

معوقات استخدام الإنترنت المصرفي**دراسة ميدانية**

سعيد بن علي العضاضي

كلية العلوم الإدارية والمالية، جامعة الملك خالد

أبها، المملكة العربية السعودية

الملخص

تحدد الهدف العام للبحث في تحديد المعوقات التي تواجه عملاء البنوك وتحول دون استخدام الإنترنت المصرفي في تعاملاتهم مع البنوك.

تم إعداد استبانة مكونة من 20 عنصراً تمثل المعوقات التي تواجه عملاء البنوك عند استخدامهم الإنترنت المصرفي بالإضافة إلى البيانات الديموغرافية.

وتكون مجتمع البحث من جميع الأفراد القادرين على التعامل مع التقنية ولديهم المقدرة المالية والقانونية في التعامل مع البنوك ممن يمثلون جميع العملاء المتعاملين مع البنوك التجارية السعودية.

وبينت الدراسة أن أكثر المعوقات التي تواجه عملاء البنوك عند استخدام الإنترنت المصرفي هي المعوقات التشغيلية، يليها المعوقات الإدراكية وفي المرتبة الثالثة أتت معوقات البنية التحتية ثم المعوقات القانونية فالمعوقات الأمنية.

كما بينت الدراسة عدم وجود فروق بين عينة البحث وفقاً لخاصية الاستخدام. كما اتضح وجود اختلاف بين متوسط المربعات للمجموعات الرئيسية للمعوقات التي تحول دون استخدام الإنترنت المصرفي من وجهة نظر العملاء باختلاف البنك.

وقد تم التوصل إلى عدد من التوصيات من أهمها: العمل على وضع آلية لتذليل الصعوبات التي تواجه عملاء البنوك عند رغبتهم في استخدام الإنترنت المصرفي وذلك من خلال عدة آليات من أهمها: إصدار قرار من مؤسسة النقد العربي السعودي لضمان حقوق العملاء عند التعامل بالإنترنت المصرفي لبت الثقة في التعامل مع هذه التقنية. وزيادة إدراك القيادات المصرفية والعملاء بمفهوم وأهمية الإنترنت المصرفي. وتقوية البنية التحتية لاستخدام الإنترنت المصرفي. وتدريب موظفي البنوك على كيفية التعامل مع هذه التقنية. كما يجب على البنك الأهلي وبنك الرياض وبنك البلاد الاهتمام بخدمات الإنترنت المصرفي، ولا مانع من الاستعانة بتجارب البنوك الأخرى كالرأجي مثلاً. إضافة لنشر الوعي التقني بين موظفي المؤسسات المصرفية. وتطوير الخدمات المصرفية خصوصاً من الناحية الأمنية.

الكلمات المفتاحية: الإنترنت المصرفي، البنوك السعودية، تقنية المعلومات.

مقدمة

أدى التطور الهائل في مجال التقنية والاتصالات إلى إحداث نقلة نوعية وكمية لم يسبق لها مثيل في غالبية القطاعات ومن ضمنها التعاملات التجارية. فلقد تم تطوير التقنية والإفادة منها في مجال التجارة والأعمال، وأدى هذا التطور إلى نشوء عدة مفاهيم متقاربة يتم عادة الخلط بينها وهي: التجارة الإلكترونية، والتسويق الإلكتروني، والتسويق الإلكتروني.

وقد ظهر ما يسمى بالتجارة الإلكترونية "Electronic Commerce" والأسواق الذكية التي يجري فيها التبادل الإلكتروني للبيانات بين الأطراف من خلال شبكة الحاسب دون الحاجة إلى مستندات ورقية كتطوير لطرق التجارة التقليدية، وبالتالي تعتبر تكنولوجيا المعلومات هي الأداة القادرة على إنشاء مزايا تنافسية للسلع في جميع الأسواق.

عرف منسي (2001) التجارة الإلكترونية بأنها "الاستخدام المنظم لتكنولوجيا الاتصالات المتقدمة وشبكات الاتصال لتحقيق التعامل بين الشركات البائعة من جانب وعملائها ومورديها من جانب آخر". وقد انبثق من التجارة الإلكترونية مصطلح التسويق الإلكتروني "Electronic Marketing". وهناك عدة تعاريف من أبرزها تعريف (نصر، 2005) الذي يرى أن التسويق الإلكتروني عبارة عن "تطبيق لسلسلة واسعة من تكنولوجيا المعلومات بهدف زيادة منافع المستهلك من ناحية التخطيط الأكثر فعالية لتنفيذ الأفكار في التوزيع والترويج والتسعير من ناحية أخرى". وفي هذا يتم ممارسة المزيج التسويقي التقليدي ولكن بطرق مختلفة تناسب شبكة الإنترنت. وهذا يحتاج من الشركات التي ترغب أن يكون لها السبق في اتساع حصتها في الأسواق وفتح منافذ توزيع جديدة أن تتقن بالإضافة إلى مهارة التسويق التقليدية مهارة استخدام التقنية وخدمات الإنترنت.

ومن التسويق الإلكتروني انبثق مصطلح يطلق عليه التسوق الإلكتروني "Electronic Shopping" وهو عبارة عن مجموعة الجهود التي يبذلها المشتري عبر الإنترنت للبحث عن منتجات محددة والمفاضلة بين هذه المنتجات على الشبكة العنقودية. وقد بين تركستاني (2007) الفرق بين مصطلح التسويق الإلكتروني ومصطلح التسوق الإلكتروني بأن الأول يشتمل على كافة العمليات التي تسبق الإنتاج وتستمر أثناء الاتصال بالمستهلكين من المنتجات كما تستمر حتى بعد الحصول على المنتجات من المستهلكين، أما التسوق الإلكتروني فيعني البيع والشراء عبر التقنيات الرقمية.

وثورة التقنية هذه أفرزت مصطلح الإنترنت المصري "Online Banking" والذي يختلف ويتشابه مع التسوق الإلكتروني وله تعاريف عدة منها تعريف (البارودي، 2005) التي ترى أن الإنترنت المصري عبارة عن النظام الذي يتيح للعميل الوصول إلى حساباته أو أي معلومات يريدتها والحصول على مختلف الخدمات المصرفية من خلال شبكة معلومات يرتبط بها جهاز الحاسوب الخاص به أو أية وسيلة أخرى. من هذا التعريف نستشف أن الإنترنت المصري يعني بكيفية تعامل العملاء مع المصارف عبر الإنترنت، فالعميل هو المشتري والبنك هو البائع. إلا أن المصارف والعملاء يواجهون عدة معوقات تحول دون إتمام المهام الإلكترونية على أكمل وجه.

ومن هنا ركز هذا البحث على دراسة المعوقات التي تواجه عملاء البنوك عند استخدامهم الإنترنت المصري بالتطبيق على عملاء البنوك السعودية. وقد اهتم البحث بموضوع الإنترنت المصري كمجال للدراسة للأسباب التالية:

- التقدم التقني الهائل في مجال الاتصالات والمعلومات.
- استخدام التقنية في المجال المصري حتى أصبح ضرورة حتمية وواقعاً لا مفر منه في أسواق الدول المتقدمة والنامية على حد سواء.
- ازدياد التعامل بهذا الأسلوب خلال السنوات القليلة الماضية.

مشكلة البحث وتساؤلاته

لوحظ أن عملاء البنوك يواجهون عدداً من المشاكل والمعوقات عند استخدامهم الإنترنت المصري في تعاملاتهم مع البنوك. وهذه المعوقات قد تتنوع ما بين معوقات أمنية وقانونية وإدراكية. كما أنها تختلف باختلاف نوعية وخبرة ودرجة أهمية التقنية بالنسبة للبنك. إلا أن هناك معوقات مشتركة تواجه غالبية عملاء البنوك التجارية أياً كان موقعها، أو حجمها، أو بيئتها.

وللتأكد من وجود تلك المعوقات قام الباحث بدراسة استكشافية على عينة صغيرة من العملاء بهدف الوقوف على مشكلة الدراسة بشكل يعكس الواقع الفعلي من خلال تعرف نوعية المعوقات التي تواجه عملاء البنوك الذين يتعاملون مع الإنترنت المصري. ومن نتائج الدراسة الاستطلاعية توصل الباحث مبدئياً إلى عدة معوقات كان أهمها:

- تكرار تعطل نظام الإنترنت المصري.
 - اكتتاف الغموض أنظمة وقوانين وشروط نظام الإنترنت المصري.
 - ضعف تفعيل القواعد التشريعية والقانونية التي تنظم خدمة الإنترنت المصري.
 - ضعف إجراءات حماية البيانات والتعاملات على الشبكة.
 - الخوف من تسرب أرقام الحسابات والأرقام السرية.
 - ضعف الثقة في النظام المصري عبر الإنترنت.
 - بطء تنفيذ العمليات البنكية.
 - انخفاض إدراك القيادات المصرفية بمفهوم وأهمية الإنترنت المصري.
 - انخفاض دور البنك في تقديم خدمات تشجع العملاء على استخدام الإنترنت المصري.
 - انخفاض إدراك العملاء بمفهوم وأهمية الإنترنت المصري.
- وبشكل عام فإن هذه الدراسة تحاول الإجابة على تساؤل رئيس ألا وهو "ما المعوقات التي تواجه عملاء البنوك وتحول دون الاستفادة من خدمات الإنترنت المصري في تعاملاتهم البنكية؟" وينبثق من هذا التساؤل العام عدة تساؤلات فرعية وهي:

1. ما أكبر المعوقات التي تواجه عملاء البنوك وتحول دون الاستفادة من الخدمات التي يقدمها الإنترنت المصري؟
2. هل يوجد اختلاف في تقدير أهمية المعوقات التي تواجه عملاء البنوك عند استخدام الإنترنت المصري بين فئة المستخدمين للإنترنت المصري وفئة غير المستخدمين؟
3. هل يوجد اختلاف بين عينة البحث فيما يتعلق بوجود هذه المعوقات باختلاف البنك الذي يتعاملون معه؟

أهداف البحث

يتمثل الهدف العام للبحث في تحديد المعوقات والمشاكل التي تواجه عملاء البنوك وتحول دون استخدام الإنترنت المصري في تعاملاتهم مع البنوك وتحول دون الاستفادة منها وذلك من خلال ما يلي:

- تحديد طبيعة المعوقات الراهنة التي يمكن أن تواجه العملاء وتحول دون استخدام الإنترنت المصرفي عند تعاملاتهم مع البنوك.
- تصنيف هذه المعوقات إلى مجموعات رئيسية حتى يسهل دراستها وتحليلها.
- تعيين أكبر مجموعة معوقات تواجه عملاء البنوك عند التعامل مع الإنترنت المصرفي.
- تعرف درجة الاختلاف بين فئة المستخدمين وفئة غير المستخدمين للإنترنت المصرفي من العملاء.
- تعرف درجة الاختلاف بين عينة البحث فيما يتعلق بوجود هذه المعوقات باختلاف البنك الذي يتعاملون معه.
- وفي ضوء النتائج التي سوف يتم التوصل إليها يمكن الخروج بالعديد من التوصيات والآليات التي تقيد القيادات المصرفية وتمكنهم من الاسترشاد بها في تطوير هذه الخدمة.

أهمية البحث

تبرز أهمية هذه الدراسة في أن معرفة المصارف للمعوقات التي تواجه عملاءها عند استخدام الإنترنت المصرفي تنحصر في عدة أمور منها فتح المجال أكثر في زيادة خدماتها لشرائح يصعب الوصول إليهم بالخدمات المصرفية التقليدية وبهذا تتوسع خدماتها وتصل إلى أكبر شريحة ممكنة وبطرق متعددة. بالإضافة إلى أن التغلب على معوقات استخدام الإنترنت المصرفي سيزيد من جودة الخدمات المقدمة من البنوك حيث تعهد البنوك في إنجاز بعض أنشطتها إلى الإنترنت وتتفرغ للأعمال المصرفية الأخرى التي يصعب إنجازها إلكترونياً. كما تتضح أهمية الدراسة في أن معرفة هذه المعوقات وتذليلها سوف يخفف وطأة الازدحام بحيث لا يتطلب الوصول إلى البنك من قبل العملاء إلا نسبة يسيرة وذلك للأعمال التي يصعب إنجازها عبر الإنترنت.

أما من جانب العملاء فإن أهمية هذه الدراسة تتجلى في أن التغلب على المعوقات سوف يزيد الثقة في النظام المصرفي عبر الإنترنت مما يؤدي إلى تشجيع المترددين وغير المستخدمين للإنترنت المصرفي إلى الانضمام لصفوف المستخدمين وهذا بدوره ينمي هذا المجال على حساب الصيرفة التقليدية.

كما أن هذه الدراسة تطبق في دولة نامية لم يألف العملاء ولا البنوك التعامل عن طريق الإنترنت المصرفي فيها، لذا فإن معرفة المعوقات سوف يبني الثقة بين العملاء والبنوك مما يؤدي إلى استثمار هذه التقنية بأقصى حد ممكن. كما تبرز أهمية الدراسة في أن غالبية الدراسات ركزت على المعوقات التي تواجه المصارف الإلكترونية بشكل عام وقليل منها اهتمت بالمعوقات التي تحول دون استخدام الإنترنت المصرفي من وجهة نظر جانب العملاء.

وأخيراً هذه الدراسة سوف تفتح المجال لمزيد من الأبحاث حول الإنترنت المصرفي عن طريق التطبيق على بنوك أخرى وفي دول أخرى، وبالتالي فإن هذا البحث يعد إضافة أكاديمية ومحاولة لسد النقص في هذا المجال كما يعد لبنة قيمة في مجال المعرفة بكل ما يستخلص من نتائج في هذا المجال المهم والحيوي.

أقسام الدراسة

ينقسم هذا البحث إلى ثلاثة أقسام:

القسم الأول: الإطار النظري: وسوف يتناول الباحث فيه ما يلي:

- مصطلحات الدراسة: ويتم عرض التعاريف والمسميات المختلفة للمصارف الإلكترونية
- التطور التاريخي للمصارف الإلكترونية.
- الدراسات السابقة التي تناولت كلاً من: المخاطر التي تواجه المصارف الإلكترونية والمعوقات التي تواجه تطبيق الإنترنت المصرفي.

القسم الثاني: الدراسة الميدانية وتشمل: فروض الدراسة، ومجتمع البحث، ونتائج الدراسات الميدانية

القسم الثالث: ملخص النتائج، والتوصيات، وأفكار لبحوث مستقبلية.

أولاً: الإطار النظري

مصطلحات الدراسة

سادت مفاهيم خاطئة في تحديد ما مفهوم "البنوك الإلكترونية"، لذا سيقوم هذا الجزء بتوضيح التعاريف والمسميات المختلفة للمصارف والبنوك الإلكترونية، من خلال محاولة الإجابة عن الأسئلة التالية: ما المقصود بالصيرفة الإلكترونية؟ وهل تشمل الصيرفة الإلكترونية أجهزة الصرف الآلي فقط أم الإنترنت المصرفي فقط أم كليهما معاً؟ وهل تعد الصيرفة الإلكترونية مرادفاً للنظام المصرفي عبر الإنترنت؟ تختلف التسميات حول مفهوم المصارف الإلكترونية ولكنها تصب في مفهوم واحد هو المصارف التي تعمل عن طريق شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت). ويطلق عليها عدة مسميات مثل المصارف الإلكترونية "Electronic Banking"، ومصارف الإنترنت أو الإنترنت المصرفي "Internet Banking"، وأحياناً يطلق عليها مصطلح "Online-Banking"، المصارف الإلكترونية عن بعد "Remote Electronic Banking"، والمصرف المنزلي "Home Banking"، والمصرف على الخط، أو المصارف الخدمية الذاتية "Self-Service Banking" أو مصارف الويب "Web Banking". وهنا سوف يتم استعراض أبرز التعاريف للبنوك الإلكترونية:

فقد عرف توفيق (2004) البنوك الإلكترونية بأنها عبارة عن قيام العميل المرخص له ببعض أو كل العمليات المصرفية التقليدية والمتاحة من البنك والتأثير على النظام المحاسبي للبنك مباشرة من خلال الشبكات الإلكترونية لتنفيذ عمليات مصرفية. وقد يكون الاتصال من خلال منافذ أخرى للبنك (خط هاتف - آلة) عندما يتعامل مع البنك بإحدى وسائل الدفع لنقود إلكترونية كبطاقات الائتمان أو بطاقة الصراف الآلي من أحد المنافذ المتصلة بالبنك لتنفيذ هذه العمليات.

وترى البارودي (2005) أن البنوك الإلكترونية ليست حكراً على المؤسسات المصرفية وإنما قد تتدخل أيضاً جهات غير مصرفية لتلبية احتياجات التسويق الإلكتروني التي تمارسها عبر مواقعها، لذلك قد نجد مواقع على شبكة الإنترنت لقطاعات غير بنكية قد دخلت بقوة في سوق الاستثمار في البنوك الإلكترونية، وهكذا فإن التحدي في ميدان الصناعة البنكية الإلكترونية هو في مستوى الخدمة المقدمة والقدرة على

جذب الزبائن. وظلت البارودي تتساءل عن مفهوم البنك الإلكتروني؟ فقد رأت أن البنوك التي اكتفت بإنشاء موقع تعريفى لخدماتها لا يدخل ضمن مفهوم البنك الإلكتروني، كما أن البنوك التي اكتفت بنقل خدماتها المصرفية على الخط لا تعد أيضا بنوكا إلكترونية. أما مفهوم البنك الإلكتروني الشامل فإن البنك يحتفظ بالزبون ويبقيه ضمن الموقع ويوفر له كل ما يطلبه باتصاله بالخدمة المصرفية، وتنفيذ ذلك إما عبر شركات فرعية للبنك، أو مواقع مرتبطة به، أو من خلال جهات خارجية ترتبط مع موقع البنك وتكفل له الرجوع ثانية لإتمام العملية المصرفية المرتبطة بالخدمة غير المصرفية، لذا يجد العميل كل ما يحتاجه ولا يحتاج له التفكير للخروج من الموقع.

أما (صالح وفريدة، 2007) فقد عرفا الصيرفة الإلكترونية بأنها "إجراء العمليات المصرفية بشكل إلكتروني والتي يعد الإنترنت من أهم أشكالها، وبذلك فهي بنوك افتراضية تنشئ لها مواقع إلكترونية على الإنترنت لتقديم نفس الخدمات التي يقدمها موقع البنك من سحب ودفعة وتحويل دون انتقال العميل إليها".

وترى البارودي (2005) أن البنوك الإلكترونية ليست إلا بنوكاً افتراضية لا وجود لها على أرض الواقع وإنما هي مجرد مواقع متخصصة بالخدمة المصرفية لها زبائنها وتسعى إلى تلبية متطلباتهم وتقديم خدمة لهم من خلال ثلاثة محاور هي:

- محور الخدمات والعمليات المصرفية العادية ولكن عبر شبكة الإنترنت.
- محور أنشطة الاستثمار والدراسات التي تتصل بالمشاريع الممكن ممارستها عبر الشبكة.
- المحور الثالث وهو أقرب ما يكون إلى مهمة تسويقية وليست مصرفية كالربط بالوكلاء والمزودين للمنتجات وخدمات الشحن والسفر والتأمين غيرها.

ويضيف صالح وفريدة (2007) أنه رغم اختلاف مسمياتها فجميعها تشير إلى قيام العميل بإدارة حساباته أو إنجاز أعماله المتصلة بالمصرف عبر شبكة الإنترنت سواء كان في المنزل، أو المكتب، أو في أي مكان وفي أي وقت يشاء، ويعبر عنها "بالخدمة المالية عن بعد". وبالتالي يمكن للعميل أن يتصل بالمصرف مباشرة بالاشتراك العام عبر شبكة المعلومات الدولية وأن يجري مختلف التعاملات على أساس أن يزود المصرف جهاز الحاسوب الشخصي للزبون بحزمة البرمجيات الشخصية من خلال الاشتراك العام عبر الإنترنت.

أما (قابوسة، 2009) فيرى أن المصارف الإلكترونية هي إجراءات إلكترونية تتم عبر شبكة المعلومات الدولية ومن أهم أشكالها المصارف الافتراضية التي تولدت لها مواقع إلكترونية على الشبكة من أجل تقديم نفس خدمات المصرف لكي تقوم بالعمليات المصرفية العادية مثل السحب، والدفعة، والتحويل، دون انتقال الزبون إليها.

من خلال التعاريف السابقة يتضح أن أغلبيتها تشترك في فكرة واحدة وهي توظيف التقنية لتمكين العميل من الوصول إلى حساباته في البنك وإجراء الخدمات المصرفية التي كان يجريها بالطريقة التقليدية. وقد تبين أيضا أنه ليس هناك تعريف دقيق للمصارف الإلكترونية بسبب سرعة التطورات في هذا المجال

وظهور عدة مفاهيم متشابهة ومتشابكة مثل الإنترنت المصرفي، والصرافات الإلكترونية، والبنوك الإلكترونية وغيرها.

وبما أن هناك عدة مصطلحات للمصارف الإلكترونية فإنه سيتم استخدام مصطلح "الإنترنت المصرفي" "Online-Banking" في هذا البحث بحيث يقتصر على الخدمات التي تقدمها البنوك عن طريق الإنترنت ويستثنى منها الأدوات الإلكترونية الأخرى كالصرافات الإلكترونية والهاتف المصرفي فهذه الدراسة لا تشمل الهاتف المصرفي ولا الصرافات الإلكترونية ولا غيرها من الأدوات الإلكترونية بل تركز فقط على الخدمات التي تقدمها البنوك عن طريق الإنترنت وسوف يتم استخدام مصطلح "الإنترنت المصرفي" "Online-Banking" للتعبير عن ذلك.

التطور التاريخي للمصارف الإلكترونية

يبين هذا الجزء من الدراسة كيف تطورت المصارف الإلكترونية حتى أصبحت بهذا الشكل بالإضافة إلى مناقشة الأصناف الثلاثة للمصارف الإلكترونية.

تطور المصارف الإلكترونية

أنشأت الحكومة الأمريكية شبكة الإنترنت عام 1969 إبان الحرب الباردة خوفاً من أي تدمير لأي مركز من مراكز الاتصال الحاسوبي من ضربة صاروخية سوفيتية. وفي أوائل السبعينيات 1972 عقد المؤتمر الدولي الأول لاتصالات الحاسوب وظهرت خدمة البريد الإلكتروني ثم انضمت كل من بريطانيا والنرويج إلى عمل الشبكة لتصبح شبكة دولية بدلاً من كونها شبكة أمريكية. وبعد ذلك انتشرت في كثير من الدول إلى أن تبلورت هذه الظاهرة في بداية الثمانينيات لكي تصبح في كثير من المواقع وسيطاً تجارياً فاعلاً. (الدناني، 2001).

أما المصارف الإلكترونية فتعود نشأتها إلى بداية الثمانينيات من القرن الماضي مع ظهور النقد الإلكتروني. وبدأ استخدام البطاقات 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 1958 أصدرت "American Express" أول بطاقة بلاستيكية لتنتشر على نطاق واسع. وفي عام 1968 قامت ثمانية مصارف بإصدار بطاقة "Bank Americard" لتتحول إلى شبكة "Visa" العالمية، وفي نفس العام تم إصدار البطاقة الزرقاء "Bleu Card" من طرف ستة مصارف فرنسية. وقامت اتصالات فرنسا "France Telecom" في عام 1986 بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئة لبطاقات الذاكرة "Cartes à mémoire" لتصبح عام 1992 كل البطاقات المصرفية بطاقات برغوثية "Cartes à puce" تحمل بيانات شخصية لحاملها. (حسين ومعراج، 2004).

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

- المصارف الافتراضية (مصارف الإنترنت) وتحقق أرباحاً تصل إلى ستة أضعاف المصرف العادي.

- المصارف الأرضية ويقصد بها المصارف التي تقدم خدمات تقليدية وخدمات الصرافة الإلكترونية في آن واحد. (قابوسة، 2009).
- ويرجع انتشار المصارف الإلكترونية إلى عنصرين أساسيين: أولهما أهمية ودور الوساطة بفعل تزايد حركة التدفقات النقدية والمالية في مجال التجارة والآخر تطور المنظمة الإعلامية للاتصال التكنولوجي. (الجنبيهي والجنبيهي، 2005).

أصناف المصارف الإلكترونية

قامت أدبيات التسويق الإلكتروني بتصنيف المصارف على شبكة المعلومات الدولية إلى ثلاثة أصناف أساسية تتمثل في:

1. الموقع المعلوماتي: يمثل المستوى الأساسي والحد الأدنى للنشاط الإلكتروني المصرفي، ويسمح هذا الموقع للمصرف بتقديم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.
2. الموقع الاتصالي: يتيح هذا الموقع عملية التبادل الاتصالي بين المصرف والعملاء مثل: البريد الإلكتروني، تعبئة طلبات أو نماذج على الخط، وتعديل معلومات القيود والحسابات والاستفسارات.
3. الموقع التبادلي: ويمكن من خلاله أن يمارس المصرف نشاطاته في بيئة إلكترونية، كما يمكن للعميل القيام بمعظم معاملاته إلكترونياً من سداد قيمة الفواتير، وإدارة التدفقات النقدية، وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية سواء داخل المصرف أو خارجه.

الدراسات السابقة

في هذا الجزء سيتم استعراض الدراسات الميدانية والنظرية التي تطرقت للمعوقات التي تواجه المصارف الإلكترونية. وقد تم تقسيم هذا الجزء إلى قسمين رئيسيين: الأول يهتم بدراسة المخاطر التي تواجه المصارف الإلكترونية، والآخر يناقش المعوقات التي تحد من انطلاقها وتشمل: الأعمال المصرفية التي تقدم عن طريق الإنترنت المصرفي، والهاتف المصرفي، والصرافات الآلية.

ولا يعني هذا التقسيم أن كلمة "مخاطر" التي فضل البعض استخدامها تختلف عن كلمة "معوقات" بل هما كلمتان مترادفتان. وقد فضل الباحث هذا التقسيم لأن بعض الدراسات استخدمت كلمة "مخاطر" للتعبير عن التهديدات التي تواجه الصيرفة الإلكترونية والبعض الآخر فضل استخدام كلمة "معوقات" والتي تعني المشاكل والتحديات التي يمكن التغلب عليها.

المخاطر التي تواجه المصارف الإلكترونية

أخذت الدراسات التي اهتمت بالمخاطر التي تواجه المصارف الإلكترونية عدة محاور: يرى البعض أن المخاطر تكمن في أن المصارف قد تتعرض لجرائم ومن أمثلة ذلك دراسة (Jain et al., 2000) حيث بينت هذه الدراسة أن الذين يمارسون الصيرفة عن طريق الإنترنت هم عرضة لعدد لا يحصى من المخاطر. وقد أدى هذا إلى ظهور عدة جرائم تعترض طريق الصناعة المصرفية والعملاء على حد سواء، وأكثر هذه المخاطر شيوعاً هي: الوصول غير المصرح إلى النظام المصرفي من المواقع أو البريد الإلكتروني،

سرقة الهوية الإلكترونية، وتزوير بطاقات الائتمان. وقد دفعت هذه المخاطر إلى تطوير عدة تدابير لحماية وسلامة المعاملات المصرفية ولكي تتحقق الحماية المطلوبة يجب على كل من البنوك والعملاء اتباع هذه التعليمات بدقة للمحافظة على مستويات عالية من الأمان.

كما نظر Katyak (2001) أيضا إلى أن هناك مخاطر تعد بمثابة جرائم تهدد وجود المصارف الإلكترونية ويصعب السيطرة عليها، ذكر منها: التعرض للقرصنة، ومهاجمة الفيروسات، وعدم معرفة مع من يتم الاتصالات عند تسجيل الدخول إلى الموقع على شبكة الإنترنت لأن بعض مستخدمي الكمبيوتر الشخصي على دراية وخبرة بالفيروسات وطريقة عملها. وهذه الفيروسات تأتي من عدة مصادر من أهمها البريد الإلكتروني عند تحميل الملفات والبرامج غير المرخصة فتقوم الفيروسات بإضعاف جهاز الحاسب ومن ثم تسمح لقرصنة الشبكة الوصول إلى المعلومات الشخصية المخزنة على القرص الصلب.

دراسات أخرى لم تضخم المخاطر التي تواجه المصارف الإلكترونية ولم تنظر إليها على أنها جرائم بل اهتمت فقط بتصنيف تلك المخاطر إلى عدة فئات ومنها دراسة (مترى، 2002): حيث صنف هذه المخاطر إلى المجموعات الرئيسية التالية:

- المخاطر التقنية: وتحدث هذه المخاطر من احتمال الخسارة الناتجة عن خلل في شمولية النظام أو من أخطاء العملاء، أو من برنامج إلكتروني غير ملائم للصيرفة الإلكترونية.
- مخاطر الاحتيال: وتتمثل في تقليد برامج الحواسيب الإلكترونية أو تزوير معلومات مطابقة للبرامج الإلكترونية، أو تعديل بعض المعلومات بخصوص الأموال الإلكترونية.
- مخاطر ناتجة عن سوء عمل النظام الإلكتروني والذي قد ينشأ من سوء استخدام النظام أو سوء مراقبة البرامج.

أما (بن شهرة ومدوخ، 2005) فقد أضافتا إلى التصنيف السابق المخاطر القانونية التي تحدث عندما لا يحترم المصرف القواعد القانونية والتشريعات المنصوص عليها، أو عندما لا تكون هناك نظم قانونية واضحة ودقيقة بخصوص عمليات مصرفية جديدة. وتتمثل أهم التحديات القانونية في: تحديد قبول القانون للتعاقدات الإلكترونية، وحجيتها في الإثبات، وأمن المعلومات، ووسائل الدفع، التحديات الضريبية، وإثبات الشخصية، والتوقيعات الإلكترونية، وأنظمة الدفع النقدي، والمال الرقمي أو الإلكتروني، وسرية المعلومات، وأمن المعلومات من مخاطر إجرام التقنية العالية، وخصوصية العميل، والمسؤولية عن الأخطاء والمخاطر، وحجية المراسلات الإلكترونية، والتعاقدات المصرفية الإلكترونية، ومسائل الملكية الفكرية لبرمجيات وقواعد معلومات المصرف أو المستخدمة من موقع المصرف أو المرتبطة بها، وعلاقات وتعاقدات المصرف مع الجهات المزودة للتقنية أو المورد لخدماتها أو مع المواقع الحليفة أو مشاريع الاندماج والمشاركة والتعاون المعلوماتي.

أما (البارودي، 2005) فقد أعادت صياغة المخاطر التي تحيط بعمل البنك الإلكتروني على النحو التالي:

- خطر سعر الفائدة ويتعلق بتحركات غير ملائمة لسعر الفائدة التي قد تخفض من قيمة النقد

- الإلكتروني وبالتالي تؤثر على الوضع المالي للبنك .
- خطر السيولة ويكمن مصدر هذا الخطر في الزيادة المفاجئة لاستيراد النقود الإلكترونية .
- خطر السمعة ويتمثل في محاولة تدمير النظام الأمني عن طريق إدخال فيروس إلى نظام البنك الإلكتروني مما يعطل نظام المعلومات .
- خطر السوق ويأتي من التبادلات الخارجية وقبول العملات الأجنبية في مدفوعات النقد الإلكتروني.
- خطر الائتمان ويتمثل في التوسع في منح الاعتمادات للزبائن خارج السوق المعتاد.
- خطر التحويل الخارجي ويتمثل في عدم إمكانية الإيفاء بالالتزامات للعمليات الخارجية بسبب عوامل اقتصادية، وسياسية، واجتماعية .
- الخطر القانوني ومصدره الغموض في إمكانية تطبيق القوانين وخاصة المتعلقة بالتوقيع الإلكتروني.
- كما فعل الشيء نفسه كل من (صالح وفريدة، 2007) عندما قاما بإعادة تصنيف المخاطر التي تواجه المصارف الإلكترونية وفقاً لما يلي:
- المخاطر التقنية: تحدث نتيجة احتمال الخسارة أو من أخطاء العملاء أو من برنامج إلكتروني غير ملائم.
- مخاطر الاحتيال: وتتمثل في تقليد البرامج أو تزوير معلومات مطابقة للبرامج الإلكترونية.
- مخاطر ناتجة عن سوء عمل النظام الإلكتروني.
- مخاطر قانونية: وتحدث عندما لا يحترم البنك القواعد القانونية والتشريعات.
- مخاطر فجائية: وقد تؤدي إلى مشاكل في السيولة وفي سياسة القروض المصرفية.
- وقام قابوسة (2009) بإضافة نوعين من المخاطر يطلق عليهما المخاطر الفجائية والمخاطر التكنولوجية:
- المخاطر الفجائية: وهي التي تؤدي إلى مشاكل في السيولة وفي سياسة القروض المصرفية، حيث إن فشل المشاركين في نظام نقل الأموال الإلكترونية أو في سوق الأوراق المالية بشكل عام في تنفيذ التزاماتهم يؤدي غالباً إلى توتر قدرة مشاركون أو مشاركين آخرين للقيام بدورهم في تنفيذ التزاماتهم في موعدها، وهذا يؤدي إلى توتر العلاقات وزعزعة الاستقرار المالي في السوق.
- المخاطر التكنولوجية: وهي مرتبطة بالتغيرات التكنولوجية السريعة، فعدم إلمام موظفي المصارف بالاستخدام الأمثل للتكنولوجيا الحديثة يؤدي إلى القصور في أداء العمليات الإلكترونية بشكل صحيح.

الدراسات التي اهتمت بالمعوقات التي تواجه المصارف الإلكترونية

أما الدراسات التي فضلت استخدام كلمة "معوقات" بدلاً من "مخاطر" عند دراستها التحديات التي تواجه المصارف الإلكترونية فقد أخذت أيضاً عدة جوانب منها ما اهتم بدرجة السرية مثل الدراسة التي أجراها Yang (1997) حول "سرية البنوك الإلكترونية" وهدفت هذه الدراسة إلى معرفة التحديات التي تواجه البنوك الإلكترونية والمتمثلة في "سرية وخصوصية المعلومات". وقد حددت الدراسة حلول السرية في استخدام

نظم برمجية ومعدات خاصة أو خليط منهما، أما الحلول البرمجية فتتضمن "خوارزميات" التشفير واستخدام مفاتيح عامة وخاصة بالإضافة إلى التوقيع الإلكتروني لتكوين ما يسمى بـ "حركة إلكترونية سرية" ويمكن استخدامها من خلال بطاقات "الماستر كارد" التي تعطي حماية جيدة. أما الحلول المعتمدة على المعدات مثل البطاقات الذكية فإنها تعطي حلاً أفضل لسرية المعلومات الشخصية وتعتبر الحلول المعتمدة على النظم البرمجية ذات ميزة عن الحلول المعتمدة على المعدات لسهولة توزيعها وقلة تكلفتها.

وهناك دراسات أخرى نظرت إلى المعوقات التي تواجه البنوك التجارية بطريقة أكثر شمولية - أي من خلال التجارة الإلكترونية- ومن أهمها دراسة (عبدالخالق، 2002) الذي بين أن هناك تحديات تتعلق بالبنوك ذاتها، وأخرى تتعلق بالبيئة المحيطة، وثالثة تتعلق بالمنافسين القائمين والمحتملين. كما ذكر أن التطور في التجارة الإلكترونية فرض على البنوك تحدياً من جهتين. الأول يتمثل في الفرص التي تتيحها هذه التجارة الإلكترونية للبنوك ويمكنها أن تنتهزها لتطور أدائها من خلال خلق مجالات عمل جديدة لتجني من ورائها أموالاً طائلة. والتحدي الآخر يتحقق على مستوى العمل المصرفي ككل حيث إنه على البنوك أن تطور كثيراً من قواعد الإقراض المصرفي لتلائم التطور الذي أفرزته التجارة الإلكترونية. أما على مستوى البنك - كمنظمة مستقلة - فعليه أن يقوم بتحديث الإدارة وأساليب العمل والتشغيل ليأخذ بالأساليب الإلكترونية في تقديم خدماته والاعتماد على البحث العلمي والتطوير.

وهناك جزء آخر من الأدبيات نظر إلى المعوقات من طرف الجودة ومنها دراسة (Leelapongprasut et al., 2005) الذي قام بتعرف جودة الخدمات المقدمة عبر بنوك الإنترنت في تايلاند ومقارنتها بمعايير الجودة لـ "دافيد غارفن" التي تتمثل في الأداء والمزايا والخصائص والوثوقية والمطابقة ومتانة الخدمة، وحسن تقديم الخدم، ومدى الانتفاع وجودة الفهم والإدراك. وركزت الدراسة على ثلاث خدمات بنكية يقوم بها موظفو شركة دي كمبيوتر وهي: معرفة الوضع المالي، وتحويل الأموال بين الحسابات المختلفة، وتحويل الدفعات للخدمات العامة، وقد كانت النتائج حسب التالي:

- هناك اختلاف بين درجة جودة تقديم الخدمة بين البنوك التايلاندية.
- عند ترتيب أهمية المعايير المستخدمة في تقييم خدمات بنوك الإنترنت في تايلاند كان البعد الأكثر أهمية هو الوثوقية ومدى الانتفاع من الخدمة بالإضافة إلى المتانة والقوة وكانت المعايير الأقل أهمية هي درجة الفهم والإدراك للخدمة.

دراسات أخرى اهتمت بالمعوقات التي تواجه طريقة الدفع الإلكتروني وخصوصاً البطاقات الائتمانية ومن أهمها ما قام به Zivko (2006) عندما قام بدراسة المعوقات التي تواجه طريقة الدفع الإلكترونية في البوسنة والهرسك مثل بطاقات الائتمان، وآلات الصراف الآلي، ونقاط البيع والخدمات المصرفية عبر الإنترنت. ونتائج الدراسة يمكن تعميمها على جميع طرائق الدفع في البلدان الانتقالية المشابهة. كما قامت الورقة بتحليل معوقات استخدام الإنترنت المصرفي عند التعامل مع نظام الدفع في البوسنة والهرسك. كما فعل الشيء نفسه كل من (Turner and Callaghan, 2006) عندما قاموا بدراسة قلق عدد من مصدري البطاقات الائتمانية في المملكة المتحدة من سوء استخدام البطاقات الائتمانية. فقد تقدمت الشركات

باعتراضات وشكاوى إلى المحاكم بهدف إصدار قرارات تقضي بحماية المستهلكين عند الشراء بالبطاقات الائتمانية داخل وخارج المملكة المتحدة. وقد بينت الدراسة أن أهمية البطاقات الائتمانية قد زادت نتيجة استخدام التسوق الإلكتروني، فالطريقة الشائعة للدفع عند استخدام التسوق الإلكتروني هي البطاقات الائتمانية وليس هناك وسيلة أخرى للشراء عبر المواقع الإلكترونية خارج المملكة المتحدة سوى البطاقات الائتمانية.

وهناك من اهتم بدراسة المعوقات من وجهة نظرة سلوكية، وتنظيمية، وقانونية ومن أبرزها دراسة (Qiu, 2008) الذي اهتم بمعرفة العادات المصرفية للعملاء الصينيين والعوائق الرئيسية التي تحول دون مشاركتهم في الأعمال المصرفية الإلكترونية. وقد أجريت الدراسة في منطقة الحي الصيني في مدينة نيويورك حيث وصلت الردود إلى 110 استبانة صالحة للتحليل. وأشارت النتائج إلى أن معظم عملاء البنوك الصينيين لديهم تعاملات مصرفية إلكترونية أهمها آلات الصرف الآلي.

أما أهم المعوقات الرئيسية التي واجهت عملاء البنوك الصينيين عند تعاملهم مع الخدمات المصرفية عبر الإنترنت فهي: المعوقات الأمنية وعدم وجود دعم من موظفي البنك عند حدوث مشاكل تقنية في المنزل. كما بينت الدراسة أن العملاء ذوي الفئات العمرية المرتفعة وفئات التعليم والدخل المنخفض أقل الفئات مشاركة في الأعمال المصرفية الإلكترونية. ويتبين من هذه الدراسة أن المعوقات التي تواجه العملاء في ممارسة الأعمال المصرفية الإلكترونية في الدول المتقدمة تشابه مثيلاتها في الدول النامية ومن أبرزها المعوقات الأمنية. كما يتضح أن التحديات الأمنية لا زالت هي الهاجس لكثير من عملاء البنوك في غالبية دول العالم المتقدم والنامي.

كما أخذت المعوقات التنظيمية جانبا من الاهتمام عندما قام كل من (Shah et al., 2009) بمناقشة الحواجز التنظيمية التي تحول دون تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية من خلال دراسة استراتيجيات التنفيذ المصرفية الإلكترونية لاثنتين من البنوك البريطانية العريقة. والغرض من هذه الدراسة هو إيجاد فهم أعمق للقضايا التنظيمية التي تأتي أثناء تنفيذ استراتيجيات الأعمال المصرفية الإلكترونية. وقد كشفت الدراسة عن وجود عدة حواجز تنظيمية تحول دون تطبيق الخدمات الإلكترونية في البنوك مثل: عدم وجود نظام متكامل، والافتقار إلى فهم ومعرفة التجارة الإلكترونية، عدم التمييز بين المنتجات وإمكانية تصنيفها، والافتقار إلى فهم نوعية العملاء، بالإضافة إلى محدودية البحث والتطوير وصعوبة تصميم الموقع. ورغم أن هذه الدراسة كانت مقتصرة على الجوانب التنظيمية إلا أنها أدخلت محاور أخرى إدراكية وتقنية. أما الدراسات التي اهتمت بالتحديات القانونية فهي قليلة؛ ومنها دراسة (البارودي، 2005) حيث قامت بتصنيف مجموعة من التحديات القانونية التي تواجه عمل البنوك الإلكترونية على النحو التالي:

- تحديات التعاقدات المصرفية الإلكترونية ومشكلات الإثبات: لقد أثارت وسائل الاتصال الحديثة التساؤل حول مدى صحة انعقاد العقد بواسطتها، أي إبرام العقد بواسطة نظم الكمبيوتر وشبكات المعلومات وما يتصل بها من حيث موثوقية الرسائل الإلكترونية والبريد الإلكتروني، وهكذا أثيرت مسألة إثبات الانعقاد ومسائل التعاقد وإلى جانب مشكلة الإثبات جاءت مسألة صحة الانعقاد ووجوده. وجاءت هذه

- المشاكل لأن البناء القانوني للتشريعات في مجالي التعاقد والإثبات لم يعرف الوسائل الإلكترونية.
- تحديات وسائل الدفع: هذا التحدي الناتج عن تسارع وسائل الخدمة الإلكترونية دون أن يكون هناك تنظيم قانوني يناسب تحدياتها، فبقدر ما حققته بطاقات الائتمان من رواج وقبول فإنها لا تزال تثير العديد من التساؤلات القانونية في حقل الحماية المدنية والجزائية.
 - التحديات الضريبية: إن الأعمال الإلكترونية تلغي فكرة الموقع بالنسبة للنشاط الإلكتروني أي أنه يمكن عدم الكشف عن مصدر النشاط، كذلك فإن الأعمال الإلكترونية المتحركة قد تتجه نحو الدول ذات النظم الضريبية الأسهل والأكثر تشجيعاً، ولهذا قررت أمريكا عدم فرض ضرائب على أنشطة الأعمال والتجارة الإلكترونية، وهذا ما أقرته منظمة التجارة العالمية WTO عام 1998 حيث لا تفرض رسوماً جمركية على التبادل الإلكتروني.
 - ورغم التصنيف المنطقي للمعوقات القانونية التي قامت بها البارودي (2005)، إلا أنه يؤخذ عليها تركيزها على مجموعة واحدة من التحديات وإغفال البقية، فالمعوقات والتحديات التي تواجه عمل البنوك يفترض أن تدرس ككتلة واحدة تجمع ثم تصنف إلى مجموعات تحوي جميع المعوقات لأنها متداخلة ويصعب أن تدرس الجوانب القانونية بمعزل عن بقية المعوقات الأخرى.
 - أما الدراسات التي أجريت في البيئة المصرفية للدول النامية فهي وإن كانت محدودة إلا أن جزءاً منها ركز على البيئة العربية. فقد تطرقت البارودي (2005) إلى الصعوبات والمعوقات التي تواجه القطاع المصرفي العربي عند تحوله إلى العمل بنظام البنوك الإلكترونية وكان من أبرزها:
 - عدم توفر بيئة العمل المصرفي الملائمة مع نشاط الخدمات الإلكترونية وخاصة الكوادر البشرية المؤهلة بثقافة التكنولوجيا.
 - نقص الموارد المالية المتاحة لأغلب البنوك العربية مما يقلل من قدرتها وإمكاناتها في ممارسة الأعمال المصرفية الإلكترونية.
 - قلة الوعي بأهمية التعاملات المصرفية الإلكترونية في المجتمع العربي.
 - ضعف الثقة في وسائل الدفع الإلكترونية بسبب المخاطر التي قد تواجه بيئة تكنولوجيا المعلومات ومخاطر الاتصال بشبكة الإنترنت.
 - نقص الأجهزة الإلكترونية الذي تعاني منه أغلب الدول العربية يقف عائقاً أمام الاستفادة من الخدمات الإلكترونية.
 - انعدام التشريعات القانونية العربية المتعلقة بالخدمات الإلكترونية.
 - وكذلك فعل (Khanfar et al. 2006) عندما قاموا بإجراء دراسة عن رضا الزبائن عن بنوك الإنترنت بالتطبيق على موقع البنك العربي الإلكتروني. وقد ركزت الدراسة على عدد من العوامل هي: دعم الزبائن، والأمن، وسهولة الاستخدام، والخدمات والمنتجات الإلكترونية، والحركات والدفعات، ومحتوى المعلومات والابتكار. وقد أظهرت نتائج الدراسة ضعف رضا الزبائن عن البنوك الإلكترونية في جميع العوامل السابقة وأوصت الدراسة بأنه يجب على المؤسسات العمل على تحسين رضا الزبائن من خلال

تحسين معظم العوامل السابقة أو أية وسائل أخرى تأخذ في الاعتبار سلوك الزبون، والانتباه إلى علاقة الإدارة بالزبون وبحوث السوق الإلكترونية واستخبارات السوق. وخلصت الدراسة إلى أنه لا توجد علاقة بين ديموغرافية البيانات ورضا الزبائن بسبب ارتفاع الأمية الحاسوبية بين الزبائن.

وهناك دراسة أخرى اهتمت بالمعوقات في البيئة المصرفية العربية قام بها الحريري (2008) عندما ألقى الضوء على المعوقات التي تواجه الإنترنت المصري في اليمن حيث بين أن هناك قصوراً واضحاً في استخدام هذه التقنية في العمل المصري من قبل البنوك اليمنية وعملائها من الأفراد والمؤسسات. وكان من أبرز أوجه هذا القصور ما يلي:

- أن مواقع معظم البنوك اليمنية على شبكة الإنترنت مواقع تعريفية بالبنوك وأنشطتها فقط.
- وجود قصور واضح في تصميم المواقع ووسائل التفاعل مع العملاء المتبعة من خلالها.
- تخوف عملاء البنوك من ضعف إجراءات حماية بياناتهم وتعاملاتهم على شبكة الإنترنت.
- ضعف البنية التحتية لتطبيق الإنترنت المصري على مستوى الدولة والبنوك.
- عدم توفر الكوادر البشرية المؤهلة في مجال الإنترنت المصري في معظم البنوك.
- غياب العديد من النظم والقوانين والتشريعات المنظمة للأعمال الإلكترونية.
- القصور في وعي وإدراك العديد من القيادات المصرفية وعملاء البنوك بأهمية وفوائد واستخدام الإنترنت المصري.

وهذه من الدراسات الجيدة لأنها اهتمت بتصنيف معوقات استخدام الإنترنت المصري في الدول النامية. كما أظهرت أن المصارف اليمنية لا زالت تحتاج إلى الكثير كي تطبق الإنترنت المصري ولكن ليس معنى هذا أنه يمكن تعميم هذه النتيجة على كافة الدول النامية لأن البنية التحتية لبعض الدول النامية أفضل بكثير من اليمن بل إن بعضها ينافس مثيلاتها في الدول المتقدمة.

أما دراسة (وادي، 2008) فقد قامت بتعرف أهمية ومزايا البنوك الإلكترونية والمعوقات التي تواجه انتشارها في فلسطين. وقد أوضحت الدراسة أن البنوك الإلكترونية تعد وسيلة جيدة ومهمة لجذب العملاء وتنمية وتطوير التجارة الإلكترونية في فلسطين وأن تأثيرها يقتصر على العملاء الذين يجيدون التعامل مع الإنترنت. أما المزايا التي تعود على البنك في حالة تقديم الخدمات عبر الإنترنت فهي: تقليل التكاليف، زيادة حجم التعاملات التجارية، سهولة الدخول إلى الأسواق المحلية والعالمية، تحسين خدمات العملاء، إمكانية تقديم الخدمات على مدار الساعة، كما أنها تقلل من فتح فروع جديدة للبنك. وقد أشارت الدراسة إلى العديد من المعوقات التي تواجه سير البنوك الإلكترونية ومن أبرزها:

- عدم إدراك بعض البنوك لأهمية الفوائد الناجمة عن استخدام النظام الإلكتروني للتجارة.
- ضعف نظم الأمن التي تحققها التجارة الإلكترونية في مجال إبرام الصفقات التجارية.
- عدم توفر الكوادر الإدارية والبشرية التي تتمتع بمؤهلات علمية وخبرات ميدانية، سواء فيما يتعلق باستخدامات الحاسوب أو اللغة.

وتعد دراسة وادي من الدراسة الجيدة في هذا المجال حيث أبرزت المميزات والتحديات التي تواجه البنوك الإلكترونية وهذا يعد مقارنة بين الإيجابيات والسلبيات للمصارف الإلكترونية مما يجعل التوصيات أكثر منطقية.

قام النابلسي وآخرون (2009) بدراسة تأثير التسويق الإلكتروني على عناصر المزيج التسويقي للخدمات المصرفية في المصارف التجارية في مدينة نابلس، وقد تم التوصل إلى عدد من النتائج كان من أبرزها:

- يتوافر لدى جميع البنوك مواقع إلكترونية على شبكة الويب تعمل على مدار الساعة.
- تجد المصارف صعوبة في إدارة الخدمة الإلكترونية وتوصيلها إلى الزبائن إلكترونياً.
- تسعى المصارف للقيام بعمل البحوث الخاصة عند تقديم النصح والمشورة للزبائن عن طريق شبكات الإنترنت والإكسترنات.

ورغم أن هذه الدراسة أكثر شمولية من المعوقات فقد قاست أثر التسويق الإلكتروني على عناصر المزيج التسويقي للخدمات المصرفية إلا أنها تطرقت ضمناً للصعوبات التي تواجه المصارف الإلكترونية من وجهة نظر المديرين.

ومن أحدث الدراسات للمعوقات التي تواجه الصيرفة الإلكترونية في الدول النامية خارج النطاق العربي هي تلك التي قام بها كل من (Albadvi and Gharaee, 2009). وهي عبارة عن تحليل لنتائج المعلومات التي تم جمعها من خلال مقابلات شاملة مع المديرين الرئيسيين في البنك الرائد الخاص لاعتماد الخدمات المصرفية الإلكترونية (كيلوبايت) في إيران. وقد كشف التحليل أن البنية التحتية للتعامل بالخدمات المصرفية في إيران غير فعالة وهناك عدة تحديات تواجه المصارف الإلكترونية أهمها: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والتحديات السياسية، والثقافية، والتنظيمية. وقد خلص البحث إلى أن البنوك في إيران في حاجة إلى شبكة فعالة للإنترنت وكذا تهيئة البنية التحتية والتغلب على الحواجز سابقة الذكر التي تحول بينها وبين تشغيل الخدمات المصرفية الإلكترونية.

من استعراض الدراسات السابقة يتضح ما يلي:

1. أن غالبية الدراسات قد ركزت على المعوقات التي تواجه المصارف الإلكترونية بشكل عام واهتم قليل منها بالمعوقات التي تعوق استخدام الإنترنت المصرفي. وهنا تظهر الحاجة الماسة إلى إجراء المزيد من البحث وبذل الجهود لإيضاح المعوقات التي تواجه عملاء البنوك عند ممارسة أو استخدام الإنترنت المصرفي. واستجابة لهذه الحاجة سوف يحاول الباحث في الأجزاء التالية إبراز ذلك.
2. نستخلص من خلال العرض السابق للدراسات السابقة الميدانية منها والنظرية أن المعوقات التي تواجه تطبيق الإنترنت المصرفي يمكن تصنيفها إلى خمسة أقسام رئيسية تشمل ما يلي:

أ. معوقات البنية التحتية:

1. ضعف تأهيل موظفي البنك المشرفين على تقنية الإنترنت المصرفي.
2. ضعف الاستعداد التقني للبنك عند تطبيق الإنترنت المصرفي.

3. تكرار تعطل نظام الإنترنت المصري.
4. صعوبة الحصول على خدمة الإنترنت.
5. انخفاض دور شركات الاتصالات عند تقديم خدمات الإنترنت للبنوك.

ب. المعوقات القانونية:

تعتمد النظام المصري إخفاء قوانينه وأنظمتها وشروطه عند التعامل عن طريق الإنترنت. أنظمة وقوانين وشروط التعامل عن طريق الإنترنت يكتنفها الغموض. ضعف تفعيل القواعد التشريعية والقانونية التي تنظم خدمة الإنترنت المصري. انعدام وجود أدلة إثبات قابلة للتحقيق عند حدوث خلاف بين العملاء والبنك.

ج. معوقات الأمن والحماية:

6. ضعف إجراءات حماية البيانات والتعاملات على الشبكة.
7. الخوف من وصول موظفين غير مصرح لهم إلى النظام المصري للبنك.
8. الخوف من تسرب أرقام الحسابات والأرقام السرية.
9. الخوف من وصول قرصنة الشبكة إلى موقع النظام.

د. المعوقات التشغيلية:

10. صعوبة استخدام النظام المصري عبر الإنترنت.
11. ضعف الثقة في النظام المصري عبر الإنترنت.
12. بطء تنفيذ العمليات البنكية.
13. تأخر نظام الإنترنت المصري في الإجابة عن استفسارات العملاء.

هـ. المعوقات الإدراكية:

14. انخفاض إدراك القيادات المصرفية بمفهوم وأهمية الإنترنت المصري.
15. انخفاض دور البنك في تقديم خدمات تشجع العملاء على استخدام النظام المصري عبر الإنترنت.
16. انخفاض إدراك العملاء بمفهوم وأهمية الإنترنت المصري.

ثانياً: الدراسة الميدانية

فروض البحث:

- في ضوء الدراسة الاستطلاعية والدراسات السابقة تم تطوير عدد من الفروض من أجل تحقيق أهداف البحث. وتتلخص فروض الدراسة في التالي:
- الفرض الأول "تمثل المعوقات التشغيلية أكبر المعوقات التي تواجه عملاء البنوك عند التعامل مع الإنترنت المصري".
 - الفرض الثاني "لا يوجد اختلاف له دلالة إحصائية في تقدير أهمية المعوقات التي تواجه عملاء البنوك عند استخدام الإنترنت المصري بين فئة المستخدمين للإنترنت المصري وفئة غير المستخدمين".

- الفرض الثالث "تختلف درجة تقدير أهمية معوقات تطبيق الإنترنت المصري لدى عينة البحث وفقا للبنك الذي يتعاملون معه".

أدوات البحث

اختيار الأداة

هناك عدد من الطرق كان بالإمكان استخدامها لجمع البيانات مثل الملاحظة الشخصية، ودراسة الحالات، والمقابلات، إلا أن الباحث فضل الاستبانة المدعومة بالمقابلة لعدة أسباب منها: أن الاستبانة من الطرق الشائعة في جمع البيانات، فغالبية الدراسات السابقة استخدمت الاستبانة مما يسهل على الباحث مقارنة النتائج، وهذا سيؤدي إلى زيادة المصدقية ومعدل الثبات. لذا تم تطوير قائمة استبانة بناء على مجموعة الفروض السابقة وتم تطوير الفروض وأسئلة الاستبانة بناء على الدراسات السابقة والدراسة الاستطلاعية. وقد تكونت قائمة الاستبانة من 20 عنصراً تمثل المعوقات التي تواجه العملاء عند استخدامهم الإنترنت المصري بالإضافة إلى البيانات الديموغرافية.

تقييم الأداة

تم توزيع الاستبانة على عدد من أعضاء هيئة التدريس المهتمين بهذا الموضوع في مجال إدارة الأعمال والتسويق، والتسويق الإلكتروني لتحكيمها من حيث: وضوح العبارات وانتماؤها، والصيغة اللغوية، وكفاية المفردات لكل محور. وبناء على آراء المحكمين، قام الباحث بإجراء التعديلات المقترحة وتم إجراء اختبار (Pre-Test) حيث وزعت الاستبانة على عينة صغيرة تم اختيارها من مجتمع البحث حيث طلب منهم تحديد درجة الموافقة على وجود هذه المعوقات عن طريق وضع دائرة حول الرقم الذي يعبر عن درجة الموافقة على التطبيق من (1 إلى 5)، حيث: (1) غير موافق مطلقاً، (2) غير موافق، (3) محايد، (4) موافق، (5) موافق بدرجة عالية. وقد نتج عن ذلك إدخال بعض التعديلات على القائمة.

الثبات "Reliability"

لحساب ثبات الأداة استخدم الباحث معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) على عينة استطلاعية وكانت النتائج حسب الجدول رقم (1).

جدول (1): درجة الثبات

الأبعاد	التحتية	القانونية	الأمنية	التشغيلية	الإدراكية	الأداة ككل
معامل الثبات	0.781	0.702	0.694	0.838	0.677	0.907

يتضح من الجدول رقم (1) أن جميع الأبعاد تتمتع بدرجة ثبات عالية وكان أقلها البعد الخامس، حيث قام الباحث بإعادة صياغة مفرداته كما أن معامل ثبات الاختبار الكلي كان مرتفعاً (0.907) مما قلل من أثر انخفاض ثبات هذا البعد، وهذه النتيجة تثبت أن هناك ترابطاً جيداً بين عبارات الاستبانة.

ترميز وإدخال البيانات وتحليلها

تم ترميز البيانات في استمارة الاستقصاء وتم إدخالها في الحاسب الآلي ثم مراجعتها وتحليلها بواسطة مجموعة البرامج الإحصائية "SPSS". وقد تم تطبيق الاختبارات الإحصائية المناسبة لطبيعة البيانات وفروض الدراسة، حيث تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية في تحليل البيانات: النسب المئوية، والتكرارات، والمتوسط المرجح بالأوزان، والانحراف المعياري، والتحليل العاملي "Factor Analysis"، واختبارات المستقل "independent t-test"، واختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه "ANOVA".

مجتمع البحث والعينة

مجتمع البحث

يتكون مجتمع البحث من جميع الأفراد القادرين على التعامل مع التقنية ولديهم القدرة المالية والقانونية في التعامل مع البنوك كأفراد ويمكنهم الدخول على مواقع البنوك على شبكة الإنترنت. وقد تم تقييد العمر بخمسة عشر عاماً فأكثر؛ سواء أكانوا سعوديين أم غير سعوديين، ذكورا كانوا أم إناثاً. ومن الصعب تحديد عدد محدد ودقيق لمجتمع الدراسة، فالإطار هنا غير محدود وليست هناك قوائم تحوي عناصر مجتمع الدراسة كما أن البنوك عادة ترفض تقديم مثل هذه البيانات للباحثين وتتخرج من نشرها بسبب السرية والمنافسة وغيرها. كما أن كل بنك يتعامل معه أعداد كبيرة، فبنك الراجحي والبنك الأهلي على سبيل المثال يتعامل معهما ملايين العملاء وأصغر بنك من هؤلاء الثمانية يتعامل معه بضعة آلاف، كما أن العملاء غير دائمين في تعاملهم مع البنوك فالبعض يمكن أن يتعامل مع هذا البنك لفترة محددة ثم ينتقل لبنك آخر وهكذا.

عينة البحث

بما أن مجتمع البحث غير محدد فقد اعتمدت الدراسة على العينة العشوائية المكونة من (322) مفردة بناء على جدول تحديد أحجام العينات، عند مستوى معنوية (0.05)، وحدود ثقة (0.95) مع الافتراض بأن الخصائص المطلوب دراستها في المجتمع متوفرة بنسبة (50%). وقد شملت وحدة المعاينة جميع العملاء المتعاملين مع البنوك التجارية الأكثر شهرة في المملكة العربية السعودية حسب الفئات العمرية، والجنس، والجنسية، والسن، والمهنة، ودرجة التعليم، ونوعية شركة الاتصالات التي يتعامل معها أفراد العينة. وليس هناك معيار واضح يقيس شهرة البنك، ومن ثم فهي قابلة للتقدير، فالبعض يفضل التعامل مع البنوك التي تحمل التوجه الإسلامي كالراجحي والبلاد، وآخرون يفضلون البنوك ذات المكانة والعراقة والقوة المالية مثل البنك الأهلي وسامبا لذا تم تحديد شهرة البنك بناء على تقدير الباحث.

طريقة جمع ومراجعة البيانات

أسفرت عملية جمع البيانات عن الحصول على (207) استبانة من مجتمع البحث وقد تمت مراجعة الاستبانات للتأكد من استيفاء البيانات المطلوبة واستبعاد التي لم تستكمل حيث قام الباحث باستبعاد (5) استمارات لم تستكمل من بعض الأفراد وبهذا أصبحت الاستبانات الإجمالية الصالحة للتحليل (202)

استبانة وهي تمثل أكثر من 60 في المائة من أفراد العينة البالغ عددها (322) مفردة. والجدول رقم (2) يوضح الخصائص الديموغرافية لعينة البحث بعد إتمام عملية جمع وتحليل البيانات في بداية عام 2010.

جدول رقم (2): خصائص العملاء الديموغرافية

النسبة	عدد	بيان	خصائص العملاء
77.2	156	ذكر	الجنس
22.8	46	أنثى	
21.3	43	15 إلى أقل من 25 سنة	السن
72.2	146	25 إلى أقل من 45 سنة	
6.4	13	45 سنة فأكثر	
30.2	61	تعليم أقل من الجامعي	درجة التعليم
60.9	123	تعليم جامعي	
8.9	18	تعليم فوق الجامعي	
9.4	19	طالب	المهنة
39.1	79	موظف حكومي	
43.6	88	موظف قطاع خاص	
7.9	16	أعمال حرة	
87.1	186	سعودي	الجنسية
12.9	27	غير سعودي	
67.3	136	السعودية	شركة الاتصالات
25.2	51	موبايلي	
7.4	15	زين	
20.8	42	الراجحي	اسم البنك
18.3	37	الأهلي	
15.3	31	الرياض	
14.9	30	الأمريكي (سامبا)	
15.9	32	البلاد	
14.9	30	البريطاني (ساب)	
13.9	28	أقل من 5000 ريال	الدخل
59.4	120	من 5000 إلى أقل من 15000 ريال	
21.3	43	من 15000 إلى أقل من 25000 ريال	
5.4	11	أكثر من 25000 ريال	
%100	202	المجموع	

يتضح من الجدول رقم (2) ما يلي:

- أن غالبية عينة الدراسة يعملون في القطاع الخاص والقطاع الحكومي.
 - أن أكبر شريحة عمرية هي من فئة الشباب ما بين 25 إلى أقل من 45 سنة.
 - أن غالبية أفراد العينة يحملون الشهادة الجامعية وهم يمثلون أكبر من 60% من أفراد العينة.
 - أن أكثر من نصف أفراد العينة يتعاملون مع شركة الاتصالات السعودية (67%) رغم المنافسة التي تواجهها الشركة من قبل شركة "موبايلي" التي تقدم باقات تستقطب العملاء ولكن يبدو أنه ما زال هناك ولاء لشركة الاتصالات السعودية رغم أسعار خدماتها العالية مقارنة بـ "موبايلي" و"زين".
 - أن نسبة كبيرة (42%) من أفراد العينة يتعاملون مع بنك الراجحي يليه البنك الأهلي (37%) وقد يكون السبب أن هذين البنكين من أقدم البنوك في المملكة كما أنهما من أكثر البنوك استقطاباً لمرتبات موظفي الدولة والقطاع الخاص. يليهم في ذلك بنك البلاد (32%)، فرغم حداثة إنشائه إلا أنه بدأ ينافس كبار البنوك السعودية وقد يكون السبب تبنيه منهج الصيرفة الإسلامية فلديه هيئة شرعية مكونة من عدد من كبار علماء الشريعة وغالبية المواطنين والمقيمين في السعودية يفضلون التعامل مع المؤسسات المالية التي تتعامل وفقاً لأحكام الشريعة.
 - أن غالبية أفراد العينة كانت دخولهم ما بين 5000 إلى أقل من 15000 ريال وهم يمثلون أصحاب الدخل المتوسطة وفقاً للأوضاع الوظيفية والمعيشية في السعودية.
- وهذه النتائج تختلف عن النتائج التي توصل إليها Qiu (2008) الذي اهتم بدراسة العادات المصرفية للعملاء الصينيين والعوائق الرئيسية التي تحول دول مشاركتهم في الأعمال المصرفية الإلكترونية. فقد بينت دراسة (Qiu, 2008) أن العملاء ذوي الفئات العمرية المرتفعة وفئات التعليم والدخل المنخفض أقل الفئات مشاركة في الأعمال المصرفية الإلكترونية.

حدود الدراسة

اقتصرت الدراسة على عملاء البنوك التجارية الأكثر شهرة في المملكة العربية السعودية سواء أكانت قديمة أم حديثة (تم شرح الأساس الذي تم عليه تحديد البنوك الأكثر شهرة)، أما البنوك المتخصصة والمغمورة فقد تم استثنائها من هذه الدراسة لقلة عدد العملاء ولعدم اكتمال بنيتها التحتية في مجال التقنية. وتقدم البنوك خدمة الإنترنت المصرفي لثلاث فئات هي: العملاء الأفراد، والشركات، والجهات الحكومية. وقد اقتصرت الدراسة على المعوقات التي تواجه العملاء الأفراد وأغفلت البقية. كما اقتصرت الدراسة على الخدمات التي تقدمها البنوك عن طريق الإنترنت وتم إغفال المهام الإلكترونية الأخرى مثل الهاتف المصرفي والصرفات الإلكترونية.

نتائج الدراسة الميدانية

يعرض هذا الجزء النتائج التي توصلت إليها الدراسة بشأن اختبار صحة الفروض.

نتائج اختبار صحة الفرض الأول

والذي ينص على "تمثل المعوقات التشغيلية أهم المعوقات التي تواجه عملاء البنوك عند تعاملهم مع الإنترنت المصرفي" وقد تطلب اختبار صحة الفرض تطبيق اختبار التحليل العاملي "Factor Analysis" حيث أعطى عاملاً واحداً فسر 64% في التباين الكلي، ويلخص الجدول رقم (3) النتائج التي تم التوصل إليها.

جدول رقم (3): نتائج التحليل العاملي لمجموعة المعوقات

المعوقات	التشبع على العامل العام	الاشتراكات
البنية التحتية	0.802	0.643
القانونية	0.795	0.632
الأمنية	0.754	0.569
الإدراكية	0.818	0.669
التشغيلية	0.842	0.710

يتضح من الجدول رقم (3) أن أكثر المعوقات التي تواجه عملاء البنوك عند استخدام الإنترنت المصرفي هي العوائق التشغيلية وتشمل ما يلي:

- صعوبة استخدام الإنترنت المصرفي.
- ضعف الثقة في الإنترنت المصرفي.
- بطء تنفيذ العمليات البنكية.
- تأخر نظام الإنترنت المصرفي في الإجابة عن استفسارات العملاء.

أثبتت الدراسة أن العملاء لا يزالون يعانون من صعوبة استخدام الإنترنت المصرفي إما لخوفهم منه أو لجهلهم به، ورغم أنه يلاحظ أن استخدام الإنترنت المصرفي غير معقد إلا أن جزءاً من عينة البحث كانت ضمن الذين لا يستخدمونه ويظهر أنهم يشعرون بالخوف من التعامل مع الإنترنت المصرفي لجهلهم باستخدامه. كما أن النظام المصرفي لم يكتسب بعد درجة ثقة معقولة من قبل العملاء وقد يكون السبب في ذلك الأخبار التي تتناقلها وسائل الإعلام من وقت لآخر عن بعض الاختراقات والاختلاسات التي يحدثها بعض قرصنة الشبكة لمواقع الإنترنت المصرفي لبعض البنوك المحلية والعالمية. كما أن الإنترنت المصرفي يأخذ وقتاً طويلاً عند تنفيذ العمليات البنكية وعند الإجابة على استفسارات العملاء.

وقد أتت العوائق الإدراكية في المرتبة الثانية والتي تشمل ما يلي:

- انخفاض إدراك القيادات المصرفية بمفهوم وأهمية الإنترنت المصرفي.
- انخفاض دور البنك في تقديم خدمات تشجع العملاء على استخدام الإنترنت المصرفي.
- انخفاض إدراك العملاء بمفهوم وأهمية الإنترنت المصرفي.

وأثبتت الدراسة أن إدراك كل من القيادات المصرفية والعملاء بأهمية الإنترنت المصرفي منخفضة ونتيجة لهذا فإن البنوك لا تشجع العملاء على استخدام الإنترنت المصرفي وهناك أسباب عدة تظهر للباحث منها: أن الخدمات التي يقدمها الإنترنت المصرفي لا تتعدى التحويل، وتسديد الفواتير، وبعض الخدمات

الجانبية والتي قد يقوم بها الهاتف المصري بينما الوظائف البنكية الأساسية كالإيداع والسحب ونحوهما لا يمكن إجراؤها عبر الإنترنت مما يجعل هذه الخدمة غير مهمة للعملاء وللقيادات المصرفية. ويأتي في المرتبة الثالثة معوقات البنية التحتية يليها المعوقات القانونية فالعوائق الأمنية.

وهذه النتائج تتفق مع الدراسة التي قام بها الحريري (2008) عن المعوقات التي تواجه العملاء اليمينيين عند استخدام الإنترنت المصري، فقد بينت دراسة الحريري أن أبرز المعوقات ما يلي:

- تخوف عملاء البنوك من ضعف إجراءات حماية بياناتهم وتعاملاتهم على شبكة الإنترنت.
- ضعف البنية التحتية لتطبيق الإنترنت المصري على مستوى الدولة والبنوك.
- غياب العديد من النظم والقوانين والتشريعات المنظمة للأعمال الإلكترونية.
- قصور في وعي وإدراك القيادات المصرفية بأهمية استخدام الإنترنت المصري.
- قصور في وعي وإدراك عملاء البنوك بأهمية واستخدام الإنترنت المصري.

وقد يكون تشابه النتائج بسبب تشابه البيئة المصرفية والثقافية في كل من السعودية واليمن.

إلا أن نتائج هذه الدراسة تختلف عن دراسة (Leelapongprasut et al., 2005) التي اهتمت بترتيب أهمية المعايير المستخدمة في تقييم خدمات بنوك الإنترنت في تايلاند حيث وجد أن البعد الأكثر أهمية هو الوثوقية ومدى الانتفاع من الخدمة بالإضافة إلى المتانة والقوة وكانت المعايير الأقل أهمية هي درجة الفهم والإدراك للخدمة وقد يكون سبب الاختلاف ناتجاً عن اختلاف بيئة العمل المصري بين كل من تايلاند والسعودية. وفي ضوء التحليل السابق لنتائج الفرض الأول من فروض الدراسة فإنه يمكن القول بقبول صحة هذا الفرض والذي ينص على "تمثل العوائق التشغيلية أهم العوائق التي تواجه عملاء البنوك عند تعاملهم مع الإنترنت المصري".

نتائج اختبار صحة الفرض الثاني

والذي ينص على أنه "لا يوجد اختلاف له دلالة إحصائية في تقدير أهمية المعوقات التي تواجه عملاء البنوك عند استخدام الإنترنت المصري بين فئة المستخدمين للإنترنت المصري وفئة غير المستخدمين" وقد تطلب اختبار صحة الفرض تطبيق اختبار الت مستقل "independent t-test"، ويلخص الجدول رقم (4) النتائج التي تم التوصل إليها.

جدول رقم (4): نتائج "independent t-test" لمعرفة تقدير أهمية المعوقات وفقاً للاستخدام

المعوقات	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	نتائج الاختبار		
					قيمة ت	مستوى المعنوية	النتيجة
التهئية	المستخدمون	165	13.17	4.54	2.12	0.35	غير معنوي
	غير المستخدمين	37	14.89	4.00			
القانونية	المستخدمون	165	11.30	3.70	2.48	0.014	معنوي
	غير المستخدمين	37	12.97	3.57			
الأمنية	المستخدمون	165	11.93	3.92	0.85	0.39	غير معنوي
	غير المستخدمين	37	12.54	3.92			

تابع جدول رقم (4):

نتائج الاختبار			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المجموعات	المعوقات
النتيجة	مستوى المعنوية	قيمة ت					
معنوي	0.504	0.67	4.64	11.81	165	المستخدمون	التشغيلية
			3.25	12.35	37	غير المستخدمين	
غير معنوي	0.81	0.24	3.31	10.00	165	المستخدمون	الإدراكية
			2.88	9.86	37	غير المستخدمين	

يتضح من الجدول رقم (4) وجود فروق في تقدير درجة الأهمية للمعوقات القانونية ترجع إلى خاصية استخدام خدمة الإنترنت المصرفي المقدم من البنوك بينما لا توجد فروق في بقية الجوانب (التحتية، الأمنية، التشغيلية، الإدراكية). لذا يمكن القول إجمالاً بعدم وجود فروق بين عينة البحث وفقاً لخاصية الاستخدام. وبناءً على ذلك وفي ضوء التحليل السابق فإن النتائج تؤكد صحة الفرض الثاني الذي ينص على "لا يوجد اختلاف له دلالة إحصائية في تقدير أهمية المعوقات التي تواجه عملاء البنوك عند استخدام الإنترنت المصرفي بين فئة المستخدمين للإنترنت المصرفي وفئة غير المستخدمين".

نتائج اختبار صحة الفرض الثالث

والذي ينص على "تختلف درجة تقدير أهمية معوقات تطبيق الإنترنت المصرفي لدى عينة البحث باختلاف البنك الذي يتعاملون معه" وقد تطلب اختبار صحة هذا الفرض تطبيق اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه (ANOVA). ويوضح الجدول رقم (5) نتائج التحليل.

جدول رقم (5): نتائج تحليل التباين (ANOVA) لمعرفة تقدير أهمية المعوقات وفقاً للبنك

نتائج الاختبار			متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المعوقات
النتيجة	مستوى المعنوية	قيمة ف					
معنوي	0.000	5.42	98.40	5	492.00	بين المجموعات	التحتية
			18.155	196	3558.47	داخل المجموعات	
معنوي	0.000	7,07	85.19	5	425.97	بين المجموعات	القانونية
			12.05	196	2361.90	داخل المجموعات	
معنوي	0.000	5,28	73,65	5	368.28	بين المجموعات	الأمنية
			13.93	196	2730.31	داخل المجموعات	
معنوي	0.000	9,31	150.18	5	753.87	بين المجموعات	التشغيلية
			16.18	196	3172.52	داخل المجموعات	
معنوي	0.000	6.11	56.69	5	283.44	بين المجموعات	إدراكية
			9.26	196	1816.47	داخل المجموعات	
معنوي	0.000	10.44	2138.21	5	10591.08	بين المجموعات	إجمالي أبعاد المقياس
			204.76	196	40134.60	داخل المجموعات	

يتضح من الجدول رقم (5) أن هناك اختلافاً بين متوسط المربعات للمجموعات الرئيسية للمعوقات التي تحول دون استخدام الإنترنت المصري من وجهة نظر العملاء وفقاً للبنك حيث أتى متوسط المربعات للمعوقات التشغيلية في المرتبة الأولى (150.77) يليها معوقات البنية التحتية بمتوسط (98.40) ثم متوسط المعوقات القانونية بمتوسط (85.19) ويأتي في المرتبة الرابعة والخامسة كل من المعوقات الأمنية والمعوقات الإدراكية (73.65) و(56.69) على التوالي. ويتضح أيضاً أن قيم "ف" المحسوبة لكل مجموعة رئيسية من المعوقات على حدة جاءت معنوية (0.000) كما ظهر إجمالي المقياس لجميع المعوقات معنوياً أيضاً (0.000) انظر الجدول رقم (4).

وتتفق هذه النتيجة مع النتيجة التي توصل إليها (Leelapongprasut et al., 2005) عندما قام بتعرف جودة الخدمات المقدمة عبر بنوك الإنترنت في تايلاند ومقارنتها بمعايير الجودة لـ "دافيد غارفن" حيث توصل إلى أن هناك اختلافاً بين درجة جودة تقديم الخدمة بين البنوك التايلاندية.

وبما أن تحليلات التباين الأحادي (ANOVA) أظهرت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين البنوك بخصوص مجموعة المعوقات التي تواجه العملاء عند استخدام الإنترنت المصري عند مستوى معنوية 0.01 (99% بالتأكيد) وعلى نطاق جميع مجموعة المعوقات (البنية التحتية، المعوقات القانونية، المعوقات الأمنية، المعوقات التشغيلية، المعوقات الإدراكية). ولمعرفة اتجاه الفروق في المتوسطات لجأ الباحث إلى استخدام المقارنة البعدية "Scheffe Post Hock" والتي أظهرت النتائج التالية - انظر جدول رقم (6).

جدول رقم (6): المقارنة البعدية لـ "Scheffe Post Hock"

المعوقات	البنوك	بنك الراجحي	سامبا	المتوسط الأكبر
البنية التحتية	البنك الأهلي	*3.84	*3.85	البنك الأهلي
	بنك الرياض	*3.61	-	بنك الرياض
القانونية	البنك الأهلي	*2.81	*4.59	البنك الأهلي
	بنك الرياض	-	*3.55	بنك الرياض
	بنك البلاد	-	*3.31	بنك البلاد
الأمنية	البنك الأهلي	*2.98	*4.42	البنك الأهلي
التشغيلية	البنك الأهلي	*5.07	*5.64	البنك الأهلي
	بنك الرياض	-	*3.63	بنك الرياض
الإدراكية	البنك الأهلي	*2.58	*3.57	البنك الأهلي
	بنك الرياض	-	*2.80	بنك الرياض
الدرجة الكلية	البنك الأهلي	*17,28	-	البنك الأهلي
	بنك الرياض	*11,44	-	بنك الرياض

ويمكن تلخيص بعض الاستنتاجات من الجدول رقم (6) كما يلي:

مجموعة معوقات البنية التحتية

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي البنك الأهلي وبنك الراجحي بفارق (3.84) وبين البنك الأهلي وسامبا بفارق (3.85) وكان الفرق في كلتا الحالتين لصالح البنك الأهلي، كما بين الجدول أن هناك فروقاً في متوسطات مجموعة معوقات البنية التحتية بين متوسط بنك الرياض وبنك الراجحي بفارق (3.61) وكانت الفروق لصالح بنك الرياض.

مجموعة المعوقات القانونية

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط البنك الأهلي من جانب ومتوسط كل من بنك الراجحي بفارق (2.81) وبين بنك سامبا بفارق (4.59) وكان الفرق لصالح البنك الأهلي، وبين بنك الرياض وسامبا بفارق (3.31) وكان الفرق لصالح بنك البلاد.

مجموعة المعوقات الأمنية

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط البنك الأهلي من جانب ومتوسط بنك الراجحي بفارق (2.98) وبنك سامبا بفارق (4.42) وكان الفرق لصالح البنك الأهلي.

مجموعة المعوقات التشغيلية

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط البنك الأهلي من جانب ومتوسط بنك الراجحي بفارق (5.07) وبنك سامبا بفارق (5.64) وكان الفرق لصالح البنك الأهلي، وبين متوسط بنك الرياض وسامبا بفارق (3.63) وكان الفرق لصالح بنك الرياض.

مجموعة المعوقات الإدراكية

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط البنك الأهلي من جانب ومتوسط كل من بنك الراجحي بفارق (2.58) وبنك سامبا بفارق (3.57) وكان الفرق لصالح البنك الأهلي، وهناك فروق أيضاً في نفس المجال بين متوسط بنك الرياض وسامبا بفارق (2,80) وكان الفرق لصالح بنك الرياض.

وفي مجال الدرجة الكلية وبشكل عام فإنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط البنك الأهلي وبنك الراجحي بفارق (17.28) وكان الفرق لصالح البنك الأهلي، وبين متوسط بنك الرياض وبنك الراجحي بفارق (11.44) وكان الفرق لصالح بنك الرياض.

ويعزو الباحث درجات الفروق في المعوقات لصالح البنك الأهلي وبنك الرياض دائماً وبنك البلاد أحياناً مقارنة ببقية البنوك إلى عدة أسباب من أهمها: أن عملاء هذه البنوك يرون أن هناك بدائل أكثر جودة من الإنترنت المصري كالهاتف المصري مثلاً. أما عملاء بنك البلاد فقد لا يهتمهم كثيراً الإنترنت المصري بقدر ما يهتمون بتوجه البنك. كما أن بنك البلاد من أحدث البنوك السعودية ولم تكتمل بنيته التحتية لتقديم خدمة الإنترنت المصري للعملاء.

بناء على ذلك وفي ضوء التحليل السابق فإن النتائج تؤكد صحة الفرض الثالث الذي ينص على "تختلف درجة تقدير أهمية معوقات تطبيق الإنترنت المصري لدى عينة البحث باختلاف البنك الذي يتعاملون معه".

ثالثا: ملخص النتائج والتوصيات

1. ملخص النتائج

بينت الدراسة أن أكثر المعوقات التي تواجه عملاء البنوك عند استخدام الإنترنت المصري هي العوائق التشغيلية وتشمل: صعوبة استخدام النظام المصري عبر الإنترنت، وضعف الثقة في النظام المصري عبر الإنترنت، وبطء تنفيذ العمليات البنكية، وتأخر نظام الإنترنت المصري في الإجابة عن استفسارات العملاء. وأتت العوائق الإدراكية في المرتبة الثانية وتشمل: انخفاض إدراك القيادات المصرفية بمفهوم وأهمية الإنترنت المصري، وانخفاض دور البنك في تقديم خدمات تشجع العملاء على استخدام النظام المصري عبر الإنترنت، وانخفاض إدراك العملاء بمفهوم وأهمية الإنترنت المصري. ويأتي في المرتبة الثالثة عوائق البنية التحتية يليها العوائق القانونية فالعوائق الأمنية.

بينت الدراسة وجود فروق في تقدير درجة الأهمية للمعوقات القانونية ترجع إلى خاصية استخدام خدمة الإنترنت المصري المقدم من البنوك بينما لا توجد فروق في بقية الجوانب (التحتية، الأمنية، التشغيلية، الإدراكية). لذا يمكن القول إجمالاً بعدم وجود فروق بين عينة البحث وفقاً لخاصية الاستخدام.

بينت الدراسة أن هناك اختلافاً بين متوسط المربعات للمجموعات الرئيسية للمعوقات التي تحول دون استخدام الإنترنت المصري من وجهة نظر العملاء باختلاف البنك الذي يتعاملون معه. حيث أتى متوسط المربعات للمعوقات التشغيلية في المرتبة الأولى يليها معوقات البنية التحتية فالمعوقات القانونية ويأتي في المرتبة الرابعة والخامسة كل من المعوقات الأمنية والمعوقات الإدراكية على التوالي.

ولمعرفة اتجاه الفروق في المتوسطات أظهرت الدراسة ما يلي:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي البنك الأهلي وبنك الراجحي وبين البنك الأهلي وسامبا وفقاً لمجموعة معوقات البنية التحتية وكان الفرق في كلتا الحالتين لصالح البنك الأهلي. كما ظهرت فروق في متوسطات مجموعة معوقات البنية التحتية بين متوسط بنك الرياض وبنك الراجحي لصالح بنك الرياض.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط البنك الأهلي من جانب ومتوسط كل من بنك الراجحي وبين بنك سامبا من جانب وفقاً لمجموعة المعوقات القانونية وأن الفرق لصالح البنك الأهلي، وبين بنك الرياض وسامبا والفرق لصالح الرياض وكذلك بين بنك البلاد وسامبا والفرق لصالح بنك البلاد.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط البنك الأهلي من جانب ومتوسط بنك الراجحي وبنك سامبا وفقاً لمجموعة المعوقات الأمنية وكان الفرق لصالح البنك الأهلي.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط البنك الأهلي من جانب ومتوسط بنك الراجحي وبنك سامبا وفقاً لمجموعة المعوقات التشغيلية وكان الفرق لصالح البنك الأهلي، وبين متوسط بنك الرياض وسامبا وكان الفرق لصالح بنك الرياض.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط البنك الأهلي من جانب ومتوسط كل من بنك الراجحي وبنك سامبا وفقا لمجموعة المعوقات الإدراكية وكان الفرق لصالح البنك الأهلي، وهناك فروق أيضا في نفس المجال بين متوسط بنك الرياض وسامبا وكانت الفروق لصالح بنك الرياض. وفي مجال الدرجة الكلية وبشكل عام فإنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط البنك الأهلي وبنك الراجحي وكانت الفروق لصالح البنك الأهلي، وبين متوسط بنك الرياض وبنك الراجحي وكانت الفروق لصالح بنك الرياض.

2. التوصيات

من خلال استعراض نتائج الدراسة يمكن وضع عدد من التوصيات التي يمكن أن يستفيد منها المسؤولون في البنوك التجارية السعودية ويمكن تعميمها على البنوك الأخرى التي لم تدخل في الدراسة، وكذلك البنوك في الدول العربية خصوصا دول مجلس التعاون للتشابه بين الأسواق المحلية والعربية. وهي كما يلي:

- العمل على وضع آلية لتذليل الصعوبات التي تواجه عملاء البنوك عند رغبتهم في استخدام الإنترنت المصرفي ولدفع العملاء المترددين والمحجمين إلى الاستفادة من هذه التقنية وذلك من خلال ما يلي:
- إصدار قرار من مؤسسة النقد العربي السعودي يهدف إلى ضمان حقوق العملاء عند التعامل بالإنترنت المصرفي لثبات الثقة وتحفيز العملاء على التعامل مع هذه التقنية ولا يسمح لأي بنك بتقديم خدماته المالية إلا بعد حصوله على موافقة من مؤسسة النقد ويقوم البنك بإيداع مبلغ احتياطي عند مؤسسة النقد لمواجهة أي اختلاسات أو عبث من قبل القراصنة. فقد بينت الدراسة أن أكثر المعوقات التي تواجه عملاء البنوك عند استخدام الإنترنت المصرفي هي المعوقات التشغيلية ومن أبرزها ضعف الثقة في نظام الإنترنت المصرفي.
- زيادة وعي وإدراك القيادات المصرفية والعملاء على حد سواء بمفهوم وأهمية الإنترنت المصرفي وكيفية الاستفادة منه ومعرفة أخلاقيات التعامل بهذه الخدمة عن طريق إقامة ورش عمل ودورات في الغرف التجارية ودعوة المتخصصين لها. فقد أثبتت الدراسة أن مجموعة المعوقات الإدراكية أتت في المرتبة الثانية.
- أتت معوقات البنية التحتية في المرتبة الثالثة لذا يرى الباحث تقوية البنية التحتية لاستخدام الإنترنت المصرفي وهذا يتطلب تعاون عدة جهات منها البنوك التجارية، والاتصالات السعودية، وشركات الاتصالات الأخرى مثل موبايلي وزين.
- على البنوك أن تقوم بتدريب موظفيها على كيفية التعامل مع هذه التقنية.
- نشر البيانات والمعلومات عن طريقة تعامل البنوك في مجال الإنترنت المصرفي كي تتضح للعميل هذه الآلية فعدم الوضوح يؤدي إلى إحجام وتردد كثير من العملاء عن التعامل بهذه الخدمة.
- بينت الدراسة أن عملاء كل من البنك الأهلي وبنك الرياض وبنك البلاد يواجهون المعوقات أكثر من

- بقية البنوك الأخرى لذا يجب على هذه البنوك أن تقوم بمسح شامل لعملائها للتأكد من درجة أهمية هذه المعوقات بالنسبة لهم فقد تكون خدمة الإنترنت المصري مقدمة بشكل جيد ولكن عملاءها غير مدركين بوجودها أو بأهميتها.
- ضرورة مشاركة خبراء تسويق في تصميم مواقع الإنترنت الخاصة بالمصارف؛ ليضعوا أساليب إعلانية ودعائية تجذب العملاء وتوعيتهم حول كيفية استخدام الشبكات والتقنيات الحديثة من أجل الاستفادة من الخدمات المصرفية.
- وضع خطط عمل مناسبة لتطبيق أنشطة عمل البنك الإلكتروني وضمان التطوير والاستمرار في التقييم والبحث مع التطورات السريعة في قطاع البنوك الإلكترونية بشكل عام وفي مقدمتها الخدمات المصرفية عبر الإنترنت.
- تهيئة بيئة اقتصادية مبنية على أسس اقتصاد المعرفة بكل ملامحه المعلوماتية والمعرفية ليتسنى الاستفادة من الخدمات الإلكترونية بشكل عام وخاصة خدمات الإنترنت المصري.
- إصدار القوانين والتشريعات التي تنظم عمل الخدمات الإلكترونية والصيرفة الإلكترونية لاعتماد وسائل الدفع الإلكترونية والاستفادة من المزايا التي توفرها للمتعاملين فيها.
- ضرورة نشر الوعي التكنولوجي بين موظفي المؤسسات المصرفية مع وضع استراتيجية خاصة وواضحة للمعاملات الإلكترونية المصرفية ومنها خدمة الإنترنت المصري.
- ضرورة تطوير الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك خصوصاً من الناحية الأمنية حتى تزداد ثقة العملاء بخدمة الإنترنت المصري.
- عقد المؤتمرات والندوات حول هذا الموضوع حتى تستفيد البنوك والمؤسسات الأخرى ذات العلاقة من نتائج الدراسات لتطوير خدماتها في مجال الإنترنت المصري للبعد عن الارتجالية والعشوائية في التطبيق.
- لا زالت الأبحاث في مجال "الإنترنت المصري" محدودة ولم تحظ بالاهتمام اللازم فغالبية الأبحاث تركز على التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني إلا أن الأبحاث في مجال الإنترنت المصري قليلة لذا يجب إجراء مزيد من الدراسة في هذا المجال.

أفكار لبحوث مستقبلية

- يقترح أن تتطرق الدراسات اللاحقة إلى أخذ آراء مديري البنوك السعودية عن المعوقات التي تواجههم عند التعامل بهذه التقنية.
- إجراء مزيد من الدراسات على العملاء لمعرفة الأسباب أو الدوافع التي دفعتهم نحو استخدام تقنية الإنترنت المصري ومعرفة الأسباب وراء إحجامهم عن استخدامها والعمل على تذليل الصعاب.
- اقتصر هذه الدراسة على المعوقات التي تواجه العملاء الأفراد. لذا يمكن للدراسات اللاحقة التطرق للمعوقات التي تواجه الشركات والجهات الحكومية التي تتعامل مع الإنترنت المصري.

المراجع

البارودي، شيرين بدري. 2005. دور اقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات الإلكترونية دراسة تحليلية عن البنوك الإلكترونية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الخامس "اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية"، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة الأردنية، تاريخ الاسترجاع 1432/1/7هـ. على الرابط الإلكتروني:-

<https://www.google.com.sa/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjgm8f-opPNAhVHbxQKHdJ4BwsQFggBMAA&url=http%3A%2F%2Fiepedia.com%2Ffarab%2Fwp-content%2Fuploads%2F2010%2F03%2F%25D8%25AF%25D9%2588%25D8%25B1-%25D8%25A7%25D9%2582%25D8%25AA%25D8%25B5%25D8%25A7%25D8%25AF-%25D8%25A7%25D9%2584%25D9%2585%25D8%25B9%25D8%25B1%25D9%2581%25D8%25A9-%25D9%2581%25D9%258A-%25D8%25AA%25D8%25B7%25D9%2588%25D9%258A%25D8%25B1-%25D8%25A7%25D9%2584%25D8%25AE%25D8%25AF%25D9%2585%25D8%25A7%25D8%25AA-%25D8%25A7%25D9%2584%25D8%25A7%25D9%2584%25D9%2583%25D8%25AA%25D8%25B1%25D9%2588%25D9%2586%25D9%258A%25D8%25A9-%25D8%25B4%25D8%25B1%25D9%258A%25D9%2586-%25D8%25A8%25D8%25AF%25D8%25B1%25D9%258A.doc&usg=AFQjCNFwFLDOQBuqacrxyDwtVqcjrLXopg&sig2=v7FktXah859lXoqjwmxm2Tw>

بن شهرة، شول؛ ومدوخ، ماجدة. 2005. الصيرفة الإلكترونية ماهيتها مخاطرها حمايتها، بحث مقدم إلى ملتقى "المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة منافسة مخاطر تقنيات"، جامعة جيجل- الجزائر، 6-7 يونيو 2005، ص15، تاريخ الاسترجاع 1432/1/7هـ. على الرابط الإلكتروني:-

<http://elbassair.net/Centre%20de%20t%20C3%A9%20A9chargement/maktaba/%D8%B1%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84%20%D9%85%D8%A7%D8%AC%D9%8A%D8%B3%D8%A%D8%B1/s%20C3%A9minaire/djidel2005/6.doc>

توفيق، محمد شريف. 2004. أثر التجارة الإلكترونية على تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية دراسة اختبارية على تشغيل القطاع المصرفي المصري لوسائل دفع النقود الإلكترونية، تاريخ الاسترجاع 1432/1/13هـ. على الرابط الإلكتروني:-

<http://www.tahasoft.com/books/029.pdf>

الجنبيهي، منير؛ والجنبيهي، ممدوح. 2005. البنوك الإلكترونية، بدون رقم الطبعة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر.

الحريري، خالد حسن. 2008. البنوك اليمنية وتبني الإنترنت المصرفي، تاريخ الاسترجاع 1432/1/13هـ. على الرابط الإلكتروني:-

<http://www.algomhoriah.net/newweekarticle.php?sid=54270>

حسين، رحيم؛ ومعراج، هوارى. 2004. الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، بحث مقدم إلى ملتقى "المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي واقع وتحديات"، جامعة حسبية بن بوعلوي، الشلف، الجزائر، 14-15، ديسمبر، ص 317، تاريخ الاسترجاع 1432/1/7هـ. على الرابط الإلكتروني:-

<http://iefpedia.com/arab/wp-content/uploads/2010/04/%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%8A%D8%B1%D9%81%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D9%83%D9%85%D8%AF%D8%AE%D9%84-%D9%84%D8%B9%D8%B5%D8%B1%D9%86%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B5%D8%A7%D8%B1%D9%81-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%B1%D8%AD%D9%8A%D9%85-%D8%AD%D8%B3%D9%8A%D9%86.pdf>

الدناني، عبد الملك ردمان. 2001. الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، بدون رقم الطبعة، دار الراتب الجامعية، بيروت، لبنان.

صالح، مفتاح وفريدة، معاريف. 2007. البنوك الإلكترونية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الخامس بعنوان "نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية إلكترونية"، جامعة فيلادلفيا، كلية العلوم الإدارية والمالية، عمان، الأردن، تاريخ الاسترجاع 1432/1/7هـ. على الرابط الإلكتروني:-

https://www.google.com.sa/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjg9_fMp5PNAhUHORQKHxVwDDYQFggBMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.kantakji.com%2Fmedia%2F1347%2Fc218.doc&usg=AFQjCNFhrwqiaSIh8I3W2Tbbd2Jcoh-0sw&sig2=1Q_i89IC70J3LYZnhFEIxA

عبد الخالق، السيد أحمد. 2002. الجديد من أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية "الجزء الثاني"، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان.

قابوسة، علي. 2009. المصارف الإلكترونية الفرص والتحديات حالة الجزائر، المؤتمر العلمي المغربي الأول حول المعلوماتية والقانون، المنعقد في الفترة من 28 إلى 29 أكتوبر 2009، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس، ليبيا، تاريخ الاسترجاع 1432/1/7هـ. على الرابط الإلكتروني:-

<https://www.google.com.sa/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjZ2ryUqJPNahVGORQKHTOPCC4QFggBMAA&url=http%3A%2F%2Fiefpedia.com%2Farab%2Fwp-content%2Fuploads%2F2010%2F04%2F%25D8%25A7%25D9%2584%25D9%2585%25D8%25B5%25D8%25A7%25D8%25B1%25D9%2581-%25D8%25A7%25D9%2584%25D8%25A7%25D9%2584%25D9%2583%25D8%25AA%25D8%25B1%25D9%2588%25D9%2586%25D9%258A%25D8%25A9-%25D8%25A7%25D9%2584%25D9%2581%25D8%25B1%25D8%25B5-%25D9%2588%25D8%25A7%25D9%2584%25D8%25AA%25D8%25AD%25D8%25AF%25D9%258A%25D8%25A7%25D8%25AA-%25D8%25AD%25D8%25A7%25D9%2584%25D8%25A9-%25D8%25A7%25D9%2584%25D8%25AC%25D8%25B2%25D8%25A7%25D8%25A6%25D8%25B1-%25D8%25B9%25D9%2584%25D9%258A-%25D9%2582%25D8%25A7%25D8%25A8%25D9%2588%25D8%25B3%25D8%25A9.doc&usg=AFQjCNFgYItVEITPS4qWRn9g3qDgvs78Eg&sig2=H7aQ5UA8gE3GJMeMTi5oVA>

متري، موسى خليل. 2002. القواعد القانونية الناظمة للصيرفة الإلكترونية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي الثاني لكلية الحقوق "الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية"، كلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، لبنان، بين 26 و 28 أبريل 2001، ج (1)، ص 260.

- منسي، شريف. 2001. مشاكل وتحديات التجارة الإلكترونية بمصر، بدون رقم الطبعة، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء، القاهرة، مصر.
- وادي، رشدي عبداللطيف. 2008. أهمية ومزايا البنوك الإلكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات انتشارها، مجلة الجامعة الإسلامية، سلسلة الدراسات الإنسانية، المجلد السادس عشر، العدد الثاني، ص ص 855-893.
- Albadvi, A., and Gharaee, R. 2009. Drivers and barriers of E-banking adoption: Case of Karafarin Bank. Third International Conference. Cancun. 1-7 Feb. 2009. 235-240. DOI 10.1109/ICDS.2009.34.
- Jain, A., Hong, L., and Pankanti, S. 2000. Biometric identification. Association for Computing Machinery. Communications of the ACM. 43(2): 90-98 .
- Katyak, N. K. 2001. Criminal law in cyberspace. University of Pennsylvania Law Review. 149(4): 1003-1114.
- Khanfar, A. K., Rashed, A. Abdallah, Elzamly, M. abed Elrafe, Elmasri, A. Abed Elbaset. 2006. Customer satisfaction with internet banking web Site (Case study on the Arab Bank). The Arab Academy for Banking and Financial Sciences, Jordan.
- Leelapongprasut, P., Praneetpolgrang, P., and Paopoun, N. 2005. A quality study of internet banking in Thailand. Proceedings of the Fourth International Conference on eBusiness, November 19-20, 2005, Bangkok, Thailand. 6.1-6.5.
- Qiu, Xiao Ling. 2008. Chinese customers' banking habits and E-banking barriers. International Journal of Business and Management. 3(2): 2-9 .
- Shah, M., Mohsin, M., Mohmood, Z., and Aziz, R. 2009. Organisational barriers in offering E-Banking. Journal of Electronic Commerce in Organizations, JECO. 7(2) :67-82.
- Turner, M., and Callaghan, D. 2006. Is shopping online now risk free for UK consumers? Computer Law and Security Report. 22(4): 333-337.
- Yang, Y. 1997. The security of electronic banking. Presented at the National Information Systems Security Conference Baltimore, MD, 7-10 October 1997. Pp: 41-52. Accessed from: <http://csrc.nist.gov/nissc/1997/proceedings/041.pdf>. Access date 13/1/1432H.
- Zivko I. 2006. Barriers in using e-banking in payment system of Bosnia and Herzegovina and other transitional countries. In: Katalinic, B. (Ed.). DAAAM International Scientific Book 2006. DAAAM International. Vienna, Austria. Accessed on 13/1/1432 H. from: http://www.google.com.sa/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKewiX25HO1cbJAhVBoxoKHcDXBwAQFggcMAA&url=http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.2507%2Fdaaam.scibook.2006.53&usg=AFQjCNHXkPi1C2cg9fBSqLT_Kj1IHQsAw

Internet Banking using Obstacles A Field Study

Saeed Ali Al-Oddadi

College of Business Administration and Finance
King Khalid University, Saudi Arabia

ABSTRACT

The overall objective of the research is to determine the constraints facing banks' customers that prevent the use of online banking in their bank transactions. A questionnaire was prepared consisting of 20 sections representing the obstacles facing the customers using online banking in addition to demographic data. The population consisted of all individuals can deal with technology, have financial assists, and legal ability to deal with Saudi commercial banks.

The study showed that the main constraints facing banks' customers who use Internet banking are operational constraints, followed by cognitive constraints. Infrastructure constraints came third while legal security where the last ones. The study also demonstrated the lack of differences between the samples according to the use property. In addition, there was a difference between the averages of squares for the major groups of constraints according to customers view.

There are a number of recommendations including the development of a mechanism to overcome the difficulties facing the customers using the Internet banking throughout several mechanisms. These proposed mechanisms include issuing a decree from the Saudi Arabian Monetary Agency to ensure the rights of clients using internet banking to inspire confidence in this technique. In addition, increase the awareness of the banks' leaders and customers regarding the concept and importance of Internet banking. Furthermore, there is a need to strengthen banks' infrastructure and training the employees on this technique. Some banks, such as National Bank, Riyadh Bank, and Al-Belad Bank must improve their online banking services even by drawing the experience from other banks such as Al Rajhi Bank. The final aspect is to develop the banking services, especially security.

Key Words: Information technology, Internet banking, Saudi banks.