

Every one's Smart University

College of Management

Master of Management

بحث بعنوان

أثر إدارة المخاطر على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في المملكة العربية السعودية

**The Impact of Risk Management on The Quality of Electronic Banking
Services in The Kingdom of Saudi Arabia**

مشروع بحثي مقدم استكمالاً لنيل درجة الماجستير في تخصص الإدارة

إعداد

الاسم	الرقم الجامعي	الصفة
ايمن سوادي	232001610	قائد الفريق
بدر الفت	232001067	عضو
محمد الخليفة	232002670	عضو

تحت إشراف مشرف المقرر

د. وليد سليمان

٢٠٢٤ م

الإهداء والشكر:

يقول الله تعالى (ومن يشكر فإنما يشكر لنفسه) إن أول وأعظم شكر يمكن أن نبدأ به هو شكرنا الله سبحانه وتعالى على نعمه التي لا تعد ولا تحصى وشكرنا له على توفيقنا وإلهامنا لإكمال هذا البحث، إلى كل أولئك الرائعين في حياتنا من آباء وأمهات وأزواج وزوجات وأبناء وبنات وغيرهم، أنتم شمعتنا المضيئة التي احترفت لأجلنا طوال فترة الدراسة والبحث وها نحن نصل إلى نهاية رحلتنا في إكمال هذه المرحلة الدراسية بفضل الله سبحانه ثم بفضل دعمكم اللامتناهي طوال هذه الفترة، فشكراً لكم ولن نوفيكم قدركم في بضع كلمات.

إلى القامة العلمية التي يتشرف أي باحث بأن يكون تحت إشرافه وهو الأستاذ الدكتور وليد سليمان، لا يسعنا إلا أن نقول لكم كانت معرفتكم ودعمكم اللامتناهي رصيذاً كبيراً تعلمنا منه الكثير وأعطانا دافعاً للعمل بجدية أكبر، إلى أولئك الباحثين من أفراد مجموعتنا، شكراً لما بذلتموه من قصارى جهدكم خلال فترة البحث، قد كنتم نعم العون والسند بغض النظر عن صعوبة المهام الموكلة لكم أو مدى انشغالكم. نسأل الله العلي العظيم أن يجمعنا في جنات النعيم كما جمعنا في الدنيا على علم ونور، أخيراً نحن مدينون لجامعتنا بشكر كبير لدعمنا خلال هذه الرحلة ولجعل تلك المرحلة من أفضل مراحل حياتنا.

فهرس المحتويات:

الموضوع	رقم الصفحة
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	
١/١ المقدمة	٨
٢/١ مشكلة الدراسة	٩
٣/١ أسباب ودوافع اختيار موضوع الدراسة	١٠
٤/١ أهمية الدراسة	١٠
٥/١ أهداف الدراسة	١٢
٦/١ فروض الدراسة	١٣
٧/١ المنهجية وطرق البحث	١٣
٨/١ أدوات الدراسة (أدوات جمع البيانات)	١٤
٩/١ مجالات وحدود الدراسة	١٤
١٠/١ الدراسات السابقة	١٤
الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة	
١/٢ طبيعة الخدمات المصرفية الالكترونية	٢١
٢/٢ مخاطر الخدمات المصرفية الالكترونية	٢٨
٣/٢ إدارة مخاطر الخدمات المصرفية الالكترونية	٣١
الفصل الثالث: منهجية الدراسة وإجراءاتها	
١/٣ المنهجية وطرق البحث	٤٢

٤٢	٢/٣ مقياس الدراسة
٤٣	٣/٣ صدق أداة الدراسة (العينة الاستطلاعية)
٤٥	٤/٣ ثبات أداة الدراسة
٤٥	٥/٣ إجراءات تطبيق الدراسة
٤٥	٦/٣ أساليب المعالجة الإحصائية
الفصل الرابع: عرض وتفسير وتحليل النتائج	
٤٨	١/٤ نتائج الاستبيان
٥٩	٢/٤ تحليل الفرضيات
٦٣	٣/٤ اختبار فروض الدراسة
الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات	
٧٠	١/٥ الخاتمة
٧٠	٢/٥ النتائج
٧١	٣/٥ التوصيات
٧٣	المراجع

فهرس الجداول:

الجدول	رقم الصفحة
الجدول رقم (١): معاملات ارتباط بيرسون لعبارات الاستبانة بالدرجة الكلية للاستبانة:	٤٣
جدول رقم (٢): معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة:	٤٥
جدول رقم (٣): توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير الجنس	٤٨
جدول رقم (٤): توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير الفئة العمرية	٤٩
جدول رقم (٥): توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير مستوى التعليم	٤٩
جدول رقم (٦): توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير الحالة الاجتماعية	٥٠
جدول رقم (٧): توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير الدخل الشهري للأسرة	٥٠
جدول رقم (٨): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة نحو أثر إدارة المخاطر على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية	٥٢
جدول رقم (٩): التكرارات والنسبة المئوية لمقترحات وتوصيات أفراد عينة الدراسة بشأن إدارة المخاطر المتعلقة بالخدمات المصرفية الإلكترونية	٥٧
الجدول رقم (١٠): نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way ANOVA) للفروق في متوسطات إجابات أفراد الدراسة طبقاً إلى اختلاف متغير الجنس.	٥٩
الجدول رقم (١١): نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way ANOVA) للفروق في متوسطات إجابات أفراد الدراسة طبقاً إلى اختلاف متغير العمر.	٦٠
الجدول رقم (١٢): نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way ANOVA) للفروق في متوسطات إجابات أفراد الدراسة طبقاً إلى اختلاف متغير مستوى التعليم.	٦٠

٦١	الجدول رقم (١٣): نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way ANOVA) للفروق في متوسطات إجابات أفراد الدراسة طبقاً إلى اختلاف متغير الحالة الاجتماعية.
٦٢	الجدول رقم (١٤): نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way ANOVA) للفروق في متوسطات إجابات أفراد الدراسة طبقاً إلى اختلاف متغير الدخل الشهري.
٦٣	جدول رقم (١٥) نتائج اختبار "ت لعينة واحدة" (One-Sample T-test) لاختبار الفرض الأول للدراسة.
٦٤	جدول رقم (١٦) نتائج اختبار "ت لعينة واحدة" (One-Sample T-test) لاختبار الفرض الثاني للدراسة.
٦٦	جدول رقم (١٧) نتائج اختبار "ت لعينة واحدة" (One-Sample T-test) لاختبار الفرض الثالث للدراسة.
٦٧	جدول رقم (١٨) نتائج اختبار "ت لعينة واحدة" (One-Sample T-test) لاختبار الفرض الرابع للدراسة.

الملاحق:

رقم الصفحة	الموضوع
٧٧	الاستبيان
٨٣	نتائج التحليل الإحصائي
٩٢	المستخلص باللغة العربية
٩٣	المستخلص باللغة الإنجليزية

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١/١ المقدمة:

نشأت المصارف وتطورت لتلبية حاجات المجتمع من الخدمات المالية المتعددة، وتعد المصارف التجارية جزءاً مهماً من النظام المالي الذي يخدم المجتمع. ويتكون النظام المالي من شبكة من الأسواق المالية والمؤسسات المالية والشركات والأفراد، ويقدم النظام المالي العديد من الخدمات التي لا يستطيع الاقتصاد العمل دونها، وتمثل المصارف التجارية العمود الفقري للجهاز المصرفي والذي يشكل حجر الأساس للنظام الاقتصادي في المملكة.

حققت المصارف في السنوات الأخيرة نمواً كبيراً رغم تواجدها في قطاع يمتاز ببيئة شديدة المنافسة ومليئة بالمخاطر، لكن في ظل التطور الكبير في تكنولوجيا المعلومات سارعت المصارف في مختلف أنحاء العالم إلى الاستفادة من تقنيات المعلومات بهدف تحسين خدماتها المصرفية وتوسيع قاعدة عملائها، فقد أصبحت الخدمات المصرفية تقدم بطريقة جديدة من خلال قنوات إلكترونية بعدما كانت تقتصر فقط على الفروع المادية، كما أصبح التحول الرقمي واقعاً يفرض نفسه في عالم الصناعة المصرفية وجعل المنافسة أكثر حدة، وهذا أدى إلى ضرورة تحرك المصارف لمواكبة هذا التحول الرقمي من أجل مواصلة نموها وانتشارها، وقد أخذت بعض المصارف خطوات متقدمة نحو التحول الرقمي ، وبدأت في تقديم خدماتها المصرفية عبر قنوات إلكترونية متعددة ، هذا التحول الرقمي يجلب العديد من المزايا والفرص للمصارف، لكن في المقابل يجلب معه مخاطر إضافية تتطلب وضع سياسات ومنهجيات وطرق جديدة لإدارة هذا النوع من المخاطر.

وقد أدى النمو الكبير في تكنولوجيا المعلومات إلى تغيير الطريقة التي تقوم بها المصارف بتقديم خدماتها، فأصبحت المصارف تقدم الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، ولم يكن ١٨ أكتوبر ١٩٩٥ يوماً عادياً في التاريخ المصرفي، ففي هذا اليوم تم ولادة أول بنك افتراضي يقدم خدماته المصرفية للعملاء عبر الإنترنت وهو بنك نت بنك في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث سبق ذلك التاريخ الربط بين المصارف باستخدام "سويفت" في عام ١٩٧٧ في مدينة نيويورك.

هذا ويُعد النظام المصرفي السعودي أحد أكثر الأنظمة سلامة وكفاءة في العالم، وقد بدأ مساره الحديث مع نشأة مؤسسة النقد العربي السعودي في عام ١٩٥٢، وقد تم تدشين الشبكة السعودية للمدفوعات « سبان » ،

تحت إشراف مؤسسة النقد العربي السعودي عام ١٩٩٠، ويمثل هذا بداية انطلاق الخدمات المصرفية الإلكترونية في المملكة.

ويشهد القرن الواحد والعشرون تطوراً نوعياً في الخدمات المصرفية؛ حيث تتسابق البنوك في العالم من أجل تقديم خدماتها المصرفية وفقاً لأحدث ما توصلت إليه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛ مما أدى إلى انتشار استخدام مفهوم الأعمال المصرفية الإلكترونية، وفي إطار جهود البنوك السعودية الهادفة إلى تحسين مستوى الخدمات المصرفية التي تقدمها لعملائها؛ حققت البنوك تقدماً في مجال المصرفية الإلكترونية على نحو مكن العملاء من إنجاز العديد من عملياتهم المصرفية من مواقعهم باستخدام شبكة الإنترنت وباستخدام هواتفهم الذكية دون الحاجة إلى التواجد في فروع البنوك، إن الخدمات المصرفية الإلكترونية التي توفرها البنوك العاملة في السعودية ترتبط بحزمة واسعة من إجراءات الحماية التي تكفل لعملائها الحصانة من ظاهرة « الاحتيال المالي والمصرفي الإلكتروني » التي أصبحت واقعاً ملموساً وتحدياً قائماً أمام جميع الهيئات والمؤسسات التشريعية والرقابية والمصرفية والأمنية والإعلامية. (غربي عبد الحليم، بورقية شوقي، ٢٠١٥).

٢/١ مشكلة الدراسة:

تواجه الأعمال المصرفية الإلكترونية مخاطر عديدة تتمثل فيما يلي: المخاطر التقنية، مخاطر الاحتيال مخاطر ناتجة عن سوء عمل النظام الإلكتروني، مخاطر قانونية؛ الأمر الذي يتطلب إدارتها من قبل الهيئات الرقابية والإشرافية. وتهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على تجربة العمل المصرفي الإلكتروني في المملكة العربية السعودية؛ حيث قررت مؤسسة النقد العربي السعودي عام 2010 إصدار قواعد الخدمات المصرفية الإلكترونية لكي تتمكن البنوك السعودية من حماية معلومات عملائها ، وتقليل حالات الاحتيال ، وإدارة المخاطر المتعلقة بالعمليات المصرفية الإلكترونية، وتقليل عدد الشكاوى من مستخدمي الخدمات المصرفية الإلكترونية، ويعتمد نجاح و سلامة واستقرار أي جهاز مالي ومصرفي على نجاح إدارة المخاطر المصرفية الإلكترونية حيث أن إدارتها تعد أمراً ضرورياً لضبطها ومتابعتها لتحقيق الأمان والسلامة المصرفية.

هذا وتتمثل المشكلة البحثية في دراسة ومعرفة واقع الأعمال المصرفية الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، وتحديد المخاطر الناجمة عنها وسبل مواجهتها، ومعرفة مدى توفر الأطر الفنية والرقابية اللازمة لإدارة مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية في المملكة العربية السعودية.

٣/١ أسباب ودوافع اختيار موضوع الدراسة:

- التعرف على المفاهيم المتعلقة بالمخاطر المصرفية الإلكترونية من الناحية النظرية والتطبيقية من خلال استثمار المعلومات التي تم الحصول عليها.
- المكانة التي تحصلت عليها إدارة المخاطر المصرفية الإلكترونية في العالم عقب الأزمات المالية العالمية.
- اهتمام الجهات الرقابية العالمية ومن ضمنها مقررات لجنة بازل ودورها في تحسين وتفعيل إدارة المخاطر المصرفية الإلكترونية.
- اهتمام الجهات الرقابية الوطنية، حيث قررت مؤسسة النقد العربي السعودي إصدار قواعد الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- حاجة البنوك السعودية إلى إدارة مخاطر مصرفية إلكترونية جديدة.

٤/١ أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذا البحث باعتبار الصناعة المصرفية التي تنطوي على المخاطر، وقد لوحظ تعاظم هذه المخاطر في السنوات القليلة الماضية، فالمخاطر المصرفية لم تعد التهديد الوحيد لاستقرار البنك حيث أضيفت لها المخاطر الإلكترونية، وغيرها مما دعا إلى إعادة تقييم البنوك للمخاطر التي قد تواجهها وكيفية إدارتها، والأخذ بالمعايير الدولية مما يدعو إلى ضرورة تبني النظم الفعالة لإدارة المخاطر المصرفية الإلكترونية خاصة في ضوء ظهور المستجدات المصرفية ذات المخاطر المرتفعة. (مريم خوبيزي، ٢٠١٦)

إن التطورات المتسارعة في آليات عمل المصارف التجارية من خلال زيادة استخدام التكنولوجيا، وتنوع وزيادة الخدمات المصرفية وزيادة المنافسة بين المصارف التجارية، واستخدام التجارة الإلكترونية، أدى ذلك إلى زيادة

تعرض هذه المصارف لأنواع متعددة من المخاطر كالمخاطر التشغيلية ومخاطر الائتمان ومخاطر سعر الفائدة وغيرها من المخاطر، التي تصب في نهاية الأمر في خانة النتائج السلبية لأداء عمل المصارف التجارية. من هنا كان لا بد على المصارف التجارية من السيطرة على هذه المخاطر من خلال استخدام أسلوب إدارة المخاطر لاتخاذ الإجراءات المناسبة للحد من الآثار السلبية للمخاطر التي تواجهها المصارف التجارية من خلال إجراءات تحديد وتقييم المخاطر وترتيبها وفق أولويات خاصة من المخاطر ذات الأكثر خطورة إلى المخاطر الأقل خطورة وتوجيه اهتمام كادر عمل المصارف للأنشطة والوحدات ذات المخاطر المرتفعة من خلال اعتماد المصرف الطرق الحديثة في معالجة المخاطر. (رزيقة، مخوخ، ٢٠٢٢)

وتعد مخاطر الأنشطة المصرفية الإلكترونية من الأولويات التي تحتل اهتمامات البنوك السعودية في الفترة الحالية في ظل المنافسة الحادة بين البنوك لاجتذاب عدد كبير من العملاء للتعامل من خلال فروعها حيث تزداد قدرة البنوك على اجتذاب العملاء وفقاً لمدى قدرتها على توفير الخدمات المصرفية المتميزة في ظل الاستخدام المتزايد لأساليب تكنولوجيا المعلومات والمعدة خصيصاً لأعراض الأنشطة المصرفية، حيث زادت منافسة البنوك السعودية في تطبيق البرامج وأساليب تكنولوجيا المعلومات المتقدمة في مجال العمليات المصرفية لتحسين كفاءة أداء الأنشطة المصرفية وتحسين القدرة التنافسية وما يصاحب ذلك من مخاطر مصرفية. (ممدوح عبد الفتاح أحمد، ٢٠٢١)

وتتبع أهمية الدراسة من أنها تسهم في:

1. بلورة مفهوم الصيرفة الإلكترونية بما تمثله من قناة جديدة لتوزيع المنتجات والخدمات البنكية الحالية من وما توفره أيضاً من فاعلية في تخفيض تكلفة المعاملات وإيجاد سبل جديدة لجذب المزيد من العملاء الجدد فهي توفر على العميل زيارته للبنك لأداء المهام الروتينية البنكية لتتيح التعرف على ما تريده الخدمات البنكية في أي وقت وأي مكان فالعملاء الأكثر مواكبة للتطور والذين عادة ما يشكلون الجزء الأكبر من أرباح البنك هم أكثر انتفاعاً بهذه الخدمة. حيث إن التواكب مع التكنولوجيا الحديثة يكتسب تشجيعاً متزايداً من قبل البنوك، حيث أدركت كيف يمكن لهذه الخدمات والمنتجات الإلكترونية أن تساعد على التميز عن منافسيها.

2. أهمية البحث تمتد لتشمل أيضاً بيان أن التحدي الإلكتروني يكمن فيما هو أكثر من قدرة البنوك على استغلال التكنولوجيا ، فإن التطور في تكنولوجيا المعلومات قد أضفى على المنتجات والخدمات المصرفية صفة السلعة ، كما أضاف مستوى جديد للشفافية داخل المجتمع المالي كذلك ساهمت الشبكات الإلكترونية في الكشف عن الاختلافات السعرية، وأعطت العملاء مساحة غير محدودة جغرافياً للوصول لأكبر عدد من المنافسين فحالياً أصبح في استطاعة العملاء شبكة الانترنت مقارنة الأسعار والمنتجات بسهولة وبالتالي يوجد تحدي جديد أمام مستخدمي البنوك.

3. كما تكمن أهمية الدراسة في بيان أهم السمات التي تتصف بها المخاطر المرتبطة بالعمليات المصرفية الإلكترونية والتي منها التغير السريع في الابتكارات التقنية والخدمات المصرفية المصاحبة واستخدام الشبكات المفتوحة، وتزايد الاعتماد على أطراف خارجية تتطلب إعادة تقييم الإجراءات وسياسات إدارة المخاطر بشكل مستمر.

4. بيان اهتمام المصارف والسلطات الرقابية في المملكة العربية السعودية بالمخاطر المصرفية الإلكترونية.

٥/١ أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحقيق ما يلي:

1. التعرف على ماهية الخدمات المصرفية الإلكترونية والمخاطر التي تصاحبها.
2. التعرف على واقع العمل المصرفي الإلكتروني في المملكة العربية السعودية.
3. الوقوف على أنظمة المدفوعات الإلكترونية في المملكة العربية السعودية.
4. استقراء جهود البنوك السعودية في مواجهة التحديات المصرفية الإلكترونية.
5. تحديد دور إدارة مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية في البنوك السعودية.

٦/١ فروض الدراسة:

في ضوء إشكالية الدراسة وأهدافها يمكن صياغة فروض البحث كما يلي:

- إن زيادة الخدمات المصرفية وتنوعها يؤدي إلى زيادة أنواع المخاطر التي يمكن أن تواجه المصارف التجارية.
- تسهم مؤسسات النظام المصرفي السعودي في زيادة وعي المجتمع بمخاطر الأعمال المصرفية الإلكترونية.
- هناك قواعد محددة لإدارة مخاطر الأعمال المصرفية الإلكترونية في المملكة العربية السعودية.
- تؤثر إدارة المخاطر بشكل إيجابي على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

٧/١ المنهجية وطرق البحث:

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي وهو مناسب لعرض مختلف عمليات المخاطر المصرفية الإلكترونية التي تتعرض لها البنوك التجارية، وكذا الإشارة إلى أهم السبل والطرق والمعايير المتخذة لقياس هذه المخاطر ثم القيام بدراسة ميدانية من خلال استخدام أداة الاستبيان.

٨/١ أدوات الدراسة (أدوات جمع البيانات):

تعتمد الدراسة على استخدام التحليل والاستدلال فيما يتعلق بتحليل أداة البحث المتمثلة في الاستبيان وذلك بهدف الوصول إلى نتائج تدعم فرضيات الدراسة.

كما اعتمدت الدراسة على نوعين من البيانات هما:

- **البيانات الثانوية:** وهي المصدر الرئيسي لتشكيل الإطار النظري للدراسة والتعريفات الإجرائية، وتمت من خلال المراجعة والاطلاع على المراجع المختلفة ذات العلاقة بموضوع الدراسة والتي تشمل الكتب، والمراجع، والمصادر، والأوراق العلمية، ودراسات سابقة، ودوريات، وتقارير، وشبكة الانترنت.

- **البيانات الأولية:** وهي صلب الدراسة الميدانية وأساس نتائج الدراسة وجودتها، وقد تم تصميم الاستبانة المناسبة لتجميع البيانات الأولية بحيث تعكس وجهات نظر وآراء عملاء الخدمات المصرفية الإلكترونية.

٩/١ مجالات وحدود الدراسة:

الحدود المكانية: المملكة العربية السعودية.

الحدود الزمانية: يغطي البحث الفترة من ٢٠٢٣-٢٠٢٤.

الحدود البشرية: العاملين في المصارف وعملاء المصارف في المملكة العربية السعودية.

١٠/١ الدراسات السابقة:

الدراسة	الأهداف	المنهجية	النتائج والتوصيات
سلطان الهاشمي، صفيح صادق، ٢٠٢٢	هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع إدارة مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية في المصارف الإسلامية، حيث تم الاعتماد على دراسة حالة مصرف الراجحي السعودي	تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي للإحاطة بالجوانب المتعلقة بالمصارف الإسلامية والمخاطر التي تتعرض لها، إضافة إلى ما يتعلق بالخدمات المصرفية الإلكترونية ومخاطرها، كما تم الاعتماد أيضا على أسلوب دراسة الحالة للتعرف على واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في المصارف الإسلامية وواقع إدارة المخاطر التي تصاحبها.	وقد توصلت الدراسة إلى أن المصرف يعتمد على أنظمة آلية متقدمة في تقديم خدماته المصرفية، ولمواجهة المخاطر الإضافية التي تجلبها، يتم تطبيق مجموعة من السياسات والإجراءات الأمنية ومعايير الأمان العالمية، والتي تتماشى مع المبادئ المقترحة من طرف لجنة بازل لإدارة مخاطر الصيرفة الإلكترونية.
ياسر سمرة، وآخرون، ٢٠٢٢	هدف هذا البحث إلى تحديد دور إدارة مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية في ضوء مقررات لجنة بازل في البنوك	قامت الدراسة باستخدام المنهجين الوصفي والتحليلي، والذي يعتمد على دراسة الظاهرة محل الدراسة كما هي	وتوصل إلى عدد من النتائج أهمها: يتوفر لدى البنوك التجارية المصرية أنظمة فعالة لمواجهة مخاطر العمليات

المصرفية الإلكترونية، يتوفر لدى البنوك الإفصاح والشفافية اللازمين لمواجهة المخاطر التي تواجه العمليات المصرفية الإلكترونية، تقوم دوائر وأقسام المخاطر في البنوك بدورها في متابعة وإدارة مخاطر العمل الإلكتروني بفاعلية.	دون تدخل، كما يهتم بوصفها بحيث يوضح مقدار الظاهرة أو حجمها، ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى.	التجارية المصرفية، وتكون مجتمع الدراسة من البنوك التجارية الخاصة المصرفية، ويبلغ عددهم 17 بنك وتمثله مفردات الدراسة من المراجعين الماليين (داخليين وخارجيين) المحللين الماليين.	
أصبحت إدارة المخاطر جزءاً لا يتجزأ من إدارة المستشفيات في معظم البلدان المتقدمة بشكل عام والولايات المتحدة الأمريكية بشكل خاص. ومع ذلك، لا يزال يتعين إيلاء الاهتمام اللازم لمفهوم وعملية إدارة المخاطر في البلدان النامية. نظراً لأننا نعيش في قرية عالمية ومع تقدم في تكنولوجيا الاتصالات، فإن اليوم ليس بعيداً عندما يرفع المرضى دعاوى قانونية ضد مقدمي الرعاية الصحية والمستشفيات بسبب سوء الممارسة الطبية والإهمال الذي يهدد سلامة المرضى. يوصى بأن تنظر المستشفيات بجدية في تنفيذ و / أو تعزيز برامج إدارة المخاطر لحماية أصولها وتقليل الخسائر المالية.	تم إجراء دراسة مسحية في المملكة العربية السعودية وتحديدًا على عملاء البنوك بمدينة الرياض، وذلك باعتبار وجود مختلف الأنماط لمفردات العينة المختارة، وللاعتقاد بعدم وجود اختلاف بين مجتمع الدراسة في الرياض عنه في بقية مناطق المملكة الرئيسية كالدمام وجدة، وبسبب عوامل تتعلق بالتكلفة والوقت المحدد للدراسة. ويندرج تحت مجتمع الدراسة جميع الرجال السعوديين الذين يملكون حسابات جارية في البنوك.	يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في تحسين وتطوير خدمات البنوك الإلكترونية المصرفية لترتقي إلى تطلعات العميل، ومن أجل تدعيم المركز التنافسي لها، عن طريق اختبار أثر الخدمات الإلكترونية المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك، وتحديد درجة الأهمية لكل خدمة من تلك الخدمات الإلكترونية المصرفية.	صالح بن سعد القحطاني، ٢٠١٥
وقد خلصت عملية تحليل البيانات الأولية للبحث إلي مجموعة من النتائج من أهمها: يوجد تدني في مستوى اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمات الالكترونية المقدمة إليهم من قبل المصارف التجارية. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمتغيرات الديموغرافية المتمثلة في (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، مستوى الدخل	حيث اعتمد البحث على المنهج الوصفي المسحي؛ الذي جمع بين الوصف والتحليل للبيانات الأولية التي تم جمعها بواسطة صحيفة استبيان أعدت خصيصاً لذلك.	يهدف البحث إلى التعرف على طبيعة الاتجاهات النفسية المتكونة لدى العملاء المستفيدين من الخدمات الالكترونية وتأثير ذلك على سلوكهم نحو تلك الخدمات والمصارف التجارية قيد البحث.	زينب عبد السلام القذافي، ٢٠١٩

الشهري، نوع الحساب ونوع الخدمة المتحصل عليها) على مستوى اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمات الإلكترونية المقدمة إليهم من قبل المصارف التجارية. في حين وجد تأثير ذو دلالة إحصائية للوظيفة الحالية ومدة التعامل مع المصرف.			
الدراسة توصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن أهم معوقات الصيرفة الإلكترونية عدم الوعي المصرفي بالخدمات المصرفية الإلكترونية وعدم قيام البنك بالدور التوعوي اللازم لنشر ثقافة الصيرفة الإلكترونية بالرغم من انخفاض مخاطر هذه الخدمات الإلكترونية، إلى جانب نتائج أخرى مهمة وردت بالتفصيل في البحث.	سيقوم الباحث في هذه الدراسة باستخدام أسلوب التحليل الإحصائي باستخدام SPSS لحساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار t لفرضيات الدراسة، كما سيتم استخدام برنامج Excel لإعداد الجداول والرسوم البيانية اعتماداً على البيانات المتاحة خلال فترة البحث.	الهدف من الدراسة التعرف على دور الخصائص الشخصية: الجنس، الفئة العمرية، الوظيفة، الشهادة العلمية سنوات الخبرة في استخدام الصيرفة الإلكترونية وما هي أهم مقومات وعناصر نجاحها من وجهة نظر عملاء البنك فضلاً عن أهم معوقات ومخاطر الصيرفة الإلكترونية في البنوك العاملة في الأردن.	ثائر قدومي، ٢٠١٠
وتوصلت نتائج البحث إلى أنه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقديم وتكلفة وسرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية وربحية المصارف التجارية ممثلة في معدل العائد على الأصول ومعدل العائد على حقوق الملكية، وأوصى البحث أن تعمل المصارف التجارية في دولة ليبيا على الاستمرار دوماً في تطوير آليات العمل بالخدمات المصرفية الإلكترونية وتحديثها وفقاً لمجريات التطور الحاصل في البنوك العالمية حتى تواكب العولمة المالية.	وقد اتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الاستقرائي، بالاعتماد على طرح استبانة الآراء وتحليل القوائم المالية باستخدام الأساليب الإحصائية، فقد تم الاعتماد على البيانات الفعلية للقوائم المالية للمصارف التجارية في ليبيا خلال الفترة من 2008 حتى 2016.	يهدف البحث إلى دراسة أثر العلاقة بين الخدمات المصرفية الإلكترونية (ممثلة في تقديم وتكلفة وسرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية) والربحية (ممثلة في معدل العائد على الأصول ومعدل العائد على حقوق الملكية)، وتمثلت مشكلة البحث في دراسة أثر تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية على مؤشرات الربحية بالمصارف التجارية في ليبيا.	محمد بهاء الدين محمد بخيت، واخرون، ٢٠١٨
يُظهر المدخلان الفرعيان لنموذج قبول التكنولوجيا (TAM)، المتمثلة في سهولة الاستخدام المتصورة (PEOU) والفائدة المدركة (PU)، تأثيراً هامشياً كبيراً وإيجابياً على اعتماد الخدمات	وتعتمد الدراسة على بيانات من المسح العالمي للشمول المالي لعام 2017 الذي شمل 1009 من المشاركين، والذي تم تحليله باستخدام أدوات تحليلية بسيطة مثل اختبار مربع كاي والانحدار اللوجستي. أفاد	تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على محددات اعتماد الخدمات المصرفية الرقمية في المملكة العربية السعودية باستخدام نموذج قبول التكنولوجيا (TAM).	Hashem Abdullah Alnemer, 2022

المصرفية الرقمية، في حين تشير الثقة إلى تأثير هامشي سلبي وكبير مع السيطرة على تأثير العمر والتعليم للمستهلكين. توفر هذه الدراسة رؤى قيمة للمؤسسات المالية والمستهلكين وكيانات الأعمال والباحثين في تعزيز النظام المصرفي الرقمي في المملكة العربية السعودية.	حوالي 51.5% من المشاركين في الاستطلاع عن اعتمادهم للخدمات المصرفية الرقمية في المملكة العربية السعودية. تمت إضافة عامل الثقة في الخدمات المصرفية الرقمية لتوسيع نطاق نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) في التنبؤ باعتماد التكنولوجيا المصرفية الرقمية.		
وتشير نتائج هذه الدراسة إلى أن أبعاد جودة الخدمة الثمانية؛ إن الموثوقية وكفاءة المعاملات ودعم العملاء وأمن الخدمة وسهولة الاستخدام والأداء والرضا عن جودة الخدمة ومحتوى الخدمة لها تأثير كبير على مستوى رضا المستخدم عن الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية السعودية.	تم استخدام كل من أساليب البحث الكمية والنوعية في الدراسة. وقد شاركت في هذه الدراسة عينة مكونة من 308 عملاء من القطاع المصرفي. وقد قام الباحثون بتطوير استبيان ذاتي التنظيم لجمع البيانات ذات الصلة. بالإضافة إلى ذلك، تم جمع البيانات الثانوية من المصادر المنشورة، بما في ذلك المواقع الإلكترونية وأوراق المجالات ومنشورات البنوك التجارية المختارة.	شهد القطاع المصرفي حول العالم تطوراً هائلاً في خدماته ومنتجاته. تعتبر الخدمات المصرفية الإلكترونية ميزة تنافسية للقطاع المصرفي. الغرض من هذه الدراسة هو تقييم مدى فعالية جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء في سياق البنوك التجارية السعودية.	Muhammed Alkhaibaria, et al., 2023
وقد أظهرت النتائج أن جميع أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية وهي الإدراكية والموثوقية والسلامة والتعاطف والاستجابة ترتبط بشكل كبير برضا العملاء في مصرف الراجحي. وتقدم هذه الدراسة توصيات مهمة تهدف إلى مساعدة البنك على تعزيز جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.	يتكون مجتمع الدراسة من العملاء المستفيدين من خدمات مصرف الراجحي في المملكة العربية السعودية. تم توزيع استبيان على 100 فرد من عملاء مصرف الراجحي. ومن ثم تم جمع البيانات وتحليلها باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS.	تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في تحقيق رضا عملاء مصرف الراجحي فرع الدوادمي من خلال دراسة أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية وتشمل الإدراكية والموثوقية والسلامة والتعاطف والاستجابة.	Mohamed Ahmed Hamadtu, 2022

ومن خلال تحليل واستقراء الدراسات السابقة، يمكن القول إن الدراسات والبحوث السابقة قد حققت تقدماً في مجال دراسة مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية من حيث رصدتها وإدارتها بصفة عامة، ولكن لم تتطرق الدراسات السابقة إلى بيان أثر إدارة المخاطر على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية وخاصة في المملكة العربية السعودية، وفيما يتعلق بالقطاع المصرفي السعودي، حيث أن ضعف التعامل مع مخاطر الأنشطة المصرفية الإلكترونية وإدارتها والتحكم فيها قد يعصف بنجاح إدارة البنوك السعودية ويهدر المهارات والخبرات المصرفية، كما يعتبر تطبيق القطاع المصرفي لإدارة وضبط تلك المخاطر يعد أمراً هاماً في سوق

الخدمات المصرفية. لذلك تسعى الدراسة الحالية إلى سد الفجوة في الدراسات السابقة من خلال ما تسعى إلى تحقيقه من أهداف وكذلك فتح مجالات بحثية مستقبلية أخرى أمام الباحثين ومن هنا تبرز الإضافة البحثية لهذه الدراسة من خلال عرض أثر إدارة المخاطر على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في المملكة العربية السعودية.

الفصل الثاني:

الإطار النظري للدراسة

مقدمة :

يشهد العالم تغيرات واسعة النطاق، نتيجة التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والتي انعكست على كافة نواحي الحياة وقطاعاتها المختلفة بما فيها قطاع المصارف والتي أصبحت تعمل في بيئة عمل تنافسية، ونتيجة لاستفادة البنوك من التطور التكنولوجي أصبحت الصيرفة الالكترونية فرصة لزيادة ربحية وحصة البنك السوقية باستخدام المزيد من أدوات ومجالات الصيرفة الالكترونية . وتؤكد الأبحاث العلمية أهمية الاستثمار في الخدمات المصرفية المرتكزة على التكنولوجيا الحديثة، وإن مستقبل المصرف لايعتمد فقط على خدمة العملاء من خلال الفروع الموزعة في مختلف المناطق بل على البيئة التكنولوجية الحديثة حيث يعتاد العملاء على استعمال الوسائل التقنية المختلفة في العالم المصرفي مثل أجهزة الصراف الآلي والهاتف المصرفي والبنك الخليوي وبنوك الانترنت ونقاط البيع وأدوات التحويل الالكتروني للأموال والتي أصبحت القنوات الرئيسية لخدمة العملاء .

فالبنوك الالكترونية بمعناها الواسع ليست مجرد فرع لبنك قائم يقدم خدمات مالية فحسب، بل موقعاً مالياً تجارياً وإدارياً واستشارياً شاملاً له وجود مستقل على الخط يتم التعاقد معه للقيام بخدمات أو تسوية المعاملات أو إتمام الصفقات على مواقع الكترونية وهو ما يمثل أهم تحدي في ميدان البنوك الالكترونية، وتظهر المنافسة قوية بين البنوك التجارية والمؤسسات المالية، وبين المؤسسات الكبيرة والصغيرة ووفقاً لذلك سيقوم العملاء بالمقارنة بين خدمة البنوك واختيار الأنسب منها.

يتم تقسيم هذا الفصل من خلال عرض المباحث الآتية:

١/٢ طبيعة الخدمات المصرفية الالكترونية

٢/٢ مخاطر الخدمات المصرفية الالكترونية

٣/٢ إدارة مخاطر الخدمات المصرفية الالكترونية

١/٢ طبيعة الخدمات المصرفية الالكترونية

١/١/٢ نشأة ومفهوم الصيرفة والبنوك الالكترونية:

تعود نشأة الصيرفة الإلكترونية إلى بداية الثمانينات تزامناً مع ظهور النقد الإلكتروني، أما استخدام البطاقات كان مع بداية القرن الماضي في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي ، وبطاقات معدنية تستعمل على مستوى البريد في الولايات المتحدة الأمريكية . وفي عام ١٩٥٨ أصدرت American Express أول بطاقة بلاستيكية لتنتشر على نطاق واسع ، ثم قامت بعدها ثمانية بنوك بإصدار بطاقة "Bank Americard" عام ١٩٦٨ لتتحول إلى شبكة Visa العالمية، كما تم إصدار في نفس العام البطاقة الزرقاء "Carte Bleue" من طرف ستة بنوك فرنسية . وفي عام ١٩٨٦ قامت اتصالات فرنسا France Telecom " بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئة للبطاقات الذاكرة (Cartes à mémoire) لتصبح عام ١٩٩٢ كل البطاقات المصرفية بطاقات الكترونية (Cartes à puce) تحمل بيانات شخصية لحاملها ، وخلال منتصف التسعينات ظهر أول بنك إلكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية يميّز بين نوعين من البنوك كلاهما يستخدم تقنية الصيرفة الإلكترونية. (صالح مفتاح، ٢٠١٦)

تختلف التسميات حول مفهوم المصارف الالكترونية ولكنها تصب في مفهوم واحد هو المصارف التي تعمل عن طريق شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، ويطلق عليها عدة مسميات مثل المصارف الالكترونية، مصارف الانترنت، المصارف الالكترونية عن بعد، المصرف المنزلي، المصرف على الخط، المصارف الخدمية الذاتية أو مصارف الويب، وعلى اختلاف المسميات فجميعها تشير إلى قيام العميل بإدارة حساباته أو انجاز أعماله المتصلة بالمصرف عبر شبكة الانترنت سواء كان في المنزل أو المكتب وفي أي مكان وفي أي وقت يرغبه ويعبر عنها "بالخدمة المصرفية الالكترونية". (علي محبوب، علي سنوسي، ٢٠٢٠)

يستخدم تعبير أو اصطلاح البنوك الإلكترونية (Electronic Banking) أو بنوك الإنترنت (Internet Banking) كتعبير متطور وشامل للمفاهيم التي ظهرت مع مطلع التسعينات كمفهوم الخدمات المالية عن بعد أو البنوك الالكترونية عن بعد (Remote Electronic Banking) أو البنك المنزلي (Home Banking) أو البنك على الخط (Online Banking)، وجميعها تعبيرات تتصل بقيام العملاء بإدارة

حساباتهم وإنجاز أعمالهم المتصلة بالبنك عن طريق المنزل أو المكتب أو أي مكان آخر وفي الوقت الذي يريد العميل ، ويعبر عنه بعبارة (الخدمة المالية في كل وقت ومن أي مكان) ، وقد كان العميل عادة يتصل بحساباته لدى البنك ويتمكن من الدخول إليها وأجراء ما تتيحه له الخدمة عن طريق خط خاص ، وتطور المفهوم هذا مع شيوع الانترنت إذ أمكن للعميل الدخول من خلال الاشتراك العام عبر الانترنت ، لكن بقيت فكرة الخدمة المالية عن بعد تقوم على أساس وجود البرمجيات المناسبة داخل نظام كمبيوتر العميل ، بمعنى إن البنك يزود جهاز العميل (الكمبيوتر الشخصي PC) بحزمة البرمجيات - أما مجانا أو لقاء رسوم مالية - وهذه تمكنه من تنفيذ عمليات معينة عن بعد (البنك المنزلي) ، أو كان العميل يحصل على حزمة البرمجيات اللازمة عبر شرائها من الجهات المزودة ، وعرفت هذه الحزم باسم برمجيات الإدارة المالية الشخصية (Personal-Financial-management PFM) وغيرها وهذا المفهوم للخدمات المالية عن بعد هو الذي يعبر عنه واقعا ببنك الكمبيوتر الشخصي (PC banking) وهو مفهوم وشكل قائم ولا يزال الأكثر شيوعا في عالم العمل المصرفي الإلكتروني. (Miranda Vlad, 2009)

في ظل وجود شبكة الانترنت وشيوعها وازدياد مستخدميها ، وفي ظل التطور الهائل في تقنيات الحوسبة والاتصال التي حققت تبادلا سريعا وشاملا للمعلومات ضمن سياسة وخطط الانسياب السلس للبيانات ومفهوم المعلومة على الخط ، وترافق ذلك مع استثمار الانترنت في ميدان النشاط التجاري الإلكتروني ضمن مفاهيم الأعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية ، ومع الاعتماد المتزايد على نظم الحوسبة في إدارة الأنشطة وازدياد القيمة الاقتصادية للمعلومات ككيان معنوي أمسى هو المحدد الاستراتيجي للنجاح في قطاعات الأعمال والمال والاستثمار المالي ، في ظل ذلك كله ، تطور مفهوم الخدمات المالية على الخط ، لتتحول الفكرة من مجرد تنفيذ أعمال عبر خط خاص ومن خلال برمجيات نظام كمبيوتر العميل ، إلى بنك له وجود كامل على الشبكة ويحتوى موقعه كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية ، وفوق ذلك تطور مفهوم العمل المصرفي من أداء خدمات مالية خاصة بحسابات العميل إلى القيام بخدمات المال والاستشارة المالية وخدمات الاستثمار والتجارة والإدارة المالية وغيرها. (اديب قاسم شندي، ٢٠١١)

والبنوك الالكترونية بمعناها الحديث ليست مجرد فرع لبنك قائم يقدم خدمات مالية وحسب ، بل موقعا مالياً تجارياً إدارياً استثمارياً شاملاً ، له وجود مستقل على الخط ، فإذا عجز البنك نفسه عن أداء خدمة ما من بين

هذه الأطر كان الحل اللجوء إلى المواقع المرتبطة التي يتم عادة التعاقد معها للقيام بخدمات عبر نفس موقع البنك ، بل إن احد أهم تحديات المنافسة في ميدان البنوك الالكترونية إن مؤسسات مالية تقدم على الشبكة خدمات كانت حكراً على البنوك بمعناها التقليدي أو بمعناها المقرر في تشريعات تنظيم العمل المصرفي. (Khaled Alshaikh Theeb, 2023)

وعليه ، ووفقا لما تقدم فان البنك الالكتروني يشير إلى النظام الذي يتيح للعميل الوصول إلى حساباته أو أية معلومات يريدتها والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية من خلال شبكة معلومات يرتبط بها جهاز الحاسوب الخاص به أو أية وسيلة أخرى.

وبالتالي يمكن للعميل أن يتصل بالمصرف مباشرة بالاشتراك العام عبر شبكة المعلومات الدولية وإجرائه لمختلف التعاملات على أساس أن يزود المصرف جهاز الحاسوب الشخصي للعميل بحزمة البرمجيات الشخصية، إذا عمليات المصارف الالكترونية هي إجراءات الكترونية تتم عبر شبكة المعلومات الدولية ومن أهم أشكالها المصارف الافتراضية، التي تولدت لها مواقع الكترونية على الشبكة من أجل تقديم خدمات نفس خدمات المصرف لكي يقوم بالعمليات المصرفية العادية مثل السحب والدفع والتحويل دون انتقال العميل إليها. (نصر حمود فهد، ٢٠١١)

٢/١/٢ دوافع ظهور الخدمات المصرفية الإلكترونية:

إن ظهور الخدمات المصرفية الإلكترونية كان نتيجة تفاعل عدة عناصر منها: (وسيم الحداد واخرون، ٢٠١٨)

- ثورة الاتصالات والمعلومات التي أدت إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي والمالي ومنه التطلع الى تقديم خدمات مصرفية ومالية متطورة ومتنوعة اعتمادا على ما أنتجته التكنولوجيا وثورة المعلومات.
- التجارة الإلكترونية التي تتم باستخدام الوسائل الإلكترونية وخاصة الإنترنت والتي أصبحت تتميز بخصائص عديدة تميزها عن التجارة التقليدية التي اعتادت هذه المؤسسات المالية التعامل في ظلها

ومعها مما جعل التطوير الواعي لإستراتيجيات وأساليب عمل البنوك ضرورة خدمية وليس هدار للأموال.

- وجود منافسة شديدة بين البنوك بعضها البعض ومع غيرها من المؤسسات المالية، هذه المنافسة التي أصبحت تقتصر على الاقتصاديات الوطنية، بل اكتسبت أبعاداً دولية في ظل تحرير التجارة العالمية.
- تزايد دخول العديد من المؤسسات المالية غير المصرفية مثل شركات التأمين وشركات الأوراق المالية ومنافستها للبنوك حيث أصبح العديد من هذه المؤسسات تقدم مجموعة الخدمات وثيقة الصلة بعمل البنك.

- وجوب تطوير الأداء بصفة مستمرة سواء للبنوك وغيرها من المؤسسات المالية لرفع مستوى الكفاءة التشغيلية لتقديم أفضل خدمة لعملائها، وخاصة أن الكثير من العملاء أصبحوا يطلبون خدمة رفيعة المستوى بتكلفة تنافسية مستفيدين من المنافسة المتزايدة بين المؤسسات.

٣/١/٢ أطراف الصيرفة الالكترونية :

يرتبط التوسع في خدمات الصيرفة الالكترونية بالأطراف الأساسية التي تؤثر في عملية التوسع ، وهي أطراف مصرفية تتمثل في: (رحيم حسين، هواري معراج، ٢٠٠٤)

➤ **عملاء البنوك التجارية :** وهم الطرف الأهم من أطراف الصيرفة الذين يتعاملون بأدوات الصيرفة الالكترونية من قنوات وبطاقات الكترونية .

➤ **البنوك التجارية :** وهي الطرف المسؤول عن توفير أدوات الصيرفة الالكترونية .

➤ **البنك المركزي :** باعتباره السلطة التنفيذية والإشرافية على البنوك ومصدراً للتشريعات والقوانين المصرفية الى جانب كونه الجهة المسؤولة عن تطبيق ورقابة الإجراءات المصرفية فيما يخص الصيرفة الالكترونية.

٤/١/٢ مميزات وأهداف الخدمات المصرفية الالكترونية:

مما لاشك فيه أن اعتماد البنوك على العمل الالكتروني في إتمام المعاملات المصرفية الحديثة في الوقت الحاضر ما هو إلا لجوء لإحدى الوسائل التنافسية الفعالة والتي من خلالها يتم الوقوف بوجه المنافسة الحادة والشديدة الذي يشهده العالم الآن وخاصة في عصر الاقتصاد الرقمي واقتصاد المعرفة وعصر طريق المعلومات فائق السرعة، والتي تفرض على منظمات الأعمال ومنها البنوك أن تتكيف وفقا لمتطلباتها ومن خلال ما سبق نستطيع أن نلخص أهم مميزات وأهداف الخدمات المصرفية الالكترونية : (محمد صالح الكردي، ٢٠٢٣)، (حلايلي نريمان، بن بوزيان محمد، ٢٠٢٢)

- فتح فروع جديدة بتكلفة قليلة جدا قياسا بالفروع التقليدية ومما تتطلبه من إمكانيات مادية وبشرية ذات تكاليف عالية جدا.
- توسيع قاعدة المتعاملين مع البنك وذلك من خلال عرض خدماته ومنتجاته عبر الشبكة وهذا ما ينعكس على استقطاب زبائن جدد من مختلف المناطق
- الخروج من المحلية باتجاه العالمية وهذا ينعكس على زيادة عدد المتعاملين مع البنك داخل البلد وخارجه.
- عولمة أعمال البنك من خلال شبكة الإنترنت وهذا بحد ذاته مسألة ذات آثار كبيرة على نجاح البنك في تقديم خدماته ومنتجاته بشكل يؤدي إلى تكافؤ الفرص وخاصة بالنسبة للبنوك الصغيرة والمتوسطة والتي لا تمتلك الموارد المالية والإمكانيات البشرية اللازمة للانتشار في بلدان إقليمية كانت أو عالمية.
- الوصول إلى الأسواق العالمية بشكل شمولي وفي نفس الوقت وبأقل الكلف مما يتيح لهذه البنوك قاعدة تنافسية يمكن أن تنافس البنوك الكبيرة.
- أن التعاملات المصرفية الالكترونية أقل تكلفة وأسرع مقارنة بتكلفة المعاملات المصرفية التقليدية.
- تتمتع الخدمات المصرفية الالكترونية بالسرعة والجودة بالاستفادة من مزايا النظام الالكتروني وتقنيات الحوسبة مما يكسب البنوك الالكترونية مما يكسب البنوك الالكترونية هذه المزايا والفوائد.

- أهم مميزات البنوك الالكترونية هو تخفيض كثير من التكاليف على عاتق البنك حيث يستريح البنك من أعباء فتح فروع جديدة وكثيرة في أماكن مختلفة داخل وخارج الدولة.
- حرية الاختيار حيث تزود العملاء بالمعلومات الكاملة عن المنتجات والخدمات.
- تلقائية التعامل فلا حاجة لوجود علاقة عمل مسبقا لإجراء حركة تجارية وبدء تعامل جديد.
- التكامل مع العمل فالإنترنت توفر خدمة التوصيل للمنازل إلى جانب كونها سوقا تجاريا متكاملة.
- استمرار وجود المعلومات طول اليوم أمام أي شخص يستخدم الانترنت مع إمكانية إدخال تعديلات بسهولة وسرعة.
- تحقق للفرد درجة عالية من الراحة والوقوف في طابور طويل.
- تحقق سرية الحسابات التي يرغب فيه عدد كبير من العملاء.

٥/١/٢ عوامل نجاح الصيرفة الالكترونية:

إن إقامة نظام للصيرفة الالكترونية يقتضي الالتزام بجملة من العوامل والتي هي بمثابة قواعد للعمل الالكتروني والتي تتمثل فيمايلي : (محمد بلحسن، ٢٠٢١)

- ❖ وجود شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات الصلة، وترتبط بالانترنت وفقا للأسس القياسية مع مراعاة التأمين في تصميم هذه الشبكة.
- ❖ وضع خطط للبدء في إدخال خدمات الصيرفة الالكترونية، بداية من وضع إستراتيجية على مستوى البنك المركزي أو البلد أو التحالفات الدولية.
- ❖ وضع تنظيمات قياسية تسمح بالربط بين مختلف الجهات والعالم ككل.
- ❖ إعداد خطة لتدريب الموارد البشرية .
- ❖ العمل على إنشاء تنظيم إداري يعمل على التنسيق بين الأطراف المتعاقدة.

٦/١/٢ أساليب الدفع الالكتروني:

تطورت وسائل الدفع الالكتروني مع انتشار عمليات التجارة الالكترونية، ويقصد بالدفع الالكتروني على أنه مجموعة الأدوات والتحويلات الالكترونية التي تصدره المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع، وتتمثل في البطاقات البنكية، والنقود الالكترونية، والشيكات الالكترونية، والبطاقات الذكية. (محمد خليل السمريات، رائد محمد العضيلة، ٢٠١٧)، (الهام جبالة، ٢٠٢٣)

1. البطاقات البنكية : أو البطاقات البلاستيكية، وهي عبارة عن بطاقة مغناطيسية يستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة قد تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو الإتلاف، وتنقسم البطاقات الالكترونية إلى ثلاث أنواع هي :

أ- **بطاقات الدفع :** تصدرها البنوك أو شركات التمويل الدولية بناء على وجود أرصدة فعلية للعميل في صورة حسابات جارية تقابل المسحوبات المتوقعة له.

ب- **البطاقات الائتمانية:** وهي البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة، تمكن حاملها من الشراء الفوري لاحتياجاته مع دفع أجل لقيمتها، مع احتساب فائدة مدينة على كشف الحساب بالقيمة التي تجاوزها العميل نهاية كل شهر.

ج- **بطاقات الصرف الشهري :** تختلف هذه البطاقات عن البطاقات الائتمانية كونها تسدد بالكامل من قبل العميل للبنك خلال الشهر الذي تم فيه السحب (أي أن الائتمان في هذه البطاقة لا يتجاوز شهر).

2. النقود الالكترونية : بعد ظهور البطاقات البنكية ظهرت " النقود الالكترونية " أو "النقود الرقمية " والتي هي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات إلكترونية تخزن في مكان آمن على الهارد ديسك لجهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل يعرف باسم المحفظة الالكترونية، ويمكن للعميل استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات البيع أو الشراء أو التحويل.

3. الشبكات الإلكترونية : وهو مثل الشبك التقليدي تعتمد فكرة الشبك الإلكتروني على وجود وسيط لإتمام عملية التخليص والممثل في جهة التخليص (البنك) الذي يشترك لديه البائع والمشتري من خلال فتح حساب جاري بالرصيد الخاص بهما مع تحديد التوقيع الإلكتروني لكل منهما وتسجيله في قاعدة البيانات لدى البنك الإلكتروني، من البنوك التي تتبنى فكرة الشبكات الإلكترونية بنك بوسطن، سيتي بنك .

4. البطاقات الذكية : تماشيا مع التطورات التكنولوجية ظهرت البطاقات الذكية Smart Cards والتي هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية إلكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل الاسم، العنوان، المصرف المصدر، أسلوب الصرف، المبلغ المنصرف وتاريخه، وتاريخ حياة العميل المصرفية .

إن هذا النوع من البطاقات الجديدة يسمح للعميل باختيار طريقة التعامل سواء كان ائتماني أو دفع فوري، وهو ما يجعلها بطاقة عالمية تستخدم على نطاق واسع في معظم الدول الأوروبية والأمريكية.

٢/٢ مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية:

إن التطور التقني في الصناعة المصرفية من ناحية، والتطور في استخدام الوسائل الإلكترونية والأموال الإلكترونية من ناحية أخرى، أدى إلى زيادة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل المصارف ، وزيادة تعقيد العمليات المصرفية في سوق سمته المنافسة الشديدة. ولمقابلة هذا التطور والمخاطر المرتبطة به أصبح من الضروري مراقبة مستوى المخاطر التي تحيط بالعمل ووضع الإجراءات الرقابية اللازمة للسيطرة على الآثار السلبية لهذه المخاطر وإدارتها بطريقة سليمة، ففي ممارسة المصارف لأعمالها الإلكترونية تواجه مخاطر يترتب عنها خسائر مالية، ومن هذه المخاطر يمكن تصنيفها ضمن مجموعات مختلفة تتمثل فيما يلي: (ياسر محمد سمرة، وآخرون، ٢٠٢٢)

■ **المخاطر التقنية:** تحدث هذه المخاطر من احتمال الخسارة الناتجة عن خلل في شمولية النظام أو من أخطاء العملاء، أو من برنامج إلكتروني غير ملائم للصيرفة والأموال الإلكترونية .

■ **مخاطر الاحتيال :** وتتمثل في تقليد برامج الحواسيب الالكترونية أو تزوير معلومات مطابقة للبرامج الالكترونية، أو تعديل بعض المعلومات بخصوص الأموال الالكترونية .

■ **مخاطر ناتجة عن سوء عمل النظام الالكتروني :** قد ينشأ الخطر من سوء استخدام هذا النظام، أو سوء مراقبة البرامج في حد ذاتها .

■ **مخاطر قانونية :** تحدث المخاطر القانونية عندما لا يحترم المصرف القواعد القانونية والتشريعات المنصوص عليها، أو عندما لا تكون هناك نظم قانونية واضحة ودقيقة بخصوص عمليات مصرفية جديدة، وتبرز أهم التحديات القانونية متمثلة في تحدي قبول القانون للتعاقدات الإلكترونية، حجبتها في الإثبات، أمن المعلومات، وسائل الدفع، التحديات الضريبية، إثبات الشخصية، التوقيع الإلكترونية، أنظمة الدفع النقدي، المال الرقمي أو الإلكتروني، سرية المعلومات، أمن المعلومات من مخاطر إجرام التقنية العالية، خصوصية العميل، المسؤولية عن الأخطاء والمخاطر، حجية المراسلات الإلكترونية، التعاقدات المصرفية الإلكترونية، مسائل الملكية الفكرية لبرمجيات وقواعد معلومات المصرف أو المستخدمة من موقع المصرف أو المرتبطة بها علاقات وتعاقدات المصرف مع الجهات المزودة للتقنية أو المورد لخدماتها أو مع المواقع الحليفة مشاريع الاندماج والمشاركة والتعاون المعلوماتية.

■ **مخاطر فجائية:** مثل هذه المخاطر تؤدي إلى مشاكل في السيولة وفي سياسة القروض المصرفية، حيث أن فشل المشاركين في نظام نقل الأموال الإلكترونية أوفي سوق الأوراق المالية بشكل عام في تنفيذ التزاماتهم - الدفع و التسديد - يؤدي غالبا إلى توتر قدرة مشارك أو مشاركين آخرين للقيام بدورهم في تنفيذ التزاماتهم في موعدها، وهذا ما يؤدي إلى توتر العلاقات وزعزعت الاستقرار المالي في السوق .

■ **مخاطر تكنولوجية:** ترتبط المخاطر بالتغيرات التكنولوجية السريعة، وإن عدم إلمام موظفي المصارف بالاستخدام الأمثل للتكنولوجيا الحديثة يؤدي إلى القصور في أداء العمليات الالكترونية بشكل صحيح.

وتجدر الإشارة الى أن للخدمات الإلكترونية مخاطر كثيرة منها: (خالد قاشي، مصطفى العثماني، ٢٠١٠)

- احتمال انقطاع الاتصال أو العلاقة المباشرة مع البنك.
- انخفاض جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- صعوبة تشغيل أو استخدام بعض أنظمة المصارف وهذا يشكل خطورة في البنك لأن مختلف الأنشطة تتراجع أو تتوقف.
- احتمال انتشار فيروس الحاسب الآلي.
- التجسس الإلكتروني: نظراً لتوسع التجارة الإلكترونية عبر شبكة الأنترنت تحولت الكثير من مصادر المعلومات إلى أهداف للتجسس التجاري.
- القرصنة: يقصد بها استخدام أو النسخ غير المشروع لنظم أو برامج الحاسب الآلي ، وقد أدت قرصنة البرامج إلى خسائر مادية باهظة جدا ، ولحماية البرامج من عمليات القرصنة تم الاتفاق مع مزودي الخدمة لإبلاغهم عن أي مواقع مخصصة للبرامج المقرصنة تنشأ لديهم وذلك لتقديم شكوى ضدهم ومقاضاتهم إن أمكن أو إقفال تلك المواقع على أقل تقدير .
- تزوير البيانات: تعتبر من أكثر المخاطر للخدمات المصرفية الإلكترونية وتتم عملية التزوير بالدخول إلى قاعدة البيانات وتعديل البيانات الموجودة بها وإضافة معلومات مغلوبة بهدف تغيير أرقام الحسابات الجارية وأصحاب هذه الحسابات أو حتى الرصيد الموجود في مختلف هذه الحسابات.
- غسيل الأموال: مصطلح حديث نسبياً وهو أي عملية من شأنها إخفاء المصدر غير المشروع الذي اكتسبت منه الأموال ، حيث تساهم البطاقات الذكية التي تشبه في شكلها بطاقة البنوك المستخدمة في مكائن الصراف الآلي ، في تحويل الأموال مع ضمان تشفير وتأمين العملية ، كل هذا جعل عمليات غسل الأموال تتم بسرعة أكبر بدون ترك أي آثار في الغالب .
- الاستيلاء على بطاقات الائتمان : ليس بالصعوبة الاستيلاء على بطاقات الائتمان فلصوص بطاقات الائتمان مثلاً يستطيعون الآن سرقة مئات الآلاف من أرقام البطاقات في يوم واحد من خلال شبكة الانترنت ومن ثم بيع هذه المعلومات للآخرين. وتسعى البنوك الدولية والمحلية في تطبيق أنظمة تقلل من مخاطر فقدان بطاقة الائتمان والاستيلاء غير المشروع عليها.

٣/٢ إدارة مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية:

لكي تتمكن المصارف من حماية معلومات عملائها وتقليل حالات الاحتيال وإدارة المخاطر المتعلقة بالمصرفية الإلكترونية وأيضاً تقليل عدد الشكاوى من مستخدمي المصرفية الإلكترونية، قررت مؤسسة النقد العربي السعودي إصدار قواعد جديدة للمصرفية الإلكترونية، وتعتمد القواعد الجديدة للمصرفية الإلكترونية على المخاطر وتحدد الطريقة التنظيمية الاحترازية التي تعتمدها مؤسسة النقد للرقابة على خدمات المصرفية الإلكترونية. وتقدم هذه القواعد التوجيه للمصارف بشأن إدارة المخاطر في المصرفية الإلكترونية وتؤكد على: (مؤسسة النقد العربي السعودي، ٢٠١٠)

- المسؤولية المشتركة لمجلس الإدارة والإدارة العليا.
- حماية العميل وتثقيفه.
- خصوصية العميل.
- الحد الأدنى للمعايير الأمنية تماشياً مع أفضل المعايير الدولية.
- الإدارة الملائمة للحوادث ورفع تقارير للمؤسسة.

مخاطر المصرفية الإلكترونية جزء لا يتجزأ من إدارة مخاطر المصرف بشكل عام. ونتيجة لذلك، يجب تعزيز وتنفيذ السياسات وإجراءات إدارة المخاطر والضوابط الداخلية والمراجعة الداخلية للحسابات ذات الصلة وفق ما يتطلبه نظام إدارة مخاطر المؤسسة المالية بشكل يناسب خدمات المصرفية الإلكترونية. وعلاوة على ذلك، يجب على المجلس أو لجنته المختارة ضمان أن أنظمة وضوابط إدارة مخاطر المصرف يتم تعديلها وتحسينها حسب ما هو ضروري لكي تواجه المشاكل المصاحبة للمصرفية الإلكترونية.

١/٣/٢ طرق إدارة المخاطر:

إن الطبيعة المفتوحة والمعقدة للبنية التحتية لتقنية المعلومات خصوصاً المستخدمة بواسطة الانترنت مثل المخاطر المصاحبة لاستخدام الانترنت، المخاطر ذات الصلة بالشركاء في سلسلة تقديم الخدمات مثل مزودي

الاتصالات بائعي ومقدمي الأنظمة، ومقدمي المنتجات والخدمات هي الأسباب الرئيسة التي توجب على المصارف إنشاء إطار عمل سليم لإدارة المخاطر.

يجب تغطية جميع الأعمال ذات الصلة ومجالات التشغيل والدعم التي لديها مسؤوليات لإدارة مخاطر التقنية على الخطوط أو المستويات الوظيفية. إن مجلس الإدارة وجميع مستويات الإدارة مسؤولون وخاضعون للمساءلة عن إدارة ومراقبة المخاطر التقنية (الفعلية والمستقبلية)، بما أنه يتعين على الإدارة العليا الإشراف على جميع مهام إدارة المخاطر؛ لذلك يجب عليها وضع عمليات لإدارة المخاطر. وهذه المسؤولية تتطلب أن تقوم المصارف بعملية تحديد وتقييم المخاطر من خلال فحص مجموعة من المخاطر ذات الصلة وتحليل أثر المخاطر المختلفة على أنظمة وعمليات أعمالها. يجب تقويم وتحديد الأولوية للمخاطر التي تعتبر جسيمة بالنسبة للمنشأة بشكل عميق؛ لكي يتسنى إعداد إستراتيجية للتعامل مع هذه المخاطر والتخفيف من حدتها، ومن طرق ادارة المخاطر ما يلي: (سلطاني الهاشمي ، صادق صفيح، ٢٠٢٢)

١. **تحديد المخاطر:** يجب أن تغطي عملية تحديد المخاطر تعيين جميع أنواع التهديدات ونقاط الضعف الكامنة في هيكل المصرفية الالكترونية وجميع المكونات مثل الشبكات الداخلية والخارجية، والأجهزة، والبرامج، والتطبيقات البرمجية، والعمليات، والعناصر البشرية وخصوصاً أثر سوء التصرف البشري. يجب على الإدارة تحديد وتصنيف وتقييم المخاطر ذات الصلة بعمليات المصرف على النحو التالي :

- اعتماد صيغة لتصنيف المخاطر.
- تحديد خطة تشمل السياسات والممارسات والإجراءات لمعالجة هذه المخاطر والتحكم بها.
- تنفيذ الخطة.
- متابعة المخاطر ومدى فعالية الخطة على أساس مستمر
- تحديد عمليات لعمل اختبارات منتظمة وتحديث الخطة لمراعاة التغييرات التي تحدث في التقنية والتطورات القانونية وبيئة العمل وتشمل التهديدات الخارجية والداخلية لأمن المعلومات.

٢. **تحليل المخاطر:** تحليل المخاطر وتحديد حجمها، إن هذه المرحلة عبارة عن تحليل وفهم وتحديد حجم الأثر المحتمل وتبعات المخاطر التي تم تحديدها على العمل والعمليات بشكل عام تحديد الأولوية للمخاطر، والقيام بتحليل تكلفة المنفعة واتخاذ قرارات لتخفيف حدة المخاطر.

٣. **معالجة المخاطر:** يجب على المصارف ألا تقدم أي منتج أو خدمة المصرفية الالكترونية عندما لا يمكن تنفيذ الضوابط الضرورية وإجراءات الأمن بشكل ملائم.

٤. **متابعة المخاطر:** متابعة المخاطر ومراجعتها لمواجهة التغير المستمر الحاصل في بيئة المصرفية الالكترونية يجب على الإدارة إنشاء إطار عمل لمتابعة المخاطر والالتزام على أساس مستمر للتأكد من أداء وفعالية إجراءات إدارة المخاطر، يجب تحديث إجراءات المخاطر وتعزيزها وفقاً لذلك . ويجب القيام باختبارات روتينية ومراجعة نظامية لكفاءة وفعالية إجراءات إدارة المخاطر والضوابط المصاحبة والإجراءات الأمنية السارية، وينصح كثيراً بأن يقوم المصرف بإجراء برنامج تقييم شامل للمخاطر بواسطة طرف ثالث سنوياً.

٢/٣/٢ مبادئ إدارة المخاطر:

صادقت مؤسسة النقد العربي السعودي على مبادئ إدارة المخاطر المصرفية الالكترونية، ويجب على المصارف أن تأخذ بعين الاعتبار متطلبات هذه المبادئ عند وضع سياساتها وإجراءاتها للمصرفية الالكترونية، وهذه المبادئ كما يلي: (مؤسسة النقد العربي السعودي، ٢٠١٠)

أولاً: مبادئ إشراف المجلس والإدارة:

مبدأ ١:

يجب على مجلس الإدارة والإدارة العليا إنشاء إدارة إشراف فعالة تشرف على المخاطر المصاحبة لنشاطات المصرفية الالكترونية ، ويشمل ذلك إحداث عملية مساءلة محددة وسياسات وضوابط لإدارة هذه المخاطر، يجب على كل من الإدارة العليا للمصرف ومجلس الإدارة وضع تعليمات واضحة وتقديم الدعم الإداري الضروري للمبادرات الأمنية للمصرفية الالكترونية، يجب على كل من الإدارة العليا للمصرف ومجلس الإدارة وضع

تعليمات واضحة وتقديم الدعم الإداري الضروري للمبادرات الأمنية للمصرفية الإلكترونية، وهذا يشمل تعزيز الأمان والأمن السليم داخل المنشأة من خلال الالتزام المناسب وتخصيص الموارد الكافية، واعتماد جميع السياسات والإجراءات ذات الصلة بإدارة مخاطر المصرفية الإلكترونية.

مبدأ ٢:

على مجلس الإدارة والإدارة العليا أن يراجعا ويعتمد الجوانب الرئيسة لعملية الرقابة الأمنية للمصرف، وتعتبر الإدارة العليا مسؤولة عن مطابقة الضوابط الأمنية مع الاحتياجات الكلية للمؤسسة، ولذلك ، الإدارة العليا أن تراجع وتعتمد بشكل منتظم سياسات أمنية و إجراءات ومبادرات جديدة تشمل ما يلي : سياسة أمن معلومات، مبادرات رئيسة لتحسين أمن المعلومات، كفاءة عمليات الرقابة الأمنية، مصداقية واتساق الأنظمة المصرفية الإلكترونية قيد الاستخدام، برامج توعية وتنقيف العميل، منهجية الاستجابة ضد الاحتيال الإلكتروني وحالات إساءة استخدام العلامة التجارية.

مبدأ ٣:

على مجلس الإدارة والإدارة العليا وضع دراسات تحليلية شاملة ومستمرة وإجراءات للإشراف على إدارة علاقات إسناد مهام لأطراف خارجية يقوم بها المصرف وكذلك البرامج الأخرى التابعة لطرف ثالث لدعم. الخدمات المصرفية الإلكترونية، وإذا كان المصرف يعتمد على مقدمي خدمات طرف ثالث لتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية ، فعلى الإدارة أن تستوعب بشكل عام برنامج أمن المعلومات الخاص بمقدم الخدمات لكي تقيم قدرة الأنظمة الأمنية على حماية بيانات المصرف وعملائه بشكل فاعل وتبقى المصارف مسؤولة عن نقاط ضعف أنظمتها ، وينطبق هذا بشكل خاص على الحلول المقدمة من جهات خارجية.

ثانياً: مبادئ الضوابط الأمنية:

مبدأ ٤:

يجب على المصارف تبني إجراءات مناسبة للتأكد من صحة هوية العملاء الذين تقدم الخدمات لهم على الانترنت، ومن أجل خدمات مصرفية آمنة وسليمة، فمن المهم التأكد من شرعية أي عملية أو طلب دخول إلى النظام، ولذلك على المصرف أن يستخدم طرقاً موثوقة للتأكد من صحة هويات وتفويض العملاء الجدد والحاليين.

مبدأ ٥:

على المصارف أن تستخدم طرقاً لتوثيق العمليات التي تعزز عدم الإنكار وتنشئ المساءلة عن العمليات المصرفية الإلكترونية . تشمل طريقة عدم الإنكار التقنية إنشاء دليل للمنشأ أو تقديم المعلومات الإلكترونية لحماية :

- المرسل من الإنكار الزائف بواسطة المتلقي بأنه تم استلام البيانات.
- المتلقي من الإنكار الزائف بواسطة المرسل بأنه تم إرسال البيانات.
- وعلى المصارف أن تطبق الطرق التي تشمل تسجيلاً آمناً وموثوقاً وختماً زمنياً.

مبدأ ٦:

على المصارف التأكد من وجود إجراءات مناسبة لتعزيز الفصل الملائم في أنظمة الخدمات المصرفية الإلكترونية وقواعد البيانات والبرامج التطبيقية . ويعد فصل المهام مهماً للخدمات المصرفية الإلكترونية الآمنة والسليمة ومن هذا المنطلق ، يطلب من المصارف أن تضع إجراءات رقابية داخلية مصممة لتقليل مخاطر الاحتيال في الأنظمة والعمليات التشغيلية ، ولضمان أن العمليات والأجهزة مصرحة ومسجلة ومحمية بشكل مناسب فعليها:

- وضع وتوثيق إجراءات لتحديد المهام التي يجب فصلها.
- مراقبة الإجراءات لضمان الالتزام بقواعد الفصل.

- يجب تحديد ثلاث فئات من المهام؛ التفويض: مسؤولية تكليف شخص أشخاص بمهمة. الحفظ مسؤولية تحويل شخص بتخزين البيانات. حفظ السجلات ومطابقتها: مسؤولية تحويل شخص بحفظ السجلات ومطابقتها.

مبدأ ٧:

أصدرت مؤسسة النقد العربي السعودي قواعد الخدمات المصرفية الإلكترونية على المصارف أن تضمن وجود ضوابط توثيق مناسبة وامتيازات دخول ملائمة لأنظمة الخدمات المصرفية الإلكترونية وقواعد البيانات والبرامج التطبيقية، يمكن أن يؤدي الدخول بدون امتياز خاص إلى أنظمة الخدمة المصرفية الإلكترونية (قواعد البيانات، برامج تطبيقية) إلى حوادث ذات تأثيرات عالية، ومن هذا المنطلق يجب أن يكون لدى المصارف ضوابط دخول ملائمة، وتشمل التالي:

- لا تمنح امتيازات الدخول إلا للأشخاص الذين بحاجة للدخول إلى نظام محدد .
- لا يسمح للمدققين (المراجعين) إلا بتأدية المهام التي يفوض المستخدمون العاديون والمدققون بأدائها فقط ، وليست الخاصة بالمشغلين.
- يجب أن يكون لدى المصرف إجراء موثق ومعتمد بصورة جيدة يصف عملية التصديق (التوثيق).
- ويجب أن تتم عملية إعادة التصديق على أساس منتظم ، وأن تقوم الجهات الإدارية بالتحقق من حاجة الفرد للاحتفاظ بالامتيازات.
- في الحالات التي لا يتمكن فيها المدراء من تنفيذ مهامهم ، ويتوجب تحويل سلطتهم إلى أشخاص آخرين، فيجب أن يوفر إجراء الطوارئ سجلات كافية وإعطاء إشعار إلى الإدارة العليا عن عملية الاستبدال، ويجب أن تكون الإدارة قادرة على أن تبطل أو تسيطر على عملية الاستبدال، يجب التبليغ عن جميع أنشطة الأشخاص ذوي الامتيازات في سجلات التدقيق.

مبدأ ٨:

على المصارف أن تضمن وجود إجراءات مناسبة لحماية سلامة البيانات لعمليات وسجلات ومعلومات الخدمات المصرفية الإلكترونية. تعتبر سلامة بيانات العمليات والسجلات والمعلومات جوهرية للخدمات المصرفية الإلكترونية الآمنة والسليمة. وقد يعرض عدم المحافظة على سلامة البيانات المصارف لخسائر مالية وكذلك مخاطر سمعة وقانونية . وفيما يخص التعرض للمخاطر العالية ، فعلى المصارف أن تخطط وتدخل أساليب تنظيمية وإجرائية وتقنية مناسبة تضمن سلامة بيانات العمليات والبيانات المالية والمحافظة عليها.

مبدأ ٩:

على المصارف أن تضمن وجود مسارات تدقيق واضحة لجميع عمليات الخدمات المصرفية الإلكترونية، إن تقديم الخدمات المالية على الانترنت يزيد من صعوبة تطبيق وتنفيذ الضوابط الداخلية. لذلك ، فعلى المصارف أن تحرص أن يكون نظام الضوابط الداخلية متوائماً مع خدمات ومنتجات الخدمات المصرفية الإلكترونية وأن يتم المحافظة على مسارات تدقيق واضحة. علاوةً على ذلك، يجب أن تكون الضوابط الداخلية قابلة للتدقيق المستقل بواسطة مؤسسات خارجية. يشترط بمسارات التدقيق أن توفر أدلة كافية لإثبات تدفق العمليات من البداية حتى النهاية ، وأي أداء رقابي / إجرائي مصاحب، وأن تكون كافية لتلبية متطلبات لوائح المحاكم التي قد تستخدم بموجبها.

مبدأ ١٠:

على المصارف أن تتخذ إجراءات مناسبة للحفاظ على سرية المعلومات الرئيسة الخاصة بالخدمات المصرفية الإلكترونية، ويجب أن تتناسب تلك الإجراءات المتخذة مع درجة حساسية المعلومات المرسلة و / أو المخزنة في قواعد البيانات. تمثل بداية الخدمات المصرفية الإلكترونية مزيداً من التحديات الأمنية للمصارف حيث أنها تزيد تعرض المعلومات المرسلة على الشبكة العامة أو المخزنة في قواعد البيانات للدخول إليها من قبل أطراف غير مخولة أو مرغوبة ، أو تستخدم في غير الطرق التي يقصدها العميل موثر المعلومات . بالإضافة إلى ذلك ، إن الاستخدام المتزايد لمقدمي الخدمات قد يكشف بيانات جوهرية خاصة بالمصارف الأطراف أخرى .

ومن هذا المنطلق ، يجب أن تظل البيانات الرئيسة خاصة بالمصرف ، لأن أي سوء استخدام سيعرض المصرف لمخاطر قانونية ومخاطر سمعة ذات أثر بالغ.

مبادئ إدارة المخاطر القانونية ومخاطر السمعة:

مبدأ ١١:

على المصارف أن تضمن توفير معلومات كافية على مواقعها الإلكترونية قبل الشروع في عمليات مصرفية إلكترونية لتمكين العملاء المحتملين في الوصول إلى استنتاج مطلع على هوية المصرف ووضعه التنظيمي.

تطلب مؤسسة النقد من جميع المصارف حماية العملاء ضد المواقع الإلكترونية الاحتيالية:

- يجب تطبيق مجموعة من إجراءات توثيق الهوية للأشخاص لتجنب الحصول على بيانات توثيق الهوية الخاصة بالعمل ومعلوماته المالية.
- يجب تطبيق ضوابط لحماية السجلات الهامة والمعلومات من فقدان والتخريب والتزوير.

مبدأ ١٢:

على المصارف أن تتخذ إجراءات ملائمة لضمان الالتزام بمتطلبات خصوصية العميل السارية في البلدان التي يقدم لها المصرف المنتجات والخدمات المصرفية الإلكترونية . على المصارف ضمان أن توفير الخدمات لأية دولة يأخذ بالاعتبار أي ضمانات إضافية ضرورية لحماية خصوصية العميل (والمصرف) في تلك الدولة ، وقد لا تكون أنظمة خصوصية البيانات متشابهة في جميع أنحاء العالم ، ولكن الأنظمة التي يخضع لها عمل المصرف وعملاؤه تتطلب حماية متساوية . وقد يفرض الخارجي ضوابط ليست مطلوبة في التشريع المحلي.

مبدأ ١٣:

يجب أن تكون لدى المصارف قدرة فاعلة واستمرارية أعمال و إجراءات تخطيط للطوارئ فاعلة للمساعدة في ضمان توفر أنظمة وخدمات المصرفية الإلكترونية . ويتوقع من المصارف أن تضع خططاً للمحافظة على عمليات الأعمال أو استعادتها في سلم زمني مناسب في أعقاب توقف أو تعطل عمليات الأعمال الخطره، ويجب أن تكون خطط الطوارئ جزءاً من إطار ثابت لاستمرارية الأعمال.

مبدأ ١٤:

يجب على المصارف وضع خطط الاستجابة المناسبة لإدارة واحتواء والحد من المشاكل الناجمة عن أحداث غير متوقعة ، بما في ذلك الهجمات الداخلية والخارجية ، التي قد تعيق توفير الأنظمة والخدمات المصرفية الإلكترونية، يجب على المصارف وضع خطة تدريبية للموظفين لضمان تدريبهم بشكل كاف على تحليل أنظمة الكشف عن الحوادث والاستجابة لها ، وتفسير أهمية النتائج ذات الصلة . بالإضافة إلى ذلك ، يجب وضع إجراءات وتحديد مسؤوليات إدارة الحوادث لضمان الاستجابة السريعة والفعالة وفي الوقت المناسب للحوادث الأمنية.

٣/٣/٢ أثر إدارة المخاطر على تحسين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية:

إن تطور الخدمات الإلكترونية وتوفرها أتاح للعملاء خيارات متعددة مما جعل المصارف التي تفشل في انتهازها عدم النجاح في السوق ، فعلى المصارف أن تبحث عن وسائل تحرك جديدة تستطيع من خلالها الاستماع إلى العميل والتعلم منه بدلاً من الأساليب القديمة التي تنتظر إلى العميل من منظور ساكن ، لذلك على المصارف أن تفكر في كيفية فتح باب النقاش للعميل وتقديم كل ما هو مبتكر له ؛ قدرة المصارف على فهم واستيعاب متعمق للكيفية والأسباب التي تجعل تكنولوجيا الاتصالات قادرة على تغيير العلاقة الأساسية القائمة بين المصارف وعملائها، ويمكن أن تضيف تكنولوجيا الاتصالات أيضاً للعلاقة القائمة بين المصارف والعميل قيمة تعزز من خلالها القدرة على الوصول والتي تعرف على أنها قادرة على الوصول إلى المصارف أو إلى المعلومات التي يحتاجها العميل وفي الوقت الذي يحتاج إليه، كذلك يمكن القول إن قدرة الوصول هي قدرة

باتجاهين إلى المصارف. أي المدى الذي يجعل المصارف في وضع أو حالة تمكنها من مساعدة العميل الوصول إلى الشخص أو المعلومات التي يحتاجها وزمن حاجته إليها وبالتالي تضيف المصارف قيمة لعلاقتها مع العميل. وبنفس الأسلوب فإن تمكين المصارف من الوصول إلى العميل ومعلوماته من خلال التكنولوجيا من شأنه أن يضيف قيمة للعلاقة بينهما. (علموي أحمد، ٢٠١٩)

ومن هنا يتضح أن العميل أصبح موجه الموقف في احتياجاته الخاصة واختيار مزود الخدمة الذي يلبي هذه الاحتياجات في المكان والزمان المناسبين له. أما من بيئة المصرف أصبح بإمكانه الحصول على معلومات فورية من العميل والتفاعل معه بشكل منفرد وبسرعة تامة. وبالتالي توفر تكنولوجيا الاتصالات قدرة على الوصول إلى العملاء وتحديثهم في الوقت الحقيقي وتؤدي استخداماتها وتطبيقاتها الفعلية إلى إحداث ثورة حقيقية في ميدان الخدمات الإلكترونية، ومن هنا يتضح ما يلي: (بلال سوفي، دليلة جديلي، ٢٠١٨)

- أن تكوين مفهوم التوجه بالعميل يعتمد أساساً على نجاح وقدرة الخدمات الإلكترونية في خدمة العميل وتحقيق الاستجابة الفورية لحاجاته وخصائصاته بأقل جهد ممكن من قبله وتحقيق أعلى مستويات الرضا.
- توفر الخدمات الإلكترونية من اتخاذ قرارات وتعاملات صائبة وفي الوقت الحقيقي وخدمات ذات جودة عالية.
- إن الخدمات الإلكترونية توفر وبشكل كبير الوقت والمال والجهد بالنسبة لكافة الأطراف، وبالأخص العملاء، كما أنها تقدم حلول ترضيهم وتكرس ولاءاتهم للمصرف خاصة إذا كانت التكنولوجيا المطبقة متطورة وتوفر تأمين أكثر.
- إن استخدام الخدمات الإلكترونية لقواعد البيانات وتفعيلها من خلال عمليات التحديث المتواصلة لتكنولوجيا الاتصالات يضيف عليها قدراً من الدقة والمصداقية والموثوقية أي الجودة.
- إنه من الصعب جذب العملاء والمحافظة عليهم وتحويل رغباتهم إلى خدمات حقيقية، ويكمن الحل في استخدام مجموعة من الأساليب التكنولوجية هدفها الأساسي هو خلق تعاون بين الأنشطة الخدمية والتسويق والعملاء داخل المصرف، وبالتالي جذب العملاء والاحتفاظ بهم حيث تقوم باستخدام الويب لخلق علاقات الفريق بين المصرف والعملاء.

الفصل الثالث:

منهجية الدراسة وإجراءاتها

١/٣ المنهجية وطرق البحث:

منهجية الدراسة: تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي وهو الأكثر ملائمة للبحوث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، وهو يقوم على وصف الظواهر وجمع البيانات وتحليلها ومناقشتها بهدف التطوير.

مجتمع الدراسة: يعرف المجتمع بأنه مجموعة الوحدات الاحصائية المعرفة بصورة واضحة والتي يراد منها الحصول على البيانات المختلفة حول الظاهرة أو المشكلة، يتألف مجتمع الدراسة الحالية من عملاء البنوك بمنطقة جازان.

عينة الدراسة: شملت الدراسة (٦٩ شخص) من عملاء البنوك بمنطقة جازان.

أدوات الدراسة: تم الاعتماد في هذا الدراسة على أداة الاستبانة.

٢/٣ مقياس الدراسة:

اعتمد الباحث في قياس درجة الاستجابات المحتملة على الفقرات، على مقياس ليكرت الخماسي وهو أسلوب يستخدم في مجال الإحصاء في توزيع أوزان إجابات العينة، والذي يندرج من أعلى وزن له (٥) درجات مثلت في حقل الإجابة (موافق بشدة) إلى أدنى وزن له أعطى (١) درجة واحدة وتمثل في حقل الإجابة (غير موافق بشدة) وبينهما ثلاثة أوزان. وقد كان الغرض من ذلك هو إتاحة المجال امام افراد العينة لاختيار الإجابة الدقيقة حسب تقدير أفراد العينة. كما هو موضح بالجدول التالي:

الاستجابة	موافق بشدة	موافق	إلى حد ما	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	٥	٤	٣	٢	١

٣/٣ صدق أداة الدراسة (العينة الاستطلاعية)

صدق الاستبانة يعني التأكد من أنها سوف تقيس ما أعدت لقياسه، كما يقصد بالصدق " شمول الاستمارة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية ثانية، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها. وقد قام الباحثون بالتأكد من صدق أداة الدراسة من خلال:

صدق الاتساق الداخلي للأداة:

بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة قام الباحث بتطبيقها ميدانياً ومن ثم قام بحساب معامل الارتباط بيرسون لمعرفة الصدق الداخلي للاستبانة حيث تم حساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبانة بالدرجة الكلية للاستبانة، كما يوضح ذلك في الجدول التالي وتم تقريب الأرقام إلى رقمين عشريين للاختصار.

الجدول رقم (١): معاملات ارتباط بيرسون لعبارات الاستبانة بالدرجة الكلية للاستبانة:

معامل الارتباط بالاستبانة	رقم العبارة
**0.59	1
**0.54	2
**0.58	3
**0.59	4
**0.61	5
**0.62	6
**0.58	7
**0.55	8

9	**0.58
10	**0.68
11	**0.69
12	**0.61
13	**0.76
14	**0.70
15	**0.77
16	**0.71
17	**0.67
18	**0.54
19	**0.62
20	**0.63

يلاحظ أن (**) دال عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل

يتضح من الجدول رقم (1) أن قيم معامل ارتباط كل عبارة من العبارات مع الدرجة الكلية للاستبانة موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01) فأقل، مما يدل على صدق اتساق هذه العبارات وصلاحياتها.

٤/٣ ثبات أداة الدراسة:

لقياس مدى ثبات أداة الدراسة (الاستبانة) استخدم الباحث (معادلة ألفا كرونباخ) (Cronbach's alpha (a)) للتأكد من ثبات أداة الدراسة، حيث طبقت المعادلة على عينة الدراسة لقياس الصدق البنائي والجدول رقم (2) يوضح معاملات ثبات أداة الدراسة.

جدول رقم (٢): معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة:

محاوّر الاستبانة	عدد العبارات	ثبات المحوّر
معامل الثبات العام للاستبانة	20	0.93

يتضح من الجدول رقم (2) أن معامل الثبات العام لمحاوّر الدراسة عال حيث بلغ (0.93) وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات.

٥/٣ إجراءات تطبيق الدراسة:

تم الاستعانة ببعض المتخصصين ليتعرف أفراد الدراسة على الاستبيان والاجابة على الأسئلة الواردة به، وقد حصل الباحثون على عدد (69) استبانة صالحة للتحليل، وتم ذلك خلال العام 2024 وبعد ذلك تم ادخال البيانات، ومعالجتها إحصائياً بالحساب الآلي عن طريق برنامج (SPSS) ومن ثم قام الباحثون بتحليل البيانات واستخراج النتائج.

٦/٣ أساليب المعالجة الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها، سيتم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences والتي يرمز لها اختصاراً بالرمز (SPSS).

- سيتم حساب التكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد الدراسة وتحديد استجابات أفرادها تجاه عبارات المحاوّر الرئيسة التي تتضمنها أداة الدراسة.

- كما سيتم حساب معامل ارتباط بيرسون " ر " (Pearson Correlation Coefficient) بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للاستبانة ، وذلك لتقدير الاتساق الداخلي لأداة الدراسة (الصدق البنائي).
- ومعامل الفا كرونباخ "Alpha Cronbach" ؛ لقياس ثبات أداة الدراسة.
- وبعد ذلك سيتم حساب المقاييس الاحصائية التالية:
- المتوسط الحسابي الموزون (المرجع) " Weighted Mean " وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة الأساسية، مع العلم بأنه يقيد في ترتيب العبارات حسب أعلى متوسط حسابي موزون.
- المتوسط الحسابي " Mean " وذلك لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد عينة الدراسة عن المحاور الرئيسة (متوسط متوسطات العبارات)، مع العلم بأنه يفيد في ترتيب المحاور حسب أعلى متوسط حسابي.
- سيتم استخدام الانحراف المعياري " Standard Deviation " للتعرف على مدي انحراف استجابات أفراد الدراسة لكن عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، ولكل محور من المحاور الرئيسة عن متوسطها الحسابي.
- سيتم استخدام تحليل التباين Anova لمعرفة الفروقات ذات الدلالة الاحصائية بين المتغيرات الديموغرافية ومحاور الدراسة.
- سيتم حساب معامل ارتباط بيرسون " ر " (Pearson Correlation Coefficient) لمعرفة العلاقة والتحقق من فرضيات الدراسة.
- سيتم حساب اختبار " ت لعينة واحدة " (One-Sample T-test) لاختبار فروض الدراسة.

الفصل الرابع:

عرض وتفسير وتحليل النتائج

تحليل البيانات واختبار الفرضيات:

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على أثر إدارة المخاطر على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، والتي احتوت على عدد من المتغيرات الشخصية (الجنس - الفئة العمرية - مستوى التعليم - الدخل الشهري للأسرة - الحالة الاجتماعية) .

١/٤ نتائج الاستبيان:

أولاً: المعلومات الشخصية:

الجزء الأول: النتائج المتعلقة بوصف أفراد عينة الدراسة:

جدول رقم (٣): توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	35	50.7 %
أنثى	34	49.3 %
المجموع	69	100 %

يتضح من الجدول رقم (٣) أن (35) من أفراد الدراسة يمثلون ما نسبته (50.7%) من إجمالي أفراد الدراسة من الذكور ، وأن (34) من أفراد الدراسة يمثلون ما نسبته (49.3%) من إجمالي أفراد الدراسة من الإناث.

جدول رقم (٤): توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير الفئة العمرية

الفئة	التكرار	النسبة
20 - 25 عام	8	11.6 %
25 - 30 عام	10	14.5 %
30 - 35 عام	15	21.7 %
35 - 40 عام	16	23.2 %
40 عام فأكثر	20	29 %
المجموع	69	100 %

يتضح من الجدول رقم (٤) أن (8) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته (11.6%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة اعمارهم من 20 - 25 عام. في حين أن (10) منهم يمثلون ما نسبته (14.5%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة من 25 - 30 عام، وأن (15) منهم يمثلون ما نسبته (21.7%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة اعمارهم من 30 - 35 عام، وأن (16) منهم يمثلون ما نسبته (23.2%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة اعمارهم من 35 - 34 عام، وأن (20) منهم يمثلون ما نسبته (29%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة اعمارهم من 40 عام فأكثر وهم الفئة الأكثر من أفراد عينة الدراسة. هذه النتيجة توضح تباين العينة من حيث الفئة العمرية الشيء الذي يساعد الدراسة في إعطاء إجابات تخدم أهداف الدراسة.

جدول رقم (٥): توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير مستوى التعليم

المؤهل	التكرار	النسبة
الثانوية العامة	6	8.7 %
المرحلة الجامعية	48	69.6 %

دراسات عليا	15	% 21.7
المجموع	69	% 100

يتضح من الجدول رقم (٥) أن (48) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته (69.6%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة في المرحلة الجامعية وهم الفئة الأكثر من أفراد عينة الدراسة، في حين أن (15) منهم يمثلون ما نسبته (21.7%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة حاصلون على دراسات عليا. وأن (6) منهم يمثلون ما نسبته (8.7%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة من حملة الثانوية العامة، هذه النتيجة تعكس تباين المستوي التعليمي لعينة الدراسة.

جدول رقم (٦): توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير الحالة الاجتماعية

الحالة	التكرار	النسبة
متزوج	44	% 63.8
غير متزوج	25	% 36.2
المجموع	69	% 100

يتضح من الجدول رقم (٦) أن (44) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته (63.8%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة متزوجون وهم الفئة الأكثر من أفراد عينة الدراسة، في حين أن (25) منهم يمثلون ما نسبته (36.2%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة غير متزوجين. هذه النتيجة تعكس تباين الحالة الاجتماعية لعينة الدراسة.

جدول رقم (٧): توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير الدخل الشهري للأسرة

التخصص	التكرار	النسبة
١٠٠٠٠ - ٢٠٠٠٠ ريال	29	% 42
٢٠٠٠٠ - ٣٠٠٠٠ ريال	13	% 18.8

٣٠٠٠٠ - ٤٠٠٠٠ ريال	7	10.1 %
٤٠٠٠٠ - ٥٠٠٠٠ ريال	11	15.9 %
أكثر من ٥٠٠٠٠ ريال	9	13 %
المجموع	69	100 %

يتضح من الجدول رقم (٧) أن (29) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته (42%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة دخلهم الشهري من 10000 - 20000 ريال وهم الفئة الأكثر من أفراد عينة الدراسة، في حين أن (13) منهم يمثلون ما نسبته (18.8%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة دخلهم الشهري من 20000 - 30000 ريال. وأن (7) منهم يمثلون ما نسبته (10.1%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة دخلهم الشهري من 30000 - 40000 ريال، وأن (11) منهم يمثلون ما نسبته (15.9%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة دخلهم الشهري من 40000 - 50000 ريال ، وأن (9) منهم يمثلون ما نسبته (13%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة دخلهم الشهري أكثر من 50000 ريال ، هذه النتيجة تعكس تباين الدخل الشهري لعينة الدراسة.

الجزء الثاني:

الإحصاء الوصفي للاستبانة:

للتعرف على أثر إدارة المخاطر على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية، تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

جدول رقم (٨): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة نحو أثر إدارة المخاطر على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة	درجة الموافقة	الترتيب
1	أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أهم القضايا الاستراتيجية في مجال العمل المصرفي.	4.55	.631	91%	موافق بشدة	6
2	الخدمات المصرفية الإلكترونية هي الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك للعملاء من خلال الإنترنت عن طريق الأدوات الإلكترونية.	4.47	.739	89.4%	موافق بشدة	9
3	تشمل الخدمات المصرفية الإلكترونية خدمات الدفع عبر الإنترنت، والمراكز التجارية عبر الإنترنت، والاستعلام عبر الإنترنت وبيع الأوراق المالية عبر الإنترنت، وما إلى ذلك.	4.53	.608	90.6%	موافق بشدة	7
4	ساهمت الخدمات المصرفية الإلكترونية في إحداث تحول جذري في أنماط العمل المصرفي في عصر التحول الرقمي.	4.60	.599	92%	موافق بشدة	1
5	تساعد الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء الخدمات بانسيابية ودقة وسهولة ويسر، كما تحقق للبنك نمواً مطرداً في حجم عملياته وأرباحه.	4.55	.582	91%	موافق بشدة	4

6	تعمل الخدمات المصرفية الإلكترونية على زيادة ولاء العملاء للبنوك من خلال إنجاز العديد من عملياتهم المصرفية من مواقعهم باستخدام الإنترنت وباستخدام هواتفهم الذكية دون الحاجة إلى التواجد في فروع البنوك.	4.55	.607	91%	موافق بشدة	5
7	تواجه الأعمال المصرفية الإلكترونية مخاطر عديدة مثل المخاطر التقنية، مخاطر الاحتيال مخاطر ناتجة عن سوء عمل النظام الالكتروني، ومخاطر قانونية.	4.60	.646	92%	موافق بشدة	2
8	مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية تزيد عن المخاطر المتعلقة بالخدمات المصرفية التقليدية.	4.26	.851	85.2%	موافق بشدة	15
9	أدى نمو الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى خلق تحديات جديدة أمام البنوك، الأمر الذي يتطلب إدارتها من قبل الهيئات الرقابية والإشرافية.	4.46	.676	89.2%	موافق بشدة	10
10	يعتمد نجاح واستقرار أي جهاز مصرفي على نجاح إدارة المخاطر المصرفية الإلكترونية حيث إن إدارتها تعد أمراً ضرورياً لضبطها ومتابعتها لتحقيق الأمان والسلامة المصرفية.	4.56	.555	91.2%	موافق بشدة	3

11	توفر الأطر الفنية والرقابية اللازمة لإدارة مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية يزيد من جودة أداء تلك الخدمات.	4.34	.682	86.8%	موافق بشدة	13
12	تزداد قدرة البنوك على اجتذاب العملاء وفقاً لمدى قدرتها على إدارة مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية وتقديمها بشكل متميز.	4.44	.718	88.8%	موافق بشدة	11
13	يساعد استخدام البرامج وأساليب تكنولوجيا المعلومات المتقدمة في مجال العمليات المصرفية في تحسين كفاءة أداء الأنشطة المصرفية وتحسين القدرة التنافسية وتقليل المخاطر المصرفية الإلكترونية.	4.37	.666	87.4%	موافق بشدة	12
14	تساعد لجنة بازل للرقابة المصرفية في وضع السياسات والإجراءات التي تتيح مراقبة وإدارة مخاطر العمل المصرفي الإلكتروني.	4.04	.812	80.8%	موافق بشدة	18
15	تعد إدارة مخاطر الأنشطة المصرفية الإلكترونية من الأولويات التي تحتل اهتمامات البنوك المصرية في ظل المنافسة الحادة بين البنوك لاجتذاب عدد كبير من العملاء.	4.27	.802	85.4%	موافق بشدة	14
16	توفر البنوك السعودية حزمة واسعة من إجراءات الحماية التي تكفل لعملائها الحصانة من ظاهرة الاحتيال المالي والمصرفي الإلكتروني.	4.02	.969	80.4%	موافق بشدة	19

17	إن أبعاد جودة الخدمة المصرفية؛ مثل الموثوقية وكفاءة المعاملات ودعم العملاء وأمن الخدمة وسهولة الاستخدام، لها تأثير كبير على مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك السعودية.	4.47	.558	89.4%	موافق بشدة	8
18	يتوفر لدى البنوك السعودية الإفصاح والشفافية اللازمين لمواجهة المخاطر الناتجة عن العمليات المصرفية الإلكترونية، كما تقوم دوائر وأقسام المخاطر في البنوك بدورها في متابعة وإدارة مخاطر العمل الإلكتروني بفاعلية.	3.97	.863	79.4%	موافق	20
19	تساهم مؤسسات النظام المصرفي السعودي في زيادة وعي المجتمع بمخاطر الأعمال المصرفية الإلكترونية.	4.23	.825	84.6%	موافق بشدة	16
20	تلعب مؤسسة النقد العربي السعودي دوراً هاماً في إصدار قواعد الخدمات المصرفية الإلكترونية وإدارة المخاطر المتعلقة بالعمليات المصرفية الإلكترونية.	4.20	.832	84%	موافق بشدة	17
	المتوسط العام للاستبانة	4.38	.434	87.6%	موافق بشدة	

يتضح من الجدول رقم (٨) أن درجة استجابة أفراد العينة نحو أثر إدارة المخاطر على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية جاءت بدرجة " أوافق بشدة " حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.38 من 5)، وهو متوسط يقع في الفئة الخامسة من فئات المقياس الخماسي من (4.11 وحتى 5.00) وهي الفئة التي تشير إلى خيار (أوافق

بشدة) على أداة الدراسة، وبنسبة موافقة 87.6% ، مما يفسر أن هناك إدراك من قبل أفراد العينة لأثر إدارة المخاطر على تحسين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية، وتراوح المتوسطات الحسابية الآراء العينة بين (3.97 - 4.60) وهي متوسطات تقع في الفئة الخامسة وهي الفئة التي تشير إلى خيار (أوافق بدءاً)، مما يعكس التجانس في اجابة المبحوثين نحو أثر إدارة المخاطر على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية ، ومن أهم العبارات التي تمثل ذلك:

- جاءت العبارة رقم (4) وهي " ساهمت الخدمات المصرفية الإلكترونية في إحداث تحول جذري في أنماط العمل المصرفي في عصر التحول الرقمي" بالمرتبة الأولى من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بدرجة أوافق بشدة بمتوسط (4.60 من 5.00).

- وجاءت العبارة رقم (7) وهي " تواجه الأعمال المصرفية الإلكترونية مخاطر عديدة مثل المخاطر التقنية، مخاطر الاحتيال مخاطر ناتجة عن سوء عمل النظام الالكتروني، ومخاطر قانونية." بالمرتبة الثانية من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بدرجة أوافق بشدة بمتوسط (4.60 من 5.00).

- وجاءت العبارة رقم (10) وهي " يعتمد نجاح واستقرار أي جهاز مصرفي على نجاح إدارة المخاطر المصرفية الإلكترونية حيث إن إدارتها تعد أمراً ضرورياً لضبطها ومتابعتها لتحقيق الأمان والسلامة المصرفية." بالمرتبة الثالثة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بدرجة أوافق بشدة بمتوسط (4.56 من 5.00).

- وجاءت العبارة رقم (5) وهي " تساعد الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء الخدمات بانسيابية ودقة وسهولة ويسر، كما تحقق للبنك نمواً مطرداً في حجم عملياته وأرباحه." بالمرتبة الرابعة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بدرجة أوافق بشدة بمتوسط (4.55 من 5.00).

- وجاءت العبارة رقم (6) وهي " تعمل الخدمات المصرفية الإلكترونية على زيادة ولاء العملاء للبنوك من خلال إنجاز العديد من عملياتهم المصرفية من مواقعهم باستخدام الإنترنت وباستخدام هواتفهم الذكية دون الحاجة إلى التواجد في فروع البنوك.." بالمرتبة الخامسة من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بدرجة أوافق بشدة بمتوسط (4.55 من 5.00).

وعليه يمكن استنتاج أن هناك إدراك من قبل أفراد العينة لأثر إدارة المخاطر على تحسين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بدرجة عالية.

المحور الثاني: ما هي مقترحاتك وتوصياتك بشأن إدارة المخاطر المتعلقة بالخدمات المصرفية الإلكترونية؟

جدول رقم (٩): التكرارات والنسبة المئوية لمقترحات وتوصيات أفراد عينة الدراسة بشأن إدارة المخاطر المتعلقة بالخدمات المصرفية الإلكترونية:

الاقتراحات والتوصيات	التكرار	النسبة
نشر برامج توعية للعملاء بشأن الاحتيال ومخاطر الشراء من مواقع غير موثوقة وكيفية التعامل مع ذلك	29	42 %
تحديث منظومة البنوك باستمرار وزيادة معايير الشفافية	14	20.2 %
الاستثمار في برامج الأمن السيبراني وعمل التحديثات المطلوبة	7	10.1 %
نشر برامج توعية للعملاء بشأن عدم مشاركة البيانات	19	27.7 %
المجموع	69	100 %

يتضح من الجدول رقم (٩) أن توصيات واقتراحات أفراد العينة بشأن إدارة المخاطر المتعلقة بالخدمات المصرفية الإلكترونية، جاءت على النحو التالي:

- أن (29) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته (42%) يقترحون ويوصون بضرورة نشر برامج توعية للعملاء بشأن الاحتيال ومخاطر الشراء من مواقع غير موثوقة وكيفية التعامل مع ذلك.
- أن (19) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته (27.7%) يقترحون ويوصون بضرورة نشر برامج توعية للعملاء بشأن عدم مشاركة البيانات.

- أن (14) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته (20.2%) يقترحون ويوصون بتحديث منظومة البنوك باستمرار وزيادة معايير الشفافية.
- أن (7) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته (10.1%) يقترحون ويوصون ضرورة الاستثمار في برامج الأمن السيبراني وعمل التحديثات المطلوبة.

٢/٤ تحليل الفرضيات:

أولاً: ما مدى تباين آراء المبحوثين حول محاور الدراسة وفقاً لمتغيراتهم الشخصية ؟

١ - الفروق باختلاف متغير الجنس:

للتعرف على ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في اجابات أفراد الدراسة طبقاً إلى اختلاف متغير الجنس استخدم الباحث " تحليل التباين الأحادي" (One Way ANOVA) لتوضيح دلالة الفروق في إجابات أفراد الدراسة وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم (١٠): نتائج " تحليل التباين الأحادي" (One Way ANOVA) للفروق في متوسطات إجابات أفراد الدراسة طبقاً إلى اختلاف متغير الجنس.

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الاحصائية
الاستبانة ككل	بين المجموعات	0.008	1	0.008	0.039	0.843
	داخل المجموعات	12.845	67	0.193		
	المجموع	12.852	68			

يتضح من خلال النتائج الموضحة أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (أثر إدارة المخاطر على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية) باختلاف متغير الجنس، مما يفسر أن الذكور والإناث لديهم نفس الاتجاهات نحو أثر إدارة المخاطر على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

٢- الفروق باختلاف متغير العمر:

الجدول رقم (١١): نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way ANOVA) للفروق في متوسطات إجابات أفراد الدراسة طبقاً إلى اختلاف متغير العمر.

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الاحصائية
الاستبانة ككل	بين المجموعات	0.586	4	0.146	0.764	0.552
	داخل المجموعات	12.266	64	0.192		
	المجموع	12.852	68			

يتضح من خلال النتائج الموضحة أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (أثر إدارة المخاطر على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية) باختلاف متغير العمر، مما يفسر أن أفراد العينة على اختلاف أعمارهم لديهم نفس الاتجاهات نحو أثر إدارة المخاطر على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية

٣- الفروق باختلاف متغير مستوى التعليم:

الجدول رقم (١٢): نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way ANOVA) للفروق في متوسطات إجابات أفراد الدراسة طبقاً إلى اختلاف متغير مستوى التعليم.

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الاحصائية
	بين المجموعات	0.047	2	0.024	0.122	0.886

		0.194	66	12.805	داخل المجموعات	الاستبانة ككل
			68	12.852	المجموع	

يتضح من خلال النتائج الموضحة أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (أثر إدارة المخاطر على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية) باختلاف متغير مستوى التعليم، مما يفسر أن أفراد العينة على اختلاف مؤهلاتهم العلمية لديهم نفس الاتجاهات نحو أثر إدارة المخاطر على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

٤ - الفروق باختلاف متغير الحالة الاجتماعية:

الجدول رقم (١٣): نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way ANOVA) للفروق في متوسطات إجابات أفراد الدراسة طبقاً إلى اختلاف متغير الحالة الاجتماعية.

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الاحصائية
الاستبانة ككل	بين المجموعات	0.348	1	0.348	1.866	0.176
	داخل المجموعات	12.504	67	0.187		
	المجموع	12.852	68			

يتضح من خلال النتائج الموضحة أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (أثر إدارة المخاطر على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية) باختلاف متغير الحالة الاجتماعية، مما يفسر أن أفراد العينة على اختلاف حالاتهم الاجتماعية لديهم نفس الاتجاهات نحو أثر إدارة المخاطر على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

٥- الفروق باختلاف متغير الدخل الشهري:

الجدول رقم (١٤): نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way ANOVA) للفروق في متوسطات إجابات أفراد الدراسة طبقاً إلى اختلاف متغير الدخل الشهري.

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الاحصائية
الاستبانة ككل	بين المجموعات	1.463	4	0.366	2.056	0.097
	داخل المجموعات	11.389	64	0.178		
	المجموع	12.852	68			

يتضح من خلال النتائج الموضحة أعلاه عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة حول (أثر إدارة المخاطر على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية) باختلاف متغير الدخل الشهري، مما يفسر أن أفراد العينة على اختلاف دخولهم الشهرية لديهم نفس الاتجاهات نحو أثر إدارة المخاطر على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

٣/٤ اختبار فروض الدراسة:

1- اختبار الفرض الأول:

استهدف هذا الفرض اختبار ما إذا كان زيادة الخدمات المصرفية وتنوعها يؤدي إلى زيادة أنواع المخاطر التي يمكن أن تواجه المصارف التجارية. واختبار هذا الفرض استخدم الباحث اختبار "ت لعينة واحدة" (One-Sample T-test)، وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (١٥) نتائج اختبار "ت لعينة واحدة" (One-Sample T-test) لاختبار الفرض الأول للدراسة:

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى المعنوية		
			قيمة اختبار "ت"	المعنوية	الدالة
تواجه الأعمال المصرفية الإلكترونية مخاطر عديدة مثل المخاطر التقنية، مخاطر الاحتيال مخاطر ناتجة عن سوء عمل النظام الإلكتروني، ومخاطر قانونية.	4.60	.646	15.526	0.000	دالة احصائية
مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية تزيد عن المخاطر المتعلقة بالخدمات المصرفية التقليدية.	4.26	.851	8.398	0.000	دالة احصائية
أدى نمو الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى خلق تحديات جديدة أمام البنوك، الأمر الذي يتطلب إدارتها من قبل الهيئات الرقابية والإشرافية.	4.46	.676	13.054	0.000	دالة احصائية

يتضح من الجدول السابق، أن الوسط الحسابي لجميع العبارات تجاوز القيمة (3.40)، كما أن قيمة "ت" المحسوبة لجميع العبارات ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية اقل من (0.05)، وبالتالي تم رفض الفرض العدم وقبول الفرض البديل الذي ينص على أن زيادة الخدمات المصرفية وتنوعها يؤدي إلى زيادة أنواع المخاطر التي يمكن أن تواجه المصارف التجارية.

وبالتالي يتضح من خلال العرض السابق، صحة الفرض البحثي الأول الذي ينص على " أن زيادة الخدمات المصرفية وتنوعها يؤدي إلى زيادة أنواع المخاطر التي يمكن أن تواجه المصارف التجارية"

2- اختبار الفرض الثاني:

استهدف هذا الفرض اختبار ما إذا كانت تسهم مؤسسات النظام المصرفي المصري في زيادة وعي المجتمع بمخاطر الأعمال المصرفية الإلكترونية. ولاختبار هذا الفرض استخدم الباحث اختبار "ت لعينة واحدة" (One-Sample T-test)، وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (١٦) نتائج اختبار "ت لعينة واحدة" (One-Sample T-test) لاختبار الفرض الثاني للدراسة:

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى المعنوية		
			قيمة اختبار "ت"	المعنوية	الدلالة
إن أبعاد جودة الخدمة المصرفية؛ مثل الموثوقية وكفاءة المعاملات ودعم العملاء وأمن الخدمة وسهولة الاستخدام، لها تأثير كبير على مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك السعودية.	4.47	.558	16.035	0.000	دالة احصائية

دالة احصائيا	0.000	4.348	3.97	0.863	يتوفر لدى البنوك السعودية الإفصاح والشفافية اللازمين لمواجهة المخاطر الناتجة عن العمليات المصرفية الإلكترونية، كما تقوم دوائر وأقسام المخاطر في البنوك بدورها في متابعة وإدارة مخاطر العمل الإلكتروني بفاعلية.
دالة احصائيا	0.000	8.375	4.23	0.825	تساهم مؤسسات النظام المصرفي السعودي في زيادة وعي المجتمع بمخاطر الأعمال المصرفية الإلكترونية.
دالة احصائيا	0.000	8.009	4.20	0.832	تلعب مؤسسة النقد العربي السعودي دوراً هاماً في إصدار قواعد الخدمات المصرفية الإلكترونية وإدارة المخاطر المتعلقة بالعمليات المصرفية الإلكترونية.

يتضح من الجدول السابق، أن الوسط الحسابي لجميع العبارات تجاوز القيمة (3.40)، كما أن قيمة "ت" المحسوبة لجميع العبارات ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية اقل من (0.05)، وبالتالي تم رفض الفرض العدم وقبول الفرض البديل الذي ينص على أن تسهم مؤسسات النظام المصرفي السعودي في زيادة وعي المجتمع بمخاطر الأعمال المصرفية الإلكترونية.

وبالتالي يتضح من خلال العرض السابق، صحة الفرض البحثي الثاني الذي ينص على " أن تسهم مؤسسات النظام المصرفي السعودي في زيادة وعي المجتمع بمخاطر الأعمال المصرفية الإلكترونية."

3- اختبار الفرض الثالث:

استهدف هذا الفرض اختبار ما إذا كانت هناك قواعد محددة لإدارة مخاطر الأعمال المصرفية الإلكترونية في مصر. ولاختبار هذا الفرض استخدم الباحث اختبار "ت لعينة واحدة" (One-Sample T-test)، وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (١٧) نتائج اختبار "ت لعينة واحدة" (One-Sample T-test) لاختبار الفرض الثالث للدراسة:

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى المعنوية		
			قيمة اختبار "ت"	المعنوية	الدالة
تساعد لجنة بازل للرقابة المصرفية في وضع السياسات والإجراءات التي تتيح مراقبة وإدارة مخاطر العمل المصرفي الإلكتروني.	4.04	.812	6.580	0.000	دالة احصائية
تعد إدارة مخاطر الأنشطة المصرفية الإلكترونية من الأولويات التي تحتل اهتمامات البنوك السعودية في ظل المنافسة الحادة بين البنوك لاجتذاب عدد كبير من العملاء.	4.27	.802	9.063	0.000	دالة احصائية
توفر البنوك السعودية حزمة واسعة من إجراءات الحماية التي تكفل لعملائها الحصانة من ظاهرة الاحتيال المالي والمصرفي الإلكتروني.	4.02	.969	5.388	0.000	دالة احصائية

يتضح من الجدول السابق، أن الوسط الحسابي لجميع العبارات تجاوز القيمة (3.40)، كما أن قيمة "ت" المحسوبة لجميع العبارات ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية اقل من (0.05)، وبالتالي تم رفض الفرض العدم وقبول الفرض البديل الذي ينص على أن هناك قواعد محددة لإدارة مخاطر الأعمال المصرفية الإلكترونية في المملكة العربية السعودية.

وبالتالي يتضح من خلال العرض السابق، صحة الفرض البحثي الثالث الذي ينص على " أن هناك قواعد محددة لإدارة مخاطر الأعمال المصرفية الإلكترونية في المملكة العربية السعودية ".

4- اختبار الفرض الرابع:

استهدف هذا الفرض اختبار ما إذا كانت تؤثر إدارة المخاطر بشكل إيجابي على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية. ولاختبار هذا الفرض استخدم الباحث اختبار "ت لعينة واحدة" (One-Sample T-test)، وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (١٨) نتائج اختبار "ت لعينة واحدة" (One-Sample T-test) لاختبار الفرض الرابع للدراسة:

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى المعنوية		
			قيمة اختبار "ت"	المعنوية	الدلالة
يعتمد نجاح واستقرار أي جهاز مصرفي على نجاح إدارة المخاطر المصرفية الإلكترونية حيث إن إدارتها تعد أمراً ضرورياً لضبطها ومتابعتها لتحقيق الأمان والسلامة المصرفية.	4.56	.555	17.435	0.000	دالة احصائية

دالة احصائيا	0.000	11.540	.682	4.34	توفر الأطر الفنية والرقابية اللازمة لإدارة مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية يزيد من جودة أداء تلك الخدمات.
دالة احصائيا	0.000	12.136	.718	4.44	تزداد قدرة البنوك على اجتذاب العملاء وفقاً لمدى قدرتها على إدارة مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية وتقديمها بشكل متميز.
دالة احصائيا	0.000	12.175	.666	4.37	يساعد استخدام البرامج وأساليب تكنولوجيا المعلومات المتقدمة في مجال العمليات المصرفية في تحسين كفاءة أداء الأنشطة المصرفية وتحسين القدرة التنافسية وتقليل المخاطر المصرفية الإلكترونية.

يتضح من الجدول السابق، أن الوسط الحسابي لجميع العبارات تجاوز القيمة (3.40)، كما أن قيمة "ت" المحسوبة لجميع العبارات ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية اقل من (0.05)، وبالتالي تم رفض الفرض العدم وقبول الفرض البديل الذي ينص على أن إدارة المخاطر تؤثر بشكل إيجابي على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

وبالتالي يتضح من خلال العرض السابق، صحة الفرض البحثي الثالث الذي ينص على "تؤثر إدارة المخاطر بشكل إيجابي على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية".

الفصل الخامس:
مناقشة النتائج والتوصيات

١/٥ الخاتمة:

إن التطورات المتسارعة في أليات عمل المصارف التجارية من خلال زيادة استخدام التكنولوجيا، وتنوع وزيادة الخدمات المصرفية وزيادة المنافسة بين المصارف التجارية، وانتشار الخدمات المصرفية الالكترونية، أدى ذلك إلى زيادة تعرض هذه المصارف لأنواع متعددة من المخاطر كالمخاطر التشغيلية ومخاطر الائتمان ومخاطر سعر الفائدة وغيرها من المخاطر، التي تصب في نهاية الأمر في خانة النتائج السلبية لأداء عمل المصارف التجارية. من هنا كان لابد على المصارف التجارية من السيطرة على هذه المخاطر من خلال استخدام أسلوب إدارة المخاطر لاتخاذ الإجراءات المناسبة للحد من الآثار السلبية للمخاطر التي تواجهها المصارف التجارية من خلال إجراءات تحديد وتقييم المخاطر وترتيبها وفق أولويات خاصة من المخاطر ذات الأكثر خطورة إلى المخاطر الأقل خطورة وتوجيه اهتمام كادر عمل المصارف للأنشطة والوحدات ذات المخاطر المرتفعة من خلال اعتماد المصرف الطرق الحديثة في معالجة المخاطر.

٢/٥ النتائج:

توصل البحث إلى العديد من النتائج منها ما يلي:

- (1) عدم توفر الكفاءة الكافية وجهل بعض العملاء بالصيرفة الإلكترونية كان من أحد أهم أسباب عدم انتشار الصيرفة الإلكترونية.
- (2) تعتبر الصيرفة الإلكترونية سهلة الاستخدام وذات تكلفة منخفضة ومنتشرة بشكل جيد كما تعمل على توفير الوقت والمصاريف، كما أنها تلبي رغبات واحتياجات المستخدمين.
- (3) إن زيادة الخدمات المصرفية وتنوعها وانتشار الخدمات المصرفية الإلكترونية يؤدي إلى زيادة أنواع المخاطر التي يمكن أن تواجه المصارف التجارية.
- (4) تسهم مؤسسات النظام المصرفي السعودي في زيادة وعي المجتمع بمخاطر الأعمال المصرفية الإلكترونية.
- (5) هناك قواعد ومبادئ محددة لإدارة مخاطر الأعمال المصرفية الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، قامت بإصدارها مؤسسة النقد العربي السعودي، وتم تقسيمها إلى ثلاث فئات: مبادئ وقواعد تتعلق

بمجلس الإدارة؛ مبادئ وقواعد تتعلق بالضوابط الأمنية، مبادئ وقواعد تتعلق بمخاطر الاحتيال ومخاطر السمعة.

(6) تؤثر إدارة المخاطر بشكل إيجابي على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

(7) إن الخدمات الإلكترونية توفر وبشكل كبير الوقت والمال والجهد بالنسبة لكافة الأطراف، وبالأخص العملاء، كما أنها تقدم حلول ترضيهم وتكرس ولاءاتهم للمصرف خاصة إذا كانت التكنولوجيا المطبقة متطورة وتوفر تأمين أكثر.

(8) إن استخدام الخدمات الإلكترونية لقواعد البيانات وتفعيلها من خلال عمليات التحديث المتواصلة لتكنولوجيا الاتصالات يضيف عليها قدرا من الدقة والمصداقية والموثوقية أي الجودة.

(9) إنه من الصعب جذب العملاء والمحافظة عليهم وتحويل رغباتهم إلى خدمات حقيقية، ويكمن الحل في استخدام مجموعة من الأساليب التكنولوجية هدفها الأساسي هو خلق تعاون بين الأنشطة الخدمية والتسويق والعملاء داخل المصرف، وبالتالي جذب العملاء والاحتفاظ بهم حيث تقوم باستخدام الويب لخلق علاقات الفريق بين المصرف والعملاء.

٣/٥ التوصيات:

يوصي البحث بالعديد من التوصيات منها ما يلي:

(1) ضرورة العمل على نشر الوعي المصرفي الإلكتروني بين العملاء لزيادة التعاملات الإلكترونية من خلال النشرات الإرشادية والتوعية والتسويقية من قبل المصارف العاملة في المملكة ومن خلال إقامة دورات تدريبية بشكل مستمر لعملاء البنك.

(2) تشجيع الصيرفة الإلكترونية من قبل المصارف من خلال رفع الرسوم على الخدمات التقليدية والتي يمكن تنفيذها عن طريق الصراف الآلي مثل عملية السحب والإيداع النقدي.

(3) قيام البنوك بالتنسيق مع الجهات المعنية (مزودي خدمة الانترنت) على تخفيض رسوم استخدام الانترنت من خلال قيام البنوك بتحمل جزء من تكلفة الخدمات المصرفية التي تقدم عبر الانترنت.

(4) عمل صيانة دورية وتحديث مستمر لأجهزة الصراف الآلي مع ضرورة التأكد من تغذية هذه الأجهزة بالنقدية الكافية على مدار السنة ودون توقف، والعمل على رفع السقف الأعلى لعملية السحب كما هو مسموح به من خلال الفروع التقليدية.

(5) التأكد من وجود آلية فعالة تعمل على ضمان صحة وتكاملية ومصادقية البيانات والمعلومات والسجلات العائدة للعمليات المصرفية الإلكترونية، واتخاذ الإجراءات المناسبة للحفاظ على سرية المعلومات المصرفية الإلكترونية.

(6) التأكد من وجود مرجع وسجلات تدقيق واضحة للعمليات المصرفية الإلكترونية بما يمكن من التحقق من سلامتها وصحتها.

(7) يتوجب على المصارف وضع الخطط والبدائل المناسبة لإدارة لحالات الطوارئ والمشاكل والأحداث غير المتوقعة لاحتوائها والتقليل من آثارها بما في ذلك عمليات الاختراق والقرصنة التي قد تعيق تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية ومراجعة هذه الخطط بشكل دوري.

المراجع:

المراجع العربية:

- (1) اديب قاسم شندي، ٢٠١١، الصيرفة الالكترونية انماطها وخيارات القبول والرفض، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد السابع والعشرون.
- (2) أمال محمد عوض، ٢٠١٤، دور حوكمة تكنولوجيا المعلومات في ضبط مخاطر الأنشطة المصرفية الالكترونية في البنوك السعودية، الفكر المحاسبي، مجلد ١٨، العدد الرابع.
- (3) بلال سوفي، دليلة جديلي، ٢٠١٨، أثر الخدمات الالكترونية على جودة الخدمة المصرفية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة العربي التبسي، الجزائر.
- (4) ثائر قدومي، ٢٠١٠، الصيرفة الإلكترونية في المصارف التجارية الأردنية (دراسة تطبيقية لدور الخصائص الشخصية - المعوقات ومقومات النجاح)، المجلة العربية للإدارة، العدد الأول، المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
- (5) حلايلي نريمان، بن بوزيان محمد، ٢٠٢٢، دور خصائص الخدمات المصرفية الالكترونية في تعزيز العلاقة مع الزبون، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد ١٧.
- (6) خالد قاشي، مصطفى العثماني، ٢٠١٠، استراتيجية ادارة مخاطر الصيرفة الالكترونية، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد ٢.
- (7) رحيم حسين، هوارى معراج، ٢٠٠٤، " الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية"، مداخلة مقدمة إلى ملتقى المنظومة المصرفية والتحول الاقتصادي - واقع وتحديات - جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف - الجزائر.
- (8) رزيقة، مخوخ، ٢٠٢٢، أثر استخدام الصيرفة الإلكترونية في تحسين أداء البنوك التجارية، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية، العدد الثاني.

(9) زينب عبد السلام القذافي. ٢٠١٩، قياس اتجاهات العملاء نحو الخدمات الالكترونية المقدمة من قبل المصارف التجارية "بحث ميداني بمصرفي الجمهورية والصحاري بمدينة طرابلس"، مجلة التنمية البشرية والتعليم للأبحاث التخصصية. العدد الرابع.

(10) سلطاني الهاشمي ، صادق صفيح، ٢٠٢٢، إدارة مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية في المصارف الإسلامية: دراسة حالة مصرف الراجحي السعودي، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، العدد ١.

(11) شادي سلامة الحولي، ٢٠١٥، إدارة مخاطر العمليات المصرفية الالكترونية وفق مقررات لجنة بازل: دراسة تطبيقية على البنوك المحلية العاملة في فلسطين، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية (غزة).

(12) صالح بن سعد القحطاني، ٢٠١٥، أثر تقديم الخدمات الإلكترونية المصرفية في تفضيلات عملاء البنوك في المملكة العربية السعودية، مجلة الاقتصاد والمالية،

(13) صالح مفتاح، ٢٠١٦، البنوك الالكترونية والتجارة الالكترونية، المؤتمر العلمي الخامس، جامعة فيلادلفيا ، الأردن.

(14) علماوي أحمد، ٢٠١٩، جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية كمدخل لبناء مزايا تنافسية للبنوك الجزائرية، مجلة دراسات اقتصادية، العدد ٣٨.

(15) علي محبوب، علي سنوسي، ٢٠٢٠، واقع الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية مصرف السلام الجزائر أنموذجاً، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، العدد ٢.

(16) غربي عبد الحليم، بورقبة شوقي، ٢٠١٥، واقع وتحديات الاعمال المصرفية الالكترونية: المملكة العربية السعودية أنموذجاً، مجلة المؤسسة العدد ٤.

(17) كمال حامد الفكي، ٢٠١٦، دور التسويق في انتشار خدمات الصيرفة الإلكترونية بالمملكة العربية السعودية: دراسة تطبيقية على مصارف محافظة الأفلاج، مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، العدد الثاني.

(18) مؤسسة النقد العربي السعودي، ٢٠١٠، قواعد الخدمات المصرفية الإلكترونية، إدارة التقنية البنكية.

(19) محمد بلحسن، ٢٠٢١، العوامل المؤثرة على تبني البنوك الالكترونية: دراسة كمية لعينة من زبائن البنوك الجزائرية، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، العدد ١.

- (20) محمد بهاء الدين محمد بخيت، وآخرون، ٢٠١٨، أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية علي ربحية البنوك التجارية: "دراسة تطبيقية علي البنوك التجارية الليبية"، مجلة البحوث المحاسبية، العدد ٢.
- (21) محمد خليل السمريات، رائد محمد العضايلة، ٢٠١٧، العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول من وجهة نظر العملاء: دراسة ميدانية إقليم الجنوب - الأردن، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد الأول.
- (22) محمد صالح الكردي، ٢٠٢٣، تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية ودورها في تنشيط التجارة المصرية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، العدد الأول.
- (23) مريم خوبيزي، 2016، واقع استخدام وسائل الدفع الإلكترونية وكيفية إدارة المخاطر الناتجة عنها وفقاً لنموذج لجنة بازل الدولية للرقابة المصرفية، مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية، عدد ٥٥.
- (24) ممدوح عبد الفتاح أحمد، ٢٠٢١، العوامل المؤثرة والمعيقة لتبني العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية: دراسة ميدانية مقارنة بين عملاء المصارف السعودية والمصرية، المجلة العربية للإدارة، العدد الرابع.
- (25) نصر حمود فهد، ٢٠١١، إمكانيات التحول نحو الصيرفة الإلكترونية في البلدان العربية، مجلة كلية الادارة والاقتصاد العدد ٤.
- (26) الهام جبابة، ٢٠٢٣، دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة ٨ مايو، الجزائر.
- (27) وسيم محمد الحداد، شقيري نوري موسى وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة، عمان، 8108، ص ص 22-24.
- (28) ياسر محمد سمرة، وآخرون، ٢٠٢٢، تأثير إدارة المخاطر الإلكترونية في ضوء مقررات لجنة بازل بالبنوك، مجلة الدراسات والبحوث البيئية.

1. Basel Committee, 2013, Risk Management Principles for Electronic Banking, Bank for International Settlements.
2. Hashem Abdullah Alnemer, 2022, Determinants of digital banking adoption in the Kingdom of Saudi Arabia: A technology acceptance model approach, Digital Business.
3. Mohamed Ahmed Hamadtu, 2022, The Impact of the Quality of Electronic Banking Services in Achieving Customer Satisfaction from the Point of View of Al Rajhi Bank Customers, International Journal of Business and Management; Vol. 17, No. 1.
4. Muhammed Alkhaibaria, et al., 2023, The impact of e-banking service quality on the sustainable customer satisfaction: Evidence from the Saudi Arabia commercial banking sector, International Journal of Data and Network Science, 7.
5. Xia LU, 2010, On the Risk Control of Electronic Banking, International Conference on Network and Finance Development.
6. Miranda Vlad, 2009, E-Banking- Modern Banking Services, The Annals of the University of Oradea Economic Sciences.
7. Khaled Alshaikh Theeb, 2023, E-Banking Services : An Overview of Jordan, Working Paper.

الملاحق

استبيان

أثر إدارة المخاطر على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في المملكة العربية السعودية

مقدمة:

سيكون موضع تقدير كبير إذا كنت على استعداد لقضاء بعض الوقت للإجابة على الأسئلة التالية. ستتضمن معظم الأسئلة وضع علامة على مقياس التصنيف ولن تكون أي من الأسئلة شخصية بشكل خاص. سيظل الاستبيان الذي تم جمعه سرّيًا تمامًا ولن يتم توزيعه على طرف ثالث. المشاركة في هذا الاستبيان طوعية تمامًا ويمكنك الانسحاب في أي وقت دون أي تحيز. ستكون مدخلاتك موضع تقدير كبير للمساعدة في تحسين نتائج البحث.

المعلومات الشخصية:

النوع:	
ذكر	
أنثى	
العمر:	
٢٠-٢٥ عام	
٢٥-٣٠ عام	
٣٠-٣٥ عام	
٣٥-٤٠ عام	
أكثر من ٤٠ عام	
مستوى التعليم:	
ثانوي	

	المرحلة الجامعية
	دراسات عليا
الدخل الشهري للأسرة:	
	١٠٠٠٠ – ٢٠٠٠٠ ريال
	٢٠٠٠٠ – ٣٠٠٠٠ ريال
	٣٠٠٠٠ – ٤٠٠٠٠ ريال
	٤٠٠٠٠ – ٥٠٠٠٠ ريال
	فوق ٥٠٠٠٠ ريال
الحالة الاجتماعية:	
	متزوج
	غير متزوج

أسئلة الاستبيان:

العبارات	أوافق بشدة	أوافق	حيادي	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1. أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أهم القضايا الاستراتيجية في مجال العمل المصرفي.					
2. الخدمات المصرفية الإلكترونية هي الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك للعملاء من خلال الإنترنت عن طريق الأدوات الإلكترونية.					

				3. تشمل الخدمات المصرفية الإلكترونية خدمات الدفع عبر الإنترنت، والمراكز التجارية عبر الإنترنت، والاستعلام عبر الإنترنت وبيع الأوراق المالية عبر الإنترنت، وما إلى ذلك.
				4. ساهمت الخدمات المصرفية الإلكترونية في إحداث تحول جذري في أنماط العمل المصرفي في عصر التحول الرقمي.
				5. تساعد الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء الخدمات بانسيابية ودقة وسهولة ويسر، كما تحقق للبنك نمواً مطرداً في حجم عملياته وأرباحه.
				6. تعمل الخدمات المصرفية الإلكترونية على زيادة ولاء العملاء للبنوك من خلال إنجاز العديد من عملياتهم المصرفية من مواقعهم باستخدام الإنترنت وباستخدام هواتفهم الذكية دون الحاجة إلى التواجد في فروع البنوك.
				7. تواجه الأعمال المصرفية الإلكترونية مخاطر عديدة مثل المخاطر التقنية، مخاطر الاحتيال مخاطر ناتجة عن سوء عمل النظام الإلكتروني، ومخاطر قانونية.
				8. مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية تزيد عن المخاطر المتعلقة بالخدمات المصرفية التقليدية.
				9. أدى نمو الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى خلق تحديات جديدة أمام البنوك، الأمر الذي يتطلب إدارتها من قبل الهيئات الرقابية والإشرافية.
				10. يعتمد نجاح واستقرار أي جهاز مصرفي على نجاح إدارة المخاطر المصرفية الإلكترونية

				حيث إن إدارتها تعد أمراً ضرورياً لضبطها ومتابعتها لتحقيق الأمان والسلامة المصرفية.
				11. توفر الأطر الفنية والرقابية اللازمة لإدارة مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية يزيد من جودة أداء تلك الخدمات.
				12. تزداد قدرة البنوك على اجتذاب العملاء وفقاً لمدى قدرتها على إدارة مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية وتقديمها بشكل متميز.
				13. يساعد استخدام البرامج وأساليب تكنولوجيا المعلومات المتقدمة في مجال العمليات المصرفية في تحسين كفاءة أداء الأنشطة المصرفية وتحسين القدرة التنافسية وتقليل المخاطر المصرفية الإلكترونية.
				14. تساعد لجنة بازل للرقابة المصرفية في وضع السياسات والإجراءات التي تتيح مراقبة وإدارة مخاطر العمل المصرفي الإلكتروني.
				15. تعد إدارة مخاطر الأنشطة المصرفية الإلكترونية من الأولويات التي تحتل اهتمامات البنوك السعودية في ظل المنافسة الحادة بين البنوك لاجتذاب عدد كبير من العملاء.
				16. توفر البنوك السعودية حزمة واسعة من إجراءات الحماية التي تكفل لعملائها الحصانة من ظاهرة الاحتيال المالي والمصرفي الإلكتروني.
				17. إن أبعاد جودة الخدمة المصرفية؛ مثل الموثوقية وكفاءة المعاملات ودعم العملاء وأمن الخدمة وسهولة الاستخدام، لها تأثير كبير على مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك السعودية.

					18. يتوفر لدى البنوك السعودية الإفصاح والشفافية اللازمين لمواجهة المخاطر الناتجة عن العمليات المصرفية الإلكترونية، كما تقوم دوائر وأقسام المخاطر في البنوك بدورها في متابعة وإدارة مخاطر العمل الإلكتروني بفاعلية.
					19. تساهم مؤسسات النظام المصرفي السعودي في زيادة وعي المجتمع بمخاطر الأعمال المصرفية الإلكترونية.
					20. تلعب مؤسسة النقد العربي السعودي دوراً هاماً في إصدار قواعد الخدمات المصرفية الإلكترونية وإدارة المخاطر المتعلقة بالعمليات المصرفية الإلكترونية.

ما هي مقترحاتك وتوصياتك بشأن إدارة المخاطر المتعلقة بالخدمات المصرفية الإلكترونية؟

شكراً لكم ،،،

نتائج التحليل الاحصائي:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.927	20

النوع

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ذكر	35	50.7	50.7	50.7
انثي	34	49.3	49.3	100.0
Total	69	100.0	100.0	

العمر

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid عام ٢٠-٢٥	8	11.6	11.6	11.6
عام ٢٥-٣٠	10	14.5	14.5	26.1
عام ٣٠-٣٥	15	21.7	21.7	47.8
عام ٣٥-٤٠	16	23.2	23.2	71.0
أكثر من ٤٠ عام	20	29.0	29.0	100.0
Total	69	100.0	100.0	

التعليم

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ثانوي	6	8.7	8.7	8.7
المرحلة الجامعية	48	69.6	69.6	78.3
دراسات عليا	15	21.7	21.7	100.0
Total	69	100.0	100.0	

الدخل

ريال	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ١٠٠٠٠ – ٢٠٠٠٠	29	42.0	42.0	42.0
٢٠٠٠٠ – ٣٠٠٠٠	13	18.8	18.8	60.9
٣٠٠٠٠ – ٤٠٠٠٠	7	10.1	10.1	71.0
٤٠٠٠٠ – ٥٠٠٠٠	11	15.9	15.9	87.0
٥٠٠٠٠ فوق	9	13.0	13.0	100.0
Total	69	100.0	100.0	

الحالة الاجتماعية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid متزوج	44	63.8	63.8	63.8
غير متزوج	25	36.2	36.2	100.0
Total	69	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	69	3.0	5.0	4.551	.6310
X2	69	1.0	5.0	4.478	.7398
X3	69	3.0	5.0	4.536	.6083
X4	69	3.0	5.0	4.609	.5994
X5	69	3.0	5.0	4.551	.5825
X6	69	3.0	5.0	4.551	.6072
X7	69	2.0	5.0	4.609	.6467
X8	69	2.0	5.0	4.261	.8515
X9	69	2.0	5.0	4.464	.6769
X10	69	3.0	5.0	4.565	.5551
X11	69	3.0	5.0	4.348	.6823
X12	69	2.0	5.0	4.449	.7182
X13	69	3.0	5.0	4.377	.6665
X14	69	1.0	5.0	4.043	.8123
X15	69	2.0	5.0	4.275	.8023
X16	69	1.0	5.0	4.029	.9697
X17	69	3.0	5.0	4.478	.5586
X18	69	1.0	5.0	3.957	1.0632
X19	69	1.0	5.0	4.232	.8251
X20	69	2.0	5.0	4.203	.8328
XX	69	3.50	5.00	4.3783	.43475
Valid N (listwise)	69				

Correlations

		XX	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10
XX	Pearson											
	Correlation	1	.590**	.541**	.576**	.578**	.608**	.609**	.579**	.548**	.584**	.682**
	Sig. (2-tailed)		.001	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X1	Pearson											
	Correlation	.590**	1	.625**	.330**	.189	.163	.271*	.284*	.249*	.288*	.232
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.006	.119	.181	.024	.018	.039	.016	.055
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X2	Pearson											
	Correlation	.541**	.625**	1	.500**	.063	.165	.093	.151	-.038	.167	.191
	Sig. (2-tailed)	.004	.000		.000	.605	.176	.450	.215	.759	.170	.115
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X3	Pearson											
	Correlation	.576**	.330**	.500**	1	.463**	.316**	.343**	.280*	.237*	.351**	.526**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.000		.000	.008	.004	.020	.050	.003	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X4	Pearson											
	Correlation	.578**	.189	.063	.463**	1	.331**	.480**	.206	.405**	.381**	.498**
	Sig. (2-tailed)	.000	.119	.605	.000		.005	.000	.089	.001	.001	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X5	Pearson											
	Correlation	.608**	.163	.165	.316**	.331**	1	.419**	.385**	.151	.387**	.388**
	Sig. (2-tailed)	.000	.181	.176	.008	.005		.000	.001	.216	.001	.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X6	Pearson											
	Correlation	.609**	.271*	.093	.343**	.480**	.419**	1	.407**	.486**	.371**	.459**
	Sig. (2-tailed)	.000	.024	.450	.004	.000	.000		.001	.000	.002	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X7	Pearson											
	Correlation	.579**	.284*	.151	.280*	.206	.385**	.407**	1	.535**	.387**	.379**
	Sig. (2-tailed)	.000	.018	.215	.020	.089	.001	.001		.000	.001	.001
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X8	Pearson											
	Correlation	.548**	.249*	-.038	.237*	.405**	.151	.486**	.535**	1	.527**	.337**
	Sig. (2-tailed)	.000	.039	.759	.050	.001	.216	.000	.000		.000	.005
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69

X9	Pearson											
	Correlation	.584**	.288*	.167	.351**	.381**	.387**	.371**	.387**	.527**	1	.466**
	Sig. (2-tailed)	.000	.016	.170	.003	.001	.001	.002	.001	.000		.000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X10	Pearson											
	Correlation	.682**	.232	.191	.526**	.498**	.388**	.459**	.379**	.337**	.466**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.055	.115	.000	.000	.001	.000	.001	.005	.000	
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69

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

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

Correlations

		Correlations										
		XX	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20
XX	Pearson	1	.688**	.611**	.765**	.702**	.770**	.711**	.670**	.540**	.621**	.634**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)											
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X11	Pearson	.688**	1	.427**	.516**	.344**	.387**	.451**	.522**	.366**	.508**	.288**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)											
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X12	Pearson	.611**	.427**	1	.378**	.521**	.471**	.403**	.446**	.142	.368**	.288**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)											
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X13	Pearson	.765**	.516**	.378**	1	.567**	.628**	.506**	.575**	.459**	.374**	.417**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)											
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X14	Pearson	.702**	.344**	.521**	.567**	1	.681**	.502**	.342**	.462**	.402**	.530**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)											
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X15	Pearson	.770**	.387**	.471**	.628**	.681**	1	.576**	.424**	.514**	.369**	.642**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)											
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69

X16	Pearson Correlation	.711**	.451**	.403**	.506**	.502**	.576**	1	.571**	.572**	.635**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X17	Pearson Correlation	.670**	.522**	.446**	.575**	.342**	.424**	.571**	1	.234	.458**	.421**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000		.053	.000	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X18	Pearson Correlation	.540**	.366**	.142	.459**	.462**	.514**	.572**	.234	1	.498**	.508**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.246	.000	.000	.000	.000	.053		.000	.000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X19	Pearson Correlation	.621**	.508**	.368**	.374**	.402**	.369**	.635**	.458**	.498**	1	.487**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.002	.001	.002	.000	.000	.000		.000
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
X20	Pearson Correlation	.634**	.288*	.288*	.417**	.530**	.642**	.666**	.421**	.508**	.487**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.016	.016	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69	69

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

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

ANOVA النوع

XX

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.008	1	.008	.039	.843
Within Groups	12.845	67	.192		
Total	12.852	68			

ANOVA العمر

XX

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.586	4	.146	.764	.552
Within Groups	12.266	64	.192		
Total	12.852	68			

ANOVA التعلیم

XX

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.047	2	.024	.122	.886
Within Groups	12.805	66	.194		
Total	12.852	68			

ANOVA الدخل

XX

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.463	4	.366	2.056	.097
Within Groups	11.389	64	.178		
Total	12.852	68			

ANOVA الحالة الاجتماعية

XX

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.348	1	.348	1.866	.176
Within Groups	12.504	67	.187		
Total	12.852	68			

اختبار الفروض:

الفرض الأول

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
X7	69	4.609	.6467	.0778
X8	69	4.261	.8515	.1025
X9	69	4.464	.6769	.0815

One-Sample Test

	Test Value = 3.40					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
X7	15.526	68	.000	1.2087	1.053	1.364
X8	8.398	68	.000	.8609	.656	1.065
X9	13.054	68	.000	1.0638	.901	1.226

الفرض الثاني

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
X17	69	4.478	.5586	.0672
X18	69	3.957	1.0632	.1280
X19	69	4.232	.8251	.0993
X20	69	4.203	.8328	.1003

One-Sample Test

	Test Value = 3.40					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
X17	16.035	68	.000	1.0783	.944	1.212
X18	4.348	68	.000	.5565	.301	.812
X19	8.375	68	.000	.8319	.634	1.030
X20	8.009	68	.000	.8029	.603	1.003

الفرض الثالث:

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
X14	69	4.043	.8123	.0978
X15	69	4.275	.8023	.0966
X16	69	4.029	.9697	.1167

One-Sample Test

	Test Value = 3.40					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
X14	6.580	68	.000	.6435	.448	.839
X15	9.063	68	.000	.8754	.683	1.068
X16	5.388	68	.000	.6290	.396	.862

الفرض الرابع:

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
X10	69	4.565	.5551	.0668
X11	69	4.348	.6823	.0821
X12	69	4.449	.7182	.0865
X13	69	4.377	.6665	.0802

One-Sample Test

	Test Value = 3.40					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
X10	17.435	68	.000	1.1652	1.032	1.299
X11	11.540	68	.000	.9478	.784	1.112
X12	12.136	68	.000	1.0493	.877	1.222
X13	12.175	68	.000	.9768	.817	1.137

مستخلص:

تهدف الدراسة بصفة رئيسية إلى تحديد دور إدارة مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية في البنوك السعودية وأثرها على جودة الخدمة المقدمة، ويتم ذلك من خلال التعرف على ماهية الخدمات المصرفية الإلكترونية والمخاطر التي تصاحبها، التعرف على واقع العمل المصرفي الإلكتروني في المملكة العربية السعودية، واستقراء جهود البنوك السعودية في مواجهة التحديات المصرفية الإلكترونية.

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي وهو الأكثر ملائمة للبحوث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، وهو يقوم على وصف الظواهر وجمع البيانات وتحليلها ومناقشتها بهدف التطوير، ويتألف مجتمع الدراسة الحالية من عملاء البنوك بمنطقة جازان، كما شملت الدراسة (٦٩ شخص) كعينة للدراسة من عملاء البنوك بمنطقة جازان.

توصل البحث إلى العديد من النتائج منها ما يلي: إن زيادة الخدمات المصرفية وتنوعها وانتشار الخدمات المصرفية الإلكترونية يؤدي إلى زيادة أنواع المخاطر التي يمكن أن تواجه المصارف التجارية، تسهم مؤسسات النظام المصرفي السعودي في زيادة وعي المجتمع بمخاطر الأعمال المصرفية الإلكترونية، كما أن هناك قواعد ومبادئ محددة لإدارة مخاطر الأعمال المصرفية الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، قامت بإصدارها مؤسسة النقد العربي السعودي، وتم تقسيمها إلى ثلاث فئات: مبادئ وقواعد تتعلق بمجلس الإدارة؛ مبادئ وقواعد تتعلق بالضوابط الأمنية، مبادئ وقواعد تتعلق بمخاطر الاحتيال ومخاطر السمعة، وأخيراً تؤثر إدارة المخاطر بشكل إيجابي على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

Abstract:

The study mainly aims to determine the role of risk management of electronic banking operations in Saudi banks and its impact on the quality of service provided. This is done by identifying the nature of electronic banking services and the risks that accompany them, identifying the reality of electronic banking in the Kingdom of Saudi Arabia, and extrapolating the efforts of Saudi banks. Facing the challenges of electronic banking.

The study relies on the descriptive approach, which is the most appropriate for research in the humanities and social sciences. It is based on describing phenomena, collecting data, analyzing and discussing them with the aim of development. The population of the current study consists of bank customers in the Jazan region. The study also included (69 people) as a sample of bank customers in the Jazan region.

The research reached many results, including the following: The increase and diversity of banking services and the spread of electronic banking services leads to an increase in the types of risks that commercial banks can face. The institutions of the Saudi banking system contribute to increasing society's awareness of the risks of electronic banking, and there are rules and principles. Specific guidelines for electronic banking risk management in the Kingdom of Saudi Arabia, issued by the Saudi Arabian Monetary Agency, and divided into three categories: principles and rules related to the board of directors; Principles and rules related to security controls, principles and rules related to fraud risks and reputation risks, and finally risk management positively affects the quality of electronic banking services.