



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
الجامعة التقنية الوسطى
الكلية التقنية الإدارية – بغداد

وقائع المؤتمر العلمي التخصصي الرابع للكلية التقنية الإدارية – بغداد

للمدة من

2018 / 11/ 29 -28

تحت شعار

الإبداع الإداري لتحقيق الرؤية المستقبلية لمنظمات الأعمال

المجلد الثاني / رقم الإيداع (642)

البحوث المنشورة محكمة

الفهرست المجلد الثاني

المحور المالي والمصرفي			
ت	عنوان البحث	اسم الباحث	الصفحة
31	دور استخدام استراتيجيات الصيرفة الشاملة في تعزيز المقدرات التنافسية المصرفية/دراسة تطبيقية في المصرف العراقي للتجارة(بابل، كربلاء، النجف)	م.م. قاسم حاجم صاحب السيدة زينب علي حسين	2-27
32	مؤشرات قياس الشمول المالي في العراق	أ.م. د. نغم حسين نعمة السيد احمد نوري حسن	28-54
33	السياسة المالية وتحديات التحول من العجز الى الاستقرار المالي على مستوى الاستدامة المالية في العراق	م. احمد صالح حسن م. علي وهيب عبد الله	55-73
34	رأس المال البشري وعلاقته بالصيرفة الالكترونية في المصارف التجارية العراقية/دراسة تطبيقية في مصرفي الرافدين والرشد فرع الصويرة	م. د. نصير محمد عزال م. كمال عودة فاضل م. م. هالة عايد هادي	74-104
35	The Usage of Automatic Teller Machine (ATM) in Kurdistan Bank-Erbil	Yazen N. Mahmood Anas M. Maarooof	105-112
36	دور صندوق النقد الدولي في ادارة الديون العراقية	أ.م. د. عماد خليل ابراهيم م. د. شيما عبد الستار جبر	113-130
37	تأثير تقلبات سعر الصرف على مؤشر تركيز سوق العراق للأوراق المالية/دراسة تطبيقية في سوق العراق للأوراق المالية	أ.م. د. شذى عبد الحسين جبر السيدة نهران قاسم كرملن	131-152
38	ACOMPARISON STUDY ON PAYTM AND OTHERS ELECTRONIC PAYMEENT STSTEM OF E_WALLET	Dr. Anwar Mustafa PhD. Scholar : Syed Mohd Minhaj	153-160
محور الجودة			
39	اثر الادارة العليا في تطبيق الجودة الشاملة/دراسة تطبيقية لعينة من تدريسي وموظفي جامعة الفلوجة	أ.م. د. خالد عبد الله ابراهيم د. شذى عبود شاكر	162-177
40	متطلبات ادارة الجودة الشاملة للبيئة واثرها في ابعاد التنمية المستدامة/دراسة استطلاعية في عدد من المنظمات الصناعية الصغيرة في محافظة نينوى	أ.د. اكرم احمد الطويل السيد احمد عبد الستار السيدة صفاء موفق نايف	178-200

رأس المال البشري وعلاقته بالصيرفة الالكترونية في المصارف التجارية العراقية
دراسة تطبيقية في مصرفي الرافدين والرشد فرع الصويرة.

**“Human Capital And Its Relationship To Electronic Banking
In Iraqi Commercial Banks Applied Study In Rafidain And
Rasheed Bank -Branch Of Suwaria”**

م. د. نصير محمد عزال م. كمال عودة فاضل م. م. هاله عايد هادي

المعهد التقني الصويرة / الجامعة التقنية الوسطى

المستخلص:

لاتزال المصارف التجارية العراقية عموماً تتعامل ببطء بل هي في مراحلها الأولى في ممارسة الصيرفة الالكترونية والتي يتحتم عليها إدخال التقنيات الحديثة لتطوير أدائها للحصول على أقصى العوائد والأرباح، ولتحقيق رضا الزبائن الحاليين واستقطاب الزبائن المتوقعين، ولزيادة حصتها السوقية وقدرتها على التنافس محلياً وعالمياً. وهذا مما حدا بها أن تهتم بموظفيها وصيانة رأس المال البشري واستثماره بوصفه مصدراً للفكر الخلاق والمعرفة الإبداعية، في تقديم المنتج المصرفي الالكتروني والخدمات التكميلية الأخرى والجودة الوظيفية والفنية في ظل ثورة الاتصالات وتقانة المعلومات والتقدم التكنولوجي وتزايد عمليات التجارة الالكترونية. اعتمد موضوع البحث على المنهج الوصفي التحليلي وفق منهجية علمية، تضمنت بدءاً تحديد مشكلة البحث وأهدافه وأهميته وصياغة فرضياته وبناء نموذج المقترح. يهدف البحث إلى قياس علاقة الارتباط بين مكونات رأس المال البشري وممارسات الصيرفة الالكترونية في المصارف المبحوثة، وماهية متطلباتها وبيان مزاياها وتشخيص معوقاتها. إستدل من نتائج التحليل لبيانات الإستبانة على أهم استنتاجات البحث هي: توجد علاقة ارتباط طردية إيجابية ضعيفة ذات دلالة إحصائية معنوية بين مكونات أنموذج رأس المال البشري وممارسات الصيرفة الالكترونية في المصارف موضوع البحث. وبناءً على ذلك وردت توصيات عديدة أهمها: ضرورة توفير المناخ التنظيمي الملائم لصيانة والمحافظة على رأس المال البشري لترسيخ موضوعية ممارسات الصيرفة الالكترونية من أجل تحقيق أداء مصرفي متميز كفوء وفاعل وإنساني -الاهتمام بإنشاء وحدات تنظيمية تعنى بعمليات الصيرفة الالكترونية ضمن الهيكل

التنظيمي في المصارف المبحوثة يحتاج نجاحها إلى تظافر جهود الإدارات العليا والمصرف المركزي العراقي والجهات المستفيدة الأخرى.

Abstract

The Iraqi commercial banks are still generally deal slowly, but is in the first stages of the exercise of Electronic Banking, which is imperative for the introduction of modern technologies to develop their performance to get maximum returns. And to achieve the satisfaction of existing clients and attracting prospective clients, and to increase their market share and their ability to compete locally and internationally. This is prompting them to pay its employees and maintenance of human capital investment as a source of creative thought and knowledge and creativity, in the provision of Electronic Banking products and services and other complementary functional and technical quality in the communications and information revolution and technological progress and the increasing electronic commerce operations. The subject of the research on the descriptive approach analytical and scientific methodology, which included the identification of the research problem began to formulate objectives and importance of the refraction of the building of the proposed model. The research aims to measure the link between the components of human capital and practices of electronic banking in the banks discussed, and what its requirements and the statement of its advantages and diagnosing their of obstacles. Seen from the results of the analysis of the most important conclusions of the questionnaire Data search: there is a correlation myth statistically significant weak positive moral between the components of the model of human capital and practices of electronic banking in the banks in question. Accordingly, received several recommendations, the most important: the need to provide the appropriate organizational climate to maintain and preserve the human capital to establish objective electronic banking practices to achieve efficient and effective performance of the privileged banking humane. Attention to the establishment of the organizational units within the revised draft electronic banking operations and organizational structure in banks discussed needs success to joining together the efforts of the departments and the Iraqi central bank and other stakeholder.

المقدمة:

ماضياً كانت المصارف التي تمتلك رأس مال ملموس كبير وموارد طبيعية نادرة وموقع استراتيجي وتنافسي يكتب لها النجاح والريادة. أما في عالم اليوم أساس تفوق وتميز المصارف المعاصرة هي بامتلاكها رأس مال بشري معرفي خبير ومهاري وابتكاري ورؤية مستقبلية، يعد من الموجودات غير المادية وغير الملموسة لا يمكن قياسه مادياً . ويهدف البحث إلى تسليط الضوء على ماهية أنموذج رأس المال البشري وعلى ممارسات الصيرفة الالكترونية ومتطلباتها واستعراض مزاياها وتشخيص معوقاتها . وللكشف عن وجود علاقة راس المال البشري ومكوناته المتمثلة بـ

(المعرفة - الخبرة - المهارة - الابتكار والإبداع - العلاقات الإنسانية)، وممارسات الصيرفة الالكترونية.

لذا أصبح المورد البشري اليوم مورداً ثميناً وعنصراً أساسياً ومحركاً لباقي عناصر ومستلزمات العملية الإنتاجية المصرفية الأخرى إلكترونياً في عصر اقتصاد المعرفة. وتحقيقاً لما تقدم، تم تقسيم هيكلية البحث إلى ثلاثة مباحث: الأول إطار عام للبحث تضمن منهجية البحث وعناصرها والبحوث السابقة ومساهماتها. أما الإطار النظري للبحث من حصة المبحث الثاني محتوياً دراسة مجالات رأس المال البشري وطبيعة الصيرفة الالكترونية. في حين اختص الإطار العملي للبحث بعرض نتائج البحث وتحليلها من خلال اجابات موظفي المصارف المبحوثة على عبارات الاستبانة التي كشفت حالات إتفاق وعدمها والمحايدة وأهميتها في ضوء الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية. وقياس معاملات الارتباط بين متغيرات البحث الرئيسة واختبار الفرضيات وأخيراً تم وضع الاستنتاجات والتوصيات في المبحث الرابع خاتمة: أهم الاستنتاجات: وجود علاقة ارتباط طردية بمستوى ضعيف لم تكن بمستوى الطموح بين رأس المال البشري المتمثلة بـ (المعرفة - الخبرة - المهارة - الابتكار والإبداع - العلاقات الإنسانية)، وممارسات الصيرفة الالكترونية في مصرفي الرافدين والرشد فرع الصويرة أهم التوصيات: الاهتمام بإنشاء وحدات تنظيمية تعنى بعمليات الصيرفة الالكترونية محلياً وعالمياً ضمن الهيكل التنظيمي لإدارة التسويق المصرفي مع تقديم الدعم الكامل من قبل جميع المستويات المعنية بتوافر متطلبات ومستلزمات التطبيق الناجع فضلاً عن زيادة وعي الزبائن الخارجيين والداخليين وتنمية ثقافتهم لنجاح عمليات الصيرفة الالكترونية في بيئة المصارف التجارية العراقية عموماً والمصارف محل البحث بشكل خاص.

المبحث الأول: منهجية البحث

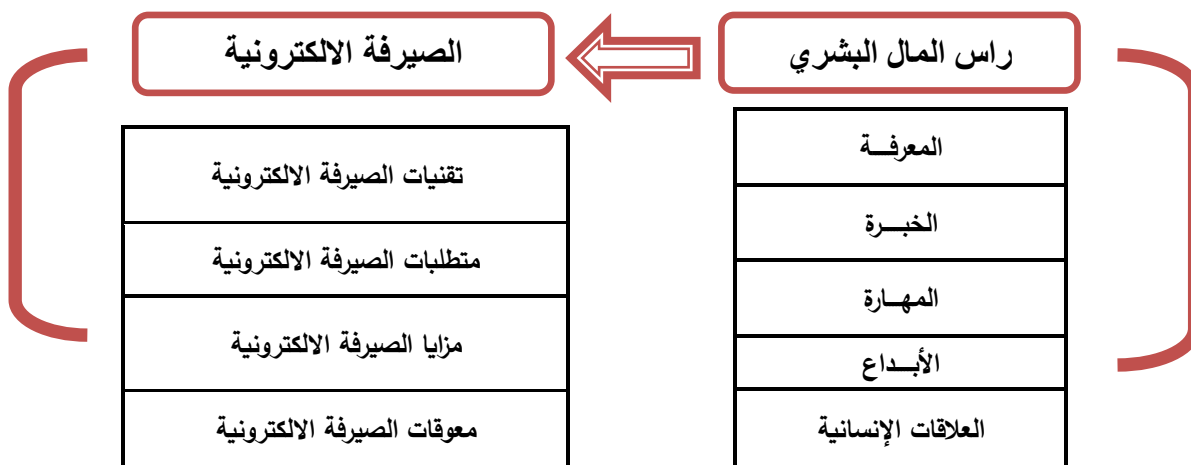
يتناول هذا المبحث الأساسي منهجية البحث وعلى النحو الآتي:-

أولاً: مشكلة البحث: تكمن مشكلة البحث في المستجدات في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتزايد عمليات التجارة الالكترونية وزيادة حدة المنافسة واستخدام واسع للتقنيات والقنوات المصرفية الالكترونية في الدول المتقدمة، بقدر يفوق كماً ونوعاً في البيئة المصرفية بالبلدان النامية. إذ لا تزال المصارف العراقية تتعامل ببطء بل هي في مراحلها الأولى بخصوص الجوانب الالكترونية ومحدوديتها محلياً وعالمياً دون المستوى المطلوب والاقتضار على الخدمات التقليدية مما يتطلب الاهتمام برأس المال البشرية بوصفه مورداً أساسياً وحرجاً وثمانياً ومحركاً لباقي موارد المصرف الأخرى. وتطور مشكلة البحث في قياس علاقة الارتباط بين رأس المال البشري والصيرفة الالكترونية في المصارف التجارية العاملة في العراق عموماً وفي مصرفي الرافدين والرشد فرع مدينة الصويرة خصوصاً.. وانطلاقاً مما تقدم وفي ضوء مشكلة البحث سيعالج البحث فرضياته والإجابة على التساؤلات البحثية الآتية:

1. ماهي طبيعة رأس المال البشري ومكوناته وأنماطه؟
 2. ماهي طبيعة الصيرفة الالكترونية وتقنياتها وقياس متطلباتها ومزاياها ومعوقاتها؟
 3. ما هو مستوى رأس المال البشري ومستوى الصيرفة الالكترونية السائدة في المصارف الحالية؟
 4. ماهي درجة العلاقة بين رأس المال البشري والصيرفة الالكترونية في المصارف موضوع البحث؟
- ثانياً: أهمية البحث:** يحاول البحث الخوض في دراسة رأس المال البشري والصيرفة الالكترونية بوصفهما من الموضوعات الحيوية، والتي تستحق البحث. وترتد المكتبة العربية عموماً والعراقية خصوصاً، بحاجة الى المزيد من البحوث المتخصصة في هذا المجال. يستمد البحث الحالي أهميتها النظرية والتطبيقية من تناوله مواضيع حيوية ومعاصرة في مجالي (رأس المال البشري والصيرفة الالكترونية) في مصرفي الرافدين والرشد فرع الصويرة. وذات تأثير ايجابي الى تحقيق الأهداف بكفاءة وفعالية وإنسانية.

ثالثاً: أهداف البحث: تسعى البحث الحالي الى تحقيق الأهداف الآتية:

1. إعطاء نظرة عامة عن ماهية رأس المال البشري و ماهي مكوناته الأساسية.
 2. التعرف على طبيعة الصيرفة الالكترونية وممارساتها في المصارف موضوع البحث .
 3. تحديد متطلبات امكانية تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف موضوع البحث .
 4. قياس العلاقة بين رأس المال البشري والصيرفة الالكترونية في المصارف موضوع البحث.
 5. استعراض الخصائص الشخصية لمجتمع البحث (النوع، مستوى التعليم، سنوات الخبرة، التخصص).
 6. بيان متطلبات الصيرفة الالكترونية ومزاياها، فضلاً عن تشخيص معوقاتها .
- رابعاً: أنموذج البحث الافتراضي:** تم وضع نموذج البحث المقترح في شكل (1) الآتي بناءً على ما أسفرت به الدراسات السابقة و الإطار الفكري لأدبيات هذا البحث ومنهجيتها العلمية المتعمقة وانسجاماً مع أهدافها.



الشكل (1) يوضح أنموذج الافتراضي للبحث من تصميم الباحثون .

خامساً: فرضيات البحث: استناداً للمخطط الافتراضي للبحث ومشكلته وأهدافه تم صياغة الفرضية الرئيسية للبحث مفادها: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية بين مكونات إنموذج راس المال البشري المتمثلة بـ (المعرفة - الخبرة - المهارة - الابتكار والإبداع - العلاقات الإنسانية)، وممارسات الصيرفة الالكترونية في المصارف التجارية العراقية. وتنبثق من هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الثانوية الآتية:

- أ. **الفرضية الثانوية الأولى:** توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين المعرفة وممارسات الصيرفة الالكترونية في مصرفي الرافدين والرشد فرع الصويرة.
- ب. **الفرضية الثانوية الثانية:** وجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الخبرة وممارسات الصيرفة الالكترونية في مصرفي الرافدين والرشد فرع الصويرة.
- ج. **الفرضية الثانوية الثالثة:** توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين المهارة وممارسات الصيرفة الالكترونية في مصرفي الرافدين والرشد فرع الصويرة.
- د. **الفرضية الثانوية الرابعة:** توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الابتكار والإبداع وممارسات الصيرفة الالكترونية في مصرفي الرافدين والرشد فرع الصويرة.
- هـ. **الفرضية الثانوية الخامسة:** توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بي العلاقات الإنسانية وممارسات الصيرفة الالكترونية في مصرفي الرافدين والرشد فرع الصويرة.

سادساً: منهج البحث: اعتمد الباحثون على المنهج (الوصفي التحليلي)، في إنجاز هذا البحث، إذ تم استخدام الأسلوب الوصفي للحصول البيانات الثانوية لبناء الإطار الفكري والمفاهيمي للبحث، استناداً على المسح المكتبي بما نشر في الكتب والدوريات العلمية، والمقالات، والدراسات والبحوث السابقة منها فضلاً عن التصفح في شبكة المعلومات الدولية (الأنترنت) لتعقب آخر المستجدات العلمية ذات الصلة بمجالات البحث (رأس المال البشري والصيرفة الالكترونية). أما الأسلوب التحليلي تم استخدامه لإنجاز الدراسة الميدانية للبحث فتم استخدام استمارة الاستبيان بوصفها أداة البحث الرئيسية التي تم صياغتها اعتماداً على دراسة (بسام عبد الرحمن يوسف، 2005). - دراسة (Hennie, Steward 1997, 2002 - دراسة (الشمري والعدالات ، 2008 ، :185) - دراسة ((ناصر جبر شيال، 2005) للحصول على البيانات الأولية لها، كونها من الأدوات الملائمة لبناء عبارات الاستبيان بصيغتها الأولية، تم مراجعتها، وتدارس فقراتها ومقاييسها.

سابعاً: وصف مجتمع وتصميم استمارة الاستبيان: يتكون مجتمع البحث (125) موظف من ، جميع موظفي المصرفين (الرافدين والرشد) بمدينة الصويرة حصراً، بطريقة المسح الشامل إذ تم توزيع (125) الاستبانات عليهم وبعد فحصها وإهمال الاستثمارات المسترجعة لعدم صلاحيتها وغير مستوفية الشروط ولكن تم الحصول على (117) استمارة استبيان صالحة للتحليل وبلغت نسبة الاستجابة (94%) من المجتمع الكلي.

جدول (1) مجالات الاستبانة

المجال (المتغيرات الرئيسية)	البيانات الأساسية	عدد الفقرات
الخصائص الشخصية	النوع	2
	مستوى التعليم	5
	مدة الخدمة	5
	التخصص	6
رأس المال البشري	المعرفة	3
	الخبرة	3
	المهارة	3
	الابتكارات	3
	العلاقات الانسانية	3
الصيرفة الالكترونية	تقنيات الصيرفة الالكترونية	11
	متطلبات الصيرفة الالكترونية	9
	مزايا الصيرفة الالكترونية	10
	معوقات الصيرفة الالكترونية	10
إجمالي العبارات (رأس المال البشري + الصيرفة الالكترونية) للمتغيرات الفرعية		55

المرجع: من اعداد الباحثون

وقد قام الباحثون باستخدام مقياس ليكرت Likert Scale الخماسي لترتيب إجابات مجتمع البحث حول عبارات الاستبيان اختبارات أداة البحث: فيما يتعلق بالصدق الطاهري (عزال، 2013، 106-109) للتعرف وتحديد مدى اتساق صياغة عبارات الاستبيان لغويا ووضوح معانيها وشموليتها ضمن مجالات الاستبانة واقسامها التي توزعت فيها، من قبل المحكمين وتدوين ملاحظاتهم من حيث تعديل عبارات المقياس او الإضافة أو الحذف إذ استقرت استمارة الاستبيان على (55 عبارة) كما موضحة في جدول (1).

جدول (2) درجة ثبات وصدق المقاييس المستخدمة في قياس متغيرات البحث- استمارة الاستبيان

المجال	المقاييس	معامل الثبات	معامل الصدق
الأول رأس المال البشري	المعرفة	0.909	0.953
	الخبرة	0.902	0.949
	المهارة	0.911	0.954
	الابتكار والأبداع	0.934	0.996
	العلاقات الإنسانية	0.890	0.943
متغيرات رأس المال البشري ككل		0.926	0.962
الثاني: الصيرفة	تقنيات الصيرفة الالكترونية	0.833	0.913

0.789	0.613	متطلبات الصيرفة الالكترونية	الالكترونية
0.776	0.603	مزايا الصيرفة الالكترونية	
0.775	0.601	معوقات الصيرفة الالكترونية	
0.837	0.701	متغيرات الصيرفة الالكترونية ككل	

المرجع: نتائج بيانات استمارات الاستبيان

ثبات مقياس البحث: يستخدم للتأكد من صدق وثبات الاستبيان، أي مدى الانسجام والاتساق الداخلي للعبارات، من خلال استخدام معامل ألفا كرونباخ Alpha Cronbach، هو اختبار إحصائي على بيانات استمارات مجموعة من مفردات المجتمع، لإعطاء الشرعية للاستقصاء، على ضوء هذا الاختبار تُعدّل عبارات الاستبيان أو تبقى كما هي (عزال، 2013: 106-109). ومن شروط سلامة المقياس هو تمتعه بالثبات، والذي غالباً ما يقترن إلى التباين الكلي (أحمد عودة، 1993: 345). يعرف الثبات Reliability "كمؤشر إلى درجة الدقة أو الضبط في عملية القياس كذلك يعرف بأنه: المدى الذي تخلو فيه مجموعة من القياسات من التباين نتيجة خطأ عشوائي"، أو (المدى الذي يكون فيه تباين بين مجموعة القياسات نتيجة لمصادر منتظمة (ثورانديك- هيجن، 1986، 5). أما صدق مقياس البحث Validity يؤشر قدرة المقياس على قياس الشيء المطلوب قياسه (عبيدات - عبد الحق، 2001: 168). ومن الممكن تقدير معامل الصدق من خلال التعرف على معامل الثبات.

ثامناً: **تقنيات التحليل الإحصائي**: سيتم عرض نتائج البحث وتحليلها ومناقشتها من خلال استخدام تقنيات التحليل المبدئي الرياضي لاحتساب النسب المئوية والتكرارات وبيان المرتبة وأهميتها النسبية. واحتساب مقاييس النزعة المركزية Measures of Central Tendency ومقاييس التشتت Measures Dispersion مثل الانحراف المعياري Standard Deviation، ومعامل الارتباط البسيط (Spearman) اعتماداً على البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية البرمجيات الواردة في (SPSS) Package for Social Sciences Statistical).

ثامناً: **الدراسات السابقة**

يستعرض هذا المحور بعض الدراسات العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع البحث كما يصورها جدول (3) إذ تعد من الأساسيات الرئيسة الحيوية التي تنبثق منها البحوث العلمية.

جدول (3) بعض الدراسات السابقة أزاء موضوع البحث.

أهم التوصيات	أهم الاستنتاجات	موضوع البحث	الباحث وعنوان البحث
استحداث وحدة تنظيمية تعنى بتطوير رأس المال البشري، والعمل على	المصارف ذات المستوى العالي من رأس المال البشري هي تلك التي لها القدرة لإضافة قيمة	تصميم استمارة استبانة مكونة من (63) متغير، تم توزيعها على عينة	"(1998, Bontis): تطوير مقاييس ونماذج لرأس المال

البشري وتأثيرها على الأداء"	عشوائية مكونة من (64) مشاهدة في المنظمات المبحوثة.	للمنظمة والتي يتم استقائها من المعرفة التخصصية ، والتعلم المنظمي وسرية المعلومات	تدقيق توجهاته بشكل دوري لإعادة تقييم مقدار التراكم المعرفي في المصرف.
"(العنزي،نعمة، 2001) اثر راس المال البشري في الأداء المنظمي"	ماهية وقياس العلاقة التأثيرية بين راس المال البشري والأداء المنظمي	وجود تأثير لراس المال البشري في الأداء المنظمي فضلاً عن قوة تأثير المتغيرات الفرعية للبحث	القيام ببناء راس مال بشري ليصبح قاعدة انطلاق في التعامل مع الاقتصاد المعرفي.
"(العبدلات، 2006) معيقات التوسع في الصيرفة الالكترونية دراسة حالة على المصارف العراقية"	هدف البحث -التعرف على معيقات التي تحد من التوسع في استخدام الصيرفة الالكترونية من قبل زبائن المصارف المبحوثة	- أن نسبة استخدام الصراف الآلي بلغت 85% واستخدام الأنترنت 5% أما الهاتف 3%، لعدم انتشار الخدمات المصرفية الالكترونية وغياب الدور الإعلامي وصعوبة الاستخدام وعدم توفر الأمان والسرية	التزام المصرف بتوفير الأمان والسرية للعمليات المصرفية عبر الأنترنت فضلاً عن تكثيف الوعي المصرفي.

مناقشة الدراسات السابقة ومجالات الاستفادة منها و مساهمتها بالبحث الحالي :

- 1.تصميم استمارة الاستبيان وصياغة مقاييسها وتطويرها وتنميتها للبحث الحالي بالاستفادة من بعض المتغيرات والعبارات التي تناولتها بعض الدراسات السابقة.
- 2.ساهمت الدراسات السابقة في التعرف على بعض المصادر والبحوث والدوريات ، والوصول إلى الدراسات الأصلية والإفادة منها وتشابه البحث الحالي في الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي.
3. إثراء الجانب النظري والتطبيقي للبحث وفي تحديد بعض متغيرات البحث الحالي لتطوير وتنمية متغيراتها الرئيسة والثانوية لقياسها للتوصل على النتائج التي توصلت إليها .

المبحث الثاني : الإطار النظري للبحث

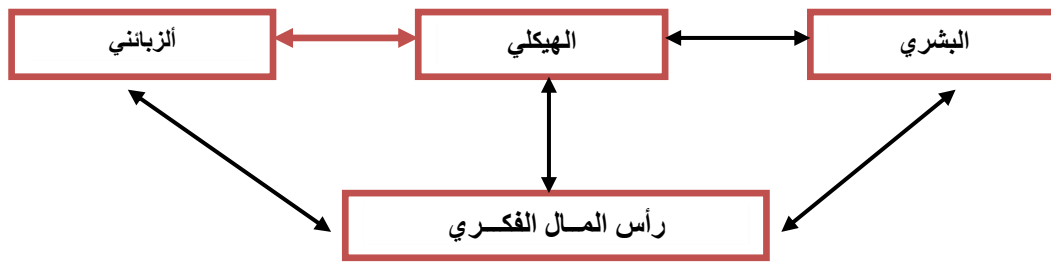
أولاً: رأس المال البشري:

تطور مفهوم رأس المال البشري بعد الحرب العالمية الثانية إذ ظهر في مرحلة الستينيات من القرن الماضي، و مع التطور التقني والاعتماد على التكنولوجيا والتقدم العلمي خاصة في تقنيات المعلومات والاتصالات واحتدام المنافسة بين المنظمات واتساع الأسواق وتنامي الطلب العالمي على السلع و الخدمات وتجليات ظاهرة العولمة واتفاقيات التجارة الحرة ، إذ أن جميع ذلك كان يتطلب اهتماماً متزايداً وجهوداً مركزة من أجل تنمية المهارات والإبداعات لدى العاملين وتدريبهم لاستيعاب المتغيرات الجديدة والتفاعل معها بحسب المقتضيات التي تضمن نجاح المنظمات واستمراريتها. تعد

ادارة العنصر البشري مهمة وحيوية في عالم اليوم بما تمتلك من موجودات غير ملموسة (بشرية) اعتمادها مبدأ التعاون والتوافق بين القدرات التقنية والقدرات البشرية (نغم عبيد، 2000:41)، التي تسعى إلى تعزيز عوائد استثماراتها (Leonard & Strauss., 1999:1) من الموجودات البشرية. يمثل أعلى أنواع رأس المال قيمة هو رأس المال الذي يستثمر في الموارد البشرية الذين (يطلق عليهم) بالانجوس اللامعة والعقول المدبرة الذين يصعب إيجاد بديل لهم.

يتكون مركب رأس المال الفكري بوصفه موردا معرفيا للتنظيم وموجودات غير مادية فكرية من عناصر عدة هي المهارات و المعارف و التجارب والإمكانيات و الخبرات والمهارات والعلاقات الانسانية المتميزة الخاصة بتعظيم قيمة المصرف السوقية وتحقيق مزايا تنافسية ويسمى برأس المال البشري . فضلا عن تحقيق عوائد غير مباشرة إجتماعية غير مالية كتقليل معدلات البطالة و تقليص نسبة الفقر والحد من نسبة العنف والجريمة وتحقيق رفاهية المجتمع وسعادته وصولا الى التنمية المستدامة والازدهار الاقتصادي والاجتماعي المنشود.

1. مكونات راس المال الفكري: قدم كل من: (Bukowitz, 1997:75-78), Stewart, (1999:7-8) في ثلاثة مكونات رئيسية لراس المال الفكري هي (البشري Human Capital - الهيكل Structural Capital - ألبائني Customer Capital) الاول يتسم بالمعرفة والمهارة والخبرة والابتكار والأبداع والتغيير والتطوير التنظيمي اما الثاني يركز على الهيكل التنظيمي الذي يمتد ويتضمن نظم المعلومات الإدارية ويشمل الموجودات البشرية الهيكلية المتمثلة في براءات الاختراع، التأليف وحقوق النشر، العلامة التجارية والشهرة. أي منظمة وقيمتها وهويتها.



شكل (2) مخطط يوضح مكونات المال الفكري

Source: Stewart, T.. Intellectual capital: The new wealth of organizations,. New York, NY: Doubleday Dell Publishing Group. (1997),.P:75.

في حين يشير ألبائني الى تسويق العلاقات وليس تسويق الصفقات والى قيمة واهمية العلاقة بين المصرف والزبون الحالي والمحافظة عليه واستقطاب الزبون المرتقب المستقبلي وتحقيق رضاه وولائه وحل مشاكله والتعاون وتلبية رغباته واحتياجاته بالسرعة الممكنة. وينوه الباحث في بحث البروفيسور سعد العنزي أن راس المال البشري هو نفسه راس المال الفكري ،ولكن بحسب رأيه أن المصطلح

الذي أخذ يتداول عام 2006 هو رأس المال البشري أكثر من سابقه رأس المال الفكري (سعد العنزي، 2006: 43).

2. قياس رأس المال البشري: يختلف رأس المال البشري عن باقي عناصر الإنتاج في كونه غير مادي بطبيعته و بالتالي ليس من السهل قياسه أو قياس أثره المباشر على الرغم من دوره الكبير في زيادة الإنتاج من سلع وخدمات. بشكل خاص واللاملموسات (Intangibles) بشكل عام . وهناك عدة تقنيات لقياس رأس المال البشري يمكن تصنيفها الى أربع طرق يصورها المخطط الآتي :



شكل(3) تقنيات او طرق قياس رأس المال البشري من اعداد الباحثون

تجدر الإشارة هنا ان تلك الطرق المتعددة والمتنوعة تمثل إحدى أساليب وتقنيات التحاليل والتقييم المالي لتحديد قيمة رأس المال البشري بالرغم منها ، لازالت هذه الطرق بحاجة إلى موضوعية و دقة في احتسابها وفق متطلبات المؤشرات المالية والمحاسبية لقياس قيمة الموجودات غير الملموسة وخاصة ما يتعلق بثبات القيمة ودقة التقييم من جهة أخرى .

يمكن احتساب او تحديد قيمة رأس المال البشري غير المادي (غير ملموس) داخل التنظيم على أساس (القيمة السوقية - القيمة الدفترية). وتتوزع القيمة الدفترية الى موجودات ملموسة ثابتة بقيم (السيارات- المكنات -الأرض- الأبنية - الآلات ، وغيرها) وموجودات غير ملموسة (الموجودات الفكرية) وتتألف من حقوق النشر والتراخيص وبراءات الاختراع والعلامة التجارية وأفضليات تجميع معارفها وخبراتها وتقنياتها وعلاقاتها وابتكاراتها وعملياتها.

كما تعد مصدر للأبداع والنمو المالي، ومن بين العناصر هذه هو ما يمثل رصيد رأس المال الفكري او البشري وتعبر عن بعض مضامين قيمة المنظمة السوقية في ظل الفكر المالي الحديث. لذا يتم التوصل الى المعادلات الآتية : قيمة المصرف = القيمة السوقية.

أما القيمة الدفترية = الموجودات المادية والمالية (الملموسة) + الموجودات غير المادية والمالية (غير الملموسة) ، إذن رأس المال البشري = دالة (الموجودات ملموسة) + (عناصر رأس المال الفكري) .

تجدر الإشارة هنا ان احتساب قيم او الموجودات المادية بسهولة من خلال ارصدة قائمة المركز المالي.

أما قيم الموجودات الفكرية فهناك صعوبة في احتسابها إلا من خلال:- مهارات وخبرات الإدارات المصرفية ومستشاريها المتخصصين - طبيعة الأعمال والمنتجات المصرفية والخدمات التكميلية - الوزن النسبي لكل مكون من مكونات رأس المال البشري والتميز بينهما - حل المشاكل ومعالجة التحديات .

في حين يتطلب الأمر هنا تقييم وتشخيص (مصطفى ، أحمد سيد ، 2004) مشكلة تخصيص الدخل للموجودات المختلفة - مشكلة التداخل بين الموارد المادية وغير مادية التي تؤثر على العوائد وفي ظل حالتي عدم التأكد والمخاطرة و مشكلة تقدير العمر المتبقي للموارد غير ملموسة الفكرية واستخراج القيمة الحالية للتدفق المتوقع في ضوء احتساب العائد المتوقع من المورد الفكري وتقسيمة على نسبة او معدل الخصم المناسب.

ثانياً: الصيرفة الالكترونية:

يستلزم القطاع المصرفي الحيوي، مواكبة التطورات المعاصرة في العلوم المعرفية والتقنية المعاصرة، لزيادة الوعي المصرفي الإلكتروني ، وتطبيق النيات الصيرفة الالكترونية بدلا من الممارسات النمطية والتقليدية، في ظل تحديات عالم اليوم ومتغيرات البيئة العديدة، المتمثلة، بسرعة التطور التقني والمعلوماتي ووسائل الاتصال، واتساع الأسواق وكثرة الخدمات و تنوعها، والمنافسة الشديدة والأزمات المفاجئة وتحرير التجارة العالمية والتكتلات الدولية والتحول الى القطاع الخاص، وتدويل رؤوس الأموال وتجليات العولمة المصرفية وتجسيد ممارسات عمليات الصيرفة الالكترونية . في ظل وجود شبكة الانترنت العالمية التي حققت تبادلا سريعا وشاملا للمعلومات ضمن سياسة وخطط الانسياب السلس للبيانات من أجل أداء مصرفي الكتروني ناجح.

يستخدم تعبير أو اصطلاح المصارف الالكترونية (Electronic Banking) أو مصارف الإنترنت (Internet Banking) أو مصارف الويب (Web Banking) كتعبير متطور وشامل للمفاهيم التي ظهرت مع مطلع التسعينات كمفهوم الخدمات المالية عن بعد أو المصارف الالكترونية عن بعد (Remote Electronic Banking) أو المصرف المنزلي (Home Banking) أو المصرف على الخط (Online Banking) أو الخدمات المالية الذاتية (Self-Service Banking).

وان المغزى من استعراض تلك المصطلحات والتسميات هو ان المصرف يقدم منتجاته المصرفية الكترونيا دون الحاجة إلى مقدم الخدمة والاتصال الشخصي (Kotler,2006:350-341) ودون ان تذهب الزبائن الى مكان وبنائة المصرف وموقعه.

ويتم تجسيد تقديم (الخدمة في كل وقت ومن أي مكان) بحيث تلبي الادارة المصرفية احتياجات وطلبات زبائنه وفق ممارسات الصيرفة الالكترونية فتزويدهم بالبيانات ومعلومات تخص حساباتهم عن طريق خط خاص، وبتوافر شبكة الانترنت العالمية من خلال الاشتراك الكترونيا، وهذا ما يستدعي الادارة المصرفية بتوفير البرمجيات الملائمة داخل أجهزة الحاسوب الخاصة لكل زبون .

"(Turban, E. and Others, 2004, P:99) وللتوضيح إذ يمنح المصرف كومبيوتر شخصي لكل زبون مخزنه فيه حزم من البرمجيات مقابل مبلغ نقدي او يمكن شراؤها من جهات أخرى او يمنحها المصرف مجاناً - لممارسة عمليات الصيرفة الالكترونية عن بعد (ما يعرف بالمصرف المنزلي)، "وعرفت برمجيات الإدارة المالية الشخصية (Personal-Financial-management PFM) مثل حزمة (Microsoft's Money) وحزمة (Ntuits Quicken) وحزمة (Meca's Managing Your Money) وغيرها.

ووفقا لما تقدم يمكن القول (شاكر تركي إسماعيل، 2007، 9-11) ان "المصرف الالكتروني يشير إلى النظام الذي يتيح للزبون الوصول إلى حساباته أو أية معلومات يريدها والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية من خلال شبكة معلومات يرتبط بها جهاز الحاسوب الخاص به أو أية وسيلة أخرى.

1. أنماط المصارف الالكترونية وصورها وخدماتها:

أنشأت غالبية المصارف عالميا (معراج 2004 ص317) مواقع معلوماتية واتجهت معظم المواقع إلى استخدام بعض وسائل الاتصال التفاعلي مع الزبون على عكس المواقع التبادلية التي لا تزال اتجاهات المصارف نحوها تخضع لاعتبارات عديدة ، فهذه المواقع تعني قدرة الزبون على التعامل مع الخدمة المصرفية عن بعد ومن خلال الأنترنت. فان هناك ثلاثة أنماط أساسية للمصارف الالكترونية على الأنترنت كما في شكل (4).

الموقع التبادلي (Transactional)	الموقع التفاعلي أو الاتصالي (Communicative)	الموقع المعلوماتي (Informational)
يسمح للزبائن اجراء واتمام سير تلبية طلباتها إلكترونياً، والتعرف على حساباته واتمام دفع الأقساط النقدية ، وإيفاء التزاماته اتجاه المصرف في داخله وخارجه.	يسمى بالموقع التفاعلي أيضاً يجيز هذا الموقع التبادل الاتصالي بين المصرف وزبائنه مثل البريد الأيميل. Online	تعطي إدارة المصرف بيانات و معلومات خاصة ببرامج المصرف ومنتجاته وخدماته المصرفية

شكل (4) أنماط المصارف الالكترونية من تصميم الباحثون.

2. خدمات المصارف الالكترونية وصورها

أ. النقود الالكترونية Electronic Money أو النقود الرقمية: Digital Money بوصفها "قيمة نقدية مخزنة على وسيلة إلكترونية مدفوعة مقدماً وغير مرتبطة بحساب مصرفي، وتحظى بقبول واسع من غير من قام بإصدارها، وتستعمل كأداة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة". لذا فهي المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية وتمتاز بمزايا كبيرة كونها بسيطة وسهلة الاستعمال وأمنة وتكلفة تداولها زهيدة وتُسرع عمليات الدفع فوراً أرخص كثيراً من استخدام الأنظمة المصرفية التقليدية. لا

تعترف بالحدود الجغرافية والسياسية. وإجراء الاتصالات بين المصارف والشركات الأخرى والزبائن عبر الهاتف بشكل مباشر بدوم وسيط. (محمود - ممدوح، 2005، 47-50).

ب. **البطاقات البلاستيكية الممغنطة Magnetic Cards**: هي بطاقات مدفوعة سلفاً تكون القيمة المالية مخزنة فيها تتألف من شريحة تتضمن البيانات الرقمية والأبجدية وبيانات الحسابات المصرفية وبيانات تعريفية خاصة بمستخدمها فيها، وتتاسب تقنيات الحواسيب وتحويلها إلى معلومات يمكن قراءتها وفق برامج محددة تعمل بأرقام سرية. مثل بطاقات الصراف الآلي وبطاقات الائتمان البطاقات للدفع عبر الإنترنت للدفع في المحلات التجارية التقليدية وغيرها وتتوافر أنواع من تلك البطاقات بأسماء مختلفة - وتبقى تسميتها بطاقة ائتمان وعلى النحو الآتي: (Cox & Koelzer, 2004, 91).

1) بطاقة الخصم Debit Card: تتعلق ببند أرصدة الحساب الجاري للزبائن وارصدتهم لدى المصارف يخصم منها قيمة الدفعات عن مشترياته. (Awad E., 2002, 225).

2) بطاقات السداد الشهري Charge Cards: توفر الجهة أو المصرف المصدر للبطاقات كافة المعلومات الخاصة ببطاقات السداد الشهري من خلال الموقع الإلكتروني والهاتف المجاني، والفروع وغيرها. وفي آخر كل شهر يسجل رصيد المسحوبات الكلية على حامل البطاقة، ويلتزم الزبون بسدادها كاملاً (ابراهيم وآخرون، 2005، 223).

3) البطاقة الائتمانية Credit Card: هي ذات طبيعة بلاستيكية تستعمل في شراء السلع والخدمات المتنوعة تصدر عن المؤسسات المالية والمصرفية ويستطيع الزبون حاملها تسديد ما بذمته من مبالغ نقدية بأقساط شهرية بعد دفع فوائد شهرية على المبالغ غير المسددة، وحسب فترة السماح الممنوحة للزبون، وفق حدود الائتمان وسقفه الزمني (كشت، ابراهيم وآخرون، 2005، 223).

4) البطاقة الذكية Smart Card: إنها تتضمن معالج دقيق يقوم بحفظ الأموال على أساس البرمجة الأمنية، حجم وكمية تخزينها من بيانات تساوي 5 أضعاف ما يحتفظ مخزن البطاقة البلاستيكية الممغنطة. وتتعامل مع الحواسيب الأخرى بدون تخويل ولا تحتاج إلى تدقيق وتأكيد صلاحية البطاقة ليتم تسديد الأموال من المشتري للبائع. (Turban, E. and Others, 2004, P:497).

ج. **الصكوك الإلكترونية: Electronic Checks** هي شيكات ذات خصائص ومقاييس فنية يحددها المصرف المركزي وبمواصفات عالية الجودة والسرية تلائم نظام المقاصة الإلكترونية.

وتعد الصكوك الإلكترونية المكافئ للصكوك الورقية التقليدية والصك الإلكتروني بوصفه رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة لتحقيق الدقة والسرعة والأمان بلا تزوير وتقليل الازدحام وتراكم المعاملات، وغيرها يرسلها مصدر الصك إلى حامل الصك ويقوم الأخير بتقديمه فيحول المصرف رصيد الصك

لحساب حامله وبعد ذلك يقوم بإلغاء الصك وإعادته إلكترونياً إلى مستلم الصك (حامله) ليكون دليلاً على أنه قد تم صرفه (Strauss, J. and Others, 2006, 181).

د. مصرف الهاتف النقال (WAP). يتم الاعتماد عليه طوال اليوم وفي كل الظروف. ويستطيع المشتركين استخدام هواتفهم الذكية الوصول لحساباتهم في جميع الأوقات والأماكن بسهولة وسرعة وأمان وتفعيل خدمة الرسائل القصيرة (SMS)، وخدمة الصراف الآلي، وخدمة المصرف الناطق من خلال هاتف المصرف المصرفي هذا يجعل هاتفك النقال هو وسيلة الاتصال الخاصة بك وهو مفكرتك الشخصية وهو الألة الحاسبة وهو الأداة التي يتم من خلالها تلبية حاجات ورغبات الزبون الحالي والمرتب. (ابراهيم، 2005، 243-245) - (Joseph, P.T., 2004, 290).

3. الأدوات والوسائل الأساسية المستخدمة في تسويق الخدمات المصرفية عبر الإنترنت منها:

أ. الموقع الإلكتروني: بوصفه تقنية إلكترونية ترويجية فعالة تتوزع على مساحة محددة في شبكة الإنترنت يتضمن مواد معلوماتية بلغات برمجة لتسويق المنتجات المصرفية والخدمات التكميلية، يعتمد على كفاءة وفعالية استراتيجيات المزيج التسويقي (Kotler and Armstrong, 2004, P:86). والذي يؤدي إلى انخفاض التكاليف - جودة وسرعة خدمة الزبائن - زيادة الإنتاجية (Awad 2002: 12-15).

ب. محركات البحث: يتم الاعتماد عليها لتسهيل البحث عن الموقع الإلكتروني الذي تطلبه بسرعة وتوافر بدائل أكثر وأشمل للزبائن لتلبية احتياجاتهم من المنتجات والخدمات المصرفية من خلال محركات البحث المنتشرة على شبكة الإنترنت، أشهرها: Google. فضلاً عن وجود أنواع أخرى مثل محرك البحث Bing و Yahoo (Post & Anderson, 2006, P. 287).

ج. الإعلان الإلكتروني: ينتشر عبر الإنترنت وهو أحد عناصر المركب الترويجي للتسويق المصرفي ويهدف إلى ترويج المنتج المصرفي والخدمات التكميلية (أبو فاره، 2004، ص 281) من محاسن الإعلان الإلكتروني ومزاياه هو تأثيره الفعال على استراتيجيات الأسواق المستهدفة (الموحدة - المركزة - المتنوعة) محلياً ودولياً لجذب زبائن جدد ولزيادة الحصة السوقية للمصرف.

د. البريد الإلكتروني: يعتمد على الأيميل في إرسال واستلام المستندات والوثائق والخطابات المصرفية والإعلانات وأخرى كمرفقات أو ملحق على شكل ملفات إلكترونياً من خلال البريد الإلكتروني بين إدارة المصرف وزبائنه (Post & Anderson, 2006, P. 102).

هـ. الكتالوج الإلكتروني: أنه نظام يساعد المصارف العامة والخاصة، ليتسنى إداراتهم المعنية بعرض الخدمات المصرفية في الموقع الإلكتروني (on-line) الخاصة بكل مصرف أو يكون مدون الكتالوج الإلكتروني في قرص، CDS كذلك يساهم إدامة الاتصال والتفاعل مع زبائنه والجمهور بشكل مباشر (Winer, 2004, P. 314).

و. الاتصال الهاتفي: يؤدي الى انخفاض التكاليف وجودة وسرعة خدمة الزبائن للحصول على المنتج المصرفي وحل مشاكلهم ومعالجة استفساراتهم وتلبية احتياجاتهم الطارئة من خلال الهاتف وتحقيق رضا الزبائن . (Kotler, 2004, P. 549) و (O'Connor & Galvin, 2004, P. 296).

المبحث الثالث: الإطار الميداني للبحث

يتضمن هذا المبحث نتائج البحث وتحليلها واختبار فرضياته بدءاً من توزيع مجتمع البحث حسب بعض الخصائص الشخصية المتمثلة (النوع- مستوى التعليم - مدة الخدمة - التخصص) واستعراض نتائج مكونات رأس المال البشري وتحليلها ونمذجتها بأبعاده الخمسة المتمثلة بـ (المعرفة - الخبرة - المهارة - الابتكار والإبداع - العلاقات الإنسانية) وعمليات الصيرفة الالكترونية وكشف متطلباتها وقياس مزاياها ومعوقاتهما اعتماداً على الأسلوب الرياضي والإحصاء الوصفي والمبينة بالجدول القادمة ضمن أقسام استمارة الاستبيان بما ينسجم مع منهجية البحث الحالي.

أولاً: البيانات العامة: توزيع مجتمع البحث حسب بعض الخصائص الشخصية كما في الجداول

ب. جدول (4) توزيع مجتمع البحث حسب مستوى التعليم				جدول (3) توزيع مجتمع البحث حسب النوع Gender:			
درجات المقياس		التكرار	%	البيان		التكرار	%
ثانوية		27	23.1	انثى		50	42.7
دبلوم		43	36.8	ذكر		67	57.3
بكالوريوس		44	37.6	المجموع		117	100%
ماجستير فأعلى		3	2.6				
المجموع		117	100%				
د. جدول (6) توزيع مجتمع البحث حسب التخصص				ج. جدول (5) توزيع مجتمع البحث حسب مدة الخدمة			
درجات المقياس		التكرار	%	درجات المقياس		التكرار	%
مالية مصرفية		38	32.5	اقل من سنة		5	4.3
محاسبة		15	12.8	سنة الى اقل من 5 سنوات		18	15.4
ادارة		20	17.1	من 5 الى اقل 10 سنوات		20	17.1
اقتصاد		31	26.5	من 10 الى اقل 15 سنوات		46	39.3
حاسوب		12	10.3	من 15 سنة فأكثر		28	23.9
اخرى		1	1	المجموع		117	100%
المجموع		117	100%				

ثانياً: عرض وتحليل نتائج مكونات رأس المال البشري في المصارف التجارية موضوع البحث
يبين جدول (7) التوزيع التكراري والنسب المئوية و الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد مجتمع البحث حول مكونات رأس المال البشري وابعاده. المتضمن 15 عبارة وسيتم تناولها على النحو الآتي:

تكشف العبارة 1 في إن نسبة 78% تشير الى حالة الاتفاق إجمالاً (اتفق تماماً + أتفق) من قبل موظفي المصرف بأن الإدارة المصرفية تعمل على بذل جهود كبيرة بهدف الاحتفاظ بموظفي المصرف ذوي المهارات والمعارف المتنوعة . أحرزت وسط حسابي 4.51 وانحراف معياري 0.69. أما العبارة 2 فتبين إن نسبة 70% من الموظفين اتفقوا على ان الإدارة المصرفية تعتمد على قدرات فكرية لدى موظفي المصرف تجعلهم متميزين في ادئهم وبدون ارتكاب الأخطاء.، وبوسط حسابي 4.26، وانحراف معياري 0.99 في حين بينت العبارة 3 وبنسبة 96% حالة إتفاق لإجابات الباحثين بأنهم يسعون على زيادة معارفهم باستخدام وسائل وتقنيات متعددة لتحقيق مستوى الأداء المتميز، بوسط حسابي 4.67 وانحراف معياري 0.62. يكشف الجدول إجمالاً معدل حالة اتفاق عام بنسبة 81% تمثل الرأي العام لمجتمع البحث وتوجهاته الخاصة بنتائج عنصر (المعرفة) والتي أحرزت وسط حسابي مرجح عام 4.48 وانحراف معياري عام 0.65.

يلاحظ من العبارة 4 إن نسبة 95% حالة إتفاق من خلال لإجابات الباحثين بأن المصرف يمتلك موظفيه خبرة طويلة في مجال عملهم. . بوسط حسابي 4.55 وانحراف معياري 0.73. أما العبارة 5 فتبين إن نسبة 98% من الموظفين أيدوا تحقق بأن الخبرة الطويلة في مجال العمل المصرفي تحقق مستويات عالية من الاداء، وبوسط حسابي 4.58 وانحراف معياري 0.83 في حين بينت العبارة 6 وبنسبة 70% حالة اتفاق لإجابات الباحثين بأن الإدارة المصرفية تولي لموظفيها اهتماماً خاصاً في مجال تخصصهم لتحقيق أداء ناجح. بوسط حسابي 4.49 وانحراف معياري 0.84.

يكشف الجدول إجمالاً معدل حالة اتفاق عام بنسبة 88% تمثل الرأي العام لمجتمع البحث وتوجهاته الخاصة بنتائج عنصر (الخبرة) والتي أحرزت وسط حسابي مرجح عام 4.54 وانحراف معياري عام 0.69. وتبين العبارة 7 إن نسبة 95% حالة اتفاق من خلال لإجابات الباحثين بأن المصرف يمتلك موظفيه مهارات علمية لإنجاز الأنشطة الإدارية والفنية واستخدام برامج تطبيقية جاهزة على الحاسوب بكفاءة وتميز. . بوسط حسابي 4.51 وانحراف معياري 0.92 أما العبارة 8 فتبين إن نسبة 98% من مجتمع البحث بأن الإدارة المصرفية تحرص على مشاركة الموظفين في برامج تدريبية لإكسابهم المهارات الوظيفية المطلوبة. وبوسط حسابي 4.50 وانحراف معياري 0.70 في حين بينت العبارة 9 وبنسبة 70% حالة اتفاق والتأييد بتوافر السرعة والدقة في انجاز المهام الإدارية والفنية باستخدام الحاسوب وملحقاته. بوسط حسابي 4.44 وانحراف معياري 0.82. يكشف الجدول إجمالاً معدل حالة اتفاق عام بنسبة 88% تمثل الرأي العام لمجتمع البحث وتوجهاته الخاصة بنتائج عنصر (المهارة) والتي أحرزت وسط حسابي مرجح عام 4.54 وانحراف معياري عام 0.69.

جدول (7) نتائج إجابات مجتمع البحث الخاصة بمكونات أنموذج رأس المال البشري في المصارف التجارية موضوع البحث

المتغير الفرعي	الانحراف المعياري	مقياس الإجابة (رأس المال البشري)										الوسط الحسابي المرجح العام والانحراف المعياري العام - المعرفة.	المتغير الفرعي
		لا اتفق تماماً		لا اتفق		غير متأكد		اتفق		اتفق تماماً			
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
0.69	4.51	2	2	17	20	3	4	16	19	62	72	1	(أ) المعرفة
0.99	4.26	0	0	14	16	11	13	26	31	49	57	2	
0.62	4.67	2	2	0	0	2	2	22	26	74	87	3	
0.65	4.48	الوسط الحسابي المرجح العام والانحراف المعياري العام - المعرفة.											(ب) الخبرة
0.73	4.55	0	0	3	4	2	2	33	39	62	72	4	
0.83	4.58	0	0	0	0	2	2	27	32	71	83	5	
0.84	4.49	13	15	9	10	9	10	25	29	45	53	6	
0.69	4.54	الوسط الحسابي المرجح لعام والانحراف المعياري العام - الخبرة											(ج) المهارة
0.92	4.51	0	0	2	2	3	4	33	38	62	73	7	
0.70	4.50	0	0	3	3	3	4	34	40	60	70	8	
0.82	4.44	0	0	5	6	2	2	30	35	63	74	9	
0.69	4.54	الوسط الحسابي المرجح بالأوزان العام والانحراف المعياري العام - المهارة											(د) الابتكارات
1.17	3.79	13	15	3	4	17	20	33	38	34	40	10	
1.14	3.85	9	11	15	18	8	9	28	33	39	46	11	
1.25	4.09	15	17	7	8	19	22	27	32	33	38	12	
0.61	4.48	الوسط الحسابي المرجح بالأوزان العام والانحراف المعياري العام - الابتكارات											(هـ) العلاقات الإنسانية
0.82	4.62	2	2	0	0	0	0	21	25	77	90	13	
0.85	4.55	2	2	15	17	11	13	34	40	39	45	14	
0.80	4.65	5	5	9	10	6	7	31	36	50	58	15	
0.98	3.91	الوسط الحسابي المرجح العام والانحراف المعياري العام - العلاقات الإنسانية											الوسط الحسابي المرجح العام والانحراف المعياري العام لرأس المال البشري
0.82	4.62												

المرجع: نتائج تحليل الإحصاء الوصفي لبيانات استمارة الأستبيان

تظهر العبارة 10 إن نسبة 67% حالة إتفاق من خلال لإجابات المبحوثين بأن المصرف يشجع موظفي المصرف على تقديم أفضل ما لديهم من نتاج علمي يرتقي الى مستوى الابتكار والابداع في مجال تخصصهم . بوسط حسابي 3.79 وانحراف معياري 1.17. أما العبارة 11 فتبين إن نسبة 67% من الموظفين أيدوا بأنه يستلزم تحقيق الابتكار والابداع من قبل الموظفين في مجال تخصصهم توفير بيئة عمل ملائمة لهم. وبوسط حسابي 3.85 وانحراف معياري 1.14 في حين

بينت العبارة 12 وبنسبة 60% حالة اتفاق لتوجهات المبحوثين حول استخدام تقنية المعلومات والاتصالات المتطورة لتقديم أعمال مبتكرة وابداعية ومتجددة بوسط حسابي 4.09 وانحراف معياري 1.25. يكشف الجدول إجمالاً معدل حالة اتفاق عام بنسبة 88% تمثل الرأي العام لمجتمع البحث وتوجهاته الخاصة بنتائج عنصر (الابتكار والابداع) والتي أحرزت وسط حسابي مرجح عام 4.48 وانحراف معياري عام 0.61. تبين العبارة 13 إن نسبة 98% حالة اتفاق من خلال إجابات المبحوثين حول توافر (علاقات انسانية) جيدة تفاعلية بين موظفي المصرف والزبائن ويتمثل في رضا الزبون وولائه والاحتفاظ به وتمكينه والمشاركة والتعاون معه ، بوسط حسابي 4.62 انحراف معياري 0.82 أما العبارة 14 فتبين إن نسبة 98% من مجتمع البحث بأن الإدارة المصرفية تعمل على توفير بيئة ايجابية مناسبة تساعد على اقامة علاقات ودية مع الجهات المستفيدة ، وبوسط حسابي 4.55 وانحراف معياري 0.85 في حين بينت العبارة 15 وبنسبة 73% حالة اتفاق والتأييد بتوافر مناخ تنظيمي ايجابي بين الادارة والعاملين وتفويض الصلاحيات اليهم ومشاركتهم في صنع القرارات وحل المشاكل. بوسط حسابي 4.65 وانحراف معياري 0.80

يكشف الجدول إجمالاً معدل حالة اتفاق عام بنسبة 88% تمثل الرأي العام لمجتمع البحث وتوجهاته الخاصة بنتائج عنصر (علاقات انسانية) والتي أحرزت وسط حسابي مرجح عام 3.91 وانحراف معياري عام 0.98. ولاستكمال نتائج مكونات رأس المال البشري وتحليلها ونمذجتها بأبعاده الخمسة (المعرفة - الخبرة - المهارة - الابتكار والإبداع - العلاقات الإنسانية) ومناقشتها ، إذ أحرزت مكونات رأس المال البشري ككل وسط حسابي مرجح عام 4.62 بمستوى مرتفع عن الوسط الحسابي المعياري وانحراف معياري عام 0.82.

ثالثاً: عرض وتحليل نتائج ممارسات الصيرفة الالكترونية في المصارف موضوع البحث

تكشف جداول (8-9-10-11) النسب المئوية لحالات الاتفاق وغير متأكد وعدم الاتفاق لإجابات موظفي المصارف موضوع البحث وتوجهاتهم أزاء عبارات الاستبانة المتعلقة بمجالات الصيرفة الالكترونية والمتمثلة بـ (بالتقنيات - المتطلبات - المزايا - المعوقات)، وسيتم الإقصاح عن تلك العبارات والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لكل عبارة توزعت في مجالات اربعة وكما يلي:

المجال الأول: نتائج تحليل إجابات مجتمع البحث حول استخدام التقنيات الحديثة في عمليات

الصيرفة إلكترونياً

يكشف جدول (8) الآتي عن النسب المئوية لحالات الاتفاق وحالات غير التأكد وحالات عدم الاتفاق أزاء كل عبارة من عبارات الاستبيان حول استخدام التقنيات الحديثة في عمليات الصيرفة الالكترونية من خلال البطاقة البلاستيكية الأنترنت - الهاتف والفاكس والهاتف النقال وغيرها لتقديم المنتج المصرفي الى الزبون الحالي والمستقبلي فضلاً عن تقديم الخدمات التكميلية لزيادة الحصة السوقية وتحقيق ميزة تنافسية.

جدول (8) نتائج التحليل لإجابات مجتمع البحث حول استخدام التقنيات الحديثة لتقديم المصرف خدماته إلكترونياً .

الترتيب	مقياس المجال الاول / (ممارسات الصيرفة الالكترونية من خلال)										الانحراف المعياري			
	اتفق تماما		لا اتفق		غير متأكد		اتفق		لا اتفق تماما					
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
1.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.42	1.78	
2.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.25	1.07	
3.	1	1	1	1	25	30	74	86	0	0	0	0.45	3.75	
4.	1	1	1	1	29	34	40	82	0	0	0	0.47	3.72	
5.	1	9	0	5	4	5	0	0	48	56	47	0.66	1.59	
6.	0	0	0	0	0	0	0	0	22	26	78	0.42	1.78	
7.	1	1	0	27	23	1	1	88	75	88	1	0.91	1.50	
8.	1	1	0	2	2	11	9	103	88	103	9	0.52	1.16	
9.	1	1	0	9	8	30	26	77	66	77	26	0.71	1.44	
10.	38	33	43	10	9	20	17	6	5	6	17	1.23	3.74	
الوسط الحسابي المرجح بالأوزان العام والانحراف المعياري العام													0.26	2.15

المرجع: نتائج تحليل الإحصاء الوصفي لبيانات استمارة الاستبيان

1. استخدام البطاقات الائتمانية البلاستيكية Visa/Master Card للسحب والإيداع النقدي والتسهيلات المصرفية. أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 1.78 وبانحراف معياري 0.42
2. توافر مواقع الصراف الآلي (ATM) في مناطق جغرافية واسعة وخلال أوقات العطلات الأعياد. أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 1.07 وبانحراف معياري 0.25
3. التعامل مع النقد الإلكتروني بعيداً عن النقد الورقي من أجل النهوض بواقع القطاع المصرفي وبخدماته إلكترونياً أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 3.75 وبانحراف معياري 0.45
4. استخدام شبكة الأنترنت لأرسال البريد المستعجل بين الإدارة العامة للمصرف وفروعه . أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 3.72 وبانحراف معياري 0.47 .
5. إصدار بطاقة (الماستر كارد) لزبائنه لسحب أموالهم من حسابهم الخاص عند تواجدهم داخل البلد وخارجه وتطبيق نظام الدفع الإلكتروني. أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 1.59 بانحراف معياري 0.66
6. إصدار الصكوك الممغنطة من قبل المصرف المركزي، التي تلائم المقاصة الالكترونية IBCS عند إجراء التحويلات بين المحافظات. أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 1.78 وبانحراف معياري 0.42 .

7. تفعيل خدمة المواطن إلكترونياً الخاصة بالشكاوي وتجاوب الإدارة المصرفية السريع لأي استفسار من خلال بريدهم الإلكتروني والهاتف النقال والفاكس. أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 1.50 وبإنحراف معياري 0.91 .

8. تسديد الأقساط المستحقة للقروض بأنواعها تقديم الفواتير وسدادها والطلبات الشخصية قبل الحضور إلى المصرف كالحصول على بطاقات ائتمانية أو فتح حساب جديد وغيرها. أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 1.16 وبإنحراف معياري 0.52 .

9. يتم تسديد الفواتير وتوطين الرواتب والأجور أو الفواتير الدورية وتسديد الفواتير الماء والكهرباء والهاتف إلكترونياً باستخدام شبكة الأنترنت والفاكس والهاتف النقال. أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 1.44 وبإنحراف معياري 0.71.

10. توافر خدمة سييد كاش (Speed Cash) خدمة سويقت / الحوالات السريعة والتحويلات التجارية المصرفية، محليا وعالمياً. أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 3.74 وبإنحراف معياري 1.23.

في ضوء نتائج المجال الاول يكشف الجدول إجمالاً الرأي العام لمجتمع البحث وتوجهاته الخاصة بنتائج حول استخدام التقنيات الحديثة لتقديم المصرف خدماته إلكترونياً والتي أحرزت وسط حسابي مرجح عام 2.15 بمستوى ضعيف أقل من الوسط الحسابي المعياري وإنحراف معياري عام 0.26. **المجال الثاني: متطلبات نجاح عمليات الصيرفة الالكترونية:** هناك متطلبات عديدة ينبغي توافرها مع تقديم الدعم الكامل من قبل جميع المستويات المعنية بالبلد فضلاً عن زيادة وعي الزبائن وتنمية ثقافته لنجاح عمليات الصيرفة الالكترونية في بيئة المصارف التجارية العراقية عموماً والمصارف محل البحث وعلى النحو الآتي:

11. البنية التحتية التقنية للاتصالات وتقنية المعلومات التحتية للدولة ومختلف القطاعات المعنية بتقديم الدعم المادي والبشري والمالي والمعلوماتي والزمني والتسويقي. أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.37 وبإنحراف معياري 0.87.

12. البناء القوي للتنظيم القانوني لقطاع الاتصالات والتعامل السليم مع المعلومات لضمان دخول آمن وسلس وكفاء وبدون توقف وتلف مزودة بنظم سرية وحماية معتمدة دولياً. حققت وسط حسابي بلغ مقداره 4.30 وبإنحراف معياري 0.83 .

13. تحديد نطاق التدخل الحكومي للتشجيع الاستثماري محلياً وعالمياً في بيئة الأعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية لزيادة حجم التداول ونمو الأرباح السنوية. أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.39 وبإنحراف معياري 0.77.

14. سلامة سياسات السوق الاتصالية ، وتحديد السياسات التسعيرية مقابل خدمات الربط بالأنترنت لجذب أعداد المشتركين وزيادتهم أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.35 وبإنحراف معياري 0.88.

15. كفاءة استخدام وسائل تقانة المعلومات المتمثلة بالأجهزة والبرمجيات والبدائل والخبرات البشرية المدربة وممارسة الوظائف الاحترافية. أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.44 وبإنحراف معياري 0.78 .

16. خطط وتنظيم سليم وكفاءات إدارة مميزة ومبتكرة ، ترى المستقبل واستشرافه أكثر مما ترى الحاضر، لتطوير التقنية وديمومتها . أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.52 وبإنحراف معياري 0.82 .

17. امتداد كفاءة الأداء إلى الوظائف الفنية، و المالية، والتسويقية، والقانونية، والاستشارية، والإدارية التأهيلية والتدريبية كافة مع عصر التقنية والمتصلة بالنشاط المصرفي الإلكتروني. أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.47 وبإنحراف معياري 0.93

جدول(9) نتائج التحليل لإجابات مجتمع البحث حول متطلبات نجاح عمليات الصيرفة الالكترونية

الإنحراف المعياري	الوسط الحسابي	مقياس المجال الاول / (ممارسات الصيرفة الالكترونية من خلال)										الترتيب
		لا اتفق تماما		لا اتفق		غير متأكد		اتفق		اتفق تماما		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.87	4.37	3	4	1	1	3	3	42	49	51	60	11.
0.83	4.30	0	0	3	3	16	16	30	35	51	60	12.
0.77	4.39	0	0	2	2	12	14	32	37	55	64	13.
0.88	4.35	0	0	6	7	9	11	28	33	56	66	14.
0.78	4.44	0	0	3	3	10	12	28	33	59	69	15.
0.82	4.52	1	1	4	5	3	3	27	31	66	77	16.
0.93	4.47	3	3	3	4	5	6	22	26	67	78	17.
0.86	4.37	0	0	3	3	17	20	21	25	59	69	18.
0.82	4.46	0	0	5	6	5	6	28	33	62	72	19.
1.02	4.40	9	4	4	5	6	7	21	25	65	76	20.
0.78	4.45	0	0	3	3	10	12	27	31	61	71	21.
0.64	4.41	الوسط الحسابي المرجح بالأوزان العام والانحراف المعياري العام - متطلبات الصيرفة الالكترونية										

المرجع: نتائج تحليل الإحصاء الوصفي لبيانات استمارة الأستبيان

18. فاعلية الرقابة الحيادية وموضوعية تقويم الأداء الإلكتروني بمشورة جهات خبيرة في تخصصات التقنية واقتصاد المعرفة والقانون والنشر الإلكتروني أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.37 وبإنحراف معياري 0.86 .

19. اشتراك في البريد الإلكتروني وموقع فاعل على شبكة الأنترنت ، للوصول إلى أكبر قدر من الزبائن وحماية مصالحهم وأموالهم، لتسهيل إنجاز الأنشطة الإدارية والفنية وتحقيق شمولية الخدمات المتميزة. أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.46 وبإنحراف معياري 0.82.

20. شبكة محلية بين كافة الفروع والمكاتب و ربطها مع الإدارة العامة والمصرف المركزي العراقي ، لغرض ترشيد العملية الإدارية أنياً وعن بعد بين الجهات المستفيدة محليا. أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.40 وبإنحراف معياري 1.02.

21. يستخدم المصرف الشبكات الخارجية وأتمتها مع قواعد التعامل المصرفي الإلكتروني في السوق المحلية والعالمية لتحقيق المنافسة والأداء المتميز أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.45 وبإنحراف معياري 0.78.

في ضوء نتائج المجال الثاني يكشف الجدول إجمالاً الرأي العام لمجتمع البحث وتوجهاته الخاصة بنتائج متطلبات وتوقعاتهم في حالة توافرها يؤدي الى نجاح عمليات الصيرفة الالكترونية والتي أحرزت وسط حسابي مرجح عام 4.41 بمستوى مرتفع من الوسط الحسابي المعياري وإنحراف معياري عام 0.64 .

المجال الثالث/ مزايا الصيرفة الالكترونية: ان استخدام الصيرفة الالكترونية تؤدي الى تحقيق مزايا ومنافع عديدة كما يكشفها جدول (10) هي:

22. انخفاض التكاليف وجودة وسرعة خدمة الزبائن للحصول على المنتج المصرفي على مدار الساعة بلا أخطاء أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.50 وبإنحراف معياري 0.70.

23. الأمان والجهد البدني المبذول الذي يتحمله الزبائن في الحصول على المنتج المصرفي على مدار الساعة أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.47 وبإنحراف معياري 0.74.

24. استهداف أسواق جديدة لتعدد خدمات الصيرفة الالكترونية وتنوعها وبالتالي نمو الحصة السوقية للمصرف أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.42 وبإنحراف معياري 0.98

25. زيادة إنتاجية الصيرفة الالكترونية بأقل التكاليف وأقل جهد ممكن في ظل التعامل المباشر والآني مع حسابات المستفيدين بدون عمليات وسيطة أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.44 وبإنحراف معياري 0.75.

جدول (10) التحليل الرياضي والإحصائي لإجابات عينة البحث أزاء مزايا الصيرفة الالكترونية.

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجال الثالث مقياس الإجابة مزايا الصيرفة الالكترونية										رقم العبارة
		لا اتفق تماما		لا اتفق		غير متأكد		اتفق		اتفق تماما		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.70	4.50	0	0	3	3	4	5	33	39	60	70	.22

0.74	4.47	0	0	3	4	4	5	34	40	58	68	23.
0.98	4.42	3	4	3	4	4	5	26	30	63	74	24.
0.75	4.44	1	1	1	1	8	9	34	40	56	66	25.
0.68	4.60	0	0	1	1	9	10	21	24	70	82	26.
0.82	4.51	1	1	2	2	10	12	20	23	68	79	27.
0.85	4.51	0	0	6	7	5	6	21	24	68	80	28.
0.20	3.97	2	2	3	3	12	14	17	20	61	71	29.
0.86	4.37	3	4	4	5	4	5	28	33	60	70	30.
0.61	4.42	الوسط الحسابي المرجح بالأوزان العام والانحراف المعياري العام لمزايا الصيرفة الإلكترونية										

المرجع: نتائج تحليل الإحصاء الوصفي لبيانات استمارة الاستبيان.

26. الرقابة الفعالة والمستمرة لحركة حسابات المستفيدين وتوافر السلامة والأمن و دورها الكبير في إزالة المخاوف من عمليات السرقة للنقود أو للشيكات عند التحويلات الالكترونية . أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.60 وبانحراف معياري 0.68.

27. تنظيم عمليات الدفع الدوري وتحسين عمليات التدفق النقدي و سرعة تنقل النقد بشكل كبير وبنقطة عالية. أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.51 وبانحراف معياري 0.82 .

28. تقليل الاعتماد على الأعمال الورقية لندرة احتياج الصيرفة الالكترونية للنماذج الورقية. الانتشار في الأماكن المتعددة ،توفير عمليات مراقبة وتصوير وأرشفة لكافة العمليات المتداولة آنيا وآليا. أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.51 وبانحراف معياري 0.85.

29. زيادة رضا الزبائن من خلال سرعة ودقة إنجاز معاملتهم ومزايا اخرى. أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 3.97 وبانحراف معياري 2.05.

30. تمكين الزبائن الدخول لموقع المصرف والدخول على الحسابات الخاصة بهم، أو المواد المسجلة أو إمكانية التسجيل دون الالتزام بالمكان المادي للمصرف أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.37 وبانحراف معياري 0.86.

في ضوء نتائج المجال الثاني يكشف الجدول إجمالاً الرأي العام لمجتمع البحث وتوجهاته الخاصة بنتائج مزايا الصيرفة الالكترونية والمخاطر التي تواجهها والتي أحرزت وسط حسابي مرجح عام 4.42 بمستوى مرتفع من الوسط الحسابي المعياري وانحراف معياري عام 0.61

المجال الرابع/ نتائج التحليل لإجابات مجتمع البحث الخاصة معوقات نجاح تطبيق الصيرفة

الالكترونية والمشفرة كما في جدول(11) الآتي:

جدول (11) نتائج التحليل لإجابات مجتمع البحث الخاصة بمعوقات الصيرفة الالكترونية.
المرجع: نتائج تحليل الإحصاء الوصفي لبيانات استمارة الأستبيان.

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجال الرابع: مقياس الإجابة معوقات الصيرفة الالكترونية										رقم العبارة
		لا اتفق تماما		لا اتفق		غير متأكد		اتفق		اتفق تماما		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0.81	4.43	1	1	2	2	10	12	28	33	59	69	.31
0.82	4.31	1	1	3	3	10	12	38	44	49	57	.32
0.83	4.35	1	1	5	6	3	3	41	48	50	59	.33
1.09	4.13	5	6	6	7	4	5	40	47	44	52	.34
0.76	4.47	0	0	3	3	9	10	28	33	61	71	.35
0.91	4.43	1	1	4	5	11	13	19	22	65	76	.36
0.79	4.59	1	1	3	4	3	4	21	24	72	84	.37
1.00	4.37	3	4	5	6	2	2	31	36	59	69	.38
0.86	4.33	0	0	6	7	8	9	33	39	53	62	.39
0.81	4.56	1	1	4	5	3	3	23	27	69	81	.40
0.64	4.40	الوسط الحسابي المرجح بالأوزان العام والانحراف المعياري العام لمعوقات الصيرفة الالكترونية										

31. ضعف النشاط التسويقي الحديث للمصرف للتعريف بالصيرفة الالكترونية، ومحدودية انتشارها جغرافياً. أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.43 وبإنحراف معياري 0.81 .

32. التحديات التنظيمية والإشرافية والقانونية وضوابطها للتعاقدات المصرفية الالكترونية ومشكلات الاثبات وامن المعلومات محليا ودوليا. أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.31 وبإنحراف معياري 0.82.

33. لا تتوفر الكفاءة الكافية لدى بعض الزبائن للتعامل مع الخدمات المصرفية الالكترونية، ولا المعرفة بفوائدها ولا الدراية التامة باستخدام الحاسوب أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.35 وبإنحراف معياري 0.83.

34. لا تزود حواسيب المصرف بنظام حماية من الفيروسات ولا يتم تحديثها تؤدي الى توقفها وتلف بياناتها أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.13 وبإنحراف معياري 1.09.

35. تطفل قرصنة البيانات والمعلومات وغسل الأموال والعمليات الممنوعة وعمليات تمويل الإرهاب أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.47 وبإنحراف معياري 0.76.
36. صعوبة اللغة وعدم توفر النشرات الإرشادية وافتقار المهارات في استخدام الانترنت أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.43 وبإنحراف معياري 0.91.
37. قلة الثقة في استخدام الصيرفة الالكترونية والقناعة بالتعامل مع الفروع مباشرة لعدم توفير الامان والسرية على استخدام القنوات الالكترونية أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.59 وبإنحراف معياري 0.79.
38. وجود اعطال فنية تحول دون استخدام الصيرفة الالكترونية وقت الحاجة أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.37 وبإنحراف معياري 1.00.
39. استخدام الصيرفة الالكترونية ينطوي على تلاعب من قبل المصارف مثل فرض عمولات او رسوم إضافية. زيادة الكلفة المترتبة على استخدام القنوات الالكترونية (مثل الاشتراك في الانترنت ، اجراء مكالمات هاتفية) أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.33 وبإنحراف معياري 0.86.
40. وجود خدمات مصرفية لا يمكن تقديمها من خلال القنوات الالكترونية (مثل الاعتماد المستندي، الكفالة، تحصيل السندات الشحن والتأمين أحرزت وسط حسابي بلغ مقداره 4.40 وبإنحراف معياري 0.64.

جدول (12) الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمتغيرات الصيرفة الالكترونية التابعة

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتغيرات المعتمدة
0.26	2.15	التقنيات
0.64	4.41	المتطلبات
0.61	4.42	المزايا
0.64	4.40	المعوقات
0.41	3.85	ممارسات الصيرفة الالكترونية

المرجع: نتائج تحليل الإحصاء الوصفي لبيانات استمارة الاستبيان

جدول (13) معاملات الارتباط بين متغيرات نموذج رأس المال البشري وممارسات الصيرفة الالكترونية .

الأنموذج	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	مستوى المعنوية	القرار
المعرفة.	4.48	0.65	0.237(*)	0.010	قبول الفرضية الثانوية البديلة (1)
الخبرة	4.54	0.69	0.225(*)	0.015	قبول الفرضية الثانوية البديلة (2)
المهارة	4.54	0.69	0.373(**)	0.000	قبول الفرضية الثانوية البديلة (3)

الابتكارات	4.48	0.61	0.258(**)	0.005	قبول الفرضية الثانوية البديلة (4)
العلاقات الإنسانية	3.91	0.98	0.097	0.297	رفض الفرضية الثانوية البديلة (5)
رأس المال البشري	4.62	0.82	0.237(*)	0.000	قبول الأنموذج

(**)(Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

(*)Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

المرجع: نتائج تحليل الإحصاء الوصفي لبيانات استمارة الأستبيان

جدول (14) معاملات الارتباط بين متغيرات رأس المال البشري وسائل الصيرفة الالكترونية .

القرار	مستوى المعنوية	معامل الارتباط	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	متغيرات البحث الرئيسية
قبول الفرضية الرئيسية البديلة للبحث	0.000	0.325(**)	0.82	4.62	رأس المال البشري
			0.41	3.85	الصيرفة الالكترونية
	117				مجتمع البحث

المرجع: نتائج تحليل الإحصاء الوصفي لبيانات استمارة الأستبيان

المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات Conclusions & Recommendations

استكمالاً للدراسة النظرية والتطبيقية للبحث، توصل الباحثون إلى جملة من الاستنتاجات النظرية والتحليلية والتوصيات والمقترحات من خلال المحورين الرئيسيين وعلى النحو الآتي:

المحور الأول: الاستنتاجات

المحور الثاني: التوصيات

أولاً: الاستنتاجات: أسفرت البحث النظرية ونتائج البحث وتحليلها واختبار فرضياتها عن أهم الاستنتاجات الفكرية والإستنتاجات التحليلية وعلى النحو الآتي:

1. أسفرت الدراسة النظرية للبحث هناك العديد من المزايا والمنافع التي تحققها الصيرفة الالكترونية منها: انخفاض التكاليف وتحتاج إلى عدد اقل من الموظفين و اقل جهد وجودة وسرعة خدمة الزبائن للحصول على المنتج المصرفي على مدار الساعة بلا أخطاء وبسرية تامة وأمان وبثقة عالية ولزيادة رضا الزبائن.

2. كشفت نتائج البحث التحليلية أن هنالك علاقة ارتباط معنوية في ضوء معطيات جدول(14) بوجود علاقات الارتباط لمعامل (Spearman) وهو مقياس ترتيبي يوضح اتجاه العلاقة وقوتها ومستواها. إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (0.325**) بين متغيرات رأس المال البشري المتمثلة بمكوناتها (المعرفة - الخبرة - المهارة - الابتكار و الإبداع - العلاقات الإنسانية)، وممارسات الصيرفة الالكترونية في مصرفي الرافدين والرشد، واتضحت العلاقة دالة إحصائياً بمستوى معنوية بقيمة 0.000 عند المستوى الثاني (مستوى اقل من 1%) بمستوى ثقة 99% هي الأقوى ، وهذا

يشير إلى وجود علاقة ارتباط ضعيفة موجبة طردية ولم تكن بمستوى الطموح الذي يعزز الدور المميز لرأس المال البشري في بيئة المصارف المبحوثة مقارنة بالمنافسين. مما يؤدي الى وجود مسوغ لرفض فرضية العدم والقبول بالفرضية الرئيسة البديلة ومفادها: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية بين أنموذج راس المال البشري المتمثلة ب (المعرفة - الخبرة - المهارة - الابتكار والإبداع - العلاقات الإنسانية)، وممارسات الصيرفة الالكترونية في المصارف التجارية العراقية موضوع البحث.

3. بلغت قيمة معامل الارتباط (0.237^*) بين المعرفة بوصفها احدى مكونات راس المال البشري وممارسات الصيرفة الالكترونية في موضوع البحث.، واتضحت العلاقة دالة إحصائيا بمستوى معنوية بقيمة 0.010 عند المستوى الأول (5%) بمستوى ثقة 95%، وهذا يشير الى وجود علاقة ارتباط ضعيفة موجبة طردية. مما يؤدي إلى وجود مسوغ لقبول الفرضية الثانوية الأولى البديلة ومفادها : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية بين المعرفة بوصفها احدى مكونات راس المال البشري وممارسات الصيرفة الالكترونية في مصرفي الرافدين والرشد فرع الصويرة، موضوع البحث.

4. بلغت قيمة معامل الارتباط (0.225^*) بين الخبرة بوصفها احدى مكونات راس المال البشري وممارسات الصيرفة الالكترونية في موضوع البحث.، واتضحت العلاقة دالة إحصائيا بمستوى معنوية بقيمة 0.015 عند المستوى الأول (5%) بمستوى ثقة 99% ، وهذا يشير الى وجود علاقة ارتباط ضعيفة موجبة طردية. مما يؤدي إلى وجود مسوغ لقبول الفرضية الثانوية الأولى البديلة ومفادها: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية بين الخبرة بوصفها احدى مكونات راس المال البشري وممارسات الصيرفة الالكترونية في مصرفي الرافدين والرشد فرع الصويرة، موضوع البحث.

5. بلغت قيمة معامل الارتباط (0.373^{**}) بين المهارة بوصفها احدى مكونات راس المال البشري وممارسات الصيرفة الالكترونية في موضوع البحث.، واتضحت العلاقة دالة إحصائيا بمستوى معنوية بقيمة 0.000 عند المستوى الثاني (1%) بمستوى ثقة 99%، وهذا يشير الى وجود علاقة ارتباط ضعيفة موجبة طردية. مما يؤدي إلى وجود مسوغ لقبول الفرضية الثانوية الأولى البديلة ومفادها: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية بين المهارة بوصفها احدى مكونات راس المال البشري وممارسات الصيرفة الالكترونية في مصرفي الرافدين والرشد فرع الصويرة، موضوع البحث.

6. بلغت قيمة معامل الارتباط (0.258^{**}) بين الابتكار والأبداع بوصفها احدى مكونات راس المال البشري وممارسات الصيرفة الالكترونية في موضوع البحث.، واتضحت العلاقة دالة إحصائيا بمستوى معنوية بقيمة 0.005 عند المستوى الأول (5%) بمستوى ثقة 95%، وهذا يشير الى وجود علاقة ارتباط ضعيفة موجبة طردية. مما يؤدي إلى وجود مسوغ لقبول الفرضية الثانوية الأولى البديلة

ومفادها: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية بين الابتكار والأبداع بوصفها احدى مكونات راس المال البشري وممارسات الصيرفة الالكترونية في مصرفي الرافدين والرشد فرع الصويرة، موضوع البحث.

7. بلغت قيمة معامل الارتباط (0.097) بين العلاقات الإنسانية بوصفها احدى مكونات راس المال البشري وممارسات الصيرفة الالكترونية في موضوع البحث.، واتضحت العلاقة دالة إحصائيا بمستوى معنوية بقيمة 0.297 اعلى من مستويات الدلالة، وهذا يشير الى عدم وجود علاقة ارتباط مما يؤدي إلى وجود مسوغ لقبول الفرضية الثانية الأولى العدم (الصفية) ومفادها: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية بين العلاقات الإنسانية بوصفها احدى مكونات راس المال البشري وممارسات الصيرفة الالكترونية في مصرفي الرافدين والرشد فرع الصويرة، موضوع البحث.

ثانياً: التوصيات

في ضوء الاستنتاجات النظرية والعملية للبحث الحالي، وردت التوصيات والمقترحات الآتية:

1. ضرورة توفير المناخ التنظيمي الملائم والإيجابي لرأس المال البشري وصيانتته بموضوعية وتدريبهم لاستثمارهم بجودة عالية لإداء الأنشطة المصرفية الالكترونية الابتكارية والإبداعية بتميز ونجاح .

2. التأكيد على توافر متطلبات الصيرفة الالكترونية المتمثلة بالبنية التحتية التقنية- الكفاءة الادائية المتفقة مع عصر التقنية- التطوير والاستمرارية والتفاعلية من المستجدات- التفاعل مع متغيرات الوسائل والاستراتيجيات الفنية والادارية والمالية- خدمات البطاقات - الرقابة التقييمية الحيادية وغيرها.

3. توفير البنية التحتية التقنية للاتصالات وتقنية المعلومات من قبل الدولة والحكومة ومشاركتهم مع مختلف القطاعات المعنية بتقديم الدعم المادي والبشري والمالي والتقني والمعلوماتي والزمني والتسويقي لمتطلبات نجاح عمليات الصيرفة الالكترونية وللتشجيع الاستثماري محليا وعالميا في بيئة الأعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية لزيارة موارد البلد ولتنمية المجتمع ورفاهيته الاقتصادية.

4. ضرورة اشتراك المصارف المبحوثة في البريد الإلكتروني ولها موقع فاعل على شبكة الأنترنت ، للوصول إلى اكبر قدر من الزبائن وحماية مصالحهم وأموالهم، لتسهيل إنجاز الأنشطة الإدارية والفنية وتحقيق شمولية الخدمات المتميزة.

5. القيام بربط شبكة محلية بين كافة الفروع والمكاتب مع الإدارة العامة والمصرف المركزي العراقي ، لغرض ترشيد العملية الإدارية أنياً وعن بعد وبين الجهات المستفيدة محليا. فضلا عن ادامة و تفعيل الشبكات الخارجية وأتمتها مع قواعد التعامل المصرفي الإلكتروني في السوق المحلي والإقليمي والعالمي ولتحقيق المنافسة والأداء المتميز.

6. الاهتمام بإنشاء وحدات تنظيمية تعنى بعمليات الصيرفة الالكترونية محليا وعالميا ضمن الهيكل التنظيمي لإدارة التسويق المصرفي لخدمة تقنيات شبكة المعلومات والاتصالات والكمبيوتر والبحوث واعتمادا التقنية الحديثة لمواكبة المستجدات في الأسواق المالية والنقدية ولزيادة القيمة السوقية للمصرف وتحقيق نمو دائم ومتصاعد ومستديم في الربحية ومعدلات العائد على حقوق الملكية والموجودات.
7. انضاج الوعي المصرفي والثقافي وتنميته لدى الزبائن وإقناعهم بضرورات التعامل بالصيرفة الالكترونية وما تحققه من مزايا وإيجابيات اليهم ، وبالتالي زيادة رضاهم وولائهم وكسب ثقتهم من خلال تبني استراتيجيات المزيج التسويق المصرفي بكفاءة وفعالية وإنسانية.
8. تنشيط البحث العلمي والاهتمام بالدراسات والبحوث المتعلقة برأس المال البشري في مجال عمليات الصيرفة الالكترونية لمعرفة كل ما هو جديد لتفعيل أداء رأس المال البشري من خلال تطوير قدراتهم المعرفية ومهارتهم المتقدمة ويأتي ذلك عن طريقة التدريب المستمر وفقا لبرامج مصممه بشكل عملي ينسجم والتطورات العالمية المعاصرة، لزيادة كفاءة رأس المال البشري للمصرف.
9. تجسيد فاعلية الرقابة الحيادية وموضوعية تقويم الأداء الإلكتروني بمشورة جهات خبيرة في تخصصات التقنية واقتصاد المعرفة والقانون والنشر الإلكتروني، مع وجود إشراف قوي ورقابة صارمة من قبل الأجهزة المصرفية الحكومية على الجهات المسموح لها بقنوات توزيع عمليات الصيرفة الالكترونية للمحافظة على حرية الأشخاص وسرية معاملاتهم المالية وأمن المجتمع ورفاهيته الاقتصادية ضد جرائم غسيل الأموال والتهرب الضريبي والتزوير والاحتيال والقرصنة الالكترونية وغيرها.

المراجع العربية والأجنبية:

أولا: الكتب العربية

1. إبراهيم كشت وآخرون، دليل القانونيين إلى الأعمال المصرفية، المصرف الأردني الكويتي، دائرة المكتبة الوطنية، عمان: 2005
2. أحمد سيد مصطفى .إدارة الموارد البشرية : الإدارة العصرية لرأس المال الفكري . القاهرة : 2004.
3. أحمد عودة ، القياس و التقويم في العملية التدريسية ، عمان : دار الأمل ، الطبعة الثانية، 1993.
4. ذوقان عبيدات - كايد عبد الحق - عبد الرحمن عدس ، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه. عمان: ط7، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ، 2001 .

5. روبرت ثوراندريك، اليزابيت هيجن، القياس والتقويم في علم النفس والتربية، ترجمة: عبد الله الكيلاني، عبد الله علي، عمان: مركز الكتب الاردني، 1986.
6. محمد الجهيني - ممدوح الجهيني ، المصارف الالكترونية ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2005 ولیم لاندی - سكوت آل فار ، منهجية البحث العلمي. الرياض : ترجمة معهد الإدارة العامة ، 1987.
7. يوسف أبو فاره، التسويق الإلكتروني ، دار وائل للنشر ، عمان ، الاردن، 2004.
8. ناظم الشمري-عبدالفتاح العبدالات، "الصيرفة الالكترونية، دار وائل للطباعة والنشر و التوزيع، الأردن ، 2008.

ثانياً: الرسائل والأطاريح الجامعية

10. بسام عبد الرحمن يوسف ، اثر تقنية المعلومات ورأس المال البشري في تحقيق الأداء المتميز، أطروحة دكتوراه فلسفة في إدارة الأعمال تقدم بها إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد بجامعة الموصل بإشراف الأستاذ الدكتور. ليث سعد الله حسين إبراهيم، 2005.
11. عبدالفتاح العبدالات، معوقات التوسع في الصيرفة الالكترونية- دراسة حالة على المصارف العراقية. أطروحة دكتوراه غير منشورة، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، عمان، العراق: 2006.
12. ناصر جبر شيال ، تشخيص رأس المال البشري وتطويره في الشركة العامة لتسويق الأدوية والمستلزمات المصرفية/ وزارة الصحة. دبلوم عالي إدارة المستشفيات جامعة بغداد /كلية الإدارة والاقتصاد: 2005.
13. نصير محمد عزال، أثر استراتيجيات التسويق المصرفي في أداء المصارف التجارية العراقية - أطروحة دكتوراه- جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، السودان : 2013.
14. نغم حسين نعمة "أثر استثمار رأس المال الفكري في الأداء المنظمي، دراسة ميدانية في عينة من شركات القطاع الصناعي المختلط"، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، 2000.

ثالثاً: الدوريات العربية والمؤتمرات:

15. رحيم حسين معراج ، المصرف الإلكتروني كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الشلف، الجزائر، 2004 ص: 317.
16. سعد العنزي، نغم حسين عبيد، قياس رأس المال البشري بين النظرية والتطبيق، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد جامعة بغداد، المجلد التاسع، العدد الحادي والثلاثون: 2002.

17. سعد العنزي،. كلفة رأس المال البشري واستثماره، **مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية**، جامعة بغداد، كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد (11)، العدد (41)، 2006: 43.
18. شاكرتركي إسماعيل، التسويق المصرفي الإلكتروني والقدرة التنافسية للمصارف الأردنية "المؤتمر العلمي الخامس-بغوان نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية إلكترونية، جامعة فيلادلفيا كلية العلوم الإدارية والمالية، 2007.
19. نغم حسين نعمة- سعد العنزي، "أثر رأس المال الفكري في أداء المنظمة: دراسة ميدانية في عينة من شركات القطاع الصناعي المختلط"، **مجلة العلوم الاقتصادية و الإدارية**، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، العدد 28، 2001.
20. Awad Elias., "Electronic Commerce: from vision to fulfillment", Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey, 2002.
21. Bukowitz, W. R., & Williams, R. L. **The knowledge management field book**. New Jersey, USA: FT Press. 1999.
22. Cox, Barbara G. and William Koelzer, "Internet Marketing". Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. 2004.
23. Kotler, Ph. And Armstrong, G., " Principle of Marketing", Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey ,2004.
24. Kotler, Philip, " Marketing Management", Prentice-Hall, New Delhi, India, 2006, PP;. 350-341
25. Leonard Schatzman and Anselm L. Strauss. **Field Research: Strategies for a Natural Sociology**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. 1999.
26. Stewart, T.. **Intellectual capital: The new wealth of organizations**,. New York, NY: Doubleday Dell Publishing Group. 1997.
27. Strauss J. , Ansary A., Frost R., "E- Marketing", Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey, 2006.
28. Turban, E., King, D., Lee, J.& Viehland, D., "Electronic Commerce A managerial Perspective", New Jersey: Pearson Education, Inc., Upper Saddle. River, 2004 .
- Fifth: Periodicals:**
29. Hennie, Daniels & Henk, , management of intellectual capital by optional prortfollio selection, **4 th , No..254, 2002.**
30. Joseph, M., Sekhon, Y., Stone, G. & Tinson, J., "An exploratory study on the use of banking technology in UK.", **International Journal of Bank Marketing**, Vol. 23, No.5, 2005. pp. 397-413.
- Sixth: Theses**
31. Bontis, N. and Girardi, J., "Teaching Knowledge Management and Intellectual Capital Lessons: an empirical examination of the tango simulation", 3rd World Congress on Intellectual Capital, McMaster University, Canada. 1998.