتوقف على كفاءة العاملين في المصرف ومهاراتهم الفريدة في التعامل مع الجمهور .<sup>(٢)</sup>

١ ) مرجع سابق ، ص ٨٨.

٢ ) محمود جاسم الصميدعي ، وردينة عثمان يوسف ، التسويق المصرفي – مدخل استراتيجي . كمي . تحليلي ، دار المناهج للنشر والتوزيع ، ط١ ، عمان-الأردن ، ٢٠٠٠ ، ص ٢٩٧

## المبحث الثاني

### التسويق المصرفى الالكترونى والعملاء

#### - ٢- ١: المقدمة : -

سيشهد هذا العقد تطورات هائلة في نظام الاتصالات العالمي ، مع استمرار الانخفاض في التكاليف ، وسيؤدي هذا الى تغير جذري في طريقة وأسلوب أداء الأفراد والمؤسسات وخاصة بطريقة نقل الأموال والمعلومات .

ومن المؤكد أن يؤدي هذا التطور الى تراجع الدور البشري في الخدمات المالية والى نمو كبير في المنتجات الإلكترونية والخدمات المالية عن بعد ونظام المدفوعات القائم على الانترنت .

ان اجهزة الكمبيوتر وتكنولوجيا المعلومات وشبكات الاعمال قد احدثت لحل محل الاعمال والنشاطات التي تحتاج الى كثافة عمالية في المؤسسات الانتاجية والخدمية ، وبالتالي فإن التحول المفاجئ وال سريع في التجارة بالتحول من الاعتماد على النشاطات ذات الكثافة العمالية الى النشاطات ذات الكثافة الرأسمالية .

إن الصناعة المصرفية بوضعها الحالي لا يمكن لها أن تستمر عليه ، لأن المصارف التي حققت ربحها في الماضي من جمع النقود ، وحفظها ، واقراضها ، ستواجه بوضع لن يكون فيه نقود تجمعها وتحافظ عليها ، وذلك عندما تنتقل الى المجتمع غير النقدي ، حيث ستختفي النقود العاديّة ، وتحل محلها النقود الالكترونية ، ولن تحتاج المصارف لجمع الأموال وحمايتها وبذلك ستختفي مظاهر المصارف التي تعودنا عليها من ابنيّة محصنة ، وقصباني حديديّة وسيارات نقل مصفحة ، كما أن التعامل لن يكون شخصياً ، بل من خلال اجهزة الكمبيوتر من أي مكان ، وفي أي زمان .<sup>(١)</sup>

ويعتبر التسويق المصرفى الالكترونى حقولاً من حقول المعرفة التسويقية الحديثة التي حظيت باهتمام كبير من جانب الكتاب والباحثين ، نظراً لما يتصل به هذا الحقل من

<sup>١</sup> - مفلح عقل ، وجهات نظر مصرفية ، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠٠٦ ، ص ٧٣ .

خصوصية شديدة ودرجة من التقاطع المصرفي بين مجموعة من المعارف العلمية كالتسويق والعلوم المصرفية والمالية والعلوم السلوكية<sup>(١)</sup>.

ونظراً للدور الحيوي الذي يقوم به التسويق المصرفي الإلكتروني على مستوى دعم كيان المصرف وبقاءه واستمراره ، فقد ادركت إدارة المصارف أهمية هذا الدور ، خاصة مع ما تتصف به الخدمات المصرفية من خصائص تكاد تنفرد بها دون سواها من الخدمات الأخرى ، حيث بربرت نتيجة لذلك معطيات واعتبارات اثبتت الدراسات والابحاث انها تحكم اختيار الفرد للمصرف الذي يتعامل معه ، وظهرت اعتبارات أخرى كجودة الخدمة ، وطريقة التعامل مع الجهد وخدمات ما بعد البيع كمعايير هامة في اختيار العملاء للمصرف وخدماته<sup>(٢)</sup>.

ولقد شهدت الصناعة المصرفية في الآونة الأخيرة تقدماً ملحوظاً في مجال السماح لعملاء البنوك بإجراء العمليات المصرفية من خلال شبكات الاتصال الالكترونية ، ومن المتوقع أن تنتشر هذه العمليات بشكل واسع في الفترة المقبلة خاصة في ظل التطور المستمر في مجال التقنية الخاصة بالعمليات المصرفية ، ويقصد بالعمليات المصرفية تقديم البنوك الخدمات المصرفية التقليدية والمبكرة من خلال شبكات اتصال الكترونية تقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقاً لشروط العضوية التي تحددها البنوك<sup>(٣)</sup>.

## ٢- ٢- استراتيجية التسويق المصرفي الالكتروني :

نظراً لما تتصف به الخدمات المصرفية من نمطية عالية في مضمونها ومحتوها ، فقد كان لزاماً على الإدارة المصرفية أن تبحث عن وسائل وأساليب أخرى تستطيع من خلالها التنافس والحصول على نتائج أفضل ، فإذا كان من الصعب أن تكون الخدمة المصرفية في جوهرها أحد مجالات التنافس وإبراز الميزة التنافسية أو النسبية ، فإن جودة هذه الخدمة وأسلوب تقديمها ربما كان المجال الوحيد للتنافس ، وتمثل استراتيجية التسويق المصرفي

<sup>١</sup> - شاكر تركي اسماعيل ، التسويق المصرفي الالكتروني والميزة التنافسية لمصارف الأردنية ، مجلة العلوم الإنسانية ، السنة السابعة ، العدد ٤٥ ، ٢٠١٠ م ، ص ٩ .

<sup>٢</sup> - ناجي معلا ، الاصول العلمية للتسويق المصرفي ، دائرة المكتبة الوطنية ، عمان ، ٢٠٠٧ ، ص ٦ .

<sup>٣</sup> - محمود الجنبي ، ومدحود الجنبي ، مرجع سابق ، ص ٢٢٤ .

الإلكتروني بتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية عن طريق الشبكة العنكبوتية الدولية الانترنت كقناة تسويقية جديدة لها خصائصها الفريدة المميز لها عن بقية القنوات الاتصالية الأخرى التي تمتاز بالسرعة وانخفاض التكاليف ، وقد عبرت استراتيجية التسويق الإلكتروني ، حيث أصبح الانترنت اداة اتصال تسمح للمهتمين بالدخول للموقع المستهدفة على مدار ٢٤ ساعة في اليوم ، ٧ أيام في الأسبوع دون انقطاع ، اضافة الى ذلك فإن التسويق الإلكتروني وحد العالم من خلال تسهيل عملية الدخول الى جوهر عمليات البيع والشراء للسلع والخدمات المصرفية وساعد على توليد وتطوير الطلب عليها وصولاً للهدف الأخير منها بوضع حد فاصل للنفقات بقليل تكلفة عملياتها.<sup>(١)</sup>

### ٣- ٢- مزايا التسويق المصرفي الإلكتروني .

إن الجيل الرقمي والثورة الرقمية أدت إلى تطور الاتصالات مما أثر في طرقه استقبالنا وإرسالنا للمعلومات، والاعلان عن المنتجات السلعية والخدمية وطريقة تسويقها ، حيث أصبحت اجهزة الهاتف والفاكس والحاسب والطبعات الليزرية والملونة من المكونات الأساسية لإداء العمليات الخاصة بالتسويق المصرفي الإلكتروني والذي يمتاز بالمميزات التالية .

#### أ- انخفاض التكاليف .

إن أداء المؤسسات المصرفية لأعمالها ونشاطاتها التسويقية من خلال شبكة الانترنت ادى إلى تخفيض التكاليف لعدم الحاجة إلى البنى التحتية للاستثمار والحد من العوائق اللوجستية مما ساوي ما بين المؤسسات المصرفية الكبيرة والصغيرة في أن تقدم كل منها ما لديها عبر هذه الشبكة أو الوسائل التكنولوجية الأخرى .

#### ب- جودة وسرعة خدمة العملاء .

فالمؤسسات المصرفية التي تقدم خدماتها للعملاء عبر شبكة الانترنت والوسائل التكنولوجية الأخرى تمتاز عن غيرها من المؤسسات المنافسة ، مما يقلل من التكاليف المالية المباشرة وغير المباشرة والجهد البدنى والعقلى المبذول الذى يتحمله العملاء فى الحصول على الخدمة المصرفية أو البحث عن المعلومة فيما يتعلق بالأمور المالية .

<sup>١</sup> - شاكر شكري اسماعيل ، مرجع سابق ، ص ١٠ .

### جـ-مساعدة العميل للمقارنة.

أن التسويق المصرفى الالكتروني يعطى للعميل امكانية المقارنة والمفاضلة بين كم هائل من البدائل المتاحة واتخاذ قرار الاختيار النهائى بما يتاسب مع احتياجاته ورغباته .

### دـ-زيادة الانتاجية .

فالإجابة عن أسئلة العملاء الفنية فيما يتعلق بخدماتها من خلال موقعها الالكتروني يزيد من انتاجية المصادر الالكترونية بأقل التكاليف وأقل جهد ممكن .

### هـ - مبادلة المعلومات وملاءمتها والرقابة عليها .

يسهل التسويق المصرفى الالكتروني عملية مبادلة المعلومات بين المهمتين وتقديمها عند الحاجة لها ، وإمكانية الرقابة عليها حيث يمكن العملاء الدخول لموقع المصرف والدخول على الحسابات الخاصة بهم ، أو المواد المسجلة او امكانية التسجيل دون الالتزام بالمكان المادي للمصرف التجارى .

### وـ-ميزة الانترنت<sup>(١)</sup> .

من خلال الانترنت يمكن للمؤسسات المصرفية وغيرها أن تقدم خدماتها المصرفية لعملائها في الأسواق المحلية والأسواق الخارجية المستهدفة بما يتلاءم مع حاجاتهم ورغباتهم وحاجة اسواق العمل فيها ، من خلال مجموعة من الأدوات والوسائل الاساسية التي تستخدم في تسويق الخدمات المصرفية الالكترونية عبر الانترنت منها :-

#### ١- الموقع الالكتروني .

وهو أداة ترويجية فاعلة للأعمال الالكترونية بشكل عام وتسويقي الخدمات المصرفية الالكترونية بشكل خاص ، لكن هذا الموقع يحتاج الى ترويج ايضاً حتى ينجح في أداء وظائفه الترويجية والتسويقيه الأخرى بصورة فاعلة .

#### ٢- محركات البحث .

يقوم العملاء وطالب الخدمة المصرفية عادة بالبحث عن المؤسسات المصرفية أو لطلب خدمات مصرفية اضافية من خلال محركات البحث المنتشرة على شبكة الانترنت ، وهذه المحركات توصل العملاء التي اهدافهم البحثية بتزويدهم بعدد كبير من البدائل المتوافرة بإختيار العميل منها ما يناسبه ويلائمه .

<sup>١</sup> - شاكر تركي اسماعيل ، مرجع سابق ، ص ١١ .

### ٣- الاعلان الإلكتروني.

إن حركة النشاط الاعلاني عبر شبكة الانترنت في تحسين وتطور مستمر ، ويزداد حجم هذا النشاط عام بعد عام ، ويزاد بصورة متسرعة اعداد المؤسسات المصرفية التي تعتمد على هذه القناة لنشر اعلاناتها والترويج لخدماتها وافكارها المختلفة<sup>(١)</sup> ويمتاز الاعلان عبر الانترنت بالعديد من المزايا منها القدرة العالية على استهداف قطاعات واسعة من العملاء في الأسواق المحلية والإقليمية ، وسهولة كسب استقطاب اعداد كبيرة من المتلقين الذي يعرض عليهم الاعلان وينبغي أن تختار المؤسسات المصرفية الموقع المناسب والمشهورة لتنشر عبرها اعلاناتها الالكترونية .

### ٤- الرعاية الاعلانية.

بموجب هذا النمط تسمح ادارة الموقع لأحدى المؤسسات التي ترغب في الاعلان عن نفسها برعاية هذا الموقع أو برعاية جزء منها ، أي أن ترعى احدى زوایا التي تكون في الأغلب ذات ارتباط بنشاطها ، ويظهر فيها الاعلان على شكل ترويسه<sup>(٢)</sup> .

### ٥- البريد الإلكتروني.

يمكن استخدام البريد الإلكتروني في العمليات المصرفية لإرسال الوثائق المطلوب الحاقها بالرسائل أو استلام الوثائق المطلوب استلامها ، ويتم ذلك عن طريق تأمين الوثائق الإلكترونية وإرسالها كملحق أو كمرفق<sup>(٣)</sup> .

### ٦- الكاتalog الإلكتروني.

يمكن استخدامه في التسويق للمؤسسات المصرفية بإرسال الكاتلوجات التي غالباً ما تكون مطبوعة أو على شكل cd أو فيديو وتحتوي على المادة التي ترغب المؤسسة المصرفية في إطلاع عملائها عليها<sup>(٤)</sup> .

<sup>١</sup> - يوسف ابو فاره ، التسويق الإلكتروني ، دار وائل للنشر ، عمان ،الأردن ، ٢٠٠٤ ، ص ٢٨١ .

<sup>٢</sup> - محمد طاهر نصیر ، التسويق الإلكتروني ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان ،الأردن ، ٢٠٠٤ ، ص ٣٧٣ .

<sup>٣</sup> - Post Gerald & Anderson david .l. (2006).management information system. New york : mcgraw- hill.p.102

<sup>٤</sup> - winer,russells(2004) .marketing management' yersey :prentice hall .englewood cliffs . f314 .

## ٧- الاتصال الهاتفي.

يتضمن التسويق الهاتفي المكالمات الصادرة والواردة للمؤسسة المصرفية لجذب عملاء جدد والتواصل مع العملاء الحاليين، وخدمتهم والإجابة على استلتهم من خلال الهاتف ، فالاتصال الهاتفي يساعد في تخفيض التكاليف التسويقية وجذب العملاء الجدد وزيادة مستوى رضاهم عنها<sup>(١)</sup>.

## ٣- ٤- محددات التسويق المصرفي الإلكتروني .(٢)

بالرغم مما وصلت اليه ثورة الاتصالات والتقنية الرقمية وبالرغم من المزايا والفوائد العديدة الا انه ما زال هناك بعض المحددات التي يجب اخذها بعين الاعتبار.

### أ- أمن وضمان البيانات والمعلومات .

ما زال أمن وضمان البيانات والأعمال عبر القنوات الإلكترونية تواجه مشكلة القرصنة الإلكترونية ، فعلى سبيل المثال أظهرت البيانات بأن ٩٥ % من الأمريكيين ما زالوا يتربدون في أن يعطوا رقم بطاقة الائتمان عبر الانترنت خوفاً من بعض عمليات التضليل التي حصلت لبعض العملاء .

### ب- ضعف المنافسة .

عدم امكانية منافسة المؤسسات المصرفية الصغيرة للمؤسسات المصرفية الكبيرة في السعر والتسهيلات الائتمانية والخدمات الأخرى التي تقدمها وبالتالي خسارة المؤسسات الصغيرة وانسحابها من السوق .

### ج- عدم فعالية بعض العمليات الإلكترونية .

من المفترض أن تكون السوق الإلكترونية كاملة ومتكلمة ، بينما نجد أن بعض مقدمي الخدمات المصرفية والعملاء متلقى الخدمة المتواجدون في شتى بقاع العالم بحاجة الى نوع ما من الوسطاء للتفاوض معهم أو لضمان جودة ونوعية الخدمة المصرفية المقدمة أو لضمان شرعية المعاملات المالية القائمة فيما بينهم ، وهؤلاء الوسطاء لهم تكاليفهم الخاصة التي ترفع من التكلفة التي يتحملها العملاء .

<sup>١</sup> - o;conner j.& glavin(2004) "Eleetronic marketing " Theory & practice for the 21 century London , ft prentice hall . P296

<sup>٢</sup> - شاكرن تركي اسماعيل ، مرجع سابق ، ص ٤٤ .

## ٥-٢-٣: العوامل المؤثرة على اتجاهات العميل نحو أساليب الصرف الإلكترونية

هناك مجموعة من العوامل تؤثر على اتجاه العميل نحو أساليب الصرف الإلكتروني منها<sup>(١)</sup>

### ١ - تكاليف أداء الخدمة .

أن انخفاض تكلفة العمل المصرفي الإلكتروني منخفضة بنسبة كبيرة مقارنة بالقوط التقليدية بالنسبة للبنك مما يؤدي إلى تقديم هذه الخدمات الإلكترونية بأسعار منخفضة للعملاء وبذلك يزداد إقبال العملاء لهذه الخدمات الإلكترونية مقارنة بالخدمات التقليدية

### ٢ - الحصول على الخدمة دون التقيد بمكان أو زمان معين .

يستطيع العميل الوصول إلى ما يحتاجه من خدمات مصرفيه عن طريق تنوع شبكات القوافل الإلكترونية إلى تنفيذ ما يريد من عمل مصرفي خاص به من أي مكان هو فيه إذا كان لديه وصلات الكترونية مع البنك وفي أي وقت .

### ٣- عدم وجود معاملات عند استخدام الخدمة .

يمكن للعميل أن يقوم بتنفيذ ما يريد من عمليات مصرفيه مباشرة بدون العودة إلى موظفي البنك لتنفيذ العمليات التي يريدها .

### ٤- السرعة في إنجاز الأعمال .

يتم إنجاز الأعمال عن طريق القوافل الإلكترونية بشكل أسرع من استخدام القوافل التقليدية .

<sup>(١)</sup> للمزيد من الإطلاع يمكن العودة إلى المصادر الآتية:

-نظام محمد نوري الشمري، وعبد الفتاح العبدلات، مرجع سبق ذكره ص ٣٤-٣٥

-مفتاح صالح ومعارفي فريدة، مرجع سابق، ص ٥-٦

-رشدي عبد اللطيف داود، مرجع سابق، ص ٦

-يونس عرب، مرجع سابق، ص ١٢-١٣

## ٥- التواصل مع أكثر من جهة في نفس الوقت .

يمكن العميل إذا استخدم القنوات الإلكترونية أن ينفذ أكثر من عملية في وقت واحد وبسرعة على سبيل المثال يمكن أن يقوم بالشراء لما يريد عن طريق الإنترنت وتحويل الأموال من حسابه إلى البائع عن طريق بطاقات الصرف المختلفة .

## ٦- تنفيذ الخدمة من البيت .

يمكن للعميل أن يستخدم القنوات المصرفية الإلكترونية بجميع أشكالها من داخل المنزل بدون العودة إلى مقر البنك وما يصاحب ذلك من زحام في الوصول إلى مقر البنك أو داخله .

## ٧- اختفاء الوثائق الورقية للمعاملات .

حيث أن كافة الإجراءات والمراسلات التي تتم تكون عن طريق طرف في الخدمة المصرفية الإلكترونية دون استخدام أي أوراق أو شيكات تقليدية .

## ٨- السرية والأمان .

حيث يرغب غالبية العملاء من عدم معرفة أحد بحساباتهم وعليه يسعى للحصول على الخدمة المصرفية الإلكترونية لأنها يمكن أن تقوم بتسوية أنشطتهم وخدماتهم المالية بصورة سرية وأمنة من ناحية ومن ناحية أخرى تمنحه الأمان بدل حمل النقود الورقية وتغادي السرقة والضياع

## ٩- توفير الوقت والجهد .

توفر الخدمات المصرفية الإلكترونية الكثير من الوقت والجهد للعميل عند استخدامها بدلاً عن استخدام الخدمة المصرفية التقليدية .

## ١٠- عدم إمكانية تحديد الهوية.

حيث يرغب بعض العملاء عن استخدام قنوات الصيرفة الإلكترونية أن تكشف هوياتهم وبذلك فإن استخدام القنوات الإلكترونية قد لا يرى طرفاً التعاملات الإلكترونية كل منهما لآخر وهو ماتعالجه التكنولوجيا بالعديد من وسائل التأمين للتعرف على الهوية الكترونياً

## ١١- الجانب معنوي.

أن استخدام القنوات المصرفية الإلكترونية تمثل لبعض العملاء صورة من التفاخر والتباكي بأنه متبع للتكنولوجيا وما تقدمه من خدمات .

## المبحث الثالث

### التحديات والمشاكل القانونية للبنوك الإلكترونية

#### ٤-١ المقدمة:-

يعد التقدم التكنولوجي من العوامل المساعدة في تطوير تقنية المعلومات والاتصالات بما يكفل إنساب الخدمات المصرفية الإلكترونية بكفاءة عالية، وأن حسن استغلال تقنية الصيرفة الإلكترونية هي من عوامل عصرنة المنظومة المصرفية الإلكترونية لمواكبة تحديات العصر، ومواجهة ضغط منافسة البنوك الأجنبية الموجهة أساساً لجذب العملاء.

فالعمل المصرفي الإلكتروني يتجاوز الوظائف التقليدية ويهدف إلى تطوير وسائل تقديم الخدمات المصرفية، ورفع كفاءة أدائها بما يتماشى والتكنولوجيات الحديثة، وعلى هذا الأساس سعت البنوك لتخفيض تكاليف العمليات المصرفية التي تم عبر القنوات الإلكترونية لتدعم العلاقات وزيادة ارتباط العملاء بهذه البنوك.

وحتى تأدي البنوك الإلكترونية دورها بفعالية فإنه يجب العمل على التحكم في تقنيات الاتصال، حماية شبكة الانترنت من الاحتيال، ضمان سرية جميع العمليات المصرفية، تأمين أكثر حماية بخلق إطار فني مهني متخصص، إطار تنظيمي محكم ذو شفافية في العمل المصرفي، وإقامة رقابة صارمة ضابطة لهذه التعاملات، وإيجاد تشريعات قانونية تحمي كل الأطراف المتعاملة بالقنوات المصرفية الإلكترونية.

ولكن ظهرت بعض التحديات والمشاكل القانونية التي تواجه البنوك الإلكترونية في الإثبات المصرفى.

### ٤-٣: التحديات القانونية في حقل البنوك الإلكترونية :-

إثبات الشخصية، التواقيع الإلكترونية، أنظمة الدفع النقدي، المال الرقمي أو الإلكتروني أو القيدي، سرية المعلومات، أمن المعلومات من مخاطر إجرام التقنية العالية، خصوصية العميل، المسؤولية عن الأخطاء والمخاطر، حجية المراسلات الإلكترونية، التعاقدات المصرفية الإلكترونية، مسائل الملكية الفكرية لبرمجيات وقواعد معلومات البنك أو المستخدمة من موقع البنك أو المرتبطة بها. علاقات وتعاقدات البنك مع الجهات المزودة للتنمية أو الموردة لخدماتها أو مع الواقع الحليفة، مشاريع الإنداج والمشاركة والتعاون المعلوماتية، هذه والكثير من تفرعاتها مواطن اهتمام وبحوث قانونية متواصلة لغایات توفير الإطار القانوني للبنوك الإلكترونية والتجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية.

أن تكون المؤسسة المصرفية ذات وجود فاعل على شبكة الانترنت، يعني أن تتحقق الوصول إلى أكبر قدر من الزبائن، وأن تتحقق شمولية الخدمات المقدمة وتيسير قبولها وطلبها، وأن تتحقق قدرًا متيقناً من أمن المعاملات وأمن إدارة أموال المساهمين، وأخيراً أن تتحقق قدرًا مميزاً من كفاءة الخدمة المقدمة للعملاء وقدرًا مقبولاً لحماية مصالح وأموال العملاء. هذه العناصر الأربعية – التي يستلزم كل واحد منها خطوة أداء وتميز – تكشف عبر التحليل الموضوعي عن حزمة من التحديات القانونية، وبقدر سلامتها التعامل مع هذه التحديات بقدر ما تتحقق سلامية مرتکزات خطط

تحقيق هذه العناصر وبقدر ما يصبح متاحاً بناء البنك الإلكتروني الحقيقي والمميز<sup>(١)</sup>

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

<sup>(١)</sup> يونس عرب، البنوك الإلكترونية ،الفكرة وخبارات القبول والرفض، مجلة المصارف في الاردن ،العدد الثالث ،المجلد الخامس والعشرون ، عمان- الاردن ، ٢٠٠٦م، ص ١٢.

## ١-٤-٢-٣: أولاً تحديات التعاقدات المصرفية الإلكترونية ومشكلات الإثبات<sup>(١)</sup>

أول المفاهيم المتعين إبرازها أن الكثير يخلط بين مفهومين في حقل العقود وتقنية المعلومات، ذلك أن تأثير العقود بما أفرزته تقنية المعلومات يتحقق في طائفتين من العقود.

أولها:- العقود التقليدية المبرمة بالوسائل الإلكترونية (التعاقد عبر شبكات المعلومات) حيث تقوم العقود بوجه عام من حيث أركانها توفر فيها الشروط الآتية:-

### ١- الإيجاب والقبول أو التراضي (اتفاق الطرفين)

والإيجاب هو قيام أحد الأطراف بتقديم عرضاً معيناً للطرف الآخر والقبول هو موافقة الطرف الثاني على ذلك العرض. حيث تنص المادة (١٣٨) من القانون المدني اليمني على ما يلي " العقد إيجاب من أحد المتعاقدين يتعلق به قبول من الآخر أو ما يدل عليهما على وجه يترتب أثره في المعقود عليه (المحل) ويترتب على العقد التزام كل من المتعاقدين بما وجب به لآخر ولا يشترط التقييد بصيغة معينة بل يعتبر ما يدل على التراضي "

واشترط القانون شرطين لصحة التراضي هما<sup>(٢)</sup>

- توافق الإيجاب والقبول ولو ضمناً.
- أن تكون الصفة منجزة فيما لا يجوز القانون الشرعي إضافتها إلى أجل أو تعليق على شرط.

### ٢- أهلية المتعاقدين:

ويقصد بهذا الشرط أن يكون الطرفين ذو أهلية قانونية لإتمام عملية التعاقد، وتعتمد الأهلية القانونية للقانون المدني اليمني على العنصرين التاليين<sup>(٣)</sup>

- بلوغ السن القانونية:-

وقد حدد المشرع اليمني سن الخامسة عشر كسن لبلوغ الشخص سن الرشد في اليمن.

- سلامة القوى العقلية:

<sup>(١)</sup> المرجع السابق ، ص ١٣ .  
<sup>(٢)</sup> الجمهورية اليمنية وزارة الشؤون القانونية ، القانون المدني اليمني ، المادة (١٥٢) من القانون المدني اليمني.  
<sup>(٣)</sup> المادة (٥٠) من القانون المدني.

يقصد به تمتع الشخص بالقدرة العقلية على تقدير ما هو مقدم عليه من حيث الإلتزام أو المزايا التي سيحصل عليها من الدخول في العقد.

### ٣- الولاية أو الصفة إذا باشر العقد عن غيره:

إذا باشر الشخص العقد نيابة أو وكيلًا أو ممثلاً عن غيره فيشترط القانون أن يكون هذا الشخص ذا ولاية للتعاقد بناء على اتفاق مع صاحب الشأن (توكيل أو تفويض أو تحويل) أو بناء على نص في القانون الشرعي<sup>(١)</sup>

### ٤- الإرادة الحرة للأطراف:

ويعني هذا المبدأ أن لا يكون أحد الأطراف قد تعرض لضغط أو إكراه للدخول في عملية التعاقد، وقد اعتبر القانون المدني أن من شروط العقد أن يكون كل طرف من طرف العقد مختاراً غير مكره<sup>(٢)</sup>

بوجه عام يجب توفر ركن الرضا وتوافق إرادتي المتعاقدين، والسبب المشروع والمحل المشروع، وتكفي القوانين المستندة إلى الشريعة الإسلامية كالقانونين المدنيين الأردني والعراقي برلن الرضا وتوافق الإرادتين كرلن وحيد لانعقاد العقد، أما بقية الأركان فهي عناصر وشروط انعقاد.

وثنائيهما أثارت وسائل الاتصال الحديث التساؤل حول مدى صحة انعقاد العقد بواسطتها، كما في التلكس والفاكس، وتناثر في الوقت الحاضر – منذ مطلع التسعينات على الأقل – مسألة انعقاد العقد بواسطة نظم الكمبيوتر وشبكات المعلومات وما يتصل بها من حيث موثوقية وجدية الرسائل الإلكترونية والبريد الإلكتروني المتعلقة بالعلاقات محل التعاقد، والحقيقة أن وسائل الاتصال التقنية تثير عدداً من المسائل أولها وأهمها بل تعد موضوع هذا الإشكال، مسألة إثبات الإنعقاد ووسائل التعاقد) وقد اتجهت المواقف القانونية والقضائية والفقهية إلى قبول الوسائل التعاقدية التي توفر من حيث طبيعتها موثوقية في إثبات الواقعية وصلاحية الدليل محل الاحتجاج وتحقق فوق ذلك وظيفتين:

<sup>(١)</sup> للمزيد من التفاصيل حول هذا الموضوع انظر المواد (١٦٤ – ١٧٠) من القانون المدني اليمني.  
<sup>(٢)</sup> الفقرة (٤) من المادة (١٦٢) من القانون المدني اليمني.

- إمكان حفظ المعلومات لغايات المراجعة عند النزاع.
- والتوسط في الإثبات عن طريق جهات المؤوثية الوسيطة أو سلطات الشهادات التعاقدية.

ولقد نص القانون اليمني بأن إجراء الدفع والقبض بواسطة النظام الإلكتروني لتحويل الأموال وإبلاغ البنوك بذلك ويكن لهذه الإجراءات حجية في الإثبات<sup>(١)</sup>

ومن هنا قبل نظام (سويفت) التقى لغايات الحالات البنكية – وكذلك نظمي شيبس وشابس ونحوهما – وكذلك قبل التاكس لتحقيقهما هذه الطبيعة والوظائف، في حين بقي الفاكس خارج هذا الإطار ومجرد دليل ثبوت بالكتابة أو بينة مقبولة ضمن شرائط خاصة، ومن هنا أيضاً أشارت وتشير الرسائل الإلكترونية عبر شبكات المعلومات كالانترنت والرسائل المتبادلة عبر الشبكات الخاصة (الأنترانت والبريد الإلكتروني) مشكلة عدم تحقيق هذه الوظائف في ظل غياب المعايير والمواصفات والتنظيم القانوني الذي يتيح توفير الطبيعة المقبولة للبيانات وتحقيق الوظائف التي تجيز قبولها في الإثبات.

إلى جانب مشكلة الإثبات أشارت وسائل الاتصال عموماً مسألة صحة الانعقاد ووجوده، وتتصل هذه المسألة بالإثبات على نحو يصعب كثيراً الفصل بينهما. إلى جانب مشكلات وأمن وسائل الاتصال ومدى قدرة الغير على التلاعب بالمحتوى ومشكلات وقت ومكان الإبرام واتصال ذلك بالقانون الواجب انطباقه على العقد عند المنازعات وجهة الاختصاص القضائي في نظر النزاع.

إلى حين كانت هذه المشكلات ليست ذات أثر اقليمي أو دولي إلا في حدود العقود التجارية الدولية التي جرى تنظيم الكثير من قواعدها ضمن اتفاقيات دولية أو عبر مؤسسة العقود النموذجية والقواعد الموحدة لعدد من العقود، لكن شيوخ التجارة الإلكترونية بوجه عام، واتصال هذه التجارة بمحتوى التعاقد من حيث أمسى الشائع أن تكون الخدمات محله وليس البضائع (التي تستلزم تسلیماً مادياً يساهم في تخفيف اشكالات التعاقد الإلكتروني على خلاف الخدمات على الخط) وبسبب ممارسة أنشطة التجارة الإلكترونية من الكافة وليس بين التجار فقط ( مما يمنع الاستفادة من عناصر المرونة والحرية التي تتمتع بها العلاقات التجارية بالنسبة للإثبات وغيره ) ، إضافة إلى اعتماد التجارة الإلكترونية على أنظمة الدفع الإلكتروني عموماً كبطاقات الائتمان على الخط أو عبر التفويض على الهاتف والحوالات المالية الرقمية، والبطاقات الذكية

<sup>(١)</sup> البنك المركزي اليمني، قانون رقم (٤٠) لسنة ٢٠٠٦م بشأن نظام الدفع والعمليات المالية والمصرفية الإلكترونية، مادة (٨) فقرة (٢).

ونحوها) وما أدى إليه ذلك من اتمتة العمليات والخدمات المصرفية واتمتة التعاقد بشأنها ضمن مفهوم بنوك الويب أو البنوك الإلكترونية أو البنوك على الخط أو البنوك الافتراضية المتقدم عرضه. إذن، نحن أمام عملية تقييم لقواعد التعاقد فيسائر التشريعات ذات العلاقة (المدني ، التجارة ، البنوك ، ... الخ) لغايات تبين مدى توافق النصوص القائمة مع ما أفرزته وسائل الاتصال الحديثة وتحديداً شبكات المعلومات بأنواعها (أنترنت – انترانت – اكسبرانت)، باعتبار أن القواعد القائمة في نطاق التشريعات عموماً وفي غير فرع من فروع القانون تعامل مع عناصر الكتابة والمحرر والمستند والتوفيق والصورة طبق الأصل و ... الخ من مفاهيم ذات مدلول مادي.

وبوجه عام فإن البناء القانوني للتشريعات في حقل التعاقد والإثبات لم يعرف الوسائل الإلكترونية وتحديداً تلك التي لا تنطوي على مخرجات مادية كالورق، وجاء مبناه قائماً - بوجه عام مع عدد من الاستثناءات - على الكتابة، المحرر، التوفيق، الصورة، التوثيق، التصديق، السجلات، المستندات الأوراق ..... الخ، وجميعها عناصر ذات مدلول مادي وأن سعي البعض إلى توسيع مفهومها لتشمل الوسائل التقنية، وهي وإن كان من الممكن شمولها الوسائل التقنية ذات المستخرجات التي تتوفر لها الحجية، فإنها لا تشمل الوسائل ذات المحتوى الإلكتروني البحث ولقد نص قانوناً نظمة الدفع والعلميات المالية والمصرفية الإلكترونية في الجمهورية اليمنية حجية الإثبات بشتى الطرق التي حددها القانون للأعمال المصرفية في المادة (٩) منه حيث نصت: <sup>(١)</sup>

- ١- يجوز الإثبات في القضايا المصرفية بجميع طرق الإثبات بما في ذلك البيانات الإلكترونية أو البيانات الصادرة على أجهزة الحاسب الآلي أو مراسلات أجهزة التلكس أو الفاكس أو غير ذلك من الأجهزة المشابهة.
- ٢- يجب على البنوك والمؤسسات المصرفية الأخرى أن تحتفظ بالأوراق المتصلة بأعمالها المالية والمصرفية لمدة لا تقل عن ١٠ سنوات بصورة مصغرة / ميكروفيلم أو اسطوانة ممعقنة / أو غير ذلك من الأجهزة التقنية الحديثة بدلاً عن أصل الدفاتر والسجلات والكشفات والوثائق والمراسلات والبرقيات والإشعارات وغيرها وتكون لهذه الصور المصغرة حجية الأصل في الإثبات.

<sup>(١)</sup> للمزيد من التفاصيل انظر المادة (٩) من القانون رقم (٤٠) لسنة ٢٠٠٦م، مرجع سابق.

٣- تعفى البنوك التي تستخدم في تنظيم عملياتها الآلية المصرفية الحاسب الآلي أو غيره من أجهزة التقنية الحديثة من تنظيم الدفاتر التجارية المنصوص عليها في القانون التجاري النافذ وتعتبر المعلومات المستقاة

من تلك الأجهزة أو غيرها من الأساليب الحديثة بمثابة دفاتر تجارية لها حجية في الإثبات ولقد اشترط القانون أن يكون السجل الإلكتروني، والعقد الإلكتروني، ورسالة البيانات، والمعلومات الإلكترونية، ولتوقيع الإلكتروني نفس الآثار القانونية على الوثائق والمستندات والتوفيقات الخطية من حيث إلزامها للأطراف أو حجيتها في الإثبات

## ٢-٢-٤-٣ : ثانياً: أمن المعاملات والمعلومات المصرفية الإلكترونية:-<sup>(١)</sup>

الحقيقة الأولى في حقل تحديات أمن المعاملات المصرفية أن أمن البنوك الإلكترونية وكذا التجارة الإلكترونية جزء رئيس من أمن المعلومات (IT Security) ونظم التقنية العالمية عموماً، وتشير حصيلة دراسات أمن المعلومات وما شهده هذا الحقل من تطورات على مدى الثلاثين عاماً المنصرمة أن مستويات ومتطلبات الأمن الرئيسية في بيئة تقنية المعلومات تتمثل بما يلي:-

- ١ - الوعي بمسائل الأمان لكافة مستويات الأداء الوظيفي.
- ٢ - الحماية المادية للتجهيزات التقنية.
- ٣ - الحمادية الأدائية استراتيجيات رقابة العمل والموظفين.
- ٤ - الحماية التقنية الداخلية.
- ٥ - الحماية التقنية من المخاطر الخارجية.

<sup>(١)</sup> مصطفى سمارة، استيعاب استراتيجيات التجارة الإلكترونية المنطلق الأساسي نحو البنوك الإلكترونية، مجلة انترنت العالم العربي العدد ٢١ ، تشرين الثاني، ٢٠٠٧ ، ص ٣.

## ومن أجل الوصول إلى حقل آمن للمعلومات يجب الالتزام بالقواعد الآتية:-

### • القاعدة الأولى:

في حقل أمن المعلومات فهي أن الأمان الفاعل هو المرتكز على الاحتياجات المدروسة التي تضمن الملازمة والموازنة بين محل الحماية ومصدر الخطر ونطاق الحماية وأداء النظام والكلفة. وبالتالي فإن استراتيجيات وبرامج أمن المعلومات تختلف من منشأة إلى أخرى ومن بيئه إلى أخرى تبعاً لطبيعة البناء التقني للنظام محل الحماية وتبعاً للمعلومات محل الحماية وتبعاً للآليات التقنية للعمليات محل الحماية، إلى جانب عناصر تكامل الأداء وأثر وسائل الأمان عليه وعنابر الكلفة المالية وغيرها.

### • القاعدة الثانية:

فهي أن الحماية التقنية وسيلة وقایة ودفاع، وفي حالات معينة وسيلة هجوم، ولا تتكامل حلقات الحماية القانونية عبر النصوص القانونية التي تحمي من اساءة استخدام الحواسيب والشبكات فيما يعرف بجرائم الكمبيوتر والانترنت والاتصالات والجرائم المالية الإلكترونية، وبالتالي تتكامل تشريعات البنوك والتجارة الإلكترونية مع النصوص القانونية لحماية المعلومات، وبدونها يظل جسم الحماية بجناح واحد.

وإذا أردنا الوقوف في حدود مساحة العرض المتاحة على ملخص الاتجاهات الأمنية في حقل حماية البيانات في البيئة المصرفية، والتي تتخذ أهمية بالغة بالنسبة للبنوك التي تمثل بيانتها في الحقيقة أموالاً رقمية وتمثل حقوقاً مالية وعناصر رئيسية في الائتمان، نجد أن المطلوب هو وضع استراتيجية شاملة لا من المعلومات تتناول نظام البنك وموقعه الافتراضي وهناك استراتيجيتين للحماية هما:

### • استراتيجية الحماية من الاختراقات الداخلية:

وهي تتناول نظم الحماية الداخلية من أنشطة إساءة الاستخدام التي قد يمارسها الموظفون المعنيون داخل البنك وتحديد الجهات المعنية بالوصول إلى نظم التحكم والمعالجة والمبرمجين.

### • استراتيجية الحماية من الاختراقات الخارجية

وهي تتناول نظم الحماية الخارجية التي يجب أن تمتد إلى عميل البنك لا للبنك وحده، حتى نضمن نشاطاً واعياً للتعامل مع المعلومات وتقدير أهمية حمايتها.

وتتناول نظم الحماية الداخلية من أنشطة اسعة الاستخدام التي قد يمارسها الموظفون المعنيون داخل المنشأة وتحديدًا الجهات المعنية بالوصول إلى نظم التحكم والمعالجة والمبرمجين، إلى جانب استراتيجية الحماية من الاختراقات الداخلية، وهذه الاستراتيجيات يجب أن تمتد إلى عميل البنك لا للبنك وحده، حتى نضمن نشاطاً واعياً للتعامل مع المعلومات وتقدير أهمية حمايتها، وكل استراتيجية أركانها ومتطلباتها ومخرجاتها. وتقدير كفاءة الاستراتيجية يقوم على مدى قدرتها على توفير مظلة أمن شاملة لنظام البنك والعميل والنظم المرتبطة بهما تقوم استراتيجية حماية البيانات في البيئة المصرفية على أن أول الخطوات لمستخدمي التقنية ( سواء البنك كمستخدم أم زبائنه الذين يستخدمون التقنية للتوصل إلى موقعه الإلكتروني تحصين النظام داخلياً (الحاسوب الشخصي أو محطة العمل )، ويتم ذلك بإغلاق الثغرات الموجودة في النظام إذ لكل نظام ثغراته، إن استخدام البرامج المضادة للفيروسات مع دوام تطويرها وتشغيل برامجين معاً إذا كان النظام يسمح بذلك دون مغalaة في اجراءات الحماية، وإجراء عملية المسح التلقائي عند تشغيل الجهاز وتشغيل أي قرص، والتثبيك الدوري على عمل برنامج مضاد الفيروسات وإصلاح الأعطال والأخطاء. والحذر من برامج الدردشة والاتصال مثل ICQ باعتبارها تظل عاملة طيلة فترة عمل الجهاز، ويعين إلغاء عملها عند الانتهاء من استخدامها ومراعاة محاذير الاستخدام، وعدم تشغيل برامج غير معروفة المصدر والغرض مما يرد ضمن البريد الإلكتروني أو مواقع الانترنت لاحتمال ان تتضمن أبواب خلفية ( Back Doors ) تسهل الاختراق. واستخدام الجدران الناريه أو البرامج الشبيهة دون مغalaة بإجراءات الأمان لتأثير ذلك على الأداء، والأهم اختيار البرامج الناجعة والتجربة، لأن بعض برامج الأمان تعد وسيلة لإضعاف الأمان وتسهيل الاختراق.

ان أهم استراتيجيات أمن المعلومات توفير الكفاءات التقنية القادرة على كشف وملحقة الاختراقات وضمان وجود فريق تدخل سريع يدرك جيداً ما يقوم به لأن أهم الاختراقات في حقل الكمبيوتر اتلتها لخطأ في عملية التعامل التقني مع النظام. ومن جديد تظل الحماية القانونية غير ذات موضوع إذا لم تتوفر نصوص الحماية الجنائية التي تخلق مشروعية ملاحظة أفعال الاعتداء الداخلية والخارجية على نظم الكمبيوتر وقواعد البيانات

### ٣ - ٢ - ٣ : ثالثاً - تحديات وسائل الدفع<sup>(١)</sup>

وهذا تحد قديم جديد، إذا تتسرع وسائل الخدمة الإلكترونية منذ سنوات دون أن يواكبها في العديد من النظم القانونية تنظيم قانوني يناسب تحدياتها، فإذا كانت بطاقات الائتمان قد حققت رواجاً وقبولية عالية فإنها إلى الآن تثير العديد من المسائل القانونية في حقل الحماية المدنية والجزائية ومسؤوليات أطراف العلاقة فيها، وإذا كان مقبولاً فيما سبق الإرتكان للعقود المبرمة بين أطراف علاقات البطاقات الائتمانية لتنظيم مسائلها فإنه ليس مقبولاً التعامل بذات الوسيلة مع تحديات المفهوم الجديد للمال ولوسائل الوفاء به بعد أن بدأ الإتجاه نحو المال الرقمي أو القيدي أو الإلكتروني كبديل عن المال الورقي، فالمعايير والقواعد والنظريات تختلف وتتغير شيئاً فشيئاً، وهنا تظهر أهمية البنوك كمؤسسات ذات أثر في توجيه المؤسسة التشريعية التي تبني تشريعات متوازنة مع مفاهيم المال الإلكتروني ووسائله وقواعد وأحكام التعامل مع مشكلاته القانونية، كما تظهر الأهمية إلى تهيئة بناء قانوني لإدارات البنوك القانونية يتتيح لها إمكانية التعامل مع تحديات البنوك الإلكترونية ان اختارت دخول هذا الميدان، ولا يبالغ إذا قلنا أن جاهزية التعامل القانوني مع تحدياتها النمط المستجد تمثل أهم ضمانة لنجاح المسيرة لأنه إن كان يعتقد أن وسائل التقنية ستمكنه من حل مشكلات القانون فإنه محض وهم، إذ تخفي عوالم البنوك الإلكترونية وتحديداً مشاكل الدفع والوفاء بالإلتزامات ومشاكل تقديم الخدمة وما تثيره من مسؤوليات، حزمة معتبرة من المشكلات والنزاعات المتوقعة تتطلب جاهزية تتفق مع مخاطرها وأخيراً ربما يكون من المفيد أن نتذكر أن القوالب الجاهزة من الاتفاقيات والعقود والتعليمات والقوانين المنقوله عن نظم قانونية أخرى ومؤسسات أخرى لا تفي دائمًا بالغرض لما لكل ساحة من خصوصياتها ولم لكل منشأة من اعتباراتها وأولوياتها الخاصة، وبقدر أهمية الإطلاع على تجارب الغير فإن الأهمية في قدرها الأكبر تكمن في فهم الاحتياجات الداخلية وموانئ الحلول مع هذه الاحتياجات مستفيدين مما لدى الغير من حلول ووسائل.

<sup>(١)</sup> يونس عرب ، مراجع سابق، ص ١٥ .

### ٣ - ٤ - ٤: رابعاً: تحديات الأعمال المرتبطة والمعايير والإشرافية:

عرفنا أن البنوك الإلكترونية ليست مجرد موقع بنك وعميل، إنها بيئة من العلاقات المتعددة جزء منها مرتبط بالزبون وجزء آخر مرتبط بجهات الأعمال، أما تلك التي يعتمد البنك عليها في خدمة البنوك الإلكترونية أو تعتمد هي عليه في خدمات ترتبط بنشاطها. ولنسأل أنفسنا ونحن نتجه لبناء البنك الإلكتروني أو تطوير عمله إن كنا قد شرعنا في إنشائه، هل حققنا وضوحاً ودقة وشمولية في تحديد المعايير والالتزامات والحقوق في علاقة البنك بمزودي التقنية او مستضيفي الموقع او جهات الاتصال او جهات تطوير الشبكة او الجهات التقنية الداخلية والخارجية ؟؟؟ هل العلاقة بجهات التسويق والتطوير في بيئة الأعمال واضحة ؟؟ هل وفرنا ضمن علاقاتنا القانونية بجهات الأعمال خطوطاً فاعلة من الدفاع عند حدوث أية منازعة ؟؟ هل اجبرتنا ضرورة الوجود على الشبكة على قبول اتفاقيات لم تتح لنا فرصة معرفة ثغراتها او اعتماد الأفضل منها لصالح البنك ؟؟ أليست العلاقات التعاقدية في غالبيتها نشأت بيننا وبين جهات أجنبية، فهل أعددنا خططاً ناجعة وفاعلة لحماية وجودنا خاصة أن هذه الجهات هيأت لمصالحها وسائل تعاقدية فاعلة ؟؟ وتشير مسائل الإشراف المصرفية في تحديات قانونية جديدة، أولها تحدي المعايير التي تضع البنك ضمن بيئة التواوُم مع تشريعات وتعليمات جهات الإشراف، وعلينا أن نظل متيقظين إلى أن محتوى تعليمات جهات الإشراف في حقل البنك الإلكترونية أما أنها غائبة في هذا الوقت أو غير واضحة المعالم، وفي كل وقت يمكن أن تكون ثمة معايير لا نجد أنفسنا مهيئين بشكل صحيح للتوازن معها<sup>(١)</sup>

ولقد حدد البنك المركزي اليمني بأنه لا يحق لأي بنك عامل في اليمن لتقديم العمليات المصرفية الإلكترونية بدون أن يحصل على ترخيص بذلك وفق الشروط الآتية:<sup>(٢)</sup>

- ١ - يقتصر منح الترخيص على البنوك المسجلة لدى البنك المركزي وحدها.
- ٢ - أن يكون البنك مستوفياً للضوابط الرقابية التي تتعلق بمدى التزامه بمعايير كفاية رأس المال وأسس تصنيف القروض وتكوين المخصصات وحدود التوازن في مراكز العملات وتركز التوظيفات لدى المراسلين في الخارج والتركيز الائتماني.

(١) يونس عرب، مرجع سابق، ص ١٦.

(٢) عبد الله صالح الرياشي، مرجع سابق ، ص ٣٤ ، ٣٥ .

- ٣- أن لا يتبع البنك مبادئ لإدارة مخاطر تقديم خدماته من خلال شبكات الاتصال الإلكترونية والتي تشمل على تقييم المخاطر والرقابة عليها ومتابعتها (مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية والمبادئ الاسترشادية لإدارتها).
- ٤- أن يحدد البنك عند طلبه الحصول على الترخيص نوعية الخدمات التي سيقوم بتأديتها من خلال الشبكات.
- ٥- أن يحدد البنك المسؤوليات الواقعه عليه من جراء تقديم الخدمات عبر الشبكات (المسوؤليات الاسترشادية للبنك في هذا الشأن).
- ٦- أن يحدد البنك المسؤوليات الواقعه عليه من جراء تقديم الخدمات عبر الشبكات (المسوؤليات الاسترشادية للبنك في هذا الشأن).
- ٧- أن يحدد البنك المسؤوليات الواقعه على العميل من جراء حصوله على الخدمات عبر الشبكات (المسؤوليات الاسترشادية التي تقع على العميل عند تلقي خدمات عبر شبكات الاتصال الإلكترونية).
- ٨- إفصاح البنك المرخص له بالقيام بالعمليات المصرفية الإلكترونية بما يفيد حصوله على ترخيص لتقديم خدماته عبر الشبكات ورقم وتاريخ الحصول عليه مع ربط هذا الموقع بصفحة البنك المركزي المعلن فيها اسماء البنوك المرخص لها بذلك حتى يتحقق العملاء من صحة الترخيص ولقد كان الهدف الأساسي من قبل البنك بضرورة الحصول على الترخيص لتقديم العمليات المصرفية الإلكترونية للأسباب الآتية<sup>(١)</sup>
- حماية السوق المصرفي المحلي من مقدمي الخدمات المصرفية غير المرخص لهم من البنك المركزي بتقديم هذه الخدمات بما في ذلك الجهات التي ترغب في تأسيس كيان مستقل لا يتواجد له فروع مادية بغرض تقديم العمليات المصرفية الإلكترونية فقط
- .virtual bank
- التحقق من توافر الوسائل الكافية لدى البنوك لمخاطر تلك العمليات.
- تطبيق الضوابط الرقابية الازمة لحصول البنوك على ترخيص من البنك المركزي لتقديم تلك العمليات.

<sup>(١)</sup> مرجع سابق ص ٤٣

على البنوك أن تدرك أن التقييم لمدى نجاح ومكانة البنك لا يقوم على ذات المعايير المعهودة في البيئة السابقة على التواجد على الانترنت، ذلك أن تقييم موقع البنك يخضع أيضاً لاعتبارات أخرى غير اعتبارات نطاق الخدمة وحجم البنك والمعايير التقديمية التقليدية الأخرى، ومرد ذلك الطبيعة الخاصة لبنوك الانترنت وحاجتها إلى استراتيجيات أمنية وتسويقية وتصميمية تختلف عن البنوك العادية، لها أثر في مستوى نجاح البنك ومستوى الموثوقية بخدماته لهذا اعتمدت معايير مختلفة، منها على سبيل المثال المعايير التالية: <sup>(١)</sup>

- نطاق تقديم البنك للخدمة وشمولها خدمات إضافية لخدمات البنوك الإلكترونية التفاعلية.
- مدة عمل البنك في البيئة الافتراضية.
- عدد وأنماط ونوعية الخدمات الإلكترونية المقدمة.
- مستوى الأمان والموثوقية من خلال الوسائل المتبعة.
- آليات العمل والمعايير المتبعة.
- بساطة الإجراءات التقنية وفعالية ووثيقة القانونية.
- حجم الروابط التي يوفرها موقع البنك الإلكتروني وجهات خدمة الدعم والخدمات الوسطية أو الإضافية.
- مستويات النماء وتطوير الأعمال مقيسة باتجاهات النماء في بيئة الانترنت.
- مقاربة المعايير المتقدمة مع حجم المؤسسة المصرفية وسوقها البشري والإنساني والفنية التي تصنف ضمنها.
- الإطار والمحتوى المعلوماتي المقدم على موقع البنك.
- الإطار التفاعلي مع الزبائن.
- الوجود الإضافي والفعلي لموقع البنك على الأرض وقدرة الوصول إلى موقع خدماته الفعلية.

وبتقدير هذه المعايير وغيرها يلاحظ أن جهة التقييم لم تعد بالضرورة جهة مصرفيّة بل أن غالبية هذه المعايير يقوم بها مستشارون تقنيون أو امنيون أو قانونيون أو نحو ذلك وخلاصة

<sup>١</sup> عرب يونس ، مرجع سابق ص ١٨ .

التقييم تكون محلاً للمواد الإعلامية المختلفة مما يضع البنك في تحد التأثير بالرأي العام أو تأثر الرأي العام بأية إخفاقات.

وفيما يتعلق بالبنك الراغب في اقتحام عوالم البنوك الإلكترونية أو يسعى إلى توفير حماية فاعلة لنشاطه الذي بدأه في هذا الحقل، يتبع أن تنطلق الاستراتيجيات القانونية من قاعدة أن الحماية القانونية لها ذات القدر من الأهمية التي تحظى به الجاهزية التقنية وتحظى به سياسات التسويق. ولترجمة هذا الأساس إلى مهام وخطط يتعين تهيئه قادر قانوني عارف مدرك لطبيعة المخاطر المحتملة جاهز لمواجهتها، ولا نقصد بالكادر هنا المحامين والمستشارين فقط، إنما عناصر البحث والتطوير القانوني المناظ بها إدراك كل جديد والتعامل مع كل خطر محتمل، وقد أظهرت الدراسات التحليلية أن نمط وسائل أداء وطبيعة خطر محتمل، وقد أظهرت الدراسات التحليلية أن نمط ووسائل أداء وطبيعة معارف العاملين في حقل الحماية القانونية لمشاريع الأعمال الإلكترونية تميز محتوى وشكلًا وتكتيكًا عن نمط ووسائل وأداء وطبيعة معارف غير العاملين في هذا الحقل. كما أن أهم عناصر استراتيجيات الأداء القانوني لمشاريع تقنية المعلومات عموماً بناء قواعد المعلومات المتغيرة على الدوام التي تكفل بقاء الإدارات القانونية على اطلاع على كل جديد لأن ما يحدث لدى الغير أصبح على قدر كبير من الأهمية في ظل ما تثيره هذه الأعمال من مشكلات تزاوج القوانين والاختصاص.

### ٣ - ٤ - ٥: خامساً - التحديات الضريبية: <sup>(١)</sup>

هل يتبع فرض ضرائب على النشاطين المالي والتجاري الإلكتروني غير الضرائب القائمة ؟؟؟ أن الأعمال الإلكترونية تلغي فكرة الموقع أو المكان بالنسبة للنشاط التجاري، وهذا يعني احتمال عدم الكشف على مصدر النشاط. إضافة لما تثيره من مشاكل تحديات النظام القانوني المختص. كذلك فإن الأعمال الإلكترونية المتحركة من حيث خواصها التقنية قد تهاجر نحو الدول ذات النظم الضريبية الأسهل والأكثر تشجيعاً، وهذا الأمر تنبهت له أمريكا فقررت عدم فرض ضرائب على أنشطة الأعمال التجارية الإلكترونية وتنبه الآن أوروبا لخطورة التوجه الأمريكي في هذا الصدد. وفرض الضرائب على هذا النمط الجديد يتطلب استراتيجيات ضريبية مختلفة في المتابعة والكشف والجمع.

<sup>١</sup> عرب يونس ، مرجع سابق ، ص ١٩ .

والأهم تعاوناً وتنسيقاً اقليمياً ودولياً. أن إتجاه منظمة التجارة العالمية (WTO) في هذا الحقل عبر عنه التصريح الوزاري الصادر في نيسان ١٩٩٨م عن مجلس منظمة التجارة العالمية الذي طلب من المجلس العام للمنظمة إجراء دراسة شاملة وبناء برنامج بحثي لمعالجة هذه المسألة وكانت نتيجة توجهات المجلس العام ونشاطه الاتفاق على أن "لا تفرض رسوم جمركية على التبادل الإلكتروني" والمطلوب من الاستراتيجية الوطنية للأعمال والتجارة والبنوك الإلكترونية، دراسة تأثير الضرائب على النشاط الإلكتروني، وحالة التعارض بين مواقف المتخمين للأعمال الإلكترونية وحرس الأعمال التقليدية، ومعالجة ما تفرضه النصوص القائمة من ضرائب ورسوم في مختلف المناحي واتصالها بالأعمال الإلكترونية بالنسبة للبائع والمشتري ومقدم الخدمة ومتلقيها، والأهم من ذلك الموازنة بين حماية جهات الخدمة الوطنية وجهات الخدمة الدولية التي تملك قدرات تقديم الخدمة الإلكترونية أكثر من المؤسسات الوطنية في الدول النامية.

ان مؤشرات التحليل لإطار ومحفوظ السياسة الضريبية يكشف أن الموقف الأمريكي يقوم على قاعدة (أعمال وتجارة الكترونية دون ضرائب أما في أوروبا فقد حاول اجتماع بروكسل المنعقد في نوفمبر ١٩٩٩ أن يصل إلى موقف موحد من مسألة الضريبة بسبب اختلاف قوانين أوروبا من هذه الجهة، ولم يتحقق بعد التواوُم المطلوب بين دول الاتحاد الأوروبي في هذا الشأن.

إن العصر الحادي والعشرين، استلزم ولم يزال يتطلب تحليلًا شاملاً للخدمات والمنتجات المالية الإلكترونية وللتجارة الإلكترونية، كمدخل لتحديد سمة البنوك الإلكترونية، بنوك القرن ولا يستقيم الوعي بهذه المؤسسة الجديدة من مؤسسات علم الإدارة والمال بل لا يتعين افتتاح عوالمها دون:-

- ١- تحليل الاتجاهات الحديثة نحو الخدمات المالية المؤتمتة كماً ونوعاً.
- ٢- تحديد المخاطر المالية والإدارية المحتملة (مخاطر الأعمال).
- ٣- تحديد الاحتياجات المادية والفنية والمعرفية والبشرية والاستشارية المطلوبة لهذا النمط المستجد من الأعمال وبشكل خاص اعتماد معايير الأمان والخصوصية.
- ٤- تحديد التحديات القانونية الناجمة في بيئه علاقات البنوك الإلكترونية وحلولها.
- ٥- فحص وتقييم القواعد التنظيمية المتصلة بتجارة الانترنت عموماً والبنوك الإلكترونية على وجه الخصوص.

٦- وضع خطط العمل المناسبة والملائمة لتطبيق أنشطة العمل البنكى الإلكتروني وضمان التغذية والتطوير ومواصلة التقييم والبحث للموائمة مع التطورات السريعة في هذا القطاع.

وعلى ذلك فإنه لا بد من تحديد مسئوليات استرشادية لكلاً من البنك والعميل على حد سواء، حتى يتم تلافي المخاطر وتقليلها لإنجاح العمليات المصرفية الإلكترونية .

#### أ- مسئوليات استرشادية للبنك<sup>(١)</sup>

هناك الكثير من المسئوليات الاسترشادية للبنك لدى تقديم خدماته عبر شبكات الاتصال الإلكتروني منها:

١- موافقة مجلس إدارة البنك على استراتيجية تتضمن قيام البنك بتقديم خدماته عبر الشبكات على أن يحاط المجلس بكافة المخاطر الناشئة عن ذلك.

٢- موافقة مجلس إدارة البنك على سياسة الإدارة التنفيذية للبنك فيما يتعلق بأسلوب إدارة المخاطر وتدعم نظام الرقابة الداخلية بشأن تلك المخاطر.

٣- تصميم نماذج عقود لتأدية مختلف الخدمات المصرفية التي تؤدي عبر شبكات الاتصال الإلكترونية، وأن يتتأكد البنك من توافر القوى البشرية المؤهلة للتعامل مع عملاء البنك عبر الشبكات مع تحديد ساعات تقديم هذه الخدمات.

٤- في حالة وجود طرف آخر تقدم من خلاله الخدمة فيتعين على مجلس إدارة البنك إقرار اتفاقية التشغيل التي تنظم العلاقة بين البنك مع هذا الطرف وتحديد مسؤوليته في الحفاظ على سرية التعليمات والمعاملات التي تتم عبر الشبكات وأية معلومات تتاح له.

٥- إفصاح البنك عن موقعه الإلكتروني الخاص به بما يفيد حصوله على ترخيص تقديم خدماته عبر الشبكات من البنك المركزي ورقم وتاريخ الحصول على الترخيص والخدمات التي يجوز تقديمها عبر الشبكات مع ربط هذا الموقع بصفحة البنك المركزي المعلقة فيها عن أسماء البنوك المرخص لها بذلك حتى يتحقق العملاء من صحة الترخيص.

٦- إفصاح البنك عن القوانين هي التي تحكم الخدمات التي يقوم بتأديتها للعملاء عبر الشبكات.

<sup>١</sup> عبد الله صالح الرياشي ، مرجع سابق ، ص ٤٤.

٧- ضرورة أن يتحقق البنك من شخصية طالب / متلقى الخدمة بأساليب قانونية ثابتة تضمن الحقوق المتبادلة.

بـ-مسؤوليات استرشادية تقع على العميل<sup>(١)</sup>

هناك مجموعة من المسؤوليات الاسترشادية تقع على العميل عند تلقي خدماته عبر شبكات الاتصالات الإلكترونية منها:-

١- يتحمل العميل مسؤولية صحة المعلومات التي يقوم بإدخالها عبر الشبكات باعتباره مستخدماً للخدمات التي تؤدي من خلالها، ويقرأ العميل بأن التعليمات والمعاملات التي يدخلها يتم التعامل عليها بدون أية مراجعة إضافية من البنك وإشعارات خطية أو التأكيد منها بطرق أخرى.

٢- لا يلتزم البنك بقبوله أية تعديلات أو إلغاء تعليمات أو معاملات سبق أن أرسلها العميل عبر الشبكات.

٣- يتحمل العميل مسؤولية إعداد البيانات الخاصة بالمستفيد أو الإضافة أو التعديل عليها.

٤- يلتزم العميل بمراعاة اجراءات الحماية في التعامل عبر الشبكات مع البنك.

٥- يتحمل العميل مسؤولية سواء استخدام الخدمة الناتج عن عدم الالتزام بإجراءات الحماية أو الشروط والأحكام الواردة في العقد الذي يتم إبرامه مع البنك بشأن العمليات المصرفية الإلكترونية أو الناتج عن قيامه بالكشف عن اجراءات الحماية أو مخالفتها لدى الاستخدام.

٦- عدم تحمل البنك مسؤولية تعطل الخدمة لظروف خارجة عن إرادته.

٧- تعتبر سجلات البنك حجة قاطعة ملزمة قانوناً على صحة المعاملات والتعليمات.

٨- يلتزم العميل في حالة فقدان أو سرقة جهاز الشفرة الخاص به بإخطار البنك لكي يقوم بإبطال هذا الجهاز.

٩- تعتبر أدوات الحماية وسيلة للتعرف والتحقق من شخصية العميل وب مجرد إتمام إدخالها بنجاح يعتبر العميل هو مصدر جميع التعليمات والمعاملات.

<sup>١</sup> مرجع سابق ، ص ٥٤ .

### ٣-٤-٣ المشاكل والحلول العملية في الإثبات المصرفى بالوسائل الالكترونية :<sup>(١)</sup>

ظهرت بعض المشكلات العملية المتعلقة بالإثبات الإلكتروني في الدعاوى المصرفية سوف نحاول تحديدها وما هي الحلول والتدابير القانونية لها .

#### ٣-٤-٣-١ تحديد المشكلة .

لا بد من تحويل المشكلة التي تقف امام الإثبات الإلكتروني في الدعاوى المصرفية والتي تحدد بالآتي :-

##### ١- قبول الوسائل الالكترونية والثقة بها .

في لقاء مجموعة الخبراء الأوروبيين القانونيين المناظر بهم وضع التصور للدليل الإرشادي حول حجية سجلات الكمبيوتر والرسائل الإلكترونية المنعقد عام ١٩٩٧ قيل أن الحلول الإلكترونية في بيئة العمل المصرفى لا يتعين أن تكون عبئاً إضافياً للحلول الورقية القائمة وتوضيح الفكرة ، فإن اعتماد العمل المصرفى على التقنيات الحديثة المتعددة المحتوى والأداء والغرض ، يجب أن يكون حال من الأحوال وسيلة مضافة لأنماط التقليدية للعمل تسير معها لتكون في الحقيقة أمام آليتين لإدارة العمل وتوثيقه ، إحداها تعتمد التقنية بما تميز به من سرعة في الأداء وكفاءة في المخرجات وربما تكاليف أقل ، وتأديها استمرار الاعتماد على الورق وعلى وسائل العمل التقليدية غير المؤتمتة ، ليبقى مخزون الورق هو المخزون الاستراتيجي للعمليات المصرفية تنفيذاً واثباتاً وتقديماً .

وهذه الحقيقة تضعنا امام أهم مشكلات الإثبات بالوسائل التقنية الا وهي مشكلة مقبولة هذا الوسائل من قبل القطاعات المتعاملة بالأنشطة التجارية والمالية سواء الأفراد (الزبائن ) أو مؤسسات الأعمال ، والقاعدة الأساسية التي يمكن الانطلاق منه لتحقيق هذه المقبولة ، هي مدى الاطمئنان لسلامة الوسائل الإلكترونية في التعاقد والإثبات ، وهذا يعتمد بشكل رئيسي على ثلاثة عناصر أساسية .

أ- التكتيك المستخدم ومحنوى التقنية والقدرة على تبسيط الفكرة وإيصالها للمتعاملين .

ب- مدى كفاءة نظام التراسل الإلكتروني .

ج - الثقافة والتأهيل للتعامل مع مشكلات التراسل الإلكتروني .

<sup>١</sup> - يوسف مسعداوي ، البنوك الإلكترونية ، مرجع سابق ، ص ٨ .

أن تحقيق درجة قبول مميزة لوسائل التعاقد والاثبات الالكترونية ، يتطلب برنامجاً توعياً شاملأً ، للمتعاملين ومؤسسات الأعمال والجهات القضائية والقانونية ، ليس فقط للدفع نحو قبول وسائل التعاقد الالكتروني ، ولكن لإيجاد ثقافة عامة تمثل الأساس للتعاطي مع كافة افرازات عصر المعلومات الأخذة بالتطور السريع ، وحتى لا تكون ثمة فجوة بين قدرة المتعاملين مع التقنية وبين الجديد من فتوحها .

ولضمان سلامة توظيف التكنولوجيا المستجدة لا بد من أساس ثقافي عام يجد محتواها من خلال ترويج المصرفية بالتقنية ومتطلبات عصر المعلومات ، ابتداء من المفاهيم الأساسية ومروراً بتعظيم الفوائد والإيجابيات وتجاوز السلبيات والمعيقات ، وانتهاء بالقدرة على متابعة لكل جديد والأفاده منه والتعامل معها بكفاءة واقتدار .

## ٢- بناء النظم التقنية لقادرة على اثبات الموثوقية.

إن نقم التقنية المؤهلة لبناء الثقة بالوسائل الالكترونية الحديثة للتعاقد او الاثبات في الحقل المصرفى أو في غيره من حقول النشاط التجارى والمالي ، هي نظم بسيطة البناء ، المحصنة من الاعتداء على المحتوى المعلوماتي سواء من داخل المنشأة أو خارجها ، المنسقة من حيث طريقة الأداء والمخرجات مع المستقر والسائل من معايير ومواصفات تقنية ، المؤهلة للاستمرار في العمل دائماً دون انقطاع ومواصفات تقنية ، المؤهلة للاستمرار في العمل دائماً دون انقطاع أو خلل ، القائمة على افتراض حصول الخلل وال الحاجة للبدائل الطارئة لتسخير العمل .

وإذا كان ثمة اهتمام لدى المؤسسات المالية بحداثة النظم ووقتها وكفاءتها من حيث السرعة وسعات التخزين ، فإن الاهتمام بأمن النظم و أمن المعلومات لا يسير بالقدر ذاته ، ربما لما يشهده قطاع أمن المعلومات من تطور بالغ وتغييرات متتالية ليس في الوسائل المعتمدة لتوفير أمن المعلومات فحسب بل بالنظريات التي يرتكز عليها أمن المعلومات .

## ٣- مشكلات التوثيق من شخص المتعاقد.

ان التوثيق من شخص المتعاقد مرتكز تقييات العمل المصرفى كافة ، اذ لا أداء لأية عملية ولا مقبولية لتنفيذ أي طلب دون تحقيق ذلك سواء اختيار الرقم السري أو التوقيع الرقمي أو التشفير ، أو اختيار وسائل اثبات الشخصية الفизيائية أو البيولوجية أو الرقمية أو نحوها ، ودون الخوض في أي من هذه الوسائل اكثراً نجاعة أو كفاءة أو موثوقية ، فإن

الأهم تخير وسيلة تقنية تفي بالغرض ، تحقق الارتياح في الاستخدام من طرف المتعامل ومن طرف القائمين بالعمل ، وتتلاءم مع البناء القانوني السائد .

#### ٤- مشكلات الاقرار بحجية الوسائل الالكترونية في الاثبات .

هناك اتجاه دولي عريض نحو الاعتراف بحجية المراسلات الالكترونية بمختلف أنواعها والاعتراف بحجية الملفات المخزنة في النظم ومستخرجات الحاسوب والبيانات المسترجعة من نظم الميكرو فيلم والميكروفيس ، وحجية الملفات ذات الملول التقني البحث ، والاقرار بصحة التوقيع الالكتروني وتساويه في الحجة مع التوقيع الفيزيائي والتخلي شيئاً فشيئاً عن آية قيود تحد من الاثبات في البيئة التقنية ، والسنوات القليلة القادمة ستشهد تطوراً ايضاً في الاتجاه نحو قبول الملفات الصوتية والتناظرية والملفات ذات المحتوى المرئي وغيرها .

### ٣-٤-٢- اتجاهات الحلول والتدابير القانونية.

حين نعلم أن لجنة الأمم المتحدة لتوحيد القانون التجاري قد بدأت عملها منذ ١٩٨٥ لغطية مسائل المراسلات الالكترونية والتعاقدات الالكترونية وجية مستخرجات الحاسوب والتجارة الالكترونية والتواقيع الرقمية ، وأنها حتى الوقت الحاضر لا تزال في خضم المعركة ولم تنجز الأجزاء من المطلوب انجازه للتعاطي مع مشكلات الاعمال الالكترونية ، فإننا سندرك بحجم العمل المطلوب انجازه .

وإذا كانت التوجهات لدى الفرق العاملة بخصوص المسائل القانونية اعتماد الدليل التوجيهي للاتحاد الأوروبي بشأن التجارة الالكترونية ، واعتماد القانون النموذجي لليونسترا لأساساً لسن تشرع وطني في حفل التجارة الالكترونية موقف متصور في ضوء اتجاه عدد من الدول المتقدمة والnamية الأخرى ، لكنه لا يمكن ان يكون موقفاً مكتملاً دون تقدير الحاجة الى نصوص وقواعد تتفق مع معطيات الخصوصية العربية من حيث مرتزات وقواعد النظم القانونية العربية ، ولقد أخذت كل دولة عربية بسن قوانين تتناسب مع بيئاتها لتوافق بين القوانين الدولية والإقليمية . ولقد اصدرت اليمن قانون رقم (٤٠) لسنة (٢٠٠٦) بشأن نظم الدفع والعمليات المالية والمصرفية الالكترونية لتحديد .

- أنظمة الدفع .

- الإثار المترتبة على السجل والعقد والرسالة والتواقيع الالكتروني .
- شروط قابلية السند الالكتروني للتحويل .
- اجراءات الدفع والتحويل الالكتروني للأموال .
- اجراءات توثيق السجل والتواقيع الالكتروني .
- العقوبات .
- احكام خاتمية .

وبذلك تعتبر اليمن من الدول الرائدة في اصدار القوانين وليس في تطبيقها وذلك لعدم قدرة الباحث في الحصول على المعلومات اللازمة في هيكل المصارف اليمنية ومدى تطبيقها للصرف الالكتروني وعد المتعاملين بهذا القنوات سواء من البنك المركزي أو البنوك العاملة في اليمن .

## الفصل الرابع:

### الجانب التحليلي للدراسة

**المبحث الأول: تقييم القنوات المصرفية الالكترونية في مدينة تعز**

**المبحث الثاني: تحليل البيانات والمعلومات**

**المبحث الثالث: اختبار الفرضيات وتقرير النتائج**

**النتائج والتوصيات**

## ٤- المبحث الأول

### تقييم القنوات المصرفية الالكترونية في مدينة تعز

في البدء يلزم القول أن كل البنوك اليمنية أصبح لديها موقع على شبكة الانترنت، لكن أيضاً يجب التنويه انه ليس كل بنك يدعى بأنه لديه موقع على الشبكة العنكبوتية يكون لديه خدمات مصرفية الكترونية ، فالعبرة أن يكون هذا البنك الالكتروني لديه موقع تبادلي يسمح للعميل بالقيام بالكثير من المعاملات البنكية التي يمكن أن يطلبها العملاء عبر شبكة الانترنت.

ومن خلال زيارة الباحث البنك العاملة في مدينة تعز، واطلاعه على ما تقدمه هذه البنوك في مجال الخدمات المصرفية وجدنا أن هذه البنوك تقدم خدماتها التقليدية بشكل كامل، أما القنوات المصرفية الالكترونية فإنها تقدم من بعض البنوك بشكل متفاوت فالبعض منها يقدم خدمات مصرفية الكترونية متقدمة تلبي إلى حد ما متطلبات العملاء والبعض الآخر منها يدعى وجود هذه الخدمات لكنه لا يقدمها لعملائه بالصورة التي ترضي العملاء وتحقق رغباتهم، ففي بعض البنوك قد يتم عرض بعض المعلومات على الموقع الالكتروني للبنك ولكن كمعلومات فقط بدون تعاملات.

ومن أجل ذلك تم التحري عن القنوات المصرفية الالكترونية الموجودة والمستخدمة لدى البنك العاملة في مدينة تعز وقد حصلنا على بعض المعلومات التي يمكن الإفاده منها في هذا البحث هي كما يلي:

#### ١- خدمة الصرف الآلي :-

من المعروف أن غالبية البنوك اليمنية العاملة في مدينة تعز توفر خدمة الصرف الآلي بشكل أو بأخر باستثناء ستة بنوك لا توفر مثل هذه الخدمة حتى وقت إعداد هذه الدراسة وهي البنك اليمني للإنشاء والتعمير ، والبنك الأهلي اليمني، والبنك الإسلامي اليمني ، وبنك الأمل للتمويل الأصغر وبنك الكريمي ، وبنك كاليون .

ويعتبر بنك التسليف التعاوني الزراعي في مقدمة البنوك التي توفر لعملائها مثل هذه الخدمة ، حيث بلغ عدد الصرافات الآلية لديه (١٣٢) جهاز صراف آلي، يليه بنك اليمن الدولي بعدد (٨٣) جهاز صراف آلي، ثم يليه البنك التجاري بعدد (٥٣) جهاز صراف آلي، يليها بقية البنوك من حيث العدد التي توفرها لعملائها من الصرافات الآلية العاملة ، وتحظى مدينة تعز بعدد (٢٦) جهاز صراف آلي داخل المدينة وبنسبة (٥٦٪) من عدد الصرافات الآلية الموجودة في اليمن ، وهو عدد ضئيل بالمقارنة مع عدد السكان في هذه المدينة ، وبالنظر لموقعها التجاري والاقتصادي المتميز ، مع العلم أنه تتركز هذه الصرافات داخل المدينة فقط بدون أن تكون متواجدة في أطراف المدينة ، ومن خلال الجدول رقم (١٠) نلاحظ إجمالي عدد الصرافات الآلية الموجودة في مدينة تعز ومقارنتها بعدد الفروع .

**جدول رقم (١٠) أعداد الصرافات الآلية للبنوك العاملة في مدينة تعز**

م	اسم البنك	عدد الصرافات	عدد الفروع
١	بنك اليمن الدولي	٦	١
٢	البنك التجاري اليمني	٣	٢
٣	بنك التضامن الإسلامي	٥	٣
٤	البنك العربي	٢	٢
٥	بنك التسليف التعاوني الزراعي	٦	٥
٦	بنك اليمن والكويت	٢	٢
٧	بنك سبا الإسلامي	١	١
٨	مصرف البحرين الشامل (بنك إسلامي)	١	١
٩	البنك اليمني للإنشاء والتعمير	لا يوجد	٨
١٠	البنك الأهلي	لا يوجد	١
١١	البنك الإسلامي اليمني	لا يوجد	١
١٢	كاليون بنك	لا يوجد	١
١٣	بنك الأمل	لا يوجد	٣
١٤	بنك الكريمي	لا يوجد	١
	الإجمالي	٢٦	٣١

الجدول من عمل الباحث استنادا إلى معلومات منشورة في موقع البنوك في الانترنت

ومن الجدول السابق نلاحظ أن بنك اليمن الدولي وبنك التسليف الزراعي ياتيان في المرتبة الأولى من حيث عدد أجهزة الصرف الآلي التي يمتلكها كل منها في مدينة تعز ، حيث يصل عدد ما يمتلكها كل منها (٦) أجهزة صرافات آلية ، يليهم بنك التضامن الإسلامي بعد (٥) أجهزة.

ويوجد خمسة بنوك تمتلك ما بين جهاز واحد إلى ثلاثة أجهزة، كما أن هناك ستة بنوك لا تمتلك أي جهاز للصرف الآلي وهي موضحة في الجدول السابق . وقد لاحظ الباحث أن هذه الأجهزة كثيرة الأعطال والتوقف وخاصة أيام العطل والإجازات لعدم وجود مناوب مستمر عليها من قبل البنوك لإجراء عمليات التعبئة من النقود أو لإصلاح الأعطال التي تلم بها أو تصحيح بعض الأخطاء الحاصلة في الجهاز مثل قيد عمليات على العميل بدون ان يتسلمهما ، لذلك نرى بأن تقوم البنوك العاملة في مدينة تعز من أجل استمرار عمل الصرافات الآلية ولزيادة إقبال العملاء باتباع الآتي :-

- ١- القيام بعمل صيانة دورية لأجهزة الصراف الآلي التي تمتلكها .
- ٢- ربط هذه الأجهزة بمولدات كهربائية تعمل تلقائياً عند انطفاء الكهرباء العمومية .
- ٣- زيادة أعداد الأجهزة داخل المراكز التجارية والمؤسسات العامة والخاصة لزيادة إقبال العملاء عليها وتلبى احتياجات العملاء .
- ٤- التوسع في هذه الأجهزة سواء داخل المدينة أو أطرافها والمدن الصغيرة داخل المحافظة

#### ٢-خدمة الانترنت :-

من الملاحظ إن جميع البنوك اليمنية لديها موقع على الانترنت ولكنها موقع معلومات فقط وليس موقع تبادلية - والبعض الآخر من البنوك العاملة في مدينة تعز مغلق موقعه ، وتقديم البنوك اليمنية العاملة في مدينة تعز خدمة الانترنت جزء بسيط من الخدمات المفترض أن توفرها لعملائها مثل الاستعلام عن الرصيد أو الاستعلام عن وصول الإعتمادات أو تعبئة الهاتف الجوال ومن خلال التأكد من موقع البنك اليمنية العاملة في مدينة تعز ، كما أن هذه البنوك لا تقدم خدمات الانترنت بشكل صحيح نظراً

لعدم وجود الكوادر المؤهلة لديها للقيام بالإشراف والمتابعة لهذه الخدمات باستثناء البنك العربي، وعلى ذلك نرى بأن على البنوك اليمنية أن تعمل على إدخال هذه الخدمات بشكل مثالي حتى تستطيع أن تتنفيذ من الوفورات التي ستحققها لزيادة أرباحها ، ولزيادة رغبة العملاء بهذه الخدمة .

### -٣- الرسائل القصيرة :-

تقديم غالبية البنوك اليمنية خدمة الرسائل القصيرة لعملائها عبر الهاتف الجوال لمعرفة كافة التفاصيل عن حساباتهم وأرصادهم وحركات الحساب فور حدوثها او حسب طلب العميل عبر الهاتف الجوال ومن خلال الرجوع إلى الجدول (٤) الموجود في الفصل الثاني يتضح لنا بان هناك ستة عشر بنك لا يمارس خدمة الرسائل القصيرة فيها سواء بنوك تقدم هذه الخدمة في مدينة تعز عن طريق إرسال رسائل إلى هاتف العميل عن أي عملية سحب أو إيداع لإشعاره بذلك العملية أو للاستعلام عن رصيده والتحويل بين حساباته فقط، أما التحويل إلى حساب شخص آخر فإنها لم تفعل بعد ، لذلك نرى بان تكون خدمة الرسائل القصيرة أكثر تطوراً لتواكب ما هو معمول به في الدول المجاورة وبقية دول العالم وعدم الاكتفاء بإشعار العميل فقط .

### -٤- خدمة البنك الناطق :-

وهي خدمة تقدمها معظم البنوك اليمنية لعملائها تمكّنهم من الحصول على المعلومات الكاملة عن خدمات البنك المتنوعة وعن العمليات التي تمت على حساباتهم، وإشعارهم بذلك عن طريق (التلفون ، الفاكس ، الإيميل ) ، ولكن بالنسبة لهذه الخدمة لاحظنا أن الكثير من العملاء يحدث لديهم لبس في التفريق بينها وبين الرسائل القصيرة من ناحية وعدم وجود توعية كاملة من البنوك لعملائها عن هذه الخدمات المصرفية الإلكترونية وكيفية الاستفادة منها من ناحية أخرى.

وتبلغ عدد البنوك المقدمة لهذه الخدمة في مدينة تعز ٧ بنوك فقط من بين إجمالي البنوك العاملة في تعز.

### -٥- خدمة التلفون :-

تقديم هذه الخدمة من قبل ستة بنوك يمنية فقط من أصل اربعة عشر بنك يعمل في مدينة تعز ، وهي تقدم لعملاء البنوك لإشعارهم بالعمليات التي تمت في حساباتهم عن طريق التلفون الثابت ، وإعطاء العميل القدرة على القيام بالكثير من العمليات التي يرغب بها .

وقد لاحظ الباحث بان هذه الخدمة فيها الكثير من القصور بسبب عدم توعيه عملاء البنك بهذه الخدمة وعدم تفريق العملاء بينها وبين خدمة الرسائل القصيرة او خدمة البنك الناطق ، وعليه نرى بان دور البنك كبير لتوجيهه عملائه نحو الاستفادة من هذه الخدمات عن طريق مزيد من التوعية لهم .

#### ٦- خدمات البطائق الائتمانية :-

تقديم هذه الخدمة من قبل ثمانية بنوك فقط من أصل اربعة عشر بنك عاملة في مدينة تعز . وهذه الخدمة هي عبارة عن إصدار البنك لبطاقات ائتمانية سواء كانت داخلية تصدر من قبل البنك أو بطاقات خارجية تصدر من قبل مؤسسات مالية معتمدة على مستوى العالم ، وقد تكون هذه البطائق دائنة يستطيع العميل بان يسحب من رصيده او حسابه وقت ما يشاء عن طريق الصرافات الآلية، او سداد التزاماته عن طريق نقاط البيع، او قد تكون هذه البطائق مدينـة حسب السقوف الممنوحة من قبل البنك لعملائها .

وتتصدر البنوك اليمنية أنواع مختلفة من البطائق الائتمانية حسب حجم العملاء ونشاطه لدى البنك، وغالبية البنوك تصدر ثلاثة أنواع ذات سقوف مختلفة، إما أن تكون فضية أو ذهبية أو ماسية، و تزداد سقوفها حسب الترتيب السابق، وتعتبر هذه الخدمة من انجح الخدمات المصرفية الالكترونية المصدرة من قبل البنوك اليمنية، وذلك لأنها دائنة أو تعطي لعملائها ذوي الملاءة المصرفية الكبيرة وبسبب ثقة البنك فيهم فإنها دائما تكون مغطاة عند التعامل الخارجي .

#### ٧- خدمة بنوك الشركـات :-

وهي من الخدمات المصرفية الالكترونية التي تقدمها البنوك لكتـار العملاء . وفي اليمن يقدم هذه الخدمة بنك واحد فقط هو بنك التسليف التعاوني الزراعي ، حيث يقدم

هذه الخدمة لعملائه من الشركات عن طريق ربط البنك والشركات المتعاملة معه للقيام بجميع عملياتها الخارجية بدون العودة الى مقر البنك، ويتم ذلك بين حاسوب البنك وحاسوب الشركة ، الهدف الأساسي من ذلك هو لسرعة انجاز أعمال الشركات الخارجية من اعتمادات مستندية وغيرها من الاعتمادات والتواصل المباشر مع المتعاملين مع هذه الشركات في الخارج ، وتعتبر هذه الخدمة من الخدمات المتميزة التي يقوم بها بنك التسليف التعاوني الزراعي، وبها استطاع أن يخدم عملائه ويكسب التعامل مع الكثير من الشركات التي ترغب في الاستفادة من هذه الخدمة .

#### - ٨- خدمة نقاط البيع :

وهي خدمة مصرافية الكترونية تسمح لعملاء البنوك من سداد التزاماتهم مباشرة من مراكز التسوق وغيرها عن طريق جهاز يوضع في هذه الأماكن، ويربط بحاسوب البنك بحيث تسدد التزامات العميل من رصيده لدى البنك ، وتقييد لصالح البائع ، وهذه الخدمة تقدم من قبل اربعة بنوك يمنية فقط هي: بنك التسليف التعاوني الزراعي ، وبنك اليمن الدولي وبنك اليمن والكويت ، والبنك التجاري اليمني.

ويعتبر بنك اليمن الدولي من افضل البنوك المقدمة لهذه الخدمة ، حيث بلغت النقاط التابعة له (٥٠٠) نقطة بيع على مستوى اليمن (حسب إفاده البنك عبر موقعه على الانترنت ) وبقيه البنوك تقدم هذه الخدمة ولكن بعد محدود من النقاط وتركز نشاطها في المدن الكبيرة فقط .<sup>(١)</sup>

ونلاحظ بان هذه القصور لدى البنوك اليمنية في إدخال هذه الخدمة عائد على عدم وجود أماكن تحافظ على هذه الاجهزة داخل المراكز التجارية من ناحية وعدم رغبة أصحاب المراكز في استخدام هذه الخدمة لخوف من استقطاع عمولات من قبل البنوك عليهم ، مع العلم بان عدد النقاط قد تضاعفت ثمانية أضعاف من (٢٠٠) نقطة نهاية عام ٤٢٠٠٦م إلى (١٦٠٠) نقطة نهاية عام ٢٠٠٦م وبلغ إجمالي البالغ التي نفذت خلال هذه النقاط (٢٥٠) مليار ريال وبمتوسط (١٧) ألف ريال للعملية الواحدة.<sup>(٢)</sup>

<sup>(١)</sup> يمكن الرجوع إلى الموقع الإلكتروني التالي لبنك اليمن الدولي [WWW.ibyemen.com](http://WWW.ibyemen.com) <sup>(٢)</sup> [WWW.IGSEP . Net](http://WWW.IGSEP.Net)

## -٩- خدمة البنك الجوال :

وهذه الخدمة تقدم من بنك واحد في اليمن هو البنك التجاري اليمني ، وتقدم هذه الخدمة على سيارة ينفذ منها البنك كل الخدمات المصرفية التقليدية والالكترونية ، إما بقية البنوك العاملة في اليمن فلا تمارس مثل هذه الخدمة ، وربما يكون السبب الذي جعل البنوك لا تمارس هذه الخدمة المخاطر والتخطوفات من سرقة الأموال المحمولة على السيارة المتجلولة في المدينة، ونرى انه يجب على جميع البنوك أن تقدم هذه الخدمة لعملائها ، لأنها تخدم البنك من جهة عن طريق سرعة التحرك للوصول إلى العملاء في أماكن تواجدهم لتقديم الخدمات المصرفية لهم بنوعيها التقليدي والالكتروني ، ومن جهة أخرى يستطيع البنك بتحويلها إلى وسيلة إعلامية وإعلانية له لجذب العملاء للتعامل معه ، ومن جهة ثالثة سوف يستفيد منها غالبية سكان المدن في اليمن ومناطقها المختلفة وستؤدي إلى زيادة الوعي المصرفي لدى المواطنين والاتجاه للتعامل مع البنوك .

## **المبحث الثاني: تحليل البيانات والمعلومات.**

### **توضيف عينة الدراسة**

#### **١-٢-٤ مجتمع الدراسة:**

يتكون مجتمع الدراسة من مجموعة من المصارف التجارية العاملة في مدينة تعز والبالغ عددها (١٤) مصرفًا، وهي تمثل غالبية فروع المصارف العاملة في اليمن ، وهذه المصارف مبينة في

**الجدول التالي:**

**الجدول (١١) مصارف مجتمع الدراسة**

اسم المصرف		اسم المصرف	
مصرف اليمن البحرين الشامل	٨	بنك اليمن الدولي	١
البنك اليمني للإنشاء والتعمير	٩	البنك التجاري اليمني	٢
البنك الأهلي اليمني	١٠	بنك التضامن الإسلامي	٣
البنك الإسلامي اليمني	١١	البنك العربي	٤
بنك الأمل	١٢	بنك التسليف التعاوني الزراعي	٥
بنك الكريمي	١٣	بنك اليمن والكويت	٦
كاليون بنك	١٤	بنك سبا الإسلامي	٧

وبالنسبة لاستقصاء آراء العملاء حول أساليب الصيرفة الإلكترونية في هذه المصارف فيشتمل مجتمع الدارسة كافة عملاء البنوك اليمنية في مدينة تعز خلال الفترة الواقعة ما بين

٢٠١٢/٠٤/٠١ م و حتى ٢٠١٢/٠٢/٠١ م.

## ٤-٢-٢ عينة الدراسة.

فيما يتعلّق بعينة الدراسة من بين البنوك العاملة في مدينة تعز فقد اختار الباحث سبعة بنوك لتمثيل مجتمع الدراسة في عملية البحث وهي : البنك العربي وبنك التسليف الزراعي وبنك التجاري اليمني وبنك اليمن الدولي وبنك سبا الإسلامي وبنك التضامن الإسلامي الدولي وبنك البحرين الشامل، أما عينة الدراسة من العملاء فت تكون من (٢٠٠) من عملاء السبعة البنوك العاملة في مدينة تعز والتي تم ذكرها سابقاً.

لقد تم اختيار هذه البنوك من قبل الباحث بالتحديد بسبب كونها هي التي تتعامل بأساليب وأدوات الصيرفة الإلكترونية في مدينة تعز ، وأكثرها ترويجا وأقواها من حيث الرأس المال المدفوع وأكثرها تنوعاً من حيث النشاط المصرفي ، وأكثرها قبولاً لدى العملاء.

كما انه من ضمن الأسباب التي جعلت الباحث يختار هذه البنوك السبعة كون البنك الأول أجنبي تقليدي والثاني تقليدي تعود ملكيته للدولة والثالث تعود ملكيته للقطاع الخاص اليمني وهو بنك تقليدي، والرابع تقليدي تعود ملكيته للقطاع الخاص اليمني بنسبة (%)٨٥ والأجنبي بنسبة (%)١٥ ، أما البنك الخامس فهو بنك إسلامي تعود ملكيته للقطاع الخاص اليمني بنسبة (%)٩٧ والأجنبي بنسبة (%)٣ ، والسادس بنك إسلامي تعود ملكيته بالكامل للقطاع الخاص اليمني بنسبة (%)٨٥ والأجنبي بنسبة (%)١٥ والأخير هو بنك إسلامي مملوك للقطاع الخاص اليمني بنسبة (%)٥٧ والأجنبي بنسبة (%)٤٣ وهو إسلامي.

وفضلاً عن تنوع هذه البنوك من حيث الملكية والمجال فإن هناك تنوع لهذه البنوك من حيث عدد الفروع وحجم رأس المال المستثمر، وحصة البنوك في السوق، وتعتبر أكثر استخداماً للصيرفة الإلكترونية وقواتها المتعددة.

### ٣-٢-٤ - أداة الدراسة.

استخدم الباحث الإستبانة كأداة للدراسة وتحصيل المعلومات من عملاء البنوك اليمنية الواقعة في مدينة تعز وتم تصميمها لأغراض معالجة أسئلة الدراسة وفرضياتها، وذلك على النحو المبين:

القسم الأول: يتضمن معلومات عامة تتعلق بخصائص أفراد عينه الدراسة الديمغرافية.

القسم الثاني: ويشتمل على أسئلة تقيس اتجاهات العملاء نحو استخدام الصيرفة الإلكترونية

لقد صممت استماراة الاستبيان لجمع البيانات الالازمة للبحث والمتعلقة بالفروض الأساسية للبحث وهي من تسعه أجزاء وكل جزء يحتوي على مجموعة من العبارات تتعلق برأي العملاء عن أساليب الصيرفة الالكترونية المقدمة لهم من قبل البنوك اليمنية ، وقد وضعت خمس بدائل للإجابة على كل عبارة ليعطي المستقصي رأيه تجاه كل عبارة مطروحة أمام العميل وذلك على مقاييس ذو خمس درجات هي : (موافق بشدة - موافق - محайд - غير موافق- غير موافق على الإطلاق) وذلك بهدف الحصول على تدرج للإجابات، بحيث تعطى للإجابة موافق بشدة ٥ درجات وموافق ٤ درجات محайд ٣ درجات وغير موافق درجتان غير موافق على الإطلاق درجة واحدة. وقد قام الباحث بتوزيع(٢٢٥) استماراة على عدد من عملاء البنوك اليمنية ضمن العينة المختارة في مدينة تعز وبطريقة عشوائية ، وقد تم استرداد نحو (٢٠٠) استماراة من بين الاستمارات الموزعة ، وهو ما يعني أن نسبة الاستمارات المسترددة بلغت (٨٩%) وبعد الفرز والمراجعة للاستمارات المسترددة تم إلغاء أربع استمارات وتم تحليل ١٩٦ استماراة بهدف التعرف على اتجاهات عملاء المصارف اليمنية العاملة في مدينة تعز نحو أساليب الصيرفة الالكترونية ومدى تقبلهم ورضائهم عن هذه الأساليب.

#### ٤-٢-٤ صدق أداة الدراسة.

من أجل التحقق من صدق أداة الدراسة تم عرضها على مجموعة من المحكمين والمتخصصين في مجالات العلوم المالية والمصرفية، وتم الاستفادة من ملاحظاتهم في بناء وتصميم الإستبانة، وبعد قيام الباحث بتعديل الإستبانة بناءً على ملاحظات المحكمين تم توزيع (٢٢٥) استبانة ثم استرداد (٢٠٠) استبانة بنسبة استرداد (٨٩%).

#### ٤-٢-٥ مصادر البيانات.

تم الاعتماد على نوعين من مصادر البيانات هما:

- أ- المنهج الوثائقى: حيث قام الباحث بتجميع البيانات والمعلومات الجاهزة والمنشورة في الكتب والمجلات والدراسات العلمية للاستفادة منها على وجه الخصوص في الجانب النظري للدراسة والانحراف المعياري والتباين واختبارات الجدولية والمحسوبيّة.
- ب- المنهج الميداني: تم جمع البيانات ميدانياً من خلال استبانة على عينة من عملاء البنوك اليمنية في مدينة تعز تميز بتمثيلها للمجتمع الأصلي وهذه الإستبانة تشتمل على المعلومات الديمografية للعميل ومعلومات تقيس مدى اتجاهات العملاء نحو استخدام الصيرفة الإلكترونية في البنوك اليمنية.

#### ٤-٢-٦ أسلوب تحليل البيانات

تم الاستعانة بالنظام الإحصائي (SPSS) لتحليل المعلومات والبيانات التي حصلنا عليها من خلال الإستبانة باستخدام المؤشرات الآتية:

- النسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري - اختبار فيشر.

### ٤-٣ المبحث الثالث

#### اختبار الفرضيات وتقرير النتائج

الجدول التالي يحتوي على النسبة المئوية لكل فقرة من فقرات الاستقصاء ، وكذلك المتوسط الحسابي والاتحراف المعياري لهما و تكون الفقرة سلبية بمعنى أن العملاء لا يوافقون على محتواها إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي أقل من المحتوى المثالي وهو ٣ . وتكون اتجاهات العينة ايجابية إذا كان المتوسط الحسابي اكبر من المتوسط المثالي ٣

#### عرض النتائج الوصفية لفقرات السؤال الثالث جدول (١٢)

م	الفقرات	نسبة الموافقة	نسبة عدم الموافقة	نسبة المحايدة	المتوسط	الاتحراف المعياري
١	أقبال القنوات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها البنك.	٩٢.٧	٢	٥.٣	٤.٢٣	٠.٦٣٦
٢	القنوات المصرفية الإلكترونية المقدمة من البنك تلبي متطلباتي وأحتياجاتي	٧٨	١١.٣	١٠.٧	٣.٨٩	٠.٩٢٨
٣	أشعر أن ما يقدمه البنك من قنوات مصرفية إلكترونية ملائم إلى حد ما.	٧٨.٧	١٢	٩.٣	٣.٨٢	٠.٨٦٠
٤	أشعر بالرضا تجاه ما يقدمه البنك من قنوات مصرفية إلكترونية	٨٢	١٤.٦	١٣.٣	٢.٣٣	٠.٩٣٩
٥	أشعر بالثقة والأمان عند حصولي على خدمات القنوات المصرفية الإلكترونية من البنك.	٧٧.٣	٤	١٨.٧	٣.٨٩	٠.٧٠٠
٦	إن القنوات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها لي البنك يمكن الاعتماد عليها بدرجة كبيرة .	٥٩.٣	١٢.٧	٢٨	٣.٥٤	٠.٨٣٢
٧	يلتزم البنك بتقديم قنوات مصرفية إلكترونية حديثة وفق المواصفات العالمية المعتمد بها في البنوك العربية والعالمية.	٤٥.٣	٣٠	٢٤.٧	٣.١٤	١.١٥٩
٨	أجد أن قنوات الصيرفة الإلكترونية المقدمة من البنك تعد متطورة.	٥٩.٣	١٩.٣	٢١.٣	٣.٥١	٠.٩٩٥
٩	القنوات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها البنك ذات جودة ملائمة.	٧١.٣	١٢	١٦.٧	٣.٧١	٠.٨٧٧
١٠	معرفتي والمامي بمضمون القنوات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها البنك تعتبر كافية	٥٩.٣	١٨.٧	٢٢	٣.٤٨	٠.٨٨٠
١١	أجد أن القنوات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها البنك تصيبها بعض المخاطر	٦٤	١٧.٤	١٨.٧	٣.٦٠	٠.٩٤٨
١٢	أجد أن هناك تكالفة إضافية يفرضها البنك على استخدام قنوات الصيرفة الإلكترونية	٣٠.٧	٥٤	١٥.٣	٣.٦٩	١.٠٧٥
١٣	توجد فوائد عديدة من جراء استخدام القنوات المصرفية الإلكترونية.	٩١.٣	٢	٦.٧	٤.٢٢	٠.٦٨٤
١٤	توجد العديد من المشاكل والصعوبات التي تواجهوني عند حصولي على قنوات الصيرفة الإلكترونية التي يقدمها البنك.	٥٤	٢٢	٢٤	٣.٤٣	١.٠١٢

**اختبار الفرضية الأولى :-**

وتنص هذه الفرضية بأنه " لا يوجد استخداماً واسعاً من قبل العملاء لوسائل الصيرفة الإلكترونية المتوفرة في البنوك اليمنية" ، ومن خلال تحليل البيانات الموضحة في الجدول رقم ( ١٣ ) حول منطوق السؤال اتضح لنا ردود العملاء حول هذا السؤال كانت على النحو التالي :-

جدول ( ١٣ ) هل أنت من يستخدمون القنوات المصرفية الإلكترونية مع البنك

الاجابة	النكرار	النسبة %
نعم	١٥٠	٧٧.٣
لا	٤٤	٢٢.٧
الاجمالي	١٩٤	١٠٠

بالعودة الى بيانات الجدول رقم ( ١٣ ) يتضح لنا أن اجابات السؤال رقم ( ٢ ) المتعلق بمدى استخدام العملاء لأساليب الصيرفة الإلكترونية أن ٧٧.٣ % منهم يستخدمون أساليب الصيرفة الإلكترونية المقدمة من قبل البنوك اليمنية ، بينما يبين الجدول ٢٢.٧ % منهم أفادوا بأنهم لا يستخدمون هذه الأساليب وهذا يعني أن هناك استخداماً واسعاً لأساليب وقنوات الصيرفة الإلكترونية من قبل عملاء المصارف اليمنية العاملة في مدينة تعز .

وعليه : فإننا نرفض الفرضية الاصلية  $H_0$  ونقبل الفرضية البديلة  $H_1$  التي " تفيد بأن هناك استخداماً واسعاً من قبل العملاء لوسائل الصيرفة الإلكترونية المتوفرة في البنوك اليمنية العاملة في مدينة تعز " .

مع العلم أن العملاء الرافضون للتعامل في الصيرفة الإلكترونية كان رفضهم يعود للأسباب الآتية مرتبة حسب الأهمية النسبية لهم.

- ١ - كثرة إنقطاعات التيار الكهربائي.
- ٢ - احتمالية القرصنة الإلكترونية .
- ٣ - كثرة المشكلات والأعطال المرتبطة على استخدام قنوات الصيرفة الإلكترونية وقت الحاجة .
- ٤ - أفضل الصيرفة التقليدية في أنجاز المعاملات، والتعامل مع الفروع مباشرة .
- ٥ - الخوف من وجود أخطاء إلكترونية .
- ٦ - الخوف من أضافة عمولات أو رسوم إضافية من قبل البنك.
- ٧ - عدم المعرفة بالحكم الشرعي بالصيرفة الإلكترونية .
- ٨ - عدم الثقة بالصيرفة الإلكترونية .
- ٩ - عدم المعرفة بقنوات الصيرفة الإلكترونية وفوائدها.
- ١٠ - عدم توفر جهاز حاسوب شخصي لدى ، لاستخدام القنوات الإلكترونية .
- ١١ - عدم الإلمام بالحاسوب الانترنت.
- ١٢ - عدم الإلمام بالقراءة والكتابة .

(مرفق الجدول في الملحقات)

**اختبار الفرضية الثانية :-**

وتنص هذه الفرضية على أنه " لا يشعر العملاء بالرضا التام والقبول لما تقدمه البنوك اليمنية لعملائها من خدمات مصرفية الكترونية ".

ولاختبار صحة هذه الفرضية لجاء الباحث الى التحليل الاحصائي SPSS كما هو موضح في الجدول رقم ( ١٤ )

الجدول ( ١٤ ) : شعور العملاء بالرضا التام والقبول للخدمات المصرفية الالكترونية .

الوسط الحسابي	نسبة الحياد	نسبة عدم الموافقة	نسبة الموافقة	الفقرات	M
٤.٢٣	٥.٣	٢	٩٢.٧	اتقبل القنوات المصرفية الالكترونية التي يقدمها البنك	١
٣.٨٩	١٠.٧	١١.٣	٧٨	القنوات المصرفية الالكترونية المقدمة من البنك تلبي متطلباتي واحتياجاتي	٢
٣.٨٢	٩.٣	١٢	٧٨.٧	أشعر أن ما يقدمه البنك من قنوات مصرفية الكترونية ملائم إلى حد ما	٣
٣.٢٣	١٣.٣	١٤.٧	٧٢	أشعر بالرضا تجاه ما يقدمه البنك من قنوات مصرفية الكترونية	٤
٣.٧٩	٩.٦٥	١٠	٨٠.٣٥	المتوسط العام	

من خلال اجابات العملاء عن الاسئلة المعروضة في الجدول السابق يتضح لنا أن ٨٠.٣٥ % من العملاء لديهم رضى تام وقبول لما تقدمه البنوك اليمنية العامة في مدينة تعز من خدمات مصرفية الكترونية تلبي متطلباتهم واحتياجاتهم وهي ملائمة الى حدا تلبي احتياجات العملاء من هذه الخدمات .

ومما يؤكد ذلك قيمة المتوسط الحسابي للأربع الفقرات الداخلية ضمن هذا المحور الذي تبلغ قيمته ٣.٧٩ وهو أكبر من المتوسط المثالي لهذه الفرضية والمقدر بـ ٣ وهذا يؤكد وجود قبول ورضا كبيرين من قبل العملاء لأساليب الصيرفة الالكترونية المقدمة من البنوك اليمنية العاملة في مدينة تعز .

وهذا يعني أننا نرفض الفرضية الأصلية  $H_0$  ونقبل الفرضية البديلة  $H_1$  التي تقول " بأن العملاء يشعرون بالرضا التام والقبول لما تقدمه البنوك اليمنية لعملائها من خدمات مصرفية الكترونية " .

**اختبار الفرضية الثالثة :-**

وتنص هذه الفرضية " على أنه لا يشعر العملاء بالثقة والأمان والاعتمادية تجاه ما تقدمه لهم البنوك اليمنية من وسائل صيرفة الكترونية " .

ولاختبار هذه الفرضية قمنا بتحليل اجابات العملاء من خلال التحليل الاحصائي SPSS وكانت نتائج التحليل كما هو مبين في الجدول التالي :

جول رقم ( ١٥ ) شعور العملاء بالثقة والأمان والاعتمادية .

الوسط الحسابي	نسبة الحياد	نسبة عدم الموافقة	نسبة الموافقة	الفترات	m
٣.٨٩	١٨.٧	٤	٧٧.٣	أشعر بالثقة والأمان عند حصولي على خدمات القنوات المصرفية الكترونية من البنك .	١
٣.٥٤	٢٨	١٢.٧	٥٩.٣	ان القنوات المصرفية الكترونية التي يقدمها لي البنك يمكن الاعتماد عليها بدرجة كبيرة .	٢
٣.٧٢	٢٣.٣٥	٨.٣٥	٦٨.٣	المتوسط العام	

من خلال إجابات العملاء على الأسئلة المعروضة عليهم حول شعورهم بالثقة والأمان والاعتمادية أكد ( ٦٨.٣ % ) من العملاء بأنهم يشعرون بالثقة والأمان والاعتمادية على ما تقدمه لهم البنوك اليمنية من وسائل صيرفة الكترونية ، في حين أن نسبة بسيطة كانت ( ٨.٣٥ % ) من العملاء لم تشعر بهذه الثقة والأمان والاعتمادية لما تقدمه لهم البنوك اليمنية من سائل صيرفة الكترونية ، مع العلم بأن ( ٢٣.٤ % ) من العملاء كانوا محايدين مما يدل على عدم وجود إجماع كبير بين عملاء البنوك اليمنية تجاه الثقة والأمان والاعتمادية ، ويؤكد ذلك المتوسط الحسابي لفترات هذا المحور والبالغ ( ٣.٧٢ ) والتي تزيد بمقدار ( ٠.٧٢ ) عن المتوسط المثالي المفترض والبالغ ( ٣ ) .

وفي كل الأحوال نرفض الفرضية الأصلية  $H_0$  ونقبل الفرضية البديلة  $H_1$  التي تقول "بأن العملاء يشعرون بالثقة والأمان والاعتمادية تجاه ما تقدمه لهم البنوك اليمنية من وسائل صيرفة الكترونية " .

**اختبار الفرضية الرابعة :-**

وتنص هذه الفرضية بأنه " لا تلتزم البنوك اليمنية بتوفير وسائل وأدوات صيرفة الكترونية حديثة ومتطورة تلبى طموحاتهم وتطلعاتهم للخدمات المصرفية الالكترونية التي يجب أن تقدمها لهم البنوك اليمنية اسوه بما تقدمه البنوك العربية والعالمية".

ولاختبار صحة الفرضية قمنا بتحليل اجابات العملاء من خلال النظام الاحصائي SPSS وكانت نتائج التحليل كما يلي :-

جدول (١٦) مدى التزام البنوك اليمنية بتوفير وسائل وأدوات صيرفة الكترونية حديثة ومتطورة .

الوسط الحسابي	نسبة الحيد	نسبة عدم الموافقة	نسبة الموافقة	الفقرات	M
٣.١٤	٢٤.٧	٣٠	٤٥.٣	يلتزم البنك بتقديم قنوات مصرفية إلكترونية حديثة وفق المواصفات العالمية المعتمدة بها في البنوك العربية والعالمية	١
٣.٥١	٢١.٣	١٩.٣	٥٩.٣	أجد أن قنوات الصيرفة الإلكترونية المقدمة من البنك تعد متطرفة	٢
٣.٣٣	٢٣	٢٤.٦٥	٥٢.٣	المتوسط العام	

من خلال إجابات العملاء على الأسئلة المعروضة أكد ٥٣.٣ % من العملاء بأن هناك التزام من قبل البنوك اليمنية بتقديم قنوات مصرفية الكترونية حديثة ومتطورة وفقاً لما هو معتمد في البنوك العربية والعالمية في حين أن نسبة ٢٤.٦٥ % من العملاء يشعرون بأنه لا يوجد التزامات واضحة من قبل البنوك اليمنية بتقديم وسائل وقنوات مصرفية الكترونية حديثة ومتطورة مثلاً هو معتمد في البنوك العربية والدولية ، في حين أن نسبة ٢٣ % من العملاء كانوا محايدين تجاه هذا الموضوع، مما يدل على عدم وجود اجماع كبير بين عملاء البنوك اليمنية تجاه هذا الموضوع ، وهذا راجع إلى حداثة البنوك اليمنية في ادخال وسائل القنوات المصرفية الحديثة لديها وعدم قيامها باستثمارات واسعة في هذا المجال بسبب تخوف الإدارة العلياء في

استخدامها من ناحية ثانية وعدم وجود كوادر مؤهلة تقوم بإدارة هذه الوسائل والقوتات المصرفية الالكترونية من ناحية ثالثة .

وبالعودة الى بيانات الجدول السابق وجدنا أن المتوسط الحسابي لفقرات هذا المحور وقد كان عند ( ٣.٣٣ ) وهو لا يزال اكبر من المتوسط المثالي لفقرات هذا المحور والمقدر بـ ٣ .

وبذلك سوف نرفض الفرضية الأصلية  $H_0$  ونقبل الفرضية البديلة  $H_1$  والتي تقول " بأن البنوك اليمنية تتلزم بتوفير وسائل وأدوات صيرفة الكترونية حديثة ومتطورة تلبى طموحاتهم وتطلباتهم للخدمات المصرفية الالكترونية التي يجب أن تقدمها لهم البنوك اليمنية أسوة بما تقدمه البنوك العربية والعالمية " .

أن انخفاض نسبة المواقفات ما يقرب من النصف وارتفاع نسبة عدم الموافقة والحياد يدل على عدم قدرة العملاء على تحديد مفهوم الالتزام من قبل البنوك تجاه موضوع اساليب الصيرفة الالكترونية وعدم وجود اجماع كافي حول هذا الموضوع من قبل العملاء .

#### اختبار الفرضية الخامسة :-

وتنص هذه الفرضية " لا توجد جودة عالية لما تقدمه البنوك اليمنية لعملائها من خدمات مصرفية الكترونية "

وباختبار هذه الفرضية من خلال استخدام التحليل الاحصائي SPSS كانت النتائج كما هو موضح في الجدول ( ١٧ ) كانت على النحو الآتي .

جدول ( ١٧ ) . الجودة المصرفية

الوسط الحسابي	نسبة الحيادية	نسبة عدم الموافقة	نسبة الموافقة	الفقرة	M
٣.٧١	١٦.٧	١٢	٧١.٣	القوتات المصرفية التي يقدمها البنك ذات جودة ملائمة	١

وبالعودة الى بيانات الجدول السابق نجد أن ٧١.٣ % من العملاء يوافقون على وجود جودة عالية لما تقدمه البنوك اليمنية من اساليب صيرفة الكترونية ، في حين أن

نسبة ( ١٢ %) لا يوافقون على هذه الجودة وكان المحايدون ( ١٦.٧ %) وهي نسبة متدنية مقارنة الموافقون .

وبالعودة الى بيانات الجدول السابق للتعرف على المتوسط الحسابي لاختبار الفرضية نجد أن هذا المتوسط بلغ ( ٣.٧١ ) مما يدل على وجود نسبة عالية من العملاء تؤكّد على أن هناك جودة كبيرة لأساليب الصيرفة الالكترونية المقدمة من قبل البنوك اليمنية وهذا يعني رفض الفرضية الأصلية  $H_0$  وقبول الفرضية البديلة  $H_1$  التي تقول " بأنه توجد جودة عالية لما تقدمه البنوك اليمنية لعملائها من خدمات مصرفية الكترونية " .

#### اختبار الفرضية السادسة :-

وتنص هذه الفرضية بأنه " لا يوجد معرفة وإنما كافي لدى العملاء لما تقدمه البنوك اليمنية من اساليب مصرفية الكترونية " .

ولاختبار صحة الفرضية لجاء الباحث للتحليل الاحصائي spss وكانت النتيجة كما يلي :

جدول ( ١٨ ) مدى مستوى معرفة وإنما العملاء بالقوتوس المصرفية الالكترونية

م	الفقرة	نسبة الموافقة	نسبة عدم الموافقة	نسبة الحيادية	الوسط الحسابي
١	معرفتي والمامي بمضمون القوتوس المصرفية الالكترونية التي يقدمها البنك تعتبر كافية	٥٩.٣	١٨.٧	٢٢	٣.٤٨

وبالنظر إلى النتيجة الموضحة في الجدول السابق يتضح لنا أن ( ٥٩.٣ %) من العملاء يوافقون على أن لديهم معرفة وإنما بما تقدمه البنوك اليمنية من وسائل صيرفة الكترونية ، بينما نجد أن ( ١٨.٧ %) منهم غير موافقون على ذلك ، وبلغت نسبة حياد العملاء حول هذا الموضوع ( ٢٢ %) وهذا يعني أنه يوجد نوع من المعرفة وإنما بدرجة كافية لأساليب الصيرفة الالكترونية لدى عملاء البنوك اليمنية لكن هذه المعرفة ليست عالية ، مما يعني أننا سنرفض الفرضية الأصلية  $H_0$  ونقبل

الفرضية البديلة H1 التي تقول " بوجود معرفة والمأم كافي لدى العملاء بما تقدمه البنوك اليمنية من اساليب صيرفة الكترونية " .

ويؤكد على صحة هذا التحليل قيمة المتوسط الحسابي والبالغة ٣.٤٨ وهي تزيد قليلاً عن المتوسط المثالي وبالبالغ ٣ درجات .

ولمعرفة المزيد حول صحة هذه الفرضية يمكننا اللجوء إلى الجدول رقم ( ١٩ ) حول مصادر معرفة العملاء بأساليب الصيرفة الالكترونية من قبل العملاء .

**جدول ( ١٩ ) حول مصادر معرفة العملاء لأساليب الصيرفة الالكترونية**

الوسيلة الاعلانية القناة الالكترونية	الصحف اليومية %	الاعلانات التلفزيونية %	النشرات والبرشورات %	ذلك صديق %	موقع البنك على الانترنت %	فريق البيع %	الاعلان في الاماكن العامة %	الاجمالي % ١٠٠
الصراف الآلي	١٦.٣	٣٥.٤	١٢.٤	١٣.١	٣.٩	١٦.٣	٢.٦	١٠٠
الانترنت	٩	٣١.٥	١٨	١١.٢	٢٠.٢	١٠.١	—	١٠٠
الرسائل القصيرة	١٩.١	١٤.٥	٣٤.٥	١٠	٨.٢	١١.٩	١.٨	١٠٠
البنك الناطق	١٩.١	١٦.٩	٣٦	١٠.١	١٠.١	٦.٧	١.١	١٠٠
خدمة التلفون	٢٠	١٥.٣	٣٠.٦	٨.٢	٩.٤	١٤.١	٢.٤	١٠٠
البطائق الالكترونية	١٥.٨	١٦.٨	٢٩.٧	٩.٩	٨.٩	١٣.٩	٥	١٠٠
بنوك الشركات	٢٤.٢	١٦.٧	٢٢.٧	٦.٢	١٣.٦	١٢.١	٤.٥	١٠٠
نقاط البيع	١٦	١٧.٣	٢٦.٨	٩.٣	٩.٣	١٤.٧	٦.٦	١٠٠
البنك الجوال	٢٢.٢	١٩	١٩.٢	١١.١	٦.٣	١٩	٣.٢	١٠٠

ويتضح لنا المعلومات المتوفرة في الجدول السابق ان هناك سبع مصادر للمعرفة استدل عليها العملاء في معرفة اساليب وقنوات الصيرفة الالكترونية التي تقدمها لهم البنوك اليمنية وهي كما هو موضح في الجدول رقم ( ١٩ ) وبتحليل هذه المعلومات اتضح لنا ما يلي :-

- (١) بالنسبة لقناة الصراف الآلي فقد كانت معظم معرفة العملاء بهذه القناة من خلال النشرات والبرشورات ، وبلغت النسبة من خلال هذه الوسيلة الإعلانية (

٤٣٥٪) تأتي بعدها الإعلان في الصحف اليومية بنسبة (١٦.٣٪) وكانت أقل مصدر لمعرفة العملاء بهذه القناة من خلال الإعلان في الأماكن العامة بنسبة (٢٠.٦٪).

٢) أما بالنسبة لقناة الانترنت فقد كان معرفة العملاء بهذه القناة هو النشرات والبرشورات وبنسبة (٣١.٥٪) تليها الإعلانات الكترونية (١٨٪) وأقل مصدر لمعرفة هذه القناة كان من خلال الإعلان في الأماكن العامة بحيث لا يوجد معرفة بها.

٣) الرسائل القصيرة : وقد كان المصدر الأول لهذه القناة هو النشرات والبرشورات وبنسبة (٣٤.٥٪) ، وتليها في المرتبة الثانية المعرفة عن طريق الصحف اليومية وبنسبة (١٩.١٪) وكان أقل مصدر للإعلانات في الأماكن العامة وبنسبة (١٠.٨٪).

٤) البنك الناطق ، وقد كان المصدر الأهم لمعرفة هذه القناة هو النشرات ، والبرشورات بنساب (٣٦٪) يليها في المرتبة الثانية الصحف اليومية وبنسبة (١٩.١٪) وكان أقل مصدر لمعرفة العملاء هو الإعلان في الأماكن العامة وبنسبة (١٠.١٪) .

٥) خدمة التليفون، وقد كان المصدر الرئيسي لمعرفة العملاء بهذه القناة هو النشرات والبرشورات وبنسبة (٣٠.٦٪) يليها ثانياً الصحف اليومية وبنسبة (٢٠٪) ، بينما كان أقل مصدر للإعلانات في الأماكن العامة بنسبة (٢٠.٤٪)

٦) البطائق الالكترونية، وقد كان المصدر الرئيسي لمعرفة العملاء بهذه القناة هو النشرات والبرشورات بنسبة (٢٨.٧٪)، تليها بالمرتبة الثانية الإعلانات الالكترونية بنسبة (١٦.٨٪) بينما كان أقل مصدر للمعرفة العملاء بهذه القناة هو الإعلان في الأماكن العامة وبنسبة (٥٪).

٧) بنوك الشركات ، وقد كان أهم مصدر لمعرفة العملاء بهذه القناة هو الصحف اليومية بنسبة (٢٤.٢٪) يليه ثانياً النشرات والبرشورات وبنسبة (٢٢.٧٪) وكان أقل مصدر لمعرفة العملاء بهذه القناة هو المعرفة عن طريق الاصدقاء والمعرفة من خلال الإعلان في الأماكن العامة وبنسبة بلغت (٤٠.٥٪).

٨) نقاط البيع ، وقد كان أهم مصدر لمعرفة هذه القناة هو النشرات والبرشورات وبنسبة (٢٦.٨ % ) ليه ثانياً الإعلانات الكترونية وبنسبة (١٧.٣ % ) وكان أقل مصدر لمعرفة العملاء بهذه القناة هو الإعلان في الأماكن العامة وبنسبة (٦.٦ % ) .

٩) البنك الجوال وقد كان المصدر الرئيسي لمعرفة العملاء بهذه القناة المصرفية الالكترونية هو النشرات والبرشورات وبنسبة (١٩.٢ % ) وكان الذي تليها بشكل متساوي كلاً من الإعلانات والكترونيّة وفرق البيع وبنسبة (١٩ % )، وكان أقل مصدر هو المعرفة عن طريق الإعلان في الأماكن العامة وبنسبة (٣.٢ % ).

من الملاحظ بأن النشرات والبرشورات قد حازت على نصيب الأسد من المعرفة للقنوات المصرفية الالكترونية وأقل معرفة كانت الإعلان في الأماكن العامة .

#### اختبار الفرضية السابعة :-

وتنص هذه الفرضية بأنه " لا يعتبر العملاء أن الخدمات المصرفية الالكترونية التي تقدمها البنوك اليمنية ذات تكاليف ومخاطر عالية " .

ولاختبار صحة الفرضية لجاء الباحث إلى التحليل الاحصائي SPSS كما هو موضح في الجدول رقم ( ٢٠ ) .

جدول ( ٢٠ ) نسبة المخاطر والتكاليف لاستخدام وسائل الصيرفة الالكترونية

الوسط الحسابي	نسبة الحيادية	نسبة عدم الموافقة	نسبة الموافقة	الفقرة	M
٣.٦٠	١٨.٧	١٧.٤	٦٤	أجد أن القنوات المصرفية والالكترونية التي يقدمها البنك تصحبها بعض المخاطر	١
٢.٦٩	١٥.٣	٥٤	٣٠.٧	أجد أن هناك تكلفة إضافية يفرضها البنك على استخدام القنوات الصيرفة الالكترونية	٢
٣.١٥	١٧	٣٥.٧	٤٧.٣٥	المتوسط العام	

من خلال اجابات العملاء على الاسئلة المعروضة في الجدول السابق يتضح لنا أن ٤٧.٣٥٪ منهم يشعرون بأن الخدمات المصرفية الالكترونية ذات تكاليف ومخاطر ، بينما كانت نسبة ٣٥.٧٪ من العملاء بأنه لا توجد تكاليف ومخاطر من استخدام القنوات الالكترونية المقدمة من البنوك وهي مقاربة للموافقين ، في حين أن نسبة ١٧٪ من العملاء محايدون .

ويؤكد ذلك المتوسط الحسابي لفقرات هذا المحور والبالغ ٣.١٥ و التي تزيد بمقدار بسيط ( ٠.١٥ ) عن المتوسط المثالي المفترض البالغ ( ٣ ) .

وفي كل الاحوال نرفض الفرضية الاصلية  $H_0$  ونقبل الفرضية البديلة  $H_1$  التي تقول " بأن العملاء يشعرون ان الخدمات المصرفية الالكترونية التي تقدمها البنوك اليمنية ذات تكاليف ومخاطر " .

#### اختبار الفرضية الثامنة :

وتنص هذه الفرضية " لا يشعر العملاء بوجود فوائد عالية يمكن أن يحصلوا عليها من استخدامهم لوسائل الصيرفة الالكترونية " وللتتأكد من صحة الفرضية قمنا باختبارها من خلال النظام الاحصائي spss وكانت النتائج على النحو الآتي :-

جدول ( ٢١ ) الفوائد المرجوة من استخدام القنوات المصرفية الالكترونية

الوسط الحسابي	نسبة الحياد	نسبة عدم الموافقة	نسبة الموافقة	الفقرة	M
٤.٢٢	٦.٧	٢	٩١.٣	توجد فوائد عديدة من جراء استخدام القنوات المصرفية الالكترونية	

بالنظر إلى محتويات الجدول السابق يتبين لنا أن نسبة العملاء الموافقين على وجود فوائد عديدة من استخدام القنوات المصرفية الالكترونية قد بلغت ( ٩١.٣٪ ) وهي نسبة

عالية ، بينما تتجاوز عدم الموافقة على وجود مثل هذه الفوائد ( ٢ % ) وهذا يعني أن هناك شبه اجماع من قبل العملاء على أنهم يحصلون على العديد من الفوائد جراء استخدامهم القنوات الصرفية الالكترونية كما أن الوسط الحسابي للعينة المبحوثة كان عند ( ٤.٢٢ ) وهو يزداد كثير على الوسط الحسابي المثالي البالغ ٣ .

وهذا يعني أننا سوف نرفض الفرضية الأصلية H0 والتي تقول بعدم وجود فوائد من استخدام القنوات المصرفية الالكترونية من قبل العملاء وسنقبل الفرضية البديلة H1 والتي تقول " بوجود فوائد عالية يحصل عليها العملاء من استخدام وسائل الصرفية الالكترونية " .

وعند استفسار العملاء عن أهم المزايا والفوائد التي يمكن أن يحصلوا عليها من استخدامهم للقنوات المصرفية الالكترونية أفادوا بأن هناك العديد من المزايا والفوائد التي يحصلون عليها جراء استخدامهم لأساليب الصرفية الالكترونية وهي موضحة في الجدول الآتي :-

**جدول ( ٢٢ ) فوائد استخدام القنوات المصرفية الالكترونية**

م	الفقرة	نسبة الموافقة	نسبة عدم الموافقة
١	توفير الوقت	٩٨.٧	١.٣
٢	خفض الكلفة	٨٠	٢٠
٣	توفير الجهد	٩٧.٣	٢.٧
٤	الاستخدام المستمر	٩٤.٧	٥.٣
٥	الانتشار	٦٧.٣	٣٢.٧
٦	الأمان	٩٦.٧	٣.٣
٧	الخصوصية	٩٤	٦
	المتوسط العام	٨٩.٨١	١٠.١٩

ومن خلال مراجعة محتويات الجدول السابق يتضح لنا أن ( ٩٠ % ) تقريباً من العملاء قد أكدوا بأن هناك فوائد عديدة يحصلون عليها من استخدام أساليب

الصيرفة الالكترونية بينما نسبة العملاء الذين قرروا عدم وجود الفوائد من استخدام هذه الأساليب هم ( ١٠ % ) فقط .

وهذا يعني أن هناك شبه إجماع من قبل العملاء على هذه الفوائد ، وقد تفاوتت نسبة موافقة العملاء على وجود هذه الفوائد من ميزة إلى أخرى موافق عليها العملاء ، مثل أعلاه ميزة موافقة كانت تخص توفير الوقت وكانت نسبة الموافقة عليها ٩٨.٧ % يليها ميزة توفير الجهد وحصلت على نسبة موافقة ( ٩٧.٣ % ) في حين أن أقل نسبة موافقة للعملاء كانت تخص الانتشار وبلغت هذه النسبة ( ٦٧.٣ % ) .

وبصفة عامة فإن كل النتائج تؤكد رفض الفرضية الأصلية وقبول الفرضية البديلة أي أن العملاء يشعرون بوجود فوائد عالية يمكن أن يحصلوا عليها من استخدامهم الوسائل الصيرفة الالكترونية .

#### اختبار الفرضية التاسعة :

تنص هذه الفرضية : " بأنه توجد العديد من المشاكل والصعوبات التي تواجه العملاء عند محاولة استخدام أساليب الصيرفة الالكترونية " وللتتأكد من صحة الفرضية قمنا باختبارها من خلال النظام الاحصائي SPSS كما يلي

جدول ( ٢٣ ) مشاكل وصعوبات استخدام القنوات المصرفية الالكترونية

الوسط الحسابي	نسبة الحيادية	نسبة عدم الموافقة	نسبة الموافقة	الفقرة	M
٣٤٣	٢٤	٢٢	٥٤	توجد العديد من المشاكل والصعوبات التي تواجهني عند حصولي على قنوات الصيرفة الالكترونية التي يقدمها البنك	

وبالعودة إلى بيانات الجدول السابق يتضح لنا أن نسبة موافقة العملاء على وجود مشاكل وصعوبات عديدة يمكن أن تواجههم عند استخدامهم لقنوات الصيرفة الالكترونية قد بلغت ٥ % بينما بلغت نسبة عدم موافقة العملاء على وجود مثل

هذه المشاكل والصعوبات نسبة ( ٢٢ % ) ، أما نسبة العملاء المحايدين تجاه هذه المشاكل والصعوبات بلغت ( ٢٤ % ) .

وهذا يعني أن نسبة ليست مرتفعة من العملاء قد أفادوا بوجود مثل هذه الصعوبات والمشاكل ، أما بقية العملاء فقد توزعوا ما بين عدم الموافقة والحياد ، وهذا يعني في الأخير قبول الفرضية الاصلية  $H_0$  والتي تنص على " وجود العديد من المشاكل والصعوبات التي تواجه العملاء عند محاولة استخدام وسائل الصيرفة الالكترونية " .

ويدل على صحة هذا القول قيمة الوسط الحسابي للتحليل والذي يبلغ ( ٣.٤٣ ) والذي لا يزيد الا قليلاً عن المتوسط الحسابي المثالي والبالغ ٣ والذي يمثل نسبة حياد العملاء تجاه هذا الأمر .

وللتعرف على نوعية المشاكل والصعوبات التي تواجه العملاء عند استخدام قنوات الصيرفة الالكترونية تم توجيه سؤال مباشر عن نوعية هذه المشاكل والصعوبات وقد فند العملاء هذه المشاكل والصعوبات كما هو موضح في الجدول ( ٢٤ )

جدول ( ٢٤ ) نوعية مشاكل وصعوبات استخدام القنوات المصرفية الالكترونية

الفقرة	نسبة الموافقة	نسبة عدم الموافقة	نسبة الحياد	M
عدم توفر الامان والسرية	٣٢.٧	١٨	٤٩.٣	١
صعوبة الفهم الكامل	٤٦.٧	١٨	٣٥.٣	٢
ارتفاع التكاليف المالية	٤٢.٧	١٩.٣	٣٨	٣
وجود العديد من الاعطال	٦٨.٧	١٧.٣	١٤	٤
عدم انتشار خدمات القنوات الالكترونية	٨٢	٨.٧	٩.٣	٥
التخوف من وجود أخطاء	٥٥.٣	٢٤.٧	٢٠	٦
بطء شبكة الانترنت	٧٠.٧	١٥.٣	١٤	٧
الانقطاعات الكهربائية	٨٠.٧	٩.٣	١٠	٨
المتوسط العام	٥٩.٩٤	١٦.٣٣	٢٣.٧٣	

ومن خلال تحليل محتويات الجدول ( ٢٤ ) نجد أن هناك تفاوت في اجابات العملاء حول اهم المشاكل والصعوبات التي تواجههم عند استخدام اساليب الصيرفة الالكترونية، وعند ترتيب الاهمية النسبية للمشكلات والصعوبات التي تواجه العملاء

تجاه هذه الأمر نجد أن مشكلة الإنطفاءات الكهربائية المتعددة والمتكررة قد جاءت في المرتبة الأولى لدى العملاء وحصلت على نسبة موافقة ٨٠.٧% بينما بلغت نسبة عدم الموافقة على هذه المشكلة (٩.٣%) ، أما نسبة المحايدين تجاه وجود هذه المشكلة فقد بلغوا (١٠%) ، وهذه حقيقة واضحة يشعر بها الجميع ففي خلال السنوات الثلاث الأخيرة يلاحظ تكرار انقطاع التيار الكهربائي في المدن والارياف اليمنية إلى حد أنها أصبحت مشكلة يعاني منها الجميع ، ومن الطبيعي أن يشعر عملاء المصارف اليمنية بهذه المشكلة ويعتبرونها على رأس مشاكل الصيرفة الإلكترونية . أما في المرتبة الثانية فقد جاءت مشكلة عدم انتشار أساليب خدمات الصيرفة الإلكترونية لدى المصارف اليمنية في أنحاء البلاد ، وكانت نسبة موافقة العملاء على وجود هذه المشكلة (٨٢%) ، بينما بلغت عدم موافقتهم على وجود هذه المشكلة (٨.٧%).

ومن خلال مشاهدتنا الفعلية لمدى انتشار القنوات المصرفية الإلكترونية وأساليب التعامل الإلكترونية في المصارف اليمنية نستطيع أن نؤكد بوجود هذه المشكلة فالمصارف اليمنية تعتبر تقريباً في طور التكون ولم تبلغ درجة عالية من التطور والريادة في نشر خدمات الصيرفة الإلكترونية في أنحاء البلاد .

أما في المرتبة الثالثة كانت مشكلة بطء شبكة الانترنت في البلاد وقد بلغت نسبة موافقة العملاء على هذه المشكلة (٧٠.٧%) بينما بلغت نسبة عدم الموافقة (١٥.٣%) أما نسبة الحياد فقد كانت عند (١٤%) مما يعني أن هذه المشكلة بنظر العملاء تعتبر أحد العوائق الرئيسية عند استخدام أساليب الصيرفة الإلكترونية في البلاد .

تليها في المراتب الرابع والخامس والسادس والسابع على التوالي وجود العديد من الاعطال في قنوات الصيرفة الإلكترونية والتخوف من وجود أخطاء نتيجة استخدام وسائل الصيرفة الإلكترونية قد تضر بالعملاء ، ثم صعوبة الفهم الكامل لأساليب الصيرفة الإلكترونية ثم يليها ارتفاع التكاليف المالية وفي المرتبة الأخيرة تأتي مشكلة عدم توفر الأمان والسرية نتيجة استخدام أساليب الصيرفة الإلكترونية .

وبصورة عامة نجد أن ( ٦٠ % ) تقريراً من العملاء قد أبدوا موافقتهم على وجود العديد من المشاكل والصعوبات نتيجة استخدام أساليب الصيرفة الإلكترونية ، بينما نجد أن ( ١٦ % ) من العملاء لم يوافقوا على وجود مثل هذه المشاكل والصعوبات ، أما نسبة العملاء المحايدين تجاه هذا الأمر فقد بلغوا حوالي ( ٢٣.٧ % ) .

وهذا يعني في الأخير أن هناك حقيقة مؤكدة قد أفاد بوجودها العملاء وهي أنهم يواجهون العديد من المشاكل والصعوبات عند استخدام أساليب الصيرفة الإلكترونية وهذه الحقيقة قد سبق وأن وضحتها من قبل عند اختبار صحة الفرضية التاسعة .

#### اختبار الفرضية العاشرة :

وتنص هذه الفرضية بأنه " لا توجد علاقة بين استخدام قنوات الصيرفة الإلكترونية والخصائص الشخصية للعملاء ( الجنس ، العمر ، الدخل الشهري ، المؤهل العلمي ، الوظيفة ) " .

ولاختبار صحة الفرضية من خلال التحليل الاحصائي SPSS واختبار فيشر عند مستوى معنوية ٥٠٠ كانت النتائج كالتالي : -

جدول ( ٢٥ ) البيانات الشخصية للعملاء الذين كانت اجاباتهم بنعم

العنوية	قيمة اختبار F	الانحراف	المتوسط	عدد	القيم	العامل
٠.١١٥	٢.٥١٠	٠.٢٩٤٦٩	٣.٦٠٨٤	١٢٧	ذكر	الجنس
		٠.٣٦٣٩٧	٣.٤٩٨٦	٢٣	أنثى	
٠.٦٣٥	٠.٥٧١	٠.٢٠٠٠	٣.٨٠٠	٣	أقل من عشرين عام	العمر
		٠.٣١٣٧١	٣.٦٠٠٩	٧٨	٣٥-٤٠ عام	
		٠.٢٩٤٤٥	٣.٥٧١٩	٦٤	٤٩-٣٦ عام	
		٠.٤٥٣٦٣	٣.٥٧٣٣	٥	فأكثر	
٠.٣٩٠	١.١٠	٠.٢٨٨٩٣	٣.٦٢٥٠	١٦	أقل من ٥٠ الف ريال	الدخل
		٠.٣٢٦٥١	٣.٦١٣٧	٣٤	٧٠-٥٠ الف ريال	
		٠.٣٥٢٧٤	٣.٦٢٩٢	٤٨	١٠٠-٧١ الف ريال	
		٠.٢٤٩٩٦	٣.٥٣٢١	٥٢	يزيد عن ١٠٠ الف ريال	
٠.٩٥١	٠.١١٥	٠.٢٨٠٤٨	٣.٦٥٣٣	٥	يقرأ ويكتب	المؤهل
		٠.٣٦٢٧٣	٣.٦١١٦	٢٣	ثانوية عامة	
		٠.٢٨٦١٢	٣.٥٨٥٥	١٦	شهادة جامعية	

		٠.٣٨٧٥٩	٣.٥٨٤٣	١٦	دراسات عليا	
٠.٦٦٤	٠.٥٢٧	٠.٣٢١٢٧	٣.٦١٣٣	٣٥	موظف عام	الوظيفة
		٠.٣١٨٣٣	٣.٥٨٦٥	٨٩	موظف خاص	
		٠.٢٣٤٦٢	٣.٥٣٦٨	١٩	عمل حر	
		٠.٢٩٥٢٩	٣.٦٩٥٢	٧	تاجر	

يتبيّن من نتائج الجدول السابق عند مستوى معنوية ٠٠٠٥ ودرجة حرية (١٤٦) و (٣١٤٦) من خلال قيمة اختبار نسبة للمتوسط العام لاستجابة العملاء حول فقرات محور اتجاهات العملاء نحو قنوات الصيرفة الالكترونية بحسب البيانات الشخصية، فإننا نقبل الفرضية الأصلية H0 القائلة " بأنه لا توجد علاقة بين استخدام قنوات الصيرفة الالكترونية والخصائص الشخصية للعملاء ( الجنس - العمر - الدخل الشهري - المؤهل العلمي- الوظيفة ) " من يستخدمون القنوات المصرفية الالكترونية وعدد هم (١٥٠) مفرده

## الاستنتاجات والتوصيات

### اولاً : استنتاجات الدراسة

من خلال نتائج التحليل الإحصائي لآراء العينة، ونتائج الدراسات التي تضمنتها هذه الدراسة يمكن أن تجمل أهم الاستنتاجات التي توصلت إليها هذه الدراسة في :-

- ١ - أن هناك استخداماً واسعاً من قبل العملاء لوسائل الصيرفة الإلكترونية المتوفرة في البنوك اليمنية العاملة في مدينة تعز، بلغت ( ٧٧.٣ % ) من عينة البحث، وهذا يعد اتجاه إيجابي ومرتفع.
- ٢ - يشعر العملاء بالرضا التام والقبول لما تقدمه البنوك اليمنية العاملة في مدينة تعز من خدمات صيرفة الكترونية .
- ٣ - أظهرت الدراسة بأن العملاء يشعرون بالثقة والأمان والاعتمادية تجاه ما تقدمه لهم البنوك اليمنية العاملة في مدينة تعز من وسائل صيرفة الكترونية .
- ٤ - أظهرت الدراسة بأن البنوك اليمنية تلتزم بتوفير وسائل وأدوات صيرفة الكترونية حديثة ومتقدمة تلبي طموحات ومتطلبات العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها لهم البنوك اليمنية أسوة بما تقدمه البنوك العربية والعالمية .
- ٥ - هناك تقييم مرتفع من قبل العملاء لمستوى جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها البنوك اليمنية .
- ٦ - أظهرت الدراسة بأن عملاء البنوك اليمنية لديهم معرفة وإلمام كافي بما تقدمه البنوك اليمنية من أساليب صيرفة الكترونية .
- ٧ - أظهرت الدراسة بأن عملاء البنوك العاملة من مدينة تعز يشعرون أن الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدم لهم ذات تكاليف ومخاطر .
- ٨ - يوجد لدى عملاء البنوك اليمنية العاملة في مدينة تعز تقييم مرتفع بوجود فوائد عالية يحصلون عليها من استخدام وسائل الصيرفة

الالكترونية تعود عليهم بمزايا وفوائد متعددة من توفير الوقت وخفض الكلفة وتوفير الجهد والاستخدام المستمر لها والأمان عند استخدامها والخصوصية .

٩- أظهرت الدراسة على وجود العديد من المشاكل والصعوبات التي تواجهه العملاء عند محاولة استخدام وسائل الصيرفة الالكترونية في البنك اليمنية العاملة في مدينة تعز أهمها الانطفاءات الكهربائية المستمرة وبطئ شبكة الانترنت مع وجود العديد من الأعطال والتوقف في أجهزة البنك.

١٠-أظهرت الدراسة عدم وجود علاقة بين استخدام قنوات الصيرفة الالكترونية والخصائص الشخصية للعملاء (الجنس - العمر - الدخل الشهري - المؤهل العلمي - الوظيفة) .

١١- أظهرت الدراسة بأن هناك تفاوت كبير بين البنك اليمنية العاملة في مدينة تعز في تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية أو فائق لأن بعضها لا يقدم أي خدمات مصرفية الالكترونية .

١٢- من المنطقى بأن البنك التي لها رأس مال كبير تتبع في الصيرفة الالكترونية الا أن الدراسة أثبتت العكس بأن أكبر بنك في اليمن له رأس مال لم يقدم من الخدمات المصرفية الالكترونية سواء خمس قنوات من أصل عشر بعضاً لم تفعل بالشكل المطلوب وهو بنك التضامن الاسلامي الدولي .

١٣- أظهرت الدراسة بأن أكبر بنكيين لديهم فروع كثيرة هما: البنك اليمني للإنشاء والتعمير والأهلي الأول تملك الدولة فيه ( ٥١ % ) من رأس المال والآخر مملوك للدولة بالكامل وكانا في السابق يحوزان على حصة عالية في السوق المصرفية لم يبدعا في إدخال نظام الصيرفة الالكترونية حتى الآن ، مما أدى إلى انخفاض حصتيهما في السوق وقلة عدد المتعاملين معهما .

٤- أظهرت الدراسة بأن البنوك الأجنبية العاملة في اليمن لم تواكب الخدمات المصرفية الإلكترونية الموجودة في مركزها الرئيسي ونقلها إلى اليمن .

٥- من الواضح أن هناك وجود فروقات كبيرة بين البنوك العاملة في اليمن في استخدام أساليب الصيرفة الإلكترونية، حيث أظهرت الدراسة بأن بنكين هما التسليف واليمن الدولي يمتلكان ٥٢% من عدد أجهزة الصراف الآلي المستخدمة في اليمن .

٦- أظهرت الدراسة بأنه لا يوجد أي بنك في اليمن يقدم خدمات الصيرفة الإلكترونية بشكل كامل بل يوجد لديها نقص في إحدى الخدمات المصرفية الإلكترونية .

٧- أظهرت الدراسة بأن بنك التسليف يقدم خدمة مصرفية الكترونية عن بقية البنوك هي خدمة بنوك الشركات والتي تسمح للشركات بفتح الإعتمادات المستندية والحوالات الخارجية مباشرةً بين الشركة والعالم الخارجي عن طريق جهاز الكتروني بوضع في الشركة ومربوط عن طريق توصيلات الكترونية البنك والأحرى أن تكون هذه الخدمة متوفرة بشكل أساسي لدى بنك التضامن الإسلامي الذي يدار من قبل انجح ادارة اقتصادية في البلد .

٨- أظهرت الدراسة بأن البنك التجاري يقدم أيضا خدمة مصرفية الكترونية متميزة هي البنك الجوال لا توجد في بقية البنوك وهي عبارة عن بنك منتقل يمارس فيه كل الخدمات البنكية التقليدية والكترونية .

٩- أظهرت الدراسة أن هناك أربعة بنوك فقط تمارس خدمة نقاط البيع من أصل ثمانية عشر بنك وتعتبر من أهم الخدمات المصرفية الإلكترونية وهذه البنوك هي : التسليف ، اليمن الدولي ، اليمن والكويت ، التجاري مع العلم بأن هذه البنوك تمتلك كل منها سبع قنوات مصرفية الكترونية من أصل عشر قنوات مصرفية الكترونية ولديها انتشار جيد للصرافات الآلية والفروع .

## ثانياً : التوصيات .

بناء على الاستنتاجات التي توصل إليها الباحث يمكن اقتراح التوصيات الآتية والتي يمكن للبنوك اليمنية الأخذ بها بهدف الارتقاء بمستوى الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها والحصول على زيادة إقبال العملاء للتعامل مع البنوك اليمنية العاملة في مدينة تعز بهذه القوات المصرفية الإلكترونية وما تقدمه من فوائد ومزايا عديدة لكلا من البنك والعملاء ، وبخاصة واليمن على أبواب انضمام إلى منظمة التجارة العالمية مع ما يعنيه ذلك من تحرير لتجارة الخدمات المالية والمصرفية وما ستقدمه البنوك الأجنبية عند دخولها السوق اليمنية من خدمات مصرفية كترونية متقدمة وحديثة تلبى ما يتوقعه العملاء وما لا يتوقعه ، وأهم هذه التوصيات هي :

- ١- زيادة الحملات التسويقية التي تقوم بها البنوك اليمنية بهدف رفع مستوى الوعي المصرفية لدى العملاء بقوّات الصيرفة الإلكترونية والخدمات التي تقدم من خلالها ، على أن تكون هذه الحملات دورية بجميع الوسائل الإعلامية حتى يكون الانتشار أوسع لتعريف العملاء على المزايا والفوائد التي يحصل عليها من خلال قيامه بالحصول على هذه الخدمات .
- ٢- عدم إضافة عمولات جديدة على العملاء عند استخدام قوّات صيرفة الكترونية جديدة بهدف جذب المزيد من العملاء نحو المصارف .
- ٣- عقد دورات تدريبية داخلية وخارجية لموظفي البنوك ذوي العلاقات بقوّات الصيرفة الإلكترونية بهدف توعيتهم بأهمية التوسيع في الصيرفة الإلكترونية وما تحققه من مزايا وفوائد للبنك والعملاء من ناحية وتوسيعهم بما هو جديد في مجال الصيرفة الإلكترونية من ناحية ثانية .
- ٤- يوصي الباحث بإنشاء إدارة في كل بنك تسمى إدارة البحث والتطوير المصرفية الإلكتروني تسعى لتطوير الخدمات المصرفية الإلكترونية

والاستفادة من كل جيد في هذا المجال لتقديم خدمات متقدمة وحديثة متواكبة مع ما يقدم في المصارف الأجنبية.

٥- يوصي الباحث بأن يقوم البنك المركزي بالتجيئ والأمر للقطاع العام والمختلط بتحويل مرتبات الموظفين عن طريق البنك ذات الخدمة الإلكترونية بهدف زيادة الوعي المصرفي لهم ، وربط البنك للمرتبات بالبطائق الإلكترونية .

٦- وضع حلول سريعة للمشكلات الفنية التي تحصل في خدمات الصراف الآلي متمثلة بالصيانة السريعة عند مواجهة أي اعطال أو توقف استخدام نظام الصراف الآلي عند الصرف (السحب) .

٧- توسيع خدمات الصراف الآلي في العديد من الأماكن والأسواق والجهات الحكومية .

٨- إعطاء العملاء نشرات تبين فوائد ومزايا قنوات الصيرفة الإلكترونية وكيفية استخدامها .

٩- أن تعمل البنوك اليمنية على التوسيع بشكل أكبر في خدمات نقاط البيع ليشمل جميع المدن والمديريات في اليمن ولا ينحصر عملها في المدن الرئيسية .

١٠- أن تعمل الحكومة اليمنية لتشجيع التوسيع في استخدام الصيرفة الإلكترونية عن طريق خفض تكاليف الاشتراك في الانترنت وتسريعه للإتاحة الفرصة أمام أكبر عدد من المواطنين ورجال الأعمال للدخول إلى شبكة الانترنت والاستفادة من خدمة البنك لها .

١١- ان تقوم البنوك اليمنية بتفعيل خدمة تحويل من حساب الى حساب آخر في بطاقة الصراف الآلي والإيداع في أجهزة الصراف الآلي .

١٢- أن تقوم البنوك اليمنية بتوعية الشركات والمؤسسات التجارية بمزايا القنوات المصرفية الإلكترونية وإدخال خدمات جديدة تسهل لهذه الشركات التعاملات التجارية الداخلية والخارجية .

١٣- زرع الثقة والاعتمادية في أوساط العملاء بخدمات القنوات المصرفية الإلكترونية وضمان السرية التامة وعدم وجود قرصنة إلكترونية لهذه الخدمات .

- ١٤- تقوم البنوك نحو استخدام البطائق الإلكترونية البلاتينيه ، وذلك لأمانها وصعوبة قرصنة أو سرقة بياناتها .
- ١٥- يجب الاهتمام بأراء العملاء والتعامل معها بجدية دون تباطؤ من قبل إدارة البنوك إذا وجد خلل أو عيوب عند استخدام القنوات المصرفية الإلكترونية .
- ١٦- إيجاد مراقب للصراف الآلي يعمل في كل الأوقات على استرجاع البطائق الإلكترونية التي يحتجزها الصراف الآلي لأي سبب من الأسباب حتى يتم تلافي هذا العيب لحماية الخدمات المصرفية الإلكترونية .
- ١٧- ان تقوم البنوك اليمنية بربط نظامها الداخلي بين المراكز الرئيسية والفروع عن طريق نظام آلي ذو جودة عالية وقدره استيعابية لنشاطها بشكل كبير حتى لا يكون كل توقف لنظامها يخوف العملاء من استخدام القنوات المصرفية الإلكترونية .
- ١٨- التوسع في استخدام بطاقات الائتمان الإلكترونية، وتسهيل الحصول عليها وتشجيع التعامل بها وإعطائها قوى نقدية في الدفع والسداد والمعاملات التجارية.
- ١٩- ضرورة تفعيل موقع البنوك على الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) حيث يتيح لكافة العملاء الوصول إليه والتصفح فيه في الوقت المطلوب وعلى مدار الساعة تلبى فيه جميع رغبات العملاء وأن يكون موقع تبادلي خدمي وليس تعريفي .
- ٢٠- يوصى الباحث بإجراء المزيد من الدراسات التحليلية لمعرفة اتجاهات العملاء للبنوك اليمنية نحو الخدمات المصرفية الإلكترونية والاستفادة من الدول المتقدمة في معالجة الأخطاء للصرافات الآلية والبطائق الإلكترونية

## قائمة المصادر والمراجع

### المصادر والمراجع العربية

#### أولاً: الكتب

١. أبو فارة، يوسف، التسويق الالكتروني ، دار وائل للنشر ، عمان ، الأردن ، ٢٠٠٤ ،
٢. إسماعيل، شاكر تركي، التسويق المصري في الالكتروني والميزة التنافسية للمصارف الأردنية ، مجلة العلوم الإنسانية ، السنة السابعة، العدد ٤٥ م ، ٢٠١٠ م ،
٣. آل علي، رضا صاحب أبو حمد ، إدارة المصارف مدخل تحليلي كمبي معاصر، ط١، دار الفكر للطباعة والنشر ، ٢٠٠٢ م
٤. الجنبيهي منير محمد ، والجنبيهي ممدوح محمد ، البنوك الالكترونية ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، ٢٠٠٥ ،
٥. الجنبيهي، محمد، والجنبيهي، ممدوح، جرائم الانترنت والحاسب الالي ووسائل مكافحتها ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، ٢٠٠٤ ،
٦. حجازي بيومي عبد الفتاح ، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية ، الطبعة الأولى ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، ٢٠٠٢ .
٧. حماد، طارق عبد العال ، التجارة الالكترونية ، المفاهيم – التجارب – التحديات ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، ٢٠٠٣ ،
٨. حماد، طارق عبد العال، اندماج وخصصه البنوك ، الدار الجامعية ، الاسكندرية ، ١٩٩٩ م
٩. حمد، حسين منصور ، المسؤولية الالكترونية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الاسكندرية ، ٢٠٠٣ ،
١٠. حمود، خضير كاظم ، إدارة الجودة وخدمة العملاء دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان الأردن ٢٠٠٢
١١. حميدات، محمود، مدخل التحليل النقدي ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، ١٩٩٦
١٢. الخضير، محسن احمد، العولمة الاحتجاجية ، مجموعة النيل العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٣
١٣. الدرادكة، مأمون، والشبلبي، طارق ، الجودة في المنظمات الحديثة . دار صناعة للطباعة والنشر ، عمان الأردن ٢٠٠٢ .
١٤. الدناني، عبد الملك ردمان ، الوظيفة الاعلامية لشبكة الانترنت ، دار الراتب الجامعية ، ٢٠٠١ ،

١٥. الردمي، محمد أمين ، التعاقد الالكتروني عبر الانترنت ، ط١ ، دار المطبوعات الجامعية، الاسكندرية م٢٠٠٤،
١٦. رضوان، رأفت ، عالم التجارة الالكترونية ، إصدار المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة ١٩٩٩
١٧. رضوان، رأفت ، عالم التجارة الالكترونية ، المنظمة العربية للتنمية ، القاهرة ، ١٩٩٠
١٨. رمضان، زياد و جوده ،محفوظ ، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك ، دار وائل للنشر ، عمان ، ٢٠٠٠.
١٩. الرياشي ، عبد الله صالح، موضوعات في أنظمة الدفع والعمليات المصرفية الالكترونية ، مطبعة البنك المركزي اليمني صنعاء ٢٠٠٧
٢٠. زروق، جمال الدين وآخرون ، أوضاع القطاع المصرفي في البلدان العربية وتحديات الأزمة العالمية ، ط١ ، صندوق النقد العربي ، أبو ظبي ، ٢٠٠٩ م
٢١. سامح، محمد عبدالكريم ، الحماية الجنائية لبطاقات الائتمان—جرائم بطاقات الدفع الالكتروني ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٣ م .
٢٢. سعودي، محمد توفيق ، بطاقات الائتمان ، ط١ ، دار الأمين للطباعة ، مصر
٢٣. سلام، عماد صالح، البنك العربي والكفاءة الاستثمارية ، ط١ ، اتحاد المصارف العربية بيروت ، ٢٠٠٤ م.
٢٤. سليمان، عبد العزيز عبد الرحيم ، التبادل التجاري الأسس: العولمة، والتجارة الالكترونية ، ط١ ، دار الحامد للنشر ، عمان ، ٢٠٠٤ ، م
٢٥. السماوي، احمد عبدالرحمن ، تجربة السياسة النقدية وإصلاح القطاع المصرفي في الجمهورية اليمنية ، البنك المركزي اليمني ، صنعاء ٢٠٠٩ م.
٢٦. السنفي، عبد الله، أساسيات الإدارة المصرفية ، دار الحكمـةـ الـيـمـانـيـةـ للـطبـاعـةـ وـالـنـشـرـ ، صـنـعـاءـ ، ١٩٩٥ م
٢٧. السيويف، عبد الهادي عبد القادر ، التجارة الخارجية ، القاهرة ، طبعه يناير ٢٠٠١ م.
٢٨. الشمري، ناظم محمد نوري ، والعبدلات، عبد الفتاح زهير، الصيرفة الالكترونية (ط١) عمان ، دار وائل للنشر ٢٠٠٨ م.
٢٩. الصميدعي، محمود جاسم ، ويونسـ، رـديـنةـ عـثـمـانـ ، التـسـويـقـ المـصـرـيـ - مدـخلـ استـراتـاجـيـ كـمـيـ تـحلـيلـيـ ، دـارـ المـناـهـجـ لـلـنـشـرـ وـالـتـوزـيعـ ، طـ١ـ، عـمـانـ- الـارـدنـ ، ٢٠٠٠ـ مـ.
٣٠. صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحدة لعام ٢٠٠٨ م، أبو ظبي ، ٢٠٠٩ م
٣١. عبد الحميد، طلعت اسعد ، إدارة البنك المتكاملة الحل العصري لكافة المشاكل المتعلقة بالمال ، مؤسسة الأهرام ، القاهرة ، ٢٠٠٤ م.
٣٢. عبد الحميد، عبد المطلب ، العولمة واقتصاديات البنوك ، الدار الجامعية ، مصر ، ٢٠٠٣ م.
٣٣. عبد الحميد، عبد المطلب، العولمة واقتصاديات البنوك ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، مصر ، ٢٠٠١ م.

٣٤. عبد الخالق، السيد أحمد، الجديد، من أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، الجزء الثاني ، الطبعة الأولى ،منشورات الحلبي الحقوقية، دمشق ،٢٠٠٢ م.
٣٥. العبد اللات، عبد الفتاح. (٢٠٠٦)، معيقات التوسيع في الصيرفة الإلكترونية، دراسة حالة على البنوك الأردنية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، عمان، الأردن.
٣٦. عبد المنعم، راضى، فرج، عزت ، اقتصاديات النقود والبنوك، البيان للطباعة والنشر ، الإسكندرية ، ٢٠٠١
٣٧. عبد الوهاب، أكرم ، التجارة الإلكترونية أسرع الطرق إلى النجاح والثروة ، دار ابن سيناء للطباعة والنشر ، القاهرة ، ٢٠٠٤ م
٣٨. العجارة، تيسير ، التسويق المصرفية ، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان-الأردن ، ٢٠٠٥ م.
٣٩. عرب، يونس ، قانون الكمبيوتر، ط١ ، جمعية اتحاد المصارف العربية، بيروت . ٢٠٠٨
٤٠. عقل، مفلح، وجهات نظر مصرية ، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع ، عمان، ٢٠٠٦ م.
٤١. العلاق، بشير عباس ، تطبيقات الانترنت في التسويق، ط١،دار المناهج، عمان،الأردن ، ٢٠٠٣ ،
٤٢. غنام، شريف محمد ، محضرة النقود الالكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية ، ٢٠٠٥
٤٣. الغندور، حافظ كامل. محاور التحديث الفعال في المصارف العربية ما بعد الحداثة، بيروت ، جمعية اتحاد المصارف العربية ، ٢٠٠٣ م.
٤٤. قاحوش، نادر الفرد ، العمل المصرفي عبر الانترنت ، ط١، بيروت ، الدار العربية للعلوم.
٤٥. قشقوش، هدى حامد ، جرائم الحاسوب الالكتروني في التشريع المقارن ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٩٢ م
٤٦. قنديل، نهلة أحمد ، التجارة الالكترونية، بدون دار نشر، القاهرة ، ٢٠٠٤ م.
٤٧. كاترين، ردمان ، وأخرون ، التجارة الالكترونية العالمية ، ترجمة الشحات منصور ، مركز الاهرام للترجمة والنشر ، ط١، القاهرة ، ٢٠٠٣ م.
٤٨. كرياج، محمد ، البنك الالكتروني ، دار النهضة العربية ، بيروت ، لبنان ، ٢٠٠٠ م.
٤٩. متري، موسى خليل ، الجديد من أعمال المصاريف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، الجزء الأول ، ط ١،منشورات الحلبي الحقوقية، دمشق ،٢٠٠٢ م
٥٠. محمد، حسين منصور ، المسؤلية الالكترونية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الاسكندرية ، ٢٠٠٣ م
٥١. معلا، ناجي، الأصول العلمية للتسويق المصرفي ، دائرة المكتبة الوطنية ، عمان، ٢٠٠٧ م
٥٢. معلا، ناجي ،أصول التسويق المصرفي ، معهد الدراسات المصرفية ، عمان ،الأردن ، ١٩٩٤، م
٥٣. مفتاح، صالح، ومعاريق، فريدة ، البنك الالكتروني ، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الخامس لكلية العلوم الإدارية بجامعة فيلادلفيا ، عمان-الأردن ، ٢٠٠٦ م.

٥٤. المناعة، أسامة، وآخرون، جرائم الحاسوب الآلي والانترنت ، دار وائل للنشر ، عمان ، م٢٠٠١.
٥٥. ناصر، سيلمان ، تطوير صيغ التمويل قصير الأجل للبنوك الاسلامية ، ط١ ، المطبعة العربية ، الجزائر ، م٢٠٠٢.
٥٦. النجار فريد راغب ، وآخرون ، وسائل المدفوعات الالكترونية – التجارة والأعمال الالكترونية المتكاملة – الدار الجامعية ، الإسكندرية ، م٢٠٠٦.
٥٧. النحله علي ، والمنصف ، قرطاس ، و توفيق شمبور ، التجارة الالكترونية والخدمات المصرفية والمالية عبر الانترنت ، اتحاد المصارف العربية ، بيروت ، م٢٠٠٣.
٥٨. نصیر، محمد طاهر، التسويق الالكتروني ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، م٢٠٠٤.

## ثانياً: الوثائق الرسمية

١. البنك المركزي اليمني ، نشره البنك المركزي ، العدد ١٣١ ، صنعاء ، يناير م٢٠١١ .
٢. البنك المركزي اليمني ، قانون رقم (٤٠) لسنة ٢٠٠٦ م بشأن نظام الدفع والعمليات المالية والمصرفية الالكترونية.
٣. الجمهورية اليمنية ، وزارة الشئون القانونية القانون المدني اليمني.

## ثالثاً: البحوث والدراسات

١. توفيق، عبد الرحمن ، مركز الخبرات المهنية للإدارة ، القاهرة ، م٢٠٠٣.

## رابعاً: المجالات والدوريات

١. أبو تايه، صباح ، واقع نشاط الاستثمار التكنولوجي في البنوك العربية ، مجلة البنك في الأردن ، عمان ، جمعية البنك في الأردن ، م٢٠٠٣.
٢. اتحاد المصارف العربية ، مديرية البحث ، إنجازات جديدة وتحديات جديدة ، مجلة اتحاد المصارف العربية ، بيروت ، م٢٠٠٠.
٣. الأثوري ، جميل حميد ، التجارة الالكترونية والصيغة الجوانب النظرية وتطبيقاتها في الوطن العربي ، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثاني لجامعة جرش كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، مجلة الاقتصاد ، جامعة عدن ، العدد ١ ، م٢٠٠٧.
٤. آل علي رضا صاحب أبو حمد ، وسان كاظم الموسوي ، مفاهيم إدارية معاصرة ، ط١ ، الوراق للنشر والتوزيع ، م٢٠٠٢.

٥. أمين، عز الدين كامل، الصيرفة الالكترونية، مجلة المصرفي، بنك السودان المركزي، بحث مستخرج من الانترنت.
٦. أيوب، نادية حبيب، والصفاء سيد محمد، استخدام شبكة الانترنت في الاعلان الالكتروني، مجلة الادارة العامة، المجلد الأربعون، العدد الرابع، يناير، ٢٠٠١م
٧. بداوي، مصطفى، غسيل الأموال الالكتروني، مجله آفاق، العدد ٥٠، الجمعية العلمية الثقافية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة البليدة، سبتمبر ٢٠٠٥م.
٨. بلغرستة، عبد اللطيف ، أثار العولمة المالية على المؤسسات المصرفية، مجلة العلوم الانسانية لجامعة عنابة، ٢٠٠٤
٩. جوسروغ، العمل الالكتروني في المصارف بين الضرورات والمحاذير، مجلة اتحاد المصارف العربية، بيروت، جمعية اتحاد المصارف العربية، ٢٠٠٣م.
١٠. سحنون، محمود، النظام المصري بين النقود الورقية والنقود الالية، مجلة العلوم الانسانية، جامعة بسكره ، العدد رقم ٤، مايو ٢٠٠٣
١١. سمارة، مصطفى، استيعاب استراتيجيات التجارة الإلكترونية المنطلق الأساسي نحو البنك الإلكتروني، مجلة انتربت العالم العربي، عمان، العدد ٢١، تشرين الثاني، ٢٠٠٧
١٢. سيلم، كاراكاراج ومايكل تيلور، نحو معيار مصر في عالم جديد - مقترنات لجنة بازل ، مجلة التمويل والتنمية، مارس ٢٠٠١ م.
١٣. الطالب، غسان وارتيمه، هزان - مدى تأثير العوامل الديمografية على استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من البنوك الأردنية - دراسة تطبيقية على المصارف الأردنية - مجلة الاقتصادي، جامعة عدن ٢٠١٢م .
١٤. عرب، يونس "الدراسة الشاملة حول المصارف الالكترونية - الفكرة وخيارات القبول والرفض" ، مجلة المصارف في الأردن، العدد الثالث ، المجلد الخامس والعشرون، عمان الأردن. ٢٠٠٦م
١٥. قدومي، شائر عدنان "العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الالكترونية - دراسة تطبيقية على البنك الأردني".، جامعة العلوم التطبيقية، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، المجلد الحادي عشر، العدد الثاني ، عمان ،الأردن. ٢٠٠٨.٨م.
١٦. مركز البحوث المالية والمصرفية، البطاقات الذكية والتحديات القانونية والرقابية، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، المجلد السابع ، العدد الرابع ، الاكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية ، ١٩٩٩م
١٧. مزنان، نصر حمود، إمكانات التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية، مجلة كلية الادارة واقتصاد ، جامعة بغداد - العراق ، العدد ٤ لسنة ٢٠١١ .
١٨. ناجي، السيد عبده، الأساليب الالكترونية في المصارف ، مجله الدليل المصرفي اليمني، صنعاء، الإصدار الثالث النخبة للعلاقات العامة والإعلان، ٢٠٠٤م.

١٩. وادي، رشدي عبد اللطيف "أهمية ومزايا البنوك الالكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات انتشارها" ، مجلة الجامعة الإسلامية بغزة، سلسلة الدراسات الإسلامية، المجلد السادس عشر ، العدد الثاني ، يونيو ٢٠٠٨ م.

## خامساً: الندوات والمؤتمرات وورش العمل

١. برحومه، عبد الحميد وصورية بوطرفه ، الملتقى العلمي الدولي الرابع - عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية إعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر - مداخلة بعنوان - النقود الالكترونية والأساليب البنكية الحديثة في الدفع والتسييد - مخاطرها وطرق حمايتها
٢. الحسين، حسن شحادة ، العمليات المصرفية الالكترونية، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية ، مداخلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق ، جامعة بيروت العربية ٢٠٠٢
٣. حسين، رحيم ، معراج وهواري ، الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية ، مداخلة مقدمة إلى ملتقى المنظومة المصرفية والتحولات الاقتصادية - واقع وتحديات ، جامعة حسيبة بن بو علي ، الشلف-الجزائر ، ٢٠٠٤ م
٤. الخفاجي، هناء، الصناعات المصرفية العربية في ظل التحديات العالمي المؤتمر العلمي الثالث لقسم الدراسات الاقتصادية ، بعنوان (الاقتصادي العراقي ومتغيرات البيئة العربية والدولية ، بيت الحكم بغداد ، ٢٠٠٢
٥. خير الدين ، مصطفى الله و محمد بوقمون، المعلوماتية والجهاز البنكي حتمية تطوير الخدمات المصرفية ، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية ، واقع وتحديات .
٦. داود، بول ، تفهم آثار الثورة المصرفية العالمية ، مؤتمر الأكاديمية العربية العاشر بعنوان (تقديم المنتجات والخدمات المصرفية أمام تحديات القرن الواحد والعشرين ) الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية ، عمان -الأردن ، ٢٠٠٣ م.
٧. الشريف، خالد ، اقتصاد الانترنت ، بحث مقدم في مؤتمر الأكاديمية العربية العاشر : تقديم المنتجات والخدمات المصرفية والمالية بالتجزئة أمام تحديات القرن الواحد والعشرين ، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية ، عمان ، الأردن، ٢٠٠٣ م.
٨. شنجار، عبد الكريم جابر، قراءة في اتجاهات القطاع المصرفي العربي نحو الاندماج والتكتل ، بحث مقدم الى المؤتمر العلمي الخامس بعنوان ، نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية الكترونية ، كلية العلوم الادارية والمالية - جامعة فيلادلنيا ، عمان، ٢٠٠٧

٩. شهره، شول ، ومدوخ ، ماجدة، الصيرفة الالكترونية: ماهيتها- مخاطرها - حمايتها ، مداخلة مقدمة إلى المنظومة المصرفية في الالفية الثالثة، جامعة جيجل – الجزائر، ٢٠٠٥م.
١٠. قابوسة، على، المصادر الالكترونية : الفرص والتحديات حالت الجزائر- المؤتمر العلمي المغربي الاول حول المعلوماتية والقانون – أكاديمية الدراسات العليا – طرابلس – ليبية – أكتوبر ٢٠٠٩.
١١. نجار، عبد الهادي ، الصيرفة الالكترونية وآلية تداولها - الجديد في أعمال المصادر من الوجهتين القانونية والاقتصادية ، مداخلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق ، جامعة بيروت العربية، ٢٠٠٢م.
١٢. وهيبة، عبد الرحيم ، تقييم وسائل الدفع الالكترونية ومستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجودها ، بحث مقدم الى الملتقى العلمي الدولي الرابع بعنوان عصره نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكاليته اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر ، المركز الجامعي الجزائري.

## سادسا: الواقع الالكتروني

١. دلسف، عبد الرحمن رمزي، ادارة مخاطر الائتمان ، جريدة الوطن ، العدد ٧٢٨ ، ٢٧ سبتمبر ٢٠٠٢ م .

<http://www.alwatan.com>

<http://arjnrspedia.org> .٢

<http://support.microsoft.com> .٣

WWW.IGSEP.Net .٤

[www.Arrian.com](http://www.Arrian.com) .٥

[www.alwatan.com](http://www.alwatan.com) .٦

[www.avokato.com](http://www.avokato.com) .٧

[WWW.ibyemen.com](http://WWW.ibyemen.com) .٨

[www.islamonline.net](http://www.islamonline.net) .٩

[www.law-zap.com](http://www.law-zap.com) .١٠

[www.news-bbc.co.nk](http://www.news-bbc.co.nk) .١١

.١٢. التسويق في العصر الرقمي ( <http://www.dt alotaibi.com> ).

١٣. حميد الدين، راجي قاسم، ٢٠١٠ ، دراسة مشروعية وقانونية لوسائل الدفع الإلكترونية، رسالة دكتوراه

غير منشورة، جامعة القاهرة، مصر، موقع المركز الوطني للمعلومات [www.yenet-nic.info](http://www.yenet-nic.info)

١٤. شيخي، محمد وتجفري نور الدين ، متطلبات العمل المصرفي في ظل انشطة الاندماج والصيرفة

الشاملة موقع على الانترنت [www.islamfin.go-forum.net/](http://www.islamfin.go-forum.net/)

١٥. العارف، ثابت معن، الصيرفة الإلكترونية - خدمة مالية تجاوزت حدود الزمان والمكان ، موقع على

الانترنت. [www.minshawi.com](http://www.minshawi.com)

١٦. عرب، يونس، البنوك الإلكترونية، مجلة البنوك في الأردن ، جمعية البنوك في الأردن ، عمان، ٢٠٠٣م

موقع على الانترنت [www.arablaw.org](http://www.arablaw.org)

١٧. على موقع البنوك الإلكترونية [electronic.comwww.banking](http://electronic.comwww.banking)

١٨. مسعداوي، يوسف البنوك الإلكترونية، جامعة البلدة، مقال منشور على الانترنت موضوع البنوك

الإلكترونية. [www.banking electronic.com](http://www.banking electronic.com)

## سابعاً: مصادر أخرى

١. الحكيمي ، ميثاق أحمد يوسف ، اتجاهات عملاء البنوك نحو الخدمات المصرفية الإلكترونية، بحث غير منشور، جامعة تعز، قسم العلوم المالية والمصرفية – تعز ، اليمن، ٢٠١٠م.

٢. الخولاني، عبد الله ، دور قانون أنظمة الدفع والعمليات المالية والمصرفية في تعزيز البنوك الإلكترونية، جريدة الثورة الاقتصادية، ٢٠٠٧/٣/٢٧ م ، العدد ١٥٤٧٦.

## المصادر والمراجع الأجنبية

1. Awad, e (2002). Electronic commerce from vision to fulfillment. New jersey:prentice hell , upper saddle river.
2. Balachan Gurarun and Bala Shanmug . An evaluation of banking and commerce.Vol ١. N٠. ٢. ٢٠٠٣.
3. Batdorff, l. (1996) ."phone ,atm lading way in banking technology". Crain.s cleveland business
4. Fuller, f.(2000) Getting started with electronic commerce. Newyork:Harcourt college publishers
5. internet banking sits in Islamic countries.Journal of internet
6. Kolodinsky,j.,Hogarth,j.m.,&shue , j .f.(200) "the adoption of electronic banking technologies by American consumers". Emerald Group Publishing Limited.□
7. Kotler, Ph. and Keller, K.L, 2006,mar;eting"Person prentice Hall, Upper saddle RIVER,NEWJERSEY .□
8. o'conner j.& glavin(2004) "Eleetronic marketing " Theory & practice for the 21 century London , ft prentice hall .
9. Post Gerald & Anderson david .l. (2006) .management information system. New york : mcgraw- hill. □
10. The Banker magazine – Global financial intelligence [www.thebanker.com](http://www.thebanker.com)
11. winer,russells(2004) .marketing management' yersey: prentice hall englewood cliffs .

# ملحمة البهث

## ملحق رقم (١)

## جدول يوضح الأهمية النسبية لعدم التعامل بالصيরفة الإلكترونية

الأهمية النسبية	الانحراف	المتوسط	المتغيرات	م
الأهمية	النسبة	المعياري		
غير مهم	0.404	1.455	2.02	عدم الإلمام بالقراءة والكتابة
	0.65	1.366	3.25	عدم المعرفة بقوطات الصييرفة الإلكترونية
	0.682	.996	3.41	عدم الثقة بالصييرفة الإلكترونية
	0.768	.963	3.84	احتمالية القرصنة الإلكترونية
	0.764	1.147	3.82	كثرة المشكلات والأعطال المتربطة على استخدام قوات الصييرفة الإلكترونية
	0.864	.857	4.32	كثرة إنقطاعات التيار الكهربائي
	0.54	1.250	2.70	عدم الإلمام بالحاسوب والإنترنت
	0.754	1.198	3.77	أفضل الصييرفة التقليدية في إنجاز المعاملات
	0.714	.900	3.57	الخوف من وجود أخطاء إلكترونية
	0.682	1.168	3.41	عدم المعرفة بالحكم الشرعي بالصييرفة الإلكترونية
	0.686	1.021	3.43	الخوف من إضافة عمولات أو رسوم إضافية من قبل البنك
	0.596	1.532	2.98	عدم توفر جهاز حاسوب شخصي لدى
	<b>0.6752</b>	<b>.60534</b>	<b>3.3769</b>	المؤشرات العامة للمحور

## ملحق رقم (٢)

**قائمة بأسماء البنوك اليمنية العاملة في محافظة تعز مرتبة حسب حجم رأس المال**

م	اسم البنك	رأس المال بالمليون ريال
١	بنك التضامن الإسلامي	٢٠٠٠٠
٢	البنك اليمني للإنشاء والتعمير	٩٥٠٠
٣	بنك التسليف التعاوني الزراعي	٩٠٠٠
٤	البنك الأهلي	٩٠٠٠
٥	بنك اليمن الدولي	٨٠٠٠
٦	بنك سبا الإسلامي	٧٤٧٣
٧	البنك التجاري اليمني	٦٩٠٠
٨	بنك اليمن والكويت	٦٠٠٠
٩	البنك العربي	٦٠٠٠
١٠	مصرف البحرين الشامل (بنك إسلامي )	٦٠٠٠
١١	كاليون بنك	٦٠٠
١٢	البنك الإسلامي للتمويل والاستثمار	٣٧٧٩
١٣	بنك الأمل للتمويل الأصغر	١٥٣٣
١٤	بنك الكريمي	١٠٠٠

## ملحق رقم (٣)

**قائمة بأسماء البنوك اليمنية العاملة في محافظة تعز مرتبة حسب عدد الصرافات الآلية**

م	اسم البنك	عدد الصرافات الآلية
١	بنك التسليف التعاوني الزراعي	٦
٢	بنك اليمن الدولي	٦
٣	بنك التضامن الإسلامي	٥
٤	البنك التجاري اليمني	٣
٥	البنك العربي	٢
٦	بنك اليمن والكويت	٢
٧	بنك سبا الإسلامي	١
٨	مصرف البحرين الشامل (بنك إسلامي )	١
٩	البنك الأهلي اليمني	٠
١٠	البنك اليمني للإنشاء والتعمير	٠
١١	البنك الإسلامي للتمويل والاستثمار	٠
١٢	كاليون بنك	٠
١٣	بنك الأمل للتمويل الأصغر	٠
١٤	بنك الكريمي	٠

## ملحق رقم (٤)

## قائمة بأسماء البنوك اليمنية العاملة في محافظة تعز مرتبة حسب عدد الفروع

م	اسم البنك	عدد الفروع
١	البنك اليمني للإنشاء والتعمير	٨
٢	بنك التسليف التعاوني الزراعي	٥
٣	بنك التضامن الإسلامي	٣
٤	بنك الأمل للتمويل الأصغر	٣
٥	بنك اليمن الدولي	٢
٦	البنك التجاري اليمني	٢
٧	البنك العربي	٢
٨	بنك اليمن والكويت	٢
٩	البنك الأهلي	١
١٠	بنك سبا الإسلامي	١
١١	مصرف البحرين الشامل (بنك إسلامي)	١
١٢	البنك الإسلامي للتمويل والاستثمار	١
١٣	كاليون بنك	١
١٤	بنك الكريمي	١

## ملحق رقم (٥)

### الموقع الإلكتروني للبنوك اليمنية

• يونايتد بنك

: www.ulb.com.pk الموقع الإلكتروني

• بنك اليمن و الخليج

: www.yg-bank.com الموقع الإلكتروني

• بنك التسليف التعاوني الزراعي

: www.cacbank.com.ye الموقع الإلكتروني

• بنك اليمن و البحرين الشامل

: www.shamilbank.net الموقع الإلكتروني

• البنك اليمني للإنشاء والتعمير

: www.ybrd.com.ye الموقع الإلكتروني

• بنك قطر الوطني

: www.qnb.com.qa الموقع الإلكتروني

• البنك المركزي اليمني

: www.centralbank.gov.ye الموقع الإلكتروني

• كاليون كريديت أجريكول ب.ت.إ

: www.calyon.com الموقع الإلكتروني

• البنك العربي

: www.arabbank.com الموقع الإلكتروني



مصرف الرافدين

الموقع الإلكتروني : [www.rafidain-bank.org](http://www.rafidain-bank.org)

البنك التجاري اليمني

الموقع الإلكتروني : [www.ycb.com.ye](http://www.ycb.com.ye)

بنك اليمن و الكويت

الموقع الإلكتروني : [www.yk-bank.com](http://www.yk-bank.com)

بنك اليمن الدولي

الموقع الإلكتروني : [www.ibyemen.com](http://www.ibyemen.com)

البنك الأهلي اليمني

الموقع الإلكتروني : [www.nbyemen.com](http://www.nbyemen.com)

البنك الإسلامي اليمني للتمويل والاستثمار

البريد الإلكتروني : [ibr-iflwk-yesan@y.net.ye](mailto:iibr-iflwk-yesan@y.net.ye)

الموقع الإلكتروني : <http://www.iby-bank.com/>

بنك التضامن الإسلامي الدولي

البريد الإلكتروني : [tib@y.net.ye](mailto:tib@y.net.ye)

الموقع الإلكتروني : <http://www.tib.com.ye>

بنك سبا الإسلامي

البريد الإلكتروني : [sababank@y.net.ye](mailto:sababank@y.net.ye)

ملحق رقم (٦)

الجمهورية اليمنية

جامعة سانت كليمونتس العالمية

كلية العلوم المصرفية

المحترم

الأخ الكريم / الأخت الكريمة

تحية احترام وتقدير.....

إن هذه الإستبانة متعلقة بدراستي للحصول على رسالة الدكتوراه من كلية العلوم المصرفية جامعة سانت كليمونتس العالمية، وتهدف إلى تحليل اتجاهات عملاء المصارف اليمنية نحو قنوات الصيرفة الالكترونية، دراسة تطبيقية على فروع المصارف اليمنية العاملة في مدينة تعز .  
يرجى التكرم بالإجابة على أسئلة استمارية الاستبيان من واقع تعاملك مع المصارف وبعناية لما ذلك من أهمية كبيرة في إكساب الدراسة المصداقية والنجاح.

شاكرين لكم تعاونكم معنا، ومقدرين مساهمتكم في تشجيع البحث العلمي، مع العلم أن إجابتكم ستعامل بشكل سري وتستخدم فقط لإغراض البحث العلمي ولن تستعمل لأي غرض آخر.  
شاكرين لكم سلفاً حسن تعاونكم ،،

الباحث / خالد شمسان إسماعيل

### أولاً: الخصائص الديمografية :-

يرجى التكرم بوضع إشارة (✓) في المكان المناسب .

أنثى	<input type="checkbox"/>	ذكر	<input type="checkbox"/>	١- الجنس
٢٠ - ٣٥ عام	<input type="checkbox"/>	أقل من عشرين عام	<input type="checkbox"/>	٢- العمر
٥٠ فأكثر	<input type="checkbox"/>	٤٩ - ٣٦ عام	<input type="checkbox"/>	
٥٠ - ٧٠ ألف ريال .	<input type="checkbox"/>	أقل من ٥٠ ألف ريال	<input type="checkbox"/>	٣- الدخل الشهري
يزيد عن ١٠٠ ألف ريال.	<input type="checkbox"/>	٧١ - ١٠٠ ألف ريال	<input type="checkbox"/>	
ثانوية عامة	<input type="checkbox"/>	يقرأ ويكتب	<input type="checkbox"/>	٤- المؤهل العلمي
دراسات عليا	<input type="checkbox"/>	شهادة جامعية	<input type="checkbox"/>	
موظف خاص	<input type="checkbox"/>	موظف عام	<input type="checkbox"/>	٥- الوظيفة
تاجر	<input type="checkbox"/>	عمل حر (طبيب- صيدلي- مدامي)	<input type="checkbox"/>	

### ثانياً: هل أنت من يستخدم القنوات المصرفية الإلكترونية في تعامله مع البنك.

لا

نعم

\* إذا كان الإجابة بنعم يرجى الاستمرار في الإجابة على الأسئلة من (٣ - ٧).

\* إذا كان الإجابة بلا يرجى الانتقال إلى السؤال الثامن مباشرأ .

**ثالثاً: ضع إشارة (✓) في المكان المناسب أمام الفقرة التي تحدد اتجاهات العملاء نحو قنوات الصيرفة الإلكترونية.**

م	الفرات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
١	أميل لاستخدام قنوات الصيرفة الإلكترونية المقدم من البنك الذي أتعامل معه .					
٢	أتقبل القنوات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها البنك.					
٣	القنوات المصرفية الإلكترونية المقدمة من البنك تلبي متطلباتي واحتياجاتي					
٤	أشعر أن ما يقدمه البنك من قنوات مصرفية إلكترونية ملائم إلى حد ما.					
٥	. القنوات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها البنك ذات جودة ملائمة.					
٦	أشعر بالرضا تجاه ما يقدمه البنك من قنوات مصرفية إلكترونية					
٧	معرفتي والإمامي بمضمون القنوات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها البنك تعتبر كافية					
٨	أجد أن القنوات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها البنك تصحبها بعض المخاطر					
٩	أجد أن هناك تكلفة إضافية يفرضها البنك على استخدام قنوات الصيرفة الإلكترونية					
١٠	أجد أن قنوات الصيرفة الإلكترونية المقدمة من البنك تعد متطورة.					
١١	أشعر بالثقة والأمان عند حصولي على خدمات القنوات المصرفية الإلكترونية من البنك.					
١٢	إن القنوات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها لي البنك يمكن الاعتماد عليها بدرجة كبيرة .					
١٣	توجد فوائد عديدة من جراء استخدام القنوات المصرفية الإلكترونية.					
١٤	توجد العديد من المشاكل والصعوبات التي تواجهوني عند حصولي على قنوات الصيرفة الإلكترونية التي يقدمها البنك.					
١٥	يلتزم البنك بتقديم قنوات مصرفية إلكترونية حديثة وفق المواصفات العالمية المعمول بها في البنوك العربية والعالمية.					

**رابعاً: ما هي قنوات الصرف الإلكترونيّة التي يقدمها لك البنك وتستخدمها  
(ضع إشارة (✓) مقابل القناة المستخدمة)**

هل لديك رغبة في استخدام تلك الخدمة مستقبلاً		عدد مرات الاستخدامات الشهرية	القناة المستخدمة	القناة الإلكترونية المستخدمة	م
لا	نعم				
				الصراف الآلي	١
				بنك الانترنت	٢
				الرسائل القصيرة	٣
				البنك الناطق	٤
				خدمات التلفون	٥
				خدمة البطائق الإلكترونية	٦
				خدمة بنوك الشركات	٧
				خدمة نقاط البيع	٨
				خدمة البنك الجوال	٩

\* عند إجابتك بـ عدم استخدام هذه الخدمات مستقبلاً، يرجى التكرم لممازاً؟

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**خامساً: ما هي مصادر التعرف على قنوات الصيرفة الإلكترونية التي يقدمها البنك . ضع**

**إشارة (٧) على الطريقة التي تعرفت بها على قنوات الصيرفة الإلكترونية.**

الإعلان في الأماكن العامة	فريق البيع وتسويق الخدمات للبنك	موقع البنك على الانترنت	دلك صديق	النشرات والبرشورات التي يوزعها البنك	الإعلانات التلفزيونية	الصحف اليومية	وسائل الإعلام الكترونية المستخدمة
							الصرف الآلي
							بنك الانترنت
							رسائل القصيرة
							البنك الناطق
							خدمات التلفون
							خدمة البطانق الإلكترونية
							خدمة بنوك الشركات
							خدمة نقاط البيع
							خدمة البنك الجوال

**سادساً: ماهي المشاكل والصعوبات التي تواجهك عند استخدام قنوات الصيرفة الإلكترونية .**

**ضع إشارة (٧) في المكان المناسب الذي تحدد المشاكل والصعوبات التي تواجه المستخدم لقنوات الصيرفة الإلكترونية.**

م	المعيقات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
١	عدم توافر الأمان والسرية.					
٢	صعوبة الفهم الكامل لاستخدامات القنوات المصرفية الإلكترونية.					
٣	ارتفاع التكاليف المالية المترتبة على استخدام القنوات المصرفية الإلكترونية.					
٤	وجود العديد من الأعطال الفنية في البنك.					
٥	عدم انتشار خدمات القنوات المصرفية الإلكترونية بشكل واسع.					
٦	التخوف من وجود أخطاء إلكترونية ناجمة عن استخدام القنوات المصرفية الإلكترونية.					
٧	بطى شبكة الانترنت.					
٨	كثرة الانطفاءات الكهربائية تحد من استخدامي لهذه الخدمة.					

**سابعاً: ما هي الفوائد المزدوجة من استخدام قنوات الصيرفة الإلكترونية .**

**ضع إشارة (✓) في المكان المناسب لتوضيح مزايا استخدام القنوات المصرفية الإلكترونية.**

الرقم	الميزة	نعم	لا
١	توفر الوقت.		
٢	خفض الكلفة.		
٣	توفير الجهد.		
٤	استخدامها على مدار ٢٤ ساعة.		
٥	منتشرة في أماكن متعددة.		
٦	أكثر أماناً بـلـأ من حمل النقود الورقية.		
٧	تتميز بالخصوصية والسرية.		

### ثامناً: لماذا لا تميل لاستخدام قنوات الصيرفة الإلكترونية.

ضع إشارة (✓) في المكان المناسب لتحديد الأسباب التي تجعلك لا تميل لاستخدام قنوات الصيرفة الإلكترونية.

المشكلات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	م
عدم الإلمام بالقراءة والكتابة.						١
عدم المعرفة بقنوات الصيرفة الإلكترونية.						٢
عدم الثقة بقنوات الصيرفة الإلكترونية.						٣
احتمالية القرصنة الإلكترونية.						٤
كثرة المشكلات والأعطال المتربطة على استخدام قنوات الصيرفة الإلكترونية.						٥
كثرة إنقطاعات التيار الكهربائي.						٦
عدم الالمام بالحاسوب والإنترنت.						٧
أفضل الصيرفة التقليدية في إنجاز المعاملات.						٨
الخوف من وجود أخطاء إلكترونية.						٩
عدم المعرفة بالحكم الشرعي بالصيرفة الإلكترونية.						١٠
الخوف من إضافة عمولات أو رسوم إضافية من قبل البنك.						١١
عدم توفر جهاز حاسوب شخصي لدى.						١٢

تاسعاً: إذا كان لديك مقتراحات لتفعيل القنوات المصرفية الإلكترونية التي توفرها البنوك اليمنية ، ذكرها من فضلك .

- (١)
- (٢)
- (٣)
- (٤)

شكراً لتعاونكم

## Abstract:

During the last ten years, Yemeni banks passed through trends to adopt electronic banking services in order to improve their services, offering new services to their clients in order to satisfy them and increase their market shares. Some of these banks, however, faced some difficulties in satisfying clients to use electronic banking services. Some Yemeni banks could not develop such services so that they can depend on them. This has negatively impacted their capacity to compete with other banks that use electronic banking services, i.e. a lot of clients deal with other banks that use electronic banking services.

The importance of this research lies in identifying the trends of the Yemeni banks' towards the electronic banking services – an empirical research study of the banks in Taiz. It endeavors to fulfill the following objectives:

- 1. To identify the electronic banking channels offered by Yemeni banks to their clients,**
- 2. To find out the clients' acceptance reactions to the electronic banking services provided by banks.**
- 3. To investigate and analyze the impacts of the electronic banking services on the clients' satisfaction.**
- 4. To identify the clients' negative and positive attitudes towards the electronic banking services.**

The research study has adopted the descriptive analytical and documentary approaches in the processes of data collection and data analysis research and analysis process. The researcher has reviewed the previous literature about relevant topics, published in the books, journals and research studies in order to learn from them particularly for the theoretical part. The researcher has also used a questionnaire to find out the attitudes of the clients of the Yemeni banks in Taiz towards the electronic banking services.

The researcher has used the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) for data analyzing of the questionnaire filled by the clients of the banks, including with a number of indicators like percentages and averages. This research study includes four chapters:

**Chapter I:** It introduces the methodology of the research, spotting lights on the research problem, its significance, its objectives, its methodology, its tools and the previous literature.

**Chapter II:** (Electronic Banking), it includes four topics:

**Topic 1:** The status of the Yemeni banks and the nature of their services.

**Topic II:** the concept and features of the electronic banking. This topic spotlights on the following topics:

- 1- The concept of electronic banking
- 2- The features of electronic banking
- 3- The merits of electronic banking
- 4- The demerits electronic banking

**Topic III:** The risks of electronic banking

**Topic IV:** The constituents of electronic banking. It spotlights of the following topics:

**1- The constituents of an electronic bank.**

**2- The success factors of electronic banks.**

**Chapter III: Electronic Banking Tools & Channels;** it is divided into three topics:

**Topic I: The kinds of electronic banking channels.**

**Topic II: The kinds and features of clients,**

**Topic III: The influential factors on the client's attitudes towards the electronic banking.**

**Chapter IV: The research Analysis;** it consists of three key topics:

**Topic I: Evaluation of the electronic banking channels in Taiz.**

**Topic II: Data and information analysis**

**Topic IV: Research hypothesis testing**

The thesis concludes with a set of conclusions and recommendations; the conclusions are summarized as follows:

- 1. There is an extensive use of the electronic banking services by the clients of the Yemeni banks in Taiz city.**
- 2. The clients feel satisfactory in the electronic banking services provided by the Yemeni banks in Taiz city.**
- 3. The clients feel confidence and security and reliability in the electronic banking services provided by the Yemeni banks in Taiz.**
- 4. The clients face many problems and difficulties when they use the electronic banking services provided by the Yemeni banks such as: the continual electricity cut-off, the Internet deficient connection and the faults and breakdowns of the electronic machines of the banks.**
- 5. The research also reveals that there is no relationship between the use of electronic banking channels and the clients' personal characteristics (sex-age-monthly income-qualification- career).**

The research also concludes with a set of recommendations, summarized as follows:

1. The Yemeni banks shall increase their marketing campaigns to raise the clients' banking awareness about the electronic banking channels and services.
2. The researcher recommends that each bank should establish a particular department called the *Electronic Banking Development & Research Department* to be concerned with developing the electronic banking services, adopting whatever new in this field in order to provide sophisticated and modern services to cope with the electronic services of the foreign banks.
3. The Government of Yemen shall encourage expanding the use of the electronic banking by cutting costs and accelerate online subscription to access the opportunity for a greater number of citizens and businessmen to access the Internet and make use of the electronic banking services.
4. The necessity for activating the banking websites so that all the clients can get access and browse such websites whenever they like and around the clock in order to meet the clients' demands. Such websites should be interactive and service-providing, not only information-providing.
5. Expanding the use of the electronic credit cards, facilitating the processes of getting access and using such cards, strengthening the payment of these cards to be used in payment and commercial transactions.

The research study concludes with a list of the references and resources that the researcher has used in this research study.

ملحق رقم (٧)

قانون رقم (٤٠) لسنة ٢٠٠٦ م

بشأن أنظمة الدفع والعمليات المالية والمصرفية الإلكترونية

باسم الشعب :

رئيس الجمهورية :

بعد الاطلاع على دستور الجمهورية اليمنية

وبعد موافقة مجلس النواب

أصدرنا القانون الآتي نصه :

### الفصل الأول التسمية والتعاريف

مادة (١) يسمى هذا القانون : (قانون أنظمة الدفع والعمليات المالية والمصرفية الإلكترونية) .

مادة (٢) : يقصد بالكلمات والعبارات التالية المعاني المبينة إزاء كل منها ما لم يقتضي سياق النص معنى آخر أو تدل القرينة على خلاف ذلك :-

الجمهورية : الجمهورية اليمنية.

حكومة : حكومة الجمهورية اليمنية.

البنك : البنك المركزي اليمني.

الأشخاص الاعتباريون الذين يمارسون بصفة أساسية الأعمال  
المصرفية ويشمل البنوك التجارية والبنوك الإسلامية والبنوك : البنوك

المتخصصة أو أي فرع لأي مؤسسة أجنبية تعمل في المجال المصرفي.

المؤسسة المصرح لها بالتعامل في التحويلات المالية وفق أحكام المؤسسة المالية :  
القوانين النافذة .

مجموعة الإجراءات والطرق والوسائل غير التقليدية المنظمة لعمليات الدفع التي تتم عن طريق الوسائل الإلكترونية كاستخدام الصراف الآلي ونقط البيع ، وبطاقات الإيفاء أو الدفع أو الائتمان وأوامر الدفع والتحويلات الإلكترونية ، وعمليات المقاصلة والتسويات العائدة لمختلف وسائل الدفع والأدوات المالية .

العمليات المالية والمصرفية التي يتم تنفيذها أو عقدها عبر الوسائل الإلكترونية .

المنظومة الإلكترونية المستخدمة لإنشاء رسائل البيانات و معالجتها وتجهيزها و تخزينها وإرسالها واستقبالها.

مجموعة من الأوامر والأرقام التي تحتاج إلى معالجة وتنظيم ، أو إعادة تنظيم لكي تتحول إلى معلومات ، وقد تأخذ شكل نص أو أرقام أو أشكال أو رسومات أو صور أو تسجيل أو أي مزيج من هذه العناصر .

هي عبارة عن بيانات تمت معالجتها بواسطة نظام معالجة المعلومات فأخذت شكلاً مفهوماً .

نقل البيانات إلكترونياً من شخص إلى آخر باستخدام نظام معالجة المعلومات.

تبادل البيانات الإلكترونية:

الاتفاق الذي يتم إبرامه بوسائل إلكترونية كلياً أو جزئياً.

العقد الإلكتروني :

عبارة عن جزء مشفر في رسالة البيانات أو مضاد إليها أو مرتبط بها ويتخذ هيئة حروف أو أرقام أو رموز أو إشارات أو غيرها ويكون مدرجاً بشكل إلكتروني أو رقمي أو ضوئي أو أي وسيلة أخرى مماثلة بحيث يمكن من خلاله التعرف على المنشئ وتمييزه وتحديد هويته والتأكد على موافقته على محتواها.

التوقيع الإلكتروني:

الشخص الذي يقوم سواءً بنفسه أو بواسطة من ينوبه بإنشاء أو إرسال رسالة بيانات ولا يشمل الوسيط الإلكتروني.

المنشئ :

الشخص الذي قصد المنشئ أن يتسلم رسالة البيانات ولا يشمل الوسيط الإلكتروني.

المرسل إليه:

برنامج الحاسب الآلي أو أي وسيلة إلكترونية أخرى تستعمل من أجل تنفيذ إجراء أو الاستجابة لإجراء بقصد إنشاء أو إرسال أو تسلم رسالة البيانات.

الوسيل الإلكتروني :

القيد أو العقد الإلكتروني أو رسالة البيانات التي يتم إنشاؤها أو إرسالها أو تسليمها أو تخزينها بوسائل إلكترونية.

السجل الإلكتروني:

هو أي بيان أو رسالة أو قيد أو عملية أو معلومة أو عقد أو توقيع أو برنامج أو سجل أو إجراء أو شهادة أو رمز أو توثيق أو آية أوراق

السند الإلكتروني:

مالية أو تجارية يتم الحصول عليها بوسيلة إلكترونية.

الإجراءات المتبعة للتحقق من أن التوقيع الإلكتروني أو السجل الإلكتروني قد تم تنفيذه من شخص معين ، أو لتبني التغيرات والأخطاء التي حدثت في سجل إلكتروني بعد إنشائه بما في ذلك استخدام وسائل التحليل للتعرف على الرموز والكلمات والأرقام وفك التشفير والاستعادة العكسية وأي وسيلة أو إجراءات أخرى تحقق الغرض المطلوب .

إجراءات التوثيق:

الشهادة الصادرة عن الجهة المختصة لإثبات نسبة توقيع إلكتروني إلى شخص معين استناداً إلى إجراءات توثيق معتمدة .

شهادة التوثيق:

الرمز الذي تخصصه الجهة المختصة لتوثيق العقود الإلكترونية للشخص المنشئ لكي يستعمله المرسل إليه في تمييز البيانات الصادرة عن المنشئ.

رمز التعريف :

هي كل شخص قانوني مصري له من قبل الجهة المسئولة في الدولة يقوم بتسلیم شهادات توثيق للجمهور أو يقدم خدمات مرتبطة بالتوقيعات الإلكترونية .

الجهة المختصة :

أي قيد مالي يجري على حساب العميل نتيجة رسالة إلكترونية أرسلت باسمه دون علمه أو موافقته عليها أو دون تفويض منه .

القيد غير المشروع:

اللائحة التنفيذية لهذا القانون.

## الفصل الثاني الأهداف ونطاق السريان

مادة (٣) : يهدف هذا القانون إلى :-

١. تطوير أنظمة الدفع وتسهيل استعمال الوسائل الإلكترونية في إجراء المدفوعات .
٢. تعزيز دور البنك في إدارة وتحديث أنظمة الدفع والإشراف والرقابة عليها سعياً لتيسير إجراءاتها وقواعدها والتشجيع على استخدامها بهدف رفع الكفاءة التشغيلية للنظام المالي والمصرفي بشكل خاص والنظام الاقتصادي بشكل عام والحفاظ على الاستقرار المالي والنقدى .

مادة (٤) : أ- يسري هذا القانون -وبما لا يتعارض مع أحكام قانون الاتصالات السلكية واللاسلكية- على جميع المعاملات التي تتناولها أحكامه وعلى وجه الخصوص مايلي :-

١. أنظمة الدفع الإلكترونية ، وسائر العمليات المالية والمصرفية التي تنفذ بوسائل إلكترونية .
٢. رسائل البيانات والمعلومات الإلكترونية وتبادلها ، والسجلات الإلكترونية .
٣. التوقيع الإلكتروني ، والترميز والتوثيق الإلكتروني .
٤. المعاملات التي يتفق أطرافها صراحة أو ضمناً على تنفيذها بوسائل إلكترونية ما لم يرد فيه نص صريح يقضي بغير ذلك .

ب- لا يعتبر الاتفاق بين أطراف معينة على إجراء معاملات محددة بوسائل إلكترونية ملزماً لهم لإجراء معاملات أخرى بهذه الوسائل .

مادة (٥) : يراعى عند تطبيق أحكام هذا القانون قواعد العرف المصرفي والتجاري الدولي ذات العلاقة بالمعاملات الإلكترونية مع مراعاة درجة التقدم التقني لأنظمة الإلكترونية وتبادل بياناتها.

مادة (٦) : لا تسري أحكام هذا القانون على العقود والمستندات والوثائق التي تنظم وفقاً لقوانين خاصة بشكل معين أو تتم بإجراءات محددة غير إلكترونية وتحدد اللائحة أنواعها .

## الفصل الثالث

### أنظمة الدفع

مادة (٧) : ١- للبنك أن يضع الأنظمة المصرفية التي تعتمد التقنية الإلكترونية في النشاط المصرفي والمالي بهدف :-

- ٠ أ- تطوير وتحديث أنظمة دفع مصرفية لتبادل الصوت والصورة والمعلومات .
- ٠ ب- تطوير وتحديث وسائل الدفع بما فيها عمليات التحاويل النقدية .
- ٠ ج- وضع نظام مقاصة يلبي التطورات التقنية في النشاط المصرفي .

٢- لغرض تحقيق ما ورد في الفقرة السابقة من هذه المادة يمارس البنك الصلاحيات التالية:

- ٠ أ- الصلاحيات التنظيمية والرقابية للعمليات الإلكترونية وصلاحية فرض الغرامات بما لا يتعارض مع أحكام القوانين والأنظمة النافذة .
- ٠ ب- التنسيق مع وزارة المالية بهدف تطبيق أنظمة الدفع لديها ولدى الجهات الحكومية ذات العلاقة .
- ٠ ج- إنشاء الإدارة أو الإدارات الالزمة ضمن هيكلية البنك لمزاولة مهام الإشراف والرقابة على تطوير وتفعيل أنظمة الدفع .
- ٠ د- الإشتراك في الهيئات والمؤسسات ذات الصلة بأنظمة الدفع .

مادة(٨) : للبنك الصلاحيات التالية :

- ١. تحديد مواصفات الصراف الآلي ، وتحديد عدد الأجهزة لكل بنك مرخص ، ومنح الترخيص لأي مؤسسة مالية ترغب بتشغيل جهاز صراف آلي وفقاً للضوابط والشروط التي يضعها لذلك .
- ٢. إجراء الدفع والقبض بواسطة النظام الإلكتروني لتحويل الأموال وإبلاغ البنك بذلك ويكون لهذه الإجراءات حجية في الإثبات .

١. يجوز الإثبات في القضايا المصرفية بجميع طرق الإثبات بما في ذلك البيانات الإلكترونية أو البيانات الصادرة عن أجهزة الحاسب الآلي أو مراسلات أجهزة التلكس أو الفاكس أو غير ذلك من الأجهزة المشابهة .
٢. يجب على البنوك والمؤسسات المصرفية الأخرى أن تحتفظ بالأوراق المتصلة بأعمالها المالية والمصرفية لمدة لا تقل عن (١٠) سنوات بصورة مصغرة (ميکرو فيلم أو اسطوانة ممغنطة ) أو غير ذلك من أجهزة التقنية الحديثة بدلاً عن أصل الدفاتر والسجلات والكتشوفات والوثائق والمراسلات والبرقيات والإشعارات وغيرها وتكون لهذه الصور المصغرة حجية الأصل في الإثبات .
٣. تعفى البنوك التي تستخدم في تنظيم عملياتها المالية والمصرفية الحاسب الآلي أو غيره من أجهزة التقنية الحديثة من تنظيم الدفاتر التجارية المنصوص عليهافي القانون التجاري النافذ وتعتبر المعلومات المستقاة من تلك الأجهزة أو غيرها من الأساليب الحديثة بمثابة دفاتر تجارية لها حجية في الإثبات .
٤. تعتبر جميع الأعمال المصرفية والنشاطات المالية الإلكترونية تجارية بحكم ماهيتها الذاتية بغض النظر عن صفة العميل المتعاقد أو المتعامل مع البنك سواء كان مدنياً أو تجارياً، وتسري عليها أحكام هذا القانون والقانون التجاري النافذ .
٥. يجوز لأي بنك أن يحيل إلى أي شخص آخر أي حق له أو ائتمان منه إلى عميله مع أو بدون تأمينات عينية أو شخصية ضامنة للحق أو الائتمان ، أو أن يقبل أي حواله حق له وذلك دون حاجة للحصول على موافقة العميل أو المدين أو الراهن أو الكفيل إلا إذا وجد اتفاق يخالف ذلك .

## الفصل الرابع

### الآثار المترتبة على السجل والعقد والرسالة والتواقيع الإلكترونية

مادة (١٠) : يكون لسجل الإلكتروني والعقد الإلكتروني ورسالة البيانات والمعلومات الإلكترونية والتواقيع الإلكترونية نفس آثار القانونية المترتبة على الوثائق والمستندات والتوقعات الخطية من حيث إلزامها لأطرافها أو حجيته في الإثبات.

مادة (١١) :

١- يعتبر السجل الإلكتروني سجلًا قانوني ويكون له صفة النسخة الأصلية إذا توافرت فيه الشروط التالية:-

٠ أ- أن تكون البيانات والمعلومات الواردة في ذلك السجل قابلة لاحتفاظ بها وتخزينه بحيث يمكن في أي وقت الرجوع إليها .

٠ ب- إمكانية الإحتفاظ بالسجل الإلكتروني بالشكل الذي تم به إنشاؤه أو إرساله أو تسلمه أو بأي شكل يسهل به إثبات دقة البيانات و المعلومات التي وردت فيه عند إنشائه أو إرساله أو تسلمه .

٠ ج- دلالة البيانات و المعلومات الواردة في السجل على من ينشئه أو يتسلمه و تاريخ و وقت إرساله وتسلمه .

٢- لا تطبق الشروط الواردة في الفقرة (١) من هذه المادة على المعلومات المرافقة للسجل التي يكون القصد منها تسهيل إرساله وتسلمه .

٣- يجوز للمنشئ أو المرسل إليه إثبات الشروط الواردة في الفقرة (١) من هذه المادة بواسطة الغير .

مادة (١٢) :

١. إذا اتفق الأطراف على إجراء معاملة بوسائل إلكترونية يقضي أي قانون نافذ بشأن هذه المعاملة تقديم البيانات والمعلومات المتعلقة بها أو إرسالها أو تسليمها إلى الغير بوسائل خطية فيجوز لهذه الغاية اعتبار إجرائها بوسائل إلكترونية متفقاً مع متطلبات ذلك القانون .
٢. إذا حال المنشئ دون إمكانية قيام المرسل إليه بطباعة السجل الإلكتروني وتخزينه والإحتفاظ به يصبح هذا السجل غير ملزم للمرسل إليه .

مادة (١٣) :

١. إذا استوجب قانون نافذ توقيعاً على المستند أو نص على ترتيب أثر على خلوه من التوقيع فإن التوقيع الإلكتروني على السجل الإلكتروني يفي بمتطلبات ذلك القانون .
٢. يتم إثبات صحة التوقيع الإلكتروني ونسبة إلى صاحبه إذا توافرت طريقة لتحديد هويته والدلالة على موافقته على المعلومات الواردة في السجل الإلكتروني الذي يحمل توقيعه إذا كانت تلك الطريقة مما يعول عليها لهذه الغاية في ضوء الظروف المتعلقة بالمعاملة بما في ذلك اتفاق الأطراف على استخدام تلك الطريقة .

مادة (١٤) : يجوز عدم التقيد بأحكام المواد من (٨/٢-٣) من هذا القانون وذلك إذا اتفق على إرسال أو توجيه معلومات معينة بالبريد الممتاز أو السريع أو بالبريد العادي.

مادة (١٥) :

أ- تعتبر رسالة المعلومات وسيلة من وسائل التعبير عن الإرادة المقبولة قانوناً لإبداء الإيجاب أو القبول بقصد إنشاء التزام تعاقدي .

ب- تعتبر رسالة المعلومات صادرة عن المنشئ سواء صدرت عنه ولحسابه أو بواسطة وسيط إلكتروني معد للعمل آلياً بواسطة المنشئ أو من ينوبه .

مادة (١٦) :

١- للمرسل إليه أن يعتبر رسالة المعلومات صادرة عن المنشئ وأن يتصرف على هذا الأساس في أي من الحالات التالية:-

أ- إذا استخدم المرسل إليه نظام معالجة معلومات سبق أن اتفق مع المنشئ على استخدامه لهذا الغرض للتحقق من أن الرسالة صادرة عن المنشئ .

ب- إذا كانت الرسالة التي وصلت للمرسل إليه ناتجة عن إجراءات قام بها شخص تابع للمنشئ أو من ينوب عنه ومخول بالدخول إلى الوسيلة الإلكترونية المستخدمة من أي منها لتحديد هوية المنشئ .

٢- لا تسري أحكام الفقرة ( ١ ) من هذه المادة على أي من الحالتين التاليتين :-

أ- إذا تسلم المرسل إليه إشعاراً من المنشئ يبلغه فيه أن الرسالة غير صادرة عنه فعليه أن يتصرف على أساس عدم صدورها عن المنشئ ويبيّن المنشئ مسؤولاً عن أي نتائج قبل الإشعار .

ب- إذا علم المرسل إليه ، أو كان بوسعه أن يعلم ، أن الرسالة لم تصدر عن المنشئ .

مادة (١٧) :

١. إذا طلب المنشئ من المرسل إليه بموجب رسالة المعلومات إعلانه بتسليم تلك الرسالة أو كان متفقاً معه على ذلك ، فإن قيام المرسل إليه بإعلان المنشئ بالوسائل الإلكترونية أو بأي وسيلة أخرى أو قيامه بأي تصرف أو إجراء يشير إلى أنه قد تسلم الرسالة يعتبر استجابة لذلك الطلب أو الاتفاق .

٢. إذا علق المنشئ أثر رسالة المعلومات على تسلمه إعلاناً من المرسل إليه بتسليم تلك الرسالة ، تعامل الرسالة وكأنها لم تكن إلى حين تسلمه لذلك الإعلان .

٣. إذا طلب المنشئ من المرسل إليه إرسال إشعار بتسليم رسالة المعلومات ولم يحدد أجلاً لذلك ولم يعلق أثر الرسالة على تسلمه ذلك الإشعار فله، في حالة عدم تسلمه الإشعار

خلال مدة أقصاها ثلاثة أيام ، أن يوجه إلى المرسل إليه تبيهاً بوجوب إرسال الإشعار خلال مدة محددة تحت طائلة اعتبار الرسالة ملغاة إذا لم يتسلم الإشعار خلال هذه المدة .

٤. يعتبر إشعار التسلم بحد ذاته دليلاً على أن مضمون الرسالة التي تسلمها المرسل إليه مطابق لمضمون الرسالة التي أرسلها المنشئ .

مادة (١٨) :

١. تعتبر رسالة المعلومات قد أرسلت من وقت دخولها إلى نظام معالجة معلومات لا يخضع لسيطرة المنشئ أو الشخص الذي أرسل الرسالة نيابة عنه ما لم يتفق المنشئ و المرسل إليه على غير ذلك .

٢. إذا كان المرسل إليه قد حدد نظام معالجة معلومات لتسلم رسائل المعلومات فتعتبر الرسالة قد تم تسللها عند دخولها إلى ذلك النظام ، فإذا أرسلت الرسالة إلى نظام غير الذي تم تحديده فيعتبر إرسالها قد تم منذ قيام المرسل إليه بالإطلاع عليها لأول مرة .

٣. إذا لم يحدد المرسل إليه نظام معالجة معلومات لتسلم رسائل المعلومات فيعتبر وقت تسلم الرسالة عند دخولها إلى أي نظام معالجة معلومات تابع للمرسل إليه.

مادة (١٩) :

١. تعتبر رسالة المعلومات قد أرسلت من المكان الذي يقع فيه مقر عمل المنشئ وأنها استلمت في المكان الذي يقع فيه مقر عمل المرسل إليه ، وإذا لم يكن لأي منها مقر عمل فيعتبر مكان إقامته مقرأً لعمله ، مالم يكن منشئ الرسالة والمرسل إليه قد اتفقا على غير ذلك .

٢. إذا كان للمنشئ أو المرسل إليه أكثر من مقر لأعماله فيعتبر المقر الأقرب صلة بالمعاملة هو مكان الإرسال أو التسلم ، وعند تعذر الترجيح يعتبر مقر العمل الرئيسي هو مكان الإرسال أو التسلم .

## الفصل الخامس

### شروط قابلية السند الإلكتروني للتحويل

مادة (٢٠) :

١. يكون السند الإلكتروني قابلاً للتحويل إذا اطبقت عليه شروط السند القابل للتداول وفقاً لأحكام القانون التجاري باستثناء شرط الكتابة ، شريطة أن يكون الساحب قد وافق على قابليته للتداول.
٢. يعتبر الإحتفاظ بالشيك إلكترونياً وفقاً لأحكام الفقرة (٢) من المادة (٩) من هذا القانون إجراءً قانوني إذا أمكن استرجاع البيانات الواردة على وجهي الشيك .
٣. لا تسري أحكام المواد (٢١، ٢٢، ٢٣، ٢٤، ٢٥) من هذا القانون على الشيكات الإلكترونية إلا بموافقة من البنك تحدد أسسها بمقتضى تعليمات يصدرها لهذه الغاية .

مادة (٢١) : يعتبر حامل السند مخولاً باستعمال الحقوق المتعلقة بالسند القابل للتحويل إذا كان نظام معالجة المعلومات المستخدم لإنشاء السند وتحويله قابلاً لإثبات تحويل الحق في ذلك السند والتحقق من شخصية المستفيد أو المحول إليه .

مادة (٢٢) :

١ - يعتبر نظام معالجة المعلومات قابلاً لإثبات تحويل الحق في السند تطبيقاً لأحكام المادة (٢١) من هذا القانون إذا كان ذلك النظام يسمح بإنشاء السند الإلكتروني وحفظه وتحويله وذلك بتوافر الشرطين التاليين مجتمعين:-

أ- أن تكون النسخة المعتمدة من السند القابل للتحويل محددة بصورة غير قابلة للتغيير وذلك مع مراعاة أحكام الفقرة (٣) من هذه المادة .

ب- أن تكون النسخة المعتمدة من السند دالة على اسم الشخص الذي تم سحب السند لمصلحته ودالة على قابلية السند للتحويل ومتضمنة اسم المستفيد .

٢- ترسل النسخة المعتمدة وتحفظ من قبل الشخص الذي يملك الحق فيها أو الشخص المودعة لديه لمصلحة صاحب الحق في السند .

أ- تعتمد النسخ المأخوذة عن النسخة المعتمدة التي حدث عليها تغيير أو إضافة بموافقة من الشخص الذي يملك حق التصرف في السند .

ب- يؤشر على كل نسخة مأخوذة من السند بأنها معتمدة أو غير معتمدة .

ج- تعتبر كل نسخة مأخوذة من النسخة المعتمدة بأنها نسخة مطابقة للنسخة المعتمدة.

مادة ( ٢٣ ) : يعتبر حامل السند الإلكتروني القابل للتحويل هو صاحب الحق فيه والمخلو بجميع الحقوق والدفوع التي يتمتع بها حامل السند العادي وفقاً لأي قانون نافذ إذا كان مستوفياً لجميع شروطه ما لم يتم الاتفاق على غير ذلك .

مادة ( ٢٤ ) : يتمتع المدين بسند إلكتروني قابل للتحويل بالحقوق والدفوع نفسها التي يتمتع بها المدين بسند خطي قابل للتحويل .

مادة ( ٢٥ ) : إذا اعترض شخص على تنفيذ سند إلكتروني قابل للتحويل فعلى طالب التنفيذ تقديم إثبات كاف على أنه الحامل الحقيقي له ، وله إثبات ذلك بإبراز النسخة المعتمدة من السند القابل للتحويل وسجلات النشاط التجاري التي تتعلق بالسند للتحقق من شروط السند و هوية حامله .

## الفصل السادس

### إجراءات الدفع والتحويل الإلكتروني للأموال

مادة ( ٢٦ ) : يعتبر تحويل الأموال بوسائل إلكترونية وسيلة مقبولة لإجراء الدفع ، ولا يؤثر هذا الحكم بأي صورة كانت على حقوق الأشخاص المقررة بمقتضى القوانين النافذة ذات العلاقة .

مادة ( ٢٧ ) : على كل مؤسسة مالية تمارس أعمال التحويل الإلكتروني للأموال وفقاً لأحكام هذا القانون والأنظمة الصادرة بمقتضاه الإلتزام بما يلي :-

١. التقيد بأحكام قانون البنك وقانون البنوك والقوانين ذات العلاقة والأنظمة والتعليمات الصادرة استناداً لها .

٢. إتخاذ الإجراءات الكفيلة بتقديم خدمات مأمونة للعملاء والحفاظ على السرية المصرفية .

مادة (٢٨) : لا يعتبر العميل مسؤولاً عن أي قيد غير مشروع يتم على حسابه بواسطة التحويل الإلكتروني بعد تبليغه البنك أو المؤسسة المالية عن إمكانية دخول الغير إلى حسابه أو فقدان بطاقة أو احتمال معرفة الغير لرمز التعريف المتعلق به وطلبه منهم وقف العمل بوسيلة التحويل الإلكترونية .

مادة (٢٩) : مع مراعاة أحكام المادة (٢٨) من هذا القانون ، يعتبر العميل مسؤولاً عن أي استعمال غير مشروع لحسابه بواسطة تحويل إلكتروني إذا ثبت أن إهماله قد ساهم في ذلك بصورة رئيسة وأن البنك أو المؤسسة قد قامت بواجباتها للhilولة دون أي استعمال غير مشروع لذلك الحساب .

مادة (٣٠) : يصدر البنك التعليمات الازمة لتنظيم أعمال التحويل الإلكتروني للأموال وفقاً لأحكام هذا القانون بما في ذلك اعتماد وسائل الدفع الإلكتروني وتحديد موقف الأموال الناتجة عن تحويل غير مشروع وإجراءات تصحيح الأخطاء والإفصاح عن المعلومات وأي أمور أخرى تتعلق بالأعمال المصرفية الإلكترونية بما في ذلك المعلومات التي تتلزم البنوك و المؤسسات المالية بتزويده بها .

مادة (٣١) : تنظم اللائحة بطاقات الوفاء وبطاقات الإنتمان الإلكتروني من حيث بيان أنواعها وشروط إصدارها ونطاق استخدامها.

## الفصل السابع

### **إجراءات توثيق السجل والتوجيه الإلكتروني**

مادة (٣٢) :

١. بهدف التحقق من أن قياداً إلكترونياً لم يتعرض إلى أي تعديل منذ تاريخ معين ، فيعتبر هذا القيد موثقاً من تاريخ التتحقق منه إذا تم بموجب إجراءات توثيق معتمدة أو إجراءات توثيق مقبولة تجارياً أو متفق عليها بين الأطراف ذوي العلاقة .

٢. تعتبر إجراءات التوثيق مقبولة تجارياً إذا تم عند تطبيقها مراعاة الظروف التجارية الخاصة بأطراف المعاملة بما في ذلك :-

أ - طبيعة المعاملة .

ب - علم كل طرف من أطراف المعاملة .

ج - حجم المعاملات التجارية المماثلة التي ارتبط بها كل طرف من الأطراف .

د - توافر الإجراءات البديلة التي رفض أي من الأطراف استعمالها .

هـ - كلفة الإجراءات البديلة .

و- الإجراءات المعتادة لمثل هذه المعاملة .

مادة (٣٣) :

١- إذا تبين أن نتيبة تطبيق إجراءات التوثيق المستخدمة معتمدة أو مقبولة تجارياً أو متفقاً عليها بين الأطراف فيعتبر التوقيع الإلكتروني موثقاً إذا اتصف بما يلي :-

أ- تميز بشكلٍ فريد بارتباطه بالشخص صاحب العلاقة .

ب- كان كافياً للتعریف بشخص صاحبه .

ج- تم إنشاؤه بوسائل خاصة بالشخص وتحت سيطرته .

د- ارتبط بالسجل الذي يتعلّق به بصورة لا تسمح بإجراء تعديل على القيد بعد توقيعه دون إحداث تغيير في التوقيع أو ترك أثر مادي ملموس.

٢- وفي حالة عدم ثبوت خلاف ما ورد في البند (١) من هذه المادة يفترض ما يلي :-

- أن السجل الإلكتروني الموثق لم يتم تغييره أو تعديله منذ تاريخ إجراءات توثيقه .

ب- أن التوقيع الإلكتروني الموثق صادر عن الشخص المنسوب إليه ، وأنه قد وضع من قبله ليدل على موافقته على مضمون السند .

٣- إذا لم يكن السجل الإلكتروني أو التوقيع الإلكتروني موثقاً فليس له أي حجية.

مادة (٣٤) : يعتبر السجل الإلكتروني أو أي جزء منه يحمل توقيعاً إلكترونياً موثقاً ، سجلاً موثقاً بكامله أو فيما يتعلق بذلك الجزء ، حسب واقع الحال ، إذا تم التوقيع خلال مدة سريان شهادة توثيق معتمدة وكان مطابقاً مع رمز التعريف المبين في تلك الشهادة .

مادة (٣٥) : تكون شهادة التوثيق التي تبين رمز التعريف معتمدة إذا كانت :-

١. صادرة عن جهة مرخصة أو معتمدة .
٢. صادرة عن جهة مرخصة من سلطة مختصة في دولة أخرى ومعترف بها .
٣. صادرة عن جهة وافق أطراف المعاملة على اعتمادها .

مادة (٣٦) : تحدد اللائحة إجراءات التوثيق والبيانات التي يجب أن تحتويها شهادة التوثيق الصادرة عن الجهة المختصة.

## الفصل الثامن

### العقوبات

مادة (٣٧) : مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد ينص عليها أي قانون آخر نافذ يعاقب كل من يخالف أحكام هذا القانون بالعقوبات الواردة في هذا الفصل.

مادة (٣٨) : يعاقب كل من قام بإنشاء أو نشر أو تقديم شهادة توثيق مستعيناً بطرق احتيالية بغرض الاستيلاء أو التوصل إلى الحصول على فائدة مادية له أو لغيره بالحبس مدة لا تقل عن سنتين وبغرامة لا تقل عن مليون ريال مع إرجاع المبالغ التي قام بالاستيلاء أو الحصول عليها أو سهل لغير الحصول عليها .

مادة (٣٩) : يعاقب كل من يقدم إلى جهة تمارس أعمال توثيق المستندات معلومات غير صحيحة بقصد إصدار شهادة توثيق أو وقف سريانها أو إلغائها بالحبس مدة لا

تقل عن شهر ولا تزيد على ستة أشهر أو بغرامة لا تقل عن مائة ألف ريال ولا تزيد على خمسة مائة ألف ريال.

مادة (٤٠) : تعاقب أي جهة تمارس أعمال توثيق المستندات بغرامة لا تقل عن خمسة ملايين ريال إذا قامت بتقديم معلومات غير صحيحة في طلب تسجيلها أو أفشلت أسرار أحد عملائها أو خالفت الأنظمة والتعليمات التي تصدر استناداً إلى هذا القانون .

مادة (٤١) : يعاقب كل من يرتكب فعلاً يشكل جريمة بموجب أحكام القوانين النافذة بواسطة استخدام الوسائل الإلكترونية بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر ولا تزيد على سنة أو بغرامة لا تقل عن ثلاثة ألف ريال ولا تزيد على مليون ريال.

## الفصل التاسع

### أحكام ختامية

مادة (٤٢) : مع مراعاة ما ورد في الفقرة (١) من المادة (٨) من هذا القانون على البنوك التي تشغله فيها أجهزة صراف آلي قبل سريان هذا القانون أن ترتب أوضاعها طبقاً لأحكامه خلال عامين من تاريخ صدوره.

مادة (٤٣) : لا يجوز لأي جهة القيام بتسليم شهادات توثيق للجمهور أو تقديم خدمات مرتبطة بالتوقيعات الإلكترونية إلا بعد حصولها على ترخيص بذلك وفقاً للشروط والإجراءات التي تحددها اللائحة.

مادة (٤٤) : يصدر محافظ البنك الأنظمة والتعليمات والقرارات المتعلقة بأنظمة وإجراءات المدفوعات وبصفة خاصة ما يلي :-

١. إقامة البنية التحتية المناسبة لأنظمة الدفع والعمل على تحديثها باستمرار .
٢. تنظيم إصدار شهادات التوثيق من الجهة المختصة بوضع وتسويق برامج الحاسوب الآلي وبما يكفل وضع ضوابط تحفظ سرية استخدام الشفرة الخاصة بالتوقيع الإلكتروني من الشخص المعني واتخاذ الضمانات المناسبة لذلك ،

وتخضع مسؤولية الجهة المذكوره وفقاً للقواعد العامة في المسئولية المدنية أو المسئولية الجنائية.

٣. تحديد المواصفات والشروط الفنية الواجب توافرها في الأجهزة والآلات المستخدمة في التقنيات المالية والمصرفية وتشكيل اللجان الفنية اللازمة ل القيام بهذه المهمة.

مادة (٤٥) : تصدر اللائحة بقرار جمهوري بعد موافقة مجلس الوزراء بناءً على عرض محافظ البنك.

مادة (٤٦) : يعمل بهذا القانون من تاريخ صدوره وينشر في الجريدة الرسمية

صدر برئاسة الجمهورية – بصنعاء

بتاريخ / ٢٧٤١ /

الموافق / ٢٠٠٦ / م

علي عبد الله صالح